



03/2008





## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

**Εισαγωγή – Περίληψη μελέτης**.....σελ 6

### **Κεφάλαιο 1: Τουρισμός και τουριστική ανάπτυξη**

#### Εισαγωγή

1.1. Ορισμός τουρισμού και τουρίστα.....σελ 10

1.2. Ιστορική αναδρομή του τουρισμού.....σελ 11

1.3. Παράγοντες που οδήγησαν στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης.....σελ 12

Σχήμα (1): Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις παγκοσμιώς (1950-2020).....σελ 13

1.4. Παγκόσμια τουριστική αγορά – ζήτηση.....σελ 13

1.4.1 Διεθνής τρομοκρατία , Φυσικά φαινόμενα (ο ρόλος τους στην παγκόσμια τουριστική αγορά).....σελ 14

Σχήμα (2): Οι 10 δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί στην παγκόσμια κατάταξη σε αφίξεις (2005 – 2006).....σελ 16

1.5. Το μέλλον του τουρισμού.....σελ 16

1.5.1. Συγχρονος τουρίστα και νέες τεχνολογίες.....σελ 17

### **Κεφάλαιο 2: Οι επιδράσεις του τουρισμού**

#### Εισαγωγή

2.1. Οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού.....σελ 20

2.1.1. Θετικές οικονομικές επιδράσεις.....σελ 20

2.1.2. Αρνητικές οικονομικές επιδράσεις.....σελ 23

2.2. Περιβαλλοντικές επιδράσεις του τουρισμού.....σελ 23

Εικόνα: Απεικόνιση της έκτασης των λιωμένων πάγων στην Αρκτική μεταξύ 1979 – 2003.....σελ 24

2.3. Τουρισμός και περιβάλλον.....σελ 25

2.3.1. Αρνητικές επιδράσεις.....σελ 25

2.3.2. Θετικές επιδράσεις.....σελ 27

2.3.3. Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη.....σελ 32

2.4. Κοινωνικές - πολιτιστικές επιδράσεις.....σελ 34

2.4.1. Αρνητικές επιπτώσεις.....σελ 34

2.4.2. Θετικές επιδράσεις.....σελ 36

2.4.3. Επιπτώσεις τουριστών.....σελ 37



### **Κεφάλαιο 3. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού**

#### Εισαγωγή

|  |        |
|--|--------|
| 3.1. Αγροτουρισμός.....                          | σελ 40 |
| 3.2. Τουρισμός Υπαίθρου.....                     | σελ 41 |
| 3.3. Επαγγελματικός - Συνεδριακός τουρισμός..... | σελ 41 |
| 3.4. Αθλητικός τουρισμός.....                    | σελ 43 |
| 3.5 Εκθεσιακός τουρισμός.....                    | σελ 44 |

### **Κεφάλαιο 4. Κύπρος – Σύγχρονη ιστορία**

#### Εισαγωγή

|                                       |        |
|---------------------------------------|--------|
| 4.1. Σύγχρονη ιστορία του νησιού..... | σελ 46 |
|---------------------------------------|--------|

### **Κεφάλαιο 5. Τουριστική ανάπτυξη της Κύπρου**

#### Εισαγωγή

|  |               |
|--|---------------|
| 5.1. Τα πρώτα χρόνια της τουριστικής βιομηχανίας – Τουρκική εισβολή και ανοικοδόμηση.....                      | σελ 49        |
| 5.2. Κυπριακός τουρισμός.....  | σελ 51        |
| 5.2.1. Κυπριακό τουριστικό προϊόν.....   | σελ 51        |
| 5.2.1.1. Ανταγωνιστικότητα Κυπριακού προϊόντος.....  | σελ 51        |
| 5.2.1.2. Αδυναμίες Κυπριακού τουριστικού προϊόντος.....  | σελ 56        |
| 5.2.1.3. Εποχικότητα.....  | σελ 57        |
| 5.2.1.4. Προώθηση τουριστικού προϊόντος.....   | σελ 58        |
| 5.3. SWOT Ανάλυση της Τουριστικής Βιομηχανίας στην Κύπρο.....  | σελ 61        |
| ΤΑ ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ (STRENGTHS).....  | σελ 61        |
| ΟΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ (WEAKNESSES).....   | σελ 64        |
| ΟΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES).....  | σελ 68        |
| ΟΙ ΑΠΕΙΛΕΣ (THREATS).....  | σελ 70        |
| 5.4. Τουριστική – Ξενοδοχειακή Υποδομή.....  | σελ 73        |
| 5.5. Τουριστική κίνηση Κύπρου.....   | σελ 76        |
| 5.5.1. Κύριες τουριστικές αγορές.....  | σελ 76        |
| <i>Σχήμα 3 : Οι 5 καλύτερες τουριστικές αγορές του Κυπριακού τουρισμού για το 2007.....</i>                    | <i>σελ 76</i> |
| 5.5.2. Αφίξεις τουριστών για το έτος 2007.....   | σελ 77        |
| <i>Σχήμα 4 : Αφίξεις τουριστών ανά μήνα (2007).....</i>  | <i>σελ 78</i> |
| 5.5.3. Κύπριοι που ταξίδεψαν στο εξωτερικό το 2007.....  | σελ 78        |
| <i>Σχήμα 5 : Οι κυριότεροι προορισμοί που ταξίδεψαν οι Κύπριοι στο εξωτερικό ( σύγκριση 2006 – 2007 ).....</i> | <i>σελ 79</i> |
| 5.5.4. Έσοδα από τον τουρισμό (2006-2007).....   | σελ 79        |
| <i>Σχήμα 6 : Έσοδα από τον τουρισμό ( σύγκριση 2006 – 2007 ).....</i>  | <i>σελ 81</i> |



|   |  |
|---|--|
| 5.6. Συγκριτική έρευνα αφίξεων μεταξύ του 1998 – 2008.....σελ 81                |  |
| <i>Σχήμα 7 : Τουριστικές αφίξεις μεταξύ των περιόδων 1998 – 2007.....σελ 81</i> |  |
| • Αποτελέσματα συγκριτικής έρευνας.....σελ 83                                   |  |
| • Τελικά συμπεράσματα έρευνας.....σελ 84  |  |
| 5.7. Ο ρόλος των tour operators στον Κυπριακό τουρισμό.....σελ 86               |  |
| 5.8. Κυπριακές Αερομεταφορές.....σελ 87   |  |
| 5.8.1. Ιστορία των Κυπριακών αερομεταφορών.....σελ 88                           |  |
| 5.8.2. Αερολιμένες Κύπρου.....σελ 89  |  |
| 5.8.3. Αεροπορικές εταιρίες.....σελ 91  |  |
| 5.8.4. Διεθνείς συμβάσεις.....σελ 93  |  |
| 5.8.5. Η νέα εποχή στις Κυπριακές Αερομεταφορές.....σελ 93                      |  |
| 5.8.5.1. Η κάθοδος των low cost airlines.....σελ 94                             |  |

## **Κεφάλαιο 6 : Τουριστική αναπτυξιακή πολιτική**

### Εισαγωγή

|  |  |
|--|--|
| 6.1. Στρατηγικό σχέδιο για τον τουρισμό 2003-2010.....σελ 96           |  |
| 6.1.1.Σημαντικά σημεία του Στρατηγικού σχεδίου.....σελ 98              |  |
| 6.2. Αγροτουρισμός.....σελ 104   |  |
| 6.2.1. Προβολή και ανάπτυξη των ορεινών περιοχών Τροόδους .....σελ 106 |  |
| 6.3. Case study : Χώριο Όμοδος.....σελ 108                             |  |
| 6.4. Γήπεδα γκόλφ.....σελ 112  |  |
| 6.5. Ξενοδοχειακές μονάδες.....σελ 114                                 |  |
| 6.5.1. Σχέδιο απόσυρσης κτινών.....σελ 115                             |  |
| 6.6. Αθλητικός τουρισμός.....σελ 115                                   |  |
| 6.7. Δημιουργία καζίνο.....σελ 116                                     |  |
| 6.8. Δημιουργία μαρινών.....σελ 117                                    |  |
| 6.9. Προσέλκυση αεροπορικών εταιριών.....σελ 118                       |  |
| 6.10. Συνεδριακός τουρισμός.....σελ 119                                |  |
| 6.11. Διαφημιστική προβολή.....σελ 121                                 |  |
| 6.11.1. Ο ΚΟΤ αξιοποιεί το Μάρκο Παγδατή.....σελ 122                   |  |
| 6.12. Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού.....σελ 123                       |  |
| 6.12.1. Μάρκετινγκ.....σελ 123   |  |
| 6.12.2. Συμμετοχή ΚΟΤ σε Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις.....σελ 124     |  |
| 6.12.3. Υπηρεσίες που παρέχει ο ΚΟΤ.....σελ 124                        |  |



**Κεφάλαιο 7 : Εκπαίδευση και Τουρισμός**

Εισαγωγή

7.1. Εκπαιδευτικά Ιδρύματα.....σελ 127

**Συμπεράσματα – Εισηγήσεις**.....σελ 129

**Παράρτημα**.....σελ 134

**Έρευνα**.....σελ 135

• Αποτελέσματα έρευνας.....σελ 136

**Το χωριό Όμοδος μέσα από φωτογραφίες**.....σελ 141

**Βιβλιογραφία**.....σελ 142



### **Εισαγωγή - περίληψη μελέτης**

Ο τουρισμός με την πάροδο του χρόνου έχει αναδειχθεί σε μια ανθρώπινη ανάγκη για αυτό και αποτελεί ένα πολυδιάστατο φαινόμενο στις μέρες μας. Ο τουρισμός αποτελεί παράλληλα και μια οικονομική δραστηριότητα στην οποία εμπλέκονται πολλοί τομείς και η σημασία του σε πολλές χώρες οι οποίες έχουν την ταυτότητα του τουριστικού προορισμού δεν μπορεί να τις αφήσει αδιάφορες . Στην μοντέρνα κοινωνική δομή του 21ου αιώνα βλέπουμε ότι ο τουρισμός είναι **καθαρά οικονομικό φαινόμενο** τεράστιας εμβέλειας και μεγέθους από όλες του τις πλευρές και σε όλες του τις διαστάσεις, και αναπτύσσεται σε όλο τον κόσμο, όπου υπάρχει κοινωνική ελευθερία, αλλά και στο διάστημα. Παράλληλα εμπρικλείει τις ορισμένες φιλοσοφικές / πολιτιστικές αξίες των καιρών, όπως μια στροφή προς την προστασία του περιβάλλοντος και την προαγωγή μορφών ήπιου τουρισμού όπου αυτό είναι ακόμη εφικτό. Στη μελέτη που ακολουθεί αποτυπώνονται με λεπτομέρεια διάφορες πτυχές του παγκόσμιου τουρισμού αλλά κυρίως στον τουρισμό της Κύπρου όπου είναι και το βασικό θέμα της μελέτης.

Η μελέτη ξεκινά στα πρώτα κεφάλαια με τον παγκόσμιο τουρισμό δίνοντας μας να καταλάβουμε πως αναπτύχθηκε ο τουρισμός , ποιές είναι οι επιδράσεις τις οποίες έχει κ.α. Συγκεκριμένα στο πρώτο κεφάλαιο δίνονται ορισμοί του τουρισμού καθώς επίσης , η χρονολογική του εξέλιξη αλλά και διάφορα στοιχεία που αφορούν τους δημοφιλέστερους προορισμούς , τις αφίξεις αλλά και το μέλλον του παγκόσμιου τουρισμού. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια λεπτομερής αναφορά για τις επιπτώσεις του τουρισμού , θετικές και αρνητικές. Η αναφορά αυτή γίνεται μέσα από παραδείγματα τα οποία που συνέβησαν σε διάφορες περιοχές του κόσμου. Επίσης εκτενής αναφορά γίνεται στο θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος όπου και παρουσιάζονται ενέργειες που έκαναν εταιρίες οι οποίες εμπλέκονται στην τουριστική βιομηχανία στην προσπάθειά τους να προστατεύσουν το περιβάλλον . Στο





κεφάλαιο 3 αναφέρεται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, συνεδριακός κ.α .

Η υπόλοιπη μελέτη έχει σαν επίκεντρο θέμα την τουριστική ανάπτυξη της Κύπρου. Αναφέρεται βασικά στο πως αναπτύχθηκε ο τουρισμός μετά την Τουρκική εισβολή του 1974 και τον ρόλο του στην κυπριακή οικονομία. Παράλληλα γίνεται μια εκτενής αναφορά για το Κυπριακό τουριστικό προϊόν και τις διάφορες πτυχές του ενώ με τη βοήθεια του S.W.O.T analysis παρουσιάζονται τα αδύνατα και δυνατά του σημεία καθώς επίσης οι ευκαιρίες και οι απειλές που έχει το προϊόν. Επιπρόσθετα γίνεται μια παρουσίαση των άφιξεων, της κατα κεφαλής δαπάνης, τα έσοδα από τον τουρισμό που αφορούν το 2007 και γίνεται μια σύγκριση με το έτος 2006. Αναλύονται επίσης μέσω μιας συγκριτικής έρευνας όπου αποτυπώνεται σε διαγράμματα οι αφίξεις του νησιού από το 1998 μέχρι το 2007 όπου και εξάγονται χρήσιμα συμπεράσματα όπως για παράδειγμα ποιες ήταν καλύτερες αγορές της Κύπρου σε επίπεδο κρατών αλλά και ηπείρων. Επίσης αναλύονται διάφοροι κλάδοι του τουρισμού όπως οι αερομεταφορές, οι tour operators ο ξενοδοχειακός κλάδος και τον ρόλο που διαδραματίζουν στην αγορά της Κύπρου. Το κεφάλαιο 6 αναφέρεται στην τουριστική πολιτική που εφαρμόζεται από τον ΚΟΤ. Γίνεται παρουσίαση του στρατηγικού σχεδίου του ΚΟΤ 2003 - 2010 με λεπτομερή αναφορά σε διάφορα σημεία του όπως το μάρκετινγκ, την στρατηγική προϊόντος και τους στόχους που καλείται να υλοποιήσει το εν λόγω σχέδιο. Περιγράφεται και αναλύεται η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Κύπρο με αναφορά σε διάφορα έργα που έγιναν και επιπλέον γίνεται και ένα case study για το χωρίο Όμοδος και την τουριστική του ανάπτυξη σε μια προσπάθεια να αποτυπωθεί όσο πιο καλά η σημασία και ο ρόλος του αγροτουρισμού στην Κύπρο. Στη συνέχεια η μελέτη επικεντρώνεται στις προσπάθειες που κάνει ο ΚΟΤ για να εμπλουτίσει το τουριστικό προϊόν με την δημιουργία διάφορων έργων όπως γήπεδα γκολφ, μαρίνων, καζίνο την αναβάθμιση της ξενοδοχειακής υποδομής, την ανάπτυξη του αθλητικού και συνεδριακού τουρισμού, την προσέλκυση αεροπορικών εταιριών αλλά και



στην νέα διαφημιστική καμπάνια με την ονομασία **LOVE CYPRUS**. Επιπλέον γίνεται περιγραφή του ΚΟΤ που αφορά κυριώς τον συντονιστικό ρόλο που έχει στον κυπριακό τουρισμό και τις υπηρεσίες που παρέχει.

Το κεφάλαιο 7 κάνει αναφορά στην σχέση της εκπαίδευσης με τον κλάδο του τουρισμού. Γίνεται λόγος στη σημασία που έχει η εκπαίδευση στη ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται από τον κλάδο του τουρισμού ενώ παράλληλα γίνεται μια παρουσίαση της εκπαιδευτικής δομής που υπάρχει στην Κύπρο σε σχέση με τον τουριστικό κλάδο.

Στο τέλος σημειώνονται βασικές διαπιστώσεις και συμπεράσματα τα οποία εξάγονται από την μελέτη. Επίσης διατυπώνονται κάποιες εισηγήσεις με στόχο την αντιμετώπιση κάποιων αδυναμιών που παρουσιάζει το Κυπριακό τουριστικό προϊόν οι οποίες πρέπει να εξαλειφθούν για να αναβαθμιστεί όσο πιο πολύ γίνεται το τουριστικό προϊόν της Κύπρου. Οι εισηγήσεις αναφέρονται κυριώς σε ενεργείες και δραστηριότητες τις οποίες πρέπει να προβεί ο ΚΟΤ και το κράτος και οι οποίες θα δώσουν λύσεις σε αρκετά προβλήματα του Κυπριακού τουρισμού.

Επιπλέον στο παράρτημα παρουσιάζεται έρευνα ερωτηματολογίου με δείγμα 75 ανθρώπων όπου μέσα από 10 ερωτήσεις βγήκαν αρκετά συμπεράσματα που έχουν να κάνουν κυριώς με την άποψη που έχει ο απλός πολίτης για τον τουρισμό στην Κύπρο ενώ παράλληλα στο παράρτημα παρουσιάζεται το χωριό Όμοδος μέσα από φωτογραφίες τις οποίες έβγαλα κατά την επίσκεψή μου στο χωριό στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας.





## **Κεφάλαιο 1: Τουρισμός και τουριστική ανάπτυξη**

### **1.1. Ορισμός τουρισμού και τουρίστα**

Όπως αναφέρθηκε και στον πρόλογο, στην οικονομία μιας χώρας εμπλέκονται πολλοί τομείς και αναφέραμε ότι ίσως ο σημαντικότερος τομέας που αποτελεί το **A** και το **Ω** στην οικονομία μιας χώρας είναι ο τομέας του **τουρισμού**.

Τι είναι όμως τουρισμός και τι τουρίστας ; Ο τουρισμός κατ' αρχήν είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο και πλέον αποτελεί μια ανθρώπινη ανάγκη και αυτό γιατί όλοι (εκτός από μεμονωμένες περιπτώσεις) κάνουν τουρισμό κάποια περίοδο του χρόνου. Έγιναν πολλές προσπάθειες μέχρι να διατυπωθεί ένας αντικειμενικός ορισμός για το φαινόμενο αυτό. Τελικά η **Διεθνής Ένωση Επιστημονικών Εμπειρογνομώνων Τουρισμού** υιοθέτησε και δέχτηκε τον ορισμό που έδωσαν οι καθηγητές του πανεπιστημίου της Βέργης Hunziker και Kraft το **1942** , ο οποίος λέει ότι ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από την εκτέλεση ενός ταξιδιού σε μια ξένη χώρα της οποίας δεν είμαστε υπήκοοι και νοουμένου ότι αυτά δεν οδηγούν στην μόνιμη εγκατάστασή μας εκεί και δεν συνδέονται με δουλειές οι οποίες θα μας αποφέρουν χρηματικό κέρδος (π.χ επιχειρηματίες). *(Ηγουμενάκης 1999)*

Αναμφίβολα ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί την βάση στον κλάδο του τουρισμού και αυτό γιατί από αυτόν δημιουργούνται οι τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες , όμως ποιος είναι αυτός που παίρνει το χρήμα του



τουρίστα. Κατ'αρχήν τουρίστας δεν είναι αυτός που έχει την ανάγκη για να κάνει τουρισμό αλλά αυτός που μπορεί να ικανοποιήσει και να εκπληρώσει τις ανάγκες / επιθυμίες του για τουρισμό. Υπάρχουν 2 μεγάλες κατηγορίες τουριστών. Αυτή των τουριστών που κάνουν εξωτερικό τουρισμό και αυτή που αφορά τους τουρίστες που κάνουν εσωτερικό τουρισμό.

Τουρίστες εξωτερικού προορισμού : Λόγω της πολυπλοκότητας του τουριστικού κλάδου δεν έχει ορισθεί ποτέ κάποιος ορισμός του τουρίστα που να καλύπτει όλες τις κατηγορίες τουρισμού. Ένας ορισμός που είχε διατυπωθεί το 1937 από την Επιτροπή Στατιστικών Εμπειρογνομώνων της Κοινωνίας των Εθνών όρισε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει εκτός της χώρας της οποίας διαμένει μόνιμα και μένει σε αυτή για διάστημα περισσότερο των 24 ωρών και άνω νοουμένου ότι ο σκοπός της επίσκεψης δεν έχει κερδοσκοπικό χαρακτήρα (business) .Ο ορισμός αυτός παρόλο που αποσαφηνίζει την έννοια του τουρίστα αντιθέτως παραβλέπει τον τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό.

Τουρίστας εσωτερικού τουρισμού : Ορίζεται ο τουρίστας ο οποίος φεύγει από την μόνιμη κατοικία του με σκοπό να επισκεφτεί ένα προορισμό ο οποίος απέχει 80,48 km από το σπίτι του για σκοπούς επαγγελματικούς , για ευχαρίστηση , χαλάρωση κ.α. Δεν αποκαλείται τουρίστας εσωτερικού τουρισμού αυτός που πηγαίνει καθημερινά σε κάποιο προορισμό της ίδιας απόστασης και χρησιμοποιεί για τη μετάβασή του ιδιωτικό ή δημόσιο μεταφορικό μέσο. *(Ηγουμενάκης 1999 , σελ 64)*

## **1.2. Ιστορική αναδρομή του τουρισμού**

Ο τουρισμός ανέκαθεν ήταν τρόπος ζωής για τον άνθρωπο , φυσικά όμως στα πιο παλιά χρόνια και κυρίως πριν τον 2<sup>ο</sup> παγκόσμιο πόλεμο δεν υπήρχε τόσο πολύ στη ζωή του ανθρώπου όπως είναι σήμερα εκτός βέβαια από τους πλούσιους. Η ιστορική εξέλιξη του τουρισμού χωρίζεται σε τρεις περιόδους και οι οποίες είναι:



**1. Η πρώτη περίοδος εξέλιξης του τουρισμού** και η οποία πιθανότατα ξεκίνησε στα μέσα της τρίτης χιλιετίας και έληξε το 1840 μ.Χ.

**2. Η δεύτερη περίοδος εξέλιξης του τουρισμού** ξεκίνησε το 1840 όταν ο Thomas Cook οργάνωσε και εκτέλεσε την πρώτη οργανωμένη εκδρομή από το Leicester στο Loughborough. Η συγκεκριμένη χρονία αποτέλεσε σημείο σταθμός στον τομέα της οργανωμένης μαζικής ζήτησης. Η 2<sup>η</sup> περίοδος του τουρισμού τελειώνει το 1945 και είναι ένας αιώνας σημαντικών ανακατατάξεων και χαρακτηρίζεται ως η περίοδος ενηλικίωσης του τουρισμού γιατί μέσα σε αυτά τα χρόνια μπήκαν οι βάσεις της τουριστικής έκρηξης που ακολούθησε μετά κυρίως στον τεχνολογικό τομέα.

**3. Η τρίτη περίοδος εξέλιξης του τουρισμού** ξεκινά το 1945 δηλαδή μετά το τέλος του Β΄ παγκοσμίου πολέμου και φτάνει μέχρι και σήμερα. Σε αυτή την περίοδο ο τουρισμός έκανε την μεγάλη έκρηξη που αναμενόταν. Η άφιξη των αεροσκαφών τύπου jet όπου έκαναν τον κόσμο πιο μικρό, τα αυτοματοποιημένα συστήματα κρατήσεων (Galileo, Amadeus κτλ), η εισβολή του internet στον κλάδο καθώς επίσης και η ανάγκη του ανθρώπου να κάνει τουρισμό οδήγησαν τον κλάδο σε μια ανοδική πορεία η οποία οπώς φαίνεται θα έχει και συνέχεια στο μέλλον. *(Ζαχαράτος σελ 67).*

### **1.3. Παράγοντες που οδήγησαν στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης**

Μετά το τέλος του Β΄ παγκοσμίου πολέμου το αίσθημα ασφάλειας και σιγουριάς ώθησε τον κόσμο στο να αρχίσει και πάλι να ταξιδεύει. Το γεγονός ότι κατά τον Β΄ παγκόσμιο πόλεμο καταστράφηκαν πολλές πόλεις αυτό οδήγησε στην αύξηση των επαγγελματικών ταξιδιών σε μια προσπάθεια ανοικοδόμησης των κατεστραμμένων πόλεων. Παράλληλα ο τουρισμός σε αυτή την καμπή του όπου οι μετακινήσεις τουριστών πολλαπλασιάστηκαν γνωρίζει και την οικονομική αναγνώριση στην αγορά και σύντομα γίνεται μια από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες πολλών χωρών ενώ αναμφίβολα αποτέλεσε και παράγοντα κοινωνικής και πολιτιστικής εξέλιξης διεθνώς. Αργότερα κατά την δεκαετία του 70' ο τουρισμός εξελίσσεται ραγδαία

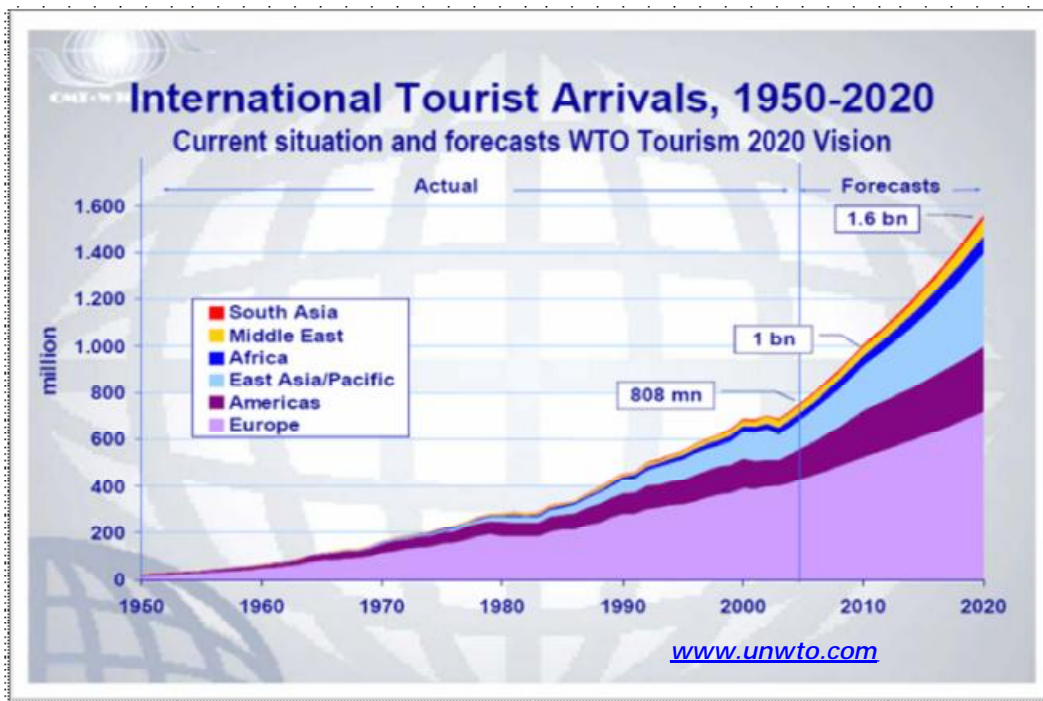


έτσι αρχίσαν να δημιουργούνται οι απαραίτητες προϋποθέσεις για την πλήρη ακμή του και την μεταβολή του όσο αναφορά την ποσότητα και την ποιότητα. Αυτή η ραγδαία ανάπτυξη φυσικά δεν θα μπορούσε να έρθει χωρίς την συμβολή κάποιων κύριων παραγόντων τους οποίους παραθέτουμε πιο κάτω\_

- Ø **Η οικονομική αποκατάσταση των ανθρώπων**
- Ø **Η βελτίωση και η ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων και υπηρεσιών**
- Ø **Η επέκταση του χρόνου αναψυχής και διακοπών**
- Ø **Ο επαναπροσδιορισμός του ρόλου των ξενοδοχείων**
- Ø **Η αστικοποίηση και η τεχνολογική ανάπτυξη**
- Ø **Η πολιτιστική εξέλιξη**
- Ø **Το αυξημένο ενδιαφέρον των κρατών και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας .**

Σήμερα με βάση τους πιο πάνω παράγοντες μπορούμε να πούμε ότι στις χώρες με καλό βιοτικό επίπεδο καθώς επίσης και σε χώρες με σχετικά καλό βιοτικό επίπεδο η μεγάλη πλειοψηφία των ανθρώπων μπορεί άνετα να κάνει κάποια μορφή τουρισμού ικανοποιώντας έτσι τις τουριστικές τους επιθυμίες και ανάγκες στα πλαίσια των δυνατοτήτων τους (οικονομικών,οικογενειακών κ.α). Παρατηρώντας αυτή τη μεγάλη τουριστική ανάπτυξη μπορούμε να αποδεχτούμε μερικές θεωρίες που έχουν διατυπωθεί κατά καιρούς ότι ο τουρισμός αποτελεί πλέον τρόπο ζωής και όπως είχε πει ο Mauss το 1987 αποτελεί ένα κοινωνικό φαινόμενο παγκοσμίως στις μέρες μας. Σύμφωνα με τα στατιστικά του **Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (W.T.O)** η ανάπτυξη του τουρισμού μετά τον 2<sup>ο</sup> Παγκόσμιο πόλεμο ήταν εξαιρετική. Στον πίνακα που ακολουθεί πιο κάτω φαίνονται οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις παγκοσμίως από το 1950 μέχρι το 2007 καθώς επίσης και οι προβέψεις του **ΠΟΤ** για τις αναμενόμενες αφίξεις μέχρι το 2020 *.(Cooper , Fletcher , Gilbert 1998-www.wto.org)*

**Σχήμα (1): Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις παγκοσμιώς (1950-2020)**



**1.4. Παγκόσμια τουριστική αγορά - ζήτηση**

Όπως προσέξαμε στον πιο πάνω πίνακα βλέπουμε να υπάρχει ένας τουριστικός οργασμός κυρίως από την δεκαετία του 1990 και μετά και όπως είναι εμφανές στο σχεδιάγραμμα αυτή η αυξητική πορεία θα συνεχίσει ακάθεκτη μέχρι το 2020 . Σύμφωνα με τον (Π.Ο.Τ) οι ρυθμοί ανάπτυξης του τουρισμού την τρέχουσα δεκαετία 2000-2010 θα είναι πολύ πιο συγκρατημένοι με ένα ποσοστό αφίξεων της τάξεως του 3,6% φτάνοντας τα 1,2 δισεκατομμύρια αφίξεις ενώ το 2020 οι αφίξεις θα αγγίξουν τα 1.6 δις. Η μείωση του κόστους των αεροπορικών εισιτηρίων η οποία επήλθε με την δημιουργία των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους , η δημιουργία υπερσύγχρονων ξενοδοχειακών μονάδων σε συνδυασμό με την αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρουν και η προσθήκη νέων υπηρεσιών στις μονάδες αυτές ,καθώς επίσης και η χρήση της τεχνολογίας από πλευράς καταναλωτών αγοράζοντας εισιτήρια η κλείνοντας δωμάτια σε



ξενοδοχεία απ'το σπίτι τους μέσω διαδυκτίου και πολλοί άλλοι παράγοντες οδήγησαν την παγκόσμια τουριστική ζήτηση στο σημερινά επίπεδα. Όσο αναφορά τους λόγους ταξιδιού, τα επαγγελματικά ταξίδια θα υπερτερήσουν έναντι των ταξιδιών αναψυχής και αυτό οφείλεται κυρίως στην παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη, και στην ανάπτυξη του διεθνές εμπορίου. *(Gartner 2000)*

#### **1.4.1. Διεθνής τρομοκρατία , Φυσικά φαινόμενα (ο ρόλος τους στην παγκόσμια τουριστική αγορά**

Ένας παράγοντας ο οποίος έχει επηρεάσει αρνητικά την παγκόσμια τουριστική ζήτηση είναι η τρομοκρατία. Οι επιθέσεις της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου στους Δίδυμους πύργους στο Μανχάταν της Νέας Υόρκης , της 11<sup>ης</sup> Μαρτίου στον σταθμό τρένου στην Μαδρίτη και οι βομβιστικές επιθέσεις σε Λονδίνο και Σάλμ Ελ Σεϊκ έδωσαν ένα κλίμα φοβίας και αβεβαιότητας στον κόσμο κάνοντας τον να σκέφτεται πολύ αν πρέπει να επισκεφθεί τέτοιους προορισμούς . Η Αμερική μετά το πλήγμα αυτό που δέχτηκε και παράλληλα με τον πόλεμο στο Ιράκ είναι πλέον ένας προορισμός που για να πάει κάποιος θα πρέπει να το σκεφτεί πολύ για αυτό και στις αφίξεις παρουσιάζει πολύ μεγάλη μείωση τα τελευταία 4 χρόνια.



Το ρόλο της όσο αναφορά την τουριστική ζήτηση διαδραμάτισε και η **φύση** διαψεύδοντας πλήρως τις προβλέψεις του **(W.T.O)** ότι οι χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας θα είχαν μεγάλη αύξηση τουρισμού αυτή την δεκαετία. Οι καταστροφές και οι αρρώστιες που άφησαν πίσω τους αρχικά ο σεισμός και μετά τα κύμματα **Τσουνάμι** τον Δεκέμβριο του 2004 διέλυσαν κυριολεκτικά έναν προορισμό ο οποίος θα απορροφούσε ένα μεγάλο μερίδιο της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς. Φυσικά , μπορεί κάποιος να ταξιδέψει στις περιοχές αυτές αφού



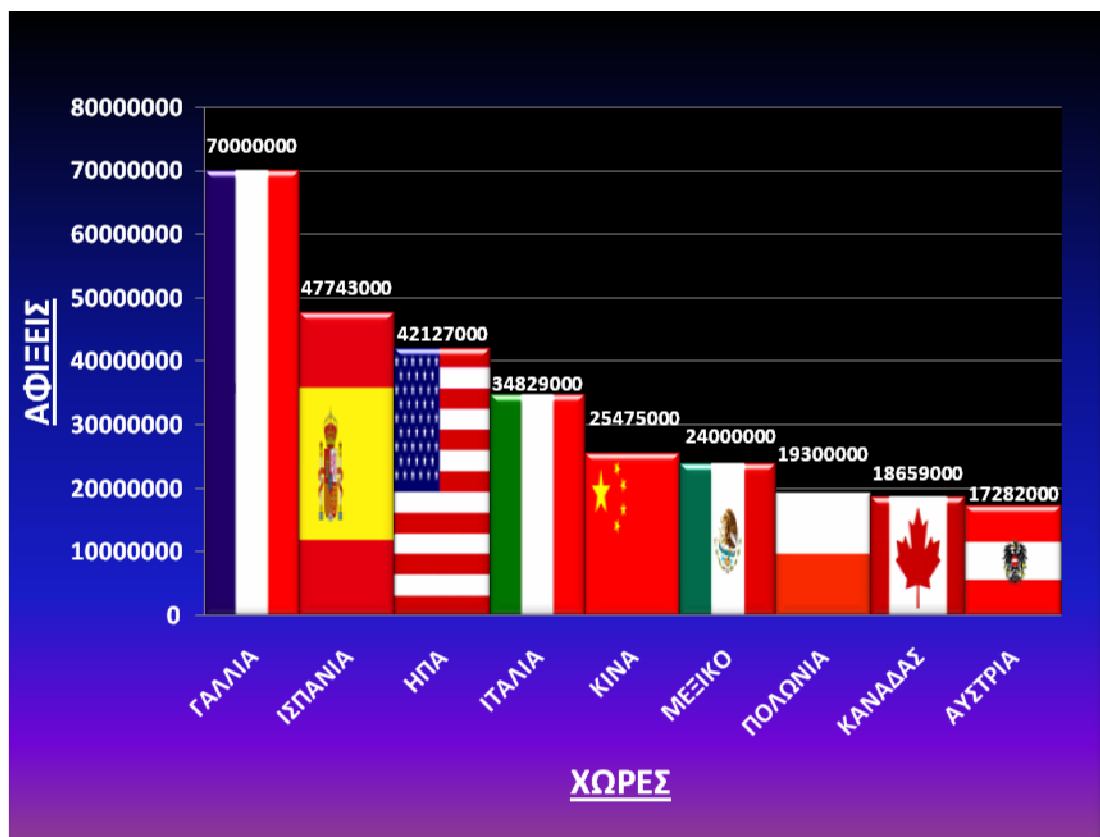




λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα υγιεινής πριν ταξιδέψει εκεί αλλά και πάλι διατρέχει μεγάλο κίνδυνο.

Η τουριστική βιομηχανία είναι μία από τις μεγαλύτερες του κόσμου, με την Ευρώπη να κατέχει πρωταγωνιστικό ρόλο ενώ έχει ιδιαίτερα μεγάλη επίδραση στην ευρωπαϊκή οικονομία. Εκτιμάται ότι η βασική επιχειρηματική δραστηριοποίηση στον τουριστικό τομέα (ξενοδοχεία και ταξιδιωτικά πρακτορεία) αντιστοιχεί στο 5-6% του μικτού εγχώριου προϊόντος στην ΕΕ. Αν στις πρώτες συνυπολογιστούν και οι επιχειρήσεις που απολαμβάνουν έμμεσα οφέλη από τον τουρισμό (όπως εστιατόρια, μεταφορές κ.ά.), το συνολικό ποσοστό ανέρχεται στο 10-12%. Η οικονομική βαρύτητα του τουρισμού αντανακλά και στον τομέα της απασχόλησης. Συγκεκριμένα, στην Ευρώπη υπολογίζεται ότι υπάρχουν 2 εκατ. επιχειρήσεις, το 99% εκ των οποίων έχει λιγότερους από 50 εργαζομένους. Στον ξενοδοχειακό και στο χώρο της εστίασης ιδίως, το 92,4% είναι μικρές επιχειρήσεις με λιγότερους από 9 εργαζομένους. Αξιοσημείωτο είναι, όμως, ότι ενώ τα 4/5 των εταιριών του χώρου είναι μικρές επιχειρήσεις, το 0,1% των επιχειρήσεων που διαθέτουν περισσότερους από 250 εργαζόμενους, παράγουν το 1/4 της προστιθέμενης αξίας. Η Ευρώπη αναμφίβολα είναι η μεγαλύτερη δύναμη στην παγκόσμια τουριστική αγορά απορροφώντας μεγάλο μερίδιο από την παγκόσμια τουριστική ζήτηση. Σίγουρα , μετά την διεύρυνσή τον Μάιο του 2004 σε 25 κράτη μελη και η ένταξη κρατών τα οποία ήταν είδη ελκυστικοί τουριστικοί προορισμοί όπως η Τσεχία, η Κύπρος και η Μάλτα σίγουρα έχει δυναμώσει την τουριστική τους αγορά και σε συνδυασμό με την καταστροφή που υπέστησαν οι χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας από τα **Τσουνάμι** και το κλίμα φοβίας που επικρατεί στην Αμερική και Μέση Ανατολή μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι Ευρώπη και Νότια Ασία (Κίνα , Ιαπωνία) θα έχουν ένα μεγάλο ανταγωνισμό τουλάχιστον για την επόμενη πενταετία.

**Σχήμα (2): Οι 10 δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί στην παγκόσμια κατάταξη σε αφίξεις (2006 – 2007)**



**1.5. Το μέλλον του παγκόσμιου τουρισμού**

Όπως δείχνουν όλες οι ενδείξεις, η αγορά θα εξακολουθήσει και μελλοντικά να παρουσιάζει μια ευμεταβλησία. Επομένως, έγκειται σε όσους εμπλέκονται στο κύκλωμα παροχής του τουριστικού προϊόντος να προσαρμόσουν τα προϊόντα και το marketing, ώστε να ανταποκριθούν στις νέες συνθήκες. Η ευρωπαϊκή επιτροπή τουρισμού καταγράφει ακολούθως τις νέες τάσεις. Ενώ υπάρχουν ζητήματα ασφάλειας που συνεχίζουν να απασχολούν ορισμένες αγορές, είναι εμφανές ότι οι άνθρωποι συνηθίζουν να ζουν σε έναν ανασφαλή κόσμο. Επίσης, η τουριστική αγορά εμφανίζει ταχύτερους ρυθμούς ανάκαμψης μετά από συμβάντα που ανακόπτουν



περιστασιακά τον τουρισμό. Οι άνθρωποι θα συνεχίζουν να κάνουν πιο συχνά, αλλά μικρότερης διάρκειας ταξίδια, όμως και η ζήτηση για μακροχρόνια ταξίδια βρίσκεται σε τροχιά ανόδου. Η αύξηση της ζήτησης για τις χαμηλού κόστους αεροπορικές εταιρίες ήταν πρωτοφανής και αναμένεται να συνεχιστεί, καθώς οι άνθρωποι συνεχίζουν να ψάχνουν για χαμηλές τιμές. Οι τουρίστες πολλές φορές δεν επιλέγουν απλώς ένα συγκεκριμένο προορισμό, αλλά αναζητούν μία τουριστική εμπειρία. Αυτό σημαίνει ότι οι οργανισμοί διαχείρισης προορισμού θα πρέπει να είναι πιο δημιουργικοί στις προωθητικές τους ενέργειες. Η ζήτηση για αυθεντικές εμπειρίες, όπως για επαφή με την τοπική κουλτούρα και τη φύση, θα συνεχίσει να αυξάνεται ιδίως μεταξύ των ομάδων μεγαλύτερης ηλικίας. Οι καταναλωτές είναι λιγότερο πιστοί στους προμηθευτές τους και είναι αυξανόμενα απρόβλεπτοι στη συμπεριφορά τους, όπως, για παράδειγμα, στο συνδυασμό των τουριστικών προϊόντων. Αν και οι σημαντικότεροι τουριστικοί ομίλοι θεωρούν ότι το τουριστικό πακέτο απέχει πολύ από την εξαφάνισή του ακόμη και αν η ζήτηση για προσωποποιημένες λύσεις είναι αυξημένη, αυτοί που θα κυριαρχήσουν στο μέλλον θα είναι οι προορισμοί και οι προμηθευτές που αναπτύσσουν φιλικά προς το χρήστη web sites, τα οποία παρέχουν τη δυνατότητα άμεσου booking και δυναμικά πακέτα. ([www.touristpress.com](http://www.touristpress.com))

### **1.5.1. Συγχρονος τουρίστας και νέες τεχνολογίες**

Οι καταναλωτές, οι τελικοί, δηλαδή, χρήστες των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, θα εξακολουθήσουν να παίζουν τον κυρίαρχο ρόλο στη διαμόρφωση της αγοράς. Ο αυξανόμενος αριθμός των χρηστών του Internet (κάθε χρήστης είναι εν δυνάμει και ένας τουρίστας) θα αυξάνει διαρκώς τη βαρύτητα του ηλεκτρονικού μέσου έναντι των παραδοσιακών. Επίσης, όσο αυξάνεται η εξοικείωσή τους με το μέσο, θα έχουν μεγαλύτερες απαιτήσεις. Στις ώριμες τεχνολογικά αγορές, το **e-Tourism** αποτελεί πραγματικότητα και η εμπλοκή των παραδοσιακών καναλιών με το Internet θεωρείται αυτονόητη. Ο διαχωρισμός μεταξύ των online και των offline



καναλιών γίνεται ολοένα και πιο δυσχερής και εν πάση περιπτώσει ο πελάτης δεν ενδιαφέρεται γι' αυτό το διαχωρισμό. Το μόνο που θέλει, είναι να μπορεί να βρίσκει κάπου συγκεντρωμένη την πληροφορία, προκειμένου να επιλέξει το τουριστικό προϊόν που ταιριάζει στις ανάγκες και τις επιθυμίες του. Ενώ το Internet αναμένεται να είναι το κύριο κανάλι επικοινωνίας των πελατών με το τουριστικό προϊόν, παρόλα αυτά, τα προσεχή χρόνια ,αναμένεται να προστεθούν δύο ακόμη εναλλακτικές "οδοί". Η πρώτη εξ αυτών είναι η κινητή τηλεφωνία και ιδιαίτερα αυτή της τρίτης γενιάς, που προσφέρει υψηλό bandwidth που μπορεί να υποστηρίξει αξιόλογες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας για τους τουρίστες. Η πολύ υψηλή διείσδυση της κινητής τηλεφωνίας στον ευρωπαϊκό χώρο αποτελεί μία πρώτης τάξεως ευκαιρία για τη Γηραιά Ήπειρο να πρωταγωνιστήσει στο συγκεκριμένο χώρο. Το δεύτερο κανάλι σχετίζεται με την ψηφιακή τηλεόραση. Το εν λόγω μέσο, παρά τη μέχρι τώρα περιορισμένη του εξάπλωση στην Ευρώπη, προσφέρει αλληλεπιδραστικότητα και υψηλό bandwidth, και χρειάζεται πλούσιο multimedia περιεχόμενο και υπηρεσίες. Ο τουρισμός εξαιτίας του περιεχομένου που διαθέτει, μπορεί να αποτελέσει έναν κινητήριο μοχλό για την ανάπτυξη της ψηφιακής τηλεόρασης, να ωφελήσει αλλά και να ωφεληθεί από αυτήν. Όσον αφορά στον τομέα των υπηρεσιών, η κυρίαρχη τάση είναι η δυνατότητα που παρέχεται στον πελάτη για τη διαμόρφωση τουριστικών πακέτων με δυναμικό τρόπο. Γενικώς η τάση για προσωποποιημένες υπηρεσίες που γενικότερα υπήρχε ως ανάγκη μπορεί πλέον να καλυφθεί με τη συνεισφορά της τεχνολογίας. Στο πλαίσιο αυτό αναπτύσσονται τουριστικά προϊόντα τα οποία μπορούν να καλύψουν νέες μορφές τουρισμού ( αγροτουρισμός , πολιτιστικός τουρισμός , οικοτουρισμό κ.α) ή να καλύψουν συγκεκριμένες ομάδες ανθρώπων. ([www.touristpress.com](http://www.touristpress.com)).



