

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗ

ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1995 – 2004

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ

ΚΟΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ

ΜΗΛΛΑ ΙΩΑΝΝΑ

ΜΠΕΛΕΣΙΩΤΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ

ΠΑΤΡΑ 2006

Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 1995 – 2004

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο 1

Η Εννοια Του Τουρισμού Και Οι Διακρίσεις Του

1. Εισαγωγή	5
1.1 Διακρίσεις Του Τουρισμού	8
1.1.1 Από Πλευράς Αριθμού Περιηγητών	8
1.1.2 Από Αποψη Φυσικών Ορίων	9
1.1.3 Από Πλευράς Οικονομικών Δυνατοτήτων	9
1.1.4 Από Πλευράς Επιδιωκόμενου Σκοπού	10

Κεφάλαιο 2

Τουριστική Πολιτική Και Τουριστικοί Οργανισμοί

Θεωρητική Και Πρακτική Προσέγγιση Τουριστικού Μάρκετινγκ

Μέρος Α'

2.1.1 Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (Ξ.Ε.Ε.)	11
2.1.2 Η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (Π.Ο.Ξ.)	12
2.1.3 Οι Διοικητικές Δομές Του Τουρισμού 1914-2000	15
2.1.4 Στατιστική Και Δυναμική Τουριστική Πολιτική	16
2.1.5 Ποσοτική Και Ποιοτική Τουριστική Πολιτική	17
2.1.6 Μηχανισμός Λήψης Αποφάσεων Τουριστικής Πολιτικής	18

Μέρος Β'

2.2 Τουριστική Πολιτική 2002-2006	19
2.2.1 Η Ζήτηση Του Ελληνικού Τουρισμού	23
2.2.2 Η Προσφορά Τουριστικών Υπηρεσιών	26
2.2.3 Η Πολιτική Ενίσχυσης Της Ζήτησης	26
2.2.4 Η Πολιτική Ενίσχυσης Της Αγοράς	32

Μέρος Γ'

2.3 Διαφημιστικά Προγράμματα Και Ενέργειες Του Ε.Ο.Τ. Για Την Πενταετία 1995-2000	42
2.3.1 Η Διαφημιστική Καμπάνια Το Α' Εξάμηνο Του 2003 ..	51
2.3.2. Διαφημιστικά Προγράμματα - Αποχαιρετισμός Στα «πακέτα»	52
2.3.3 Η Μεγαλύτερη Παγκόσμια Καμπάνια Για Τον Τουρισμό – Ο Εθνικός Κόμβος Choosegreece.com	53
2.3.4 Χρονομεριστική Μίσθωση (Time sharing)	54

Κεφάλαιο 3

Επενδυτικά Και Αναπτυξιακά Τουριστικά Προγράμματα

3.1 Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» (ΕΠΑΝ) Μέτρο 2.2 – Πράξη 2	56
3.2 Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» (ΕΠΑΝ) Μέτρο 2.2 – Πράξη 3	60
3.3 Προγράμματα Για Τη Βελτίωση Της Ποιότητας Του Τουριστικού Προϊόντος	61
3.4 Κανονισμός Σχέσεων Πελατών – Ξενοδόχων	63
3.5. Επενδύσεις	63
3.6. Επενδυτικά Κίνητρα Στον Τουριστικό Τομέα	69
3.7 Τα Επενδυτικά Κίνητρα Του Αναπτυξιακού Νόμου 1892/1990 (Όπως Τροποποιήθηκε Και Συμπληρώθηκε Από Το Νόμο 2234/1994)	71

Κεφάλαιο 4

Τουριστική Εκπαίδευση

4.1 Η Ανώτατη Τουριστική Εκπαίδευση Στην Ελλάδα	73
4.2 Τ.Ε.Ι. Η Τεχνολογική Τουριστική Εκπαίδευση	84
4.3 Σ.Τ.Ε. Ο Ρόλος Της Στην Αναδιοργάνωση Της Τουριστικής Εκπαίδευσης	88

4.4 Α.Σ.Τ.Ε.Ρ. Ανώτερη Εκπαίδευση	92
4.5 Α.Ε.Ι. Τουρισμός Και Μεταπτυχιακά Εν Ελλάδα	94
4.6 Οι Κυριότερες Τουριστικές Σχολές Στην Ελλάδα	104

Κεφάλαιο 5

Επιπτώσεις Γεγονότων Που Επληξαν Τον Τουρισμό Παγκοσμίως

5.1 Το Χτύπημα Της 11 ^{ης} Σεπτεμβρίου	105
5.2 Αισιόδοξες Για Το Μέλλον Οι Ελληνικές Αεροπορικές Εταιρίες ..	107
5.3. Αντέχουν Και Προετοιμάζονται Τα Ελληνικά Ξενοδοχεία	110
5.4 Διαμόρφωση Τάσεων Στις Τουριστικές Αγορές	112
5.5 Μέτρα Θωράκισης Του Τουρισμού Εναντι Της Κρίσης Στο Ιράκ..	115

Κεφάλαιο 6

Συμπεράσματα – Κριτική - Προτάσεις Για Την Πορεία Του Ελληνικού Τουρισμού

6.1 Ο Εσωτερικός Τουρισμός Σώζει Τον Κλάδο - Τα Ελληνικά Οπλα.	116
6.2 Στρατηγικός Σχεδιασμός Για Την Περίοδο 2003-2005	116
6.3 Αδυναμίες Του Ελληνικού Τουρισμού	122
6.4 Γενικές Εκτιμήσεις Και Διαπιστώσεις Για Την Πορεία Των Μεγεθών (Στοιχεία Του Π.Ο.Τ.)	128
6.5 Η Κατάσταση Στον Τουρισμό Μετά Το Πρώτο Εξάμηνο Του 2002	129
6.6 Διεύρυνση Της Ελληνοτουρκικής Συνεργασίας Στον Τουρισμό..	131
6.7 Άμεσες Προτεραιότητες	132
6.8 Ανάγκη Εκσυγχρονισμού Της Τουριστικής Πολιτικής	135
Επίλογος	141
Βιβλιογραφία – Πηγές	143
Παράρτημα	145
Πίνακες – Ερευνες - Διαφημίσεις	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο όρος Τουρισμός χρησιμοποιείται πολύ συχνά για να περιγράψει τον τομέα των ταξιδιών. Γενικά το ταξίδι είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο, το οποίο προκαλεί εικόνες, βιώματα και εμπειρίες όπως αυτά της περιπέτειας, της ψυχικής ηρεμίας, του μυστηρίου των εξωτικών περιοχών και της σκληρής πραγματικότητας των επαγγελματικών ταξιδιών. Το "ταξίδι" είναι μια πλατιά έννοια που από μια σκοπιά περιλαμβάνει τον όρο "Τουρισμός" και σχετίζεται με τη μετακίνηση ανθρώπων και για λόγους πέρα από το να κάνουν τουρισμό, έτσι όπως σήμερα γίνεται αντιληπτός.

Το ταξίδι, σαν έννοια, είναι γνωστό από τους προϊστορικούς χρόνους, ενώ ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο της σύγχρονης βιομηχανικής εποχής και διαφέρει από το ταξίδι τόσο σε ποσοτικούς όσο και σε ποιοτικούς όρους. Στις περισσότερες περιπτώσεις το ταξίδι αποτελεί απλά το μέσο προς ένα σκοπό, όπως είναι αυτός του να φτάσει κάποιος σε ένα συγκεκριμένο προορισμό και άρα, από μία άλλη σκοπιά αποτελεί μόνο ένα στοιχείο της τουριστικής βιομηχανίας.

Τελικά ακριβής ορισμός της λέξης "ταξίδι" και "τουρισμός είναι μάλλον δύσκολο να δοθεί, κυρίως λόγω των διαφορετικών χαρακτηριστικών που τους αποδίδουν αλλά και της διαφορετικής σκοπιάς από την οποία τους εξετάζουν, τόσο οι κοινωνίες όσο και οι ακαδημαϊκοί κύκλοι. Το ταξίδι έχει προέλθει από την πολύ παλιά παράδοση των πλούσιων και προνομιούχων να μετακινούνται από μέρος σε μέρος για επαγγελματικούς λόγους και αναψυχή, στη μεταβιομηχανική κοινωνία του μαζικού τουρισμού.

Κάθε δραστηριότητα εκτός της περιοχής - κοινωνίας στην οποία ζει κάποιος (πέρα από το καθημερινό ταξίδι από και προς την εργασία του) ανεξάρτητα από τη διανυόμενη απόσταση, τον προορισμό, την περιοχή προέλευσης ή του μέσου μεταφοράς, εξετάζεται κάτω από τον ευρύ όρο "ταξίδι". Ο σκοπός του ταξιδιού δεν έχει τόση σημασία, μπορεί να είναι για

διασκέδαση - αναψυχή, επαγγελματική δραστηριότητα, συνέδριο - συνάντηση, για προσωπικούς λόγους ή για οποιοδήποτε άλλο λόγο.

Ο τουρισμός δεν αποτελεί φαινόμενο των τελευταίων δεκαετιών του σύγχρονου πολιτισμού μας. Τουλάχιστον πέντε χιλιετίες πιο πριν διοργανώνονταν ταξίδια αναψυχής και κρουαζιέρες στον τότε γνωστό κόσμο (π.χ. Αίγυπτο). Αυτό που είναι καινούριο είναι το μέγεθος του σύγχρονου μαζικού τουρισμού, η φύση και ο τύπος των τουριστικών υπηρεσιών, η οργάνωση και λειτουργία των επιχειρήσεων που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες και η έμφαση που έχει δοθεί στην τουριστική βιομηχανία, τόσο από πλευράς κράτους ή ενώσεων κρατών (π.χ. της Ε.Ε.) όσο και από πλευράς ιδιωτών επιχειρηματιών.

Αυτή η τεράστια ανάπτυξη του τουρισμού, ως κοινωνικού - οικονομικού φαινομένου, όπως είναι προφανές έχει σημαντικές επιπτώσεις - τόσο θετικές όσο και αρνητικές - σε διεθνές επίπεδο όσο και σε επίπεδο χώρας κι ακόμη σε επίπεδο περιοχής κάθε χώρας. Οι επιπτώσεις αυτές αφορούν κυρίως στον οικονομικό τομέα (π.χ. αύξηση εθνικού εισοδήματος, αύξηση απασχόλησης, υψηλότερο κόστος ζωής), στον κοινωνικό τομέα (π.χ. βελτίωση προτύπων ζωής, ποιότητα, ανεπιθύμητη κατανάλωση) και στον πολιτιστικό τομέα (π.χ. ενεργοποιεί τη λαϊκή τέχνη, φθείρει παραδόσεις).

Ο τουρισμός σήμερα είναι η επιχειρηματική δραστηριότητα της μεταφοράς, διανομής, εξυπηρέτησης και διασκέδασης τουριστών. Είναι μια τεράστια βιομηχανία, τα πιο σημαντικά "εργοστάσια" της οποίας είναι:

- Οι καταλυματικές μονάδες, π.χ. ξενοδοχεία, μοτέλ, ενοικιαζόμενα δωμάτια, διαμερίσματα, ξενώνες, κ.λπ.
- Οι επισιτιστικές μονάδες, που καλύπτουν τις ανάγκες διατροφής των ταξιδιωτών, όπως είναι τα εστιατόρια, οι ταβέρνες, τα μπαρ, τα εστιατόρια γρήγορου φαγητού (fast food) κ.λπ.
- Οι επιχειρήσεις μεταφοράς, που καλύπτουν ανάγκες μετακίνησης των ταξιδιωτών, όπως είναι οι αεροπορικές, οι ναυτιλιακές εταιρίες και οι εταιρίες μεταφοράς επί εδάφους, που χρησιμοποιούν τρένα, λεωφορεία, επιβατικά αυτοκίνητα (όπως π.χ. τα γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων).

- Τα τουριστικά ή ταξιδιωτικά γραφεία. Σε αντίθεση με τα άλλα τμήματα της τουριστικής βιομηχανίας το τμήμα αυτό, δηλαδή οι οικονομικές μονάδες που το αποτελούν, είναι εγκατεστημένες εκεί που ξεκινά ο ταξιδιώτης και όχι στον τόπο προορισμού του. Το ταξιδιωτικό γραφείο - ταξιδιωτικός πράκτορας - απαντά στις ερωτήσεις που μπορεί να έχει ο ταξιδιώτης και ενεργεί για λογαριασμό του, όσον αφορά στο σχεδιασμό του ταξιδιού και στις απαραίτητες εκ των προτέρων ενέργειες που είναι να γίνουν (π.χ. κλείσιμο αεροπλάνου και ξενοδοχείου, έκδοση εισιτηρίων, άδεια αναμονής - VISA - κλείσιμο ενοικιαζόμενου αυτοκινήτου, κλπ.)
- Οι μονάδες εγκατάστασης - αναψυχής. Αυτό το τμήμα αποτελείται από ένα συνδυασμό επιχειρήσεων και ενεργειών, π.χ. πάρκα ή ειδικά διαμορφωμένοι φυσικοί χώροι για αναψυχή, σκι, μικρής απόστασης ταξίδια με ειδικά διαμορφωμένα πλοίαρια, περίπατοι σε δάση, κυνήγι, πολιτιστικές εκδηλώσεις, κλπ.
- Διάφορες άλλες επιχειρήσεις, οι οποίες ικανοποιούν δευτερεύουσες ανάγκες των ταξιδιωτών, όπως π.χ. τα καταστήματα που πωλούν μικροαντικείμενα εθνικού ή τοπικού χαρακτήρα ως αναμνηστικά (souvenirs), εστιατόρια που προσφέρουν εθνικά - τοπικά φαγητά, μονάδες εμφάνισης φιλμ και πώλησης φωτογραφικών ειδών κλπ.

Οι τουρίστες όμως, πέρα από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες των παραπάνω μονάδων, καταναλώνουν ή κάνουν χρήση αγαθών και υπηρεσιών που κατά κύριο λόγο προορίζονται ή παρέχονται στους κατοίκους των περιοχών όπου φθάνουν (π.χ. νοσοκομεία, ταχυδρομεία, καταστήματα πώλησης τροφίμων, κομμωτήρια, κινηματοθέατρα, κ.λπ.)

Από την άλλη σκοπιά ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως σύστημα που αποτελείται από αλληλοεξαρτώμενα μέρη. Τα μέρη αυτά είναι:

- (α) η αγορά, δηλαδή οι πελάτες τουρίστες ή ταξιδιώτες,
- (β) το ταξίδι, δηλαδή όλα τα στοιχεία και η διαδικασία που αφορά στο πού, πότε και πώς θα ταξιδέψει κάποιος,
- (γ) ο τόπος προορισμού, και

(δ) το μάρκετινγκ - δηλαδή η όλη διαδικασία μέσω της οποίας οι τουρίστες - ταξιδιώτες ενθαρρύνονται για να ταξιδέψουν προς συγκεκριμένους τόπους προορισμού με συγκεκριμένα μέσα.

Τα τουριστικά ή ταξιδιωτικά γραφεία αποτελούν το κύριο στοιχείο του υποσυστήματος ταξίδι, αφού ουσιαστικά αποτελούν το μηχανισμό της προβολής, (στους τουρίστες - ταξιδιώτες) των τόπων προορισμού και το μηχανισμό παροχής υπηρεσιών για μετακίνηση τους προς τους τόπους αυτούς.

1.1 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1.1 ΑΠΟ ΠΛΕΥΡΑΣ ΑΡΙΘΜΟΥ ΠΕΡΙΗΓΗΤΩΝ

Ο τουρισμός διακρίνεται σε μεμονωμένο και ομαδικό.

α) Ο μεμονωμένος τουρισμός πραγματοποιείται από ένα ή περισσότερα άτομα, φιλικά ή συγγενικά συνδεδεμένα. Οι περιηγητές της κατηγορίας αυτής αποτελούν τον αντιπροσωπευτικό τύπο τουρισμού, παραμένουν περισσότερο χρόνο σε μέρη που παρουσιάζουν ενδιαφέρον, λόγω δε της μεγαλύτερης παραμονής τους δαπανούν περισσότερα χρήματα. Για τούτο ο μεμονωμένος τουρισμός από οικονομικής άποψης είναι ο επωφελέστερος για τη χώρα στην οποία πραγματοποιείται.

β) Ο ομαδικός τουρισμός πραγματοποιείται από πολλά άτομα με βάση γνωστό πρόγραμμα. Ο ομαδικός τουρισμός οργανώνεται κυρίως από διάφορα γραφεία συλλόγων ή οργανισμών, παρουσιάζει πλεονεκτήματα για τους περιηγητές, όχι όμως και για την χώρα στην οποία ενεργείται. Αυτό γιατί οι δαπάνες του ταξιδιού είναι σημαντικά μειωμένες λόγω των επιτυγχανόμενων εκπτώσεων στα μέσα συγκοινωνίας, διαμονής. Παρά το σοβαρό όμως αυτό μειονέκτημα, οι διάφορες χώρες είναι υποχρεωμένες να αντιμετωπίζουν τον ομαδικό τουρισμό με προσοχή, γιατί με την κατανάλωση επέρχεται το κέρδος.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να καταβάλλουν οι οργάνωτές ταξιδιών ομαδικού τουρισμού για να εκπληρώνονται οι υποσχέσεις που έδωσαν στους περιηγητές.

1.1.2 ΑΠΟ ΑΠΟΨΗΣ ΦΥΣΙΚΩΝ ΟΡΙΩΝ

Ο τουρισμός διακρίνεται σε εξωτερικό και εσωτερικό.

α) Ο εξωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα εκτός των φυσικών ορίων αυτής. Οποιαδήποτε χώρα έχει εξωτερικό τουρισμό, είτε εισέρχονται σ'αυτήν ξένοι είτε εξέρχονται μόνιμοι κάτοικοι αυτής.

Στην πρώτη περίπτωση ο εξωτερικός τουρισμός λέγεται ενεργητικός, γιατί κύριο χαρακτηριστικό του είναι η εισαγωγή ξένου συναλλάγματος, για το οποίο κυρίως ενδιαφέρονται όλες οι χώρες, στη δε δεύτερη λέγεται παθητικός, γιατί σημειώνεται έξοδος πολύτιμου συναλλάγματος. Ο εξωτερικός παθητικός τουρισμός δεν είναι όμως απόλυτα επιζήμιος, γιατί αυτοί που ταξιδεύουν στις προηγμένες κυρίως χώρες αποκομίζουν ωφέλειες, όπως η παρακολούθηση της τεχνικής προόδου και της εξέλιξης των χωρών, οι οποίες τελικά ζωογονούν ολόκληρο το έθνος.

β) Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον εγχώριο πληθυσμό μιας χώρας, εντός των φυσικών ορίων αυτής. Καίτοι δεν προκαλεί είσοδο ξένου συναλλάγματος, παρουσιάζει σοβαρές ωφέλειες για τη χώρα, οικονομικές, πνευματικές, εκπολιτιστικές και ψυχικές.

Στην περίπτωση του εσωτερικού τουρισμού είναι ανάγκη να επιδιώξουμε την ανάπτυξη της κατανόησης και εκ μέρους των περιηγητών και εκ μέρους των υποδεχόμενων αυτούς. Προς αυτή δε την κατεύθυνση πρέπει να εργάζονται όλοι οι αρμόδιοι για τα τουριστικά θέματα.

1.1.3 ΑΠΟ ΠΛΕΥΡΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ

Ο τουρισμός διακρίνεται σε λαϊκό και κοσμοπολίτικο.

α) Ο λαϊκός τουρισμός πραγματοποιείται από άτομα που ανήκουν σε φτωχότερες τάξεις. Προς εξυπηρέτηση αυτών δημιουργήθηκαν τα κάμπινγκ και οι κατασκηνώσεις.

Από τον τουρισμό αυτό δεν αναμένονται σοβαρά οικονομικά οφέλη για μια χώρα. Πλην όμως στη χώρα μας αξίζει κάθε προσοχής λόγω της αναμενόμενης διόγκωσης του ρεύματος του τουρισμού τούτο και γιατί οι

περισσότεροι των περιηγητών αυτών, νέοι κυρίως στην ηλικία διακρίνονται για το θαυμασμό τους προς την Ελλάδα.

β) Ο κοσμοπολίτικος τουρισμός πραγματοποιείται από άτομα ικανά να δαπανήσουν μεγάλα χρηματικά ποσά κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.

1.1.4 ΑΠΟ ΠΛΕΥΡΑΣ ΕΠΙΔΙΩΚΟΜΕΝΟΥ ΣΚΟΠΟΥ

Ο τουρισμός διακρίνεται σε ιστορικό, θρησκευτικό, φυσιολατρικό, αθλητικό, καλλιτεχνικό θεραπευτικό και σε τουρισμό εκθέσεων.

Η πρακτική σημασία των ανωτέρω διακρίσεων του τουρισμού είναι μεγάλη γιατί κάθε είδος τουρισμού έχει ίδιες απαιτήσεις και συνεπώς, ανάλογα πρέπει να είναι τα λαμβανόμενα μέτρα. Αυτό άλλωστε πρέπει να λαμβάνουν υπόψη οι αρμόδιοι ανέγερσης διαφόρων τουριστικών εγκαταστάσεων, γιατί θα αποτελούσε απερισκεψία να αναγείρουμε, παραδείγματος χάριν, εστιατόριο ή ξενοδοχείο ύπνου ή εγκαταστάσεις θαλάσσιων λουτρών υπερπολυτελούς κατηγορίας σε μέρος που συχνάζουν περιηγητές λαϊκού τουρισμού όπως αντίθετα θα αποτελούσε σημαντική έλλειψη η απουσία πολυτελών τουριστικών εγκαταστάσεων σε μέρος ανάπτυξης κοσμοπολίτικου τουρισμού.

Τα τουριστικά προσόντα μιας χώρας είναι τα φυσικά ή επίκτητα εφόδια της χώρας ή των κατοίκων αυτής, τα οποία μπορούν να προκαλέσουν το ενδιαφέρον των περιηγητών.

Τα φυσικά τουριστικά προσόντα της χώρας μας είναι η θέση, οι φυσικές καλλονές, το καλό κλίμα, τα βουνά της, τα περίεργα φυσικά φαινόμενα, τα σπήλαια που είναι από τα καλύτερα του κόσμου, οι λίμνες οι ποταμοί και η γαλήνη μας θάλασσα. Οι ιαματικές πηγές (αναξιοποίητες οι πιο πολλές) είναι και αυτές από τους πολλούς πόλους έλξης στην τουριστική ζήτηση. Τα βουνά μας είναι κοντά στις λόγω του γεωγραφικού σχήματος της χώρας μας και επιτρέπουν την αξιοποίησή τους όλο το χρόνο, σε συνδυασμό με την αξιοποίηση των ακτών, όπως ο Παρνασσός, ο Όλυμπος, τα Λευκά Όρη, τα Λευκά Όρη, η Ζήρεια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΜΕΡΟΣ Α'

2.1.1 Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας (Ξ.Ε.Ε)

Το Ξ.Ε.Ε ιδρύθηκε το 1935 ως νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου με την επωνυμία «Πανελλήνιος Ένωση Τουριστικών Ξενοδοχείων». Από τότε μέχρι και το 1948, λειτουργούσε από κοινού με τη Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών. Έκτοτε αποχωρίστηκε από αυτή και λειτουργεί αυτοτελώς ως επιμελητήριο.

Το Ξ.Ε.Ε., είναι νομοθετημένος σύμβουλος της πολιτείας σε θέματα τουρισμού και έχει ως μέλη όλα τα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας.

Σκοποί

Οι σκοποί του ΞΕΕ είναι οι εξής:

- Η μελέτη, η υπόδειξη και η εφαρμογή κάθε μέτρου που συντελεί στη βελτίωση, την αναδιοργάνωση και τον εκσυγχρονισμό του ξενοδοχειακού τομέα της χώρας.
- Η προστασία και η περίθαλψη των ξενοδόχων και του προσωπικού του Ξ.Ε.Ε από το Ταμείο Πρόνοιας Ξενοδόχων.

Αρμοδιότητες

Οι αρμοδιότητες του Ξ.Ε.Ε εκτείνονται στους ακόλουθους τομείς δραστηριοτήτων:

- Μελέτη, υπόδειξη και εφαρμογή κάθε μέτρου που συντελεί στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της χώρας.
- Συμβουλευτική στήριξη όλων των μελών του σε θέματα οικονομικά, νομικά και κοινωνικά.
- Εκπόνηση μελετών.
- Παροχή πληροφοριών και έκδοση στατιστικών δελτίων

- Χορήγηση συντάξεων
- Έκδοση του ετήσιου οδηγού των ελληνικών ξενοδοχείων.
- Έκδοση και δωρεάν διανομή σε όλα τα μέλη του μηνιαίου δελτίου Ξενία
- Πραγματοποίηση κρατήσεων σε όλα τα Ξενοδοχεία της χώρας

Διοίκηση -πόροι

Το ΞΕΕ διοικείται από το διοικητικό συμβούλιο αιρετών αντιπροσώπων των Ξενοδοχείων όλης της χώρας και εκπροσώπων του κράτους, ενώ το ΞΕΕ είναι μέλος της Συνομοσπονδίας των Εθνικών Ενώσεων Ξενοδοχίας και Εστίασης των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το διοικητικό συμβούλιο του Ξ.Ε.Ε. απαρτίζεται από τα εξής μέλη:

- 15 αντιπροσώπους ξενοδοχείων με τριετή θητεία, από τους οποίους 6 εκπροσωπούν τη Στερεά Ελλάδα, 2 την Πελοπόννησο, 1 τη Θεσσαλία και την Ήπειρο, 3 τη Μακεδονία και τη Θράκη, 1 τα νησιά, 1 τις λουτροπόλεις και 1 τις θερινές διαμονές εν γένει.
- 1 αντιπρόσωπο του Υπουργείου Οικονομικών
- 2 αντιπροσώπους του Ε.Ο.Τ.

Οι πόροι του Ξ.Ε.Ε. προέρχονται από τις ακόλουθες πηγές:

- Την ανά κλίνη μηνιαία εισφορά όλων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, η οποία μειώνεται στο μισό όσον αφορά τα καταλύματα που λειτουργούν
- Την εφάπαξ καταβαλλόμενη εισφορά από τα νεοαναγειρόμενα ξενοδοχεία ανά ενοικιαζόμενο δωμάτιο.
- Το πάγιο τέλος για την καταχώρηση των τίτλων των ξενοδοχείων στο μητρώο τίτλων του επιμελητηρίου.

2.1.2 Η ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ (Π.Ο.Ξ)

Η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων ιδρύθηκε το 1946 ως νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου. Είναι δευτεροβάθμιο ξενοδοχειακό όργανο και εκπροσωπεί τις τοπικές ενώσεις ξενοδόχων.

Σκοποί

Κύριοι σκοποί της Π.Ο.Ξ. είναι:

- Η οργάνωση όλων των ξενοδοχείων της χώρας σε νόμιμα σωματεία και η ένταξη τους στη δύναμη της ομοσπονδίας.
- Η συνεργασία των σωματείων-μελών της ομοσπονδίας για την προαγωγή του ξενοδοχειακού επαγγέλματος, την εξυπηρέτηση των καλώς εννοουμένων συμφερόντων των ξενοδοχείων και την εξύψωση του ξενοδόχου στην εκτίμηση του κράτους και του κοινού.

Αρμοδιότητες

Αυτές περιλαμβάνουν:

- Την υπογραφή της συλλογικής σύμβασης εργασίας των ξενοδοχοϋπαλλήλων όλης της χώρας με την Πανελλήνια Ομοσπονδία Εργατών Επισιτισμού και υπαλλήλων και Υπαλλήλων Τουριστικών Επαγγελματιών.
- Την ενημέρωση σχετικά με ζητήματα και εξελίξεις που αφορούν τους ξενοδόχους.
- Την οργάνωση επιμορφωτικών σεμιναρίων.
- Τη συνεργασία με ξενοδοχειακές οργανώσεις του εξωτερικού.
- Την οργάνωση ξενοδοχειακών εκθέσεων στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό ή τη συμμετοχή σε αυτές.
- Την οργάνωση τοπικών ή πανελληνίων συνεδρίων ξενοδοχειακού ενδιαφέροντος.
- Την έκδοση ενημερωτικού περιοδικού και πληροφοριακού δελτίου.
- Την κωδικοποίηση των διατάξεων που ισχύουν για τα ξενοδοχεία.
- Τη σύσταση γραφείου μελετών και στατιστικής.
- Την εκπροσώπηση της ομοσπονδίας σε συμβούλια, επιτροπές, κρατικούς οργανισμούς, υπουργεία και Ν.Π.Δ.Δ.
- Την εκπροσώπηση της Π.Ο.Ξ. από τον πρόεδρο της στο διοικητικό συμβούλιο του Ξ.Ε.Ε., καθώς και την εκπροσώπηση της στο διοικητικό συμβούλιο και τις επιτροπές της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών.
- Την καταχώρηση του ξενοδοχειακού επαγγέλματος και της επαγγελματικής στέγης.
- Τη δημιουργία προμηθευτικού συνεταιρισμού.

- Τη σύσταση ταμείου αλληλοβοήθειας των ξενοδόχων-μελών των σωματείων της Ομοσπονδίας.
- Τη θεσμοθέτηση διατάξεων για αποζημίωση των ξενοδόχων των οποίων τα ξενοδοχεία δεν επιδέχονται βελτιώσεις, κρίνονται πλέον ως ακατάλληλα και υποχρεούνται σε οριστική διακοπή της λειτουργίας τους.

Διοίκηση-πόροι

Η διοίκηση της Π.Ο.Ξ περιλαμβάνει:

- Τη Γενική συνέλευση.
- Το διοικητικό συμβούλιο.
- Τη διοικητική επιτροπή.

Η Π.Ο.Ξ αντλεί τους πόρους της για την πραγματοποίηση των σκοπών και των επιδιώξεων της από τις ακόλουθες πηγές:

- Συνδρομές των σωματείων-μελών.
- Έσοδα από περιουσιακά στοιχεία.
- Έσοδα από την έκδοση περιοδικού.
- Έσοδα από κοινωνικές εκδηλώσεις.
- Έσοδα από δωρεές και κληροδοτήματα.
- Άλλα νόμιμα τακτικά και έκτακτα έσοδα.

Ρόλοι, αρμοδιότητες, τάσεις

Ουσιαστικά, οι αρμοδιότητες των Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού και των τουριστικών οργανώσεων εθνικής εμβέλειας προσδιορίζουν τον ρόλο τους στη διαμόρφωση της εθνικής τουριστικής πολιτικής.

Ο ρόλος αυτός απορρέει από το είδος και το εύρος των αρμοδιοτήτων που ασκούν στην χώρα, τη φύση και το μέγεθος τους. Τα παραπάνω αποτελούν συνάρτηση αφενός μεν της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας και της θέσης της στον παγκόσμιο καταμερισμό εργασίας, αφετέρου δε της σπουδαιότητας του τουρισμού στην εθνική της οικονομία.

Μεταξύ των σημαντικότερων αρμοδιοτήτων των Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού, φυσικά και του Ε.Ο.Τ., οι οποίες αντιπροσωπεύουν τη παραδοσιακή προσέγγιση λειτουργίας τους, είναι οι ακόλουθες:

- Η έρευνα, ο σχεδιασμός και η στατιστική επεξεργασία.
- Η καταγραφή των τουριστικών πόρων και η λήψη μέτρων προστασίας.
- Η ανάπτυξη των τουριστικών εξυπηρετήσεων.
- Η ανάπτυξη του εργατικού δυναμικού.
- Η νομοθετική ρύθμιση των τουριστικών επιχειρήσεων και των ταξιδιών.
- Η διευκόλυνση των μετακινήσεων.
- Η διεθνής συνεργασία.
- Η προώθηση-προβολή του τουριστικού προϊόντος.

Οι σύγχρονες ανακατατάξεις που παρατηρούνται στην παγκόσμια τουριστική αγορά επιβάλλουν τάσεις αναδιάρθρωσης των Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού (Γαλλία, Ιρλανδία) και ταυτόχρονα αποποίησης της παραδοσιακής προσέγγισης λειτουργίας τους μέσω της ανάπτυξης μιας νέας φιλοσοφίας, όπου μεγάλη βαρύτητα θα δίνεται στην προώθηση και την προβολή μέσα από τις αμφίδρομες σχέσεις που δημιουργεί το ζεύγος «τουριστική αγορά-τουριστικό προϊόν».

2.1.3 ΠΙΝΑΚΑΣ: ΟΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΔΟΜΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 1914-2000

1914	Σύσταση «Γραφείου Ξένων και Εκθέσεων» στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1922	Σύσταση Αυτοτελούς «Υπηρεσίας Ξένων και Εκθέσεων» στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1929	Ίδρυση «Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού» ως Ν.Π.Δ.Δ. υπαγόμενου στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1936	Κατάργηση ΕΟΤ, ίδρυση Υφυπουργείου Τύπου και Τουρισμού
1941	Κατάργηση Υφυπουργείου, σύσταση Δ/σης Λουτροπόλεων και Τουρισμού στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1944	Μετατροπή της Διεύθυνσης σε Γεν. Διεύθυνση Τουρισμού Λουτροπόλεων και Εκθέσεων
1945	Σύσταση Γενικής Γραμματείας Τουρισμού υπαγόμενης στον Πρωθυπουργό

1946	Μεταβίβαση της εποπτείας της Γεν. Γραμματείας Τουρισμού στον Υπουργό Συντονισμού
1950	Επανασύσταση ΕΟΤ υπό την εποπτεία του Υπουργού Εθνικής Οικονομίας
1968	Ανάθεση εποπτείας στο Υπουργείο Συντονισμού, όπου μεταφέρθηκε η Υπηρεσία Τουρισμού υπό τον Υπουργό Προεδρίας
1969	Ανάθεση εποπτείας στον Αναπληρωτή Υπουργό Συντονισμού
1971	Εποπτεία από τον Υπουργό Συντονισμού
1974	Εποπτεία από τον Υπουργό Προεδρίας Κυβερνήσεως
1985	Εποπτεία από τον Υφυπουργό Εθνικής Οικονομίας
1989	Σύσταση Υπουργείου Τουρισμού
1992	Κατάργηση του Υπουργείου Τουρισμού και ανάθεση της εποπτείας στο ΥΠΕΘΟ
1993	Ανασύσταση Υπουργείου Τουρισμού
1996	Συγχώνευση του Υπουργείου Τουρισμού στο Υπουργείο Ανάπτυξης
1998	Σύσταση των εταιρειών «Αξιοποίηση περιουσίας ΕΟΤ» και «Ελληνικού Φεστιβάλ»
2000	Ίδρυση Γενικής Γραμματείας Τουρισμού, εταιρείας «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα» Α.Ε., Α.Ε. Καζίνο, αναβάθμιση της ΣΤΕ, μετατροπή του ΕΟΤ σε επιτελικό ΝΠΔΔ, μεταβίβαση αδειοδοτικών και ελεγκτικών αρμοδιοτήτων του ΕΟΤ στις Περιφέρειες.

2.1.4 ΣΤΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Όπως στη γενική θεωρία της τουριστικής οικονομίας υπάρχει η στατική και η δυναμική ανάλυση των διαφόρων οικονομικών μεγεθών της κλπ., έτσι και στη θεωρία της τουριστικής πολιτικής υπάρχει η στατική και η δυναμική τουριστική πολιτική.

(α) Στατική τουριστική πολιτική αποτελεί την πολιτική ενός ορισμένου σημείου ισορροπίας σε μια δασμένη χρονική στιγμή, με την έννοια ότι ο παράγοντας χρόνος δεν επηρεάζει το περιεχόμενο της. Ειδικότερα η στατική

τουριστική πολιτική ερευνά τους ποσοτικούς στόχους της τουριστικής πολιτικής σαν σταθερά μεγέθη που δεν μεταβάλλονται διαχρονικά από διάφορους παράγοντες. Έτσι λοιπόν, στη στατική τουριστική πολιτική τίθεται ένας σταθερός στόχος και στη συνέχεια εξετάζονται οι σχετικοί παράγοντες ισορροπίας για την επίτευξη του, χωρίς να γίνεται παραδεκτό ότι ο χρόνος αποτελεί παράγοντα που μπορεί να μεταβάλλει τη σχετική αυτή ισορροπία. Κατά συνέπεια, από στατιστικής άποψης, η τουριστική πολιτική αναφέρεται σε ένα ορισμένο σημείο του χρόνου και κάτω από ορισμένες συνθήκες στην τουριστική οικονομία.

(β) Δυναμική τουριστική πολιτική αποτελεί την πολιτική η οποία διαμορφώνεται κάτω από την επίδραση της διαχρονικής εξέλιξης των δυνάμεων που επηρεάζουν το περιεχόμενο της. Αντίθετα με τη στατική τουριστική πολιτική, η δυναμική τουριστική πολιτική προϋποθέτει ποσοτικούς στόχους, που μεταβάλλονται κατά τη διάρκεια του χρόνου κάτω από την επίδραση ορισμένων παραγόντων. Έτσι λοιπόν, η επίτευξη ενός στόχου εξαρτάται από τη διαχρονική εξέλιξη ορισμένων μεταβλητών, δηλαδή από στόχους άλλων μεταβλητών που αποκτούν διαχρονικά διαφορετική ποσοτική έκφραση ή αριθμητική αξία. Κατά συνέπεια, από δυναμικής άποψης, η τουριστική πολιτική μελετάται κάτω από το φως συνθηκών που διαρκώς μεταβάλλονται στην τουριστική οικονομία.

2.1.5 ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Με κριτήριο τη μορφή των μέτρων που χρησιμοποιούνται από τους φορείς της πολιτικής εξουσίας για να πετύχουν τους στόχους τους, η τουριστική πολιτική μπορεί να διακριθεί, τουλάχιστον σε ότι αφορά στους σκοπούς της θεωρητικής της ανάλυσης, σε ποσοτική και ποιοτική. Με τον όρο ποιοτική τουριστική πολιτική εννοείται η διαρθρωτική μεταβολή της τουριστικής οικονομίας, ενώ με τον όρο ποσοτική τουριστική πολιτική η μεταβολή των τιμών των μέτρων τουριστικής πολιτικής, που χρησιμοποιούνται για την επίτευξη προκαθορισμένων στόχων.

Σε αντίθεση με την ποιοτική τουριστική πολιτική, η ποσοτική τουριστική πολιτική δεν αναφέρεται σε διαρθρωτικές μεταβολές της τουριστικής οικονομίας.

Σε μαθηματικούς όρους, η μεν ποσοτική τουριστική πολιτική αναφέρεται στη μεταβολή της τιμής ορισμένων μέτρων, δηλαδή μεταβλητών, που παρουσιάζονται στις εξισώσεις που περιγράφουν τη διάρθρωση της τουριστικής οικονομίας, η δε ποιοτική τουριστική πολιτική στη μεταβολή της φύσης των εξισώσεων. Μεταξύ ποσοτικής και ποιοτικής πολιτικής, η πρώτη φαίνεται να είναι λιγότερο φιλόδοξη, πλην όμως είναι η περισσότερο χρησιμοποιούμενη μορφή τουριστικής πολιτικής.

Η διάκριση μεταξύ ποσοτικής και ποιοτικής τουριστικής πολιτικής δεν είναι πάντοτε εύκολη, όσο ενδεχόμενα να φαίνεται από πρώτη άποψη, και τούτο γιατί μια μεταβολή μπορεί να θεωρηθεί ταυτόχρονα και ποιοτική και ποσοτική. Αν π.χ. καταργηθεί η καταβολή διδάκτρων σε τουριστικές σχολές και θεσπιστεί ένα σύστημα παροχής δωρεάν τουριστικής παιδείας, η πολιτική αυτή μπορεί να θεωρηθεί τόσο ποιοτική, όσο και ποσοτική, αφού η δοσμένη τιμή του αγαθού της τουριστικής παιδείας μηδενίζεται.

Παρά το γεγονός ότι η διάκριση μεταξύ ποσοτικής και ποιοτικής τουριστικής πολιτικής δεν είναι πάντα εύκολη υπόθεση, είναι αναμφίβολα πολύ χρήσιμη γιατί ασκεί σημαντικές επιδράσεις στις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των στόχων και των μέτρων της τουριστικής πολιτικής. Η ποιοτική τουριστική πολιτική ουσιαστικά συνεπάγεται μεταβολή των μέτρων που χρησιμοποιεί αυτή για την επίτευξη των στόχων της και κατά συνέπεια της σχέσης που υπάρχει μεταξύ του αριθμού των μέτρων και των στόχων της τουριστικής πολιτικής.

2.1.6 ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Εξαιτίας του γεγονότος ότι οι συναλλακτικές, κοινωνικές, διοικητικές κλπ., σχέσεις που αναπτύσσονται στις σύγχρονες κοινωνίες είναι πραγματικά πολύμορφες και πολύπλοκες, ο προσδιορισμός του μηχανισμού λήψης αποφάσεων τουριστικής πολιτικής, εκ μέρους των φορέων της πολιτικής εξουσίας σε δοσμένο τόπο και χρόνο, κάθε άλλο παρά σαν εύκολη υπόθεση θα μπορούσε να χαρακτηριστεί.

Παρόλα αυτά, όμως, από τη συνοπτική ανάλυση των βασικών σταδίων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων τουριστικής πολιτικής, καθώς επίσης από

την απαρίθμηση των φορέων της τουριστικής πολιτικής, μπορεί να κατασκευαστεί ένα γενικό μοντέλο της λειτουργίας του μηχανισμού λήψης αποφάσεων τουριστικής πολιτικής στα σύγχρονα κράτη με μικτές οικονομίες.

Έτσι, λοιπόν, πρώτα απ' όλα επισημαίνονται τα αίτια που προκαλούν τη λήψη αποφάσεων τουριστικής πολιτικής, και που βασικά είναι τρία: (α) μια κρίσιμη κατάσταση ή ανεπιθύμητη εξέλιξη στην τουριστική οικονομία, (β) ορισμένα αιφνίδια γεγονότα, η αντιμετώπιση των οποίων απαιτεί τη λήψη συγκεκριμένων μέτρων και (γ) διάφορες ιδέες ή απόψεις που επηρεάζουν αποφασιστικά τους φορείς της πολιτικής εξουσίας.

Με βάση τα πιο πάνω αίτια που προκαλούν τη λήψη αποφάσεων τουριστικής πολιτικής, οι υπηρεσίες της κεντρικής διοίκησης που είναι αρμόδιες για τη συνεχή παρακολούθηση των διαφόρων μεγεθών της τουριστικής οικονομίας και που κατά κανόνα πληροφορούνται πρώτες μια κρίσιμη κατάσταση ή ανεπιθύμητη εξέλιξη σε αυτή, δηλαδή στην τουριστική οικονομία, ενημερώνουν σχετικά τους φορείς της πολιτικής εξουσίας, και συγκεκριμένα τον αρμόδιο για τον τουρισμό υπουργό.

Μετά την ενημέρωση του αρμόδιου για τον τουρισμό υπουργού για μια κρίσιμη κατάσταση ή ανεπιθύμητη εξέλιξη στην τουριστική οικονομία, μπορεί αυτός είτε να αποφασίσει αυτοτελώς για τη λήψη των αναγκαίων προς αντιμετώπιση τους μέτρων της τουριστικής πολιτικής με την έκδοση υπουργικής απόφασης, είτε να διαβιβάσει στο υπουργικό συμβούλιο ή οποιοδήποτε άλλο αρμόδιο συλλογικό κυβερνητικό όργανο σχέδια αποφάσεων ή νομοσχέδια ή σχέδια προγραμμάτων κλπ. προκειμένου αυτό να αποφασίσει την υλοποίηση εκείνων που, κατά την εκτίμηση του, θα συμβάλλουν στην ταχύτερη και αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση τέτοιου είδους έκρυθμων καταστάσεων στην τουριστική οικονομία.

ΜΕΡΟΣ Β'

2.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ 2002 - 2006

Ι. ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών.

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

2. Σημαντική μείωση του μεριδίου αμερικανών τουριστών. Εξάρτηση από Ευρώπη.

Συνέπεια: Απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος. Αναζήτηση νέων αγορών.

3. Αυξανόμενη συμμετοχή εσωτερικού τουρισμού.

Συνέπεια: Δύνατοτητα χρονικής κατανομής της ζήτησης.

4. Μικρή διάρκεια τουριστικής περιόδου.

Συνέπεια: Θερινή επιβάρυνση υποδομών, υπολειτουργία εκτός σεζόν. Ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού για τους υπόλοιπους μήνες.

5. Μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: «Ήλιος – θάλασσα»

Συνέπεια: Εύκολη υποκατάσταση από άλλες μεσογειακές χώρες. Αναζήτηση - προγραμματισμός νέων τουριστικών προϊόντων.

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

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

7. Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής.

Συνέπεια: Άνιση ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών.

8. Ολιγοψωνιακή διάθρωση τουριστικής ζήτησης με λίγους tour-operators.

Συνέπεια: Ισχυρές πιέσεις για χαμηλές τιμές. Ενίσχυση των specialists.

9. Ξενοδοχειακές μονάδες / καταλύματα:

- Μικρού μεγέθους και ενδιάμεσης / χαμηλής ποιότητας

- Μικρός βαθμός συγκέντρωσης και πολύ μικρή καθετοποίηση

Συνέπεια: Αδυναμία διαπραγμάτευσης με τους ισχυρούς tour-operators.

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

Συνέπεια: Έλλειψη κινήτρων αναβάθμισης, παράνομη λειτουργία καταλυμάτων.

11. Μικρό μέγεθος των μη - ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων.

Συνέπεια: Πληθώρα φορέων, προβλήματα βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα.

12. Νέα κατάσταση: Μετά το κτύπημα της 11ης Σεπτεμβρίου 2001, την οικονομική κρίση στην Ιαπωνία, τις λατινικές χώρες, τη σχετική οικονομική κρίση στη Γερμανία, αλλαγή κλίματος και διάθεσης για τουρισμό από ξένους επισκέπτες.

Συνέπεια: Τόνωση προβολής - Αναζήτηση νέων αγορών.

II. ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

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

1. **Αξιοποίηση περιουσίας (Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.):**
 - Διαγωνισμός αξιοποίησης περιουσίας.
 - Προκήρυξη νέων έργων.
2. **Ολοκληρωμένες τουριστικές εγκαταστάσεις:**
 - Συνεκμετάλλευση ΕΤΑ - ιδιωτικών κεφαλαίων.
 - ΠΟΤΑ
3. **Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου**
 - Προβολή ευνοϊκών πακέτων off-season: Μάρτιος και Νοέμβριος.
 - Επέκταση δραστηριοτήτων προσέλκυσης (συνεδριακός, αθλητικός, θρησκευτικός κλπ.).
 - Προβολή Αθήνας - Θεσσαλονίκης .
4. **Ολυμπιακός τουρισμός:**
 - Φιλοξενία 2004.
 - Βελτίωση τουριστικών υποδομών Αττικής (Παραλία, Θεματικά Πάρκα, συνεδριακοί χώροι κ.λ.π.).
 - Προβολή Αθηνών.
 - Νέες μονάδες πολυτελείας στην Αττική.
 - Αναδιοργάνωση Φεστιβάλ: Έγκαιρο πρόγραμμα, διεθνείς συνεργασίες.
5. **Οικοτουρισμός:**
 - Τουρισμός με τοπική ανάπτυξη και προστασία περιβάλλοντος.
 - Ευκαιρία ανάδειξης εγκαταλειμμένων χωριών και περιοχών.

- Δημιουργία τοπικών επιχειρήσεων. Νέα επαγγέλματα.
 - Ειδικές δράσεις Γ'ΚΠΣ. Συνεργασία με δήμους.
6. **Προβολή - προωθητικές ενέργειες:**
- Διαφήμιση.
 - Δημόσιες Σχέσεις.
 - Προωθητικές ενέργειες.
7. **Τουριστική Εκπαίδευση:**
- Εκσυγχρονισμός σχολών. Αναβάθμιση και διαπίστευση ειδικοτήτων.
 - Ένταξη νέων ειδικοτήσεων, ιδιαίτερα στον οικοτουρισμό.
 - Συντονισμός με Τ.Ε.Ι, και Α.Ε.Ι.
8. **Αντιμετώπιση διυπουργικών εκκρεμοτήτων:**
- Επιτροπή Οικονομικής και Κοινωνικής Πολιτικής Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού.

III. ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

1. **Αναβάθμιση καταλυμάτων (σύστημα Αστέρων + κλειδιών):**
- Προδιαγραφές
 - Επενδυτικά κίνητρα
 - Μελέτες τουριστικής ανάπτυξης ανά περιφέρεια.
2. **Αντιμετώπιση πολεοδομικά αυθαιρέτων τουριστικών επιχειρήσεων:**
- Δυνατότητα ελέγχων για την ασφάλεια λειτουργίας
 - Καθιέρωση αντικινήτρων για παράνομες τουριστικές επιχειρήσεις.
3. **Αύξηση μεγέθους επιχειρήσεων**
- Κίνητρα συγχωνεύσεων, συγκεντρώσεων και συντονισμού των ξενοδοχειακών και των εν γένει τουριστικών επιχειρήσεων.
4. **Ένταξη των τουριστικών επιχειρήσεων στις νέες τεχνολογίες.**
- Διαδίκτυο
 - Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Tour - operating
 - Marketing
 - Χρήση νέων τεχνολογιών για την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς τουριστικού προϊόντος.

5. **Ταμείο Αντασφάλισης Τουριστικών Επιχειρήσεων**
 - Αντιμετώπιση του φαινομένου αποζημιώσεων επιχειρήσεων σε δυσμενείς συνθήκες.
6. **Νέα τουριστικά επαγγέλματα και επιχειρήσεις**
7. **Χρηματοδότηση επενδύσεων από το Γ'ΚΠΣ**
 - Τομεακό Πρόγραμμα Υπουργείου Ανάπτυξης
 - Κοινωνία της Πληροφορίας
 - Τομεακά Προγράμματα Ενέργειας και Έρευνας
 - Περιφερειακά Προγράμματα
8. **Επέκταση περιόδου**
 - Νέα τουριστικά προϊόντα για τους μήνες Μάρτιο και Νοέμβριο.
 - Προώθηση συνεδριακού τουρισμού.
9. **Μελέτες τουριστικής ανάπτυξης ανά περιφέρεια.**

2.2.1 Η ΖΗΤΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αφίξεις και διανυκτερεύσεις τουριστών

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

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

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

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

Οργάνωση της διεθνούς αγοράς

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

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

Συμβολή του τουρισμού στην οικονομία

Διαπιστώνεται σημαντική σταδιακή βελτίωση της συμμετοχής του Τουρισμού στα βασικά μεγέθη της Οικονομίας. Το 2000, η Τράπεζα της Ελλάδος κατέγραψε είσπραξη 9.221 εκ. δολαρίων ΗΠΑ από τουριστικές

υπηρεσίες, με βάση τις οποίες η Ελλάδα καταλαμβάνει την 10η θέση στη σχετική κατάταξη του Π.Ο.Τ. Οι τουριστικές υπηρεσίες καλύπτουν το 2000 το 45,6% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, από 28% το 1981. Η άμεση συμμετοχή του Τουρισμού στο ΑΕΠ σήμερα είναι 8%, από 4% το 1981 .

Πρέπει να αναφερθεί επίσης η συμμετοχή του τουρισμού στα Δημόσια Έσοδα, η συμμετοχή του στα έσοδα των ΟΤΑ (αφού μόνον ο Τουρισμός μεταξύ των παραγωγικών κλάδων καταβάλλει ειδικά τέλη υπέρ ΟΤΑ, πλέον των συνήθων δημοτικών τελών των άλλων χρήσεων) και η καθοριστική συμβολή του στην Περιφερειακή Ανάπτυξη.

Στον τουριστικό τομέα απασχολείται περίπου το 10% του συνόλου των απασχολούμενων.

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

Εξερχόμενος Τουρισμός

Οι δαπάνες του εξερχόμενου τουρισμού καλύπτουν ήδη το 25% των επίσημων εισπράξεων από τον εισερχόμενο τουρισμό. Το 2000 οι εξερχόμενες δαπάνες ανήλθαν σε 4,5 δισ. δολλ. Η.Π.Α., έναντι 1,6 δισ. δολλ. που είχαν καταγραφεί το 1991.

Οι ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί αρχίζουν να δέχονται την πίεση από τον ανταγωνισμό προορισμών του εξωτερικού, με αξιοσημείωτο επακόλουθο και την αυξανόμενη διείσδυση στην εσωτερική αγορά τουριστικών επιχειρήσεων του εξωτερικού που απευθύνονται στον έλληνα καταναλωτή.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ελλήνων εξακολουθεί πάντως να προτιμά να κάνει διακοπές στην Ελλάδα, για περισσότερο από 5 ημέρες (62% των ταξιδιών διακοπών στο εσωτερικό).

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

2.2.2 Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Τουριστικά Καταλύματα

Το ενεργό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας είναι σήμερα 601.034 κλίνες σε 8.209 ξενοδοχειακές μονάδες. Η κατανομή των υφιστάμενων μονάδων σε τάξεις, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα, είναι «ανάποδη» από την κατανομή μίας ποιοτικής αγοράς. Έχει μόλις το 6% σε μονάδες πολυτελείας (ΑΑ) και το 44% στις χαμηλές κατηγορίες (Γ,Δ,Ε). Η αγορά χαρακτηρίζεται επίσης από το μικρό μέγεθος των μονάδων, αφού το ήμισυ σχεδόν των μονάδων έχει κάτω από 100 κλίνες. Η μέση μηνιαία πληρότητα των ξενοδοχείων είναι 65% (στοιχεία 2000).

Υπάρχουν επίσης άλλες 420.000 κλίνες σε 28.000 μονάδες ενοικιαζομένων δωματίων και διαμερισμάτων καθώς και 30.643 θέσεις κατασκήνωσης και 949 οικίσκοι σε 351 κάμπινγκ, που μπορούν να φιλοξενήσουν άλλα 94.776 άτομα.

Μαζί με τις ξενοδοχειακές κλίνες, το σύνολο των νομίμων τουριστικών καταλυμάτων κάθε κατηγορίας έχει δυναμικότητα φιλοξενίας 1.100.000 ατόμων.

2.2.3 Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Πελατοκεντρικός Τουρισμός: Από την μονοκαλλιέργεια στην πολυμορφία, την ποιότητα και την βιωσιμότητα.

Ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να εξελιχθεί σταδιακά και χωρίς κλυδωνισμούς από μαζικό σε επιλεκτικό και πολυμορφικό, προσανατολισμένο στις απαιτήσεις και τα ενδιαφέροντα του καταναλωτή, έτσι ώστε να περιοριστεί η δυνατότητα υποκατάστασης της Ελλάδας από άλλους μεσογειακούς προορισμούς, με την ανάδειξη της μοναδικότητας των πόρων της. Η εξέλιξη αυτή δεν συνεπάγεται καθόλου τον περιορισμό του οργανωμένου τουρισμού, αλλά την ποιοτική βελτίωση του. Πρόκειται για μια συντονισμένη προσπάθεια για την ποιοτική αναβάθμιση, βελτίωση της εισοδηματική διαστρωμάτωσης και χρονική επέκταση της τουριστικής ζήτησης προς την χώρα μας. Προς τον σκοπό αυτό χρειάζεται να επιδιώξουμε τα εξής:

α) αύξηση της ζήτησης ιδιαίτερα από τις υπερπόντιες αγορές και φυσικά από την Δυτική και Ανατολική Ευρώπη.

β) προσέλκυση ζήτησης ανώτερων εισοδηματικών στρωμάτων,

γ) προσέλκυση οργανωμένου τουρισμού από χώρες υψηλής οικονομικής ανάπτυξης (π.χ. χώρες ΝΑ Ασίας), για τις οποίες απαιτείται η διαμόρφωση πακέτου με «εθνικές προδιαγραφές» όπως ιδιαίτερες διατροφής, οργάνωσης, θρησκευτικών συνηθειών, κλπ.

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

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

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

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

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

Τουριστική ανάπτυξη και αναβίωση των εγκαταλελειμμένων χωριών και οικισμών: Εκατοντάδες χωριά και οικισμοί στην ύπαιθρο έχουν εγκαταλειφθεί από τους κατοίκους τους- ένα φαινόμενο που συνεχίζεται. Στα

πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης, είναι σκόπιμο να διευρυνθεί η δυνατότητα συνολικής αξιοποίησης των χωριών αυτών, μέσω επενδύσεων. Η επιτυχία ενός τέτοιου σχεδίου θα έδινε ζωή στις περιοχές αυτές αλλά κυρίως θα έθετε σε κίνηση την τοπική οικονομία, με τρόπο ώστε να υπάρξει ανάσχεση του ρεύματος εγκατάλειψης. Νέα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης, όπως αυτό του αγροτουρισμού και του οικοτουρισμού θα μπορούσαν να εφαρμοσθούν και να εξελιχθούν, μετατρέποντας το γεωκοινωνικό πρόβλημα σε αναπτυξιακό πρότέρημα. Στην κατεύθυνση αυτή, θα πρέπει να εξετασθεί και ένα καινούργιο θεσμικό πλαίσιο οικονομικής υποστήριξης των αντίστοιχων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

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

Άλλη δράση καλύπτει τουριστικά αγκυροβόλια σε μικρά νησιά. Στα ΠΕΠ εντάσσονται υποδομές ορεινού, οικολογικού και πολιτιστικού τουρισμού και τουριστικά αγκυροβόλια, στα πλαίσια των αξόνων για την ανάπτυξη των ορεινών όγκων και των νησιωτικών περιοχών της χώρας. Η πολιτική μπορεί επίσης να υποστηριχθεί από τις χρηματοδοτήσεις αγροτουρισμού (Κανονισμός ΕΕ 950/97) και κυρίως από την Πρωτοβουλία Leader Plus και την Πρωτοβουλία Interreg III.

Τουριστική ζήτηση υψηλότερου εισοδήματος

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

Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

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

Τουρισμός Σαββατοκύριακου - Αστικός τουρισμός

Διεθνώς παρατηρείται αυξητική τάση στον αστικό τουρισμό, λόγω της διάδοσης των επαγγελματικών ταξιδιών και συνεδρίων, αναζήτηση πολιτιστικών δραστηριοτήτων, μείωση των αεροπορικών ναύλων, κατάργηση συνόριακών ελέγχων, καθιέρωση του ενιαίου ευρωπαϊκού νομίσματος, τεχνολογικές εξελίξεις (τρένα υψηλών ταχυτήτων, διαδίκτυο, κλπ.).

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

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

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

Ολυμπιάδα 2004

- **Φιλοξενία 2004:** Το Μνημόνιο Συνεργασίας μεταξύ του Οργανισμού Αθήνα 2004 και της Ένωσης Ξενοδόχων Αθηνών έχει ήδη τεθεί σε εφαρμογή.
- **Τουριστικό Ολυμπιακό Πακέτο:** Η προοπτική των Ολυμπιακών Αγώνων και της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας προσφέρει μοναδική ευκαιρία για να σχεδιαστεί μια ολοκληρωμένη παρέμβαση για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

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

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

Η αξιοποίηση της Ολυμπιάδας προς όφελος του Τουρισμού θα επιτευχθεί μέσω ειδικά προσανατολισμένου προγράμματος διαφήμισης, που θα συντονίζεται με την γενική ετήσια καμπάνια του ΕΟΤ, τις πρωτοβουλίες του Οργανισμού «Αθήνα 2004» και του ΥΠΠΟ. Ήδη ο ΕΟΤ εκπονήθηκε ειδικό marketing plan 2001-2005 για την ευρύτερη περιοχή της Αττικής καθώς και το διαμορφώθηκε το αναγκαίο πακέτο δημιουργικού και η αγορά των μέσων για την περίοδο εφαρμογής του 2002-2003.

Προβολή - Διαφήμιση

α. Στρατηγική Διαφήμισης-Marketing Plan:

Οι κύριες κατευθύνσεις της επικοινωνιακής πολιτικής και διαφήμισης είναι η ανάδειξη της ιδιαιτερότητας και συνθετότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ώστε να αντιμετωπιστεί η δυνατότητα υποκατάστασης.

Σχεδιάσθηκε και υλοποιείται ήδη μία ενιαία διαφημιστική εκστρατεία για όλες τις διεθνείς αγορές (14 χώρες) με δυνατότητα προσαρμογής στις ανάγκες της κάθε επί μέρους αγοράς. Γενικός στόχος είναι η αύξηση της «ανταγωνιστικότητας» της Ελλάδας στις διεθνείς τουριστικές αγορές. Η προβολή περιλαμβάνει μία σειρά από ενημερωτικές αναφορές σε διάφορες παραμέτρους όπως:

- Στο πεδίο του προϊόντος :
 - Σημαντικές βελτιώσεις στις υποδομές και στην ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος
 - Προστασία φυσικών και πολιτιστικών πόρων.
- Στο πεδίο της πολιτικής marketing
 - Δημιουργία μίας σαφούς «τοποθέτησης» (positioning) της χώρας, διακριτής από αυτή των ανταγωνιστών της, σε συνδυασμό με ένα σαφές ελκυστικό προφίλ του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Επιλεκτική στρατηγικής για τις ομάδες - στόχους και τις αγορές -στόχους.

β. Διαφημιστική προβολή:

Η διαφημιστική προβολή κατά το 2002 θα απορροφήσει συνολικά περίπου 32 εκ. ευρώ και θα συνίσταται:

- Στη γενική διαφημιστική καμπάνια του ΕΟΤ, η οποία θα καλύψει τις 15 πιο σημαντικές αγορές του Ελληνικού Τουρισμού. Η καμπάνια αυτή υλοποιείται κανονικά επί τη βάση νέου δημιουργικού και σύμφωνα με τα πορίσματα ειδικού μεσοπρόθεσμου marketing plan, που εκπονήθηκε μετά από εκτεταμένη έρευνα αγοράς.
- Σε ενέργειες έμμεσης διαφήμισης σε συνεργασία με Tour Operators στην αγορά των Η ΠΑ και του Καναδά
- Σε ενίσχυση των διαφημιστικών προγραμμάτων των Νομαρχιακών Επιτροπών Τουριστικής Προβολής
- Σε συμμετοχή σε άνω των 75 τουριστικών εκθέσεων διεθνώς
- Σε πρόσθετες ενέργειες έμμεσης διαφήμισης, όπως ενίσχυση της πραγματοποίησης διεθνών συνεδρίων και άλλων εκδηλώσεων και λοιπές δράσεις δημοσίων σχέσεων.

2.2.4 Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

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

Βελτίωση και έλεγχος υπηρεσιών

Τα κυριότερα μέτρα εντάσσονται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες:

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

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

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

Κατά τη διάρκεια εφαρμογής του προγράμματος ΕΣΤΙΑ 2000 το κέντρο 171 δέχθηκε 56.400 κλήσεις για γενικές πληροφορίες και καταγγελίες-παράπονα. Από αυτά, τα 12.000 παράπονα αφορούσαν καταγγελίες ως προς την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών, την αισχροκέρδεια και την έλλειψη οργάνωσης και υποδομής των τουριστικών τόπων, και επιλύθηκαν άμεσα με την παρέμβαση των εποπτών του προγράμματος. Μεγάλος αριθμός καταγγελιών αντιμετωπίστηκε τηλεφωνικά μέσω του κέντρου 171 χωρίς να χρειασθεί η επέμβαση των επιθεωρητών.

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

- **Έλεγχοι ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών**

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

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

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

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

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

Ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται επίσης στην ομαλοποίηση των συνθηκών στη χορήγηση θεωρήσεων κατά Σένγκεν σε τουρίστες εκτός ΕΕ, προερχόμενους από νέες αγορές του Ελληνικού Τουρισμού (πρώην ΕΣΣΔ, γειτονικές χώρες κλπ).

Η σχετική συνεργασία σε επίπεδο Γενικών Γραμματέων και υπηρεσιακών παραγόντων κάλυψε θέματα, όπως οι βασικές υποδομές (αεροδρόμια, λιμάνια, οδικό δίκτυο) και τα τυχόν λειτουργικά τους προβλήματα, ο κυκλοφοριακός φόρτος και η ηχορύπανση στις ανεπτυγμένες περιοχές, η αστυνόμευση και η

ενίσχυση του ρόλου της Τουριστικής Αστυνομίας, τα προβλήματα της ακτοπλοΐας, τα προβλήματα στη χορήγηση θεώρησης κατά Σένγκεν, αναθεώρηση των τιμών των υπηρεσιών, που επηρεάζουν τις τιμές των τουριστικών πακέτων (τέλη αεροδρομίων, εισιτήρια μουσείων, εισιτήρια πλοίων κλπ), τα ωράρια των μουσείων, κ.α. Ανάλογα με τη φύση των θεμάτων, εντοπίστηκαν και προωθήθηκαν άμεσες ενέργειες ή διαμορφώθηκε συναίνεση για οριστική επίλυση.

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

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

Δημόσιες τουριστικές υποδομές

Με το Β' ΚΠΣ χρηματοδοτήθηκαν και ολοκληρώνονται μία σειρά από έργα τουριστικής υποδομής τα οποία αναβαθμίζουν και εμπλουτίζουν το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Στο Γ' ΚΠΣ (Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας του Υπουργείου Ανάπτυξης και στα ΠΕΠ) προβλέπεται η προώθηση εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (μαρίνων, χιονοδρομικών κέντρων, συνεδριακών κέντρων, υδροθεραπευτηρίων κλπ) ως ιδιωτικών επενδύσεων ενισχυόμενων μέσω του αναπτυξιακού νόμου. Προβλέπεται επίσης η προώθηση τουριστικών αγκυροβολίων και υποδομών και προγραμμάτων εναλλακτικού τουρισμού (πολιτιστικού, οικολογικού, ορεινού) ως δημόσιων επενδύσεων.

Ιδιωτικές επενδύσεις

Στο Β' ΚΠΣ και στο πακέτο κινήτρων του νέου αναπτυξιακού νόμου (Ν.2601/98) «Επιχορήγηση επένδυσης- επιδότηση επιτοκίου- δανείου- επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης» έχουν υπαχθεί πολλές ιδιωτικές επενδύσεις.

Στο Γ' ΚΠΣ εντάσσονται:

- ο επενδύσεις σε εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, (σε μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, κέντρα θαλασσοθεραπείας, γήπεδα γκολφ, υδροθεραπευτήρια, χιονοδρομικά κέντρα κλπ), μέσω του αναπτυξιακού νόμου
- ο επενδύσεις ποιοτικού εκσυγχρονισμού ξενοδοχειακών μονάδων και κάμπινγκ, μέσω του αναπτυξιακού νόμου
- ο επενδύσεις ποιοτικού εκσυγχρονισμού λοιπών μορφών καταλυμάτων που δεν υπάγονται στον αναπτυξιακό νόμο, με τη χρήση ενδιάμεσου φορέα διαχείρισης
- ο επενδύσεις οργανωτικού εκσυγχρονισμού (συμβουλευτικές υπηρεσίες, βελτίωση της θέσης στις αγορές, μάρκετινγκ, εσωτερική οργάνωση κλπ) για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ όλων των κλάδων του τουριστικού τομέα
- ο καινοτόμες επενδύσεις για την ένταξη της ελληνικής κουζίνας και στοιχείων του πολιτισμού, όπως η εικαστική και λογοτεχνική παραγωγή, στο τουριστικό προϊόν
- ο κοινή επένδυση του κράτους με τους συλλογικούς φορείς του τομέα για τη δημιουργία δικτύου στήριξης μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων.
- ο επενδύσεις εισόδου των επιχειρήσεων στην ψηφιακή οικονομία (Πρόγραμμα «Δικτυωθείτε»).

Π.Ο.Τ.Α

Στο χώρο των ιδιωτικών τουριστικών επενδύσεων, προωθείται η δημιουργία της Π.Ο.Τ.Α Μεσσηνίας, μιας αυτόνομης ολοκληρωμένης τοπικής αγοράς υψηλού επιπέδου, η λειτουργία της οποίας θα καθιερώσει ολόκληρη την περιοχή της Δυτικής Πελοποννήσου στις μεγάλες τουριστικές αγορές. Μετά από σημαντικές καθυστερήσεις, λόγω της ανάγκης συμπλήρωσης του θεσμικού πλαισίου και της εμπλοκής πληθώρας κεντρικών και αποκεντρωμένων φορέων στο στάδιο των αρχικών εγκρίσεων, η Π.Ο.Τ.Α αναμένεται σύντομα να λάβει την έγκριση οριοθέτησης και να προχωρήσει αμέσως προς υπαγωγή στον αναπτυξιακό νόμο, με δυνατότητα ταχείας υλοποίησης.

Συνεδριακό Κέντρο Αθήνα

Η δημιουργία του Συνεδριακού Κέντρου μεγάλης δυναμικότητας της Αθήνας, που αποτελεί πάγιο αίτημα των εκπροσώπων του Τουριστικού Τομέα από τη 10ετία του 80, δρομολογήθηκε ήδη από την ΕΤΑ ΑΕ και βρίσκεται σε εξέλιξη η ανακήρυξη αναδόχου.

Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.

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

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

Με την αξιοποίηση της δημόσιας τουριστικής περιουσίας θα ενισχυθούν σημαντικά οι στόχοι της πολιτικής για την αναβάθμιση της τουριστικής ζήτησης.

Το πρόγραμμα ανάπτυξης της εταιρείας περιλαμβάνει τα εξής:

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

Τα έργα περιγράφονται αναλυτικά στους Πίνακες στο τέλος του παρόντος.

Εναλλακτικός Τουρισμός

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

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

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

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

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

ε. Θρησκευτικός τουρισμός, προσκυνηματικός τουρισμός: εκκλησίες, μοναστήρια, πανηγύρεις.

στ. Συνδυασμοί όλων ή κάποιων από αυτά τα είδη σε πακέτα που περιέχουν και γαστρονομία, ψυχαγωγία και ενημέρωση για τον πολιτιστικό πλούτο μιας ολόκληρης περιοχής. Η ανάπτυξη διαφόρων μορφών εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί προτεραιότητα, λόγω του ρόλου της στην άμβλυνση της χωρικής

συγκέντρωσης τουριστικής δραστηριότητας, αλλά και για την αναβάθμιση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος.

Οι απαιτήσεις μιας επιθετικής πολιτικής για τον εναλλακτικό τουρισμό, που εξετάζονται ήδη από τις 12 περιφερειακές μελέτες, μεταξύ άλλων περιλαμβάνουν:

- Καταγραφή και αξιολόγηση δυνατοτήτων ανάπτυξης σε Δήμους, Νομούς, Περιφέρειες. Στόχος είναι να αξιοποιηθούν εκείνοι οι τουριστικοί πόροι, που αποτελούν συγκριτικό πλεονέκτημα των διαφόρων περιοχών ώστε να διαμορφωθούν εξειδικευμένα θεματικά προϊόντα, με βάση τα ενδιαφέροντα ειδικών ομάδων τουριστών (πολιτιστικά, οικολογικά, αθλητικά). Παράλληλα επιδιώκεται μεγαλύτερη ενσωμάτωση θεματικών υποδομών και προϊόντων στα τουριστικά πακέτα του οργανωμένου τουρισμού.
- Ευέλικτα τοπικά επιχειρηματικά σχήματα που ιδρύονται με απλές διαδικασίες και σύγχρονες προδιαγραφές.
- Νέου τύπου, συνήθως μικρές και πρωτότυπες υποδομές που δεν μπορούν να υλοποιηθούν χωρίς προδιαγραφές, μεταφορά τεχνογνωσίας και εκπαίδευσης (π.χ. χάραξη μονοπατιών και σήμανση τους). Ο ιδιωτικός τομέας δεν έχει την διάθεση ή και την εμπειρία να αναλάβει την κατασκευή τέτοιων πολλές μικρών και χωρίς σημαντικό οικονομικό ενδιαφέρον υποδομών.
- Δημιουργίας νέων επαγγελματιών οικοτουρισμού (π.χ. οδηγοί βουνού, εκτροφείς και φροντιστές αλόγων κλπ) και της εκπαίδευσης στελεχών. Στην Γαλλία πχ υπάρχουν σειρά ιδιωτικών σχολών που διδάσκουν τα νέα επαγγέλματα.
- Προσπάθεια μαζικής στροφής της νέας γενιάς αγροτών ή και των παλαιότερων προς δραστηριότητες και καλλιέργειες παραδοσιακών προϊόντων. Δημιουργία μικρών αγορών παραδοσιακών και οικολογικών προϊόντων, κουζίνας με αναβίωση τοπικών προτύπων διατροφής κλπ

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

Τα σχετικά προγράμματα και οι αντίστοιχες δημόσιες και ιδιωτικές επενδύσεις ενισχύονται από το Γ' ΚΠΣ (ΕΠΑΝ, ΠΕΠ, πρωτοβουλίες Interreg III και Leader Plus).

