

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

«ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ

ΕΛΛΑΔΙΚΟ ΧΩΡΟ. ΠΑΡΟΝ, ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝ».

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

ΤΩΝ

ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑΣ ΚΑΙ ΟΡΦΑΝΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑΣ

**ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: ΙΓΓΛΕΣΗ ΜΑΡΙΑ, ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.**



ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	2588
----------------------	------

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

A. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. Ο τουρισμός: κοινωνική και οικονομική διάσταση του τομέα..... 3
2. Ο ελληνικός τουρισμός σήμερα. 8
3. Στόχοι και επιδιώξεις για την ποιοτική και την ποσοτική εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού.15

B. ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Τι είναι, πώς πρωτοεμφανίστηκε και ποια τα χαρακτηριστικά του. 20
2. Διάκριση του χειμερινού τουρισμού - βασικές επιδιώξεις. 22

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ

1. Έννοια της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου. 24
 2. Προφίλ και χαρακτηριστικά συμμετεχόντων. Χώρες προέλευσης..... 26
 3. Τουριστική πολιτική για την ανάπτυξη της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου. 28
 4. Στρατηγική ανάπτυξης της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου..... 31
 5. Παρουσίαση σχεδίων δράσης επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου..... 37
- α) Πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης της Ρόδου..... 37

• Ο ροδιακός χειμερινός τουρισμός στη δεκαετία του '90.	38
• Ο ροδιακός τουρισμός σήμερα.	49
• Ενέργειες για το μέλλον του χειμερινού τουρισμού στη Ρόδο.....	52
β) Πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης της Κρήτης.	58
• Οικονομική εικόνα του νησιού.	59
• Τουριστικά διαθέσιμα.	61
• Προγράμματα δράσης για την Κρήτη.	64
• Κρητικός τουρισμός κατά τη δεκαετία του '90.	66
• Χειμερινός τουρισμός στην Κρήτη. Παρόν και μέλλον.....	88
γ) Η Αθήνα δυναμικά στο χώρο του χειμερινού τουρισμού.	103
• Αθήνα και πολιτισμός.	104
• Αθήνα και συνεδριακός τουρισμός.	106
• Η Αθήνα δυναμικά στο χώρο του τουρισμού.	108
δ) Χειμερινός τουρισμός στην υπόλοιπη Ελλάδα.	110
• Θράκη.....	110
• Μακεδονία.....	112
• Θεσσαλονίκη.....	113
• Χαλκιδική.....	116
• Χειμερινός τουρισμός στη Θεσσαλία.....	125

6. Αντί επιλόγου...	128
α) Χαρακτηριστικά του κυπριακού τουρισμού.	129
β) Χαρακτηριστικά των τουριστών.	129
γ) Τιμολογιακή πολιτική.	130
δ) Συνεδριακός τουρισμός - ταξίδια κινήτρων.	130
ε) Επιχειρηματικό κλίμα.	131
στ) Αιτήματα.	132
ζ) Μικρά και ενδιαφέροντα.	132
η) Επίλογος - Συμπεράσματα προσαρμοσμένα στην ελληνική πραγματικότητα.....	133

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Ειδικές μορφές τουρισμού: νέοι δρόμοι ανάπτυξης του χειμερινού τουρισμού.....	134
2. Χειμερινός τουρισμός και αγροτουρισμός.	135
•Αγροτουρισμός στην Αργιθέα.	139
3. Επαγγελματικός - Συνεδριακός τουρισμός.	143
• Διεθνής συνεδριακή αγορά.	143
• Η ελληνική αγορά.	144
• Το marketing στην υπηρεσία του συνεδριακού τουρισμού.....	147
• Η υπάρχουσα υποδομή.	148
4. Οικολογικός τουρισμός (Οικοτουρισμός).	151

•Υποδομή.	152
•Πόλοι έλξης στην Ελλάδα.	152
•Δραστηριότητες.	153
•Συμπεράσματα.	157
5. Ορεινός τουρισμός.	157
•Χαρακτηριστικά συμμετεχόντων.	160
•Έργα υποδομής.	160
•Δραστηριότητες στους ορεινούς όγκους.	161
6. Παράδειγμα εφαρμογής των ειδικών μορφών τουρισμού.	166
• Μελέτη ανάπτυξης της περιοχής Ιωαννίνων στα πλαίσια του χειμερινού τουρισμού.	166

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗ

1. Η γένεση της τουριστικής παραχείμασης στην μεσημβρινή Γαλλία.....	174
2. Ακριβής προσδιορισμός της έννοιας της παραχείμασης και χαρακτηριστικά της.	175
3. Τουριστική παραχείμαση και τουρισμός τρίτης ηλικίας.....	177
4. Τουρισμός τρίτης ηλικίας, μια τεράστια αγορά που αναμένει αξιοποίηση.....	177
5. Χαρακτηριστικά της αγοράς των ηλικιωμένων ταξιδιωτών. Profile.....	178
6. Μύθοι και πραγματικότητες για την τουριστική αγορά της τρίτης ηλικίας.....	187

7. Παραμονή - δαπάνη - τρόπος ταξιδιού.	188
8. Μελλοντικές εξελίξεις για την αγορά της τρίτης ηλικίας.....	188
9. Οι ανά τη Μεσόγειο προορισμοί, ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας.....	190
10. Η ελληνική αγορά σήμερα.	194
11. Κινήσεις κατά το παρελθόν για τουρισμό παραχείμασης.....	195
12. Αναμενόμενη τουριστική πολιτική και στρατηγική για τον τουρισμό παραχείμασης.	199
13. Διαφήμιση - προβολή.	207
14. Μελλοντικά σχέδια.	208

ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΛΕΥΚΟΣ - ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1. Εισαγωγή - ιστορική αναδρομή.	209
2. Οι γενιές των σταθμών των χειμερινών σπορ σε διεθνές επίπεδο.....	210
3. Το μοντέλο του Τυρόλο.	213
4. Το γαλλικό μοντέλο.	214
5. Κυριότερες χώρες προέλευσης και προορισμού του χιονοδρομικού τουρισμού.	215
6. Χαρακτηριστικά συμμετεχόντων.	216
7. Λειτουργία και οργάνωση χιονοδρομικού κέντρου.....	218
8. Χειμερινός χιονοδρομικός τουρισμός στην Ελλάδα. Υπάρχουσα υποδομή.	221

9. Αξιολόγηση των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων. Προβλήματα.....	229
10. Τουριστική πολιτική για την ανάπτυξη του χειμερινού χιονοδρομικού τουρισμού.	235
11. Προτεινόμενη στρατηγική για την πραγματοποίηση των στόχων της τουριστικής πολιτικής.	237
12. Γενικές προτάσεις.	249
13. Περιβαλλοντικές - κοινωνικές - οικονομικές επιπτώσεις.....	257
14. Γενικά συμπεράσματα για το χειμερινό χιονοδρομικό τουρισμό.....	259
15. Παρουσίαση χιονοδρομικών κέντρων.	261
• Χιονοδρομικό κέντρο Παρνασσού.	262
• Χιονοδρομικό κέντρο Σελίου.	277
• Χιονοδρομικό κέντρο Χρυσό ελάφι.	286
• Χιονοδρομικό κέντρο Καλαβρύτων - Βαθιά Λάκκα.....	287
• Χιονοδρομικό κέντρο Πηλίου - Αγριόλευκες.	290
• Χιονοδρομικό κέντρο Μαινάλου - Οστρακίνα.	292
• Χιονοδρομικό κέντρο Καρπενησίου.	293
• Χιονοδρομικό κέντρο Ολύμπου - Βρυσοπούλες.....	296
• Χιονοδρομικό κέντρο Νάουσας - Τρία πέντε Πηγάδια.	299
• Χιονοδρομικό κέντρο Καστοριάς - Βέρνο - Βίτσι.	302
• Χιονοδρομικό κέντρο Σερρών - Λαϊλιάς.	303
• Χιονοδρομικό κέντρο Γρεβενών - Βασιλίτσα.	306
• Χιονοδρομικό κέντρο Μετσόβου - Προφήτης Ηλίας.	309

• Χιονοδρομικό κέντρο Μετσόβου - Καρακόλι.	310
• Χιονοδρομικό κέντρο Φλώρινας Πισοδέρι.	312
• Χιονοδρομικό κέντρο Καβάλας - Παγγαίο.	313
• Χιονοδρομικό κέντρο Δράμας - Φαλακρό.	314
• Χιονοδρομικό κέντρο Τρικάλων - Περούλι.	314
• Χιονοδρομικό κέντρο Εύβοιας - Δίρφυς.	315
• Χιονοδρομικό κέντρο Πέλλας - Καίματσακλάν.	315

Γ. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

1. Αξιολόγηση χειμερινού τουρισμού. Κριτήρια αξιολόγησης.....	318
2. Απαραίτητες παρεμβάσεις.	319
3. Συμπληρωματικές προτάσεις βελτίωσης του υπάρχοντος τουριστικού προϊόντος.	320
4. Μελλοντικές εξελίξεις στο χώρο του τουρισμού διεθνώς.	321
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	326

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας, είναι να μελετηθούν οι πιθανότητες ανάπτυξης και προώθησης του χειμερινού τουρισμού στον ελλαδικό χώρο.

Για το σκοπό αυτό ερευνήθηκαν τα στοιχεία που συνθέτουν την υπάρχουσα κατάσταση που δεν αναφέρεται μόνο στο χιονοδρομικό τουρισμό αλλά και στο χειμερινό τουρισμό σε σχέση με τις ειδικές μορφές τουρισμού.

Παράλληλα στην μελέτη αυτή αναφέρονται τα βασικά προβλήματα του χειμερινού τουρισμού, προτάσεις και μελλοντικά σχέδια.

Η παρούσα πτυχιακή μελέτη αποτελεί μία συλλογική εργασία για την πραγματοποίηση της οποίας συνεργάστηκαν οι φοιτήτριες Ορφανού Δήμητρα και η Οικονόμου Κωνσταντίνα με την καθοδήγηση της Καθηγήτριας Κ^ας Μαρίας Ιγγλέση.

Θα θέλαμε λοιπόν να ευχαριστήσουμε θερμά την Κ^α Μαρία Ιγγλέση, Καθηγήτρια του Τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων για τη συνεργασία της κατά την πραγματοποίηση της μελέτης αυτής.

Επίσης ευχαριστούμε θερμά τους υπαλλήλους του ΕΟΤ και του περιοδικού Τουρισμός και Οικονομία για τη βοήθειά τους στην συλλογή των στοιχείων.

Ορφανού Δήμητρα και Οικονόμου Κωνσταντίνα

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 1997.

Τα θέματα επεξεργάστηκαν:

ΟΡΦΑΝΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ:

- Εισαγωγή
- Έννοια χειμερινού τουρισμού
- Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου
- Ειδικές μορφές τουρισμού

ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

- Λευκός - χιονοδρομικός τουρισμός
- Παραχείμαση
- Επίλογος

Α.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ.

Ο τουρισμός, ως περιήγηση-γνωριμία με πολιτιστικές και κοινωνικές αξίες άλλων λαών, χρονολογείται απ' τη αρχαιότητα και στη μορφή αυτή οφείλονται πλήθος ταξιδιωτικές, ιστορικές και γεωγραφικές πληροφορίες από περιηγητές διαφόρων εποχών. Θρησκευτικοί και αθλητικοί πόλοι έλξης και γεγονότα οδήγησαν στις πρώτες μορφές τουρισμού που χάνονται στα βάθη των αιώνων.

Ομαδικές μετακινήσεις για προσκύνημα ιερών τόπων, τέλεση αθλητικών αγώνων, μακροχρόνιες πολεμικές εκστρατείες και σταυροφορίες, αλλά και ατομικά, επιμορφωτικά και θεραπευτικά ταξίδια δεν είναι παρά οι προπομποί του θρησκευτικού, του αθλητικού, του περιηγητικού, του θαλάσσιου, του θεραπευτικού, του εκπαιδευτικού, αλλά ακόμη και του «μαζικού τουρισμού», με την έννοια της όποιας δυνατής οργάνωσης ομαδικών μετακινήσεων κατά τη διάρκεια εκείνων των εποχών.

Σε κάθε περίπτωση, οι δυσκολίες και οι κίνδυνοι στις μετακινήσεις έδιναν στα ταξίδια αυξημένο κόστος, πράγμα που τα καθιστούσε απρόσιτα στις μάζες και ήταν δυνατά μόνο για τις υψηλές εισοδηματικές τάξεις. Έτσι τα ταξίδια ήταν προνόμιο των ολίγων, όσων δηλαδή είχαν τη δυνατότητα. Ξεκίνησαν απ' τα μέσα του 19^{ου} αιώνα, όταν είχαν αρχίσει να δημιουργούνται τα πρώτα θέρετρα σε περιοχές με εύκρατο και υγιεινό κλίμα για αριστοκράτες ταξιδιώτες και με τη μορφή αυτή διατηρήθηκαν ως τις αρχές του 20^{ου} αιώνα.

Με τη βιομηχανική επανάσταση, την εκβιομηχάνιση της Ευρώπης, την κατοχύρωση των δικαιωμάτων των εργαζομένων, την αύξηση του εισοδήματος και την άνοδο του επιπέδου ζωής, τα ταξίδια έγιναν πιο προσιτά και άρχισαν να καλύπτουν νέες κοινωνικές ανάγκες, όπως αυτές της ανάπαυσης και της αναψυχής των εργαζομένων κατά την ετήσια άδειά τους. Κοινωνική ανάγκη που εξελίχθηκε ακόμη περισσότερο όταν η άδεια του εργαζομένου κατοχυρώθηκε επαγγελματικά και αποζημιώθηκε από τον εργοδότη.

Η εξέλιξη των μεταφορών έκανε ευκολότερες τις μετακινήσεις και πιο προσιτά τα ταξίδια στους αστικούς πληθυσμούς. Η εξέλιξη των επικοινωνιών έκανε πιο γνωστούς, άρα και πιο ελκυστικούς, τους τόπους αναψυχής και διακοπών, τις φυσικές και πολιτισμικές αξίες των τόπων προορισμού και οδήγησαν στη δημιουργία πόλων έλξης. Οι εξελίξεις αυτές καθιέρωσαν τον τουρισμό μέσα στη κλίμακα των κοινωνικών αξιών σαν χαρακτηριστικό τρόπο ζωής, πέρα από την απλή ανάγκη ανάπαυσης και επικοινωνίας.

Αυτή η μεταστροφή του ταξιδιού περιήγησης σε τουρισμό, χαρακτηρίζει την απαρχή του φαινομένου «τουρισμός», που η ανάπτυξή του χρονολογείται από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα και ήδη από τα μέσα του αιώνα εξελίσσεται σε βιομηχανία για πολλές χώρες δέκτριες τουρισμού καθώς και για τις ταξιδιωτικές επιχειρήσεις που το διαχειρίζονται ως προϊόν.

Ο τουρισμός είναι η μόνη «βιομηχανία» που το προϊόν της καταναλώνεται στον τόπο παραγωγής του. Το προϊόν συνίσταται σε καλές κλιματικές συνθήκες, σε ήλιο, θάλασσα ή βουνό, φυσικούς ή και πολιτιστικούς πόρους (πρωτογενής τουριστική προσφορά) και σε εγκαταστάσεις -υπηρεσίες- εξυπηρετήσεις διαμονής, εστίασης, αναψυχής, ψυχαγωγίας, μεταφορών κ.λπ. (δευτερογενής τουριστική προσφορά).

Ο ανταγωνισμός μεταξύ των τόπων προορισμού τουρισμού και των αντίστοιχων επιχειρηματιών για την προσέλκυση ολοένα και μεγαλύτερου ποσοστού της τουριστικής πελατείας, οδηγεί στη διαμόρφωση, την προβολή και την επιχειρηματική διαχείριση (marketing) πώληση οργανωμένων πακέτων προσφοράς προϊόντων κατά το περισσότερο δυνατόν προσαρμοσμένων στις απαιτήσεις της αγοράς στην οποία απευθύνονται, τόσο από πλευράς περιεχομένου του πακέτου όσο και από πλευράς τιμών.

Σήμερα πια ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικότερο παράγοντα της οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής ανάπτυξης μιάς χώρας. Γι' αυτό και είναι πολύτιμη η συμβολή του στο δύσκολο έργο της επίτευξης οικονομικής ευημερίας και ανύψωσης της ποιότητας ζωής.

Τα τρία σημαντικά στοιχεία που συνθέτουν το τουριστικό φαινόμενο είναι το άτομο, ως βασικό μέρος της τουριστικής διακίνησης, ο χώρος απαραίτητο φυσικό

στοιχείο για την πραγματοποίησή της και χρόνος, ως το προσωπικό στοιχείο που αναλώνεται στο ταξίδι και κατά τη διάρκεια παραμονής.

Η ανάλυση των παραπάνω παραμέτρων οριοθετεί και προσδιορίζει την ευρύτητα της επιστημονικής διάστασης που απαιτείται για την πλήρη προσέγγισή του.

Για να οριοθετήσουμε και να αναλύσουμε τον τουριστικό τομέα είναι δύσκολο, αφού τα πλαίσια ταξινόμησης των κλάδων της οικονομικής δραστηριότητας είναι πολύπλοκα. Στην πραγματικότητα η οριοθέτηση γίνεται πιο δύσκολη, αν ο τουρισμός δε θεωρηθεί αποκλειστικά ως εξαγωγική βιομηχανία υπηρεσιών, αλλά ενταχθεί στα πλαίσια δραστηριοτήτων του ελεύθερου χρόνου και των αναγκών υπαίθριας αναψυχής μιας χώρας. Μια τέτοια προσέγγιση του τουρισμού προσδιορίζει και ένα άλλο φάσμα δραστηριοτήτων που εξαρτάται ασφαλώς από το μέγεθος και τα χαρακτηριστικά των πόρων ή του χώρου που χρησιμοποιούν και εντάσσονται οι δραστηριότητες αυτές.

Ο τομέας μπορεί να περιγραφεί καλύτερα σε επίπεδο κατηγορίας τουριστικής δραστηριότητας. Οι διάφορες κατηγορίες ή κλάδοι τουριστικών δραστηριοτήτων συνιστούν, μαζί με τα αναπτυξιακά στοιχεία που τους χαρακτηρίζουν, το ολοκληρωμένο σύμπλεγμα του τουρισμού.

Ο τουρισμός αποτελεί κλάδο της οικονομίας, που επηρεάζεται και επηρεάζει και άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας. Η αλληλεπίδραση αυτή υφίσταται μέσα στο γενικότερο περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί και αναπτύσσεται ο τουρισμός, όπως το κοινωνικό, θρησκευτικό, πολιτιστικό κ.λπ. Οι πολλαπλές πτυχές και ιδιομορφίες του τουριστικού φαινομένου πρέπει να συνεκτιμώνται στο σχεδιασμό της τουριστικής πολιτικής, για να μπορέσει ο τουρισμός να συνεισφέρει θετικά στην ευημερία του τόπου. Σε διεθνές επίπεδο ο τουρισμός έχει αναπτύξει όλα τα μεγέθη του με ρυθμούς γεωμετρικής προόδου και έχει λάβει σήμερα τεράστιες διαστάσεις. Σταδιακά διευρύνεται τόσο η τουριστική ζήτηση όσο και η τουριστική προσφορά, δημιουργώντας συνθήκες ισορροπίας σ' ένα οξύτατα ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Ο τουρισμός αυξάνει τα έσοδα ενός μεγάλου αριθμού μικρομεσαίων και εξασφαλίζει πρόσθετα εισοδήματα για πάρα πολλές οικογένειες, ενώ ταυτόχρονα βοηθά σημαντικά στην εξομάλυνση του εισοδήματος των κατοίκων των αστικών

κέντρων και εκείνων της περιφέρειάς. Το γεγονός αυτό δεν αφορά μόνο το προσωπικό εισόδημα αλλά και το περιφερειακό.

Στις περιοχές με αγροτική και αλιευτική οικονομία το κατά κεφαλήν εισόδημα των κατοίκων σε σχέση με εκείνο των κατοίκων των αστικών κέντρων κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα. Η τουριστική ανάπτυξη αυτών των περιοχών προκαλεί οικονομικές εισροές που κυκλοφορούν στους τουριστικούς πόρους και τις περιφέρειές τους. Γενικά, ο τουρισμός αναδεικνύει οικονομικά τον τόπο στον οποίο αναπτύσσεται, δημιουργώντας εισοδήματα για τους κατοίκους, το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση.

Βέβαια, η ανάπτυξη του τουρισμού απαιτεί σημαντικές δαπάνες τόσο από το κράτος όσο και από την τοπική αυτοδιοίκηση, που αφορούν σε έργα υποδομής και ανωδομής, φορολογικά και οικονομικά και επενδυτικά κίνητρα, τουριστική διαφήμιση και προβολή της χώρας, καθαριότητα και προστασία τουριστικών πόρων κ.λπ.

Η επίδραση του τουρισμού δεν περιορίζεται στην οικονομική και κοινωνική ζωή του αναπτυσσόμενου τόπου αλλά επεκτείνεται και στην πολιτιστική ζωή του. Στο επίκεντρο του τουρισμού βρίσκεται ο άνθρωπος και ως οικοδεσπότης. Στον άνθρωπο γεννιέται η επιθυμία να γνωρίσει ξένα μέρη για ανάπαυση και αναψυχή, για μόρφωση και επαφή με άλλους ανθρώπους. Μέσα από άυλες αξίες, όπως η φιλοξενία-έκφραση αγάπης, εκτίμησης, συμπάθειας, ο ξένος πλησιάζει τον ντόπιο, μαθαίνοντας τις συνήθειές του, τα ήθη και τον πολιτισμό του ενώ παράλληλα ζει στη φύση στην οποία ζει ο ντόπιος. Αναπτύσσεται η φιλία, η αλληλοκατανόηση, η αλληλοβοήθεια, η συμπάθεια. Αναντίρρητα ο τουρισμός συμβάλλει ουσιαστικά στην προσπάθεια για την διατήρηση της ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου. Τέλος, αναμφισβήτητος είναι ο ρόλος του τουρισμού για τη διαφύλαξη του οικολογικού περιβάλλοντος. Το ενδιαφέρον των ξένων για την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά μιας περιοχής, ο θαυμασμός τους για τη φύση και το τοπίο της τουριστικής τοποθεσίας, συμβάλλουν πολύ στην προστασία της κληρονομιάς της. Γι' αυτό ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την επίτευξη οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής και οικολογικής ανάπτυξης και ανάδειξης μίας χώρας, ιδιαίτερα των βιομηχανικά και γεωργικά μη ανεπτυγμένων περιοχών της. Φυσικά ο τουρισμός δε μπορεί να θεωρηθεί πανάκεια, ακόμα και για τις μη ανεπτυγμένες περιοχές, αν μάλιστα αναφερόμαστε σε περιοχές που δεν κατέχουν

τους πρωτογενείς παράγοντες για να αναπτυχθούν τουριστικά. Οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού γίνονται ορατές, όταν η τουριστική ανάπτυξη γίνεται ορθολογικά και προγραμματισμένα κάτω από συνεχή έλεγχο σ' όλες τις φάσεις, ενώ παράλληλα αναπτύσσονται οι πρωτογενείς και δευτερογενείς τομείς της οικονομίας. Έτσι μειώνονται οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού, με αποτέλεσμα να αποφεύγονται ο συγκεντρωτισμός και το φαινόμενο της εξάρτησης του τουριστικού τόπου από ένα οικονομικό κλάδο.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι επίσης η συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη πολλών κλάδων της οικονομίας. Οι δαπάνες του τουρίστα «διοχετεύονται» μέσω των τουριστικών επιχειρήσεων και σε άλλους τομείς της οικονομίας για την αγορά αγροτικών, αλιευτικών, βιομηχανικών και λοιπών προϊόντων. Ένα μεγάλο μέρος των δαπανών αυτών αφορά την αγορά ειδών εμπορίου και συνεπώς ενισχύεται αποτελεσματικά το εμπόριο.

Ο ρόλος του τουρισμού στην οικονομική κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη ή μεγέθυνση, αποτέλεσε πάντα αντικείμενο διχασμένης κριτικής. Υποστηρίχθηκαν στο παρελθόν και εξακολουθούν να υποστηρίζονται και σήμερα διαφορετικές απόψεις για τον τουρισμό και τις δυνατότητες που προσφέρει σαν κλάδος παραγωγικής δραστηριότητας στη γενικότερη προσπάθεια ανάπτυξης ενός κράτους ή έστω και μιας περιοχής μόνο. Παρόλ' αυτά οι απόψεις αυτές δεν παίρνουν διαστάσεις ακραίων θέσεων.

Οι υπέρμαχοι του τουρισμού υποστηρίζουν την άποψη ότι αυτός συμβάλλει αποφασιστικά στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος, δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης, περιορίζει το άνοιγμα του ισοζυγίου εξωτερικών συναλλαγών, ενισχύει την περιφέρεια, εντείνει την επιχειρηματική δραστηριότητα και περιορίζει την εσωτερική και εξωτερική μετανάστευση.

Αντίθετα, οι πολέμιοι του τουρισμού υποστηρίζουν την άποψη ότι αυτός αποπροσανατολίζει τις επενδύσεις από τους παραγωγικούς κλάδους της οικονομίας, ευαισθητοποιεί την Εθνική Οικονομία, εξαιτίας της μεγάλης ανταγωνιστικότητας που αναπτύσσεται στην τουριστική αγορά, χαλαρώνει τα ήθη και εξαφανίζει τα έθιμα κ.λπ. Η αλήθεια βέβαια βρίσκεται κάπου ενδιάμεσα.

Εκτός βέβαια από τα οικονομικά οφέλη, τα οποία συνοδεύονται και με στοιχεία που συμβάλλουν ουσιαστικά στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των λαών, υπάρχουν και τα πολιτιστικά οφέλη που αναφέρονται στη διεύρυνση των ανθρωπίνων γνώσεων, την αφομοίωση ηθών και ιδεών και κυρίως την προσέγγιση των λαών. Τα πολιτιστικά οφέλη, σε αντίθεση με τα οικονομικά, επηρεάζουν θετικά μόνο τα κράτη και τους τόπους υποδοχής των τουριστών και έχουν θετική επίδραση τόσο στους ίδιους τους τουρίστες, όσο και στους λαούς των κρατών που τους προσφέρουν φιλοξενία. Παρά το γεγονός ότι η πολιτιστική αλληλοκάλυψη των δύο αυτών μερών δεν είναι ισοβαρής, επιτυγχάνεται σε ικανοποιητικό βαθμό, η προσέγγιση ανθρώπων και κατ' επέκταση η κατανόηση των λαών.

Ο τουρισμός εκτός από σημαντικό παράγοντα οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης, αποτελεί επίσης σπουδαίο παράγοντα για την προσέγγιση των ανθρώπων και την καλύτερη κατανόηση των λαών, ενώ γεφυρώνει το χάσμα των διαφορών τους, όσο μεγάλο κι αν είναι αυτό.

2. Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΗΜΕΡΑ

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα με κυρίαρχη θέση στον τομέα της παραγωγής. Η Ελλάδα αποδείχθηκε άμεσα εξαιρετικής υποδομής χώρα τουρισμού και καθιερώθηκε πολύ σύντομα ως παραδοσιακός προορισμός του οργανωμένου μαζικού τουρισμού.

Η προνομιακή θέση της Ελλάδας και το ήπιο κλίμα της με τη μεγάλη ηλιοφάνεια και τα ασύγκριτα φυσικά της πλεονεκτήματα, έδωσαν και δίνουν δυνατότητα ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος. Η ιδιαιτερότητα της Ελλάδας μπορεί να προσφέρει δυνατότητες οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης μονοπωλιακού χαρακτήρα στην Ευρώπη. Η Ελλάδα λόγω του συγκριτικού της πλεονεκτήματος, δικαιολογεί την εξειδίκευσή της στον τουρισμό.

Ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός που κυριαρχεί στην Ελλάδα, παρά τον όγκο του και τις θετικές του επιπτώσεις, παρουσιάζει και σοβαρά μειονεκτήματα που προέρχονται από την οργανωτική του διάρθρωση. Αυτά είναι τα εξής:

- **Έντονος εποχιακός χαρακτήρας.** Ταυτίζεται σχεδόν με μια 5μηνη - 7μηνη περίοδο, όπου παρατηρείται στην περιοχή μεγάλη τουριστική κίνηση. Το πρόβλημα αυτό δε μπορεί να αντιμετωπισθεί, μόνο με την παροχή ειδικών κινήτρων, είτε στους επαγγελματίες του τουρισμού, είτε στους καταναλωτές. Θα πρέπει να συνοδεύεται από τη δημιουργία της απαραίτητης προσφοράς για τους μήνες που είναι εκτός της τουριστικής περιόδου.

- **Άνιση γεωγραφική κατανομή.** Αναφερόμαστε στην υπερσυγκέντρωση της τουριστικής προσφοράς και δραστηριότητας σε ορισμένες περιοχές της χώρας. Έτσι, έχουμε τη δημιουργία ευπαθούς αγοράς, εξαρτημένης από διεθνείς συγκυρίες, εγκατάλειψη της γεωργικής γης, υπερεκμετάλλευση των φυσικών πόρων, ρύπανση, φόρτιση υποδομής κ.λπ.