## **Κεφάλαιο 2: Οι επιδράσεις του τουρισμού**

Ο τουρισμός όπως ειπώθηκε και στο προηγούμενο κεφάλαιο στις μέρες μας πλέον αποτελεί ένα κοινωνικό φαινόμενο και αυτό λόγω του ότι ο σύγχρονος άνθρωπος έχει και αισθάνεται την ανάγκη να κάνει κάποιες μορφές τουρισμού σχεδόν κάθε χρόνο σε μια προσπάθεια να ξεφεύγουν από την καθημερινή ρουτίνα που ζει. Ο τουρισμός είναι η βιομηχανία πάνω στην οποία πολλές χώρες επενδύουν πολλά λεφτά ουτως ώστε να αναπτύσσονται συνεχώς τουριστικά με στόχο την προσέλκυση μεγάλου αριθμού τουριστών στην προσπάθεια τους να δημιουργήσουν μια καλή οικονομία. Τραντακτό παράδειγμα είναι το Ντουμπάϊ το οποίο πριν από 10 χρόνια ήταν απλά μια έρημος ενώ 10 χρόνια αργότερα εξελίχθηκε σε μια οικονομική αυτοκρατορία και ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο και αυτό λόγω του ότι επένδυσαν στην τουριστική βιομηχανία κατασκευάζοντας φανταστικά ξενοδοχεία , τεχνητά πάρκα , τεχνητά νησιά κ.α.

Ο τουρισμός αναμφίβολα μπορεί και προσφέρει πολλά σε πολλές περιοχές και κατ'επέκταση σε πολλές χώρες όμως παράλληλα με αυτό ο τουρισμός σε κάθε περιοχή που αναπτύσσεται έχει και επιδράσεις οι οποίες άλλοτε είναι θετικές και άλλοτε αρνητικές. Οι επιδράσεις που έχει ο τουρισμός χωρίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες : **1. Οικονομικές**

**2. Περιβαλλοντικές**

**3. Κοινωνικές / Πολιτιστικές**

Στο κεφάλαιο αυτό θα δουμε ποιες είναι οι θετικές αλλά και οι αρνητικές επιδράσεις που επιφέρει ο τουρισμός στις τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές.



## **2.1. Οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού**

Ο τουρισμός είναι μια από τις πλέον αναπτυσσόμενες οικονομικές δραστηριότητες στον κόσμο και αυτό γιατί πολλές κυβερνήσεις στην προσπάθειά τους να αναπτύξουν οικονομικά κάποιες από τις μη βιομηχανικές τους περιοχές επενδύουν στον τουρισμό. Βασικές λειτουργίες που εκτελεί μια τουριστικά ανεπτυγμένη κοινότητα ως προς τον τουρισμό είναι η υποδοχή και η φιλοξενία των τουριστών. Αυτό από μόνο του μας δείχνει ότι οι ντόπιοι κάτοικοι επωφελούνται οικονομικά και αυτός συνήθως είναι και ο λόγος που οι κάτοικοι βλέπουν τους τουρίστες σαν χρήμα και όχι σαν ανθρώπους. Από την ανάπτυξη του τουρισμού σε μια περιοχή εκτός από το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων το οποίο γίνεται καλύτερο, επωφελούνται και όλοι οι οικονομικοί τομείς της περιοχής και του κράτους γενικότερα όμως είναι αναπόφευκτες και οι αρνητικές επιδράσεις. Παρακάτω θα κάνουμε μια γενική προσέγγιση των θετικών και αρνητικών οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού παραθέτοντας και μερικά παραδείγματα.

### **2.1.1. Θετικές οικονομικές επιδράσεις**

1. Προσφέρει άμεση εισροή ξένου συναλλάγματος και αυξάνει το βιοτικό επίπεδο: Ο τουρισμός από την φύση του και μόνο, αποτελεί πηγή ξένου συναλλάγματος και ιδιαίτερα σε περιοχές όπου είναι μακριά από τα μεγάλα αστικά κέντρα αυτό βοηθάει πάρα πολύ την τοπική κοινωνία. Αναμφίβολα αν ο τουρισμός αποτελεί για μια χώρα την κύρια οικονομική δραστηριότητα και επενδύει σε αυτόν, τα έσοδα είναι μεγάλα με αποτέλεσμα να αυξάνεται και το βιοτικό επίπεδο της χώρας ή της περιοχής. Τρανταχτό παράδειγμα αποτελεί η





Κύπρος όπου με κύριο όπλο τον τουρισμό κατάφερε 32 χρόνια μετά την Τούρκικη εισβολή να έχει ένα ψηλό βιοτικό επίπεδο και μια πολύ ισχυρή οικονομία.

2. Προσφέρει θέσεις εργασίας : Ο τουρισμός αποτελεί αναμφίβολα μια βαριά βιομηχανία στην οποία εμπλέκονται πολλών ειδών επιχειρήσεις όπως ξενοδοχεία , αεροπορικές εταιρίες , ταξιδιωτικά γραφεία , αεροδρόμια , λιμάνια , εστιατόρια κ.α. Όλες οι προαναφερθέντες επιχειρήσεις προσφέρουν ένα συνονθύλευμα από θέσεις εργασίας σε όλα τα επίπεδα της διοικητικής πυραμίδας και παράλληλα συμβάλλουν στην όσο το δυνατό μείωση της ανεργίας το οποίο αποτελεί σοβαρό πρόβλημα σε πολλές χώρες.

3. Συμβάλλει στην τοπική ανάπτυξη και δημιουργεί έδαφος για επενδύσεις : Το τουριστικό προϊόν κάθε χώρας πρέπει να αναβαθμίζεται συνεχώς. Αυτό από μόνο του μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι πρέπει συνεχώς να χτίζονται ή να αναβαθμίζονται τουριστικές εγκαταστάσεις (ξενοδοχεία , γήπεδα γκολφ , αεροδρόμια , εστιατόρια , δημόσια έργα κτλ). Με αυτόν τον τρόπο ο τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη κάποιας πόλης η κάποιου κράτους. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η πόλη της Βαρκελώνης η οποία μετά τους Ολυμπιακούς αγώνες το 1992 με τα έργα τουριστικής υποδομής που έγιναν και αξιοποιήθηκαν μετά τους Ολυμπιακούς αγώνες , η πόλη μπήκε στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη και έκτοτε κατα πολλούς είναι μια από τις ωραιότερες πόλεις στην Ευρώπη. Σίγουρα όλα τα προαναφερθέντα είναι επενδύσεις τις οποίες ο κλαδος του τουρισμού προσφέρει πρόσφορο έδαφος σε πολλούς επενδυτές είτε από εσωτερικό είτε από εξωτερικό στο να επενδύουν σε διάφορες επιχειρήσεις που επάγονται στον κλάδο του τουρισμού.

4. Βελτιώνει τις αστικές συγκοινωνίες : Όταν κάποια πόλη ή περιοχή δέχεται μεγάλο κύμα τουριστών κάθε χρόνο έχει χρέος να έχει καλές συγκοινωνίες σε μια προσπάθεια να κάνει τη διαμονή των τουριστών πιο εύκολη και απλή. Όταν μια πόλη έχει καλό συγκοινωνιακό δίκτυο τότε εκτός από τις ευκολίες που παρέχει στους τουρίστες κάνει και τη ζωή των κατοίκων της πιο εύκολη.



Η Αθήνα είναι ένα πολύ καλό παράδειγμα πόλης που βελτίωσε κατα πολύ τις αστικές της συγκοινωνίες κατά την προετοιμασία της για την Ολυμπιάδα του 2004 προσθέτοντας το τράμ , την σύνδεση του μετρό με τον Αερολιμένα Ελευθέριος Βενιζέλος και ακόμη δυο καινούργιες γραμμές στο Αττικό Μετρό.

**5. Αναπτύσσει την επιχειρηματικότητα :** Ο τουρισμός είναι κλάδος ο οποίος προσφέρει στον καταναλωτή ένα εύρος υπηρεσιών . Οι υπηρεσίες αυτές μπορεί να είναι μια έκδοση εισιτηρίου , ένα σερβίρισμα φαγητού η ακόμα και μια ταξιδιωτική πληροφορία. Από αυτά αντιλαμβανόμαστε ότι η πολυπλοκότητα του τουρισμού προσφέρει την ευκαιρία στον κάθε **μέσο** πολίτη να ανοίξει τη δική του επιχείρηση είτε αυτή είναι τουριστικό γραφείο , είτε μια καφετέρια , είτε ένα εστιατόριο . Επιπλέον η τουριστική ανάπτυξη προσελκύει και μεγαλοεπιχειρηματίες όπου δραστηριοποιούνται στην “βαριά” βιομηχανία του τουρισμού και δραστηριοποιούνται με ξενοδοχειακές μονάδες , γήπεδα γκολφ αεροπορικές εταιρίες κ.α. Μια άλλη πτυχή της συμβολής του τουρισμού στην επιχειρηματικότητα είναι ότι ο τουρισμός με τις εναλλακτικές μορφές του , πρόσφερε την ευκαιρία και σε πολίτες που ζουν μακριά από μεγάλα αστικά κέντρα και οι ασχολίες τους είναι περιορισμένες να δραστηριοποιηθούν στον κλάδο. Σίγουρα η ανάπτυξη του αγροτουρισμού είναι μια μορφή του κλάδου η οποία προσφέρει την ευκαιρία σε πολίτες που ζουν σε αγροτικές περιοχές να επιχειρήσουν να δραστηριοποιηθούν στον κλάδο ξεφεύγοντας από τις παραδοσιακές τους ασχολίες ( γεωργία , κτηνοτροφία κτλ).

**6. Αυξάνει τα δημόσια έσοδα :** Ο τουρισμός είναι μια οικονομική δραστηριότητα και έτσι όπως και οι υπόλοιπες δραστηριότητες συμβάλλουν στο ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν) μιας χώρας. Συνήθως τα έσοδα από τον τουρισμό ανέρχονται σε πολλά εκατομμύρια ετησίως και αυτό σίγουρα αυξάνει και τα δημόσια έσοδα του κράτους.



### **2.1.2. Αρνητικές οικονομικές επιδράσεις**

1.Αυξάνει τις τιμές των αγαθών : Ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια μεγάλη απειλή για την ήσυχη ζωή των κατοίκων μιας περιοχής. Ένα μεγάλο μειονέκτημα που μπορεί να έχει ο τουρισμός είναι η αύξηση των αγαθών . Αυτό για τους κατοίκους είναι μεγάλο πλήγμα γιατί αναγκάζονται να ακολουθήσουν την καταναλωτική συμπεριφορά του τουρίστα ο οποίος φωνίζει ότι του αρέσει χωρίς να ψάχνει για προσφορές ή εκπτώτικα κουπόνια εν αντιθέση με τους ντόπιους κατοίκους οι οποίοι έχουν την αντίθετη καταναλωτική συμπεριφορά. Αυτό βέβαια το προκαλούν και από μόνοι τους οι ντόπιοι ασυνείδητοι επιχειρηματίες στην προσπάθειά τους να ξεγελούν τους αμέριμνους και αθώους τουρίστες .

2. Αυξάνει την αξία της γής : Μια άλλη επίδραση του τουρισμού που μπορεί να καταγράφεται σαν αρνητική οικονομική επίπτωση είναι το γεγονός ότι σε μια περιοχή όπου αναπτύσσεται τουριστικά η αξία της γής αυξάνεται συνεχώς με αποτέλεσμα να αγοράζουν γή και εξοχικά σπίτια ξένοι ενώ αυτό παράλληλα κάνει τη ζωή των νεότερων γενεών της περιοχής που στοχεύουν στην αγορά σπιτιού ή γης πιο δύσκολη γιατί λόγω της αυξημένης τιμής αδυνατούν να αγοράσουν. Αυτό το φαινόμενο πήρε σάρκα και οστά στην Κύπρο όπου λόγω της ασταμάτητης ανοδικής πορείας που πήρε η αξία της γής τα τελευταία 4-5 χρόνια , η αγορά κάποιας κατοικίας έχει καταντήσει ένα όνειρο και σε πολλές περιοχές η πλειοψηφία των κατοίκων είναι ξένοι ( χωριό Πέγεια – Πάφος ). *(Ηγουμενάκης 1999 ,σελ 236)*

### **2.2. Περιβαλλοντικές επιδράσεις του τουρισμού**

Η δεύτερη κατηγορία των επιδράσεων που έχει ο τουρισμός είναι η κατηγορία των περιβαλλοντικών επιδράσεων. Η κατηγορία αυτή κατα πολλούς ερευνητές θεωρείται και η πιο ευαίσθητη κατηγορία και αυτό γιατί εκτός του ότι μιλάμε για περιβάλλον οι αρνητικές επιπτώσεις εδώ συνήθως είναι μη ανατρέψιμες , πχ όταν καταστραφεί ένας κοραλιογενής ύφαλος ο οποίος για



να δημιουργηθεί χρειάστηκαν εκατοντάδες χρόνια θα χρειαστούν άλλα τόσα για να ξαναδημιουργηθεί.

Σε γενικότερες γραμμές το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος στις μέρες μας απασχολεί όλο και περισσότερο τον άνθρωπο αλλά και σε επίπεδο κρατών , διεθνείς οργανισμοί , περιβαλλοντικές οργανώσεις έχουν ευαισθητοποιηθεί για την ολοκληρωμένη προστασία του. Αιτία για αυτήν την παγκόσμια εκστρατεία είναι η μεγάλη ρύπανση που σημειώθηκε τον τελευταίο αιώνα με αποτέλεσμα την μόλυνση του εδάφους , του υπεδάφους , των υδάτων και του ατμοσφαιρικού αέρα. Αυτό οφείλεται κυρίως στην ανεξέλεγκτη εκβιομηχάνηση σε όλους τους τομείς παραγωγής και στην εξέλιξη της τεχνολογίας. Στη φωτογραφία που ακολουθεί φαίνεται καθαρά το πλήγμα που δέχθηκε η Αρκτική από τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Βλέπουμε το 1979 πόση έκταση κάλυπταν οι πάγοι ενώ στη φωτογραφία του 2003 είναι εμφανέστατη η μεγάλη μείωση της έκτασης των πάγων.

**Εικόνα : Απεικόνιση της έκτασης των λιωμένων πάγων στην Αρκτική μεταξύ 1979 – 2003**



### **2.3. Τουρισμός και περιβάλλον**

Ο τουρισμός από πολλούς χαρακτηρίζεται ότι πλήττει και καταστρεφει το περιβάλλον . Ο τουρισμός λόγω της ραγδαίας ανάπτυξής του τα τελευταία 40 χρόνια θεωρείται μια μεγάλη βιομηχανία. Δυστυχώς και σε αυτή τη βιομηχανία οι αρνητικές επιπτώσεις είναι αναπόφευκτες προκαλώντας σωρεία προβλημάτων και φυσικών καταστροφών με τελικό αποδέκτη αυτών , τα οικοσυστήματα. Παρακάτω θα δούμε πως ο τουρισμός επηρεάζει αρνητικά μερικά οικοσυστήματα και κατ'επέκταση το περιβάλλον.

#### **2.3.1. Αρνητικές επιδράσεις**

1. Υδατορύπανση : Οι καταστροφές που μπορεί να επιφέρει ο τουρισμός στη θάλασσα έχουν να κάνουν κυρίως με τα απόβλητα που διαχέονται στα θαλάσσια νερά από μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες αλλά και από τα καυσαέρια των μέσων που χρησιμοποιούνται για θαλάσσιες μεταφορές (επιβατικά πλοία). Ένα τρανταχτό παράδειγμα υδατορύπανσης , είναι η Βραζιλία όπου η χρήση ακατάλληλου αποχετευτικού συστήματος κατα μήκος των ακτών μόλυναν τα “κανάλια” του νερού, τις λίμνες , τους ωκεανούς μετατρέποντας το αλμυρό αλλά και το γλυκό νερό ακατάλληλο προς αλιεία και για μπάνια.



2. Ατμοσφαιρική ρύπανση και ηχορύπανση : Η καταστροφές που προκαλεί ο τουρισμός στην ατμόσφαιρα προέρχονται κυρίως από τα αεροσκάφη. Ως γνωστόν το αεροπλάνο είναι το κυριότερο μέσο διακίνησης που χρησιμοποιούν για να ταξιδέψουν οι τουρίστες από μια χώρα σε άλλη ( μεταξύ Ιανουάριο – Μάιο του 2007 σημειώθηκαν 113,827 πτήσεις παγκοσμίως σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 5% σε σχέση με το 2006 ). Το αεροσκάφος προκαλεί ρύπανση στην





ατμόσφαιρα με τα κάυσιμα που βγάζει αλλά και με τον ήχο που εκπέμπουν οι μηχανές jet.

3. Ρύπανση του περιβάλλοντος ( γη και θάλασσα ): Η ρύπανση του περιβάλλοντος έχει να κάνει κυρίως με τη μαζική χρησιμοποίηση των χώρων που προσφέρονται για τουριστικές ανάγκες όπως camping's , παραλίες κτλ. Παραδείγματα όπως η εγκατάλειψη σκουπιδιών μετά από beach parties , η μετά από κάποια κατασκήνωση ή ακόμα η ρίψη αναμμένου τσιγάρου με αποτέλεσμα να ξεσπούν πυρκαγιές μπορούν να μας δώσουν να καταλάβουμε το μέγεθος της καταστροφής.

4. Καταστροφή της άγριας ζωής (χλωρίδας και παννίδας ) : Αυτό είναι ένα κεφάλαιο το οποίο πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα γιατί πρόκειται για ένα πολύ σοβαρό θέμα. Για το πως ο τουρισμός προκαλεί καταστροφή της άγριας ζωής θα αναφερθώ σε παραδείγματα. Ένα από αυτά είναι στην Αφρικανική Ήπειρο όπου το κυνήγι και η θανάτωση άγριων ζώων για την παραγωγή σουβενίρ έχουν επιφέρει τραγικά αποτελέσματα καθώς και την εξαφάνιση μερικών από τα σπάνια είδη ζώων (κινδυνεύει η τίγρης , ενώ η λευκή τίγρης έχουν απομείνει 110) . Το φαινόμενο αυτό όμως έχει παρατηρηθεί και σε πάρκα προστασίας ζώων όπως το εθνικό πάρκο *Yellowstone* όπου οι πολλοί επισκέπτες που επισκέπτονταν το πάρκο ρύπαιναν το πάρκο σε τέτοιο βαθμό που οδήγησαν τις αρκούδες σε αναγκαστική μετανάστευση και ως συνέπεια αυτού στο θάνατό τους.



Στην περίπτωση της παννίδας οι αρνητικές επιδράσεις που έχει ο τουρισμός έχει να κάνει με την καταστροφή δασών ή φυσικών τοπίων για χάρη της ανοικοδόμη-σης ξενοδοχειακών συγκροτημάτων , γηπέδων golf και το φαινόμενο αυτό σε χώρες όπου είναι κατα παράδοση τουριστικός προορισμός προσελκύει και ξένους επενδυτές στο να επενδύσουν στη γη αφού όπου υπάρχει τουριστική ανάπτυξη υπάρχει και μεγάλη ανάπτυξη γής. Μια άλλη πτυχή στην αρνητική επίδραση που έχει ο τουρισμός στην παννίδα



είναι στην προσπάθεια εξεύρεσης χώρου για ανοικοδόμηση ξενοδοχείων και τη διαμόρφωση βατών παραλιών. Υπάρχουν παραδείγματα όπως οι Φιλιππίνες, οι Μαλβίδες όπου για τη διάσπαση βράχων σε παράκτιες τοποθεσίες χρησιμοποιήθηκαν εκρηκτικές ύλες με αποτέλεσμα να καταστραφούν κοραλλιογενείς ύφαλοι και περιοχές αλιείας που συντηρούσαν και κάλυπταν τις ανάγκες των τοπικών κοινωνιών.

**5. Έλλειψη νερού :** Το νερό (ειδικά το πόσιμο) ως γνωστό αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους φυσικούς πόρους καθώς είναι απαραίτητο για τον άνθρωπο αφού αποτελεί το 70% του ανθρώπινου οργανισμού. Λόγω των υπηρεσιών αναψυχής που προσφέρει η τουριστική βιομηχανία όπου περιλαμβάνει πισίνες, λουτρά, γήπεδα golf, τεχνητούς καταρράκτες αλλά και από την αλόγιστη προσωπική χρήση των τουριστών η τουριστική βιομηχανία χρειάζεται μεγάλα αποθέματα νερού για να αντεπεξέλθει και να ικανοποιήσει τις



ανάγκες της. Σε χώρες όπου δεν βρέχει πολύ όπως για παράδειγμα οι χώρες της Μεσογείου αυτό οδηγεί στη λειψυδρία. Υπολογίζεται ότι ημερησίως ο κλάδος του τουρισμού καταναλώνει περίπου 440 λίτρα νερού περίπου όση ποσότητα καταναλώνει μια πόλη στην Ισπανία.

### **2.3.2. Θετικές επιδράσεις**

Σύμφωνα με τα πιο πάνω αναφερθέντα μπορεί κάποιος να πει ότι ο τουρισμός προκαλεί μεγάλη ζημιά στο περιβάλλον με καταστρεπτικές συνέπειες. Σίγουρα όμως υπάρχει και η άλλη όψη και αυτή είναι ότι ο τουρισμός έχει προσφέρει και συνεχίζει να προσφέρει πολλά για την προστασία του περιβάλλοντος μέσω πολλών μεθόδων τόσο από τους ίδιους τους τουρίστες σε προσωπικό επίπεδο αλλά και από τις διάφορες εταιρείες που εμπλέκονται και δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού.



Παρακάτω παραθέτονται μερικές τέτοιες μεθόδους και οι οποίες βοηθούν σημαντικά το περιβάλλον.

1. Προστασία και διατήρηση του περιβάλλοντος : Ο τουρισμός συνεισφέρει σε μεγάλο βαθμό στην περιβαλλοντική προστασία. Λόγω της έλξης που προκαλούν οι παρθένοι προορισμοί αναγνωρίζονται ως άξιοι προστασίας της φυσικής τους ομορφιάς και έτσι δημιουργούνται τα εθνικά πάρκα , πάρκα άγριων ζώων κ.α. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η Χαβάη η οποία είχε πετύχει τη προστασία των τροπικών δασών της αλλά και της θαλάσσιας ζωής της με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί στη περιοχή διεθνές κέντρο ερευνών για οικοσυστήματα μια εξέλιξη η οποία οφείλεται στην ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή ο οποίος ήταν ο “κύριος δράστης ” για την ενεργοποίηση όλων αυτών των μηχανισμών.

2. Ευαισθητοποίηση σε περιβαλλοντικά θέματα : Ο τουρισμός λόγω της φύσης του έχει να κάνει με ανθρώπους. Λόγω αυτής της ιδιαιτερότητας που έχει την ικανότητα να αυξάνει την εκτίμηση της κοινωνίας προς το περιβάλλον και να δημιουργά στον κόσμο την ανάγκη για να το προστατέψει. Έτσι φέρνει τον άνθρωπο πιο κοντά στο περιβάλλον. Οι δραστηριότητες με τις οποίες μπορεί να επιτευχθεί αυτό είναι εκπαιδευτικές εκδρομές που απευθύνονται κυρίως σε μαθητές αλλά και σε ξένους τουρίστες και έχουν σαν κύριο στόχο τη γνωριμία των παιδιών ή των τουριστών με το περιβάλλον και τη φυσική ομορφιά της τοπικής περιοχής.

Μια άλλη σημαντική παράμετρος που πρέπει να διατυπωθεί είναι η μεγάλη προσπάθεια που καταβάλουν οι διάφορες εταιρείες και φορείς που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα στο να ενημερώνουν και να παροτρύνουν το κοινό να προσέχουν το περιβάλλον. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η **Aegean Airlines** όπου στη Χριστουγεννιάτικη κάρτα που έστειλε μέσω e-mail σε πελάτες της και είχε σαν θέμα την περιβαλλοντική προστασία όπου σε παροτρύνει να λάβεις μέρος σε ένα παιχνίδι στην ιστοσελίδα της και το οποίο έχει σαν βασικό θέμα την **ανακύκλωση**



προσφέροντας μάλιστα στους τυχερούς δωρεάν ταξίδια με **business class** για οποιοδήποτε προορισμό.

Επίσης ο τουρισμός μέσω της μορφής του ως **Οικοτουρισμός** ο οποίος ασχολείται με φυσικά τοπία και απευθύνεται κύριως σε άτομα που είναι φυσιολάτρες και λάτρες της υπαίθρου προσφέρει πάρα πολλά στον τομέα της ευαισθητοποίησης προς το περιβάλλον.

3. Άμεσες οικονομικές εισφορές : Ο τουρισμός με πολλές περιπτώσεις συνεισφέρει άμεσα στην επιβίωση περιοχών και κατοικιών. Πολλές φορές συγκεντρώνονται αρκετά μεγάλα ποσά για αυτούς τους σκοπούς με κυριότερες πηγές τους tour operators αλλά και εύπορους τουρίστες. Άλλες πηγές τέτοιων εσόδων μπορεί να είναι επιπλέον φόροι σε εισόδους πάρκων που έχουν σαν πολιτική τους τη συλλογή χρημάτων για τέτοιους σκοπούς. Ένα τέτοιο παράδειγμα άμεσης οικονομικής εισφοράς είναι ο tour operator “Discovery Initiatives” ο οποίος προσφέρει σε ετήσια βάση το ποσό των \$45.000 στο εθνικό πάρκο Tanjing Putting ποσό το οποίο χρησιμοποιείται για την πληρωμή του προσωπικού του πάρκο( [www.traveldailynews.com](http://www.traveldailynews.com) )

4. Βελτίωση τουριστικού σχεδιασμού και διαχείρισης του περιβάλλοντος : Αυτό το κομμάτι αναφέρεται κυρίως στις ξενοδοχειακές μονάδες γιατί μόνο μέσω αυτών μπορεί να επέλθει αυτή η βελτίωση. Για να επιτευχθεί η ελεγχόμενη ανάπτυξη απαιτείται πολύ προσεκτικός σχεδιασμός βασισμένος στα περιβαλλοντικά αποθέματα της περιοχής. Ο σχεδιασμός αυτός βοηθά κυρίως στο να αναπτύσσονται περιοχές με πρώτιστο στόχο τη βιωσιμότητα της περιοχής έτσι επιτυγχάνεται η αποφυγή λαθών που στοιχίζουν και αποφεύγονται οι αρνητικές συνέπειες στο περιβάλλον , που είναι ευρέως αξιοποιήσιμο στον τομέα του τουρισμού. Τέτοια παράδειγματα ελεγχόμενης ανάπτυξης είναι κατασκευή των επονομαζόμενων “πράσινων εγκαταστάσεων” οι οποίες κατά την κατασκευή τους ακολουθούν μερικές από τις παρακάτω μεθόδους :

1. Χρησιμοποίηση του “ελεγχόμενου ξύλου” μια διαδικασία η οποία έχει σαν στόχο τον ισοζυγισμό μεταξύ ζήτησης και προσφοράς του ξύλου. Το



ελεγχόμενο ξύλο προέρχεται από τα ελεγχόμενα δάση όπου η κοπή και η διάθεση ξύλου γίνεται με βάση τον αριθμό των δέντρων που μεγαλώνουν στα δάση αυτά.

2. Χρησιμοποίηση υλικών που δεν μολύνουν το περιβάλλον όπως είναι το ατσάλι, ώστε να αποφεύγεται η σπατάλη ενέργειας.
3. Χρησιμοποίηση κατάλληλων αποχετευτικών συστημάτων και
4. Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας ([www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org)).

Επίσης μεγάλη έμφαση πρέπει να δοθεί στη σωστή διαχείριση των λυμάτων το οποίο αποτελεί μεγάλο περιβαλλοντικό πρόβλημα ιδιαίτερα στην ξενοδοχειακή βιομηχανία. Στο σημείο αυτό θα ήταν καλό να αναφερθούν κάποια παραδείγματα που δείχνουν το πόσο μείζον θέμα είναι η προστασία του περιβάλλοντος και πόσο μεγάλη συμμετοχή έχει ο κλάδος του τουρισμού στην προσπάθεια αυτή.

Το περιβάλλον κινδυνεύει και αυτό έχει κινητοποιήσει όλο τον κόσμο σε μια προσπάθεια να το προστατέψουν με οποιοδήποτε τρόπο έτσι η Ευρώπη μέσω του κλάδου των αερομεταφορών πιέζει προς αυτή την κατεύθυνση μέσω μιας πρωτοβουλίας σε συνεργασία με μεγάλες Ευρωπαϊκές εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της αεροναυτιλίας. Η εν λόγω πρωτοβουλία έχει την ονομασία "clean sky" και επήλθε με τη συνεργασία της Airbus, Dassault, Saab και της Rolls Royce. Για τον σκοπό αυτό έχει συγκεντρωθεί το ποσό των 1.6 δισεκατομμυρίων ευρώ εκ του οποίου το μισό ποσό το έχει καταβάλει η Ευρωπαϊκή Ένωση. Η συμβολή της κομισιόν και αυτών των μεγάλων εταιριών σε μια τέτοιου είδους πρωτοβουλία είναι λογικό ότι οριοθετούν μεγάλους στόχους μέσω του "clean sky" τους οποίους και παραθέτουμε πιο κάτω :

1. 40% μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα
2. 40% μείωση εκπομπών νιτρώδους οξειδίου
3. Μείωση 20 decibel στην εκπομπή ήχων
4. Μείωση 2-3 δις. Τόνων στην εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα με χρονικό ορίζοντα 40 χρόνων. ([www.newsvote.bbc.co.uk](http://www.newsvote.bbc.co.uk))



Παράλληλα με την πιο πάνω πρωτοβουλία και τους στόχους που έχει θέσει, η Ευρωπαϊκή επιτροπή τον περασμένο μήνα παρουσίασε μια σειρά μέτρων που αφορούν την κατασκευή των αεροσκαφών (τεχνικό κομμάτι) και τα οποία θα βοηθήσουν στο να μειώσουν κατά 50% την εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα μέχρι το 2020. Τα συγκεκριμένα μέτρα είναι τα εξής :

1. Σχεδίαση σταθερών φτερών " smart wings "
2. Χαμηλό βάρος και χαμηλός περιφερειακός ήχος αεροσκάφους
3. Καινοτόμες λεπίδες στους ανεμιστήρες των μηχανών
4. Βιώσιμες " πράσινες " μηχανές
5. Οικο – σχεδίαση για τη μείωση της κατανάλωσης καυσίμων καθώς και μεγιστοποίηση της ανακύκλωσης των παλαιών αεροσκαφών.

([www.newsvote.bbc.co.uk](http://www.newsvote.bbc.co.uk))

**" Πράσινες πτήσεις " :** Δοκιμαστική πτήση με τη βοήθεια συνθετικού καυσίμου που παράγεται από φυσικό αέριο και θεωρείται πιο αποδοτικό και καθαρό από τη συμβατική κηροζίνη πραγματοποίησε ένα Airbus A380. Το μεγαλύτερο επιβατικό αεροσκάφος στον κόσμο, που έφερε την επιγραφή "Πιο πράσινο, πιο καθαρό, πιο ήσυχο, πιο έξυπνο", πέταξε από το Φίλτον, κοντά στο Μπρίστολ, μέχρι την Τουλούζη, όπου βρίσκεται και το εργοστάσιο συναρμολόγησης του νέου αεροσκάφους. Τρεις από τους κινητήρες τροφοδοτούνταν με κηροζίνη, ενώ ο τέταρτος έκαιε GLT (Gas-to-Liquid, αέριο σε υγρό), το συνθετικό καύσιμο της Shell. Το νέο καύσιμο προσφέρει αυξημένη απόδοση καύσης καθώς και "σημαντικά μειωμένες εκπομπές τοπικών ρύπων, όπως τα σωματίδια, το μονοξειδίο του άνθρακα και τα οξειδία του αζώτου. Η δοκιμή πραγματοποιήθηκε έπειτα από συμφωνία της Shell, της Airbus, της Rolls Royce και της Qatar Airways. Το Κατάρ ετοιμάζει διυλιστήριο που θα παράγει GLT και η Qatar Airways ελπίζει να γίνει η πρώτη αεροπορική εταιρεία που θα το χρησιμοποιήσει. Τα σχέδια της Airbus περιλαμβάνουν επίσης δοκιμαστικές πτήσεις με βιοκαύσιμα το 2009.([www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr))

Συνέχεια σε αυτή προσπάθεια των αεροπορικών εταιρειών ήρθε να δώσει η αεροπορική εταιρία Virgin Atlantic η οποία εκτέλεσε με επιτυχία την δεύτερη πτήση επιβατικού αεροσκάφους (χωρίς επιβάτες) με τη χρήση βιοκαυσίμων. Το Boeing 747 της Virgin Atlantic πραγματοποίησε πτήση από το αεροδρόμιο Χίθροου του Λονδίνου μέχρι το Αμστερνταμ, κάνοντας χρήση καυσίμων τα οποία παρήχθησαν από μείγμα ξηρών καρπών «μπαμπάσου» και ινδικής καρύδας καθώς και ένα μέρος κηροζίνης, ανοίγοντας νέα σελίδα σε αεροπορικά ταξίδια πιο φιλικά προς το περιβάλλον αλλά και οικονομικότερα.



### **2.3.3. Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη**

Η αειφόρος ανάπτυξη διατυπώθηκε για πρώτη φορά υπό μορφή διακήρυξης το 1992 στο Ρίο και με την οποία επιχειρήθηκε για πρώτη φορά μια συνολική προσέγγιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων. Αειφόρος ανάπτυξη ορίζεται ως η κάλυψη των αναγκών του παρόντος χωρίς να μετριάζεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες. Ο τομέας του τουρισμού αποτελεί κύρια οικονομική δραστηριότητα διεθνώς και σχετίζεται άμεσα με τη προστασία του περιβάλλοντος και την διαφύλαξη των περιβαλλοντικών πόρων, άρα η αρχή αυτή έχει άμεση επίδραση και στον τουρισμό.

**Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη** ορίζεται σαν η ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού χωρίς να καταστρέφονται οι φυσικοί και τουριστικοί πόροι του καθώς επίσης και το περιβάλλον για να μπορεί ο προορισμός στο μέλλον να προσελκύσει και άλλους τουρίστες για να απολαύσουν τους πόρους του και το περιβάλλον του. Η αειφόρος τουριστική είναι το μοντέλο





τουριστικής ανάπτυξης το οποίο όλα τα κράτη , στις μέρες μας θέτουν σαν την κύρια βάση για την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής. Η αειφόρος ανάπτυξη απεύθυνεται σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως αγροτουρισμός , περιβαλλοντικός τουρισμός , τουρισμός υπαίθρου κ.α (Σφακιανάκης ,2000,σελ 174)

Εάν ο κύριος στόχος που θέτουν οι κυβερνήσεις κατά τον τουριστικό τους σχεδιασμό είναι η αειφόρος ανάπτυξη , πρέπει να εφαρμόζονται και οι σωστές αρχές και μέθοδοι που διέπουν την αειφορία και μερικές από αυτές είναι :

1. Παροχή τουριστικών υπηρεσιών με τέτοιο τρόπο ώστε να ελαχιστοποιούνται οι περιβαλλοντικές επιδράσεις.
2. Συντηρητική χρήση των φυσικών πόρων
3. Μείωση της υπερκαταναλωσης και των ρυπών

Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού τα τελευταία χρόνια οδήγησε στην ανεξέλεκτη του πορεία. Η μεγάλη τουριστική χρήση και ανάπτυξη τουριστικών προορισμών για να ικανοποιηθεί η τουριστική ζήτηση που σκοπό έχει μόνο το κέρδος υπερβαίνοντας τα όρια της **φέρουσας ικανότητας** είχε σαν αποτέλεσμα την καταστροφή των φυσικών πόρων των προορισμών με αποτέλεσμα αυτοί οι προορισμοί να μην ελκύουν πλέον τους τουρίστες αφού το προϊόν που είχαν να δείξουν έχει πλέον καταστραφεί. Σε αυτές τις περιπτώσεις είναι πολύ δύσκολο να γίνει κάτι για να επιστρέψει ο τουρισμός στην περιοχή αυτή και η περιοχή παύει να αποτελεί τουριστικό προορισμό. (Gartner , 2001 , σελ 139).

Από όσα ειπώθηκαν πιο πάνω μπορούμε να καταλάβουμε ότι ο τουρισμός κυρίως με την μορφή του σαν μαζικός αποτελεί μεγάλη απειλή για τις περιοχές όπου αναπτύσσεται και όλοι ψάχνουν τη λύση μέσω της αειφόρου ανάπτυξης. Τα τελευταία χρόνια η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη αποτελεί τη βάση πλέον για τις παρθένες περιοχές που ενδέχεται να αναπτυχθούν τουριστικά. Μέσα από αυτό το μοντέλο ανάπτυξης όλοι ευελπιστούν στο να σταματήσει η “κατοχή” του μαζικού τουρισμού και να



αναπτυχθούν οι εναλλακτικές μορφές του οι οποίες έχουν σαν πρωτόρημά τους την προστασία του περιβάλλοντος.

#### **2.4. Κοινωνικές - πολιτιστικές επιδράσεις**

Η τρίτη και τελευταία κατηγορία των επιδράσεων του τουρισμού είναι οι κοινωνικές – πολιτιστικές. Αυτή η κατηγορία σε σχέση με τις δύο προηγούμενες είναι δύσκολο να μετρηθεί. Σε αυτή την κατηγορία ο τουρισμός έχει θετικές και αρνητικές επιδράσεις. Οι κοινωνικές – πολιτιστικές επιπτώσεις ξεκινούν από τη στιγμή που συναντώνται διάφορες κουλτούρες ανθρώπων (τουρίστες - ντόπιοι). Γενικά ντόπιοι και τουρίστες έρχονται σε άμεση επαφή:

- α.** Όταν οι τουρίστες αγοράζουν υπηρεσίες και αγαθά από τους κατοίκους
- β.** Όταν ντόπιοι και τουρίστες μοιράζονται τουριστικές εγκαταστάσεις (clubs , εστιατόρια , παραλίες)
- γ.** Όταν ντόπιοι και τουρίστες έχουν σαν κοινό στόχο την ανταλλαγή κουλτούρων.

Παρακάτω θα αναλύσουμε πως δημιουργούνται οι κοινωνικές – πολιτιστικές επιπτώσεις.

##### **2.4.1. Αρνητικές επιπτώσεις**

Η αρνητικές κοινωνικές - πολιτιστικές επιδράσεις συνήθως προέρχονται από την άμεση επαφή μεταξύ τουριστών και κατοίκων και αυτό γίνεται λόγω της διαφοράς στην κουλτούρα που υπάρχει μεταξύ τους.

**1.Αλλοίωση τοπικής κουλτούρας :** Οι τουρίστες λόγω της μεγαλύτερης οικονομικής ευμάρειας που διαθέτουν αναπτύσσουν δραστηριότητες αναψυχής χωρίς να υπολογίζουν το κόστος τους και αυτό λόγω του ότι βρίσκονται σε διακοπές. Οι κάτοικοι βλέποντας αυτή την κουλτούρα που επιδουκνείουν οι τουρίστες προσπαθούν να την μιμηθούν δείχνοντας κάποιου είδους ισχύος. Οι επιπτώσεις που έχει αυτό το φαινόμενο είναι ότι το ενδιαφέρον όλων και κυρίως των νέων της περιοχής στρέφεται αποκλειστικά στον τουρισμό αγνοώντας πλήρως τις ντόπιες και παραδοσιακές



δραστηριότητες (γεωργία , κτηνοτροφία) , ακολουθούν τη ξενόφερτη μόδα όσο αναφορά την ενδυμασία καθώς επίσης αλλοιώννεται και η τοπική γλώσσα και σαν τελικό αποτέλεσμα όλων αυτών είναι η εξαφάνιση των ηθικών αξιών.

**2. Διαχωρισμός ντόπιων και τουριστών :** Ένα άλλο φαινόμενο που οδηγεί σε αρνητική κοινωνική επίδραση είναι αυτό του αποκλεισμού των ντόπιων κατοίκων στο να απολάυσουν τουριστικές υπηρεσίες ή απαγόρευση εισόδου τους σε clubs ή και ακόμα ο αποκλεισμός τους στο να εργαστούν σε τουριστικές επιχειρήσεις , αυτό συνήθως γίνεται όταν οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων είναι ξένοι (από άλλη χώρα ή άλλη περιοχή της χώρας) και το κάνουν αυτό λόγω του ότι το ξένο εργατικό δυναμικό είναι πιο φθινό.

*(Cooper et al , 1998 ,σελ 176).*

**3. Αλλοίωση ντόπιας αρχιτεκτονικής :** Οι αλλοιώσεις στην αρχιτεκτονική της περιοχής αντικαθιστώντας τα παραδοσιακά κτίρια με ξενόφερτη αρχιτεκτονική καθώς επίσης αλλοιώσεις επιδέχονται και αρχαία μνημεία , αρχαιολογικών χώρων ακόμα και ναών.(Χαρακτηριστικό παραδειγμα αλλοίωσης ναού είναι ο ναός της Αγίας Νάπας στο ομώνυμο τουριστικό θέρετρο στην Κύπρο) , η αντικατάσταση των παραδοσιακών εθίμων και ηθών από ξενόφερτα ήθη και έθιμα , ο ερχομός τουριστών με ανάρμοστη συμπεριφορά , η αύξηση της εγκληματικότητας , διακίνηση ναρκωτικών , συχνές συγκρούσεις μεταξύ ντόπιων και τουριστών και τέλος οι γάμοι μεταξύ ντόπιων και τουριστών.

**4. Αλλοίωση δημογραφικού χαρακτήρα :** Αυτή η επίπτωση την συναντάμε κυριώς σε νησιά όπου γνωρίζουν την τουριστική ανάπτυξη. Οι τουρίστες ενθουσιασμένοι από την ομορφιά κάποιων περιοχών προχωρούν στην αγορά κατοικίας και έτσι με τα χρόνια ο πληθυσμός τους αυξάνεται και πολλές φορές ξεπερνά και τον τοπικό πληθυσμό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το χωριό Πέγεια στην Πάφο όπου τα τελευταία χρόνια ο οικοδομικός οργανισμός στην περιοχή προσέλκυσε ξένους (στην πλειοψηφία τους Αγγλούς συνταξιούχους ) στο να αγοράσουν κατοικίες εκεί για να ζήσουν μόνιμα με αποτέλεσμα η όμορφη γραφική πλαγιά να γίνει μια αγγλική παροικία.