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

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

Με τον τρόπο αυτό προωθείται πιο αποτελεσματικά η αρχή της Βιωσιμότητας στην Τουριστική Ανάπτυξη.

Θαλάσσιος τουρισμός

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

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

- η χρηματοδότηση μαρίνων από τον αναπτυξιακό νόμο,

- η προώθηση τουριστικών αγκυροβολίων, που αρμόζουν περισσότερο στις ανάγκες του αλλοδαπού θαλάσσιου τουρισμού και έχουν μικρό ή και μηδενικό περιβαλλοντικό κόστος,
- εκσυγχρονισμός του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου, ώστε οι ιδιωτικές επενδύσεις σε τουριστικούς λιμένες να ενθαρρυνθούν περαιτέρω και να αρθούν τα κάθε μορφής αντικίνητρα.
- προβολή του Θαλασσιού Τουρισμού.

Αναδιάρθρωση της τουριστικής προσφοράς

Η ραγδαία συγκέντρωση της ζήτησης στην Ευρώπη συμπιέζει τις τιμές και την κερδοφορία της τουριστικής βιομηχανίας των ανταγωνιστικών προορισμών της Μεσογείου. Χρειάζεται η καλλιέργεια μίας νέας επιχειρηματικής αντίληψης με στόχο την υιοθέτηση ενός κοινά αποδεκτού Κώδικα Σχέσεων μεταξύ Tour Operators και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Η Ελλάδα έχει θέσει την ανάγκη αυτή προς τα όργανα της ΕΕ, προβάλλοντας όχι μόνο την ανάγκη προστασίας των ΜΜΕ του Τομέα, αλλά σε τελευταία ανάλυση και του καταναλωτή.

Η ελληνική τουριστική προσφορά σήμερα, υστερεί σε διαπραγματευτική ισχύ απέναντι στα ισχυρά ολιγοψώνια, που ελέγχουν την ευρωπαϊκή ζήτηση. Μέσω του προγράμματος ενίσχυσης των τουριστικών όλων των κλάδων, χρηματοδοτούνται δράσεις συνεργασίας, συγχωνεύσεων ή και απλών κοινοπραξιών επιχειρήσεων στο επίπεδο των κρατήσεων και του μάρκετινγκ, ή ακόμη και στο επίπεδο της πραγματοποίησης οικονομιών κλίμακας σε προμήθειες και εξοπλισμούς.

Από τα μέτρα του Ε.Π. Κοινωνία της Πληροφορίας ενισχύεται η είσοδος όλων των τουριστικών επιχειρήσεων στην ψηφιακή οικονομία, ώστε να υιοθετήσουν μορφές ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Σημαντικό εργαλείο στη βελτίωση της θέσης των ελληνικών επιχειρήσεων θα είναι η αναβάθμιση των υπηρεσιών τους (κτιριακά, εξοπλισμοί, οργάνωση, μάρκετινγκ), αλλά και η ποιοτική αναβάθμιση του συνόλου των υπηρεσιών της τουριστικής αλυσίδας και ιδιαίτερα των δημόσιων υποδομών (αεροδρόμια, οδικό δίκτυο, λιμάνια, δημόσιες παροχές).

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

Ασφάλιση τουριστικών επιχειρήσεων έναντι εξωγενών κινδύνων

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

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

- Στόχοι πωλήσεων
- Στόχοι κάλυψης αγοράς (ποσοστό αγοράς).
- Πρόγραμμα κερδών.
- Πρόγραμμα τιμολόγησης.
- Καταγραφή υφιστάμενων προϊόντων
- Προβλεπόμενα νέα προϊόντα
- Αναλυτικό πρόγραμμα ενεργειών.
- Ανάλυση ανταγωνισμού.
- Διανομή πληροφοριών.
- Οργάνωση της ομάδας μάρκετινγκ.
- Εκπαίδευση - ενημέρωση προσωπικού.
- Οικονομικός προγραμματισμός ενεργειών.
- Καθορισμός κριτηρίων αναθεώρησης του προγράμματος(χρονικά, ποσοτικά ,ποιοτικά).

ΜΕΡΟΣ Γ'

2.3 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (Ε.Ο.Τ.) ΓΙΑ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1990- 2000

Μέχρι και το 1990 η Διαφήμιση για την τουριστική προβολή της χώρας μας στο εξωτερικό γινόταν μέσω πολλών διαφορετικών διαφημιστικών προγραμμάτων, με διαφορετικά μηνύματα, slogan, καθώς και εικαστική προσέγγιση.

Από το 1991 Μέχρι και το 1993 εφαρμόστηκε ενιαίο διαφημιστικό πρόγραμμα για όλες τις χώρες του εξωτερικού, που λειτουργούν γραφεία του Ε.Ο.Τ. και καθιερώθηκε ενιαίο λογότυπο και slogan «Greece - Chosen by the Gods».

Για πρώτη φορά το 1991 αποφασίστηκε να δημιουργηθεί ένα διαφημιστικό πρόγραμμα βασικά ενιαίο για 18 χώρες με μικρές προσαρμογές ανά χώρα. Κρίθηκε ότι αντί της ποικιλίας των διαφημιστικών προγραμμάτων θα έπρεπε να υπάρχει ένα βασικό πρόγραμμα που θα εξασφάλιζε την ενότητα του διαφημιστικού μηνύματος και πολλαπλή οικονομία στα έξοδα παραγωγής των καταχωρήσεων. Η κατάρτιση του προγράμματος και η εκτέλεση του θα εξασφαλιζόταν από τη συνεργασία του Ε.Ο.Τ με διάφορες εταιρείες παγκοσμίου εμβέλειας που θα είχαν και δίκτυο στις χώρες που θα επιθυμούσαμε να προβληθούμε.

Μετά από κρίση 8μελούς επιτροπής αποφασίστηκε η ανάθεση του διαφημιστικού μας προγράμματος στις εξής 6 εταιρείες: MC CANN ERICKSON, ADEL SAATCHI & SAATCHI, B.B.D.O., OLYMPIC D.D.B., BOZELL GRANT, Γνώμη F.C.B.

Κάθε μία από τις παραπάνω ανέλαβε την ευθύνη για τη σωστή εκτέλεση του προγράμματος σε μία ή περισσότερες χώρες.

Κύριοι στόχοι της καμπάνιας ήταν:

- ✓ Αναβάθμιση της εικόνας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος
- ✓ Προσέλκυση τουριστών υψηλού επιπέδου.

Η βασική επικοινωνιακή στρατηγική στηρίχθηκε στη μοναδικότητα της Ελλάδας χρησιμοποιώντας σαν όχημα τους θεούς του Ολύμπου και μυθικά πρόσωπα. Τα θέματα που κάλυψε ήταν. καθαρές θάλασσες, ερημικές παραλίες, ενδοχώρα, μνημεία, πολιτισμός, διασκέδαση, φιλοξενία, ειδικές μορφές- θαλάσσιος τουρισμός.

Η ενιαία παρουσία της Ελλάδας στο εξωτερικό λειτούργησε ικανοποιητικά και αποτελεσματικά για την δημιουργία της επιθυμητής "εικόνας".

Το ποσό που διατέθηκε μέσω των διαφημιστικών εταιρειών για την προβολή της χώρας ανήλθε στο ποσό των 3,168 δις δραχμών.

Απόδειξη της επιτυχίας του διαφημιστικού προγράμματος ήταν η σωρεία βραβείων και διακρίσεων που έλαβε το ελληνικό διαφημιστικό γράμμα σε διάφορες χώρες και σε διεθνή μέσα ενημέρωσης (π.χ. διεθνές διαφήμισης φεστιβάλ Νέας Υόρκης, Όσκαρ καλύτερης διαφήμισης την ανταγωνίστρια της Ελλάδας, Ισπανία, χαρακτηρισμός του Τηλεοπτικού spot από το CNN ως την πρώτη από τις πιο δυναμικές στιγμές καναλιού.

Για το έτος 1992 αποφασίστηκε να συνεχιστεί η επιτυχημένη εργασία με τις ίδιες διαφημιστικές εταιρείες επεκτείνοντας και προσαρμόζοντας την μερικώς στο layout όπου αυτό κρίθηκε αναγκαίο και εμπλουτίζοντας την με κάποια νέα θέματα. Το ποσό που διατέθηκε για την προβολή της χώρας μας ανήλθε στο ποσό των 1,254 δις δραχμών.

Για τη διαφήμιση της χώρας το έτος 1993 η Υπηρεσία με πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος προς τις 15 μεγαλύτερες εταιρείες που εργάζονται στην Ελλάδα και διαθέτουν διεθνές δίκτυο, τους ζήτησε να συμμετάσχουν στο σχετικό διαγωνισμό. Η επιλογή των εταιρειών έγινε με βάση τα στοιχεία που περιέχονται στον οδηγό της ICAP. Μετά από κρίση 15μελούς επιτροπής ανατέθηκε το διαφημιστικό μας πρόγραμμα στην κοινοπραξία MC CANN-OLYMPIC- SAATCHI. Κατά το 1993 ο ΕΟΤ προχωράει πάνω στην ίδια ιδέα, αλλά ενώ το '91 και '92 είχε δοθεί έμφαση στον τόπο (χώρα των θεών) το '93 δίνεται έμφαση στον τρόπο διακοπών. Διατηρείται η ίδια στρατηγική αλλά η καμπάνια εξελίσσεται και προσαρμόζεται ώστε να προβάλλει πιο σύγχρονο και ανθρώπινο πρόσωπο. Το λογότυπο και το slogan εμφανίζονται για τελευταία χρονιά. Το ποσό που διατέθηκε ανήλθε στις 1,4 δις δραχμές.

Μέχρι σήμερα δύο τρόποι διαφήμισης έχουν εφαρμοστεί:

- ✓ Επιλογή τοπικών εταιρειών από τις ΔΙΤΕΞ ΕΟΤ
- ✓ Επιλογή από διαφημιστικές εταιρείες που λειτουργούν στην Ελλάδα, είτε με ενιαίο εικαστικό για όλες τις χώρες, είτε με διαφορετικό για κάθε χώρα.

Για το έτος 1994 διατέθηκε ποσό ύψους 1.547.381.571 δραχμών για διαφημιστικές ενέργειες. Το διαφημιστικό πρόγραμμα περιόδου Δεκεμβρίου '93-Φεβρουαρίου '94 πραγματοποιήθηκε από την Κεντρική Υπηρεσία του Οργανισμού κατόπιν προσκλήσεως ενδιαφέροντος προς όλες τις εταιρείες μέλη της ΕΔΕΕ (Ένωση Διαφημιστικών Εταιρειών Ελλάδας) αλλά με διαφορετικό εικαστικό και slogan για κάθε χώρα του εξωτερικού όπου υπάρχει ΔΙΤΕΞ (Διεύθυνση Τουρισμού Εξωτερικού) του ΕΟΤ.

Το εικαστικό και η εκτέλεση του προγράμματος στις χώρες Γερμανία Ελβετία Αυστρία, Βέλγιο- Λουξεμβούργο, Αυστραλία, Ισπανία, Ιταλία ανέλαβε η εταιρεία ADEL/ SAATCHI & SAATCHI ADVERTISING Ανώνυμη Διαφημιστική Εταιρεία Ελλάδας Α.Ε. Το εικαστικό και η εκτέλεση του προγράμματος στις χώρες Μ. Βρετανία, Γαλλία, Σκανδιναβία, Φιλανδία, Ολλανδία, Η.ΠΑ, Καναδά ανέλαβε η εταιρεία INTERSPOT/COMVORT αλλά υλοποιήθηκε από τον ΕΟΤ. Επισημαίνουμε ότι στην ΔΙΤΕΞ Ιαπωνίας η διαφήμιση έγινε κατ' εξαίρεση κατόπιν επιλογής από τοπικές εταιρείες μέσω ΔΙΤΕΞ. Σ' αυτό το διαφημιστικό πρόγραμμα, οι χώρες χωρίζονται σε ομάδες με βάση κριτηρίων γλώσσας, κουλτούρας, θρησκείας, γεωγραφικής θέσης και επιλογής τουριστικού προορισμού. Γίνεται ξεχωριστή προσέγγιση για κάθε ομάδα χωρών με διαφορετικό slogan. Τα slogan που χρησιμοποιήθηκαν είναι:

- ✓ Γερμανόφωνες: Έρχεσαι ξένος, φεύγεις φίλος.
- ✓ Μεσογειακές: Άκου την καρδιά σου.
- ✓ Αμερική: Η απόλαυση είναι δική σου.
- ✓ Αγγλία: Οι καλύτερες διακοπές που μπορείτε να αγοράσετε.
- ✓ Αυστραλία: Ο υπέροχος οικοδεσπότης.

Παρά τις διαφορετικές προσεγγίσεις, παραμένει η στρατηγική τοποθέτηση της μοναδικότητας. Προβάλλονται φυσικές ομορφιές, κουλτούρα, φιλοξενία, εικόνες από τη σύγχρονη Ελλάδα. Ως λογότυπο (logo)

χρησιμοποιείται το σήμα της ελληνικής προεδρίας στο Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Για το έτος 1995 η διαφημιστική καμπάνια της χώρας μας στο εξωτερικό είχε διάρκεια από 30 Ιανουαρίου έως και 30 Απριλίου και το ποσό που επένδυσε ο Ε.Ο.Τ. ήταν 1,4 δις δραχμές. Το διαφημιστικό πρόγραμμα περιελάμβανε 2 φάσεις:

Α ΦΑΣΗ: Ποιοτικός διαγωνισμός για την επιλογή στρατηγικής επικοινωνίας, εικαστικού και διαμόρφωση πλάνου επικοινωνίας (media plan). Σ' αυτή τη φάση επιλέχθηκε νέο σήμα (logo) του Ε.Ο.Τ. που με μοντέρνο και διαφορετικό τρόπο απεικονίζει την ελληνική σημαία, το γαλάζιο της θάλασσας και δίνει την αίσθηση των νησιακών συμπλεγμάτων που αποτελούν μοναδικό χαρακτηριστικό της χώρας μας σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες. Επίσης επιλέχθηκε σήμα της καμπάνιας "Greece makes your heart beat" σε αντικατάσταση του παλιού "Chosen by the Gods".

Β ΦΑΣΗ: Μειοδοτικός διαγωνισμός για την ανάθεση του media plan. Τα αποτελέσματα του διαγωνισμού επικυρώθηκε και ανατέθηκε στις παρακάτω εταιρείες:

(α) Publicitas Hellas A.E. που ανέλαβε την διαφημιστική προβολή σε μέσα της Ολλανδίας, Ιταλίας, και Γερμανίας.

(β) Initiative Media A.E. σε μέσα της Γαλλίας και της Ελβετίας.

(γ) Ηχώ διαφημιστική Ε.Π.Ε. σε μέσα της Αγγλίας, Αυστραλίας, Ν. Ζηλανδίας, Αυστρίας, Βελγίου - Λουξεμβούργου, Η.Π.Α., Ισπανίας, Καναδά, Δανίας, Νορβηγίας, Σουηδίας και Φιλανδίας.

Οι χώρες είναι χωρισμένες σε 5 διαφορετικές ομάδες με βάση κριτήρια γλώσσας, κουλτούρας, θρησκείας, γεωγραφικής θέσης και επιλογή τουριστικού προορισμού και γίνεται ξεχωριστή προσέγγιση για κάθε ομάδα χωρών με διαφορετικό slogan. Η ομαδοποίηση των χωρών είναι η εξής:

- ο Μ. Βρετανία
- ο Ολλανδία, Βέλγιο, Λουξεμβούργο
- ο Σουηδία, Νορβηγία, Φιλανδία, Δανία
- ο Γερμανία, Ελβετία, Αυστρία
- ο Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία

ο Η.ΠΑ, Καναδά, Αυστραλία

Ωστόσο ο Ε.Ο.Τ. ζήτησε το 1995 να δημιουργηθεί μία εβδομη επικοινωνιακή προσέγγιση για τα διεθνή μέσα, η οποία θα βασίζεται στην ιστάμενη των έξι επιμέρους επικοινωνιακών προσεγγίσεων. Επιπλέον, έγινε διαφημιστικό έργο στη Ρωσία, Τσεχία και Ισραήλ που αποτέλεσαν καινούριες αγορές. Όλο αυτό το διάστημα εκτός του τακτικού διαφημιστικού προγράμματος έγιναν έκτακτες διαφημιστικές ενέργειες που αφορούν κυρίως καταχωρήσεις σε περιοδικά και εφημερίδες διεθνούς κύρους, ειδικά αφιερώματα για την Ελλάδα, εξειδικευμένες εκδόσεις (yachting- εκθεσιακός-συνεδριακός τουρισμός, οδηγό κλπ.) και καταχωρήσεις σε εφημερίδες και περιοδικά στο εξωτερικό.

Για τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, θεωρείται ότι είναι απαραίτητες κάποιες αρχικές εμφανίσεις την περίοδο των πρώτων κρατήσεων, ενώ προς το τέλος της διαφημιστικής περιόδου πρέπει να γίνονται κάποιες υπενθυμιστικές εμφανίσεις. Εξαίρεση αποτελούν οι μεσογειακές χώρες, όπου οι αποφάσεις για τις διακοπές παίρνονται αργά και πρέπει να δίνεται έμφαση στους τελευταίους μήνες της διαφημιστικής περιόδου.

Το 1996 η ανάθεση του τακτικού διαφημιστικού προγράμματος του Ε.Ο.Τ. στο εξωτερικό έγινε με Διεθνή διαγωνισμό με αντικείμενο την επιλογή εικαστικού, στρατηγικής, πλάνου επικοινωνίας και υλοποίησή του. Από τον διαγωνισμό αναδείχθηκαν τρεις κοινοπραξίες:

1. Κοινοπραξία ΠΑΤΡΙΣ, η οποία ανέλαβε τη δημιουργία του εικαστικού, τον σχεδιασμό του προγράμματος μέσω και την εκπόνηση μέρους αυτού.
2. Κοινοπραξία Olympic, BBDO Athens, η οποία ανέλαβε την εκπόνηση μέρους του προγράμματος μέσω.
3. Κοινοπραξία Geo/Young Rubicam & Project, η οποία ανέλαβε την εκπόνηση μέρους του προγράμματος μέσω.

Το τακτικό διαφημιστικό πρόγραμμα κάλυψε την χρονική περίοδο Μαρτίου- Ιουνίου 1996. Για την κατανομή των εμφανίσεων στα διαφημιστικά μέσα ελήφθησαν υπ' όψιν οι ιδιαιτερότητες της αγοράς κάθε χώρας.

Στόχοι Επικοινωνίας της Καμπάνιας

- Προβολή της πολιτιστικής ταυτότητας της Ελλάδας σε συνδυασμό με τις φυσικές της καλλονές.
- Διατήρηση και αύξηση της δεδομένης αγοράς και συνεχή προσέλκυση μέσης και ανώτερης οικονομικής στάθμης τουριστών.
- Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου (Μάρτιος- Νοέμβριος).
- Περαιτέρω ανάπτυξη μορφών τουρισμού που ενδιαφέρουν τους καταναλωτές (θαλάσσιος, συνεδριακός, θεραπευτικός κλπ.)

Η στρατηγική θέση της Ελλάδας

- Η στρατηγική θέση της Ελλάδας σήμερα πρέπει να ικανοποιεί κάποιες συγκεκριμένες παραμέτρους. Κυρίως:
- Να προβάλλει τα πλεονεκτήματα της Ελλάδας, σε συνάρτηση με ότι επιζητά ο τουρίστας στις διακοπές του.
- Να καλύπτει τα μειονεκτήματα χωρίς να είναι παραπλανητική ή υπερβολικά υποσχόμενη.
- Να παρουσιάζει μία ξεχωριστή ταυτότητα που να είναι διαφοροποιημένη από τις ανταγωνίστριες χώρες.
- Να υποδηλώνει μοναδικότητα, σε συνέπεια με κάθε προηγούμενη οργανωμένη προσπάθεια.
- Να ενσωματώνει την πολιτιστική της κληρονομιά σε κάθε πιθανή μορφή.
- Να εκφράζεται μέσα από διαφορετικά θέματα χωρίς να πέφτει σε αντιφάσεις.
- Να υποστηρίζεται από την πλατφόρμα επικοινωνίας που χάραξε ο Ε.Ο.Τ. και που αγγίζει θέματα πολιτιστικής κληρονομιάς, φυσικής ομορφιάς.

Χαρακτηριστικά της διαφημιστικής καμπάνιας του 1996 είναι:

- Δημιουργική ιδέα: Ελλάδα σημαίνει ένας μοναδικός συνδυασμός φυσικής ομορφιάς και πολιτισμού. Η πολυμορφία της Ελλάδας μπορεί να προσφέρει στον επισκέπτη μοναδικές και αξέχαστες εμπειρίες.
- Ενιαία εικαστική προσέγγιση.
- Slogan: Greece- a never ending story.
- Φράση κλειδί της καμπάνιας "Meanwhile, here's another story".

- Σήμα ίδιο με εκείνο του 1995.

Κατά το 1996 ιδιαίτερη βαρύτητα δόθηκε στο πρόγραμμα συνεργασίας με Tour Operators και Travel Agents του εξωτερικού, με σκοπό την αύξηση της προβολής της χώρας μέσω των δραστηριοτήτων τους. Συγκεκριμένα ο Ε.Ο.Τ. συμμετείχε οικονομικά (μέχρι ποσοστού 50% στο συνολικό κόστος) στην έκδοση καταλόγων, καταχωρήσεων σε έντυπα, αφισοκόλληση, παραγωγή και προβολή τηλεοπτικών spots καθώς και άλλες διαφημιστικές ενέργειες. Εντός του 1996 ο Ε.Ο.Τ. συμπληρωματικά προέβη σε έκτακτες διαφημιστικές ενέργειες, όπως καταχωρίσεις σε περιοδικά και εφημερίδες διεθνούς κύρους και σε έντυπα της Ε.Ε. συνολικού ύψους 16.575.469 δραχμών, ομογενειακά έντυπα, σε ειδικά αφιερώματα για την Ελλάδα, καθώς επίσης και καταχωρήσεις σε εφημερίδες και περιοδικά του εσωτερικού.

Η εκστρατεία ολοκληρωμένης επικοινωνίας του Ε.Ο.Τ. για το έτος 1997 έχει σαν στόχο την αντιστροφή της αρνητικής τουριστικής τάσης και σαν αποστολή την ανάδειξη της φυσικής, πολιτιστικής και ανθρώπινης φυσιογνωμίας της Ελλάδας. Επίσης, στοχεύει στην προβολή της χώρας μας ως τουριστικό πόλο ικανό να προβάλλει και να διατηρήσει την αίγλη του, βιώνοντας παράλληλα την εικόνα του στην εσωτερική και διεθνή αγορά. Η επικοινωνία για τον τουρισμό αξιοποιεί πέντε παραμέτρους:

- Την παράδοση της φιλοξενίας σε μία ανοικτή κοινωνία.
- Τις ανθρώπινες σχέσεις (lifestyle).
- Τον φυσικό πλούτο της χώρας.
- Την ιστορική και πολιτιστική της ιδιαιτερότητα.
- Τη δυναμική μιας χώρας μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ασφαλούς και ομοιογενούς.
- Τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (θαλάσσιος, συνεδριακός, ορεινός, οικοτουρισμός, οικολογικός, κλπ.).

Το κοινό - στόχος στο οποίο απευθύνεται η επικοινωνία του Ε.Ο.Τ. για το 1997 προσδιορίζεται ως εξής:

- Άνδρες και γυναίκες.
- Ηλικίες (άνω των 25 ετών) με έμφαση στα 25-54 χωρίς να αγνοείται η τρίτη ηλικία.

- Από απόψεως εισοδήματος- μόρφωσης- επαγγελματικής θέσης ανήκουν στη μεσαία, ανώτερη και ανώτατη κοινωνικο-οικονομική στάθμη.

Ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες της κάθε χώρας δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην προσέλευση ατόμων που προτίθενται να ταξιδέψουν στο εξωτερικό στο άμεσο μέλλον. Επίσης γίνεται προσπάθεια να διατηρηθεί και να αυξηθεί το μερίδιο καταναλωτών που θα επιλέξουν την Ελλάδα για διακοπές.

Στις μικρότερες αγορές, όπως της Β. Ευρώπης καθώς και σ' αυτές της Κεντρικής Ευρώπης, στρέφεται η προσοχή στις ανώτερες κοινωνικοοικονομικές στάθμες με στόχο τη σταδιακή αναβάθμιση του επιπέδου των τουριστών (βάση για προσέλκυση τουριστών επιπέδου).

Η επικοινωνία απευθύνεται στις βασικές αγορές που συνεισφέρουν στον κύριο όγκο προσέλευσης τουριστών, συντηρεί τις μικρότερες αγορές και επενδύει στις ανερχόμενες αγορές.

Οι χώρες στις οποίες στόχευσε ο Ε.Ο.Τ. το 1997 είναι:

ΑΓΓΛΙΑ – ΓΕΡΜΑΝΙΑ – ΙΤΑΛΙΑ – ΓΑΛΛΙΑ – ΟΛΛΑΝΔΙΑ – ΣΟΥΗΔΙΑ – ΗΠΑ – ΚΑΝΑΔΑΣ – ΡΩΣΙΑ – ΑΥΣΤΡΙΑ – ΒΕΛΓΙΟ – ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ – ΔΑΝΙΑ – ΝΟΡΒΗΓΙΑ – ΦΙΛΑΝΔΙΑ – ΙΣΠΑΝΙΑ – ΤΣΕΧΙΑ – ΕΛΒΕΤΙΑ - ΙΣΡΑΗΛ.

Ως προς τη χρήση των μέσων δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στις ιδιαιτερότητες κάθε χώρας, δίνοντας ανάλογα ιδιαίτερη βαρύτητα στα έντυπα ή τηλεοπτικά μέσα.

Σε συνάρτηση με τον διατιθέμενο προϋπολογισμό, η διαφημιστική πίεση εστιάζεται πριν και κατά τη διάρκεια της εποχής της κύριας απόφασης για το 1997 και επεκτάθηκε στις εποχές απόφασης για διακοπές εκτός σαιζόν.

Η παραπάνω εκστρατεία επικοινωνίας του Ε.Ο.Τ. ανατέθηκε στην κοινοπραξία ΖΕΥΣ, κατόπιν διεθνούς διαγωνισμού. Στη συγκεκριμένη κοινοπραξία συμμετέχουν οι εταιρείες :B.B.D.O.- ADEL SAATCHI & SAATCHI και η OLYMPIC D.D.B. NEEDHAM.

Βασικό σύνθημα (slogan): GREECE - THE AUTHENTIC CHOICE/
ΕΛΛΑΔΑ Η ΑΥΘΕΝΤΙΚΗ ΕΠΙΛΟΓΗ.

Το σήμα του Ε.Ο.Τ. (logo) παραμένει το ίδιο από 1995 και είναι αυτό που απεικονίζει με πρωτότυπο τρόπο την ελληνική σημαία, το γαλάζιο της

θάλασσας και δίνει την αίσθηση των νησιωτικών συμπλεγμάτων της χώρας μας σε συνδυασμό με την ονομασία HELLAS.

Για τα έτη 1998 και 1999 ο Ε.Ο.Τ. εφαρμόζει ενιαία διαφημιστική εκστρατεία. Όσον αφορά στη διαφημιστική προβολή της χώρας μας στο εξωτερικό το Διοικητικό Συμβούλιο του Ε.Ο.Τ. με σχετική απόφαση του ενέκρινε την προκήρυξη διεθνούς διαγωνισμού για την υποβολή προτάσεων διαφημιστικής προβολής και συνολική δαπάνη τεσσάρων δισεκατομμυρίων δραχμών για την υλοποίηση του.

Το μήνυμα (slogan), το λογότυπο και γενικά το βασικό concept της διαφημιστικής εκστρατείας ήταν δεδομένο (αυτό του 1997) και ζητήθηκε η εξειδίκευση μηνυμάτων μέσω των κειμένων ανά χώρα με βάση τα marketing objectives και τα target groups που καθορίζονταν για κάθε χώρα ξεχωριστά στην αναλυτική προκήρυξη του διαγωνισμού προβολής της χώρας.

Με απόφαση Γ.Γ./Ε.Ο.Τ. και αφού είχε ληφθεί υπόψη το πρακτικό αξιολόγησης προσφορών της συσταθείσας προς τούτο επιτροπής, ανατέθηκε στη συνέχεια η υλοποίηση του διαφημιστικού προγράμματος στις παρακάτω επιλεγείσες ανά χώρα εταιρείες και με την κατανομή του ποσού των 2.960.000.000 δραχμών.

ΧΩΡΑ	ΕΤΑΙΡΕΙΑ/ ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ
ΙΣΠΑΝΙΑ	FORNIELES S.A.
ΙΤΑΛΙΑ	APR. PUBBLICITA & MARKETING
ΓΑΛΛΙΑ	HEMISPHERE DROIT
ΒΕΛΓΙΟ	GREEN AD
ΑΥΣΤΡΙΑ	SAATCHI & SAATCHI
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	WIRZ & HAFNER
Η.ΠΑ	Κοιν/ξια ΕΛΛΗΝΟΚΕΝΤΡΙΚΗ (BOLD SENSE)
ΚΑΝΑΔΑΣ	Κοιν/ξια ΕΛΛΗΝΟΚΕΝΤΡΙΚΗ (BOLD SENSE)
ΑΓΓΛΙΑ	Κοιν/ξια ΕΛΛΗΝΟΚΕΝΤΡΙΚΗ (BOLD SENSE)
Σκανδιναβία	SAATCHI & SAATCHI
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	APROPOS Com.

Το Μάιο του 1999 από τη συνολική ενημέρωση που είχε ο Οργανισμός από τις Διευθύνσεις του στο εξωτερικό και από τις διαφημιστικές εταιρείες με τις οποίες ήδη υλοποιούσε το διαφημιστικό μας πρόγραμμα, οδηγηθήκαμε στη διαπίστωση ότι οι πολεμικές δραστηριότητες που είχαν αναπτυχθεί την περίοδο εκείνη στη γειτονική Γιουγκοσλαβία είχαν σαν συνέπεια ορισμένες αγορές να έχουν επηρεασθεί αισθητά, άλλες ελάχιστα, ενώ υπήρχαν και αρκετές τουριστικές αγορές όπου δεν υφίστανται το παραμικρό πρόβλημα. Για το λόγο αυτό το Δ.Σ. ενέκρινε τη διάθεση του συνολικού ποσού 1.431.050.000 δρχ. για έκτακτες έως και πρόσθετες ενέργειες προβολής της χώρας στις Η.ΠΑ, Γερμανία, Βρετανία, Ισπανία, Γαλλία, Βέλγιο, Ολλανδία και Ιταλία. Το παραπάνω ποσό επιμερίσθηκε στις Διευθύνσεις Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων και περιελάμβανε προγράμματα CO. OP, Δημοσίων Σχέσεων, ενίσχυσης κοινωνικού και εσωτερικού τουρισμού.

2.3.1 Η διαφημιστική καμπάνια το α' εξάμηνο του 2003

Σχετικά με τα κατά καιρούς δημοσιεύματα για την χρονική στιγμή που ξεκίνησε η καμπάνια του Ε.Ο.Τ. για το έτος 2003 και την κριτική που ασκήθηκε για την χρονική στιγμή έναρξης της, ο Ε.Ο.Τ. συγκέντρωσε στοιχεία από έγκυρα ξένα Ινστιτούτα για τις διαφημιστικές καμπάνιες σε Γερμανία, Μεγάλη Βρετανία, Ολλανδία, Γαλλία και Βέλγιο από Ελλάδα, Ισπανία, Τουρκία και Ιταλία.

Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία, η συνολική διαφημιστική επένδυση της Ελλάδας, της Ισπανίας, της Τουρκίας και της Ιταλίας επιμερίζεται κατά 14,8% στο α' τρίμηνο και 85,2% στο β' τρίμηνο, ήτοι κατά το α' τρίμηνο σχεδόν καμία χώρα δε διαφημίστηκε.

Ειδικότερα:

I. Στη Γερμανία:

Η Ελλάδα, η Τουρκία, η Ισπανία και η Ιταλία διέθεσαν το 15% το πρώτο τρίμηνο ενώ το 85% το β' τρίμηνο.

Πηγή: Der Spiegel / Marketing

II. Στη Μεγάλη Βρετανία:

Η Τουρκία και η Ιταλία απείχαν Ιανουάριο, Φεβρουάριο και Μάρτιο και μόνο η Ισπανία διαφημίστηκε.

Πηγή: MMS (Media Monitoring System)

III. Στην Ολλανδία:

Η Τουρκία και η Ιταλία απείχαν το α' τρίμηνο και μόνο η Ισπανία διέθεσε το 9% της διαφημιστικής της καμπάνιας, ενώ το υπόλοιπο 91% διατέθηκε από Ελλάδα, Τουρκία, Ιταλία και Ισπανία το β' τρίμηνο. Πηγή: BBC National Verkeersbureau

IV. Στη Γαλλία:

Το τρίμηνο Ιανουαρίου - Φεβρουαρίου - Μαρτίου διατέθηκε το 8%, ενώ το υπόλοιπο 92% διατέθηκε το β' τρίμηνο από Ελλάδα, Τουρκία, Ισπανία, Ιταλία. Το πρώτο δίμηνο απείχαν η Τουρκία και η Ισπανία. Πηγή: Juin 2003 - vi PLURIMEDIA

V. Στο Βέλγιο

Η Ισπανία, η Τουρκία και η Ιταλία δεν έκαναν καθόλου διαφήμιση τον Ιανουάριο, Φεβρουάριο και Μάρτιο. Πηγή: RMG Ιούνιος 2003

Τα στοιχεία αυτά μιλούν από μόνα τους για το αυτονόητο, κατά τη διάρκεια του πολέμου του Ιράκ κανείς δεν έκανε διαφήμιση. Διαφήμιση έκανε μόνο όποιος δε μπορούσε να ακυρώσει ήδη υπάρχοντα συμβόλαια.

Προβολή και διαφήμιση για το 2003

Κατά τη συνεδρίαση του ΕΣΥΤ παρουσιάστηκε ο προγραμματισμός του ΕΟΤ για την προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουρισμού για το 2003, προϋπολογισμού 22.757.374 ευρώ για διαφήμιση και 1.200.000 ευρώ για δημόσιες σχέσεις, ενώ έγινε ένας σύντομος απολογισμός για τις μέχρι σήμερα δράσεις.

2.3.2 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ - ΑΠΟΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ ΣΤΑ «ΠΑΚΕΤΑ». ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΒΑΛΛΟΥΝ ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ

Κάθε μεγάλη κρίση που κλυδωνίζει τις σύγχρονες κοινωνίες και οικονομίες, έχει και μία αθέατη πλευρά, καθώς απελευθερώνει νέες δυνάμεις και τάσεις, δυσδιάκριτες αρχικά, στις οποίες, στηρίζεται η διαμόρφωση της «επόμενης μέρας». Κάποια «προμηνύματα», όμως, αυτών των τάσεων και των συνθηκών που δημιουργούν, υπάρχουν από νωρίς και αν επισημανθούν και

αναλυθούν έγκαιρα, δίνουν το στίγμα της επερχόμενης τάξης πραγμάτων. Ο τομέας τουρισμού και ταξιδιών, όχι απλώς δεν είναι εξαίρεση αυτού του κανόνα, αλλά αντιθέτως, λόγω της βαθιάς διασύνδεσης του με το ανθρώπινο στοιχείο, τις επιθυμίες, τις ανάγκες και τις δυνατότητες του πολίτη-καταναλωτή, αποτελεί έναν από τους πλέον αξιόπιστους και αποκαλυπτικούς δείκτες αυτής της περιόδου.

Στο πλαίσιο αυτής της προσπάθειας, εντοπίσαμε τις πρώτες εκφάνσεις μιας τάσης που εκτιμάται ότι θα κυριαρχήσει στις ευρωπαϊκές αγορές τους επόμενους μήνες και θα αποτελέσει την απαρχή της νέας γενιάς τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Κύριο χαρακτηριστικό αυτής της τάσης είναι η διαπίστωση ότι το «πακέτο διακοπών», έτσι όπως το ξέρουμε και το γνωρίσαμε και έτσι όπως προσφέρθηκε σε εκατομμύρια καταναλωτές, ο «θεμέλιος λίθος», το βασικό συστατικό του ευρωπαϊκού μαζικού τουρισμού διακοπών των τελευταίων δεκαετιών, βρίσκεται πολύ κοντά στο τέλος του.

Ένα τέλος που, προς το παρόν, αρχίζει με αλλαγή όρων και ονομάτων και θα συνεχιστεί, κατά τα φαινόμενα, με μια «μετάλλαξη» της σύνθεσης υπηρεσιών και προϊόντων. Στην ουσία, η ευρύτερη έννοια του «πακέτου» στις διακοπές, θα υπάρχει και είναι μάλλον βέβαιο ότι θα εξακολουθούμε στις συζητήσεις μας να το χρησιμοποιούμε, αλλά οι διαφορές θα είναι σημαντικές τόσο ως προς τη «φιλοσοφία» του, όσο και ως προς τη σύνθεση και την προβολή του.

2.3.3 Η ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ. Ο ΕΘΝΙΚΟΣ ΚΟΜΒΟΣ CHOOSEGREECE.COM

Το CHOOSEGREECE.COM αποτελεί τον δικτυακό κόμβο της Ελλάδας στο internet που θα προβάλλει τις επιχειρήσεις, τον ελληνικό τουρισμό και πολιτισμό στα μεγαλύτερα μέσα ενημέρωσης του εξωτερικού για δύο συνεχή έτη 2003 - 2004.

Η επίσημη περίοδος έναρξης του κόμβου ορίστηκε για τον Απρίλιο του 2003 και με περιεχόμενο που αφορά όλους τους κάθετους κλάδους επιχειρήσεων, υπηρεσίες καθώς και έρευνες - μελέτες και γεωγραφικές

περιηγήσεις σε κάθε νομό της χώρας. Στόχος του Choosegreece.com είναι η συγκέντρωση και η παρουσίαση των ελληνικών επιχειρήσεων από το χώρο του τουρισμού και των εξαγωγών, σε έναν κόμβο ο οποίος προβάλλεται για τις επιχειρήσεις αυτές στα μεγαλύτερα μέσα ενημέρωσης του εξωτερικού, όπως: ABC NEWS.COM, CNN International TV Network, CNN.COM, CNN Traveller Magazine, Business Week (περιοδικό), Γερμανικοί Σιδηρόδρομοι.

Οι υπηρεσίες

Οι υπηρεσίες προβολής αναφέρονται σε ειδικά σχεδιασμένα διαφημιστικά πακέτα για κάθε κλάδο επιχειρήσεων και με δυνατότητα προβολής και ανά γεωγραφική περιοχή. Οι υπηρεσίες διαχωρίζονται σε :

- ✓ Απλές εγγραφές :επωνυμία, διεύθυνση, τηλέφωνο, fax, email, link ιστοσελίδας.
- ✓ Προτεινόμενες εταιρείες :παρουσία στην κεντρική σελίδα κατηγορίας δραστηριότητας της εταιρείας με επωνυμία, διεύθυνση, τηλέφωνο, fax, email, link ιστοσελίδας.
- ✓ Χορηγοί κατηγορίας :παρουσία στην κεντρική σελίδα του κόμβου και στην κατηγορία δραστηριότητας με λογότυπο, Banner 120 X 60, διεύθυνση, τηλέφωνο, fax, email, link ιστοσελίδας.
- ✓ Παρέχεται επιπλέον, η δυνατότητα σχεδιασμού κάθε επικοινωνιακού προγράμματος με βάσει τις ιδιαίτερες διαφημιστικές ανάγκες της επιχείρησης.

2.3.4 ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ (TIME SHARING)

Με βάση τις ισχύουσες ρυθμίσεις το time sharing αποτελεί τρόπο εκμετάλλευσης τουριστικών καταλυμάτων, που διαφοροποιείται από την κλασσική ξενοδοχειακή μίσθωση. Οι σχετικές διατάξεις περιλαμβάνονται στο Ν. 1652/86 και το Π.Δ. 182/99, που εκδόθηκε σε εφαρμογή της Οδηγίας 94/47 της Ε.Ε. "περί της Προστασίας των αγοραστών, ως ορισμένες πλευρές των συμβάσεων που αφορούν την απόκτηση δικαιώματος χρήσης ακινήτων υπό καθεστώς χρονομεριστικής μίσθωσης".

Χρονομεριστική Μίσθωση (Time sharing) είναι η σύμβαση που αφορά στην απόκτηση δικαιώματος χρήσης ενός ακινήτου για συγκεκριμένη περίοδο εντός του έτους, η οποία δεν μπορεί να είναι μικρότερη της μιας εβδομάδας και συνάπτεται για διάστημα 3 έως 60 ετών, έναντι συνολικού τιμήματος. Ακίνητο θεωρείται τουριστικό κατάλυμα (κατά το Ν. 1652/86 και το εκτελεστικό του πλαίσιο μόνο ξενοδοχεία τάξης ΑΑ έως και Β και αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα) και λειτουργεί με το ειδικό σήμα λειτουργίας του ΕΟΤ.

Ο μισθωτής time-sharing τουριστικού καταλύματος προστατεύεται με πολλούς τρόπους:

- ✓ Συναλλάσσεται με επιχείρηση ελεγχόμενη και μισθώνει κατάλυμα αδειοδοτούμενο από το Κράτος
- ✓ Τα δικαιώματα του μεταβιβάζονται (υπεκμίσθωση) ή παραχωρούνται ή ανταλλάσσονται στα πλαίσια των συστημάτων ανταλλαγής των γνωστών εταιρειών ανταλλαγής (RCI, I.I κλπ)
- ✓ Τα δικαιώματα του κληρονομούνται στους διαδόχους του.
- ✓ Τα δικαιώματα του παραμένουν εν ισχύ ακόμη και αν η επιχείρηση πωληθεί σε άλλο επιχειρηματία
- ✓ Το καθεστώς λειτουργίας των επιχειρήσεων ρυθμίζεται με Γενικές Συνελεύσεις των μισθωτών T.S
- ✓ Τέλος, ο μισθωτής T.S έχει όλη την προστασία της Οδηγίας 94/47 όπως πχ η πλήρης ενημέρωση του για τα αποκτώμενα δικαιώματα, το ακίνητο και κυρίως το δικαίωμα αζήμιας υπαναχώρησης από τη σύμβαση T.S εντός 10 ημερών από την υπογραφή της σχετικής σύμβασης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

3.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ» (ΕΠΑΝ) ΜΕΤΡΟ 2.2., ΠΡΑΞΗ 2: «ΠΟΙΟΤΙΚΟΣ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΝΤΑΣΣΟΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΝΟΜΟ»

Το συγκεκριμένο πρόγραμμα αφορά στην υλοποίηση επενδύσεων στο πλαίσιο του προγράμματος «Ποιοτικός εκσυγχρονισμός μικρών καταλυμάτων», που εντάσσεται στην πράξη 2 του μέτρου 2.2 του ΕΠΑΝ. Το πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται κατά 28% από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) αποστολή του οποίου είναι η συμβολή στην άμβλυση των ανισοτήτων όσον αφορά την ανάπτυξη και το βιοτικό επίπεδο μεταξύ των διαφόρων περιφερειών, καθώς και τη μείωση της καθυστέρησης των λιγότερο ευνοημένων περιφερειών και η συμβολή στη διόρθωση των κυριοτέρων περιφερειακών ανισοτήτων στην Κοινότητα, χάρη στην συμμετοχή, στην ανάπτυξη και στην διαρθρωτική προσαρμογή των αναπτυξιακά καθυστερημένων περιφερειών, καθώς και στην κοινωνικοοικονομική ανασυγκρότηση των περιφερειών, κατά 12% από το Ελληνικό Δημόσιο και κατά 60% από ιδιωτικούς πόρους.

Ο συνολικός προϋπολογισμός του προγράμματος ανέρχεται σε 110,34 εκατ. EURO. Για το συγκεκριμένο πρόγραμμα ισχύει ο κανόνας de minimis. Ο επιχειρηματίας που διαθέτει περισσότερα από ένα ειδικά σήματα και θα υποβάλλει χωριστές αιτήσεις συμμετοχής για κάθε σήμα, δεν επιτρέπεται να εισπράξει αθροιστικά σε περίοδο 3 ετών ενισχύσεις που θα υπερβαίνουν τα 100.000 EURO.

1. ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ – ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Στόχος του προγράμματος είναι ο ποιοτικός εκσυγχρονισμός και η αναβάθμιση των εγκαταστάσεων και τελικά και των υπηρεσιών, των μικρών καταλυμάτων, που δεν εντάσσονται στον αναπτυξιακό νόμο 2601/98. Η διάρκεια εφαρμογής της Δράσης ορίζεται μέχρι την 30/06/2006.

2. ΠΟΙΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΝΤΑΙ

Οι προτάσεις που θα υποβληθούν από τους υποψήφιους επενδυτές θα πρέπει να οδηγούν σε ολοκληρωμένο εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων και της λειτουργίας των επιχειρήσεων τους. Οι επιλέξιμες ενέργειες ταξινομούνται στις ακόλουθες κατηγορίες:

Κατηγορία 1: βελτίωση / αναβάθμιση κτιριακών εγκαταστάσεων (π.χ. κοινόχρηστα κτίρια, βαφές, επιχρίσματα)

Κατηγορία 2: εκσυγχρονισμός κινητού εξοπλισμού εσωτερικών χώρων (κλιματιστικά, έπιπλα).

Κατηγορία 3: έργα διαμόρφωσης περιβάλλοντος χώρου (κήποι, πέργκολες, πισίνες).

Κατηγορία 4: επενδύσεις σε ηλεκτρονικό εξοπλισμό (ηλεκτρονικοί υπολογιστές, τηλεφωνικά κέντρα).

Κατηγορία 5: έργα εξοικονόμησης και υποκατάστασης της συμβατικής ενέργειας (ηλιακοί θερμοσίφωνες).

Κατηγορία 6: έργα προστασίας περιβάλλοντος, ασφάλειας και υγιεινής (πυρασφάλεια, εγκαταστάσεις διάθεσης αποβλήτων).

Απαραίτητος όρος προκειμένου οι προτάσεις που θα υποβληθούν να είναι επιλέξιμες, είναι να περιλαμβάνουν ενέργειες τριών τουλάχιστον από τις παραπάνω κατηγορίες.

3. ΠΟΙΟΙ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ

Μπορούν να συμμετέχουν μεμονωμένες επιχειρήσεις ή ομάδες συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, οι οποίες είναι εγκατεστημένες στην Ελληνική Επικράτεια και ανήκουν στις εξής κατηγορίες:

- ✓ Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια, ανεξαρτήτως κατηγορίας.
- ✓ Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα, ανεξαρτήτως κατηγορίας.
- ✓ Camping Δ' κατηγορίας.
- ✓ Ξενοδοχεία Δ' και Ε' κατηγορίας.
- ✓ Τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες.
- ✓ Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις.

- ✓ Ξενοδοχεία και camping Γ'κατηγορίας και άνω, αλλά με τον περιορισμό να μην έχουν επιχορηγηθεί κατά τη διάρκεια της τελευταίας επταετίας (1994-2001) από τον Αναπτυξιακό νόμο και να μην υπερβαίνουν σε δυναμικότητα τα μεν ξενοδοχεία τις 30 κλίνες, τα δε camping τις 100 θέσεις και ο προϋπολογισμός της πρότασης να μην υπερβαίνει τα 24 εκατομμύρια δραχμές.

4. ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

A. Προκειμένου για μεμονωμένες επιχειρήσεις

- ✓ Μέγεθος επιχειρήσεων: να απασχολεί με σχέση εξαρτημένης εργασίας έως 50 άτομα και έχει ετήσιο κύκλο εργασιών έως 880.411 ευρώ. Η προϋπόθεση αυτή δεν αποκλείει την ένταξη επιχειρήσεων στις οποίες ο επιχειρηματίας είναι αυτοαπασχολούμενος ή απασχολεί συγγενείς του α' ή β' βαθμού (γονείς, παιδιά, αδέρφια) ή τον/ την σύζυγο του.
- ✓ Σύνθεση μετοχικού κεφαλαίου: δεν πρέπει να συμμετέχουν με ποσοστό μεγαλύτερο του 25%, επιχειρήσεις που δεν πληρούν την παραπάνω προϋπόθεση.
- ✓ Χρόνος λειτουργίας επιχειρήσεων: τουλάχιστον 3 έτη, έστω και εποχικά, ανεξαρτήτως τυχόν αλλαγής ιδιοκτήτη ή μισθωτή.
- ✓ Άδεια λειτουργίας: ειδικό σήμα του Ε.Ο.Τ. σε ισχύ (ή βεβαίωση του Ε.Ο.Τ. ότι εκκρεμεί η έκδοση ή ανανέωση του σήματος, μόνο για ξενοδοχεία, camping και ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια και διαμερίσματα, που υπόκεινται στις ρυθμίσεις του νόμου 2919/2001).

B. Προκειμένου για συνεργαζόμενες επιχειρήσεις

Η κάθε μία από αυτές πρέπει να εκπληρώνει τις παραπάνω προϋποθέσεις των μεμονωμένων επιχειρήσεων. Το μέγιστο ποσοστό συμμετοχής κάθε επιχείρησης στην κοινή πρόταση ορίζεται ως εξής:

- ✓ Για επένδυση που θα προταθεί από 2 συνεργαζόμενες επιχειρήσεις: 60%.
- ✓ Για επένδυση που θα προταθεί από 3 και πλέον συνεργαζόμενες επιχειρήσεις: 40%.

Δεν επιτρέπεται η συμμετοχή περισσότερων των 2 επιχειρήσεων οι οποίες:

- ✓ Ανήκουν στο ίδιο φυσικό πρόσωπο, ή
- ✓ Ανήκουν πλειοψηφικά σε άτομα α' βαθμού συγγένειας με το φυσικό πρόσωπο, ή
- ✓ Είναι θυγατρικές εταιρείες μιας συμμετέχουσας εταιρείας, ή
- ✓ Ανήκουν στον ίδιο όμιλο εταιρειών μιας συμμετέχουσας εταιρείας.

Επιχειρήσεις με τα παραπάνω χαρακτηριστικά μπορούν να συμμετέχουν με ποσοστό έως το πολύ 40% η καθεμιά, στον προϋπολογισμό της κοινής πρότασης.

5. Μέγιστος προϋπολογισμός των προτεινόμενων επενδύσεων

(α) Μεμονωμένες επιχειρήσεις: μέγιστος προϋπολογισμός επένδυσης προς ενίσχυση: 73.367,57 ευρώ.

(β) Συνεργαζόμενες επιχειρήσεις: μέγιστος προϋπολογισμός επένδυσης προς ενίσχυση :117.388,11 ευρώ.

Οι επιχειρήσεις, με εξαίρεση τα ξενοδοχεία και Camping Γ' κατηγορίας και άνω, μπορούν να σχεδιάσουν, να προτείνουν και να υλοποιήσουν επενδύσεις με μεγαλύτερους προϋπολογισμούς, αλλά στην περίπτωση αυτή η χρηματοδοτική ενίσχυση θα υπολογιστεί επί των παραπάνω ανώτατων ορίων. Όσον αφορά τις τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες, εφόσον ο προϋπολογισμός των προτάσεων τους είναι μεγαλύτερος από 70.433 ευρώ υποβάλλουν αίτηση για ένταξη στον Αναπτυξιακό Νόμο.

6. Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης

Οι προτάσεις που θα εγκριθούν θα πρέπει να υλοποιηθούν μέσα σε 12 μήνες από την υπογραφή της σύμβασης μεταξύ της επιχείρησης και του Ενδιάμεσου Φορέα Διαχείρισης.

7. Χρηματοδοτική ενίσχυση

Η χρηματοδοτική ενίσχυση (δημόσια επιχορήγηση) μιας συγκεκριμένης Επένδυσης, ανέρχεται σε ποσοστό 40% επί του συγκεκριμένου

προϋπολογισμού αυτής. Το υπόλοιπο 60% καλύπτεται με ιδιωτική συμμετοχή των επενδυτών.

Η καταβολή της δημόσιας επιχορήγησης, που έχει εγκριθεί, θα πραγματοποιηθεί από τον Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης.

Ο επενδυτής, με την υπογραφή της σύμβασης, έχει το δικαίωμα να ζητήσει προκαταβολή έως 40% της εγκεκριμένης χρηματοδοτικής ενίσχυσης, καταθέτοντας ισόποση εγγυητική επιστολή. Η προκαταβολή της επιχορήγησης στο δικαιούχο επενδυτή θα καταβάλλεται μόνον εφόσον αυτό προβλέπεται από την Υπουργική απόφαση ένταξης του έργου. Η αποπληρωμή της ενίσχυσης πραγματοποιείται όταν πιστοποιηθεί η ολοκλήρωση της επένδυσης. Η εγγυητική επιστολή επιστρέφεται μετά την πιστοποίηση της ολοκλήρωσης. Ο επενδυτής έχει επίσης τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την πρότασή του με δικά του κεφάλαια ή/ και με τραπεζικό δάνειο και να ζητήσει την καταβολή της χρηματοδοτικής ενίσχυσης, που του έχει εγκριθεί, μετά την υλοποίηση της πρότασης.

Το πρόγραμμα θα υλοποιηθεί από τον Ε.Ο.Τ. σε συνεργασία με Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης. Οι προτάσεις που θα υποβληθούν, με βάση την παρούσα πρόσκληση, θα αξιολογηθούν από επιτροπή αξιολόγησης και οι ενδιαφερόμενοι των οποίων οι προτάσεις θα εγκριθούν, θα κληθούν να υπογράψουν σχετική σύμβαση με τον Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης. Δεδομένου ότι το πρόγραμμα θα πραγματοποιείται με "ανοιχτή πρόσκληση" των ενδιαφερομένων και η εφαρμογή του λήγει 30.06.2006, έχει προβλεφθεί αξιολόγηση των υποβαλλομένων προτάσεων τουλάχιστον 2 φορές το χρόνο, με πρώτη αξιολόγηση προτάσεων τον Ιανουάριο του 2002.

3.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ "ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ" (ΕΠΑΝ) ΜΕΤΡΟ 2.2 ΠΡΑΞΗ 3: "ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ Μ.Μ.Ε"

Το πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται κατά 28% από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) αποστολή του οποίου είναι η συμβολή στην άμβλυνση των ανισοτήτων όσον αφορά την ανάπτυξη και το βιοτικό επίπεδο μεταξύ των διαφόρων περιφερειών, καθώς και τη μείωση της καθυστέρησης των λιγότερο ευνοημένων περιφερειών και η συμβολή στη διόρθωση των

κυριοτέρων περιφερειακών ανισοτήτων στην Κοινότητα, χάρη στην συμμετοχή, στην ανάπτυξη και στην διαρθρωτική προσαρμογή των αναπτυξιακά καθυστερημένων περιφερειών, καθώς και στην κοινωνικοοικονομική ανασυγκρότηση των περιφερειών, κατά 12% από το Ελληνικό Δημόσιο και κατά 60% από ιδιωτικούς πόρους.

3.3 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Υπουργεία και Οργανισμοί του Δημόσιου Τομέα (και ιδιαίτερα το Υπουργείο Ανάπτυξης και ο ΕΟΤ) βρίσκονται σε διαρκή συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα για την κατάρτιση και υλοποίηση προγραμμάτων και μέτρων, που ενισχύουν την Ποιότητα. Τέτοια προγράμματα ή μέτρα είναι μεταξύ άλλων:

- ✓ Η εισαγωγή ενός νέου συστήματος κατάταξης των ξενοδοχειακών καταλυμάτων (σύστημα κατάταξης σε κατηγορίες αστεριών), που, εκτός από τις ήδη ισχύουσες και ιδιαίτερα απαιτητικές Τεχνικές Προδιαγραφές, θα βασίζεται επίσης σε λειτουργικά ποιοτικά κριτήρια. Το σύστημα αυτό θεσμοθετήθηκε με το ΠΔ 43/2002 (ΦΕΚ 43/Α/7.3.2002). Ήδη, έχει ανατεθεί στον ΕΟΤ η ανακατάταξη των 8.000 και πλέον ξενοδοχειακών μονάδων της Χώρας, η οποία θα πραγματοποιηθεί από εταιρεία ή κοινοπραξία συμβούλων με διεθνή φήμη και εμπειρία σε θέματα κατάταξης και πιστοποίησης τουριστικών επιχειρήσεων, που θα επιλεγεί μετά από διεθνή διαγωνισμό σε δύο φάσεις (με διαπραγμάτευση). Ο διαγωνισμός βρίσκεται ήδη στη δεύτερη φάση του. Η ανακατάταξη προβλέπεται να ολοκληρωθεί μέχρι το Σεπτέμβριο του 2003.
- ✓ Η εισαγωγή και εφαρμογή ενός νέου συστήματος κατάταξης (σύστημα κατάταξης σε κατηγορίες κλειδιών) για τα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα και συγκεκριμένα τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια και τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα. Το σύστημα έχει τη συναίνεση του αρμόδιου αντιπροσωπευτικού φορέα και του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού και θεσμοθετήθηκε με το ΠΔ 337/2000 (ΦΕΚ 281/Α/2000). Την εφαρμογή του στα υφιστάμενα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια και διαμερίσματα θα εξασφαλίσει η Γενική Γραμματεία Τουρισμού μέσω της Δ/σης Περιφερειακής Πολιτικής.

- ✓ Η αναθεώρηση και κωδικοποίηση της τουριστικής νομοθεσίας. Με απόφαση του Υφυπουργού Τουρισμού έχει συσταθεί Επιτροπή από νομικούς (νομικό σύμβουλο του ΥΠΑΝ και του ΕΟΤ, διακεκριμένους επιστήμονες και υπηρεσιακούς παράγοντες του ΕΟΤ και της Γενικής Γραμματείας Τουρισμού του ΥΠΑΝ) προκειμένου να εισηγηθεί την κωδικοποίηση με ταυτόχρονη αναθεώρηση και εκσυγχρονισμό της τουριστικής νομοθεσίας.
- ✓ Προγράμματα ενίσχυσης ιδιωτικών επιχειρήσεων με στόχο την ποιοτική αναβάθμιση εγκαταστάσεων και υπηρεσιών και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, όπως :
 - Ενίσχυση ΜΜΕ όλων των κλάδων για οργανωτικές δράσεις (ΕΠΑΝ Μέτρο 2.2., δράση 2.2.3)
 - Ενίσχυση του ποιοτικού εκσυγχρονισμού ξενοδοχείων και κάμπινγκ άνω της Γ τάξης σύμφωνα με τον Αναπτυξιακό Νόμο (Ν.2601/98)
 - Ενίσχυση του ποιοτικού εκσυγχρονισμού μικρών καταλυμάτων (ΕΠΑΝ, Μέτρο 2.2, δράση 2.2.2)
 - Ενίσχυση της δημιουργίας και του εκσυγχρονισμού εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής δηλ. συνεδριακών κέντρων, μαρίνων, γηπέδων γκολφ, χιονοδρομικών κέντρων, υδροθεραπευτηρίων, κέντρων θαλασσοθεραπείας, κέντρων τουρισμού υγείας, αθλητικών-προπονητικών κέντρων σύμφωνα με τον Αναπτυξιακό Νόμο.
 - Ενίσχυση της συντήρησης και μετατροπής διατηρητέων ή παραδοσιακών κτιρίων σε τουριστικά καταλύματα σύμφωνα με τον Αναπτυξιακό Νόμο.
- ✓ Εντατικοποίηση των ελέγχων σε όλες τις τουριστικές εγκαταστάσεις και επιχειρήσεις.
- ✓ Πρόγραμμα ανάδειξης της Ελληνικής Κουζίνας ως τουριστικού πόρου

Αναβάθμιση της παρεχόμενης τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης για εργαζόμενους ή μικρομεσαίους επιχειρηματίες σε όλη τη Χώρα για τη διάδοση της σύγχρονης τεχνογνωσίας και της εξειδικευμένης γνώσης και τη βελτίωση της ποιότητας, μέσω των ανθρώπινων πόρων

3.4 ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΣΧΕΣΕΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ-ΠΕΛΑΤΩΝ

Ο Κανονισμός αυτός αποτελεί το νομοθετικό κείμενο, που περιλαμβάνει τη ρύθμιση των βασικότερων όρων της ξενοδοχειακής μίσθωσης, και κατ' αναλογία της μίσθωσης τουριστικού καταλύματος γενικά, καθώς και την καταγραφή των υποχρεώσεων και δικαιωμάτων και του ξενοδόχου αλλά και – κυρίως - του πελάτη. Ο Κανονισμός θεσπίστηκε με απόφαση του Γ.Γ ΕΟΤ του 1976 (με ορισμένες τροποποιήσεις, που πραγματοποιήθηκαν το 1979) και κυρώθηκε με το άρθρο 8 του Ν. 1652/1986 (ΦΕΚ 167 Α¹)

Πλήρες κείμενο του Κανονισμού (άρθρ.8 Ν. 1652/86)

Κυρώνεται και έχει ισχύ νόμου από τότε που δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως η απόφαση 503007/1976 (ΦΕΚ 166) του Γενικού Γραμματέα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού "Περί κανονισμού σχέσεων ξενοδόχων και πελατών αυτών", που έχει ως εξής: 1) Αριθ. 503007 Περί κανονισμού σχέσεων ξενοδόχων και πελατών αυτών.

3.5 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

✓ ΕΝΤΟΝΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΑΝΑΒΥΣΣΟ ΚΑΙ ΡΟΔΟ

Έντονο επενδυτικό ενδιαφέρον από ισχυρά επιχειρηματικά σχήματα, κυρίως ελληνικών, αμερικανικών και κυπριακών συμφερόντων, προσέλκυσε η πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος και τεχνικής προσφοράς της εταιρίας «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα» για τους διαγωνισμούς αξιοποίησης των εκτάσεων Αλυκών Αναβύσσου και Γκολφ Αφαντου Ρόδου. Σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση της εταιρίας, με τη λήξη της σχετικής προθεσμίας, δεσμευτικό ενδιαφέρον εκδήλωσαν τα εξής σχήματα:

Διαγωνισμός για τις Αλυκές Αναβύσσου:

- ✓ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΕΧΝΟΔΟΜΙΚΗ- ΤΕΒ Α.Ε.
- ✓ ΡDΙ- HOSPITALITY (αμερικανικών συμφερόντων)
- ✓ ΕΜΠΕΔΟΣ Α.Ε. CONSOLIDATED DEVELOPMENT CORPORATION με συμμετοχή των: Κυριακούλης Μεσογειακές Κρουαζιέρες, LEDO international, ST. REGIS Hotels and Resorts (είναι κορυφαία αλυσίδα ξενοδοχείων και

θέρετρων του ομίλου Starwood) και OMNI Hotels (μεγάλη ξενοδοχειακή αλυσίδα μέσω κατηγοριών, αμερικανικών πρωτίστως συμφερόντων, με έδρα το Τέξας).

- ✓ Τεχνική Ολυμπιακή Α.Ε.
- ✓ Lamda Development- Odyssey Fun World LTD Partnership (η τελευταία είναι μία από τις μεγάλες εταιρίες διαχείρισης θεματικών πάρκων και χώρων αναψυχής, αμερικανικών συμφερόντων).

Διαγωνισμός για το Γκολφ Αφάντου Ρόδου:

- ✓ Hellenic Development (Ελληνική τεχνοδομική -Lanitis Development LTD)
- ✓ Rhodes Riviera Hotel Estate and Golf Development (ΦΑΙΑΞ ΑΕΤΑ-ΑΕΓΕΚ- η πρώτη είναι συμφερόντων οικογένειας Δασκαλαντωνάκη και γερμανικού ομίλου TUI).

Για την αξιοποίηση της έκτασης «Αλυκών Αναβύσσου», συνολικής επιφάνειας 1.400 στρεμμάτων, μπορούν να αναπτυχθούν ξενοδοχεία, συνεδριακά κέντρα, εγκαταστάσεις γκολφ, αθλητικές εγκαταστάσεις, τουριστικά πάρκα και λοιπές τουριστικές υποδομές, καθώς επίσης και εγκαταστάσεις χερσαίες και θαλάσσιες για την εξυπηρέτηση ναυταθλητισμού και λουόμενων.

Πρωταρχικώς στόχος της ΕΤΑ, ωστόσο είναι η δημιουργία Τουριστικού Θεματικού Πάρκου- με θέμα την ελληνική μυθολογία- καθώς και λοιπών εγκαταστάσεων, έτσι ώστε αφενός να αναπτυχθεί ένα σύνθετο, πλήρες και βιώσιμο τουριστικό προϊόν, αφετέρου να ενισχυθεί ο τουριστικός προορισμός «Αττική».

Στο πλαίσιο αυτό ο ανάδοχος θα αποκτήσει πλειοψηφικό πακέτο μετοχών ανώνυμης εταιρείας Ειδικού Σκοπού και θα αναλάβει την υλοποίηση του αναπτυξιακού προγράμματος και τη διαχείριση της επιχείρησης.

Στην έκταση «Γκολφ Αφάντου Ρόδου», συνολικής επιφάνειας 1.830 στρεμμάτων, ήδη υπάρχουν ημιτελείς κτιριακές εγκαταστάσεις ξενοδοχειακής μονάδας καθώς και ένα γήπεδο Γκολφ 18 οπών, σχεδιασμένο από τον αρχιτέκτονα Donald Harradine, το οποίο και λειτουργεί σε ετήσια βάση.

Η ΕΤΑ προβλέπει στην ανάπτυξη του Γκολφ, το οποίο, σε συνδυασμό με συναφή ανάπτυξη σε δύο άλλες τοποθεσίες της Ρόδου και ανάλογες

υποστηρικτικές υποδομές, μπορεί να μετατρέψει το νησί σε «προορισμό Γκολφ» (Golf – destination).

Στο πλαίσιο αυτό, όπως και στην περίπτωση της Αναβύσσου, ο ανάδοχος θα αποκτήσει πλειοψηφικό πακέτο μετοχών Ανώνυμης Εταιρίας Ειδικού Σκοπού και θα αναλάβει την υλοποίηση του αναπτυξιακού προγράμματος και τη διαχείριση της επιχείρησης.

✓ ΤΡΙΑ ΜΕΓΑΛΑ ΑΘΗΝΑΪΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΠΡΟΣΩΠΟ

Με μεγάλες επενδύσεις αλλάζουν τελείως πρόσωπο τα μεγάλα αθηναϊκά ξενοδοχεία «Χίλτον», «Μεγάλη Βρετανία», κα. «Κινγκ Τζωρτζ» το οποίο ανοίγει και πάλι μετά από παροπλισμό άνω των 10 ετών. Το ξενοδοχείο Χίλτον, που ανήκει στον όμιλο της Alpha Bank, παρέμεινε κλειστό, μέχρι τον Δεκέμβριο του 2002, το Μεγάλη Βρετανία μέχρι τις αρχές της άνοιξης του 2003 ενώ με γοργούς ρυθμούς προχωρεί η ανακαίνιση του ξενοδοχείου Κινγκ Τζωρτζ, την εκμετάλλευση του οποίου έχει αναλάβει ο όμιλος Δασκαλαντωνάκη από την ιδιοκτήτρια τράπεζα Eurobank Ergasias. Στόχος των ξενοδοχείων αυτών είναι να ανταποκριθούν όσο το δυνατόν καλύτερα στη φιλοξενία των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 προσφέροντας επίπεδο υπηρεσιών εφάμιλλο των καλύτερων ξενοδοχειακών μονάδων της Ευρώπης. Χρηματιστηριακά οι μετοχές των δύο εταιριών συνεχίζουν να διαπραγματεύονται κατά τη διάρκεια υλοποίησης των δύο σημαντικών επενδυτικών τους προγραμμάτων, ενώ μετά την ολοκλήρωση των εργασιών το μεν Χίλτον παραμένει υπό το μάντζμεντ της ομώνυμης διεθνούς εταιρίας, το δε Μεγάλη Βρετανία θα μπει κάτω από την ομπρέλα της διεθνούς ξενοδοχειακής αλυσίδας Starwood, με το ισχυρό σήμα των Luxury Collection τουλάχιστον για μία 15ετία. Σημειώνεται ότι η συνεργασία των δυο μεγάλων ονομάτων Hyatt και Starwood στην Ελλάδα αποτελεί μια παγκόσμια αποκλειστικότητα.

«Μεγάλη Βρετανία»

Ένα φιλόδοξο επενδυτικό σχέδιο βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη στο ιστορικό ξενοδοχείο «Μεγάλη Βρετανία», ύψους πλέον των 65 εκατ. ευρώ το

οποίο μετατρέπει το ξενοδοχείο σε μία πολυτελή μονάδα πέντε αστέρων. Το βασικό τμήμα των επενδύσεων έχει ολοκληρωθεί, ενώ λειτουργεί το κεντρικό κτίριο.

Οι παρεμβάσεις που γίνονται στο ιστορικό κτίριο είναι μεγάλης έκτασης και συμπεριλαμβάνουν και την πλήρη κατεδάφιση του κτιρίου που βρίσκεται επί της οδού Βουκουρεστίου και στο οποίο βρίσκονται 120 δωμάτια. Κατά τη διάρκεια των εργασιών ριζικής ανακαίνισης της μονάδας, τα 340 δωμάτια θα γίνουν 320, αφού ορισμένα θα ενωθούν, με στόχο να δημιουργηθούν μεγάλες σουίτες. Θα κατασκευαστούν επίσης, δύο τεράστιες προεδρικές σουίτες, περίπου 400 τετραγωνικών μέτρων, η κάθε μία με στόχο να φιλοξενεί αρχηγούς κρατών. Στο ισόγειο θα δημιουργηθούν τρεις μεγάλες συνεδριακές αίθουσες-αίθουσες δεξιώσεων, οι οποίες θα έχουν τη δυνατότητα μετατροπής για να φιλοξενήσουν διαφορετικών απαιτήσεων εκδηλώσεις όσον αφορά τα εστιατόρια του ξενοδοχείου, γνωστά για την καλή τους κουζίνα, σα δημιουργηθεί μία νέα brasserie, στο χώρο του παλιού GB Corner, ενώ στην οροφή του ξενοδοχείου θα γίνει ένα Roof Garden με θέα την Ακρόπολη. Στο τμήμα της οδού Βουκουρεστίου θα δημιουργηθεί μία πισίνα, ενώ μία ακόμη πισίνα θα δημιουργηθεί στα υπόγεια του, σε συνεργασία με πολυτελή οίκο spa και γυμναστήριο.

Όπως έχει καθοριστεί από τη διοίκηση της «Λάμπα ΑΕ», η επένδυση για το ξενοδοχείο «Μεγάλη Βρετανία» χρηματοδοτείται κατά 80% - 85% από δανεισμό και κατά 15% - 20% από ίδια κεφάλαια. Αντίθετα με τη μονάδα της Ιονικής Ξενοδοχειακής, όπου δεν αναμένονται αλλαγές στο θέμα του Management (συνεχίζεται η σύμβαση με το Hilton), στο ξενοδοχείο «Μεγάλη Βρετανία» τα πράγματα αλλάζουν, καθώς μετά τον εκσυγχρονισμό του και με τροποποίηση της σύμβασης, διαχείρισης μεταξύ Λάμπα - Starwood (Sheraton) το ξενοδοχείο θα ενταθεί στην αλυσίδα Luxury Collection του Ομίλου της Starwood.

«Χίλτον»

Μεγάλης έκτασης είναι και οι αλλαγές που πραγματοποιούνται στο ξενοδοχείο «Χίλτον», όπου εκτός από τη διατήρηση της εξωτερικής αρχιτεκτονικής του κτιρίου, στο εσωτερικό αλλάζουν τα πάντα.

Η επένδυση η οποία υπολογίζεται στα 60 εκατ. ευρώ χρηματοδοτείται από την Alpha Bank, ιδιοκτήτρια του ξενοδοχείου μέσω της θυγατρικής της «Ιονικής Ξενοδοχειακής».

«King George»

Ύστερα από 14 χρόνια παύσης, το «King George II», που μετράει 150 χρόνια ύπαρξης, αρχικά ως παλάτι και αργότερα ως σημείο συνάντησης της αυλής του Γεωργίου Β', ανοίγει ξανά τις πύλες του. Η Grecotel, η κορυφαία αλυσίδα πολυτελών ξενοδοχείων στην Ελλάδα, θα έχει τη διαχείριση του ξενοδοχείου, που διαθέτει τον τίτλο Leading Hotels Of The World. Στην τελική του μορφή το ξενοδοχείο θα είναι πέντε αστέρων και θα διαθέτει 91 δωμάτια, 20 μικρές σουίτες, 6 ειδικές σουίτες, μία προεδρική και μία βασιλική σουίτα. Αλλά και το γνωστό εστιατόριο «Tudor Hall» θα υποδεχθεί νέους θαμώνες με θέα αυτή τη φορά την Ακρόπολη.