- **Χαμηλή ανταγωνιστικότητα.** Μια βασική ελληνική ιδιομορφία είναι η ύπαρξη αυθαίρετης οικοδόμησης, που αφορά τόσο την παραθεριστική κατοικία, όσο και έναν μεγάλο αριθμό παραξενοδοχειακών καταλυμάτων που δυσχεραίνει την αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς των περιοχών που στηρίζονται στον τουρισμό

Είναι αναμφισβήτητο, ότι ο τουρισμός ως κλάδος παραγωγικής δραστηριότητας, αποτελεί σημαντικότατο παράγοντα ανάπτυξης σε όλους τους τομείς. Συνεπώς, η συμβολή του στη γενικότερη προσπάθεια των λαών και των πολιτικών εξουσιών τους για οικονομική ανάπτυξη, πρέπει να θεωρείται θετική. Επίσης, θετική πρέπει να θεωρείται η συμβολή του στην προσέγγιση των λαών και στην εδραίωση της παγκόσμιας ειρήνης. Η ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα υπήρξε ένα γεγονός και ένα ορόσημο στην σύγχρονη ιστορία της. Πρόκειται για θέμα ύψιστης σημασίας, αφού αφορά ουσιαστικά την προσαρμογή της χώρας στις διαδικασίες της Κοινότητας σε όλους τους τομείς.

Ο τουρισμός για τα κράτη-μέλη της Κοινότητας αποτελεί βασική δραστηριότητα με οικονομικές και κοινωνικές διαστάσεις. Ο τουρισμός υπολογίζεται ότι καλύπτει ως οικονομική δραστηριότητα το 5,5% του Α.Ε.Π. των χωρών μελών και το 7% της ιδιωτικής κατανάλωσης.

Για τη χώρα μας τώρα, ο τουρισμός αποτελεί την πιο συναλλαγματοφόρο πηγή. Το τουριστικό συνάλλαγμα που εισρέει στην Ελλάδα κάθε χρόνο καλύπτει μεγάλο μέρος του παθητικού μας εμπορικού ισοζυγίου.

Ο τουρισμός δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως «ξενική βιομηχανία», που αποβλέπει αποκλειστικά και μόνο στην στήριξη «υψηλών συναλλαγματικών στόχων» χωρίς λειτουργική διασύνδεση και ένταξη σε ένα ενιαίο σύστημα με ποικίλες διαστάσεις. Η τουριστική πολιτική δεν περιορίζεται σε μία πολιτική κινήτρων δανειοδότησης ξενοδοχειακών κλινών που κατευθύνεται και ελέγχεται από το κέντρο, αλλά εναρμονίζεται και διασυνδέεται με την πολιτική ανάπτυξης των άλλων παραγωγικών κλάδων και διαμορφώνεται με τη συμμετοχή περιφερειακών και τοπικών φορέων.

Η ανάπτυξη του τουρισμού σε ελληνικούς μικρόκοσμους, είτε νησιωτικούς είτε ορεινούς, όπου ούτε η βιομηχανία ούτε η γεωργία μπόρεσαν να κάνουν τις περιοχές αυτές να αναπτυχθούν, δεν πετυχαίνουν μόνο οικονομικούς αλλά και κοινωνικούς στόχους, που απορρέουν από τη μείωση ή και την παύση της εσωτερικής μετανάστευσης των κατοίκων των περιοχών αυτών.

Η κάμψη της ανταγωνιστικότητας της χώρας μας στον τουρισμό που παρατηρήθηκε τα τελευταία έτη, ήταν συνέπεια του πληθωρισμού της εισοδηματικής πολιτικής και κύρια της χαμηλής ανταγωνιστικότητας και της χαμηλής ποιότητας του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Έτσι, παρά τις ευνοϊκές προοπτικές για την εξέλιξη της διεθνούς τουριστικής ζήτησης που διαγράφονται, στη χώρα μας, αναμένεται να παρουσιαστούν δυσκολίες αν δεν αλλάξει το μοντέλο του τουριστικού προϊόντος.

Η λήψη μέτρων για την αντιμετώπιση των οργανωτικών προβλημάτων και των θεσμικών αδυναμιών και τη δημιουργία των κατάλληλων συνθηκών για την παραπέρα κανονική ανάπτυξη του τομέα παράλληλα με την αναμενόμενη ανοδική εξέλιξη της οικονομίας της χώρας, δημιουργεί κατάλληλες προϋποθέσεις και αισιοδοξία για διατήρηση ή και αύξηση της ανταγωνιστικότητας του τομέα στη Μεσόγειο. Η συνεργασία της Ελλάδας με τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης και των Βαλκανίων καθώς και τις άλλες χώρες της Μεσογείου, παράλληλα με την οργανωμένη και συστηματική προβολή των

τουριστικών και πολιτιστικών αξιών της χώρας μας, δημιουργούν ευνοϊκές προϋποθέσεις για την εξέλιξη του τουρισμού. Η συζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών δεν αποτελεί πλέον περιοριστικό παράγοντα στην ανάπτυξη του τομέα.

Μέσα στα πλαίσια της κοινωνικοπολιτικής ανάπτυξης της χώρας μας ο τομέας του τουρισμού καλείται να δράσει με γνώμονα το γενικότερο κοινωνικό συμφέρον. Η εμπειρία από τη μονόπλευρη τουριστική ανάπτυξη ορισμένων περιοχών της χώρας μας, που διατάραξε τις κοινωνικές δομές και δοκίμασε την αντοχή της ελλειμματικής υποδομής, αποτελεί το νέο γνώμονα δράσης στην περιφερειακή τουριστική ανάπτυξη.

Η τουριστική ζήτηση δεν αποτελεί πλέον περιοριστικό παράγοντα στην ανάπτυξη του τομέα. Ο περιοριστικός παράγοντας θα προέλθει από την πλευρά της προσφοράς, γιατί η εξασφάλιση των απαραίτητων πόρων για την περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα, θα εξαρτηθεί από την ανταγωνιστικότητά του σε σύγκριση με τους λοιπούς κλάδους της οικονομίας. Δηλαδή, δε συνδυάζεται με την επίτευξη ποσοτικών στόχων, αλλά με την αποδοτικότητα των επενδύσεων, τη συμβολή του στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη κάθε περιοχής και την ανάπτυξη των άλλων παραγωγικών κλάδων.

Έτσι, βλέπουμε τον τουρισμό και τις τουριστικές εγκαταστάσεις να συμβαδίζουν με την υποδομή και την κοινωνική αναγνώριση που θα τον στηρίξουν. Καταδικάζοντας την ψυχρή εμπορευματοποίηση του τουρισμού που καταλήγει στην εκμετάλλευση του ανθρώπου από άνθρωπο, επανατοποθετούμε την έννοια του σαν αγαθό με κύρια χαρακτηριστικά, τον ανθρωποκεντρισμό, την πολιτιστική ανταλλαγή και την κοινωνική επαφή.

Έτσι, ο τουρισμός εντάσσεται στην προσπάθειά μας για τη δημιουργία κλίματος φιλίας, συναδέλφωσης και ειρήνης των λαών.

Η γεωπολιτική και φυσική θέση της χώρας μας παρουσιάζει το αναμφισβήτητο συγκριτικό πλεονέκτημα, όχι μόνο για μια συνεχή ανοδική πορεία του τουρισμού μας, αλλά και για την παραπέρα επίτευξη ειρηνικών στόχων.

Η σημερινή τουριστική πολιτική απορρίπτει τη ψυχρή εμπορευματοποίηση και τον κατευθυνόμενο τουρισμό, ενώ ο τουρίστας πρέπει να διακινείται ελεύθερα με

ενεργοποίηση όλων των φορέων που έχουν σχέση με τη δυναμική διακίνηση των τουριστών.

Η δομή του Ελληνικού τουρισμού σήμερα παρουσιάζει χαρακτηριστικές αδυναμίες:

1) Έντονη εξάρτηση από τη διεθνή ζήτηση

Ο ελληνικός τουρισμός ενσωματωμένος στο διεθνές σύστημα οργάνωσης της τουριστικής βιομηχανίας είναι και παραμένει εξωστρεφής και εξαρτημένος. Εξωστρεφής γιατί απευθύνεται σχεδόν αποκλειστικά στη διεθνή πελατεία (αλλοδαπή ζήτηση), ενώ ο εσωτερικός τουρισμός είναι λιγότερο ανεπτυγμένος σε αντίθεση με ορισμένες χώρες της Δ. Ευρώπης όπου ο τουρισμός εντάσσεται στο Εθνικό Σύστημα Αναψυχής τους. Η εξάρτηση αναφέρεται: α) στην τουριστική αγορά που διαμορφώνεται στα μητροπολιτικά κέντρα των χωρών-πηγών τουρισμού και επηρεάζεται από τις κυκλικές διακυμάνσεις των οικονομιών τους και β) στην οικονομική δύναμη και έλεγχο που εξασκούν οι ξένοι πράκτορες ταξιδιών στους ντόπιους ξενοδόχους και γενικά στους παραγωγούς τουριστικών υπηρεσιών ως προς τη διαμόρφωση τιμών.

Αναλυτικότερα, το «εσωτερικό σύστημα» παραγωγής και κατανάλωσης του τουριστικού προϊόντος και η διεθνής τουριστική αγορά, οργανώνονται, λειτουργούν και αλληλοεπηρεάζονται κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες. Έτσι, το σχήμα ανάπτυξης και διάρθρωσης του τουρισμού στον ελλαδικό χώρο, διαμορφώνεται και εξηγείται στα πλαίσια ενός διπλού πλέγματος σχέσεων εξάρτησης:

i. Εξάρτηση των τοπικών και περιφερειακών εισροών (τουριστική προσφορά δηλαδή ανωδομή και υποδομή καθώς και τουριστική ζήτηση) από το εθνικό κέντρο, την πρωτεύουσα, εφόσον μέσω αυτού διακινείται ο μεγαλύτερος αριθμός τουριστών, ή από αυτό προέρχονται οι επενδυτικές πρωτοβουλίες και ελέγχεται ο τουριστικός εξοπλισμός.

ii. Εξάρτηση του εθνικού κέντρου, αλλά κυρίως των περιφερειακών τουριστικών κέντρων υποδοχής από τους Τ.Ο. και τις αεροπορικές εταιρίες charters. Παρόλ' αυτά οι αεροπορικές εταιρίες πολλές φορές ελέγχονται από τους Τ.Ο. αφού αυτοί προκρίνουν τους τρόπους και τη συχνότητα σύνδεσης με τα περιφερειακά

κέντρα ενώ ταυτόχρονα διαμορφώνουν τις τιμές πώλησης του τουριστικού προϊόντος στη χώρα υποδοχής και προωθούν στον τουρίστα-καταναλωτή τα πιο συμφέροντα πακέτα διακοπών. Εδώ πρέπει να σημειωθεί, ότι το 50% και περισσότερο των ξένων τουριστών, έρχεται στην Ελλάδα με οργανωμένο ταξίδι (μαζικός τουρισμός) και ότι το ποσοστό είναι πολύ υψηλότερο σε περιφέρειες όπως η Κρήτη, η Ρόδος και η Κέρκυρα.

Η εξάρτηση επιτείνεται από το γεγονός της καθήλωσης του εσωτερικού τουρισμού, όπως φαίνεται από τις ξενοδοχειακές διανυκτερεύσεις, αφού είναι μικρό σχετικά το μέγεθος της εσωτερικής αγοράς. Το μικρό αυτό μέγεθος θα μπορούσε να αποδοθεί στην εισοδηματική κατάσταση των εργαζομένων σε συνδυασμό με τις υψηλές τιμές τουριστικών υπηρεσιών ή στη διαμόρφωση κόστους ζωής και επιπέδου τιμών, που προκαλεί η αλλοδαπή ζήτηση στις περισσότερες τουριστικές περιοχές της χώρας, μη προσιτών για τους ντόπιους τουρίστες.

2) Μονοσήμαντη ανάπτυξη του τουρισμού - Μικρή διαφοροποίηση της προσφοράς:

Το βασικό στοιχείο του τουριστικού συμπλέγματος, οι μονάδες παραγωγής ή οι μονάδες τουριστικής ανωδομής και υπηρεσιών, δε συνοδεύεται ούτε υποστηρίζεται κατάλληλα από τα άλλα προσδιοριστικά στοιχεία που συντελούν στην ανάπτυξη ενός συμπλέγματος. Μερικά από αυτά τα στοιχεία είναι τα εξής:

- Κατάλληλα εκπαιδευμένο και με επαγγελματική κατάρτιση εργατοϋπαλληλικό δυναμικό στους τομείς της διαχείρισης-διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων παροχής εξειδικευμένων υπηρεσιών τουρισμού-αναψυχής κ.λπ.

- Ερευνητικό υπόβαθρο ικανό να συμβάλλει στη χάραξη μακροχρόνιας ή βραχυχρόνιας τουριστικής πολιτικής, στον έλεγχο των επιπτώσεων από την τουριστική ανάπτυξη, καθώς και στη βελτίωση και ανάπτυξη υφιστάμενων ή νέων υπηρεσιών και αγαθών σύμφωνα με τις μεταβαλλόμενες συνθήκες της διεθνούς αγοράς και τις ανάγκες του πληθυσμού.

- Κατάλληλο δίκτυο marketing του ελληνικού τουριστικού προϊόντος για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού, τη δυναμική διεξόδου σε νέες αγορές, καθώς και

ολοκληρωμένο δίκτυο υπηρεσιών, βοηθητικών ή συμπληρωματικών της τουριστικής δραστηριότητας.

Αυτά τα βασικά στοιχεία του συμπλέγματος χαρακτηρίζονται από μονομέρεια ανάπτυξης. Με άλλα λόγια η τουριστική προσφορά και ειδικότερα η τουριστική ανωδομή που αφορά καταλύματα, σε σχέση με άλλες «επίσημα οργανωμένες» μορφές καταλυμάτων όπως η «παραξενοδοχεία», αναφέρεται από τους ξενοδόχους ως βασική αιτία των αδυναμιών του τουριστικού κλάδου.

Γενικότερα, φαίνεται ότι εκτός του ότι η ανάπτυξη της τουριστικής ανωδομής δεν ανταποκρίθηκε στην ποικιλία, στη γεωγραφική διαφοροποίηση και στις ιδιαιτερότητες των φυσικών πόρων του ελλαδικού χώρου, δε συνδυάστηκε και με την παράλληλη ανάπτυξη της τουριστικής υποδομής, κυρίως κοινωνικοπολιτιστικής, τεχνικής και συγκοινωνιακής, με κίνδυνο την αλλοίωση της τουριστικής εικόνας της χώρας.

Το πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού εντοπίζεται και στο ύψος της ποιοτικής στάθμης των τουριστικών υπηρεσιών και αγαθών και αναλύεται είτε στο γενικό του πλαίσιο είτε σε επιμέρους συνιστώσες. Στην πρώτη περίπτωση έχουμε να κάνουμε με μια συνολική υποβάθμιση του τουριστικού περιβάλλοντος στο οποίο εντάσσονται και αναπτύσσονται οι διάφορες τουριστικές δραστηριότητες: ο τρόπος ένταξης της τουριστικής ανωδομής και υποδομής στο φυσικό περιβάλλον, η αλλοίωση αυτών των ίδιων τουριστικών πόρων. Στη δεύτερη περίπτωση μερικά από τα εντοπιζόμενα προβλήματα αφορούν την πτώση της ποιοτικής στάθμης συγκεκριμένων παραδοσιακών δραστηριοτήτων και προϊόντων από την έντονη εμπορευματοποίησή τους στην τουριστική αγορά ή το είδος των υπηρεσιών που προσφέρουν οι απασχολούμενοι στον τουρισμό, λόγω χαμηλής εκπαιδευτικής-επαγγελματικής κατάρτισης. Πάντως, ως προς την τουριστική απασχόληση, το πρόβλημα είναι σύνθετο και έχει σχέση με την ιδιομορφία του τουρισμού, τα χαρακτηριστικά της εργασίας που απαιτεί, τον τρόπο ενσωμάτωσης και το βαθμό ανάπτυξής του σε ορισμένα τμήματα του αγροτικού χώρου, όπου η απότομη και υπερβολική ανάπτυξη του τουριστικού τομέα υπηρεσιών, ακολουθείται από μετατόπιση εργατικού δυναμικού από τη γεωργία.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω που αφορούν το ελληνικό τουριστικό πρότυπο, βλέπουμε ότι η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα άρχισε με τη προστασία και την ποιοτική ανάδειξη των περιβαλλοντικών και πολιτιστικών αξιών ως τουριστικών πόρων υψηλής στάθμης επιλεκτικού τουρισμού, καθώς επίσης βλέπουμε την ισόρροπη κατανομή των αντίστοιχων δραστηριοτήτων στο χώρο.

Η εξέλιξη του μαζικού τουρισμού και η γρήγοροι ρυθμοί ανάπτυξης που ακολούθησε ο ελληνικός τουρισμός, οδήγησαν σταδιακά στη διαμόρφωση ενός διαφορετικού προτύπου βασισμένου στην υπερεκμετάλλευση των τουριστικών πόρων και πόλων έλξης για την ποσοτική προσέλκυση τουριστών, του προτύπου του «μαζικού τουρισμού».

Τα προβλήματα που το τουριστικό αυτό πρότυπο δημιούργησε, συνοψίζονται στη χωρική υπερσυγκέντρωση της προσφοράς σε ορισμένους πόλους έλξης, στην εποχικότητα της ζήτησης, στην υποβάθμιση της προσφοράς και των υπηρεσιών, στην ποιοτική υποβάθμιση τόσο των τουριστικών πόρων όσο και του περιβάλλοντος. Το ζητούμενο λοιπόν, είναι η αναζήτηση τρόπων μεταβολής του προτύπου αυτού προκειμένου να:

- αντιμετωπιστούν τα προβλήματα που δημιουργεί
- προστατευθούν οι τουριστικοί πόροι που αποτελούν τη μη ανανεώσιμη πρώτη ύλη του τουρισμού.
- αναβαθμισθεί ποιοτικά και να εμπλουτισθεί η τουριστική προσφορά και να προσαρμοσθεί αυτή στη διεθνή ζήτηση.
- αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της χώρας.
- αυξηθεί το οικονομικό και κοινωνικό όφελος από τον τουρισμό.

3. ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΕΠΙΔΙΩΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Βασική κατεύθυνση της πολιτικής στον τουρισμό είναι η δημιουργία ενός ανταγωνιστικού και αποδοτικού τομέα. Η ανάπτυξη του τομέα αυτού, θα

εναρμονίζεται με την ανάπτυξη των άλλων παραγωγικών κλάδων της οικονομίας και θα συμβάλει κατά το μέγιστο δυνατό, τόσο στη στρατηγική για αυτοδύναμη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας, όσο και σε ειδικότερες επιδιώξεις για την ανάπτυξη του τομέα. Οι επιδιώξεις αυτές συνοψίζονται στα εξής:

A. Άσκηση πολιτικής προσφοράς με βασικούς στόχους:

i. Την επίτευξη της ενδεδειγμένης κατά περιοχή σχέσης κύριων και βοηθητικών καταλυμάτων, ώστε να ενισχυθεί ο οικογενειακός χαρακτήρας στην τουριστική εκμετάλλευση και να αυξηθούν οι δυνατότητες για ικανοποίηση του εσωτερικού τουρισμού. Είναι όμως άμεσης προτεραιότητας στόχος η καταγραφή και ο έλεγχος όλων των καταλυμάτων που δε λειτουργούν νόμιμα καθώς και η ένταξη όσων πληρούν τις προϋποθέσεις, στο τουριστικό δυναμικό.

ii. Την αξιοποίηση, κατά απόλυτη προτεραιότητα, των παραδοσιακών κτιρίων και οικισμών για τουριστικούς σκοπούς.

iii. Την ευρύτερη κατανομή στο χώρο και κατά προτεραιότητα, την προώθηση επενδύσεων στις προβληματικές και μη ανεπτυγμένες περιοχές. Βασική προϋπόθεση για τη διάθεση πόρων θα είναι η δημιουργία βιώσιμων μονάδων.

iv. Την ανάσχεση της παραπέρα συγκέντρωσης τουριστικών δραστηριοτήτων σε περιοχές που εμφανίζουν έντονα σημεία κορεσμού. Στις περιοχές αυτές θα πρέπει να επιδιωχθεί η δημιουργία της αναγκαίας υποδομής, για να αποφευχθεί η υποβάθμιση του περιβάλλοντος και η μείωση της τουριστικής σημασίας τους.

v. Την προσεκτική ανάπτυξη της τουριστικής προσφοράς σε περιοχές όπου ο τουρισμός είναι ανταγωνιστικός άλλων δυναμικών κλάδων.

B. Αξιοποίηση του υποαπασχολούμενου ή μη απασχολούμενου παραγωγικού δυναμικού, με τη δημιουργία της αναγκαίας υποδομής και εγκαταστάσεων, την παροχή κινήτρων περιορισμένης διάρκειας και την κατάλληλη προβολή. Η αξιοποίηση του υποαπασχολούμενου (εποχιακά ανενεργού) εργατικού δυναμικού, επιτυγχάνεται με τη δημιουργία ευκαιριών συμπληρωματικής απασχόλησης.

Γ. Αύξηση της ανταγωνιστικότητας, με τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, τον περιορισμό της δράσης των μεσαζόντων, την

εφαρμογή σταθερής πολιτικής τιμών και εισοδημάτων και τον περιορισμό της ζήτησης για άμβλυνση της εποχικότητας και καλύτερη κατανομή μεταξύ των διαφόρων ειδών καταλυμάτων.

Στα πλαίσια αυτά οι στόχοι άμεσης προτεραιότητας είναι:

i. Η εφαρμογή προγράμματος ταχύρυθμης εκπαίδευσης των απασχολούμενων στον τουρισμό και η αύξηση του αριθμού των κέντρων μετεκπαίδευσης, παράλληλα με την αναδιοργάνωση και τον εκσυγχρονισμό του όλου συστήματος τουριστικής εκπαίδευσης.

ii. Η μελέτη του τρόπου οργάνωσης και ενίσχυσης των φορέων του τουρισμού για αύξηση της διαπραγματευτικής τους δύναμης έναντι των πρακτόρων διακίνησης του διεθνούς τουρισμού (στον καθορισμό των τιμών, στον τρόπο πληρωμής κ.λπ) καθώς και των μεσαζόντων, οι οποίοι επηρεάζουν το κόστος με τις υψηλές προμήθειες που απαιτούν.

iii. Η μελέτη για ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού (ιαματικού, χειμερινού, κοινωνικού, συνεδριακού) και του ρόλου που μπορεί να παίξει αποτελεσματικότερα η Τοπική Αυτοδιοίκηση.

iv. Η οργάνωση και η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού μέσα σε νέα πλαίσια, ώστε να μπορούν και οι έλληνες τουρίστες να απολαμβάνουν καλύτερο επίπεδο διακοπών με χαμηλότερο κόστος.

Όλα όσα προαναφέρθηκαν, είναι επιδιώξεις που στόχο έχουν να εξασφαλίσουν υψηλή ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος στη διεθνή αγορά, με έμφαση στην ποιοτική βελτίωση και διεύρυνση της τουριστικής περιόδου.

Με βάση τα δρώμενα στην τουριστική αγορά και τις διαγνώσεις οι οποίες προέκυψαν από την ανάλυση της πορείας του ελληνικού τουρισμού καθώς και τους στόχους της τουριστικής ανάπτυξης σε συνάρτηση με τη βοήθεια των αρμοδίων φορέων, επιτεύχθηκαν:

- ✓ Αρμονική ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα.
- ✓ Αύξηση της ευαισθησίας για τη διαφύλαξη του περιβάλλοντος.

✓ Ουσιαστική βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών δραστηριοτήτων του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα.

✓ Μείωση της εποχικότητας του τουριστικού φαινομένου.

Με βάση τις ιδιότητες και τις δυνατότητες των τουριστικών πόρων της χώρας, τους περιοριστικούς παράγοντες, που αναφέρονται στον βαθμό και τον τρόπο αξιοποίησης τους και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τους πόρους άλλων χωρών, διαγράφονται οι ακόλουθες προοπτικές ανάπτυξης.

Η ιδιομορφία του ελλαδικού χώρου από την άποψη του αριθμού και της ποικιλίας των φυσικών και πολιτιστικών πόρων τουριστικής έλξης και από την άποψη της κατανομής και της κλίμακάς τους, συνιστά κατευθυντήριο πλαίσιο μακροχρόνιων επιδιώξεων που αναλύεται ως εξής:

Λόγω ευνοϊκών προϋποθέσεων, ιδιαίτερη βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στην ανάπτυξη ενός περισσότερο αποκεντρωμένου και κυρίως διαφοροποιημένου ως προς το μέγεθος και τη σύνθεση προγράμματος έργων τουριστικής ανάπτυξης. Ακόμα θα πρέπει να επιδιωχθεί μια ειδικής κλίμακας δομή του ανθρωπογενούς εξοπλισμού, προσαρμοσμένη ενταγμένη και ταυτισμένη με το φυσικό, κοινωνικό και πολιτιστικό πλαίσιο.

Η εποχή της απόλαυσης μόνο του ήλιου, της θάλασσας και της ξενάγησης στα αρχαία ελληνικά μνημεία, έχει τελειώσει. Η δημιουργία νέων μορφών τουρισμού με παράλληλη αύξηση σε αριθμό και πολυτέλεια των καταλυμάτων ύπνου και εστίασης είναι πλέον επιτακτική, όχι μόνο για λόγους ανταγωνισμού αλλά και για αυτή την ίδια ζήτηση.

Σε αυτές τις νέες ανάγκες προσφοράς που έχει ο τουρισμός της χώρας μας, θα πρέπει να προσθέσουμε και τους στόχους του ΕΟΤ που έχουν σχέση με τις ειδικές μορφές τουρισμού. Στόχος λοιπόν της τρέχουσας πολιτικής της τουριστικής προσφοράς της χώρας είναι κατά κύριο λόγο, ο ποιοτικός, ο επιλεκτικός και ο συναλλαγματικά αποδοτικότερος τουρισμός. Έτσι η τουριστική μας υποδομή προσαρμόζεται στις ανάγκες της ποιοτικά αναβαθμισμένης ζήτησης.

Παράλληλα θα πρέπει να δοθεί προτεραιότητα στη βελτίωση και τον έλεγχο της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών και στον εμπλουτισμό της τουριστικής

προσφοράς. Η προσπάθεια αυτή της τουριστικής αναβάθμισης του ελληνικού τουρισμού θα επιτευχθεί με τη δημιουργία θεσμικών πλαισίων ενώ ο εμπλουτισμός και η διαφοροποίηση της τουριστικής μας προσφοράς θα επιτευχθεί με τις νέες μορφές τουρισμού, αυτές που χαρακτηριστικά αποκαλούμε ειδικές μορφές τουρισμού. Έτσι, θα πετύχουμε την ποιοτικά αναβαθμισμένη ζήτηση, με τα οφέλη που έπονται, ανταποκρινόμενοι στις ανάγκες των νέων εποχών που ανοίγονται για τον τουρισμό. Ο παραδοσιακός τουρισμός κινδυνεύει ή ήδη έχει απολέσει μεγάλο αριθμό πελατών τουριστών.

Η αναβαθμισμένη ζήτηση είναι αυτή που ανεβάζει την ποιότητα και των τουριστών και του μέτρου της συναλλαγματικής απόδοσης. Ο κόσμος πλέον ζητάει το ιδιόμορφο, το ασύνηθες, το σπάνιο.

Με τις ειδικές μορφές τουρισμού γίνεται αξιοποίηση ανεκμετάλλετων δυνατοτήτων και προβάλλονται πλευρές που έχουν αγνοηθεί. Οι προσφερόμενες διακοπές θα πρέπει να δίνουν την ευκαιρία στον επισκέπτη, πλην της αναψυχής, να έρθει σε επαφή με τη φύση και σε μια στενότερη και ουσιαστικότερη γνωριμία με τους ανθρώπους, τις συνήθειές τους, τα ήθη και τα έθιμά τους, τις παραδόσεις τους. Επίσης θα βοηθήσουν με την συμβολή τους στη διάσωση της φυσικής και πολιτιστικής μας κληρονομιάς.

Εξάλλου στην Ελλάδα, εκτός των προαναφερθέντων, είναι αναγκαίο να αμβλυνθεί το πρόβλημα της εποχικότητας σε διάφορες περιοχές και να ενισχυθεί η περιφέρεια. Μόνο έτσι θα επιτευχθεί η αποκέντρωση, θα αναδειχθούν και θα διασωθούν νέες περιοχές καθώς επίσης θα προβληθούν φυσικοί, ιστορικοί κ.α. πόροι.

Τέλος, συνοψίζοντας, αναφέρουμε τις πιο σημαντικές μορφές τουρισμού όπως το θαλάσσιο τουρισμό το συνεδριακό - επαγγελματικό, τον οικοτουρισμό, τον τουρισμό υγείας, το θρησκευτικό, τον εκπαιδευτικό, τον αγροτουρισμό, τον αθλητικό, τον ορεινό και τέλος τον χειμερινό τουρισμό τον οποίο και θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε και να αναπτύξουμε παρακάτω, ξετυλίγοντας την ευρεία έννοια του και αναζητώντας τις δυνατότητες ανάπτυξής του.

B. ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ, ΠΩΣ ΠΡΩΤΟΕΜΦΝΙΣΤΗΚΕ ΚΑΙ ΠΟΙΑ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ.

Ο όρος χειμερινός τουρισμός καλύπτει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στη διάρκεια του χειμώνα. Παρόλ' αυτά, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι η έννοια του χειμερινού τουρισμού αρχικά, περιοριζόταν σε δύο βασικές κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία κάλυπτε εκείνες τις δραστηριότητες που ελάμβαναν χώρα σε συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο -συνήθως ορεινές περιοχές- και σε συνδυασμό με ορισμένα κλιματικά φαινόμενα (π.χ. χιόνι). Ο τουρισμός αυτής της κατηγορίας συνδέεται κατεξοχήν με χειμερινά σπορ και με συναφείς προς αυτά δραστηριότητες. Η δεύτερη κατηγορία αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων, που κατά τη διάρκεια του χειμώνα στη χώρα τους κάνουν διακοπές σε άλλες χώρες με ευνοϊκότερες καιρικές συνθήκες (τουρισμός παραχείμασης).