#### **2.4.2. Θετικές επιδράσεις**

Εκτός όμως από τις αρνητικές επιδράσεις σε μια περιοχή όπως αναφέρθηκε και στην αρχή της ενότητας ο τουρισμός έχει και θετικές κοινωνικές – πολιτιστικές επιδράσεις.

1. Βελτίωση ποιότητας ζωής της ντόπιας κοινωνίας : Όπως ειπώθηκε και πιο πάνω η τουριστική ανάπτυξη σε μια περιοχή προσφέρει πολλά ωφέλη όπως νέες θέσεις εργασίας , βελτίωση του βιοτικού επιπέδου , κατασκευή δρομών , λιμανιών , δημιουργία νοσοκομείων , αθλητικών εγκαταστάσεων κ.α και όλα αυτά τα απολαμβάνουν μαζί με τους τουρίστες και κάτοικοι των κοινοτήτων.

2. Διατήρηση των παραδόσεων : Ο τουρισμός συμβάλλει θετικά στην διατήρηση των παραδοσεών και στην ανάπτυξη της πολιτιστικής κουλτουρας της κοινότητας υποδοχής συμμετέχοντας σε διάφορα φεστιβάλ , θεατρικές παραστασεις κ.α.

3. Προβολή τοπικών προβλημάτων στο εξωτερικό : Επίσης μια άλλη μεγάλης σημασίας θετική κοινωνική επίδραση του τουρισμού είναι ότι μέσω του τουρισμού μπορούν να προβληθούν τα προβλήματα της γύρω περιοχής όπως γίνεται με το τουριστικό θέρετρο του Πρωταρά στην Κύπρο το οποίο βρίσκεται δίπλα από την κατεχόμενη πόλη της Αμμοχώστου προβάλλοντας το πρόβλημα της κατοχής στην Κύπρο.

4. Προβολή μνημείων : Ο τουρισμός εκτός από αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει σε ιστορικά μνημεία πολλές φορές μετατρέπεται σε σωσίας για πολλά από αυτά και αυτό γιατί πολλοί προορισμοί οι οποίοι έχουν πολιτιστική κληρονομιά λόγω της τουριστικής τους ανάπτυξης πολλές φορές γίνονται προστατευόμενες περιοχές κυρίως από την UNESCO με σκοπό τη προστασία της κληρονομιάς αυτής. Παράδειγμα αποτελεί η Πάφος η οποία χάρη στην τουριστική της ανάπτυξη αποτελεί προστατευόμενη πόλη της UNESCO και η μεγάλη της πολιτιστική κληρονομιά προστατεύεται.



### **2.4.3. Επιπτώσεις τουριστών**

Αναλύσαμε πιο πάνω τις επιπτώσεις οι οποίες αφορούν την κοινότητα υποδοχής και που προέρχονται από την τουριστική ανάπτυξη. Να δούμε όμως πως οι τουρίστες προκαλούν κοινωνικές – πολιτικές επιπτώσεις. Οι τουρίστες στον προορισμό όπου επιλέγουν να ταξιδέψουν ξέρουν για πιο σκοπό πάνε και τι είδους τουριστική δραστηριότητα θα κάνουν, έτσι αναπτύσσουν τη δική τους τουριστική κουλτούρα στους τουριστικούς προορισμούς. Εδώ αξίζει να αναφέρουμε τις κατηγορίες των τουριστών ως προς την επιλογή προορισμού που διατύπωσε ο **Stanley Plog's (1977)**. Ο Stanley Plog's διακρίνει τους τουρίστες σε:

**α.Αλλοκεντρικούς:** Είναι αυτοί που επικεντρώνονται στα περιβαλλοντικά και πολιτιστικά ενδιαφέροντα έχουν ψηλό βιοτικό επίπεδο (ψηλό εισόδημα) είναι δραστήριοι και δεν απαιτούν πολυτέλεια.

**β.Ψυχοκεντρικούς:** Είναι αυτοί που επιδιώκουν να πηγαινούν γνωστά περιχώρα έχουν χαμηλό βιοτικό επίπεδο (χαμηλό εισόδημα) δεν είναι δραστήριοι και απαιτούν πολυτέλεια.

Η τουριστική κουλτούρα είναι σαν μια αλυσίδα δηλαδή η συμπεριφορά των τουριστών διαμορφώνεται με την συμπεριφορά που είχαν οι προηγούμενοι τουρίστες. Ανάλογα με το είδος της τουριστικής δραστηριότητας που διαμορφώνεται σε ένα προορισμό ανάλογη είναι και η διαφορά κουλτούρας των κατοίκων και των τουριστών και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την μη αποδοχή του τουρισμού και στις αντιδράσεις από τους κατοίκους γιατί αδυνατούν να γίνουν και αυτοί ένα κομμάτι της τουριστικής κουλτούρας. *(Gartner , 2001 , σελ 205)*.

Από τις παραπάνω κοινωνικές – πολιτιστικές επιδράσεις του τουρισμού βλέπουμε ότι ο τουρισμός από τη μια όψη του νομίσματος αποτελεί δραστηριότητα η οποία μπορεί να αλλοιώσει την εικόνα μιας περιοχής αρνητικά και από την άλλη όψη επιδρά θετικά. Η κοινωνικές και πολιτιστικές επιδράσεις δεν μπορούν να μετρηθούν όμως αποτελούν αντικείμενο μελέτης



και παρατήρησης και αυτό γιατί αυτή η κατηγορία επηρεάζει άμεσα τη ζωή και την κουλτουρά των κατοίκων των κοινοτήτων υποδοχής.





### **Κεφάλαιο 3: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού**

Μια μεγάλη κατηγορία του τουρισμού είναι αυτή των εναλλακτικών μορφών του τουρισμού κατ' αναλογία και κατ' επέκταση , είναι μια από τις από τις πολλές μορφές τουρισμού που υπάρχουν και μπορεί να αντικατασταθεί ή να αντικαταστήσει μια άλλη μορφή τουρισμού.

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει τις ρίζες από τα παλιά χρόνια. Αν παραπέμψουμε στην τουριστική βιβλιογραφία μας αποδεικνύει ότι μερικές μορφές του τουρισμού όπως ο επαγγελματικός , αθλητικός , ιαματικός κ.α έχουν υπάρξει και αναπτυχθεί από την αρχαιότητα κατά τις πρώτες περιόδους εμφάνισης του τουρισμού.

Ο όρος “Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού” άρχισε να χρησιμοποιείται τη δεκαετία του 1970 με σκοπό να προβάλλει τις νέες αυτές μορφές τουρισμού αλλά και να διαχωρίσει τις δραστηριότητες τους από τον μαζικό τουρισμό . Η ανάπτυξη αυτών των μορφών τουρισμού και η υιοθέτησή τους από τον κόσμο μπορεί να χαρακτηριστεί σαν η μεγάλη “γρονθιά” εις βάρος του μαζικού τουρισμού ο οποίος με την “κατοχή” του τα τελευταία χρόνια έχει επιφέρει πολλές περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις σε πολλούς προορισμούς όπως η Αγία Νάπα , η Μύκονος , η Ίμπιζα κ.α.

Πάρακατω θα διατυπωθούν οι σημαντικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες εκτός από τις οικονομικές επιδράσεις που είχαν βοήθησαν και συνέβαλαν στο να αναπτυχθούν απόμακρες περιοχές στα πλαίσια πάντοτε της αειφόρου ανάπτυξης. *(Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας σελ 105)*



### **3.1. Αγροτουρισμός**

Μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που πρωτοεμφανίστηκε τη δεκαετία του 1960 στις Η.Π.Α και αναφέρεται σε δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού σε γραφικά χωριά και σε αγροτικές περιοχές . Ο αγροτουρισμός μέσω της ανάπτυξης των δραστηριοτήτων του , αποσκοπεί στην οικονομική και την κοινωνική αναβάθμιση των αγροτικών περιοχών και γενικότερα της υπαίθρου, με την ανάδειξη και στήριξη:

- της ήπιας και μικρής κλίμακας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών
- της τοπικής αγροτικής παραγωγής
- της δημιουργίας και εμπορίας παραδοσιακών προϊόντων
- του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου της κάθε περιοχής

Ο αγροτουρισμός χωρίζεται σε 2 κατηγορίες , το γεωργικό τουρισμό και τον αγροτουρισμό και αυτό γιατί μπορεί να ασκηθεί με 2 τρόπους.

Ο πρώτος τρόπος είναι να περάσει κάποιος τη διαμονή του σε φάρμα ή ράντζο (Η.Π.Α) μαζί με τους γεωργούς ή κτηνοτρόφους και παράλληλα να παίρνει μέρος στις εργασίες και δραστηριότητες που εκτελούν οι ντόπιοι κάτοικοι όπως μάζεμα ελιών , άρμεγμα , συντήρηση ζώων κτλ. Ο τουρίστας στην κατηγορία αυτή ζει την καθημερινότητα των ανθρώπων αυτών βοηθώντας τους παράλληλα. Η κατηγορία αυτή είναι ο “ γεωργικός τουρισμός ” .



Ο δεύτερος τρόπος είναι αυτός όπου ο τουρίστας επιλέγει να μείνει σε κάποιο κατάλυμα ( ξενοδοχείο , ενοικιαζόμενα δωμάτια κτλ ) του οποίου η τοποθεσία του είναι κοντά σε γραφικά χωριά ή αγροτικές περιοχές και οι δραστηριότητες που εκτελούν είναι επισκέψεις στα χωριά αυτά , η περιδιάβαση μονοπατιών της φύσης η αγορά τοπικών προϊόντων . Τόσο στην ελληνική όσο και στη ξένη βιβλιογραφία ο όρος “ γεωργικός τουρισμός ” δε χρησιμοποιείται . Ο όρος αυτός ταυτίζεται με τον αγροτουρισμό , γι’ αυτό και οι δυο έννοιες εξετάζονται μαζί μιας τους συνδέει η αγροτική φύση. *(Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας σελ 121) , (www.agrotravel.gr)*

### **3.2. Τουρισμός Υπαίθρου**

Ο υπαίθριος τουρισμός περιλαμβάνει κάθε μορφή τουρισμού που εκδηλώνεται και λαμβάνει χώρα στην ύπαιθρο. Μερικά παραδείγματα υπαίθριου τουρισμού είναι ο χιονοδρομικός τουρισμός σε χιονισμένα βουνά , αγροτουρισμός κτλ. Η στροφή του ανθρώπου προς αυτήν την εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι ανάλογη με την οικονομική και τεχνολογική ανάπτυξη των κοινωνιών , δηλαδή έχει αναπτυχθεί παράλληλα με την κοινωνική ανάπτυξη σε όλα τα επίπεδα και έχει εδραιωθεί σαν αντίδραση του ανθρώπου απέναντι στο σημερινό πιεστικό τρόπο ζωής ιδιαίτερα στα μεγάλα αστικά κέντρα. Μερικοί από τους παράγοντες που ωθούν τον άνθρωπο για να κάνει υπαίθριο τουρισμό είναι :

1. Το ενδιαφέρον του ανθρώπου για το περιβάλλον
2. Η αναζήτηση της φυσικής ομορφιάς και του φυσικού αέρα
3. Η αναζήτηση της ηρεμίας
4. Το ανθρωπινό ενδιαφέρον για θέματα υγείας

### **3.3. Επαγγελματικός - Συνεδριακός τουρισμός**

Τα τελευταία χρόνια η παγκόσμια οικονομική και επιχειρηματική ανάπτυξη οδήγησε στην αναγνώριση του συνεδριακού τουρισμού αφού οι επαγγελματίες πολύ συχνά ταξιδεύουν σε άλλες χώρες για συνέδρια. Ο

επαγγελματικός τουρισμός αναπτύσσεται όταν οι επαγγελματίες αυτοί ακτός από τις επαγγελματικές τους δραστηριότητες προβαίνουν την εκτέλεση τουριστικών δραστηριοτήτων όπως επίσκεψη σε μνημεία , ξενάγηση στις διάφορες πόλεις , επίσκεψη σε spa κτλ.

Αυτή η μορφή τουρισμού διακρίνεται ανάλογα με το κριτήριο του σκοπού για τον οποίο γίνεται το επαγγελματικό ταξίδι. Εάν ο σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή σε συνέδριο τότε αναπτύσσεται η μορφή του συνεδριακού τουρισμού. Πολλές φορές στα πλαίσια των εργασιών των συνεδρίων οι οργανωτές προβαίνουν σε κάποιες τουριστικές δραστηριότητες (εκδρομές , περιήγηση στην πόλη κτλ) ή σε άλλες περιπτώσεις οι σύνεδροι προβαίνουν σε τέτοιες δραστηριότητες από μόνοι τους.

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού έφερε μεγάλες αλλαγές και στις ξενοδοχειακές μονάδες , ειδικά στις μεγάλες αφού επενδύθηκαν πολύ μεγάλα ποσά για τη δημιουργία συνεδριακών κέντρων και τον εξοπλισμό αυτών. Έπισης ο συνεδριακός τουρισμός λόγω της μεγάλης του σημασίας αποτελεί και αντικείμενο σπουδών σε Μεταπτυχιακό επίπεδο αφού πολλά ξενοδοχεία παγκόσμιων αλυσίδων και όχι μόνο διαθέτουν τμήμα συνεδριακού τουρισμού που απαρτίζονται από νεαρά και ικανά στελέχη με τις σχετικές ακαδημαϊκές γνώσεις στο αντικείμενο .



Ο επαγγελματικός τουρισμός πρωτοεμφανίστηκε στις Η.Π.Α τη δεκαετία του 1960 και αμέσως διαδόθηκε στις χώρες τις Δυτικής Ευρώπης , στην Ιαπωνία και αργότερα σε όλες τις επιχειρηματικά και οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες. *(Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας σελ 117) , (news.pathfinder.gr)*

### **3.4. Αθλητικός τουρισμός**

Στις μέρες μας ο αθλητισμός και ο τουρισμός αποτελούν δύο μεγάλους κοινωνικούς θεσμούς , που σε πολλές περιπτώσεις συσχετίζονται μεταξύ τους και έχουν άμεσες αλληλεπιδράσεις. Οι δύο αυτοί θεσμοί γνώρισαν τη μεγάλη εξέλιξη ειδικότερα μετά το 1960 και αποτελούν σήμερα δύο κερδοφόρες βιομηχανίες που αποφέρουν τεράστια κέρδη. Ο συνδυασμός που προκύπτει από τις τουριστικές και τις αθλητικές δραστηριότητες και η ταύτιση του χρόνου των διακοπών με το χρόνο της πραγματοποίησης των μεγάλων αθλητικών γεγονότων αποτέλεσαν την κύρια αιτία για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού ο οποίος αποτελεί μια νέα μορφή τουρισμού.



Ο όρος “αθλητικός τουρισμός” χρησιμοποιείται από το 1985 και διεκδικεί σήμερα πολύ σημαντικό μερίδιο αγοράς τουρισμού διεθνώς, γι’αυτό και μελετάται ξεχωριστά. Πρωτοπόροι στο είδος αυτό είναι σήμερα η Αυστρία, η Νέα Ζηλανδία, η Αυστραλία , ο Καναδάς, η Κύπρος, η Γαλλία και η Ισπανία. Σε γενικές γραμμές ο όρος “αθλητικός τουρισμός” μπορεί να διατυπωθεί σαν η ανάμειξη κάποιου ανθρώπου σε αθλητικές δραστηριότητες οι οποίες διενεργούνται μακριά από τη μόνιμη του κατοικία. Οι δραστηριότητες αυτές μπορεί να είναι οργανωμένες μπορεί και όχι. Ο βασικότερος σκοπός του αθλητικού τουρισμού είναι η άσκηση τουλάχιστο ενός αθλήματος κατα τη διάρκεια των διακοπών. Μερικά από τα αθλήματα που μπορεί να ασκήσει ο τουρίστας είναι η ποδηλασία , το γκόλφ , ποδόσφαιρο , ορειβασία , σκί και πολλά άλλα. Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να ασκηθεί μέσω 5 τρόπων που στην ουσία αποτελούν και τις 5 του μορφές και είναι οι παρακάτω :

1. Προπονητικός τουρισμός-επαγγελματικές ομάδες
2. Παρακολούθηση – θέαση γεγονότων
3. Συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα
4. Υπαίθριες δραστηριότητες



## 5. Άθληση – ψυχαγωγία ξενοδοχείων

Για να αναπτυχθεί αυτή η μορφή τουρισμού το βασικό συστατικό είναι η σωστή υποδομή από πλευράς ξενοδοχείων αλλά και των τουριστικών προορισμών. Πρέπει τα ξενοδοχεία να διαθέτουν χώρους άθλησης αλλά και γυμναστές ούτως ώστε να επιτυγχάνεται η σωστή γύμναση των τουριστών. Μπορεί να απαιτείται ένα αρκετά μεγάλο ποσό για τη δημιουργία τέτοιου είδους εγκαταστάσεων όμως το κέρδος των ξενοδοχείων (εκτός του οικονομικού) είναι πολύ μεγαλύτερο και πάνω από όλα προσφέρει στον πελάτη – τουρίστα ποιότητα στις παρεχόμενες υπηρεσίες. *(Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας σελ 116) , (news.pathfinder.gr)*

### **3.5 Εκθεσιακός τουρισμός**

Ο εκθεσιακός τουρισμός είναι η μορφή η οποία αναπτύσσεται με πολύ ψηλούς ρυθμούς στις μέρες μας και αυτό βέβαια οφείλεται στην παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη. Πολλοί συσχετίζουν το είδος αυτό με τον επαγγελματικό τουρισμό και δεν έχουν άδικο γιατί όντως έχουν κάποια κοινά στοιχεία όμως σε καμία περίπτωση δεν είναι ακριβώς τα ίδια και αυτό γιατί ο εκθεσιακός τουρισμός ασκείται και από ανθρώπους που δεν είναι επιχειρηματίες. Για παράδειγμα σε μια τουριστική έκθεση θα πάνε οι επαγγελ-ματίες του κλάδου για να κλείσουν τις συμφωνίες τους , να προωθήσουν τα προϊόντα τους και να δουν τι κινείται στην αγορά , όμως την έκθεση θα την επισκεφθούν και άτομα τα οποία θέλουν να δουν ή να αγοράσουν κάποια προϊόντα . Οι εκθέσεις συνήθως οργανώνονται σε μεγάλες πόλεις ώστε οι επισκέπτες να μπορούν να κάνουν και άλλα είδη τουρισμού όπως ιαματικό τουρισμό , τουρισμό πόλης κ.α



Για να μπορέσει κάποιος προορισμός να αναπτύξει εκθεσιακό τουρισμό πρέπει να διαθέτει την κατάλληλη υποδομή όπως σύγχρονα εκθεσιακά κέντρα τα οποία να παρέχουν στους επισκέπτες όλες τις ανέσεις





όπως εστιατόρια , καφετέριες , χώρους στάθμευσης κτλ. (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας σελ 115).

Σε αυτό το κεφάλαιο αναλύθηκαν μερικές από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες στις μέρες μας έχουν αναπτυχθεί πάρα πολύ και συνεχίζουν να αναπτύσσονται . Οι ανάπτυξη αυτών των μορφών αλλά και πολλών άλλων εκτός από τα πολλά περιβαλλοντικά , οικονομικά και κοινωνικά οφέλη κατάφεραν σιγά σιγά να βάλουν στο περιθώριο τον τύπο του τουρισμού ο οποίος αποτελεί μεγάλη απειλή για πολλούς προορισμούς και αυτός η δεν είναι άλλος από το μαζικό τουρισμό. Ο κόσμος προτιμά τέτοιου είδους διακοπές γιατί του προσφέρουν χαλάρωση και ξεγνοιασιά ενώ το μεγάλο όφελος είναι ότι από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ότι βοηθούν τον κλάδο να αναπτύσσεται και να αναβαθμίζεται αφού απαιτούν ειδικές εγκαταστάσεις για να μπορούν να λειτουργήσουν. Παράλληλα μέσα από αυτές τις μορφές προβάλλονται απόμακροι πολιτισμοί και κουλτούρες μικρών χωριών και αγροτικών περιοχών.



## **Κεφάλαιο 4. Κύπρος – Σύγχρονη ιστορία**

Η Κύπρος βρίσκεται στο βορειοανατολικό άκρο της Μεσογείου και είναι το τρίτο σε μέγεθος νησί μετά τη Σαρδηνία και τη Σικελία. Έχει έκταση 9.251 τετραγωνικά χιλιόμετρα, μέγιστο μήκος 240 χιλιόμετρα και μέγιστο πλάτος 100 χιλιόμετρα. Η Κύπρος απέχει 800 χιλιόμετρα από την Ηπειρωτική Ελλάδα και 380 χιλιόμετρα από τη Ρόδο και την Κάρπαθο. Στα βόρεια της Κύπρου βρίσκεται η Τουρκία, η οποία απέχει μόνον 75 χιλιόμετρα από τις βόρειες ακτές της. Στα ανατολικά είναι η Συρία (105 χιλιόμετρα) και στα νότια η Αίγυπτος (380 χιλιόμετρα). Πρωτεύουσα της Κύπρου είναι η Λευκωσία και οι άλλες πόλεις είναι η Λεμεσός, η Λάρνακα και η Πάφος. Υπό τουρκική κατοχή βρίσκονται η Αμμόχωστος και η Κερύνεια.

### **4.1. Σύγχρονη ιστορία του νησιού**

Το γεγονός ότι η γεωγραφική θέση της Κύπρου τυχάνει να είναι υψηλής στρατηγικής σημασίας έκανε την Κύπρο να είναι από την αρχαία ιστορία καταδικασμένη να δέχεται συνεχώς κατακτητές. Φράγκοι, Φοίνικες, Βενετοί, Άραβες, Σαρακινοί είναι μερικοί από τους κατακτητές όσο αναφορά την αρχαία ιστορία. Το 1571 η Κύπρος ήταν κάτω υπό Οθωμανική διοίκηση και παραχωρήθηκε στους Βρετανούς το 1878 όπου το 1925 ανακηρύχθηκε Βρετανική αποικία. Ο πόθος των Κυπρίων για ένωση με την Ελλάδα η οποία ήταν ανεξάρτητη από το 1830 και με την οποία είχαν την ίδια γλώσσα και

θρησκεία ήταν μεγάλος. Η δυσαρέσκεια των Κυπρίων από για την αρνητική στάση της Βρετανίας όσο αναφορά την ένωση με την Ελλάδα οδήγησε στον εθνοαπελευθερωτικό αγώνα του 1955-1959 κατα των Βρετανών από την Ελληνοκυπριακή οργάνωση Ε.Ο.Κ.Α. Το 1960 και έπειτα από τις συμφωνίες Ζυρίχης – Λονδίνου η Κύπρος ανακηρύσσεται ανεξάρτητο κράτος. Η χαρά της ανεξαρτητο -



**Η κατεχόμενη Αμμόχωστος**

ποίησης του νησιού δεν κράτησε για πολύ. Στις 15 Ιουλίου του 1974 η στρατιωτική Χούντα των Αθηνών υπό τις διαταγές του Συνταγματάρχη Ιωαννίδη , που κυβερνούσε τότε την Ελλάδα προσπάθησε να ανατρέψει την δημοκρατικά εκλεγμένη κυβέρνηση του Μακάριου οργανώνοντας το πραξικόπημα εναντίον του. Την ευκαιρία δεν άφησαν να πάει χαμένη οι Τούρκοι οι οποίοι στις 20 Ιουλίου εισέβαλαν στο νησί από τις βόρειες ακτές στην περιοχή Πέντε Μίλι. Στις 16 Αυγούστου πραγματοποιήθηκε η δεύτερη επίδρομή των Τούρκων στο νησί καταλαμβάνοντας την τότε πιο ανεπτυγμένη πόλη στο νησί και έναν από τους καλύτερους τουριστικούς προορισμούς στη Μεσόγειο ,την Αμμόχωστο. Έκτοτε το 33% της εδαφικής έκτασης του νησιού βρίσκεται υπό τουρκική κατοχή. Το πλήγμα που υπέστη η Κύπρος κατά την Τουρκική εισβολή ήταν πραγματικά μεγάλο και διέλυσε όσα προσπάθησαν οι Κύπριοι να κτίσουν από τον καιρό της ανεξαρτησίας του νησιού.

Η ολοσχερή καταστροφή που υπέστη το νησί δεν στάθηκε όμως εμπόδιο στην περαιτέρω ανάπτυξή του. Με πολύ δουλειά και ζήλο ο Κυπριακός λαός προχώρησε μπροστά αφήνοντας πίσω την μαύρη αυτή σελίδα του Κυπριακού Ελληνισμού. Κατάφερε να γίνει ένα μεγάλο επιχειρηματικό κέντρο με πολύ δυνατή οικονομία όπου προσφέρει πρόσφωρο έδαφος σε ξένους επενδυτές να επενδύουν συνεχώς στο νησί. Ημερομηνία σταθμός στη σύγχρονη ιστορία της Κύπρου είναι η **1η Μαΐου 2004** όταν η Κύπρος με τη μεγάλη συμβολή της τότε Ελληνικής κυβέρνησης κατέστη



πλήρες και ισότιμο μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης χωρίς όρους και μάλιστα υπό κατοχή. Συνέχεια αυτής της μεγάλης πολιτικής νίκης του νησιού ήταν και η ένταξη της στην Ευροζώνη την **1η Ιαννουαρίου 2008** και την υιοθέτηση του ευρωπαϊκού νομίσματος αποχαιρετώντας για πάντα την Κυπριακή λίρα.



## **Κεφάλαιο 5. Τουριστική ανάπτυξη της Κύπρου**

### **5.1. Τα πρώτα χρόνια της τουριστικής βιομηχανίας – Τουρκική εισβολή και ανοικοδόμηση**

Οι βάσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού της Κύπρου είχαν τεθεί ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του 1960. Ο τομέας αναπτυσσόταν γοργά μέχρι και το καλοκαίρι του 1974, οπότε και έγινε η Τουρκική εισβολή στην Κύπρο. Η εισβολή είχε ως αποτέλεσμα την απώλεια των δύο πιο αναπτυγμένων τουριστικά περιοχών της Κύπρου, της Αμμοχώστου και της Κερύνειας, οι οποίες περιήλθαν υπό Τουρκική κατοχή, και ουσιαστικά την ολοσχερή σχεδόν καταστροφή της τουριστικής βιομηχανίας, αλλά και της οικονομίας γενικότερα. Συγκεκριμένα, υπό Τουρκική κατοχή περιήλθαν 13.000 περίπου κλίνες, οι οποίες αντιπροσώπευαν το 71,7% της συνολικής δυναμικότητας της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της Κύπρου, πλέον 5.000 κλίνες οι οποίες βρίσκονταν υπό ανέγερση και 40% περίπου των εστιατορίων και κέντρων αναψυχής. Η τεράστια ζημιά που υπέστη η Κυπριακή οικονομία κατέστησε αναγκαία τη λήψη δραστικών μέτρων, με στόχο την ταχύτερη δυνατή ανοικοδόμησή της. Για το σκοπό αυτό, η κυβέρνηση θεώρησε ότι η ανάπτυξη του τουρισμού θα ήταν η καταλληλότερη λύση για να ανθίσει και πάλι η οικονομία του νησιού. Κεντρικό ρόλο στην ανοικοδόμηση της τουριστικής βιομηχανίας κλήθηκε να διαδραματίσει ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού (ΚΟΤ), ο ημικρατικός οργανισμός που υπάγεται στο Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού, ο οποίος είναι υπεύθυνος για την ανάπτυξη, προώθηση και προβολή του Κυπριακού τουριστικού προϊόντος, την ρύθμιση και επίβλεψη της λειτουργίας όλων των τουριστικών επιχειρήσεων της Κύπρου. Η προσπάθεια για ανοικοδόμηση της τουριστικής βιομηχανίας ήταν ιδιαίτερα επιτυχής. Η επιτυχία αυτή οφείλεται τόσο στη συνδρομή της Κυβέρνησης, η οποία παραχώρησε γενναιόδωρα κίνητρα σε εκτοπισθέντες ξενοδόχους για να επαναδραστηριοποιηθούν στις περιοχές που ελέγχονται από την Κυπριακή Δημοκρατία αλλά και γενικότερα ενθάρρυνε με διάφορους



τρόπους την δημιουργία ξενοδοχειακής υποδομής, όσο και στην προθυμία του ιδιωτικού τομέα να εκμεταλλευτεί τα κίνητρα αυτά και στο εν γένει επιχειρηματικό πνεύμα των Κυπρίων τουριστικών επιχειρηματιών. Ως αποτέλεσμα, ο τουρισμός κατέστη ξανά η πιο σημαντική οικονομική δραστηριότητα και η βασική κινητήριος δύναμη πίσω από το οικονομικό θαύμα που επιτεύχθηκε στην Κύπρο μετά την Τουρκική εισβολή. Το μεγαλύτερο μερίδιο των τουριστικών αφίξεων στην Κύπρο κατέχουν η Δυτική, η Κεντρική και η Βόρεια Ευρώπη. Σε ό,τι αφορά την κατανομή των αφίξεων κατά χώρα προέλευσης το 2007, το Ηνωμένο Βασίλειο διατήρησε την πρώτη θέση με διαφορά συνεισφέροντας γύρω στο 60% των αφίξεων, με τη Γερμανία, την Ελλάδα, τη Ρωσία, τη Σουηδία και την Ιρλανδία να ακολουθούν με πολύ μικρότερα ποσοστά (γύρω στο 5-6% η κάθε μία). Σημαντική ήταν και η συνεισφορά άλλων Ευρωπαϊκών χωρών, του Ισραήλ και των Η.Π.Α. Ο τουρισμός αποτελεί μια από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες για την Κύπρο και αυτό φαίνεται από τα έσοδα τα οποία έχει από τον κλάδο του τουρισμού. Τα έσοδα από τον τουρισμό κατά την περίοδο Ιανουαρίου - Ιουνίου 2007 σημείωσαν αύξηση 2,3% και ανέβηκαν στα £395,9 εκ. έναντι £387,1 εκ. την αντίστοιχη περίοδο του 2006 συνεισφέροντας γύρω στο 13,5% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) (πριν πέντε χρόνια αποτελούσε το 20% του ΑΕΠ) και αντιπροσωπεύοντας το 30% των εσόδων σε ξένο συνάλλαγμα από τις εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών. Ο τουρισμός είναι επίσης πολύ σημαντική πηγή εργοδότησης. Το 2006, το 13% περίπου του επικερδώς απασχολούμενου πληθυσμού της Κύπρου ή περίπου 43.500 άνθρωποι απασχολούνταν άμεσα στην τουριστική βιομηχανία (σε τουριστικά καταλύματα, εστιατόρια και κέντρα αναψυχής, σε τουριστικά γραφεία, αεροπορικές εταιρίες κ.α

Στην επόμενη ενότητα που ακολουθεί θα γίνει μια πιο γενική ανάλυση που αφορά τον Κυπριακό τουρισμό.



## **5.2. Κυπριακός τουρισμός**

### **5.2.1. Κυπριακό τουριστικό προϊόν**

Το Κυπριακό τουριστικό προϊόν αποτελείται από ένα εύρος προτιμήσεων. Βασικό του συστατικό αναμφίβολα είναι το τρίπτυχο ήλιος , παραλία , θάλασσα (sea , sand , sun ). Η Κύπρος μετά την εισβολή στην προσπάθειά της να βρει την ισορροπία της οικονομικά επένδυσε στον τουρισμό προβάλλοντας την Κύπρο σαν ένα τουριστικό προορισμό όπου ο τουρίστας μπορούσε να απολάυσει τον ήλιο και την θάλασσα. Αυτή η πολιτική άντεξε αρκετά χρόνια όμως όχι και μέχρι σήμερα. Το προϊόν αυτό πλέον δεν μπορεί να καλύψει τις απαιτήσεις που έχει το νησί από τον τουρισμό. Ο ήλιος και η θάλασσα, που απλόχερα έχει το νησί στη διάθεσή του ως δώρο θεού και μεγάλωσαν την “κότα που γεννούσε τα χρυσά αυγά” , σήμερα δεν μπορούν να είναι ανταγωνιστικά κάνοντας τα πράγματα ιδιαίτερα δύσκολα, αφού η “χρυσή κότα” γέρασε και η τουριστική βιομηχανία του νησιού μοιάζει με βαρυφορτωμένο φορτηγό, που προσπαθεί να ανεβεί την ανηφόρα. ([www.simerini.com](http://www.simerini.com))



Στο κεφάλαιο αυτό θα ασχοληθούμε με λεπτομερή ανάλυση στο Κυπριακό τουριστικό προϊόν και όλα όσα το περιβάλλουν ενώ θα γίνει και μια συγκριτική έρευνα (με τη βοήθεια γραφημάτων ) που αφορούν τις αφίξεις , την κατα κεφαλήν δαπάνη και τις διανυκτερεύσεις από το 1998 μέχρι το 2008 σε μια προσπάθεια να δούμε και σε αριθμούς την πορεία του Κυπριακού τουρισμού την τελευταία δεκαετία.

#### **5.2.1.1. Ανταγωνιστικότητα Κυπριακού τουριστικού προϊόντος**

Μια μεγάλη πρόκληση που αντιμετωπίζει σήμερα ο Κυπριακός τουρισμός είναι η ανταγωνιστικότητα. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως ο καιρός που ο ήλιος και η θάλασσα κρατούσαν γερά την βιομηχανία πέρασε.



Πλέον στην περιοχή της ανατολικής μεσογείου άνοιξαν και άλλοι προορισμοί όπως η Τουρκία , Αίγυπτος κ.α προορισμοί οι οποίοι είναι πολύ πιο φθηνότεροι από την Κύπρο. Αυτό καθιστά σαν αναγκαία διέξοδο τον εμπλουτισμό του Κυπριακού τουρισμού ούτως ώστε να μπορεί να ανταγωνιστεί τους ανταγωνιστές της γύρω περιοχής ( Ελλάδα , Τουρκία , Αίγυπτο κτλ ). Ποιοι είναι όμως οι λόγοι που οδήγησαν τον Κυπριακό τουρισμό στη σημερινή του κατάσταση εν αντιθέση με το 2001 όπου βρισκόταν σε πλήρη ακμή ;

Κατ αρχήν είναι καλό (για σκοπούς κατανόησης ) να ξεκινήσουμε από την περίοδο 1998 – 2001. Έπειτα από μια μακροχρόνια παράδοση στον τομέα του τουρισμού προβάλλοντας την παράδοση , την Κυπριακή φιλοξενία κ.α η επιβράβευση για τον τουρισμό της Κύπρου ήρθε το 1998 – 2001. Στην τριετία αυτή, το νησί πραγματικά απογειώθηκε τουριστικά με τις ετήσιες αφίξεις το 1998 να φτάνουν στα **2,222,706** για να φτάσουμε το 2001 στον αριθμό ρεκόρ των **2,696,732** όπου είναι και ο μεγαλύτερος αριθμός αφίξεων μέχρι στιγμής. Αυτή η τεράστια επιτυχία όμως δεν μπορούσε να έχει μακροχρόνια εξέλιξη λόγω του ότι δεν υπήρχε η σωστή πολιτική για την τουριστική ανάπτυξη καθώς επίσης δεν έγινε και η σωστή διαχείριση της επιτυχίας αυτής από το κράτος με αποτέλεσμα ο τουρίστας σήμερα, 7 χρόνια μετά όταν επισκέπτεται την Κύπρο να έρχεται αντιμέτωπος με φαινόμενα όπως : ηχορύπανση , ακρίβεια, αισχροκέρδεια, πολεοδομική αναρχία και αταξία, ανυπαρξία ποιοτικών υποδομών, χάος και τριτοκοσμικές καταστάσεις στα αεροδρόμια είναι μερικά μόνο από τα προβλήματα που έρχεται αντιμέτωπος ο τουρίστας σήμερα στην ευρωπαϊκή Κύπρο του 2008. Στα πιο πάνω πρέπει να προστεθεί και η παραδοσιακή ποιοτική φιλοξενία που εξαφανίστηκε από προσώπου γης, αφού το καλά καταρτισμένο ντόπιο προσωπικό αντικαταστάθηκε από ξένους. Αρκετοί ξενοδόχοι και άλλοι επιχειρηματίες του τομέα, με την ανοχή του κράτους και των αρμοδίων τουριστικών Αρχών, σε μια προσπάθεια να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους, θυσίασαν τους Κυπρίους και εργοδότησαν ξένους κυρίως από χώρες της



πρώην Σοβιετικής Ένωσης ( Βουλγαρία , Ρουμανία , Σλοβενία κ.α ) , με αποτέλεσμα η παραγωγικότητα αλλά και η ποιότητα της εξυπηρέτησης του κλάδου να κατηφορίσει σε επικίνδυνα χαμηλά επίπεδα και να δέχεται πλήγματα συνεχώς. Στη συνέχεια θα δούμε με περισσότερη ανάλυση κάποιους παράγοντες οι οποίοι επηρέασαν αρνητικά την ανταγωνιστικότητα του νησιού έναντι των γύρω περιοχών.

**1. Έλλειψη βιώσιμης τουριστικής πολιτικής :** Είναι ίσως ο σημαντικότερος λόγος που οδήγησε τον Κυπριακό τουρισμό στην κατρακύλα μετά το 2001. Η έλλειψη τουριστικής πολιτικής πριν 1998 έπιασε το κράτος στον ύπνο με αποτέλεσμα να μην μπορεί να διαχειριστεί σωστά και βιώσιμα το μεγάλο αριθμό των τουριστών που έφταναν στο νησί. Οι διάφοροι τουριστικοί φορείς , το κράτος και οι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό ( ξενοδοχεία , εστιατόρια , τουριστικοί πράκτορες κτλ ) επαναπαύτηκαν στα κέρδη της στιγμής αισχροκερδώντας εις βάρος των τουριστών χωρίς να σκεφτούν τις συνέπειες για το μέλλον.

Από την άλλη ο ΚΟΤ δεν είχε προνοήσει ότι η μορφή του μαζικού τουρισμού που κατέκλειε τα παραθεριστικά κέντρα θα έφερνε περισσότερες αρνητικές επιπτώσεις παρά θετικές και έτσι μέσα σε μια τριετία ο μαζικός τουρισμός άφησε πίσω του περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις ενώ τα οικονομικά οφέλη από αυτόν ήταν μόνο περιστασιακά. Ένα μεγάλο παράδειγμα αποτελεί η Αγία Νάπα όπου για τρία χρόνια αφέθηκε στο έλεος του μαζικού τουρισμού με αποτέλεσμα σήμερα , αυτό το πολύ ωραίο μέρος να μετρά τις πληγές του κυρίως περιβαλλοντικά αλλά και κοινωνικά και να προσπάθει να ξαναορθοποδήσει τουριστικά μέσω του αθλητικού τουρισμού. Η αδράνεια αυτή του κράτους να προβάλει το νησί την περίοδο εκείνη σαν ένα τουριστικό προορισμό πολλαπλών επιλογών με την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως συνεδριακό , αθλητικό , χειμερινό κτλ και όχι μόνο για διασκέδαση και θάλασσα απόλεσε την ευκαιρία να καταστήσει το νησί τον καλύτερο τουριστικό προορισμό (αφού υπήρχε είδη μια πολύ δυνατή

ξενοδοχειακή και τουριστική υποδομή) στην Μεσόγειο προσελκύοντας ποιοτικό τουρισμό.

Αυτό που έπρεπε να κάνει ο ΚΟΤ τότε ήρθε να το κάνει το 2003 με την εισαγωγή του Στρατηγικού Σχέδιο Κινήτρων 2003 -2010 για εκσυγχρονισμό του Κυπριακού τουριστικού προϊόντος ( θα γίνει ανάλυσή του στο κεφ 6 ) με κύριο σκοπό να ενισχύση την ανταγωνιστικότητά του , σχέδιο το οποίο έχει υλοποιηθεί κατά το ήμισι.

**2. Λανθασμένη προβολή του νησιού :** Σε ένα νησί όπου έχει 3000 χιλιάδες

χρόνια ιστορίας , διαθέτει μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά , είναι πλούσιο σε φυσικές ομορφιές ο ΚΟΤ προέβαλλε πάντα το νησί μόνο σαν ένα εξωτικό προορισμό για τις καλοκαιρινές διακοπές δίνοντας στο νησί μια ταυτότητα η οποία δεν αντικατόπτριζε σε καμία περίπτωση την πραγματικότητα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα από προσωπική εμπειρία που είχα στο



Λονδίνο στον σταθμό του Notting Hill η διαφημιστική αφίσα της Κύπρου απεικόνιζε μόνο θάλασσα ενώ αντίστοιχη αφίσα της Τουρκίας, στον σταθμό Basewater προέβαλε τις δύο θρησκείες της Κωνσταντινούπολης, την Οθωμανική και την Χριστιανική ενώ στην εν λόγω αφίσα απεικονίζονταν και άλλες φυσικές ομορφιές της Τουρκίας.

**3. Βία, ναρκωτικά, αιχροκέρδια :** Οι κοινωνικές επιπτώσεις που είχε η τουριστική ανάπτυξη την πενταετία αυτή ήταν τεράστιες. Πολλοί “άνθρωποι” της νύκτας εκμεταλλευόμενοι την ανεξέλεγκτη αυτή κατάσταση που επικρατούσε κυρίως στην Αγία Νάπα και Πάφο πωλούσαν ναρκωτικά σε ανοιποψίαστους τουρίστες ή ακόμα και σε τουρίστες που ήθελαν την δόση τους. Ανάλογη εκμετάλλευση γινόταν και από τους ιδιοκτήτες διαφόρων επιχειρήσεων όπως περίπτερα , νυκτερινά κέντρα , bars κ.α με το κράτος να μην μπορεί να προστατεύσει τους τουρίστες. Τέλος οι κοινωνικές διαφορές μεταξύ τουριστών και ντόπιων πολύ συχνά μετατρέπονταν σε “μάχες” στις



πλατείες με αποτέλεσμα σε μερικές να θρηνίσουμε και θύματα. Όλα αυτά ήταν καταστάσεις που επισκίαζαν την πραγματική Κύπρο με αποτέλεσμα να διασύρεται το όνομα του νησιού στην παγκόσμια τουριστική αγορά χάνοντας την τουριστική του ταυτότητα.

**4. Παραμέληση του Κυπριακού Τουρισμού :** Ο τουρισμός για την Κυπριακή οικονομία αποτέλεσε και αποτελεί ένα πολύ μεγάλο κεφάλαιο. Ήταν ο κλάδος που οδήγησε το νησί στην οικονομική του ανάκαμψη μετά την Τουρκική εισβολή και αυτός που αποτέλεσε τον άξιο πρεσβευτή του νησιού στο εξωτερικό. Αυτή όμως η κατάσταση άλλαξε άρδην τα τελευταία χρόνια καθώς οι μεγάλες επενδύσεις πλέον γίνονται στον κλάδο των κατασκευών με το κράτος να μην δίνει κίνητρα ή να μην προσφέρει πρῶσφορο έδαφος σε ξένους επενδυτές να έρθουν να επενδύσουν στην Κύπρο. Χαρακτηριστικό είναι το πρόσφατο γεγονός όπου ο Υπουργός Οικονομίας σε ομιλία του στο London School of Economics (L.S.E) στις 16/01/2008 είπε ότι ο τουρισμός πλέον δεν αποτελεί την κύρια οικονομική δραστηριότητα για το νησί ξεσηκώνοντας θύελλα αντιδράσεων από τους φορείς του εμπλέκονται στον τουρισμό ( ξενοδόχους , ΚΟΤ κ.α) *([www.simerini.com](http://www.simerini.com))*

**5. Τουριστική ανάπτυξη της κατεχόμενης πλευράς :** Η συνεχιζόμενη τουριστική ανάπτυξη του κατεχόμενου τμήματος της Κύπρου είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που οδήγησε τον τουρισμό των ελεύθερων περιοχών σε πτωτική πορεία. Η αναπτυσσόμενη ξενοδοχειακή βιομηχανία αλλά κυρίως το χαμηλό κόστος ωθούν αρκετούς τουρίστες να επιλέγουν την κατεχόμενη πλευρά για τις διακοπές τους (κυρίως καλοκαίρι) και έτσι να χάνεται ένα ποσοστό εσόδων από την Κυπριακή Δημοκρατία. Τα τελευταία 2 χρόνια όμως παρατηρείται μεγάλη πτώση στις διανυκτερεύσεις / αφίξεις στην κατεχόμενη πλευρά του νησιού πράγμα που βόηθησε αρκετά τον τουρισμό των ελεύθερων περιοχών.