Στη βεντάλια των υπηρεσιών θα είναι ακόμη το «King George Club Lounge», με ζωντανή ορχήστρα, ποτά και γλυκούς πειρασμούς, το «Tudor Bar», το «Fitness Club» και το συνεδριακό κέντρο «King George Ballroom». Η συνολική επένδυση για την ανακαίνιση του παλατιού θα αγγίξει τα 20 εκατ. ευρώ.

✓ ΟΙ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΑΡΙΝΕΣ

Οι διαγωνισμοί για τις τρεις σημαντικότερες μαρίνες, βρίσκονται στο στάδιο της κατάθεσης των οικονομικών προσφορών από τα ενδιαφερόμενα επιχειρηματικά σχήματα. Ήδη, όλες οι χρήσεις και οι όροι δόμησης για την ανάπτυξη των μαρίνων και των χερσαίων τμημάτων τους έχουν εγκριθεί από τον ΟΡΣΑ.

Ειδικά όσον αφορά τους χερσαίους χώρους των μαρίνων, αυτοί επιδιώκεται να μετατραπούν σε πόλους ανάπτυξης ενός ευρύτατου φάσματος δραστηριοτήτων αναψυχής.

ΣΤΟ ΠΛΑΪΣΙΟ ΑΥΤΟ:

- ✓ Η μαρίνα της Ζέας εκτιμάται ότι μπορεί να αναδείξει τη μοναδική φυσιογνωμία της, μέσα από την ολοκληρωμένη ένταξη της στον ιστό της πόλης του Πειραιά. Προβλέπονται επενδύσεις μέχρι 17 δισεκατομμύρια δραχμές. Η μαρίνα μπορεί επί του παρόντος να εξυπηρετήσει 570 σκάφη όλων των ειδών και μήκους έως 45 μέτρων, με δυνατότητα αύξησης της χωρητικότητας με νέα λιμενικά έργα. Η περιοχή της μαρίνας περιλαμβάνει τον εσωτερικό λιμένα (Πασαλιμάνι) και τον εξωτερικό (Φρεατίδα). Η μαρίνα θεωρείται βάση αναχώρησης για μικρές εξορμήσεις στα κοντινά νησιά.

Επιπλέον, λόγω της γειννίαςσης με το λιμάνι του Πειραιά, εξυπηρετεί σαν βοηθητικό τέρμιναλ για επιβάτες μισθωμένων ή ιδιωτικών σκαφών.

- Η μαρίνα Φλοίσβου, η μεγαλύτερη της Μεσογείου, θα μετεξελιχθεί στην επίσημη μαρίνα Ολυμπιακής Φιλοξενίας του 2004. Θα είναι επιπλέον η μαρίνα των VIP'S , καθώς μπορεί να καλύψει τις ανάγκες μεγάλων ιδιωτικών σκαφών. Προβλέπονται επενδύσεις μέχρι 12 δισεκατομμύρια δραχμές. Η μαρίνα του Φλοίσβου μπορεί επί του παρόντος να εξυπηρετήσει 130 σκάφη, από τα οποία τα μισά είναι μήκους άνω των 25 μέτρων. Υπάρχει δυνατότητα διπλασιασμού της χωρητικότητας με προσθήκη προβλητών. Η μαρίνα του Φλοίσβου έχει ένα μοναδικό συγκριτικό πλεονέκτημα, όντας μοναδική περίπτωση καταφυγίου πολυτελών ιδιωτικών σκαφών πολύ μεγάλου μήκους και βυθίσματος. Αναλόγων δυνατοτήτων μαρίνα δεν υπάρχει στον ελληνικό χώρο, αλλά και οι διαθέσιμες θέσεις ελλιμενισμού τέτοιων σκαφών στην Ελλάδα και σε όλη τη Μεσόγειο είναι περιορισμένες.
- Η μαρίνα Αλίμου κρίνεται ότι είναι ιδανική για να ανταποκριθεί στη διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση όλων των κοινωνικών στρωμάτων του λεκανοπεδίου για θαλάσσιο τουρισμό. Προβλέπονται επενδύσεις ύψους 5,6 δις δραχμές. Η μαρίνα μπορεί επί του

παρόντος να εξυπηρετήσει χίλια εκατό σκάφη. Στην ξηρά μπορεί να εξυπηρετηθούν έως 600 σκάφη για διαχείριση, επισκευές ή ετήσια συντήρηση. Η μαρίνα Αλίμου είναι η μεγαλύτερη μαρίνα της νοτιοανατολικής Μεσογείου, έχει δεσπόζουσα θέση στο λεκανοπέδιο Αττικής, με εύκολη και γρήγορη πρόσβαση απ' το κέντρο της Αθήνας και του Πειραιά.

- ο Υπάρχουν και δύο ακόμη σχετικά προγράμματα. Το ένα αφορά την αξιοποίηση της μαρίνας Βουλιαγμένης, για την οποία, η ΕΤΑ βρίσκεται στο τελικό στάδιο συζητήσεων με την Εθνική Τράπεζα, για την παραχώρηση της εκμετάλλευσης της στην τελευταία, μέσω της θυγατρικής της «Αστήρ Αξέ», ιδιοκτήτριας του ξενοδοχειακού συγκροτήματος του Αστέρα Βουλιαγμένης.

Το δεύτερο αφορά την ανάπτυξη της μαρίνας που βρίσκεται μπροστά απ' το στάδιο Ειρήνης και Φιλίας. Το έργο αυτό, προϋπολογισμού συνολικά της τάξης των 3 δις δραχμών, θα αναλάβει η ΕΤΑ, με στόχο τη δημιουργία μίας μαρίνας, δυναμικότητας περίπου 200 - 250 θέσεων, για την εξυπηρέτηση κρουαζιερόπλοιων, «ημερόπλοιων» (σκαφών κρουαζιέρων μικρής διάρκειας) και επαγγελματικών σκαφών.

3.6 ΤΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Δεδομένης της σπουδαιότητας του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα, καθώς και των περαιτέρω δυνατοτήτων ανάπτυξης του, οι εκάστοτε κυβερνήσεις έλαβαν σε διάφορες περιόδους μέτρα για να διευκολύνουν την ανάπτυξη του, στα πλαίσια του προγράμματος οικονομικής ανάπτυξης της χώρας.

Ουσιαστικά, πρόκειται για μια σειρά κινήτρων, απώτερος σκοπός των οποίων ήταν η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, σε συσχετισμό με τους επιδιωκόμενους ρυθμούς ανάπτυξης, λαμβάνοντας υπόψη ότι η ανάπτυξη του τομέα οφείλεται κατεξοχήν στην ιδιωτική πρωτοβουλία.

Φυσικό είναι οι ιδιώτες επενδυτές να επιδιώκουν την όσο το δυνατό μεγαλύτερη απόδοση των κεφαλαίων τους στο μικρότερο χρονικό διάστημα. Γι' αυτόν το λόγο και σε συσχετισμό με τον προσανατολισμό της οικονομικής

ανάπτυξης της χώρας, τα χρηματοδοτικά κίνητρα απέβλεπαν να κάνουν περισσότερο ελκυστικές τις επενδύσεις στον τουριστικό τομέα.

Αυτά τα κίνητρα παρέχονται μέσα από την ψήφιση διαφόρων νόμων που αφορούν τη χρηματοδότηση των παραγωγικών επενδύσεων και επιδιώκουν να προσελκύσουν τα ιδιωτικά κεφάλαια στις ειδικές ζώνες που καθορίζονται από τα προγράμματα εθνικής ανάπτυξης.

Διακρίνουμε δύο στάδια σύμφωνα με τα οποία μια τουριστική επιχείρηση επωφελείται μιας ειδικής μεταχείρισης:

- Το στάδιο των επενδύσεων.
- Το στάδιο της λειτουργίας.

Στο πρώτο στάδιο, τα κίνητρα θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα ελκυστικά, για να μπορέσει ο τουριστικός τομέας να ανταγωνιστεί άλλους οικονομικούς κλάδους, οι οποίοι δε φέρουν τα ιδιόμορφα χαρακτηριστικά του, όπως π.χ η εποχική λειτουργία του, η αδυναμία αποθήκευσης, η ανελαστική προσφορά κτλ.

Τα σημαντικότερα κίνητρα που δόθηκαν στον τουριστικό τομέα από το 1950 έως σήμερα περιλαμβάνονται στους παρακάτω αναπτυξιακούς νόμους:

- Ν.Δ 2687/1953
- Ν.4171/1961
- Ν.147/1967
- Ν. 848/1971
- Ν. 916/1971
- Ν. 1313/1972
- Ν. 1378/1973
- Ν. 289/1976
- Ν. 1116/1981
- Ν. 1262/1982
- Ν. 1892/1990
- Ν. 2234/1994, ο οποίος τροποποιεί και συμπληρώνει τον Ν. 1892/1990
- Ν. 2324/1995, ο οποίος περιλαμβάνει με τη σειρά του επιμέρους τροποποιήσεις (αντικαταστάσεις ή προσθέσεις) παραγράφων ή εδαφίων παραγράφων του Ν. 1892/90 (εκσυγχρονισμός, επιχορηγήσεις, αφορολόγητες εκπτώσεις, αυξημένες αποσβέσεις).

3.7 ΤΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥ ΝΟΜΟΥ 1892/1990 (ΟΠΩΣ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΚΑΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΘΗΚΕ ΑΠΟ ΤΟ ΝΟΜΟ 2234/1994)

α. Παραγωγικές επενδύσεις. Σύμφωνα με το συγκεκριμένο νόμο, ως παραγωγικές επενδύσεις θεωρούνται οι παρακάτω:

- Η δημιουργία, επέκταση και εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων.
- Οι επιχειρήσεις εκμετάλλευσης λιμένων αναψυχής, συνεδριακών κέντρων και γηπέδων γκολφ
- Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που πραγματοποιούν επενδύσεις κατασκευής, επέκτασης και εκσυγχρονισμού λιμένων αναψυχής (μαρίνες), κατασκευής, επέκτασης και εκσυγχρονισμού συνεδριακών κέντρων, κατασκευής, επέκτασης και εκσυγχρονισμού γηπέδων γκολφ και των απαραίτητων εγκαταστάσεων τους, καθώς και αγορά του αναγκαίου εξοπλισμού τους, μετά από σύμφωνη γνώμη του Ε.Ο.Τ.
- Η δημιουργία επέκταση και εκσυγχρονισμός εγκαταστάσεων αξιοποίησης ιαματικών πηγών, κέντρων θαλασσοθεραπείας, κέντρων τουρισμού υγείας και χιονοδρομικών κέντρων, καθώς και η αγορά εξοπλισμού τους, μετά από σύμφωνη γνώμη του Ε.Ο.Τ
- Οι επιχειρήσεις παροχής αποκλειστικά υπηρεσιών προηγμένης τεχνολογίας στους τομείς τουρισμού
- Οι δαπάνες επισκευής, αποκατάστασης και μετατροπής παραδοσιακών οικιών ή κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες, ανεξάρτητα εάν βρίσκονται εντός ή εκτός οικισμών που χαρακτηρίζονται παραδοσιακοί ή διατηρητέοι.
- Οι δαπάνες ανακαίνισης διατηρητέων, παραδοσιακών ή ιστορικών κτιρίων από μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα νομικά πρόσωπα, με σκοπό τη μετατροπή τους σε αναγκαίους χώρους κοινωνικών και πολιτιστικών λειτουργιών.
- Οι επιχειρήσεις εκμετάλλευσης μεταφορικών μέσων.

β. Μη παραγωγικές επενδύσεις: Δε θεωρούνται παραγωγικές επενδύσεις, σύμφωνα με τον Ν. 1892/90, οι εξής:

- Η ανέγερση και επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων κάθε λειτουργικής μορφής, τάξης κατώτερης της Β'

- Ο εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών μονάδων κάθε λειτουργικής μορφής, τάξης κατώτερης της Γ.
- Η ανέγερση, επέκταση και εκσυγχρονισμός αυτοεξυπηρετούμενων καταλυμάτων, ενοικιαζόμενων δωματίων και επιπλωμένων διαμερισμάτων ανεξάρτητης τάξης.
- Η δημιουργία και επέκταση οργανωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων (κάμπινγκ).

γ. *Οι περιοχές ανάπτυξης:* Σύμφωνα με τις διατάξεις του Αναπτυξιακού Νόμου 1892/90, η χώρα έχει διαιρεθεί σε τέσσερις περιοχές, Α, Β, Γ, και Δ, λαμβάνοντας υπόψη την οικονομική και περιφερειακή τους ανάπτυξη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

4.1 Η ΑΝΩΤΑΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η τουριστική ανάπτυξη σε μια χώρα ασκεί επιδράσεις οικονομικές, κατά κύριο λόγο, αλλά ταυτόχρονα και κοινωνικές πολιτιστικές και φυσικές. Έτσι, λοιπόν, ασκεί αυτή θετικές επιδράσεις στο τουριστικό εισόδημα, κατ' επέκταση δε και στο εθνικό εισόδημα, προκαλώντας έτσι σε αυτό τόσο ποσοτικές όσο και ποιοτικές μεταβολές. Συγκεκριμένα, η τουριστική ανάπτυξη σε μια χώρα συμβάλλει ουσιαστικά στην αύξηση του τουριστικού εισοδήματος και κατ' επέκταση του εθνικού εισοδήματος, ενώ με την ανακατανομή του συμβάλλει στην άμβλυνση της ανισότητας των εισοδημάτων μεταξύ των διαφόρων περιοχών της, καθώς επίσης μεταξύ των διαφόρων κοινωνικών ομάδων. Εκτός τούτου, όμως, δημιουργεί μεταξύ άλλων θέσεις πλήρους και μερικής απασχόλησης, έσοδα για το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση από την είσπραξη φόρων και τελών και συμβάλλει στην αύξηση των συναλλαγματικών αποθεμάτων, διαμέσου δε αυτών επιφέρει και μια ουσιαστική βελτίωση του ισοζυγίου τρέχουσων συναλλαγών.

Φυσικό επακόλουθο της τουριστικής ανάπτυξης είναι, μεταξύ άλλων, και η αντιμετώπιση του περιβλήματος της στελέχωσης και επάνδρωσης, με την ευρύτερη έννοια του όρου, των διαφόρων τουριστικών επιχειρήσεων με το κατάλληλα εκπαιδευμένο και επαγγελματικά καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό. Σε χώρες που διανύουν τα αρχικά στάδια της τουριστικής τους ανάπτυξης το υπάρχον ανθρώπινο δυναμικό που προσφέρεται να απασχοληθεί στην τουριστική τους βιομηχανία είναι συνήθως ικανό μόνο για την παροχή απλών τουριστικών υπηρεσιών σε μικρές τουριστικές επιχειρήσεις. Ως εκ τούτου δεν είναι ικανό να ανταποκριθεί με επιτυχία στις αυξημένες απαιτήσεις της πελατείας των σύγχρονων μεγάλων τουριστικών επιχειρήσεων, τόσο από ποσοτικής όσο και από ποιοτικής άποψης, και τούτο γιατί στερείται των απαιτούμενων γι' αυτόν το σκοπό εξειδικευμένων επιστημονικών γνώσεων και επαγγελματικών δεξιοτήτων.

Η ανάπτυξη του Τουρισμού προϋποθέτει μεταξύ άλλων και αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας όλων όσοι συμμετέχουν με οποιοδήποτε τρόπο στη διαδικασία παραγωγής και διάθεσης των τουριστικών προϊόντων μιας τουριστικά αναπτυσσόμενης χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.

Στον τουρισμό, όμως επειδή η αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας με την εισαγωγή σύγχρονης επιστήμης και τεχνολογίας είναι περιορισμένη, λόγω της ιδιαιτερότητας που παρουσιάζει αυτός, πρέπει απαραίτητα να επικεντρώνεται στην εκσυγχρονισμένη τουριστική εκπαίδευση, που οδηγεί στην εξειδίκευση της εργασίας, κατ' επέκταση δε και στην ποιοτική βελτίωση των παραγόμενων τουριστικών προϊόντων, που προσφέρονται στους τουρίστες για να ικανοποιήσουν, καταναλώνοντας τα ή κάνοντας χρήση τους συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι ο συντελεστής παραγωγής «εργασία» στον Τουρισμό είναι κυριολεκτικά σημαντικότερος, αφού τα περιθώρια της μηχανοποίησης και αυτοματοποίησης του σε πολλές περιπτώσεις, και ιδιαίτερα στα ξενοδοχεία, είναι πολύ περιορισμένα ή και ανύπαρκτα ακόμα. Αυτό άλλωστε αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι οι περισσότερες, αν όχι όλες οι τουριστικά αναπτυγμένες χώρες αντιμετωπίζουν μια σοβαρή έλλειψη εξειδικευμένου ανθρώπινου εργατικού δυναμικού για τη χρησιμοποίηση του σε διάφορες θέσεις εργασίας στην τουριστική βιομηχανία, καθώς επίσης και υψηλού επιπέδου διοικητικών στελεχών τουριστικών επιχειρήσεων.

Ειδικότερα, αν ληφθεί σοβαρά υπόψη το γεγονός ότι ο ανθρώπινος παράγοντας διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής προσφοράς αφού ο Τουρισμός αποτελεί κλάδο οικονομικής δραστηριότητας έντασης εργασίας, αβίαστα βγαίνει το συμπέρασμα ότι η ποσοτική και ποιοτική σύνθεση της εργασίας έχει άμεσες επιδράσεις στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Αυτό σημαίνει ότι η επίδραση της παραγωγικότητας της εργασίας στον Τουρισμό είναι καθοριστικής σημασίας, αφού, όπως είναι γνωστό, ο ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί το βασικότερο συστατικό στοιχείο στην όλη παραγωγική διαδικασία και που, όπως ήδη ειπώθηκε, μόνο σε περιορισμένη έκταση μπορεί να υποκαταστήσει η σύγχρονη επιστήμη και

τεχνολογία. Λόγω της ιδιαιτερότητας αυτής που παρουσιάζει ο Τουρισμός, το κύριο βάρος της προσπάθειας για την αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας των απασχολουμένων στην τουριστική βιομηχανία πρέπει απαραίτητα να επικεντρώνεται στην παροχή εκσυγχρονισμένης τουριστικής εκπαίδευσης, καθ' ότι αυτή συμβάλλει αποφασιστικά και στην ποιοτική βελτίωση των παραγόμενων και προσφερόμενων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που είναι σήμερα και το ζητούμενο.

Αναμφίβολα, οποιαδήποτε προσπάθεια προς την κατεύθυνση της ποσοτικής αύξησης και ποιοτικής βελτίωσης των παραγόμενων και προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, είναι εκ των προτέρων καταδικασμένη να αποτύχει, αν δεν υπάρξει επάρκεια κατάλληλα επιστημονικά εκπαιδευμένου και επαγγελματικά καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού, για να στελεχώσει και επανδρώσει, με την ευρύτερη έννοια του όρου, την τουριστική βιομηχανία.

Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ, ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Στην Ελλάδα και όχι μόνο κρίθηκε αναγκαία η δημιουργία σύγχρονων εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε όλες τις βαθμίδες της τουριστικής εκπαίδευσης προκειμένου να μορφωθούν και επιμορφωθούν κατάλληλα το προσωπικό και τα στελέχη των τουριστικών επιχειρήσεων και να αποκτήσουν τις εξειδικευμένες εκείνες επιστημονικές γνώσεις και επαγγελματικές δεξιότητες, που θα συμβάλουν, μεταξύ άλλων, και στην ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς. Συνειδητοποιήθηκε, επιτέλους, από την πολιτική της εξουσία ότι από μόνες τους οι σύγχρονες τουριστικές επιχειρήσεις δεν είναι ικανές να αναβαθμίσουν ποιοτικά την τουριστική προσφορά. Με άλλα λόγια δεν είναι δυνατό να αναβαθμιστούν ποιοτικά οι παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες αν δεν υπάρχει και το κατάλληλα εκπαιδευμένο και επαγγελματικά καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό που θα τις στελεχώσει και επανδρώσει, με την ευρύτερη έννοια του όρου, πολύ περισσότερο μάλιστα όταν αυτό απασχολείται σε έναν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας έντασης εργασίας, όπως είναι ο Τουρισμός. Η εκπαίδευση και η επαγγελματική κατάρτιση, όμως, του κατάλληλου

ανθρώπινου δυναμικού που απαιτείται σήμερα στην ελληνική τουριστική βιομηχανία προϋποθέτει την ύπαρξη μίας καλά οργανωμένης τουριστικής εκπαίδευσης στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού συστήματος της χώρας. Η συμβολή της παρεχόμενης τουριστικής εκπαίδευσης στην ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς θα εξαρτηθεί από διάφορους παράγοντες και κυρίως τους εξής:

(α) Από τη φύση και το περιεχόμενο της τουριστικής εκπαίδευσης καθώς και από τον τρόπο με τον οποίο παρέχεται αυτή, θα εκπαιδεύεται και θα κατάρτιζεται επαγγελματικά το ανθρώπινο δυναμικό εκείνο, που θα στελεχώνει και θα επανδρώνει, με την ευρύτερη έννοια του όρου, την τουριστική βιομηχανία της χώρας. Όσο πιο υψηλότερο είναι το επίπεδο της παρεχόμενης τουριστικής εκπαίδευσης, τόσο πιο θετικά θα είναι και τα αποτελέσματα της.

(β) Από την ποιοτική αναβάθμιση της παρεχόμενης τουριστικής εκπαίδευσης θα εξαρτηθεί η αποφασιστική συμβολή της στην καλύτερη εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, που θα στελεχώνει και θα επανδρώνει με την ευρύτερη έννοια του όρου, την τουριστική βιομηχανία της χώρας, κατ' επέκταση δε και στην ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής της προσφοράς, εξαιτίας δε αυτής και σε μια αύξηση της τουριστικής ζήτησης.

(γ) Από τον εκσυγχρονισμό και την ορθολογιστική οργάνωση της τουριστικής εκπαίδευσης, θα εξαρτηθεί η εκπαίδευση και η επαγγελματική κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού που έχει ανάγκη η τουριστική βιομηχανία της χώρας και που θα τη βοηθήσει να ανταποκριθεί και στις πλέον σύνθετες απαιτήσεις της τουριστικής ζήτησης από οπουδήποτε και αν προέρχεται αυτή.

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΑΝΩΤΑΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Αν και απρογραμμάτιστη, τις περισσότερες φορές, η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας στην Ελλάδα, κατόρθωσε αυτή μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και συγκεκριμένα από το τέλος της δεκαετίας του '50 μέχρι σήμερα, να αναπτυχθεί από ικανοποιητικά μέχρι εντυπωσιακά. Παρ' όλα αυτά, όμως, τόσο η παραγωγικότητα της εργασίας στον

ελληνικό Τουρισμό όσο και η ποιοτική στάθμη πολλών προϊόντων της τουριστικής προσφοράς της χώρας εξακολουθούν να βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα. Αυτό θα πρέπει βασικά να αποδοθεί στην περιορισμένη έκταση χρησιμοποίησης σύγχρονης τεχνολογίας στην παραγωγική διαδικασία, καθώς αποδειγμένα υπάρχουν περιθώρια χρησιμοποίησης της, στην απασχόληση μεγάλου σχετικά αριθμού ανειδίκευτου ανθρώπινου δυναμικού στις ξενοδοχειακές κυρίως επιχειρήσεις, όπως επίσης στο γεγονός ότι μέχρι σήμερα δεν έχει καθιερωθεί η υποχρεωτική συνεχής ή δια βίου εκπαίδευση, όπως αυτή χαρακτηρίζεται και αλλιώς των απασχολουμένων στην τουριστική βιομηχανία. Η τελευταία θα μπορούσε, χωρίς άλλο, κάτω από προϋποθέσεις, να συμβάλει αποφασιστικά και στην ποιοτική αναβάθμιση των παραγόμενων τουριστικών προϊόντων - υλικών και άυλων - κατ' επέκταση δε και της τουριστικής προσφοράς. Η ανώτατη τουριστική εκπαίδευση είναι χωρίς άλλο απαραίτητη για την τουριστική ανάπτυξη ή μεγέθυνση μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Αποστολή της είναι η εκπαίδευση υψηλού επιπέδου στελεχών, που θα πλαισιώσουν την τουριστική βιομηχανία και θα συμβάλουν στην ανάπτυξη και διεύρυνση της προς όφελος όλων όσοι με οποιοδήποτε τρόπο ασκούν τις διάφορες λειτουργίες της τουριστικής οικονομίας σε τελευταία δε ανάλυση και της οικονομίας της.

Αντικειμενικός σκοπός της ανώτατης τουριστικής εκπαίδευσης είναι η επικέντρωση της προσπάθειας της προς την κατεύθυνση της βελτίωσης της ποιοτικής στάθμης της τουριστικής προσφοράς η οποία αποτελεί συνάρτηση της διαπίστωσης ότι:

(α) Η ανώτατη τουριστική εκπαίδευση δεν πρέπει να είναι αποκομμένη από άλλες μορφές και βαθμίδες της τουριστικής εκπαίδευσης, αλλά αντίθετα τις συμπληρώνει και τις επεκτείνει,

(β) Ο τουρισμός σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας χρειάζεται στελέχη υψηλού επιπέδου με εξειδικευμένες επιστημονικές γνώσεις και επαγγελματικές δεξιότητες, ώστε να μπορέσουν να αποδώσουν ικανοποιητικά.

(γ) Οι σύγχρονες μορφές τουριστικών επιχειρήσεων, δεν μπορούν πλέον να διοικούνται εμπειρικά ή ερασιτεχνικά, αλλά μόνο από διοικητικά στελέχη

υψηλού επιπέδου, που είναι άρτια επιστημονικά εκπαιδευμένα και τεχνικά καταρτισμένα σύμφωνα με τα δεδομένα της επιστήμης και της τεχνολογίας.

Είναι αλήθεια ότι τόσο η ορθολογιστική οργάνωση όσο και ο εκσυγχρονισμός της ανώτατης τουριστικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα και όχι μόνο κάθε άλλο παρά εύκολη υπόθεση είναι. Εξαιτίας του γεγονότος ότι όλη η οργανωτική - εκσυγχρονιστική προσπάθεια της ανώτατης τουριστικής εκπαίδευσης συνθέτει μια πολυδιάστατη πραγματικότητα, αφού για την επίτευξη της χρειάζεται να ληφθούν υπόψη πολλές και διάφορες παράμετροι και μεταβλητές που η μέχρι τώρα ολική ή μερική απουσία τους έχει συμβάλει στο να οξυνθεί ακόμη περισσότερο το όλο πρόβλημα. Σε περίπτωση δε που δεν αντιμετωπιστεί αυτό αποτελεσματικά, είναι εκ των προτέρων βέβαιο ότι θα επηρεάσει αρνητικά τη γενικότερη προσπάθεια της χώρας για μια παραπέρα και αποτελεσματικότερη ανάπτυξη ή μεγέθυνση της τουριστικής της οικονομίας.

ΟΙ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΑΝΩΤΑΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΕ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Η ανώτατη τουριστική εκπαίδευση σε προπτυχιακό επίπεδο παρέχεται στην Ελλάδα από επτά Τμήματα Τουριστικών Επιχειρήσεων που ανήκουν στα Τ.Ε.Ι. Αθήνας, Θεσσαλονίκης, Πάτρας Κρήτης, Λάρισας, Λαμίας και Ηπείρου, καθώς και από ένα νέο Τμήμα που δημιουργήθηκε στο παράρτημα του Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας στα Γρεβενά. Το τελευταίο είναι άγνωστο τι πτυχίο θα χορηγεί στους αποφοίτους του, ενώ τα επτά πρώτα χορηγούν στους αποφοίτους τους πτυχία στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων.

Όσον αφορά τη διάρκεια των σπουδών στα πιο πάνω Τμήματα των Τ.Ε.Ι., αυτή είναι επτά ακαδημαϊκά εξάμηνα, στο τέλος των οποίων ακολουθεί η υποχρεωτική άσκηση στο επάγγελμα που διαρκεί έξι ημερολογιακούς μήνες και εντάσσεται στην εκπαιδευτική διαδικασία. Σκοπός της υποχρεωτικής άσκησης στο επάγγελμα είναι οι φοιτητές και οι φοιτήτριες να έχουν μια πρώτη επαφή με το χώρο στον οποίο θα σταδιοδρομήσουν όταν αποφοιτήσουν. Παράλληλα, όμως, με την υποχρεωτική άσκηση στο επάγγελμα, εκπονούν και την πτυχιακή τους εργασία στο όγδοο και τελευταίο εξάμηνο των σπουδών τους. Οι σπουδές

ολοκληρώνονται με την πραγματοποίηση της πρακτικής άσκησης στο επάγγελμα και την έγκριση της πτυχιακής εργασίας.

Είναι πρόδηλο ότι τουριστικές σπουδές στα ανωτατοποιημένα πλέον Τ.Ε.Ι, από τον Ιούνιο του 2001 και μετά, δηλαδή αμέσως μετά την ψήφιση από τη Βουλή των Ελλήνων του Ν. 2916/01 και τη δημοσίευση του στο ΦΕΚ, αποσκοπούν στην εκπαίδευση υψηλού επιπέδου στελεχών, που μετά το πέρας των σπουδών τους θα καλύψουν διάφορες θέσεις εργασίας στην τουριστική βιομηχανία.

Το ερώτημα που φυσιολογικά γεννιέται είναι αν και κατά πόσο τα ανωτατοποιημένα πλέον Τ.Ε.Ι, μπορούν να προσφέρουν τουριστικές σπουδές διαφορετικές από αυτές που προσέφεραν σαν τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα, δηλαδή πριν το 2001. Για να απαντηθεί, όμως, το ερώτημα αυτό θα πρέπει προηγουμένα να εξεταστούν διάφορες παράμετροι, όπως το ακαδημαϊκό επίπεδο του τακτικού και έκτακτου εκπαιδευτικού προσωπικού που απασχολούν τα Τμήματα εκείνα που παρέχουν τουριστικές σπουδές, η υλικοτεχνική υποδομή τους, δηλαδή κτιριακές εγκαταστάσεις, αίθουσες διδασκαλίας, τεχνικός εξοπλισμός κ.λπ., τα προγράμματα σπουδών, η ερευνητική δραστηριότητα, η δυνατότητα πραγματοποίησης μεταπτυχιακών σπουδών και άλλα.

Αν εξετάσει κανείς τα Τμήματα αυτά των Τ.Ε.Ι., που δημιουργήθηκαν από το 1996 και μετά, θα διαπιστώσει ότι το μόνιμο προσωπικό που απασχολούν έχει υψηλά ακαδημαϊκά προσόντα και συγκεκριμένα διδακτορικά διπλώματα και μεταπτυχιακούς τίτλους εξειδίκευσης. Ενδεικτικά αναφέρεται το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Ηπείρου στο παράρτημα της Ηγουμενίτσας. Το ίδιο ισχύει και για το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Λαμίας στο παράρτημα της Άμφισσας όπου το μόνιμο προσωπικό είναι μόνο δύο άτομα, πλην όμως και τα δύο έχουν διδακτορικό δίπλωμα. Και είναι μόνο δύο γιατί η διοίκηση του Τ.Ε.Ι. Λαμίας, για άγνωστους λόγους, δεν προκηρύσσει θέσεις εκπαιδευτικού προσωπικού.

Σε ό,τι αφορά, όμως, τα Τμήματα εκείνα που πρόσφεραν τουριστική εκπαίδευση από την εποχή των ΚΑΤΕΕ και μετεξελίχθηκαν σε Τ.Ε.Ι, το 1983, διατήρησαν με μεταβατικές διατάξεις το μόνιμο προσωπικό που

απασχολούσαν, το οποίο στη συντριπτική του πλειονότητα είχε πτυχία ανωτέρων σχολών διετούς φοίτησης. Ορισμένοι, όμως από αυτή την κατηγορία προσωπικού είχαν μεγάλη επαγγελματική εμπειρία στην τουριστική βιομηχανία σε υπεύθυνες θέσεις και ως εκ τούτου η προσφορά τους στην εκπαιδευτική διαδικασία και κυρίως στην άψογη λειτουργία των εργαστηρίων ήταν σημαντική. Η ανωτατοποίηση των Τ.Ε.Ι, με τον Ν. 2916/01 διατήρησε μεν το εκπαιδευτικό προσωπικό αυτό πλην όμως σε προσωποπαγείς θέσεις και ταυτόχρονα του έδωσε μια επταετή μεταβατική περίοδο για να αποκτήσει τα τυπικά προσόντα της βαθμίδας στην οποία ανήκει.

Η έλλειψη εκπαιδευτικού προσωπικού με υψηλά ακαδημαϊκά προσόντα σε Τμήματα που παρέχουν τουριστική εκπαίδευση στα ανώτατο-πονημένα Τ.Ε.Ι, είναι επιεικώς απαράδεκτη. Ενδεικτικά αναφέρεται το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Λάρισας το οποίο δεν διαθέτει ούτε ένα διδάκτορα, το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης το οποίο διαθέτει μόνο ένα διδάκτορα και το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Πάτρας το οποίο διαθέτει μόνο δύο διδάκτορες.

Το εκπαιδευτικό προσωπικό που χρησιμοποιείται για τη διδασκαλία εργαστηριακών μαθημάτων της ξενοδοχειακής τεχνικής είναι, όπως ήδη ειπώθηκε, σε πολλές περιπτώσεις άριστα καταρτισμένο και το έργο που προσφέρει σημαντικό. Δεν θα πρέπει, όμως, στα ανωτατοποιημένα Τ.Ε.Ι. να εποπτεύει πια πτυχιακές εργασίες αφού τα κατά τα άλλα αξιόλογα άτομα αυτά ουδέποτε ασχολήθηκαν με έρευνα και ερευνητικές μεθοδολογίες.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι ο αριθμός των πτυχιακών εργασιών που αναλαμβάνει να εποπτεύει το εκπαιδευτικό προσωπικό είναι δυσανάλογα υψηλός με αποτέλεσμα να μην είναι δυνατή η σωστή επόπτευση τους. Κατά συνέπεια είναι απόλυτα αναγκαίο να προσλαμβάνονται επιστημονικοί συνεργάτες προς το σκοπό αυτό, κάτι που όμως δεν γίνεται σήμερα, με αποτέλεσμα το μόνιμο εκπαιδευτικό προσωπικό να αναλαμβάνει να εποπτεύει και πάνω από δέκα πτυχιακές εργασίες.

Η εκπόνηση μεμονωμένων ή ομαδικών εργασιών στο πλαίσιο των ασκήσεων πράξης και όχι μόνο, σπανίζει στην κυριολεξία. Αυτό είναι κάτι που κυρίως το μόνιμο εκπαιδευτικό αποφεύγει να κάνει, γιατί σημαίνει

αύξηση του φόρτου εργασίας του, πλην όμως σε πολλές περιπτώσεις δικαιολογείται να αποφεύγει να το κάνει, όπως στις περιπτώσεις εκείνες που «φορτώνεται» με διάφορες εργασίες γραφειοκρατικής φύσης ή συμμετοχές σε επιτροπές ιδιαίτερα δε όταν αυτές απαιτούν σχετικά μεγάλα περιθώρια χρόνου.

Τα προγράμματα σπουδών σε πολλά Τμήματα των Τ.Ε.Ι., που παρέχουν τουριστική εκπαίδευση, είναι υψηλών προδιαγραφών και επιπέδου. Υπάρχουν, όμως, και μερικά τα οποία δεν έχουν ακόμη αναθεωρήσει τα προγράμματα σπουδών που εφαρμόζουν. Η αλήθεια είναι ότι ορισμένα από τα καλά προγράμματα τουριστικών σπουδών έχουν αρκετά περιθώρια ακόμη για να βελτιωθούν. Αυτό, όμως, είναι εκ των πραγμάτων σχεδόν αδύνατο και τούτο γιατί οι Γενικές Συνελεύσεις των Τμημάτων κατά κανόνα θυσιάζουν τα ποιοτικά κριτήρια χάρη στα προσωπικά συμφέροντα του εκπαιδευτικού προσωπικού κάθε φορά που αναθεωρούνται ή αναμορφώνουν τα προγράμματα σπουδών των Τμημάτων.

Ένα μεγάλο μειονέκτημα των προγραμμάτων σπουδών των Τ.Ε.Ι. τόσο πριν όσο και μετά την ανωτατοποίηση τους είναι ότι δεν παρέχουν τη δυνατότητα στους φοιτητές και τις φοιτήτριες να επιλέγουν κατευθύνσεις σπουδών. Έτσι, λοιπόν, αν στο πλαίσιο των σπουδών τους θελήσουν, για παράδειγμα, να εκπαιδευτούν στη διοίκηση τουριστικών πρακτορείων, είναι υποχρεωμένοι να εκπαιδευτούν και στη διοίκηση ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Κι αυτό γιατί ένας διαχωρισμός των κατευθύνσεων σπουδών δεν προβλέπεται από το Ν., 1404/83, όπως αυτός συνεχίζει να ισχύει και μετά την ανωτατοποίηση των Τ.Ε.Ι. Θα ήταν, λοιπόν, ευχής έργο να δημιουργούντο κατευθύνσεις σπουδών σε όλα τα προγράμματα σπουδών των Τμημάτων Τουριστικών Επιχειρήσεων των Τ.Ε.Ι., κάτι που άλλωστε έγινε στο παράρτημα του Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας στα Γρεβενά, όπου, όπως ήδη ειπώθηκε, δημιουργήθηκε Τμήμα, που θα παρέχει σπουδές αποκλειστικά στον εναλλακτικό Τουρισμό. Τέλος σε ό,τι αφορά την τουριστική έρευνα θα πρέπει να ειπωθεί ότι αυτή είναι ανύπαρκτη στα Τ.Ε.Ι. εξαιτίας του γεγονότος ότι δεν έχουν τη δυνατότητα να οργανώσουν αυτοδύναμες μεταπτυχιακές σπουδές στον τουρισμό, αλλά ούτε και τα αναγκαία κρατικά κονδύλια που απαιτούνται προς το σκοπό αυτό. Θα πρέπει, επιτέλους να γίνει κατανοητό από το ΥΠΕΠΘ ότι τουριστική έρευνα δεν

θα μπορέσει να διεξαχθεί στα Τ.Ε.Ι, αν ταυτόχρονα δεν οργανωθούν αυτοδύναμες μεταπτυχιακές τουριστικές σπουδές ή τουλάχιστον σε πρώτη φάση σε συνεργασία με άλλα ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού.

Κατόπιν όσων εκτέθηκαν πιο πάνω, η δυνατότητα να δοθεί καταφατική απάντηση στο ερώτημα αν και κατά πόσο τα ανωτατοποιημένα Τ.Ε.Ι, μπορούν να πρόσφεραν σαν τριτοβάθμια εκπαιδευτικά ιδρύματα, δηλαδή προτού ανωτατοποιηθούν, είναι υπό προϋποθέσεις εφικτή. Απλά χρειάζεται να δοθούν άμεσα ρεαλιστικές λύσεις στα προβλήματα που εθίγησαν, διαφορετικά κάθε προσπάθεια προς την κατεύθυνση αυτή είναι εκ των προτέρων καταδικασμένη να αποτύχει.

Η ΑΝΑΓΚΗ ΛΗΨΗΣ ΔΡΑΣΤΙΚΩΝ ΜΕΤΡΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΤΩΝ ΑΝΩΤΑΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

Τόσο η πολιτική εξουσία στην Ελλάδα όσο και οι παράγοντες της τουριστικής τους προσφοράς έχουν συνειδητοποιήσει ότι για την παραγωγή και τη διάθεση τουριστικών προϊόντων υψηλής ποιοτικής στάθμης, δηλαδή για την ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς είναι απαραίτητο η τουριστική της βιομηχανία να στελεχωθεί και να επανδρωθεί, με την ευρύτερη έννοια του όρου, με ανθρώπινο δυναμικό άρτια εκπαιδευμένο και επαγγελματικά καταρτισμένο. Προς το σκοπό αυτό θα πρέπει να αντιμετωπιστούν με ρεαλισμό τα οργανωτικά και εκσυγχρονιστικά προβλήματα της ανώτατης τουριστικής εκπαίδευσης τα οποία και πολλά μπορεί να είναι αλλά και σύνθετα, προπαντός όμως ποιοτικά. Έτσι, λοιπόν, θα μπορέσει να δοθεί διέξοδος στα αδιέξοδα που δημιουργούν αυτά προς όφελος της τουριστικής οικονομίας της χώρας, κατ' επέκταση δε και της οικονομίας της οποίας ο Τουρισμός αποτελεί, χωρίς άλλο, σημαντικότερο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας.

Πρόκειμένου, λοιπόν, να αναβαθμιστούν οι ανώτατες τουριστικές σπουδές στην Ελλάδα και να εξομαλυνθεί στο μέτρο του εφικτού η αγορά εργασίας, από την οποία η τουριστική βιομηχανία αντλεί το ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό για να στελεχώσει και να επανδρώσει, με την ευρύτερη έννοια του όρου, τις διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις και για να το

χρησιμοποιήσει στην παραγωγή και διάθεση τουριστικών προϊόντων που ικανοποιούν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων, θα πρέπει να ληφθούν τα εξής μέτρα:

(α) Να αυξηθεί το εκπαιδευτικό προσωπικό με υψηλά ακαδημαϊκά προσόντα στα Τμήματα των Τ.Ε.Ι., που παρέχουν τουριστική εκπαίδευση,

(β) Να αναθεωρηθούν και να εκσυγχρονιστούν τα προγράμματα σπουδών στα Τμήματα Τουριστικών Επιχειρήσεων των Τ.Ε.Ι., καθώς επίσης η υλικοτεχνική υποδομή τους η οποία και θα πρέπει να βελτιώνεται και να συμπληρώνεται παντού όπου αυτή κρίνεται αναγκαία,

(γ) Να δημιουργηθούν κατευθύνσεις στα προγράμματα σπουδών των Τμημάτων Τουριστικών Επιχειρήσεων των Τ.Ε.Ι.

(δ) Να εγκρίνεται και να ελέγχεται το πρόγραμμα πρακτικής άσκησης τελειοφοίτων των Τμημάτων Τουριστικών Επιχειρήσεων των Τ.Ε.Ι., στις διαφορετικές τουριστικές επιχειρήσεις στην τουριστική βιομηχανία, ώστε να μην αποτελούν αυτά αντικείμενο εκμετάλλευσης από την εργοδοσία, που συχνά τους βλέπει και τους αντιμετωπίζει σαν φθηνά εργατικά χέρια.

(ε) Να δημιουργηθούν σε πρώτη φάση, τουλάχιστον, σύγχρονα μεταπτυχιακά προγράμματα ειδίκευσης σε ορισμένα Τμήματα Τουριστικών Επιχειρήσεων των Τ.Ε.Ι., και να αυξηθεί ο αριθμός των χορηγούμενων κρατικών υποτροφιών για μεταπτυχιακές σπουδές τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

(στ) Να προωθηθεί και να χρηματοδοτεί η τουριστική έρευνα στα Τ.Ε.Ι., που είναι σήμερα ανύπαρκτη, παρά το γεγονός ότι ο Τουρισμός σαν οικονομική δραστηριότητα είναι σημαντικότερος τόσο από πλευράς εσόδων όσο και από πλευράς απασχόλησης.

(ζ) Να συμπληρωθεί και να βελτιωθεί η υλικοτεχνική υποδομή των Τμημάτων των Τ. Ε. Ι. που παρέχουν τουριστική εκπαίδευση.

(η) Να παρακολουθούνται συστηματικά οι συνθήκες που διαμορφώνονται κάθε φορά στη διεθνή τουριστική αγορά εργασίας καθώς επίσης να προσαρμόζεται συνεχώς το εκπαιδευτικό έργο των Τμημάτων των Τ.Ε. Ι., που παρέχουν τουριστική εκπαίδευση, στις σύγχρονες εξελίξεις.

(θ) Να αναθεωρηθούν και να κατοχυρωθούν κατά τρόπο αδιάβλητο τα επαγγελματικά δικαιώματα των πτυχιούχων των Τμημάτων Τουριστικών Επιχειρήσεων των Τ.Ε.Ι. Η Τεχνολογική Τουριστική Εκπαίδευση

4.2 ΤΕΙ Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Η Τουριστική εκπαίδευση έχει ζωή στο προσκήνιο της ελληνικής εκπαίδευσης μόλις 30 χρόνια. Ο χαρακτήρας των Τ.Ε.Ι, είναι καθαρά τεχνολογικός. Τα προγράμματα σπουδών προσφέρουν εξειδικευμένη γνώση κατευθείαν στο επάγγελμα. Ο τεχνολογικός χαρακτήρας τους είναι η άλλη πρόταση στη θεωρητική εκπαίδευση των Α.Ε.Ι. Για την ιστορία υπενθυμίζουμε πως:

✓ Το 1973 με τον Ν.576 ιδρύονται τα Κ.Α.Τ.Ε.Ε. (Κέντρα Ανώτερης Τεχνολογικής και Επαγγελματικής Εκπαίδευσης). Για πρώτη φορά στην Ελλάδα χρησιμοποιείται ο όρος Τριτοβάθμια Εκπαίδευση.

Τα Κ.Α.Τ.Ε.Ε. έχουν τεχνολογική κατεύθυνση και διάρκεια σπουδών τρία εξάμηνα και ένα εξάμηνο Πρακτικής άσκησης σε χώρους εργασίας (3+1).

✓ Το 1983 τα Κ.Α.Τ.Ε.Ε. μετεξελίσσονται σε Τ.Ε.Ι, με τον Ν.1404/83

Τα Τ.Ε.Ι. δημιουργήθηκαν για να καλύψουν τις ανάγκες της χώρας σε τεχνολογική εκπαίδευση προσαρμοσμένη στις απαιτήσεις της παραγωγής. Η διάρκεια σπουδών είναι 7 εξάμηνα και ένα εξάμηνο Πρακτικής άσκησης σε χώρους εργασίας (7+1).

Τα Τ.Ε.Ι, ανοίγουν νέους ορίζοντες στα εκπαιδευτικά πράγματα του τόπου. Έρχονται να δώσουν νέο αίμα στο εκπαιδευτικό μας σύστημα και να συμβάλουν στην αναμόρφωση του. Έρχονται να συμβάλουν στην κοινωνική καταξίωση των στελεχών εφαρμογής που συμβάλουν στην ανάπτυξη της οικονομίας και του τόπου γενικότερα.

Η αποστολή των Τ.Ε.Ι, είναι η εκπαίδευση στελεχών εφαρμογής υψηλής στάθμης επιστημονικά καταρτισμένων, που θα είναι ικανά να αποτελέσουν τον μοχλό διάδοσης και εφαρμογής της τεχνολογίας να αντιμετωπίσουν και να επιλύσουν συγκεκριμένα προβλήματα της παραγωγικής διαδικασίας.

Τα φυσιογνωμικά χαρακτηριστικά των Τ.Ε.Ι, είναι: το υψηλό επίπεδο σπουδών, και ο ειδικός προσανατολισμός τους στην εφαρμογή τεχνολογιών.

Τα Τ.Ε.Ι. διακρίνονται σαφώς ως προς το ρόλο και την κατεύθυνση των ιδίων και των αποφοίτων τους και ως προς το περιεχόμενο και τους τίτλους σπουδών από τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (Α.Ε.Ι.) και έχουν ειδικότερα ως αποστολή:

Να παρέχουν θεωρητική και πρακτική εκπαίδευση, επαρκή για την εφαρμογή επιστημονικών και τεχνολογικών γνώσεων και δεξιοτήτων στο επάγγελμα.

ΤΜΗΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τα τμήματα τουριστικών επιχειρήσεων Αθήνας- Πάτρας-Θεσσαλονίκης- Λάρισας- Ηρακλείου Κρήτης ήταν από τα πρώτα που εντάχθηκαν στην ίδρυση των Τ.Ε.Ι. Αργότερα δημιουργήθηκαν και τα τμήματα Ηγουμενίτσας και Αμφισσας. Ο ρόλος και η αποστολή των τμημάτων Τουριστικών Επιχειρήσεων είναι:

- ✓ Η δημιουργία στελεχών, που με την απόκτηση των απαραίτητων γνώσεων και δεξιοτήτων, θα τους επιτρέψουν να κατανοήσουν θέματα που σχετίζονται με τη Διοίκηση, την οργάνωση και τη λειτουργία τουριστικών επιχειρήσεων διαμονής, εστίασης και παροχής τουριστικών υπηρεσιών (τουριστικά γραφεία).
- ✓ Η δημιουργία στελεχών, που να μπορούν να προγραμματίζουν και υλοποιούν μεσοπρόθεσμα ή μακροχρόνια σχέδια ανάπτυξης έχοντας γνώσεις του εξειδικευμένου management και του marketing που αφορούν την τουριστική επιστήμη.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

Σύμφωνα με τον ισχύοντα Νόμο η διάρκεια φοίτησης στα τμήματα τουριστικών επιχειρήσεων είναι οκτώ εξάμηνα, ήτοι επτά εξάμηνα φοίτησης και ένα εξάμηνο πρακτικής άσκησης.

Το πρόγραμμα σπουδών των τμημάτων είναι προσανατολισμένο στην εφαρμογή των σύγχρονων μεθόδων οργάνωσης και διοίκησης των τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών. Έτσι παράλληλα με την θεωρητική κατάρτιση δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην εφαρμογή των επιστημονικών γνώσεων στην

πράξη. Γενικά μπορούμε να πούμε ότι ο σαφής τεχνολογικός προσανατολισμός του προγράμματος σπουδών έχει τα ακόλουθα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά:

- ✓ Δίνεται μεγαλύτερο βάρος στην εφαρμογή των επιστημονικών γνώσεων από ό,τι στη θεωρητική ανάπτυξη τους. Αυτό επιτυγχάνεται με τη λειτουργία εργαστηριακών και φροντιστηριακών μαθημάτων.
- ✓ Δίνεται ιδιαίτερη σημασία στην απόκτηση πρακτικών γνώσεων και την εφαρμογή των επιστημονικών γνώσεων με την υποχρέωση εξάμηνης πρακτικής άσκησης σε θέσεις αντίστοιχες με την ειδικότητα του πτυχίου.
- ✓ Το εκπαιδευτικό προσωπικό πρέπει πέρα από τη θεωρητική του κατάρτιση και εξειδίκευση να διαθέτει σημαντική επαγγελματική εμπειρία στην παραγωγή ώστε να είναι σε θέση να μεταφέρει στους σπουδαστές όχι μόνο θεωρητικές αλλά και εφαρμοσμένες γνώσεις.

Σε ό,τι αφορά την εξέλιξη των προγραμμάτων σπουδών, επισημαίνουμε ότι από το 1983 έως το 1994: Τα προγράμματα είχαν σαφή προσανατολισμό στο Ξενοδοχείο. Ενώ από το 1995 - σήμερα: Η προσθήκη ενός εξαμήνου σπουδών (από 6+1 σε 7+1) αναβάθμισε τις σπουδές. Στο επιπλέον εξάμηνο προστίθενται γνωστικά αντικείμενα που έχουν σχέση με το τουριστικό Πρακτορείο. Ένα εύλογο ερώτημα που απασχόλησε και απασχολεί ακόμη και σήμερα τόσο το εκπαιδευτικό προσωπικό όσο και τους σπουδαστές είναι αν τα ΤΕΙ ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις και τις ανάγκες της παραγωγής. Μέχρι την εφαρμογή του Νόμου περί ανωτατοποίησης των Τ.Ε.Ι, η σύνταξη των προγραμμάτων σπουδών ήταν αρμοδιότητα του ΥΠΕΠΘ.

Σήμερα τον ρόλο αυτό αναλαμβάνουν κυρίως τα τμήματα. Δίνεται εμμέσως και η ευκαιρία να υπάρξει συνεργασία με την παραγωγή για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

ΟΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Η αδυναμία ταυτότητας απαντάται σε όλα σχεδόν τα αρχικά τμήματα των ΤΕΙ, ιδιαίτερα δε σε αυτά που έχουν μια γενική κατεύθυνση σε έναν τομέα σπουδών που απαντάται ταυτόχρονα σε πολλά τμήματα ΑΕΙ/ΤΕΙ. Είναι πολύ δύσκολο, για παράδειγμα, να διαφοροποιηθεί ένας υποψήφιος μεταξύ του

τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Λάρισας για παράδειγμα και του αντίστοιχου τμήματος του ΤΕΙ Αθήνας.

Η έως τώρα πολιτική του ΥΠΕΠΘ, συνδυασμένη με το γεγονός ότι δεν έχει ακόμα ολοκληρωθεί η ακαδημαϊκή ανάπτυξη των ιδρυμάτων και των τμημάτων, καθώς και οι επικρατούσες αντιλήψεις σε μεγάλο μέρος της ελληνικής κοινωνίας που εκφράζονται με την επιθυμία των υποψηφίων «να περάσουν σε κάποιο τμήμα ΑΕΙ/ΤΕΙ», δεν έχει επιτρέψει την ανάπτυξη ταυτότητας του τμήματος, και κατ' επέκταση των περισσότερων τμημάτων ΤΕΙ, αλλά και ΑΕΙ.

Η ανάπτυξη ταυτότητας των ιδρυμάτων θα συντελέσει στην αυξημένη προτίμηση του τμήματος από τους υποψηφίους, αλλά και στη δημιουργία ενός κλίματος που θα χαρακτηρίζεται από «οράματα», στόχους και συνεχή προσπάθεια διατήρησης και ανάδειξής του. Σε συνδυασμό με τις παρατηρούμενες αλλαγές στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρωπαϊκή Ένωση, που τις χαρακτηρίζει κυρίως η ανοικτή πρόσβαση των υποψηφίων στα ιδρύματα, η ανάδειξη ταυτότητας είναι αναγκαία για την επιβίωση του τμήματος σε συνθήκες ανταγωνισμού μεταξύ των τμημάτων, που ναι μεν δεν έχουν παρατηρηθεί ακόμη στην Ελλάδα, αλλά αναμένεται να παρατηρηθούν σύντομα, ιδιαίτερα δε όταν η προσφορά θέσεων θα υπερκαλύπτει τη ζήτηση εκ μέρους των υποψηφίων.

Μειωμένη Δραστηριότητα Ερευνητικού Έργου

Συνέπεια του παραπάνω, αλλά και του γεγονότος ότι τα ΤΕΙ μετεξελίχθηκαν από τα ΚΑΤΕΕ, είναι ότι το ερευνητικό έργο δεν αποτελούσε ποτέ μία από τις προτεραιότητες στο έργο του εκπαιδευτικού προσωπικού, στα καθήκοντα του οποίου βαρύνουσα θέση κατείχε η διδασκαλία και η εργαστηριακή εφαρμογή, αντίθετα με ό,τι συμβαίνει στα ΑΕΙ.

-Μια μεγαλύτερη έμφαση από το εκπαιδευτικό προσωπικό σε ερευνητικές δραστηριότητες θα ωφελούσε το τμήμα στα ακόλουθα: α) την πιο άμεση παρακολούθηση των εξελίξεων της επιστήμης β) την παροχή κινήτρων προς τους σπουδαστές και δυνατοτήτων συμμετοχής τους σε ερευνητικές

δραστηριότητες και γ) τη σύνδεση των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων του τμήματος με τον κόσμο της παραγωγής.

Έλλειψη Κατευθύνσεων - Ανταγωνισμός Με Ομοειδή Τμήματα ΑΕΙ Γενικής Κατεύθυνσης

Η έως τώρα γραφειοκρατική αντιμετώπιση των ΤΕΙ από πλευράς ΥΠΕΠΘ ως προς τη δυνατότητα τους να ανανεώνουν τα προγράμματα σπουδών δημιουργώντας εξειδικεύσεις/κατευθύνσεις έχει ως αποτέλεσμα τη διατήρηση μόνον μίας γενικής κατεύθυνσης τουριστικών επιχειρήσεων, αντί της πιθανής δημιουργίας εξειδικευμένων κατευθύνσεων με βάση έναν κεντρικό πυρήνα σπουδών. Το αποτέλεσμα είναι οι απόφοιτοι του τμήματος να αντιμετωπίζονται στην αγορά εργασίας ως κάτοχοι γενικών γνώσεων.

Η δημιουργία κατευθύνσεων θα επέτρεπε:

1. Τη βελτίωση της ποιότητας του παραγόμενου εκπαιδευτικού έργου, λόγω της μείωσης του αριθμού των σπουδαστών στα μαθήματα εξειδίκευσης που θα έχει ως συνέπεια την πιο ενεργό συμμετοχή τους και την εφαρμογή μοντέρνων εκπαιδευτικών μεθοδολογιών.
2. Την καλύτερη τοποθέτηση των αποφοίτων στην αγορά εργασίας δίνοντας τους σαφή συγκριτικά αποτελέσματα.

4.3 Σ.Τ.Ε. ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΣ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Οι Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης, (έτος ίδρυσης 1937), αποτελούν τον εξειδικευμένο κρατικό φορέα παροχής τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα. Είναι Ν.Π.Δ.Δ. και εποπτεύονται από το υπουργείο Ανάπτυξης.

Οι Σ.Τ.Ε. περιλαμβάνουν σήμερα την πρώην Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών και τις Σχολές Ξεναγών.

Η νέα μορφή των σχολών σηματοδοτεί και το σύγχρονο ρόλο τους για την αναδιοργάνωση και τον εκσυγχρονισμό της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στη χώρα μας και τη δημιουργία ενός σύγχρονου συστήματος

πιστοποίησης των επαγγελματικών προσόντων στον τουριστικό τομέα, υποστηρίζουν οι εκπρόσωποι της σχολής

Με το νέο θεσμικό πλαίσιο που προτείνεται για τις σχολές τουριστικής εκπαίδευσης και έχει ήδη δοθεί στους φορείς του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού, στο πλαίσιο του κοινωνικού διαλόγου, βασικός στρατηγικός στόχος, για την υποστήριξη της τουριστικής ανάπτυξης, της βελτίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών, είναι η αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.

Επισημαίνεται από πλευράς της Σ.Τ.Ε. και τονίζεται πως οι σύγχρονες συνθήκες υπαγορεύουν την ύπαρξη ενός αξιόπιστου και ικανού φορέα που θ' αναλάβει υπεύθυνα και ολοκληρωμένα την υποστήριξη του ανθρώπινου δυναμικού του τουριστικού κλάδου, με τη συνεργασία και την εμπιστοσύνη όλων των εμπλεκόμενων φορέων. Στόχοι της πολιτικής των Σ.Τ.Ε. είναι:

- ✓ Η συστηματική παρακολούθηση των συνθηκών που διαμορφώνονται στην αγορά εργασίας και η προσαρμογή του εκπαιδευτικού έργου στις ανάγκες της αγοράς αυτής.
- ✓ Η διαμόρφωση τομεακής πολιτικής τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης με ενιαία πρότυπα και υψηλή ποιότητα.
- ✓ Η εξυπηρέτηση των στόχων της τουριστικής πολιτικής για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος και τη δυναμική ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων.
- ✓ Η διασύνδεση της εκπαίδευσης με την παραγωγή και η αύξηση της απορρόφησης των αποφοίτων των Σχολών Τουριστικής Εκπαίδευσης.
- ✓ Η ενίσχυση της συνεργασίας σε εθνικό και διεθνικό επίπεδο με τους τουριστικούς και τους εκπαιδευτικούς φορείς.
- ✓ Η υποστήριξη της εθνικής προσπάθειας για τη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων και της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας.

Οι Σ.Τ.Ε. διαθέτουν σήμερα:

- ✓ Δεκαέξι (16) σύγχρονες εκπαιδευτικές μονάδες σε δέκα (10) πόλεις της Ελλάδας.
- ✓ Οικοτροφεία για τη στέγαση των μαθητών.

✓ Γραφείο Διασύνδεσης - Σταδιοδρομίας σε άμεση επαφή με την αγορά εργασίας για την προώθηση της απασχόλησης των αποφοίτων.

✓ Τρεις (3) ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν κατά τη θερινή περίοδο.

Τα προγράμματα σπουδών για τις ξενοδοχειακές, επισιτιστικές και τουριστικές ειδικότητες περιλαμβάνουν:

✓ Θεωρητική και εργαστηριακή εκπαίδευση,

✓ Πρακτική άσκηση σε ξενοδοχειακές και τουριστικές επιχειρήσεις της Ελλάδας και του εξωτερικού.

✓ Εκπαιδευτικές εκδρομές.

Η εκπαίδευση στις Σχολές Ξεναγών περιλαμβάνει:

✓ Θεωρητικά μαθήματα.

✓ Σεμινάρια

✓ Εκπαιδευτικές εκδρομές.

Οι Σ.Τ.Ε. παρέχουν επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση υψηλού επιπέδου για τα ξενοδοχειακά, επισιτιστικά και τουριστικά επαγγέλματα σε όλα τα επίπεδα σπουδών. Λειτουργούν οι παρακάτω Σχολές με ειδικότητες:

✓ Σχολές Τριτοβάθμιας Τουριστικής Εκπαίδευσης (Α.Σ.Τ.Ε.) Ρόδου και Αγίου Νικολάου Κρήτης.

Στελέχη Διοίκησης ξενοδοχειακών και τουριστικών επιχειρήσεων. Διάρκεια φοίτησης: 3 εκπαιδευτικά έτη - 9 μήνες εποπτευόμενη πρακτική άσκηση.

Η εισαγωγή σπουδαστών γίνεται μέσω του ισχύοντος συστήματος πρόσβασης στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.

✓ Σχολές Ξεναγών στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Κέρκυρα, Ρόδο και Μυτιλήνη.

Διάρκεια φοίτησης: 2,5 έτη.

✓ Δευτεροβάθμια και Μεταδευτεροβάθμια Τεχνική Επαγγελματική Εκπαίδευση σε 8 Εκπαιδευτήρια στην Ανάβυσσο Αττικής, Πειραιά Θεσ/νίκης, Ηράκλειο, Αλεξανδρούπολη, Κέρκυρα, Γαλαξίδι, Ναύπλιο και Ρόδο.

Σήμερα λειτουργούν: Ειδικότητες

✓ Ξενοδοχειακής - Εστιατορικής τεχνικής

✓ Μαγειρικής τέχνης

✓ Ζαχαροπλαστικής τέχνης

για αποφοίτους Γυμνασίου Α' - Β' Λυκείου και αποφοίτους Λυκείου ή ΤΕΣ.
Τμήματα

✓ Στελεχών Τουριστικών Γραφείων και

✓ Στελεχών Οργάνωσης Ψυχαγωγίας (Animateurs) για αποφοίτους Λυκείου.

Διάρκεια φοίτησης: 2 εκπαιδευτικά έτη - 3 μήνες εποπτευόμενη πρακτική άσκηση

Η εισαγωγή των μαθητών για όλες τις ειδικότητες γίνεται με σύστημα μοριοδότησης και για τα τμήματα με εισαγωγικές εξετάσεις με μέριμνα και ευθύνη των Σ.Τ.Ε.

✓ Τμήματα εξειδίκευσης

- Μαγειρική τέχνη - ελληνική παραδοσιακή κουζίνα, ελληνική παραδοσιακή ζαχαροπλαστική, διακόσμηση, πολυτελείς παρασκευές μαγειρικής.

- Οργάνωση - Λειτουργία υποδοχής.

- Οργάνωση - Λειτουργία Επισιτιστικών Επιχειρήσεων.

- Οργάνωση - Λειτουργία ορόφων.

- Οργάνωση - Λειτουργία - Μπαρ - Οινολογία. Εκπαιδευτική περίοδος: Νοέμβριος - Απρίλιος.

Για αποφοίτους Τ.Ε.Σ., Τ.Ε.Ε. Δημόσιας και ιδιωτικής τουριστικής Εκπαίδευσης αναγνωρισμένης από ΥΠΕΠΘ.

✓ Τμήματα Μετεκπαίδευσης εμπειροτεχνιτών εργαζομένων και εποχιακά ανέργων διαφόρων ειδικοτήτων λειτουργούν σε πολλές πόλεις της Ελλάδας προκειμένου να συμπληρώσουν και εκσυγχρονίσουν τις γνώσεις τους.

✓ Προγράμματα άτυπης συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης υλοποιούν οι Σ.Τ.Ε. ως πιστοποιημένο Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης (Κ.Ε.Κ. - Σ.Τ.Ε.) για ανέργους ή εργαζομένους στον τουριστικό τομέα

Ευρωπαϊκές και διεθνείς συνεργασίες

Οι ΣΤΕ είναι:

✓ Ιδρυτικό μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης Ξενοδοχειακών και Τουριστικών Σχολών (ΑΕΗΤ).

- ✓ Ενεργό μέλος της παγκόσμιας Ένωσης Σχολών Τουριστικής Εκπαίδευσης (AMFORT).
- ✓ Μέλος διεθνών εκπαιδευτικών και τουριστικών οργανισμών (IHRA, ITT, HORECA, WTO, IHA, HSMA).

Στο πλαίσιο της συνεργασίας με ομόλογους ευρωπαϊκούς οργανισμούς οι Σ.Τ.Ε:

- ✓ Συμμετέχουν σε ευρωπαϊκά προγράμματα ανταλλαγών σπουδαστών για πρακτική άσκηση σε ευρωπαϊκές ξενοδοχειακές και τουριστικές επιχειρήσεις.
- ✓ Χορηγούν υποτροφίες σε αποφοίτους της για περαιτέρω σπουδές στο εξωτερικό.
- ✓ Συμμετέχουν σε διεθνείς διαγωνισμούς δεξιοτήτων σπουδαστών με συνεχείς τιμητικές διακρίσεις.
- ✓ Διοργανώνουν εκπαιδευτικές επισκέψεις στο εξωτερικό (συμμετοχές σε συνέδρια, σεμινάρια) για τη συνεχή επιμόρφωση του εκπαιδευτικού τους προσωπικού.
- ✓ Πραγματοποιούν επιμορφωτικά προγράμματα για σπουδαστές και εργαζομένους από αναπτυσσόμενες χώρες. Βασικά μέσα επίτευξης των στόχων των Τουριστικών Σχολών της Σ.Τ.Ε. είναι το γεγονός ότι λειτουργούν σε ξενοδοχειακό χώρο, ώστε οι μαθητές-οικότροφοι και μη, να έχουν την ευκαιρία αφενός να εφαρμόζουν στην πράξη τις θεωρητικές γνώσεις που αποκτούν μέσα στην τάξη και αφετέρου να εξοικειώνονται με το περιβάλλον και να προετοιμάζονται για την απρόσκοπτη ένταξη τους στην παραγωγική διαδικασία και στις απαιτήσεις του επαγγέλματος. Η φοίτηση και η διαμονή των μαθητών στη σχολή αποτελεί σημαντικό παράγοντα στη διαμόρφωση ουσιαστικών χαρακτηριστικών της προσωπικότητας ατόμων που θα απασχοληθούν στα τουριστικά επαγγέλματα, όπως είναι η σωστή κοινωνική συμπεριφορά, η ευγένεια, οι άμεμπτοι τρόποι, ο σεβασμός του έμψυχου και άψυχου περιβάλλοντος.

4.4 ΑΝΩΤΕΡΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ Α.Σ.Τ.Ε.Ρ.

Η λειτουργία της Ανώτερης Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών Ρόδου (Α.Σ.Τ.Ε.Ρ.) στοχεύει στην κατάρτιση ικανών και κατάλληλων στελεχών για

ξενοδοχειακές επισιτιστικές και λοιπές επιχειρήσεις που περιλαμβάνονται στον τουριστικό τομέα. Το οικοτροφείο, το οποίο λειτουργεί στο κτίριο των σχολών δίδει στους σπουδαστές τη δυνατότητα της δωρεάν διαμονής και διατροφής.

Οι προϋποθέσεις φοίτησης και η διαδικασία εισαγωγής ορίζονται από το υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων στο πλαίσιο των Πανελληνίων Εξετάσεων για εισαγωγή υποψηφίων στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση.

Η φοίτηση διαρκεί τρία χρόνια.

Κάθε εκπαιδευτική περίοδος περιλαμβάνει δύο κύκλους σπουδών:

α) Τον Θεωρητικό, που αρχίζει το μήνα Οκτώβριο κάθε σχολικού έτους και λήγει τον Ιούνιο.

β) Τον Πρακτικό, που αποτελεί συνέχεια του θεωρητικού. Αρχίζει τον Ιούλιο και λήγει στο τέλος Σεπτεμβρίου. Κατά το διάστημα αυτό, ο σπουδαστής πραγματοποιούν με μέριμνα της σχολής την πρακτική τους άσκηση σε ξενοδοχειακές μονάδες της Σ.Τ.Ε. αλλά και σε ιδιωτικές επιχειρήσεις. Η πρακτική άσκηση είναι αναπόσπαστη συνέχεια της εκπαίδευσης τους, δεδομένου ότι τους δίδει τη δυνατότητα εφαρμογής στο επάγγελμα όλων όσων διδάχθηκαν θεωρητικά στη σχολή. Βεβαίως στη Ρόδο λειτουργεί και η ΤΕΕΣΤΕ (δευτεροβάθμια εκπαίδευση) και οι ειδικότητες ξενοδοχειακής-εστιατορικής τεχνικής, Μαγειρικής τέχνης και Ζαχαροπλαστικής τέχνης (διετούς φοίτησης), καθώς επίσης και τμήμα Στελεχών τουριστικών γραφείων. Από τη συγκεκριμένη σχολή αποφοιτούν κάθε χρόνο περίπου 80 σπουδαστές διαφόρων ειδικοτήτων, από τους οποίους το μεγαλύτερο ποσοστό ασχολείται σε ξενοδοχειακές μονάδες και τουριστικά γραφεία ως βασικό προσωπικό αρχικά και με προοπτικές καλής επαγγελματικής εξέλιξης.

Η σχολή, παρέχει στους αποφοίτους τη δυνατότητα μετεκπαίδευσης σε διάφορες χώρες του εξωτερικού με τη χορήγηση υποτροφιών για σπουδές ή διευκόλυνση τους για περαιτέρω πρακτική άσκηση. Κατά τακτά χρονικά διαστήματα, οι μαθητές των Εκπαιδευτηρίων Ρόδου συμμετέχουν με επιτυχία σε διαγωνισμούς εντός Ελλάδας, αλλά και σε διάφορες χώρες της Ευρώπης, αποσπώντας βραβεία και διακρίσεις, προβάλλοντας επάξια τόσο το έργο που πραγματοποιείται στη σχολή αλλά και την προβολή του τόπου μας.

Μετεκπαίδευση

Κάθε χρόνο, σε διάφορες πόλεις της χώρας μας, λειτουργούν τμήματα Μετεκπαίδευσης στην Ξενοδοχειακή τεχνική, Εστιατοριακή τεχνική, Οροφοκομία, Μαγειρική και Ζαχαροπλαστική τέχνη.

Τα μαθήματα προορίζονται για άτομα που ήδη εργάζονται στο επάγγελμα. Με τη φοίτηση στα τμήματα της Μετεκπαίδευσης οι εργαζόμενοι επιτυγχάνουν την τελειοποίηση και συστηματοποίηση των επαγγελματικών γνώσεων που ήδη έχουν αποκτήσει με τη μέχρι τώρα εργασία τους.

Οι απόφοιτοι

Οι Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών χορηγούν κάθε χρόνο αριθμό υποτροφιών σε αποφοίτους τους, για περαιτέρω σπουδές σε διεθνώς αναγνωρισμένα πανεπιστήμια και τουριστικές σχολές κατόπιν εξετάσεων μεταξύ ενδιαφερομένων υποψηφίων. Οι υποτροφίες απευθύνονται σε απόφοιτους των Ανωτέρω Σχολών Τουριστικής Εκπαίδευσης Α.Σ.Τ.Ε.Ρ. και ΤΕΕΣΤΕ διαφόρων ειδικοτήτων, αποφοίτους Λυκείου.

Οι υπότροφοι, μετά το πέρας των σπουδών, απασχολούνται στις Σ.Τ.Ε. ως εκπαιδευτές.

4.5 ΑΝΩΤΑΤΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΑ ΕΝ ΕΛΛΑΔΙ

Προγράμματα μεταπτυχιακών σπουδών σε τρία Πανεπιστήμια της χώρας (Αιγαίου, Πειραιά και Ανοικτό Πανεπιστήμιο Πάτρας) στοχεύουν στην επιστημονική κατάρτιση των φοιτητών στον τουρισμό. Θα αναφερθούμε ενδεικτικά στα δύο απ' αυτά:

✓ Σχεδιασμός, Διοίκηση και πολιτική του τουρισμού (Π. Αιγαίου)

Το Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σχεδιασμός - Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού» λειτουργεί από το ακαδημαϊκό έτος 1998-1999, στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης του Πανεπιστημίου Αιγαίου. Σχεδιάζεται, οργανώνεται και υλοποιείται από τα Τμήματα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Περιβάλλοντος Γεωγραφίας και Κοινωνικής Ανθρωπολογίας του Πανεπιστημίου Αιγαίου. Πλαισιώνεται από ένα

σημαντικό αριθμό διδασκόντων ειδικευμένων στον τουρισμό και προωθεί τη συνεργασία με έμπειρους επιστήμονες και επαγγελματίες από την Ελλάδα και το εξωτερικό, καθώς και με πανεπιστήμια, φορείς και επιχειρήσεις με ειδίκευση στον Τουρισμό.

Στόχοι του Προγράμματος

Το Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στο Σχεδιασμό, τη Διοίκηση και την Πολιτική του Τουρισμού προσφέρει για πρώτη φορά στην Ελλάδα, οργανωμένες μεταπτυχιακές σπουδές στον Τουρισμό. Παρέχει τεκμηρίωση σε μελέτες και έρευνες του τουριστικού φαινομένου που περιλαμβάνει Συλλογή 1.000 περίπου τόμων σε θέματα Τουρισμού, καθώς και αρχείο μελετών (χωροταξικών, κλαδικών) και δεδομένων του ελληνικού Τουρισμού από το 1920 μέχρι σήμερα. Επιπλέον, γίνονται σεμινάρια και διαλέξεις από ερευνητές στελέχη επιχειρήσεων και της πολιτικής από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Σημαντική είναι η δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας των φοιτητών με το διδακτικό, ερευνητικό και διοικητικό προσωπικό και άνετης αξιοποίησης της εκπαιδευτικής και ερευνητικής υποδομής που περιλαμβάνει: υπολογιστικό κέντρο, χρήση δικτύων Ariadne, Internet και Αιγαίο - NET, εργαλείων χαρτογραφίας - GIS πολυμέσων και εκπαίδευσης από απόσταση. Τέλος πρέπει να αναφέρουμε τη διαμονή στις σύγχρονες φοιτητικές κατοικίες της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης, οι οποίες βρίσκονται σε παραλιακή τοποθεσία και σε απόσταση 5 χλμ. από το κέντρο της πόλης.

Μεταπτυχιακοί Τίτλοι:

Το ΠΜΣ απομένει:

1. Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης (Μ.Δ.Ε.): «Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού».
2. Διδακτορικό Δίπλωμα.

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών για την Απόκτηση Διπλώματος Ειδίκευσης

Απευθύνεται σε πτυχιούχους Ιδρυμάτων Ανωτάτης Εκπαίδευσης της ημεδαπής ή της αλλοδαπής από τμήματα:

- ✓ Οικονομικών Σπουδών και Διοίκησης Επιχειρήσεων
- ✓ Περιβάλλοντος Πολιτικής Επιστήμης και Δημόσιας Διοίκησης
- ✓ Κοινωνικής Ανθρωπολογίας
- ✓ Κοινωνιολογίας
- ✓ Γεωγραφίας
- ✓ Περιφερειακής Ανάπτυξης και Χωροταξίας
- ✓ Πολυτεχνικών Σχολών και Τμημάτων Αρχιτεκτονικής, Χωροταξίας και Πολεοδομίας και Μηχανικών,
- ✓ Νομικών
- ✓ Φιλοσοφικών Σχολών
- ✓ Πληροφορικής
- ✓ Μ.Μ.Ε.
- ✓ Θετικών Επιστημών ΑΕΙ

Υπό προϋποθέσεις, μπορούν να γίνουν δεκτοί πτυχιούχοι Τμημάτων ΤΕΙ, αντίστοιχων με τα παραπάνω τμήματα.

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών για την Απόκτηση Διδακτορικού Διπλώματος

Απευθύνεται σε κατόχους τους Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης του ίδιου Διατμηματικού Προγράμματος Σπουδών, Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, στις Οικονομικές Επιστήμες και στον Τουρισμό της Ημεδαπής ή ομοταγών αναγνωρισμένων ιδρυμάτων της αλλοδαπής. Σε εξαιρετικές περιπτώσεις, γίνονται δεκτοί κάτοχοι άλλων διπλωμάτων ειδίκευσης ΠΜΣ ή μη κάτοχοι διπλωμάτων ειδίκευσης.

Σύνδεση με Αγορά Εργασίας

Οι απόφοιτοι του Προγράμματος μπορούν να απασχοληθούν σε:

- ✓ Κέντρα Ερευνών μακροοικονομικής, μικροοικονομικής και κοινωνιολογικής μελέτης του τουριστικού φαινομένου.
- ✓ Κέντρα Ερευνών μακροοικονομικής, μικροοικονομικής και κοινωνιολογικής μελέτης του τουριστικού φαινομένου
- ✓ Κέντρα και γραφεία φυσικού και οικονομικού σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης.
- ✓ Δημόσιες και ιδιωτικές υπηρεσίες τουριστικού consulting.
- ✓ Τμήματα ερευνών συλλογικών φορέων στον Τουρισμό.
- ✓ Κέντρα ερευνών τουριστικής αγοράς.
- ✓ Υπηρεσίες και φορείς διοίκησης και διαχείρισης θαλάσσιου, ορεινού, οικολογικού και άλλων μορφών τουρισμού.
- ✓ Υπηρεσίες και φορείς διοίκησης και διαχείρισης μουσείων, αρχαιολογικών τόπων, φυσικών και θεματικών πάρκων.

Κατηγορίες Πτυχιούχων που Γίνονται Δεκτοί

Το Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού» απευθύνεται σε πτυχιούχους Ιδρυμάτων Ανωτάτης Εκπαίδευσης της ημεδαπής ή της αλλοδαπής από τμήματα α) Οικονομικών Σπουδών και Διοίκησης Επιχειρήσεων β) Περιβάλλοντος, Πολιτικής Επιστήμης και Δημόσιας Διοίκησης γ) Κοινωνικής Ανθρωπολογίας δ) Κοινωνιολογίας ε) Γεωγραφίας στ) Περιφερειακής Ανάπτυξης και Χωροταξίας ζ) Πολυτεχνικών Σχολών και Τμημάτων Αρχιτεκτονικής Χωροταξίας και Πολεοδομίας και Μηχανικών ΑΕΙ. Υπό προϋποθέσεις, μπορούν να γίνουν δεκτοί πτυχιούχοι Τμημάτων ΤΕΙ, σχετικών με τον Τουρισμό και τη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων ή αντίστοιχων με τα παραπάνω τμήματα. Επίσης το Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σχεδιασμός, Διοίκησης και Πολιτική του Τουρισμού» παρέχει τη δυνατότητα απόκτησης Διδακτορικού Διπλώματος. Απευθύνεται σε κατόχους του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης του ίδιου Διατμηματικού Προγράμματος Σπουδών ή ισοδύναμου ΜΔΕ της ημεδαπής ή αλλοδαπής. Σε εξαιρετικές περιπτώσεις, γίνονται δεκτοί κάτοχοι Διπλωμάτων Ειδίκευσης άλλου ΠΜΣ ή μη κάτοχοι Διπλωμάτων Ειδίκευσης.

Κριτήρια Επιλογής

1. Βαθμός Πτυχίου
2. Επίδοση σε προπτυχιακά μαθήματα σχετικά με την ειδίκευση.
3. Αποδεδειγμένη επάρκεια της Αγγλικής ή άλλης ξένης γλώσσας.
4. Προηγούμενη ερευνητική δραστηριότητα.
5. Αξιολόγηση συστατικών επιστολών.
6. Προσωπική συνέντευξη.
7. Κάθε άλλο στοιχείο σχετικό με τα προσόντα του/της υποψηφίου / ας που αποδεικνύονται από τα δικαιολογητικά που κατατέθηκαν.
8. Για τους υποψήφιους διδακτορικού διπλώματος θα συνυπολογιστεί η πρόταση θέματος διατριβής, την οποία οφείλουν και να καταθέσουν.

Αριθμός εισακτέων

Το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Ειδίκευσης δέχεται περί τους είκοσι πέντε (25) φοιτητές ετησίως.

Χρονική Διάρκεια Σπουδών

Η χρονική διάρκεια για την απονομή των τίτλων ορίζεται για το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης (ΜΔΕ) σε τρία (3) εξάμηνα. Με απόφαση της ΕΔΕ και έγκριση της Συγκλήτου, το ΔΠΜΣ μπορεί να εντατικοποιηθεί έτσι ώστε να πληροί τις εκπαιδευτικές απαιτήσεις του αρθρ. 6 της απόφασης αυτής και η χρονική του διάρκεια να μειωθεί στις ελάχιστες απαιτήσεις του Ν. 2083/92, δηλαδή τουλάχιστον ένα (1) πλήρες ημερολογιακό έτος από το οποίο 3 μήνες θα διατίθενται για τη συγγραφή της μεταπτυχιακής διπλωματικής διατριβής. Κάθε εξάμηνο περιλαμβάνει δεκατρείς (13) διδακτικές εβδομάδες και δύο εβδομάδες για εξετάσεις.

Μεταξύ του β' και γ' εξαμήνου, προβλέπεται θερινή πρακτική άσκηση στο γνωστικό πεδίο του ΠΜΣ.

Για θέματα που αφορούν τη λειτουργία του ΔΠΜΣ και προβλέπεται να ρυθμίζονται από τον κανονισμό Μεταπτυχιακών Σπουδών, μέχρι την ψήφιση του Κανονισμού αυτού αποφασίζει η ΕΔΕ.

Πρόγραμμα Μαθημάτων Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

- ✓ Οικονομική του Τουρισμού
- ✓ Κοινωνιολογία του Τουρισμού
- ✓ Ανθρωπολογία του Τουρισμού
- ✓ Τουριστική ανάπτυξη και τουριστική πολιτική
- ✓ Ποσοτικές Μέθοδοι
- ✓ Γεωγραφικά συστήματα πληροφοριών – χαρτογραφία
- ✓ Γεωγραφία του Τουρισμού
- ✓ Τουρισμός και περιβάλλον.

Β' ΕΞΑΜΗΝΟ

- ✓ Σχεδιασμός στον τουρισμό και κατάρτιση σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης.
- ✓ Οργάνωση και διοίκηση του τουρισμού και των τουριστικών επιχειρήσεων και Διαχείριση ανθρώπινων πόρων στον τουριστικό τομέα.
- ✓ Μεθοδολογία των κοινωνικών επιστημών.
- ✓ Εφαρμογές πληροφοριακών συστημάτων στη διοίκηση Τουρισμού και τουριστικών επιχειρήσεων.
- ✓ Χρηματοδότηση Τουρισμού οικονομική των τουριστικών επιχειρήσεων.
- ✓ Τουριστικό μάρκετινγκ και έρευνα αγοράς.
- ✓ Περιφερειακή - τοπική ανάπτυξη και τουρισμός.
- ✓ Τουρισμός και πολιτισμός.

Γ' ΕΞΑΜΗΝΟ

Διπλωματική εργασία.

Υλικοτεχνική Υποδομή

Για τη λειτουργία του ΠΜΣ χρησιμοποιείται το σύνολο της υλικοτεχνικής υποδομής τους Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων (αίθουσες διδασκαλίας, βιβλιοθήκης, υπολογιστικό κέντρο) στη Χίο, όπως επίσης και τα συναφή με το αντικείμενο του ΠΜΣ εργαστήρια των Τμημάτων Περιβάλλοντος Κοινωνικής Ανθρωπολογίας και Γεωγραφίας, στη Μυτιλήνη. Χάρη στην εκτεταμένη υποστήριξη της χιακής κοινωνίας η Σχολή Επιστημών της Διοίκησης

υποστηρίζεται από ανεπτυγμένη κτιριακή υποδομή και σύγχρονες εγκαταστάσεις.

Δίδακτρα - Υποτροφίες

Υποψήφιοι που συγκεντρώνουν τα αναγκαία προσόντα μπορούν να διεκδικήσουν υποτροφίες από εθνικά και ευρωπαϊκά ιδρύματα π.χ. ΙΚΥ, European Science Foundation, NATO ή και από ιδιωτικούς φορείς όπως από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ), το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΞΕΕ), ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και οργανώσεις ξενοδόχων, κληροδοτήματα, ημιδημόσιους φορείς και την Τοπική Αυτοδιοίκηση. Προβλέπεται, επίσης για όλους τους μεταπτυχιακούς φοιτητές η καταβολή διδάκτρων. Ο τρόπος καταβολής και το ύψος των διδάκτρων ορίζονται με απόφαση της Συγκλήτου του Πανεπιστημίου Αιγαίου μετά από εισήγηση της Ειδικής Διατμηματικής Επιτροπής.

Από το 2002, διευθυντής στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών του Πανεπιστημίου Αιγαίου με τίτλο «Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού» είναι ο κ. Πάρις Τσάρτας, αναπληρωτής Καθηγητής Τουριστικής Ανάπτυξης στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, όπου από το 1996 διδάσκει σειρά μαθημάτων σχετικών με το γνωστικό αντικείμενο του Τουρισμού. Μέλος ΣΕΠ και Συντονιστής στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και Τουριστικών Επιχειρήσεων και Τουρισμού του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου στη θεματική ενότητα: Τουριστικός Τομέας.

Είναι απόφοιτος του Οικονομικού Τμήματος της Ανώτατης Βιομηχανικής Σχολής Πειραιά και Διδάκτορας του Τμήματος Κοινωνιολογίας της Παντείου Σχολής Πολιτικών Επιστημών.

Έχει δημοσιεύσει μεγάλο αριθμό βιβλίων, αλλά και άρθρων σε έγκριτα περιοδικά του ελληνικού και ξένου Τύπου, έχει εκπονήσει σημαντικό αριθμό ερευνητικών προγραμμάτων και μελετών και είναι κριτής και σύμβουλος σύνταξης σε πολλά επιστημονικά περιοδικά.

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

Σπουδές με επιλογή κατεύθυνσης και τον Τουρισμό

Το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου λειτουργεί από το 1985 στη Χίο. Το Πρόγραμμα Σπουδών δίνει ευκαιρίες διαμόρφωσης συνδυασμών μαθημάτων, ανάλογα με τις προσωπικές προτιμήσεις και τον επαγγελματικό προσανατολισμό του κάθε φοιτητή, στο πλαίσιο πέντε κατευθύνσεων στις οποίες εξελίσσεται το πρόγραμμα σπουδών και οι οποίες περιλαμβάνουν:

- ✓ Λογιστική – Χρηματοοικονομική
- ✓ Marketing
- ✓ Διοίκηση Τουρισμού
- ✓ Επιχειρηματική Οικονομική
- ✓ Διοίκηση Επιχειρήσεων και Νέες Τεχνολογίες

Το Πρόγραμμα σπουδών περιλαμβάνει εξισορροπημένες ομάδες Μαθημάτων Υποδομής (Στατιστική, Οικονομετρία, Οικονομική Θεωρία, Λογιστική, Κοινωνιολογία, Δίκαιο, Πληροφορική) Διοίκησης και Οργάνωσης Επιχειρήσεων (Διοίκηση Παραγωγής, Χρηματοοικονομική Διοίκηση, Μάρκετινγκ, Πωλήσεις, Στρατηγική Επιχειρήσεων) και εξειδικευμένου επαγγελματικού ενδιαφέροντος (Τραπεζικό Μάρκετινγκ, Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, Διεθνείς Οικονομικές Σχέσεις, Ανάλυση και σχεδιασμός Συστήματος Πληροφορικής, Διαφήμιση). Η μοναδική, για τα ελληνικά πανεπιστήμια, αναλογία διδασκόντων - διαμορφώνει άριστες προϋποθέσεις για την αποτελεσματικότερη εκπαίδευση των φοιτητών.

Παράλληλα, οι καθηγητές είναι σύμβουλοι των φοιτητών και βρίσκονται σε ουσιαστική επαφή μαζί τους σε όλη τη διάρκεια των σπουδών τους.

Αναπτύσσει πολυποίκιλες δραστηριότητες σύνδεσης με τον επιχειρηματικό χώρο, όπως είναι το Πρόγραμμα Πρακτικής Άσκησης των φοιτητών σε επιχειρήσεις, οι εκπαιδευτικές επισκέψεις των φοιτητών σε επιχειρήσεις, οι διαλέξεις στελεχών επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο κ.τ.λ. Όλες

αυτές οι δραστηριότητες συνδέουν τη θεωρία με την πράξη, παρέχοντας έτσι στους φοιτητές ακόμη περισσότερα εφόδια για τη σταδιοδρομία τους.

Διαθέτει άριστη υλικοτεχνική υποδομή, Βιβλιοθήκη, Κέντρο Πληροφορικής Δίκτυο του Πανεπιστημίου Αιγαίου (ΑΙΓΑΙΟΝΕΤ) με 24ωρη πρόσβαση στα διεθνή δίκτυα υπολογιστών (INTERNET) και Οπτικοακουστικό Κέντρο, που συνεισφέρουν στην αποτελεσματικότερη κατάρτιση των φοιτητών σε συνδυασμό με το Πρόγραμμα Σπουδών. Οργανώνει μορφωτικές ανταλλαγές φοιτητών με άλλα Πανεπιστήμια της Ευρώπης, στο πλαίσιο ευρωπαϊκών προγραμμάτων (Socrates/Erasmus, ειδικές διαπανεπιστημιακές συμφωνίες κ.τ.λ.) με στόχο την καλύτερη κατάρτιση των φοιτητών του. Παράλληλα αναπτύσσονται οι διεθνείς φοιτητικές σχέσεις. Απομένει στους φοιτητές του Υποτροφίες και έπαθλα, που χορηγούν διάφορες επιχειρήσεις (τράπεζες, τουριστικές επιχειρήσεις κ.τ.λ.), ιδιώτες, το Δημόσιο αλλά και το ίδιο το Πανεπιστήμιο. Συμμετέχει σε εθνικά και διεθνή Ερευνητικά Προγράμματα παράγοντας νέα γνώση στο αντικείμενο της Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Λειτουργεί Φοιτητική Λέσχη και νεόκτιστο παραθαλάσσιο συγκρότημα σύγχρονων φοιτητικών κατοικιών.

Αναπτύσσονται διάφορες εξωπανεπιστημιακές δραστηριότητες άθληση (πόλο, μπάσκετ, ποδόσφαιρο), κινηματογράφος, θέατρο, χορός, ζωγραφική, φοιτητικός ραδιοφωνικός σταθμός μουσικό τμήμα κ.ά.

(Π. ΠΕΙΡΑΙΑ)

«ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ - MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Το πρόγραμμα έχει διαμορφωθεί τόσο από τις γενικές προδιαγραφές των αντίστοιχων προγραμμάτων Ελληνικών και ξένων ΑΕΙ, όσο και από την ανάγκη το περιεχόμενο και η έμφαση στο πρόγραμμα να αντιστοιχούν στα χαρακτηριστικά της ελληνικής τουριστικής οικονομίας. Το πρόγραμμα διαρκεί 3 εξάμηνα.

Για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού διπλώματος ο μεταπτυχιακός φοιτητής θα πρέπει να παρακολουθήσει και να εξετασθεί επιτυχώς σε όλα τα μαθήματα του προγράμματος (2 εξάμηνα) και στο τρίτο εξάμηνο να εκπονήσει

διπλωματική εργασία. Όλα τα μαθήματα του προγράμματος διδάσκονται κατά κανόνα στην ελληνική γλώσσα, από αγγλική κυρίως βιβλιογραφία. Το πρόγραμμα είναι, ενδεικτικά, το ακόλουθο:

A' Εξάμηνο

- ✓ Αρχές Τουρισμού και Τουριστική Πολιτική
- ✓ Διοίκηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων I
- ✓ Διοίκηση Ταξιδιωτικών και Μεταφορικών Επιχειρήσεων
- ✓ Μάρκετινγκ Τουριστικών Επιχειρήσεων
- ✓ Χρηματοοικονομική
- ✓ Διοικητική Λογιστική

B' Εξάμηνο

- ✓ Επιχειρηματικότητα και Στρατηγική
- ✓ Διοίκηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων II
- ✓ Ειδικά θέματα Μάρκετινγκ
- ✓ Οργανωσιακή Συμπεριφορά και Διοίκηση Προσωπικού
- ✓ Νέες Τεχνολογίες στον Τουρισμό
- ✓ Οικονομοτεχνικές Μελέτες στον Τουρισμό
- ✓ Ποιότητα στις Υπηρεσίες
- ✓ Σεμινάριο Διακεκριμένων Ομιλητών

Γ' Εξάμηνο - Διπλωματική εργασία

Η κάλυψη των δαπανών για τη λειτουργία του μεταπτυχιακού προγράμματος είναι εφικτή μόνο με τη καταβολή διδάκτρων κάθε εξάμηνο από τους μεταπτυχιακούς φοιτητές.

Τούτο αποτελεί βασική προϋπόθεση για την ομαλή λειτουργία του μεταπτυχιακού προγράμματος.

4.6 ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΣΧΟΛΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- 1) ALPINE CENTER
- 2) IST STUDIES
- 3) LE MONDE
- 4) GLION
- 5) ΙΕΚ ΔΕΛΤΑ
- 6) ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ «ΔΟΜΗ»
- 7) ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ «BENEFIT CAREER STUDIES»
- 8) CITY LIBERAL STUDIES
- 9) LE ROCHES
- 10) B.C.A.
- 11) S.H.M.S. (Swiss Hotel Management School)
- 12) S.S.H. (Swiss School of Hotel)
- 13) S.M.U. (Swiss Management University)
- 14) H.I.M. (Hotel Institut Montreux)
- 15) PORTO CARRAS CAMPUS
- 16) ΧΕΝΙΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΠΟΥ ΕΠΛΗΞΑΝ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

5.1 ΤΟ ΗΔΗ ΒΕΒΑΡΗΜΕΝΟ ΚΛΙΜΑ ΕΠΙΔΕΙΝΩΣΕ Η 11 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ

Το γεγονός ότι η συμβολή του στο ΑΕΠ της χώρας μας ξεπερνά το 10% ενώ στις διάφορες υπηρεσίες του απασχολείται τουλάχιστον το 11% του εργατικού δυναμικού, αρκεί ίσως για να δικαιολογήσει την άποψη, ότι ο τουρισμός αποτελεί τη «βαριά βιομηχανία» της Ελλάδας. Ωστόσο το τρομοκρατικό χτύπημα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου 2001 στη Νέα Υόρκη, που προκάλεσε κρίση στον τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο κατάφερε μόνο να επιδεινώσει τα ήδη υπάρχοντα δομικά προβλήματα του ελληνικού τουρισμού.

Η ελληνική τουριστική βιομηχανία υφίσταται τον πολύ σκληρό ανταγωνισμό των υπόλοιπων μεσογειακών χωρών, που με «όπλο» την υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών και τις χαμηλές τιμές αποσπούν διαρκώς μεγαλύτερο τμήμα Ευρωπαίων και Αμερικανών τουριστών. Την ίδια στιγμή, η έλλειψη συντονισμού μεταξύ των φορέων που διαμορφώνουν την τουριστική πολιτική στη χώρα μας, σε συνδυασμό με τις σημαντικότερες ελλείψεις σε τουριστική υποδομή, ευθύνονται σε μεγάλο βαθμό για τη μείωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού, γεγονός που προκαλεί ιδιαίτερο προβληματισμό, εν όψει, μάλιστα, της Ολυμπιάδας του 2004.

Η αναστάτωση που προκλήθηκε στην παγκόσμια τουριστική αγορά από το τρομοκρατικό χτύπημα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου είχε σαφέστατο αντίκτυπο και στον ελληνικό τουρισμό. Ιδιαίτερα αισθητή ήταν η κρίση στα ξενοδοχεία της Αττικής σε ότι αφορά κυρίως τις αφίξεις τουριστών από την Αμερική. Το χτύπημα ακολούθησαν μαζικές ακυρώσεις ταξιδιών, συνέδρων και κρουαζιέρων στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου την οποία υπολογίζεται ότι επισκέφθηκαν κατά τους τελευταίους μήνες τουλάχιστον 30% λιγότεροι Αμερικανοί τουρίστες.

Διπλάσια Μείωση

Σύμφωνα με στοιχεία που εξέδωσε η Ένωση Ξενοδόχων Αττικής, η τουριστική κίνηση στην Αθήνα κατά τους θερινούς μήνες του 2002 ήταν

μειωμένη κατά τουλάχιστον 20% ,ενώ η αντίστοιχη μείωση κατά το 2001 ήταν μόνο 91%. Αυτό αποδίδεται κυρίως στη μεγάλη κάμψη της προσέλευσης στην Αθήνα Αμερικανών τουριστών, οι οποίοι υπολογίζεται ότι αντιπροσωπεύουν κανονικά το 30% των αφίξεων, ενώ μέχρι στιγμής η μείωση των αφίξεων Αμερικανών φτάνει μέχρι και το 50%.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της μελέτης του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), το μερίδιο της αγοράς στον ευρωπαϊκό και διεθνή τουρισμό παρουσιάζει έντονες τάσεις μείωσης κατά τους τελευταίους μήνες, ενώ η επιδείνωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού εντοπίζεται κυρίως στους τομείς της ποιότητας και της τιμής των παρεχόμενων υπηρεσιών. Όπως επισημαίνεται στην ίδια μελέτη, η Ισπανία είναι η μεγαλύτερη ανταγωνίστρια της Ελλάδας στον τουρισμό, ενώ έντονος είναι ο ανταγωνισμός και από άλλες μεσογειακές χώρες που έχουν ως βασικό «ατού» τις χαμηλές τιμές, όπως είναι η Τουρκία, η Τυνησία, η Κροατία, το Ισραήλ αλλά και η Αίγυπτος.

Παράνομα καταλύματα

Σημαντικό παραμένει το πρόβλημα των παράνομων κλινών, που δείχνουν να αυξάνονται ανεξέλεγκτα, αφού το τελευταίο καλοκαίρι οι επιχειρήσεις που δεν είχαν λάβει το ειδικό σήμα του ΕΟΤ υπολογίζονταν σε πάνω από 10.000 σε όλη την Ελλάδα, ωστόσο, λειτουργούσαν προσφέροντας περίπου 30% χαμηλότερες του νόμιμου τιμές. Επίσης, αρνητικό στοιχείο παραμένει για τον ελληνικό τουρισμό το γεγονός ότι η χώρα μας κατέχει μόνο το 2% της ευρωπαϊκής αγοράς επαγγελματικών ταξιδιών, κάτι που οφείλεται κυρίως στις σημαντικότερες ελλείψεις που παρουσιάζει η Ελλάδα στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού.

Βεβαίως, η μείωση της τουριστικής κίνησης είχε εκδηλωθεί αρκετό καιρό πριν από το τρομοκρατικό χτύπημα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου. Υπολογίζεται ότι τον περασμένο Ιούλιο η μείωση της τουριστικής κίνησης στη Ρόδο έφτανε το 10 - 12%, ενώ η τουριστική περιοχή του Ηρακλείου παρουσίαζε κατά το ίδιο διάστημα μείωση της τουριστικής κίνησης, που έφτανε μέχρι και το 20%. Επίσης, έντονη ήταν η μείωση και των Ελλήνων τουριστών κατά το καλοκαίρι

του 2001, αφού σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις οι καλοκαιρινές διακοπές «πλήρωσαν» το τμήμα του «εγκλωβισμού» ενός μεγάλου αριθμού Ελλήνων στην κρίση του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών. Σύμφωνα με στοιχεία της Συνομοσπονδίας Επιχειρήσεων Ενοικιαζόμενων Δωματίων και Διαμερισμάτων Ελλάδας (ΣΕΕΔΔΕ), η μείωση της κίνησης Ελλήνων τουριστών κατά το περσινό καλοκαίρι έφτασε μέχρι και το 30%.

Έλλειψη δωματίων για το 2004

Όπως επισημαίνει η Ένωση Ξενοδόχων Αττικής, η συνολική ζήτηση σε δωμάτια ξενοδοχείων πολυτελείας Α' και Β' κατηγορίας κατά τη διάρκεια της Ολυμπιάδας του 2004 αναμένεται να είναι της τάξης των 19.500 δωματίων τουλάχιστον, κάτι που πρέπει να εξοικονομηθούν ακόμη τουλάχιστον 2000 δωμάτια για να ολοκληρωθεί ο στόχος που έχει τεθεί από κοινού με τον Οργανισμό Αθήνα 2004. Βεβαίως, οι ξενοδόχοι της Αττικής υπογραμμίζουν σε κάθε ευκαιρία ότι τα προγράμματα εκσυγχρονισμού των μονάδων που πραγματοποιούν προέρχονται από αυτοχρηματοδοτούμενες επιχειρήσεις, αφού από τα 50 εκατομμύρια ευρώ που είχαν δαπανηθεί μέχρι τα τέλη Φεβρουαρίου τα ολοκληρωμένα επενδυτικά προγράμματα, μόνο το ένα εκατομμύριο ευρώ προερχόταν από κρατική επιχορήγηση.

Για τη διαφημιστική προβολή του ελληνικού τουρισμού στις αγορές του εξωτερικού κατά το διάστημα 2001 - 2002 διατέθηκαν συνολικά 10,6 δις δρχ. Εξάλλου, για την ουσιαστικότερη στήριξη της τουριστικής δραστηριότητας αναμένεται να διατεθεί από το Γ' ΚΠΣ το όχι και τόσο μεγάλο ποσό του 1,76 δις ευρώ. Βεβαίως, μέχρι το 2006 τα κονδύλια που θα διατεθούν συνολικά αναμένεται να ξεπεράσουν συνολικά τα 2,54 δις ευρώ, ωστόσο, περίπου τα μισά εξ αυτών θα διατεθούν από τον ιδιωτικό τομέα, ο οποίος και θα αποσπώσει το 3,6% περίπου των συνολικών χρηματοδοτήσεων.

5.2 ΑΙΣΙΟΔΟΞΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

Περίπου επτά μήνες μετά το τρομοκρατικό χτύπημα κατά του Παγκόσμιου Κέντρου Εμπορίου στις ΗΠΑ την 11^η Σεπτεμβρίου του 2001 και ο τομέας των αεροπορικών μεταφορών μετρά τις «πληγές» του. Σύμφωνα με όλα

τα επίσημα διεθνή στατιστικά στοιχεία, ο τουρισμός και οι μεταφορές - και δη οι αεροπορικές - αποτέλεσαν τους τομείς εκείνους της παγκόσμιας οικονομίας που επλήγησαν περισσότερο από κάθε άλλον από το τρομοκρατικό κτύπημα. Το «δράμα» των αεροπορικών μεταφορών - όπως το χαρακτήρισαν διεθνείς αναλυτές και ειδήμονες της αγοράς - ξεκίνησε σαφώς από την United Airlines και την American Airlines, οι οποίες προκειμένου να μπορέσουν να επιβιώσουν στο νέο περιβάλλον «τρομοκρατίας», απέλυσαν 20.000 υπαλλήλους έκαστη και περιόρισαν κατά 20% τα δρομολόγια τους, ενώ η American ανέστειλε, παράλληλα, τις συνομιλίες της για συγχώνευση με τη βρετανική British Airways και αποφάσισε να μειώσει κατά 22% - 36% τα επιδόματα του ιπτάμενου προσωπικού.

Τα πράγματα ωστόσο, δεν σταμάτησαν εκεί. Η κρίση από τις αμερικανικές εταιρίες πέρασε και στη Γηραιά ήπειρο, η οποία επίσης, επλήγη σε μεγάλο βαθμό, καθώς μεγάλα ονόματα των αιθέρων αναγκάστηκαν να προχωρήσουν σε σημαντικές περικοπές προσωπικού, πτήσεων και επιδομάτων, προκειμένου να επιβιώσουν, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις, όπως της Swissair, δεν αποφεύχθηκε η χρεοκοπία.

Χαρακτηριστικό είναι ότι σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, περισσότερες από 25 κορυφαίες αεροπορικές εταιρίες σε παγκόσμιο επίπεδο προχώρησαν σε απολύσεις προσωπικού και μείωσαν τις πτήσεις τους σε ποσοστό από 20% έως και 60% μόνο το δίμηνο Σεπτεμβρίου - Νοεμβρίου 2001.

Αλυσιδωτή αντίδραση

Στις ΗΠΑ εκτός των μεγάλων θυμάτων των American και United Airlines, σε απολύσεις προχώρησαν και άλλοι κολοσσοί του χώρου. Η Continental απέλυσε 12.000 άτομα και μείωσε τις πτήσεις της κατά 20%, ενώ ανάλογη πολιτική ακολούθησε και η US Airways ; η οποία περιέκοψε κατά 11.000 άτομα τα «λειτουργικά της έξοδα» και μείωσε τις πτήσεις της κατά 20%. Είναι ενδεικτικό το γεγονός ότι οι ζημιές της μόνο από το 15ενθήμερο κλείσιμο του αεροδρομίου Ουάσινγκτον προσέγγισαν τα 440 εκατ. δολάρια. Αντίστοιχα η Delta απέλυσε 13.000 υπαλλήλους, ενώ ανακοίνωσε ότι υπάρχει προοπτική

περαιτέρω απολύσεων 6.000 ατόμων, περικόπτοντας τις πτήσεις κατά 15%, αλλά και η Short Brothers μείωσε το ιπτάμενο προσωπικό της κατά 15% και το σύνολο του προσωπικού της κατά 12%.

Και στην Ευρώπη τα πράγματα δεν φάνηκε να πηγαίνουν καλύτερα, καθώς εκτός από το «δράμα» της Swissair, η οποία τελικώς πετάει με προσωρινή κρατική χρηματοδότηση, αλλά και της Ισπανικής Sabena, η οποία ουσιαστικά χρεοκόπησε, και άλλα μεγάλα ονόματα βλέπουν τα κέρδη και τις πτήσεις τους να μειώνονται με γρήγορο ρυθμό.

Η Lufthansa περιέκοψε 2 από τις 5 ημερήσιες υπερατλαντικές πτήσεις της, ανακοίνωσε το «πάγωμα» μισθών και επιδομάτων, ενώ αναλόγως της οικονομικής της πορείας σχεδιάζει μείωση προσωπικού έως και 80% στο εξωτερικό. Η KLM απέλυσε 2.500 υπαλλήλους, ακύρωσε τις παραγγελίες για νέα αεροσκάφη και μείωσε τους μισθούς. Ανάλογη και η πολιτική της British Airways, η οποία απέλυσε διαδοχικά 1.800, 5.200 και 2.200 εργαζομένους, περιέκοψε τους μισθούς κατά 40% και τις πτήσεις κατά 25%, ενώ απέσυρε και 20 αεροσκάφη. Και άλλα ονόματα όπως η Alitalia, η Austrian Airlines, η Iberia, αλλά και η Virgin Atlantic προχώρησαν σε ανάλογες κινήσεις, βλέποντας τα κέρδη τους να μετατρέπονται σε ζημιές και την επιβατική τους κίνηση να καταποντίζεται.

Ψυχραιμότερη η ελληνική αγορά

Αν και τα στατιστικά στοιχεία που έχει δημοσιεύσει ο ΣΕΤΕ δείχνουν ότι η ελληνική αεροπορική αγορά επηρεάστηκε εξίσου σημαντικά από το τρομοκρατικό χτύπημα, στην Ελλάδα φαίνεται ότι τα προβλήματα είναι διαφορετικά και η αγορά έχει μια δική της δυναμική.

Όσον αφορά τις επιπτώσεις του τρομοκρατικού χτυπήματος, τα στοιχεία του ΣΕΤΕ κάνουν λόγο για μείωση της αγοράς στη χώρα μας που προσέγγισε το 25% - 30%, ενώ οι ελληνικές ιδιωτικές αεροπορικές εταιρίες αντιμετώπισαν απώλειες που έφταναν τουλάχιστον μέχρι το τέλος του 2001, έως και τα 800 εκατ. δρχ. μηνιαίως. Η Ολυμπιακή μάλιστα, σημείωσε απώλειες του ίδιου ύψους μόλις δύο ημέρες μετά το χτύπημα.

Σύμφωνα με εξαγγελίες του ΣΕΤΕ, τα προβλήματα στην ελληνική αγορά είναι το πάγιο πρόβλημα εξυγίανσης της Ολυμπιακής Αεροπορίας, αλλά και τα υψηλά τέλη του νέου αεροδρομίου « Ελευθέριος Βενιζέλος», που πλήττουν τα οικονομικά των εταιριών.

Όσον αφορά τις ιδιωτικές επιχειρήσεις, τα πράγματα φαίνεται να πηγαίνουν καλύτερα, καθώς όπως εξηγεί ο πρόεδρος της Aegean Airlines, τα πράγματα βελτιώθηκαν πολύ μετά τη συγχώνευση της Air Greece και της Aegean με την Cronus, αφού είναι σαφές ότι δεν υπάρχει χώρος για περισσότερες από δύο εταιρίες στην Ελλάδα.

Το αποτέλεσμα αυτών των κινήσεων ήταν η ανάπτυξη μιας λογικότερης εμπορικής πολιτικής και ανταγωνισμού, αφού τα κριτήρια πλέον των εταιριών δεν είναι τόσο οι πληρότητες στα δρομολόγια, όσο η αποδοτικότητα τους, με στόχο τον περιορισμό των ζημιών τους. Έτσι τα οικονομικά τουλάχιστον για το πρώτο δίμηνο του 2002 εμφανίστηκαν καλύτερα από το αντίστοιχο του 2001. Όσον αφορά τις κινήσεις συγκέντρωσης, ο μόνος τρόπος για να πετύχουν οι ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες οικονομίες κλίμακας και περιορισμό των πλεονάζουσων διαδρομών είναι πλέον η συγκέντρωση και η μείωση του κόστους διανομής του προϊόντος.

5.3 ΑΝΤΕΧΟΥΝ ΚΑΙ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΖΟΝΤΑΙ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι πολύ μακριά από τον τόπο του «εγκλήματος», δηλαδή τη Νέα Υόρκη, η οποία επλήγη στις 11 Σεπτεμβρίου 2001 από τα τρομοκρατικά κτυπήματα, παρασύροντας ολόκληρη την παγκόσμια τουριστική μηχανή, ίσως συνέβαλε κατά ένα μεγάλο ποσοστό στο γεγονός ότι οι ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις δεν σημείωσαν ζημιές κατά το κλείσιμο της χρήσης του 2001.

Ο δεύτερος λόγος για τον οποίο ουσιαστικά ο ελληνικός χώρος έμεινε ανέπαφος από το χτύπημα, θα πρέπει να αναζητηθεί στο γεγονός ότι την περίοδο της «τρομοκρατίας» και για τουλάχιστον δύο μήνες μετά, οπότε επικρατούσε έντονη φημολογία για νέα χτυπήματα και σε άλλα μέρη της υφελίου, στην Ελλάδα είχε ουσιαστικά τελειώσει η τουριστική περίοδος, πράγμα

που σημαίνει ότι η κερδοφόρος περίοδος του έτους είχε αφήσει ήδη τους καρπούς της στους επιχειρηματίες του κλάδου.

Παρά λοιπόν, το γεγονός ότι γίνεται λόγος για «δύσκολη» χρονιά το 2002, για μειωμένα κέρδη και ελαττωμένη τουριστική κίνηση, οι ελληνικές ξενοδοχειακές μονάδες, εισηγμένες και μη, στηρίζονται αφενός στα ικανοποιητικά οικονομικά τους μεγέθη, που τους επιτρέπουν επενδύσεις και «ανοίγματα» και αφενός, κρύβουν στο μανίκι τους τον «άσο» της προετοιμασίας για την ελληνική προεδρία της Ευρωπαϊκής Ένωσης το α' εξάμηνο του 2003 και φυσικά για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004.

Όπως προκύπτει από τα συγκεντρωτικά στοιχεία βάση ενεργητικού και καθαρών κερδών των ελληνικών ξενοδοχειακών μονάδων, εισηγμένων και μη, που εξέδωσε η ICAP στην ετήσια έκδοση της «Η Ελλάδα σε αριθμούς», σωσίβιο για οποιαδήποτε δυσκολία για τον κλάδο αποτελούν τα οικονομικά αποτελέσματα του 2000.

Το 2000 εκτιμήθηκε από αναλυτές ως έτος σταθμός για την εν λόγω αγορά, καθώς τα προ φόρων κέρδη ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ταξιδιωτικών γραφείων και επιχειρήσεων σκαφών αναψυχής εκτοξεύθηκαν από 47 εκατ. ευρώ το '99 σε 74 εκατ. ευρώ το 2000, αποτελώντας ένα σημαντικό «αποθεματικό» για περιόδους κρίσης, όπως αυτή που διανύουμε.

Την ίδια χρονιά, τα συνολικά κεφάλαια του κλάδου παρουσίασαν άνοδο της τάξης του 22,2%, ενώ και ο ρυθμός αύξησης των καθαρών παγίων προσέγγισε το 21,1%. Παράλληλα, ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι η αύξηση του ενεργητικού των εν λόγω επιχειρήσεων χρηματοδοτήθηκε κατά 70,6% από ίδια κεφάλαια, με αποτέλεσμα τη μείωση της δανειακής επιβάρυνσης από 52,1% σε 48%.

Πορεία κερδών των εισηγμένων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (ποσά σε εκατ. δρχ.)

ΑΣΤΕΡΑΣ	2.289	2.388	4,3%
ΓΕΚΕ	1.167	1.282	9,8%
ΗΥΑΤΤ	11.578	12.904	11,5%
ΛΑΜΨΑ	363	330	-0,0%

5.4 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΑΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Μία από τις πλέον κρίσιμες χρονιές για τον ελληνικό τουρισμό θεωρείται από τους φορείς του κλάδου το 2003. μεγάλο ζητούμενο, η αντιμετώπιση των συνεπειών του πολέμου στο Ιράκ, ο οποίος έρχεται ως κερασάκι στην τούρτα της συνεχιζόμενης οικονομικής ύφεσης σε παγκόσμιο επίπεδο, αλλά η εφαρμογή μιας μακροπρόθεσμης στρατηγικής ανάπτυξης.

Πελάτες τριών ταχυτήτων και πόλεμος κρίνουν την κίνηση

Πελάτες τριών ταχυτήτων αναδεικνύουν τα στοιχεία για την εξέλιξη των κρατήσεων για την τουριστική περίοδο του 2003 στις μεγάλες ευρωπαϊκές αγορές.

Ο ιδιόμορφος συνδυασμός της συνεχιζόμενης οικονομικής ύφεσης και της αβεβαιότητας, με το επιδεινούμενο διεθνές κλίμα, λόγω των πολεμικών επιχειρήσεων στην περιοχή του Κόλπου, υποβάλλει την αγορά σε απανωτές δοκιμασίες και δεν επιτρέπει τη συγκέντρωση και αξιολόγηση συγκεκριμένων δεδομένων, προκειμένου να διατυπωθούν ακριβείς εκτιμήσεις.

Σύμφωνα με τις έρευνες καταναλωτικής συμπεριφοράς και προτιμήσεων των πελατών στις μεγάλες ευρωπαϊκές αγορές προέλευσης τουριστών, καταγράφονται τρεις κυρίως ευρύτερες ομαδοποιημένες τάσεις στον τομέα της ζήτησης, όσον αφορά το ενδιαφέρον για αγορά πακέτων διακοπών και την πραγματοποίηση κρατήσεων.

Η μεγαλύτερη ομάδα και ισχυρότερη τάση ,μέση ταχύτητα, έχει χαρακτηριστεί «wait and see» (περιμένουμε να δούμε) και σε αυτήν ανήκει ο κύριος όγκος των καταναλωτών, κυρίως στις αγορές της Γερμανίας, της Μ. Βρετανίας, της Γαλλίας και των περισσότερων Βόρειων χωρών.

Οι καταναλωτές αυτή της κατηγορίας, που ανήκουν ως επί το πλείστον σε-μέσα και ανώτερα εισοδηματικά επίπεδα, συνήθιζαν να πραγματοποιούν τις κρατήσεις τους το πρώτο δίμηνο κάθε χρονιάς και επιλέγουν προορισμό συνδυάζοντας τα κριτήρια της εποχής που θα ταξιδέψουν, της τιμής και του value for money. Κατά το 2003 καθυστερούν όσο γίνεται περισσότερο την πραγματοποίηση των κρατήσεων τους, μέχρι να ξεκαθαρίσει το τοπίο στη

διεθνή πολιτική και διπλωματική σκηνή και μέχρι να διαφανεί ποιοι προορισμοί ενδέχεται να επηρεαστούν από τις επιπτώσεις της πολεμικής σύρραξης. Οι πελάτες αυτοί, ωστόσο, ενημερώνονται τακτικά για τα προγράμματα και τα πακέτα που προσφέρουν στην αγορά οι τουριστικοί οργανισμοί, μελετούν τις μπροσούρες που κυκλοφορούν και ζητούν πρόσθετη πληροφόρηση από τους τουριστικούς τους πράκτορες.

Ένα άλλο στοιχείο που χαρακτηρίζει την κατηγορία αυτή, είναι ότι οι περισσότεροι καταναλωτές δείχνουν φέτος πιο ευαισθητοποιημένοι στο θέμα των τιμών, αναζητούν πιο επίμονα ευκαιρίες, προσφορές και πρόσθετες παροχές, γενικότερα δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στην σχέση αξίας προς τιμή.

Η άλλη μεγάλη κατηγορία καταναλωτών, η χαμηλή ταχύτητα, είναι οι καταναλωτές που ανήκουν κυρίως σε χαμηλά και μέσα επίπεδα εισοδημάτων. Και αυτοί ενημερώνονται για τα προσφερόμενα πακέτα και προγράμματα, αλλά όχι με έντονο ενδιαφέρον, ενώ είναι ξεκάθαρη η τάση να περιορίσουν στο ελάχιστο κάθε κόστος, περιορίζοντας τον χρόνο του ταξιδιού και επιλέγοντας τα φθηνότερα μέσα μεταφοράς. Δεν δείχνουν διάθεση ή πρόθεση πραγματοποίησης κρατήσεων, αντιθέτως αρχίζουν να κινούνται στην αγορά πολύ αργότερα στον χρόνο.

Υπάρχει τέλος και η κατηγορία πελατών μεγάλης ταχύτητας, η μικρότερη αριθμητικά αλλά και η πιο περιζήτητη από επιχειρήσεις και προορισμούς, οι πελάτες αυτοί ανήκουν σε ανώτατες εισοδηματικές τάξεις και δεν επηρεάζονται ιδιαίτερα από την οικονομική ύφεση.

Στο επίκεντρο η αγορά οικογενειακών διακοπών

Ένα άλλο σημαντικότερο τμήμα της αγοράς που απασχολεί προορισμούς και τουριστικούς οργανισμούς είναι οι οικογένειες.

Το τόσο αποδοτικό αυτό τμήμα της ζήτησης, το οποίο εκτιμάται ότι αντιπροσωπεύει τουλάχιστον το 30% της συνολικής πίτας του εξερχόμενου τουρισμού αναψυχής/ διακοπών, επηρεάστηκε και αυτό, σε σημαντικό βαθμό από τις εξελίξεις και τις νέες τάσεις που έκαναν την εμφάνιση τους στη συμπεριφορά των καταναλωτών την τελευταία διετία. Αν και το 2000 η εν λόγω αγορά έφτασε στην υψηλότερη οροφή της, με 82 εκατ. ταξίδια διακοπών, από

Ευρωπαίους, το 2001 εμφάνισε μείωση της τάξης του 4,4%, με 78,6 εκατ. ταξίδια, ενώ για το 2002 υποχωρεί ακόμα περισσότερο, εμφανίζοντας μείωση της τάξης του 9% και 71,5 εκατ. ταξίδια.

Ούτως ή άλλως, αυτά τα 78,6 εκατ. ταξίδια οικογενειών μεταφράζονται σε 782 εκατ. διανυκτερεύσεις, με κατά μέσο όρο 10 διανυκτερεύσεις ανά ταξίδι και 97 ευρώ ανά διανυκτέρευση, συνολικά περίπου 74,4 δις. ευρώ πωλήσεις και 921 ευρώ ανά ταξίδι, ανά ενήλικα.

Η βαρυσήμαντη αγορά των οικογενειακών διακοπών, βρίσκεται ήδη, εδώ και μήνες στο επίκεντρο των σχεδίων και των επιχειρησιακών τακτικών και των tour operators και των προορισμών, αλλά αποκτά πρόσθετη βαρύτητα λόγω του πολέμου.

Αυτό αποδεικνύεται από τις εκτεταμένες προσφορές και εκπτώσεις που πρόσφεραν στα τέλη του 2002, οι περισσότεροι tour operators σε όσες οικογένειες πραγματοποιούσαν νωρίς τις κρατήσεις για τις διακοπές τους, προσφορές οι οποίες, στις περισσότερες περιπτώσεις εντοπίζονταν σε δωρεάν εισιτήρια ή διανυκτερεύσεις για παιδιά.

Ανάλογη τακτική ακολουθούν tour operators και προορισμοί και αυτό το διάστημα, ευελπιστώντας σε απόσταση, όσο το δυνατόν, μεγαλύτερου μεριδίου της αγοράς των οικογενειακών διακοπών.

Η γερμανική αγορά είναι η μεγαλύτερη αγορά προέλευσης οικογενειακού τουρισμού της Ευρώπης και ίσως και η μεγαλύτερη του κόσμου, όσον αφορά την εξερχόμενη κίνηση, συνεισφέροντας περίπου το 25% του συνόλου των ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν από οικογένειες στην Ευρώπη. Δεύτερη μεγαλύτερη αγορά είναι η Μ. Βρετανία και ακολουθούν η Ολλανδία, η Ιταλία και η Σουηδία. Η Γαλλία δεν συγκαταλέγεται μεταξύ των πέντε μεγαλύτερων αγορών οικογενειακού τουρισμού, καθώς οι περισσότερες οικογένειες της Γαλλίας προτιμούν διακοπές εντός της χώρας τους.

Οι προορισμοί που καίγονται περισσότερο από άλλους για να μην καταγράψουν και φέτος απώλειες στον οικογενειακό τουρισμό, είναι η Γαλλία και η Ισπανία. Κάθε μία δέχεται περίπου 12,5 εκατ. ταξίδια από οικογένειες τον χρόνο. Ακολουθούν η Γερμανία, η Ιταλία και η Αυστρία. Οι προορισμοί αυτοί, που συνολικά απορροφούν περισσότερο από το 60% της συνολικής ζήτησης,

διαπιστώνουν ότι χάνουν μερίδια της αγοράς υπέρ των νέων, αναδυόμενων προορισμών της Ανατολικής Μεσογείου και των Βαλκανίων, όπως η Τουρκία, η Κροατία και η Βουλγαρία, κυρίως λόγω των χαμηλότερων τιμών και της ισχυρότερης σχέσης τιμής / αξίας που προσφέρουν το τελευταίο διάστημα. Και για αυτό έχουν προετοιμάσει σημαντικά όσο και ακριβά προγράμματα «αντεπίθεσης». Ο άλλος μεγάλος ανταγωνιστής τους, σε επίπεδο μακρινών προορισμών, είναι οι ΗΠΑ, οι οποίες ωστόσο, δεν εκλαμβάνονται φέτος ως απειλή.

5.5 ΜΕΤΡΑ ΘΩΡΑΚΙΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΝΑΝΤΙ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟ ΙΡΑΚ

✓ Ένταση διαφημιστικής προβολής.

Τονίζονται τα πλεονεκτήματα για τον ελληνικό τουρισμό σε σχέση με την ασφάλεια και τη γεωγραφική θέση της χώρας, που δεν εγκυμονεί κινδύνους για τους ξένους τουρίστες.

Κατάρτιση, προγραμματισμός και προώθηση προγραμμάτων co-op συνδιαφήμισης που θα προωθήσει ο ΕΟΤ μαζί με tour operators του εξωτερικού μόλις ξεκαθαρίσει η κατάσταση στο Ιράκ (βασικά μετά τη λήξη του πολέμου).

✓ Επικοινωνιακή και τιμολογιακή δραστηριοποίηση

Λήψη μέτρων, τα οποία μπορούν εύκολα και γρήγορα να μετακυληθούν στην αγορά και στον τελικό καταναλωτή, δηλαδή, κατάργηση του φόρου αεροδρομίων (σπατόσημο) και μειώσεις στα τέλη χρήσης των αεροδρομίων. Σε επικοινωνιακό επίπεδο, θα πρέπει να είμαστε έτοιμοι αμέσως μετά τη λήξη του πολέμου να προβάλλουμε την Ελλάδα έμμεσα, αλλά σαφέστατα ως ασφαλή προορισμό, ο οποίος απέχει πολύ από την εστία της κρίσης, έχει καλές σχέσεις με όλους τους λαούς κτλ. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 προσφέρουν την κατάλληλη «ομπρέλα» για μια τέτοιου είδους επικοινωνιακή στρατηγική.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΚΡΙΤΙΚΗ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

6.1 Ο ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΩΖΕΙ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ - ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΟΠΛΑ

Η Ελλάδα διαθέτει δύο σημαντικά πλεονεκτήματα, που μπορούν να δώσουν στις επιχειρήσεις της, αν όχι στρατηγικό προβάδισμα, σημαντική ανάσα.

Πρώτον, σε διεθνές επίπεδο, τον μεγάλο αριθμό επαναλαμβανόμενων τουριστών, λάτρων ή φίλων, που επιμένουν να ταξιδεύουν σε αυτήν για τις διακοπές τους, πρωτίστως για λόγους συναισθηματικούς και προσωπικούς.

Δεύτερον, τη μοναδική σταθερά που χαρακτηρίζει τη χώρα μας, τον εσωτερικό τουρισμό και την αέναη διάθεση του Έλληνα, να ταξιδέψει στη χώρα του. Όσο και αν οι Έλληνες έχουν αισθανθεί ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της χώρας τους δεν τους αντιμετωπίζουν τιμολογιακά τουλάχιστον, όπως τους ξένους και όσο και αν, πολλές φορές στο παρελθόν, επιχειρηματίες και προορισμοί «θυμούνται» τους Έλληνες, όταν αντιμετωπίζουν σοβαρό πρόβλημα με την εισερχόμενη κίνηση, ο εσωτερικός τουρισμός παραμένει μία από τις σημαντικότερες, σταθερές και αξιόλογες δυνάμεις του ελληνικού τουρισμού.

Την ώρα λοιπών που οι διεθνείς τουριστικές αγορές και οι οικονομίες των μεγάλων ευρωπαϊκών αγορών βυθίζονται στη δίνη της παγκόσμιας κρίσης και ενώ οι πολίτες τους βιώνουν τις δυσμενείς συνθήκες της ύφεσης, η ελληνική τουριστική αγορά αναζητεί μεν αγωνιωδώς στηρίγματα και διεξόδους που θα τη βοηθήσουν να περιορίσει τις αρνητικές συνέπειες και ανασυντάξει τις δυνάμεις της, αλλά έχει ένα από αυτά, ακριβώς μπροστά της. Τον εσωτερικό τουρισμό.

6.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2003 - 2005

Οι εξελίξεις στον τομέα του τουρισμού, καθώς και συγκεκριμένες ενέργειες - μέτρα, συζητήθηκαν διεξοδικά κατά τη συνεδρίαση του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού (ΕΣΥΤ).

Το ΕΣΥΤ απασχόλησαν ο απολογισμός της τουριστικής κίνησης το 2002, οι προοπτικές του ελληνικού τουρισμού την περίοδο 2003 - 2005, η αναδιοργάνωση της λειτουργίας του συμβουλίου, το νομοσχέδιο για την τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση, η προώθηση των επενδύσεων και το Γ' ΚΠΣ, η προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουρισμού, καθώς και οι νέες δομές του.

Η εκτιμώμενη ελαφρά μείωση του αριθμού των αφίξεων στη χώρα μας κατά το 2002, που οφείλεται στη μειωμένη ζήτηση κατά κύριο λόγο της γερμανικής και της σουηδικής αγοράς, δεν συνοδεύεται από αντίστοιχη μείωση των εισπράξεων από τον διεθνή τουρισμό, αλλά αντίθετα, από μικρή άνοδο κατά 1% (εντεκάμηνο Ιανουαρίου- Νοεμβρίου 2002) σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο της προηγούμενης χρονιάς (στοιχεία Τράπεζας της Ελλάδος - 20 Ιανουαρίου 2003).

Για το 2003, η πορεία του τουρισμού στις ευρωπαϊκές χώρες όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο είναι συνάρτηση τεσσάρων κρίσιμων παραγόντων, που συνδέονται μεταξύ τους:

- ✓ Της έντασης, της σύνθεσης και της χρονικής διάρκειας της επίθεσης ο Ιράκ,
- ✓ Της άνοδου ή της διακύμανσης της τιμής του πετρελαίου,
- ✓ Της ταχύτητας ανάκαμψης της αμερικανικής οικονομίας, καθώς και της οικονομίας των άλλων προηγμένων χωρών (όπως Γερμανία, Ιαπωνία, Γαλλία, κ.α.) και επίσης, της υπέρβασης της κρίσης των διεθνών χρηματιστηρίων και της ανάκτησης της εμπιστοσύνης επιχειρηματιών και καταναλωτών των χωρών που είναι οι κύριες πηγές τουριστικών ροών.

Η αβεβαιότητα που επικρατεί σήμερα ως προς τις διεθνείς εξελίξεις έχει επιφέρει μεγάλη συγκράτηση της ζήτησης, ιδίως για τους πρώτους μήνες του 2003, όπως διαπιστώνεται από την πορεία των κρατήσεων, με αποτέλεσμα την πίεση των μεγάλων tour operators προς τους φορείς της προσφοράς για μειωμένες τιμές. Το φαινόμενο αυτό παρουσιάζεται και στη χώρα μας και επιτάσσει ειδική αντιμετώπιση, τόσο στο επίπεδο της στάσης των επιχειρηματικών φορέων, όσο και των δράσεων και των συνεργασιών με το δημόσιο τομέα.

Ένα από τα χαρακτηριστικά που θα έχουν οι αναμενόμενες εξελίξεις στον διεθνή τουρισμό είναι η διεύρυνση του χάσματος που διαπιστώνεται ανάμεσα στην ολοένα απαιτητικότερη διεθνή ζήτηση και στην προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών σε αρκετούς προορισμούς. Μολονότι το τελευταίο αυτό χαρακτηριστικό θα έχει και για τη χώρα μας εμφανή αποτελέσματα μακροπρόθεσμα, η προπαρασκευή για την αντιμετώπιση του απαιτεί ενέργειες με άμεσο έως μεσοπρόθεσμο ορίζοντα, με στόχους :

- ✓ Την προτεραιότητα στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας με την αναβάθμιση της ποιότητας της προσφοράς,
- ✓ Τον εμπλουτισμό και τη διαφοροποίηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος, και στη συνέχεια,
- ✓ Την κατάλληλη προώθηση και προβολή με νέα εργαλεία και σύγχρονες μεθόδους.

Βασικός μοχλός της ανάπτυξης της τουριστικής κίνησης στη χώρα μας τα προσεχή χρόνια θεωρείται από πολλούς ότι θα είναι η διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Όμως, είναι εξαιρετικά δυσχερές να γίνει από τώρα ακριβής υπολογισμός των αναμενόμενων προσθετών επισκεπτών της χώρας μας στη διάρκεια των Αγώνων. Το σύνολο των αφίξεων τουριστών από το εξωτερικό σε όλη τη διάρκεια του 2004 ενδέχεται να φτάσει ή να υπερβεί τα 15 εκατ., με την προϋπόθεση, βέβαια, ομαλών εξελίξεων στη διεθνή σκηνή.

Οι αναμφισβήτητα θετικές επιπτώσεις των Ολυμπιακών Αγώνων στον τουρισμό (αύξηση του αριθμού αφίξεων και του αριθμού διανυκτερεύσεων τουριστών άνοδος του επαγγελματικού και συνεδριακού τουρισμού, κυρίως κατά το δωδεκάμηνο που προηγείται των Αγώνων, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων) δεν πρέπει να δημιουργούν υπερπροσδοκίες ως προς τη συνεχή και απρόσκοπτη συνολική αύξηση του κύκλου εργασιών ή της κερδοφορίας του συνόλου των τουριστικών επιχειρήσεων. Οι προσπάθειες τόσο των ιδιωτικών όσο και των δημοσίων φορέων κάθε βαθμίδας πρέπει να επικεντρωθούν στην ορθολογική και συνετή διαχείριση του αναμενόμενου αυξημένου τουριστικού ρεύματος και τη συγκροτημένη αποτροπή των ενδεχόμενων απαλών κα. αρνητικών συνεπειών, λόγω υπερσυγκέντρωσης ανθρώπων και δραστηριοτήτων σε περιορισμένο

χώρο και σε τόσο σύντομη χρονική διάρκεια. Η διάχυση των ωφελειών από τους Ολυμπιακούς Αγώνες στο σύνολο των περιφερειών της χώρας θα είναι το κρίσιμο μέγεθος για την επιτυχία του εγχειρήματος στο πεδίο της τουριστικής ανάπτυξης.

Τουριστική εκπαίδευση

Με το νομοσχέδιο για την τουριστική εκπαίδευση αντιμετωπίζονται τα μέχρι σήμερα προβλήματα και οι αδυναμίες μέσα από την πλήρη αναδιάρθρωση και αναβάθμιση των δομών, των υπηρεσιών, των διαδικασιών και του στελεχικού δυναμικού, θέτοντας έτσι σε νέες σύγχρονες βάσεις την προωθητική δύναμη του θεσμικού πλαισίου λειτουργίας των δημόσιων σχολών τουριστικής εκπαίδευσης, θεσμικό πλαίσιο που υφίσταται μέχρι σήμερα και στηρίζεται σε νόμους και βασιλικά διατάγματα του 1937 και του 1956.

Με αυτό το νομοσχέδιο, όμως, ρυθμίζονται και μία σειρά άλλων θεμάτων για τον τουρισμό, όπως ο εκσυγχρονισμός του νομοθετικού πλαισίου για τους Τουριστικούς Λιμένες.

Το νομοσχέδιο εντάσσεται στον ευρύτερο στόχο για βελτίωση της ποιότητας, της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας του τουριστικού μας προϊόντος και είναι το εφελκυστικό για την ανάπτυξη της νέας σύγχρονης και ανταγωνιστικής εθνικής τουριστικής οικονομίας που δομείται σήμερα.

Προώθηση επενδύσεων και Γ' ΚΠΣ

Κατά τη διάρκεια της συνεδρίασης του ΕΣΥΤ παρουσιάστηκε η πορεία υλοποίησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα και του Προγράμματα Κοινωνία της Πληροφορίας στον τομέα του τουρισμού.

Σε ότι αφορά το Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα, περιλαμβάνει για τον τομέα του τουρισμού 591 εκατ. ευρώ (200 δις δρχ. περίπου), από τα οποία το 85% αφορά κρατικές ενισχύσεις του ιδιωτικού τομέα και το υπόλοιπο 15% (περίπου 30 δις δρχ) αφορά δημόσιες δαπάνες.

Οι δείκτες προόδου του προγράμματος για τον τομέα τουρισμού, με βάση τα στοιχεία Δεκεμβρίου 2002, είναι:

✓ Ενεργοποίηση 76,9% (έναντι 73,6% του Σεπτ. 2002).

- ✓ Εντάξεις έργων 49,7% (έναντι 49,3% του Σεπτ. 2002).
- ✓ Συμβάσεις 28% (έναντι 20,1% του Σεπτ. 2002).
- ✓ Δαπάνες 2,9% (έναντι 1,3% του Σεπτ. 2002).

Αναφορικά με την Κοινωνία της Πληροφορίας, στη Γενική Γραμματεία Τουρισμού έχουν γίνει διαβουλεύσεις για την εξειδίκευση του προγράμματος του τομέα του τουρισμού και έχουν οριστεί συγκεκριμένα έργα, συνολικού προϋπολογισμού 6,8 εκατ. ευρώ.

Για τη Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας στη διαδικασία υλοποίησης βρίσκονται οι δράσεις που αφορούν το «Επιχειρείτε ηλεκτρονικά», συνολικού προϋπολογισμού 403,5 εκατ. ευρώ, την «Ενίσχυση νεανικής επιχειρηματικότητας», συνολικού προϋπολογισμού 35,2 εκατ. ευρώ, καθώς και την «Ενίσχυση γυναικείας επιχειρηματικότητας», που ολοκληρώθηκε με την ένταξη 275 προτάσεων.

Για τον δεύτερο κύκλο των παραπάνω προγραμμάτων έχει ληφθεί μέριμνα ώστε να ενισχυθούν οι πόροι με το συνολικό ποσό των 58,6 εκατ. ευρώ και να συμπεριληφθούν στο πρόγραμμα και τα Τουριστικά Γραφεία.

Προβολή και διαφήμιση

Κατά τη συνεδρίαση του ΕΣΥΤ παρουσιάστηκε ο προγραμματισμός του ΕΟΤ για την προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουρισμού για το 2003, προϋπολογισμού 22.757.374 ευρώ για διαφήμιση και 1.200.000 ευρώ για δημόσιες σχέσεις, ενώ έγινε ένας σύντομος απολογισμός για τις μέχρι σήμερα δράσεις.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Τα βασικά συμπεράσματα είναι τα εξής:

- ✓ Ο ελληνικός τουρισμός βρίσκεται σε κρίσιμη καμπή. Ο ανταγωνισμός εξαπλώνεται και ενισχύεται, κυρίως στην αγορά του μαζικού παραθεριστικού τουρισμού. Αναδυόμενοι προορισμοί απειλούν, πλέον, τους παραδοσιακούς.
- ✓ Χρειάζεται νέες αγορές; Προέλευσης τουριστών, προκειμένου να περιορίσει την εξάρτηση του από τις παραδοσιακές.

- ✓ Χρειάζεται νέα προϊόντα και υπηρεσίες, για να εμπλουτίσει την προσφορά του και για να μετριάξει ή να αντισταθμίσει τις απώλειες του.
- ✓ Χρειάζεται αποτελεσματικά δίκτυα διανομής προκειμένου να προσεγγίζει ολοένα και μεγαλύτερες ομάδες και κατηγορίες πελατών. Ελάχιστα προσφέρουν πια τα γραφεία εξωτερικού, με στίλ δεκαετίας '60 και '70. Το διαδίκτυο πρέπει να γεμίσει Ελλάδα.
- ✓ Να στηρίζει και να ενισχύει τους ανεξάρτητους tour operators που ειδικεύονται στους ελληνικούς προορισμούς. Να βρει τρόπους αντιμετώπισης του ολιγοπωλίου των πανίσχυρων τουριστικών οργανισμών.
- ✓ Να διαφημίζεται και να προβάλλεται ευρηματικά, δυναμικά και με κάθε ευκαιρία.
- ✓ Να αποκτήσει άριστες δημόσιες σχέσεις, τουλάχιστον στις μεγάλες αγορές.

Η πολιτεία, το κράτος θα πρέπει:

- ✓ Να εξασφαλίζει τη συνέχει της τουριστικής πολιτικής, χωρίς ανατροπές και καθυστερήσεις. Να δημιουργήσει ένα ισχυρό κλίμα πολιτικής διοίκησης του τομέα τουρισμού και να τον αντιμετωπίζει με τη βαρύτητα που του αρμόζει.
- ✓ Να ενθαρρύνει και να διευκολύνει τον επιχειρηματία, να παρέχει κίνητρα, να εξυπηρετεί. Να μην τον αιφνιδιάζει με αυθαίρετα δημοσιονομικά μέτρα και να μην τον τιμωρεί με την έλλειψη οργάνωσης και την ανευθυνότητα των υπηρεσιών.
- ✓ Να εξαλείψει τη γραφειοκρατία, να πατάξει την παραοικονομία, την αισχροκέρδεια και τον αθέμιτο ανταγωνισμό. Να ελέγχει.
- ✓ Να μην προχωρεί σε θεσμικές ή άλλες παρεμβάσεις, χωρίς ουσιαστικό διάλογο και συνεννόηση με τους θιγόμενους κλάδους.

Ο ιδιωτικός τομέας θα πρέπει:

- ✓ Να αναλαμβάνει πρωτοβουλίες και να επιδιώκει διάλογο με τους αρμόδιους, χωρίς να κρίνει εκ των προτέρων ότι δεν θα εισακουστεί.
- ✓ Να παραμερίζει προσωπικά και άλλα συμφέροντα, προ των συμφερόντων του κλάδου και να συμβάλλει στη δυναμική ενιαία εκπροσώπηση του.

- ✓ Να φροντίζει για τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας και του εμπλουτισμού των υπηρεσιών που προσφέρει.

6.3 ΟΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έχει δημιουργηθεί η αίσθηση ότι τα πράγματα είναι μεν αντικειμενικά δύσκολα, αλλά ταυτοχρόνως είναι και αντιμετωπίσιμα. Με βασική προϋπόθεση βεβαίως, ότι ο δημόσιος και ο ιδιωτικός τομέας, θα καταλήξουν επιτέλους σε κάποια φόρμουλα συνεννόησης και εποικοδομητικής συνεργασίας.

Κατ' αρχήν, κανείς δεν αμφισβητεί ότι η χώρα έχει αυξημένες δυνατότητες για περαιτέρω ανάπτυξη, ούτε ότι τα πρόσωπα που τόσο συχνά εναλλάσσονται στις θέσεις της πολιτικής ηγεσίας του τομέα, δεν έχουν καλές προθέσεις. Ουδείς, επίσης, αμφισβήτησε τη μεγάλη ευκαιρία της Ελλάδας από τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, παρά το θλιβερό γεγονός ότι έχει χαθεί πολύτιμος χρόνος και ουσιαστικά, τα περισσότερα προ-ολυμπιακά οφέλη που θα μπορούσε να έχει αποκομίσει ο τομέας τουρισμού, από τη στιγμή που η χώρα μας ανέλαβε τη διοργάνωση.

Επισημάνθηκαν ωστόσο, συγκεκριμένα προβλήματα κατά τομέα τα οποία οδηγούν στα εξής συμπεράσματα :

Γενικά συμπεράσματα περί κρίσεως:

Σχετικά με το αν αντιμετωπίζει ή όχι κρίση ο ελληνικός τουρισμός και τι είδους κρίση, οι απόψεις διαφοροποιούνται. Πολλοί εκτιμούν πως πρόκειται περί ύφεσης, άλλοι πιστεύουν πως πρόκειται περί βαθιάς και ουσιαστικής κρίσης, από την οποία ο ελληνικός τουρισμός δεν θα εξέλθει σύντομα. Όλοι ωστόσο συμφωνούν, ότι υπήρξε σημαντική μείωση αφίξεων και εσόδων από τον τουρισμό κατά το 2002 και αναμένεται ένα αρκετά δύσκολο 2003.

Αίτια και αφορμές

Σ' αυτά περιλαμβάνονται:

- ✓ Ο καταλυτικός ρόλος της 11^{ης} Σεπτεμβρίου στην παγκόσμια οικονομική δραστηριότητα και στη συμπεριφορά των τουριστών /ταξιδιωτών.

- ✓ Η οικονομική ύφεση σε πολλές χώρες της ευρωζώνης, ιδιαίτερα στη Γερμανία απ' όπου προέρχεται ο κύριος όγκος τουριστών.
- ✓ Η διασπορά του τουρισμού σε νέες αγορές ανά τον κόσμο και οι πολλές ανακατατάξεις στη διεθνή τουριστική σκηνή.
- ✓ Ο σκληρός διεθνής ανταγωνισμός.
- ✓ Η μονοπωλιακή διάρθρωση της τουριστικής αγοράς.
- ✓ Το σκληρό ευρώ.