Οι δυνατότητες του ελληνικού χώρου ως προς την πρώτη κατηγορία είναι σημαντικές, αλλά μέχρι σήμερα μόνο για τον εσωτερικό τουρισμό. Η ανταγωνιστικότητα της χώρας μας για την προσέλκυση αλλοδαπών τουριστών, σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες είναι χαμηλή. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των χωρών αυτών αφορούν την ποιότητα των πόρων, τη σταθερότητα των καιρικών συνθηκών αλλά και τον παράγοντα χρόνο-απόσταση από τα μεγάλα αστικά κέντρα (πηγές του χειμερινού τουρισμού).

Στη δεύτερη κατηγορία οι δυνατότητες προσέλκυσης αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μας φαίνονται μεγαλύτερες. Παρόλ' αυτά, και σε αυτήν την κατηγορία, η χώρα μας έχει να ανταγωνισθεί όχι μόνο χώρες με τις ίδιες περίπου καιρικές συνθήκες, αλλά και με χώρες όπου η ποιότητα στην προσφορά των τουριστικών υπηρεσιών είναι σαφώς μεγαλύτερη.

Σήμερα, αν επιχειρήσουμε να δώσουμε έναν ορισμό για να γίνει κατανοητή η έννοια του χειμερινού τουρισμού, θα λέγαμε ότι χειμερινός τουρισμός είναι η προσπάθεια κινητοποίησης του τουρίστα προς μία περιοχή, προκειμένου να χαρεί τις εναλλακτικές δυνατότητες που προσφέρει αυτή η περιοχή το χειμώνα, και πάντα μέσα από οργανωμένες μορφές προσφοράς υπηρεσιών.

Από τον παραπάνω ορισμό, ο οποίος δεν είναι και τόσο απόλυτος, απορρέουν τρία στοιχεία, που αποτελούν τα βασικά χαρακτηριστικά του χειμερινού τουρισμού και τα οποία είναι αλληλένδετα μεταξύ τους:

i. Το πρώτο χαρακτηριστικό αναφέρεται στο χειμερινό τουρίστα ο οποίος ανήκει στα μεσαία ή υψηλά οικονομικά και κοινωνικά στρώματα. Η κινητοποίησή του προϋποθέτει ισχυρά κίνητρα από την πλευρά της χώρας ή του τόπου προορισμού, που διαθέτει το τουριστικό προϊόν.

ii. Το δεύτερο αφορά τον συγκεκριμένο τόπο, που καλείται να προσελκύσει το ενδιαφέρον του επισκέπτη και να τον υποδεχτεί. Ο τόπος αυτός θα πρέπει να μπορεί να προσφέρει εναλλακτικές δυνατότητες ενασχόλησής του τουρίστα. Γι' αυτό οι τουριστικοί τόποι θα πρέπει να προσφέρονται για την ανάπτυξη περισσότερων μορφών χειμερινού τουρισμού, σε συνάρτηση με ειδικά προγράμματα αξιοποίησης τουριστικών περιοχών. Η αξιοποίησή τους είναι απαραίτητο να εξασφαλίζει την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

iii. Τρίτο στοιχείο και ίσως το σημαντικότερο είναι η άρτια οργανωμένη προσφορά υπηρεσιών. Προϋποθέτει, λοιπόν, ανάλογη ξενοδοχειακή υποδομή, ύπαρξη χιονοδρομικών κέντρων ή άλλων συναφών χώρων, καθώς επίσης άριστη οργάνωση των αερομεταφορών, προώθηση των προγραμμάτων επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου και ανάπτυξη άλλων ειδικών μορφών τουρισμού. Όλα αυτά μπορούν να βοηθήσουν και να δώσουν ζωή στη χειμερινή τουριστική περίοδο, που ως σήμερα είναι σχεδόν ανύπαρκτη.

Το πρώτο και τρίτο χαρακτηριστικό στοιχείο είναι υπόθεση του marketing και των δημοσίων σχέσεων.

Αν θελήσουμε να κάνουμε μια αναδρομή στον χειμερινό τουρισμό, θα δούμε ότι στις αρχές του 20^{ου} αιώνα αρχίζει η σταδιακή εξάπλωση της πρώτης μορφής χειμερινού τουρισμού, της χιονοδρομίας, στις χώρες που διαθέτουν τις κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες και οικονομικές προϋποθέσεις.

Έτσι, κατά το τέλος της δεκαετίας του '30, συναντάμε τα πρώτα χιονοδρομικά κέντρα στη Κεντρική Ευρώπη, τα οποία αρχικά αναπτύχθηκαν γύρω από υποτυπωδώς διαμορφωμένες χιονοπλαγιές με στοιχειώδη εξοπλισμό. Πολύ

σύντομα όμως εξελίχθηκαν σε κοσμικά χειμερινά κέντρα, ενώ σταδιακά η πλούσια πελατεία τους, αναμίχθηκε σιγά-σιγά με επισκέπτες χαμηλότερων εισοδημάτων.

Αργότερα, στη δεκαετία του 60', εμφανίζεται, μία άλλη μορφή χειμερινού τουρισμού, η παραχείμαση. Η Ισπανία από τότε ως σήμερα αποτέλεσε την πρωταθλήτρια χώρα στη μορφή αυτή του τουρισμού, λόγω του ήπιου κλίματός της. Αποτέλεσε και αποτελεί ως σήμερα μέσο επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, σε περιοχές όπου η αιχμή της τουριστικής κίνησης παρατηρείται την καλοκαιρινή περίοδο.

Στην Ελλάδα, ακόμα και σήμερα είναι ανύπαρκτη η χειμερινή τουριστική διακονή μακράς διάρκειας ενώ ο ελληνικός τουρισμός κατά την περίοδο αυτή περιορίζεται κυρίως στα χιονοδρομικά κέντρα με τη μορφή του εσωτερικού τουρισμού.

2. ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΙΔΙΩΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΟΣ ΝΕΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Η μορφή του χειμερινού τουρισμού για την Ελλάδα είναι τουρισμός εκτός της καλοκαιρινής περιόδου (κύρια περίοδος υποδοχής επισκεπτών για τον ελλαδικό χώρο). Ο ήπιος ελληνικός χειμώνας καθώς και η μορφολογία της χώρας μας, δίνουν τεράστιες και εναλλακτικές δυνατότητες ανάπτυξής του.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του Παρνασσού όπου μπορεί κανείς να συναντήσει χιόνια στα ορεινά ενώ στους πρόποδες υπάρχει η δυνατότητα ιστιοπλοίας στην παραλιακή Ιτέα όπου η διαφορά θερμοκρασίας έρχεται σε αντίθεση με τη σχετικά μικρή απόσταση των δύο τοποθεσιών.

Η Ελλάδα είναι γνωστό ότι αποτελεί κλασικό προορισμό καλοκαιρινών διακοπών. Παρόλ' αυτά τα μέρη που υποδέχονται τους τουρίστες κατά τη θερινή περίοδο, τα οποία κατά τη περίοδο αυτή σφύζουν από ζωή, τους πλάγιους μήνες φιλοξενούν ελαχίστους επισκέπτες, ενώ τους χειμερινούς μήνες θυμίζουν τόπους φαντάσματα.

Κάθε μορφή τουρισμού που μπορεί να πραγματοποιηθεί εκτός της θερινής περιόδου, βοηθά στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου της Ελλάδας. Γι' αυτό την έννοια του χειμερινού τουρισμού, πολλοί τη ταυτίζουν με την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Ως ένα σημείο, αυτή η άποψη ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, αν την τοποθετήσουμε στο επίπεδο που αφορά τους κλασσικούς καλοκαιρινούς τόπους υποδοχής τουριστών. Σ' αυτή την κατηγορία ανήκουν μέρη όπως η Ρόδος, η Κρήτη, άλλοι νησιωτικοί προορισμοί και τουριστικά μέρη της ηπειρωτικής χώρας.

Όμως, ο χειμερινός τουρισμός σήμερα συναντάται, εκτός από την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, ως τουρισμός παραχείμασης, ως «λευκός-χιονοδρομικός τουρισμός» και χειμερινός τουρισμός σε συνάρτηση με την παράλληλη ανάπτυξη και άλλων ειδικών μορφών τουρισμού, που δύναται να αναπτυχθούν σε περιοχές οι οποίες διαθέτουν τις απαραίτητες προϋποθέσεις και είναι δυνατό να λάβουν χώρα κατά τη χειμερινή περίοδο.

Συμπερασματικά λοιπόν μπορούμε να πούμε ότι είναι δεδομένο, ότι η Ελλάδα γεωλογικά και κλιματολογικά δεν υστερεί από τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού, τόσο στους ορεινούς όγκους της χώρας μας, όσο και στα νησιά της λόγω φυσικά του ήπιου χειμώνα της. Παράλληλα, είναι δυνατό να αναπτυχθεί χειμερινός τουρισμός και στα μεγάλα αστικά κέντρα, δεδομένου ότι πολλά από αυτά παρουσιάζουν πολιτιστικό και ιστορικό ενδιαφέρον προσφέροντας ταυτόχρονα δυνατότητες για παράλληλες ενασχολήσεις του επισκέπτη-τουρίστα.

Παρακάτω, θα εξετάσουμε την έννοια του χειμερινού τουρισμού ως:

- ✓ Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- ✓ Ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού σε συνάρτηση με το χειμερινό τουρισμό.
- ✓ Τουρισμό Παραχείμασης.
- ✓ «Λευκό Χιονοδρομικό Τουρισμό».

ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ.**1. ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ.**

Είναι γνωστό και κοινά αποδεκτό, πως το μοντέλο του μαζικού τουρισμού, στοιχείο που χαρακτηρίζει τη σημερινή ταυτότητα του ελληνικού τουρισμού, παρουσιάζει σημεία κόπωσης. Ο Ευρωπαίος-τουλάχιστον- τουρίστας ακολουθώντας τις ανάγκες του, τη μόδα, τις σύγχρονες εξελίξεις και αλλάζοντας συνήθειες καταναλωτικής συμπεριφοράς, ανάπαυσης, διασκέδασης κ.λπ., αναζητά ουσιαστικότερη γνωριμία με τη φύση, τον πολιτισμό, και το λαογραφικό στοιχείο της κάθε χώρας, ψάχνοντας για τη γνήσια, την αυθεντική εικόνα των τόπων και των ανθρώπων τους.

Οι καλές καιρικές συνθήκες που επικρατούν σχεδόν καθόλη τη διάρκεια του έτους, ιδιαίτερα στη νότια νησιωτική, αλλά και στην κεντρική έως βόρεια Ελλάδα, δίνουν πολλές δυνατότητες ανάπτυξης του χειμερινού τουρισμού και επιτρέπουν τη δωδεκάμηνη παρουσία της χώρας στη διεθνή τουριστική επικαιρότητα.

Όλα αυτά, κατά καιρούς, έχουν εντοπισθεί από τους αρμόδιους φορείς κρατικούς και ιδιωτικούς. Ωστόσο, ο ελληνικός τουρισμός συνεχίζει να εμφανίζει στοιχεία έντονης εποχικότητας και αγωνίζεται να διατηρήσει την τουριστική κίνηση τους πλάγιους μήνες (Απρίλιο, Μάιο, Σεπτέμβριο, Οκτώβριο), ενώ από το Νοέμβριο ως το Μάρτιο, οι τουριστικοί προορισμοί παρουσιάζονται ως νεκρωμένοι τόποι.

Η εποχικότητα αυτή του ελληνικού τουρισμού, οδηγεί το κράτος στο να προσανατολιστεί στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Περιοχές όπως η Αθήνα, η Ρόδος, η Κρήτη και άλλες που ήδη διαθέτουν την απαραίτητη υποδομή - καταλύματα, δρόμους, συνεδριακά κέντρα κ.α.- παρέχουν επαρκείς ανέσεις για την πραγματοποίηση χειμερινών διακοπών.

Είναι δεδομένο ότι η Ελλάδα, μπορεί και πρέπει να διευρύνει επιτυχώς την τουριστική της περίοδο, αποτελώντας ιδεώδη προορισμό τουριστών από τη Βόρεια και Κεντρική Ευρώπη.

Το ζήτημα είναι ότι οι αρμόδιοι φορείς κλείνουν τα μάτια μπροστά σε αυτήν την ευκαιρία που δίνεται στον ελληνικό τουρισμό, να ενισχύσει σημαντικά και ουσιαστικά την ανταγωνιστικότητά του τόσο με τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, όσο και με την προσέλκυση ποιοτικού τουρισμού. Είναι γεγονός ότι μόνο τότε θα μπορέσει να συμβάλλει και στην αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση κρίσιμων ζητημάτων, όπως η απασχόληση και η περιφερειακή ανάπτυξη. Όμως για όλα αυτά παρατηρείται πλήρης αδράνεια και έλλειψη πρωτοβουλιών, κυρίως γιατί δεν υπάρχει κανείς να επωμισθεί το βάρος της οργάνωσης ενός τέτοιου εγχειρήματος.

Γιατί όμως η Ελλάδα και οι Έλληνες πρέπει να περιμένουν το καλοκαίρι για να δουν την εθνική τους οικονομία να αυξάνει τα αποθέματα συναλλάγματος που διαθέτει; Άλλωστε, είναι κοινός τόπος ότι ο τουρισμός είναι η κύρια πηγή εσόδων για το ελληνικό κράτος. Γιατί επενδυμένα δισεκατομμύρια να παραμένουν ανενεργά κατά τη διάρκεια του χειμώνα, ενώ θα μπορούσαν να αποδίδουν ένα σταθερό ετήσιο κέρδος; Και τέλος γιατί να μην καταπολεμηθεί η ανεργία και η εντύπωση που κυριαρχεί ότι η ενασχόληση με τον τουρισμό αποτελεί κάτι το ευκαιριακό και εποχιακό; Οι θέσεις εργασίας στην τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να αποτελούν κύρια απασχόληση δημιουργώντας παράλληλα τις προϋποθέσεις για αποκέντρωση και οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας.

Όλα τα παραπάνω ερωτήματα οδηγούν στο συμπέρασμα ότι ο ελληνικός τουρισμός βρίσκεται σε δύσκολη καμπή και υπαγορεύει επιτακτικά την ανανέωση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, την επανάκτηση της ανταγωνιστικότητάς του και την ελεγχόμενη περαιτέρω ανάπτυξή του. Απαραίτητος λοιπόν, θεωρείται ο επαναπροσδιορισμός του ελληνικού τουρισμού μέσα στο ευρωπαϊκό και διεθνές τουριστικό γίγνεσθαι. Στόχος αυτού του επαναπροσδιορισμού θα είναι ένα άνοιγμα-πρόκληση ούτως ώστε να επιτευχθεί η άμβλυση της κυριαρχίας του μαζικού τουριστικού προτύπου ενώ ταυτόχρονα να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος και να αναδειχθεί η προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος ως τουριστικού πόρου.

Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου αποτελεί ένα δύσκολο αλλά εφικτό στόχο που θα αυξήσει τα κέρδη από τον τουρισμό, θα συμβάλλει στην εύρυθμη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και φυσικά στην καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Αποτελεί επίσης κοινή διαπίστωση, ότι οι μετακινήσεις των

επισκεπτών θα αυξηθούν και εκτός των μηνών αιχμής, με την προϋπόθεση όμως ότι οι προορισμοί αυτοί θα παρουσιάζουν εξειδικευμένο ενδιαφέρον.

2. ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ. ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ.

Είναι εύκολο να μιλάμε συνεχώς και να αναφερόμαστε στην ανάγκη επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου. Πέρα όμως από αυτό είναι και αναγκαίο. Η αναγκαιότητα αυτή για να υλοποιηθεί θα πρέπει να ακολουθήσει μία ορθολογική πορεία βασισμένη σε μία προσεκτικά σχεδιασμένη τουριστική πολιτική.

Η τουριστική πολιτική, που θα καθορίσει την προσφορά του τομέα, θα πρέπει να προσαρμοστεί στη ζήτηση των τουριστών και τις προτιμήσεις αυτών, βασιζόμενη πάντα στα στοιχεία που συνθέτουν το προφίλ των συμμετεχόντων.

Τα χαρακτηριστικά λοιπόν των συμμετεχόντων, ποικίλλουν από χώρα σε χώρα και εξαρτώνται από το είδος του τουρισμού που το κάθε άτομο επιλέγει να κάνει. Αν όμως επιθυμούμε να συνοψίσουμε τα χαρακτηριστικά τους και τις απαιτήσεις τους θα πρέπει να αναφερθούμε στην υψηλή εισοδηματική τάξη στην οποία ανήκουν, στην άνεση που απαιτούν όσον αφορά τη διαμονή, καθώς και στη μεγάλη σημασία που προσδίδουν στο περιβάλλον είτε αυτό είναι φυσικό είτε ανθρωπογενές. Ο τουρίστας σήμερα, δίνει μεγάλη σημασία στην καθαριότητα του τόπου διαμονής του και του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς και τη διαφύλαξη του παραδοσιακού χρώματος της κάθε περιοχής. Χαρακτηριστική είναι η επίμονη αναζήτηση των περιοχών εκείνων, όπου τα τουριστικά καταλύματα δένουν αρμονικά με το περιβάλλον. Ο τουρίστας αναζητά από το ξενοδοχείο μια αίσθηση πολυτέλειας, που να είναι διάχυτη τόσο στις υπηρεσίες που διαθέτει όσο και στον εξοπλισμό και τη διακόσμησή του. Επίσης αξιοσημείωτο είναι ότι τη χειμερινή περίοδο μεγάλο μέρος των συμμετεχόντων είναι άνω των 40 ετών, ζευγάρια χωρίς τη φροντίδα παιδιών, με μοναδικό και κυριότερο κίνητρο για την επιλογή τόπου χειμερινών διακοπών, την αναζήτηση του ήλιου και του ήπιου κλίματος.

Η μέση διάρκεια παραμονής τους είναι 17 ημέρες και ξοδεύουν έως και 30% περισσότερο από τους τουρίστες της θερινής περιόδου. Χαρακτηριστική είναι

εξάλλου η σχεδόν καθολική προτίμησή τους στην προσφορά μιάς ευρύτατης γκάμας υπηρεσιών, εξυπηρετήσεων και εγκαταστάσεων από πλευράς ξενοδοχείων.

Ο τουρίστας σήμερα προέρχεται από όλες σχεδόν τις κοινωνικές και επαγγελματικές τάξεις, αφού οι εργαζόμενοι αμείβονται ικανοποιητικά και μπορούν να αντεπεξέλθουν στα έξοδα διακοπών υψηλών απαιτήσεων. Ακόμη, ο σημερινός επισκέπτης-τουρίστας εμφανίζεται πολύ καλά πληροφορημένος για όλα και το ενδιαφέρον του επικεντρώνεται στο **ποιές ιδιαίτερες δραστηριότητες** προτιμά να συμπεριλαμβάνονται στο πακέτο διακοπών που στοχεύει να αγοράσει.

Επιπλέον, είναι «ατομιστής», δηλαδή απαιτεί να του φέρονται σαν κάτι το ξεχωριστό και έχει απόλυτη ελευθερία επιλογής. Έτσι λαμβάνοντας υπόψη ότι σήμερα ο ανταγωνισμός για την ικανοποίηση αυτού του είδους του τουρίστα είναι τεράστιος, θα πρέπει η χώρα μας να δράσει αποτελεσματικά και να αντιμετωπίσει αυτή τη δυναμική αγορά, που απευθύνεται σε όλο και πιο απαιτητικούς τουρίστες καταναλωτές.

Στην προσπάθειά μας να προσανατολιστούμε σε νέες αγορές και να καθορίσουμε διαφορετικές ομάδες, πρέπει να μελετήσουμε τον αριθμό αφίξεων των αλλοδαπών, που έχουν γίνει μέχρι σήμερα, διακρίνοντάς τους σε εθνικότητες.

Οι μέχρι σήμερα κύριες πηγές-αγορές είναι οι εξής: Δ. Γερμανία, Μ. Βρετανία, Γαλλία, Ιταλία, ΗΠΑ, Αυστρία και ακολουθούν άλλες ευρωπαϊκές χώρες της αμερικανικής αγοράς.

Στόχος είναι η κάλυψη των νέων αναγκών σε «εξειδικευμένες» τουριστικές υπηρεσίες και μορφές τουρισμού.

Έχουμε λοιπόν να αντιμετωπίσουμε μία τεράστια δυναμική και έντονα διαφοροποιημένη αγορά καταναλωτών. Προκειμένου λοιπόν να επιτύχουμε τη μεγαλύτερη δυνατή πώληση τουριστικού προϊόντος στα προαναφερόμενα target groups, πρέπει να στραφούμε στην κάλυψη των εξειδικευμένων πλέον μορφών και υπηρεσιών που επιτάσσουν οι εξελίξεις στον τομέα του τουρισμού, δημιουργώντας φυσικά τις απαραίτητες προϋποθέσεις και αναπτύσσοντας ταυτόχρονα την ανάλογη υποδομή.

3. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ.

Είναι πλέον επιτακτική ανάγκη, η αλλαγή της αντίληψης και της νοοτροπίας όλων των εμπλεκομένων στον τουριστικό τομέα. Οι αλλαγές στις συνθήκες της τουριστικής αγοράς αποτελούν το γνώμονα για τη χάραξη μιας νέας πολιτικής. Η νέα αυτή πολιτική θα διασφαλίζει το οικονομικό όφελος της χώρας μας, χωρίς να καταναλώνει την ελληνική γη και θα ενθαρρύνει μικρής κλίμακας επενδύσεις με παράλληλη υψηλή ποιότητα υπηρεσιών. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό των μεγάλων ξενοδοχείων και των φθηνών κρεβατιών.

Τα βλέμματα όλων θα πρέπει να στραφούν στην ανάγκη επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου. Η επιμήκυνση είναι ένα παλιό όνειρο, το οποίο καθώς περνά ο χρόνος, αντί να ανδρωθεί, συρρικνώνεται δεδομένου ότι οι συνθήκες δεν είναι ακόμα τόσο ευνοϊκές.

Καθώς όμως το θέμα επανατίθεται, μπαίνει ευθέως το ερώτημα, μήπως έφτασε η κατάλληλη εποχή για να επιδιωχθεί η περιβόητη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου; Το θέμα δεν είναι και τόσο απλό, αν θυμηθούμε τις προσπάθειες που έχουν γίνει μέχρι τώρα από τους ξένους Τ.Ο. (όπως, κατά κεφαλήν επιδοτήσεις, κοινές διαφημίσεις, λειτουργία συγκεκριμένων μονάδων στην Κρήτη και τη Ρόδο κατά τη διάρκεια του χειμώνα). Οι απώλειες από τα θερινά κέρδη ήταν αρκετά μεγάλες, με αποτέλεσμα οι Τ.Ο. να αρνηθούν να επαναλάβουν το πείραμα αυτό.

Βασική προϋπόθεση επιτυχίας οποιασδήποτε προσπάθειας για επέκταση της τουριστικής περιόδου, αποτελεί η στάση των τοπικών αρχών είτε αυτές ανήκουν στο άμεσο τουριστικό κύκλωμα είτε στο έμμεσο. Αυτές θα αποφασίσουν για το αν το πλήρες τουριστικό δυναμικό των παραπάνω περιοχών θα παραμείνει σε λειτουργία κατά τη διάρκεια των χειμερινών μηνών. Με άλλα λόγια πρέπει να καταβληθεί προσπάθεια προκειμένου να μείνουν ανοιχτά τα ξενοδοχεία με όλες τις απαραίτητες βοηθητικές εγκαταστάσεις για τη χειμερινή περίοδο.

Η πολιτεία μέχρι σήμερα δεν αποτέλεσε οργανωμένο αρωγό στην προσπάθεια χάραξης μιας νέας τουριστικής πολιτικής. Τα στατιστικά στοιχεία του ΕΟΤ που δείχνουν ότι ο χειμερινός τουρισμός παρουσιάζει συνεχή αύξηση, δε

λήφθηκαν σοβαρά υπόψην εκ μέρους της. Σ' αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφέρουμε την προτίμηση των χειμερινών τουριστών για τις περιοχές της Κρήτης, της Ρόδου, και φυσικά της Αθήνας.

Έτσι ο ΕΟΤ, μαζί με τις τοπικές διευθύνσεις και σε συνεργασία με την τοπική αυτοδιοίκηση, έκανε κάποιες προσπάθειες για την κατάρτιση, στήριξη, και πραγματοποίηση προγραμμάτων επέκτασης της τουριστικής περιόδου. Τα προγράμματα αυτά θα ακολουθούσαν το ρυθμό των μεγάλων διεθνών τουριστικών προγραμμάτων, αλλά δυστυχώς δεν είχαν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα.

Η τουριστική βιομηχανία βρίσκεται αφενός μπροστά σε νέες οικονομικές συνθήκες και αφετέρου μπροστά στην ανάγκη για σωστή και βαθιά μελέτη των νέων ταξιδιωτικών κινήτρων, που προκαλούνται από τις διάφορες αλλαγές των κοινωνικών αναγκών. Έτσι οι νέες δομές σχετικά με το χρόνο, τον πληθυσμό, τη δυνατότητα μετακινήσεως και πληροφόρησης οδηγούν όπως είναι αναμενόμενο σε νέα μοντέλα διακοπών και διάθεσης του ελεύθερου χρόνου.

Η επιδίωξη λοιπόν του ΕΟΤ -ως κύριου φορέα και εκπροσώπου της ελληνικής πολιτείας- για παράταση της τουριστικής περιόδου, θα πρέπει να έχει ως στόχο τη συντονισμένη προσπάθεια για την προώθηση νέων και δυναμικών μορφών τουρισμού. Άλλωστε, είναι φανερή η διάθεση των τουριστών για τα νέα είδη τουρισμού.

Είναι γεγονός, ότι τα τελευταία χρόνια, έχουν δημιουργηθεί ειδικές κατηγορίες τουριστών, οι οποίες δε δεσμεύονται από το χρόνο και άρα μπορούν να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους κατά τη χειμερινή περίοδο. Επίσης, πρέπει να αναφέρουμε, ότι υπάρχουν και κάποιες δραστηριότητες, όπως πολιτιστικά γεγονότα, εκθέσεις, συνέδρια, σεμινάρια κ.α. που δεν επηρεάζονται από τις κλιματολογικές συνθήκες και έτσι μπορούν να πραγματοποιηθούν καθόλη τη διάρκεια του έτους.

Η ανάγκη λοιπόν διαφοροποίησης του τουριστικού πακέτου με ταυτόχρονη ανανέωση του τουριστικού προϊόντος, είναι απαραίτητη για την προσέλκυση ελλήνων και αλλοδαπών τουριστών με ειδικά ενδιαφέροντα, προκειμένου να ενισχυθεί η χειμερινή τουριστική περίοδος. Οι ειδικές μορφές τουρισμού για την ενίσχυση της χειμερινής περιόδου μπορούν να αναπτυχθούν σε περιοχές με ήπιο

χειμώνα και κυρίως σε περιοχές που ως τώρα δέχονταν επισκέπτες σχεδόν απόλυτα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες.

Όμως θα πρέπει ταυτόχρονα να δοθεί η πρέπουσα υποστήριξη και προσοχή στην ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς. Είναι σημαντικό να αναπτυχθεί ο κοινωνικός και εσωτερικός τουρισμός κατά την χειμερινή περίοδο και να περιληφθούν οι δύο αυτές ειδικές μορφές τουρισμού στα προγράμματα επιμήκυνσης. Άλλος στόχος που θα πρέπει να τεθεί για την ώθηση της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου και που είναι αναγκαίο να συμπεριληφθεί στα πλαίσια της νέας τουριστικής πολιτικής, είναι η παροχή κινήτρων για την ανάπτυξη νέων πόλων έλξης τουριστών κατά την χειμερινή περίοδο. Λέγοντας νέους πόλους έλξης, εννοούμε περιοχές που έχουν τις δυνατότητες ανάπτυξης και πολιτιστικής προβολής, όπως η Κρήτη, η Ρόδος και η Αθήνα, οι οποίες ως τώρα έχουν συμπεριληφθεί στα προγράμματα επιμήκυνσης του ΕΟΤ. Βέβαια τα προγράμματα αυτά παρουσιάζουν σοβαρά προβλήματα λόγω των ελλείψεων που έχουν και αφού δεν έτυχαν της δέουσας προσοχής από την πολιτεία. Θα λέγαμε μάλιστα ότι βρέθηκαν μπροστά σε μια αδικαιολόγητη αδιαφορία, συνοδευόμενη από την πρωτοφανή και εξοργιστική αναληψία των αρμοδίων φορέων, παρόλο που αφενός έχει επισημανθεί εδώ και αρκετά χρόνια η ανάγκη επιμήκυνσης και αφετέρου τα προγράμματα που αφορούν τις προαναφερθείσες περιοχές συναντώνται εδώ και αρκετά χρόνια στην τουριστική πολιτική της χώρας. Είναι σημαντικό λοιπόν όχι τόσο να χαραχθεί νέα τουριστική πολιτική, όσο να εφαρμοστεί αυτή που ήδη έχει προταθεί και σχεδιαστεί. Άλλωστε η υπάρχουσα πολιτική παρέχει όλες τις δυνατότητες ανάπτυξης που μπορούν να φέρουν στον ελληνικό τουρισμό το επιθυμητό αποτέλεσμα και να τον απαλλάξουν από τα προβλήματα που όλοι γνωρίζουμε ότι μέσα σε αυτά ασφυκτιά.