### **5.2.1.2. Αδυναμίες Κυπριακού τουριστικού προϊόντος**

Στην προηγούμενη υποενότητα ασχοληθήκαμε κυρίως με τους λόγους που οδήγησαν τον κυπριακό τουρισμό στην παρακμή του μετά την πενταετία 1998-2003. Σε αυτή την υποενότητα θα εξετάσουμε ποιες είναι οι αδυναμίες του τουριστικού προϊόντος σήμερα οι οποίες θα πρέπει να ξεπεραστούν ούτως ώστε η Κύπρος να ξαναγίνει ελκυστικός τουριστικός προορισμός προσφέροντας την ευκαιρία και για εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

**1. Ακριβός τουριστικός προορισμός :** Αναμφίβολα η Κύπρος αποτελεί έναν πολύ ακριβό τουριστικό προορισμό και αυτό οφείλεται κυρίως στο ψηλό βιοτικό επίπεδο του νησιού. Το γεγονός αυτό αποτρέπει πολλούς τουρίστες (κυρίως νεαρούς ) στο να κάνουν τις διακοπές τους στο νησί όμως από την άλλη προσελκύει τουρίστες με υψηλό βιοτικό επίπεδο . Αυτό ίσως αποτελεί το μοναδικό θετικό στοιχείο γιατί ένας από τους βασικότερους στόχους του ΚΟΤ είναι να προσελκύσει ποιοτικό τουρισμό και όχι τη μορφή του μαζικού.

**2. Χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών :** Μετά την είσοδο της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση άνοιξε ο δρόμος σε πολλούς πολίτες άλλων Ευρωπαϊκών χωρών για να έρθουν και να εργαστούν στο νησί . Μεγάλος αριθμός ξένων υπαλλήλων απασχολούνται στην Κύπρο σήμερα , με κύριο πυρήνα την Βουλγαρία , Ρουμανία , Σλοβενία κτλ. Βλέποντας οι ξενοδόχοι το φαινόμενο αυτό στην προσπάθεια τους να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους , εργοδότησαν ένα μεγάλο αριθμό υπαλλήλων βάζοντας στο περιθώριο την υπόθεση ποιότητα υπηρεσιών προς τον ξένο τουρίστα.

**3. Ανεπαρκές τουριστική υποδομή :** Παρόλο που η Κύπρος διαθέτει μια πάρα πολύ καλή ξενοδοχειακή υποδομή εν τούτοις όμως υστερεί αρκετά σε υποδομές όπου θα μπορέσουν να βοηθήσουν τον κλάδο να ανακάμψει. Η έλλειψη γηπέδων γκολφ αποτελεί μεγάλο πρόβλημα για την αναγέννηση του κυπριακού τουρισμού. Κινήσεις έγιναν και η ελπίδα είναι ότι στο άμεσο μέλλον η κάθε πόλη θα έχει τα δικά της γήπεδα γκολφ. Παράλληλα όμως με αυτό έγιναν αρκετά όσο αναφορά τον αγροτουρισμό με την κατασκευή 70 καταλυμάτων σε ορεινές περιοχές όπου και πάλι χρειάζεται περισσότερη





προσπάθεια. Ένα άλλο μεγάλο ζήτημα είναι η απουσία σύγχρονου αεροδρομίου από το νησί. Τα υφιστάμενα αεροδρόμια Λάρνακας και Πάφου δεν μπορούν να αντεπεξέλθουν στις απαιτήσεις των εκατομμυρίων τουριστών που φτάνουν στο νησί με αποτέλεσμα κατά τις καλοκαιρινές περιόδους το πέρασμα του τουρίστα από τα αεροδρόμια να μετατρέπεται σε ένα πραγματικό μαρτύριο. Αυτό το πρόβλημα θα πάψει να υπάρχει αφού μέχρι το 2009 τα νέα αεροδρόμια Λάρνακας και Πάφου που ανέλαβε να κατασκευάσει ο Όμιλος Εταιριών Hermes του επιχειρηματία Νίκου Σιακόλα (αφού τα αγόρασε από το κράτος) θα είναι έτοιμα για να προσφέρουν στους τουρίστες την άνεση και την ευκολία κατά την είσοδο και έξοδό τους από το νησί. Συγκεκριμένα το διεθνές αεροδρόμιο Λάρνακος θα μπορεί να εξυπηρετεί 7,5 εκατομμύρια τουρίστες τον χρόνο ενώ της Πάφου 5 εκ.

#### **5.2.1.3. Εποχικότητα**

Ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κυπριακός τουρισμός είναι το θέμα της εποχικότητας. Αυτό το φαινόμενο είναι ιδιαίτερα έντονο στις περιοχές της Αγίας Νάπας και Πρωταρά, όπου περισσότερο από το **90%** των τουριστικών και ξενοδοχειακών καταλυμάτων “κατεβάζουν τα ρολά τους” για την περίοδο Νοεμβρίου - Μαρτίου είτε γιατί θεωρούν ότι η λύση αυτή είναι πιο συμφέρουσα για την επιχείρηση (αφού οι υπάλληλοι θα παίρνουν το ανεργιακό επίδομα) είτε γιατί δεν έχουν καταφέρει να εξασφαλίσουν συμβόλαια με Πράκτορες. Αποτέλεσμα του προβλήματος τουριστικής εποχικότητας που αντιμετωπίζει η τουριστική Κύπρος είναι το χειμώνα δεκάδες ξενοδοχεία να αναστέλλουν τις εργασίες τους, να καταβάλλεται επίδομα ανεργίας σε εκατοντάδες εργαζόμενους στην τουριστική βιομηχανία και γενικά η τουριστική υποδομή της χώρας να πέφτει σε χειμέρα νάρκη. Τουριστική υποδομή, η οποία ενώ έχει τις δυνατότητες και προσφέρει υπηρεσίες τους καλοκαιρινούς μήνες σε 300 και πλέον χιλιάδες τουρίστες μηνιαίως, τους χειμερινούς μήνες εξυπηρετεί μετά βίας περίπου 70 χιλιάδες τουρίστες κάθε μήνα. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία των αφίξεων



τουριστών φέτος ενώ την περίοδο μεταξύ Μαΐου- Σεπτεμβρίου ο μέσος όρος των αφίξεων μηνιαίως ήταν 313 χιλιάδες, την περίοδο Μαρτίου- Απριλίου και Οκτωβρίου ο αντίστοιχος αριθμός ήταν 197 χιλιάδες ενώ τους χειμερινούς μήνες (Ιανουάριος, Φεβρουάριος, Νοέμβριος και Δεκέμβριος) μόλις 72 χιλιάδες.

Δυστυχώς , το πρόβλημα της εποχικότητας απασχολεί πολλά χρόνια τον ΚΟΤ ( άλλωστε είναι στους στόχους του στρατηγικού σχεδίου 2003-2010 η επίλυσή του ) και συνεχώς καταβάλλονται προσπάθειες χρόνο με το χρόνο να μειώνεται. Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού αλλά κυρίως του συνεδριακού τουρισμού βοήθησε στην μείωση της εποχικότητας ( σε μικρό βαθμό ) όμως εκεί που πρέπει να γίνει περισσότερη προσπάθεια για να μειωθεί είναι η περιοχές Αγίας Νάπας και Πρωταρά όπου τον χειμώνα πραγματικά μετατρέπονται σε περιοχές φαντάσματα. Η μείωση της εποχικότητας σε αυτές τις περιοχές μπορεί να επιτευχθεί κυρίως με την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού , (προσελκύοντας ομάδες από το εξωτερικό για να κάνουν προετοιμασίες) , με τη δημιουργία γηπέδων γκόλφ και την διεξαγωγή διάφορων τουρνουά καθώς επίσης και με την προσέλκυση ατόμων τρίτης ηλικίας αφού φέτος το χειμώνα η συγκεκριμένη αγορά κρατά την περιοχή ζωντανή. Η ξενοδοχειακή υποδομή υπάρχει καθώς επίσης και το όμορφο τοπίο το οποίο μπορεί να προσφέρει στους αθλητές αλλά και σε οποιονδήποτε τουρίστα ξεκούραση και χαλάρωση και πλέον η Αγία Νάπα να κάνει μια νέα αρχή.

#### **5.2.1.4. Προώθηση τουριστικού προϊόντος**

Είναι φανερό ότι η Κυπριακή τουριστική βιομηχανία, όπως και οι περισσότερες ανταγωνιστικές βιομηχανίες, δεν είναι πλήρως καθετοποιημένη. Το τουριστικό προϊόν στις πλείστες των περιπτώσεων προσφέρεται στον πελάτη μέσω των διοργανωτών ταξιδιών. Κατ' επέκταση και η προώθηση του προϊόντος στον τελικό χρήστη γίνεται από τους εν λόγω μεσάζοντες. Θα σημειώναμε περαιτέρω ότι η ευρωπαϊκή τουριστική αγορά σ' ένα μεγάλο



βαθμό παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια, λόγω συγχωνεύσεων και εξαγορών, συνθήκες ολιγοπωλίου. Μπορούμε να αναφέρουμε ότι οι 4 μεγαλύτεροι διοργανωτές εκδρομών της Ευρώπης σχεδόν ελέγχουν το μεγαλύτερο ποσοστό του οργανωμένου τουρισμού. Είναι φυσικό τέτοιες μεγάλες επιχειρήσεις να έχουν και ανάλογη στρατηγική έτσι που να διασφαλίζει την μεγιστοποίηση των κερδών τους. Αποτέλεσμα τούτου είναι οι διοργανωτές αυτοί να προωθούν εκείνους τους προορισμούς που τους προσφέρουν τη μεγιστοποίηση του κέρδους και έτσι να προωθούν λιγότερο εκείνους τους προορισμούς που παρουσιάζουν δυσκολίες πωλήσεων στον αριθμό πακέτων που προγραμμάτισαν για την συγκεκριμένη περίοδο. ( έλλειψη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων). Πρέπει να υιοθετηθεί μια στρατηγική για την προώθηση του Τουριστικού προϊόντος που να έχει ως κύριο στόχο την απεξάρτηση της βιομηχανίας από τους οργανωτές των ταξιδιών και η ανάληψη πρωτοβουλιών προώθησης της Κύπρου ως τουριστικού προορισμού απευθείας στον πελάτη.

Το εγχείρημα αυτό δεν είναι εύκολο να επιχειρηθεί επειδή ακριβώς η Κυπριακή τουριστική βιομηχανία είναι πλήρως εξαρτημένη από τους τουριστικούς πράκτορες και όπως έχει προηγουμένως αναφερθεί, υπάρχουν στην Ευρώπη μονοπωλιακές καταστάσεις. Οποιαδήποτε επιτυχής απεξάρτηση θα δώσει τη δυνατότητα απευθείας προώθησης του τουριστικού προϊόντος με όλα τα θετικά αποτελέσματα. Αυτό όμως προϋποθέτει και την ανάπτυξη της κατάλληλης υποστηρικτικής υποδομής. Η ανάπτυξη της τουριστικής υποστηρικτικής υποδομής και της απευθείας προβολής του τουριστικού προϊόντος θα πρέπει να αναληφθεί από την τοπική αυτοδιοίκηση και να ενισχυθεί από την κυβέρνηση και ειδικότερα από το τμήμα Πολεοδομίας, από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού κλπ. Βεβαίως το πρώτο βήμα έχει γίνει. Έχουν δηλαδή συσταθεί περιφερειακοί φορείς τουριστικής ανάπτυξης, οι οποίοι τώρα θα οργανωθούν με τη μορφή εταιρειών μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, με τη συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων, τοπικών αρχών, Επαρχιακών Διοικήσεων, Δήμων



επιχειρηματιών, του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού. Σοβαρή και βασική αρμοδιότητα αυτών των περιφερειακών οργανισμών/φορέων θα είναι και η προβολή του τουριστικού προϊόντος με κονδύλια που θα συλλέγουν οι ίδιοι με μια σημαντική πριμοδότηση από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού. Ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού μέσα στον προϋπολογισμό του 2007 έχει ήδη προϋπολογίσει μια πρόνοια πριμοδότησης, της κάθε περιφέρειας με το ποσό των £100,000. Αναμένεται ότι οι ίδιες οι περιφέρειες θα συλλέξουν ισόποσο ποσό, από δικούς τους πόρους. Έτσι οι περιφέρειες θα προβάλλονται και θα διαφημίζονται στο εξωτερικό με ένα πρόγραμμα καθαρά δικό τους. Φυσικά το πρόγραμμα αυτό θα διασφαλίζεται ότι συνάδει με την ευρύτερη στρατηγική διαφήμισης του τουριστικού προϊόντος την ευθύνη της οποίας έχει το κράτος. Αναφέρεται ότι η πρωτοβουλία αυτή είναι πρόσθετη και αποτελεί ενίσχυση της εκστρατείας του ΚΟΤ και των ιδιωτών επιχειρηματιών. Η προσπάθεια έχει ήδη ξεκινήσει και κάποιες επαρχίες έχουν και έργο να δείξουν.

Στα πλαίσια της προσπάθειας για απεξάρτηση από τους τουριστικούς πράκτορες θα πρέπει να ενταχθεί και η προσπάθεια απεξάρτησης από αγορές που απορροφούν τεράστιο μερίδιο του τουριστικού προϊόντος και υπάρχουν αγορές που απορροφούν μέχρι και το 60% του τουριστικού προϊόντος της Κύπρου και η χώρα αυτή είναι η δεν είναι άλλη από την Αγγλία. Η εξάρτηση από την εν λόγω αγορά έχει και θετικές αλλά και αρνητικές επιπτώσεις. Θετικές λόγω των παραδοσιακών εμπορικών δεσμών που έχουμε με τη συγκεκριμένη αγορά με αποτέλεσμα να αποτελεί σοβαρή πηγή άντλησης αλλά και αρνητικών λόγω της μεγάλης αυτής εξάρτησης. Η έκδοση μιας και μόνο αρνητικής ταξιδιωτικής οδηγίας μπορεί να φέρει κάποια αρνητικά αποτελέσματα στην τουριστική βιομηχανία και, κατά επέκταση, στην οικονομία γι'αυτό και η προσπάθεια προώθησης του κυπριακού τουριστικού προϊόντος θα πρέπει να στοχεύσει και σε νέες αγορές ενώ ταυτόχρονα θα μειώσει την εξάρτηση από τους τουριστικούς πράκτορες.



Σίγουρα η κυπριακή τουριστική βιομηχανία δεν μπορεί να ανταγωνισθεί στην τιμή γι'αυτό και η προσπάθεια αυτή είναι πολύ δύσκολη. Είναι φανερό ότι τα κίνητρα που λαμβάνουν οι οργανωτές ταξιδιών από ανταγωνιστικούς προορισμούς είναι πολύ μεγάλα. Η Αίγυπτος για παράδειγμα είναι ένας ανταγωνιστικός προορισμός με κόστος ζωής το ένα τρίτο του κυπριακού κόστους και κατά επέκταση πιο φθηνό τουριστικό προϊόν που αφήνει πολύ μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους στους οργανωτές ταξιδιών. Πρόσθετα, οι οργανωτές αυτοί απολαμβάνουν από την Κυβέρνηση της Αιγύπτου κίνητρα που συνίστανται σε ενθάρρυνση επένδυσης σε δικά τους ξενοδοχεία στα αιγυπτιακά τουριστικά θέρετρα. Έτσι οι πράκτορες αυτοί προχωρούν σε μια πλήρη καθετοποίηση των υπηρεσιών τους (δικά τους αεροπλάνα, δικά τους ξενοδοχεία κλπ), με αποτέλεσμα να απολαμβάνουν αυξημένα κέρδη. Αυτά τα δεδομένα θα πρέπει να απασχολήσουν σοβαρά τους stakeholders της Κυπριακής τουριστικής βιομηχανίας στην προσπάθεια προώθησης του τουριστικού προϊόντος και της διαμόρφωσης της κατάλληλης στρατηγικής.

### **5.3. SWOT Ανάλυση της Τουριστικής Βιομηχανίας στην Κύπρο**

Η ανάλυση των πλεονεκτημάτων, των μειονεκτημάτων, των απειλών και των ευκαιριών για τον τομέα του τουρισμού στην Κύπρο παρουσιάζει διάφορες πτυχές που άπτονται της ανάπτυξής του. Η αγορά των τουριστικών προϊόντων της Κύπρου είναι άκρως ανταγωνιστική και η Κύπρος πρέπει να αναλάβει άμεσες πρωτοβουλίες για την διατήρηση του εισοδήματος στον τουριστικό τομέα. Η ανάλυση SWOT, εφαρμοζόμενη στο τουριστικό προϊόν της Κύπρου δίνει, σε γενικές γραμμές, την ακόλουθη εικόνα.

#### **ΤΑ ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ (STRENGTHS)**

Πρόκειται για τις συνθήκες και τα χαρακτηριστικά της ίδιας της περιοχής που στηρίζουν την αναπτυξιακή προσπάθεια και σχετίζονται άμεσα με τα πλεονεκτήματα που διαθέτει η περιοχή, χάρη στα οποία υπάρχουν πραγματικές προοπτικές αναβάθμισης του τουρισμού (ΚΟΤ 2005). Τα



πλεονεκτήματα αυτά αφορούν τους πόρους, τους συντελεστές παραγωγής, την οργάνωση, την λειτουργία και διάρθρωση του κοινωνικό-οικονομικού ιστού, καθώς και όλους τους παράγοντες που καθορίζουν την αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα των τουριστικών δραστηριοτήτων, καθώς και την πολιτιστική και περιβαλλοντική κατάσταση που επικρατεί. Το τουριστικό προϊόν της Κύπρου θεωρείται από τη φύση του ανταγωνιστικό καθώς διαθέτει έναν αριθμό ευνοϊκών χαρακτηριστικών:

1. Γεωγραφική ποικιλία (θάλασσα, βουνό, κ.τ.λ.), μεσογειακό κλίμα με πολύ υψηλό ποσοστό ηλιοφάνειας και ισχυρή γεωγραφική θέση, στη μέση της Μεσογειακής λεκάνης, με πολλά χιλιόμετρα ακτογραμμής.
2. Ο ήρεμος τρόπος ζωής (διατήρηση οικογενειακών αξιών, φιλική διάθεση, ασφάλεια και περιορισμένη εγκληματικότητα). Διαμορφωμένη εικόνα ως ασφαλής και φιλικός προορισμός.
3. Η μεγάλη πολιτισμική κληρονομιά (εκκλησίες, μοναστήρια, μνημεία κ.τ.λ.)
4. Το μοναδικό φυσικό περιβάλλον που αφορά τον Ακάμα , το μεγάλο αριθμό προστατευόμενων περιοχών φυσικού κάλλους , ενδημική πανίδα και χλωρίδα καθώς και σπάνια οικοσυστήματα.
5. Έχει ένα σημαντικό πυρήνα τακτικών αγοραστών. Πρόκειται για αλλοδαπούς τουρίστες που παραδοσιακά προτιμούν την Κύπρο για τις καλοκαιρινές τους διακοπές. Άλλωστε κατέχει πρωτεύουσα θέση μαζικού τουριστικού προορισμού των 3s (sea, sun, sand, ), μεταξύ άλλων περιοχών με κοινά χαρακτηριστικά στην Μεσογείο.
6. Αποφέρει σημαντικό βαθμό ικανοποίησης στους καταναλωτές του γι' αυτό άλλωστε δεν επισκέπτονται μόνο μια φορά το νησί.
7. Υψηλές επαναληπτικές επιλογές των προορισμών του νησιού, οι οποίες υποδηλώνουν υψηλή πίστη (customer loyalty) των τουριστών στους προορισμούς αυτούς, με 41% να έχουν ξαναεπισκεφθεί το νησί στο παρελθόν, 3,5 φορές κατά μέσο όρο και με 21% να το έχουν επισκεφθεί, πάλι, τον προηγούμενο χρόνο.





8.Υψηλό ποσοστό εκπλήρωσης των προσδοκιών των τουριστών (86%), υψηλή πρόθεση για επαναληπτική επίσκεψη στο μέλλον (83%), πρόθεση επίσκεψης τον αμέσως επόμενο χρόνο (22%) και σύσταση των ίδιων διακοπών σε φίλους και γνωστούς (76%). Αναλογικά υψηλό ποσοστό θεωρεί την Κύπρο το καλύτερο μέρος που έκανε διακοπές (23%), σε σύγκριση με άλλους προορισμούς της Ευρώπης (11%) και σε σύγκριση με όλες τις χώρες του κόσμου που έχει επισκεφθεί, συμπεριλαμβανομένων χωρών όπου οι διακοπές ήταν διαφορετικού τύπου. Υψηλό ποσοστό θετικής σύγκρισης των διακοπών των τουριστών στην Κύπρο (72%) με το πιο αγαπημένο τους μέρος θερινών διακοπών.

9.Οι κάτοικοι του νησιού είναι εξοικειωμένοι με το φαινόμενο του τουρισμού καθώς και ώριμοι συναισθηματικά για να αποδεχθούν και να στηρίξουν την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη του.

10. Η ισχυρή οικονομία είναι ικανή να στηρίξει επενδυτικές πρωτοβουλίες και να δώσει επιπλέον ώθηση στην τουριστική ανάπτυξη μέσα από τη δημιουργία οικονομιών συνάθροισης.

11.Υψηλής ποιότητας παραγωγή αγροτικών προϊόντων και προϊόντων μεταποίησης που μπορούν είτε να διαθέτουν στην τουριστική αγορά είτε να αποτελέσουν αυτόνομο τουριστικό προϊόν(κυπριακή γαστρονομία και παραδοσιακές τεχνικές).

12.Τυγχάνει καλής προφορικής διαφήμισης. Ένας μεγάλος αριθμός αλλοδαπών επισκεπτών συστήνει σε γνωστούς και φίλους του την Κύπρο ως προορισμό διακοπών.

13. Υψηλής ποιότητας και ποικιλία ξενοδοχείων και καταλυμάτων για τουρίστες όλων των κοινωνικών και οικονομικών τάξεων, γνωστά για τις άριστες υπηρεσίες που προσφέρουν. Επάρκεια λοιπών τουριστικών εξυπηρετήσεων (αναψυχής, κ.λ.π.) σε κάθε επίπεδο.

14. Μίγμα κατηγοριών ξενοδοχείων, συμπεριλαμβανομένων των ενοικιαζομένων δωματίων, το οποίο αντιστοιχεί με το μίγμα κοινωνικοοικονομικής διαστρωμάτωσης των πληθυσμών των ανεπτυγμένων



χωρών, απ' όπου προέρχεται η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών. Εξαίρεση αποτελεί η αναλογικά μεγαλύτερη ύπαρξη κλινών των κατηγοριών πολυτελείας και Α.

15. Εξισοροπημένο μίγμα και αντίστοιχη τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς της Κύπρου, μεταξύ αλλοκεντρικών τουριστών, οι οποίοι αρέσκονται στην εξερεύνηση και τον πλούτο των εμπειριών, ψυχοκεντρικών, που τους αρέσει το οικείο, και μεσοκεντρικών που ευρίσκονται στο μέσο, όπως φαίνονται από την κινητικότητα και τις επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους και χώρους φυσικής ομορφιάς (σύμφωνα με την τυπολογία του Plog σελ 37).

16. Είναι προσπελάσιμο με πτήσεις charter. Ένα μεγάλο μέρος των αλλοδαπών τουριστών έρχεται με πτήσεις charter, οι οποίες έχουν χαμηλότερο κόστος από τις κανονικές. Αυτό βέβαια είναι σημαντικό πλεονέκτημα για το τουριστικό προϊόν του νησιού.

17. Υπάρχει το κατάλληλο υπόβαθρο για την επίτευξη μιας προγραμματισμένης και καλά στοχευμένης τουριστικής ανάπτυξης. Δραστηριοποιούνται σε θέματα τουρισμού εκτός από τους αμιγείς τουριστικούς φορείς (ΚΟΤ, Σύνδεσμος Ξενοδόχων Κύπρου κ.ο.κ) και πλήθος άλλων φορέων δημοσίου και ιδιωτικού δικαίου.

18. Έχει πολλά περιθώρια περαιτέρω αύξησης της ζήτησης. Μεγάλα τμήματα του πληθυσμού των ευρωπαϊκών κρατών, που είναι και οι κύριες πηγές προέλευσης των αλλοδαπών τουριστών, δεν έχουν επισκεφθεί την Κύπρο. Επομένως με κατάλληλες προωθητικές ενέργειες μπορεί να προσελκυστούν πρόσθετοι πελάτες, και μάλιστα υψηλών εισοδηματικών τάξεων.

### **ΟΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ (WEAKNESSES)**

Πρόκειται για τις συνθήκες και τα χαρακτηριστικά της ίδιας της περιοχής που εμποδίζουν ή αντανακλούν την αναπτυξιακή προσπάθεια. Οι παράγοντες αυτοί, με την αρνητική τους επιρροή, μειώνουν την απόδοση και αποτελεσματικότητα είτε ορισμένων είτε όλων των παραμέτρων που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη και ταυτόχρονα καταγράφονται ως



προβλήματα για την περιοχή. Όπως και για τα πλεονεκτήματα, οι αδυναμίες συσχετίζονται με όλους τους παράγοντες που άμεσα ή έμμεσα επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα των τουριστικών δραστηριοτήτων και επομένως τις δυνατότητες βελτίωσης τους.

Το τουριστικό προϊόν της Κύπρου, εκτός των ισχυρών, έχει και έναν αριθμό αδύναμων σημείων. Τα κυριότερα από αυτά είναι τα ακόλουθα:

- Ανεπάρκειες στην υποδομή. Εδώ περιλαμβάνονται οι αδυναμίες στο μεταφορικό σύστημα όπως κακή οργάνωση των αεροδρομίων και καθυστερήσεις πτήσεων, ανεπαρκείς λιμενικές εγκαταστάσεις, ανεπαρκείς ακτοπλοϊκές συνδέσεις με τα ελληνικά και μεσογειακά νησιά, ανεπαρκής οδικός άξονας και συνεχής διόρθωση των δρόμων (εντός πόλεων). Επίσης υπάρχει ανεπαρκής προστασία του περιβάλλοντος (π.χ., ελλιπής φωτισμός, κακή κατάσταση των πεζοδρομίων, ανεξέλεγκτη δόμηση κ.ο.κ.). Τέλος, παρουσιάζονται συχνά ελλείψεις από την πλευρά της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος (π.χ. σε ορισμένες περιπτώσεις η ξενοδοχειακή υποδομή είναι χαμηλής ποιότητας ή έχει χαμηλής ποιότητας διαχείριση (management) ή εξυπηρέτηση (φαγητό, κρατήσεις, υγιεινή) ή ελλείψεις υποδομής στα σπορ / αναψυχής),
- Στασιμότητα στη διείσδυση του τουριστικού προϊόντος της Κύπρου στις μεγάλες αγορές του εξωτερικού. Το φαινόμενο πρέπει να αποδοθεί στην ανεπαρκή μεθοδολογία προβολής του προϊόντος καθώς και στους μη ανταγωνιστικούς όρους προσφοράς του σε αυτές τις δύσκολες αγορές.
- Ανυπαρξία συστηματικού και συνεχούς τουριστικού μάρκετινγκ. Οι προσπάθειες έρευνας της αγοράς και προβολής του από τις αρμόδιες υπηρεσίες κρίνονται ανεπαρκείς και αναποτελεσματικές. Αυτό αποδίδεται κατά κύριο λόγο στην έλλειψη ενός σχεδίου μάρκετινγκ γενικότερα του κυπριακού προϊόντος το οποίο θα εφαρμόζει ο ΚΟΤ σε βάθος χρόνου κατά τρόπο σταθερό και συστηματικό. Η ανάπτυξη του τουρισμού δεν είναι ισόρροπη μεταξύ των παραλιακών και κεντρικών περιοχών του νησιού. Ο



ρυθμός ανάπτυξης είναι υψηλός στα παραλιακά μέρη, όπως η Πάφος, η Αγία Νάπα και η Λεμεσός. Καταγράφεται συγκέντρωση τουριστικών ροών και συνεπώς τουριστικών υποδομών και εξυπηρετήσεων σε παραθαλάσσιες κυρίως περιοχές του ανατολικού και δυτικού άξονα, με εξαιρέσεις ελάχιστες περιοχές της ενδοχώρας που μόλις αρχίζουν να αναπτύσσονται τουριστικά.

- Το τουριστικό προϊόν της Κύπρου στηρίζεται άμεσα στους ξένους τουριστικούς επιχειρηματίες και το γεγονός αυτό μειώνει τη ζήτηση της καινοτομίας στο τομέα του τουρισμού από το τοπικό σύστημα (εισαγόμενες καινοτομικές λύσεις). Επίσης είναι ευάλωτο σε εξωτερικές επιδράσεις και εξαρτάται απόλυτα από τις εκάστοτε αποφάσεις των μεγάλων τουριστικών γραφείων της Ευρώπης, λόγω :

- (α) έλλειψης κεντρικού-στρατηγικού σχεδιασμού και προγραμματισμού,

- (β) έλλειψης συστηματικής κεντρικής τουριστικής πολιτικής και

- (γ) εξάρτησης από τηνπρακτική των πτήσεων charters που ελέγχουν κατ' αποκλειστικότητα οι Tour Operators.

- Το σύστημα εκπαίδευσης και διαρκούς επιμόρφωσης των εργαζομένων στο τομέα του τουρισμού είναι ανεπαρκές. Η έντονη εποχικότητα δημιουργείται λόγω :

- (α) του μαζικού τουρισμού του ήλιου και της θάλασσας που περιορίζεται χρονικά το πολύ σε 8 μήνες

- (β) της μη επαρκούς αξιοποίησης και ανάδειξης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων ενδοχώρας, τα οποία είναι ικανά να στηρίξουν έναν τουρισμό 12 μηνών (π.χ. ορεινός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, οικοτουρισμός) και

- (γ) της έλλειψης υποδομών θεματικού τουρισμού (π.χ. αθλητικός), ο οποίος να αξιοποιήσει την μεγάλη αργούσα δυναμικότητα των τουριστικών υποδομών.

- Η έλλειψη ποιότητας της πελατείας όσο αφορά το νεανικό τουρισμό της Αγίας Νάπας, που έπληξε τη φήμη της τουριστικής Κύπρου.



- Έλλειψη κάποιων μέσων ψυχαγωγίας, όπως καζίνο, γήπεδα γκολφ (το τελευταίο σημείο τυχαίνει ιδιαίτερης προσοχής από τον ΚΟΤ και το Υπουργείο Εμπορίου)

Σε πάρα πολλές περιπτώσεις εντοπίζονται αντίθετα από τα αναμενόμενα αποτελέσματα, παρά την προσπάθεια πολλών φορέων ειδικών και μη σε θέματα τουρισμού, λόγω ακριβώς της έλλειψης ενιαίας στρατηγικής και συντονισμένου σχεδιασμού (π.χ. πολιτική προβολής κάνει ο ΚΟΤ, οι Σύνδεσμος Ξενοδόχων Κύπρου, οι Δήμοι, χωρίς προηγούμενη συμφωνία μεταξύ τους για τις προτεραιότητες και τους στόχους, ώστε να υπάρχει συμπληρωματικότητα και όχι επικάλυψη όπως συχνά συμβαίνει).

- Απότομη διόγκωση ιδιωτικής επενδυτικής δραστηριότητας Στην περίοδο που η Κύπρος εντοπίστηκε και αναδείχθηκε ως σημαντικός τουριστικός προορισμός η ανταπόκριση του ιδιωτικού τομέα ήταν άμεση μεν, ανεξέλεγκτη και άναρχη δε. Συνέπεια αυτού ήταν ότι μέσα σε δύο δεκαετίες οι ανεκμετάλλευτες παραλιακές εκτάσεις φιλοξένησαν ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα, καθώς και κάθε άλλου είδους τουριστικές υποδομές, αλλοιώνοντας το κυπριακό τοπίο και προξενώντας ανεπανόρθωτες βλάβες στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον.

- Έλλειψη θεσμικού πλαισίου προστασίας και καθορισμού χρήσεων προστατευόμενων περιοχών φυσικού κάλους. Αντίστοιχη υστέρηση καταγράφεται σε επίπεδο θεσμικού (διαχειριστικού) πλαισίου για την ανάδειξη-αξιοποίηση και παράλληλη προστασία των οικοτόπων, η οποία είχε ως αποτέλεσμα την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος και την πρόκληση ανεπανόρθωτων βλαβών σε οικοσυστήματα υψηλής αξίας (Ακάμας, Πόλη Χρυσοχούς).

- Υστέρηση στην αξιοποίηση και απορρόφηση χρηματοδοτικών πόρων. Αφορά την μερική ή «της τελευταίας στιγμής» απορρόφηση των διατιθέμενων πόρων και οφείλεται:

(α) στην έλλειψη έγκαιρης, στοχευμένης και προγραμματισμένης δράσης των εμπλεκόμενων με τον τουρισμό και



(β) στην έλλειψη αποτελεσματικής δομής συστηματικής και διαρκούς υποστήριξης και συντονισμού των φορέων του δημόσιου και του ιδιωτικού φορέα.

### **ΟΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES)**

Πρόκειται για τις τρέχουσες καθώς και μελλοντικές συνθήκες της τουριστικής αγοράς, συνθήκες που έχουν ή τείνουν να έχουν θετική επιρροή στην αναπτυξιακή διαδικασία και βοηθούν τις εσωτερικές προσπάθειες εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος και της απασχόλησης, επομένως για βελτίωση της τουριστικής προσφοράς και ανταγωνιστικότητας. Για το τουριστικό προϊόν της Κύπρου υπάρχουν αρκετές ευκαιρίες ανάκαμψης και ανάπτυξης του. Αυτές εντοπίζονται στα μέχρι σήμερα ανεκμετάλλευτα τμήματα της ευρωπαϊκής και αμερικάνικης αγοράς, στη φύση του προϊόντος και στην εικόνα που έχει δημιουργηθεί γι' αυτό στο εξωτερικό.

#### **Συγκεκριμένα:**

Τα ανεκμετάλλευτα τμήματα της ευρωπαϊκής και αμερικανικής αγοράς μπορεί να αποδώσουν σημαντική πρόσθετη πελατεία. Για να γίνει όμως αυτό είναι αναγκαία η ανάπτυξη μιας συνεπούς, συνεχούς και σοβαρής προσπάθειας μέσω ενός αποτελεσματικού Σχεδίου Μάρκετινγκ. Στη συνέχεια δίνονται πληροφορίες σχετικά με το σχέδιο του ΚΟΤ για ανάπτυξη του τουρισμού μέχρι το 2010. Η φύση του προϊόντος είναι μοναδική, καθώς συνδυάζει κατά ιδανικό τρόπο ήλιο, θάλασσα, απaráμιλλη πολιτισμική κληρονομιά και φιλόξενη διάθεση. Η διασύνδεση του τομέα του τουρισμού και του αγροτικού τομέα δίνει τη δυνατότητα παράλληλης ενασχόλησης δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο συμπληρωματικά εισοδήματα. Στόχος είναι να αποφευχθεί η εγκατάλειψη του αγροτικού τομέα λόγω των χαμηλών αποδόσεών του. Σημαντικό στοιχείο είναι η διάθεση των παραγόμενων προϊόντων στην τουριστική αγορά. Η εικόνα γενικότερα του κυπριακού τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό είναι θετική. Αυτό προκύπτει από τη συνεκτίμηση διαφόρων στοιχείων, όπως το γεγονός ότι θεωρείται «ασφαλής»





ταξιδιωτικός προορισμός, δεδομένου ότι η Κύπρος είναι χώρα μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ δεν αντιμετωπίζει και τα προβλήματα ασφάλειας που κατά περιόδους έχουν άλλες χώρες. Στα πλαίσια της νέας προγραμματικής περιόδου (Στρατηγικό Σχέδιο για τον Τουρισμό 2010) σε εθνικό και τοπικό επίπεδο προβλέπεται ενίσχυση των καινοτόμων δράσεων του τουριστικού τομέα με στόχο τη μείωση της εποχικότητας, την αναβάθμιση της ποιότητας, τη διασύνδεση με τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα, τη διασύνδεση με τον πολιτισμό και την παράδοση και την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών. (<http://www.visitcyprus.org.cy>).

- Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλής ποιότητας που στηρίζονται στην αξιοποίηση δεξιοτήτων και καινοτομικών πρακτικών που έχουν αναπτυχθεί στην Κύπρο. Το τουριστικό προϊόν της Κύπρου μπορεί να προσελκύσει όχι μόνο μαζικό τουρισμό των 3S αλλά και πολιτιστικό τουρισμό, συνεδριακό τουρισμό, τουρισμό κινήτρων, σχολικό τουρισμό, τουρισμό υγείας, ανάπτυξη οικολογικού τουρισμού με βάση τη πλούσια πανίδα και χλωρίδα που διαθέτει το νησί (συμπεριλαμβανομένου και του θαλάσσιου φυσικού περιβάλλοντος) κ.α. Τα τελευταία χρόνια στην Κύπρο υπάρχουν τάσεις ανάπτυξης οικοτουρισμού και εναλλακτικού τουρισμού. Η ανάπτυξη αυτών των μορφών θα συμβάλλει στην ανάδειξη και ανάπτυξη αναξιοποίητων περιοχών.
- Βελτίωση της ποιότητας των τροφίμων και ποτών. Το Κυπριακό τουριστικό προϊόν έχει υψηλή προστιθέμενη αξία, αφού η γαστρονομία αποκτάει ολοένα και μεγαλύτερη θέση στην διεθνή τουριστική αγορά. Τα κυπριακά προϊόντα και η κυπριακή κουζίνα διεκδικούν σημαντικό μερίδιο σε αυτήν, λόγω της αναγνωρισμένης υψηλής τους ποιότητας και ευεργετικών επιδράσεων στην υγεία του ανθρώπου.
- Ο εγχώριος τουρισμός στην Κύπρο αναμένεται να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια σύμφωνα με τα στοιχεία του ΚΟΤ. Πιο συγκεκριμένα ένα μεγάλο ποσοστό των Κυπρίων παραμένει στη χώρα του για διακοπές και 8 στους 10 Κύπριους προτιμούν διακοπές του ήλιου και τη θάλασσα.



### **ΟΙ ΑΠΕΙΛΕΣ (THREATS)**

Σε αντίθεση με την προηγούμενη ομάδα, οι απειλές είναι οι τρέχουσες ή μελλοντικές συνθήκες του «γενικού περιβάλλοντος» που ασκούν αρνητική επιρροή στις προσπάθειες ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος της περιοχής. Επιπλέον, απειλούν την βιώσιμη ανάπτυξή της με την έννοια ότι, άλλοτε δημιουργούν νέες μορφές προβλημάτων στην μέχρι σήμερα οργάνωση και λειτουργία των οικονομικών δραστηριοτήτων και άλλοτε δυσκολεύουν τις προσπάθειες για μελλοντική βελτίωσή τους. Οι απειλές που δέχεται το τουριστικό προϊόν της Κύπρου από τους ανταγωνιστές του αναλύονται παρακάτω:

- Η τιμολογιακή πολιτική. Η Κύπρος προσφέρει αρκετά καλή σχέση «ποιότητας προς τιμή». Εντούτοις, η αγορά κινείται δυναμικά, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε ανατροπή αυτής της ευνοϊκής εικόνας. Όντως τα τελευταία χρόνια ένας αριθμός ανταγωνιστών από την περιοχή της Μεσογείου (π.χ. Ελλάδα, Ισπανία, Τουρκία, Τυνησία κ.α.) αλλά και εκτός αυτής (π.χ. Καραϊβική, Ν.Α. Ασία, κλπ) έχουν βελτιώσει θεαματικά την ποιότητα του τουριστικού τους προϊόντος χωρίς να αυξήσουν ουσιαστικά τις τιμές τους. Πρόκειται για επιτυχή προσαρμογή της τουριστικής πολιτικής αυτών των χωρών στη διογκούμενη ευαισθησία των καταναλωτών στη σχέση «ποιότητα προς τιμή». Πρέπει, συνεπώς, να ληφθούν σύντομα μέτρα εκ μέρους της κυπριακής πλευράς, ώστε το συγκεκριμένο πλεονέκτημα να μην απολεστεί.
- Ο ρόλος των τουριστικών πρακτόρων (tour operators). Είναι γνωστό ότι η τουριστική κίνηση, σε ολοένα και μεγαλύτερο βαθμό, καθορίζεται πλέον από τους tour operators. Αυτό συμβαίνει διότι έτσι καθίσταται εφικτή αφενός η τυποποίηση του τουριστικού προϊόντος και αφετέρου η επίτευξη οικονομιών κλίμακας. Τα πακέτα των τουριστικών πρακτόρων είναι σχεδιασμένα κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες και οι απαιτήσεις των σύγχρονων τουριστών. Δηλαδή, προσφέρουν άμεση οργάνωση ταξιδιών για διακοπές καλής ποιότητας, απλή διαδικασία, ασφάλεια και λογικές τιμές.



Ταυτόχρονα, προσέχουν, ώστε να μην δημιουργείται εικόνα φθηνού μαζικού τουρισμού. Έτσι, οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί πράκτορες μπορούν να καθορίσουν, σε μεγάλο βαθμό, τη ροή του τουριστικού ρεύματος. Ως εκ τούτου, είναι αναγκαία η συνεργασία της κυπριακής πλευράς με αυτούς τους ταξιδιωτικούς οργανισμούς σε μεγαλύτερο βαθμό από το σημερινό. Ο ανταγωνισμός στις χώρες προέλευσης των αλλοδαπών τουριστών. Οι χώρες προέλευσης των τουριστών είναι κυρίως η Δυτική Ευρώπη. Όμως, ο ανταγωνισμός που το κυπριακό προϊόν δέχεται τα τελευταία χρόνια από την Δυτική Ευρώπη είναι ισχυρός και τείνει να ενταθεί στο μέλλον. Αυτό σημαίνει ότι οι ανταγωνιστές προβαίνουν σε όλο και επιθετικότερες προσφορές (χαμηλότερες τιμές, καλύτερη ποιότητα προϊόντος), ενώ ο δεσμός των καταναλωτών με το κυπριακό προϊόν ατονεί. Ταυτόχρονα, η αναπλήρωση των απωλειών μέσω προσελκύσεων από άλλες πηγές είναι εξαιρετικά δύσκολη και αυτό λόγω του ισχυρού ανταγωνισμού που αναπτύσσεται από τις ανταγωνίστριες χώρες. Όσον αφορά την Ανατολική Ευρώπη, κρίνεται αγορά με περιορισμένη, προς το παρόν, οικονομική δραστηριότητα.