Τα παραπάνω συμπληρώνουν από ελληνικής πλευράς:

- ✓ Η έλλειψη σταθερής, προγραμματισμένης και μακρόπνοης ελληνικής τουριστικής πολιτικής και στρατηγικής.
- ✓ Η έλλειψη ηγετών με εξειδικευμένες γνώσεις και πολιτική βούληση, στα ηνία του τουρισμού, οι οποίοι θα αναγνώριζαν το ρόλο του τουρισμού και θα ενίσχυαν την ελληνική τουριστική δραστηριότητα και επιχειρηματικότητα.
- ✓ Η έλλειψη αποτελεσματικού μηχανισμού αντιμετώπισης κρίσεων και έκτακτων αναγκών και η απουσία εναλλακτικών σεναρίων έκτακτης ανάγκης.
- ✓ Η ακαμψία του κρατικού μηχανισμού, η πολυδιάστατη φύση του Υπουργείου Ανάπτυξης και οι συνεχείς ανασχηματισμοί και αλλαγές προσώπων και πρακτικών στις ηγετικές θέσεις του τομέα.
- ✓ Η έλλειψη συντονισμού συναρμόδιων, για πολλά θέματα, υπουργείων και υπηρεσιών.
- ✓ Η πολυπλοκότητα διαφορετικών νομικών και θεσμικών πλαισίων, που ενίοτε εμπλέκονται μεταξύ τους και παρεμποδίζουν ή αναιρούν το ένα το άλλο.
- ✓ Η δυσκολία ουσιαστικής και μακρόπνοης συνεργασίας του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα σε θέματα χάραξης τουριστικής πολιτικής, αλλά και σε θέματα διαφήμισης και προβολής της χώρας.
- ✓ Τα προβλήματα και οι ελλείψεις της δημόσιας υποδομής και της προσφοράς υπηρεσιών από τις δημόσιες υπηρεσίες.
- ✓ Ο κατακερματισμός και η αποδιοργάνωση του ΕΟΤ .
- ✓ Τα οργανωμένα συμφέροντα, ο κομματισμός, οι πολιτικές σκοπιμότητες.
- ✓ Ο αργός ρυθμός εκσυγχρονισμού της χώρας.

- ✓ Η μη ορθολογική και αποτελεσματική αξιοποίηση των Κ.Π.Σ., οι χαμηλές απορροφήσεις των κονδυλίων, ο αποκλεισμός πολλών τουριστικών επιχειρήσεων από ορισμένα μέτρα.
- ✓ Οι κακές δημόσιες σχέσεις της χώρας στα τουριστικά θέματα.
- ✓ Η γραφειοκρατία και η παραγραφειοκρατία.
- ✓ Πλήθος προβλημάτων με χωροταξικά σχέδια, κτηματολόγιο, προστασία περιβάλλοντος.
- ✓ Η ύπαρξη πολλών επιμελητηρίων και φορέων και όχι ενός, ίσως φορέα / οργάνου που να ενσωματώνει τους επιμέρους τουριστικούς κλάδους.
- ✓ Συνεχής μείωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- ✓ Η ψαλίδα στην ποιότητα της ελληνικής τουριστικής προσφοράς.
- ✓ Το εχθρικό επενδυτικό περιβάλλον που διώχνει και κρατά μακριά τους ξένους επενδυτές και αποθαρρύνει τους Έλληνες επενδυτές.
- ✓ Το υπάρχον φορολογικό πλαίσιο, τα κίνητρα -αντικίνητρα του αναπτυξιακού νόμου
- ✓ Η αδυναμία των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων να ανταποκριθούν στις εξελίξεις και να ενισχυθούν ουσιαστικά, ώστε να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό.
- ✓ Η εξάρτηση από τους ξένους Τ.Ο και τα συμφέροντα τους και παράλληλα η αδυναμία της χώρας ν' απεγκλωβιστεί από αυτά.

Περί Ολυμπιακών Αγώνων.

Όλοι συμφωνούν πως χάθηκε πολύτιμος χρόνος για την προβολή της χώρας και πως δεν αξιοποιείται στο έπακρον η μεγάλη αυτή ευκαιρία.

Είναι χαρακτηριστικό όμως, ότι υπάρχει διάχυτη αισιοδοξία, πως ακόμα και σε διάστημα μόλις δύο ετών πριν από τη διοργάνωση των Αγώνων, να υπάρχει συντονισμός και συνεργασία, ο τουρισμός μπορεί ακόμα να αποκομίσει οφέλη. Οποσδήποτε, μεγάλη βαρύτητα των προσπαθειών που πρέπει να καταβληθούν εφεξής, θα πρέπει να δίνεται και στην μετα-ολυμπιακή περίοδο.

Ειδικά συμπεράσματα

Ο ελληνικός τουρισμός, όπως και ο τουρισμός των περισσότερων προορισμών της περιοχής της Μεσογείου, πλήττεται σοβαρά από την οικονομική ύφεση που εκδηλώνεται στις διεθνείς και δη στις ευρωπαϊκές αγορές. Μία ύφεση ωστόσο, που στην περίπτωση της χώρας μας ανάγεται πλέον σε κρίση, καθώς οι διαστάσεις και οι επιπτώσεις της μεγιστοποιούνται από τα χρόνια προβλήματα, τις υφιστάμενες αδυναμίες και τις συνεχιζόμενες ελλείψεις που χαρακτηρίζουν τον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα κατά τις τελευταίες δεκαετίες.

Οι ραγδαίες εξελίξεις που έλαβαν χώρα τον τελευταίο χρόνο επιτάχυναν υπάρχουσες, πλην σε λανθάνουσα ακόμα μορφή, μεταβολές και προκαλούν, κυρίως στον τομέα της ζήτησης, την επικράτηση τάσεων που ανατρέπουν τα γνωστά δεδομένα και τις περισσότερες παραδοσιακές καταναλωτικές συνήθειες.

Όπως π.χ. τον δραστικό περιορισμό των προϋπολογισμών διακοπών των ταξιδιωτών, την πραγματοποίηση κρατήσεων όσο γίνεται πιο κοντά στην ημερομηνία αναχώρησης, τις περικοπές στις δαπάνες ταξιδιών στελεχών ή διοργάνωσης εκδηλώσεων των εταιρειών κ.ά.

Ένα ακόμη βασικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι το ότι αυτές ακριβώς οι ανατροπές στις αγορές, τόσο μεταξύ των καταναλωτών όσο και μεταξύ των επιχειρήσεων βρήκαν τον ελληνικό τουρισμό- και πρωτίστως τους κρατικούς μηχανισμούς- όχι απλώς απροετοίμαστο αλλά και αποδυναμωμένο και χωρίς τα απαραίτητα αντανακλαστικά. Επισημαίνουμε συνοπτικά τα εξής:

Νέες Συνθήκες Στις Αγορές

- ✓ Η ένταξη στη ζώνη ευρώ απαλλάσσει τους τουρίστες/ ταξιδιώτες από τις αλλαγές συναλλάγματος και τους διευκολύνει στις συναλλαγές τους, αλλά από την άλλη πλευρά καθιστά άμεσα συγκρίσιμα, προϊόντα και υπηρεσίες, μεταξύ των ευρωπαϊκών προορισμών και κατά συνέπεια φωτίζει ιδιαίτερα τη σχέση τιμής /ποιότητας (value for money).
- ✓ Οι περισσότεροι καταναλωτές κινούνται πλέον με κυριότερο κριτήριο την τιμή και τη σχέση τιμής/ποιότητας.

- ✓ Συμπιέζουν το χρόνο διαμονής τους και τις δαπάνες τους και πραγματοποιούν τις κρατήσεις τους ολοένα και πιο αργά, πιο κοντά στην ημερομηνία αναχώρησης, ευελπιστώντας σε μεγαλύτερες προσφορές.
- ✓ Γίνονται πιο απαιτητικοί ως προς τις υπηρεσίες, ενώ αυξάνεται και ο αριθμός εκείνων που αναζητούν εξειδικευμένες υπηρεσίες και προϊόντα τουρισμού.
- ✓ Οι tour operators, ειδικά σε περίοδο απωλειών, δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα προς προορισμούς που εξακολουθούν να τους προσφέρουν περιθώρια κέρδους λόγω συναλλαγματικών ισοτιμιών ή προς προορισμούς που τους υποβοηθούν οικονομικά, είτε μέσω προγραμμάτων co-op, είτε μέσω έκτακτων επιδοτήσεων.
- ✓ Το μοντέλο «ήλιος- θάλασσα», βασικό στοιχείο του μαζικού παραθεριστικού τουρισμού, προσφέρεται πλέον από νέους αναδυόμενους προορισμούς (Τουρκία, Βουλγαρία, Κροατία κ.ο.κ.), σε χαμηλότερες τιμές και σε μεγαλύτερη ένταση- ευρηματικότητα.
- ✓ Η Ελλάδα δεν μπορεί να εμπλακεί από το μοντέλο μαζικού τουρισμού, όπου έχει απώλειες λόγω νέων προορισμών, ούτε όμως έχει αναπτύξει τέτοιου είδους υποδομές που θα προσελκύσουν πιο ποιοτικούς τουρίστες και θα αμβλύνουν την εποχικότητα.
- ✓ Η Ελλάδα στερείται αποτελεσματικών δικτύων διανομής, η εξάρτηση από τους μεγάλους tour operators είναι μεγάλη, τα γραφεία εξωτερικού του ΕΟΤ υπολειτουργούν.

Τουριστική κίνηση

- ✓ Το 2002 καταγράφεται μείωση αφίξεων σε ποσοστό που ποικίλει ανάλογα με τον προορισμό. Πιο σημαντικό κρίνεται το γεγονός ότι υπάρχει μεγάλη μείωση των διανυκτερεύσεων και σημαντική μείωση των εσόδων των επιχειρήσεων. Η μείωση αφίξεων θα κυμαίνεται μεταξύ 5% έως 10%, η μείωση διανυκτερεύσεων γύρω στο 10% και η μείωση εσόδων θα φθάσει έως και 20%.
- ✓ Η μείωση εσόδων θα επιφέρει σειρά προβλημάτων στις περισσότερες επιχειρήσεις, κυρίως έλλειψη ρευστότητας τους χειμερινούς μήνες, με συνέπειες στην απασχόληση, στις επενδύσεις και στις υπηρεσίες.

- ✓ Το 2003 είναι εξίσου ή και περισσότερο δύσκολη χρονιά, κυρίως για τις δύο μεγάλες αγορές του τουρισμού, τη Μ. Βρετανία και τη Γερμανία.

Διαφήμιση - Προβολή

- ✓ Το μέχρι σήμερα πρόβλημα των κονδυλίων, που δεσμεύονται για τη διαφήμιση του τουρισμού, μεταλλάσσεται. Δεν είναι πλέον ζήτημα το πόσα δαπανώνται για τη διαφήμιση και προβολή, αλλά και το πώς γίνεται η διαφήμιση αυτή.
- ✓ Ο ανταγωνισμός αξιοποιεί στο έπακρο τις νέες τεχνολογίες, χρησιμοποιεί εταιρείες δημοσίων σχέσεων και lobbying στις αγορές ενδιαφέροντος και διατηρεί δυναμική διαφημιστική παρουσία, σχεδόν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.
- ✓ Δεν υπάρχει σχήμα συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα στο σχεδιασμό των εκστρατειών προβολής.

Θεσμικό πλαίσιο - πολιτική

- ✓ Η ανάγκη μεσοπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού είναι επιτακτική, καθώς οι συνθήκες μεταβάλλονται με ραγδαίους ρυθμούς. Ο ελληνικός τουρισμός εξακολουθεί να στερείται ταυτότητας και στίγματος.
- ✓ Το σχήμα της πολιτικής ηγεσίας του τομέα δεν ανταποκρίνεται στις νέες απαιτήσεις, κυρίως λόγω εσωτερικών τριβών και σύγχυση αρμοδιοτήτων, και σε κυβερνητικό επίπεδο ο τομέας δεν αντιμετωπίζεται ανάλογα με τη συμβολή του στη δοκιμαζόμενη εθνική οικονομία. Οι όποιες εξαγγελίες θετικών μέτρων, είτε έρχονται με μεγάλη καθυστέρηση, είτε υλοποιούνται με ρυθμούς τριτοκοσμικού κράτους.
- ✓ Χρειάζεται ισχυρό υπουργείο Τουρισμού με διευρυμένες αρμοδιότητες.
- ✓ Το θεσμικό πλαίσιο για τις επενδύσεις είναι απαρχαιωμένο και εχθρικό προς τον επενδυτή. Το Γ' Κ.Π.Σ. κρίνεται ανεπαρκές για την κάλυψη των αναγκών των τουριστικών επιχειρήσεων και ο νέος αναπτυξιακός νόμος καθυστερεί.
- ✓ Οι διαρθρωτικές αλλαγές στις υπηρεσίες του τομέα (υπουργείο- ΕΟΤ- περιφέρειες) δεν έχουν ολοκληρωθεί και τα προβλήματα συσσωρεύονται

Ολυμπιακοί Αγώνες

- ✓ Πρωτοφανές το γεγονός ότι ακόμα δεν έχει επιτευχθεί και δρομολογηθεί η διασύνδεση της διοργάνωσης των Αγώνων με τον τουρισμό.
- ✓ Πρώτη φορά διοργανώτρια πόλη, δύο χρόνια πριν από τη διοργάνωση, έχει σημαντική μείωση τουριστικού ρεύματος.

6.4 ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ (ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ)

Ο ΠΟΤ (παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού), ανακοίνωσε ότι οι επιπτώσεις των γεγονότων της 11^{ης} Σεπτεμβρίου και όσων άλλων ακολούθησαν, ήταν μεν καταστροφικές, όχι μόνο στις αερομεταφορές, αλλά και στα ξενοδοχεία και γενικά σε όλο τον τουριστικό κλάδο, ωστόσο, ο τομέας εμφανίζει σαφείς ενδείξεις ανάκαμψης σε παγκόσμιο επίπεδο, εκτός από τις περιοχές εκείνες που έχουν πολιτική αστάθεια.

Το 2000 και το 2001 ήταν πολύ καλές χρονιές για τον τουρισμό, με 697 εκατ αφίξεις το 2000, φθάνοντας σε πρωτόγνωρα επίπεδα. Το 2001, οι διεθνείς αφίξεις μειώθηκαν κατά 0,6% .κάνοντας αυτή την χρονιά την πρώτη με αρνητικό πρόσημο ανάπτυξης μετά το 1982.

Τα γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου επηρέασαν την τουριστική κατάσταση του 2001 και έπαιξαν καθοριστικό ρόλο, όμως δεν ήταν ο μοναδικός παράγοντας διαμόρφωσης της τουριστικής ύφεσης. Η οικονομική κατάσταση σε πολλές χώρες του Δυτικού κόσμου όπως στις Η.Π.Α., τη Γερμανία, βοήθησαν στη μείωση του τουρισμού. Επίσης, η οικονομική κατάσταση στις αγορές της Απω Ανατολής που είχε προηγηθεί, οδήγησε σε μείωση των αφίξεων, κυρίως από την Ιαπωνία. Τους πρώτους οκτώ μήνες του 2001 είχε ήδη σημειωθεί πτώση της τουριστικής κίνησης στην Αμερικανική Ήπειρο, τη Νότια Ασία και τη Μέση Ανατολή.

Τα ΜΜΕ με τις τραγικές εικόνες που παρουσίαζαν, οι στρατιωτικές κινήσεις και γενικά η εντύπωση παγκόσμιας αστάθειας συνέβαλαν στη μείωση των αφίξεων. Τους μήνες μετά την 11^η Σεπτεμβρίου το πρόβλημα δεν ήταν ότι ο αριθμός των ανθρώπων που ταξίδευαν μειώθηκε, αλλά η αλλαγή των ταξιδιωτικών τους συνηθειών. Οι άνθρωποι άρχισαν να ταξιδεύουν πιο κοντά

στα σπίτια τους, σε γνωστούς προορισμούς, χρησιμοποιώντας μέσα μεταφοράς πιο πολύ ατομικά, παρά μαζικά και κυρίως όχι αεροπλάνο. Γι' αυτό παρατηρήθηκε μεγάλο πρόβλημα στις αεροπορικές εταιρείες. Οι συνέπειες αυτής της κατάστασης ακόμα υφίστανται και είναι πολύ δύσκολο να προβλέψει κανείς τι θα γίνει στο άμεσο μέλλον.

6.5 Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΜΕΤΑ ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΤΟΥ 2002

Σύμφωνα με το γεγονός ότι ο Ιούλιος και ο Αύγουστος είναι για το μισό ημισφαίριο μήνες καλής τουριστικής κίνησης, ο Π.Ο.Τ. δηλώνει ότι:

- ✓ Υπάρχει μία υποχώρηση στις διεθνείς αφίξεις που προέρχεται από τη μείωση της κίνησης στους μακρινούς προορισμούς
- ✓ Αυτή η μείωση θα εξομαλυνθεί καθώς περνά ο καιρός.
- ✓ Η ανάκαμψη του αριθμού των ταξιδιών έρχεται σε μια ισορροπία με την αύξηση των εσόδων από τον τουρισμό. Αναμένεται ότι τα έξοδα για ταξίδια των εταιρειών θα παρουσιάσουν μία μικρότερη αύξηση.
- ✓ Οι τιμές παίζουν καθοριστικής σημασίας ρόλο στη διαδικασία των αποφάσεων.
- ✓ Έχει παρατηρηθεί ότι οι ταξιδιωτικές συνήθειες τείνουν προς τις κρατήσεις τελευταίας στιγμής και τις αγορές της τελευταίας στιγμής.
- ✓ Οι τουριστικές επιχειρήσεις δίνουν προτεραιότητα στην κερδοφορία και έτσι πολλές επιχειρήσεις έχουν αναθεωρήσει τον αριθμό των τουριστών που διακινούν.
- ✓ Υπάρχει η ξεκάθαρη τάση για μια επιχειρηματική στρατηγική όπου υπάρχει πολιτική συμμαχιών, συγχωνεύσεων και εξαγορών με στόχο τη μείωση του κόστους και την επιβεβαίωση ότι τα οικονομικά αποτελέσματα θα είναι θετικά.
- ✓ Οι διοικήσεις των επιχειρήσεων συνεχίζουν να περικόπτουν δαπάνες και να εφαρμόζουν τις καλύτερες πρακτικές διοίκησης, ώστε να υποστηρίξουν τη βιομηχανία με αποτέλεσμα να αλλάζουν τις μορφές της δράσης τους.
- ✓ Σε όλες τις αγορές, οι μεσοπρόθεσμες προβλέψεις είναι γενικά θετικές.- Κάποιες πολιτικές και στρατιωτικές κινήσεις, όπως και διαμάχες μεταξύ κρατών έχουν αρνητικές επιπτώσεις στον τουρισμό. Η μετακίνηση των

Γερμανών εκτός της χώρας τους επηρεάστηκε από τις πλημμύρες στην κεντρική Ευρώπη.

Τελευταίες τάσεις της αγοράς

Για κύρια χαρακτηριστικά της ζήτησης είναι:

- ✓ Ξεκάθαρη τάση για μικρότερο χρόνο διαμονής στις διακοπές.
- ✓ Μεγαλύτερος κατακερματισμός των διακοπών, κυρίως λόγω της μείωσης των ωρών εργασίας και αύξησης των πληρωμένων διακοπών.
- ✓ Μεγαλύτερη ζήτηση για διακοπές στα μέτρα μας, που επιτυγχάνεται με τη χρήση των νέων τεχνολογιών.
- ✓ Αύξηση της ζήτησης για διαμονή σε διάφορα καταλύματα που δεν είναι ξενοδοχεία.
- ✓ Αλλαγή από τα ταξίδια δραστηριοτήτων, στις διακοπές εμπειριών, με στόχο ο τουρίστας να συμμετέχει στην όλη δραστηριότητα, αποκομίζοντας νέες γνώσεις και αυθεντικά συναισθήματα.
- ✓ Αύξηση του αριθμού των μεγάλων σε ηλικία τουριστών.
- ✓ Αύξηση της σπουδαιότητας της αειφόρου ανάπτυξης του τουρισμού και των δίκαιων συναλλαγών.
- ✓ Η μετανάστευση έχει παίξει σπουδαίο πόλο στην τουριστική κίνηση.
- ✓ Εμφάνιση νέων προορισμών που πίεσαν άλλους προορισμούς στον επανασχεδιασμό του τουριστικού τους προϊόντος.
- ✓ Παρουσίαση ευκαιριών στους προορισμούς που έχουν χαλαρά μέτρα προστασίας στα σύνορα τους.
- ✓ Η τμηματοποίηση της αγοράς έγινε πιο περίπλοκη με την εμφάνιση νέων τάσεων που διαφέρουν από τις παραδοσιακές, όπως ταξίδια νεόνυμφων σε προορισμούς με ήλιο και θάλασσα, συνδυασμός κρουαζιέρας και πολιτιστικού τουρισμού.

Από την πλευρά της προσφοράς, υπάρχουν αλλαγές στη στρατηγική των επιχειρήσεων (συμμαχίες συγχωνεύσεις κα. εξαγορές), όπως και στις προτεραιότητες της διοίκησης, αλλαγές στις σχέσεις με τις αεροπορικές εταιρείες και αλλαγές στα συστήματα διανομής. Είναι σημαντικό να αναλυθούν αυτές οι τάσεις γιατί μπορεί να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στους

προορισμούς που διαθέτουν κατακερματισμένο τουριστικό προϊόν και που έχουν να αντιμετωπίσουν δυνατά γκρουπ επιχειρήσεων στον τομέα των μεταφορών και της διανομής του τουριστικού προϊόντος.

Η προσφορά πρέπει να περίμενε, αλλαγές στη ζήτηση, να επιβεβαιώσει, ότι προσφέρει υψηλό επίπεδο ποιότητας και να μετάδωσε, στους πελάτες της αυτές τις αξίες μέσω ισχυρών εταιρικών ονομάτων. Αν οι εταιρίες δεν διαθέτουν αυτά τα ισχυρά ονόματα θα πρέπει να διαθέτουν πιστοποιητικά για τις ποιοτικές τους υπηρεσίες.

Βραχυπρόθεσμα οι τουριστικές επιχειρήσεις προσπαθούν να προσαρμοστούν στην τωρινή κατάσταση, μειώνοντας τα κόστη τους ώστε να ισορροπούν σε χαμηλότερα επίπεδα, και εφαρμόζοντας τέτοια μετρά ώστε να επηρεάσουν τα προϊόντα τους και τα συστήματα διανομής.

Ένα μόνο στοιχείο παραμένει με μεγάλη αξία διαχρονικά, οι συνεργασίες μεταξύ των κυβερνήσεων και μεταξύ του ιδιωτικού και δημοσίου τομέα.

Ο Π.Ο.Τ. βλέπει αυτές τις σχέσεις ως πολύ σημαντικές και όχι μονό συνεχίζει να κάνει προσπάθειες, αλλά και τις ενδυνάμωνει βοηθώντας τον κλάδο του τουρισμού με όλα τα μέσα που διαθέτει και ιδίως με τη recovery committee, η οποία έχει αποδειχθεί ότι είναι και χρήσιμη αλλά και αποτελεσματική.

Τώρα περισσότερο από ποτέ, οι διαφορετικοί κοινωνικοί και οικονομικοί παράγοντες χρειάζονται δημιουργικούς και αποτελεσματικούς μηχανισμούς που τους επιτρέπουν να λειτουργούν παράλληλα, ώστε να επαναφέρουν την εμπιστοσύνη στην τουριστική διαδικασία και να κρατήσουν το τουριστικό σύστημα λειτουργικό.

6.6 ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΕΛΛΗΝΟΤΟΥΡΚΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Μεταξύ Ελλάδας και Τουρκίας υπεγράφη πρωτόκολλο τουριστικής συνεργασίας. Η συμφωνία προβλέπει τα εξής :

- ✓ Έκφραση ικανοποίησης των δύο πλευρών για τη μέχρι τώρα πορεία εξέλιξης της συνεργασίας τους στον τουριστικό τομέα.
- ✓ Σύστασή τους προς τις αρμόδιες αρχές των δύο χωρών για κάθε δυνατή διευκόλυνση της τουριστικής μετακίνησης μεταξύ τους, με σεβασμό της

εσωτερικής νομοθεσίας κάθε χώρας, καθώς και των υποχρεώσεων της, που απορρέουν από τη συμμετοχή της σε διεθνείς οργανισμούς.

- ✓ Ανταλλαγή εμπειριών σε θέματα τουριστικής πολιτικής και σχεδιασμού.
- ✓ Προώθηση της συνεργασίας στο θαλάσσιο και στον οικολογικό τουρισμό.
- ✓ Ενθάρρυνση των δραστηριοτήτων των ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με κοινές πρωτοβουλίες σε τομείς όπως, η ιστορική, η φυσιολατρική και η πολιτιστική κληρονομιά, με την παρουσίαση συνδυασμένων τουριστικών πακέτων προς χώρες που βρίσκονται σε μεγάλη απόσταση (ΗΠΑ, Κίνα, Ιαπωνία κ.λ.π.)
- ✓ Πρόταση για τη δημιουργία γραμμής φέρι μποτ Σμύρνης - νησιών Αιγαίου - Θεσσαλονίκης - Πειραιά, καθώς και η μελέτη της ελληνικής πρότασης για δημιουργία αντίστοιχης γραμμής Λήμνου - Ίμβρου.
- ✓ Ενθάρρυνση της συνεργασίας των πρακτορείων ταξιδιών των δύο χωρών.
- ✓ Διευκόλυνση των ανταλλαγών επισκέψεων εκπροσώπων των ΜΜΕ και διαμορφωτών της κοινής γνώμης. Η τουρκική πλευρά στο πλαίσιο αυτό, εκφράζει την επιθυμία να φιλοξενήσει Έλληνες τουριστικούς συντάκτες και συγγραφείς τουριστικών θεμάτων στο πλαίσιο ενημερωτικών επισκέψεων στη γείτονα χώρα.
- ✓ Τέλος, ανταλλαγή επιμορφωτικών επισκέψεων σπουδαστών και εκπαιδευτικών στελεχών τουριστικών σχολών και των δύο χωρών.

6.7 ΑΜΕΣΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

1. ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ

Θεσμοθετήθηκε το νέο σύστημα κατάταξης των ξενοδοχείων σε κατηγορίες Αστέρων, αντί των τάξεων που ίσχυαν έως σήμερα. Το νέο σύστημα περιλαμβάνει για πρώτη φορά, εκτός από τις υποχρεωτικές Τεχνικές Προδιαγραφές και λειτουργικά - ποιοτικά κριτήρια (π.χ. παρεχόμενες υπηρεσίες), με βάση τα οποία θα γίνεται η αξιολόγηση και κατάταξη των ξενοδοχειακών μονάδων. Με το σύστημα αυτό επιτυγχάνεται η βελτίωση της συνολικής ποιότητας των ξενοδοχείων με τρόπο αναγνωρίσιμο από τους ξένους καταναλωτές και επαγγελματίες του Τουρισμού. Το σύστημα αυτό θα

αποτελέσει «εργαλείο ποιότητας» για την προετοιμασία της ξενοδοχειακής υποδομής της χώρας ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων 2004.

Παρόμοιο σύστημα κατάταξης των μη κύριων καταλυμάτων, δηλ. των ενοικιαζομένων δωματίων και διαμερισμάτων, σε κατηγορίες κλειδιών, έχει ήδη θεσμοθετηθεί και αρχίζει η εφαρμογή του.

2. ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΚΟΡΕΣΜΕΝΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

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

3. ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗΡΙΞΗΣ

Οι συνολικοί πόροι, που θα απορροφήσει ο Τουρισμός στα πλαίσια του Γ' ΚΠΣ υπολογίζονται σε 600 δισ. δρχ. περίπου, εκ των οποίων περίπου το ήμισυ θα είναι η ιδιωτική συμμετοχή. Η δημόσια δαπάνη του ΕΠΑΝ θα είναι περίπου 100 δισ. δρχ, των ΠΕΠ 160 δισ. δρχ., της πρωτοβουλίας Interreg III 25 δισ. δρχ και του Ε.Π. Κοινωνία της Πληροφορίας 10 δισ. δρχ. Για τον καλύτερο συντονισμό μεταξύ Υπουργείου Ανάπτυξης και Περιφερειών βρίσκεται σε εξέλιξη η συνεργασία ΕΟΤ και Περιφερειών, σε επίπεδο Γενικών Γραμματέων.

Οι βασικές προτεραιότητες της υλοποιούμενης πολιτικής του Γ Κ.Π.Σ. στον Τουρισμό έχουν διατυπωθεί ως εξής:

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

επιχειρήσεων και θα προσφέρουν νέους τρόπους προβολής των τουριστικών προορισμών.

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

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

- ✓ Αναβάθμιση της ποιότητας υπηρεσιών και διατήρηση του επιπέδου της ποιότητας τους, μέσω του ολοκληρωμένου εκσυγχρονισμού των αντίστοιχων επιχειρήσεων. Τα κίνητρα επενδύσεων σε νέες ξενοδοχειακές κλίνες ισχύουν με βάση τα δεδομένα των φυσικών, περιβαλλοντικών, πολεοδομικών και κοινωνικών αντοχών των τουριστικών περιοχών σε όλες τις ελληνικές περιφέρειες. Σύμφωνα με τα δεδομένα αυτά, περιοχές, οι οποίες εμφανίζουν επάρκεια τουριστικών κλινών δεν ενισχύονται για νέες κλίνες, αλλά μόνο για αναβάθμιση υφιστάμενων μονάδων.
- ✓ Εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος, με τη δημιουργία των κατάλληλων υποδομών για εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Τα έργα ειδικής τουριστικής υποδομής αποτελούνται αποκλειστικά από ιδιωτικές επενδύσεις.
- ✓ Μείωση της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας. Θα χρηματοδοτηθούν ολοκληρωμένα προγράμματα προσέλκυσης τουριστικής ζήτησης κατά τη χειμερινή περίοδο, μετά από σχετική πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος.
- ✓ Προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Στόχος είναι η εξασφάλιση ενός σταθερού προϋπολογισμού προβολής με έμφαση σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους, η οποία στηρίζεται σε αξιόπιστη έρευνα αγοράς και προβλέπει συνεργασία με παράλληλες πρωτοβουλίες του ιδιωτικού τομέα.

✓ Αναδιάρθρωση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.

Η αναδιάρθρωση και αναθεώρηση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης έχει στόχο την καλύτερη ανταπόκριση στις ανάγκες της αγοράς. Προβλέπονται νέες μορφές συνεργασίας για τον καθορισμό του περιεχομένου των σπουδών και της πρακτικής εξάσκησης κατά τη διάρκεια της κατάρτισης, όπως επίσης και πιο συμμετρική γεωγραφική κατανομή.

6.8 ΑΝΑΓΚΗ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

«Η τουριστική πολιτική των διαφόρων κρατών πρέπει στο εξής να χαρακτηρίζεται από την αντίληψη μιας αρμονικής συνύπαρξης της τουριστικής οικονομίας με τους άλλους κλάδους παραγωγικής δραστηριότητας και από τη θεμελιακή αρχή της μεγιστοποίησης της οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ωφέλειας που προκαλεί διαχρονικά μια ορθολογικά προγραμματισμένη ανάπτυξη ή μεγέθυνση του τουρισμού. Γι αυτόν ακριβώς το λόγο τα προβλήματα τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται πια μεμονωμένα, αλλά μέσα από τοπικά, περιφερειακά και εθνικά προγράμματα οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής. Κοντολογίς, τα προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης πρέπει να εντάσσονται στα προγράμματα οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής, η δε υλοποίησή τους να επιχειρείται μέσα από αυτά.

Επιπλέον, η σύγχρονη τουριστική πολιτική δεν πρέπει πια να αποδέχεται την άποψη ότι ο τουρισμός αποτελεί κλάδο παραγωγικής δραστηριότητας «κλειδί» για την ανάπτυξη ή μεγέθυνση των εθνικών οικονομιών. Με άλλα λόγια δεν πρέπει πια να αποδέχεται την άποψη ότι ο ρόλος που διαδραματίζει αυτός στην οικονομική ανάπτυξη ή μεγέθυνση ενός κράτους είναι πρωταγωνιστικός. Σύμφωνα, λοιπόν, με τη νέα αυτή αντίληψη για τον τουρισμό, οι πολιτικές εξουσίες των διαφόρων κρατών δεν πρέπει πια να δίνουν σε αυτόν καμιά προτεραιότητα και κανένα προβάδισμα απέναντι στους άλλους κλάδους παραγωγικής δραστηριότητας. Βέβαια, αυτό δεν είναι απόλυτα δεσμευτικό, γιατί σε ειδικές περιπτώσεις μπορεί να μην ενδείκνυται κάτι τέτοιο, όπως π.χ. σε ορισμένες μειονεκτικές και ορεινές περιοχές της επικράτειάς τους, όπου προς το

παρόν, τουλάχιστον, δεν υπάρχουν εναλλακτικές λύσεις και ίσως δεν υπάρξουν ποτέ.

Όπως γίνεται αντιληπτό, η βραχυχρόνια τουριστική πολιτική πρέπει, οπωσδήποτε, να παραχωρήσει το ταχύτερο δυνατό τη θέση της στη μεσοχρόνια, κυρίως, τουριστική πολιτική. Αυτό κρίνεται απόλυτα αναγκαίο, γιατί μόνο έτσι θα κατορθωθεί να ενωθούν οι προσπάθειες των φορέων της, για μια ορθολογικότερη, δυναμικότερη και αποτελεσματικότερη ανάπτυξη ή μεγέθυνση της τουριστικής οικονομίας, αλλά και γενικότερα για να αποδώσουν αυτές καλύτερα. Επίσης, μόνο έτσι θα μπορέσουν οι προσπάθειες αυτές να έχουν θετικότερα αποτελέσματα για όλους αυτούς που ασκούν τις διάφορες οικονομικές λειτουργίες της τουριστικής οικονομίας, για την ίδια την τουριστική οικονομία, κατά επέκταση δε και για την εθνική οικονομία.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την επίτευξη των στόχων της σύγχρονης τουριστικής πολιτικής είναι η στρατηγική που χαράζεται, υιοθετείται και ακολουθείται από τους φορείς της πολιτικής εξουσίας να στηρίζεται, οπωσδήποτε, στη θεωρία του συστήματος, καθώς επίσης σε ορισμένες αρχές και συγκεκριμένα της συνεργασίας, της συλλογικής απόφασης και του συντονισμού.

Σχετικά με τη θεωρία του συστήματος και τη στήριξη σε αυτήν της στρατηγικής που εφαρμόζουν οι φορείς της πολιτικής εξουσίας για την επίτευξη προκαθορισμένων στόχων, θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι αυτό βοηθάει σημαντικά στο να μπορεί να δει κανείς την τουριστική προσφορά ενός κράτους και τους φορείς της πολιτικής εξουσίας σαν ένα ενιαίο σύστημα, μέσα στο οποίο η περιφερειακή και τοπική τουριστική προσφορά αποτελούν υποσυστήματα, μεταξύ των οποίων αναπτύσσονται ιδιαίτερες σχέσεις και δημιουργούνται στενές αλληλεξαρτήσεις. Αυτό θα γίνει καλύτερα κατανοητό, αν συνειδητοποιηθεί ότι η ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης δεν αποτελεί υπόθεση ενός μόνο ατόμου ή μίας μόνο επιχείρησης που προσφέρει τουριστικά αγαθά. Για να ικανοποιηθεί, στο μέτρο πάντα του δυνατού, η τουριστική ζήτηση που παρουσιάζεται κάθε φορά σε μία τουριστική αγορά, χρειάζεται η συνδυασμένη προσφορά τουριστικών αγαθών εκ μέρους μεταφορικών εταιρειών, τουριστικών εγκαταστάσεων, επισιτιστικών μονάδων, κέντρων

διασκέδασης, ξεναγών κλπ. Επίσης ανάλογα με τη μορφή του προσφερόμενου ή ζητούμενου τουρισμού, θα πρέπει απαραίτητα να πληρούνται ορισμένες βασικές προϋποθέσεις, όπως π.χ. κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες, ωραίο τοπίο, καθαρές ακρογιαλιές, αρχαιολογικοί-ιστορικοί χώροι κλπ., καθώς επίσης σύγχρονη τουριστική υποδομή.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, η τουριστική ζήτηση δεν μπορεί να ικανοποιηθεί από την προσφορά τουριστικών αγαθών εκ μέρους μεμονωμένων ατόμων ή επιχειρήσεων του τουριστικού κυκλώματος, αλλά μόνο από τη συνδυασμένη προσπάθεια των παραγόντων της τουριστικής προσφοράς προς αυτή την κατεύθυνση. Όσο απρόσκοπτη, συνειδητή και συνδυασμένη είναι η προσπάθεια τους αυτή, για την ικανοποίηση των αναγκών της τουριστικής αγοράς, τόσο περισσότερο θα ικανοποιηθεί ποσοτικά και ποιοτικά η τουριστική ζήτηση, θα αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της τουριστικής προσφοράς, θα ωφεληθούν οι τουριστικοί τόποι, η τουριστική οικονομία και σε τελευταία ανάλυση η οικονομία ενός κράτους.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι η τουριστική προσφορά αποτελεί ένα ενιαίο σύστημα, μία ολοκληρωμένη ενότητα, μία συλλογική προσφορά. Αυτό απλά σημαίνει ότι δεν αρκούν μόνο οι φιλότιμες προσπάθειες μεμονωμένων ατόμων ή επιχειρήσεων που προσφέρουν τουριστικά αγαθά, για να ικανοποιηθούν οι ποικίλες τουριστικές ανάγκες των ανθρώπων που διαρκώς αυξάνουν. Απαιτείται ακόμα μια συνεχής συλλογική προσπάθεια, καθώς επίσης μία στενή συνεργασία μεταξύ των παραγόντων της τουριστικής πολιτικής σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Μόνο με αυτόν τον τρόπο θα πετυχαίνεται αύξηση και βελτίωση της τουριστικής προσφοράς, αλλά ταυτόχρονα και της ανταγωνιστικότητας της, ενώ παράλληλα θα αποφεύγεται η επανάληψη λαθών που έγιναν στο παρελθόν και που σε πολλές περιπτώσεις είχαν τεράστιο οικονομικό και κοινωνικό κόστος.

Η σύγχρονη τουριστική πολιτική πρέπει, μεταξύ άλλων, να αποβλέπει και σε μία όσο το δυνατό μεγαλύτερη διεύρυνση της βάσης του τουριστικού προγράμματος. Με άλλα λόγια πρέπει να αποβλέπει σε μία προγραμματισμένη ανάπτυξη η μεγέθυνση της τουριστικής οικονομίας, που δεν θα αποφασίζεται εντελώς αυθαίρετα από το κέντρο και θα επιβάλλεται στην περιφέρεια, αλλά

που θα αποφασίζεται από την περιφέρεια και εφόσον αυτή κρίνεται σκόπιμη ή επιτακτική θα υποστηρίζεται, συντονίζεται και κατευθύνεται από το κέντρο. Αυτό πρακτικά σημαίνει αποκέντρωση του τουριστικού προγραμματισμού και πολλών υπηρεσιών των φορέων της τουριστικής πολιτικής, όπως επίσης οικονομικών πόρων και ακόμα ενδεχόμενες παραχωρήσεις δημοσίων εκτάσεων και άλλων ακινήτων, που μπορούν να αξιοποιηθούν τουριστικά, στην τοπική αυτοδιοίκηση. Ακόμα αυτό σημαίνει ότι οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης θα πρέπει να αρχίσουν να διαδραματίζουν ολοένα και αποφασιστικότερο ρόλο τόσο στον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης, Όσο και στην εκτέλεση και τον έλεγχο της. Κάτι τέτοιο, όμως, προϋποθέτει ότι η τοπική αυτοδιοίκηση θα μπορέσει να σταθεί στο ύψος των περιστάσεων και να αναλάβει τις δικές της αυξημένες ευθύνες, καταρτίζοντας, όπου είναι δυνατό ολοκληρωμένα προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης περιοχών της που συγκεντρώνουν τις απαραίτητες γι αυτήν προϋποθέσεις, ανεξάρτητα από το αν οι εκτάσεις τους ανήκουν κατά κυριότητα σ' αυτήν, δηλαδή στην τοπική αυτοδιοίκηση, ή σε τρίτους. Αυτό που προέχει είναι η εφαρμογή των προγραμμάτων τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης που θα καταρτίζει με δική της ευθύνη η τοπική αυτοδιοίκηση, να εγγυάται την εξασφάλιση οικονομικών και κοινωνικών ωφελειών για τους κατοίκους των περιοχών αυτών αλλά σε τελευταία ανάλυση και για την ίδια.

Εκτός όμως, από την κατάρτιση και εφαρμογή προγραμμάτων τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης, η τοπική αυτοδιοίκηση θα πρέπει στις περιοχές εκείνες που με δικής της κυρίως συμβολή πετυχαίνεται η τουριστική τους αξιοποίηση, να γίνεται και φορέας εκμετάλλευσης τους παντού όπου το επιβάλλουν οι περιστάσεις ή υπάρχει οικονομική σκοπιμότητα. Αυτό βέβαια, προϋποθέτει τη σύσταση δημοτικών, κοινοτικών ή μικτών τουριστικών επιχειρήσεων, με τη συνεργασία και συμμετοχή στις τελευταίες και άλλων φορέων, όπως π.χ. αγροτικών συνεταιρισμών, εργατικών οργανώσεων, εταιρειών λαϊκής βάσης ή ακόμα και ιδιωτών.

Κατόπιν όσων εκτέθηκαν πιο πάνω είναι φυσικό να διερωτηθεί κανείς αν και κατά πόσο μια σύγχρονη τουριστική πολιτική, σαν αυτή που σκιαγραφήθηκε

πιο πάνω, μπορεί να εφαρμοστεί, δηλαδή από θεωρία να γίνει πράξη. Απάντηση στο ερώτημα αυτό κάθε άλλο παρά δύσκολη θα πρέπει να θεωρείται.

Σε ότι αφορά στον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης η μεγέθυνσης, αυτός θα πρέπει να είναι όσο το δυνατό πιο διευρυμένος και να εκφράζεται βασικά με την αποκέντρωση του, μέχρι και σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης από τη μια μεριά και από την άλλη με την οργάνωση συμμετοχικών διαδικασιών στη λήψη αποφάσεων τουριστικής πολιτικής. Αυτό αναμφίβολα θα δημιουργήσει ορισμένα προβλήματα. Το σοβαρότερο, όμως, πρόβλημα θα προκύψει από την έλλειψη ειδικευμένου στον τουριστικό προγραμματισμό στελεχιακού και επιστημονικού δυναμικού σε όλους χωρίς εξαίρεση τους μικρούς οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης της περιφέρειας και τους περισσότερους μεσαίους. Βέβαια, η δικαιολογημένη αυτή έλλειψη ειδικευμένου στελεχιακού και επιστημονικού προσωπικού που παρατηρείται στην περιφέρεια και που ανάλογα με το αναπτυξιακό της επίπεδο γίνεται άλλοτε λιγότερο και άλλοτε πάλι περισσότερο αισθητή, θα μπορούσε έστω και μερικά να αναπληρωθεί από το κέντρο που συνήθως δεν αντιμετωπίζει τέτοιο πρόβλημα. Συγκεκριμένα θα μπορούσε ειδικά γι αυτόν το σκοπό να συσταθεί ένας κρατικός οργανισμός, που θα αναλάμβανε υπεύθυνα την παροχή τεχνικής και επιστημονικής βοήθειας, αλλά και κάθε είδους πληροφόρησης προς τους δήμους και τις κοινότητες της περιφέρειας που αντιμετωπίζουν λίγο-πολύ το πρόβλημα της έλλειψης ειδικευμένου στον τουριστικό προγραμματισμό στελεχιακού και επιστημονικού δυναμικού και που σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις που υπάρχουν, οι πιθανότητες να το λύσουν διαφορετικά είναι αν όχι ανύπαρκτες, τουλάχιστον περιορισμένες.

Ενώ ο διευρυμένος προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης φαίνεται από πρώτη άποψη να είναι σχετικά εύκολη υπόθεση, δύσκολα θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς ότι κάπως έτσι θα είναι τα πράγματα, όταν σε εφαρμογή μιας προσαρμοσμένης στις σύγχρονες αντιλήψεις τουριστικής πολιτικής, επιχειρηθεί η πραγμάτωση του. Είναι γνωστό ότι η πολιτική βούληση από μόνη της δεν οδηγεί πουθενά, αν ταυτόχρονα δεν υπάρχουν ή δεν δημιουργηθούν ορισμένες βασικές προϋποθέσεις. Στα πλαίσια αυτής της λογικής εντάσσεται κανονικά και η πολιτική βούληση για διευρυμένο

τουριστικό προγραμματισμό, που όπως ήδη ειπώθηκε, πρέπει βασικά να εκφράζεται με την αποκέντρωση του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης μέχρι και σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς επίσης με την οργάνωση συμμετοχικών διαδικασιών στη λήψη αποφάσεων τουριστικής πολιτικής.

Η αποκέντρωση του τουριστικού προγραμματισμού στα πλαίσια της εφαρμογής μιας τουριστικής πολιτικής που να ανταποκρίνεται στις αυξημένες απαιτήσεις των καιρών, είναι στενά συνυφασμένη και με την αποκέντρωση ορισμένων υπηρεσιών των κυριότερων, τουλάχιστον, φορέων της τουριστικής πολιτικής. Σχετικά με αυτή θα πρέπει να ειπωθεί ότι βασικά δεν υπάρχει πρόβλημα, γιατί εξαρτάται αποκλειστικά και μόνο από τη βούληση των φορέων της τουριστικής πολιτικής, αλλά και από την εκτίμηση της σκοπιμότητας που εξυπηρετεί η λήψη μιας τέτοιας απόφασης εκ μέρους τους. Το μόνο που ενδεχόμενα μπορεί να υπάρξει, είναι να καθυστερήσει λίγο-πολύ η αποκέντρωση των υπηρεσιών αυτών, ανάλογα πάντα με τις γραφειοκρατικές διαδικασίες που απαιτούνται κατά περίπτωση γι αυτό. Όπως είναι γνωστό, οι διαδικασίες αυτές μπορεί να είναι περισσότερο χρονοβόρες, όταν οι φορείς της τουριστικής πολιτικής που επιθυμούν να αποκεντρώσουν τους ανήκουν στον ευρύτερο δημόσιο τομέα και λιγότερο χρονοβόρες ή ακόμα και καθόλου, όταν αυτοί ανήκουν στον ιδιωτικό τομέα.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Οι αλλαγές που συντελούνται, οι μεταβολές που δρομολογούνται, οι τάσεις που αναδύονται, τα μηνύματα που καταφθάνουν από τις διεθνείς και ειδικά τις ευρωπαϊκές τουριστικές αγορές, όλα δείχνουν ότι βρισκόμαστε μεν ενώπιον απρόβλεπτων και ανατρεπτικών εξελίξεων, αλλά και στην αρχή μιας διαδικασίας κοσμογονικής. Διαδικασίας που θα οδηγήσει, πολύ σύντομα, σε μία νέα εποχή του παγκόσμιου τουρισμού, σε μία νέα τάξη τουριστικών πραγμάτων, τα θεμελιωτής οποίας, ήδη, κτίζονται από σήμερα στα διάφορα κέντρα λήψης αποφάσεων.

Είναι ευθύς εξαρχής ξεκάθαρο ότι στο νέο «παιχνίδι» που έχει ξεκινήσει στις διεθνείς αγορές, δεν θα μπορούν να συμμετέχουν όλοι. Θα είναι για τους «διαβασμένους» παίκτες, για αυτούς που ξέρουν να αφουγκράζονται τα σημεία των καιρών και να ψυχανεμίζονται τη ροή των τάσεων, για όσους μπορούν να οργανώνονται και να προσαρμόζονται στα ρεύματα.

Ο ελληνικός τουρισμός δεν πρέπει, δεν έχει τα περιθώρια, να χάσει το παιχνίδι αυτό και δεν μπορεί να απουσιάζει από τα κέντρα όπου σήμερα στήνονται οι κανόνες του. Και παρουσία στα κέντρα αυτά δεν νοείται φυσικά με μία ολιγοήμερη επίσκεψη της πολιτικής ηγεσίας στο Βερολίνο ή στο Λονδίνο, στο περιθώριο των εκθέσεων, μία φορά το χρόνο.

Όποια και αν είναι η σύνθεση του σχήματος ηγεσίας του τομέα, αυτό που χρειάζεται ο τουρισμός στην παρούσα φάση, είναι δυναμική παρουσία στα κέντρα αυτά. Πρέπει να δηλώνει «παρών» και να συμμετάσχει ενεργά στις διαδικασίες, διεκδικώντας οφέλη και μερίδια.

Ας φροντίσουν να μάθουν οι ιθύνοντες νόες του τουρισμού μας, πώς κινούνται το διάστημα αυτό, Ισπανοί, Τούρκοι, Πορτογάλοι, Τυνησίοι, Αιγύπτιοι κ.α., υπουργοί και υφυπουργοί ή αρμόδιοι του τουρισμού, μεταξύ Βόννης, Αννόβερου, Μονάχου, Λονδίνου, Μάντσεστερ, Παρισιού κ.ο.κ. Και ας αναρωτηθούν στη συνέχεια, πότε είναι η τελευταία φορά που Έλληνας ομόλογος των ξένων, συναντήθηκε κατ' ιδίαν και με πρωτοβουλία της δικής μας πλευράς, με ανώτατα στελέχη των μεγάλων τουριστικών οργανισμών και άλλων ρυθμιστών και παραγόντων των αγορών.

Νοοτροπία και γνώσεις επιχειρηματία, θεσμική βαρύτητα και πολιτική εξουσιοδότηση, μία βαλίτσα στο χέρι και περιοδεία στα κέντρα των αποφάσεων, «στο πεδίο της μάχης». Αυτό χρειάζεται ο τουρισμός τώρα.

Πρώτον, σε διεθνές επίπεδο, τον μεγάλο αριθμό επαναλαμβανόμενων τουριστών, λάτρων ή φίλων, που επιμένουν να ταξιδεύουν σε αυτήν για τις διακοπές τους, πρωτίστως για λόγους συναισθηματικούς και προσωπικούς.

Δεύτερον, τη μοναδική σταθερά που χαρακτηρίζει τη χώρα μας, τον εσωτερικό τουρισμό και την αέναη διάθεση του Έλληνα, να ταξιδέψει στη χώρα του. Όσο και αν οι Έλληνες έχουν αισθανθεί ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της χώρας τους δεν τους αντιμετωπίζουν τιμολογιακά τουλάχιστον, όπως τους ξένους και όσο και αν, πολλές φορές στο παρελθόν, επιχειρηματίες και προορισμοί «θυμούνται» τους Έλληνες, όταν αντιμετωπίζουν σοβαρό πρόβλημα με την εισερχόμενη κίνηση, ο εσωτερικός τουρισμός παραμένει μία από τις σημαντικότερες, σταθερές και αξιόλογες δυνάμεις του ελληνικού τουρισμού.

Την ώρα λοιπόν που οι διεθνείς τουριστικές αγορές και οι οικονομίες των μεγάλων ευρωπαϊκών αγορών βυθίζονται στη δίνη της παγκόσμιας κρίσης και ενώ οι πολίτες τους βιώνουν τις δυσμενείς συνθήκες της ύφεσης η ελληνική τουριστική αγορά αναζητεί μεν αγωνιωδώς στηρίγματα και διεξόδους που θα τη βοηθήσουν να περιορίσει τις αρνητικές συνέπειες και ανασυντάξει τις δυνάμεις της, αλλά έχει ένα από αυτά, ακριβώς μπροστά της. Τον εσωτερικό τουρισμό.»

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Στέλιος Βαρβαρέσος: *Τουρισμός – Η Ελληνική Πραγματικότητα (έννοιες, μεγέθη, δομές)*, Εκδόσεις «Προπομπός», Μάρτιος 1998
- Λεωνίδας Σ. Χυτήρης: *Τουριστικά Γραφεία: Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία*, Εκδόσεις «Interbooks», Αθήνα 1995
- Νίκος Γ. Ηγουμενάκης: *Τουριστική Πολιτική*, Εκδόσεις «Interbooks», Αθήνα 1990
- Δρ. Λύτρας Περικλής: *Ο Τουρισμός προς το 2000. Θεωρητικές επισημάνσεις και Πρακτικές προσεγγίσεις*, Εκδόσεις «Interbooks», Αθήνα 1989
- Rod Davidson: *Tourism*, Εκδόσεις «Pitman Publishing», 1994
- Richard Teare, Josef A. Mazanec, Simon Crauford – Welch, Stephen Calver: *Marketing in Hospitality and Tourism – A consumer focus*, Εκδόσεις «Pitaman Publishing», 1990 – 1991

ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ

Τουρισμός Και Οικονομία:

Τεύχος 270 Ιανουάριος 2002

Τεύχος 273 Απρίλιος 2002

Τεύχος 275 Ιούνιος 2002

Τεύχος 277 Σεπτέμβριος 2002

Τεύχος 278 Οκτώβριος 2002

Τεύχος 280 Δεκέμβριος 2002

Τεύχος 284 Απρίλιος 2003

Τεύχος 287 Ιούλιος – Αύγουστος 2003

Τουριστικό Πανόραμα

Απρίλιος 2001

Απρίλιος 2002

Μάρτιος 2003

ΆΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας (Ε.Σ.Υ.Ε.)
- Οδηγός Τουριστικών Επενδύσεων, Μάιος 2002, Υπουργείο Ανάπτυξης - ΕΟΤ
- Internet: www.gnto.gr (ΕΟΤ)
www.athens.olympic.org (Αθήνα 2004)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

108. Πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, κατά μήνα : 1995
Coverage rates of hotel units, by month : 1995

Μήνες	Ξενοδοχεία και σχετικά επιχειρησιακά καταλύματα — Hotels and related units												Επιπληρωματικά καταλύματα Supplementary units		Γενικό σύνολο Grand total		Months
	ΑΑ' — ΑΑ		Α' — Α		Β' — Β'		Γ' — Γ'		Δ+Ε' — Δ+Ε		Σύνολο ΑΑ'-Ε' Total ΑΑ-Ε						
	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	
Σύνολο	41,44	51,88	70,39	78,69	47,90	64,84	31,48	52,93	14,70	32,47	46,19	61,59	52,88	62,43	46,80	61,67	Total
Ιανουάριος	17,54	28,34	13,86	32,58	7,38	33,60	4,91	33,52	3,97	22,90	8,19	31,53	5,58	24,24	8,07	31,20	January
Φεβρουάριος	20,14	29,51	15,16	34,06	8,45	32,39	5,17	31,83	3,82	20,65	9,03	30,73	5,92	20,26	8,89	30,25	February
Μάρτιος	26,46	36,04	14,17	27,06	14,52	38,17	7,51	35,87	4,79	22,18	12,66	33,44	9,48	22,95	12,48	32,86	March
Απρίλιος	36,78	50,13	40,61	54,19	30,66	47,54	22,76	45,09	7,20	23,59	31,16	47,93	38,43	46,58	31,62	47,84	April
Μάιος	52,51	58,75	79,13	83,00	50,55	60,91	32,62	47,35	15,18	27,63	51,99	61,44	51,59	55,13	51,95	60,85	May
Ιούνιος	54,13	61,20	86,19	90,46	61,48	71,92	40,65	54,96	18,29	29,79	59,46	68,97	59,74	63,82	59,49	68,43	June
Ιούλιος	50,97	62,47	88,82	97,20	67,94	85,50	47,65	67,77	23,79	43,76	63,28	78,81	67,41	78,32	63,77	78,75	July
Αύγουστος	53,63	69,85	93,57	107,14	70,51	94,87	49,98	76,12	25,80	52,97	66,61	88,05	66,15	83,62	66,56	87,54	August
Σεπτέμβριος	54,47	63,11	84,95	90,46	64,27	77,66	45,09	63,84	20,15	36,09	61,31	73,63	59,01	67,04	61,05	72,90	September
Οκτώβριος	47,04	55,89	64,86	68,50	39,96	51,14	27,41	45,48	10,19	24,71	43,33	53,90	45,04	50,44	43,46	53,63	October
Νοέμβριος	23,25	34,86	12,91	21,29	9,97	35,59	6,56	35,11	4,45	24,26	10,94	31,10	6,75	21,01	10,73	30,59	November
Δεκέμβριος	18,02	31,09	13,15	31,88	8,11	35,94	5,34	35,34	3,87	24,12	8,42	33,30	6,37	23,23	8,31	32,75	December

109. Πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, κατά τουριστική περιοχή : 1995

Coverage rates of hotel units, by tourist areas : 1995

Τουριστικές περιοχές	Ξενοδοχεία και ομοειδή τουριστικά καταλύματα — Hotels and related units												Συμπληρωματικά καταλύματα		Γενικό σύνολο		Tourist areas
	ΑΑ' — ΑΑ		Α' — Α		Β' — Β		Γ' — Γ		Δ+Ε' — Δ+Ε		Σύνολο ΑΑ'-Ε'		Supplementary units		Grand total		
	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	
Σύνολο	41,4	51,9	70,4	78,7	47,9	64,8	31,5	52,9	14,7	32,5	46,2	61,6	52,9	62,4	46,8	61,7	Total
Αθήνα	43,4	51,9	47,5	61,1	41,6	61,6	23,8	50,8	7,3	25,9	36,7	54,3	24,9	35,1	36,1	53,3	Athens
Αθήνα-Βόρεια προάστια	13,9	23,5	23,1	40,5	1,6	32,6	6,6	33,1	4,5	32,6	9,1	32,4	—	—	9,1	32,4	Athens-North suburbs
Ακτές Αττικής	16,2	24,6	55,8	63,7	41,4	53,4	19,3	33,1	7,7	26,8	33,7	44,3	30,9	47,0	33,5	44,4	Coasts of Attiki
Καμένα Βούρλα-Μαλεσίνα	—	—	19,2	51,3	9,3	23,5	0,9	18,6	1,0	17,6	7,4	27,1	0,8	35,5	5,8	29,1	Kamena Vourla-Malesina
Ερμιονή-Δελφοί	—	—	25,3	37,2	26,9	40,1	14,9	24,7	10,0	17,7	22,9	34,7	9,9	19,7	22,2	33,8	Ermiou-Delfoi
Ερέτρια-Αλιβέρι	—	—	—	—	41,5	56,5	18,6	28,7	2,3	15,8	39,5	54,4	1,4	36,2	38,6	54,0	Eretria-Aliveri
Κιλκήνη-Γαργαλιάνοι	—	—	61,2	63,5	3,2	20,1	5,2	27,5	1,6	32,2	25,0	40,8	1,4	30,6	24,0	40,4	Kilkini-Gargaliani
Πύλος-Μεσσήνη	—	—	13,5	58,7	23,8	64,9	7,8	44,4	11,4	27,6	13,8	51,0	17,1	41,0	14,0	50,3	Pylos-Messini
Κόρινθος-Πάτρα	0,2	110,1	37,7	50,5	17,2	38,8	7,6	33,5	6,9	21,8	20,0	39,7	3,6	33,7	19,1	39,4	Korinthos-Patra
Περιοχή Ερμιονίδος	—	—	33,8	44,5	29,8	41,4	5,6	30,5	4,0	8,4	29,9	41,9	109,4	112,2	36,1	47,4	Ermiou area
Μέθανα-Πόρος-Γαλατάς	—	—	11,8	33,3	44,3	54,6	4,0	18,5	1,2	21,9	23,6	37,8	15,2	41,8	23,0	38,1	Methana-Poros-Galatas
Μακρυγιάλος-Πλαταμών	—	—	—	—	42,5	66,6	26,4	37,3	21,8	36,4	32,1	49,4	55,1	62,1	34,9	50,9	Makrygialos-Platamoni
Θεσσαλονίκη-Αγία Τριάς	14,0	42,9	19,5	46,2	16,9	46,6	20,5	59,0	15,5	40,6	18,1	49,5	—	—	18,1	49,5	Thessaloniki-Agia Trias
Μουδανιά-Ιερισσός	21,1	51,6	73,6	81,7	62,6	75,1	57,0	65,2	23,7	37,0	59,4	71,9	75,5	82,4	61,5	73,2	Moudania-Ierissos
Καβάλα-Θάσος	—	—	51,1	58,5	19,3	42,2	25,9	47,3	26,1	47,5	25,9	46,7	42,3	58,1	27,4	47,5	Kavala-Thassos
Πήλιο	—	—	—	—	1,1	29,7	3,7	30,0	5,5	29,2	3,8	29,6	2,7	23,8	3,4	27,7	Pilio
Σποράδες	47,4	66,4	52,5	70,2	55,8	73,4	36,0	49,0	18,3	30,3	45,6	61,9	36,3	52,6	43,9	60,2	Sporades
Κέρκυρα	43,7	54,7	79,5	89,8	80,5	87,9	59,9	78,6	74,8	79,5	72,5	83,2	61,3	63,7	71,3	81,0	Kerkyra
Ιόνιοι Νήσοι	—	—	67,1	73,9	44,9	64,8	60,0	74,1	43,9	60,3	53,5	69,1	52,8	74,7	53,4	69,3	Ionian Islands
Ακτές Ηπείρου	—	—	52,5	64,7	24,2	36,4	19,6	50,1	14,2	31,3	22,1	40,8	30,9	42,8	22,3	40,8	Ipiros coasts
Βόρεια Κρήτη	32,8	56,0	69,7	73,3	91,4	90,6	58,8	72,3	44,8	58,1	71,0	77,3	82,0	84,4	72,2	78,1	Northern Kritt
Νότια Κρήτη	—	—	82,0	89,5	39,0	42,1	54,6	60,5	27,8	29,5	63,3	69,3	80,4	80,4	64,7	70,2	Southern Kritt
Λοιπή Κρήτη	93,0	95,8	103,9	106,2	85,0	87,7	80,4	87,2	38,5	46,0	89,7	93,6	97,1	99,7	90,7	94,4	Rest of Kritt
Ρόδος	59,1	68,3	89,7	95,5	81,7	88,3	77,7	82,1	45,3	50,1	82,0	88,2	93,7	96,6	82,8	88,8	Rodos
Κως	—	—	95,7	98,6	82,9	86,4	75,4	79,1	42,1	45,6	86,2	89,5	76,9	78,8	84,9	88,0	Kos
Λοιπά Δωδεκάνησα	—	—	32,1	33,1	45,9	51,4	39,3	47,7	16,1	25,4	39,1	46,4	36,8	43,0	38,6	45,6	Rest of Dodekanisos
Κυκλάδες	33,9	40,0	44,8	60,9	39,1	59,8	33,0	54,9	24,6	38,1	34,5	53,7	15,0	31,4	32,8	51,8	Kyklades
Νήσοι Αιγαίου	25,4	36,5	100,9	107,1	47,5	65,4	46,8	58,0	24,4	31,4	47,9	61,8	44,6	56,8	47,3	60,9	Aegean Islands
Λοιπή Ελλάς	9,4	45,7	20,8	41,5	11,2	43,8	7,3	38,0	4,7	25,1	8,9	37,7	18,4	35,7	9,6	37,5	Rest of Greece

8. Πτήσεις και επιβάτες charter, κατά χώρα αναχώρησης αεροσκάφους και αερολιμένα αφίξεως : 1995
 Charter flights and passengers by country of aircraft's departure and airport of arrival : 1995

Χώρα αναχώρησης αεροσκάφους Country of aircraft's departure	Αερολιμένες - Airports															
	Ελληνικό		Ρόδου		Κερκυρας		Ηρακλείου		Θεσσαλονίκης		Χανίων		Κω		Άλλοι αερολιμένες	
	Αριθμός - Number of :															
	Πτήσεων Flights	Επιβατών Passengers	Πτήσεων Flights	Επιβατών Passengers	Πτήσεων Flights	Επιβατών Passengers	Πτήσεων Flights	Επιβατών Passengers	Πτήσεων Flights	Επιβατών Passengers	Πτήσεων Flights	Επιβατών Passengers	Πτήσεων Flights	Επιβατών Passengers	Πτήσεων Flights	Επιβατών Passengers
Σύνολο - Total	5.413	668.148	7.113	901.004	3.993	751.896	12.024	1.502.877	3.066	318.892	2.421	301.431	3.989	515.996	7.499	1.164.416
Ευρώπη - Europe	5.225	697.457	7.065	897.043	3.897	750.300	11.969	1.496.015	3.043	316.019	2.420	301.304	3.960	512.356	7.396	1.153.536
Αυστρία - Austria	30	3.263	322	35.368	282	31.048	561	61.670	156	17.113	128	14.132	195	21.403	392	84.442
Βέλγιο-Λουξεμβούργο - Belgium-Luxemburg	135	16.170	195	23.400	179	21.441	481	57.668	17	2.057	76	9.133	58	6.418	135	16.805
Βουλγαρία - Bulgaria	1	161	—	—	—	—	—	14	—	—	—	—	—	—	—	—
Γαλλία - France	1.334	151.120	53	5.792	141	15.511	863	95.184	2	203	58	6.368	14	1.635	16	26.874
Γερμανία - Germany	772	100.364	2.196	265.485	1.334	173.452	4.199	545.827	1.455	189.204	424	53.146	970	126.095	734	216.206
Χώρες πρώην Γιουγκοσλαβίας - Countries of former Yugoslavia	8	628	30	3.571	23	2.762	15	1.836	8	961	—	—	—	—	47	2.504
Ελβετία - Switzerland	48	5.738	184	22.113	35	6.588	624	74.853	7	815	2	210	412	49.463	457	26.984
Ηνωμένο Βασίλειο - United Kingdom	1.348	175.296	2.140	278.241	3.052	396.749	2.133	279.919	703	91.374	291	37.875	1.382	179.702	2.650	411.605
Ισπανία - Spain	159	15.852	10	925	1	58	13	1.397	1	130	—	—	—	—	1	10
Ιταλία - Italy	224	26.867	382	45.828	96	11.540	435	51.978	3	370	—	—	—	—	3	32.275
Κόνη Χώρας - Netherlands	71	8.470	361	43.303	228	27.403	1.172	140.676	13	1.515	112	13.397	312	37.492	401	74.896
Ουγγαρία - Hungary	—	34	6	570	23	2.225	22	2.084	14	1.285	18	1.720	—	—	—	—
Πορτογαλία - Portugal	3	450	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Ρουμανία - Romania	1	113	—	—	2	290	—	—	1	122	—	—	—	—	—	—
Χώρες Σκανδιναβίας - Scandinavian countries	663	85.178	999	129.903	365	47.470	1.109	144.198	124	16.967	1.309	170.225	935	60.612	1.863	172.529
Τσεχοσλοβακία - Czechoslovakia	55	6.637	61	7.305	66	7.965	72	8.600	190	22.812	—	—	14	1.672	187	6.243
Άλλες χώρες Ευρώπης - Other countries	335	40.176	127	15.238	48	5.818	251	30.109	350	41.991	1	98	39	5.042	13	1.163
Αμερική - America	138	16.273	—	—	—	—	4	451	—	—	—	—	—	—	6	724
ΗΠΑ - USA	117	14.063	—	—	—	—	4	451	—	—	—	—	—	—	6	724
Καναδάς - Canada	20	2.145	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Άλλες χώρες Αμερικής - Other countries	1	45	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Ασία - Asia	26	3.376	39	5.098	5	612	46	5.839	12	1.321	3	73	29	3.740	104	11.159
Ισραήλ - Israel	4	580	38	4.931	4	456	22	2.864	1	184	—	—	29	3.740	99	10.929
Λίβανος - Lebanon	1	25	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	34
Τουρκία - Turkey	4	444	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	38
Κύπρος - Cyprus	11	1.469	1	167	1	156	10	2.432	9	1.115	—	—	—	—	—	—
Άλλες χώρες Ασίας - Other countries	6	858	—	—	—	—	4	543	1	22	1	79	—	—	3	156
Αφρική - Africa	24	2.842	7	866	3	144	5	572	12	1.552	—	—	—	—	1	47
Ωκεανία - Oceania	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	54	—	—	—	—

9. Πτήσεις και επιβάτες charter, κατά αερολιμένα και μήνα αφίξεως αεροσκάφους : 1995
 Charter flights and passengers by airport and month of aircraft's arrival : 1995

Μήνες - Months	Αερολιμένες - Airports														
	Ελλάδα Ελλάδα			Ρόδος Rhodes			Κερκίρας Kerkiras			Κοζάνη Κοζάνη			Θεσσαλονίκη Θεσσαλονίκη		
	Αριθμός πτήσεων Number of flights	Επιβάτες Passengers		Αριθμός πτήσεων Number of flights	Επιβάτες Passengers		Αριθμός πτήσεων Number of flights	Επιβάτες Passengers		Αριθμός πτήσεων Number of flights	Επιβάτες Passengers		Αριθμός πτήσεων Number of flights	Επιβάτες Passengers	
		Αριθμός Number	%		Αριθμός Number	%		Αριθμός Number	%		Αριθμός Number	%		Αριθμός Number	%
Σύνολο - Total	3.413	640.148	100,0	7.113	903.006	100,0	5.903	751.056	100,0	12.016	1.502.177	100,0	3.066	381.292	100,0
Ιανουάριος—January	75	10.523	1,6	—	—	0,0	2	244	0,0	15	1.743	0,1	42	4.621	1,2
Φεβρουάριος—February	117	11.160	1,7	—	—	0,0	—	—	0,0	10	973	0,1	10	1.301	0,3
Μάρτιος—March	122	15.872	2,4	30	3.275	0,4	1	149	0,0	68	7.434	0,5	12	1.303	0,3
Απρίλιος—April	482	62.698	9,5	344	70.710	7,8	97	11.698	1,6	1.112	144.501	9,6	29	3.530	0,9
Μάιος—May	531	69.259	10,4	987	123.305	14,2	1.007	120.502	16,1	1.844	221.310	14,7	369	42.982	11,2
Ιούνιος—June	730	87.593	13,3	1.722	145.901	16,2	1.094	131.339	17,5	1.835	222.576	14,8	511	66.448	17,1
Ιούλιος—July	1.101	132.144	20,0	1.162	162.660	18,0	1.257	162.310	21,7	1.962	253.597	17,0	659	83.622	22,0
Αύγουστος—August	1.011	121.293	18,4	1.351	162.073	17,9	988	138.265	18,4	2.122	254.672	16,9	614	80.386	20,7
Σεπτέμβριος—September	748	89.719	13,6	1.185	142.207	15,8	1.020	132.602	17,7	1.862	242.004	16,1	518	62.144	16,0
Οκτώβριος—October	265	34.434	5,2	725	87.000	9,6	436	52.761	6,9	1.154	150.015	10,0	168	21.894	5,6
Νοβέμβριος—November	81	7.683	1,2	7	863	0,1	5	641	0,1	13	1.383	0,1	61	5.450	1,4
Δεκέμβριος—December	150	17.970	2,7	—	9	0,0	2	247	0,0	7	354	0,1	69	8.231	2,1

(Συνέχεια του πίνακα 9 — Table 9 continued)

Μήνες - Months	Αερολιμένες - Airports											
	Χανιά Χανιά			Κω Κω			Άλλοι αερολιμένες Other airports			Γενικό σύνολο Grand total		
	Αριθμός πτήσεων Number of flights	Επιβάτες Passengers		Αριθμός πτήσεων Number of flights	Επιβάτες Passengers		Αριθμός πτήσεων Number of flights	Επιβάτες Passengers		Αριθμός πτήσεων Number of flights	Επιβάτες Passengers	
		Αριθμός Number	%		Αριθμός Number	%		Αριθμός Number	%		Αριθμός Number	%
Σύνολο - Total	2.411	368.431	100,0	3.919	593.998	100,0	7.409	1.164.466	100,0	47.138	6.184.894	100,0
Ιανουάριος—January	—	—	0,0	—	—	0,0	2	195	0,0	135	17.277	0,3
Φεβρουάριος—February	—	—	0,0	—	—	0,0	—	—	0,0	137	13.434	0,2
Μάρτιος—March	4	451	0,1	—	—	0,0	—	61	0,0	237	28.543	0,5
Απρίλιος—April	219	28.472	9,2	127	17.728	3,5	124	13.490	1,2	2.735	352.925	5,7
Μάιος—May	396	51.520	16,7	617	74.071	14,7	1.166	165.596	16,0	6.918	895.633	14,5
Ιούνιος—June	366	47.513	15,4	676	87.298	17,4	1.454	218.157	19,7	7.809	1.007.525	16,3
Ιούλιος—July	441	57.326	18,6	818	106.401	21,0	1.435	217.525	20,4	8.880	1.199.583	19,4
Αύγουστος—August	377	49.062	16,0	757	90.792	17,9	1.536	245.719	21,1	8.759	1.141.272	18,5
Σεπτέμβριος—September	418	50.203	16,3	668	86.823	17,2	1.264	202.255	17,4	7.682	1.007.957	16,3
Οκτώβριος—October	197	23.672	7,7	325	42.250	8,3	377	60.303	5,2	3.647	471.832	7,6
Νοβέμβριος—November	1	112	0,0	1	15	0,0	—	—	0,0	168	16.372	0,3
Δεκέμβριος—December	—	—	0,0	—	—	0,0	1	174	0,0	229	27.485	0,4