Ενδεικτικά θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ως ένα από τα βασικότερα προβλήματα του χειμερινού τουρισμού τα ελλιπή, σε υπηρεσίες, εξοπλισμό και προσωπικό, τουριστικά καταλύματα, τα οποία στερούμενα όλων αυτών των προδιαγραφών καθώς και άλλων ειδικών εγκαταστάσεων(συνεδριακά κέντρα, αθλητικές εγκαταστάσεις κ.λπ) καθίστανται ακατάλληλα για την προσέλκυση τουριστών με ειδικά ενδιαφέροντα για την τουριστική περίοδο.

Το χειμερινό τουριστικό μας προϊόν θα πάψει να είναι ανταγωνιστικό, αφού στερείται σωστά εκπαιδευμένου προσωπικού, με χαμηλή ως ανύπαρκτη τουριστική

συνείδηση και δεδομένου ότι ο χειμερινός επισκέπτης απαιτεί παροχή υπηρεσιών υψηλότερης στάθμης από αυτήν που απαιτεί ο θερινός τουρίστας.

Επίσης, η απουσία πολιτιστικών εκδηλώσεων το χειμώνα, στην οργάνωση των οποίων πρωτεύοντα ρόλο μπορούν να παίξουν η Τοπική Αυτοδιοίκηση και οι τοπικοί φορείς τουρισμού, αποτελεί σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Τέλος παρατηρούμε ότι η χώρα μας παρουσιάζει μια συνεχή υποβάθμιση του περιβάλλοντος, λόγω της ανύπαρκτης υποδομής και του ανύπαρκτου πολεοδομικού, χωροταξικού και κυκλοφοριακού ελέγχου, σε συνάρτηση με την έλλειψη μηχανισμού ορθής διαχείρισης της περιβαλλοντικής προστασίας. Όλα αυτά έχουν ως αποτέλεσμα την ανικανότητα της Ελλάδας να αντέξει τον διεθνή ανταγωνισμό και ιδιαίτερα τον ανεπτυγμένο εξωτερικό χειμερινό τουρισμό.

Η αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών συνίσταται στη χάραξη ορθολογικής τουριστικής πολιτικής, που μπορεί να αναδείξει τις περιοχές εκείνες οι οποίες είναι ικανές να δεχθούν τους χειμερινούς τουρίστες και να εξελίξει ουσιαστικά και μακροχρόνια τους τόπους αυτούς αναδεικνύοντας τους σε κλασικούς προορισμούς χειμερινού τουρισμού.

4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ.

Για μια ακόμη φορά θα πρέπει να αναφερθούμε στην αναγκαιότητα της εξόδου από το αδιέξοδο που έχει βρεθεί η Ελλάδα, ώστε να μπορέσει να προχωρήσει δυναμικά και να περάσει στο προσκήνιο του διεθνούς τουριστικού χώρου. Αυτό θα επιτευχθεί δίνοντας απόλυτη προτεραιότητα στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, του οποίου η συμβολή στην ανόρθωση της οικονομίας είναι αναμφίβολη.

Δε μπορούμε να μιλάμε όμως συνεχώς αόριστα για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα. Χρειάζεται άμεσα να δοθούν κίνητρα και να δημιουργηθούν οι κατάλληλες προδιαγραφές, που θα αποτελέσουν μοχλούς ανάπτυξης ενός σημαντικότερου κομματιού του ελληνικού τουρισμού, δηλαδή της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, δίνοντας νέα πνοή ανάπτυξης στο τουριστικό προϊόν.

Ακολουθώντας μια στρατηγική σύνεσης και υπευθυνότητας με σύμμαχο το σωστό και ορθολογικό προγραμματισμό, καλούνται όλοι όσοι εμπλέκονται στον τουριστικό τομέα, να φανούν αυτή τη φορά πιο ώριμοι και πραγματικά έτοιμοι να υπερασπιστούν τα συμφέροντα του τουρισμού. Μέσα από το σχεδιασμό μιας στρατηγικής μακροχρόνιας απόδοσης, μπορούν να γίνουν πολλά για την αναβάθμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Η πολιτεία καλείται να καθορίσει τους στόχους και τη στρατηγική μαζί με τις επιμέρους μεθοδεύσεις για την αναδιάρθρωση και την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού.

Για την σωστή τοποθέτηση του θέματος της ανάπτυξης του χειμερινού τουρισμού σε περιοχές όπου τους θερινούς μήνες γίνονται πόλοι έλξης για πολλούς επισκέπτες, αναφέρουμε τρία βασικά σημεία που θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας:

⊗ Συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε περιορισμένες και συγκεκριμένες περιοχές, όπως η Αθήνα, η Ρόδος, η Κρήτη, η Θεσσαλονίκη, η Κέρκυρα και η Χαλκιδική.

⊗ Συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας τη θερινή περίοδο, η οποία είναι μικρή και δημιουργεί πρόβλημα εποχικότητας.

⊗ Η έμφαση που έχει δοθεί στον εισερχόμενο τουρισμό, έχει δημιουργήσει σοβαρό πρόβλημα σε συνδυασμό με την αντίστοιχη περιορισμένη ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού.

Για να λυθούν όλα αυτά τα προβλήματα, που έχουν σοβαρές επιπτώσεις σε βασικούς αναπτυξιακούς τομείς της χώρας, απαιτείται μια τουριστική στρατηγική, η οποία θα έχει ως βασική προϋπόθεση επιτυχίας οποιαδήποτε προσπάθεια επέκτασης της τουριστικής περιόδου. Αυτό θα επιτευχθεί με τη συμβολή των τοπικών αρχών των περιοχών που περιλαμβάνονται σε αυτά τα προγράμματα, άμεσου και έμμεσου τουριστικού κυκλώματος.

Η νέα τουριστική στρατηγική θα πρέπει να βασίζεται στα εξής:

- Ανακατανομή και νέα βάση τοποθέτησης της προσφοράς και της ζήτησης στην περιφέρεια.

- Άμβλυωση της εποχικότητας.
- Αναβάθμιση προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Ενίσχυση του ρόλου των οργανισμών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.
- Προώθηση του εσωτερικού και του κοινωνικού τουρισμού.
- Ανάσχεση της ανάπτυξης στις ήδη κορεσμένες περιοχές.
- Παροχή κινήτρων για την ανάπτυξη νέων πόλων έλξης τουριστών κατά τη χειμερινή περίοδο.
- Δημιουργία και προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού, ώστε να αναπτυχθεί περισσότερο ο χειμερινός τουρισμός.
- Εκπαίδευση και επιμόρφωση των απασχολούμενων στον κλάδο.
- Εντατικοποίηση της προβολής των προγραμμάτων επιμήκυνσης τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό.
- Αναδιοργάνωση και αποκέντρωση του ΕΟΤ.
- Προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Κύριο μέλημα θα πρέπει να είναι η προσαρμογή της τουριστικής προσφοράς στην τουριστική ζήτηση, ώστε να μπορέσουμε να γίνουμε ανταγωνιστικοί. Συγκεκριμένα θα πρέπει να αναφερθούμε:

1. **Στην οργάνωση της ζήτησης**: Πρωταρχικό θέμα είναι η οργάνωση ειδικών πακέτων, που θα εκμεταλλεύονται όλες τις υπάρχουσες δυνατότητες τόσο στο χώρο όσο και στο χρόνο. Τα πακέτα θα πρέπει να είναι προσιτά και ελκυστικά τόσο από πλευράς κόστους όσο και περιεχομένου. Οι Έλληνες τουριστικοί πράκτορες πρέπει να δώσουν την πρέπουσα σημασία τόσο στην αγορά του εισερχόμενου όσο και του εξερχόμενου τουρισμού. Βέβαια ως σήμερα η πολιτεία έδωσε όλο το βάρος στην οργάνωση του εισερχόμενου τουρισμού, ουσιαστικά επιφυλάσσοντας το προνόμιο των διακοπών μονάχα στους ξένους.

II. Στην οργάνωση της προσφοράς: Ξεκινώντας από τα βασικότερα, δηλαδή τα καταλύματα, θα πρέπει να παραδεχθούμε πως δε μπορούμε να λειτουργήσουμε αν δεν προσαρμοστούμε στις ανάγκες της χειμερινής διαβίωσης που είναι η θέρμανση, απαραίτητος εξοπλισμός και η ψυχαγωγία. Εδώ πρέπει να επισημάνουμε την ανάγκη τιμολογιακής πολιτικής ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε Ρόδο και Κρήτη καθώς και στις άλλες περιοχές, όπου θα μπορούσε να αναπτυχθεί ο χειμερινός τουρισμός. Αυτό σημαίνει ότι οι τιμές πρέπει να γίνουν ελκυστικές και ανταγωνιστικές.

Επίσης, θα πρέπει να αναφερθεί και η απουσία των πολιτιστικών εκδηλώσεων μέσα στο χειμώνα, στην οργάνωση των οποίων οι οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης και οι τοπικοί φορείς μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο. Η πολιτιστική ανάπτυξη και ανάδειξη της χώρας μας μπορεί να αποτελέσει έναν ασυναγώνιστο πόλο τουριστικής έλξης, αφού η Ελλάδα είναι σε θέση να επιδείξει μεγάλο πολιτιστικό πλούτο.

Επιπλέον, είναι αναγκαίο να συμπληρωθεί η υποδομή και ανωδομή με έργα όπως υδροθεραπευτήρια, συνεδριακά κέντρα, καζίνο, εγκαταστάσεις γκολφ κ.α. προωθώντας την κατασκευή τους όσο πιο άμεσα είναι δυνατό.

Επίσης, θα πρέπει να δοθούν επενδυτικά κίνητρα στην ιδιωτική πρωτοβουλία για τον εμπλουτισμό της προσφοράς των τουριστικών καταλυμάτων με χώρους εστίασης, άθλησης, ψυχαγωγίας κ.λπ. Εν κατακλείδι, θα πρέπει να αναφερθεί η μέριμνα της πολιτείας, να ενισχυθούν τα προγράμματα της Κρήτης και της Ρόδου με συγκεκριμένα μέτρα :

- > Την πίεση των Τ.Ο., ώστε να περιλαμβάνουν την Κρήτη και τη Ρόδο στα χειμερινά τους προγράμματα.

- > Την πίεση της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας (Υ.Π.Α.) από τον ΕΟΤ, για φθηνότερα έξοδα προσγείωσης των αεροπλάνων και ταυτόχρονη κατάργηση των airport taxes και των φόρων καυσίμων για τα αεροσκάφη.

- > Ειδική τιμολογιακή πολιτική συνολικού ναύλου Ο.Α. από το εξωτερικό προς την Κρήτη και τη Ρόδο κατά τους χειμερινούς μήνες.

-> Επιδότηση από τον Ο.Α.Ε.Δ για τα προγράμματα επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

> Να δοθούν από το Ι.Κ.Α. μειωμένα ποσοστά ασφάλισης του προσωπικού.

-> Να μειωθεί ο συντελεστής του Φ.Π.Α. κατά 50% το χειμώνα.

> Να γίνει πρόταση προς το Δ.Σ. της ΔΕΗ για έκπτωση στο τιμολογίου του ηλεκτρικού ρεύματος τους χειμερινούς μήνες.

> Να οργανωθούν ειδικά γραφεία στις παραπάνω περιοχές με σκοπό την προβολή του χειμερινού τουρισμού.

> Να γίνει κοινή διαφήμιση, όπου θα τονίζονται τα πλεονεκτήματα των χειμερινών μηνών στις περιοχές της Κρήτης, Ρόδου και Αθήνας

> Την προσφορά πακέτου διακοπών «Ξεκούρασης στον Ήλιο» που θα περιλαμβάνει πλήρες πρόγραμμα διασκέδασης και απασχόλησης εντός και εκτός του ξενοδοχειακού καταλύματος και τέλος

-> Να εκτυπωθούν μπροσούρες.

Είναι σαφές πλέον ότι έχουν ωριμάσει οι συνθήκες για να αναλάβουμε μια οργανωμένη εκστρατεία με στόχο την υλοποίηση των προγραμμάτων παράτασης της τουριστικής περιόδου. Θα ήταν χρήσιμο λοιπόν, να αρχίσει άμεσα η παράλληλη προετοιμασία των προγραμμάτων, τόσο από τις διευθύνσεις του ΕΟΤ στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό, με τρόπο που να ξεπεραστεί το στάδιο κατά το οποίο οι Τ.Ο. δεν ναυλώνουν πτήσεις γιατί δεν υπάρχουν ανοιχτά ξενοδοχεία και οι ξενοδόχοι δεν ανοίγουν γιατί οι Τ.Ο. Δε ναυλώνουν πτήσεις.

Θα πρέπει να εντοπίσουμε, τι ακριβώς και ποια κίνητρα χρειάζονται ακόμη οι Τ.Ο. προκειμένου να συμβάλλουν στην προώθηση των χειμερινών προγραμμάτων τουρισμού. Ανάλογη συνεργασία του ΕΟΤ θα πρέπει να γίνει με ξενοδόχους, πράκτορες του εσωτερικού, Νομαρχιακές Επιτροπές Τουρισμού, Τοπικούς Φορείς Τουρισμού για όσα ξενοδοχεία ή άλλου είδους καταλύματα προθυμοποιούνται να ανοίξουν το χειμώνα. Άλλα θέματα για τα οποία θα πρέπει να συνεργαστούν είναι ο εμπλουτισμός της προσφοράς με τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων από Ο.Τ.Α. και από διάφορους πολιτιστικούς τοπικούς και μη συλλόγους.

Οπωσδήποτε θα πρέπει να δοθεί έμφαση κατά προτεραιότητα στην Αθήνα που υποφέρει, στην Κρήτη και τη Ρόδο, περιοχές που όπως ήδη αναφέραμε έχουν τις δυνατότητες να εξελιχθούν σημαντικά.

5. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΧΕΔΙΩΝ ΔΡΑΣΗΣ ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ.

Α. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ.

Ο ροδιακός τουρισμός σήμερα βρίσκεται σε σταυροδρόμι. Όλοι όσοι εμπλέκονται στο τουριστικό κύκλωμα δημιουργούν την εντύπωση σε έναν ψύχραιμο παρατηρητή, ότι η χάραξη μιάς ενιαίας στρατηγικής αναζωογόνησης έχει εμπλακεί σε έναν κυκεώνα αναβλητικότητας στη λήψη κυρίως και στην υλοποίηση θεμελιακών αποφάσεων.

Αν και οι ελπίδες για ένα νέο ξεκίνημα -που θα έχει ως βάση την ανάπτυξη του τουρισμού κατά τους χειμερινούς μήνες- παραμένουν ζωντανές, ωστόσο η καθημερινή πραγματικότητα τραβάει το δρόμο της όπως-όπως.

Η νότια Ρόδος εξακολουθεί παρά τις ελλείψεις που παρουσιάζει στην υποδομή, να προσελκύει τουρίστες υψηλής στάθμης. Η ανατολική Ρόδος δέχεται το βάρος της άναρχης ανάπτυξης, ενώ η διαφήμιση και η προβολή ακολούθησαν έως τώρα κλασικούς δρόμους δίχως ιδιαίτερη πρωτοτυπία ή έστω κάποιο ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Η διαπραγματευτική βάση του νησιού έναντι σους ξένους Τ.Ο. εξακολουθεί να είναι ανίσχυρη, λόγω της αδυναμίας των επιχειρηματιών να αντεπεξέλθουν στα όσα αρνητικά προκάλεσαν το λεγόμενο σπατόσημο, η σταδιακή υποβάθμιση του προφίλ του συγκεκριμένου τουριστικού προορισμού, ο σκληρός ανταγωνισμός μεταξύ περιοχών και μονάδων, η έλλειψη κινήτρων για εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων επιχειρήσεων και η αδυναμία στήριξης των μικρών μονάδων στη μάχη της επιβίωσης.

Η αναζήτηση νέων αγορών και νέων μορφών τουρισμού, είναι ένας άμεσος στόχος των τουριστικών παραγόντων.

Η Ρόδος είναι ένα από τα μέρη για το οποίο ο ΕΟΤ έχει εκδηλώσει έντονο ενδιαφέρον, ώστε να επιμηκυνθεί η περίοδος υποδοχής τουριστών στο νησί.

Η Ρόδος όσο όμορφη και θελκτική είναι τους καλοκαιρινούς μήνες, άλλο τόσο παράξενη και γοητευτική είναι τη χειμερινή περίοδο.

Το φιλόδοξο πρόγραμμα που σχεδιάστηκε για να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του νησιού, περιλαμβάνει μεταξύ άλλων βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα μέτρα που θα αναδείξουν το τουριστικό προϊόν του νησιού και το χειμώνα.

Οι πρώτες προσπάθειες για ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού στη Ρόδο ξεκίνησαν στα μέσα της δεκαετίας του '60 και στραφήκανε κυρίως στην εσωτερική αγορά με ορισμένα κίνητρα που δόθηκαν στους ξενοδόχους και τα καταστήματα. Αργότερα και συγκεκριμένα στις αρχές της δεκαετίας του '70, όταν πια η Ρόδος άρχισε να δέχεται οργανωμένο μαζικό τουρισμό μέσω μεγάλων οργανωτών ταξιδιών (tour operators) επαναλήφθηκαν οι προσπάθειες με συγκεκριμένα προγράμματα, που προέβλεπαν τη διατήρηση σε λειτουργία το χειμώνα 20-25 ξενοδοχείων με μειωμένες κατά 50% τιμές. Επιπλέον αποφασίστηκε η διατήρηση σε λειτουργία των νυχτερινών καταστημάτων, η διοργάνωση καλλιτεχνικών και μουσικών εκδηλώσεων και τέλος τα εμπορικά καταστήματα έκαναν σημαντικές εκπτώσεις κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Ωστόσο οι Τ.Ο., παρά τα κίνητρα που τους προσφέρθηκαν δεν κατάφεραν να εξασφαλίσουν έστω, έναν ελάχιστο αριθμό πελατών που θα δικαιολογούσε τα χειμερινά προγράμματα, αλλά και ούτε προσπάθησε και για την απευθείας σύνδεση με πτήσεις charter της Ρόδου με άλλες πόλεις του εξωτερικού. Τα αποτελέσματα τόσο στον τομέα του εσωτερικού τουρισμού όσο και σε αυτόν του εξωτερικού, ήταν πενιχρά.

Η εντυπωσιακή αύξηση του τουρισμού του νησιού κατά τη δεκαετία του 1980, είχε σαν επακόλουθο τη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου και την κάλυψη σχεδόν οκτώ μηνών τουριστικής κίνησης (από τα μέσα Μαρτίου έως τα μέσα Νοεμβρίου). Έτσι κάθε περαιτέρω προσπάθεια για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού ανεστάλη, αφού η διευρυμένη τουριστική περίοδος εξασφάλιζε πια-σύμφωνα πάντα με τα δεδομένα του κλάδου-πλήρη απασχόληση, τόσο στα ξενοδοχεία, όσο και στις υπόλοιπες τουριστικές επιχειρήσεις.

Ο ΡΟΔΙΑΚΟΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '90.

Η στασιμότητα που παρατηρήθηκε στον τουρισμό της Ρόδου από τις αρχές της δεκαετίας του '90, εξελίχθηκε στα μέσα της δεκαετίας σε κρίση. Η κρίση αυτή προβλημάτισε και εξακολουθεί να προκαλεί έντονους προβληματισμούς σε όλους

τους τουριστικούς παράγοντες του νησιού. Έτσι, όλοι αυτοί οι παράγοντες, ταυτόχρονα με τις ενέργειες που έκαναν για τόνωση της κίνησης κατά τη θερινή περίοδο, επανέφεραν στο προσκήνιο και το θέμα του χειμερινού τουρισμού. Παρόλ' αυτά, η σειρά των προτάσεων που έκαναν τόσο προς την πολιτική ηγεσία του ΕΟΤ, όσο και προς το Υπουργείο Ανάπτυξης και την Ο.Α., για τη λήψη ουσιαστικών μέτρων, δε βρήκε δυστυχώς ανταπόκριση. Εδώ πρέπει να σημειωθεί, ότι οι προτάσεις αυτές συνοδεύονταν με τη δέσμευση των ξενοδόχων, των Ο.Τ.Α. και άλλων επαγγελματιών τάξεων του νησιού, ότι ήταν έτοιμοι να διατηρήσουν τα ξενοδοχεία ανοιχτά και το χειμώνα με ειδικές μάλιστα προσφορές. Επιπλέον, οι Ο.Τ.Α. και κυρίως ο Δήμος της Ρόδου, δεσμεύτηκε στο να οργανώσει καλλιτεχνικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις και τέλος τα καταστήματα δέχτηκαν να πραγματοποιήσουν ειδικές εκπτώσεις για τους επισκέπτες το χειμώνα. Ωστόσο, οι προσφορές της Ρόδου δεν ήταν τόσο δελεαστικές ώστε να πεισθούν οι Τ.Ο. και να τη συμπεριλάβουν στα χειμερινά προγράμματα-πακέτα τους. Ζητούσαν άλλες παραχωρήσεις και διευκολύνσεις από τον ΕΟΤ και το Υπουργείο Ανάπτυξης, όπως συγχρηματοδότηση των διαφημιστικών προγραμμάτων που τελικά δεν τους παραχωρήθηκε. Από την άλλη πλευρά, η Ολυμπιακή Αεροπορία, ήταν αρνητική στο πάγιο αίτημα της Ρόδου για απευθείας αεροπορική σύνδεσή της με τις βασικές τουριστικές αγορές μας (Γερμανία, Αγγλία, Σκανδιναβία) κατά τη χειμερινή περίοδο. Έτσι, οι μέχρι σήμερα προσπάθειες που έγιναν, δεν απέδωσαν σε τίποτα.

Εντούτοις, οι προσπάθειες των φορέων της Ρόδου κατά τη διάρκεια της τρέχουσας αυτής δεκαετίας δεν σταμάτησαν εδώ. Ο πρόεδρος των ξενοδόχων σε συνεργασία με τους υπόλοιπους ξενοδόχους εντόπισαν έγκαιρα την αναγκαιότητα της ποιοτικής αναβάθμισης του τουρισμού έτσι ώστε να ανακτήσουν τη χαμένη πελατεία. Προκειμένου λοιπόν να καταστήσουν το νησί τους σοβαρό πόλο έλξης στο διεθνές τουριστικό στερέωμα διεύρυναν και επανατοποθέτησαν την έννοια του τουρισμού τους, επισημαίνοντας τα εξής:

→ Σημαντικό έργο βελτίωσης της ποιότητας των κοινωνικών υπηρεσιών που παρέχονται στο νησί της Ρόδου, είναι η νοσοκομειακή περίθαλψη. Έτσι κρίθηκε αναγκαίο από όλους τους ενδιαφερόμενους για το ροδιακό τουρισμό, η κατασκευή νέου νοσοκομείου στη Ρόδο, το οποίο αποτελεί πάγιο αίτημα.

→ Η διάνοιξη του περιφερειακού δρόμου Αεροδρόμιο-Φαληράκι. Ο δρόμος αυτός, θα αποτελέσει σημαντικό βήμα για την κυκλοφοριακή αποσυμφόρηση και τη γενικότερη βελτίωση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών προς τον τουρισμό, αλλά και προς τους κατοίκους του νησιού. Για το έργο αυτό επιβάλλεται η εντατικοποίηση των εκροών των αναγκαίων πιστώσεων από τις Δημόσιες Επενδύσεις και η μελέτη του έργου σύνδεσης της πόλης, μέσω Μέγγαβλης-Παστίδας, με τον παραπάνω δρόμο Αεροδρόμιο-Φαληράκι.

→ Οξύτατο πρόβλημα αποτέλεσε και η ύδρευση του νησιού της Ρόδου, το οποίο επιδέχεται λύσης με την κατασκευή του φράγματος Γαδούρα, γι' αυτό και κρίθηκε αναγκαία η ένταξή του στα έργα άμεσης προτεραιότητας.

→ Άμεσης προτεραιότητας κρίθηκε επίσης, από τους εμπλεκόμενους στο Ροδιακό τουρισμό, η κατασκευή της Μαρίνας της Ρόδου. Πρόκειται για ένα έργο βασικής υποδομής και μεγάλης σπουδαιότητας για την προώθηση της αναβάθμισης της ποιότητας του τουρισμού.

→ Στην ανταγωνιστικότητα του τουρισμού της περιοχής αποφασιστικό ρόλο έπαιξε και η ικανοποίηση του πάγιου αιτήματος των παραγωγικών τάξεων, των κοινωνικών φορέων και των Ο.Τ.Α., για τη μείωση του συντελεστή του Φ.Π.Α. κατά 50% στα Δωδεκάνησα.

→ Τέλος, σοβαρό αίτημα των ξενοδόχων της Ρόδου αποτέλεσε ο εκσυγχρονισμός του ξενοδοχειακού δυναμικού της ευρύτερης ζώνης του Δήμου Ρόδου σε ακτίνα 10 χλμ., όπου βρίσκονται τα 2/3 των ξενοδοχειακών καταλυμάτων του νησιού. Έτσι, η Κυβέρνηση έδωσε κίνητρα για τον εκσυγχρονισμό και την ανάκτηση της ανταγωνιστικότητάς των ξενοδοχείων, εντάσσοντας όλες αυτές τις περιοχές σε αναπτυξιακό νόμο.

Την ίδια περίοδο βλέπουμε και την ανησυχία της Τοπικής Αυτοδιοίκησης για το αδιέξοδο στο οποίο πορευόταν ο τουρισμός της Ρόδου. Εντοπίζοντας και αναλύοντας τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Ο.Τ.Α., κατέληξαν στο συμπέρασμα της επιτακτικής ανάγκης για παρέμβαση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στον ευαίσθητα χώρα του τουρισμού.

Κατά' αρχήν, πρωταρχική χαρακτηρίσθηκε η ανάγκη συνεργασίας δημόσιας και ιδιωτικής πρωτοβουλίας με την ταυτόχρονη παρέμβαση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Η μέχρι τότε οργανωτική δομή της Τ.Α., της στερούσε την ουσιαστική παρέμβαση στην περιφερειακή ανάπτυξη και κατ' επέκταση στο τουρισμό.

Συγκεκριμένα, τα αιτήματα των τουριστικών Οργανώσεων Τοπικής Αυτοδιοίκησης εντοπίζονται στα εξής:

- Δυσκολία να καλυφθούν οι ανάγκες υποδομής ξενοδοχειακών μονάδων ή άλλων τουριστικών επιχειρήσεων, από πλευράς σχεδιασμού.
- Παρεμπόδιση της συμμετοχής της Τ.Α. στην περιφερειακή ανάπτυξη.
- Προβλήματα, όπως το κυκλοφοριακό, οι συγκοινωνίες, η καθαριότητα, η μόλυνση των ακτών κ.λπ
- Ανεπαρκής διαφήμιση και προβολή του νησιού.
- Αδυναμία της Τοπικής Αυτοδιοίκησης να συμμετέχει στη διαμόρφωση μιας πολιτιστικής παρέμβασης, απαραίτητης για τη διατήρηση και διάσωση της ιδιαιτερότητας της Ρόδου.
- Σοβαρά προβλήματα πολεοδομίας και περιβάλλοντος, που ελάμβαναν ολοένα και μεγαλύτερες διαστάσεις, χωρίς δυνατότητα ουσιαστικής και αποτελεσματικής ανατροπής τους.

Χρόνο με το χρόνο τα προβλήματα του ροδιακού τουρισμού γίνονταν ολοένα και οξύτερα, ενώ παράλληλα υπήρχε μια παρατεταμένη αμφιβολία και ένα μεγάλο κενό, που σχετίζονταν με το μέλλον και τα μέτρα που έπρεπε να ληφθούν τόσο από την Τ.Α. όσο και από το ίδιο το κράτος. Σε όλα αυτά ερχόταν να προστεθεί και η έλλειψη ρεαλιστικών προτάσεων και κατευθύνσεων οι οποίες θα μπορούσαν να αμβλύνουν σε μεγάλο βαθμό τα προβλήματα που είχαν δημιουργηθεί.

Ως τις αρχές της δεκαετίας του '90, τα προβλήματα που δημιουργήθηκαν δεν έτυχαν σοβαρής αντιμετώπισης αλλά ούτε καν καταγραφής. Η ανάπτυξη των τουριστικών πόλεων της Ρόδου ήταν ένας τρόπος ανάπτυξης, ο οποίος δεν έλαβε

υπόψην του την ύπαρξη ανάλογης ή μη υποδομής. Οι παράλληλες υποδομές, που θα βοηθούσαν την ανάπτυξη αυτή ήταν ανεπαρκείς ή δεν υπήρξαν καθόλου. Η διαβίωση των τουριστών στα ξενοδοχεία ή τα όποια τουριστικά καταλύματα των πόλεων και των χωριών, η μετακίνησή τους, ο τρόπος διασκέδασης και αναψυχής, οι τρόποι και χώροι αποκομιδής των απορριμμάτων, καθώς και τα προβλήματα των αρχαιολογικών χώρων και των ακτών, πολλαπλασίασαν τα μεγέθη των θεμάτων του ροδιακού τουρισμού όπως επίσης και την προβληματική σχέση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης με τον τουρισμό.

Παράλληλα, θα πρέπει να αναφερθούν οι περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες της Τ.Α., που δεν κατάφεραν να ικανοποιήσουν βασικές ανάγκες και προβλήματα που δημιουργήθηκαν, από τη συνεχή άναρχη δόμηση, αποτέλεσμα της εξίσου άναρχης τουριστικής ανάπτυξης. Όπως εξάλλου δεν κατάφερε να αντιμετωπίσει θέματα πολιτιστικά, την προστασία των δασών, την ανάγκη προβολής και διαφήμισης του νησιού και γενικότερα όλα τα γνωστά προβλήματα που την απασχολούν.