- Ο επαγγελματισμός των εργαζομένων στο χώρο του τουρισμού. Καθώς αυξάνεται ο ανταγωνισμός, ολοένα και περισσότερο καθίσταται φανερή η ανάγκη επίτευξης υψηλότερου επιπέδου επαγγελματισμού από το σημερινό, κυρίως από τα στελέχη του δημόσιου τομέα που δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού. Η επιβίωση του τουρισμού εξαρτάται από την οργάνωση, τη σοβαρότητα, την ταχύτητα αντίδρασης, την ύπαρξη και πιστή εφαρμογή προγραμμάτων μάρκετινγκ και κυρίως την έγκαιρη και έγκυρη διαφημιστική προβολή τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό.
- Ισχυρός ανταγωνισμός σε διεθνές επίπεδο. Απειλή, αλλά ταυτόχρονα κίνητρο (πρόκληση) για την πιο ολοκληρωμένη και ποιοτική ανάπτυξη του τουρισμού στην Κύπρο, ο διεθνής ανταγωνισμός ολοένα μεγεθύνεται και προέρχεται από:



1. τις αναπτυγμένες χώρες που προσφέρουν πολύ υψηλό επίπεδο τουριστικού προϊόντος, στο οποίο η Κύπρος πρέπει να «απαντήσει» με αναβάθμιση των υποδομών και υπηρεσιών της.
2. από ανερχόμενους τουριστικούς προορισμούς που διαθέτουν παρθένο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και προσελκύουν την ολοένα αυξανόμενη μερίδα των τουριστών που αναζητούν τη «διαφορετικότητα» στον τόπο που επισκέπτονται. Αποτελεί σημαντική απειλή για την Κύπρο, η οποία οφείλει την τουριστική της ανάπτυξη σε μεγάλο βαθμό στη «διαφορετικότητά της» σε σύγκριση με τους προορισμούς των αναπτυγμένων δυτικών κρατών.
3. από το σύμπλεγμα των προορισμών της Μεσογείου, οι οποίοι διαθέτουν παρόμοιο τουριστικό «προφίλ», αλλά με υψηλότερη ποιότητα υποδομών και υπηρεσιών και μεγαλύτερη διείσδυση στην αγορά.
  - Αλλοίωση της οικιστικής δομής. Συνεπεία εκτός των άλλων και της τουριστικής ανάπτυξης, η αυθαίρετη δόμηση τουριστικών υποδομών και εγκαταστάσεων στη λογική του εύκολου και γρήγορου κέρδους, σε συνδυασμό με την έλλειψη κεντρικού σχεδιασμού και νομοθετικού πλαισίου που να ρυθμίζει χρήσεις γης και προδιαγραφές οικοδόμησης, έχει προκαλέσει τη μερική και σε πολλές περιπτώσεις, ολοσχερή αλλοίωση του δομημένου περιβάλλοντος. Οι συνέπειες βαρύνουν τόσο τον ντόπιο πληθυσμό (υποβάθμιση της ποιότητας ζωής) όσο και τον ίδιο τον τουρισμό, δεδομένου ότι υποβαθμίζεται ένας από τους ισχυρότερους τουριστικούς πόρους, το οικιστικό περιβάλλον.
  - Υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος. Υπάρχουν μεγάλες πιθανότητες μη αναστρέψιμων συνεπειών, εάν παράλληλα με την εθνική πολιτική προστασίας βιοτόπων και οικοτόπων δεν ληφθεί μέριμνα σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο για τον έλεγχο και περιορισμό των παρεμβάσεων σε αυτές. Σοβαρές πιθανότητες επέκτασης του εν λόγω φαινομένου και σε περιοχές που διατηρούν ακόμα τοπικά παραδοσιακά στοιχεία, εάν δεν ληφθεί μέριμνα διατήρησης της τοπικής ταυτότητας μέσα από μηχανισμούς εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης.



- Διατήρηση της εποχικότητας της απασχόλησης και συνεπώς της ανεργίας.  
Εάν δεν αξιοποιηθούν αποτελεσματικά οι ευκαιρίες της τρέχουσας περιόδου για την ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού που δεν έχουν εποχικό χαρακτήρα και παράλληλα μειωθεί η απασχόληση στο αγροτικό τομέα και στη μεταποίηση τα αποτελέσματα θα είναι: διατήρηση εποχικότητας, μείωση συμπληρωματικών εισοδημάτων, αύξηση της ανεργίας, εγκατάλειψη της υπαίθρου, υπερσυγκέντρωση χρήσεων σε περιοχές θύλακες, μακροχρόνια υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας και απώλεια της ελκυστικότητας και της ανταγωνιστικότητάς τους. Η ανεξέλεγκτη δόμηση (νόμιμη και παράνομη) ιδιαίτερα σε περιοχές που έχουν υποστεί αλλοιώσεις ή δέχονται πιέσεις θα οδηγήσει σε ακόμη περαιτέρω υποβάθμισή τους με αποτέλεσμα οι περιοχές αυτές να μεταβληθούν από τόπους προορισμού σε τόπους προς αποφυγή.
- Μαζικοποίηση οικοτουρισμού. Προοπτική με αρνητικές συνέπειες, η οποία έχει ήδη αρχίσει να διαφαίνεται σε κάποιες περιπτώσεις και οφείλεται κυρίως :  
(α) στην ελλιπή συνειδητοποίηση από μέρους των επιχειρηματιών της φιλοσοφίας και της ουσιαστικής έννοιας του οικοτουρισμού,  
(β) στην πρακτική του «εύκολου κέρδους»  
(γ) στην έλλειψη μηχανισμών συστηματικής υποστήριξης, ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης για την ιδέα και τις πραγματικές ωφέλειες του οικοτουρισμού.

#### **5.4. Τουριστική – Ξενοδοχειακή Υποδομή**

Η Κύπρος προσφέρει ένα ευρύ φάσμα επιλογών για διαμονή το οποίο κυμαίνεται από μεγάλα, σύγχρονα και πολυτελή ξενοδοχειακά συγκροτήματα και σε μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις. Η ξενοδοχειακή υποδομή της Κύπρου περιλαμβάνει πολυτελές ξενοδοχεία, οργανωμένα διαμερίσματα, τουριστικά χωριά, τουριστικές επαύλεις, κατασκηνωτικούς χώρους, παραδοσιακές οικοδομές, τουριστικά διαμερίσματα, επιπλωμένα



διαμερίσματα, ξενώνες και ξενοδοχεία χωρίς αστέρα και πολυτελείς κατοικίες . Η σύγχρονη υποδομή τουριστικής διαμονής στην Κύπρο είναι ευρέως αναγνωρισμένη ως ένα από τα δυνατά σημεία του Κυπριακού τουριστικού προϊόντος αφού κάθε χρόνο ξενοδοχειακά συγκροτήματα βραβεύονται από διεθνείς οργανισμούς . Αυτό το υψηλό επίπεδο αποδίδεται κυρίως στην αυστηρή νομοθεσία που διέπει τη δημιουργία και λειτουργία των τουριστικών καταλυμάτων, η οποία επιβάλλει την τήρηση υψηλών προδιαγραφών με γνώμονα πάντοτε την καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών προς τον πελάτη. Σύμφωνα με διάφορες έρευνες που διενεργήθηκαν με σκοπό να δείξουν τον βαθμό ικανοποίησης των τουριστών στην Κύπρο , έδειξαν ότι ειδικά στα ξενοδοχεία ο βαθμός ικανοποίησης είναι μεγάλος. Συγκεκριμένα στα ξενοδοχεία 4-5 αστέρων ο βαθμός ικανοποίησης φτάνει μέχρι το 94% ενώ στα ξενοδοχεία 3 αστέρων το ποσοστό ικανοποίησης είναι περίπου στο 84%.

Αντίθετα με τα πολλά πλεονεκτήματα που έχει η ξενοδοχειακή βιομηχανία στην Κύπρο υπάρχουν και αρκετά προβλήματα που απασχολούν τον τομέα αυτό. Ένα από αυτά είναι και η αδυναμία πολλών μονάδων χαμηλών κατηγοριών να ανταποκριθούν στην προσπάθεια του ΚΟΤ για παροχή ποιοτικών υπηρεσιών. Για τον σκοπό αυτό συστάθηκε το σχέδιο απόσυρσης κλινών το οποίο προνοεί την απόσυρση 20,000 κλινών εντός του έτους . Το σχέδιο απόσυρσης κλινών χαμηλών κατηγοριών έχει ήδη εγκριθεί από το Υπουργικό Συμβούλιο και μέχρι το τέλος του χρόνου αρχίζει η εφαρμογή του. Στόχος η απόσυρση, μέσω της αλλαγής χρήσης ή κατεδάφισης και αντικατάστασης, μέχρι 20,000 κλινών σε καταλύματα που





αδυνατούν να ανταποκριθούν στα ποιοτικά επίπεδα της στοχευμένης πελατείας. Το σχέδιο ενίσχυσης επιχειρήσεων για τον εμπλουτισμό και αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, με προϋπολογισμό ύψους 13 εκατομμυρίων ευρώ, το οποίο θα αποβλέπει στη δημιουργία ιαματικών πάρκων , αναβαθμισμένων υπηρεσιών για άτομα τρίτης ηλικίας , γήπεδα γκόλφ , αθλητικών εγκαταστάσεων κ.α έχει ήδη εγκριθεί από τις αρμόδιες αρχές.

Ένα μεγάλο πρόβλημα το οποίο καλούνται να αντιμετωπίσουν οι ξενοδόχοι είναι η “γέννηση” ενός νέου τύπου καταλύματος η οποία πλήττει και ζημιώνει τον κλάδο γενικά και αυτό το είδος είναι οι πολυτελείς κατοικίες. Η μορφή αυτή καταλύματος δημιουργήθηκε με την παράλληλη ανάπτυξη του κλάδου των κατασκευών στην Κύπρο την τελευταία πενταετία και αποτελεί το κακό αγκάθι του ξενοδοχειακού κλάδου.

Η δυναμικότητα του νησιού σε ξενοδοχειακές κλίνες υπολογίζεται στις **120,000** με την Πάφο να κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό και ακολουθούν η Αγία Νάπα – Πρωταράς και Λεμεσός.

Τώρα , όσο αναφορά την τουριστική υποδομή του νησιού δηλαδή τις υποστηρικτικές υποδομές εκτός ξενοδοχείων υπάρχει αρκετά μεγάλο πρόβλημα γιατί στο παρών στάδιο είναι ανεπαρκείς. Πιο συγκεκριμένα εδώ συναντούμε πρόβλημα υποστηρικτικής υποδομής που αφορά την καταλληλότητα των δρόμων (μέσα στις πόλεις) , την μη ύπαρξη κατάλληλων πεζοδρομίων, ανυπαρξία ποδηλατοδρόμων , ανυπαρξία πάρκων αλλά και χώρων πρασίνου. Είναι φανερό η σοβαρή ευθύνη της πολιτείας αλλά και της τοπικής αυτοδιοίκησης στην κατεύθυνση της επίλυσης των πιο πάνω προβλημάτων. Όπως είναι λογικό , δεν είναι δυνατή η στόχευση στην αγορά του ποιοτικού τουρισμού χωρίς την σοβαρή επένδυση στο περιβάλλον και στην δημιουργία των σωστών υποστηρικτικών υποδομών που να είναι ευθυγραμμισμένα με τις ψηλού επιπέδου ξενοδοχειακές μονάδες.

Στο σημείο αυτό αναφέρεται η προσπάθεια της Πολιτείας στην κατεύθυνση ανάπτυξης του αγροτουρισμού σε μια προσπάθεια

διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος και προσαρμογής του στην Κυπριακή κουλτούρα , πολιτισμό, ήθη και έθιμα, κυπριακή παραδοσιακή κουζίνα, λαϊκής αρχιτεκτονικής, παραδοσιακού τρόπου ζωής, ενασχολήσεων κλπ. Γίνεται προσπάθεια δημιουργίας στην ενδοχώρα των κατάλληλων καταλυμάτων αλλά και υποδομής για ενθάρρυνση της μορφής αυτής του τουρισμού.

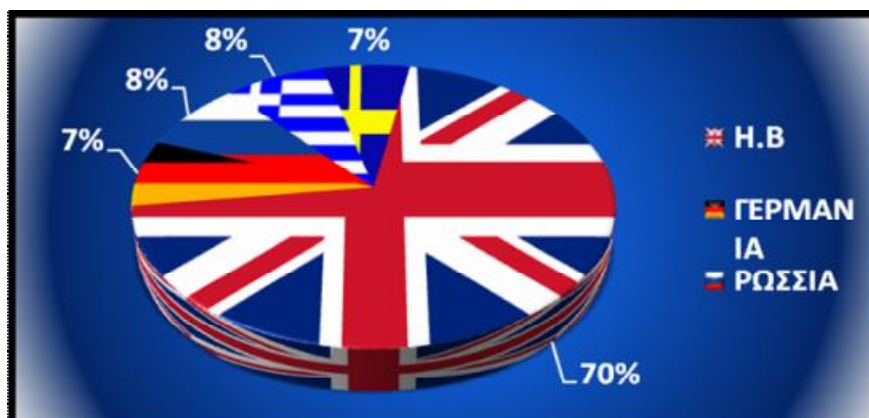
### **5.5. Τουριστική κίνηση Κύπρου**

Σε αυτήν την ενότητα θα ασχοληθούμε με την τουριστική κίνηση της Κύπρου. Πιο κάτω θα παρουσιαστούν στατιστικά στοιχεία που αφορούν την τουριστική κίνηση του νησιού για το έτος το 2007 και θα γίνει σύγκριση με το 2006 όσο αναφορά τις τουριστικές αγορές τις οποίες προσελκύει το νησί , τις αφίξεις , που ταξίδεψαν οι Κύπριοι και τα έσοδα που είχε το κράτος από τον κλάδο του τουρισμού.

#### **5.5.1. Κύριες τουριστικές αγορές**

Το μεγαλύτερο μερίδιο των τουριστικών αφίξεων στην Κύπρο κατέχουν η Δυτική, η Κεντρική και η Βόρεια Ευρώπη. Σε ό,τι αφορά την κατανομή των αφίξεων κατά χώρα προέλευσης το 2007 , το Ηνωμένο Βασίλειο διατήρησε την πρώτη θέση με διαφορά συνεισφέροντας γύρω στο 70% των αφίξεων, με τη Γερμανία, την Ελλάδα, τη Ρωσία και τη Σουηδία να ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά (γύρω στο 7-8% η κάθε μία). Σημαντική ήταν και η συνεισφορά άλλων Ευρωπαϊκών χωρών, του Ισραήλ και των Η.Π.Α.

**Σχήμα 3 : Οι 5 καλύτερες τουριστικές αγορές του Κυπριακού τουρισμού για το 2007**



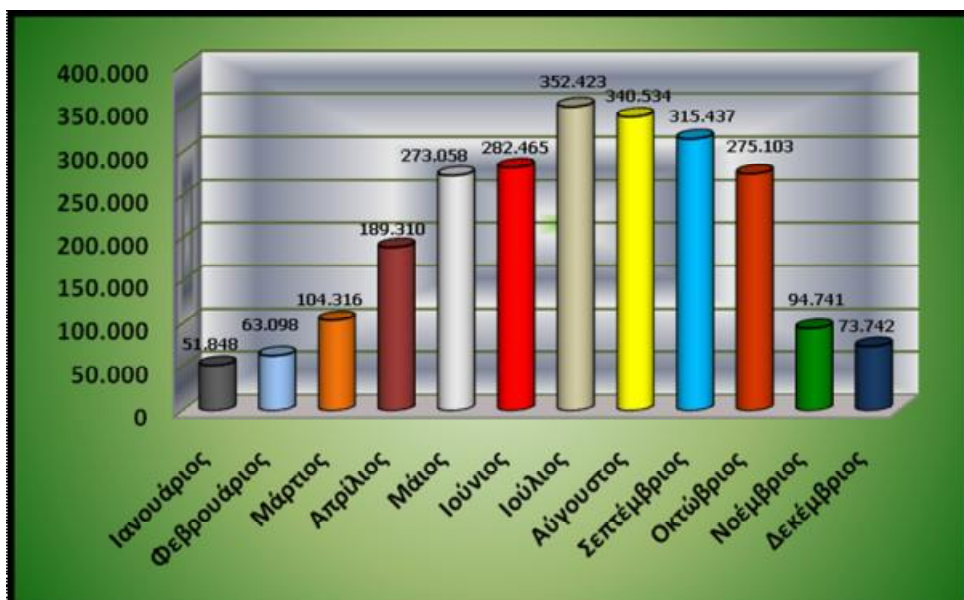


### **5.5.2. Αφίξεις τουριστών για το έτος 2007**

Το 2007 ήταν ένα καλό έτος για τον Κυπριακό τουρισμό σε σύγκριση με το 2006 και έφερε αρκετά αισιόδοξα μηνήματα για το μέλλον. Η αύξηση αυτή των αφίξεων οφείλεται κυρίως στην προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός κ.α και αυτό δείχνει ότι ο Κυπριακός τουρισμός και ο νέος σχεδιασμός του είναι σε καλό δρόμο. Για την περίοδο Ιανουαρίου – Δεκεμβρίου 2007 οι αφίξεις τουριστών ανήλθαν σε 2.416.081 σε σύγκριση με 2.400.924 την αντίστοιχη περίοδο του 2006, σημειώνοντας αύξηση 0,6%. Παρακάτω παρουσιάζονται σε στατιστικά δεδομένα στοιχεία που απεικονίζουν το πως κινήθηκε ο Κυπριακός τουρισμός το 2007.

Στο παρακάτω σχεδιάγραμμα φαίνεται καθαρά ότι οι περισσότερες αφίξεις σημειώθηκαν μεταξύ της περιόδου Απριλίου – Οκτωβρίου (2,028,330) ενώ του υπόλοιπους μήνες οι οποίοι είναι οι χειμερινοί οι αφίξεις παρέμειναν σε χαμηλά επίπεδα φτάνοντας τις 387745 παρόλο που σημείωσαν αύξηση σε σχέση με το 2006. Η Ευρώπη ήταν η καλύτερη αγορά για την Κύπρο το 2007 φτάνοντας τις 2,298,181 αφίξεις σημειώνοντας μείωση 3,43% σε σχέση με το 2006, ακολούθησε η Ασία με 90,389 αφίξεις σημειώνοντας σημαντική αύξηση 18,9% σε σχέση με το 2006 και ακολούθησαν οι Η.Π.Α με 30,356 αφίξεις +15,1%, η Αφρική με 13,297 και τελευταία η Ωκεανία με 11,542 αφίξεις.  
*([www.pio.gov.cy/mof/cystat/](http://www.pio.gov.cy/mof/cystat/))*

**Σχήμα 4 : Αφίξεις τουριστών ανά μήνα (2007)**



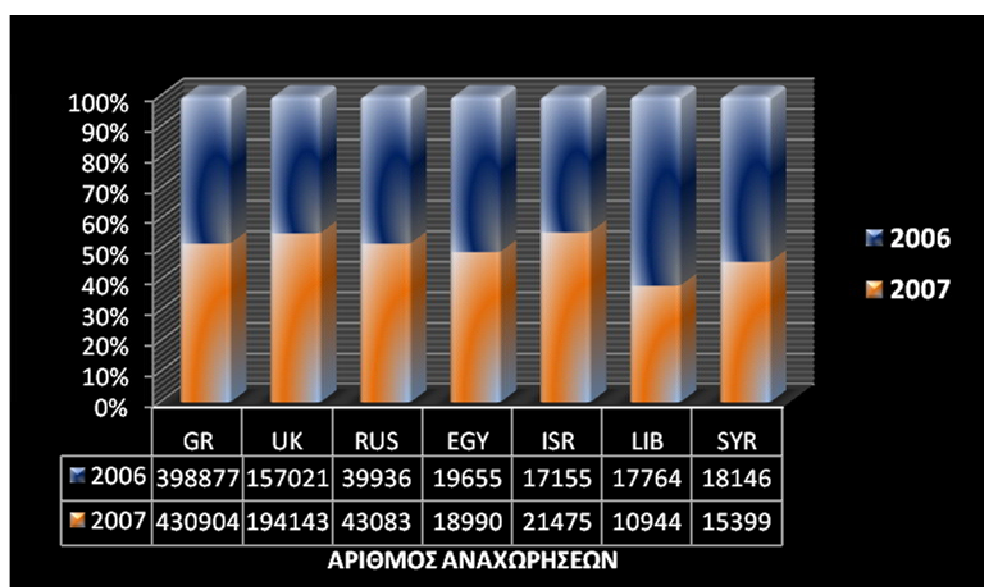
### **5.5.3. Κύπριοι που ταξίδεψαν στο εξωτερικό το 2007**

Η Κύπρος εκτός από το γεγονός ότι είναι ένας ελκυστικός προορισμός παράλληλα αποτελεί και μια καλή τουριστική αγορά για πολλές χώρες . Το γεγονός ότι το βιοτικό επίπεδο της Κύπρου είναι υψηλό αυτό επιτρέπει σε ένα μεγάλο αριθμό Κυπρίων (σε σύγκριση με τον πληθυσμό) να ταξιδεύει τουλάχιστο μια φορά τον χρόνο. Με βάση τα στατιστικά στοιχεία της Κυπριακής Στατιστικής Υπηρεσίας το 2007 ο αριθμός των αναχωρήσεων που αφορούσαν Κύπριους ανήλθε στο **1,065,770** σε σχέση με το 2006 όπου ήταν **932,116** σημειώνοντας 14% αύξηση.

Οι χώρες τις οποίες προτίμησαν να επισκεφθούν οι Κύπριοι ήταν η Ελλάδα (430,904) , το Ηνωμένο Βασίλειο (194,143) και ακολουθούν Ρωσσία , Αίγυπτος , Ισραήλ , Λίβανος και Συρία. Όσο αναφορά τον σκοπό επίσκεψης σε άλλη χώρα ένα ποσοστό της τάξεως του 65% ταξίδεψαν για σκοπούς αναψυχής , 20% για επαγγελματικούς λόγους , ένα ποσοστό 13% ήταν φοιτητές και το υπόλοιπο 2% για άλλους σκοπούς. Η ηλικιακή ομάδα που

ταξιδεύει περισσότερο είναι μεταξύ 25 – 44 χρονών όπου και καταλαμβάνουν το 46% των ταξιδιωτών , ακολουθεί η ομάδα μεταξύ 45 – 64 χρονών όπου κατέχουν το 30% και το υπόλοιπο 24% ανήκει στην ομάδα 18-24 χρονών ενώ το φύλο που ταξίδεψε περισσότερο ήταν οι γυναίκες καλύπτοντας το 55% των αναχωρήσεων έναντι 45% επί των αντρών. ([www.mof.gov.cy](http://www.mof.gov.cy))

**Σχήμα 5 : Οι κυριότεροι προορισμοί που ταξίδεψαν οι Κύπριοι στο εξωτερικό ( σύγκριση 2006 – 2007 )**



**5.5.4. Έσοδα από τον τουρισμό (2006-2007)**

Το 2007 μπορεί να θεωρηθεί ένα αρκετά καλό έτος για τον Κυπριακό τουρισμό πράγμα που φαίνεται όχι μόνο από την μικρή αύξηση των αφίξεων αλλά από την αύξηση των εσόδων από τον τουριστικό κλάδο. Συγκεκριμένα το 2006 τα έσοδα από τον τουρισμό ανήλθαν στα £1035,5 εκ. ενώ το 2007 σημειώθηκε αύξηση της τάξεως του 4,8% φτάνοντας τα £1,858,6 εκ. πράγμα που αποδεικνύει ότι οι στόχοι του ΚΟΤ για προσέλκυση ποιοτικού τουρισμού είναι σε καλό δρόμο. Τα έσοδα από τον τουρισμό το 2007 εμφανίζονται αυξημένα όχι μόνο σε σχέση με το 2006 αλλά και σε σχέση με τα αμέσως



προηγούμενα χρόνια. Όπως φαίνεται στο σχεδιάγραμμα πιο κάτω τα μεγαλύτερα έσοδα καταγράφονται κυρίως μεταξύ των μηνών Μαΐου – Οκτωβρίου (863.1 εκ) όπου είναι και το high season. Κάπως ανησυχητικό μπορεί να θεωρηθεί το γεγονός ότι τα έσοδα κατά τους χειμερινούς μήνες για το 2007 ήταν £223 εκ ενώ τους αντίστοιχους μήνες το 2006 τα έσοδα ήταν £342,9 εκ .

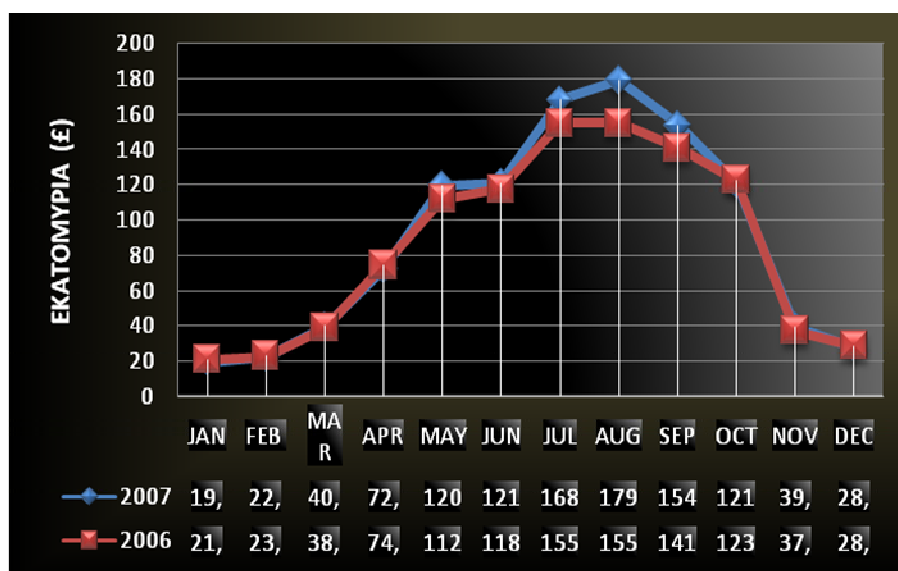
Η αύξηση των εσόδων από τον τουρισμό το 2007, όπως και η αύξηση που κατέγραψαν τα έσοδα το 2006 σε σχέση με το 2005, αποδίδεται κατά κύριο λόγο στην αυξημένη δαπάνη των τουριστών που επισκέφθηκαν τον τόπο. Γεγονός που δικαιολογείται από την πορεία των εσόδων από τον τουρισμό συγκρίνοντας την με την αντίστοιχη πορεία των τουριστικών αφίξεων. Η δαπάνη των τουριστών διατήρησε την αυξητική της πορεία σχεδόν σε όλη τη διάρκεια του 2007 και ακόμη και τον Δεκέμβρη. Μήνα κατά τον οποίο τα έσοδα από τον τουρισμό ανήλθαν σε €51,4 εκ. (£30,1 εκ.) σε σύγκριση με €49,1εκ. (£28,8εκ.) τον αντίστοιχο μήνα του 2006, σημειώνοντας αύξηση 4,5%. Τον Δεκέμβρη του 2007, η μέση δαπάνη των τουριστών ανήλθε σε 696,60 ευρώ σε σύγκριση με 691,81 ευρώ τον ίδιο μήνα του 2006.

Πιο ανοικτοχέρηδες παρουσιάστηκαν τον υπό εξέταση μήνα οι τουρίστες από τη Σουηδία αφού η κατά κεφαλήν τους δαπάνη υπολογίζεται σε 1299,44 ευρώ ενώ τη δεύτερη μεγαλύτερη δαπάνη τον ίδιο μήνα είχαν οι τουρίστες από την Φινλανδία (1293,86 ευρώ). Η μέση ημερήσια δαπάνη τον ίδιο μήνα ανήλθε σε 65,78 ευρώ σε σχέση με 58,09 ευρώ την αντίστοιχη περίοδο του 2006. Πάντως, σύμφωνα με τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας, τον Δεκέμβριο παρουσιάστηκε μείωση στη διάρκεια παραμονής των τουριστών στην Κύπρο. Συγκεκριμένα, ενώ το Δεκέμβριο του 2006 η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών ήταν 11,9 ημέρες, τον ίδιο μήνα το 2007, μειώθηκε στις 10,6 ημέρες. Από τα πιο πάνω στοιχεία που παρουσιάστηκαν φαίνεται καθαρά η μεγάλη συνεισφορά του τουρισμού στην Κυπριακή οικονομία και για αυτό χρειάζεται η συνεχής αναβάθμιση του



τουριστικού προϊόντος με στόχο την μείωση της εποχικότητας όπου συνεπάγεται και με αύξηση των εσόδων από τον κλάδο. ([www.mof.gov.cy](http://www.mof.gov.cy))

**Σχήμα 6 : Έσοδα από τον τουρισμό ( σύγκριση 2006 – 2007 )**



**5.6. Συγκριτική έρευνα αφίξεων μεταξύ του 1998 – 2008**

Όπως έχει λεχθεί και πιο πάνω , η νέα εποχή για τον Κύπριακό τουρισμό άρχισε το 1998. Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιαστούν με τη βοήθεια ιστογραμμάτων στοιχεία σε μια προσπάθεια να αναλυθεί η τουριστική κίνηση στο νησί την τελευταία δεκαετία.

**Σχήμα 7 : Τουριστικές αφίξεις μεταξύ των περιόδων 1998 - 2007**





Σύμφωνα με το πιο πάνω ιστόγραμμα φαίνεται ότι μεταξύ των περιόδων 1998 και **2001** ο Κυπριακός τουρισμός είχε μια ανοδική πορεία ξεκινώντας το **1998** από τις 2,222,706 αφίξεις και φτάνοντας το **2001** τον αριθμό ρεκόρ των 2,686,732 αφίξεων. Οι περίοδοι 2002 , 2003 και 2004 αποτελούν μια μαύρη σελίδα για τον Κύπριακό τουρισμό την τελευταία δεκαετία σημειώνοντας τον ακόλουθο αριθμό αφίξεων :

- **2002** / 2,418,238
- **2003** / 2,303,247
- **2004** / 2,349,012

Οι κακές αυτές επιδόσεις ήταν αποτέλεσμα των κακών ενεργειών και της ανύπαρκτης τουριστικής πολιτικής από το κράτος όπου δεν εκμεταλλεύτηκαν σε καμιά περίπτωση το μεγάλο αριθμό των τουριστών που επισκέφθηκαν το νησί την τριετία 1998 – 2001. Παρόλα αυτά και παρά την μεγάλη πτώση στις αφίξεις τις περιόδους 2002 – 2004 το 2005 η τουριστική κίνηση άρχισε να ανακάμπτει φτάνοντας τις 2,470,063 και με τη σωστή στρατηγική που ακολούθησε ο ΚΟΤ βάζοντας και οριοθετώντας τους στόχους του για προσέλκυση ποιοτικού τουρισμού ο Κυπριακός τουρισμός ακολουθεί μέχρι και σήμερα μια σταθερή πορεία σημειώνοντας το **2006** 2,400,924 και το **2007** / 2,416,075 αφίξεις το χρόνο.

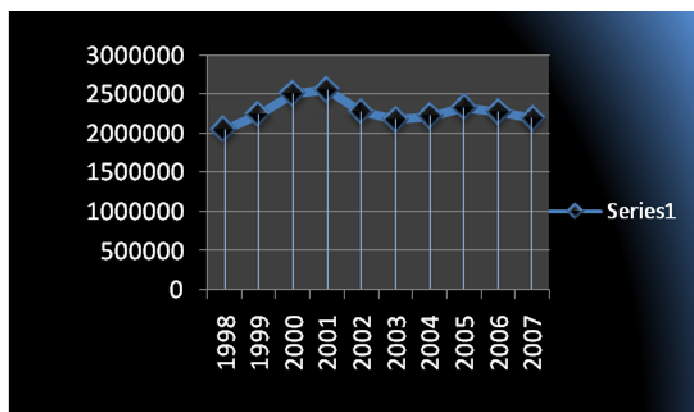
Η μεγαλύτερη αγορά αυτήν τη δεκαετία σε επίπεδο ηπείρων είναι με μεγάλη διαφορά η Ευρώπη με 22,671,185 εκ. αφίξεις συνεισφέροντας τα μέγιστα στην ανάκαμψη του Κυπριακού τουρισμού. Η Ασία ακολουθεί στη δεύτερη θέση με 917,542 και ακολουθούν κατά σειρά οι ακόλουθες ηπείροι :

- Η.Π.Α με 290,505 αφίξεις
- Χώρες του Κόλπου με 172,878 αφίξεις
- Αφρική με 132,750 αφίξεις και
- Ωκεανία με 103,841 αφίξεις

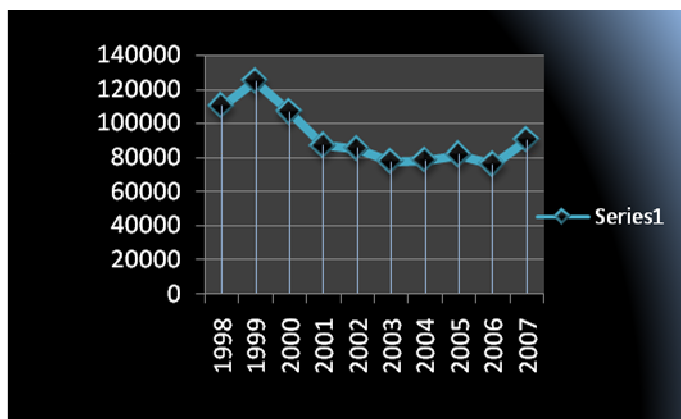
*- Στην επόμενη σελίδα ακολουθεί μια πιο λεπτομερέστερη ανάλυση όπου θα δούμε με τη βοήθεια ιστογραμμάτων τον αριθμό των τουριστών που αφίχθησαν στην Κύπρο από όλες τις Ηπείρους τη περίοδο 1998 – 2007 ανά έτος.*



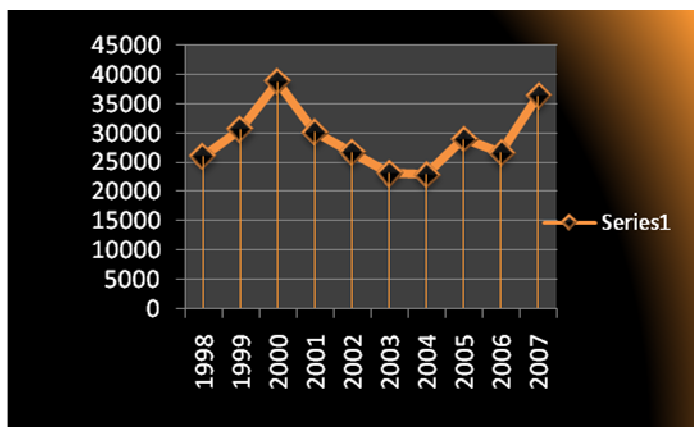
### 1. ΕΥΡΩΠΗ



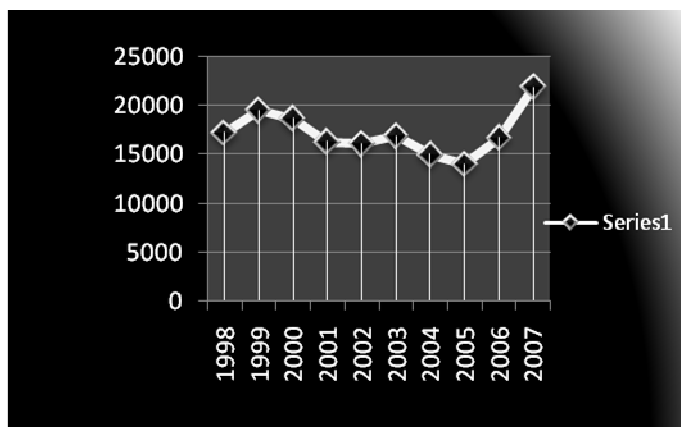
### 2. ΑΣΙΑ



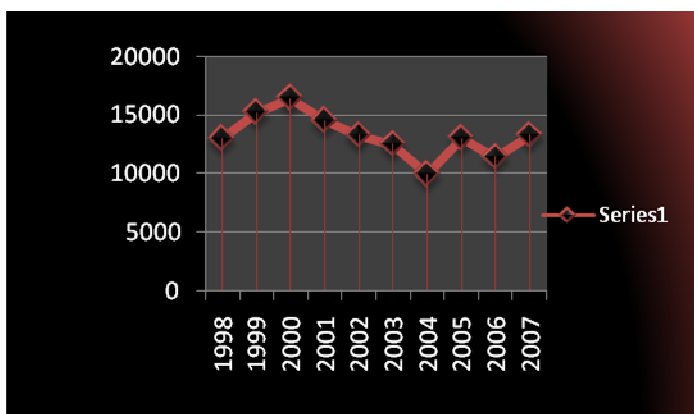
### 3. Η.Π.Α



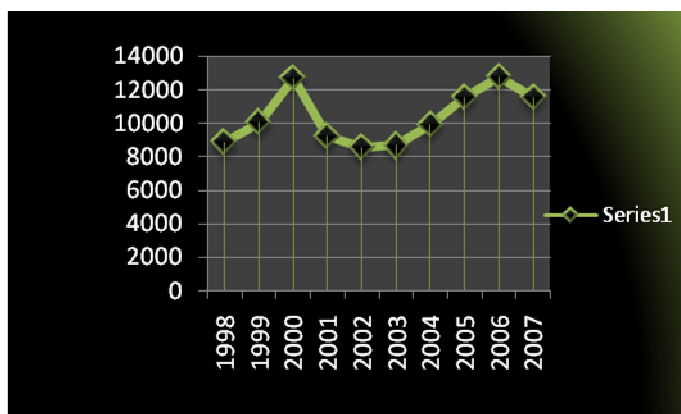
### 4. ΧΩΡΕΣ ΤΟΥ ΚΟΛΠΟΥ



### 5. ΑΦΡΙΚΗ



### 6. ΩΚΕΑΝΙΑ





Όσο αναφορά τώρα τις χώρες που αποτέλεσαν τις μεγαλύτερες αγορές αυτην την δεκαετία το Ηνωμένο Βασίλειο ήταν με τεράστια διαφορά η μεγαλύτερη αγορά με 10,087,864 εκ. τουρίστες , δεύτερη η Γερμανία με 1,833,229 εκ , τρίτη η Ρωσσία με 1,191,657 εκ και ακολουθούν η Ελλάδα με 1,077,360 εκ και τέλος η Σουηδία με 1,067998 εκ.

### **Τελικά συμπεράσματα έρευνας**

Από ότι είδαμε , στην πιο πάνω ενότητα έγινε μια μικρή έρευνα όπου σαν κύριο αντικείμενο έρευνας είχε τις αφίξεις στο νησί μεταξύ των περιόδων 1998-2007. Απ' ότι είδαμε ο τουρισμός της Κύπρου το 1998 ξεκίνησε μια ανοδική πορεία η οποία διήρκεσε για 3 χρόνια φτάνοντας το 2001 στον αριθμό ρεκόρ (για τα Κυπριακά δεδομένα ) των 2,686,732 αφίξεων. Μετά από αυτή τη μεγάλη επιτυχία τουριστική κίνηση μια πτωτική πορεία την περίοδο 2002 – 2004 ενώ από το 2005 μέχρι το 2007 ακολούθησε μια σταθερή πορεία με λιγότερες αφίξεις αλλά με περισσότερα έσοδα πράγμα που δείχνει ότι πλέον ο Κυπριακός τουρισμός απέκτησε κάποια ποιότητα και μια σταθερότητα.

Σε επίπεδο ηπείρων η **Ευρώπη** αποτέλεσε την μεγαλύτερη αγορά με 22,671,185 εκ αφίξεις με τις περισσότερες εξ αυτών να καταγράφονται το 2000 , 2001 και 2005 ενώ οι λιγότερες το 1998 , 2002 και 2003 διανύοντας σε γενικές γραμμές μια σταθερή πορεία χωρίς μεγάλες διακυμάνσεις.

**Ασία :** Η Ασία με τις 917,542 αφίξεις κατέλαβε τη δεύτερη θέση. Ο μεγαλύτερος αριθμός αφίξεων από την Ασία ήταν την περίοδο 1999 και ο μικρότερος το 2006. Και σε αυτή την ήπειρο δεν υπήρξαν μεγάλες αλλαγές αφού μετά το 1999 ακολούθησε μια σταθερή πορεία με μέσο όρο αφιξέων 80,000 αφίξεις ανά έτος με μια μικρή άνοδο το 2007.

**Η.Π.Α :** Οι Η.Π.Α βρίσκεται στην Τρίτη θέση με 290,505 αφίξεις. Όπως φαίνεται και στο γράφημα το 2000 είναι η καλύτερη χρόνια για την αγορά των Η.Π.Α αφού κατέγραψε τον μεγαλύτερο αριθμό αφίξεων (38,738) πριν να πάρει την κατιούσα πορεία μεταξύ των περιόδων 2001 – 2004. Από το 2005



και μετά ακολούθησε μια ανοδική πορεία φτάνοντας το 2007 στις 36,356 αφίξεις.

**Χώρες του κόλπου :** Οι χώρες του κόλπου αν και βρίσκονται κοντα στην Κύπρο σημειώσαν 172,878 αφίξεις. Οι μεγαλύτερες επιδόσεις σημειώθηκαν το 1999 , 2000 και 2007 ενώ οι μικρότερες τις περιόδους 2004-2005. Γενικά η πορεία αυτής της αγοράς ήταν κάπως σταθερή. Ξεκινώντας από το 1998 βλέπουμε ότι για τρεις χρονιές έχει ένα μέσο όρο αφίξεων 17,456. Από την περίοδο 2001 μέχρι το 2005 ακολούθησε μια πτωτική αλλά σταθερή πορεία όπου οι αφίξεις κυμαίνονταν μεταξύ 15 και 17 χιλιάδων ενώ το 2006 άρχισε μια άνοδος για να φτάσει στο μεγαλύτερο αριθμό αφίξεων το 2007 με 21,919 αφίξεις.

**Αφρική :** Η “μαύρη” ήπειρος βρίσκεται στην προτελευταία θέση με 132,750 αφίξεις. Με μια ανοδική πορεία από 1998 μέχρι το 2000 όπου σημείωσε το μεγαλύτερο αριθμό αφίξεων με 16,420 αφίξεις και ακολουθεί για μια τριετία μια πτωτική πορεία για να καταγράψει το 2004 τη χειρότερη της επίδοση με 9,982 αφίξεις. Το 2005 σημείωσε άνοδο της τάξης του 30% σημειώνοντας 13,047 αφίξεις , ακολούθησε μια πτώση το 2006 (11%) για να φτάσει το 2007 στις 13,297 αφίξεις όπου είναι και η δεύτερη καλύτερη επίδοση.

**Ωκεανία :** Η τελευταία αγορά είναι η Ωκεανία με 103, 841 αφίξεις. Η αγορά αυτή όπως φαίνεται και από το γράφημα σημείωσε αρκετές διακυμάνσεις. Ξεκινώντας το 1998 καταγράφει μια ανοδική πορεία για να φτάσει το 2000 στην δεύτερη καλύτερη επίδοση της με 12,706 αφίξεις. Το 2001 καταγράφει μια μεγάλη πτώση της τάξεως του 37% πέφτοντας στις 9,218 και για μια τετραετία οι επιδόσεις της κυμαίνονται μεταξύ 8 και 9 χιλιάδων αφίξεων. Το 2005 σημειώθηκε μια αύξηση των αφίξεων όπου συνεχίστηκε και το 2006 φτάνοντας στις 12,759 κρατήσεις ενώ το 2007 σημειώθηκε μια μικρή πτώση φτάνοντας στις 11,542 αφίξεις.

Αναλύοντας τα πιο πάνω δεδομένα βλέπουμε ότι τις περιόδους 2003 μέχρι 2005 όλες οι αγορές κατέγραψαν τις χειρότερες τους επιδόσεις πράγμα που αποδεικνυεί την κακή αυτή τριετία που πέρασε ο Κυπριακός τουρισμός

ενώ το 2007 με εξαίρεση την Ευρώπη και την Ωκεανία όπου είχαν μια μικρή πτώση οι υπόλοιπες 4 αγορές σημείωσαν άξηση σε σχέση με το 2006.