72. Αριθμός ημεδαπών πελατών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, κατά μήνα, είδος και κατηγορία καταλύματος : 1995
 Number of greek clients in the country's hotel units, by month, type and category of unit : 1995

Μήνας	Ξενοδοχεία και συναφή τουριστικά καταλύματα Hotels and related units						Συμπληρωματικά καταλύματα Supplementary units					Γενικό σύνολο Grand total	Αναλογία % Percentage	
	ΑΑ' - ΑΑ	Α' - Α	Β' - Β	Γ' - Γ	Δ+Ε - Δ+Ε	Σύνολο ΑΑ'-Ε Total ΑΑ-Ε	Ενοίκιος Guest rooms	Οικοτροφεία Boarding houses	Επιπλασμένα διαμερίσματα Furnished suites	Κάμπινγκ Camping	Κέντρα καλοκαιρηκού Summer resorts			
Σύνολο	219.857	577.873	1.473.696	1.851.986	371.626	4.495.038	117.648	12.946	66.893	105.891	9.782	4.808.192	100,00	Total
Αναλογία %	4,57	12,02	30,65	38,52	7,73	93,49	2,45	0,27	1,39	2,20	0,20	100,00		Part
Ιανουάριος	15.724	35.737	94.059	118.442	24.410	288.372	5.949	470	3.682	—	—	297.473	6,19	January
Φεβρουάριος	15.979	35.660	91.090	119.294	20.238	282.261	5.383	308	1.579	—	—	289.531	6,02	February
Μάρτιος	15.645	39.634	97.972	126.884	22.161	302.296	7.327	623	1.726	2	20	311.994	6,49	March
Απρίλιος	24.353	94.585	138.431	154.480	25.804	437.653	8.359	447	4.562	390	622	452.033	9,40	April
Μάιος	15.056	43.499	126.147	152.188	28.432	365.322	7.352	663	3.500	1.894	441	379.162	7,89	May
Ιούνιος	15.986	46.648	127.227	148.689	29.163	367.713	8.745	429	5.584	10.166	1.537	394.174	8,20	June
Ιούλιος	17.845	61.079	166.235	205.358	50.710	501.227	17.824	1.822	14.150	40.889	1.283	577.195	12,00	July
Αύγουστος	21.087	71.396	185.214	240.636	63.047	581.400	26.241	2.864	19.174	48.003	1.053	678.725	14,12	August
Σεπτέμβριος	19.867	51.211	146.376	180.375	35.265	433.094	12.443	2.814	5.381	4.138	2.178	460.048	9,57	September
Οκτώβριος	19.442	36.919	113.004	151.644	25.340	346.349	6.520	662	3.502	412	1.108	358.553	7,46	October
Νοέμβριος	22.339	30.077	94.045	128.914	23.898	299.073	5.576	1.604	2.660	7	800	309.720	6,44	November
Δεκέμβριος	16.534	31.428	93.896	125.062	23.358	290.278	5.929	234	2.393	—	740	299.574	6,23	December

73. Διανυκτερεύσεις ημεδαπών πελατών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, κατά μήνα, είδος και κατηγορία καταλύματος : 1995
 Number of nights spent by Greeks in the country's hotel units, by month, type and category of unit : 1995

Μήνας	Ξενοδοχεία και συναφή τουριστικά καταλύματα Hotels and related units						Συμπληρωματικά καταλύματα Supplementary units					Γενικό σύνολο Grand total	Αναλογία % Percentage	Ποσο- στοι- α Contri- bution	
	ΑΑ' - ΑΑ	Α' - Α	Β' - Β	Γ' - Γ	Δ+Ε - Δ+Ε	Σύνολο ΑΑ'-Ε Total ΑΑ-Ε	Ενοίκιος Guest rooms	Οικοτροφεία Boarding houses	Επιπλασμένα διαμερίσματα Furnished suites	Κάμπινγκ Camping	Κέντρα καλοκαιρηκού Summer resorts				
Σύνολο	622.049	1.643.488	3.506.987	4.402.507	1.037.695	11.212.726	357.683	73.397	237.708	496.180	26.726	12.404.420	100,00	14,87	Total
Αναλογία %	5,01	13,25	28,27	35,49	8,37	90,39	2,88	0,59	1,92	4,00	0,22	100,00			Part
Ιανουάριος	35.328	69.270	196.494	276.769	61.883	639.750	14.410	1.987	7.713	—	—	663.860	5,35	23,13	January
Φεβρουάριος	33.254	63.871	184.232	266.001	53.872	603.250	13.170	1.670	4.156	—	—	622.196	5,02	21,37	February
Μάρτιος	37.482	77.783	204.150	291.903	57.706	659.024	17.555	2.544	5.217	4	20	694.364	5,60	20,38	March
Απρίλιος	68.163	286.138	306.521	339.671	62.680	1.062.573	17.810	1.992	13.922	788	1.639	1.098.724	8,86	16,22	April
Μάιος	35.387	94.330	249.710	324.339	68.841	772.627	16.418	3.348	9.672	3.714	647	805.926	6,50	8,99	May
Ιούνιος	43.909	111.249	274.177	341.589	74.707	845.631	22.744	2.031	14.652	25.589	3.371	914.018	7,37	8,94	June
Ιούλιος	68.614	215.746	473.729	521.503	153.702	1.433.294	62.335	12.989	55.118	198.513	5.378	1.767.627	14,25	14,98	July
Αύγουστος	100.164	366.219	639.750	684.176	208.911	1.999.220	97.942	21.517	83.344	253.886	7.166	2.463.075	19,86	20,98	August
Σεπτέμβριος	55.431	146.432	336.563	468.367	105.003	1.091.796	49.033	18.833	13.391	4.116	1.193.609	9,62	11,84	September	
Οκτώβριος	50.609	83.941	234.827	335.416	66.741	771.534	17.206	2.241	13.049	782	1.492	806.304	6,50	10,16	October
Νοέμβριος	53.899	60.256	198.953	282.378	62.575	638.061	13.943	3.170	6.872	13	1.500	687.661	5,50	19,87	November
Δεκέμβριος	39.809	66.227	207.861	290.995	61.074	605.966	16.065	1.075	7.553	—	1.397	692.056	5,58	24,44	December

74. Αριθμός αλλοδαπών πελατών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, κατά μήνα, είδος και κατηγορία καταλύματος : 1995
 Number of foreign clients in the country's hotel units, by month, type and category of unit : 1995

Μήνες	Ξενοδοχεία και ομοειδή τουριστικά καταλύματα — Hotels and related units						Μήνες
	ΑΑ' — ΑΑ	Α' — Α	Β' — Β	Γ' — Γ	Δ' + Ε' — Δ + Ε	Σύνολο ΑΑ' - Ε Total AA - E	
Σύνολο	703.762	1.913.825	1.670.175	1.272.037	215.116	5.774.915	Total
Αναλογία %	10,52	29,43	25,68	19,56	3,31	88,79	Percentage %
Ιανουάριος	23.785	19.132	19.999	16.416	4.419	83.751	January
Φεβρουάριος	26.821	21.246	24.111	19.046	4.577	95.801	February
Μάρτιος	38.855	33.365	44.450	32.015	6.594	155.279	March
Απρίλιος	67.763	175.588	164.348	114.703	12.858	535.260	April
Μάιος	85.845	281.353	220.031	151.697	20.799	759.725	May
Ιούνιος	85.361	274.139	232.556	164.763	25.743	782.562	June
Ιούλιος	76.341	275.009	256.780	211.076	39.450	858.656	July
Αύγουστος	69.848	291.700	262.847	231.963	46.280	902.638	August
Σεπτέμβριος	90.283	299.653	254.136	188.156	30.526	862.754	September
Οκτώβριος	74.980	194.523	141.125	100.395	13.029	524.052	October
Νοέμβριος	40.191	31.061	27.705	22.891	6.210	128.058	November
Δεκέμβριος	23.689	17.056	22.087	18.916	4.631	86.379	December

(Συνέχεια του πίνακα 74—Table 74 continued)

Μήνες	Συμπληρωματικά καταλύματα — Supplementary units					Γενικό σύνολο Grand total	Αναλογία % Percentage	Μήνες
	Ξενοδοχεία Guest rooms	Οικοτροφεία Boarding houses	Επιπλωμένα δωμάτια Furnished suites	Κάμπινγκ Campings	Κέντρα παραθερισμού Summer resorts			
Σύνολο	111.529	12.279	333.518	230.354	41.127	6.503.722	100,00	Total
Αναλογία %	1,71	0,19	5,13	3,54	0,63	100,00		Percentage %
Ιανουάριος	1.290	93	849	20	—	86.003	1,32	January
Φεβρουάριος	1.324	180	572	25	—	97.902	1,51	February
Μάρτιος	2.780	352	1.723	152	102	160.388	2,47	March
Απρίλιος	5.557	951	19.046	4.809	1.216	566.839	8,72	April
Μάιος	12.535	751	40.653	14.729	5.598	833.991	12,82	May
Ιούνιος	16.134	1.744	55.513	22.164	7.286	885.403	13,61	June
Ιούλιος	21.520	3.150	65.957	67.472	9.894	1.026.649	15,79	July
Αύγουστος	21.178	1.264	63.376	89.968	9.571	1.087.995	16,73	August
Σεπτέμβριος	17.807	2.035	56.546	27.612	5.692	972.446	14,95	September
Οκτώβριος	7.784	1.291	26.645	3.302	1.490	564.564	8,68	October
Νοέμβριος	2.050	236	1.302	68	145	131.859	2,03	November
Δεκέμβριος	1.570	232	1.336	33	133	89.683	1,38	December

Number of nights spent by foreigners in the country's hotel units, by month, type and category of unit: 1995

Μήνες	Ξενοδοχεία και ομοειδή τουριστικά καταλύματα — Hotels and related units						Μήνες
	ΑΑ' — ΑΑ	Α' — Α	Β' — Β	Γ — Γ	Δ' + Ε' — Δ + Ε	Σύνολο ΑΑ' - Ε' Total ΑΑ - Ε	
Σύνολο	2.469.187	13.921.519	9.913.332	6.459.206	858.208	33.621.452	Total
Αναλογία %	6,46	36,41	25,93	16,89	2,24	87,94	Percentage %
Ιανουάριος	57.408	51.308	55.291	47.445	12.985	224.437	January
Φεβρουάριος	69.288	52.820	64.990	51.621	12.216	250.935	February
Μάρτιος	103.462	85.547	125.284	77.262	15.913	407.468	March
Απρίλιος	187.764	855.965	556.589	345.689	27.531	1.973.538	April
Μάιος	297.912	1.928.312	1.219.273	718.567	83.922	4.247.986	May
Ιούνιος	336.571	2.244.593	1.614.857	970.537	118.783	5.285.341	June
Ιούλιος	304.212	2.284.987	1.832.550	1.235.255	183.174	5.840.178	July
Αύγουστος	331.165	2.524.030	1.851.776	1.308.524	198.417	6.213.912	August
Σεπτέμβριος	349.628	2.257.587	1.615.436	1.078.811	132.745	5.434.207	September
Οκτώβριος	268.980	1.497.129	839.387	508.823	46.808	3.161.127	October
Νοέμβριος	107.923	92.740	77.368	64.878	14.046	356.955	November
Δεκέμβριος	54.874	46.501	60.531	51.794	11.668	225.368	December

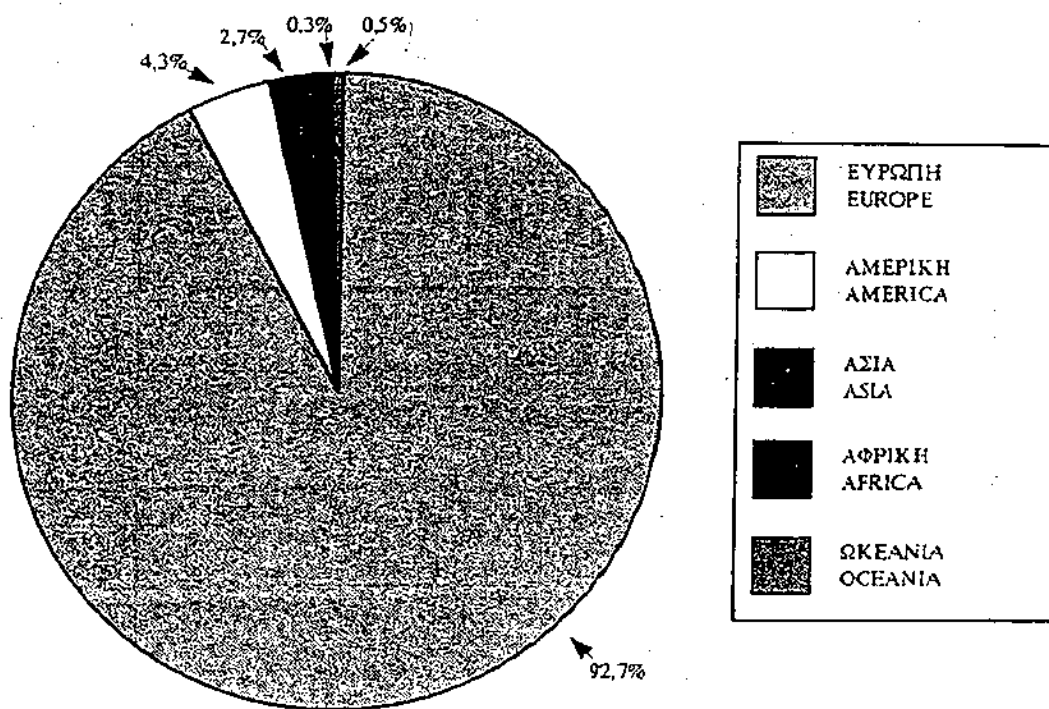
(Συνέχεια του πίνακα 75—Table 75 continued)

Μήνες	Συμπληρωματικά καταλύματα — Supplementary units					Γενικό σύνολο Grand total	Αναλογία % Percentage	Πληρότητα Coverage	Μήνες
	Ξενώνες Guest rooms	Οικοδομεία Boarding houses	Επιπλωμένα δωμάτια Furnished suites	Κάμπινγκ Campings	Κέντρα πελοπόννησος Summer resorts				
Σύνολο	548.086	45.984	2.898.298	758.229	359.823	38.211.872	100,00	46,80	Total
Αναλογία %	1,43	0,12	7,58	1,98	0,94	100,00			Percentage %
Ιανουάριος	3.112	541	3.556	432	—	232.078	0,61	8,07	January
Φεβρουάριος	3.445	617	3.753	420	—	259.170	0,68	8,89	February
Μάρτιος	6.854	1.286	9.517	687	182	425.994	1,11	12,48	March
Απρίλιος	13.836	2.943	142.505	23.556	7.462	2.163.840	5,66	31,62	April
Μάιος	56.872	2.495	346.762	49.165	31.389	4.734.609	12,38	51,95	May
Ιούνιος	85.884	4.532	480.863	75.187	54.907	5.986.714	15,66	59,49	June
Ιούλιος	126.545	6.741	597.015	210.994	108.375	6.889.848	18,02	63,77	July
Αύγουστος	120.050	4.505	572.711	289.504	97.519	7.298.201	19,09	66,56	August
Σεπτέμβριος	89.383	12.037	497.144	87.415	51.584	6.171.770	16,14	61,05	September
Οκτώβριος	33.273	7.897	235.025	19.911	7.568	3.464.801	9,06	43,46	October
Νοέμβριος	4.912	1.124	5.156	481	446	369.074	0,97	10,73	November
Δεκέμβριος	3.920	1.266	4.291	477	391	235.713	0,62	8,31	December

76. Λιανυκτερεύσεις ημεδαπών πελατών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, κατά τουριστική περιοχή, είδος και κατηγορία καταλύματος : 1995
 Number of nights spent by foreigners in the country's hotel units, by tourist area, type and category of unit : 1995

τουριστικές περιοχές	Ξενοδοχεία και ομοειδή τουριστικά καταλύματα Hotels and related units						Συμπληρωματικά καταλύματα Supplementary units					Γενικό σύνολο Grand total	Αντιλογία % Percentage	Πληρο- κλυση Cover- age	Tourist areas
	ΑΑ' - ΑΑ	Α' - Α	Β' - Β	Γ' - Γ	Δ+Ε' - Δ+Ε	Σύνολο ΑΑ' - Ε' Total ΑΑ - Ε	Ξενοδοχεία Guest rooms	Οικοτροφεία Boarding houses	Επιπλωμένα διαμερίσματα Furnished suites	Κάμπινγκ Camping	Κέντρα παραθερισμού Summer resorts				
ολο	622.049	1.643.488	3.506.987	4.402.507	1.037.695	11.212.726	357.683	73.397	237.708	496.180	26.726	12.404.420	100,0	14,9	Total
λογία %	5,01	13,25	28,27	35,49	8,37	90,39	2,68	0,59	1,92	4,00	0,22	100,00			Percentage %
Αθήνα	201.850	244.584	389.101	527.959	102.606	1.469.100	22.391	10.494	15.188	—	—	1.517.173	12,2	17,2	Athens
Βόρειο προάστια	8.753	12.558	17.576	80.945	18.150	137.982	—	—	—	1	—	137.983	1,1	23,4	Athens-North suburbs
Αττικής	57.044	40.320	112.424	53.224	7.703	270.721	30.111	—	8.958	125	—	299.915	2,4	11,0	Coasts of Attiki
Πορτο-Μακεδονία	—	29.858	17.813	30.459	6.295	84.425	22.800	23.616	—	35.759	—	166.600	1,3	23,3	Kanians Vouria-Malessina
Δελφοί	—	25.467	27.775	11.496	2.270	67.008	2.563	901	—	1.263	—	71.738	0,6	11,6	Eratini-Delfi
Αλιβερί	—	—	68.514	1.882	1.768	72.164	—	—	4.905	5.428	—	81.597	0,7	15,3	Eretria-Aliveri
Γαργαλιάνοι	—	4.733	6.577	54.354	23.773	89.437	2.327	4.561	—	16.986	—	113.314	0,9	16,3	Kilini-Gargaliani
Μεσσηνία	—	50.756	57.021	75.343	9.774	192.894	5.261	436	4.062	11.049	—	213.702	1,7	36,3	Pylas-Messini
Πάτρα	1.187	70.493	96.573	143.297	18.012	329.562	21.507	—	2.658	32.065	6.833	393.525	3,2	20,3	Korinthos-Patra
Επιμενίδας	—	42.965	34.386	13.990	308	91.646	—	—	170	—	1.643	93.960	0,8	11,3	Ermionis area
Πόρος-Γαλατάς	—	10.037	12.435	11.093	4.416	37.981	5.280	—	112	—	—	43.373	0,3	15,1	Methana-Poros-Galatas
Μαλακός-Πλαταιμών	—	—	70.717	27.365	23.274	121.356	3.112	—	3.824	58.251	—	186.543	1,5	16,0	Makrygiolos-Platamonas
Ανίκη-Αγία Τριάς	14.110	74.681	274.333	292.715	93.317	749.582	—	—	—	666	—	750.248	6,0	31,4	Thessaloniki-Agla Trias
Αγία Τριάς	67.337	58.200	102.335	19.008	14.008	260.888	5.428	—	15.256	77.051	—	358.623	2,9	11,7	Moudania-Ierissos
Θάσος	—	10.601	127.613	78.825	47.920	264.959	16.624	—	4.963	49.179	134	335.799	2,7	20,0	Kavala-Thassos
—	—	—	28.310	44.077	36.260	108.647	39.118	—	5.096	13.116	—	165.977	1,3	24,3	Pilio
—	18.556	26.641	35.136	15.631	9.151	105.115	5.296	—	18.986	1.104	—	130.509	1,1	16,3	Sporades
—	47.674	147.253	91.713	112.608	3.790	403.038	394	—	10.900	8.525	300	423.157	3,4	9,7	Kerkyra
—	—	18.508	146.272	72.059	13.270	250.169	10.882	—	2.687	21.213	—	284.891	2,2	15,9	Ionian Islands
—	—	3.349	44.839	71.628	22.492	142.308	57	—	2.159	27.806	—	172.430	1,4	18,5	Iptiros coasts
Κρήτη	18.984	155.352	112.951	261.620	23.465	572.372	7.022	7.264	12.922	5.427	—	604.947	4,9	5,9	Northern Kriti
Κρήτη	—	6.513	953	4.959	58	12.483	—	—	—	—	—	12.483	0,1	5,6	Southern Kriti
Κρήτη	823	16.453	30.844	7.270	64.063	1.817	87	—	2.727	—	—	73.836	0,6	3,7	Rest of Kriti
—	99.295	285.909	124.621	50.649	8.335	574.809	328	952	18.463	—	—	594.552	4,8	5,9	Rodos
—	—	50.359	31.160	38.230	1.722	121.471	6.000	—	5.397	5.172	171	138.211	1,1	3,1	Kos
Δωδεκάνησα	—	122	13.456	26.694	6.464	46.736	—	—	2.766	—	—	59.195	0,5	7,0	Rest of Dodekanisos
—	35	53.330	107.814	215.710	58.397	435.286	18.397	—	16.689	16.785	—	487.157	3,9	18,9	Kyklades
—	9.549	7.877	188.951	83.821	10.229	300.427	23.993	5.846	30.888	3.109	—	364.263	2,9	13,6	Aegean Islands
—	73.846	196.563	1.156.725	1.946.022	463.001	3.836.157	112.280	19.294	41.475	101.872	17.645	4.128.723	33,3	27,9	Rest of Greece

Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών πελατών στα ξενοδοχειακά καταλύματα, κατά ήπειρο : 1996
Nights spent by foreigners in the country's hotel units. Distribution by continents : 1996



150. Πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, κατά μήνα : 1996
Coverage rates of hotel units, by month : 1996

Μήνας	Ξενοδοχεία και ομειωδή τουριστικά καταλύματα — Hotels and related units												Συμπληρωματικά καταλύματα Supplementary units		Γενικό σύνολο Grand total		Μήνας Month
	ΑΑ' — ΑΑ		Α' — Α		Β' — Β		Γ' — Γ		Δ+Ε' — Δ+Ε		Σύνολο ΑΑ'Ε' Total ΑΑ'Ε'						
	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total			
Σύνολο	42,72	53,77	60,19	68,18	41,62	57,73	26,61	47,64	11,13	30,57	40,85	55,64	44,33	53,68	41,17	55,46	Total
Ιανουάριος	17,87	31,49	12,32	28,53	7,07	31,57	4,63	30,91	3,25	21,23	7,74	29,71	7,31	20,23	7,71	29,12	January
Φεβρουάριος	20,56	35,05	13,94	30,92	8,77	34,08	5,00	31,80	3,37	21,05	8,91	31,48	5,87	18,17	8,74	30,74	February
Μάρτιος	24,21	38,25	13,01	21,95	13,97	35,83	9,58	37,47	4,01	20,85	12,96	31,45	11,49	23,63	12,89	31,09	March
Απρίλιος	36,10	47,99	32,23	42,01	26,71	42,21	17,88	39,27	7,71	24,03	26,12	40,82	29,96	38,49	26,40	40,65	April
Μάιος	48,29	56,64	64,58	67,85	41,51	51,33	28,53	43,24	14,23	27,55	44,68	53,68	42,12	44,96	44,43	52,84	May
Ιούνιος	49,23	58,59	68,15	72,84	48,06	58,71	31,93	45,96	15,18	26,66	47,62	57,33	50,23	54,94	47,89	57,08	June
Ιούλιος	54,47	65,58	75,28	85,58	58,33	76,39	39,31	60,31	20,26	40,33	54,72	71,05	53,59	64,86	54,58	70,31	July
Αύγουστος	62,61	77,22	87,76	103,73	63,63	87,30	42,75	69,81	22,33	48,43	61,87	83,78	59,07	76,83	61,54	82,97	August
Σεπτέμβριος	59,66	67,36	77,79	82,89	55,09	66,77	36,94	53,24	18,56	32,8f	55,09	65,86	50,17	57,89	54,58	65,02	September
Οκτώβριος	47,51	55,71	54,06	57,63	33,68	45,16	22,64	41,40	9,33	24,81	37,52	48,06	36,46	41,49	37,43	47,50	October
Νοέμβριος	22,48	33,61	14,15	22,62	9,43	33,25	5,25	34,43	3,73	23,90	10,38	30,25	8,06	21,13	10,26	29,77	November
Δεκέμβριος	8,54	23,80	4,35	16,45	3,54	26,36	2,86	29,28	2,76	19,38	3,64	25,16	3,73	21,42	3,64	24,99	December

151. Πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, κατά τουριστική περιοχή : 1996
Coverage rates of hotel units, by tourist areas : 1996

Τουριστικές περιοχές	Ξενοδοχεία και ομοειδή τουριστικά καταλύματα — Hotels and related units												Συμπληρωματικά καταλύματα Supplementary units		Γενικό σύνολο Grand total		Tourist areas
	ΑΑ' — ΑΑ		Α' — Α		Β' — Β		Γ' — Γ		Δ+Ε' — Δ+Ε		Σύνολο ΑΑ'-Ε' Total ΑΑ-Ε'						
	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total	Αλλοδαποί Foreigners	Σύνολο Total			
Σύνολο	42,7	53,8	60,2	68,2	41,6	52,7	26,6	47,6	13,1	30,6	40,8	55,6	44,3	53,7	41,2	55,5	Total
Αθήνα	48,6	56,5	52,1	69,8	43,7	63,1	25,1	50,5	8,8	26,3	39,7	57,3	27,8	35,5	39,0	56,0	Athens
Αθήνα-Πόρεια προάστια ..	10,8	17,2	26,8	43,8	9,0	32,7	6,9	35,7	3,8	39,1	9,8	33,0	—	—	9,8	33,0	Athens-North suburbs
Ακτές Αττικής	22,8	35,2	49,1	56,6	40,4	53,2	22,5	35,5	5,4	18,3	36,3	47,9	35,6	52,3	36,3	48,3	Coasts of Attiki
Καμένα Βούρλα-Μαλεσίνα ..	—	—	16,7	31,5	15,9	29,1	1,2	17,4	1,5	16,5	9,0	23,9	0,5	31,8	7,1	25,7	Kamena Vourla-Malesina
Ερέτρια-Αλιβερί	—	—	26,1	38,9	20,9	38,3	11,5	19,6	10,8	18,6	20,3	33,4	6,2	22,5	19,8	33,0	Eretria-Delfi
Ερέτρια-Αλιβερί	—	—	—	—	43,9	54,1	0,4	9,2	0,9	23,6	42,3	52,6	0,6	36,3	41,4	52,3	Eretria-Aliveri
Κυλλήνη-Γαργαλιάνοι	—	—	57,9	63,7	2,4	19,5	4,3	21,5	1,8	36,7	27,2	41,5	2,8	33,5	26,3	41,3	Kyllini-Gargaliani
Πύλος-Μεσσήνη	—	—	12,5	52,7	50,0	79,4	4,8	34,3	10,2	24,5	21,4	51,3	28,8	47,0	22,0	51,0	Pylus-Messini
Κορινθός-Πάτρα	1,7	99,9	32,1	45,5	13,3	31,2	6,5	37,4	4,5	17,2	17,4	37,3	4,7	18,3	16,4	35,9	Korinthos-Patra
Περιοχή Ερμιονίδος	—	—	33,7	48,1	32,1	37,6	3,9	33,0	15,0	20,4	30,8	42,7	83,0	84,9	34,3	45,5	Ermionis area
Μέθαινα-Πόρος-Γαλιτάς ..	—	—	14,7	32,9	29,1	43,1	7,3	23,9	5,4	24,0	18,0	33,8	11,7	32,3	17,2	33,6	Methana-Poros-Galatas
Μακρυγιάδος-Πλαταμών ..	—	—	—	—	44,5	58,6	22,9	40,0	22,3	33,1	33,1	47,6	36,1	40,3	33,7	46,1	Makrygiados-Platanos
Θεσσαλονίκη-Άγιο Τριάντ ..	18,8	47,9	16,8	39,0	15,6	44,1	18,1	56,1	14,5	41,9	16,6	47,1	—	—	16,6	47,1	Thessaloniki-Agia Trias
Νιούφανιά-Ημισσός	21,1	44,4	34,1	64,2	34,1	66,7	51,5	59,4	35,6	49,7	48,7	61,5	65,1	75,3	50,3	62,8	Niofania-Himissos
Καβάλα-Θάσος	—	—	50,0	59,4	23,1	40,5	24,0	45,7	23,3	39,0	26,8	47,6	37,2	49,7	27,8	47,8	Moudania-Thassos
Πήλιο	—	—	—	—	0,8	25,1	2,7	22,9	3,3	23,9	2,6	23,6	3,2	26,2	2,8	24,4	Pilio
Σποράδες	49,9	69,2	67,2	93,0	50,2	72,7	19,2	31,8	12,0	27,5	45,1	65,5	21,8	40,6	40,8	60,9	Sporades
Κέρκυρα	36,4	47,2	58,5	67,6	52,1	62,3	48,8	68,9	58,0	69,1	52,5	63,7	51,7	53,5	52,4	62,7	Kerkyra
Ιόνιοι Νήσοι	—	—	60,4	74,5	34,5	55,7	38,2	54,2	29,9	51,3	39,4	57,7	35,6	56,3	39,2	57,7	Ionian Islands
Ακτές Ηαλείου	—	—	73,8	80,3	28,3	44,7	18,1	48,9	12,1	24,0	22,9	43,2	24,5	32,8	23,0	42,9	Ipsos coasts
Βόρεια Κρήτη	49,1	52,9	63,7	67,9	61,6	67,5	44,2	56,7	36,3	46,0	57,8	64,0	66,3	69,8	58,8	64,7	Northern Krti
Νότια Κρήτη	—	—	53,8	56,2	32,9	34,1	25,6	40,9	11,6	17,2	40,7	47,2	61,5	61,7	42,7	48,6	Southern Krti
Λασιθί Κρήτη	70,8	76,9	74,9	77,7	62,3	68,4	68,8	73,4	28,3	44,1	69,0	73,5	56,7	58,3	67,5	71,6	Rest of Krti
Ρόδος	49,7	58,0	70,1	75,2	65,9	71,9	65,9	71,4	49,2	52,2	66,1	71,8	81,8	86,4	66,9	72,6	Rodos
Κως	—	—	76,7	79,8	70,5	73,8	59,3	64,6	19,9	21,9	70,1	73,8	65,8	67,4	69,5	72,9	Kos
Λευκά Δωδεκάνησα	—	—	30,2	34,1	43,3	48,9	32,2	39,5	17,3	28,4	34,6	41,6	30,4	37,0	33,6	40,5	Rest of Dodekanisoss
Κυκλάδες	57,0	74,4	42,2	60,9	36,4	57,8	31,1	52,9	22,6	36,5	32,6	52,5	12,2	30,5	30,9	50,6	Kyklades
Νήσοι Αιγαίου	40,2	47,1	82,8	95,5	42,3	59,3	40,1	50,8	20,0	27,4	42,8	56,0	43,5	55,4	42,9	55,9	Aegean Islands
Λοιπή Ελλάδα	9,3	46,8	20,8	41,7	11,2	43,5	7,2	37,0	3,8	24,1	8,7	37,0	16,4	33,9	9,3	36,8	Rest of Greece

114. Αριθμός ημεδαπών πελατών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, κατά μήνα, είδος και κατηγορία καταλύματος : 1996
 Number of greek clients in the country's hotel units, by month, type and category of unit : 1996

Μήνας	Ξενοδοχεία και συναφή τουριστικά καταλύματα Hotels and related units						Συμπληρωματικά καταλύματα Supplementary units					Γενικό σύνολο Grand total	Αναλογία % Percent- age	Μήνας Months
	ΑΑ' - ΑΑ	Α' - Α	Β' - Β	Γ' - Γ	Δ*Ε' - Δ*Ε	Σύνολο ΑΑ'-Ε' Total ΑΑ'-Ε'	Επισκέπτες Guest rooms	Οικοτροφεία Boarding houses	Επιπλωμένα δωμάτια Furnished suites	Καμπινγκ Camping	Κέντρα παροχών Summer resorts			
Σύνολο	248.557	583.175	1.431.513	1.838.391	369.185	4.470.821	119.526	9.565	81.053	107.393	13.364	4.801.662	100,00	Total
Αναλογία %	5,18	12,15	29,81	38,29	7,69	93,11	2,49	0,20	1,69	2,24	0,28	100,00		Percentage %
Ιανουάριος	17.721	30.596	84.792	117.492	21.655	272.256	5.251	258	2.811	430	1.534	281.540	5,88	January
Φεβρουάριος	19.721	33.816	97.652	124.033	22.351	297.575	5.742	353	3.119	236	559	307.584	6,41	February
Μάρτιος	30.070	47.203	105.746	135.828	22.825	341.672	6.391	315	4.031	321	657	351.387	7,36	March
Απρίλιος	19.021	66.742	118.224	145.651	26.214	375.852	10.350	719	5.245	494	880	393.540	8,20	April
Μάιος	20.563	45.952	128.751	151.398	27.870	374.534	6.559	289	3.625	1.503	719	387.229	8,06	May
Ιούνιος	22.783	53.068	135.116	159.590	31.725	402.282	13.071	572	7.050	14.030	962	437.917	9,12	June
Ιούλιος	20.463	74.803	168.029	211.774	52.486	527.555	19.913	1.540	15.211	43.765	2.211	610.195	12,71	July
Αύγουστος	20.939	94.643	195.984	248.065	63.992	623.693	25.479	2.808	23.751	43.163	1.849	720.743	15,01	August
Σεπτέμβριος	19.302	47.828	128.478	167.058	33.251	396.017	10.343	6.409	2.904	2.904	769	418.285	8,71	September
Οκτώβριος	25.444	41.533	121.965	161.355	28.395	378.692	7.341	410	4.664	300	2.639	394.138	8,21	October
Νοβέμβριος	23.463	33.756	95.900	139.393	24.508	317.020	5.321	281	4.011	104	525	327.262	6,82	November
Δεκέμβριος	9.017	13.233	50.776	76.734	13.913	163.673	3.763	227	1.126	53	—	168.842	3,52	December

115. Διανυκτερεύσεις ημεδαπών πελατών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, κατά μήνα, είδος και κατηγορία καταλύματος : 1996
 Number of nights spent by Greeks in the country's hotel units, by month, type and category of unit : 1996

Μήνας	Ξενοδοχεία και συναφή τουριστικά καταλύματα Hotels and related units						Συμπληρωματικά καταλύματα Supplementary units					Γενικό σύνολο Grand total	Αναλογία % Percent- age	Παρό- τητα Cover- age	Μήνας Months
	ΑΑ' - ΑΑ	Α' - Α	Β' - Β	Γ' - Γ	Δ*Ε' - Δ*Ε	Σύνολο ΑΑ'-Ε' Total ΑΑ'-Ε'	Επισκέπτες Guest rooms	Οικοτροφεία Boarding houses	Επιπλωμένα δωμάτια Furnished suites	Καμπινγκ Camping	Κέντρα παροχών Summer resorts				
Σύνολο	669.706	1.790.390	3.553.920	4.388.071	1.033.540	11.435.627	357.217	62.268	291.055	491.365	31.494	12.669.026	100,00	14,28	Total
Αναλογία %	5,29	14,13	28,16	34,64	8,16	90,26	2,82	0,49	2,30	3,88	0,25	100,00		Percentage %	
Ιανουάριος	44.411	60.405	179.560	261.604	57.484	603.464	12.360	1.156	7.511	654	2.385	627.560	4,95	21,41	January
Φεβρουάριος	48.595	65.989	199.908	274.122	56.900	646.574	11.851	1.197	6.932	537	921	668.012	5,27	21,99	February
Μάρτιος	69.628	99.084	213.068	299.232	56.462	737.474	12.539	993	9.331	489	999	761.825	6,01	18,20	March
Απρίλιος	63.148	211.678	271.078	323.264	63.115	932.283	23.651	1.572	15.708	1.530	2.078	976.822	7,71	14,25	April
Μάιος	49.674	94.384	255.770	322.654	69.475	791.957	14.728	1.133	9.737	2.466	931	820.952	6,48	8,41	May
Ιούνιος	61.838	138.725	313.091	358.866	81.227	953.769	28.768	2.196	20.582	13.072	1.829	1.040.216	8,21	9,19	June
Ιούλιος	66.788	298.237	514.060	572.439	161.566	1.613.080	67.922	13.502	61.254	207.538	7.770	1.971.066	15,56	15,73	July
Αύγουστος	92.579	480.774	696.758	734.473	209.266	2.213.850	99.691	20.607	107.056	233.834	7.872	2.683.830	21,18	21,43	August
Σεπτέμβριος	49.932	150.506	330.634	403.154	97.613	1.031.819	43.463	16.253	25.642	10.014	1.573	1.128.784	8,91	10,45	September
Οκτώβριος	54.863	93.538	263.454	350.499	74.212	836.566	15.114	1.978	12.958	756	1.255	674.630	6,90	10,07	October
Νοβέμβριος	48.441	67.814	194.254	301.122	67.658	679.289	12.945	1.235	9.597	348	878	704.292	5,56	19,51	November
Δεκέμβριος	19.809	28.256	122.235	186.620	38.562	395.482	11.185	446	3.847	77	—	411.037	3,24	21,35	December

116. Αριθμός αλλοδαπών πελατών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, κατά μήνα, είδος και κατηγορία καταλύματος : 1996
Number of foreign clients in the country's hotel units, by month, type and category of unit : 1996

Μήνες	Ξενοδοχεία και ομοειδή τουριστικά καταλύματα — Hotels and related units						Months
	ΑΑ' — ΑΑ	Α' — Α	Β' — Β	Γ' — Γ	Δ' + Ε' — Δ + Ε	ΑΑ' - Ε' Total AA - E	
Σύνολο	692.732	1.884.416	1.575.697	1.151.128	199.301	5.503.274	Total
Αναλογία %	11,14	30,31	25,35	18,52	3,21	88,53	Percentage %
Ιανουάριος	21.441	17.086	18.733	17.216	4.062	78.538	January
Φεβρουάριος	27.006	20.179	26.290	19.016	4.571	97.062	February
Μάρτιος	44.873	50.541	56.169	40.363	5.918	197.864	March
Απρίλιος	59.589	142.598	135.028	92.429	12.209	441.853	April
Μάιος	79.515	275.336	202.185	133.221	18.735	708.992	May
Ιούνιος	82.887	255.603	207.311	147.569	23.503	716.873	June
Ιούλιος	70.036	270.411	242.244	192.164	37.442	813.297	July
Αύγουστος	85.956	318.485	282.153	224.224	43.046	953.864	August
Σεπτέμβριος	96.494	307.338	244.781	168.256	29.364	846.233	September
Οκτώβριος	82.290	190.998	127.338	88.886	12.736	502.248	October
Νοέμβριος	38.084	29.980	25.774	18.701	4.977	117.516	November
Δεκέμβριος	4.561	5.861	7.691	8.083	2.738	28.934	December

(Συνέχεια του πίνακα 116—Table 116 continued)

Μήνες	Συμπληρωματικά καταλύματα — Supplementary units					Γενικό σύνολο Grand total	Αναλογία % Percentage	Months
	Ξενώνες Guest rooms	Οικοτροφεία Boarding houses	Επιπλωμένα διαμερίσματα Furnished suites	Κάμπινγκ Camping	Κέντρα παραθερισμού Summer resorts			
Σύνολο	104.470	12.369	308.514	243.661	44.024	6.216.312	100,00	Total
Αναλογία %	1,69	0,20	4,96	3,92	0,71	100,00		Percentage %
Ιανουάριος	1.700	290	2.203	56	180	82.967	1,34	January
Φεβρουάριος	2.223	161	1.078	26	112	100.662	1,62	February
Μάρτιος	3.667	369	2.807	462	409	206.578	3,31	March
Απρίλιος	7.349	1.294	17.067	4.098	951	472.612	7,60	April
Μάιος	11.743	601	39.445	16.762	5.253	782.796	12,59	May
Ιούνιος	14.712	1.803	50.265	26.508	7.463	817.624	13,15	June
Ιούλιος	14.891	1.365	59.254	74.923	8.458	972.688	15,65	July
Αύγουστος	20.129	2.453	61.296	90.572	13.386	1.141.700	18,37	August
Σεπτέμβριος	16.994	1.724	48.775	25.748	4.589	944.063	15,19	September
Οκτώβριος	7.760	1.275	24.270	4.328	3.015	542.916	8,73	October
Νοέμβριος	2.590	492	1.899	165	188	122.850	1,98	November
Δεκέμβριος	712	42	155	13	—	29.856	0,48	December

117. Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών πελατών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, κατά μήνα, είδος και κατηγορία καταλύματος : 1996

Number of nights spent by foreigners in the country's hotel units, by month, type and category of unit: 1996

Μήνες	Ξενοδοχεία και ομοειδή τουριστικά καταλύματα — Hotels and related units						Months
	ΑΑ' — ΑΑ	Α' — Α	Β' — Β	Γ' — Γ	Δ' + Ε' — Δ+Ε	ΑΑ' - Ε' Total AA' - E	
Σύνολο	2.590.062	13.480.598	9.182.809	5.555.395	778.474	31.587.338	Total
Αναλογία %	7,20	37,45	25,51	15,43	2,16	87,76	Percentage %
Ιανουάριος	58.242	45.939	51.853	46.130	10.388	212.552	January
Φεβρουάριος	68.980	55.027	69.306	51.133	10.864	255.310	February
Μάρτιος	120.049	144.294	136.103	102.273	13.435	516.604	March
Απρίλιος	191.687	697.644	466.992	270.141	29.789	1.656.253	April
Μάιος	287.216	1.862.935	1.081.309	625.741	74.226	3.931.427	May
Ιούνιος	325.581	2.016.230	1.414.057	817.113	107.422	4.680.403	June
Ιούλιος	327.356	2.181.482	1.660.890	1.071.252	163.030	5.404.010	July
Αύγουστος	397.007	2.642.373	1.873.220	1.160.235	179.030	6.251.865	August
Σεπτέμβριος	386.971	2.292.582	1.559.966	913.513	126.656	5.279.658	September
Οκτώβριος	318.005	1.418.613	773.224	422.968	44.720	2.977.550	October
Νοέμβριος	97.876	113.309	76.901	54.233	12.522	354.841	November
Δεκέμβριος	11.092	10.170	18.968	20.213	6.392	66.835	December

(Συνέχεια του πίνακα 117—Table 117 continued)

Μήνες	Συμπληρωματικά καταλύματα — Supplementary units					Γενικό σύνολο Grand total	Αναλογία % Percentage	Πληρότητα Coverage	Months
	Ξενοίτες Guest rooms	Οικιακή διαμονή Boarding houses	Επιπλασμένα δωμάτια Furnished suites	Κάμπινγκ Campings	Κέντρα παραθερισμού Summer resorts				
Σύνολο	501.223	37.198	2.581.031	891.385	395.178	35.993.353	100,00	41,17	Total
Αναλογία %	1,39	0,10	7,17	2,48	1,10	100,00			Percentage %
Ιανουάριος	5.605	1.491	5.628	357	536	226.169	0,63	7,71	January
Φεβρουάριος	5.435	1.030	3.134	339	324	265.622	0,74	3,74	February
Μάρτιος	12.321	1.221	8.092	1.352	950	540.540	1,50	12,89	March
Απρίλιος	26.699	5.445	112.766	14.588	6.201	1.821.952	5,06	26,40	April
Μάιος	52.294	2.098	311.820	56.431	28.198	4.382.268	12,18	44,43	May
Ιούνιος	75.058	7.076	423.636	104.713	63.173	5.354.059	14,88	47,89	June
Ιούλιος	78.852	4.843	543.183	286.159	88.072	6.405.119	17,80	54,58	July
Αύγουστος	110.982	4.822	541.881	303.542	127.820	7.340.912	20,40	61,54	August
Σεπτέμβριος	90.874	3.979	417.489	98.175	52.779	5.942.984	16,51	54,58	September
Οκτώβριος	35.176	3.211	205.649	24.368	26.266	3.272.220	9,09	37,43	October
Νοέμβριος	5.702	1.647	7.004	971	859	371.024	1,03	10,26	November
Δεκέμβριος	2.225	335	699	390	—	70.484	0,20	3,64	December

118. Διανοκτερεύσεις ημεδιπών πελατών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, κατά τουριστική περιοχή, είδος και κατηγορία καταλύματος : 1996
 Number of nights spent by Greeks in the country's hotel units, by tourist area, type and category of unit : 1996

Τουριστικές περιοχές	Ξενοδοχεία και υφιστάμενα τουριστικά καταλύματα Hotels and related units						Συμπληρωματικά καταλύματα Supplementary units					Γενικό σύνολο Grand total	Αναλογία % Percentage	Πλάκω- ση Coverage	Τουριστικές περιοχές Tourist areas
	ΑΑ' - ΑΑ	Α' - Α	Β' - Β	Γ' - Γ	Δ+Ε - Δ+Ε	Σύνολο ΑΑ'Ε Total ΑΑ-Ε	Ξενοδοξία Guest rooms	Ολοκροτήσια Boarding houses	Επιπλωμένο Λιμνοστάσια Furnished suites	Κάμπινγκ Camping	Κέντρα περισυρτήριου Summer resorts				
Σύνολο	669.706	1.790.390	3.553.920	4.388.071	1.033.540	11.435.617	357.217	62.268	291.055	491.365	31.494	12.669.026	100,0	14,3	Total
Αναλογία %	5,29	14,13	28,05	34,64	8,16	90,26	2,82	0,49	2,30	3,88	0,25	100,00			Percentage %
Αθήνα	213.909	226.703	319.727	452.328	92.272	1.304.939	19.966	3.185	12.653	—	—	1.340.743	10,6	17,0	Athens
Αθήνα-Πόρεια προάστια	6.438	9.864	12.224	80.464	13.847	122.837	—	—	—	59	—	122.896	1,0	23,2	Athens-North suburbs
Ακτές Αττικής	30.592	33.990	115.171	41.103	6.861	227.717	11.319	—	18.598	5.264	—	262.898	2,1	12,0	Coasts of Attiki
Καμένα Βούρλα-Μαδαινα	—	16.351	16.611	31.142	4.960	69.064	19.532	—	—	—	—	138.598	1,1	18,6	Kamena Vourla-Malesino
Ερμιονή-Δελφοί	—	24.365	31.145	8.575	2.368	66.453	1.863	—	—	2.981	—	72.229	0,6	13,2	Ermioni-Delfi
Ερέτρια-Αλιψή	—	—	50.129	1.005	1.619	52.753	—	—	—	4.122	—	61.426	0,5	10,9	Eretria-Alypsi
Κυλλίνη-Γαργαλιάνοι	—	14.380	8.318	34.706	23.599	81.003	2.380	—	—	—	—	106.905	0,8	15,0	Kyllini-Gargaliani
Πύλος-Μεσσηνή	—	44.752	64.879	81.890	8.773	200.294	5.026	—	—	—	—	219.517	1,7	29,0	Pylas-Messini
Κόρινθος-Πάτρα	2.120	77.413	75.187	148.828	14.580	318.128	8.952	—	—	1.682	—	357.767	2,8	19,5	Korinthos-Patra
Περιοχή Ερμιονίδας	—	59.339	16.799	15.858	292	92.288	—	—	—	—	—	99.508	0,8	11,2	Ermionis area
Μέθωνα-Πόρος-Γαλατάς	—	9.008	25.492	21.694	7.057	63.251	11.495	—	—	6.199	—	75.247	0,6	16,4	Methona-Poros-Galatas
Μακρυγιαννός-Πλαταμών	—	—	57.801	48.805	17.401	124.007	2.682	—	—	6.529	—	188.143	1,5	12,4	Makrygiannos-Platamonas
Θεσσαλονίκη-Αγία Τριάς	46.310	60.994	224.133	276.318	99.340	707.095	—	—	—	1.932	—	709.027	5,6	30,6	Thessaloniki-Agia Trias
Μουδανιά-Ιερισσός	74.427	77.686	126.682	19.358	15.794	313.947	6.007	—	—	19.217	—	439.115	3,5	12,5	Moudania-Ierissos
Καϊκία-Θάσος	—	13.540	144.692	80.811	40.166	279.209	13.289	—	—	4.684	—	340.175	2,7	20,1	Kaikia-Thassos
Πήλιο	—	—	19.246	46.505	36.179	101.930	43.744	—	—	4.778	—	160.682	1,3	21,6	Pilio
Σποράδες	22.306	41.089	43.176	11.677	12.437	130.685	6.003	—	—	21.169	—	161.736	1,3	20,1	Sporades
Κέρκυρα	48.532	142.027	156.514	112.479	8.704	468.256	523	—	—	7.411	—	483.931	3,8	10,3	Kerkyra
Ιόνια Νήσοι	—	31.440	149.839	85.146	13.540	279.965	12.968	—	—	2.772	—	313.526	2,5	18,4	Ionian Islands
Ακτές Ηλείου	—	1.799	44.472	77.322	17.767	141.360	—	—	—	1.779	—	154.009	1,2	19,9	Iplios coasts
Βόρεια Κρήτη	31.535	212.057	162.157	254.013	23.619	683.381	11.486	—	—	5.839	—	742.343	5,9	5,9	Northern Kritt
Νότια Κρήτη	—	2.760	426	11.706	141	15.033	—	—	—	—	—	15.081	0,1	5,9	Southern Kritt
Λουπή Κρήτη	2.367	31.953	25.551	22.363	14.532	96.766	702	—	—	—	—	101.790	0,8	4,1	Rest of Kritt
Ρόδος	101.425	298.121	127.971	68.853	4.411	600.781	2.320	—	—	—	—	627.538	5,0	5,6	Rodos
Κως	—	64.302	35.376	57.251	949	157.878	6.108	—	—	4.194	—	173.041	1,4	3,4	Kos
Λουιά Δωδεκανήσου	—	330	13.095	28.908	6.766	49.099	4.641	—	—	8.983	—	62.826	0,5	6,9	Rest of Dodekanisssos
Κυκλάδες	3.478	66.844	114.715	234.634	60.064	479.735	21.749	—	—	19.881	—	546.210	4,3	19,7	Kyklades
Νήσοι Αιγαίου	13.971	22.187	192.607	89.273	11.436	329.474	24.247	—	—	1.800	—	391.000	3,1	13,0	Aegean Islands
Λουπή Ελλάς	72.296	207.095	1.179.785	1.945.056	474.066	3.878.299	120.177	—	—	52.880	—	4.201.119	33,2	27,5	Rest of Greece

Γ' ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ — C. SPAS

VI. ΚΙΝΗΣΗ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΠΗΓΩΝ — MOVEMENT OF PRINCIPAL SPAS

152. Ιαματικές πηγές τουριστικής σημασίας. Άτομα που χρησιμοποίησαν τις πηγές και θεραπευτικές αγωγές που πραγματοποιήθηκαν: 1994 - 1996

Spas of tourist importance. Number of users and treatments: 1994 - 1996

Ιαματικές πηγές και χαρακτηρισμός τους	Άτομα που χρησιμοποίησαν τις πηγές Users			Θεραπευτικές αγωγές που πραγματοποιήθηκαν Treatments			Spas
	1994	1995	1996	1994	1995	1996	
Γενικό σύνολο	112.031	101.676	105.503	1.477.159	1.421.920	1.396.171	Grand total
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΣ ΚΑΙ ΕΥΒΟΙΑ—CENTRAL GREECE AND EVIA							
Σύνολο	73.426	69.478	70.802	1.083.953	1.057.506	1.039.299	Total
Αιόπησό (αλκαλική)	40.574	39.327	38.953	530.395	528.194	521.071	Edipsos (saline water spring)
Βουλιαγμένης (χλωριονατρίου-υπερτονικός)	2.400	2.000	2.000	138.115	131.956	154.706	Vouliagmeni (saline water spring, hypertonic)
Θερμοπυλών-Καλλιθέρας (θερμή, υδροθειοχλωριονατρίου)	1.633	1.693	1.533	21.551	22.685	18.828	Thermopyles-Kaliathro (sulphurated hydrogen saline water spring, warm)
Καρμένων Βουρλών (ραδιενεργός, χλωριονατρίου)	10.893	9.890	11.811	148.318	147.156	116.357	Karmana Voula (radioactive, saline water spring)
Μεθάνων (θερμή θειούχος αλκαλική)	8.409	7.659	7.468	108.541	99.210	89.706	Methana (sulphureous brine water spring, warm)
Πλατιστόμου (αλκαλική θειοπηγή)	732	732	540	8.327	8.327	6.660	Platystomo (alkaline sulphureous spring)
Υπάτης (υδροθειοχλωριονατρίου-υπερτονικός)	8.785	8.177	8.497	128.706	119.978	122.971	Ipati (sulphurated hydrogen saline water spring)
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ—PELOPONNISSOS							
Σύνολο	16.989	12.314	16.539	136.102	123.706	132.252	Total
Καϊάφα (υδροθειοχλωριονατρίου-υπερτονικός)	3.888	3.951	3.610	53.807	51.149	50.206	Kainfas (sulphurated hydrogen saline water spring)
Κουνουπλιού (υδροχλωριούχος αλκαλική)	Kounoupli (hydrochloride water spring)
Κυλλήνης (υδροθειοχλωριονατρίου-υπερτονικός)	4.101	3.763	3.729	17.557	17.557	19.546	Kyllini (sulphurated hydrogen saline water spring)
Λουτρακίου (επιθερμικός χλωριονατρίου-υπερτονικός)	9.000	4.600	9.200	64.738	55.000	62.500	Loutraki (slightly warm-saline water, hypertonic)
ΘΕΣΣΑΛΙΑ—THESSALIA							
Σύνολο	7.194	6.529	6.551	72.161	68.390	66.873	Total
Σμοκόβου (αλκαλική θειοπηγή)	7.194	6.529	6.551	72.161	68.390	66.873	Smokovo (alkaline-sulphureous spring)
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ—MAKEDONIA							
Σύνολο	9.082	8.305	6.757	110.493	105.323	98.395	Total
Ελευθερών (αλκαλική χλωριονατρίου-υπερτονικός)	3.703	3.547	3.376	43.098	43.577	41.052	Eleftherae (alkaline-saline water spring)
Λαγκαδά (ακρατοθερμική)	4.088	3.702	2.411	53.909	51.400	48.771	Lagadas (akrathotermi)
Νιγρίτης (αλκαλική αεριοπηγή)	1.291	1.056	970	13.486	10.346	8.572	Nigrita (alkaline carbonated water spring)
ΝΗΣΟΙ ΑΙΓΑΙΟΥ—AEGEAN ISLANDS							
Σύνολο	5.340	5.050	4.854	74.450	66.995	68.352	Total
Ικάριας (επιθερμικός υπερθερμικός)	4.850	4.500	4.250	67.300	59.000	60.200	Icaria (radioactive super warm spring)
Κυθήνων (αυθροθερμική αλκαλική)	490	550	604	7.150	7.995	8.152	Kythnos (chaibeate acid water spring)

Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

Source: National Tourist Organization.

153. Ιαματικές πηγές τοπικής σημασίας. Άτομα που χρησιμοποίησαν τις πηγές και θεραπευτικές αγωγές που πραγματοποιήθηκαν: 1994 - 1996

Spas of local importance. Number of users and treatments: 1994 - 1996

Ιαματικές πηγές και κατασκευαστικός τύπος	Άτομα που χρησιμοποίησαν τις πηγές			Θεραπευτικές αγωγές που πραγματοποιήθηκαν			Spas
	1994	1995	1996	1994	1995	1996	
Γενικό σύνολο (1)	28.530	31.645	35.062	415.679	615.880	621.216	Grand total (1)
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΣ ΚΑΙ ΕΥΒΟΙΑ - CENTRAL GREECE AND EVIA							
Σύνολο	3.120	3.936	3.526	38.171	59.485	47.931	Total
Κόκκινο Στέφανο - Αιτωλικός και Ακαμανίας (θειούχος)	220	220	200	2.000	2.300	3.850	Kokkinos Stefanos - Etolia and Akarnania (sulphur)
Μουσφιάνο - Αιτωλικός και Ακαμανίας (υδροθειούχος)	...	100	500	...	Mousfianos - Etolia and Akarnania (sulphurated hydrogen spring)
Σούβαλα - Αιτκή (Αίγινα) (χλωριούχο-θειούχος)	250	276	210	4.486	4.431	3.840	Souvada - Aetiki - Egina (saline water spring)
Υάλτρα - Εύβοια (υπερθερμικός αλάτι)	650	490	451	6.705	5.354	5.542	Yaltra - Evia (super warm saline water spring)
Στάχι Πορτί - Αιτωλικός και Ακαμανίας (ακαρμάνια)	300	2.500	Stachi Porti - Etolia and Akarnania (Akarnania)
Χέλινο Μανιάτι - Αιτωλικός και Ακαμανίας	...	100	2.500	...	Chefeno Maniati - Etolia and Akarnania
Άγιος Δαρβάζο - Αιτωλικός και Ακαμανίας	...	500	225	...	7.500	4.500	Agios Darbazos - Etolia and Akarnania
Κρεμάτα - Αιτωλικός και Ακαμανίας	2.000	2.000	2.000	25.000	25.000	25.000	Kremata - Etolia and Akarnania
Παλιολαχίς - Φθιώτιδος	(2)	250	240	(2)	2.900	2.700	Paliolachis - Fthiotida
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ - PELLOPONNISOS							
Σύνολο	1.125	1.716	1.615	11.676	17.032	25.462	Total
Αραχινόβικα - Αχίνα (υδροθειούχος)	(25	180	200	1.670	1.754	2.800	Arachinovika - Achina (hydro-sulphur)
Σελανίτικα - Άχαια (υδροθειούχος)	...	976	1.165	...	7.678	21.082	Selantikia - Achaea (hydro-sulphur, acid)
Βρομιονέτο - Μεσσηνίας (υδροθειούχο-χλωριούχο)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	Vromioneto - Messina (sulphurated hydrogen saline water spring)
Ίτρεα - Αρκαδία (θειούχος)	1.000	300	250	10.000	5.100	...	Itra - Arkadia (sulphur)
Ξυλοκέρα - Ήλιδα	...	300	2.500	1.800	Xylokeras - Ithia
ΗΠΕΙΡΟΣ - IPIROS							
Σύνολο	1.095	1.165	1.283	13.955	17.829	19.273	Total
Πρεβεζα (υδροθειούχο-ακαρμάνια)	1.095	915	983	13.955	15.329	14.571	Preveza (sulphurated hydrogen saline water spring)
Χανδακί - Άρτας (υδροθειούχο-ακαρμάνια)	...	250	400	...	2.500	4.700	Chandaki - Arta (sulphurated hydrogen saline water spring)
Καρόβα - Ιωάννινα	Karova - Ioannina
ΘΕΣΣΑΛΙΑ - THESSALIA							
Σύνολο	2.080	2.080	2.580	16.065	20.000	16.500	Total
Δραχίνα - Κάριτα - Καρδίτσα (υδροθειούχο-ακαρμάνια)	2.000	2.000	2.500	16.065	20.000	16.500	Drachina - Karita - Karditsa (sulphurated hydrogen saline water spring)
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ - MAKEDONIA							
Σύνολο	18.884	21.511	23.575	299.912	472.563	472.397	Total
Άγιος Νικόλαος - Χαλκιδική (χλωριούχο-θειούχος)	1.000	1.000	1.000	25.000	25.000	20.340	Agios Nikolaos - Chalkidiki (saline water spring)
Αμυνιάδα - Καστοριάς (υδροθειούχο-ακαρμάνια)	300	300	790	8.000	8.000	7.300	Amyniada - Kastoria (sulphurated hydrogen saline water spring)
Αμαραντιάς - Κοζάνης (υδροθειούχο-ακαρμάνια)	1.500	15.000	Amantidas - Kozana (sulphurated hydrogen saline water spring)
Αρδέτα - Πέλλα (ακαρμάνια, υδροθειούχο-χλωριούχο)	3.034	3.034	4.200	79.000	79.000	80.000	Ardeia - Pella (sulphurated hydrogen saline water spring)
Νέες Απολλωνίας - Θεσσαλονίκη (αλκαλική θειούχος)	3.182	7.874	7.771	101.522	100.398	104.468	Nea Apollonia - Thessaloniki (saline sulphurous spring)
Σέδες - Θεσσαλονίκη (ακαρμάνια)	2.500	1.000	1.939	37.500	45.000	29.085	Sedes - Thessaloniki (akarnania)
Σιδιρόκαστρο - Σερρες (ακαρμάνια, υδροθειούχο)	2.450	1.363	1.945	36.800	36.800	39.904	Sidirokastro - Serres (sulphurated hydrogen saline water spring)
Τριανταφυλλιά - Έβρος (υδροθειούχο-ακαρμάνια)	...	1.300	1.250	...	160.365	158.500	Triantafyllia - Evros (sulphurated hydrogen saline water spring)
Ψαυλιέρμα - Έβρος (υδροθειούχο αλάτι)	938	1.200	1.180	12.090	18.000	17.800	Psaulierma - Evros (sulphurated saline water spring)
ΘΡΑΚΗ - THRAKI							
Σύνολο	1.428	1.552	1.358	24.778	25.071	22.172	Total
Γενίτσα - Ξάνθη (ακαρμάνια, υδροθειούχο)	778	552	758	15.278	15.071	14.172	Genitsa - Xanthi (saline water spring, super-warm)
Εχίνος - Ξάνθη (υδροθειούχο αλάτι)	650	700	600	9.500	10.000	8.000	Echinos - Xanthi (saline water spring, warm)
ΝΗΣΙΟΙ ΑΙΓΑΙΟΥ - AEGEAN ISLANDS							
Σύνολο	882	1.025	1.105	9.108	12.900	17.260	Total
Άγιος Ιωάννης - Λέσβος (ακαρμάνια)	300	300	Agios Ioannis - Lesvos (saline water spring)
Θέρμι - Λέσβος (ακαρμάνια αλάτι)	...	300	500	...	2.500	7.500	Thermi - Lesvos (sulphurated acid water spring)
Αγιάμυρα Κεραμύ - Χίος (ακαρμάνια)	140	200	160	2.785	3.737	3.400	Agiamyra Keramy - Chios (saline water spring)
Άγιος Ισάκ - Δωδεκάνησος (αλάτι)	100	78	95	1.940	1.500	1.500	Agios Isak - Dodekanisos (saline water spring)
Θέρμι - Δωδεκάνησος (αλάτι)	...	48	50	...	687	900	Thermi - Dodekanisos (saline water spring)
Μανδράκιον - Δωδεκάνησος (υπερθερμικός αλάτι)	240	132	200	3.423	2.258	2.500	Mandrakion - Dodekanisos (super-warm saline water spring)
Αδύμνα - Μίλος	62	75	100	1.100	1.218	1.400	Adymna - Milos

1. Πρώτη Ελληνική Οργανισμός Τουρισμού
 2. Δεν λειτουργεί
 ... Δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία.

Source: National Tourist Organization.
 1. New spas were added.
 2. Did not operate.
 ... Not available.

XVII. ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ
MUSEUMS AND ARCHAEOLOGICAL SITES

XVII : 1. Επισκέπτες αρχαιολογικών χώρων και εισπράξεις : 1996 και 1997
Admissions to archaeological sites and receipts thereof : 1996 and 1997

Αρχαιολογικοί χώροι	Επισκέπτες (2) Visitors		Εισπράξεις (χίλ. δραχ.) Receipts (thous. drs)		Archaeological sites
	1996	1997	1996	1997	
Σύνολο	6.053.172	6.439.510	7.584.527	7.984.338	Total
Νομός Αργολίδος					Department of Argolida
Επίδαυρος ⁽¹⁾	370.277	385.282	537.033	557.172	Epidaurus ⁽¹⁾
Λέρνα	1.308	1.831	616	888	Lerna
Μυκηνές ⁽¹⁾	337.371	346.403	494.054	505.920	Mykines ⁽¹⁾
Τίρυνθα	21.200	21.858	10.850	10.327	Tiryntha
Φρούριον Παλαμίδου	96.400	115.000	71.460	84.680	Palamidi Fortress
Νομός Αρκαδίας					Department of Arkadia
Ναός Επικούριου Απόλλωνα...	19.651	19.748	9.511	9.597	Temple of Epikourios Apollon
Νομός Αττικής					Department of Attiki
Ακρόπολη Αθηνών ⁽¹⁾	1.177.897	1.200.880	2.245.619	2.307.502	The Akropolis of Athens ⁽¹⁾
Ελεφσίνα ⁽¹⁾	5.692	7.392	2.750	3.595	Elefina ⁽¹⁾
Θέατρο Διονυσίου	22.744	25.857	10.974	12.346	Theatre of Dionysus
Θησείο ⁽¹⁾	80.625	92.300	88.973	102.300	Thissio ⁽¹⁾
Ιερό Αρτέμιδος, Βραυρώνος ⁽¹⁾	5.895	6.392	2.928	3.116	Temple of Artemis at Brauron ⁽¹⁾
Κεραμεικός ⁽¹⁾	9.326	9.875	4.263	4.602	Keramikos ⁽¹⁾
Ναός Απόλλωνος, Αγίνας ⁽¹⁾	6.198	6.460	3.028	3.149	Temple of Apollo at Egina ⁽¹⁾
Ναός Αρτέμιδος ⁽¹⁾	105.687	109.787	83.466	87.078	Temple of Artemis ⁽¹⁾
Ολυμπείο	43.517	49.290	20.860	23.712	Olympio
Ρωμαϊκή Αγορά	8.803	12.500	3.743	5.910	Romaiki Agora (Forum Romanum)
Σούνιο	168.734	200.012	132.036	156.474	Sounio
Τάφος Μαραθώνος	72.45	7.702	3.489	3.996	Tomb of Marathonas
Ραμνούντα	919	1.850	446	997	Ramnounta
Αμφιάκειο	2.121	2.538	1.043	1.230	Amfinkio
Νομός Δωδεκανήσου					Department of Dodekanissos
Ακρόπολη Ιαλυσού	83.800	78.900	65.840	62.440	Akropolis of Ialysos
Ακρόπολη Λίνδου	442.089	487.275	523.852	576.906	Akropolis of Lindos
Αναστηλωθείσα Οικία Κω	15.927	17.862	7.779	8.749	Reconstructed House of Kos
Ασκληπιείο	109.788	117.201	86.804	92.030	Asklipio
Κάμπος	132.664	155.000	104.499	123.320	Kamios
Κάστρο Κω	64.721	70.798	51.148	56.323	Castle of Kos
Νομός Έβρου					Department of Evros
Σαμοθράκη	7.017	9.628	3.508	4.554	Samothraki
Νομός Ζακύνθου					Department of Zakynthos
Φρούριο Ζακύνθου	16.908	17.612	8.381	8.782	Citadel of Zakynthos
Νομός Ηλείας					Department of Iliia
Αρχαία Ολυμπία	284.240	316.168	334.917	370.247	Ancient Olympia
Νομός Ημαθίας					Department of Imathia
Ανάκτορο Βεργίνης	21.891	31.475	10.159	14.442	Palace of Vergina
Βασιλικοί Τάφοι Βεργίνης	43.014	46.042	47.061	49.930	Royal tombs of Vergina
Νομός Ηρακλείου					Department of Iraklio
Γόρτες	106.317	102.544	81.560	78.074	Gortyna
Κνωσός	675.348	684.188	991.161	1.001.127	Knossos
Τύλισος	2.780	2.676	1.360	1.318	Tylisos
Φαιστός	131.245	128.780	152.569	148.188	Festos
Φρούριο Αγ. Ηρακλείου Κούβης ⁽²⁾	7.727	42.110	3.676	5.833	Kouli Castle at Iraklio Port ⁽²⁾
Αγία Τριάδα Φαιστού	13.843	13.864	6.830	6.770	Agia Triada of Festos
Ανάκτορο Μάλλια	43.428	48.855	34.000	38.185	Palace of Mallia
Νομός Ιωαννίνων					Department of Ioannina
Δοκόμι	30.252	30.340	14.876	14.907	Doconi

Πίνακας — Table XVII: 1. Συνέχεια — Continued

Αρχαιολογικοί χώροι	Επισκέπτες (2) Visitors		Εισπράξεις (χιλ. δρα.) Receipts (thous. drs.)		Archaeological sites
	1996	1997	1996	1997	
Νομός Καβάλας					Department of Kavata
Φίλιπποι	28.500	31.700	21.600	23.800	Filippi
Νομός Κερκύρας					Department of Kerkyra
Παλιό Φρούριο	101.952	107.599	76.118	79.831	Old Fort
Νομός Κορινθίας					Department of Korinthia
Παλαιά Κορινθός(1)	123.040	133.090	143.889	151.164	Ancient Korinthos(1)
Νεμέα	5.548	5.841	2.697	2.813	Nemea
Στάδιο Νεμέας (3)	2.713	2.990	1.316	1.455	Stadium of Nemea (3)
Νομός Κυκλάδων					Department of Kyklades
Ακρωτήριο Θήρας	197.056	203.700	232.482	239.340	Thira Cape
Δήλος(1)	88.421	101.816	106.192	120.417	Delos(1)
Κατακόμβες Μήλου	—	—	—	—	Catacombs of Milos
Νομός Λακωνίας					Department of Lakonia
Μυστράς(1)	107.441	123.720	125.903	143.898	Mystras(1)
Νομός Λασιθίου					Department of Lassithi
Σπήλαιο Ψυχρού	94.268	98.353	75.196	78.482	Cave of Psychro
Ανάκτορο Ζακρός	19.580	17.119	9.647	8.407	Palace of Zakros
Χώρος Γουρμίων	7.736	14.969	3.859	7.167	Gourmies Site
Νομός Λέσβου					Department of Lesbos
Κάστρο Μυτιλήνης	4.088	4.778	1.987	2.330	Castle of Mytilini
Φρούριο Μήθυμνας (3)	19.730	26.097	9.743	12.906	Fort of Mythyman (3)
Νομός Μαγνησίας					Department of Magnissia
Διμήνιο	232	178	116	89	Diminio
Νομός Μεσσηνίας					Department of Messinia
Ανάκτορο Νέστορος	21.142	24.199	10.427	11.874	Nestor's Palace
Φρούριο Μέθων	15.424	18.032	12.124	13.875	Fort of Methoni
Φρούριο Πύλου	—	—	—	—	Fort of Pilo
Νομός Πέλλης					Department of Pella
Πέλλα	14.003	19.300	6.931	9.250	Pella
Νομός Πιερίας					Department of Pieria
Δίου χώρος	37.723	43.957	28.167	32.106	Dion site
Νομός Πρεβέζης					Department of Preveza
Κασσώπη	1.861	2.711	969	1.347	Cassopi
Νεκρομαντείο Μεσσοποτάμου	17.869	18.136	8.442	8.684	Nekromadia of Messopot
Νομός Σάμου					Department of Samos
Ιερό Σάμου	20.562	28.273	16.245	22.165	Iero of Samos
Ευπαλίνειο Οχυρό (3)	40.592	36.665	19.660	17.938	Eupalinio trench (3)
Νομός Φωκίδος					Department of Fokida
Δελφοί	352.013	377.400	414.132	464.720	Delfi
Νομός Χαλκιδικής					Department of Chalkidiki
Ολύθως	5.282	6.582	2.600	3.195	Olythos

Πηγή: Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απολαφοθήκευσης.

Σημ.: Αντιγράφονται μόνο οι αρχαιολογικοί χώροι της Χώρας, στους οποίους καταβάλλονται δικαιώματα εισόδου.

- (1) Ταχύνει ενιαίο εισιτήριο για τον αρχαιολογικό χώρο και το μουσείο.
- (2) Στον αριθμό των επισκεπτών δεν περιλαμβάνονται οι επισκέπτες που δεν πληρώνουν εισιτήριο.
- (3) Νέος αρχαιολογικός χώρος.

Source: Archaeological Resources and Expropriations Fund.

Note: The table shows only the archaeological sites for which fees are required.

- (1) For both the archaeological site and the museum or needed.
- (2) Free tickets are not included in the total number of tickets.
- (3) Newly operated archaeological site.