Παραμελήθηκε επίσης αρκετά η συνεργασία κράτους και τοπικής αυτοδιοίκησης, ενώ ιδιαίτερα εμφανής υπήρξε η υποβάθμιση του ρόλου της τοπικής αυτοδιοίκησης. Παρόλ' αυτά κύριες προτάσεις της , ώστε να συμβάλει ουσιαστικά στα προβλήματα που δημιούργησε ο τουρισμός στο νησί της Ρόδου ήταν:

i. Να τεθεί σε επιστημονική βάση μελέτη, όπου που θα επεξεργάζεται ανά περιοχή τα προβλήματα που προκύπτουν από την τουριστική ανάπτυξη.

ii. Εκλογή οργάνου που θα μπορεί να έχει επαφή και συνεργασία με τα επίσημα όργανα του κράτους και άλλους φορείς.

iii. Επανεξέταση οικονομικών δεδομένων και επιχορηγήσεων για τις τουριστικές Ο.Τ.Α. της Ρόδου

iv. Κατάθεση συγκεκριμένων προτάσεων από την πολιτεία για χρηματοδοτήσεις, που θα αφορούν την τουριστική ανάπτυξη του νησιού.

v. Προσπάθεια επίσπευσης διαδικασιών για την καθιέρωση β' και γ' βαθμού Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

vi. Παροχή βοήθειας σε πρωτοβουλίες που σχετίζονται με διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

vii. Διοργάνωση συνεδρίων και σεμιναρίων κατά τη χειμερινή περίοδο.

viii. Καθιέρωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

Από νωρίς επίσης, επισημάνθηκε η ανάγκη μιάς στενότερης και οργανικής συνεργασίας ιδιωτικών φορέων του ελληνικού τουρισμού, δηλαδή της ένωσης Ξενοδόχων Ρόδου, με την Τ.Α., τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό περιφερειακό επίπεδο, ενώ παράλληλα θα έπρεπε να είχε οριοθετηθεί το φάσμα των τομέων που θα μπορούσαν να επέμβουν αποτελεσματικότερα.

Η υλοποίηση μιας τέτοιας συνεργασία θα είχε ως επακόλουθο την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των περιορισμένων οικονομικών πόρων για την παραγωγή και την περαιτέρω ανάπτυξη του ροδιακού τουρισμού.

Η πτωτική τάση των αφίξεων που παρατηρήθηκε στις αρχές της δεκαετία του '90, καθώς και η συνεχώς αυξανόμενη προσφορά σε αντίθεση με την μείωση της ζήτησης, η οποία δεν παρουσιάζεται και πολύ ευοίωνη, αποτελούσε το κυρίαρχο πρόβλημα. Το φαινόμενο αυτό ήταν απόρροια εσωγενών και εξωγενών παραγόντων, όπως το επίπεδο των τιμών, η ανταγωνιστικότητα του ροδιακού τουριστικού προϊόντος καθώς και το επίπεδο των προσφερομένων υπηρεσιών. Ένα ακόμα θέμα, ήταν το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, το οποίο ως σήμερα αποτελεί πρόβλημα, που επηρέασε την ποιότητα του ροδιακού τουριστικού προϊόντος, ενώ ταυτόχρονα επηρεάστηκε και η διαφύλαξη της τουριστικής φήμης του νησιού.

Πρέπει να σημειωθεί, ότι η περίοδος αυτή του ροδιακού τουρισμού συνοδεύτηκε και από την ελλιπή προβολή και διαφήμιση, που αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο για την προώθηση του τουρισμού. Εδώ φάνηκε και η ανάγκη συνεργασίας κράτους και τοπικής αυτοδιοίκησης, σε έναν ακόμα νευραλγικό τομέα ανάπτυξης του τουρισμού. Ταυτόχρονα, άρχισε να κάνει έντονη τη παρουσία της η αναγκαιότητα συνεργασίας ιδιωτικού και δημόσιου τομέα στα θέματα υποδομής, για την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που σίγουρα θα φέρουν καλύτερα αποτελέσματα και μεγαλύτερες επιδόσεις στον τουρισμό του νησιού.

Η κρίση του τουρισμού της Ρόδου οδήγησε στη συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου σε 5 ή 5,5 μόλις μήνες και σε μείωση των εισπράξεων. Αυτά φυσικά δεν μπορούν να αποδοθούν μόνο σε αδυναμίες ή παραλείψεις των επιχειρηματιών του τουριστικού κυκλώματος, αφού και αυτοί έχουν κάποιες ευθύνες για την κατάσταση του χειμερινού τουρισμού στη Ρόδο. Μερικές από τις ευθύνες αυτές είναι οι εξής:

- αδιαφορία για τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση των υπηρεσιών στις επιχειρήσεις τους,
- αδιαφορία για την αναζήτηση νέων προϊόντων και τον εμπλουτισμό των ήδη υπαρχόντων και τέλος
- αδιαφορία στο να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις της σύγχρονης τουριστικής ζήτησης.

Ωστόσο το μεγαλύτερο μέρος των ευθυνών βαρύνει το ίδιο το κράτος για τους εξής λόγους:

- Δεν αντιμετώπισε τον τουρισμό, ως βασικό παράγοντα της Εθνικής Οικονομίας.
- Δε συγκράτησε το τουριστικό κόστος, με ανάλογες πολιτικές και μέτρα ώστε να διατηρήσει το τουριστικό προϊόν της νήσου την ανταγωνιστικότητά του.
- Δε φρόντισε να δώσει λύσεις στα προβλήματα βασικών τουριστικών υποδομών (αεροδρόμια, μαρίνες κ.λπ.).
- Όσον αφορά τη διαφήμιση και την προβολή παρενέβη «πυροσβεστικά», σε ιδιαίτερα κρίσιμες περιόδους, όταν οι ανταγωνιστικοί προορισμοί διακοπών (με παρόμοια τουριστικά θέλγητρα) έχουν μόνιμη και συνεχή παρουσία στις διεθνείς τουριστικές αγορές με εντυπωσιακή διαφημιστική καμπάνια.

Τέλος δεν πρέπει να παραλείψουμε ότι η ακολουθούμενη πολιτική της σκληρής δραχμής και όλων των λοιπών επιβαρύνσεων (τέλη αεροδρομίου κ.λπ.) που ενεργούν προς την ίδια κατεύθυνση, είχε δυσμενείς συνέπειες στην ανταγωνιστικότητα του τουρισμού του νησιού.

Έτσι, κοντά στα μέσα της δεκαετίας, βλέπουμε μια κρίση συνειδησεως από την πλευρά του κράτους, το οποίο αποφασίζει να δώσει κάποια σημασία πια στον ελληνικό τουρισμό και ειδικότερα στην περίπτωση του ροδιακού τουρισμού. Η Ρόδος αποτελούσε και εξακολουθεί να αποτελεί ιδανικό προορισμό για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού, αν μάλιστα λάβουμε υπόψη μας προορισμούς όπως η Κύπρος, η Μάλτα ή η Μαγιόρκα, όπου επικρατούν παρόμοιες κλιματολογικές συνθήκες. Αυτές μπόρεσαν να αναπτύξουν με πολύ καλά αποτελέσματα το χειμερινό τουρισμό χάρη στην εφαρμογή συγκεκριμένης τουριστικής πολιτικής που παγίως προσέφερε κίνητρα. Παρόμοια κίνητρα θα πρέπει να δοθούν και για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού στη Ρόδο.

Λαμβάνοντας υπόψην αυτά το κράτος προχώρησε σε συγκεκριμένες ενέργειες για την προσέλκυση τουριστών και τη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου όπως:

⇐ Πρώτα απ' όλα, ο ΕΟΤ αφυπνίστηκε και προχώρησε σε προγράμματα όπου ως πρώτη κίνηση περιελάμβανε την κατάρτιση εντύπου με την επωνυμία «Ρόδος 4 εποχές», προκειμένου να πληροφορηθούν οι ενδιαφερόμενοι και να αποκτήσουν μια εικόνα της Ρόδου.

⇐ Δεύτερο βήμα της στρατηγικής του ΕΟΤ ήταν η πρόταση για την εκτύπωση διαφημιστικής αφίσας για τη Ρόδο.

⇐ Επιπλέον ο ΕΟΤ αναλαμβάνει μέρος των εξόδων για τη διοργάνωση εκδηλώσεων, με σκοπό την προώθηση του χειμερινού τουρισμού της Ρόδου σε αγορές εξεδήλωσαν έντονο ενδιαφέρον.

Πέρα των ανωτέρω ενεργειών υποβλήθηκαν και οι πιο κάτω προτάσεις που αφορούν την πολιτιστική ανάπτυξη και ενίσχυση του νησιού καθώς και την οικονομικότερη προσφορά υπηρεσιών κατά τη χειμερινή περίοδο. Έτσι έχουμε:

i. Δημιουργία προγράμματος εκδηλώσεων από το Δήμο Ρόδου. Οι εκδηλώσεις αυτές δεν είχαν σαν αποκλειστικό σκοπό τους την οικονομική τόνωση της Ρόδου αλλά στόχευαν επίσης στη διεύρυνση των πολιτιστικών δρόμων και έξω από το λεκανοπέδιο της Αττικής.

ii. Κατασκευή βιντεοκασέτας με τουριστικό, πολιτιστικό και ιστορικό περιεχόμενο που είχε Σα σκοπό να δώσει μια πιο σαφή εικόνα για τον τόπο και το λαό της Ρόδου.

Βασικό ρόλο, στην επιλογή της Ρόδου από τους τουρίστες για διακοπές το χειμώνα (δεδομένου ότι στις συνειδήσεις των τουριστών η Ρόδος θεωρείται κατεξοχήν θερινός προορισμός), παίζει φυσικά ο οικονομικός παράγοντας. Έτσι, μια ακόμη πρόταση ήταν η συνεργασία των φορέων με τον Εμπορικό σύλλογο του νησιού, προκειμένου να χορηγηθούν εκπτώσεις στους τουρίστες κατά τη διάρκεια του προγράμματος «χειμερινός τουρισμός», καθώς και η παροχή κινήτρων από τους επιχειρηματίες της Ρόδου με ειδικές τιμές για τους χειμερινούς τουρίστες. Συγκεκριμένα κρίθηκε σκόπιμη η δημιουργία ελκυστικών προσφορών από τα ξενοδοχεία για ορισμένες κοινωνικές ομάδες Ευρωπαίων τουριστών, όπως, συνταξιούχους φοιτητές και εργαζόμενους. Η βασική ιδεολογία υπαγόρευε ότι μόνο με τις χαμηλές, προσιτές τιμές θα κατάφερναν να προσελκύσουν τους τουρίστες και να τους παγιδεύσουν τόσο με την ομορφιά της Ρόδου, όσο και με την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών.

Μέσα στα πλαίσια του προγράμματος προβλεπόταν επίσης η συνεργασία του Δήμου της Ρόδου και του Επιμελητηρίου, για τη προβολή και τη διαφήμιση του νησιού, η οποία θα περιλάμβανε διδυμοποιήσεις πόλεων, καλλιτεχνικές ανταλλαγές και παρουσιάσεις. Εξάλλου, από πλευράς Επιμελητηρίου και για την πιο ολοκληρωμένη προβολή, συμπεριλήφθηκε στο πρόγραμμα του χειμερινού τουρισμού της Ρόδου, η συνεργασία με τα υπόλοιπα Επιμελητήρια των Ευρωπαϊκών κρατών.

Μια τελευταία πρόταση ήταν και η διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων, όπως π.χ. ένας μίνι Μαραθώνιος, στον οποίο θα μπορούσαν να λάβουν μέρος όλοι οι τουρίστες και να επιβραβεύονταν με τιμητικό δίπλωμα ή μετάλλιο.

Το ενδιαφέρον των ξενοδόχων της Ρόδου, έχοντας πάντα ως βάση αυτό το πρόγραμμα, εκφράστηκε προς διάφορους δημόσιους φορείς (ΕΟΤ, Περιφέρεια Αιγαίου και Ο.Α.) με τις εξής προτάσεις:

- Εφαρμογή ισχυρών κινήτρων όπως αυτά που εφάρμοσε ο ΕΟΤ για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στη Κρήτη.

• Ένταξη του εκσυγχρονιστικού έργου των εγκαταστάσεων του γκολφ Αφάντου στο Β' πακέτο Ντελόρ (Β' Κ.Π.Σ.), το οποίο αποτελεί βασικό κίνητρο για την προσέλκυση υψηλής ποιότητας τουρισμού κατά τους χειμερινούς μήνες.

• Απευθείας σύνδεση της Ρόδου (με τακτικές πτήσεις της Ο.Α.) με μεγάλες Ευρωπαϊκές πόλεις.

• Θέσπιση οικονομικών, φορολογικών και πολεοδομικών κινήτρων, μέσω κατάρτισης αναπτυξιακού νόμου, με σκοπό τον εκσυγχρονισμό των ξενοδοχείων.

Παραθέτοντας παρακάτω τον πίνακα με τα στοιχεία της Διεύθυνσης Τουρισμού Δωδεκανήσου του ΕΟΤ, θα γίνει μια προσπάθεια παρουσίασης των αφίξεων και διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών, προκειμένου να κατανοήσουμε, ποιές αγορές εξέφρασαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τη Ρόδο. Ο Πίνακας 1 στην παρακάτω σελίδα αφορά τις περιόδους 1992-1993.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΡΟΔΟΥ 1992-1993				
ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΕΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ		ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	
	1993	1992	1993	1992
ΑΓΓΛΟΙ	152621	190581	1667847	2057542
ΑΥΣΤΡΙΑΚΟΙ	37731	43093	403673	479821
ΒΕΛΓΟΙ	22477	23510	242999	261554
ΓΑΛΛΟΙ	8262	9141	46962	69617
ΓΕΡΜΑΝΟΙ	264355	228903	3203047	2805132
ΔΑΝΟΙ	31432	33811	258794	311885
ΕΛΒΕΤΟΙ	18794	16342	190475	158846
ΙΤΑΛΟΙ	60596	59359	500923	496538
ΚΥΠΡΙΟΙ	6471	5658	34332	33485
ΝΟΡΒΗΓΟΙ	9850	16419	106293	172279
ΟΛΛΑΝΔΟΙ	43029	47791	475468	546377
ΣΟΥΗΔΟΙ	39612	54403	350530	505788
ΦΙΝΛΑΝΔΟΙ	30905	48108	264095	428055
ΗΠΑ	13094	10875	47821	37990
ΚΑΝΑΔΟΙ	3852	4203	19455	21170
ΙΣΡΑΗΛΙΝΟΙ	11773	4002	68828	23045
ΙΑΠΩΝΕΣ	3532	2830	8861	8527
ΣΥΡΙΟΙ	2132	1436	14140	9919
ΤΟΥΡΚΟΙ	3390	1996	18138	9935
ΝΟΤΙΟΑΦΡΙΚΑΝΟΙ	677	705	2649	2227
ΑΙΓΥΠΤΙΟΣ- ΣΟΥΔΑΝ	2087	1662	13607	11485
ΑΥΣΤΡΑΛΟΙ	3554	2359	19489	8103
ΔΙΑΦΟΡΟΙ	9494	11930	77396	95146
ΣΥΝΟΛΟ	906778	953547	8657300	9163652

Είναι φανερό, ότι οι μεγάλες αγορές για τον προορισμό της Ρόδου ήταν η Αγγλία, η Γερμανία και η Σκανδιναβία, Το 1993 επισκέφθηκαν τη Ρόδο 906.778 αλλοδαποί τουρίστες ενώ πραγματοποίησαν αντίστοιχα 8.657.300 διανυκτερεύσεις. Η πτώση των αλλοδαπών τουριστών στη Ρόδο αποδεικνύει την επίδραση των ακριβών αεροπορικών εισιτηρίων και γενικότερα του υψηλού κόστους μεταφοράς. Η διαφήμιση και η προβολή του νησιού, όπως και η αντιμετώπιση των προβλημάτων του τουρισμού της Ρόδου, αποτέλεσε το κύριο αντικείμενο των προσπαθειών της νομαρχιακής επιτροπής τουρισμού, που ωστόσο δεν πήρε τις απαιτούμενες αποφάσεις ούτε και έδρασε με τους ανάλογους ρυθμούς.

Η ελπίδα για χειμερινό τουρισμό στο νησί της Ρόδου άρχισε να αποδυναμώνεται από τις πολλαπλές δυσκολίες που παρουσιάστηκαν. Για το λόγο αυτό οι τοπικοί, δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς της νήσου αποφάσισαν την επιδότηση χειμερινών προγραμμάτων των Τ.Ο. για τη δημιουργία εντύπου υλικού και αφισών με τα οποία θα προέβαλαν τις μονάδες που θα έμεναν ανοιχτές το χειμώνα. Παράλληλα χορηγήθηκαν ειδικές τιμές από τους τουριστικούς πράκτορες καθώς και ειδικές εκπτώσεις από τα εμπορικά καταστήματα, επιδοτήθηκαν φιλοξενίες δημοσιογράφων και εκδηλώσεις αθλητικού, πολιτιστικού και ψυχαγωγικού περιεχομένου ενώ έγιναν προσπάθειες για απευθείας αεροπορική σύνδεση της Ρόδου με τις αγορές της Αγγλίας, Γερμανίας και Σκανδιναβίας, ώστε να επιτευχθεί ενίσχυση του τουριστικού ρεύματος τους χειμερινούς μήνες. Συγχρόνως οι Τ.Ο. των μεγάλων αγορών εξέφρασαν ενδιαφέρον για τη δημιουργία ειδικών πακέτων για τη Ρόδο κατά τη χειμερινή περίοδο Νοεμβρίου-Μαρτίου. Βέβαια η κίνηση αυτή των Τ.Ο. προϋποθέτει τις ειδικές προσφορές και τα κίνητρα που προαναφέρθηκαν καθώς και άλλα τα σπουδαιότερα από τα οποία είναι:

- Η απαλλαγή από τα τέλη των αεροδρομίων κατά τους χειμερινούς μήνες, και
- Η ενίσχυση διαφημιστικών προγραμμάτων των Τ.Ο. κατά 30%

Με το ενδιαφέρον τόσο από την πλευρά των Τ.Ο. όσο και του ΕΟΤ, επιτεύχθηκαν πτήσεις από τρεις βασικές χώρες: τη Γερμανία, την Ελβετία και την Αγγλία. Πρέπει επίσης να επισημάνουμε την αναγκαιότητα συμβολής και συμπαράστασης που φάνηκε να υπάρχει στο σχέδιο δράσης για την επιμήκυνση

της Ολυμπιακής Αεροπορίας. Βλέποντας το ενδιαφέρον της αγγλικής αγοράς για outgoiing τουρισμό προς τη Ρόδο για χειμερινές διακοπές, και στα πλαίσια της εξυγίανσης της από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Ολυμπιακή Αεροπορία άρχισε να βλέπει θετικά τον εμπλουτισμό της με τέτοιου είδους δρομολόγια, ώστε να διευρυνθεί η πελατειακή βάση της. Το πρόγραμμα εξυγίανσης περιελάμβανε την προσέγγιση της επιχειρηματικής αγοράς και ειδικότερα τμημάτων αυτής όπως ο συνεδριακός τουρισμός, ο αθλητικός και άλλες μορφές τουρισμού, με συστηματικό τρόπο, ενισχύοντας τα έσοδα της κατά την χειμερινή περίοδο. Στα πλαίσια του παραπάνω σχεδίου δράσης έγιναν κινήσεις για τη σύνταξη και εκτύπωση ενημερωτικού φυλλαδίου σε σύντομο χρονικό διάστημα και για τη διανομή του σε όλους τους ενδιαφερόμενους Τ.Ο. του εξωτερικού (το φυλλάδιο τυπώθηκε σε 3000 αντίτυπα στην αγγλική και σε 3000 στη γερμανική γλώσσα).

Ο ΡΟΔΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΗΜΕΡΑ

Ο Ροδιακός τουρισμός εξακολουθεί να βρίσκεται σε σταυροδρόμι. Όλοι όσοι εμπλέκονται στο τουριστικό κύκλωμα δημιουργούν την εντύπωση-σε έναν ψύχραιμο παρατηρητή- ότι η χάραξη μιας ενιαίας στρατηγικής αναζωογόνησης έχει παγιδευτεί σε έναν λαβύρινθο αναβλητικότητας όσον αφορά τη λήψη και κυρίως την υλοποίηση θεμελιακών αποφάσεων.

Αν και οι ελπίδες για ένα νέο ξεκίνημα παραμένουν ζωντανές και αφού οι δυνάμεις που θα μπορούσαν να συμβάλουν υπάρχουν, η καθημερινή τουριστική πραγματικότητα φαίνεται να τραβάει το δρόμο της όπως-όπως. Η νότια Ρόδος παρά την έλλειψη υποδομής, εξακολουθεί να κερδίζει το ενδιαφέρον «καλών» τουριστών ενώ η ανατολική πλευρά συνεχίζει να δέχεται το βάρος της άναρχης ανάπτυξης. Η διαφήμιση και προβολή του νησιού ακολούθησαν ως τώρα κλασικούς δρόμους, χωρίς ιδιαίτερη πρωτοτυπία ή κάποιο ξεχωριστό ενδιαφέρον. Η διαπραγματευτική βάση του νησιού έναντι των Τ.Ο. εξακολουθεί να είναι ανίσχυρη, λόγω της αδυναμίας των επιχειρηματιών να αντεπεξέλθουν σε όσα αρνητικά προκάλεσαν η επιβολή του λεγόμενου σπατόσημου, η σταδιακή υποβάθμιση του προφίλ του συγκεκριμένου τουριστικού προορισμού, ο σκληρός ανταγωνισμός μεταξύ περιοχών και μονάδων, η έλλειψη κινήτρων για εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων

επιχειρήσεων και τέλος η αδυναμία στήριξης των μικρών μονάδων στη μάχη της επιβίωσης. Παρόλα αυτά οι χρονιές 1994 και 1995 εξελίχθηκαν γενικά ικανοποιητικά και το εισπραχθέν συνάλλαγμα για τη Ρόδο παρουσίασε ανοδική πορεία. Είναι γεγονός ότι οι τότε συγκυρίες της διεθνούς πολιτικής σκηνής (Γιουγκοσλαβικό, Μέση Ανατολή) ευνόησαν τη γενική τουριστική κίνηση προς το νησί. Η αναζήτηση όμως νέων αγορών είναι ένας άμεσος στόχος των τουριστικών παραγόντων. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι χώρες της Ανατολικής Ευρώπης καθώς και οι Μεσογειακές χώρες, ενώ η επίλυση των προβλημάτων αναμένεται ότι θα ενδυναμώσει μετά από χρόνια το τουριστικό ρεύμα προς τη Ρόδο. Ωστόσο, σημαντικό ποσοστό από τις 69.511 κλίνες της Ρόδου(εκ των οποίων οι ξενοδοχειακές φτάνουν τις 54.655), τα 223 τουριστικά γραφεία, οι 169 επιχειρήσεις ενοικιάσεως αυτοκινήτων και τα πολλά εμπορικά καταστήματα αδυνατούν να προσφέρουν ποιοτική και αναβαθμισμένη εξυπηρέτηση, αφού απουσιάζουν τα κίνητρα για εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων ης Ρόδου. Ταυτόχρονα έχουμε την οικονομική κρίση στην Ευρώπη η οποία επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τις τουριστικές ροές.

Σε βραχυπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη βάση προγραμματίζονται: α) κρουαζιέρα-πλωτή έκθεση τουρισμού σε θέματα της Ευρώπης (Οκτώβριος-Νοέμβριος), β) ελκυστικές προσφορές σε ειδικές κοινωνικές ομάδες (συνταξιούχοι, φοιτητές, εργαζόμενοι) γ) συνεργασία με τη νομαρχιακή επιτροπή τουρισμού για την προώθηση των τουριστικών δραστηριοτήτων της Ρόδου.

Όπως και να έχει, η Ρόδος έχει ανάγκη τόνωσης, όπως ανάγκη τόνωσης έχει και το ηθικό των παραγόντων του νησιού. Ας δούμε όμως την κίνηση προς το νησί παρουσιάζοντας τους παρακάτω πίνακες.

Έτσι όπως ανακοινώθηκαν τα στοιχεία με βάση τα μηνιαία δελτία αφίξεων και διανυκτερεύσεων των ξενοδοχείων της Ρόδου, για τα πρώτα τετράμηνα των ετών 1994-1996, η τουριστική ζήτηση που σημειώθηκε, ήταν η εξής:

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Α' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ			
ΑΦΙΞΕΙΣ			
	1996	1995	1994
ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	55391	72034	70483
ΗΜΕΔΑΠΟΙ	43946	56872	58083
ΣΥΝΟΛΟ	99337	128906	128566

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Α' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ			
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ			
	1996	1995	1994
ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	376316	503686	531018
ΗΜΕΔΑΠΟΙ	162913	206144	214899
ΣΥΝΟΛΟ	539229	710830	745917

Αφίχθησαν όπως φαίνεται από τον Πίνακα 2, συνολικά, 99.337 τουρίστες έναντι των 128.906 του α' τετραμήνου του 1995 και των 128.566 την αντίστοιχη περίοδο του 1994. Όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις στο πρώτο τετράμηνο του 1996 σημειώθηκαν 539.229 διανυκτερεύσεις έναντι των 710.830 του 1995 και των 745.917 του 1994. Παράλληλα, εμφανίστηκε μια ελπιδοφόρα αύξηση των πτήσεων charter, ενώ ταυτόχρονα αναθερμάνθηκε η φινλανδική αγορά. Επιπλέον, νέες αγορές, όπως η ρωσική, η ουγγρική και η πολωνική, παρουσιάζουν ενθαρρυντικά δείγματα για μια ουσιαστική μελλοντική παρουσία, τόσο στη Ρόδο όσο και στη γενικότερη περιοχή της Δωδεκανήσου.

Για να κρατηθεί η Ρόδος στο προσκήνιο του τουρισμού, θα πρέπει να προσπαθήσουν οι υπεύθυνοι για τη σωστή προβολή του νησιού μέσα από τη φιλοξενία ξένων δημοσιογράφων, τη συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις, τις διοργανώσεις «ελληνικών εβδομάδων» κ.λπ., ώστε να επιτευχθεί η ανάπτυξη μιας ουσιαστικής επαφής με τους υποψήφιους τουρίστες, αλλά και να δημιουργηθεί μια θετική εικόνα για τα νησιά του συμπλέγματος της Δωδεκανήσου. Έχει αποδειχθεί,

πως όταν επιχειρήθηκε μια άμεση προσέγγιση των αγορών τα αποτελέσματα ήταν πάντα θεαματικά. Η τόνωση του χειμερινού τουρισμού μέσα από το σύνθημα «Η άλλη όψη του ήλιου» μπορεί να αναγεννήσει τον τουρισμό στην πόλη της Ρόδου και φυσικά να προωθήσει τον συνεδριακό τουρισμό και να αναπτύξει τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού.

Η προσπάθεια προβολής και διαφήμισης πήρε για τον ΕΟΤ τη θέση εθνικού θέματος αφού μια από τις ενέργειές του ήταν η επιδότηση της Νομαρχιακής Επιτροπής Προώθησης του Τουρισμού. Αξίζει τέλος να σημειωθεί το έντονο ενδιαφέρον των Ελλήνων και ξένων επισκεπτών για τα νησιά αυτά κατοπινής προβολής αυτής.

Ας σκεφτούν λοιπόν οι υπεύθυνοι τις απεριόριστες δυνατότητες ανάπτυξης της περιοχής και ας ενεργήσουν σκεπτόμενοι το πόσο ανάγκη έχει η Ρόδος την ανανέωση του τουριστικού της προϊόντος.

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΡΟΔΟ.

Η σημερινή κρίση δεν οφείλεται μόνο στις εγγενείς αδυναμίες ή παραλήψεις που αναφέρθηκαν παραπάνω αλλά και σε εξωτερικούς παράγοντες. Οι Ευρωπαίοι από τους οποίους αντλούμε το 90% της πελατείας μας, αντιμετωπίζουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα που επηρεάζουν τα ταξίδια τους. Έτσι οι Δ. Ευρωπαίοι μέλη της ΕΟΚ αντιμετωπίζουν προβλήματα που προέρχονται από τα μέτρα λιτότητας που επιβάλλει η σύγκλιση, ενώ οι Ανατολικοί λόγω των ραγδαίων μεταβολών στο οικονομικό και κοινωνικό τους σύστημα.

Εξίσου δυναμικός σημαντικός παράγοντας είναι και η δυναμική παρουσία των νέων προορισμών στην Ανατολική και Αφρικανική Μεσόγειο, στη Νοτιοανατολική Ασία και στην Αμερική. Τα πακέτα που προσφέρουν σήμερα η Τουρκία και το Μαρόκο, είναι φθηνότερα από τα δικά μας, ενώ πακέτα με μακρινούς προορισμούς όπως η Ταϊλάνδη και η Φλώριδα, βρίσκονται στα ίδια περίπου επίπεδα με τα δικά μας. Σε όλα αυτά θα πρέπει να προσθέσουμε και την τάση του σύγχρονου τουρίστα που πια αναζητά κάτι περισσότερο από τον ήλιο και τη θάλασσα, ένα νέο και διαφορετικό τουριστικό προϊόν. Δεν είναι επομένως τυχαίο το γεγονός ότι οι

παραδοσιακοί προορισμοί της Μεσογείου προωθούν νέες μορφές τουρισμού με σκοπό να δημιουργήσουν τουριστική κίνηση κατά τους χειμερινούς μήνες και έτσι να επιτύχουν την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Αυτό συμβαίνει γιατί και αυτοί, πλήττονται από τη συνεχώς συρρικνούμενη τουριστική περίοδο και τις συνέπειές της. Νησιωτικοί προορισμοί λοιπόν όπως, η Μαγιόρκα, η Ισπανία και η Κύπρος (περιοχές με κλίμα αλλά και επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης παρόμοιο με αυτό της Ρόδου), κατόρθωσαν να αναπτύξουν το χειμερινό τουρισμό τους, με μια σειρά μέτρων και πολιτικών που έλαβαν τόσο οι κυβερνήσεις τους όσο και οι επιχειρηματίες του κλάδου.