### **5.7. Ο ρόλος των tour operators στον Κυπριακό τουρισμό**

Οι tour operators αποτελούν ένα τεράστιο αν όχι και το μεγαλύτερο κεφάλαιο για τον τουρισμό παγκοσμίως αφού είναι οι επιχειρήσεις που “κινούν τα νήματα” στον τουριστικό κλάδο. Είναι οι επιχειρήσεις όπου μέσω αυτών εκατομμύρια τουρίστες επιλέγουν το που θα πάνε , που θα μείνουν , τι θα δουν και αυτό τους δίνει μια μεγάλη ισχύ στον κλάδο. Οι Τ.Ο συντέλεσαν τα τελευταία σαράντα έτη στο να περάσει ο τουρισμός από μια αριστοκρατική και βιοτεχνική μορφή σε πλήρη εκδημοκρατισμό και βιομηχανοποίηση των τουριστικών μετακινήσεων. Τι είναι όμως οι tour operators και ποιες λειτουργίες εκτελούν ; *(Παυλίδης 1999: 273-276)*

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), ο Τ.Ο. είναι «μια επιχείρηση υπηρεσιών η οποία προετοιμάζει, πριν εκδηλωθεί η ζήτηση, τα ταξίδια και την παραμονή των τουριστών, οργανώνοντας τα μεταφορικά μέσα, πραγματοποιώντας τις κρατήσεις στα διάφορα καταλύματα και φροντίζοντας για όλες τις άλλες υπηρεσίες που απαιτούνται στον τουριστικό προορισμό (εκδρομές, αναψυχή). Αυτή η επιχείρηση προσφέρει μια σειρά υπηρεσιών (πακέτο) προορισμένων να πωληθούν ως ένα σύνολο, είτε άμεσα από τα ίδια της τα ταξιδιωτικά πρακτορεία είτε έμμεσα με τη μεσολάβηση ανεξάρτητων ταξιδιωτικών πρακτορείων, σε ομάδες ή μεμονωμένα άτομα σε μια προκαθορισμένη τιμή και με ημερομηνίες αναχώρησης και επιστροφής καθορισμένες εκ των προτέρων. Οι Τ.Ο. είναι λοιπόν επιχειρήσεις παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων της τουριστικής βιομηχανίας. Λειτουργούν μεταξύ των παραγωγών τουριστικών υπηρεσιών και των τελικών καταναλωτών σαν κρίκος στην αλυσίδα διάθεσης του τουριστικού προϊόντος. Οι επιχειρήσεις αυτές ασχολούνται αποκλειστικά με την κατάρτιση προγραμμάτων διακοπών,





την προβολή και την πώλησή τους και γενικά τη διακίνηση μεγάλων ομάδων ατόμων με ιδιότητα ή / και μισθωμένα μέσα Ποιος ο ρόλος που διαδραματίζουν στον Κυπριακό τουρισμό ; ([www.wto.org](http://www.wto.org) , Ηγουμενάκης 1999: 270-282).

Ο Κυπριακός τουρισμός βασίζεται 65% στους Τ.Ο και αυτό γιατί οι μόνοι τρόποι για να εισέλθει κάποιος στο νησί είναι είτε με αεροσκάφος είτε με πλοίο αλλά και στο γεγονός ότι ο μαζικός τουρισμός αποτελεί την κύρια μορφή τουρισμού στο νησί. Συγκεκριμένα στο νησί δραστηριοποιούνται πολλοί tour operators ενώ η Κύπρος προβάλλεται πολύ στο εξωτερικό μέσω αυτών. Το μεγαλύτερο μερίδιο της Κύπριακής τουριστικής αγοράς κατέχουν οι κολοσσοί ,Thomas Cook και TUI οι οποίοι είναι οι απόλυτοι άρχοντες του Κυπριακού τουρισμού κατέχοντας ένα μεγάλο μερίδιο του εισερχόμενου τουρισμού.

Η δύναμη που έχουν οι Τ.Ο πλέον στον τουριστικό κλάδο είναι τεράστια και προκειμένου κάποιος προορισμός να ανταπεξέλθει στον πολύ σκληρό ανταγωνισμό πρέπει να προσφέρει αυτά που ζητούν οι Τ.Ο σε σχέση με τιμές , ξενοδοχειακή υποδομή κ.α. Η Κύπρος , παρόλο που αποτελεί έναν ακριβό προορισμό εν τούτοις όμως διαθέτει μια πολύ καλή ξενοδοχειακή υποδομή και για αυτό οι μεγάλοι Τ.Ο της Αγγλίας αλλά και Γερμανίας προωθούν και στέλλουν πολλούς τουρίστες στην Κύπρο κάθε χρόνο. Σημαντική είναι και η προσπάθεια που καταβάλλει ο ΚΟΤ όπου παρέχει πρῶσφορο έδαφος ούτως ώστε να διατηρείται η καλή συνεργασία μεταξύ εταιριών και των διαφόρων φορέων που εμπλέκονται στον τουριστικό κλαδο.



### **5.8. Κυπριακές Αερομεταφορές**

Οι αερομεταφορές αποτελούν το ουσιαστικότερο κομμάτι του διεθνούς μεταφορικού δικτύου από και προς την Κύπρο και αυτό γιατί μέσω των



αερομεταφορών μεταφέρεται σχεδόν το σύνολο της επιβατικής κίνησης από και προς την Κύπρο για αυτό και είναι ένας κλάδος ο οποίος έχει ζωτική σημασία όχι μόνο για την Κύπρο αλλά και για κάθε χώρα. Στην ενότητα αυτή θα αναλυθεί ο κλάδος των αερομεταφορών στην Κύπρο παρουσιάζοντας λεπτομερείς πληροφορίες για τον κλάδο για όλες του τις πτυχές.

### **5.8.1. Ιστορία των Κυπριακών αερομεταφορών**

Ο κλάδος των αερομεταφορών στην Κύπρο έχει τις ρίζες του από τον καιρό της Αγγλοκρατίας. Το 1974 και έπειτα από την Τουρκική εισβολή ο κλάδος υπέστη μια τεράστια οπισθοδρόμηση αφού είχαν καταστραφεί οι τηλεπικοινωνίες, εξοπλισμός ζωτικής σημασίας αλλά και το Αεροδρόμιο Λευκωσίας το οποίο αποτελούσε το μοναδικό αεροδρόμιο του νησιού την εποχή εκείνη. Οι συνέπειες της καταστροφής αυτής ήταν οι αεροπορικές συνδέσεις με τον υπολοιπο κόσμο να σταματήσουν για 7 μήνες γεγονός που οδήγησε στην κατασκευή του αερολιμένα Λάρνακος το οποίο ξεκίνησε τη λειτουργία του τον Φεβρουάριο του 1975. Η ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου και η αδυναμία του αερολιμένα Λάρνακος να εξυπηρετεί τα πλήθη τουριστών που κατέκλειαν το νησί οδήγησαν στην κατασκευή του αεροδρομίου Πάφου το 1983. Η κατασκευή του αεροδρομίου Πάφου είχε και σαν σκοπό την ανάπτυξη του Δυτικού κομματιού της Κύπρου. **(Λεπτομερέστερη αναφορά για τους αερολιμένες ακολουθεί στην υποενότητα 5.8.2).**

Κατά το 2007 δύο Κυπριακές Εταιρείες (Κυπριακές Αερογραμμές, EUROCYPRIA και ) και 104 ξένες αεροπορικές εταιρείες εκτελούσαν δρομολογημένες και ναυλωμένες πτήσεις από και προς την Κύπρο καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Ιδιαίτερα αυξημένη αεροπορική κίνηση παρατηρείται κατά τις καλοκαιρινές περιόδους (Απρίλιο – Οκτώβριο). Ο πιο κάτω πίνακας παρουσιάζει την αεροπορική κίνηση από και προς την Κύπρο για τα τελευταία έξι (6) χρόνια (2001 - 2006) τόσο ανά αεροδρόμιο όσο και συνολικά.



| ΕΤΟΣ | ΕΠΙΒΑΤΕΣ  |           | ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ |        |
|------|-----------|-----------|-------------------|--------|
|      | ΛΑΡΝΑΚΑ   | ΠΑΦΟΣ     | ΛΑΡΝΑΚΑ           | ΠΑΦΟΣ  |
| 2001 | 5.304.151 | 1.539.296 | 46.190            | 12.194 |
| 2002 | 4.972.758 | 1.587.057 | 45.448            | 12.148 |
| 2003 | 4.804.471 | 1.678.566 | 45.010            | 13.348 |
| 2004 | 4.910.856 | 1.763.017 | 46.670            | 13.629 |
| 2005 | 5.117.693 | 1.856.926 | 47.430            | 13.879 |
| 2006 | 5.025.354 | 1.925.125 | 46.601            | 14.736 |

Αναμένεται ότι η επιβατική κίνηση τα επόμενα χρόνια θα παρουσιάσει μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 2% ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι 68% της αεροπορικής κίνησης του αερολιμένα Λάρνακας είναι από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενώ το ποσοστό αυτό αυξάνεται στο 94% περίπου για το αεροδρόμιο της Πάφου. Το ποσοστό ναυλωμένων πτήσεων είναι 32% για τη Λάρνακα και 69% για την Πάφο (για το έτος 2007).

### **5.8.2. Αερολιμένες Κύπρου**

Ο κύριος αερολιμένας της νεοσύστατης Κυπριακής Δημοκρατίας το 1960 ήταν αυτός της Λευκωσίας. Είχε κατασκευαστεί επί Αγγλοκρατίας και εξυπηρετούσε τόσο την Πολιτική Αεροπορία όσο και την Βασιλική Πολεμική Αεροπορία (RAF). Η ανάπτυξη του Αερολιμένα Λευκωσίας συνδέθηκε με την αναπτυσσόμενη τουριστική βιομηχανία και στα τέλη της δεκαετίας του 60 λειτούργησε νέο κτίριο. Δυστυχώς η πορεία ανατράπηκε λόγω της Τούρκικης εισβολής το 1974 και οι εγκαταστάσεις του αερολιμένα τέθηκαν υπό τη διοίκηση των Ηνωμένων Εθνών. Η εξυπηρέτηση της αεροπορικής κίνησης από το Φεβρουάριο του 1975 εγένετο μέσω του Αερολιμένα Λάρνακας που και αυτός ήταν διάδρομος προσγείωσης της RAF και εγκαταλείφθηκε το τέλος της δεκαετίας του 40. Ο Αερολιμένας Πάφου λειτούργησε το Νοέμβρη του 1983 για να εξυπηρετήσει κυρίως την Τουριστική Βιομηχανία της ευρύτερης περιοχής της Πάφου.

Η Κύπρος λόγω του ότι είναι νησί αλλά και τουριστικός προορισμός εξαρτάται σε υψηλό βαθμό από τις αερομεταφορές. Περίπου 95% των επιβατών χρησιμοποιούν τις αερομεταφορές για άφιξη τους στην Κύπρο. Η συνεχόμενη τουριστική ανάπτυξη όμως δεν συμβάδισε με την αναβάθμιση των 2 αερολιμένων όπου λόγω της ανυπαρξίας της ανάλογης υποδομής τους καλοκαιρινούς μήνες δημιουργόταν το αδιαχώρητο δημιουργώντας αρνητική εικόνα στο επιβατικό κοινό και δισφημίζοντας το όνομα της Κύπρου.

Οι δύο αερολιμένες μέχρι το 2001 ήταν ημικρατικοί οργανισμοί όμως λόγω του υψηλού κόστους συντήρησης τους αλλά και η ανικανότητα του κράτους να τα αναβαθμίσει λόγω κόστους καθώς δεν ήθελαν να υπερβούν τον προϋπολογισμό έκαναν επιτακτική την ανάγκη ιδιωτικοποίησης τους ακολουθώντας το παράδειγμα πολλών άλλων χωρών όπου η αναβάθμιση των αερολιμένων επιτυγχάνεται με την συμβολή του ιδιωτικού



**Ο νέος (υπό κατασκευή Αερολιμένας Λάρνακας)** τομέα. Ο Κύπριος μεγαλοεπιχειρηματίας Νίκος Σιακόλας σε συνεργασία με την Hermes Airports η οποία έχει αναλάβει την κατασκευή των νέων εγκαταστάσεων στους αερολιμένες με τη μέθοδο B.O.T (Build, Operate, Transfer) και τη διαχείριση των πιο πάνω αερολιμένων για 25 χρόνια. Μέχρι την αποπεράτωση των έργων η κοινοπραξία θα αναλάβει επίσης και τη διαχείριση των υφιστάμενων εγκαταστάσεων στις οποίες έχουν ήδη γίνει βελτιώσεις ώστε να μπορέσουν να αντεπεξέλθουν μέχρι την κατασκευή των νέων εγκαταστάσεων. Η εταιρεία Hermes έχει ήδη ξεκινήσει την ανέγερση των νέων εγκαταστάσεων στη Λάρνακα και Πάφο σύμφωνα με το γενικό ρυθμιστικό σχέδιο που εκπονήθηκε από την εταιρεία ADP (Aeropot de Paris). Ο αερολιμένας Λάρνακας στην πρώτη φάση θα έχει δυνατότητα εξυπηρέτησης 7,5 εκ επιβατών ετησίως και αναμένεται να λειτουργήσει Νοέμβριο του 2009. Υπάρχει η δυνατότητα περαιτέρω επέκτασης και παράλληλη κατασκευή δεύτερου διαδρόμου προσγείωσης όταν αυτό κριθεί

αναγκαίο. Τα νέα κτίρια του αερολιμένα Πάφου θα λειτουργήσουν το Νοέμβριο του 2008 και θα εξυπηρετούνται 2,7εκ επιβάτες ετησίως.

Η κατασκευή των 2 νέων υπερσύγχρονων αερολιμένων σε συνδιασμό με την ελευθεροποίηση των αερομεταφορών αναμένεται να δώσουν στην Κύπρο μια νέα δυναμική αφού λόγω της τοποθεσίας της μπορεί να καταστεί περιφερειακό διαμετακομιστικό κέντρο μεταξύ Ευρώπης και Μέσης Ανατολής. Οι υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις που θα έχουν οι δύο νέοι αερολιμένες και το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης που θα παρέχουν στον επισκέπτη θα είναι οι βασικοί άξονες για την υλοποίηση του στόχου αυτού. ([www.airport-technology.com/projects/larnaca](http://www.airport-technology.com/projects/larnaca)).

### **5.8.3. Αεροπορικές εταιρίες**

Στην Κύπρο το 2007 δραστηριοποιήθηκαν 106 αεροπορικές εταιρίες μεταφέροντας περίπου 7,300,000 επιβάτες. Η Κύπρος συνδέεται με όλο τον κόσμο μέσω του συστήματος hub and spoke που εφαρμόζεται από τις αεροπορικές εταιρίες. Συγκεκριμένα από τις κύριες πόλεις της Αμερικής όπως Νέα Υόρκη , Ουάσινγκτον , Βοστώνη , Λος Άντζελες , Μαϊάμι , Σικάγο κτλ η πρόσβαση προς την Κύπρο επιτυγχάνεται μέσω αεροδρομίων μεγάλων Ευρωπαϊκών πόλεων όπως Λονδίνο , Άμστερνταμ , Φρανκφούρτης , Αθήνας κτλ. Οι αεροπορικές συνδέσεις με Αυστραλία, Νέα Ζηλανδία , Ιαπωνία και Ασία γίνονται μέσω αεροδρομίων από τον Αραβικό Κόλπο όπως το Ντουμπάϊ (Emirates) , Μπαχρέϊν (Gulf Air) κ.α.

**Κυπριακές αερογραμμές :** Οι *Κυπριακές Αερογραμμές (Cyprus Airways)* είναι ο κρατικός αερομεταφορέας της Κύπρου. Η συνεισφορά των Κυπριακών Αερογραμμών στην κυπριακή τουριστική βιομηχανία αλλά και στην Κυπριακή οικονομία ήταν και είναι πολύ



μεγάλη καθώς συνδέεται με 30 προορισμούς σε Ευρώπη , Χώρες του Κόλπου και συνεπώς αποτελεί ένα βασικό μεσάζων για την εισαγωγή ξένου συναλλάγματος στην Κύπρο. ([www.cyprusnet.com](http://www.cyprusnet.com))

Οι Κυπριακές Αερογραμμές ιδρύθηκαν το 1947, από την αποικιακή κυβέρνηση της Κύπρου, την British European Airways (BEA) και άλλους ιδιωτικούς επενδυτές και ξεκίνησε την λειτουργία της στις 19 Απριλίου 1948 με τον στόλο της να αποτελείται από αεροπλάνα τύπου Douglas DC-3. Αργότερα και συγκεκριμένα το 1953 μετά από την παραχώρηση των αεροσκαφών τύπου Vickers Viscount από την (B.E.A) η εταιρία ξεκίνησε πτήσεις από και προς το Λονδίνο. Το 1960 έπειτα από την αποτίναξη του Αγγλικού ζυγού και την ανεξαρτικοποίηση της Κύπρου η εταιρία διέρχεται στον πλήρη έλεγχο της Κυπριακής κυβέρνησης. Τον Ιούλιο



1974, μετά την Τουρκική εισβολή η εταιρία υπέστη μεγάλη οικονομική καταστροφή αφού είχε χάσει αεροσκάφη του στόλου της αλλά και την βάση όπου τότε ήταν το αεροδρόμιο Λευκωσίας ενώ το 1975 με νέα βάση το αεροδρόμιο Λάρνακας η εταιρία ξεκίνησε και

πάλι τη λειτουργία της. Οι Κυπριακές Αερογραμμές θέλωντας να γίνουν πιο ανταγωνιστικές το 1992 δημιούργησαν τη θυγατρική εταιρία **“Eurocyprya Airlines”** η οποία είχε ιδρυθεί για να αντιμετωπίσει την αναπτυσσόμενη αγορά των ναυλωμένων πτήσεων. Οι Κυπριακές Αερογραμμές ανήκουν κατά 69.62% στην Κυπριακή Δημοκρατία, και κατά 30.38% σε ιδιώτες επενδυτές. Οι Κ.Α κατείχαν το απόλυτο μονοπώλιο στην Κυπριακή αγορά μέχρι τον Μάιο του 2004 όταν η Κύπρος μπήκε στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Ο στόλος των Κ.Α σήμερα αποτελείται από τους ακόλουθους τύπους αεροσκαφών : 2 Airbus A319-100 , 6 Airbus A320-200 και 2 Airbus A330-200 . Σαν σύμβολο των Κυπριακών Αερογραμμών έχει καθιερωθεί το ενδημικό αγρινό, χαρακτηριστικό στοιχείο της πανίδας της Κύπρου. Οι βασικοί





χρωματισμοί είναι το κίτρινο και το βαθύ γαλάζιο ενώ οι διεθνείς κωδικοί της είναι :

◇ Κωδικός IATA : **CY**

◇ Κωδικός ICAO : **CYP**

◇ Callsign : **Cyprus** ([www.cyprusnet.com](http://www.cyprusnet.com) , [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))

#### **5.8.4. Διεθνείς συμβάσεις**

Η Κύπρος έχει καταφέρει να εισέλθει σε όλους τους διεθνείς οργανισμούς στον τομέα της πολιτικής αεροπορίας ενώ έχει υπογράψει διάφορες διεθνείς συμβάσεις. Συγκεκριμένα η Κύπρος έχει πετύχει τα ακόλουθα :

◇ υπέγραψε τη συμφωνία του Σικάγου που αφορούσε την πολιτική αεροπορία

◇ είναι μέλος του Διεθνούς Οργανισμού Πολιτικής Αεροπορίας (ICAO) ,

◇ του Διεθνές Συμβουλίου Αεροδρομίων

◇ της Ευρωπαϊκής Διάσκεψης Πολιτικής Αεροπορίας και

◇ διατηρεί στενή σχέση με τον Σύνδεσμο Αρχών Πολιτικής Αεροπορίας

Η Κύπρος έχει μέχρι σήμερα συνάψει διμερείς Αεροπορικές Συμφωνίες με πενήντα (50) χώρες ενώ έχει μονογράψει τέτοιες συμφωνίες με άλλες δεκαέξι (16) χώρες με σκοπό τη ρύθμιση της εκτέλεσης δρομολογημένων πτήσεων από και προς την Κύπρο. Με την ένταξη της Κύπρου στην Ε.Ε. την 01/05/2004, για τις χώρες μέλη έχει καταργηθεί το καθεστώς των διμερών συμφωνιών αφού έχει επέλθει η πλήρης φιλελευθεροποίηση για δρομολόγια εντός της Ε.Ε. Για τις τρίτες χώρες θα συνεχίσουν να ισχύουν οι διμερείς συμφωνίες οι οποίες όμως θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τα συμφέροντα και των άλλων κοινοτικών αερομεταφορέων.

#### **5.8.5. Η νέα εποχή στις Κυπριακές Αερομεταφορές**

Όπως έχει λεχθεί και πιο πάνω οι Κ.Α κατείχαν το μονοπώλιο στην Κυπριακή αγορά και αυτό οφειλόταν κυρίως στο ότι αποτελεί και ημικρατική εταιρία και προστατευόταν από το κράτος. Η “προστασία” εστιαζόταν κυρίως



στο ότι η εκάστοτε κυβερνήσεις δεν πρόσφεραν τις κατάλληλες ευκολίες για να δραστηριοποιούνται και άλλες αεροπορικές εταιρίες στην Κύπρο. Αυτό έπαψε να υφίστανται στις 01/05/2004 με την είσοδο της Κύπρου στην Ε.Ε.

Με την είσοδο της Κύπρου στην Ε.Ε ο κλάδος των αερομεταφορών είχε εισέλθει πλέον σε μια νέα εποχή αφού πολλές ήταν οι εταιρίες που ξεκίνησαν να δραστηριοποιούνται στην Κύπρο δημιουργώντας ένα πολύ ανταγωνιστικό περιβάλλον προς όφελος των καταλωτών αλλά και επεκτείνοντας το δίκτυο που συνδεόταν με την Κύπρο. Παράλληλα αυτό που δεν είχε κάνει στο παρελθόν το κράτος και ο ΚΟΤ έτρεξαν να το κάνουν μετά την είσοδο στην Ε.Ε προσφέροντας οικονομικά κίνητρα σε αεροπορικές εταιρίες για να δραστηριοποιηθούν στην Κύπρο. Οι αεροπορικές εταιρίες η Emirates , η Gulf Air , η Aegean Airlines είναι οι τρεις εταιρίες οι οποίες “κτύπησαν” συγκεκριμένα δρομολόγια και αποτελούν μεγάλους παίχτες στον κλάδο των Κυπριακών Αερομεταφορών κερδίζοντας συνεχώς την εκτίμηση του κοινού για τις υψηλού επιπέδου υπηρεσίες που προσφέρουν.

**5.8.5.1. Η κάθοδος των low cost airlines :** Το απλοποιημένο επιχειρησιακό μοντέλο των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους το οποίο έφερε την νέα μεγάλη επανάσταση στην Παγκόσμια Αγορά του κλάδου δεν μπορούσε να αφήσει ανεπηρέστη την Κύπρο. Μετά από σωστές αλλά και επίμονες ενέργειες ο ΚΟΤ κατάφερε και προσέλκυσε αρκετές αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους να έρθουν

στο νησί. Η δραστηριοποίηση αυτών των εταιριών συνέβαλε στο να αυξηθούν οι αφίξεις των τουριστών αφού προσφέρουν φτηνά εισιτήρια στο καταναλωτικό κοινό. Στη Κύπρο εκτελούν πτήσεις οι ακόλουθες εταιρείες οι χαμηλού κόστους. Πρόκειται για τις Monarch Airlines (Βρετανία), SkyEurope (Αυστρία), FlyGlobespan (Σκοτία), GB Airways (Βρετανία), XLAirways (Βρετανία) , Jazeera Airways (Κουβέιτ) και Jet2.com (Βρετανία), Blue Air (Ρουμανία ) ενώ από τις 30 Μαρτίου οι πτήσεις της GB Airways θα εκτελούνται

από την Easy Jet η οποία εξαγόρασε την εταιρία. Ο ΚΟΤ εκτιμά ότι οι εταιρείες αυτές θα μειώσουν αισθητά την τιμή των διακοπών για την Κύπρο, ενώ θα δώσουν την ευκαιρία σε τουρίστες να ταξιδεύουν χωρίς πακέτα. Αξίζει να σημειωθεί πως οι εταιρίες αυτές με την ταυτότητα που έχουν (low cost) άρχισαν την κάθοδο τους στο νησί σε μια εποχή όπου οι



Κύπριοι δεν ήθελαν καν να ακούνε αυτές τις λέξεις μετά την συντριβή του Boeing 737 της αεροπορικής εταιρίας χαμηλού κόστους **“HELIOS”** στην Αθήνα, παρασύροντας στο θάνατο 121 ανθρώπους και βυθίζοντας στο πένθος ολόκληρη τη χώρα. Παρόλα αυτά κατάφεραν να εδραιωθούν και να κατέχουν ένα σημαντικό μερίδιο αγοράς το οποίο αυξάνεται συνεχώς.

*([www.politis-news.com](http://www.politis-news.com))* .



## **Κεφάλαιο 6 : Τουριστική αναπτυξιακή πολιτική**

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

Στα προηγούμενα κεφάλαια ειπώθηκε αρκετές φορές το γεγονός ότι η ανυπαρξία μιας σωστής τουριστικής πολιτικής από την Κυπριακή κυβέρνηση και τον ΚΟΤ οδήγησε στη μεγάλη μείωση των αφίξεων το 2003 στην Κύπρο. Το γεγονός αυτό στην ουσία κτύπησε το καμπανάκι στους αρμόδιους φορείς όπου είχαν πιαστεί στον ύπνο , έτσι το Διοικητικό Συμβούλιο του ΚΟΤ το 2003 αποφάσισε τη δημιουργία ενός στρατηγικού σχεδίου με χρονικό ορίζοντα υλοποίησης του το 2010.

### **6.1. Στρατηγικό σχέδιο για τον τουρισμό 2003-2010**

Το Στρατηγικό Σχέδιο για τον Τουρισμό 2010 καθορίζει τη μελλοντική πορεία της Κυπριακής τουριστικής βιομηχανίας. Το Σχέδιο αυτό ετοιμάστηκε από τον ΚΟΤ έπειτα από εντατικές διαβουλεύσεις με όλους τους τουριστικούς εταίρους της Κύπρου και εγκρίθηκε από την Κυβέρνηση. Στόχος του Σχεδίου



είναι η εισαγωγή της έννοιας της αειφορίας στην τουριστική ανάπτυξη της Κύπρου, η οποία θα κινείται γύρω από δύο κεντρικούς άξονες, τον Κυπριακό πολιτισμό και το Περιβάλλον. Η εφαρμογή του Σχεδίου θα επιτρέψει την επανατοποθέτηση της Κύπρου στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη, ως «ένα μωσαϊκό φύσης και πολιτισμού, ένας ολόκληρος, μαγικός κόσμος συγκεντρωμένος σε ένα μικρό, ζεστό και φιλόξενο νησί της Μεσογείου, στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων, το οποίο προσφέρει μια πολυδιάστατη ποιοτική τουριστική εμπειρία». Ο γενικός ποσοτικός στόχος του Σχεδίου είναι ο διπλασιασμός των εσόδων από τον τουρισμό, ώστε να φθάσουν τα ΛΚ1,8 δις (σε τιμές του 1998) μέχρι το 2010. Ο στόχος αυτός θα επιτευχθεί διά της επικέντρωσης στην ποιότητα και στην προσφορά μιας πολύ καλής σχέσης ποιότητας/τιμής (value for money) στον επισκέπτη, παράλληλα με την επιδίωξη μικρής μέσης ετήσιας αύξησης στις αφίξεις (η οποία θα κυμαίνεται γύρω στο 3,5%, ώστε να επιτευχθεί ο στόχος των 3,5 εκ. αφίξεων μέχρι το 2010). Η Στρατηγική Τουρισμού αποτελείται από τη Στρατηγική Μάρκετινγκ, τη Στρατηγική Προϊόντος και τη Στρατηγική Ποιότητας/Προστιθέμενης Αξίας.

Μέσα στα πλαίσια της Στρατηγικής Μάρκετινγκ, ιεραρχήθηκαν κατά σειρά προτεραιότητας οι αγορές-πηγές του τουρισμού και εντοπίστηκαν και στοχεύτηκαν συγκεκριμένα τμήματα αγοράς τα οποία συνεισφέρουν θετικά στους στόχους της Στρατηγικής. Επίσης τα ειδικά προϊόντα που ενδιαφέρουν τα στοχευμένα τμήματα αγοράς εντοπίστηκαν και αξιολογήθηκαν, και ετοιμάστηκε Στρατηγική Προϊόντος στόχο την ανάπτυξη των προϊόντων αυτών και την προσφορά τους στην αγορά.

Η Στρατηγική Ποιότητας/Προστιθέμενης Αξίας στοχεύει στην προσφορά πολύ καλής σχέσης ποιότητας/τιμής (value for money) στον επισκέπτη, μέσω της βελτίωσης της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος, της αύξησης της συνεισφοράς του ανθρώπινου παράγοντα (διά της επίτευξης επί μέρους στόχων όπως την προβολή της φιλοξενίας των ντόπιων και την αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζόμενων στην τουριστική βιομηχανία) και την τιμολόγηση του προϊόντος με τέτοιο τρόπο ώστε η τιμή να αντανakλά



άμεσα την προσφερόμενη ποιότητα. Το Στρατηγικό Σχέδιο προνοεί επίσης τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος της Κύπρου σε τοπικό επίπεδο και την επανατοποθέτηση των τουριστικών περιοχών, ώστε η κάθε μία να αποκτήσει τη δική της, ξεχωριστή εικόνα και ταυτότητα. Για την υλοποίηση του πιο πάνω στόχου, έχει ανατεθεί η εκπόνηση ειδικών μελετών σε εμπειρογνώμονες, τα ευρήματα των οποίων θα αξιολογηθούν και θα υλοποιηθούν μέσα από τη συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Η Κυβέρνηση επιδιώκει την υλοποίηση του Στρατηγικού Σχεδίου, μέσω του Σχεδίου Υλοποίησης που έχει ετοιμαστεί, και το οποίο αναθεωρήθηκε πρόσφατα. Για να διασφαλιστεί η υλοποίηση του, έχουν συσταθεί ειδικοί μηχανισμοί παρακολούθησης και ετοιμάζονται δείκτες που θα χρησιμοποιηθούν για σκοπούς παρακολούθησης με σκοπό τον καλύτερο έλεγχο. Παρακάτω θα δούμε μερικά από τα σημαντικότερα σημεία που υπάρχουν μέσα στο Στρατηγικό Σχέδιο για τον Κυπριακό τουρισμό.

### **6.1.1. Σημαντικά σημεία του Στρατηγικού σχεδίου**

**1.Όραμα** : Το Όραμα που θα καθοδηγεί τη Στρατηγική της επόμενης δεκαετίας είναι: **"Κύπρος: ένας ποιοτικός τουριστικός προορισμός που να ικανοποιεί τον επισκέπτη με ποικίλα ενδιαφέροντα και αναζητήσεις και να διασφαλίζει τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας ζωής για το ντόπιο."**

Η επίτευξη του οράματος θα διασφαλιστεί μέσα από μια Στρατηγική που έχει σαν κεντρικό σημείο αναφοράς την αειφορία η οποία ταυτίζεται με την έννοια της ποιότητας. Στα πλαίσια της αειφορίας η τουριστική ανάπτυξη θα διασφαλίσει την ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας, του φυσικού περιβάλλοντος αλλά και την ποιότητα της ζωής των κατοίκων αξιοποιώντας τους διαθέσιμους πόρους χωρίς να τους καταπονεί ή εξαντλεί, επιτρέποντας έτσι στον προορισμό να ανταποκριθεί επιτυχώς στις παρούσες και μελλοντικές ανάγκες τόσο του επισκέπτη όσο και του ντόπιου.





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

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

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

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

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



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

Οι στόχοι για τις υπόλοιπες αριθμητικές παραμέτρους καθορίζονται ως εξής: Η Μέση Διάρκεια Παραμονής να ανέλθει σε 11,6 μέρες, η Εποχικότητα να αντιμετωπιστεί με την καλύτερη κατανομή των αφίξεων μέσα στο χρόνο και συγκεκριμένα να μειωθεί το μερίδιο της περιόδου αιχμής (Ιούλιος-Σεπτέμβριος) σε 33% από 40% που είναι τα τελευταία χρόνια και να αυξηθεί το μερίδιο όλων των άλλων μηνών ιδιαίτερα των περιόδων Ιανουαρίου - Μαρτίου και Οκτωβρίου - Δεκεμβρίου. Τέλος, να αυξηθεί το ποσοστό του επαναλαμβανόμενου τουρισμού. Οποιαδήποτε βελτίωση των τριών πιο πάνω δεικτών θα αποτελεί επιπλέον επιτυχία του προορισμού αφού συμβάλλει θετικά στα κοινωνικοοικονομικά οφέλη που επιδιώκονται.

**4. Επανατοποθέτηση :** Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Κύπρου αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επίτευξη των στόχων. Η Κύπρος θα επιδιώξει να επανατοποθετηθεί στον τουριστικό χάρτη αναδεικνύοντας το πλεονέκτημα που τη διαφοροποιεί από τους ανταγωνιστές της. Σαν το κυριότερο ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα κρίθηκε η μεγάλη ποικιλία/ποικιλομορφία της τουριστικής εμπειρίας σε μικρό γεωγραφικό χώρο. "Ένα μωσαϊκό φύσης και πολιτισμού, ένας ολόκληρος, μαγευτικός κόσμος συγκεντρωμένος σ' ένα μικρό, ζεστό και φιλόξενο νησί της Μεσογείου στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων, μεταξύ δύσης και ανατολής που προσφέρει μια πολυδιά-στατη ποιοτική τουριστική εμπειρία." Η στρατηγική πορεία του 2010 υποστηρίζεται από τρεις επιμέρους στρατηγικές: Στρατηγική Μάρκετινγκ, Προϊόντος και Ποιότητας-Πρόσθετης Αξίας.



**5. Στρατηγική Μάρκετιγκ:** Η Στρατηγική κατεύθυνση που καλείται να ακολουθήσει ο τομέας του Μάρκετιγκ του τουριστικού προϊόντος είναι επικεντρωμένη και επιθετική με κεντρικό στόχο την ανάπτυξη αγορών και τμημάτων αγορών που είναι πιο αποδοτικά. Στα πρώτα χρόνια εφαρμογής του στρατηγικού σχεδίου η έμφαση θα δοθεί στη διείσδυση υφιστάμενων αγορών, δηλαδή στη διείσδυση σε υφιστάμενες αγορές/ τμήματα με προσπάθεια προσέλκυσης πιο αποδοτικής πελατείας ενώ καθώς διαμορφώνεται το κατάλληλο προϊόν, με την αναβάθμιση υφιστάμενου και δημιουργία νέων προϊόντων, η έμφαση θα δίδεται στη διαφοροποίηση αγορών, δηλαδή την καλλιέργεια νέων αγορών/ τμημάτων.

**6. Ιεράρχηση Αγορών και Τμημάτων Πελατείας:** Η τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς έγινε στα πλαίσια της νέας τοποθέτησης της τουριστικής Κύπρου με βάση τα κίνητρα/ λόγους ταξιδίων (motivation) όπως αυτά εντοπίστηκαν από έρευνες και μελέτες και αναμένεται να διαμορφωθούν τα επόμενα χρόνια σύμφωνα με τα μεταβαλλόμενα χαρακτηριστικά και προσδοκίες της τουριστικής πελατείας. Τα κίνητρα που εντοπίστηκαν και αξιολογήθηκαν είναι εκείνα που εξυπηρετούν στον καλύτερο βαθμό τους μετρήσιμους στόχους της στρατηγικής και άλλα κριτήρια.

**7. Στρατηγική προϊόντος :** Ο Παγκόσμιος τουρισμός δείχνει αυξητικές τάσεις με αποτέλεσμα να υπάρχει ένας πολύ μεγάλος ανταγωνισμός από πλευράς τουριστικών προορισμών . Η επιτυχής ή αποτυχητή εκχώρηση ενός τουριστικού προορισμού στην παγκόσμια τουριστική αγορά εξαρτάται από την ποιότητα του τουριστικού που προσφέρει. Μέσα στις συνθήκες έντονου ανταγωνισμού που έχουν διαμορφωθεί στη διεθνή αρένα κερδίζει το προϊόν εκείνο, το οποίο ανταποκρίνεται και ικανοποιεί στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό τις ανάγκες και απαιτήσεις της πελατείας στην οποία απευθύνεται ο προορισμός.



Η Κύπρος σαν ένας νησιώτικος τουριστικός προορισμός έχει επενδύσει κυρίως στην πελατεία Ήλιου και Θάλασσας. Ο προσανατολισμός αυτός ήταν σωστή επιλογή με τα δεδομένα που ίσχυαν την δεκαετία του '80 όπου ήταν ένας νέος προορισμός και προσέλκυε τουρίστες κυρίως λόγω του Ήλιου και Θάλασσας. Η επιλογή όμως αυτή είχε σαν αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός μονοδιάστατου προϊόντος το οποίο σήμερα δε διαφέρει από πολλούς άλλους προορισμούς και τοποθετεί την Κύπρο σε μειονεκτική θέση όσον αφορά την ανταγωνιστική της ικανότητα. Η στρατηγική προϊόντος που προτείνεται έχει τους ακόλουθους στόχους :

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

Η επιτυχία της Στρατηγικής θα κριθεί από την ικανότητα δημιουργίας του κατάλληλου τουριστικού προϊόντος το συντομότερο δυνατό. Οι διάφορες πτυχές του τουριστικού προϊόντος θα αναπτυχθούν με κεντρικό σημείο αναφοράς τον **πολιτισμό και το περιβάλλον**. Σημειώνεται ότι το φυσικό περιβάλλον και ο πολιτισμός είναι οι δύο βασικοί άξονες οι οποίοι θα βοηθήσουν την τουριστική Κύπρο να αναδείξει την ταυτότητά της και να αποκτήσει μοναδικότητα αφού είναι ένας προορισμός με πολλά φυσικά κάλλη αλλά και τα 3000 χρόνια ιστορίας της άφησαν μια πολύ πλούσια κληρονομιά η οποία πρέπει να αξιοποιηθεί σωστά και να φέρει τα ανάλογα αποτελέσματα η όχι.

Το Στρατηγικό Σχέδιο περιλαμβάνει ένα χαρτοφυλάκιο προϊόντων το οποίο η Κύπρος έχει δυνατότητες για ανάπτυξη μεγάλου φάσματος ειδικών προϊόντων. Η στρατηγική επικεντρώνεται στη δημιουργία προϊόντων που



μπορούν να αναδείξουν τη μοναδικότητα του προορισμού βάσει της επανατοποθέτησης και περιστρέφονται κυρίως γύρω από τους δύο βασικούς άξονες πολιτισμός και περιβάλλον. Τα ειδικά προϊόντα είναι "προϊόντα" τα οποία θα λειτουργήσουν σαν προσελκυστικά/ εμπλουτιστικά στοιχεία (attractions) και ταυτόχρονα θα προσφέρουν ευκαιρίες για δραστηριότητες και ψυχαγωγία. Τα προϊόντα που προτείνονται είναι απαραίτητα για την απόκτηση της πολυδιάστατης τουριστικής εμπειρίας πάνω στην οποία βασίζεται η επανατοποθέτηση της τουριστικής Κύπρου και εξυπηρετούν τα επιλεγμένα τμήματα. Ταυτόχρονα θα αντιμετωπιστεί η βασική αδυναμία του τουριστικού προϊόντος που εστιάζεται στην ανεπαρκή προσφορά ευκαιριών για δραστηριότητες όπως προκύπτει από τις σχετικές έρευνες/ μελέτες. ([www.politis-news.com](http://www.politis-news.com))

Ο εντοπισμός των ειδικών προϊόντων που πρέπει να δημιουργηθούν (νέα προϊόντα) και των προϊόντων που πρέπει να αναβαθμιστούν ή να εμπλουτισθούν (υφιστάμενα προϊόντα) έγινε με βάση τα επιλεγμένα τμήματα αγοράς βάσει κινήτρου, τα κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά κάθε τμήματος και την εποχικότητα. Τα ειδικά προϊόντα που εντοπίστηκαν στη συνέχεια ιεραρχήθηκαν κατά σειρά συχνότητας, δηλαδή σύμφωνα με τον αριθμό των τμημάτων που εξυπηρετούν. Στη συνέχεια τα ειδικά προϊόντα αξιολογήθηκαν με βάση την αποδοτικότητα τους σε σχέση με τους γενικούς ποσοτικούς και ποιοτικούς στόχους της Στρατηγικής που είναι η μέση δαπάνη, η εποχικότητα, η μέση διάρκεια παραμονής, οι αφίξεις περιηγητών, οι επιπτώσεις στο περιβάλλον, οι κοινωνικές επιπτώσεις και οι οικονομικές επιπτώσεις, και τη δυνατότητα ανάπτυξης προϊόντος (απαιτούμενοι πόροι) που είναι το Κεφάλαιο, η Γη και η Υποδομή. Παρακάτω θα αναλύσουμε μερικά από τα προϊόντα τα οποία θα παίξουν τον μεγαλύτερο ρόλο για την υλοποίηση των στόχων του σχεδίου. Μερικά από αυτά είναι ήδη σε πλήρη εφαρμογή οπότεν θα δειξούμε κατά πόσο υλοποιούν τους στόχους για τους οποίους δημιουργήθηκαν.



## **6.2. Αγροτουρισμός**

Η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού στην Κύπρο άρχισε ουσιαστικά τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 1990. Ώθηση στην ανάπτυξη κλινών σε παραδοσιακά καταλύματα έδωσε ένα ειδικό σχέδιο κινήτρων το οποίο διαχειριζόταν ο ΚΟΤ, και το οποίο στόχευε στο να ενθαρρυνθούν ιδιοκτήτες παραδοσιακών οικοδομών στην ύπαιθρο να τις αποκαταστήσουν και να τις μετατρέψουν σε τουριστικές επιχειρήσεις στα πλαίσια του Αγροτουρισμού (όπως παραδοσιακά καταλύματα, ταβέρνες, πολιτιστικά κέντρα, μουσεία και κέντρα λαϊκής τέχνης). Παράλληλα με το πιο πάνω σχέδιο κινήτρων, λειτουργούσαν και άλλα σχέδια τα οποία στόχευαν στη διατήρηση της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής (όπως το Σχέδιο Διατηρητέων Οικοδομών, το οποίο διαχειριζόταν το Τμήμα Πολεοδομίας και Οικήσεως και το Σχέδιο Μνημείων Β' Πίνακα, το οποίο διαχειριζόταν το Τμήμα Αρχαιοτήτων) και όλα μαζί συνέδραμαν θετικά στη δημιουργία υποδομής διαμονής ψηλού επιπέδου στην Κυπριακή ενδοχώρα (σε περιορισμένη όμως κλίμακα). Μέχρι στιγμής, περισσότερες από 70 παραδοσιακές οικοδομές σε 31 χωριά, με συνολική δυναμικότητα πέραν των 600 κλινών, έχουν μετατραπεί σε τουριστικά καταλύματα σύμφωνα με τις πρόνοιες της σχετικής Νομοθεσίας, ενώ προωθείται η δημιουργία και άλλων παραδοσιακών καταλυμάτων. Ο ΚΟΤ, διαβλέποντας την ανάγκη για παροχή βοήθειας στους ιδιοκτήτες/διαχειριστές





των παραδοσιακών καταλυμάτων της υπαίθρου σε θέματα μάρκετινγκ και οργάνωσης του προϊόντος, προέβη το 1996 στη δημιουργία , της Κυπριακής Εταιρείας Αγροτουρισμού. Η Εταιρεία αυτή είναι ουσιαστικά ένας μη κερδοσκοπικός σύνδεσμος των ιδιοκτητών/διαχειριστών των παραδοσιακών καταλυμάτων, ο οποίος ιδρύθηκε για να συντονίζει τις προσπάθειες των μελών τους σε θέματα μάρκετινγκ και προσέλκυσης και οργάνωσης κρατήσεων. Στα πλαίσια αυτά, η Κυπριακή Εταιρεία Αγροτουρισμού ίδρυσε το δικό της κεντρικό γραφείο κρατήσεων και δημιούργησε ιστοσελίδα στο διαδίκτυο ([www.agrotourism.com.cy](http://www.agrotourism.com.cy)) για παροχή πληροφοριών στο κοινό, και τη διευκόλυνση της διενέργειας ηλεκτρονικών κρατήσεων, με άμεση μάλιστα επιβεβαίωση (online, real-time bookings). Επίσης, η εταιρεία έχει εκδώσει ειδικό διαφημιστικό βιβλιάριο στο οποίο περιλαμβάνονται τα καταλύματα που ανήκουν στα μέλη της, και το οποίο έχει κυκλοφορήσει σε πέντε γλώσσες και διατίθεται δωρεάν από τα γραφεία εσωτερικού και εξωτερικού του ΚΟΤ.