XV: 5. Πτήσεις και επιβάτες charter, κατά χώρα αναχώρησης αεροσκάφους⁽¹⁾: 1995 - 1997Charter flights and passengers, by country of aircraft's⁽¹⁾ departure: 1995 - 1997

Χώρα αναχώρησης αεροσκάφους	1995		1996		1997		Country of aircraft's departure
	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	
Σύνολο	47.338	6.130.131	44.584	5.735.660	...	6.243.170	Total
Ευρώπη	46.887	6.135.952	43.873	5.650.751	...	6.153.434	Europe
Ηνωμένο Βασίλειο	13.720	1.920.751	9.967	1.395.368	...	1.480.648	United Kingdom
Αυστρία	2.065	268.439	2.296	298.444	...	325.482	Austria
Βέλγιο-Λουξεμβούργο	1.276	153.092	1.251	150.154	...	170.026	Belgium-Luxemburg
Γαλλία	2.522	302.687	2.419	290.277	...	259.682	France
Γερμανία	12.084	1.691.719	11.134	1.538.803	...	1.637.901	Germany
Χώρες πρώην Γιουγκοσλαβίας ⁽²⁾	131	32.462	211	20.010	...	21.374	Former Yugoslavian countries ⁽²⁾
Ελβετία	1.789	196.766	1.657	182.252	...	262.858	Switzerland
Ιταλία	1.569	172.582	1.377	151.510	...	180.630	Italy
Κάτω Χώρες	2.670	347.152	2.456	318.237	...	359.932	Netherlands
Σκανδιναβικές χώρες	6.968	836.182	7.529	903.432	...	1.011.603	Scandinavian countries
Λοιπά κράτη Ευρώπης	2.083	228.289	3.577	381.264	...	443.298	Other European countries
Αμερική	148	17.448	102	12.730	...	12.435	America
ΗΠΑ	127	15.258	91	11.515	...	11.259	USA
Καναδάς	20	2.145	5	531	...	1.074	Canada
Λοιπές χώρες	1	45	6	684	...	102	Other countries
Ασία	262	31.218	563	66.644	...	75.072	Asia
Ισραήλ	197	23.684	371	44.502	...	57.429	Israel
Λιβάνος	2	59	21	2.041	...	2.532	Lebanon
Λοιπές χώρες	63	7.475	171	20.138	...	15.111	Other countries
Αφρική	50	6.043	46	5.535	...	1.742	Africa
Ωκεανία	1	54	—	—	...	487	Oceania

(1) Οι επιβάτες των πτήσεων charter είναι, κατά το μεγαλύτερο μέρος, υπήκοοι της χώρας αναχώρησης του αεροσκάφους.
(2) Βλέπε επσημείωση (2), πίνακα XV: 2.

(1) Charter passengers are mostly citizens of the country of aircraft's departure.

(2) See footnote (2), table XV: 2.

XV: 6. Πτήσεις και επιβάτες charter, κατά αερολιμένα αφίξεως αεροσκάφους: 1995-1997

Charter flights and passengers, by airport of aircraft's arrival: 1995-1997

Αερολιμένας αφίξεως αεροσκάφους	1995		1996		1997		Airport of aircraft's arrival
	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	
Σύνολο	47.338	6.184.894	44.584	5.735.660	...	6.243.170	Total
Ελληνικού	5.413	660.148	4.831	589.157	...	490.521	Elliniko
Ηρακλείου	12.024	1.502.877	11.453	1.430.104	...	1.643.118	Iraklio
Θεσσαλονίκης	3.066	388.392	3.503	441.604	...	421.851	Thessaloniki
Κερκυρας	5.903	751.056	4.791	601.704	...	677.194	Kerkyra
Κω	3.089	505.993	3.587	454.491	...	527.899	Kos
Ρόδου	7.112	903.006	6.976	873.597	...	1.017.052	Rodos
Χανίων	2.421	308.431	2.317	289.588	...	331.049	Chania
Λοιποί αερολιμένες	7.410	1.164.486	7.126	1.055.415	...	1.134.486	Other airports

ΧV: 7. Ξενοδοχειακά καταλύματα, δωμάτια και κλίνες αυτών: 1996 και 1997

Hotels in Greece, number of rooms and beds: 1996 and 1997

Είδος και τάξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων Kind and class of hotel units	Αριθμός λειτουργούντων ξενοδ. καταλυμάτων Number of hotel units in operation		Αριθμός δωματίων Number of rooms		Αριθμός κλινών Number of beds	
	1996	1997	1996	1997	1996	1997
Ξενοδοχειακά καταλύματα κατά είδος—Hotel units classified by kind	7.916	7.850	301.829	304.797	571.656	577.259
α) Ξενοδοχεία—Hotels	6.114	6.099	260.242	264.495	495.026	503.595
β) Οδικά ξενοδοχεία και εξοχικοί οικίσκοι—Hotels and bungalows	77	27	4.071	1.212	7.861	2.286
γ) Επιπλωμένα διαμερίσματα—Furnished apartments	1.553	1.568	35.996	37.702	65.522	68.411
δ) Ξεκώες—Guest rooms	—	—	—	—	—	—
ε) Πενδοχεία—Inns	9	—	55	—	120	—
στ) Οικιοτροφεία—Boarding houses	10	—	114	—	238	—
ζ) Παραδοσιακά καταλύματα—Traditional resorts	153	156	1.351	1.388	2.589	2.967
Ξενοδοχεία κατά τάξη—Hotels class. by class	6.114	6.099	260.242	264.495	495.026	503.595
α) Πολυτελείας—Luxury	59	67	14.684	15.803	28.177	30.423
β) Α' Τάξεως—Class A	409	430	62.987	66.139	119.219	125.466
γ) Β' Τάξεως—Class B	1.051	1.079	68.137	68.712	129.312	130.479
δ) Γ' Τάξεως—Class C	2.989	2.991	89.033	89.418	168.723	169.549
ε) Δ' Τάξεως—Class D	887	839	15.608	14.880	30.082	28.685
στ) Ε' Τάξεως—Class E	719	693	9.793	9.543	19.513	18.993

Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

Source: National Tourist Organization of Greece.

XV: 1. Αφίξεις⁽¹⁾ ξένων περιηγητών, κατά μήνα και μέσο ταξιδιού: 1997 και 1998

Tourists⁽¹⁾ arriving in Greece, by month and by means of transport: 1997 and 1998

Μήνας—Month	Αφίξεις — Arrivals				
	Σύνολο Total	Αεροπορικάς By air	Σιδηροδρομικάς By rail	Θαλασσίως By sea	Οδικώς By road
1997					
Σύνολο — Total	10.078.325	8.147.921	36.752	565.706	1.319.946
1997: I	166.361	80.748	798	10.099	74.716
II	156.316	67.184	1.459	10.347	77.326
III	268.540	173.444	1.892	16.061	77.143
IV	525.797	409.542	1.404	31.428	83.423
V	1.138.774	1.000.502	2.209	31.742	104.321
VI	1.401.105	1.200.094	4.428	77.299	119.284
VII	1.849.940	1.519.913	7.641	125.648	196.738
VIII	1.870.197	1.566.543	6.595	109.972	187.087
IX	1.451.233	1.240.669	5.113	69.935	135.516
X	834.441	675.063	2.061	51.534	104.883
XI	232.893	121.449	1.427	16.235	93.782
XII	174.728	92.170	1.725	15.106	65.727
1998					
Σύνολο — Total	10.916.846	8.645.841	31.706	834.516	1.403.983
1998: I	161.566	86.775	1.053	16.244	57.494
II	143.501	72.168	1.229	14.737	55.367
III	239.614	151.505	1.133	20.463	66.513
IV	580.049	429.425	1.561	62.748	86.315
V	1.182.575	1.013.036	2.430	73.167	93.942
VI	1.504.172	1.304.387	4.860	58.194	136.731
VII	2.101.449	1.637.143	5.875	259.409	199.022
VIII	2.059.345	1.649.594	6.534	143.543	259.674
IX	1.594.696	1.319.471	4.546	108.375	162.304
X	919.341	760.375	1.432	42.503	115.011
XI	232.707	124.289	775	17.069	90.574
XII	197.031	97.673	258	18.064	81.036

(1) Οι αφίξεις υπολογίζονται από διημετεράφια που γίνονται στους Σιδηροδρόμους Ελέγχου Διαβιβαζμένων για τους υπηκόους των χωρών - μελών της ΕΕ, από Διαβιβαζτήριο Πλεγματίου ελεγκτικής και υπολογιστή για τους υπηκόους των χωρών εκτός ΕΕ που από τις αφίξεις με πλοία charter, τα πλοία ταξιδιού σπορ και την αεροπορία Υαχησίου Πολιτικής Αεροπορίας.

(1) The arrivals are estimated on the basis of the sampling taking place in the Passport Control Stations for the citizens of EU member states and by passport control through a computer for the foreign citizens except EU countries. Data on arrivals in charter flight are collected by the Civil Aviation Service.

XV: 5. Πτήσεις και επιβάτες charter, κατά χώρα αναχώρησης αεροσκάφους⁽¹⁾: 1996 - 1998
 Charter flights and passengers, by country of aircraft's⁽¹⁾ departure: 1996 - 1998

Χώρα αναχώρησης αεροσκάφους	1996		1997		1998		Country of aircraft's departure
	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	
Σύνολο	44.584	5.735.660	45.184	6.243.170	46.987	6.601.734	Total
Ευρώπη	45.873	5.650.751	44.535	6.153.434	46.161	6.485.686	Europe
Ηνωμένο Βασίλειο	9.967	1.395.368	10.716	1.480.648	12.411	1.743.787	United Kingdom
Αυστρία	2.296	298.444	2.356	325.482	2.631	369.667	Austria
Βέλγιο-Λουξεμβούργο	1.251	150.154	1.231	170.026	1.432	201.242	Belgium-Luxembourg
Γαλλία	2.419	290.277	1.879	259.682	2.001	281.141	France
Γερμανία	11.134	1.558.303	11.854	1.637.991	11.849	1.664.864	Germany
Χώρες πρώην Γιουγκοσλαβίας ⁽²⁾	213	20.010	155	2.1374	214	30.120	Former Yugoslavian countries ⁽²⁾
Ελβετία	1.657	182.252	1.902	262.858	1.579	221.911	Switzerland
Ιταλία	1.377	151.510	1.307	180.630	1.616	227.078	Italy
Κατα Χώρες	2.456	319.237	2.605	359.932	2.884	405.274	Netherlands
Σκανδιναβικές χώρες	7.529	903.432	7.321	1.011.601	6.717	943.711	Scandinavian countries
Άλλα κράτη Ευρώπης	3.577	381.266	3.208	443.298	2.825	396.891	Other European countries
Αμερική	102	12.730	90	12.435	96	13.430	America
ΗΠΑ	91	11.515	81	11.259	41	5.787	USA
Καναδάς	5	531	8	1.074	49	6.928	Canada
Άλλες χώρες	6	684	1	102	5	715	Other countries
Ασία	563	66.644	543	75.072	694	97.543	Asia
Ισραήλ	371	44.502	416	57.429	549	77.175	Israel
Λιβάνος	21	2.004	18	2.532	19	2.614	Lebanon
Άλλες χώρες	171	20.138	109	15.111	126	17.754	Other countries
Αφρική	46	5.535	13	1.742	35	4.900	Africa
Ωκεανία	—	—	4	487	1	175	Oceania

(1) Οι επιβάτες των πτήσεων charter είναι, κατά το μεγαλύτερο μέρος, υπήκοοι της χώρας αναχώρησης του αεροσκάφους.
 (2) Βλέπε υποσημείωση (2), πίνακα XV: 2.

(1) Charter passengers are mostly citizens of the country of aircraft's departure.
 (2) See footnote (2), table XV: 2.

XV: 6. Πτήσεις και επιβάτες charter, κατά περιορισμένα αεροδρόμια: 1996 - 1998
 Charter flights and passengers, by airport of aircraft's arrival: 1996 - 1998

Αερολιμένας απόξυσης αεροσκάφους	1996		1997		1998		Airport of aircraft's arrival
	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	
Σύνολο	44.584	5.735.660	45.184	6.243.170	46.987	6.601.734	Total
Ελληνικό	4.831	589.157	7.359	490.521	13.187	383.171	Elliniko
Ηρακλειόν	11.453	1.430.104	10.560	1.643.118	8.856	1.743.837	Iraklio
Θεσσαλονίκη	3.503	441.604	4.305	421.851	5.017	459.714	Thessaloniki
Κερκυράς	4.791	601.704	4.501	677.194	4.098	784.386	Kerkyra
Κω	3.587	454.491	3.353	527.899	2.831	542.528	Kos
Ρόδου	6.976	873.597	6.516	1.017.052	5.384	1.113.448	Rodos
Χανίων	2.317	289.588	3.152	331.049	3.184	334.330	Chania
Άλλοι περιορισμένοι	7.126	1.055.415	5.438	1.154.486	4.430	1.210.390	Other airports

XV: 7. Ξενοδοχειακά καταλύματα, δωμάτια και κλίνες αυτών: 1997 και 1998

Hotels in Greece, number of rooms and beds: 1997 and 1998

Είδος και τάξη Ξενοδοχειακών καταλυμάτων Kind and class of hotel units	Αριθμός λειτουργούντων Ξενοδ. καταλυμάτων Number of hotel units in operation		Αριθμός δωματίων Number of rooms		Αριθμός κλινών Number of beds	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998
Ξενοδοχειακά καταλύματα κατά είδος—Hotel units classified by kind	7.350	7.946	304.797	308.539	577.259	584.834
α) Ξενοδοχεία—Hotels	6.099	6.085	264.495	265.738	503.595	506.576
β) Οδικά Ξενοδοχεία και εξοχικοί οικίσκοι—Motels and bungalows	27	26	1.212	1.364	2.286	2.613
γ) Επιπλωμένα διαμερίσματα—Furnished apartments	1.568	1.672	37.702	39.917	68.411	72.423
δ) Ξενοίτες—Guest rooms
ε) Πανδοχεία—Inns
στ) Οικοτροφεία—Boarding houses
ζ) Παραδοσιακά καταλύματα—Traditional resorts	156	163	1.388	1.520	2.967	3.222
Ξενοδοχεία κατά τάξη—Hotels classified by class	6.099	6.085	264.495	265.738	503.595	506.576
α) Πολυτελείας—Luxury	67	71	15.803	16.874	30.423	32.653
β) Α' Τάξεως—Class A	430	448	66.139	67.364	125.466	127.943
γ) Β' Τάξεως—Class B	1.079	1.098	68.712	68.788	130.479	130.741
δ) Γ' Τάξεως—Class C	2.991	2.982	89.418	88.827	169.549	168.581
ε) Δ' Τάξεως—Class D	839	819	14.880	14.629	28.685	28.228
στ) Ε' Τάξεως—Class E	693	667	9.543	9.256	18.993	18.430

Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

Source: National Tourist Organization of Greece.

**ΜΕΣΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΕΡΔΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ
ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ, 1998
(ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΔΡΑΧΜΕΣ)**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
Στερεά Ελλάδα	4,8	8,6
Αττική (εκτός Αθήνας)	-7,2	134,1
Αθήνα	-30,7	203,0
Ηπειρος	6,9	12,7
Θεσσαλονίκη	0,6	28,3
Χαλκιδική	52,1	186,8
Περίο	16,4	69,9
Μακεδονία (υπόλοιπο)	3,7	7,5
Πελοπόννησος	0,1	23,0
Θεσσαλία	0,4	51,2
Θράκη	16,7	30,3
Βόρειο Αιγαίο	3,9	8,6
Κρήτη	3,7	25,7
Κυκλάδες	2,3	13,8
Δωδεκάνησος	-2,8	100,4
Νησιά Ιονίου	21,7	90,5
Σποράδες	1,9	9,8
Σύνολο χώρας	6,9	76,4

**ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ, 1998,
ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ
(ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΔΡΑΧΜΕΣ)**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
Στερεά Ελλάδα	20	71
Αττική (εκτός Αθήνας)	119	240
Αθήνα	183	335
Ηπειρος	37	45
Θεσσαλονίκη	33	42
Χαλκιδική	124	334
Περίο	46	189
Μακεδονία (υπόλοιπο)	30	74
Πελοπόννησος	47	104
Θεσσαλία	51	134
Θράκη	85	82
Βόρειο Αιγαίο	45	76
Κρήτη	58	104
Κυκλάδες	23	28
Δωδεκάνησος	92	309
Νησιά Ιονίου	68	171
Σποράδες	58	60
Σύνολο χώρας	60	177

**ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΧΡΕΟΥΣ
ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ, 1998
(ΔΙΣΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΔΡΑΧΜΕΣ)**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ
Στερεά Ελλάδα	1,7 δισ.
Αττική (εκτός Αθήνας)	5,1 δισ.
Αθήνα	4,5 δισ.
Ηπειρος	16,8 δισ.
Μακεδονία (υπόλοιπο)	680 δισ.
Θεσσαλονίκη	0 δισ.
Χαλκιδική	16,1 δισ.
Περίο	10,3 δισ.
Πελοπόννησος	1 δισ.
Θεσσαλία	1,6 δισ.
Θράκη	1,5 δισ.
Βόρειο Αιγαίο	33 δισ.
Κρήτη	40,8 δισ.
Κυκλάδες	4,6 δισ.
Δωδεκάνησος	76 δισ.
Νησιά Ιονίου	40,4 δισ.
Σποράδες	11,2 δισ.
Σύνολο χώρας	274,4 δισ.

**ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ
ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
Στερεά Ελλάδα	84	0,37
Αττική (εκτός Αθήνας)	93	0,26
Αθήνα	90	0,30
Ηπειρος	83	0,39
Μακεδονία (υπόλοιπο)	70	0,47
Θεσσαλονίκη	82	0,40
Χαλκιδική	70	0,47
Περίο	74	0,45
Πελοπόννησος	87	0,34
Θεσσαλία	78	0,42
Θράκη	100	0,00
Βόρειο Αιγαίο	83	0,38
Κρήτη	80	0,40
Κυκλάδες	87	0,34
Δωδεκάνησος	84	0,36
Νησιά Ιονίου	92	0,27
Σποράδες	80	0,42
Σύνολο χώρας	83	0,37

**ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ
ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	ΔΑΝΕΙΑ	ΕΠΙΧΡΗ- ΜΑΤΙΣΤΗ
Στερεά Ελλάδα	81%	12%	4%
Αττική (εκτός Αθήνας)	68%	32%	0%
Αθήνα	46%	24%	0%
Ηπειρος	71%	14%	15%
Μακεδονία (υπόλοιπο)	62%	22%	14%
Θεσσαλονίκη	100%	0%	0%
Χαλκιδική	71%	18%	13%
Περίο	54%	26%	20%
Πελοπόννησος	67%	22%	7%
Θεσσαλία	47%	8%	8%
Θράκη	68%	26%	6%
Βόρειο Αιγαίο	77%	11%	12%
Κρήτη	64%	18%	7%
Κυκλάδες	68%	15%	18%
Δωδεκάνησος	75%	14%	11%
Νησιά Ιονίου	74%	19%	7%
Σποράδες	73%	17%	10%
Σύνολο χώρας	68%	17%	11%

**ΜΕΣΑ ΕΤΗΣΙΑ ΕΣΟΔΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ
ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ, 1998
(ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΔΡΑΧΜΕΣ)**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
Στερεά Ελλάδα	24	83
Αττική (εκτός Αθήνας)	125	238
Αθήνα	187	326
Ηπείρος	39	44
Θεσσαλονίκη	33	42
Χαλκιδική	164	462
Περίο	47	189
Μακεδονία (υπόλοιπα)	29	74
Πελοπόννησος	57	124
Θεσσαλία	55	134
Θράκη	87	81
Βόρειο Αιγαίο	54	88
Κρήτη	63	108
Κυκλάδες	25	31
Δωδεκάνησος	102	313
Νησιά Ιονίου	78	207
Σποράδες	58	80
Σύνολο χώρας	68	197

**ΜΕΣΑ ΕΤΗΣΙΑ ΕΣΟΔΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ
ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ, 1998
(ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΔΡΑΧΜΕΣ)**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
Στερεά Ελλάδα	19	75
Αττική (εκτός Αθήνας)	133	348
Αθήνα	225	511
Ηπείρος	32	44
Θεσσαλονίκη	33	38
Χαλκιδική	117	298
Περίο	31	119
Μακεδονία (υπόλοιπα)	26	70
Πελοπόννησος	53	131
Θεσσαλία	49	9
Θράκη	70	54
Βόρειο Αιγαίο	53	87
Κρήτη	59	108
Κυκλάδες	23	37
Δωδεκάνησος	106	401
Νησιά Ιονίου	58	130
Σποράδες	41	62
Σύνολο χώρας	61	203

**ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ
ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ, 1998**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΓΕΙΕΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
Στερεά Ελλάδα	52%	19%
Αττική (εκτός Αθήνας)	49%	59%
Αθήνα	49%	60%
Ηπείρος	29%	45%
Μακεδονία (υπόλοιπα)	20%	17%
Θεσσαλονίκη	79%	84%
Χαλκιδική	50%	69%
Περίο	28%	41%
Πελοπόννησος	42%	61%
Θεσσαλία	25%	45%
Θράκη	2%	2%
Βόρειο Αιγαίο	83%	98%
Κρήτη	89%	95%
Κυκλάδες	62%	71%
Δωδεκάνησος	80%	91%
Νησιά Ιονίου	83%	90%
Σποράδες	65%	62%
Σύνολο χώρας	58%	76%

ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΕΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	ΠΑΛΑΙΟΤΗΡΗ ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΗ	ΕΤΟΣ ΤΣΑΒΕΥΤΙΑΣ ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΣΕ	ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΗ
Στερεά Ελλάδα	52%	1996	84%
Αττική (εκτός Αθηνών)	67%	1997	70%
Αθήνα	82%	1997	64%
Ηπειρος	38%	1997	92%
Μακεδονία (υπόλοιπα)	71%	1996	71%
Θεσσαλονίκη	54%	1999	91%
Χαλκιδική	64%	1997	84%
Πελοπόννησος	75%	1997	89%
Πελοπόννησος	40%	1997	80%
Θεσσαλία	69%	1996	79%
Θράκη	25%	1999	75%
Βόρειο Αιγαίο	43%	1997	100%
Κρήτη	64%	1997	73%
Κυκλάδες	54%	1996	80%
Δωδεκάνησος	56%	1995	84%
Νησιά Ιονίου	52%	1997	80%
Σποράδες	70%	1997	70%
Σύνολο χώρας	58%	1996	80%

ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΑΝΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 1998 ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ			ΜΕΓΙΣΤΗ ΤΙΜΗ			ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ		
	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΛΟΓΩΓΟΙ	ΕΛΛΗΝΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΛΟΓΩΓΟΙ	ΕΛΛΗΝΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΛΟΓΩΓΟΙ	ΕΛΛΗΝΕΣ
Στερεά Ελλάδα	843	435	408	8.000	7.992	2.107	1.506,8	1.509,7	459,1
Αττική (εκτός Αθηνών)	5.897	2.778	2.918	32.532	20.093	22.772	7.544,9	33.869,7	5.111,3
Αθήνα	8.394	4.396	4.498	32.532	20.093	22.772	9.328,1	4.920,2	6.409,5
Ηπειρος	2.442	705	1.737	13.829	4.410	12.104	3.852,1	1.260,7	3.406,3
Μακεδονία (υπόλοιπα)	2.015	410	1.605	7.000	1.636	6.300	2.539,6	500,6	2.187,2
Θεσσαλονίκη	2.068	1.631	689	20.000	18.400	7.196	4.384,8	4.052,9	1.364,2
Χαλκιδική	1.799	907	892	28.173	12.558	15.605	5.358,8	2.383,7	3.009,2
Πελοπόννησος	814	231	583	2.880	998	2.851	791,4	288,2	712,5
Πελοπόννησος	2.507	1.044	1.523	15.224	6.624	14.463	3.371,1	2.692,1	2.692,1
Θεσσαλία	1.462	360	1.102	7.467	2.793	5.467	2.040,0	623,6	1.646
Θράκη	9.000	141	7.858	20.680	207	20.473	1.140,0	80,1	10.934,1
Βόρειο Αιγαίο	1.233	1.027	102	6.700	6.633	544	1.855,7	1.872,8	148,2
Κρήτη	1.431	1.279	166	14.195	14.144	5.065	2.081,9	199,2	588,7
Κυκλάδες	883	547	270	4.381	3.228	1.800	935,3	644,1	304,4
Δωδεκάνησος	1.396	1.111	290	10.557	10.242	4.828	1.935,0	1.628,1	884,1
Νησιά Ιονίου	1.337	1.063	274	9.938	8.959	3.000	1.636,6	1.499,5	494,8
Σποράδες	2.850	1.341	709	7.665	6.401	3.429	2.685,0	2.120,8	1.167,4
Σύνολο χώρας	1.866	1.088	797	32.532	20.093	22.772	3.584,0	2.155,6	2.319,1

XV: I. Αφίξεις⁽¹⁾ ξένων περιηγητών, κατά μήνα και μέσο ταξιδιού: 1998 και 1999

Tourists⁽¹⁾ arriving in Greece, by month and by means of transport: 1998 and 1999

Μήνας—Month	Αφίξεις — Arrivals				
	Σύνολο Total	Αεροπορικά By air	Σιδηροδρομικά By rail	Θαλασσιώς By sea	Οδικώς By road
1998					
Σύνολο — Total	10.916.046	8.645.841	31.706	834.516	1.403.983
1998: I	161.566	86.775	1.053	16.244	57.494
II	143.501	72.168	1.229	14.737	55.367
III	239.614	151.505	1.133	20.463	66.513
IV	580.049	429.425	1.561	62.748	86.315
V	1.182.575	1.013.036	2.430	73.167	93.942
VI	1.504.172	1.304.387	4.860	58.194	136.731
VII	2.101.449	1.637.143	5.875	259.409	199.022
VIII	2.059.345	1.649.594	6.534	143.543	259.674
IX	1.594.696	1.319.471	4.546	108.375	162.304
X	919.341	760.375	1.452	42.503	115.011
XI	232.707	124.289	775	17.069	90.574
XII	197.031	97.673	258	18.064	81.036
1999					
Σύνολο — Total	12.164.088	9.961.836	38.808	797.106	1.366.338
1999: I	182.242	86.160	280	13.862	81.740
II	177.040	106.908	20	13.479	56.633
III	346.940	251.405	48	23.659	71.828
IV	637.728	501.890	2.651	41.185	92.002
V	1.347.653	1.188.877	3.454	55.798	99.524
VI	1.669.361	1.493.114	4.957	70.169	101.121
VII	2.270.488	1.793.976	7.329	294.508	174.675
VIII	2.288.095	1.890.891	6.191	133.431	257.582
IX	1.710.792	1.528.079	3.228	61.079	118.406
X	1.030.917	852.973	3.404	57.287	117.253
XI	263.482	141.394	3.672	20.414	98.002
XII	239.350	125.969	3.574	12.235	97.572

(1) Οι αφίξεις υπολογίζονται από διασταυρώσεις των κεντρικών Σταθμών Ελέγχου Διαβατηρίων για τους υπηκόους των χωρών - μελών της ΕΕ, από διαβατηριακό έλεγχο μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή για τους υπηκόους των χωρών εκτός ΕΕ και από τις αφίξεις πιστοποιημένων, το στοιχεία των οποίων συγκεντρώνεται Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας.

(1) The arrivals are estimated on the basis of the stamping taking place in the Passport Control Stations for the citizens of EU member states and by passport control through a computer for the foreign citizens except EU countries. Data on arrivals by charter flights are collected by the CIVIS Aviation Service.

XV: 5. Πτήσεις και επιβάτες charter, κατά χώρα αναχώρησης αεροσκάφους⁽¹⁾: 1997 - 1999

Charter flights and passengers, by country of aircraft's departure: 1997 - 1999

Χώρα αναχώρησης αεροσκάφους	1997		1998		1999		Country of aircraft's departure
	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	
Σύνολο	45.184	6.243.170	46.987	6.601.734	54.694	7.685.258	Total
Ευρώπη	44.535	6.153.434	46.161	6.485.686	53.255	7.486.117	Europe
Ηνωμένο Βασίλειο	10.716	1.480.648	12.411	1.743.787	15.169	2.123.753	United Kingdom
Αυστρία	2.356	325.482	2.631	369.667	2.854	399.623	Austria
Βέλγιο-Λουξεμβούργο	1.231	170.026	1.432	201.242	1.663	232.909	Belgium-Luxemburg
Γαλλία	1.879	259.682	2.001	281.141	2.042	285.941	France
Γερμανία	11.854	1.637.901	11.849	1.664.864	13.949	1.952.913	Germany
Πολυκαλαβία	155	21.374	214	30.120	306	15.335	Yugoslavia
Ελβετία	1.902	262.858	1.579	221.911	1.315	184.219	Switzerland
Ιταλία	1.307	180.630	1.616	227.078	1.894	246.226	Italy
Κάτω Χώρες	2.605	359.932	2.884	405.274	3.547	496.703	Netherlands
Σκανδιναβικές χώρες	7.321	1.011.603	6.717	943.711	7.599	1.139.998	Scandinavian countries
Λοιπά κράτη Ευρώπης ⁽²⁾	3.208	443.298	2.825	396.891	2.917	408.497	Other European countries ⁽²⁾
Αμερική	90	12.435	96	13.430	186	24.794	America
ΗΠΑ	81	11.259	41	5.787	145	18.917	USA
Καναδάς	8	1.074	49	6.928	39	5.571	Canada
Λοιπές χώρες	1	102	5	715	2	306	Other countries
Ασία	543	75.072	694	97.543	1.210	168.261	Asia
Ισραήλ	416	57.429	549	77.175	1.014	142.024	Israel
Λιβάνος	18	2.532	19	2.614	28	2.584	Lebanon
Λοιπές χώρες	109	15.111	126	17.754	168	23.653	Other countries
Αφρική	13	1.742	35	4.900	38	5.451	Africa
Ωκεανία	4	487	1	175	5	635	Oceania

(1) Οι επιβάτες των πτήσεων charter είναι, κατά το μεγαλύτερο μέρος, υπήκοοι της χώρας αναχώρησης του αεροσκάφους.

(1) Charter passengers are mostly citizens of the country of aircraft's departure.

(2) Βλέπε υποσημείωση (2), πίνακα XV: 2.

(2) See footnote (2), table XV: 2.

XV: 6. Πτήσεις και επιβάτες charter, κατά αερολιμένα αφίξεως αεροσκάφους: 1997 - 1999

Charter flights and passengers, by airport of aircraft's arrival: 1997 - 1999

Αερολιμένας αφίξεως αεροσκάφους	1997		1998		1999		Airport of aircraft's arrival
	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	
Σύνολο	45.184	6.243.170	46.987	6.601.734	54.694	7.685.258	Total
Ελληνικού	7.359	490.521	13.187	383.171	3.439	481.588	Ελληνικό
Ηρακλείου	10.560	1.643.118	8.856	1.743.837	14.473	2.040.260	Ηρακλείο
Θεσσαλονίκης	4.305	421.851	5.017	459.714	3.274	458.460	Θεσσαλονίκη
Κερκiras	4.501	677.194	4.098	784.386	6.288	880.415	Κέρκυρα
Κω	3.353	527.899	2.831	542.528	4.567	639.461	Κω
Ρόδου	6.516	1.017.052	5.384	1.113.448	9.571	1.339.994	Ρόδος
Χανίων	3.152	331.049	3.184	334.350	2.978	416.926	Χανία
Λοιποί αερολιμένες	5.438	1.134.486	4.430	1.240.300	10.104	1.428.154	Άλλοι αερολιμένες

XV: 7. Ξενοδοχειακά καταλύματα, δωμάτια και κλίνες αυτών: 1998 και 1999

Hotels in Greece, number of rooms and beds: 1998 and 1999

Είδος και τάξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων Kind and class of hotel units	Αριθμός λειτουργούντων ξενοδ. καταλυμάτων Number of hotel units in operation		Αριθμός δωματίων Number of rooms		Αριθμός κλινών Number of beds	
	1998	1999	1998	1999	1998	1999
Ξενοδοχειακά καταλύματα κατά είδος—Hotel units classified by kind	7.946	8.168	308.339	315.275	584.834	597.855
α) Ξενοδοχεία—Hotels	6.085	6.167	265.738	270.022	506.576	515.239
β) Οβιακά Ξενοδοχεία και εξοχικοί οικίσκοι—Motels and bungalows	26	26	1.364	1.364	2.613	2.613
γ) Επιπλωμένα διαμερίσματα—Furnished apartments	1.672	1.801	39.917	42.283	72.423	76.608
δ) Ξενοίτες—Guest rooms
ε) Πανδοχεία—Inns
στ) Οικοτροφεία—Boarding houses
ζ) Παραδοσιακά καταλύματα—Traditional resorts	163	174	1.520	1.606	3.222	3.395
Ξενοδοχεία κατά τάξη—Hotels classified by class	6.085	6.167	265.738	270.022	506.576	515.239
α) Πολυτελείας—Luxury	71	75	16.874	17.704	32.653	34.283
β) Α' Τάξεως—Class A	448	469	67.364	69.368	127.043	131.978
γ) Β' Τάξεως—Class B	1.098	1.126	68.788	69.568	130.741	132.371
δ) Γ' Τάξεως—Class C	2.982	3.014	88.827	89.684	168.581	170.333
ε) Δ' Τάξεως—Class D	819	819	14.629	14.463	28.228	27.904
στ) Ε' Τάξεως—Class E	667	664	9.256	9.235	18.430	18.370

Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

Source: National Tourist Organization of Greece.

XV: I. Αφίξεις⁽¹⁾ ξένων περιηγητών, κατά μήνα και μέσο ταξιδιού: 1999 και 2000
Tourists⁽¹⁾ arriving in Greece, by month and by means of transport: 1999 and 2000

Μήνας—Month	Αφίξεις — Arrivals				
	Σύνολο Total	Αεροπορικάς By air	Σιδηροδρομικάς By rail	Θαλασσίως By sea	Οδικώς By road
1999					
Σύνολο—Total	12.164.088	9.961.836	38.808	797.106	1.366.338
1999: I	182.242	86.360	280	13.862	81.740
II	177.040	106.908	20	13.479	56.633
III	346.940	251.405	48	23.659	71.828
IV	637.728	501.890	2.651	41.185	92.002
V	1.347.653	1.188.877	3.454	55.798	99.524
VI	1.669.361	1.493.114	4.957	70.169	101.121
VII	2.270.488	1.793.976	7.329	294.508	174.675
VIII	2.288.095	1.890.891	6.191	133.431	257.582
IX	1.710.792	1.528.079	3.228	61.079	118.406
X	1.030.917	852.973	3.404	57.287	117.253
XI	263.482	141.394	3.672	20.414	98.002
XII	239.350	125.969	3.574	12.235	97.572
2000					
Σύνολο—Total	13.095.545	10.454.089	63.969	836.010	1.741.477
2000: I	198.866	76.064	3.006	14.110	105.686
II	185.832	87.176	3.016	15.088	80.552
III	343.613	228.197	3.573	22.628	89.215
IV	730.914	567.623	5.398	40.232	117.661
V	1.465.495	1.242.585	5.071	74.966	142.873
VI	1.815.611	1.573.090	6.570	79.092	156.859
VII	2.439.300	1.911.295	8.952	282.141	236.912
VIII	2.339.988	1.916.818	10.136	150.221	262.813
IX	1.923.825	1.635.868	6.278	79.840	201.839
X	1.067.110	887.085	4.392	44.043	131.590
XI	323.217	183.894	4.166	22.208	112.949
XII	261.774	144.394	3.411	11.441	102.528

(1) Οι αφίξεις υπολογίζονται από θεωρητικόλογία που γίνεται στους Σταθμούς Ελέγχου Διαβατηρίων για τους υπηκόους των χωρών-μελών της ΕΕ, από διαβατηριακό έλεγχο μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή για τους υπηκόους των χωρών εκτός ΕΕ και από τις αφίξεις με πλοίοις charter, τα στοιχεία των οποίων συγκεντρώνει η Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας.

(1) The arrivals are estimated on the basis of the sampling taking place in the Passport Control Stations for the citizens of EU member states and by passport control through a computer for the foreign citizens except EU countries. Data on arrivals by charter flights are collected by the Civil Aviation Service.

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

XV: 5. Πτήσεις και επιβάτες charter, κατά χώρα αναχωρήσεως αεροσκάφους⁽¹⁾: 1998 - 2000
Charter flights and passengers, by country of aircraft's⁽¹⁾ departure: 1998 - 2000

Χώρα αναχωρήσεως αεροσκάφους	1998		1999		2000		Country of aircraft's departure
	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	
Σύνολο	46.987	6.601.734	54.694	7.685.258	56.051	7.847.187	Total
Ευρώπη	46.161	6.485.686	53.255	7.486.117	54.928	7.689.942	Europe
Ηνωμένο Βασίλειο	12.411	1.743.787	15.169	2.123.753	16.683	2.335.648	United Kingdom
Αυστρία	2.631	369.667	2.854	399.623	2.604	364.549	Austria
Βέλγιο-Λουξεμβούργο	1.432	201.242	1.663	232.909	1.532	214.510	Belgium-Luxemburg
Γαλλία	2.001	281.141	2.042	285.941	2.248	314.673	France
Γερμανία	11.849	1.664.864	13.949	1.952.913	13.334	1.866.825	Germany
Πουγκολανδία	214	30.120	306	15.335	46	6.379	Yugoslavia
Ελβετία	1.579	221.911	1.315	184.219	1.349	188.807	Switzerland
Ιταλία	1.616	227.078	1.894	246.226	2.111	295.475	Italy
Ολλανδία	2.884	405.274	3.547	496.703	3.609	505.327	Netherlands
Σκανδιναβικές χώρες	6.717	943.711	7.599	1.139.998	8.155	1.141.759	Scandinavian countries
Λοιπά κράτη Ευρώπης ⁽²⁾	2.825	396.891	2.917	408.497	3.257	455.990	Other European countries ⁽²⁾
Αμερική	96	13.430	186	24.794	156	21.858	America
ΗΠΑ	41	5.787	145	18.917	97	13.519	USA
Καναδάς	49	6.928	39	5.571	58	8.322	Canada
Λοιπές χώρες	5	715	2	306	1	17	Other countries
Ασία	694	97.543	1.210	168.261	921	128.877	Asia
Ισραήλ	549	77.175	1.014	142.024	680	95.171	Israel
Λίβανος	19	2.614	28	2.584	12	1.743	Lebanon
Λοιπές χώρες	126	17.754	168	23.653	228	31.963	Other countries
Αφρική	35	4.900	38	5.451	44	6.102	Africa
Ωκεανία	1	175	5	635	3	408	Oceania

(1) Οι επιβάτες των πτήσεων charter είναι, κατά το μεγαλύτερο μέρος, υπήκοοι της χώρας αναχωρήσεως του αεροσκάφους.

(1) Charter passengers are mostly citizens of the country of aircraft's departure.

(2) Βλ. υποσημείωση (2), πίνακα XV: 2.

(2) See footnote (2), table XV: 2.

XV: 6. Πτήσεις και επιβάτες charter, κατά αερολιμένα αφίξεως αεροσκάφους: 1998 - 2000
Charter flights and passengers, by airport of aircraft's arrival: 1998 - 2000

Αερολιμένας αφίξεως αεροσκάφους	1998		1999		2000		Airport of aircraft's arrival
	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	Πτήσεις Flights	Επιβάτες Passengers	
Σύνολο	46.987	6.601.734	54.694	7.685.258	56.051	7.847.187	Total
Ελληνικού	13.187	383.171	3.439	481.588	2.943	412.018	Elliniko
Ηρακλείου	8.856	1.743.837	14.473	2.040.260	14.593	2.043.066	Iraklio
Θεσσαλονίκης	5.017	459.714	3.274	458.460	3.233	452.649	Thessaloniki
Κερκίρας	4.098	784.386	6.288	880.415	6.892	964.864	Kerkyra
Κω	2.831	542.528	4.567	639.461	4.841	677.773	Kos
Ρόδου	5.384	1.113.448	9.571	1.339.994	9.561	1.338.507	Rodos
Χανίων	3.184	334.350	2.978	416.926	3.216	450.258	Chania
Λοιποί αερολιμένες	4.430	1.249.300	10.104	1.428.154	10.772	1.508.052	Other airports

TOURIST MOVEMENT - HOTEL UNITS

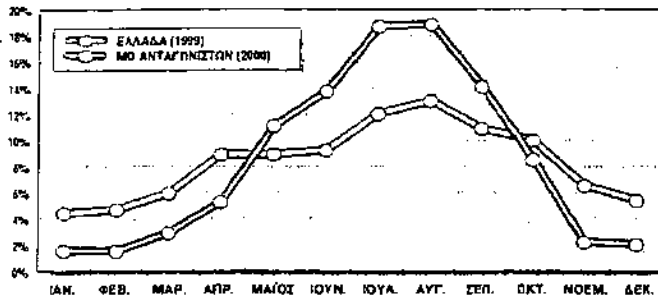
XV: 7. Ξενοδοχεία, δωμάτια και κλίνες αντών: 1999 και 2000
Hotels in Greece, number of rooms and beds: 1999 and 2000

Ξενοδοχεία κατά τάξη Hotels classified by class	Αριθμός λειτουργούντων Ξενοδοχείων Number of hotel units in operation		Αριθμός δωματίων Number of rooms		Αριθμός κλινών Number of beds	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000
Σύνολο	6.167	8.342	270.022	320.159	515.239	607.614
α) Πολυτελείας—Luxury	75	85	17.704	19.282	34.283	37.332
β) Α' Τάξεως—Class A	469	797	69.368	79.426	131.978	150.950
γ) Β' Τάξεως—Class B	1.126	1.547	69.568	77.887	132.371	148.249
δ) Γ' Τάξεως—Class C	3.014	4.148	89.684	114.418	170.333	214.870
ε) Δ' Τάξεως—Class D	819	1.133	14.463	20.302	27.904	38.623
στ) Ε' Τάξεως—Class E	664	632	9.235	8.844	18.370	17.590

Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

Source: National Tourist Organization of Greece.

ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ: ΜΗΝΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΦΙΞΕΩΝ



ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ (%) ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, 1990 ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ, 2000

	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΥΠΡΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ
Ιαν. - Μαρτ.	15,25%	10,78%	10,66%	15,40%	23,74%	5,81%
Απρ. - Ιουν.	27,24%	26,74%	30,64%	28,66%	24,76%	30,65%
Ιουλ. - Σεπτ.	37,47%	41,39%	39,05%	35,99%	26,77%	51,54%
Οκτ. - Δεκ.	20,10%	21,07%	19,65%	22,35%	24,73%	12,61%

Πηγή: Instituto Nacional de Estadística, Ισπανία, ΤΥΔ, ΚΟΤ, Γενική Διεύθυνση Τουρισμού της Πορτογαλίας, Ένωση Εταυρωμένων Ανταγωνιστών, ΕΟΤ

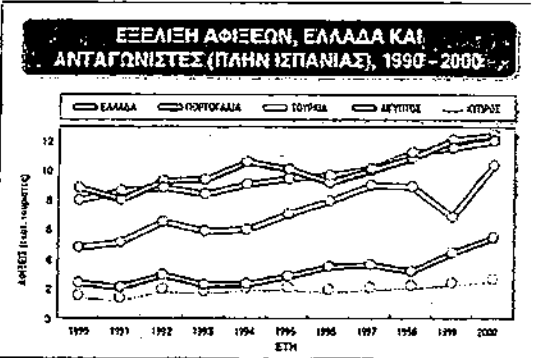
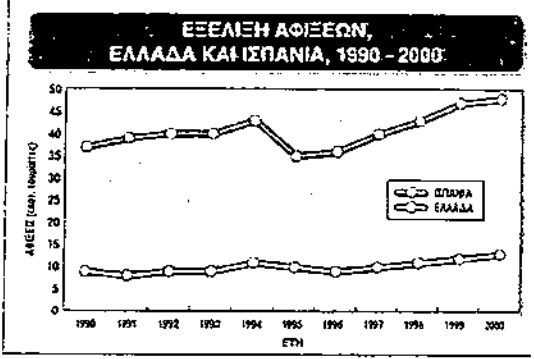
ΜΗΝΙΑΙΑ (%) ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, 1990 - 2000

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Ιανουάριος	1,27%	1,12%	1,07%	1,15%	1,34%	1,32%	1,47%	1,65%	1,48%	1,50%	1,58%
Φεβρουάριος	1,31%	1,08%	1,12%	1,13%	1,18%	1,23%	1,27%	1,55%	1,31%	1,46%	1,45%
Μάρτιος	3,40%	3,19%	2,15%	2,05%	2,20%	2,30%	2,84%	2,67%	2,20%	2,85%	2,66%
Απρίλιος	7,18%	4,23%	5,81%	5,64%	6,47%	6,45%	5,82%	5,22%	5,31%	5,24%	5,73%
Μάιος	12,02%	10,74%	12,17%	11,79%	12,56%	12,06%	11,21%	11,31%	10,63%	11,08%	10,96%
Ιούνιος	13,39%	12,92%	14,29%	13,12%	13,91%	13,78%	13,38%	13,91%	13,78%	13,72%	14,25%
Ιούλιος	18,46%	19,87%	19,18%	19,07%	18,61%	17,64%	17,60%	18,37%	19,25%	18,67%	Μ/Δ
Αύγουστος	18,83%	20,27%	19,77%	19,78%	16,84%	18,26%	18,70%	18,57%	18,37%	18,81%	Μ/Δ
Σεπτέμβριος	13,35%	14,31%	14,11%	14,60%	14,45%	14,87%	15,43%	14,41%	14,61%	14,06%	Μ/Δ
Οκτώβριος	6,88%	7,73%	6,83%	8,12%	8,05%	8,41%	8,52%	8,29%	8,42%	8,48%	Μ/Δ
Νοεμβριος	2,25%	2,61%	1,89%	1,96%	1,83%	1,94%	2,16%	2,31%	2,13%	2,17%	Μ/Δ
Δεκέμβριος	1,66%	1,33%	1,60%	1,69%	1,53%	1,75%	1,60%	1,74%	1,60%	1,97%	Μ/Δ
Σύνολο	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	

Πηγή: ΕΕΤΑΕ, ΕΕΤΕ/ΕΟΤ, ΥΠΟ, Ένωση Εταυρωμένων Ανταγωνιστών, ΤΥΔ, ΚΟΤ, Γενική Διεύθυνση Τουρισμού της Πορτογαλίας, Ένωση Εταυρωμένων Ανταγωνιστών, ΕΕΕ

	1990		1991		1992		1993		1994		1995		1996		1997		1998		1999		2000	
	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες
1990	37.441	929.535	4.799	164.980	1.561	51.774	8.020	179.337	2.411	101.469	8.873	438.355										
1991	38.539	972.308	5.158	192.386	1.325	56.959	8.657	188.501	2.112	105.690	8.036	459.297										
1992	39.838	998.316	6.549	212.902	1.991	62.986	8.984	190.892	2.944	109.820	9.351	475.799										
1993	40.065	1.009.241	5.904	228.641	1.841	67.494	8.434	198.862	2.291	116.531	9.413	486.439										
1994	43.232	1.132.350	6.035	258.580	2.069	74.246	9.169	202.442	2.556	120.954	10.642	508.505										
1995	34.920	1.074.017	7.083	280.463	2.100	77.259	9.511	204.051	2.871	129.957	10.130	533.812										
1996	35.221	1.087.529	7.966	301.524	1.950	85.537	9.750	208.205	3.528	140.741	9.253	548.785										
1997	39.553	1.102.424	9.040	313.256	2.388	83.298	10.172	211.515	3.656	150.986	10.070	561.068										
1998	48.596	1.421.217	8.960	314.215	2.223	85.161	11.295	215.572	3.215	166.817	10.916	576.976										
1999	46.776	1.282.043	8.893	319.313	2.434	84.173	11.632	216.928	4.490	187.284	12.164	584.973										
2000	48.204	1.215.290	10.428	404.300	2.626	85.308	12.096	222.958	5.906	213.838	12.500	593.990										
Δ.Ο.90	29%	31%	117%	145%	72%	63%	51%	34%	128%	111%	41%	40%										

Πηγή: Αντιστοιχία, ΕΕΤΕ/ΕΟΤ, ΥΠΟ, Ένωση Εταυρωμένων Ανταγωνιστών, ΤΥΔ, ΚΟΤ, Γενική Διεύθυνση Τουρισμού της Πορτογαλίας, Ένωση Εταυρωμένων Ανταγωνιστών, ΕΕΕ



ΕΞΕΛΙΞΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΙ ΕΣΟΔΩΝ, ΕΠΗΡΟΔΟ ΚΑΙ ΑΥΤΟΝΟΜΟΥΣ, 1990-2000
 (ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΕ '000, ΕΣΟΔΟ ΣΕ ΕΚΔ. USD)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ		ΓΟΥΑΤΕΜΑΛΑ		ΚΥΠΡΟΣ		ΠΟΡΤΟΥΓΑΛΙΑ		ΑΥΣΤΡΙΑ		ΕΛΛΑΔΑ	
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ
1990	27.241	18.593	4.97	4.799	3.225	672	1.551	1.758	806	8.000	806	8.000
1991	38.579	19.004	4.932	5.158	2.654	515	1.385	1.026	741	8.657	806	8.000
1992	39.639	22.191	5.60	6.549	3.639	556	1.931	1.539	775	8.894	806	8.000
1993	40.685	19.225	4.885	5.904	2.959	674	1.841	1.396	758	8.434	806	8.000
1994	45.222	21.853	5.065	6.094	4.371	716	2.088	1.700	932	9.132	806	8.000
1995	34.930	25.388	7.083	7.966	4.957	700	2.100	1.788	851	9.511	806	8.000
1996	36.721	26.686	737	7.966	5.092	748	1.650	1.659	856	9.511	806	8.000
1997	39.533	26.651	674	9.040	6.098	895	2.068	1.659	785	10.172	806	8.000
1998	43.956	23.839	688	9.900	7.829	872	2.225	1.956	753	11.295	806	8.000
1999	46.776	32.447	695	6.835	5.205	755	2.424	1.818	772	11.632	806	8.000
2000	48.760	41.197	447	10.429	7.636	752	2.686	1.819	677	12.096	806	8.000
ΑΠΟΚ/ΣΗ	28.7%	117.3%	117.3%	8.1%	17.1%	5.6%	4.2%	178.0%	8.6%	3.5%	40.9%	9.221%
ΕΒΑ	1.5%											

Πηγή: EUROSTAT, ITC, UNCTAD, ILO, FAO, Γραφείο Ευρωπαϊκής Κοινωνικής Στατιστικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Anderson, FAO, Έκθεση Ετήσιας Ανάπτυξης

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ, 2000

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ					
		Ε'	Δ'	Γ'	Β'	Α'	ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ
Στερεά Ελλάδα	7%	12%	7%	7%	5%	3%	3%
Αττική (εκτός Αθήνας)	5%	4%	5%	5%	5%	5%	11%
Αθήνα	3%	5%	5%	3%	3%	3%	14%
Ηπειρος	2%	2%	2%	3%	3%	1%	1%
Μακεδονία (υπόλοιπο)	5%	6%	6%	5%	4%	1%	0%
Θεσσαλονίκη	1%	7%	3%	1%	1%	9%	5%
Χαλκιδική	5%	2%	12%	4%	5%	5%	3%
Περίο	4%	2%	14%	3%	1%	0,4%	0%
Πελοπόννησος	8%	7%	9%	8%	9%	7%	5%
Θεσσαλία	11%	14%	8%	9%	7%	11%	8%
Θράκη	1%	1%	1%	1%	2%	1%	0%
Βόρειο Αιγαίο	5%	5%	3%	5%	7%	3%	5%
Κρήτη	16%	8%	9%	17%	17%	23%	27%
Κυκλάδες	11%	17%	9%	9%	10%	13%	4%
Δωδεκάνησα	12%	9%	6%	13%	13%	17%	10%
Νησιά Ιονίου	9%	6%	5%	10%	10%	10%	8%
Σποράδες	2%	4%	1%	2%	2%	2%	3%
Σύνολο	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

ΠΗΓΗ: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ 2000

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	ΑΤΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	Α.Ε.	Γ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΣ	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΜΙΝΙ ΜΠΑΡ
Στερεά Ελλάδα	77,3%	15,9%	61,4%	16%	34%	32%
Αττική (εκτός Αθήνας)	50%	30%	33,3%	40%	53%	37%
Αθήνα	31,8%	40,9%	40,9%	59%	64%	41%
Ηπειρος	15,4%	53,9%	46,2%	38%	48%	46%
Μακεδονία (υπόλοιπο)	57,1%	28,6%	52,4%	0%	28%	57%
Θεσσαλονίκη	45,5%	9,1%	36,4%	64%	54%	27%
Χαλκιδική	45,2%	38,7%	45,2%	13%	26%	81%
Περίο	75,9%	10,3%	37,9%	24%	34%	76%
Πελοπόννησος	56,5%	23,9%	46,8%	32%	38%	30%
Θεσσαλία	56,5%	8,75%	62,5%	21%	71%	42%
Θράκη	25%	75%	0%	50%	75%	0%
Βόρειο Αιγαίο	32%	64%	44%	32%	36%	52%
Κρήτη	26,1%	67,1%	54,6%	30%	31%	56%
Κυκλάδες	62,9%	32,3%	54,8%	29%	39%	68%
Δωδεκάνησα	38,5%	58,5%	52,3%	20%	22%	37%
Νησιά Ιονίου	27,5%	62,8%	46,2%	27%	37%	50%
Σποράδες	40%	50%	50%	20%	50%	90%
Σύνολο χώρας	45,9%	41,7%	49,3%	27%	38%	50%

ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑ - ΜΗΝΙΑΙΑ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ 2000

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ							
	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΜΑΙΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ
	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ
ΑΥΣΤΡΙΑ	-	213	413	710	737	380	-	2.453
ΤΣΕΧΙΑ	-	34	638	438	604	675	219	2.608
ΔΑΝΙΑ	-	401	843	843	601	486	-	3.174
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	-	308	557	466	572	470	99	2.470
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	-	130	191	244	154	183	66	1.008
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	-	325	258	352	224	257	63	1.479
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	-	275	284	415	263	321	-	1.558
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	-	-	118	186	221	75	-	600
ΣΟΥΗΔΙΑ	-	606	789	1.251	988	955	-	4.589
ΒΡΕΤΑΝΙΑ	171	21.335	21.683	23.559	22.618	20.742	7.267	117.375
ΣΥΝΟΛΟ	171	23.625	25.774	28.464	27.022	24.544	7.714	137.314

ΜΗΝΙΑΙΑ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ 2001

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ							
	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΜΑΙΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ
	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ	ΑΦΕΕΣ
ΑΥΣΤΡΙΑ	-	244	778	778	886	499	4	3.186
ΤΣΕΧΙΑ	-	-	608	426	596	563	117	2.310
ΔΑΝΙΑ	-	228	548	686	502	-	-	1.964
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	-	151	200	247	191	238	23	1.030
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	47	305	254	254	187	231	32	1.210
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	-	151	327	348	241	267	65	1.397
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	-	-	185	214	183	130	-	712
ΣΟΥΗΔΙΑ	-	649	923	1.006	789	811	93	4.271
ΒΡΕΤΑΝΙΑ	-	25.165	26.421	29.293	25.658	27.684	8.942	143.063
ΣΥΝΟΛΟ	47	26.793	30.243	33.250	29.131	30.423	9.276	159.163

Πηγή: ΥΡΑ

Γ.Γ. ΕΣΥΕ
Δ/ΝΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΟΜΕΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

ΑΦΙΞΕΙΣ - ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΣΕ ΠΑΣΗΣ ΦΥΣΕΩΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ
ΚΑΤΑ ΕΙΔΟΣ ΚΑΙ ΤΑΞΗ ΑΥΤΩΝ ΕΤΟΥΣ 2004

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΟΜΟΙΩΔΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ						ΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ				ΣΥΝΟΛΟ	ΑΝΑΛΟΓΙΑ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ	
	ΑΑ	Α	Β	Γ	Δ-Ε	ΑΑ-Ε	ΞΕΝΩΝΕΣ	ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	ΚΑΜΠΙΝΓΚΣ	ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ				
ΗΜΕΔΑΠΟΙ														
ΠΕΛΑΤΕΣ	427.378	1.107.413	1.597.858	1.833.675	310.900	5.277.224	1.082	234.873	103.414	53.948	5.670.521	46,74		
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	1.024.407	2.802.343	3.598.534	4.158.982	794.776	12.379.042	2.799	794.468	477.815	103.081	13.757.205	26,18	14,3	
ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ														
ΠΕΛΑΤΕΣ	890.348	2.292.812	1.307.191	1.040.524	194.830	5.725.505	1.585	562.493	147.834	23.512	6.460.929	53,26		
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	3.879.313	16.225.645	7.321.509	5.256.832	899.367	33.582.666	4.716	4.642.406	486.314	75.718	38.791.820	73,82	41,3	
ΣΥΝΟΛΟ														
ΠΕΛΑΤΕΣ	1.317.726	3.400.025	2.905.049	2.874.199	505.730	11.002.729	2.647	797.366	251.248	77.460	12.131.450	100,00		
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	4.903.720	19.027.988	10.920.043	9.415.814	1.694.143	45.961.708	7.515	5.436.874	964.129	178.799	52.549.025	100,00	55,6	
ΑΝΑΛΟΓΙΑ														
ΠΕΛΑΤΕΣ	10,86	28,03	23,95	23,69	4,17	90,70	0,02	8,57	2,07	0,64	100,00			
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	9,33	36,21	20,78	17,92	3,22	87,46	0,01	10,35	1,83	0,34	100,00			

ΠΙΝΑΚΑΣ 13

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΤΑ ΠΛΑΤΗΣ ΦΥΣΙΩΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ 2003 ΚΑΙ 2004

ΥΠΑ ΚΑΙ ΝΟΜΟΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΛΗΝ CAMPINGS										CAMPINGS					
	2003					2004					2003			2004		
	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ			ΚΑΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΠΑΡΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ			ΚΑΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΠΑΡΟΤΗΤΑ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ			ΚΑΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΠΑΡΟΤΗΤΑ	
	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ			ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ			ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ			ΗΜΕΔΑΠΟΙ
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	13.716.146	39.769.657	53.475.793	475.855	60,71	13.275.390	38.305.506	51.584.896	471.084	55,56	378.495	647.906	1.026.401	477.815	485.314	964.129
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	892.454	509.053	1.398.507	17.044	41,20	949.228	443.280	1.392.508	16.097	37,85	68.811	23.506	92.317	94.420	22.548	116.968
ΝΟΜΟΣ ΔΡΑΜΑΣ	58.198	7.811	65.809	649	29,41	60.157	9.059	69.210	817	31,83	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ	321.950	446.942	770.892	10.392	47,87	338.213	379.478	714.691	9.861	41,22	33.161	18.845	52.006	23.984	15.816	39.780
ΝΟΜΟΣ ΕΒΡΟΥ	268.357	26.794	295.151	3.560	37,22	307.208	32.271	339.479	3.384	36,11	20.134	4.286	24.402	45.605	6.183	51.768
ΝΟΜΟΣ ΞΑΝΘΗΣ	130.745	10.883	141.828	1.101	39,71	117.252	11.629	128.881	1.042	35,28	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΡΟΔΟΠΗΣ	113.204	11.823	125.027	1.355	30,41	128.399	11.849	140.247	1.193	33,29	15.516	393	15.609	24.851	569	25.420
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1.771.372	1.922.578	3.693.950	32.700	63,25	1.810.485	2.418.689	4.229.074	46.577	49,74	93.742	36.411	130.153	192.178	51.103	243.281
ΝΟΜΟΣ ΗΜΑΘΙΑΣ	90.468	10.290	100.698	929	36,27	80.298	8.860	89.978	881	31,78	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	1.083.693	443.015	1.506.679	10.431	47,84	918.516	417.286	1.336.802	11.339	43,10	0	0	0	259	322	581
ΝΟΜΟΣ ΚΙΛΙΚΙΑΣ	22.253	7.826	30.079	489	22,04	24.831	8.181	32.812	424	23,83	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΠΕΛΛΗΣ	65.424	6.728	72.152	1.130	23,04	59.613	5.734	65.347	1.189	21,32	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	128.193	359.420	487.603	5.718	52,01	179.902	437.652	617.554	7.888	46,70	79.156	31.805	110.961	87.241	38.781	126.022
ΝΟΜΟΣ ΣΕΡΡΩΝ	112.100	9.673	121.773	1.118	34,88	98.197	10.859	108.858	1.064	33,79	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	289.281	1.085.666	1.374.937	12.908	77,47	449.308	1.529.417	1.978.725	23.762	63,25	14.586	4.606	19.192	104.678	12.000	116.678
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	333.021	63.167	386.298	3.402	35,16	313.453	40.017	353.470	3.562	34,66	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΓΡΕΒΕΝΩΝ	37.254	1.354	38.608	481	24,38	34.279	987	35.266	538	20,62	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	108.686	26.003	134.689	1.028	46,17	105.748	21.419	127.187	1.071	36,81	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΚΟΖΑΝΗΣ	119.732	14.889	134.621	1.175	41,10	110.869	11.868	122.557	1.189	33,85	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΦΛΩΡΙΝΗΣ	87.389	10.941	98.310	708	37,51	82.757	5.723	88.480	766	28,79	0	0	0	0	0	0
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	1.111.899	596.065	1.707.964	15.494	43,12	1.020.480	499.179	1.519.659	20.742	38,28	11.542	10.430	21.972	12.079	9.375	21.454
ΝΟΜΟΣ ΚΑΡΔΙΤΣΗΣ	135.996	4.345	140.341	1.439	41,53	108.505	2.759	109.264	1.414	39,71	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΛΑΡΙΣΗΣ	228.445	43.953	272.398	2.757	37,32	169.763	36.017	195.780	2.464	35,51	4.959	177	5.136	4.659	177	5.136
ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	585.860	423.365	1.019.225	12.261	48,55	608.087	378.302	986.389	13.919	42,02	8.455	9.167	15.622	6.679	5.472	12.151
ΝΟΜΟΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	151.598	124.402	276.000	3.037	34,79	148.125	81.101	227.226	2.945	28,83	128	1.086	1.214	441	3.728	4.167
ΗΠΕΙΡΟΣ	613.254	186.648	799.902	8.358	40,87	469.887	129.770	599.737	8.306	34,89	37.914	56.000	93.914	25.181	46.980	72.161
ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΥΣ	58.081	5.544	63.605	340	51,96	56.638	5.217	64.053	511	47,73	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΠΡΟΤΙΑΣ	34.387	19.528	53.858	1.111	52,37	48.332	17.000	65.332	1.321	35,43	4.522	15.801	20.429	1.337	16.351	17.688
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	382.241	48.458	430.699	3.015	43,63	278.430	36.138	309.568	3.020	40,12	736	10.348	11.083	760	8.400	10.160
ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	138.585	113.117	251.702	3.892	38,46	83.369	77.415	160.784	3.454	27,92	32.657	29.751	62.408	23.084	21.229	44.313
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	876.604	5.238.535	6.215.339	47.823	80,19	631.255	3.833.649	4.484.904	42.893	72,62	28.731	103.854	128.585	14.102	58.528	70.630
ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	190.173	1.972.861	2.163.034	16.422	89,58	162.348	1.892.483	2.124.831	19.096	75,28	0	0	0	697	3.285	3.992
ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	552.226	2.819.827	3.372.053	24.067	79,23	264.225	1.489.803	1.754.028	16.901	78,08	6.381	54.701	61.082	2.490	27.900	30.390
ΝΟΜΟΣ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	149.441	332.358	481.799	4.434	64,93	157.650	325.358	483.008	5.457	53,01	8.702	27.551	37.253	6.807	12.675	19.482
ΝΟΜΟΣ ΛΕΥΚΑΔΟΣ	84.984	113.489	198.453	2.900	57,23	47.032	58.005	103.037	1.439	58,31	8.648	21.602	31.250	4.108	12.658	16.766
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	799.789	543.200	1.342.989	14.569	43,76	824.836	622.026	1.346.862	12.803	39,27	33.151	126.101	159.252	28.961	81.727	110.688
ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΙΑΣ ΚΑΙ ΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	234.309	29.146	263.455	3.078	36,52	236.345	62.581	298.926	2.646	39,48	8.482	2.416	9.897	15.563	990	16.553
ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ	381.484	189.668	571.052	6.232	43,49	374.458	153.546	538.004	5.108	39,71	8.350	90.287	99.617	4.892	54.614	59.506
ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΪΑΣ	183.986	324.486	508.482	5.259	49,14	214.033	295.899	509.932	5.061	40,63	17.319	33.418	50.738	8.006	26.123	34.629

ΠΙΝΑΚΑΣ 13

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΤΑ ΠΑΣΗΣ ΦΥΣΕΩΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ 2003 ΚΑΙ 2004

ΥΠΑ ΚΑΙ ΝΟΜΟΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΛΗΝ CAMPINGS										CAMPINGS						
	2003					ΠΑΡΟΤΗΤΑ %	2004					2003			2004		
	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ			ΚΑΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΠΑΡΟΤΗΤΑ %		ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ			ΚΑΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΠΑΡΟΤΗΤΑ %	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ			ΠΑΡΟΤΗΤΑ %	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	
	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ			ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ			ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ		ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	847.988	547.386	1.395.384	20.998	40,14	868.188	378.788	1.246.956	20.498	31,03	8.851	30.840	39.391	23.783	32.585	56.348	
ΝΟΜΟΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ	49.260	21.590	70.850	782	36,18	53.194	20.310	73.504	754	20,61	0	0	0	0	0	0	
ΝΟΜΟΣ ΕΥΒΟΙΑΣ	445.559	360.752	806.311	13.355	44,54	448.015	231.584	679.599	12.688	31,27	3.430	3.093	6.523	14.445	5.401	19.846	
ΝΟΜΟΣ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	68.327	2.607	70.934	851	34,49	67.097	1.943	69.040	1.118	20,21	0	0	0	0	0	0	
ΝΟΜΟΣ ΦΘΙΩΤΙΔΟΣ	168.180	61.715	249.885	4.118	35,23	187.191	48.214	243.405	3.947	31,73	3.037	2.593	5.630	8.312	1.792	10.104	
ΝΟΜΟΣ ΦΩΚΙΔΟΣ	98.662	100.732	197.394	1.792	35,55	102.671	78.747	181.418	2.011	31,43	2.384	24.854	27.238	1.006	25.392	26.398	
ΠΕΛΑΓΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	1.201.056	846.313	2.047.369	25.688	38,17	1.264.130	784.592	2.048.722	25.685	34,37	69.686	187.226	256.912	66.035	136.622	202.657	
ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	238.761	279.082	517.823	6.055	43,61	302.657	252.687	555.344	6.934	39,35	12.584	19.269	31.833	13.333	15.289	28.622	
ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	118.053	13.193	130.146	1.821	28,19	135.524	11.935	147.459	2.039	28,16	1.455	1.189	2.644	1.481	528	2.009	
ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	328.778	258.744	588.522	7.060	34,49	339.951	273.748	613.699	7.674	32,09	11.424	33.453	44.877	8.475	28.002	36.477	
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	199.603	58.055	255.658	2.651	35,16	183.948	42.768	226.714	2.808	28,11	24.838	61.977	86.813	14.153	34.836	48.991	
ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	315.961	239.259	555.220	8.081	42,62	302.052	203.454	505.506	6.230	39,91	19.407	71.338	90.745	28.593	57.965	86.558	
ΑΤΤΙΚΗ	2.360.731	3.403.959	5.764.690	46.773	45,79	2.207.327	3.652.233	5.859.560	47.280	44,09	7.453	38.283	45.736	9.485	38.129	47.614	
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΘΗΝΩΝ	1.809.406	2.852.756	4.662.162	31.623	49,85	1.698.577	3.094.879	4.793.456	31.136	48,58	6.899	37.878	44.777	3.360	36.467	39.827	
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	145.018	266.887	411.885	6.025	29,97	130.134	265.387	395.521	5.976	31,28	537	92	629	2.625	1.437	4.062	
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	18.868	98.159	117.027	933	48,05	18.937	90.568	109.505	955	41,81	17	313	330	3.500	225	3.725	
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	387.439	186.177	573.616	8.192	35,04	359.679	201.399	561.078	9.213	29,57	0	0	0	0	0	0	
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	637.344	1.269.678	1.797.023	17.699	60,94	633.642	1.153.304	1.686.946	18.980	63,96	1.685	492	2.177	2.688	987	3.675	
ΝΟΜΟΣ ΛΕΙΒΟΥ	254.270	501.667	755.937	7.947	54,11	270.552	468.032	738.584	8.088	49,89	1.685	492	2.177	1.822	384	2.006	
ΝΟΜΟΣ ΣΑΜΟΥ	178.618	570.338	848.957	8.419	68,47	179.175	825.814	804.989	9.253	59,40	0	0	0	0	0	0	
ΝΟΜΟΣ ΧΙΟΥ	104.458	87.673	192.129	1.333	56,29	93.815	61.458	145.373	1.639	49,30	0	0	0	1.066	603	1.669	
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	1.433.979	13.490.790	14.924.769	118.372	76,60	1.408.595	12.275.847	13.684.442	109.017	69,01	15.964	30.413	46.377	6.610	5.495	12.105	
ΝΟΜΟΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΙΟΥ	944.466	12.804.051	13.748.517	89.859	79,94	809.092	11.656.892	12.585.984	89.980	73,00	3.916	2.807	6.523	2.875	644	3.519	
ΝΟΜΟΣ ΚΥΚΛΑΔΩΝ	489.513	688.739	1.178.252	18.513	50,91	499.593	618.865	1.118.458	19.037	42,78	12.048	27.808	39.854	3.735	4.851	8.586	
ΚΡΗΤΗ	836.455	11.165.154	12.001.609	102.655	74,41	877.844	12.175.202	13.153.048	98.644	72,80	3.965	4.650	8.615	2.313	4.235	6.548	
ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	288.469	5.375.556	5.664.027	42.477	77,45	322.875	5.626.589	5.949.444	41.944	73,28	0	167	167	82	382	464	
ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	141.726	1.532.934	1.674.660	18.281	83,52	172.908	1.624.667	1.797.575	15.641	64,22	2.358	2.024	4.382	298	563	861	
ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΗΣ	110.338	2.137.140	2.247.478	16.592	78,82	134.643	2.297.694	2.432.337	18.159	73,59	0	0	0	1.116	1.351	2.467	
ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	285.922	2.119.522	2.415.444	25.305	72,80	347.418	2.626.272	2.973.690	22.900	77,33	1.607	2.459	4.066	817	1.939	2.756	

ΠΙΝΑΚΑΣ 15
ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΠΑΡΗΣ ΦΥΣΕΩΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ 2003 ΚΑΙ 2004

ΥΠΑ ΚΑΙ ΝΟΜΟΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΑΡΗΣ CAMPINGS								CAMPINGS					
	2003				2004				2003			2004		
	ΑΦΙΞΕΙΣ			ΚΑΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΑΦΙΞΕΙΣ			ΚΑΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΑΦΙΞΕΙΣ					
	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ		ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ		ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	5.649.612	6.674.470	12.223.982	475.655	5.667.107	6.313.095	11.880.202	471.054	82.321	193.606	276.827	103.414	147.834	251.248
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	407.269	99.883	603.952	17.044	448.270	92.112	541.382	16.097	10.265	5.728	15.994	11.938	5.926	17.864
ΝΟΜΟΣ ΔΡΑΜΑΣ	34.657	2.427	37.284	646	35.753	3.027	38.780	617	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ	126.665	74.406	201.181	10.382	135.654	66.500	202.154	9.851	6.030	3.465	9.495	3.888	2.535	6.403
ΝΟΜΟΣ ΕΒΡΟΥ	118.977	9.983	128.960	3.560	137.728	13.284	150.993	3.384	3.257	2.063	5.320	6.495	3.105	9.601
ΝΟΜΟΣ ΞΑΝΘΗΣ	58.722	4.546	73.268	1.101	73.731	5.190	78.921	1.042	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΡΟΔΟΠΗΣ	58.048	5.231	63.279	1.355	65.403	5.131	70.534	1.193	978	201	1.179	1.575	285	1.860
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	806.598	398.948	1.203.842	32.708	788.999	482.797	1.251.796	46.577	14.242	5.971	20.213	42.721	8.142	50.863
ΝΟΜΟΣ ΗΜΑΘΙΑΣ	50.416	4.979	55.395	928	45.202	4.497	49.699	881	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	540.713	201.575	742.288	10.431	487.807	185.849	653.656	11.339	0	0	0	187	95	282
ΝΟΜΟΣ ΚΙΛΙΚΙΑΣ	8.772	2.203	10.975	468	9.792	2.528	12.321	424	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΠΕΛΛΗΣ	35.811	3.211	39.022	1.130	31.631	2.571	34.202	1.189	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	53.608	61.678	115.284	5.716	70.813	81.258	152.071	7.868	10.795	5.228	16.023	11.995	5.518	17.513
ΝΟΜΟΣ ΣΕΡΡΩΝ	51.666	6.028	57.692	1.118	44.340	5.021	49.361	1.084	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	66.010	117.176	183.186	12.908	119.414	181.072	300.486	23.792	3.447	743	4.190	30.530	2.520	33.058
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	180.094	25.328	205.422	3.402	170.080	19.865	189.915	3.582	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΓΡΕΒΕΝΩΝ	19.268	487	18.763	491	17.481	473	17.954	536	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	60.233	15.776	76.009	1.028	58.814	13.587	72.381	1.071	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΚΟΖΑΝΗΣ	61.281	5.564	66.825	1.175	57.016	3.256	60.272	1.189	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΦΛΟΡΙΝΗΣ	39.334	3.489	42.823	708	36.749	2.559	39.308	766	0	0	0	0	0	0
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	540.188	192.163	732.331	19.494	477.928	147.763	625.681	20.742	2.972	2.596	5.568	3.054	3.911	6.965
ΝΟΜΟΣ ΚΑΡΔΙΤΣΗΣ	64.065	2.060	66.125	1.439	46.942	1.337	48.279	1.414	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΛΑΡΙΣΣΗΣ	119.804	12.570	132.374	2.767	82.434	10.014	92.448	2.464	1.116	113	1.229	1.116	113	1.229
ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	261.076	70.508	331.584	12.281	258.494	61.816	318.110	13.918	1.814	1.866	3.680	1.634	1.141	2.775
ΝΟΜΟΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	95.223	107.025	202.248	3.037	82.058	74.786	166.844	2.945	42	617	659	304	2.657	2.961
ΗΠΕΙΡΟΣ	318.923	58.308	377.229	8.359	238.090	37.037	275.127	8.306	8.744	20.689	29.433	5.554	17.761	23.315
ΝΟΜΟΣ ΑΡΤΗΣ	31.108	2.058	33.164	340	30.809	1.699	32.468	511	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	17.843	8.882	26.725	1.111	17.338	5.416	22.754	1.321	1.729	4.938	6.667	321	5.691	6.012
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	214.248	28.569	242.814	3.015	153.641	17.185	170.826	3.020	446	6.721	7.167	450	5.856	6.306
ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	55.726	18.800	74.526	3.892	36.302	12.777	49.079	3.454	6.569	9.030	15.599	4.783	6.214	10.997
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	249.143	610.592	859.737	47.823	182.348	453.363	635.711	42.893	5.406	20.188	26.595	3.046	11.986	15.032
ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	57.178	225.575	282.751	18.422	48.186	228.565	275.751	19.056	0	0	0	196	323	519
ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	117.399	322.402	439.801	24.067	68.988	176.891	245.879	16.801	1.450	9.998	11.448	767	6.276	7.043
ΝΟΜΟΣ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	48.707	45.543	94.250	4.434	48.777	42.305	91.082	5.457	1.775	5.472	7.247	1.219	2.570	3.789
ΝΟΜΟΣ ΛΕΥΚΑΔΟΣ	25.863	17.072	42.935	2.900	15.997	7.602	22.899	1.439	2.181	4.719	6.900	864	2.817	3.601

ΠΙΝΑΚΑΣ 16
ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΠΑΙΣΗ ΦΥΣΙΩΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ 2003 ΚΑΙ 2004

ΥΠΑ ΚΑΙ ΝΟΜΟΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΛΗΝ CAMPINGS								CAMPINGS					
	2003				2004				2003			2004		
	ΑΦΙΞΕΙΣ		ΣΥΝΟΛΟ	ΚΑΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΑΦΙΞΕΙΣ		ΣΥΝΟΛΟ	ΚΑΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΑΦΙΞΕΙΣ			ΣΥΝΟΛΟ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ			ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ			ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ				
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	398.174	204.324	602.498	14.669	406.356	183.162	589.518	12.803	7.428	35.872	43.301	5.342	25.192	30.534
ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΙΑΣ ΚΑΙ ΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	105.555	9.408	114.963	3.078	107.666	11.412	119.078	2.646	934	1.148	2.082	1.022	412	1.434
ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ	204.458	56.067	260.525	8.232	193.457	48.749	242.206	5.106	2.456	15.725	18.181	1.865	10.987	12.852
ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ	88.161	138.849	227.010	5.259	105.233	125.001	230.234	5.051	4.039	18.999	23.038	2.455	13.793	16.248
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	335.364	172.132	607.496	20.998	352.932	137.346	490.278	20.498	3.126	14.779	17.904	5.972	16.895	22.867
ΝΟΜΟΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ	29.151	14.002	43.153	782	32.073	12.950	45.023	754	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΕΥΒΟΙΑΣ	137.842	54.081	191.923	13.355	142.591	41.220	183.811	12.668	1.001	1.314	2.315	3.834	2.095	5.930
ΝΟΜΟΣ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	30.114	872	30.986	951	27.968	892	28.028	1.118	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΦΘΙΩΤΙΔΟΣ	78.860	12.370	91.030	4.118	86.216	12.453	100.869	3.947	730	1.257	1.987	1.621	1.006	2.627
ΝΟΜΟΣ ΦΩΚΙΔΟΣ	59.597	60.807	120.404	1.792	62.086	60.781	122.867	2.011	1.394	12.208	13.602	517	13.793	14.310
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	669.606	261.239	930.845	26.668	613.834	216.913	830.747	26.865	20.872	58.593	79.465	20.633	38.586	69.119
ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	106.136	81.447	187.583	6.055	135.973	83.627	219.600	6.934	3.948	6.042	9.990	4.080	5.155	9.235
ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	84.227	6.595	90.822	1.821	88.641	5.279	93.920	2.039	565	611	1.176	498	403	901
ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	137.737	88.955	226.692	7.060	156.603	60.638	217.241	7.674	3.646	13.393	17.039	3.142	8.972	12.114
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	98.838	36.788	135.626	2.851	100.673	28.406	129.079	2.808	5.027	18.871	24.798	3.113	9.182	12.295
ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	152.568	47.454	200.022	8.081	148.944	39.853	188.907	8.230	6.788	19.676	26.462	9.700	14.874	24.574
ΑΤΤΙΚΗ	1.054.324	1.467.887	2.522.211	48.773	1.026.171	1.376.931	2.403.102	47.280	1.141	18.626	19.766	1.162	14.746	15.908
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΘΗΝΩΝ	848.691	1.273.427	2.122.118	31.623	807.225	1.201.844	2.009.069	31.136	777	18.556	19.333	153	13.863	14.016
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	55.336	106.414	161.750	8.026	65.154	97.046	152.200	5.976	383	69	432	419	754	1.173
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	7.018	13.097	20.115	933	7.200	11.358	18.558	955	1	0	1	590	129	719
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	143.279	84.949	228.228	8.192	158.592	66.683	225.275	9.213	0	0	0	0	0	0
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	167.261	156.402	323.663	17.699	150.961	141.128	292.089	18.980	375	137	512	548	191	739
ΝΟΜΟΣ ΛΕΣΒΟΥ	77.409	60.522	137.931	7.947	79.244	55.319	134.563	8.088	375	137	512	346	114	460
ΝΟΜΟΣ ΣΑΜΟΥ	38.036	83.183	121.219	8.419	37.420	77.025	114.445	9.253	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΧΙΟΥ	41.816	12.697	54.513	1.333	34.297	8.784	43.081	1.639	0	0	0	202	77	279
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	379.446	1.613.311	1.992.757	118.372	385.237	1.491.665	1.876.802	109.017	6.395	8.615	14.910	2.589	2.776	5.365
ΝΟΜΟΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΙΟΥ	214.584	1.459.823	1.674.407	99.859	210.405	1.345.000	1.555.405	89.980	938	532	1.470	675	170	845
ΝΟΜΟΣ ΚΥΚΛΑΔΩΝ	184.862	153.488	338.350	18.513	174.632	146.555	321.187	19.037	5.457	7.983	13.440	1.914	2.606	4.520
ΚΡΗΤΗ	282.842	1.339.259	1.622.101	102.655	323.921	1.553.133	1.877.054	99.644	1.355	1.811	3.165	956	1.722	2.677
ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	94.970	640.810	735.780	42.477	115.261	753.143	868.394	41.944	0	75	75	21	179	200
ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	38.621	188.898	227.519	18.281	61.274	204.811	266.085	15.841	823	649	1.472	205	350	555
ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΗΣ	30.811	224.914	255.725	16.592	42.153	248.281	290.434	18.159	0	0	0	384	447	831
ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	98.440	286.637	385.077	25.305	115.243	346.798	462.041	22.900	532	1.087	1.619	345	746	1.091

XV. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ TOURIST MOVEMENT - HOTEL UNITS

Πιγή πληροφοριών της τουριστικής κίνησης με το εξωτερικό είναι οι Υπηρεσίες Ελέγχου Διαβατηρίων, οι οποίες συγκεντρώνουν τα σχετικά στοιχεία κατά την είσοδο και έξοδο των περιηγητών από τη Χώρα.