Μερικά από τα μέτρα και τις πολιτικές που εφαρμόζονται σε αυτούς τους προορισμούς είναι τα εξής:

- Κίνητρα στους Tour Operators.
- Μειώσεις στα τέλη διακίνησης και εξυπηρέτησης των αερομεταφορών.
- Δημιουργία έργων υποδομής για ειδικές μορφές τουρισμού (γήπεδα γκολφ, αθλητικές εγκαταστάσεις, πολιτιστικές διαδρομές κ.λπ.).
- Μειωμένες τιμές στις παρεχόμενες υπηρεσίες (ξενοδοχεία, μεταφορές, καταστήματα, εστιατόρια κ.λπ.)

Αυτό που πρέπει να σημειωθεί εδώ είναι ότι στους Μεσογειακούς προορισμούς που αναπτύχθηκε ο Χειμερινός τουρισμός, μεγάλο και ουσιαστικό ρόλο έπαιξε η κρατική παρέμβαση άμεση και έμμεση. Είναι γεγονός ότι η ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού έχει σημαντικό κόστος, το οποίο είναι δύσκολο να αντέξει εξολοκλήρου ο επιχειρηματίας, ιδιαίτερα τα πρώτα χρόνια, αφού αντιμετωπίζει σοβαρό επιχειρηματικό κίνδυνο.

Κάτω από αυτές τις συνθήκες, οι τουριστικοί παράγοντες της Ρόδου, αποφάσισαν να επαναφέρουν το θέμα του χειμερινού τουρισμού και να το προσεγγίσουν στα πλαίσια του γενικότερου προβλήματος της εποχικότητας με κύριο σκοπό τους να το αντιμετωπίσουν. Θεώρησαν λοιπόν ότι αυτό μπορεί να αντιμετωπιστεί με τις εξής ενέργειες:

i. Την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, ώστε να επανέλθει η θερινή τουριστική περίοδος από την 1^η Απριλίου μέχρι την 31^η Οκτωβρίου.

ii. Την προώθηση νέων μορφών τουρισμού και

iii. Την ανάπτυξη του Χειμερινού Τουρισμού ως αυτοτελούς προϊόντος που αποσκοπεί στην επέκταση της περιόδου και προσφέρεται χρονικά από την 1^η Νοεμβρίου έως την 31^η Μαρτίου.

Η επίτευξη των στόχων αυτών είναι εφικτή όχι μόνο γιατί υπάρχουν τα παραδείγματα των ξένων εμπειριών, αλλά κυρίως γιατί η Ρόδος διαθέτει σημαντικά φυσικά, πολιτιστικά και ανθρωπογενή στοιχεία για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού και γενικά για την προώθηση των νέων μορφών τουρισμού. Εξάλλου, όλοι οι παράγοντες του τόπου, οι εκπρόσωποι της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, των Ο.Τ.Α., των παραγωγικών τάξεων αλλά και των τουριστικών επιχειρήσεων, είναι αποφασισμένοι η προσπάθειά τους να καταλήξει αυτή τη φορά σε θετικά αποτελέσματα.

Η επίτευξη των στόχων μας θα επιδιωχθεί με μία σειρά μέτρων και ενεργειών, που έχουν κατατεθεί υπό τη μορφή προτάσεων στα πλαίσια μελέτης του Ινστιτούτου Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Ερευνών. Από τον εποικοδομητικό διάλογο των φορέων θα διαμορφωθούν οι τελικές προτάσεις που θα έχουν το εξής περιεχόμενο:

1. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού στη Ρόδο, που βρίσκεται μακριά από τις παραδοσιακές της αγορές (Βρετανία, Γερμανία, Σκανδιναβία), είναι η απευθείας αεροπορική σύνδεση του νησιού με τις χώρες αυτές. Αυτό θα συμβεί μόνο όταν το κράτος εξασφαλίσει για τις ξένες εταιρίες ναυλωμένων πτήσεων: μείωση των αεροπορικών τελών, συμμετοχή στις δαπάνες της διαφήμισης κ.α. και μόνο όταν η Ο.Α. παρέμβει με τακτικές ή έκτακτες πτήσεις και ειδικούς χαμηλούς ναύλους.

2. Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού, προϋποθέτει ξενοδοχεία με κατάλληλο εξοπλισμό και εγκαταστάσεις που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες του χειμερινού τουρίστα, που περνά τις περισσότερες ώρες του στο ξενοδοχείο. Έτσι η διαμονή των τουριστών θα γίνει άνετη και ευχάριστη εφόσον θα υπάρξουν πιο λειτουργικά δωμάτια, καλύτερες

δυνατότητες εστίασης, ψυχαγωγία και άθληση ή ακόμα καλύτερα δυνατότητα «τηλεργασίας».

3. Η ανάδειξη και η προβολή των πολιτιστικών και φυσικών στοιχείων της Ρόδου τόσο της πρωτεύουσας όσο και της περιφέρειας θα προσελκύσουν σίγουρα ειδικές κοινωνικές ομάδες άνευ επαγγελματικών περιορισμών που μπορούν και ταξιδεύουν το χειμώνα.

4. Η προώθηση των νέων μορφών τουρισμού συνδέεται άμεσα με μία σειρά έργων τουριστικής υποδομής, που είναι τα εξής:

⇒ Η κατασκευή της μαρίνας

→ Ο εκσυγχρονισμός και η επέκταση του γκολφ του Αφάντου, καθώς και η δημιουργία δύο νέων στη νότια και βορειοδυτική Ρόδο.

→ Η ολοκλήρωση των αθλητικών εγκαταστάσεων του Καρακόνερου και η προώθηση του προγραμματισθέντος νέου κολυμβητηρίου.

→ Η αναστήλωση και η επαναλειτουργία του Υδροθεραπευτηρίου της Καλλιθέας.

→ Η αποκατάσταση και λειτουργία του Ξενοδοχείου των Ρόδων και του Καζίνο.

→ Η αξιοποίηση του ορεινού ξενοδοχειακού συγκροτήματος του Προφήτη Ηλία, το οποίο θα εξυπηρετήσει τον οικολογικό τουρισμό και τέλος

→ Η διευθέτηση και οργάνωση πολιτιστικών διαδρομών.

5. Η προσέλκυση των τουριστών εκτός περιόδου αιχμής προϋποθέτει έρευνα αγοράς για τον εντοπισμό των κοινωνικών ομάδων που μπορούν να επισκεφτούν τη Ρόδο κατά τη διάρκεια του χειμώνα, καθώς και εντοπισμό των κινήτρων τους (μαθητές, σπουδαστές, νεόνυμφοι, συνταξιούχοι, άτομα τρίτης ηλικίας, σύνεδροι, αθλητές γκολφ, παίκτες του Καζίνο, κοινωνικοί τουρίστες, φυσιολάτρες κ.α.).

6. Η ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού δεν ενδιαφέρει μόνο τους ξενοδόχους και τους πράκτορες, αλλά όλες τις επιχειρηματικές τάξεις που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό, οι οποίες πρέπει να συμβάλλουν στη προσπάθεια

διατηρώντας τις επιχειρήσεις τους σε λειτουργία και καθιερώνοντας ειδικές προσφορές για τους επισκέπτες του χειμώνα.

7. Ιδιαίτερα πρέπει να τονισθεί ο ρόλος των Ο.Τ.Α. του νησιού, τόσο στην αναβάθμιση και τη διατήρηση της ζωής και των λειτουργιών της πόλης κατά τη διάρκεια του χειμώνα, όσο και στη διοργάνωση καλλιτεχνικών και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων. Επίσης, κρίνεται απαραίτητη η ενεργός συμμετοχή τους στις διαδικασίες κατασκευής, οργάνωσης και λειτουργίας των έργων τουριστικής υποδομής που βρίσκονται στα διοικητικά τους όρια.

8. Η διαφήμιση και η προβολή του χειμερινού τουρισμού, καθώς και των νέων μορφών τουρισμού αποτελεί βασική προϋπόθεση για να γίνουν ευρέως γνωστά τα όποια νέα τουριστικά προϊόντα. Προς αυτή την κατεύθυνση σημαντικό ρόλο καλείται να παίξει ο νεοσύστατος Οργανισμός Προώθησης Ροδιακού Τουρισμού με όλα τα τελευταία διαφημιστικά μέσα.

9. Είναι γνωστό ότι στις προσπάθειες που γίνονται για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού και τη προώθηση των νέων μορφών τουρισμού, εμπλέκονται πολλοί φορείς του ιδιωτικού και δημοσίου τομέα. Είναι λοιπόν αναγκαίο να δημιουργηθεί ένα συντονιστικό όργανο στο οποίο θα συμμετέχουν εκείνοι οι εκπρόσωποι και οι φορείς, που σε διαρκή βάση θα είναι σε θέση να παρακολουθούν τις εξελίξεις και να εισηγούνται τις ενδεικνυόμενες λύσεις.

10. Τέλος θα πρέπει να γίνει συνείδηση, ότι η προσπάθεια για ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού θα έχει αποτέλεσμα, μόνο αν υπάρξει γενική συμμετοχή του πληθυσμού. Χρειάζεται επομένως, να αναληφθεί μία εκστρατεία που θα ευαισθητοποιήσει και θα κινητοποιήσει όλες τις κοινωνικές ομάδες του πληθυσμού της Ρόδου προς αυτήν την κατεύθυνση.

Από την πλευρά του κράτους, με κύριο εκπρόσωπο τον ΕΟΤ, δρομολογούνται έργα ιδιαίτερης σπουδαιότητας για τον τουρισμό της Ρόδου και είναι τα εξής:

√ Έχουν γίνει οι απαραίτητες διαδικασίες έγκριση της μελέτης για τη μαρίνα της Ρόδου.

√ Αναμένεται η μεταφορά του Καζίνο της Ρόδου από το Grand Hotel στο Ξενοδοχείο των Ρόδων, το οποίο και πρόκειται να αναδειχθεί μέσα από σχετικά έργα ανάπλασης.

√ Εγκρίθηκε η μελέτη για την ανάπλαση των κτιρίων στις ιαματικές πηγές της Καλλιθέας, και έχει ήδη υπογραφεί η σχετική εργολαβική σύμβαση για την έναρξη των εργασιών.

√ Ακόμη εξετάζεται η αποπεράτωση των εγκαταστάσεων γκολφ στην περιοχή της Αφάντου, που είναι ιδιοκτησία του ΕΟΤ.

√ Έγκριση του ποσού των 6 εκατ. δρχ. για την πυροπροστασία της «Κοιλιάδας των Επτά Πηγών» και τον καθαρισμό της λίμνης.

Ωστόσο, για να γίνουν όλα αυτά τα έργα και για να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα, απαιτείται ενότητα και ομοφωνία.

Θα πρέπει τελειώνοντας να επισημανθεί ότι η προβολή του χειμερινού τουρισμού που γίνεται αυτή τη στιγμή για τη Ρόδο από πλευράς επιχειρηματιών, θα πρέπει να έχει την απαιτούμενη κρατική αρωγή. Μόνο έτσι θα δικαιωθούν οι προσπάθειές αυτών που πασχίζουν και φροντίζουν το χειμερινό τουρισμό της Ρόδου.

B. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ.

Σύντομη παρουσίαση του νησιού.

Με την αυγή της ιστορίας, αναπτύσσονται στην Κρήτη νεολιθικοί οικισμοί. Έπειτα, αναπτύσσεται ο Μινωικός πολιτισμός και ακολουθεί μια περίοδος παρακμής, η οποία ίσως να έχει τις ρίζες της στις καταστροφές που προκλήθηκαν από μια έκρηξη ηφαιστείου της Σαντορίνης και τα εξ' αυτής προκληθέντα παλιρροιακά κύματα. Στη συνέχεια καταγράφεται η έλευση Αχαιών, Δωριέων και Ρωμαίων. Εντωμεταξύ, η Κρήτη έχει εκχριστιανιστεί και παραμένει για πολλούς αιώνες υπό τη σκέπη του Βυζαντίου. Τέλος, κατά τη διάρκεια της πιο πρόσφατης χιλιετίας, πέρασαν κατά διαστήματα από την Κρήτη οι Άραβες, οι Βενετοί και οι Τούρκοι, μέχρι που το 1913 το νησί, αποτέλεσε αναπόσπαστο τμήμα του Νεότερου Ελληνικού Κράτους.

Σ' αυτήν λοιπόν τη γωνιά του πλανήτη ζουν μισό εκατομμύριο ψυχές, σύμφωνα με την απογραφή του 1991. Το νησί καταλαμβάνει το 6,23% της ελληνικής επικράτειας, με μία πυκνότητα οίκησης 65 ατόμων/ km². Είναι πιο πυκνοκατοικημένη σε σχέση με την Κορσική και πιο αραιοκατοικημένη από την Κύπρο, τη Σικελία και τη Μάλτα. Η Κρήτη κατατάσσεται στην τέταρτη θέση από πλευράς μεγέθους μεταξύ των νησιών της Μεσογείου, μετά τη Σικελία, τη Σαρδηνία και την Κύπρο. Μάλιστα, μαζί με την τελευταία, είναι ο νοτιότερος τουριστικός προορισμός στην ίδια θαλάσσια λεκάνη -αν εξαιρεθούν βέβαια τα βόρεια παράλια της Αφρικής. Βρίσκεται δηλαδή σε ευνοϊκή θέση και κατέχει αδιαμφισβήτητα συγκριτικό πλεονέκτημα, όσον αφορά στο θερινό τουρισμό, που κυριαρχεί εδώ και αρκετά χρόνια στη Μεσόγειο.

Εκτός όμως από αυτή την επισήμανση, που βέβαια σχετίζεται άμεσα με την επικρατούσα μέση θερμοκρασία, η Κρήτη έχει εκείνο το συνδυασμό επιφάνειας και απόστασης από την ηπειρωτική ακτή, ο οποίος της προσδίδει αυτοτέλεια και γεωγραφική αυθυπαρξία. Η τελευταία αυτή ιδιότητα, της παρέχει τη δυνατότητα να προωθήσει κάτι πολύ σημαντικό, ένα **αυτόνομο profile** στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

Από την άλλη πλευρά όμως, ο πληθυσμός της Κρήτης -χωρίς να είναι ιδιαίτερα μικρός- κρίνεται μάλλον ανεπαρκής για να στηρίξει μια αυτοδύναμη τοπική

οικονομική, άρα και τουριστική ανάπτυξη, τη στιγμή μάλιστα ου ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα εντάσεως εργασίας. Βέβαια, τα αποτελέσματα της απογραφής του 1991 δείχνουν μια δημογραφική αναγέννηση, πολύ μεγαλύτερη του αντίστοιχου εθνικού μέσου όρου. Ιδιαίτερη ανάκαμψη παρατηρείται κατά τη τελευταία δεκαετία στο νομό Ρεθύμνης, ο οποίος ωστόσο -όπως και ο νομός Λασιθίου- βρίσκεται ακόμα κάτω από τα μεταπολεμικά πληθυσμιακά του επίπεδα. Πάντως, το σταθερότερο ρυθμό δημογραφικής αύξησης παρουσιάζει ο νομός Ηρακλείου, κάτι που έχει οπωσδήποτε συμβάλλει στην αλματώδη ανάπτυξη, που παρουσιάζει ο συγκεκριμένος νομός.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ.

Δύσκολα μπορεί να υποστηριχθεί ότι έχουν υπάρξει σημαντικές δομικές αλλαγές στην κρητική οικονομία κατά τις τελευταίες δεκαετίες, εκτός ίσως από αυτής του τουρισμού. Τα γεωργικά προϊόντα εξακολουθούν να αποτελούν τον κορμό όπου δομούνται οι πρωτογενείς και δευτερογενείς οικονομικές δραστηριότητες του νησιού. Συμπερασματικά, κατά τα 20-30 τελευταία χρόνια αυτό που χαρακτηρίζει την οικονομία της Κρήτης είναι η επέκταση των θερμοκηπευτικών καλλιεργειών και η γρήγορη ανάπτυξη του τουρισμού. Σύμφωνα με ένα από τα πιο πρόσφατα επίσημα κείμενα για τη ανάπτυξη στην Ελλάδα, την έκδοση του Κ.Ε.Π.Ε. «η ανάπτυξη της Ελλάδας, Παρελθόν, Παρόν και προτάσεις πολιτικής», η Κρήτη αποτελεί αναμφίβολα μια από τις πιο δυναμικές περιφέρειες της χώρας. Στο ίδιο κείμενο αναφέρεται, ότι την προηγούμενη δεκαετία ρυθμοί βελτίωσης του ακαθάριστου τοπικού προϊόντος, καθώς και του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων υπήρξαν ταχύτεροι αυτών του συνόλου της χώρας! Ενδεικτικά, σημειώνεται, ότι ενώ το 1980 σε κάθε απασχολούμενο Κρητικό αναλογούσε προϊόν ίσο με το 73% του αντίστοιχου εθνικού, το 1987 το ποσοστό αυτό έγινε 82%. Ταυτόχρονα τα στοιχεία απασχόλησης είναι θετικά για την Κρήτη, αφού οι δείκτες ανεργίας είναι μικρότεροι των αντίστοιχων εθνικών. Παρατηρείται μάλιστα και μια ολοένα αυξανόμενη απασχόληση αλλοδαπών, τόσο στη γεωργία όσο και στον τουρισμό.

Η παραπάνω διαπιστώσεις του Κ.Ε.Π.Ε. δεν είναι ολότελα ενθαρρυντικές, αφού αναφέρει ότι η ανάπτυξη της παραγωγής και της απασχόλησης φαίνεται ότι

συνεχίζει να γίνεται σε μεγάλο βαθμό, απρογραμματίστα και ανεξέλεγκτα. Έτσι, συνεχίζεται η ολοένα και μεγαλύτερη **αυθαίρετη δόμηση** στον αστικό και τουριστικό τομέα καθώς και η συγκέντρωση της τουριστικής ανάπτυξης στις ήδη **κορεσμένες περιοχές** του βόρειου άξονα. Επίσης, ο βασικός εκτελεστής του προγράμματος έργων βασικής υποδομής δεν υπήρξε ικανοποιητικός.

Είναι φανερό λοιπόν, ότι η παραπάνω αρνητικές εξελίξεις υποβαθμίζουν την όποια αυτοτελούμενη μεγέθυνση του εισοδήματος των Κρητικών, διαιωνίζοντας τις υπάρχουσες ενδοπεριφερειακές ανισότητες και περιορίζοντας τις συνολικές θετικές επιπτώσεις.

Ειδικότερα, μερικά από τα επιμέρους προβλήματα της Κρήτης εντοπίζονται στα ακόλουθα:

i. Στους περιορισμένους υδάτινους πόρους, με αποτέλεσμα την ύπαρξη χαμηλού ποσοστού αρδευόμενων εκτάσεων στη γεωργία.

ii. Στην έλλειψη χωροταξικού προγραμματισμού και τη ανεπάρκεια της βιομηχανικής παραγωγής, σε συνδυασμό με τη βραδύτητα με την οποία υλοποιούνται σε νέες βιομηχανικές περιοχές.

iii. Στον τομέα του τουρισμού, σοβαρά προβλήματα εγκυμονεί η μεγάλη απόκλιση που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια μεταξύ της ανάπτυξης καταλυμάτων και συναφών έργων υποδομής (συγκοινωνιακά και επικοινωνιακά δίκτυα, ύδρευση, αποχέτευση, βιολογικός καθαρισμός λυμάτων κ.λπ.). Άλλα προβλήματα αποτελούν η συνέχιση της αυθαίρετης δόμησης και η υπερβολική συγκέντρωση της ανάπτυξης στις ήδη κορεσμένες περιοχές των βορείων παραλίων σε συνδυασμό με την παράλληλη καθυστέρηση ανάπτυξης των περιοχών της νότιας Κρήτης. Η καθυστέρηση της ανάπτυξης της τουριστικής υποδομής υποβαθμίζει τις παρεχόμενες υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να τίθεται πλέον σε κίνδυνο η αποδοτική λειτουργία των υπαρχουσών εγκαταστάσεων και η παραπέρα τουριστική ανάπτυξη της περιφέρειας. Ειδικά, η καθυστέρηση της ανάπτυξης της αστικής υποδομής οξύνει το πρόβλημα της ρύπανσης του περιβάλλοντος και υποβαθμίζει την ποιότητα ζωής τόσο των τουριστών, όσο και των μονίμων κατοίκων της περιοχής.

iv. Τέλος, εντοπίζονται αδυναμίες στην κοινωνική υποδομή και ιδιαίτερα στον κτιριακό εξοπλισμό της εκπαίδευσης καθώς και στην ανεπαρκή στελέχωση των νοσοκομείων και κέντρων υγείας.

Βέβαια, για την αντιμετώπιση των παραπάνω προβλημάτων λαμβάνονται μέτρα και δρομολογούνται πολλά έργα. Στον άρρηκτα συνδεδεμένο με τον τουρισμό τομέα των υποδομών, έχουν προγραμματιστεί έργα στα αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων, στα λιμάνια καθώς και έργα οδοποιίας. Επίσης σχεδιάζονται πολλά μικρότερα έργα, ενταγμένα σε κοινωνικά προγράμματα προστασίας και ανάδειξης του περιβάλλοντος (μελέτες για τη λίμνη Πρέβελη, το φράγμα Κουρταλιώτη, τον υγροβιότοπο Γεωργιούπολης, το Δύλτα του Αποσελέπη και τις εκβολές του Αλμυρού Ποταμού).

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ.

Το να αναφερθεί κάποιος στον κάθε λογής πλούτο της Κρήτης δεν είναι ιδιαίτερα δύσκολο. Αρκεί να επιλέξει κανείς την οπτική γωνία από την οποία θα την προσεγγίσει. Σε κάθε περίπτωση πάντως, η Μεγαλόνησος έχει να επιδείξει πολλές χάρες, πολλά θετικά, πολλά ατού... Για παράδειγμα, η Κρήτη δεν έχει τίποτα να ζηλέψει σε φυσικούς πόρους, από αυτούς που αποτελούν την πρώτη ύλη του τουρισμού. Ένας τέτοιος είναι το κλίμα, το οποίο είναι καθαρά μεσογειακό (μέση ετήσια θερμοκρασία 19^ο C), με σαφή διάκριση των εποχών του έτους. Πολλές από τις έως τώρα μελέτες έχουν αποδείξει ότι το κλίμα της περιοχής μεταξύ Δωδεκανήσου και Κρήτης είναι από τα υγιεινότερα στον κόσμο. Αξιοσημείωτα, εξάλλου, είναι το γεγονός ότι οι κλιματολογικές συνθήκες επιτρέπουν στο νότιο τμήμα του νησιού την καλλιέργεια τροπικών ειδών, καθώς και την παραμονή χελιδονιών κατά τους χειμερινούς μήνες.

Περιβάλλεται από 1046 χλμ. ακτών - το 7% της χώρας-. Το μήκος μάλιστα των αμμωδών παραλίων κατατάσσει τους νομούς της Κρήτης στις θέσεις 9-19, μεταξύ των 52 νομών της χώρας. Παράλληλα, τόσο η γεωμορφολογία του νησιού, όσο και η πανίδα και η χλωρίδα που ζει και αναπτύσσεται στην Κρητική γη δε στερούνται ποικιλίας και ελκυστικών ιδιοτεροτήτων (φαράγγια, κρητικός αίγαγρος, δίκταμο, φοινικόδασος κ.λπ.).

Βέβαια, δεν μπορεί να μην γίνει αναφορά στον πλούτο των αρχαιολογικών μνημείων που βρίσκονται στην κρητική γη, και οποίος διατρέχει όλες τις ιστορικές περιόδους. Στην Κρήτη βρίσκει κανείς θησαυρούς και μαρτυρίες από την Μινωική περίοδο, τους Ελληνιστικούς και Ρωμαϊκούς χρόνους, τη Βυζαντινή, την Ενετική και Τουρκική περίοδο κατοχής ως το 1898 και φυσικά από την κοινή ιστορία με το σύγχρονο ελληνικό κράτος. Απόδειξη της σχετικής υπεροχής του νησιού στον ελληνικό χώρο παρέχει και το μουσείο Ηρακλείου το οποίο κατά τους περισσότερους μήνες του χρόνου έρχεται πρώτο σε αριθμό επισκεπτών, μεταξύ όλων των μουσείων της χώρας! Η αρχαιολογικοί χώροι της Κνωσού, της Φαιστού και της Γόρτυνας ακολουθούν το μουσείο του Ηρακλείου στη σειρά προτίμησης των επισκεπτών. Αξιοσημείωτο, τέλος, είναι το γεγονός ότι κατά τη διάρκεια των ετών 1987-1990, ενώ στο σύνολο της χώρας οι επισκέπτες μουσείων και αρχαιολογικών χώρων μειώνονται, στη Κρήτη αντίθετα αυξάνουν έχοντας φτάσει το 1990 σε ποσοστό περίπου 18% των αντίστοιχων εθνικών μεγεθών.

Όμως, για την τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου δεν αρκεί το ελκυστικό περιβάλλον, κάτι που ομολογουμένως δημιουργείται πολύ δύσκολα τεχνητά αλλά απαιτείται επιπλέον η κατασκευή έργων υποδομής, τα οποία θα διευκολύνουν την προσπέλαση και την ψυχαγωγία των τουριστών.

Ο κρητικός τουρισμός ως σήμερα ακολουθεί το πρότυπο του μαζικού τουρισμού, με κορύφωση το καλοκαίρι. Απόδειξη αυτής της ανισομέρειας παρέχει ο πίνακας 4 στην επόμενη σελίδα, που αναφέρει τα κατά μήνα, ποσοστά των αφίξεων τουριστών με charters στο Ηράκλειο και τα Χανιά.

Από την άλλη πλευρά, το κλίμα και η ποικιλία των τουριστικών πόρων της Κρήτης οδηγούν αβίαστα στο συμπέρασμα, ότι το πρόβλημα της χρονικής ανισοκατανομής και στη μ προώθηση νέων τουριστικών προϊόντων (ορειβατικός τουρισμός, γκολφ, συνεδριακός, πολιτιστικός, χειμερινός τουρισμός κ.λπ.). Πρόκειται για μία επισήμανση που γίνεται αποδεκτή με το σύνολο των ασχολουμένων με τον κρητικό τουρισμό.

Προς αυτή την κατεύθυνση, θετικό στοιχείο αποτελεί η κατά τα τελευταία χρόνια προσπάθεια, κυρίως των ξενοδόχων, για «εξάπλωση» των αφίξεων με πτήσεις charter προς τους τελευταίους και πρώτους μήνες του χρόνου. Τα ως τώρα

αποτελέσματα, χωρίς να ικανοποιούν ως λογιστικά πεπραγμένα, επιτρέπουν στους περισσότερους να ελπίζουν σε ένα ευοίωνο μέλλον, αφού υπάρχουν οι δυνατότητες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

ΜΗΝΕΣ	1989	1990	1991	1992
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	-	0,03	0,04	0,01
ΦΕΒΡ/ΑΡΙΟΣ	-	-	0,02	0,05
ΜΑΡΤΙΟΣ	2,30	0,78	1,48	0,48
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	9,00	9,93	5,29	9,63
ΜΑΙΟΣ	15,00	13,70	12,85	14,83
ΙΟΥΝΙΟΣ	14,30	15,02	14,46	14,66
ΙΟΥΛΙΟΣ	17,00	17,72	18,49	17,65
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	16,50	17,48	19,60	17,92
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	15,70	15,92	17,11	15,75
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	9,30	9,07	10,36	8,77
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	0,50	0,28	0,23	0,16
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	-	0,07	0,07	0,07
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100

ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ, ΕΟΤ.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.

Όλοι γνωρίζουμε, ότι μεταξύ των προσδιοριστικών παραγόντων τουριστικής ανάπτυξης ενός προορισμού, είναι το κλίμα, η υποδομή, το φυσικό περιβάλλον, η παροχή υπηρεσιών όπως επίσης η πολιτιστική και η ιστορική παράδοση.

Η Κρήτη, ένα νησί με δεδομένους τους παραπάνω τουριστικούς παράγοντες, είχε την τύχη να αναπτυχθεί σε μια εποχή που οι επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου είχαν συνειδητοποιήσει ότι οι μονάδες που θα χτίσουν, πρέπει να είναι εναρμονισμένες με το φυσικό περιβάλλον και στην πλειοψηφία τους είχαν προνοήσει για εγκαταστάσεις ικανές να καλύψουν συνθήκες λειτουργίας για όλες τις εποχές του χρόνου.

Επιπλέον δε, διακεκριμένοι επιχειρηματίες διαβλέποντας σωστά, ότι οι δυνατότητες της Κρήτης σαν προορισμός, δεν περιορίζονται μόνο στο τουρίστα της παραλίας, ο οποίος έχει συγκεκριμένες οικονομικές δυνατότητες, αλλά και στον πελάτη ο οποίος θα επιλέξει την Κρήτη στο πλαίσιο των διαφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού που του παρέχει.

Με βάση τις εξελίξεις που δρομολογήθηκαν στον ευρωπαϊκό χώρο και τη διαφοροποίηση της Κρήτης σε επιμέρους στοιχεία (κλιματολογικές συνθήκες, γεωγραφική θέση, πολιτιστική θέση, πολιτιστική παράδοση, αξίες, ιστορικό παρελθόν, φυσικό περιβάλλον κ.λπ.) έναντι της υπόλοιπης Ευρώπης, η περιφέρεια Κρήτης θεώρησε πως πρέπει να αναζητηθεί και να επαναπροσδιοριστεί ο ρόλος της στα νέα διεθνή και ευρωπαϊκά δεδομένα.

Έτσι, στα πλαίσια της επέκτασης της τουριστικής περιόδου στην Κρήτη και ενίσχυσης του τουριστικού τομέα, ξεκίνησαν προσπάθειες ανάπτυξης χειμερινού τουρισμού με τη δημιουργία πιλοτικού προγράμματος με πρωτοβουλία του ΕΟΤ. Γι' αυτό παρακάτω, θα γίνει μια προσπάθεια αναδρομής στην «ιστορία» του προγράμματος.

Οι ενέργειες για το ξεκίνημα του προγράμματος χειμερινού τουρισμού αναφορικά με την Κρήτη, χρονολογούνται από το χειμώνα του 1975-'76 με μοχλό ανάπτυξης την ανώνυμη εταιρία ΤΕΑΒ και άλλους ξενοδόχους της Κρήτης. Από επίσημα στοιχεία φαίνεται ότι τη χρονιά του '75 οι αφίξεις στη Χερσόνησο

ανέρχονταν στις 3.576, ενώ το χειμώνα του 1979-'80 φθάνουμε στον εντυπωσιακό αριθμό των 26.498.

Όμως, παρά τα ελπιδοφόρα αυτά αποτελέσματα, οι ιδιοκτήτες των ξενοδοχείων που συμμετείχαν στο πρόγραμμα, αναγκάστηκαν εκ των πραγμάτων να διακόψουν κάθε προσπάθεια και να ακυρώσουν όλα τα σχέδιά τους για ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού στην Κρήτη, καθώς ήρθαν αντιμέτωποι με την κρατική αδιαφορία και έχοντας υποστεί μεγάλες ζημιές, μένοντας απλοί θεατές της αλματώδους ανάπτυξης των αντίστοιχων προγραμμάτων στην Ισπανία (Μαγιόρκα, Κόστα ντελ Σολ, Κανάριους νήσους κ.λπ.), Πορτογαλία (Μαδέρα) και Μάλτα. Κάνοντας όμως μια απλή σύγκριση ανάμεσα στις χώρες αυτές και στο νησί της Κρήτης, θα δούμε την υπεροχή της στα εξής σημεία:

> **Κλιματολογικές συνθήκες:** ήπιος χειμώνας, μέση θερμοκρασία αέρος 16°C, ημέρες ηλιοφάνειας περίπου 320 και γενικά όλα τα στοιχεία συνθέτουν ένα κλίμα εύκρατο και υγιεινό, αποτελούν ένα πλεονέκτημα σημαντικό για να προσελκύσει χειμερινούς τουρίστες.

→ **Ιστορικά - Αρχαιολογικά ενδιαφέροντα:** Η Κρήτη, η πατρίδα του Δία, με το βασίλειο του Μίνωα και την περίφημη Κνωσό με τα αρχαιολογικά και ιστορικά μουσεία, τα εκατοντάδες μοναστήρια και τις αμέτρητες μαρτυρίες από την αδιάλειπτη ιστορία τόσων χιλιάδων χρόνων, αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης των χειμερινών τουριστών.

→ **Φυσιολατρία:** Το κρητικό νησί διαθέτει μεταξύ άλλων υψηλές κορυφές, κατάφυτες και χιονισμένες, χιονοδρομικό κέντρο, πέντε καταφύγια, αναρίθμητα φαράγγια και σπήλαια για εξερεύνηση. Η νήσος της Κρήτης αποτελεί έναν παράδεισο για οικολογική μελέτη με τα 1750 είδη και υποείδη φυτών και την τόσο ενδιαφέρουσα πανίδα.

→ **Πολιτιστικά και άλλα ενδιαφέροντα:** Μουσικά σύνολα, θεατρικές παραστάσεις, εικαστικές εκθέσεις, αθλητικές εκδηλώσεις, νυχτερινή ζωή, πληθώρα καταστημάτων είναι κάποια από τα στοιχεία εκείνα, που δε θα αφήσουν τον επισκέπτη της Κρήτης να πλήξει.

Από την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού τα οφέλη που προσδοκούσαν ολοι οι εμπλεκόμενοι στον κρητικό τουρισμό ήταν πολλά. Αυξηση τουριστικού συναλλάγματος, λειτουργία των επιχειρήσεων και απασχόληση των εργαζομένων σε δωδεκάμηνη βάση, ενίσχυση ντόπιας αγοράς και κατά την περίοδο των αδυνάτων μηνών Απρίλιο και Οκτώβριο. Με ανταγωνιστικές τιμές και υποδομή των ξενοδοχείων που να ανταποκρίνονται 100% στις απαιτήσεις του χειμώνα - κλιματισμός, θερμαινόμενες πισίνες, χώροι αναψυχής κ.λπ.- έγινε ένα νέο ξεκίνημα. Κι αν αναλογιστούμε τα πλεονεκτήματα της Κρήτης, θα καταλάβουμε γιατί έρχεται πρώτη σε ζήτηση για μελλοντικά επενδυτικά τουριστικά προγράμματα. Οι φυσικές καλλονές που διαθέτουν οι καθαρές θάλασσες με τα γραφικά ακρογιάλια, το θαυμάσιο ζεστό κλίμα εδώ, συντελούν θετικά στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και κυρίως στην ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού, του αθλητικού, του συνεδριακού, της θαλασσοθεραπείας, του μορφωτικού, Τα δε ονειρεμένα νησιά του νομού Λασιθίου, Σπιναλόγκα, Άγιοι Πάντες, Διονυσάδες, Κουφονήσι και Χρυσή είναι πόλοι έλξης των τουριστών. Μεγάλο ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζουν τα αυτοφυή αρωματικά φυτά των βουνών, τα ενδημικά και αποδημητικά πουλιά της περιοχής, είναι σημαντικοί παράγοντες για την προσέλκυση των οικοτουριστών.

Δυστυχώς, όμως, το τέλος της προηγούμενης δεκαετίας βρίσκει το κράτος ανέτοιμο να στηρίξει τους τουριστικούς επιχειρηματίες και να δώσει ισχυρά κίνητρα για την υλοποίηση του σχεδίου δράσης του πιλοτικού προγράμματος για την παράταση της τουριστικής περιόδου.

ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ 1990

Κινήσεις για την απόκτηση του χαμένου εδάφους στις αρχές της δεκαετίας (1990-1994).

Έχοντας υπόψην όλα τα παραπάνω και με την υπόσχεση της κρατικής συμπαράστασης, με έργο αυτή τη φορά, ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1990 από τη Χερσόνησο της Κρήτης ένα ιδιαίτερα φιλόδοξο πρόγραμμα χειμερινού τουρισμού που θα αφορούσε την περίοδο 1^{ης} Νοεμβρίου ως 31^{ης} Μαρτίου.

Το πρόγραμμα προέβλεπε συνεδριακό τουρισμό, τουρισμό κινήτρων και τουρισμό για άτομα τρίτης ηλικίας. Από την πρώτη στιγμή φάνηκε, ότι ο χειμερινός

τουρισμός διαφέρει κατά πολύ από τον καλοκαιρινό, ενώ οι τουριστικοί παράγοντες του νησιού έθεσαν ως άμεσο στόχο υλοποίησης, την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών ώστε να προσελκύσουν στο νησί τους ποιοτικότερο τουρισμό. Στοιχείο που θα αποτελούσε την καλύτερη παρακαταθήκη για το μέλλον του κρητικού τουρισμού.

Σε πρώτη φάση ο αντικειμενικός σκοπός ήταν, όχι το κέρδος, αλλά η προβολή παντού της Χερσονήσου ως χειμερινό προορισμό. Έτσι, οι επιχειρηματίες της Χερσονήσου, που συμμετείχαν στο πρόγραμμα, αποφάσισαν να κρατήσουν τις τιμές χαμηλές, ώστε να μπορούν να ανταγωνιστούν περιοχές με παράδοση στο χειμερινό τουρισμό, όπως η Μαγιόρκα, η Τυνησία και το Μαρόκο.

Σημαντικός παράγοντας φάνηκε από τότε πως ήταν η υποδομή που διέθετε η περιοχή της Χερσονήσου. Ενώ, καθοριστικός θεωρήθηκε και ο ρόλος του ΕΟΤ, ο οποίος εκλήθη να αναλάβει τις ευθύνες του για την προώθηση του προγράμματος και τη διαφήμισή του στο εξωτερικό.

Εδώ θα πρέπει να αναφέρουμε, ότι στις αρχές της δεκαετίας του 1990, φάνηκε κάποιο ενδιαφέρον από Βέλγους και άλλου είδους τουρίστες για την περιοχή της Μεγαλονήσου.

Σύμφωνα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία (πηγή NIPO), στις αρχές της δεκαετίας περίπου 1.400.000 Ολλανδοί άνω των 15 ετών, δηλαδή το 11,8% του πληθυσμού πραγματοποίησε κατά τη διάρκεια του χειμώνα διακοπές στο εξωτερικό ποικίλης διάρκειας. Από το παραπάνω ποσοστό το 5,4%, δηλαδή 670.000 άτομα, πήγαν για χειμερινά σπορ στο εξωτερικό και περίπου το 6,8%, δηλαδή 830.000 άτομα και εδώ είναι το σημαντικό, πραγματοποίησαν διακοπές σε ηλιόλουστους προορισμούς, σε αγαπημένες πόλεις ή σε μακρινούς προορισμούς.

Η Αυστρία είναι η πιο δημοφιλής χώρα για χειμερινές διακοπές με τη Γερμανία και τη Γαλλία να ακολουθούν. Το μερίδιο της αγοράς για τις μεσογειακές χώρες είναι σχετικά μικρό. Από τον Ελλαδικό χώρο όμως, η Κρήτη προσελκύει το ενδιαφέρον των χειμερινών τουριστών, αλλά προς το παρόν οι τόποι υποδοχής των επισκεπτών παρουσιάζουν την εικόνα «πόλεων φαντασμάτων» με καταστήματα κλειστά και ανύπαρκτη ζωή. Βέβαια, η εικόνα αυτή της ερήμωσης δεν είναι δυνατό να προσελκύσει ένα χειμερινό τουρίστα, ο οποίος χαρακτηρίζεται από το ενδιαφέρον

του για τη φύση και τον πολιτισμό, τη διάθεσή του να ξοδέψει τα χρήματά του ώστε να εξασφαλίσει τις σχετικές ανέσεις, αφού μάλιστα ανήκει κυρίως στις υψηλές εισοδηματικές τάξεις. Έχει τη δυνατότητα να κάνει διακοπές τουλάχιστον δύο φορές το χρόνο, ζητά να αναπαυθεί κατά τη διάρκεια των διακοπών του και να γνωρίσει τη χώρα που επισκέπτεται, αφού μάλιστα χαρακτηρίζεται ως ενεργητικός επισκέπτης, δεν παρακολουθεί πολύ τηλεόραση, διαβάζει ποιοτικά περιοδικά και εφημερίδες και αρέσκεται να διαμένει κοντά ή σε μεγάλες πόλεις.

Έτσι, λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω χαρακτηριστικά, που σκιαγραφούν το προφίλ του χειμερινού τουρίστα, αποφασίστηκε από τον ΕΟΤ, ότι πρέπει καταρχήν να προβληθεί ο χειμερινός τουρισμός στην περιοχή της Κρήτης με τη δημοσίευση άρθρων σε εφημερίδες και περιοδικά που θα απευθύνονταν σε άτομα τα οποία έχουν το χρόνο και τα χρήματα για χειμερινές διακοπές. Παράλληλα ο ΕΟΤ, δέχθηκε να ακολουθήσει την παρακάτω στρατηγική, για να στηρίξει το πιλοτικό πρόγραμμα. Η στρατηγική αυτή συμπεριλάμβανε τα εξής:

⇒ Παρέμβαση του ΕΟΤ προς το Δ.Σ. της ΔΕΗ προτείνοντας τη μείωση του ηλεκτρικού ρεύματος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που θα συμμετείχαν στο χειμερινό πρόγραμμα της περιοχής της Χερσονήσου.

⇒ Ενημέρωση των περιφερειακών γραφείων του ΕΟΤ με τον εθνικό μας αερομεταφορέα για τη συμμετοχή του στην προσπάθεια στήριξης με: α) καλύτερες τιμές ναύλων, β) ρύθμιση ευνοϊκότερων συνδέσεων του αεροδρομίου του Ηρακλείου Κρήτης με αεροδρόμια πόλεων του εξωτερικού, γ) απευθείας πτήσεις όπως είχε σχεδιάσει η LUFTHANSA.

⇒ Προσπάθεια προώθησης του κοινωνικού τουρισμού κατά τη χειμερινή περίοδο.

⇒ Επισήμανση του ΕΟΤ προς τον ΟΑΕΔ για τη συνέχιση επιδότησης των επιχειρήσεων, που απασχολούν εργαζόμενους κατά τη χειμερινή περίοδο Νοέμβριο έως Μάρτιο.

Παράλληλα, η ένωση ξενοδόχων της Κρήτης κάνει γνωστό το αίτημά της για ίδρυση εταιρίας charters στο Ηράκλειο. Αίτημα στο οποίο συνηγόρησε και ο ΕΟΤ, επισημαίνοντας τα εξής:

1) Την αναγκαιότητα ίδρυσης της ελληνικής εταιρίας charters, που προέκυψε από τα διεθνή ισχύοντα στον τομέα των αερομεταφορών. Αυτό αποτελεί επιτακτική ανάγκη ενόψει της ολοκλήρωσης της εσωτερικής αγοράς, αφού θα προσφέρει πρόσθετα οικονομικά οφέλη (εισροή συναλλάγματος), και ταυτόχρονα θα αποτελέσει ένα ακόμα κίνητρο για περαιτέρω δραστηριοποίηση των επαγγελματιών που θα συμμετάσχουν στο πρόγραμμα ανάπτυξης του χειμερινού τουρισμού.

2) Ανταγωνιστικές τιμές στις ναυλωμένες πτήσεις.

3) Τα χρηματικά ποσά που μέχρι τώρα παραμένουν στο εξωτερικό και τα οποία αποτελούν το 40%-60% της τιμής του τουριστικού πακέτου είναι δυνατό να εισρέουν στην Ελλάδα ώστε να μην αιμορραγεί ο ελληνικός τουρισμός από τις επιδοτήσεις στις ξένες αεροπορικές εταιρίες.

4) Προβολή της χώρας μας αλλά και της Κρήτης ιδιαίτερα στο εξωτερικό μέσω κάποιου φορέα, που εκ των πραγμάτων θα είναι υποχρεωμένος να διαφημίζεται άμεσα και έμμεσα προκειμένου να καθιερωθεί στην ελληνική αγορά.

5) Συμβολή στην αποκέντρωση των τουριστικών δραστηριοτήτων στον ελλαδικό χώρο.

6) Κάλυψη ελληνικών προορισμών, που σήμερα δεν είναι δυνατόν να εξυπηρετηθούν λόγω της χρησιμοποίησης των ξένων αεροσκαφών σε άλλους προορισμούς.

7) Καθοριστικό ρόλο στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

8) Προώθηση συνδυασμένων διακοπών σε δύο ή περισσότερα σημεία στην Ελλάδα.

Η Ένωση Ξενοδόχων Ηρακλείου έχοντας υπόψην το πακέτο κανονισμών, αποφάσεων και οδηγιών της ΕΟΚ για τη φιλελευθεροποίηση των αερομεταφορών στο χώρο της Κοινότητας, αποφάσισε να διευρύνει το κύκλο των δραστηριοτήτων της. Έτσι, πέραν του καθαρά ξενοδοχειακού τομέα οι δραστηριότητες μπορούν να επεκταθούν και στον τομέα των αεροπορικών μεταφορών, υπό την ευρεία έννοια της εξυπηρέτησης των συμφερόντων των μελών της, αλλά και των τοπικών συμφερόντων της Κρήτης και του Νοτίου Αιγαίου γενικότερα. Η θέση μιας τέτοιας

εταιρίας δε θα είναι απαραίτητα ανταγωνιστική προς την Ο.Α., αλλά αντιθέτως επιθυμεί τη συνεργασία τόσο στον επιχειρηματικό όσο και στον τεχνικό τομέα.

Φιλοδοξία της εταιρίας θα είναι η τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης και γενικότερα του Νοτίου Αιγαίου, σε συνεργασία με τον ΕΟΤ και τις άλλες αρμόδιες κρατικές υπηρεσίες με σκοπό την αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς την Ελλάδα και την κατανομή του στο γεωγραφικό χώρο του Νοτίου Αιγαίου. Επίσης, σημαντική θεωρήθηκε και η συμβολή του στην επιδιωκόμενη ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού, συνδυάζοντας τη μεταφορά των τουριστών με ευνοϊκούς όρους τόσο γι' αυτούς όσο και για την ανάπτυξη του τουρισμού γενικότερα.

Ενόψει των παραπάνω εκτεθέντων, πρέπει να επισημανθούν τα τοπικά περιφερειακά και εθνικά οφέλη από την ίδρυση και τη λειτουργία της ιδιωτικής αεροπορικής εταιρίας charters, τα οποία είναι αναμφισβήτητα υψηλά. Επιπλέον, πρέπει να αναφερθεί η πλούσια συναλλαγματική ροή, η δημιουργία θέσεων εργασίας και η προβολή της Κρήτης και των νησιών του Νοτίου Αιγαίου γενικότερα.

Αξιολογήθηκε ως μια «χρυσή ευκαιρία» για να γίνει η Ελλάδα το πρώτο διεθνές διαμετακομιστικό κέντρο στο χώρο της Ανατολικής Μεσογείου, η οποία όμως φάνηκε να χάνεται, λόγω έλλειψης επαρκούς υποδομής και κακώς εννοούμενου προστατευτισμού της Ο.Α.. Εξάλλου τα τελευταία χρόνια το κέντρο βάρους μετατοπίστηκε σε άλλα αεροδρόμια (π.χ. Κωνσταντινούπολη).

Την ίδια περίπου χρονική περίοδο υπεγράφη απόφαση για την απόκτηση του πρώτου διεθνούς ιδιωτικού αεροδρομίου στην περιοχή της Ιεράπετρας. Η πρωτοβουλία αυτή ήταν της Τοπικής Αυτοδιοίκησης με τη σύμφωνη γνώμη της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας. Τη χρηματοδότηση και την κατασκευή του αεροδρομίου, ανέλαβε η «εταιρία Τουριστικής και οικονομικής Ανάπτυξης Ανατολικής Κρήτης».

Έτσι, με αυτά τα σχέδια φτάνουμε στο 1992 με μια σειρά έργων υποδομής που ξεκίνησαν πριν από δέκα χρόνια και έτειναν στην ολοκλήρωση, δε φαίνεται να ενθουσίασαν τους τοπικούς παράγοντες, αφού πολλές συνέχισαν να είναι οι αδυναμίες της υποδομής και οι ανάγκες για τη στήριξη χειμερινών προγραμμάτων ή ειδικών μορφών τουρισμού.

Παρόλ' αυτά υπήρξαν ίχνη αισιοδοξίας. Τα χειμερινά δρομολόγια από την Ευρώπη, η φύση και η θέση της Κρήτης στο χάρτη, η καλή υποδομή σε μονάδες πολυτελείας και η διάθεση των Κρητικών να δουλέψουν το χειμώνα, γεννούσε ελπίδες για χειμερινό τουρισμό.

Διατέθηκαν σημαντικά κονδύλια για έργα που άμεσα ή έμμεσα σχετίζονταν με τον τουρισμό μέσω των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων Κρήτης και ενεργοποίησαν τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και τους διάφορους τοπικούς φορείς.

Η πολιτισμική ταυτότητα του νησιού, η φυσιογνωμία της ενδοχώρας, αλλά και οι ιδιαιτερότητες της μεγαλονήσου, πέρασαν στην πρώτη γραμμή του ενδιαφέροντος, τόσο για τουρίστες όσο και για τις προοπτικές ανανέωσης του τουριστικού προϊόντος. Έτσι, μέσα από την προβολή οικισμών, αρχαιολογικών θησαυρών και μνημείων, μέσα από πολιτιστικές εκδηλώσεις

κάθε λογής, οι Κρήτες προσπάθησαν να προωθήσουν μια συγκεκριμένη εικόνα στην Ευρώπη. Η ΕΟΚ βρέθηκε στο πλάι κάθε προσπάθειας ως ουσιαστικός χορηγός οικονομικής βοήθειας, σε όλες τις νεωτεριστικές προσπάθειες, ενώ τα κοινοτικά προγράμματα έλυσαν τα χέρια των νομαρχιών και της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Παρά ταύτα, στα Χανιά η παραξενοδοχεία συνέχισε να αποτελεί πληγή σύμφωνα με την τοπική Ένωση Ξενοδόχων. Σημαντικά έργα δρομολογήθηκαν για το νομό αυτό, όπως μαρίνες, δρόμοι, εγκαταστάσεις βιολογικού καθαρισμού κ.α. Όσον αφορά όμως τις αφίξεις, διανυκτερεύσεις και τις πληρότητες στα ξενοδοχεία του νομού τα μηνύματα Δε φάνηκαν και τόσο αισιόδοξα

Ο νομός ηρακλείου χαρακτηρίζεται πάντα από υψηλό αριθμό αφίξεων λόγω της ύπαρξης του αεροδρομίου και της τακτικής σύνδεσής του με την ηπειρωτική Ελλάδα. Οι τουριστικοί πράκτορες όμως διαμαρτύρονταν για την υποβάθμιση της ποιότητας του τουρισμού της Κρήτης, ενώ η εικόνα της Χερσονήσου και της ευρύτερης περιοχής Δε διέφερε από αυτή μιάς αθηναϊκής συνοικίας. Έτσι, παρά την προσπάθεια για έργα και ανάδειξη του ιστορικού χαρακτήρα της πόλης από το Δήμο και τη Νομαρχία, ο νομός Ηρακλείου είχε διαμορφώσει πλέον την εικόνα του.

Το Ρέθυμνο και ο Άγιος Νικόλαος δείχνουν να έχουν περισσότερες ελπίδες για το μέλλον.

Ο νομός Ρεθύμνης παρουσίασε ραγδαία ανάπτυξη, Αλλά κατάφερε να διατηρήσει μεγάλο μέρος της φυσιογνωμίας του. Φρόντισε να παρουσιάζει σε όλη την επικράτειά του ενδιαφέρον για τα μάτια των τουριστών και η ύπαρξη μεγάλων μονάδων υψηλών κατηγοριών, σε σωστές αποστάσεις από το κέντρο της πόλης, λειτούργησε θετικά. Το Ρέθυμνο μπόρεσε να διατηρήσει σταθερά επίπεδα, όσον αφορά αριθμούς και ποιότητα τουριστών. Παρόλ' αυτά, οι τουριστικοί επιχειρηματίες θεώρησαν πως τα προβλήματα που ποτέ δεν επιλύθηκαν για το νομό, λειτουργούν ανασταλτικά για καλύτερες τιμές και πληρότητα στα ξενοδοχεία.

Ο νομός Λασιθίου με όπλο του τα ακριβά ξενοδοχεία της Ελούντας αλλά και την ομορφιά της Φύσης του στις νότιες περιοχές του, κέρδισε έδαφος από τη στιγμή που κατάφερε να εξαλείψει τα φαινόμενα χουλιγκανισμού, στην πόλη του Αγίου Νικολάου.

Το σημαντικότερο έργο για το νομό αλλά και για την Κρήτη, αφορούσε το αεροδρόμιο, που προχωρούσε με σταθερά βήματα.

άσο για τις λοιπές δραστηριότητες των Κρητών, οι κρητικές αερογραμμές προχώρησαν ολοταχώς στην αγορά αεροσκαφών -με έμφαση στις ανάγκες της αεροπλοΐας- και οι ναυτιλιακές εταιρίες βρίσκονταν πολύ κοντά στη συγχώνευσή τους.

Το 1991 ήταν μια σαφώς κακή χρονιά, ενώ παρουσιάστηκε πτώση σε αφίξεις κατά 2,3% έναντι του '90 αλλά και σε διανυκτερεύσεις κατά 13%. Η μέση πληρότητα σε όλη την Κρήτη το 1991 μειώθηκε κατά 7%, αφού αντιστοιχούσε σε ποσοστό 72,5% το 1991, έναντι 79,5% του 1990, ενώ το εισπραχθέν συνάλλαγμα για το 1991 ήταν περίπου 1 δις. δρχ.

Το 1992 εμφανίστηκε ιδιαίτερα αισιόδοξο. Το σύνολο των αφίξεων charter σε Ηράκλειο και Χανιά το πρώτο τετράμηνο το '92 έφτασε τους 174.542 τουρίστες έναντι 88.998 του ίδιου τετραμήνου του 1991.

Ακόμη θα πρέπει να αναφερθούμε στις 5.000 περίπου νέες κλίνες που προστέθηκαν το 1992 που ως τότε περιελάμβανε 1.194 μονάδες όλων των

κατηγοριών με 83.094 κλίνες στο σύνολό τους. Κατά νομό το δυναμικό της Κρήτης ήταν:

- Νομός Ηρακλείου 459 μονάδες με 39.229 κλίνες
- Νομός Λασιθίου 252 μονάδες με 17.377 κλίνες.
- Νομός Ρεθύμνης 208 μονάδες με 14.606 κλίνες.
- Νομός Χανίων 245 μονάδες με 11.882 κλίνες.

Στα νούμερα αυτά αντιστοιχούν 9 μονάδες πολυτελείας για όλη τη Κρήτη με 3.253 κλίνες, 63 ξενοδοχεία Α' κατηγορίας με 25.103 κλίνες, 129 ξενοδοχεία Β' κατηγορίας με 14.607 κλίνες, 307 Γ' κατηγορίας με 18.278 κλίνες και 13.553 κλίνες σε επιπλωμένα διαμερίσματα όλων των κατηγοριών. Ο υπόλοιπος αριθμός κλινών ανήκει σε ξενοδοχεία Δ' και Ε' κατηγορίας, bungalows, ξενώνες, οικοτροφεία, πανδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια κ.λπ.

Το πρώτο τετράμηνο του 1992 δόθηκαν νέες άδειες για 531 κλίνες σε όλη την Κρήτη. Λειτουργήσαν 1.300 από αυτές σε ξενοδοχεία, ενώ στο μέλλον αναμενόταν να λειτουργήσουν 2.374. Αν προσθέσουμε τα ενοικιαζόμενα δωμάτια κ.λπ. φτάνουμε στις 5.000 νέες κλίνες εκ των οποίων οι περισσότερες αντιπροσωπεύουν καταλύματα υψηλών κατηγοριών. Πολλά από αυτά δέχτηκαν να παραμείνουν ανοιχτά και το χειμώνα με τη συμπαράσταση του ΕΟΤ, ο οποίος ευνόησε και υποστήριξε προγράμματα χειμερινού τουρισμού στη Μεγαλόνησο, με απώτερο στόχο, την πραγμάτωση ενός παλαιού ονείρου για την αναγέννηση του κρητικού και γενικότερα του ελληνικού τουρισμού και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Μιάς περιόδου που θα χαρακτηριζόταν από την ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς πράγμα που φάνταζε μοναδικό για την ελαχιστοποίηση των όποιων παρενεργειών για την τουριστική ανάπτυξη.

Και ενώ το μεγαλύτερο μέρος των ενεργειών επικεντρώθηκε στην περιοχή της Χερσονήσου, τα αποτελέσματα των πρώτων προσπαθειών φαίνονται στον πίνακα της παρακάτω σελίδας

ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Συγκεντρωτικός πίνακας διανυκτερεύσεων κατά εθνικότητα περιοχής χερσονήσου.