Ο Αγροτουρισμός μπήκε σε μία νέα φάση ανάπτυξης από την 1.5.2004, με την πλήρη ένταξη της Κύπρου στην Ε.Ε. Στα πλαίσια της αναπτυξιακής πολιτικής της Ε.Ε., ολόκληρη η ενδοχώρα της Κύπρου εντάχθηκε ως περιοχή Στόχου 2, και ως αποτέλεσμα ένα νέο σχέδιο κινήτρων



για την ανάπτυξη του Αγροτουρισμού αντικατέστησε το προηγούμενο. Αυτό το νέο σχέδιο, το οποίο παρέχει σημαντικά οικονομικά κίνητρα στους δικαιούχους, αναμένεται να βοηθήσει σημαντικά στη δημιουργία όχι μόνο παραδοσιακών τουριστικών καταλυμάτων, αλλά και άλλων μικρομεσαίων επιχειρήσεων που

θα λειτουργούν στα πλαίσια του Αγροτουρισμού (όπως κέντρα λαϊκής τέχνης και χειροτεχνίας, μουσεία και μικρά οινοποιεία) ώστε να προσφέρεται στον επισκέπτη μια ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία της Κυπριακής υπαίθρου. Τέλος αξίζει να σημειωθεί ότι στα πλαίσια του αρχικού προγράμματος του



ΚΟΤ για στήριξη του αγροτουρισμού δαπανήθηκαν πέραν του ΛΚ1 εκατ. για εξωραϊστικά έργα σε 50 κοινότητες.

### **6.2.1. Προβολή και ανάπτυξη των ορεινών περιοχών Τροόδους**

Ο τουρισμός έχει αποδείξει ότι μπορεί να βγάλει από την αφάνεια πολλές περιοχές προσφέροντας θέσεις εργασίας , ανάπτυξη και πάνω από όλα κύρος, φτάνει να γίνεται με το σωστό τρόπο. Ο αγροτουρισμός είναι η διέξοδος πολλών απόμακρων περιοχών και είναι και το μοντέλο που επιλέγουν πλέον πολλές κυβερνήσεις αφού αυτή η μορφή όπως και οι υπόλοιπες εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναπτύσσονται με κύριο γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος και κατ'επέκταση την αειφορία , επίσης ο αγροτουρισμός αποτελεί ένα πολύ βασικό εργαλείο προβολής της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου.

Μια περιοχή στην οποία ο ΚΟΤ έδωσε μεγάλη σημασία όσο αναφορά την τουριστική της ανάπτυξη είναι οι ορεινές περιοχές του Τροόδους. Οι περιοχές αυτές τυγχάνουν να είναι πολύ προικισμένες σε φυσικές ομορφιές για αυτό και έγινε η προσπάθεια από τον ΚΟΤ για να προβληθούν αυτές μέσα από τον τουρισμό. Ο ΚΟΤ εργάζεται για την δημιουργία ενός ολοκληρωμένου προϊόντος που να προσφέρει μια πολυδιάστατη εμπειρία όπως διαμονή σε παραδοσιακά αγροτουριστικά καταλύματα, τοπική παραδοσιακή κουζίνα , γευσιγνωσία τοπικών κρασιών και εδεσμάτων, γνωριμία με τις ομορφιές της φύσης και του πολιτισμού. Τη διαμονή και την επίσκεψη στην ύπαιθρο πλαισιώνουν τα μονοπάτια της φύσης, θεματικές διαδρομές, πολιτιστικά μνημεία και αξιοθέατα, αρχαιολογικοί χώροι, βυζαντινές εκκλησίες, θρησκευτικά μνημεία, η συμμετοχή σε δραστηριότητες που έχουν σχέση με τις τοπικές αγροτικές και άλλες παραδοσιακές ασχολίες, η παραγωγή τοπικών προϊόντων και πάνω απ' όλα την αυθεντική φιλοξενία και γνωριμία με την ζωή στην ύπαιθρο. Συγκεκριμένα στην περιοχή Τροόδους δημιουργείται δίκτυο ποδηλατικών διαδρομών που περιλαμβάνει διαμόρφωση ποδηλατοδρόμων, σημάνσεις, κιόσκια, ποδηλατοστάσια και άλλα. Το σπόρ της ποδηλασίας έχει



γίνει πολύ δημοφιλές στην Κύπρο τον τελευταίο χρόνο το οποίο επιδίδονται κατα πλειοψηφία οι τουρίστες. Ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού αποφάσισε και την επέκταση του ευρωπαϊκού μονοπατιού E4 στην Κύπρο στα πλαίσια του δικτύου European Long Distance Trails και χρηματοδότησε τη δημιουργία της διαδρομής (250 χμ.) που διασχίζει την οροσειρά του Τροόδους, τη χερσόνησο του Ακάμα και άλλες περιοχές με σημαντική οικολογική, ιστορική, αρχαιολογική, πολιτιστική και επιστημονική αξία.

Χάρη στο πρόγραμμα αυτό, διοργανώθηκαν πολλές εκδηλώσεις το 2006 και 2007 στην Κύπρο και στο εξωτερικό που προέβαλαν για πρώτη φορά με συστηματικό τρόπο την Κύπρο σαν προορισμό για Τουρισμό Υπαίθρου. Εκτός από την ξεχωριστή παρουσία στις τουριστικές εκθέσεις, έγιναν εξειδικευμένες παρουσιάσεις στο Παρίσι, Λονδίνο και Βερολίνο, έγιναν συναντήσεις γνωριμίας σε πολλές χώρες του εξωτερικού αλλά και στην Κύπρο, ετοιμάστηκαν διαδραστικοί χάρτες και υλικό προβολής. Οι ενέργειες αυτές έχουν άμεσο αντίκτυπο στην προώθηση του αγροτουρισμού και στην προαγωγή των συμφερόντων των μικρών επιχειρήσεων που δημιουργούνται στην Κύπρο. Συντονιστικό αλλά και δραστικό ρόλο σε όλη αυτή την προσπάθεια για την τουριστική ανάπτυξη των περιοχών του Τροόδους έχει ο **Φορέας Ορεινών Θερέτρων** που συστάθηκε με πρωτοβουλία του ΚΟΤ και στον οποίο εκπροσωπούνται πέραν 100 κοινοτήτων από έξι περιοχές του Τροόδους και συγκεκριμένα από τη Βόρεια και Νότια Πιτσιλιά, Σολιά, Μαραθάσα, Κρασοχώρια Λεμεσού και περιοχή Τροόδους. Συμμετέχουν οι



σύνδεσμοι αποδήμων και άλλοι φορείς. Ήδη ο φορέας έχει εκδώσει ένα έντυπο το οποίο είναι πλούσιο τόσο σε περιεχόμενο όσο και σε εμφάνιση και έχει την ονομασία **« Τρόδος η καρδιά της Κύπρου »**. ( [www.parliament.cy](http://www.parliament.cy) , [www.agrotourism.com.cy](http://www.agrotourism.com.cy) , [www.politis-news.com](http://www.politis-news.com) )

### **6.3. Case study : Χωριό Όμοδος**

Το χωριό Όμοδος είναι ένα γραφικό χωριό που βρίσκεται στους πρόποδες του Τροόδους περίπου 40 λεπτά από την πόλη της Λεμεσού και είναι ένα από τα κρασοχώρια της Λεμεσού. Στην περιοχή του καλλιεργούνται αμπέλια, διάφορα φρουτόδενδρα (μηλιές, δαμασκηνιές, αχλαδιές, ροδακινιές και χρυσομηλιές). Το Όμοδος είναι γνωστό από τα παλιά χρόνια για τα εκλεκτά του σταφύλια και τα εύγευστα κρασιά του. Υπάρχουν επίσης ακαλλιέργητες εκτάσεις που καταλαμβάνονται από ποικίλη φυσική βλάστηση. Ένα μικρό μέρος του χωριού, στο βόρειο τμήμα του καταλαμβάνεται από το κρατικό δάσος της Πάφου.

**Ιστορία του χωριού :** Το χωριό πολύ πιθανό να δημιουργήθηκε στα τέλη της Βυζαντινής περιόδου ή στις αρχές της Φραγκοκρατίας, ύστερα που διαλύθηκαν οι οικισμοί Πάνω και Κάτω Κούπετρα, που βρίσκονταν στην ανατολική όχθη του ποταμού Χα Ποτάμι. Σύμφωνα με την παράδοση ο Ισαάκιος Κομνηνός που ήταν δεσπότης της Κύπρου (1185-1191) μετά την ήττα του στο Κολόσσι από τον Άγγλο βασιλιά Ριχάρδο Λεοντόκαρδο, κατέφυγε στα Κούπετρα μέχρι που τον κάλεσε ο Ριχάρδος στη Λεμεσό για συνομιλίες και ειρήνευση. Αυτό σημαίνει πως στα 1191 υπήρχαν τα Κούπετρα τα οποία διαλύθηκαν αργότερα. Μετά την διάλυση των συνοικισμών των Κουπέτρων, δημιουργήθηκε νέος οικισμός γύρω από το αρχικό μοναστήρι του Τιμίου Σταυρού, που πήρε το όνομα Όμοδος.



### **Αξιοθέατα του χωριού**

**Ληνός :** Ο Ληνός βρίσκεται σε μικρή απόσταση από το Μοναστήρι του Τιμίου Σταυρού Ομόδους και έχει είσοδο κατασκευασμένη από οξυκόρυφη σκαλιστή καμάρα, παρόμοιο εκείνων του Μοναστηριού. Στεγάζεται σε στενόμακρο, πετρόκτιστο δωμάτιο, που έχει μήκος περίπου 13 μέτρα και πλάτος 5 ½ μέτρα, με επίπεδη στέγη κατασκευασμένη από δώμα. Το πάτωμα του Ληνού είναι πλακόστρωτο. Στο εσωτερικό και πάνω από την είσοδο είναι διαμορφωμένο ξύλινο πατάρι (σέντε). Στη βόρεια πλευρά (δεξιά του θεατή) είναι τοποθετημένη μια σειρά από πιθάρια, ενώ στη νότια πλευρά (αριστερά του θεατή), είναι τοποθετημένα πιθάρια και δάνη. Ανάμεσα τους βρίσκεται ένα καζάνι παλιού τύπου, κτισμένο από πέτρα και τούβλα. Κατά μήκος του δωματίου, στο ενδιάμεσο των σειρών από πιθάρια, βρίσκεται ο μηχανισμός του στεμφυλοπιεστηρίου.

**Πλατεία :** Η πλατεία του Ομόδους αποτελεί το σημείο αναφοράς του χωριού. Σ' αυτή συναντά κανείς όχι μόνο τα παραδοσιακά καφενεία, αλλά και πολλά καταστήματα ενθυμημάτων, κέντρα αναψυχής και μικρές ταβερνούλες για ένα ποτό ή ακόμα κι ένα απολαυστικό γεύμα.

Η πλατεία του Ομόδους που είναι ίσως η μεγαλύτερη στην Κύπρο, χρονολογείται από το 1910, είναι πολύ γραφική έκτασης 3000 τ. μ. κατασκευασμένη με λιθόστρωτο. Μέχρι το 1968 ήταν λιθόστρωτη όπως και όλα τα άλλα δρομάκια του χωριού. Όμως δυστυχώς αυτή η ομορφιά καλύφθηκε απερίσκεπτα με άσφαλο. Όμως και πάλιν γύρω στο 1987, ο



άσφαλτος αφαιρέθηκε και έγινε η κατάλληλη διαμόρφωσή της, όπως ήταν και παλιότερα.

**Κρησφύγετο** : Το κρησφύγετο αυτό βρίσκεται στην οικία του ζεύγους Αρίστου και Μαρούλλας Θεοδώρου και αποτέλεσε κρησφύγετο για 9 αγωνιστές κατά την περίοδο του εθνικοαπελευθερωτικού αγώνα 55-59. Το κρησφύγετο δημιουργήθηκε κατόπιν εντολής του υπαρχηγού της Ε.Ο.Κ.Α Γρηγόρη Αυξεντίου 1956.

### **Ανάπτυξη αγροτουρισμού στο χωριό**

Από πολύ νωρίς, την δεκαετία του 1980, το Όμοδος στρέφεται προς τις ρίζες του, τις πηγές του, επιζητώντας την πρόοδο και την ανάπτυξή του σε πολλούς τομείς, περιλαμβανομένων και του αγροτουρισμού. Γρήγορα κατανόησε την έννοια του αγροτουρισμού και διαπίστωσε ότι είναι μία νέα μορφή τουρισμού, που βοηθά την αγροτική οικογένεια και προβάλλει την Κυπριακή παράδοση. Εδώ και μερικά χρόνια, άρχισε στο Όμοδος να αναπτύσσεται ο αγροτουρισμός, από τους ανθρώπους που ασχολούνται με τα αμπέλια και είχαν παραδοσιακές κατοικίες και τις μετέτρεψαν σε τουριστικά καταλύματα, άλλες σε καταστήματα ενθυμίων, εστιατόρια και σε μικρές ταβερνούλες. Έτσι, κατόρθωσε να προσφέρει στους τουρίστες τη δυνατότητα να ζήσουν για ένα μικρό διάστημα ήρεμα μέσα στην φύση, κοντά στον αμπελουργό και στις γεωργικές του ασχολίες (κλάδεμα, καλλιέργεια, μάζεμα σταφυλιών, κατασκευή κρασιού κ. α.), να γνωρίσει τα ήθη και τα έθιμα του χωριού, την λαϊκή τέχνη και παράδοση, να γευθεί την παραδοσιακή κουζίνα και τα παραδοσιακά προϊόντα. Οι κάτοικοι του Ομόδους κατόρθωσαν να αυξήσουν τα εισοδήματά τους με την εκμετάλλευση παραδοσιακών καταλυμάτων και την διάθεση αμπελουργικών προϊόντων δικής τους παραγωγής στους τουρίστες, όπως σουτζούκο, παλουζέ, κρασί κ. α., καθώς αρκατένα κουλούρια και είδη τοπικής λαϊκής τέχνης, όπως είναι η ξακουστή μοδίτικη πιπίλα. Επίσης δόθηκε η ευκαιρία σε νέες οικογένειες να παραμείνουν στην ύπαιθρο, να επιστρέψουν στις ρίζες τους και να





ασχοληθούν με την διατήρηση καταστημάτων ενθυμίων, εστιατορίων, ταβερνών, οινοποιείων, καταλυμάτων κ.α.

Ο επισκέπτης του Ομόδους έχει την δυνατότητα να μείνει στο χωριό σε αναπαλαιωμένα παραδοσιακά σπίτια και ξενώνες. Σήμερα υπάρχουν πέραν των 40 επιπλωμένων διαμερισμάτων με δυναμικότητα 140 κλινών, που παλιά ήταν αποθήκες αμπελουργών, τα οποία ενοικιάζονται ολόχρονα τόσο σε Κύπριους όσο και ξένους. Πολλά καταστήματα ενθυμίων βρίσκονται κατά μήκος των γραφικών σοκακιών και άλλα πολλά πλαισιώνουν την απέραντη, λιθόστρωτη πλατεία του χωριού, στα οποία ο επισκέπτης θα βρει παραδοσιακά προϊόντα λαϊκής τέχνης, δαντέλες κεντήματα κ. α. Ακόμα ο επισκέπτης θα δει τις γυναίκες του χωριού, παλαιότερα νέες και γριές, σήμερα περισσότερες γριές, να μαζεύονται τον μεν χειμώνα στην λιακάδα το δε καλοκαίρι στο πιο ωραίο σκιερό μέρος της γειτονιάς, με ένα βελόνι στο χέρι, για να φτιάχνουν την περίφημη παραδοσιακή πιπίλα, που μπορεί ο καθένας να αγοράσει και να στολίσει τα έπιπλά του και άλλα αντικείμενα. Σήμερα το Όμοδος εξακολουθεί να αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά κέντρα παραγωγής "πιπίλας". Με την κατασκευή της ασχολούνται πέραν των εξήντα γυναικών.

Το Όμοδος διαθέτει 14 γραφικές ταβέρνες, εστιατόρια και καφενεία που σερβίρουν πρωινό και παραδοσιακά φαγητά. Υπάρχουν τέσσερα Οινοποιεία για την παραγωγή κρασιού και σ' αυτά ασχολούνται τέσσερις οικογένειες. Στα γραφικά δρομάκια και την πλατεία, ο επισκέπτης μπορεί να συναντήσει εργαστήρια που κατασκευάζουν φυσητό γυαλί βιτρό, χαλκογραφίες και εικόνες. Ο επισκέπτης ακόμα μπορεί να αγοράσει τα ξακουστά αρκατένα κουλούρια, τα οποία παρασκευάζονται στους πέντε φούρνους που διαθέτει το χωριό, όπως και μυρωδάτα, γευσάτα, γλυκόποτα κρασιά, από τα τρία ποτοποιεία και τα οινοποιεία. Το μέλλον για τον Αγροτουρισμό στο Όμοδος είναι αισιόδοξο, λόγω των πολλών έργων υποδομής και άλλων διευκολύνσεων που υπάρχουν και της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς που κληροδότησαν οι παλιές γενιές. Οι κάτοικοι του Ομόδους παίρνουν



πρωτοβουλίες και ιδέες που προωθούν την ανάπτυξη του Αγροτουρισμού. Με την συνέχιση του Αγροτουρισμού, θα προωθηθεί ακόμα περισσότερο η ανάπτυξη του χωριού. Βασικά, θα μπορούσε να λεχθεί ότι ο Αγροτουρισμός συνέβαλε και θα συμβάλει στην ανάπτυξη και αναζωογόνηση του Κρασοχωριού Όμοδος.

Το χωριό αυτό είναι ένα τρανταχτό παράδειγμα στο τι μπορεί να προσφέρει η ανάπτυξη του τουρισμού στα πλαίσια της αειφορίας. Με την ανάπτυξη του αγροτουρισμού το Όμοδος κατάφερε να ξεφύγει από αυτόν τον στενό κλοιό που ζούσαν οι κατοίκοι του χωριού και έδωσε την ευκαιρία σε ξένους αλλά και ντόπιους να επισκευθούν και να γνωρίσουν αυτό το εκπληκτικό χωριό εισπράττοντας τις καλύτερες αναμνήσεις, άλλωστε χαρακτηριστική ήταν η δήλωση που έκανε σε συνέντευξη του ο Γάλλος πρόεδρος της παγκόσμιας ένωσης τουριστικών δημοσιογράφων και ταξιδιωτικών συγγραφέων όπου σε συνέντευξή του δήλωσε τα εξής: Δύο μέρη σε ολόκληρο τον κόσμο μου έκαναν ιδιαίτερη εντύπωση, το Μάτσα Πίτσου της φυλής Ίνκας στο Περού της Λατινικής Αμερικής και το χωριό Όμοδος της Κύπρου.

- Στο παράρτημα σελ παρουσιάζεται το χωριό μέσα από φωτογραφίες που έβγαλα κατά την επίσκεψή μου στο χωριό στις 19/03/2008 στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας

#### **6.4. Γήπεδα γκολφ**

Η Κύπρος έβαλε το μεγάλο στοίχημα και αυτό δεν είναι άλλο από να καταστεί ένας προορισμός ο οποίος θα προσελκύει ποιοτικό τουρισμό προσφέροντας στον τουρίστα ένα προϊόν το οποίο να μπορεί να ικανοποιήσει οποιαδήποτε επιθυμία του τουρίστα. Σε αυτόν τον άξονα κινήθηκε και ιδέα για τη δημιουργία γηπέδων γκολφ. Η ανάπτυξη των γηπέδων γκολφ ενδέχεται να βοηθήσει πάρα πολύ για την υλοποίηση του στόχου που έθεσε ο ΚΟΤ.



Η Κύπρος έχει ήδη στο δυναμικό της 3 υπερσύγχρονα γήπεδα γκολφ και προγραμματίζει τη δημιουργία άλλων 10 γηπέδων. Ηδη, έχουν κατατεθεί οι σχετικές αιτήσεις για τη δημιουργία 1 γκολφ στη Λάρνακα, 5 στην Πάφο και 2 στη Λεμεσό. Δύο σκοπεύει να κατασκευάσει ο Επιχειρηματικός Όμιλος Λανίτη ενώ ήδη διαθέτει ένα γήπεδο γκολφ και άλλα 2 ανήκουν στον Επιχειρηματικό Όμιλο Αριστοδήμου. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι η Κύπρος, ειδικά αυτήν τη χρονιά, αντιμετωπίζει σοβαρότατο πρόβλημα λειψυδρίας. Όπως είναι γνωστό, τα γκολφ για να λειτουργήσουν απαιτείται η τροφοδότησή τους με τόνους κυβικών νερού. Όμως, χωρίς να ακυρώσουν το αναπτυξιακό επενδυτικό πρόγραμμα, έθεσαν αυστηρούς όρους κατασκευής των γκολφ υποχρεώνοντας τους επενδυτές για την υδροδότηση των γηπέδων να χρησιμοποιήσουν συστήματα αφαλάτωσης ή συστήματα ανακύκλωσης των λυμάτων των πόλεων. Με την ολοκλήρωση των επενδύσεων, η Κύπρος θα στοχεύσει στην προσέλκυση τουλάχιστον 6 εκατ. γκόλφερς που ζουν στην Ευρώπη και κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου αναζητούν προορισμούς που διαθέτουν γήπεδα γκολφ και υψηλότερες θερμοκρασίες. Παράλληλα, με το κάθε γκολφ θα κατασκευαστούν και τουριστικές κατοικίες, καθώς υπάρχει τεράστια ζήτηση για αγορές κυρίως από τη Βρετανία, τη Γερμανία και τη Ρωσία. Η τιμή της κάθε κατοικίας σήμερα σε ήδη ανεπτυγμένα συγκροτήματα έχει φθάσει έως και 500.000 κυπριακές λίρες.



### **6.5. Ξενοδοχειακές μονάδες**

Η Κύπρος διαθέτει μια βαριά ξενοδοχειακή βιομηχανία η οποία όμως παρουσιάζει και αυτή κάποιες ατέλειες τις οποίες κράτος και ΚΟΤ έθεσαν σαν στόχο να τις εξαλείψουν θέτοντας αυστηρά κριτήρια κατα την έκδοση αδειών για τη δημιουργία ξενοδοχειακών καταλυμάτων αλλά και την απόσυρση ξενοδοχειακών κλινών οι οποίες δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του στρατηγικού σχεδίου του ΚΟΤ.

Με βάση το πιο πάνω πλαίσιο σε εξέλιξη βρίσκεται πρόγραμμα μέσω της παροχής κινήτρων για την απόσυρση από την αγορά γηρασμένων ξενοδοχειακών μονάδων, οι οποίες με τη νέα τους χρήση λειτουργούν ως γραφεία και διαμερίσματα. Μάλιστα, υπολογίζεται ότι σε σύνολο 120.000 κλινών οι 20.000 κλίνες θα αποσυρθούν μέσω του σχετικού προγράμματος από την ξενοδοχειακή αγορά της Κύπρου. Εως ότου ολοκληρωθεί η παραπάνω διαδικασία και ξεκαθαρίσει το ξενοδοχειακό τοπίο, έχει υιοθετηθεί μια πολιτική συγκράτησης της αγοράς στην υλοποίηση νέων επενδύσεων που αφορούν μόνο ξενοδοχειακές επενδύσεις. Με αυστηρά κριτήρια δίνονται άδειες κατασκευής νέων μονάδων μόνο εφόσον πρόκειται για πολυτελείας χωρίς την παροχή επιδοτήσεων και σε συγκεκριμένες περιοχές του νησιού.

Αντιθέτως, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη αγροτουριστικών καταλυμάτων με την παροχή οικονομικών κινήτρων, καθώς ο αγροτουρισμός, μαζί με τις άλλες συμπληρωματικές επενδύσεις των γκολφ και των καζίνο, θεωρείται κύριος μοχλός προσέλκυσης επισκεπτών στη χαμηλή περίοδο της τουριστικής περιόδου. Ηδη, μέσω της συγκεκριμένης πολιτικής τα τελευταία χρόνια έχουν κατασκευασθεί 70 αγροτουριστικά



καταλύματα. Μάλιστα, στην περίοδο 2007-2013 υπολογίζεται ότι θα δοθούν για αγροτουριστικές αναπτύξεις περί τα 100 εκατ. ευρώ. Στο πλαίσιο αυτό θα τρέξει και ξεχωριστό πρόγραμμα προβολής του αγροτουριστικού προϊόντος ως νέο προϊόν για την Κύπρο.

**6.5.1. Σχέδιο απόσυρσης κλινών :** . Το σχέδιο απόσυρσης κλινών χαμηλών κατηγοριών έχει ήδη εγκριθεί από το Υπουργικό Συμβούλιο και μέχρι το τέλος του χρόνου αρχίζει η εφαρμογή του. Στόχος η απόσυρση, μέσω της αλλαγής χρήσης ή κατεδάφισης και αντικατάστασης, μέχρι 20,000 κλινών σε καταλύματα που αδυνατούν να ανταποκριθούν στα ποιοτικά επίπεδα της στοχευμένης πελατείας. Το σχέδιο ενίσχυσης επιχειρήσεων για τον εμπλουτισμό και αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, με προϋπολογισμό ύψους 13 εκατομμυρίων ευρώ, υποβάλλεται σύντομα για έγκριση από τις αρμόδιες αρχές. Νέο θεσμικό πλαίσιο έχει προωθηθεί και για τα κέντρα αναψυχής, το οποίο εγκρίθηκε από το Δ.Σ. του Οργανισμού και βρίσκεται στη Νομική Υπηρεσία. Συνεχίζεται η εφαρμογή σχεδίου χορηγιών που απευθύνεται σε ξενοδοχειακές και επισιτιστικές επιχειρήσεις, για την εξασφάλιση διεθνώς αναγνωρισμένων συστημάτων ποιότητας. Πέραν από 130 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν ήδη επωφεληθεί. Εφαρμόστηκε επίσης επιτυχώς σχέδιο επιχορήγησης για αναβάθμιση των χώρων υγιεινής στα κέντρα αναψυχής, με αναμενόμενη επιχορήγηση πέραν των 125 κέντρων μέχρι το τέλος του χρόνου.

## **6.6. Αθλητικός τουρισμός**

Η μορφή αυτή του τουρισμού άρχισε να αναπτύσσεται στην Κύπρο εδώ και μια πενταετία όπου κατέβαιναν για προετοιμασία στο νησί ποδοσφαιρικές ομάδες. Οι ομάδες αυτές προέρχονταν από Σκανδιναβικές χώρες αλλά και από το πρώην ανατολικό μπλόκ και τη Ρωσία. Με τη δημιουργία ποδοσφαιρικών γηπέδων σε Αγία Νάπα και Λάρνακα η μορφή

αυτή του τουρισμού είχε αρχίσει να δείχνει προοπτικές ανάπτυξης ενταγμένη στα πλαίσια τις προσέλκυσης ποιοτικού τουρισμού στο νησί.

Ο ΚΟΤ θέτοντας σαν στόχο να αξιοποιήσει τη μορφή αυτή του τουρισμού, από φέτος έδωσε μια νέα ώθηση με την έγκαιρη προκήρυξη του νέου σχεδίου επιδότησης αθλητικών ομάδων οι οποίες κάνουν τις προπονήσεις τους στην Κύπρο ιδιαίτερα κατά τους χειμερινούς μήνες, επιμηκύνοντας έτσι την τουριστική περίοδο και καταπολεμώντας την εποχικότητα του του-



Ποδηλάτες στην οροσειρά του Τροόδου

ριστικού προϊόντος. Τα βασικά αθλήματα στα οποία προπονούνται ομάδες του εξωτερικού είναι το ποδόσφαιρο, η κολύμβηση, ο στίβος, (συμπεριλαμβανομένου του τριάθλου, πεντάθλου και δεκάθλου) και η ποδηλασία, ενώ για τους ποδηλάτες έχει ολοκληρωθεί η πρώτη φάση του δικτύου ποδηλατικών διαδρομών στην περιοχή του Εθνικού Πάρκου Τροόδου συνολικής απόστασης 57 χιλιομέτρων. Πρόκειται για ένα πρωτοποριακό έργο με σηματοδοτήσεις, σωστό φωτισμό, και κατάλληλα έντυπα που φιλοδοξεί να αποδειχτεί η καλύτερη ποδηλατική υποδομή στην Ευρώπη. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Κύπρος φιλοξενεί κάθε χρόνο και το Παγκόσμιο Ράλλυ αυτοκινήτου μια διοργάνωση η οποία δίνει μια μεγάλη προβολή στο νησί αλλά επιφέρει και σημαντικά έσοδα. ([www.touristpress.com](http://www.touristpress.com), [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr))

### **6.7. Δημιουργία καζίνο**

Οι Κύπριοι καλώς η κακώς έχουν την ταυτότητα του τζογαδόρου. Αυτήν τη στιγμή στην Κύπρο λειτουργούν καζίνα μόνο στην κατεχόμενη πλευρά και δυστυχώς πολλοί Κύπριοι έχασαν ολόκληρες περιουσίες σε αυτά ενώ παράλληλα με έμμεσο τρόπο προδίδουν την πατρίδα τους.

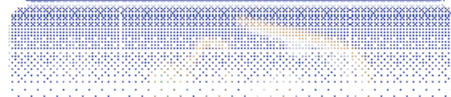
Στα πλαίσια της αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος το κράτος σε συνεργασία με τον ΚΟΤ προκήρυξαν διαγωνισμό που θα επιτρέψει τη



λειτουργία, τουλάχιστο των δύο πρώτων καζίνο στην Κύπρο, ενώ πιθανότατα αυτά να ανεγερθούν στο τρίγωνο που περιβάλλουν οι πόλεις της Λεμεσού, της Λευκωσίας και της Λάρνακας. Στη Λάρνακα ενδέχεται να συνδυαστεί και με την δημιουργία της νέας μαρίνας αφού βάση του σχεδίου το καζίνο θα βρίσκεται μέσα στη μαρίνα. Το υπό επεξεργασία σχέδιο κάνει λόγο για ένα μεγάλο καζίνο με άλλες συμπληρωματικές επενδύσεις όπως συνεδριακού κέντρου κ.λπ. και ένα μικρομεσαίο, ενώ ήδη έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον για συμμετοχή στον διαγωνισμό οι δύο μεγάλοι παίκτες της ελληνικής αγοράς καζίνο Club Hotel Casino Loutraki S.A. και Hyatt. Σημαντικό ρόλο για την επίσπευση των σχετικών διαδικασιών έπαιξε η λειτουργία πολλών καζίνο (23 εκ των οποίων 2-3 μεγάλα) στα Κατεχόμενα και των επισκέψεων σε αυτά των Κύπριων πολιτών. Υπολογίζεται ότι από τους Κύπριους ετησίως εισρέουν περί τα 35-40 εκατ. κυπριακές λίρες στα καζίνο που λειτουργούν στα κατεχόμενα.

### **6.8. Δημιουργία μαρίνων**

Η δημιουργία μαρίνων έχει ήδη ξεκινήσει. Οι μαρίνες που διαθέτει σήμερα η Κύπρος είναι της Λάρνακας, Λεμεσού και Πάφου οι οποίες όμως δεν ανταποκρίνονται στα δεδομένα της σύγχρονης εποχής καθώς είναι ανεπαρκές ο χώρος ελλιμενισμού των σκαφών αλλά παράλληλα στερούνται βασικές υποδομές όπως εστιατόρια, καφετέριες κτλ. Πριν από λίγες μέρες υπογράφηκε η σύμβαση μίσθωσης της μαρίνας Λεμεσού μεταξύ της Κυβέρνησης και του διαχειριστή του έργου. Το έργο, το οποίο προωθήθηκε με τη μέθοδο της αυτοχρηματοδότησης, (BOT), θα παρέχει τη δυνατότητα ελλιμενισμού χιλίων σκαφών στο θαλάσσιο και χερσαίο χώρο. Θα



δημιουργηθεί, επίσης, χώρος συντήρησης και επισκευής σκαφών ενώ το έργο περιλαμβάνει την ανάπτυξη οικιστικών και εμπορικών μονάδων, καθώς και χώρων για πολιτιστικές δραστηριότητες. Η Μαρίνα της Λεμεσού θα ενισχύσει τον Ναυτικό Τουρισμό, θα αναβαθμίσει το Τουριστικό προϊόν της Κύπρου, θα τοποθετήσει την Κύπρο στο κέντρο του Ναυτικού χάρτη και θα παρέχει στους ιδιοκτήτες των σκαφών αναψυχής άριστης ποιότητας υπηρεσίες. Το κόστος του έργου έχει εκτιμηθεί στα 170 εκατομμύρια ευρώ και προβλέπεται ειδική



πρόνοια στη σύμβαση για την ολοκλήρωση όλων των λιμενικών και υποχρεωτικών χερσαίων εγκαταστάσεων μέσα σε τρία χρόνια από σήμερα. Ο μεγάλος στόχος του ΚΟΤ είναι να ακολουθήσουν οι κατακυρώσεις των άλλων μεγάλων μαρίνων, στην Πάφο, τη Λάρνακα και την Αγία Νάπα. Ταυτόχρονα, θα αναβαθμιστούν οι χώροι του Λατσιού και Κάτω

Πάφου και θα λειτουργούν, πλέον, κάτω από τη διαχείριση του ΚΟΤ, τόσο σαν μαρίνες όσο και σαν αλιευτικά καταφύγια. Έτσι εμπλουτίζεται ολόκληρη η ακτογραμμή της ελεύθερης Κύπρου με τη γραφικότητα που προσφέρει ο συνδυασμός των δύο χρήσεων. ([www.tourispress.com](http://www.tourispress.com))

### **6.9. Προσέλκυση αεροπορικών εταιριών**

Στο κεφάλαιο των αερομεταφορών έγινε μια αναφορά για τη κάθοδο διάφορων αεροπορικών εταιριών στο νησί και δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στις εταιρίες χαμηλού κόστους και τον ρόλο που διαδραματίζουν όσο αναφορά την αύξηση των αφίξεων στον νησί. Οι εταιρίες αυτές ξεκίνησαν να δραστηριοποιούνται στη νησί μετά από πολλές προσπάθειες του ΚΟΤ και οι οποίες είχαν στο τέλος θετικό αποτέλεσμα. Παράλληλα με την κάθοδο των εταιριών αυτών ο ΚΟΤ ετοίμασε ένα σχέδιο προσέλκυσης αεροπορικών εταιριών στηριζόμενο στο σχέδιο που δρομολόγησε η Μάλτα. Το σχέδιο αυτό



προνοεί ότι η Κυβέρνηση και ο ΚΟΤ θα προσφέρουν οικονομικά κίνητρα σε αεροπορικές εταιρίες με στόχο να αρχίσουν τα δρομολόγια προς την Κύπρο.

Συγκεκριμένα ο ΚΟΤ σχεδίασε και σύντομα αναμένεται ότι θα εξαγγείλει Σχέδιο Προσέλκυσης Αερογραμμών, το οποίο θα προβλέπει την οικονομική ενίσχυση αερογραμμών οι οποίες θα συνδέσουν αεροπορικά την Κύπρο με νέους προορισμούς. Στόχος του Σχεδίου, το οποίο έχει σαν πρότυπο το σχέδιο που εφαρμόζει η Μάλτα, η ανάπτυξη νέων δρομολογίων με χώρες και αεροδρόμια με τα οποία σήμερα δεν υπάρχει αεροπορική σύνδεση. Επίσης, το σχέδιο στοχεύει στην αντιμετώπιση του προβλήματος που εντοπίζεται σήμερα στην αεροπορική σύνδεση της Κύπρου με την Κεντρική Ευρώπη, την Ιταλία, την Ιρλανδία και άλλες γειτονικές χώρες, εξέλιξη η οποία θα ενισχύσει σημαντικά και το τουριστικό ρεύμα προς την Κύπρο. Βάσει του σχεδίου θα δίνεται ουσιαστική οικονομική ενίσχυση σε αεροπορικές εταιρίες οι οποίες θα εκδηλώσουν ενδιαφέρον για δρομολόγια προς την Κύπρο τα οποία σήμερα δεν υπάρχουν. Το σχέδιο δεν απευθύνεται σε αεροπορικές εταιρίες που εκτελούν πτήσεις από χώρες όπου ήδη υπάρχει αεροπορική σύνδεση όπως πχ το Ηνωμένο Βασίλειο.

#### **6.10. Συνεδριακός τουρισμός**

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού η οποία έκανε την εμφάνισή του με την παράλληλη ανάπτυξη της παγκόσμιας επιχειρηματικότητας και οικονομίας. Τα οφέλη που έχει η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι πολύ μεγάλα καθώς απευθύνεται σε ψηλές κοινωνικές ανθρώπων (επιχειρηματίες, γιατρούς, πανεπιστημιακούς κ.α). Βλέποντας αυτά τα οφέλη που έχει ο συνεδριακός τουρισμός ο ΚΟΤ στο στρατηγικό σχέδιο 2003 – 2010 έθεσε σαν στόχο να καταστεί η Κύπρος ένα κέντρο στο οποίο να διεξάγονται συνέδρια και σεμινάρια από μεγάλους οργανισμούς από όλο τον κόσμο ενώ παράλληλα χρησιμοποίησαν τη μορφή αυτή για τη μείωση της εποχικότητας του τουριστικού προϊόντος και μέχρι τώρα ο στόχος αυτός επιτεύχθηκε και με το παραπάνω αφού η Κύπρος

, πέρυσι ήταν ο 1<sup>ος</sup> προορισμός συνεδριακού τουρισμού στην Ευρώπη. Εκτός από τα έσοδα σε ξένο συνάλλαγμα που εισρέει στον τόπο με τη διεξαγωγή διαφόρων διεθνών συνεδρίων, γίνεται και μία έμμεση διαφήμιση της Κύπρου ως τουριστικού προορισμού ποιότητας, από τους συμμετέχοντες στα συνέδρια. Δεδομένου, μάλιστα, ότι στα συνέδρια αυτά λαμβάνουν μέρος, συνήθως, ανώτερα και ανώτατα στελέχη οργανισμών και επιχειρήσεων, η προβολή της Κύπρου γίνεται σε ανώτερες εισοδηματικές τάξεις.

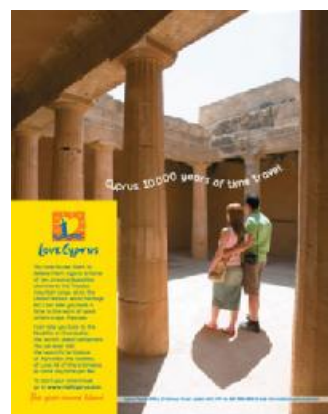
Η Κύπρος έχει καθιερωθεί στη συνείδηση των ξένων ως Ευρωπαϊκός τουριστικός προορισμός ποιότητας, για πολλούς και διάφορους λόγους. Εκτός από τις φυσικές ομορφιές του τόπου, σημαντικοί παράγοντες είναι η πολιτιστική παράδοση, η φιλικότητα του κόσμου, η πατροπαράδοτη φιλοξενία, ο επαγγελματισμός όλων όσων ασχολούνται με την τουριστική βιομηχανία, καθώς επίσης και η αρμονική συνεργασία του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού με τους τουριστικούς εταίρους. Παράλληλα, η τουριστική βιομηχανία προσφέρει στους ξένους επισκέπτες, ψηλό και αξιόλογο επίπεδο υπηρεσιών.



Εκτός από το Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο στην Λευκωσία, αρκετά ξενοδοχεία παρέχουν τις απαραίτητες διευκολύνσεις, για την πραγματοποίηση διεθνών συνεδρίων και επιχειρηματικών σεμιναρίων ενώ αφού διαθέτουν σύγχρονα συνεδριακά κέντρα. Παράλληλα, το αρκετά εξειδικευμένο προσωπικό, σε συνδυασμό με το ανεπτυγμένο τηλεπικοινωνιακό σύστημα της Κύπρου, αποτελούν εγγύηση για την επιτυχία των διεθνών αυτών συνεδρίων και σεμιναρίων. Κάθε χρόνο πραγματοποιούνται στην Κύπρο περίπου 600 διεθνή συνέδρια, στα οποία λαμβάνουν μέρος πέραν των 30 χιλιάδων συνέδρων. Η κυριότερη αγορά Συνεδριακού Τουρισμού είναι η Βρετανική από την οποία προέρχεται το 20% και πλέον και ακολουθούν η Ελλάδα με 8%

και η Γερμανία με 7%. Το 12% των συνεδρίων είναι διεθνή, υπό την έννοια ότι σε αυτά λαμβάνουν μέρος αντιπρόσωποι από 4 ή και περισσότερες χώρες.

Στα πλαίσια του στρατηγικού σχεδίου του ΚΟΤ έχει ήδη ξεκινήσει η ανέγερση του νέου συνεδριακού κέντρου στη Λεμεσό το οποίο θα είναι ένα υπεσύγχρονο κέντρο παρέχοντας υψηλού επιπέδου υπηρεσίες κατά τη διεξαγωγή των συνεδρίων. Το εν λόγω έργο ενδέχεται να δώσει μια μεγάλη δυναμική αφού θα εμπλουτίσει το τουριστικό προϊόν της Κύπρου σε σχέση με τον συνεδριακό τουρισμό.



### **6.11. Διαφημιστική προβολή**

Ένας από τους σοβαρότερους λόγους που η Κύπρος είχε αρνητικές επιδόσεις στον τουρισμό τα προηγούμενα χρόνια ήταν η έλλειψη σωστής διαφημιστικής καμπάνιας στο εξωτερικό. Μέχρι το 2006 η προβολή στο εξωτερικό εστιαζόταν κυρίως στο προϊόν “ ήλιος , θάλασσα , παραλία ” βάζοντας στο περιθώριο όλες τις άλλες ομορφιές του νησιού αλλά και την πλούσια πολιτιστική της ομορφιά ενώ παράλληλα δεν υπήρχε κάποιο brandmark το οποίο να αντιπροσωπεύει το νησί. Το 2006 ήταν η χρονιά όπου πραγματικά δώθηκε η σημασία που έπρεπε σε αυτόν τον τομέα. Με συλλογική δουλειά από





διάφορους ειδικούς στη διαφήμιση προορισμών ο ΚΟΤ δημιούργησε μια καταπληκτική διαφημιστική καμπάνια με την ονομασία Love Cyprus. Η καμπάνια αυτή μέσα από τα διάφορα spot και έντυπες διαφημίσεις έχει σαν βασική ιδέα να δώσει το μήνυμα ότι η Κύπρος είναι ένα νησί το οποίο έχει να προσφέρει μόνο αγάπη. Το μήνυμα αυτό το δίνει με το έμβλημα της καρδιάς το οποίο εμφανίζεται σε κάθε spot μέσα από θάλασσες, δάση, παραδοσιακά φαγητά σύννεφα, σκιές ανθρώπων κ.α. Μέσα από αυτή την ιδέα γεννήθηκε και το brandmark το οποίο αντικατοπτρίζει αυτήν την εκπληκτική ιδέα ενώ δημιουργήθηκε και ιστοσελίδα ([www.visitcyprus.com](http://www.visitcyprus.com)) μέσα από την οποία ο επισκέπτης μπορεί να δει τα πάντα για την Κύπρο μέσα από στα πλαίσια του Love Cyprus. Τα διαφημιστικά spots είναι διάρκειας 30 δευτερολέπτων το καθένα και ήδη προβάλλονται μέσα από τα κανάλια EUROSPORT και BBC ενώ το κόστος για την καμπάνια αυτή ανήλθε στα 35 με 40 εκ. ευρώ. ([www.visitcyprus.com](http://www.visitcyprus.com), [www.politiw-news.com](http://www.politiw-news.com))

#### **6.11.1. Ο ΚΟΤ αξιοποιεί το Μάρκο Παγδατή**

Ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού αναγνωρίζοντας το γεγονός ότι ο Μάρκος Παγδατής είναι σημαντικός πρεσβευτής της Κύπρου στο εξωτερικό, έχει προχωρήσει σε ετήσια συνεργασία μαζί του. Η συνεργασία περιλαμβάνει μια σειρά ενεργειών όπου θα προβάλλεται η Κύπρος μέσα από την εικόνα του Μάρκου Παγδατή, ενώ έχει ήδη αρχίσει η προβολή του Κύπριου τενίστα μαζί με το brandmark της Κύπρου Love Cyprus, μέσα στα πλαίσια της χορηγίας της μετάδοσης του Australian Open στο διεθνές τηλεοπτικό κανάλι Eurosport. Στη συμφωνία περιλαμβάνεται και η δημιουργία ηλεκτρονικών αλλά και έντυπων διαφημίσεων με το Μάρκο, μέσα από τις οποίες θα προβάλλεται το κυπριακό τουριστικό προϊόν και ειδικότερα ο αθλητικός τουρισμός. Επίσης, ο Μάρκος







Παγδατής θα είναι παρών σε σημαντικά γεγονότα και τουριστικές εκθέσεις του εξωτερικού, για να συμβάλει στην προβολή της Κύπρου. Η θετική εικόνα του Μάρκου θα χρησιμοποιηθεί και στην ετοιμασία ειδικών αναμνηστικών δώρων.

### **6.12. Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού (Κ.Ο.Τ)**

Ο ΚΟΤ ιδρύθηκε μετά την τουριστική εισβολή στην Κύπρο. Είναι ημικρατικός οργανισμός του οποίου η αρχική του αποστολή ήταν να οδηγήσει την Κύπρο μέσω του τουρισμού σε μια νέα εποχή αφήνοντας πίσω την καταστροφή του πολέμου συντονίζοντας τις προσπάθειες που κατέβαλε η κυβέρνηση για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Κύπρο. Σύμφωνα με το Νόμο, σκοπός του ΚΟΤ είναι η οργάνωση και προαγωγή του τουρισμού στη δημοκρατία της Κύπρου, χρησιμοποιώντας όλα τα διαθέσιμα μέσα και πόρους. Στο πλαίσιο αυτό η αποστολή του Οργανισμού είναι:

- Η χάραξη ορθολογικής και ξεκάθαρης πορείας (Στρατηγικής)
- Η καθοδήγηση, συντονισμός και στήριξη των προσπαθειών των εμπλεκόμενων φορέων
- Η ανάληψη πρωτοβουλιών για υλοποίηση της Στρατηγικής
- Η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της Στρατηγικής και η προώθηση της συλλογικότητας για το όφελος του συνόλου .

#### **6.12.1. Μάρκετινγκ**

Ο ΚΟΤ μέσα στα πλαίσια της στρατηγικής Μάρκετινγκ για την υλοποίηση των στόχων της στρατηγικής για τον τουρισμό μέχρι το 2010 ο Οργανισμός εφαρμόζει μια ολοκληρωμένη στρατηγική επικοινωνίας για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της Κύπρου. Η στρατηγική αυτή βασίζεται στην συστηματική προβολή μιας ενιαίας και μοναδικής εικόνας της Κύπρου και περιλαμβάνει μια σειρά ενεργειών προώθησης του τουριστικού προϊόντος της Κύπρου όπως η διεξαγωγή διαφημιστικών εκστρατειών, η διοργάνωση εκδηλώσεων προβολής, η φιλοξενία στην Κύπρο τουριστικών



επαγγελματιών, δημοσιογράφων και άλλων προσωπικοτήτων και η συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις. Επιδίωξη του Οργανισμού είναι όλες αυτές οι ενέργειες να υποστηρίζονται από τα κατάλληλα έντυπα, οπτικοακουστικά και ηλεκτρονικά μέσα προβολής ενώ επίσης μέσα στα πλαίσια της προβολής του τουριστικού προϊόντος της Κύπρου στο εξωτερικό, ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού διοργανώνει εκδηλώσεις Προβολής, (Roadshows, Workshops, Trainings ), στις οποίες οι Κύπριοι επαγγελματίες τουρισμού έχουν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν, αφού έλθουν σε επαφή με τους αρμόδιους λειτουργούς του Οργανισμού.

#### **6.12.2. Συμμετοχή ΚΟΤ σε Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις**

Ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού συμμετέχει σε περισσότερες από 130 Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις, αρκετές από τις οποίες είναι εξειδικευμένες εκθέσεις για την προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού μεταξύ αυτών και αυτή του Λονδίνου και του Βερολίνου. Επιπρόσθετα, με στόχο την προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού ανάμεσα στους Κυπρίους καταναλωτές, ο Οργανισμός συμμετέχει σε δύο τουριστικές εκθέσεις που διοργανώνονται στην Κύπρο, τη "Διεθνή (Κρατική) Έκθεση Κύπρου" και την τουριστική έκθεση "ΤΑΞΙΔΙ" που διοργανώνει ο Σύνδεσμος Ταξιδιωτικών Πρακτόρων Κύπρου.

#### **6.12.3. Υπηρεσίες που παρέχει ο ΚΟΤ**

Το Τμήμα Παροχής Τουριστικών Υπηρεσιών έχει την ευθύνη ρύθμισης και εποπτείας των τουριστικών επιχειρήσεων και επαγγελματιών, ευθύνη που υλοποιείται μέσα από την εφαρμογή των νομοθεσιών που αφορούν ξενοδοχειακά καταλύματα, κέντρα αναψυχής και τουριστικά γραφεία και ξεναγούς. Οι αρμοδιότητες του τμήματος περιλαμβάνουν την έγκριση σχεδίων, τη χορήγηση αδειών τον έλεγχο και την επιθεώρηση τη κατάταξη και διερεύνηση παραπόνων καθώς και θέματα που αφορούν τις τιμές και τις διώξεις. Το τμήμα συμβάλει στην υλοποίηση της στρατηγικής τουρισμού



προωθώντας θέματα που αφορούν προϊόντα διαμονής, διατροφής, οργάνωσης ταξιδιών, συγκοινωνιών, ποιότητας και ανάπτυξης ανθρώπινου δυναμικού.



## **Κεφάλαιο 7 : Εκπαίδευση και Τουρισμός**

Ο τομέας της εκπαίδευσης είναι ένα πολύ σημαντικό κομμάτι στον κλάδο του τουρισμού το οποίο πολλές φορές καθορίζει και το επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρεται σε κάθε χώρα. Ένα τρανταχτό παράδειγμα το οποίο η αγορά εργασίας στον τουριστικό κλάδο συνδέεται άμεσα με την εκπαίδευση είναι η Ελβετία η οποία διαθέτει μια πανίσχυρη ξενοδοχειακή υποδομή της οποίας το προσωπικό σε όλες τις βαθμίδες βγαίνει από τα πανεπιστήμια και τις διάφορες ξενοδοχειακές σχολές . Ποιο είναι όμως το μεγαλύτερο όφελος αυτού του συστήματος ; Το σύστημα αυτό λειτουργεί θετικά στο ότι το προσωπικό που εργάζεται στη ξενοδοχειακή βιομηχανία λόγω της εκπαίδευσης που τυγχάνουν αποκτούν τουριστική συνείδηση και ξέρουν πως να συμπεριφερθούν στον τουρίστα ενώ τα στελέχη λόγω της εξειδίκευσής τους στο management ξενοδοχείων ή τουριστικών επιχειρήσεων λειτουργούν και εφαρμόζουν management πολύ υψηλού επιπέδου με αποτέλεσμα να διατηρούν το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών που παρέχουν.

Στην Κύπρο η σύνδεση αγοράς εργασίας με τα πανεπιστήμια στον κλάδο του τουρισμού δεν υφίστανται και η κατάσταση χειροτέρευσε με την ένταξη της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση όπου η μαζική κάθοδος εργατικού δυναμικού από τις χώρες του πρώην ανατολικού μπλόκ όχι μόνο έριξε το επίπεδο της ποιότητας υπηρεσιών αλλά μείωσε σε σημαντικό βαθμό την εργοδότηση των Κυπρίων αφού οι ξένοι αποτελούν μια οικονομική λύση για τους ξενοδόχους θυαιάζοντας στο βωμό του κέρδους την ποιότητα αφού



οι διάφορες εθνικότητες, η διαφορετική διάλεκτος και η διαφορά κουλτούρας σε σχέση με τους Κύπριους είναι παράγοντες οι οποίοι λειτουργούν αρνητικά. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το συμβάν που έγινε στις 27 Ιανουαρίου σε πολυτελές ξενοδοχείο στη Λεμεσό όπου λόγω ασυνεννοησίας του προσωπικού ο μπάρμαν έδωσε σε μια μικρή αγγλίδα (4 χρόνων) λεμονάδα με νιτρικό οξύ αφού κάποιος είχε τοποθετήσει το οξύ σε μπουκάλι νερού και το τοποθέτησε στο μπάρ χωρίς να ειδοποιήσει κανένα. Αποτέλεσμα αυτού ήταν η μικρή να πάθει σοβαρή ζημιά στον ισοφάγο και η Κύπρος να γίνει ρεζίλι σε ολόκληρη την Αγγλία αφού το θέμα προβλήθηκε από όλα τα ΜΜΕ του μεγάλου νησιού αφού το κορίτσι προερχόταν από πλούσια και γνωστή οικογένεια του Λονδίνου.

### **7.1. Εκπαιδευτικά Ιδρύματα**

Στην Κύπρο μέχρι φέτος η ακαδημαϊκή κατάρτιση στον κλάδο του τουρισμού σε επίπεδο βασικού πτυχίου προσφερόταν μόνο από ιδιωτικές σχολές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ενώ δίπλωμα στη ξενοδοχειακή κατάρτιση προσφέρει το κρατικό Α.Ξ.Ι.Κ (Ανώτερο Ξενοδοχειακό Ινστιτούτο Κύπρου). Κατά την περσινή χρονιά λειτούργησε το ΤΕ.ΠΑ.Κ (Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου) στη Λεμεσό στο οποίο λειτούργησε η πρώτη κρατική σχολή Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και η οποία στην πρώτη χρονιά λειτουργίας της αριθμεί 28 φοιτητές. Η δημιουργία της σχολής στην πόλη της Λεμεσού έχει μεγάλη σημασία γιατί η πόλη ζει με τον τουρισμό αφού αποτελεί τον δεύτερο καλύτερο προορισμό στην Κύπρο οπότε και θα συνδέεται άμεσα με την τουριστική βιομηχανία της πόλης. Η Κύπρος όμως έχει αναγνωρίσει και πολλές σχολές από το εξωτερικό όπως τα ΤΕΙ της Ελλάδας και έτσι πολλοί φοιτητές προτιμούν να σπουδάσουν στο εξωτερικό το συγκεκριμένο κλάδο μεταφέροντας γνώσεις και κουλτούρα από το χώρες όπου είναι πολύ πιο ανεπτυγμένες πράγμα που έχει θετικές επιδράσεις για το τουριστικό προϊόν της Κύπρου. Σε επίπεδο μέσης εκπαίδευσης η Κύπρος δεν έχει να επιδείξει κάτι εκτός από τον κλάδο ξενοδοχειακών επαγγελματιών στην



τεχνική εκπαίδευση. Αξίζει να τονίσουμε ότι βρίσκεται στα τελευταία στάδια και η δημιουργία της τουριστικής ακαδημίας ένα ίδρυμα το οποίο θα συμβάλει δυναμικά στην κατάρτιση ικανών στελεχών . Συγκεκριμένα τα ιδρύματα που προσφέρουν σπουδές στον κλάδο του τουρισμού είναι:

1. Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου (Κρατικό)
2. Ανώτερο Ξενοδοχειακό Ινστιτούτο Κύπρου (Κρατικό)
3. European University of Cyprus (Ιδιωτικό)
4. University of Nicosia (Ιδιωτικό)
5. M.K.C City College (Ιδιωτικό)

Η εκπαίδευση αποτελεί το μεγαλύτερο κλειδί στο να επιτευχθεί ο στόχος για ένα καλύτερο και πιο ποιοτικό τουριστικό προϊόν στην Κύπρο και όπως φαίνεται η Κύπρος έχει βάλει γερά θεμέλια στο να καταστεί κέντρο εκπαίδευσης στον κλάδο στην περιοχή της Μεσογείου.





### **Συμπεράσματα - Εισηγήσεις**

Όπως είδαμε και διαπιστώσαμε σύμφωνα με τα προαναφερθέντα ο τουρισμός μπήκε για τα καλά στη ζωή του ανθρώπου και έχει γίνει απαραίτητη δραστηριότητα στην εποχή μας. Το γεγονός ότι μπορεί κάποιος να κάνει τουρισμό με σχετικά λιγα λεφτά και η είσοδος της τεχνολογίας στον τουρισμό έδωσαν ώθηση στους ανθρώπους να ταξιδέψουν. Η παγκόσμια τουριστική ζήτηση στις μέρες μας έχει φτάσει σε υψηλά επίπεδα και αναμένεται να φτάσει σε ακόμα πιο ψηλά στο μέλλον και σε αυτό συνέβαλαν πολλοί παράγοντες τους οποίους και αναφέραμε. Ο παγκόσμιος τουρισμός τρέχει και αναπτύσσεται συνεχώς (αφού έχει φτάσει πλέον και στο διάστημα) και αυτό έχει σαν επιτακτική ανάγκη να υπάρχει συνεχές αναβάθμιση των υπηρεσιών από τις επιχειρήσεις που εμπλέκονται στον κλάδο. Μέσα από την πιο πάνω μελέτη έγινε μια προσπάθεια να αναλυθεί και να παρουσιαστούν όσο πιο σωστά γίνεται διάφορες πτυχές του “φαινομένου” που ονομάζεται τουρισμός. Αναλύθηκε η παγκόσμια τουριστική κίνηση και μέχρι που ενδέχεται να φτάσει μέχρι το 2020. Έγινε μια λεπτομερής ανάλυση των επιπτώσεων που επιφέρει ο τουρισμός και δώθηκε ιδιαίτερη προσοχή στις προσπάθειες που καταβάλλονται από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού για να προστατεύσουν το περιβάλλον.

Στο δεύτερο σκέλος της μελέτης (όπου είναι και το κύριο θέμα) έγινε μια αναλυτική προσέγγιση του Κύπριακού τουρισμού. Ο τουρισμός είναι η οικονομική δραστηριότητα η οποία οδήγησε την Κύπρο στο να αναδειχθεί οικονομικά μετά την Τουρκική εισβολή του 1974. Όπως ειπώθηκε στην μελέτη ο τουρισμός στην Κύπρο απογειώθηκε την τριετία 1999-2001 όμως αυτό δεν είχε αξιοποιηθεί σωστα από την πολιτεία αφού δεν υπήρχε κάποιο σχέδιο ή κάποια στρατηγική με αποτέλεσμα τα επόμενα 2 χρόνια να ακολουθήσει η κατρακύλα. Μέσα από την συγκριτική έρευνα που παρουσιάζεται φαίνεται ξεκάθαρα μείωση των αφίξεων μεταξύ των ετών 2002 – 2004 χρονιές οι οποίες έφεραν τις χειρότερες επιδόσεις στον Κυπριακό τουρισμό. Οι επιδόσεις αυτές ήταν ένα γερό χαστούκι προς τους αρμόδιους φορείς για να ξυπνήσουν



και να χαράξουν μια στρατηγική για να σώσουν τον τουρισμό. Η εκπόνηση του στρατηγικού σχεδίου του ΚΟΤ 2003-2010 αποτέλεσε το ενακτήριο λάκτισμα για την ριζική αναβάθμιση του Κυπριακού τουριστικού προϊόντος.

Μέσα από το στρατηγικό σχέδιο ο ΚΟΤ έχει πετύχει αρκετά και έχει δικαιωθεί για τη σωστή δουλειά που έγινε για τη δημιουργία του σχεδίου αυτού. Η προώθηση του αγροτουρισμού , του αθλητικού αλλά και του συνεδριακού τουρισμού , η δημιουργία διάφορων έργων σε όλες τις πόλεις (μαρίνες , αναπλάσεις πλατειών , αεροδρόμια κ.α) αλλά και πετυχημένη διαφημιστική καμπάνια **LOVE CYPRUS** αποτέλεσαν το φιλί της ζωής στον τουριστικό κλάδο για την ώρα , αφού κατάφεραν να προσελκύσουν ποιοτικούς τουρίστες και να μεγιστοποιήσουν τα έσοδα χωρίς όμως να γίνει αύξηση στα ποσοστά των αφίξεων. Υπάρχουν όμως , πολλά άλλα που πρέπει να γίνουν εάν θέλει η Κύπρος να αποκτήσει ξανά την καλή τουριστική της ταυτότητα και να επανατοποθετηθεί στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη γιατί αν λάβουμε σαν παράδειγμα ότι η Κύπρος σύμφωνα με την Eurostat αποτελεί την μοναδική χώρα στην Ε.Ε όπου το 2007 κατέγραψε μείωση στις διανυκτερεύσεις τουριστών αλλά και ντόπιων στα ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματά της και σίγουρα θα πρέπει να προβληματίσει του αρμόδιους φορείς.

Υπάρχουν πολλά που μπορούν να γίνουν για να οδηγηθεί ο Κυπριακός τουρισμός εκεί που του αξίζει αφορούν διάφορους τομείς του τουρισμού. Μέσα από την παρούσα μελέτη και έπειτα από έρευνα και ανάλυση ολόκληρου του τουριστικού προϊόντος προτείνονται μερικές δράσεις και εισηγήσεις οι οποίες θα μπορούσαν να βοηθήσουν τον Κυπριακό τουρισμό να οδεύσει σε μια βιώσιμη πορεία. Οι ενέργειες που προτείνονται χωρίζονται σε 4 πυλώνες πολιτικής για τον τουρισμό και είναι :



### **1ος Πυλώνας: Αναβάθμιση και Διαφοροποίηση του Τουριστικού Προϊόντος της Κύπρου**

- Να τεθεί άμεσα σ' εφαρμογή η εξαγγελθείσα πολιτική κινήτρων απόσυρσης τουριστικών κλινών.
- Αναβάθμιση των υφισταμένων ξενοδοχειακών μονάδων 4\* και 5\* που λειτουργούσαν πριν το 1993 στις οποίες να παρέχεται η δυνατότητα κατεδάφισης της οικοδομής για ανέγερση νέου τουριστικού καταλύματος τουλάχιστο της ίδιας τάξης, με το συντελεστή δόμησης που ίσχυε κατά την έκδοση της άδειας οικοδομής.
- Οποιαδήποτε ανάπτυξη ή δράση στον τομέα του Τουρισμού πρέπει να εστιάζεται στις αρχές της αειφορίας, της οποίας βασική προϋπόθεση αποτελεί η ισορροπία μεταξύ του φυσικού, πολιτιστικού, δομημένου και οικονομικού περιβάλλοντος.
- Ενίσχυση των μέσων δημόσιας συγκοινωνίας για τους τουρίστες.

### **2ο Πυλώνας: Δυναμικό και Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ**

- Ενίσχυση συνεργασίας με τους ξένους οργανωτές ταξιδιών.
- Αξιοποίηση από τον ΚΟΤ στα γραφεία του εξωτερικού για πιο στοχευμένη διαδικασία επικοινωνίας με παραδοσιακούς και νέους Ο.Τ.
- Δημιουργία «Τομεακών Κέντρων Τουριστικού Μάρκετινγκ» που να αναλάβουν το ευρύτερο μάρκετινγκ της κάθε εξειδικευμένης μορφής τουρισμού.
- Δημιουργία Μικτής Εταιρείας Μάρκετινγκ, σε συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα.
- Μετονομασία των αεροδρομίων σε «Larnaca Zenon» και «Paphos Aphrodite».
- Εντατικοποίηση της προσπάθειας για να αποκτήσει η Κύπρος «δική» της αποκλειστική ταυτότητα για να ξεχωρίζει από τους πολλούς άλλους παρόμοιους προορισμούς.



- Ισχυροποίηση της νέας εκστρατείας του ΚΟΤ με το νέο σύνθημα "Love Cyprus"

### **3ος Πυλώνας: Επικερδότητα και Ανταγωνιστικότητα των Τουριστικών Επιχειρήσεων αλλά και του τουριστικού προϊόντος**

- Διαμόρφωση συγκεκριμένου προγράμματος δράσης και μέτρων πολιτικής για τη δημιουργία χειμερινού τουριστικού προϊόντος που να περιλαμβάνουν και ειδικά και αποδοτικά έργα υποδομής καθώς και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, με στόχο πάντοτε τη σταδιακή επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- Να δοθούν σοβαρά κίνητρα στους Tour Operators του Εξωτερικού με ευκολία στην εκταμίευση των σχετικών κονδυλίων.
- Να ανακληθεί η αύξηση των τελών των αεροδρομίων με παρέμβαση του κράτους για «επιδότηση» των αυξημένων τελών.
- Εξεύρεση επαρκών εθνικών ή/και κοινοτικών κονδυλίων για εκτέλεση εμπλουτιστικών έργων που θα αυξήσουν την προσελκυστικότητα της Κύπρου.
- Μείωση του συντελεστή ΦΠΑ για την επισιτιστική και εν γένει για την Τουριστική βιομηχανία όπως ισχύει και σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες.

### **4ος Πυλώνας: Θεσμικές Τομές που χρειάζονται ώστε ο τουρισμός να αναβαθμιστεί ριζικά**

- Δημιουργία του θεσμού του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού.
- Εισαγωγή του θεσμού του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου ή την ίδρυση Ομοσπονδίας Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Δημιουργία ανεξάρτητου Υπουργείου Τουρισμού .
- Συμμετοχή στα Δ.Σ ΚΟΤ και των Κρατικών Αερομεταφορέων (Κυπριακές Αερογραμμές και Eurocypria). Απαραίτητη κρίνεται η συμμετοχή στα Δ.Σ του ΚΟΤ και των δύο Κρατικών Αερομεταφορέων, με



τη συμμετοχή ατόμων όπου έχουν βαθιά γνώση του τουρισμού τα οποία πρέπει να προέρχονται από τους μεγάλους συναφείς επαγγελματικούς Συνδέσμους.

- Να δοθούν «Υπερεξουσίες» στον ΚΟΤ με την συμμετοχή των εκπροσώπων και των μεγάλων επαγγελματικών συνδέσμων στο Δ.Σ του ΚΟΤ
- Να δοθούν «υπερεξουσίες» στον ΚΟΤ για οριζόντιες αλλά και κάθετες παρεμβάσεις σε Υπουργεία και Κρατικούς φορείς για να γίνει αποτελεσματικότερος ο προγραμματισμός, η παρακολούθηση και η υλοποίηση των Σχεδίων Δράσης.

Όλες οι πιο πάνω εισηγήσεις μπορούν να υλοποιηθούν . Στα χέρια των αρμόδιων φορέων είναι το τι θα πράξουν και που θα οδηγήσουν τον Κύπριακό τουρισμό. Ο παγκόσμιος τουρισμός αυξάνεται χρόνο με τον χρόνο και η Κύπρος μένει έξω , εκεί που είχε πρωταγωνιστικό ρόλο στην περιοχή τώρα έχει ρόλο παρατηρητή λόγω ανικανότητας του κράτους . Πρέπει όλοι μαζί να δουλέψουμε σαν μια ομάδα για να καταστεί και πάλι η Κύπρος ο καλύτερος προορισμός της ανατολικής Μεσογείου με κοινό όραμα τη διασφάλιση της αειφορίας του τουρισμού στο νησί , με σεβασμό προς τον άνθρωπο , το περιβάλλον και τον πολιτισμό. Στα χέρια μας είναι να το πετύχουμε και μπορούμε να το κάνουμε φτάνει να πιστέψουμε στο όραμα αυτό. Τελειώνοντας αυτή την μελέτη θα ήθελα να παραπέμψω στη δήλωση που έκανε ο πρόεδρος του W.T.O Arthur Haulot μια δήλωση η οποία μας κάνει όλους να προβληματιζόμαστε αλλά και να οραματιζόμαστε.

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

Arthur Haulot

**Π. Πρόεδρος**

**Παγκοσμίου Οργανισμού Τουρισμού**



# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ





## **ΕΡΕΥΝΑ**

Στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας διενέργησα μια έρευνα μέσα από την οποία θέλησα να εκλάβω τη γενική άποψη του Κύπριου πολίτη σε διάφορες πτυχές για τον κλάδο του τουρισμού. Για τον σκοπό αυτό δημιούργησα ένα ερωτηματολόγιο το οποίο αποτελείται από 10 ερωτήσεις, οι οποίες καλύπτουν διάφορους τομείς του τουριστικού κλάδου στην Κύπρο. Το ερωτηματολόγιο δώθηκε σε 75 άτομα των οποίων η ηλικιακή ομάδα ήταν μεταξύ 25 – 55 χρονών. Από τα 75 ερωτηματολόγια τα 25 απαντήθηκαν από άτομα που έχουν άμεση σχέση με τον κλάδο του τουρισμού αφού ήταν μέλη τουριστικής εταιρίας ενώ τα υπόλοιπα 50 ήταν από άτομα που προέρχονταν από διάφορους χώρους χωρίς ειδικές γνώσεις σε θέματα τουρισμού. Ο χρόνος διάρκειας της έρευνας ήταν ένας μήνας.

Μέσα από την έρευνα αυτή χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι ενά πολύ χαμηλό ποσοστό δήλωνε άγνοια στις διάφορες απαντήσεις, πράγμα που αποδεικνύει ότι ο τουρισμός είναι στη ζωή του Κύπριου πολίτη και γενικά υπάρχει άποψη για κλάδο. Επίσης χαρακτηριστικό είναι ότι σε όλες τις ερωτήσεις η τάση είναι ίδια δηλαδή δεν υπάρχει κάποια αντίθεση απαντήσεων για αυτό κάποιος μέσα από τα αποτελέσματα αυτής μπορεί να εξάγει σαφή συμπεράσματα.

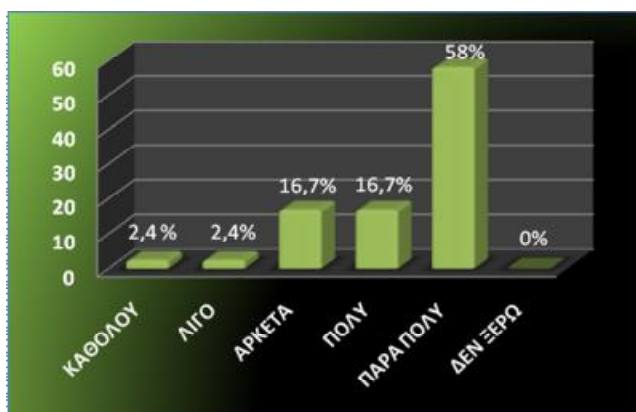
Εγώ προσωπικά μπορώ να χαρακτηρίσω επιτυχημένη την έρευνα όχι μόνο για το αποτέλεσμα αλλά και από την προθυμία και την καλή διάθεση του κόσμου να απαντήσει το ερωτηματολόγιο αφού εκτός από την προσωπική επαφή που είχα με τον κόσμο 21 από τα ερωτηματολόγια στάληκαν και απαντήθηκαν μέσω e-mail σε άγνωστους παραλήπτες. Παρακάτω ακολουθεί ένα δείγμα του ερωτηματολογίου καθώς επίσης και τα αποτελέσματα της έρευνας τα οποία δίνονται ξεχωριστά για κάθε ερώτηση.



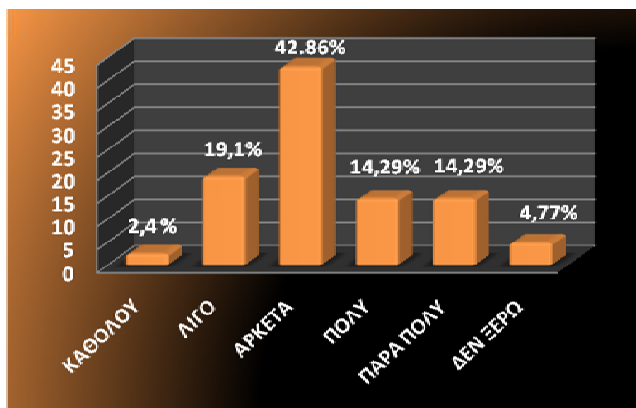
| <b><u>ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ</u></b>  | <b>ΚΑΘΟΛΟΥ</b> | <b>ΛΙΓΟ</b> | <b>ΑΡΚΕΤΑ</b> | <b>ΠΟΛΥ</b> | <b>ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ</b> | <b>ΔΕΝ ΞΕΡΩ</b> |
|---|----------------|-------------|---------------|-------------|------------------|-----------------|
| 1. Ο τουρισμός συνεισφέρει στην Κυπριακή οικονομία ;  |                |             |               |             |                  |                 |
| 2. Πιστεύετε ότι το Κυπριακό τουριστικό προϊόν είναι ανταγωνιστικό σε σχέση με τις Χώρες που βρίσκονται κοντά στην Κύπρο (Ελλάδα , Αίγυπτος , Τουρκία κ.α) ;  |                |             |               |             |                  |                 |
| 3. Πόσο επηρεάζει την ποιότητα υπηρεσιών η κάθοδος ξένων υπαλλήλων ;  |                |             |               |             |                  |                 |
| 4. Πιστεύετε ότι η Κύπρος είναι ακριβός τουριστικός προορισμός ;  |                |             |               |             |                  |                 |
| 5. Σας αρέσει η Κύπρος για να κάνετε τις διακοπές σας ;   |                |             |               |             |                  |                 |
| 6. Πιστεύετε ότι η ανάπτυξη του αγροτουρισμού βοήθησε τις απόμακρυσμένες περιοχές να αναδειχθούν ;  |                |             |               |             |                  |                 |
| 7. Πιστεύετε ότι η δημιουργία του ΤΕ.ΠΑ.Κ (Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου) αλλά και η αναγνώριση ιδιωτικών κολλεγίων (όπου διαθέτουν κλάδους τουρισμού) σε πανεπιστήμια θα βοηθήσουν στην αναβάθμιση του Κυπριακού τουριστικού προϊόντος ; |                |             |               |             |                  |                 |
| 8. Πόσο επηρεάζει τον τουρισμό της Κύπρου (ελεύθερες περιοχές) η τουριστική ανάπτυξη στα κατεχόμενα ;   |                |             |               |             |                  |                 |
| 9. Πιστεύετε ότι υπάρχει τουριστική συνείδηση από πλευράς Κυπρίων πολιτών ;   |                |             |               |             |                  |                 |
| 10. Πόση σημασία δίνει το κράτος στον κλάδο του τουρισμού ;   |                |             |               |             |                  |                 |

## **Αποτελέσματα έρευνας**

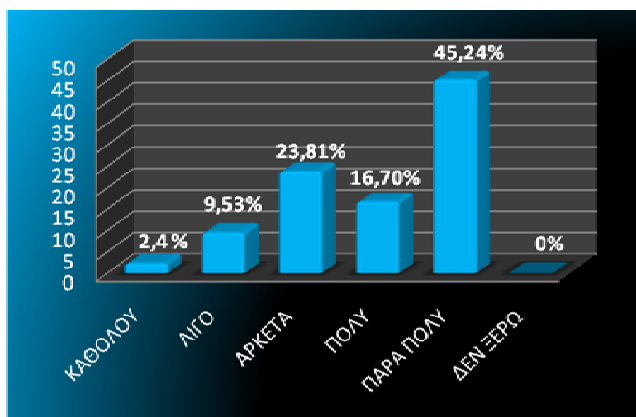
**Ερώτηση 1:** Ο τουρισμός συνεισφέρει στην Κυπριακή οικονομία ;



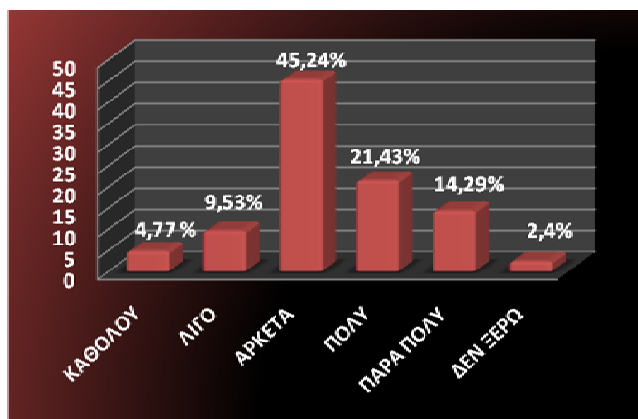
**Ερώτηση 2:** Πιστεύετε ότι το Κυπριακό τουριστικό προϊόν είναι ανταγωνιστικό σε σχέση με τις χώρες που βρίσκονται κοντά στην Κύπρο ( Ελλάδα , Τουρκία , Αίγυπτος κ.α ) ;



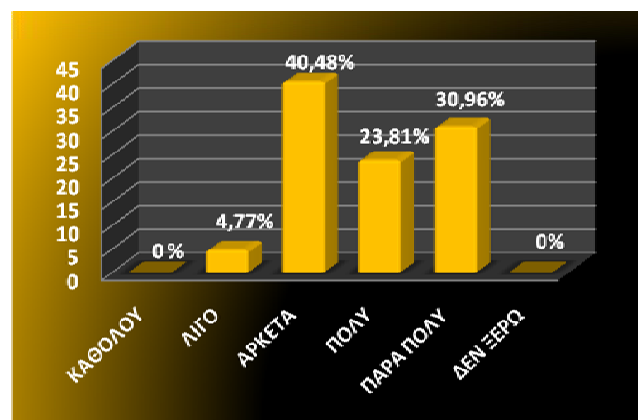
**Ερώτηση 3:** Πόσο επηρεάζει την ποιότητα υπηρεσιών η κάθοδος ξένων ;



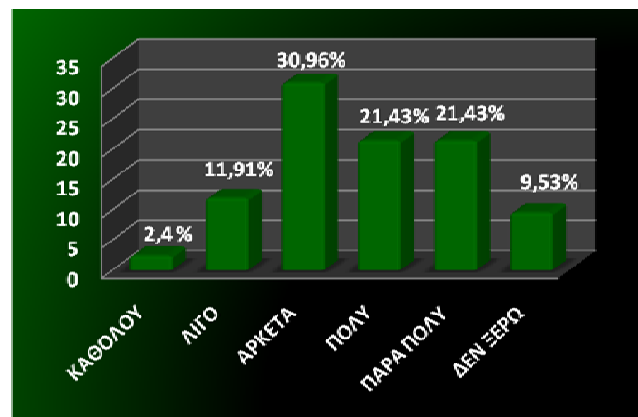
**Ερώτηση 4:** Πιστεύετε ότι η Κύπρος είναι ακριβός τουριστικός προορισμός ;



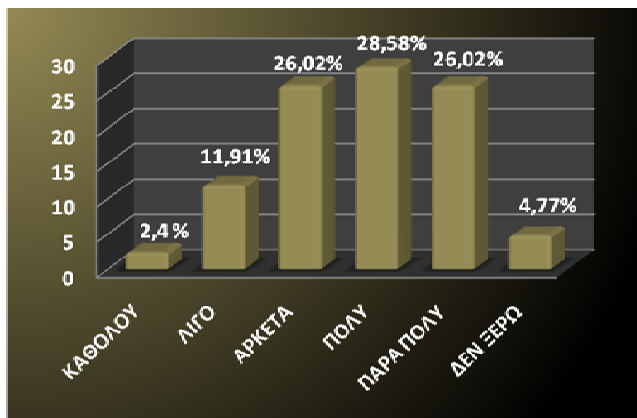
**Ερώτηση 5:** Σας αρέσει η Κύπρος για να κάνετε τις διακοπές σας ;



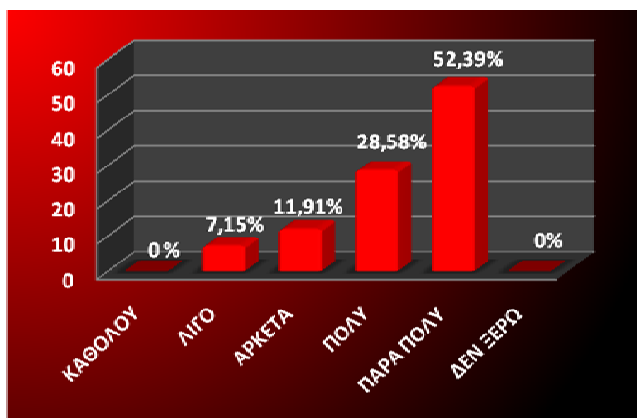
**Ερώτηση 6:** Πιστεύετε ότι η ανάπτυξη του αγροτουρισμού βοήθησε τις απομακρυσμένες περιοχές να αναδειχθούν ;



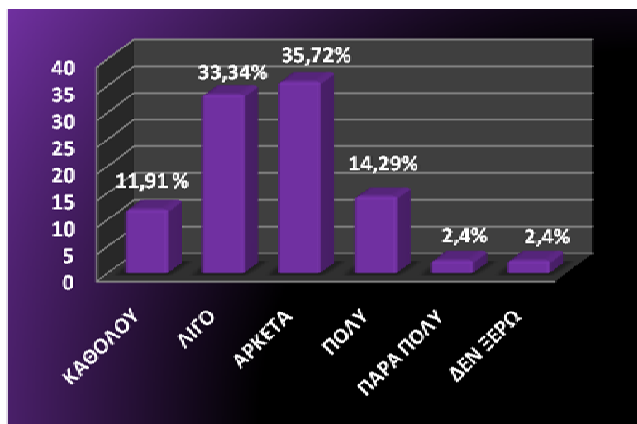
**Ερώτηση 7 :** Πιστεύετε ότι η δημιουργία του ΤΕ.ΠΑ.Κ (Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου) αλλά και η αναγνώριση ιδιωτικών κολλεγίων (όπου διέθεταν κλάδους τουρισμού) σε πανεπιστήμια θα βοηθήσουν στην αναβάθμιση του Κυπριακού τουριστικού προϊόντος ;



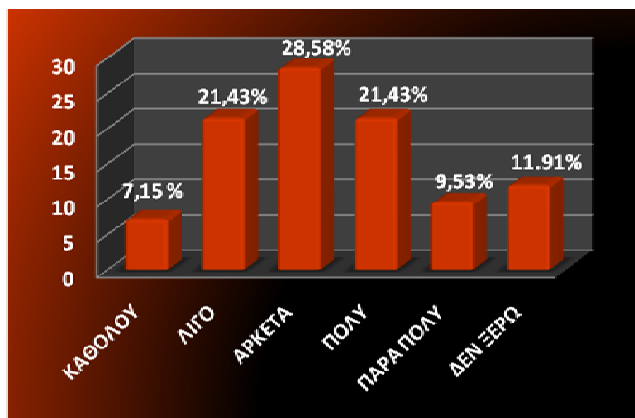
**Ερώτηση 8 :** Πόσο επηρεάζει τον τουρισμό της Κύπρου (ελεύθερες περιοχές) η τουριστική ανάπτυξη στα κατεχόμενα ;



**Ερώτηση 9 :** Πιστεύετε ότι υπάρχει τουριστική συνείδηση από πλευράς Κυπρίων πολιτών;



**Ερώτηση 10 :** Πόση σημασία δίνει το κράτος στον κλάδο του τουρισμού ;





## **Το χωριό Όμοδος μέσα από φωτογραφίες**





## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Ελληνική ή μεταφρασμένη**

1. **Ηγουμενάκης , Ν** (1997) *"Τουριστική Οικονομία - Τόμος Α' "* INTERBOOKS
2. **Ηγουμενάκης Ν ,Κραβαρίτης Κ , Λύτρας Π** (1999) *"Εισαγωγή στον τουρισμό"* INTERBOOKS
3. **Σφακιανάκης , Μ** (2000) *"Εναλλακτικές μορφές τουρισμού"* ΙΩΝ
4. **Gartner , W** (2001) *"Τουριστική ανάπτυξη"* ΙΩΝ
5. **Ηγουμενάκης Ν.** (1999), *"Τουριστικό Μάρκετινγκ"*, INTERBOOKS
6. **Ζαχαράτος Γ.** (2003) , *" Package Tour "* , ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ
7. **Παυλίδης, Π.** (1999), *"Ξενοδοχειακό Μάρκετινγκ"* (4<sup>η</sup> έκδοση), Αθήνα

### **Ξενόγλωσση**

1. **Cooper , C , Fletcher , J , Gilbert , D , Shepherd , R , Wanhill , S** (1998) *"Tourism Principles and Practice"* LONGMAN

### **Internet**

1. Available from: [www.asiatraveltips.com](http://www.asiatraveltips.com)
2. Available from: [www.medregio.org](http://www.medregio.org)
3. Available from: [www.rainforest-alliance.org/forestry](http://www.rainforest-alliance.org/forestry)
4. Available from: [www.aegeanair.com](http://www.aegeanair.com)
5. Available from: [www.agrotravel.gr](http://www.agrotravel.gr)
6. Available from: [www.e-telescope.gr](http://www.e-telescope.gr)
7. Available from: [news.pathfinder.gr](http://news.pathfinder.gr)
8. Available from: [www.erc.ucy.ac.cy](http://www.erc.ucy.ac.cy)
9. Available from: [www.ellada.net](http://www.ellada.net)
10. Available from: [www.simerini.com](http://www.simerini.com)
11. Available from: [www.moxon.net](http://www.moxon.net)



12. Available from: [www.maxinewspaper.com](http://www.maxinewspaper.com)
13. Available from: [www.politis-news.com](http://www.politis-news.com)
14. Available from: [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)
15. Available from: [www.projects.cyresearch.org](http://www.projects.cyresearch.org)
16. Available from: [news.kathimerini.gr](http://news.kathimerini.gr)
17. Available from: [geography.about.com](http://geography.about.com)
18. Available from: [www.wto.org](http://www.wto.org)
19. Available from: [www.airport-technology.com/projects/larnaca/](http://www.airport-technology.com/projects/larnaca/)
20. Available from: [www.mcw.gov.cy](http://www.mcw.gov.cy)
21. Available from: [www.Cyprus.net.com](http://www.Cyprus.net.com)
22. Available from: [www.cyprus.com](http://www.cyprus.com)
23. Available from: <http://el.wikipedia.org>
24. Available from: [www.parliament.cy](http://www.parliament.cy)
25. Available from: [www.agrotourism.com.cy](http://www.agrotourism.com.cy)
26. Available from: [www.newsvote.bbc.co.uk](http://www.newsvote.bbc.co.uk)
27. Available from: [www.news.kathimerini.gr](http://www.news.kathimerini.gr)
28. Available from: [www.visitcyprus.com](http://www.visitcyprus.com)
29. Available from: [www.pio.gov.cy/mof/cystat/](http://www.pio.gov.cy/mof/cystat/)