Περιηγητές θεωρούνται οι ξένοι υπήκοοι, οι οποίοι επισκέπτονται την Ελλάδα και παραμένουν περισσότερο από 24 ώρες.

Ανάλυτικά στοιχεία για την τουριστική κίνηση, το ξενοδοχειακό δυναμικό και την κίνηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων δημοσιεύονται στο τεύχος «Στατιστική του Τουρισμού».

Data on tourist movement between Greece and overseas are provided by the Passport Control Office, which compiles the relative data on the basis of arrivals and departures of tourists.

Tourists: foreign visitors coming to Greece to stay more than 24 hours.

Analytical data on tourist movement, hotel capacity and the movement of hotel units appear in the issue «Tourist Statistics».

XV: 1. Αφίξεις⁽¹⁾ αλλοδαπών, κατά μήνα και μέσο ταξιδιού: 2001 και 2002
Foreigners⁽¹⁾ arriving in Greece, by month and by means of transport: 2001 and 2002

Μήνας—Month	Αφίξεις — Arrivals				
	Σύνολο Total	Αεροπορικώς By air	Σιδηροδρομικώς By rail	Θαλασσίως By sea	Οδικώς By road
Έτος — 2001 — Year					
Σύνολο — Total	14.057.331	10.841.059	86.070	808.165	2.322.037
2001: I	294.256	164.927	3.249	10.193	115.887
II	285.751	166.767	3.155	15.483	100.346
III	326.651	229.077	1.189	10.344	86.041
IV	741.694	555.570	7.279	19.877	158.968
V	1.570.998	1.339.971	8.672	57.364	164.991
VI	1.912.583	1.612.968	10.481	79.816	209.318
VII	2.515.623	1.936.212	13.554	283.953	281.904
VIII	2.443.243	1.892.472	13.260	131.285	406.226
IX	2.025.179	1.672.697	9.686	60.392	282.404
X	1.086.330	831.147	6.944	30.021	218.218
XI	479.090	203.996	6.071	100.029	168.994
XII	375.933	235.255	2.530	9.408	128.740
Έτος — 2002 — Year					
Σύνολο — Total	14.179.999	10.437.910	89.254	797.017	2.855.818
2002: I	401.054	180.053	2.483	12.441	206.072
II	336.385	184.916	9.140	13.953	128.376
III	448.394	282.306	5.995	22.441	137.652
IV	685.649	499.762	7.312	24.987	153.588
V	1.581.960	1.312.232	2.294	47.820	219.614
VI	1.870.801	1.528.956	10.112	76.477	255.256
VII	2.407.294	1.778.509	14.573	260.066	354.146
VIII	2.479.393	1.810.148	12.688	152.215	504.342
IX	2.012.316	1.579.832	11.299	97.177	324.088
X	1.113.430	826.043	7.054	56.073	224.260
XI	388.618	209.248	2.825	20.687	155.858
XII	454.705	245.905	3.474	12.680	192.646

(1) Οι αφίξεις υπολογίζονται από δειγματοληψία που γίνεται στους Σημείους Ελέγχου Διαβατηρίων για τους υπηκόους των χωρών - μελών της ΕΕ, από διαβατηριακό έλεγχο μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή για τους υπηκόους των χωρών εκτός ΕΕ και από τις αφίξεις με πτήσεις charter. Τα στοιχεία των οποίων συγκεντρώνεται η Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας.

(1) The arrivals are estimated on the basis of the sampling taking place in the Passport Control Stations for the citizens of EU member states and by passport control through a computer for the foreign citizens except EU countries. Data on arrivals by charter flights are collected by the Civil Aviation Service.

TOURIST MOVEMENT - HOTEL UNITS

XV: 7. Ξενοδοχεία, δωμάτια και κλίνες αυτών: 2001 και 2002
Hotels in Greece, number of rooms and beds: 2001 and 2002

Ξενοδοχεία κατά τάξη Hotels classified by class	Αριθμός λειτουργούντων Ξενοδοχείων Number of hotel units in operation		Αριθμός δωματίων Number of rooms		Αριθμός κλινών Number of beds	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Σύνολο.....	8.342	8.329	320.159	319.689	607.614	606.330
α) Πολυτελείας—Luxury.....	85	90	19.282	18.895	37.332	36.626
β) Α΄ Τάξεως—Class A.....	797	828	79.426	82.127	150.950	155.725
γ) Β΄ Τάξεως—Class B.....	1.547	1.541	77.887	76.354	148.249	145.466
δ) Γ΄ Τάξεως—Class C.....	4.148	4.201	114.418	114.482	214.870	214.881
ε) Δ΄ Τάξεως—Class D.....	1.133	1.096	20.302	19.628	38.623	37.332
στ) Ε΄ Τάξεως—Class E.....	632	571	8.844	8.203	17.590	16.300

Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

Source: National Tourist Organization of Greece.

**ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΙ
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΑ ΝΗΣΙΑ ΝΟΜΟΥ
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΕΤΙΑ 2000-2001**

ΝΗΣΙΑ	ΑΦΙΞΕΙΣ		ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	
	2001 (*)	2000	2001 (*)	2000
Ασπιλάδα	781	1.543	4.022	9.113
Καλλινικός	13.993	10.756	67.936	72.100
Κάρπαθος	22.999	25.581	201.854	221.378
Κασος	358	120	1.232	476
Κως	512.163	521.623	4.709.822	5.061.150
Λαφίοι	730	434	1.897	1.737
Λέρος	3.507	3.058	14.766	16.504
Μεγίστη	742	705	3.929	2.934
Μίσυρος	1.471	2.058	6.166	11.150
Πάτιος	11.379	11.213	11.875	29.179
Ρόδος	1.229.207	1.255.255	10.165.500	10.831.185
Σύμη	(*)	7.192	(*)	29.055
Τήλος	(*)	1.369	(*)	5.211
Χάλκη	(*)	4.006	(*)	34.459
Σύνολο	(*)	1.975.013	(*)	16.335.610

(*) Για το έτος 2001 δεν υπάρχουν ακόμη τα στοιχεία νομού όπου στα διαδόμενα στοιχεία δεν περιλαμβάνονται τα νησιά Σύμη, Τήλος και Χάλκη.

Πηγή: Μητρώο από την Κεντρική Στατιστική, δεν περιλαμβάνονται εντοπισμένοι θαλασσοπόροι

ΡΟΔΟΣ - ΜΗΝΙΑΙΑ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ 2002

	ΔΩΤΕΡΚΟΥ		ΣΥΝ. ΕΣΤΕΡΚΟΥ		ΕΚΤΑΚΤΕΣ ΕΣΤΕΡΚΟΥ		ΑΦΙΞΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ	
	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ
	ΑΝΑ ΜΗΝ	ΑΝΕΣ	ΑΝΑ ΜΗΝ	ΑΝΕΣ	ΑΝΑ ΜΗΝ	ΑΝΕΣ	ΑΝΑ ΜΗΝ	ΑΝΕΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	729	18.748	46	1.954	43	1.915	97	2
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	638	16.875	28	1.451	26	1.421	85	
ΜΑΡΤΙΟΣ	751	22.454	156	9.660	142	8.830	80	
ΑΠΡΙΛΙΟΣ								
ΜΑΙΟΣ								
ΙΟΥΝΙΟΣ								
ΙΟΥΛΙΟΣ								
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ								
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ								
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ								
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ								
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ								
ΣΥΝΟΛΟ	2.166	58.077	230	13.065	211	12.166	262	2

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπλοΐας - Τμήμα Στατιστική

ΚΩΣ - ΜΗΝΙΑΙΑ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ 2002

	ΕΣΤΕΡΚΟΥ		ΣΥΝ. ΕΣΤΕΡΚΟΥ		ΕΚΤΑΚΤΕΣ ΕΣΤΕΡΚΟΥ		ΑΦΙΞΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ	
	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ
	ΑΝΑ ΜΗΝ	ΑΝΕΣ	ΑΝΑ ΜΗΝ	ΑΝΕΣ	ΑΝΑ ΜΗΝ	ΑΝΕΣ	ΑΝΑ ΜΗΝ	ΑΝΕΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	160	5.800						
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	154	5.056						
ΜΑΡΤΙΟΣ	173	6.524	12	638	12	638	14	
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	168	7.512	136	8.609	136	8.609	3.480	
ΜΑΙΟΣ								
ΙΟΥΝΙΟΣ								
ΙΟΥΛΙΟΣ								
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ								
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ								
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ								
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ								
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ								
ΣΥΝΟΛΟ	655	24.892	148	9.247	148	9.247	3.474	

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπλοΐας - Τμήμα Στατιστική

ΧΙΟΣ - ΜΗΝΙΑΙΑ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ 2001 ΑΦΙΞΕΙΣ CHARTER

ΧΩΡΑ	ΑΦΙΞΕΙΣ 2001								ΑΦΙΞΕΙΣ 2002	
	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΜΑΙΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΜΑΙΟΣ	
ΑΥΣΤΡΙΑ	-	54	249	359	272	230	-	-	150	
ΒΕΛΓΙΟ	42	435	425	789	717	447	27	44	485	
ΔΑΝΙΑ	-	310	348	311	350	201	-	-	412	
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	77	1.175	895	950	1.151	936	54	324	1.588	
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	527	784	1.186	1.055	1.087	1.024	239	404	1.058	
ΕΛΒΕΤΙΑ	-	67	126	162	138	190	44	-	-	
ΣΥΝΟΛΟ	646	2.875	3.229	3.626	3.715	3.023	364	772	3.693	

ΚΕΡΚΥΡΑ - ΜΗΝΙΑΙΑ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ 2002

	ΕΙΣΟΔΕΥΟΝΤΕΣ		ΣΤΗΝ ΕΞΟΔΕΥΟΝΤΕΣ		ΕΚΤΑΚΤΕΣ ΕΙΣΟΔΕΥΟΝΤΕΣ		ΛΟΙΠΕΣ ΕΙΣΟΔΕΥΟΝΤΕΣ	
	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ
	ΑΦΗ	ΑΦΗ	ΑΦΗ	ΑΦΗ	ΑΦΗ	ΑΦΗ	ΑΦΗ	ΑΦΗ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	196	6.194	6	176	4	176	2	2
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	196	6.176	-	-	-	-	6	7
ΜΑΡΤΙΟΣ	217	6.622	25	1.398	22	1.145	2	-
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	276	10.398	118	9.033	116	9.033	8	-
ΜΑΙΟΣ								
ΙΟΥΝΙΟΣ								
ΙΟΥΛΙΟΣ								
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ								
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ								
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ								
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ								
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ								
ΣΥΝΟΛΟ	885	29.390	149	10.507	142	10.354	18	9

Πηγή: Υπουργείο Ναυτιλίας Αεροπορίας - Τμήμα Στατιστικής

ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΕΠΩΝΥΜΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ (01/01/2002)

ΚΑΤΑΤΑΞΗ		CHAINS	GROUPS	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ		ΔΩΜΑΤΙΑ		ΔΙΑΦΟΡΑ
2001	2002			2001	2002	2001	2002	ΔΩΜΑΤΙΑ
1	1	Best Western	Best Western	4.028	4.109	309.789	312.207	3.418
2	2	Holiday Inn	Six Continents	1.541	1.587	289.836	297.710	7.874
3	3	Days Inn of America, Inc.	Cendant	1.912	1.946	162.129	164.092	1.963
5	4	Marriott Hotels	Marriott Int'l	393	424	149.200	158.112	8.912
4	5	Comfort Inns	Choice	1.940	2.032	149.286	157.119	7.833
6	6	Sheraton Hotels & Resorts	Starwood	386	389	128.332	130.498	2.166
8	7	Super 8 Motels	Cendant	1.969	2.054	119.266	125.016	5.750
7	8	Ramada Franchise Systems	Cendant	988	978	121.431	120.515	-916
9	9	Hampton Inn	Hilton Corp.	1.073	1.144	111.231	117.806	6.575
11	10	Express by Holiday Inn	Six Continents	1.162	1.254	93.136	100.993	7.857
10	11	Radisson Hotels Worldwide	Carlson	420	428	99.912	100.874	962
14	12	Hyatt Hotels	Hyatt (Corp+Int'l)	200	214	83.323	91.657	8.334
12	13	Motel 6	Accor	814	852	86.438	90.276	3.838
13	14	Hilton Hotels	Hilton Corp.	228	229	85.243	86.063	820
15	15	Quality Inns	Choice	766	799	81.277	84.760	3.483
16	16	Courtyard	Marriott Int'l	520	553	73.900	78.785	4.885
17	17	Mercure	Accor	640	655	68.810	72.536	3.726
18	18	Hilton	Hilton Group	226	231	65.572	66.898	1.326
20	19	Ibis	Accor	538	583	55.846	60.939	5.093
21	20	Novotel	Accor	329	341	52.488	57.917	5.429

Πηγή: MKG Consulting Database - 05-02

ΟΙ 5 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ (01/01/2002)

ΚΑΤΑΤΑΞΗ		GROUP RANKING	ΧΩΡΑ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ		ΔΩΜΑΤΙΑ		ΔΙΑΦΟΡΑ
2001	2002			2001	2002	2001	2002	ΔΩΜΑΤΙΑ
1	1	Accor	FRA	1.848	1.922	191.777	201.042	-9.265
2	2	Best Western	USA	1.192	1.385	79.601	91.380	11.759
3	3	Six Continents	GB	378	453	65.085	77.345	12.260
4	4	Envergure; Société du Louvre	FRA	929	924	62.827	-63.101	274
9	5	Hilton International	GB	128	270	32.331	56.417	24.086

Πηγή: MKG Consulting Database - 05-02

XIII: 4. Αφίξεις επιβατών με πτήσεις charter, κατά χώρα αναχώρησης -
αεροσκάφους⁽¹⁾: 1999 - 2003

Arrivals of charter passengers, by country of aircraft's⁽¹⁾ departure: 1999 - 2003

Σε χιλιάδες		In thousands				
Χώρα αναχώρησης αεροσκάφους	1999	2000	2001 ⁽²⁾	2002 ⁽²⁾	2003 ⁽²⁾	Country of aircraft's departure
Σύνολο	7.685	7.847	7.687	7.378	7.105	Total
Ευρώπη	7.486	7.690	7.561	7.245	7.002	Europe
Ηνωμένο Βασίλειο	2.124	2.336	2.347	2.380	2.258	United Kingdom
Αυστρία	400	305	375	339	323	Austria
Βέλγιο - Λουξεμβούργο	233	215	216	225	247	Belgium - Luxembourg
Γαλλία	286	315	389	438	463	France
Γερμανία	1.953	1.807	1.829	1.684	1.440	Germany
Ίταλική Δημοκρατία	15	6	7	7	8	Italy
Ελβετία	184	180	177	74	113	Switzerland
Ιταλία	246	295	305	270	315	Italy
Άλλες χώρες	498	525	457	461	409	Other countries
Σκανδιναβικές χώρες	1.139	1.142	1.002	975	862	Scandinavian countries
Άλλες κράτη Ευρώπης	408	455	454	355	452	Other European countries
Αμερική	25	22	16	16	11	America
ΗΠΑ	19	14	11	7	5	USA
Άλλα κράτη Αμερικής	6	8	5	9	6	Other American countries
Ασία	168	129	104	109	87	Asia
Ισραήλ	142	95	79	81	50	Israel
Άλλα κράτη Ασίας	26	34	25	28	29	Other Asian countries
Αφρική	5	6	5	3	3	Africa
Ωκεανία	1	—	1	4	2	Oceania

(1) Οι επιβατές των πτήσεων charter είναι, κατά το μεγαλύτερο μέρος, υπήκοοι της χώρας αναχώρησης του αεροσκάφους.
(2) Τα στοιχεία προέρχονται από εκτιμήσεις.

(1) Charter passengers are mostly citizens of the country of aircraft's departure.
(2) Data derived from estimations.

XIII: 5. Αφίξεις επιβατών με πτήσεις charter, κατά αερολιμένα αφίξεως αεροσκάφους: 1994 - 1998

Arrivals of charter passengers, by airport of aircraft's arrival: 1994 - 1998

Σε χιλιάδες		In thousands				
Αερολιμένας αφίξεως αεροσκάφους	1994	1995	1996	1997	1998	Airport of aircraft's arrival
Σύνολο	6.701	6.185	5.736	6.243	6.602	Total
Ελλάδα	628	660	584	490	383	Greece
Αθήνα	—	—	—	—	—	Athens
Ηράκλειο	1.728	1.503	1.430	1.643	1.744	Heraklion
Θεσσαλονίκη	379	389	442	422	460	Thessaloniki
Κέρκυρα	774	751	682	677	784	Kerkyra
Κοζ	568	406	476	528	543	Kos
Ρόδος	1.044	903	874	1.017	1.113	Rhodes
Άλλοι αερολιμένες	1.380	1.473	1.343	1.466	1.575	Other airports

XIII: 5. Αφίξεις επιβατών με πτήσεις charter, κατά αερολιμένα αφίξεως αεροσκάφους: 1999 - 2003

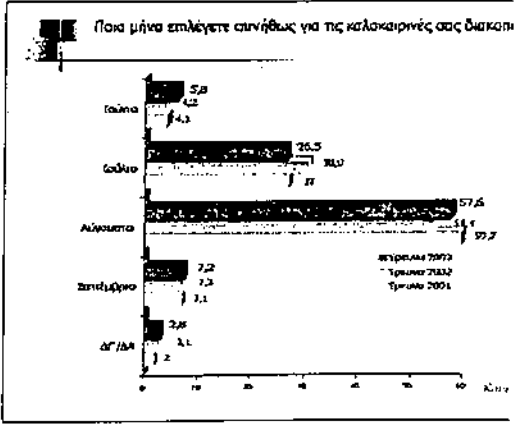
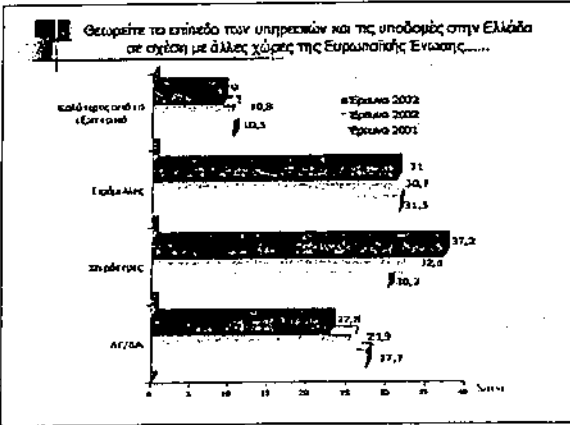
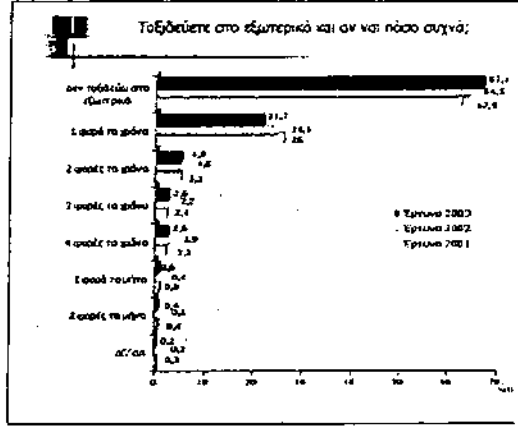
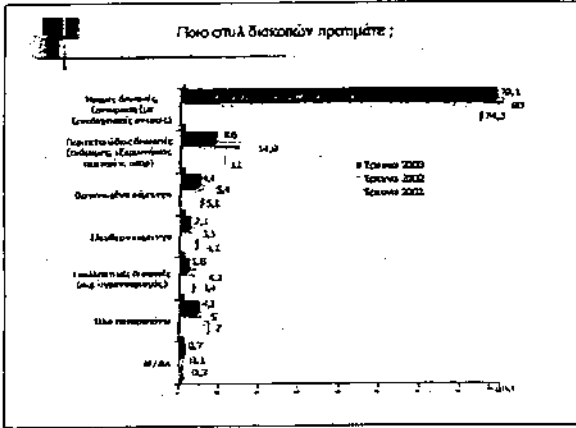
Arrivals of charter passengers, by airport of aircraft's arrival: 1999 - 2003

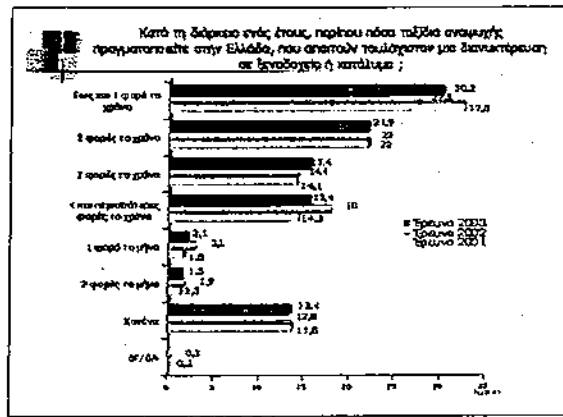
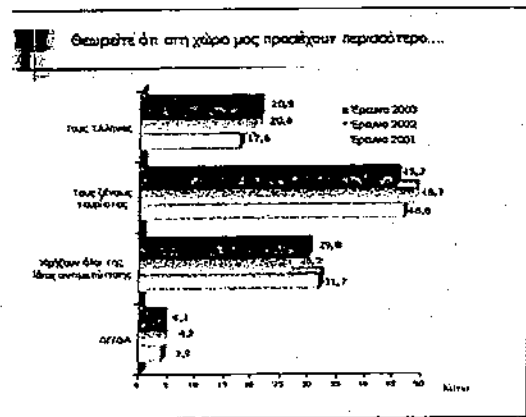
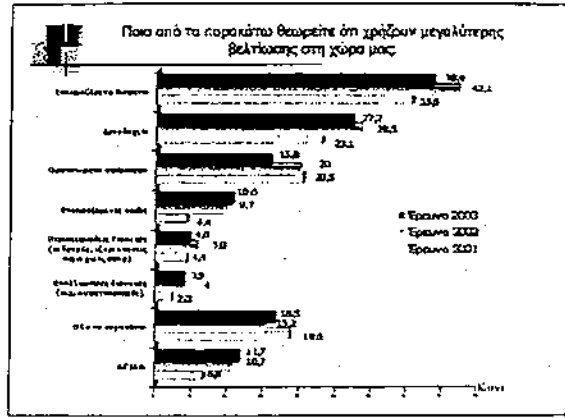
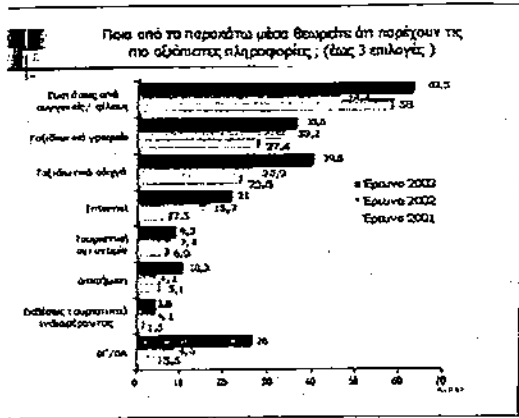
Σε χιλιάδες		In thousands				
Αερολιμένας αφίξεως αεροσκάφους	1999	2000	2001 ⁽¹⁾	2002 ⁽¹⁾	2003 ⁽¹⁾	Airport of aircraft's arrival
Σύνολο	7.685	7.847	7.687	7.378	7.105	Total
Αθηνών (Ελ Βενιζέλος)	481	412	350	327	250	Athens (El Venizelos)
Ηράκλειο	2.040	2.044	1.958	1.915	1.872	Heraklion
Θεσσαλονίκη	458	453	432	422	411	Thessaloniki
Κέρκυρα	889	965	910	897	861	Kerkyra
Κοζ	629	678	634	601	565	Kos
Ρόδος	1.340	1.339	1.286	1.242	1.223	Rhodes
Άλλοι αερολιμένες	1.847	1.956	2.112	1.981	1.946	Other airports

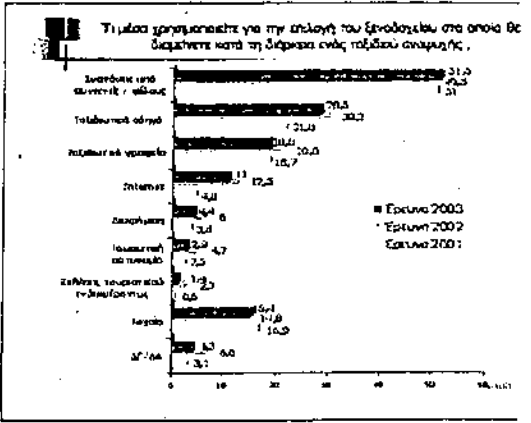
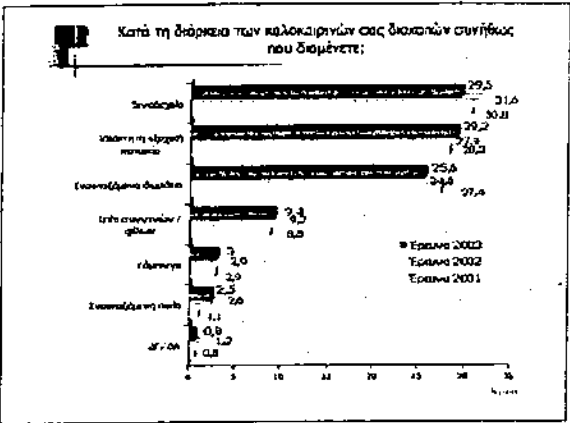
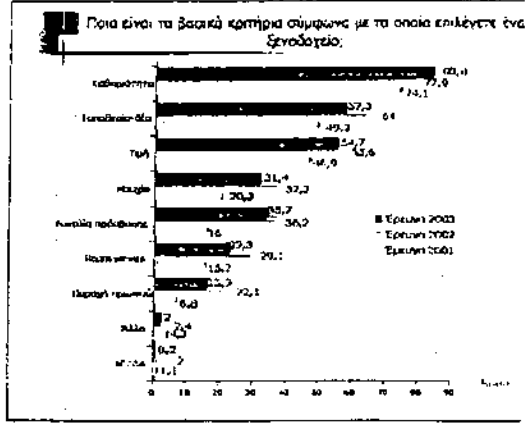
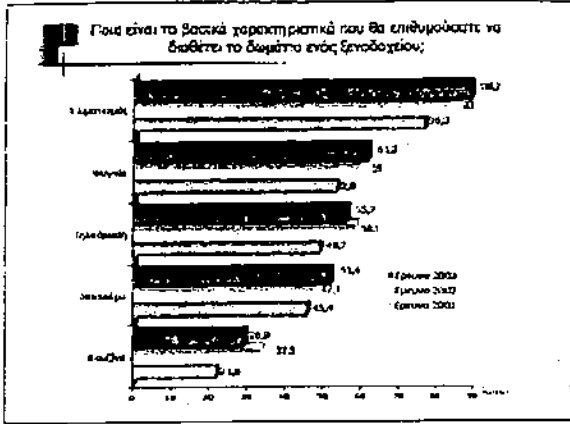
(1) Βλέπε υποσημείωση (2), πίνακα XIII 4

(1) See footnote (2), table XIII 4

Τα ταξίδια των Ελλήνων







ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΕΣ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	ΤΥΠΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
Στερεά Ελλάδα	1,8	4,4
Αττική (εκτός Αθηνών)	6,5	11,0
Αθήνα	9,3	15,7
Ηπειρος	4,6	8,9
Μακεδονία (υπόλοιπο)	2,7	3,9
Θεσσαλονίκη	4,4	5,9
Χαλκιδική	9,3	24,1
Πιερία	1,4	2,9
Πελοπόννησος	4,2	9,5
Θεσσαλία	3,2	8,1
Θράκη	5,8	3,0
Βόρειο Αιγαίο	3,8	6,3
Κρήτη	5,9	10,4
Κυκλάδες	2,5	3,4
Δωδεκάνησος	4,3	7,0
Νησιά Ιονίου	7,0	12,5
Σποράδες	5,2	7,8
Σύνολο χώρας	4,6	9,9

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	ΤΥΠΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
Στερεά Ελλάδα	2,6	7,5
Αττική (εκτός Αθηνών)	12	24,3
Αθήνα	18,3	35,1
Ηπειρος	8,8	17,9
Μακεδονία (υπόλοιπο)	4	7,7
Θεσσαλονίκη	8,2	11,8
Χαλκιδική	17,3	48,2
Πιερία	5,3	17,5
Πελοπόννησος	7,6	19,1
Θεσσαλία	5,4	16,2
Θράκη	9,3	5,1
Βόρειο Αιγαίο	6,2	10,3
Κρήτη	10,5	20,2
Κυκλάδες	3,6	5
Δωδεκάνησος	7,9	12,8
Νησιά Ιονίου	10,4	20,2
Σποράδες	10	15,1
Σύνολο χώρας	8,1	19,6

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΝΠΕΙΡΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ	ΑΛΙΟ ΤΡΕΧΟΝ ΣΥΣΤΗΜΑ	ΜΕΛΟΣ ΕΙΣΟΔΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ
Στερεά Ελλάδα	55%	43%	66%
Αττική (εκτός Αθήνας)	52%	31%	55%
Αθήνα	41%	9%	96%
Ηπείρος	31%	23%	62%
Μακεδονία (υπόλοιπα)	77%	62%	76%
Θεσσαλονίκη	46%	36%	70%
Χαλκιδική	81%	52%	45%
Περιο	86%	32%	86%
Πελοπόννησος	60%	39%	69%
Θεσσαλία	67%	38%	92%
Θράκη	50%	25%	75%
Βόρειο Αιγαίο	67%	29%	100%
Κρήτη	59%	17%	87%
Κυκλάδες	59%	34%	87%
Δωδεκάνησα	69%	32%	95%
Νησιά Ιονίου	80%	55%	90%
Σποράδες	70%	40%	80%
Σύνολο χώρας	65%	39%	81%

Για συγκεκριμένα τα υψηλότερα ποσοστά ξενοδοχών που ασκούσαν άλλο

ΒΑΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΞΕΝΟΔΟΧΟΥΣ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΠΥΛΗ	ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	ΛΙΜΑΝΙ	ΝΟΣΤΙΟΓΕΙΟ	ΑΚΤΗ
Στερεά Ελλάδα	3,70	2,90	3,55	3,44	3,98
Αττική (εκτός Αθήνας)	3,75	2,62	3,66	3,64	3,93
Αθήνα	3,00	2,76	3,81	3,50	3,65
Ηπείρος	4,46	3,58	3,73	4,23	4,54
Μακεδονία (υπόλοιπα)	3,86	4,00	3,67	3,22	4,05
Θεσσαλονίκη	4,18	3,64	3,60	4,20	4,10
Χαλκιδική	3,77	3,43	3,52	3,53	4,57
Περιο	4,07	3,33	2,80	3,57	4,75
Πελοπόννησος	4,04	3,51	3,53	3,74	4,15
Θεσσαλία	4,12	3,47	3,73	3,21	4,14
Θρακη	3,25	4,25	3,60	4,00	3,75
Βόρειο Αιγαίο	3,83	3,29	3,40	3,71	4,25
Κρήτη	3,95	3,99	3,73	3,25	4,16
Κυκλάδες	4,29	3,26	3,27	3,62	4,14
Δωδεκάνησα	3,81	4,00	3,71	2,16	4,12
Νησιά Ιονίου	3,96	3,48	3,45	3,29	4,38
Σποράδες	3,00	2,86	3,40	3,00	4,40
Σύνολο χώρας	3,92	3,52	3,55	3,48	4,19

1: ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ, 2: ΚΑΚΗ, 3: ΜΕΤΡΙΑ, 4: ΚΑΛΗ, 5: ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ (%)	ΓΥΜΝΑΣΙΟ ΛΥΚΕΙΟ	ΚΟΛΕΓΙΟ	ΑΕΙ-ΤΕΙ	ΜΕΤΑΠΤΥ- ΧΙΑΚΟ	ΔΙΔΑ- ΚΤΟΡΙΟ
Στέρεα Ελλάδα	22,7%	47,7%	15,9%	9,1%	4,6%	0%
Αττική (εκτός Αθήνας)	6,9%	34,5%	31%	24,1%	3,5%	0%
Αθήνα	0%	21,8%	9,1%	40,9%	18,2%	0%
Ηπειρος	38,5%	23,1%	15,4%	15,4%	7,7%	0%
Μακεδονία (υπόλοιπα)	23,8%	42,9%	14,3%	19,1%	0%	0%
Θεσσαλονίκη	9,1%	18,2%	27,3%	45,5%	0%	0%
Χαλκιδική	30%	20%	16,7%	26,7%	3,3%	3,3%
Πελοπόννησος	32,1%	35,7%	14,3%	17,9%	0%	0%
Πελοπόννησος	14,9%	44,7%	19,2%	17%	4,3%	0%
Θεσσαλία	8,3%	29,2%	33,3%	25%	0%	4,2%
Θράκη						
Βόρειο Αιγαίο	8,3%	58,3%	12,5%	20,8%	0%	0%
Κρήτη	12,8%	23,3%	33,7%	28,7%	3,5%	0%
Κυκλάδες	27,9%	21,3%	29,5%	19,7%	0%	1,6%
Δωδεκάνησα	11,9%	40,7%	22%	22%	1,7%	1,7%
Νησιά Ιονίου	21,6%	33,3%	15,7%	17,7%	9,8%	2%
Επυράδες	20%	10%	30%	40%	0%	0%
Σύνολο χώρας	17,7%	31,2%	22,3%	22,3%	3,5%	0,9%

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
Στέρεα Ελλάδα	7%
Αττική (εκτός Αθήνας)	28%
Αθήνα	23%
Ηπειρος	8%
Μακεδονία (υπόλοιπα)	0%
Θεσσαλονίκη	18%
Χαλκιδική	13%
Πελοπόννησος	11%
Πελοπόννησος	15%
Θεσσαλία	12%
Θράκη	0%
Βόρειο Αιγαίο	4%
Κρήτη	17%
Κυκλάδες	11%
Δωδεκάνησα	12%
Νησιά Ιονίου	14%
Επυράδες	20%
Σύνολο χώρας	13%

ΓΝΩΣΗ ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ (ΜΟ.)	ΜΕΤΙΩΤΗ ΠΡΟΣ	ΓΥΝΙΚΗ ΑΠΟΚΛΕΙ
Στέρεα Ελλάδα	1,25	3	0,99
Αττική (εκτός Αθήνας)	2,06	5	1,22
Αθήνα	1,88	4	1,14
Ηπειρος	1,69	3	0,95
Μακεδονία (υπόλοιπα)	1,05	3	0,86
Θεσσαλονίκη	1,64	4	1,12
Χαλκιδική	1,58	8	1,54
Πελοπόννησος	1,40	4	1,10
Πελοπόννησος	1,64	4	1,05
Θεσσαλία	1,45	3	0,83
Θράκη	1,00	2	0,82
Βόρειο Αιγαίο	1,67	3	0,96
Κρήτη	1,71	5	1,03
Κυκλάδες	1,24	3	0,81
Δωδεκάνησα	1,83	5	1,08
Νησιά Ιονίου	1,60	5	1,02
Επυράδες	1,70	5	1,42
Σύνολο χώρας	1,58	8	1,07

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΟΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΝΟΜΟ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	ΥΠΑΓΟΓΗ ΣΕ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΝΟΜΟ
Στεριά Ελλάδα	14%
Αττική (εκτός Αθηνas)	7%
Αθήνα	5%
Ηπειρος	5%
Μακεδονία (υπόλοιπο)	38%
Θεσσαλονίκη	0%
Χαλκιδική	42%
Περίαι	3%
Πελοπόννησος	24%
Θεσσαλία	23%
Θράκη	67%
Βόρειο Αιγαίο	50%
Κρήτη	40%
Κυκλάδες	23%
Δωδεκάνησος	63%
Νησιά Ιονίου	40%
Σποράδες	50%
Σύνολο χώρας	32%

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΠΙΔΟΤΟΥΜΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΠΙΔΟΤΟΥΜΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ
Στεριά Ελλάδα	0%
Αττική (εκτός Αθηνas)	7%
Αθήνα	9%
Ηπειρος	8%
Μακεδονία (υπόλοιπο)	14%
Θεσσαλονίκη	9%
Χαλκιδική	6%
Περίαι	7%
Πελοπόννησος	4%
Θεσσαλία	-4%
Θράκη	25%
Βόρειο Αιγαίο	6%
Κρήτη	9%
Κυκλάδες	2%
Δωδεκάνησος	5%
Νησιά Ιονίου	8%
Σποράδες	0%
Σύνολο χώρας	6%

ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΕΥΧΡΟΝΙΣΜΟΥ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ (ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΔΡΑΧΜΕΣ)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	ΜΕΣΗ ΑΓΙΜΗ	ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ
Στεριά Ελλάδα	45,5	55,5
Αττική (εκτός Αθηνas)	136	196,3
Αθήνα	136,3	149,6
Ηπειρος	88,9	106
Μακεδονία (υπόλοιπο)	54,1	62,4
Θεσσαλονίκη	138,2	240,2
Χαλκιδική	90,8	165,5
Περίαι	42,7	79,3
Πελοπόννησος	82,3	97,7
Θεσσαλία	92,9	229,1
Θράκη	230	240,2
Βόρειο Αιγαίο	65,1	69,5
Κρήτη	118,9	209,1
Κυκλάδες	49,6	51,2
Δωδεκάνησος	101	151,8
Νησιά Ιονίου	103	132,4
Σποράδες	211,7	388,8
Σύνολο χώρας	89,5	149,6

Σημειωτική αναφορά σε επίθετα χώρες

Δυναμικότητες Συνεδριακών εγκαταστάσεων σε ξενοδοχεία και σε άλλους συνεδριακούς χώρους εκτός ξενοδοχείων στην Ελλάδα ανά νομό

	Ξενοδοχεία με Συνεδριακές Εγκαταστάσεις			Άλλοι Συνεδριακοί Χώροι			ΣΥΝΟΛΟ		
	Αριθμός Ξενοδοχείων	Αριθμός Αιθουσών	Μέγιστη Ευμετρική Δυναμικότητα Σε Συνεδρους	Αριθμός Εγκαταστάσεων	Αριθμός Αιθουσών	Μέγιστη Ευμετρική Δυναμικότητα Σε Συνεδρους	Αριθμός Εγκαταστάσεων	Αριθμός Αιθουσών	Μέγιστη Ευμετρική Δυναμικότητα Σε Συνεδρους
ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	3	11	3.865	2	3	420	5	13	4.285
ΑΤΤΙΚΗΣ	39	178	36.065	11	53	11.104	50	231	47.169
ΑΣΙΑΣ	3	9	2.610	2	3	1.600	5	12	4.210
ΔΩΔ/ΝΗΣΟΥ	21	107	19.806	4	6	2.200	25	113	22.006
ΕΥΒΟΙΑΣ	2	10	788				2	10	788
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	1	2	300				1	2	300
ΖΑΚΥΝΘΟΥ	2	4	900				2	4	900
ΗΛΕΙΑΣ	1	3	450				1	3	450
ΗΜΑΘΙΑΣ				1	1	300			300
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	23	87	17.968	2	4	860	25	91	18.828
ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ	6	38	5.865	6	20	4.281	12	58	10.146
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ				1	5	310	1	5	310
ΚΑΒΑΛΑΣ	2	5	1.260				2	5	1.260
ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ				1	1	400		1	400
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	11	25	4.534	2	4	2.030	13	29	6.564
ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	2	2	750				2	2	750
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	2	5	1.350				2	5	1.350
ΚΥΚΛΑΔΩΝ	17	30	4.105	2	4	250	19	34	4.350
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	2	2	165				2	2	165
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	15	38	6.737				15	38	6.737
ΛΕΣΒΟΥ	3	7	1.230	2	2	450	5	9	1.680
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	3	5	1.225	4	9	1.520	7	14	2.745
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	2	3	1.680				2	3	1.680
ΠΙΕΡΙΑΣ	1	2	1.100				1	2	1.100
ΠΡΕΒΕΖΗΣ	1	1	230				1	1	230
ΡΕΘΥΜΝΗΣ	11	40	8.099				11	40	8.099
ΣΑΜΟΥ	1	1	380				1	1	380
ΦΘΚΙΔΟΣ	4	12	1.511	1	3	460	5	15	1.971
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	9	35	7.817				9	35	7.817
ΧΑΝΙΩΝ	3	17	3.323	1	5	1.035	4	22	3.358
ΧΙΟΥ	1	3	560				1	3	560
Σύνολο	191	685	133.673	42	120	22.418	233	805	161.091
Ποσοστά			83,5%			17,0%			100,0%

Πηγή: Έκθεση της Οργανισμός Τουρισμού

Συγκεντρωτική αναφορά σε επίπεδο χώρας

Δυναμικότητες Συνεδριακών εγκαταστάσεων σε ξενοδοχεία και σε άλλους συνεδριακούς χώρους εκτός ξενοδοχείων στην Ελλάδα ανά νομό

	Ξενοδοχεία με Συνεδριακές Εγκαταστάσεις			Άλλοι Συνεδριακοί Χώροι			ΣΥΝΟΛΟ		
	Αριθμός Ξενοδοχείων	Αριθμός Αιθουσών	Μέγιστη Σωρευτική Δυναμικότητα	Αριθμός Εγκαταστάσεων	Αριθμός Αιθουσών	Μέγιστη Σωρευτική Δυναμικότητα	Αριθμός Εγκαταστάσεων	Αριθμός Αιθουσών	Μέγιστη Σωρευτική Δυναμικότητα
			Σε Συνεδρους			Σε Συνεδρους			Σε Συνεδρους
ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	3	11	3.865	2	2	420	5	13	4.285
ΑΤΤΙΚΗΣ	39	173	36.065	11	53	11.104	50	231	47.169
ΑΧΑΪΑΣ	3	9	2.610	2	3	1.600	5	12	4.210
ΔΩΔ/ΝΗΣΟΥ	21	107	19.806	4	6	2.200	25	113	22.006
ΕΥΒΟΙΑΣ	2	10	788				2	10	788
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	1	2	300				1	2	300
ΖΑΚΥΝΘΟΥ	2	4	900				2	4	900
ΗΛΕΙΑΣ	1	3	450				1	3	450
ΗΜΑΘΙΑΣ				1	1	300	1	1	300
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	23	87	17.968	2	4	860	25	91	18.828
ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ	6	38	5.865	6	20	4.281	12	58	10.146
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ				1	3	310	1	3	310
ΚΑΒΑΛΑΣ	2	5	1.260				2	5	1.260
ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ				1	1	400	1	1	400
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	11	25	4.534	2	4	2.030	13	29	6.564
ΚΕΦΑΛ/ΝΙΑΣ	2	2	750				2	2	750
ΧΟΡΙΝΘΙΑΣ	2	5	1.350				2	5	1.350
ΚΥΚΛΑΔΩΝ	17	10	4.105	2	4	425	19	34	4.530
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	2	2	165				2	2	165
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	15	38	6.737				15	38	6.737
ΛΕΙΒΟΥ	3	7	1.230	2	2	453	5	9	1.683
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	3	5	1.225	4	9	1.520	7	14	2.745
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	2	3	1.680				2	3	1.680
ΠΕΡΙΑΣ	1	3	1.100				1	3	1.100
ΠΡΕΒΕΖΗΣ	1	1	230				1	1	230
ΡΕΘΥΜΝΗΣ	11	40	8.099				11	40	8.099
ΣΑΜΟΥ	1	3	380				1	3	380
ΡΟΔΙΔΟΣ	4	12	1.511	1	3	460	5	15	1.971
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	9	35	7.817				9	35	7.817
ΧΑΝΙΩΝ	3	17	2.323	1	5	1.035	4	22	3.358
ΚΙΟΥ	1	3	560				1	3	560
Σύνολο	191	685	133.673	42	120	27.418	233	805	161.091
Ποσοστά			83,5%			17,0%			100,0%

πηγή: Επικοινωνία Συλλογικής Τεχνολογίας

ΜΕΓΕΘΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ	ΜΙΚΡΟ	ΜΕΣΑΙΟ	ΜΕΓΑΛΟ
Στεριά Ελλάδα	59%	32%	5%	4%
Αττική (εκτός Αθήνας)	37%	40%	20%	3%
Αθήνα	14%	50%	18%	18%
Ηπειρος	39%	38%	15%	8%
Μακεδονία (υπόλοιπο)	57%	24%	19%	0%
Θεσσαλονίκη	36%	37%	18%	9%
Χαλκιδική	23%	51%	16%	10%
Πιερία	62%	24%	4%	10%
Πελοπόννησος	45%	30%	17%	8%
Θεσσαλία	54%	38%	4%	4%
Θράκη	25%	0%	75%	0%
Βόρειο Αιγαίο	40%	48%	4%	8%
Κρήτη	40%	40%	10%	9%
Κυκλάδες	63%	35%	2%	0%
Δωδεκάνησα	34%	46%	12%	8%
Νησιά Ιονίου	27%	46%	21%	6%
Σποράδες	50%	30%	10%	10%
Σύνολο χώρας	43%	37%	13%	7%

ΤΥΠΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΠΑΡΑΔΟ- ΣΙΑΚΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑ	CAMPING	BUNGALOWS	ΕΠΙΠΛΩΜ ΔΙΑΜΕΡΙΤΑ STUDIOS	ΞΕΝΟΔΟΧ. ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ
Στεριά Ελλάδα	2,3%	6,8%	4,6%	9,1%	77,3%
Αττική (εκτός Αθήνας)	0%	0%	0%	3,3%	96,7%
Αθήνα	4,6%	0%	0%	4,6%	90,9%
Ηπειρος	7,7%	0%	7,7%	7,7%	76,9%
Μακεδονία (υπόλοιπο)	0%	9,5%	0%	4,88%	85,7%
Θεσσαλονίκη	0%	9,1%	0%	18,2%	72,7%
Χαλκιδική	0%	6,5%	6,5%	35,5%	51,6%
Πιερία	3,8%	10,7%	0%	50%	35,7%
Πελοπόννησος	2,1%	6,4%	2,1%	8,5%	80,9%
Θεσσαλία	8,3%	4,2%	4,2%	4,2%	79,2%
Θράκη	0%	0%	0%	0%	100%
Βόρειο Αιγαίο	4,2%	0%	8,3%	20,8%	66,7%
Κρήτη	2,3%	0%	3,4%	39,8%	54,6%
Κυκλάδες	6,5%	1,6%	4,8%	12,9%	74,2%
Δωδεκάνησα	4,6%	0%	3,1%	30,8%	61,5%
Νησιά Ιονίου	1,9%	0%	7,7%	21,2%	69,2%
Σποράδες	0%	0%	10,0%	30,0%	60,0%
Σύνολο χώρας	3,1%	2,8%	3,8%	21,2%	69,1%

ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	ΚΑΙΜΑ ΠΙΣΤΟ ΣΤΑ ΔΙΑΤΑ	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	ΜΟΝ ΜΠΑΡ	ΕΞΥΠΡΕ ΤΗΤΗ ΔΗΜΑΤΙΟΥ	ΠΡΟΓΡΑΜ ΨΥΧΑΓΩ ΓΙΑΣ
Στερεα Ελλάδα	16%	34%	32%	48%	18%
Αττική (εκτός Αθήνας)	40%	53%	37%	57%	17%
Αθήνα	59%	64%	41%	68%	14%
Ηπειρος	38%	46%	46%	54%	31%
Μακεδονία (υπολοιπο)	0%	28%	57%	33%	24%
Θεσσαλονίκη	64%	54%	27%	36%	0%
Χαλκιδική	13%	26%	81%	35%	42%
Περιο	24%	34%	76%	24%	14%
Πελοποννησος	32%	38%	30%	57%	21%
Θεσσαλία	21%	71%	42%	67%	25%
Θράκη	50%	75%	0%	50%	0%
Βόρειο Αιγαίο	32%	36%	52%	52%	32%
Κρήτη	30%	31%	56%	27%	52%
Κυκλάδες	29%	39%	68%	53%	22%
Δωδεκάνησος	20%	22%	37%	37%	42%
Νησιά Ιονίου	27%	37%	50%	29%	51%
Σποράδες	20%	50%	90%	50%	30%
Σύνολο χώρας	27%	38%	50%	43%	31%

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	ΑΙΘΥΛΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	ΧΑΡΟΣ ΣΤΑΘΜΕΥ ΣΗΣ	ΠΙΣΙΝΑ	ΘΕΡΜΑΙ ΝΟΜΕΝΗ ΠΙΣΙΝΑ	ΠΡΟΤΒΑΣΗ ΓΙΑ ΑΜΕΔΑ
Στερεα Ελλάδα	11%	48%	4%	0%	11%
Αττική (εκτός Αθήνας)	7%	40%	23%	0%	7%
Αθήνα	18%	23%	9%	0%	23%
Ηπειρος	23%	54%	15%	0%	23%
Μακεδονία (υπολοιπο)	14%	52%	24%	0%	5%
Θεσσαλονίκη	9%	45%	27%	0%	27%
Χαλκιδική	10%	52%	52%	3%	32%
Περιο	7%	38%	7%	0%	14%
Πελοποννησος	8%	49%	15%	0%	13%
Θεσσαλία	12%	54%	8%	0%	17%
Θράκη	0%	25%	25%	0%	25%
Βόρειο Αιγαίο	20%	16%	36%	0%	20%
Κρήτη	9%	47%	54%	1%	27%
Κυκλάδες	10%	31%	37%	2%	5%
Δωδεκάνησος	5%	33%	47%	0%	16%
Νησιά Ιονίου	8%	77%	58%	0%	29%
Σποράδες	10%	80%	50%	0%	0%
Σύνολο χώρας	10%	45%	33%	0,5%	17%

ΜΗΧΑΝΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	ΣΤΟ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ	ΣΤΗ ΡΕΙΣΙΩΝ	ΑΥΤΟΜΑΤΗ ΣΥΝΔΕΣΗ
Στερεά Ελλάδα	7%	7%	0%
Αττική (εκτός Αθήνας)	20%	20%	10%
Αθήνα	43%	33%	39%
Ηπειρος	8%	33%	8%
Μακεδονία (υπόλοιπα)	9%	19%	9%
Θεσσαλονίκη	18%	9%	0%
Χαλκιδική	20%	30%	10%
Περίαι	7%	14%	7%
Πελοπόννησος	13%	17%	8%
Θεσσαλία	14%	18%	9%
Θράκη	25%	50%	25%
Βόρειο Αιγαίο	17%	27%	13%
Κρήτη	21%	33%	12%
Κυκλάδες	12%	24%	8%
Δωδεκάνησα	20%	26%	8%
Νησιά Ιονίου	14%	14%	4%
Σποράδες	20%	30%	10%
Σύνολο χώρας	16%	23%	9%

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΚΡΑΤΗΣΗ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ	ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΑΛΛΑ ΔΙΚΤΥΑ
Στερεά Ελλάδα	2%	7%	2%
Αττική (εκτός Αθήνας)	30%	27%	20%
Αθήνα	32%	32%	27%
Ηπειρος	15%	15%	8%
Μακεδονία (υπόλοιπα)	19%	19%	19%
Θεσσαλονίκη	9%	9%	0%
Χαλκιδική	26%	29%	13%
Περίαι	11%	14%	11%
Πελοπόννησος	8%	11%	2%
Θεσσαλία	12%	17%	8%
Θράκη	0%	0%	0%
Βόρειο Αιγαίο	33%	33%	9%
Κρήτη	21%	21%	15%
Κυκλάδες	35%	35%	17%
Δωδεκάνησα	11%	17%	1%
Νησιά Ιονίου	20%	19%	23%
Σποράδες	20%	20%	30%
Σύνολο χώρας	19%	20%	12%

這片神秘的國土，正以好客的熱情歡迎你的到來。碧藍迷人的海藍，帶你進入純
粹；輕柔縹緲的輕風，身騎古跡，聽著你的名字；曠世飛舞的激情，與你邂逅狂
瀾的神話。始終活現希臘。如今，他們準備好你的日子，耐心等候你承上嶄新的
希臘生活的美麗神話 請向你的旅行社洽詢

旅遊總部 - 希臘國家旅遊協會



www.gnto.gr

希腊生活的美丽神话



in a land of mythical dimensions. Where the spirit of hospitality welcomes you as a modern god. The siren song draws you into its deep blue waters. Where a gentle breeze through ancient ruins to whisper your name. And a dance until dawn can take on Dionysian proportions. In Greece, the gods are still very much alive. And in amongst them sits your own... patiently waiting for you to live it. Your myth is Greece. Ask your travel agent.

MINISTRY OF TOURISM - NATIONAL TOURISM ORGANISATION



www.gnto.gr



IVE YOUR MYTH IN GREECE

NATIONAL TOURISM ORGANISATION

100 HOUSE/SUITE 302, 37 - 48 PRINCE STREET, SYDNEY, NSW 2000, AUSTRALIA
TEL: 92210443/45 - 92520441 FAX: (61)621 9242045 E-MAIL: info@nto.gr

terre mythique. Une brise légère semble murmurer votre nom à travers les ruines antiques.
et des sirènes vous plonge dans des eaux d'un bleu profond et vous fait danser jusqu'à
sous le regard bienveillant de Dionysos. En Grèce, l'hospitalité n'est pas une légende et les
sont toujours aussi vivants. A commencer par le vôtre... Qui ne demande qu'à prendre forme.
votre mythe en Grèce. Pour que votre mythe devienne réalité, interrogez votre agent de voyage.

NTÈRE DU TOURISME - OFFICE NATIONAL HELLÉNIQUE DU TOURISME



www.gnto.gr



IVEZ VOTRE MYTHE EN GRÈCE



NATIONAL HELLÉNIQUE DU TOURISME
11 OPERA, 25004 ATHÈNES, TÉL: (3011) 414266529, FAX: (3011) 414266628
www.greece.info, info@ntto.com, ntto@ntto.com



A land of mythical dimensions. Where the spirit of hospitality welcomes you as a modern god. Where a siren song draws you into its deep blue waters. Where a gentle breeze through ancient ruins whispers your name. And a dance until dawn can take on Dionysian proportions. In Greece, the myths are still very much alive. And in amongst them sits your own... patiently waiting for you to live it. Live your myth in Greece. Ask your travel agent.


MINISTRY OF TOURISM - NATIONAL TOURISM ORGANIZATION



www.gota.gr



LIVE YOUR MYTH IN GREECE



HELLENIC TOURISM ORGANIZATION
OLYMPIC TOWER 645 FIFTH AVENUE, SUITE 903 - NEW YORK, NY 10022
TEL: (001212) 4215277, FAX: (001212) 8664946, URL: www.greektourism.com, E-mail: info@greektourism.com



SPRING IN GREECE

—BOOK NOW—
AT A TRAVEL AGENT NEAR YOU!

OLYMPIC

MINISTRY OF TOURISM - GREEK NATIONAL TOURISM ORGANISATION

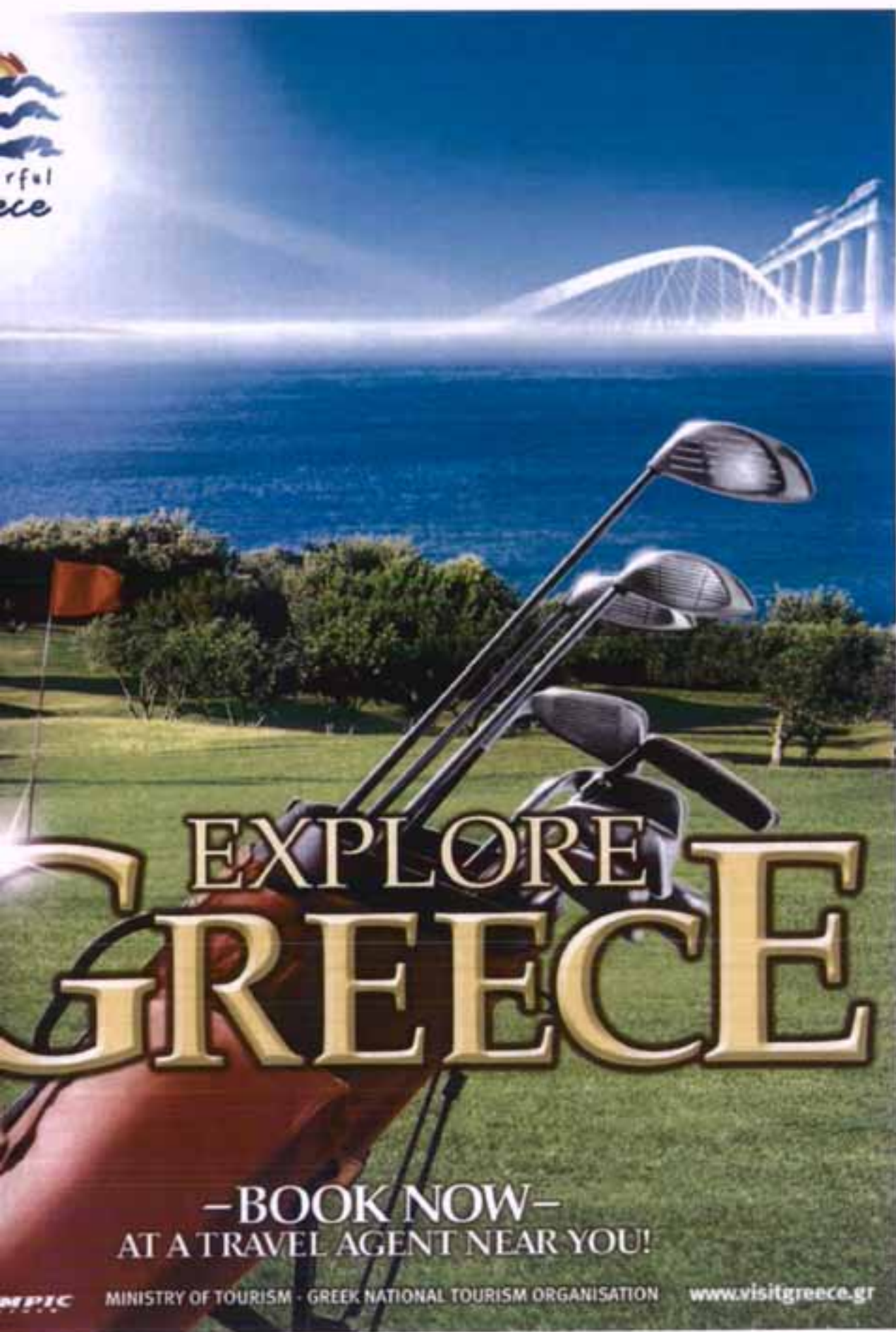
www.visitgreece.gr



ELEGANT GREECE

—BOOK NOW—
AT A TRAVEL AGENT NEAR YOU!

OLYMPIC MINISTRY OF TOURISM GREEK NATIONAL TOURISM ORGANISATION www.visitgreece.gr



EXPLORE GREECE

—BOOK NOW—
AT A TRAVEL AGENT NEAR YOU!

MPIC

MINISTRY OF TOURISM · GREEK NATIONAL TOURISM ORGANISATION

www.visitgreece.gr



CONFERENCE IN
GREECE

—BOOK NOW—
AT A TRAVEL AGENT NEAR YOU!

MPIC

MINISTRY OF TOURISM - GREEK NATIONAL TOURISM ORGANISATION

www.visitgreece.gr



...μάτια και βλέπω μπρος μου ό,τι ποθώ... τα χρώματα,
τη μελαγχολία, τη διασκέδαση, τη γεύση, τη γιορτή, την παρέα.
...μάτια... η εικόνα της Ελλάδας στο μυαλό μου!

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
www.gnta.gr



Μένουμε Ελλάδα



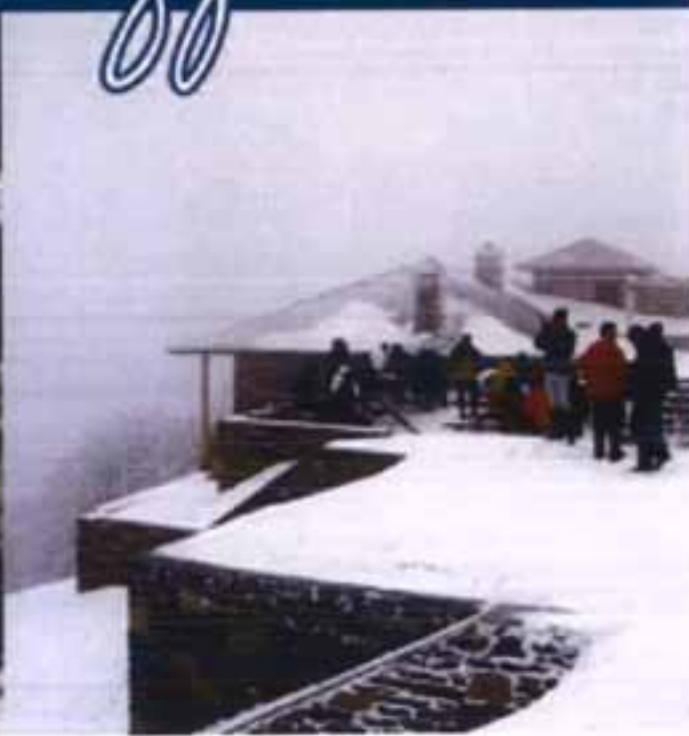


να βουνά, λευκές πίστες και, κυρίως με καφέ σκεπές, τραγούδια στους κατακόκκινα τζακία, γευστικά τραπέζια και γύρω τους κομμελαστές ένομε στην Ελλάδα... γ' αυτά που αγαπάμε!

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
www.gnta.gr



Μένουμε Ελλάδα





100% αμοιβαία προσοχή!

Προχωράμε μαζί ο τουρισμός μας αφορά όλους!

Ο τουρισμός δεν είναι βελούδινο... είναι καθημερινή προσπάθεια Γι' αυτό είναι σημαντικό να προσπαθούμε όλοι μαζί με καρδιά και συνέπεια, με φιλήσυχες σχέσεις, με ποιότητα και καλή τιμή, και φυσικά να διατηρούμε τον Ελλάδα καθαρή Προορίζεται μαζί... Γιατί στον τουρισμό όλα κερτάνε με έλεγχο με ήλιο... και ανθρώπους που φιλοξενούμε ειλικρίνεια, γέλιο, έρθουν και πάνε!



www.gnto.gr

ΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗΣ

2344 ικανοποιημένοι πελάτες!

Προχωράμε μαζί ο τουρισμός μας αφορά όλους!

Ο τουρισμός δεν είναι δευτερεύον... είναι καθημερινή προσέγγιση! Γι' αυτό, είναι σημαντικό να προσπαθούμε όλοι μαζί με καλόγεια και αγένητα με φιλική εθιμοθρησκεία, με ποιότητα και καλές τιμές, και φυσικά να διατηρούμε την Ελλάδα καθαρή! Προχωράμε μαζί... Γιατί στον τουρισμό όλοι πρέπει να έχουμε μία έννοια... τους ενδρώσιους που φιλοξενούμε σήμερα, για να έρθουν και αύριο!



www.gnto.gr

ΕΓΓΡΑΦΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗΣ

5410 άψογες κούρες!



Προχωράμε μαζί ο τουρισμός μας αφορά όλους!


Ο τουρισμός δεν είναι δόξα... είναι καθημερινή προσπάθεια. Γι' αυτό, είναι σημαντικό να προσεγγίσουμε όλοι μαζί με καρδιά και ευγένεια, με φιλία, εξειδίκευση, με συνέπεια και καλή εμπειρία και φυσικά να διασφαλίσουμε την Στάδια καλύτερη Προσφορά μαζί. Την στιγμή που ο τουρισμός είναι η πρώτη επιλογή για όλους... τους ανθρώπους που φιλοξενούμε σήμερα, γιατί οι άνθρωποι και η χώρα



www.gnta.gr

ΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗΣ



1234 ευχαριστώ για την καλύτερη εξυπηρέτηση!

Προχωράμε μαζί ο τουρισμός μας αφορά όλους!

Ο τουρισμός δεν είναι βελτιωμένος... είναι καθημερινή προσπάθεια! Γι' αυτό, είναι σημαντικό να προσπορίσει όλοι μαζί με καλόγιο και συνέπεια, με φιλική εξυπηρέτηση, με προϊόντα και κολλήματα, και φυσικά να διασφαλίσει την Ελλάδα καλύτερη Προχωράμε μαζί... Γιατί στον τουρισμό όλοι πρέπει να έχουμε μία φωνή... τους ανθρώπους που φιλοξενούμε σήμερα, για να έρθουν και αύριο!

ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗΣ



www.gnto.gr

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ