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 1992 - ΜΑΡΤΙΟΣ 1993

	ΝΟΕΜ.	ΔΕΚ.	ΙΑΝ.	ΦΕΒ.	ΜΑΡ.	ΣΥΝ.	%
ΕΛΛΑΔΑ	335	1.211	1.069	447	824	3.886	9,7
ΑΓΓΛΙΑ	77	26	62	7	56	228	0,57
ΑΥΣΤΡΙΑ	31	18	49	42	41	181	0,45
ΒΕΛΓΙΟ	325	29	4	103	978	1.439	3,59
ΓΑΛΛΙΑ	104	178	21	52	55	410	1,02
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2.170	2.899	2.053	2.122	10.909	20.153	50,31
ΔΑΝΙΑ	1	6	20	12	68	107	0,27
ΕΛΒΕΤΙΑ	1.134	498	122	36	180	1.970	4,92
ΙΣΠΑΝΙΑ	156	38	48	16	76	334	0,83
ΙΤΑΛΙΑ	194	471	381	179	283	1.568	3,76
ΚΥΠΡΟΣ	0	142	1	0	0	143	0,36
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	2.257	1.470	451	943	1.178	6.299	15,73
ΣΟΥΗΔΙΑ	0	0	0	1	27	28	0,07
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	0	0	0	0	10	10	0,02
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	0	0	0	0	0	0	0,00
ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ	231	82	60	33	86	492	1,23
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΩΝ ΕΥΡΩΠΗΣ	7.015	7.068	4.341	3.993	14.771	37.188	92,83
ΗΠΑ	124	39	63	52	234	512	1,25
ΚΑΝΑΔΑΣ	49	28	18	719	1.389	2.203	5,50
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΩΝ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	173	67	81	771	1.623	2.715	6,75
ΙΑΠΩΝΙΑ	9	78	0	0	49	136	0,30
ΙΣΡΑΗΛ	0	12	0	0	0	12	0,03
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	8	0	0	0	0	8	0,05
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΩΝ ΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΑΦΡΙΚΗΣ	17	90	0	0	49	156	0,35
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	6.870	6.014	3.353	4.317	15.619	36.169	90,30
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	7.205	7.225	4.422	4.764	16.443	40.059	

Όπως βλέπουμε στον Πίνακα 5 τα αποτελέσματα της πρώτης χρονιάς, όπου έγιναν συντονισμένες προσπάθειες για την επέκταση της τουριστικής περιόδου, τα

αποτελέσματα δε φάνηκαν να είναι απογοητευτικά, αν σκεφθεί κανείς τις συνθήκες κάτω από τις οποίες διαμορφώθηκαν:

i. Η απουσία μας από την αγορά του χειμερινού τουρισμού για δώδεκα ολόκληρα χρόνια.

ii. Η γνωστή αναποφασιστικότητα και δυσπιστία του ελληνικού κράτους, η οποία είχε σαν αποτέλεσμα την καθυστέρηση και τη μικρού ύψους διαφημιστική καμπάνια για ένα τόσο σπουδαίο έργο, καθώς και την ανυπαρξία μακροπρόθεσμου σχεδιασμού.

iii. Την ανικανότητα των τοπικών οικονομικών παραγόντων να αντιληφθούν την έκταση και τη σπουδαιότητα να κρατηθεί η πόλη της Χερσονήσου ζωντανή κατά τους χειμερινούς μήνες.

iv. Μη ανταγωνιστικές τιμές πώλησης πακέτου λόγω υψηλού ξενοδοχειακού κόστους (μηδαμινή επιδότηση προσωπικού, θέρμανση, animation, ακριβά εισιτήρια κ.λπ.).

Το 1993 για τον τουρισμό της Κρήτης θεωρήθηκε από όλους μία καθοριστική χρονιά. Με βάση τα στοιχεία και την εικόνα του παρελθόντος αλλά και την εικόνα που ως τότε η Κρήτη παρουσίαζε, ένα ήταν το συμπέρασμα όλων, πως ο τουρισμός στη Μεγαλόνησο βρισκόταν σε οριακό σημείο ανάπτυξης. Τα έργα υποδομής προχώρησαν, αλλά με πολύ αργό ρυθμό, ενώ ελάχιστα από αυτά που είχαν προγραμματιστεί, κατόρθωσαν να τα φέρουν οι υπεύθυνοι εις πέρας. Κάτω από αυτές τις συνθήκες οι εμπλεκόμενοι επιχειρηματίες του τουριστικού κυκλώματος, παρουσιάζονταν απογοητευμένοι και κουρασμένοι. Αλίμονο, αν ο τουρισμός υπηρετείτο από απογοητευμένους και κουρασμένους επιχειρηματίες, όταν μάλιστα ο ανταγωνισμός κέρδιζε συνέχεια έδαφος. Αυτό θα αποτελούσε ύψιστη καταστροφή.

Το 1993 παρουσιάστηκε με αυξητική τάση, όσον αφορά τη δυναμικότητα των κλινών, ενώ αντίθετα οι αφίξεις παρέμεναν σταθερές. Βέβαια, όλοι φιλοδοξούσαν οι κλίνες αυτές να γεμίσουν. Όμως αυτό, εξακολουθούσε να παραμένει ένα δύσκολο κατόρθωμα, αφού τα έργα υποδομής που είχαν δρομολογηθεί, αργούσαν να ολοκληρωθούν. Επιπλέον η διαφήμιση και η προβολή διατηρούσαν μια έκδηλη απογοήτευση και ασαφή εικόνα για τα τουριστικά τεκταινόμενα του νησιού, όπου

φορείς και ιδιώτες κρατούσαν μια ηττοπαθή στάση απέναντι στα γεγονότα η οποία σαφώς δεν έδινε ελπίδες για το μέλλον.

Παρακάτω, παραθέτουμε έναν πίνακα στον οποίο θα μπορέσουμε να καταλάβουμε την κατάσταση του δυναμικού των κλινών, που επικρατούσε το 1993 ανά νομό στην Κρήτη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6: Ξενοδοχειακό δυναμικό κρητικών νομών (31.12.1993)

ΜΟΝΑΔΕΣ					
	Ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	Ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ	Ν. ΡΕΘΥΜΝΗΣ	Ν. ΧΑΝΙΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ					
ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	2	5	-	-	7
Α' ΤΑΞΗΣ	44	12	11	8	75
Β' ΤΑΞΗΣ	55	29	33	25	142
Γ' ΤΑΞΗΣ	137	69	63	56	325
Δ' ΤΑΞΗΣ	33	19	14	9	75
Ε' ΤΑΞΗΣ	28	21	11	19	79
BUNGALOWS					
ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	-	1	-	-	1
Α' ΤΑΞΗΣ	2	-	-	-	2
Β' ΤΑΞΗΣ	1	2	1	-	4
Γ' ΤΑΞΗΣ	-	-	-	1	1
ΞΕΝΟΔ. ΚΑΙ BUNG.					
ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	-	2	-	-	2
Α' ΤΑΞΗΣ	2	2	2	-	6
Β' ΤΑΞΗΣ	1	1	1	-	3
MOTELS					
ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	-	-	-	-	-
Α' ΤΑΞΗΣ	-	-	-	-	-
Β' ΤΑΞΗΣ	1	-	-	-	1
ΞΕΝΩΝΕΣ					
Α' ΤΑΞΗΣ	-	1	2	7	10
Β' ΤΑΞΗΣ	35	26	10	36	107
ΕΠΙΠΛ. ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ					
Α' ΤΑΞΗΣ	25	21	3	2	51
Β' ΤΑΞΗΣ	29	19	14	23	85
Γ' ΤΑΞΗΣ	69	48	58	84	259
Δ' ΤΑΞΗΣ	22	14	4	7	47
ΟΙΚΟΤΡΟΦΕΙΑ ΚΑΙ ΠΑΝΔΟΧΕΙΑ					
ΣΥΝΟΛΑ					
ΝΟΜΟΥ	491	299	230	282	-
ΚΡΗΤΗΣ				1302	
ΕΛΛΑΔΑΣ				7510	
ΠΟΣΟΣΤΑ %					
ΝΟΜΟΣ: ΚΡΗΤΗ	37,7	23	17,7	21,6	
ΚΡΗΤΗ: ΕΛΛΑΣ					17,3

ΠΙΝΑΚΑΣ 7: Ξενοδοχειακό δυναμικό κρητικών νομών (31.12.1993)

ΚΡΙΝΕΣ						
	Ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	Ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ	Ν. ΡΕΘΥΜΝΟΥ	Ν. ΧΑΝΙΩΝ	ΣΥΝΟΛ.	%
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ						
ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	1.096	1.332	-	-	2.428	2,6
Α' ΤΑΞΗΣ	16.971	3.172	3.542	2.056	25.741	27,9
Β' ΤΑΞΗΣ	6.396	3.091	3.642	2.386	15.514	16,8
Γ' ΤΑΞΗΣ	8.853	4.157	3.211	3.204	19.425	21,0
Δ' ΤΑΞΗΣ	1.128	349	338	215	2.030	2,2
Ε' ΤΑΞΗΣ	736	322	217	468	1.743	1,9
BUNGALOWS						
ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	-	233	-	-	233	0,2
Α' ΤΑΞΗΣ	324	-	-	-	324	0,3
Β' ΤΑΞΗΣ	108	189	122	-	419	0,4
Γ' ΤΑΞΗΣ	-	-	-	92	92	-
ΞΕΝΟΔ. ΚΑΙ BUNGALOWS						
ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	-	829	-	-	829	0,9
Α' ΤΑΞΗΣ	778	586	1.262	-	2.626	2,8
Β' ΤΑΞΗΣ	141	75	216	-	432	0,4
MOTELS						
ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	-	-	-	-	-	-
Α' ΤΑΞΗΣ	-	-	-	-	-	-
Β' ΤΑΞΗΣ	84	-	-	-	84	-
ΞΕΝΩΝΕΣ						
Α' ΤΑΞΗΣ	-	23	25	148	196	0,2
Β' ΤΑΞΗΣ	983	714	296	922	2.915	3,1
ΕΠΙΠΛ.ΩΜ. ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ						
Α' ΤΑΞΗΣ	784	1.054	802	46	2.686	2,9
Β' ΤΑΞΗΣ	1.138	609	603	853	3.203	3,4
Γ' ΤΑΞΗΣ	1.861	1.701	2.634	3.541	9.737	10,5
Δ' ΤΑΞΗΣ	521	353	82	182	1.138	1,2
ΟΙΚΟΤΡΟΦΕΙΑ ΚΑΙ ΠΑΝΔΟΧΕΙΑ						
ΣΥΝΟΛΑ						
ΝΟΜΟΥ ΚΡΗΤΗΣ	42.101	18.932	17.022	14.212	-	-
ΕΛΛΑΔΑΣ				92.267		18,5
				489.606		100
ΠΟΣΟΣΤΑ %						
ΝΟΜΟΣ: ΚΡΗΤΗ	45,7	20,5	18,4	15,4		
ΚΡΗΤΗ: ΕΛΛΑΣ					18,5	

ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ / ΕΟΤ

Βλέπουμε λοιπόν, ότι η διαμορφωμένη κατάσταση στο ξενοδοχειακό δυναμικό ως το 1993, δεν ήταν καθόλου άσχημη, ούτε σε ποιοτικό επίπεδο ούτε και σε ποσοτικό. Αναλυτικά, στην Κρήτη λειτουργούσαν το 1993, 1.302 ξενοδοχειακές μονάδες κάθε τύπου και κατηγορίας, έναντι των 1.246 το 1992 και 1.133 στα τέλη του 1990. Αυτές κάλυπταν το 17,3% του δυναμικού των επισήμως καταγεγραμμένων και λειτουργούντων το '93 - υπό την εποπτεία του ΕΟΤ-

ξενοδοχειακών μονάδων όλης της Ελλάδας. Σ' αυτές τις μονάδες περιλαμβάνονταν 18,5% των κλινών που λειτουργούσαν νόμιμα στην Ελλάδα, στο τέλος του 1993. Η διαφορά μεταξύ των δύο αυτών ποσοστών (17,3% και 18,5%) αποδεικνύει ότι στο νησί υπήρχαν μεγαλύτερες μονάδες απ' ότι στο σύνολο της χώρας.

Πέρα από κάθε αμφιβολία, ενθαρρυντικό στοιχείο αποτελεί το γεγονός ότι πρώτα κατατάσσονται τα ξενοδοχεία Α' τάξης με 25.741 κλίνες, μέγεθος που αντιστοιχεί στο 27,9% της προσφοράς των κλινών στην Κρήτη. Αξιοσημείωτο επίσης γεγονός αποτελεί το ότι στη Μεγαλόνησο υπάρχουν οι 10 από τις 51 μονάδες πολυτελείας κάθε τύπου της χώρας και τα 83 από τα 363 ξενοδοχεία είτε bungalows Α' τάξης ολόκληρης της Ελλάδας. Από την άλλη πλευρά, το 1992 και το 1993, στην Κρήτη παρατηρήθηκε μια σταθεροποιητική τάση σε χαμηλότερα επίπεδα του δείκτη της κατά έτος μεταβολής των ξενοδοχειακών κλινών. Παρέμεινε πάντα μεγαλύτερος του αντίστοιχου εθνικού, αλλά κυμάνθηκε μεταξύ του 4,7% και 7%, δηλαδή ποσοστού πολύ χαμηλότερου από το 8% έως 22,4%, που κυμάνθηκε μεταξύ του 1984-1990.

Αναλυτικότερα, η κατά νομό ετήσια μεταβολή των διατεθέντων κλινών στα τουριστικά καταλύματα φαίνεται στον πίνακα 8.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8: Διαχρονική εξέλιξη προσφοράς ξενοδοχειακών κλινών στην Κρήτη.

ΝΟΜΟΙ	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	5.867	15.514	25.805	36.871	39.229	40.812	42.101
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	3.233	6.870	10.871	16.628	17.377	17.752	18.932
ΡΕΘΥΜΝΗΣ	590	3.534	6.545	13.342	14.606	15.310	17.022
ΧΑΝΙΩΝ	1.766	3.396	5.196	10.837	11.882	12.991	14.212
ΚΡΗΤΗ	11.456	29.314	48.417	77.678	83.094	86.865	92.267
ΕΛΛΑΔΑ	185.275	278.045	348.171	438.355	459.297	475.799	499.606

ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ /ΕΟΤ.

Από τη μελέτη του παραπάνω πίνακα προκύπτει ότι ο Ν. Ηρακλείου προηγείται σαφώς στην προσφορά ξενοδοχειακών κλινών. Ακολουθεί ο Ν. Λασιθίου, η δεύτερη θέση του οποίου απειλείτο όμως από τους ραγδαία επεκτεινόντες το Δυναμικό τους

N. Ρεθύμνης και Ν. Χανίων. Ο τελευταίος μάλιστα, παρουσίασε τα τελευταία χρόνια τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση μεταξύ όλων των νομών της Κρήτης.

Θα πρέπει ωστόσο να αναφέρουμε ότι τα παραπάνω στοιχεία αφορούν αποκλειστικά και μόνο τα καταλύματα που είναι επισήμως καταγεγραμμένα. Δεν είναι δυνατόν, όμως να μην αναφερθούμε και στην παραξενοδοχεία, η οποία διακρίνεται στα δεδηλωμένα ενοικιαζόμενα δωμάτια σπιτιών και στα παντελώς αδήλωτα καταλύματα. Κατά μία εκτίμηση, το πλήθος των παρανόμων κλινών στην Κρήτη ήταν της ίδιας τάξης μεγέθους με τις νόμιμες! Σε κάθε περίπτωση, εκτός από την άγνωστη ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών, το φαινόμενο της παραξενοδοχεία έχει και μία άλλη αρνητική συνέπεια, με ιδιαίτερα επώδυνες επιπτώσεις για το νησί. Πράγματι, η παραξενοδοχεία, ακολουθώντας τους νόμους της αγοράς, συγκεντρώνεται όπου και ο όγκος της νόμιμης ξενοδοχίας, επιδεινώνοντας περαιτέρω το επίπεδο εξυπηρέτησης που παρέχεται στους τουρίστες.

Από επίσημα αναλυτικά στοιχεία για τις διανυκτερεύσεις, προκύπτει ότι τα καταλύματα που προτίμησαν οι πιο πολλοί ξένοι στην Κρήτη, είναι ξενοδοχεία Α' τάξεως, με ποσοστό που έτεινε να σταθεροποιηθεί άνω του 40%, ποσοστό μεγαλύτερο από το αντίστοιχο πανελλαδικό (32,8%). Επίσης, είχαμε μία ραγδαία αυξητική τάση προς τα επιπλωμένα διαμερίσματα. Βέβαια, κανένα δεν είδε με ικανοποίηση την πτώση ενδιαφέροντος των τουριστών για τις ξενοδοχειακές κλίνες Γ, Δ' και Ε' κατηγορίας. Από αυτό λοιπόν το γεγονός, αποδεικνύεται ότι ο κρητικός τουρισμός κατόρθωσε να απευθύνεται σε σχετικώς υψηλά βαλάντια, αφού μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής κατορθώνεται στις ανώτερες κατηγορίες καταλυμάτων. Επίσης, άξιο μνείας είναι το γεγονός της μεγάλης διάρκειας παραμονής σε ξενώνες και διαμερίσματα.

Μεταξύ των καταγεγραμμένων διανυκτερεύσεων τουριστών, ποσοστό άνω του 93% καλύπτεται από αλλοδαπούς. Την πρώτη θέση κατείχαν οι Γερμανοί που αποτελούσαν τον ένα στους τρεις τουρίστες που αφικνούνταν με charters στα Χανιά και το Ηράκλειο. Ακολούθησαν οι Άγγλοι, οι οποίοι πρωταγωνιστούσαν στο κρητικό τουρισμό μέχρι το 1988, αλλά αργότερα περιορίστηκαν στο καθόλου ευκαταφρόνητο ποσοστό του 22%. Έπονταν οι Σκανδιναβοί με ένα ομοίως συρρικνούμενο ποσοστό και οι Ολλανδοί οι οποίοι διατηρούνταν σε ένα ποσοστό κοντά στο 10%, για μια

πενταετία περίπου. Με μικρότερα ποσοστά συμμετοχής, ακολούθησαν οι Γάλλοι, οι Αυστριακοί, οι Βέλγοι, οι Ιταλοί και οι Ελβετοί. Αυτά τα στοιχεία αναφέρονται στην τουριστική κίνηση όλης της χρονιάς του 1993. Στον πίνακα 9 που ακολουθεί θα μπορούσαμε να δούμε ειδικότερα για τους χειμερινούς μήνες και μόνο για την περιοχή της Χερσονήσου που συγκεντρώνει και τη μεγαλύτερη προτίμηση από μέρους των τουριστών κατά τη χειμερινή περίοδο. Πριν όμως, θα ήταν καλό να παρατηρήσουμε την ιδιαίτερη προτίμηση των τουριστών προς το βόρειο τμήμα του νησιού, που αποσπά ποσοστό μεγαλύτερο από το 95% των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών, με ιδιαίτερη προτίμηση στο Ν. Ηρακλείου, ο οποίος αποσπά κατά έτος άνω του 50% των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών, στην Κρήτη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9: Συγκεντρωτικός πίνακας διανυκτερεύσεων κατά εθνικότητα περιοχής Χερσονήσου.

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	ΜΑΡΤΙΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ	%
ΕΛΛΑΔΑ	389	760	365	792	814	3.120	6,07
ΑΓΓΛΙΑ	263	169	101	87	340	960	1,87
ΑΥΣΤΡΙΑ	133	19	14	0	264	430	0,84
ΒΕΛΓΙΟ	3.159	908	82	263	541	4.953	9,63
ΓΑΛΛΙΑ	113	91	14	116	127	461	0,90
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	5.865	5.161	4.028	4.000	10.991	30.045	58,44
ΔΑΝΙΑ	50	28	220	0	12	310	0,60
ΕΛΒΕΤΙΑ	105	36	1	15	257	414	0,81
ΙΣΠΑΝΙΑ	148	45	71	28	25	317	0,62
ΙΤΑΛΙΑ	243	645	137	49	157	1.231	2,39
ΚΥΠΡΟΣ	0	0	0	0	0	0	0
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	781	471	0	348	85	1.685	3,28
ΣΟΥΗΔΙΑ	83	7	0	0	27	117	0,23
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	28	0	1	221	4	254	0,49
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	35	0	0	0	14	49	0,10
ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ	488	137	142	250	2.467	3.664	7,13
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	11.883	8.477	5.176	6.169	16.305	48.010	93,38
ΗΠΑ	318	83	151	0	471	1.023	1,99
ΚΑΝΑΔΑΣ	142	0	34	303	1.653	2.132	4,15
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΩΝ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	460	83	185	303	2.124	3.155	6,14
ΙΑΠΩΝΙΑ	81	106	35	8	0	230	0,45
ΙΣΡΑΗΛ	0	0	0	0	0	0	0
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	0	0	0	0	16	16	0,03
ΣΥΝ. ΧΩΡΩΝ ΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΑΦΡΙΚΗΣ	81	106	35	8	16	16	0,48
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	12.035	7.906	5.031	5.680	17.631	44.890	87,32
ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ	12.424	8.666	5.396	6.480	18.445	51.411	100,00

Χαρακτηριστικό αυτής της χρονιάς ήταν η μεγάλη πτώση της κίνησης από την πλευρά των Ελλήνων επισκεπτών, ενώ αντίθετα σημειώθηκε μια θεαματική αύξηση των αντίστοιχων από τη Γερμανία, η οποία οφείλεται κατά κύριο λόγο στην πίστη ορισμένων Ελλήνων Τ.Ο. της Γερμανίας στην ιδέα του χειμερινού τουρισμού της Κρήτης. Η ανυπαρξία διαφήμισης και κατά τη χρονιά αυτή υπήρξε η βασική αιτία της απουσίας Ελλήνων επισκεπτών και μια από τις αιτίες της μη θεαματικής αύξησης της ξένης αγοράς -αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες.

Από πλευράς ντόπιων επιχειρηματιών, παρά τις επανειλημμένες και δημόσιες διαβεβαιώσεις, τόσο στο εξωτερικό όσο και στην Ελλάδα, ο επαγγελματισμός τους εξαντλήθηκε στο επτάμηνο της κανονικής τουριστικής περιόδου. Τα δε συνδικαλιστικά τους όργανα, όπως και το Κοινοτικό Συμβούλιο, στάθηκαν για μια ακόμη φορά ανίκανα να αντιληφθούν τα οφέλη του χειμερινού τουρισμού.

Για το 1994 υπήρξε ένα κλίμα αισιοδοξίας. Οι αφίξεις το πρώτο τρίμηνο του 1994 αναλύονταν σε 13.879 τουρίστες τον Ιανουάριο, σε 14.079 τον Φεβρουάριο, έναντι 10.398 του '93 και σε 39.797 το Μάρτιο, έναντι 19.818 του Μαρτίου της προηγούμενης χρονιάς. Στοιχεία τα οποία φαίνονται και στον παρακάτω πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10: Αφίξεις Α' τριμήνου 1994.

ΝΟΜΟΣ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	ΜΑΡΤΙΟΣ
ΧΑΝΙΩΝ	4.894	4.274	7...035
ΡΕΘΥΜΝΗΣ	793	859	4...788
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	6.926	8.019	23.835
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	1.266	927	4.139
ΣΥΝΟΛΟ ΚΡΗΤΗΣ	13.879	14.079	39.797

Η μεσογειακή Κρήτη είχε να προσφέρει πλέον πολύ περισσότερα στους ξένους τουρίστες που αποζητούσαν επαφή με τη φύση και την ιστορία του νησιού. Η στροφή του γενικότερου ενδιαφέροντος προς τις λεγόμενες ήπιες μορφές τουρισμού, αποτέλεσε και αποτελεί διέξοδο ποιότητας για τον τουρισμό της Κρήτης.

Ήταν πλέον γεγονός, πως όλο το σχέδιο δράσης περιστρεφόταν γύρω από την εξειδικευμένη διαφήμιση και προβολή, που θεωρήθηκε και θεωρείται ο πλέον εύστοχος δρόμος προς αυτήν την κατεύθυνση καθώς και τη θέση των περιστασιακών και σπασμωδικών κινήσεων προβολής του νησιού, που θα ήταν φρονιμότερο να αντικαταστήσουν πιο μελετημένες και οργανωμένες προσπάθειες. Την τριετία '91-'93 χαρακτήρισε το πάγωμα των επενδύσεων, ενώ η έλλειψη κινήτρων και το ακριβό χρήμα είχαν επιδράσει ιδιαίτερα την κατασκευή νέων μονάδων.

Έτσι, για το '94 δρομολογήθηκαν για τους νομούς σχέδια εκσυγχρονισμού, ενώ πολλοί επιχειρηματίες ανανέωσαν και αναβάθμισαν τις εγκαταστάσεις αλλά και τις προσφερόμενες υπηρεσίες των μονάδων τους.

Δε μπορούμε όμως να πούμε το ίδιο και για τη βελτίωση των εγκαταστάσεων υποδομής. Σημαντικά έργα στο Ηράκλειο, το Ρέθυμνο ή τα Χανιά δεν προχώρησαν και μια προσπάθεια για ίδρυση τουριστικής σχολής πανεπιστημιακού επίπεδο στο Άγιο Νικόλαο, συνάντησε αντιδράσεις από το Υπουργείο Παιδείας. Η μοναδική άδεια καζίνο στην Κρήτη ίσως να μη βρει επενδυτή, διότι το κόστος κρίθηκε ως απαγορευτικό από τους επιχειρηματίες.

Μιάς και αναφερθήκαμε σε κινήσεις επενδύσεων, θα πρέπει να μνημονεύσουμε και ορισμένες επενδυτικές προοπτικές που φάνηκαν στα πλαίσια του ειδικού ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής και πολιτιστικής ανάπτυξης. Αυτό περιελάμβανε τουριστικές υποδομές (λιμάνια, αεροδρόμια, οδικά δίκτυα κ.α.), έργα προώθησης αθλητικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, έργα για την ανάπλαση μνημείων και κτιρίων, βελτίωση μεταφορών και τηλεπικοινωνιών με σκοπό να βελτιωθεί η εικόνα του νησιού και να επεκταθεί έτσι η τουριστική περίοδος τους χειμερινούς μήνες.

Παρακάτω θα ήταν σκόπιμο να δούμε τα τεκταινόμενα σε κάθε νομό της Κρήτης εν συντομία για το πρώτο μισό της δεκαετίας του '90.

N. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Το Ηράκλειο έχει την τύχη να αποτελεί το κέντρο του νησιού, το οποίο αναπτύσσεται πυρετωδώς σε όλα τα επίπεδα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Ως πρωτεύουσα του νησιού συγκεντρώνει όλες τις σύγχρονες δραστηριότητες, αλλά και όλες τις ανάλογες επιβαρύνσεις. Το 90% του τουρισμού που συγκεντρώνει η Κρήτη περνάει από το Ηράκλειο, αφού το αεροδρόμιο και το λιμάνι του Ηρακλείου αποτελούν τις κύριες πύλες υποδοχής των τουριστών. Αυτό σημαίνει ότι εκτός των άλλων το Ηράκλειο διατηρεί τον άχαρο ρόλο του διαμετακομιστικού κέντρου. Ένας ρόλος που απαιτεί υποστήριξη αλλά και πρόβλεψη, οικονομικά οφέλη αλλά και παροχές.

Μεγάλη αύξηση τα πέντε πρώτα χρόνια της δεκαετίας (1990-1994), παρατηρήθηκε στο ξενοδοχειακό δυναμικό του νησιού (491 μονάδες συνολικά, δηλαδή το 37% όλης της Κρήτης). Η αντιστοιχία σε κλίνες ήταν 42.101 κλίνες, δηλαδή το 45,7% του νησιού. Τα ποσοστά αυτά αποδεικνύουν την ύπαρξη των μεγαλύτερων μονάδων στην Κρήτη από ολόκληρη την ελληνική επικράτεια, με πρωταγωνίστρια περιοχή αυτή της Χερσονήσου. Η αρχική τάση για υπερπροσφορά του νησιού, φάνηκε να έχει φτάσει στο σημείο του κορεσμού.

Ο νομός ηρακλείου αντιμετώπισε και συνεχίζει να αντιμετωπίζει ιδιαίτερα προβλήματα από την άναρχη ανάπτυξη. Το Ηράκλειο κατέληξε ένας κακός σταθμός υποδοχής για τους αφικνούμενους τουρίστες και αφετηρία εξόρμησης των ξένων προς τους αρχαιολογικούς χώρους και την έντονη ζωή της Χερσονήσου. Ή ακόμα, ένας αναγκαίος σταθμός για τη συνέχεια ενός ταξιδιού προς το Ρέθυμνο ή τον Άγιο Νικόλαο. Παρά το γεγονός ότι η πόλη του Ηρακλείου διαθέτει στοιχεία που αποτελούν σοβαρό πλεονέκτημα, δε βρέθηκε κάποιος υπεύθυνος να αξιοποιήσει ούτε τα πολιτιστικά και ιστορικά στοιχεία, αλλά και ούτε και τα φυσικά χαρακτηριστικά, τα οποία και ποδοπατήθηκαν λόγω της κακής ανάπτυξης.

Παρόλ' αυτά, κάποια έργα υποδομών δρομολογήθηκαν και τα προγράμματα χειμερινού τουρισμού στη Χερσονήσο πρόσθεσαν μία νότα αισιοδοξίας για την επέκταση της τουριστικής περιόδου.

Αυτό που αξίζει να καταδειχθεί είναι, πως το Ηράκλειο και η εν γένει πορεία του νομού, αποτέλεσε παράδειγμα προς αποφυγή για όλες τις λοιπές τουριστικές γωνιές της χώρας. Οι μεγάλες αδυναμίες του προκάλεσαν κάκιστες κριτικές από τους ξένους Τ.Ο., ενώ η άναρχη ανάπτυξή του συνέβαλε στη μεγάλη επιβάρυνση του περιβάλλοντος του βορείου άξονα.

Η ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού στην περιοχή φάνηκε να είναι το μόνο ίσως μέσον πίεσης για καλύτερες συνθήκες και καλύτερη προστασία των φυσικών, ιστορικών και πολιτιστικών του ιδιαιτεροτήτων.

Το λιμάνι και το αεροδρόμιο του Ηρακλείου παρουσίασαν χρόνο με το χρόνο αυξητική κίνηση, πράγμα το οποίο κατάφερα να αποσπάσει το αδιάφορο βλέμμα της πολιτείας και να κάνει κάποια στοιχειώδη έργα βελτίωσης των παραπάνω σταθμών εισόδου προς το νησί.

Ν. ΡΕΘΥΜΝΗΣ

Είναι ο μικρότερος νομός της Κρήτης. Το έδαφός του είναι κατά 2/3 ορεινό, ενώ το εργατικό του δυναμικό φαίνεται να απομυζείται από τους δυναμικούς γειτονικούς νομούς Ηρακλείου και Χανίων.

Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας ο νομός Ρεθύμνης απέκτησε 230 ξενοδοχειακές μονάδες, με άδεια λειτουργίας από τον ΕΟΤ. Το 1/3 των μονάδων έγιναν στην πόλη του Ρεθύμνου, ενώ ο κύριος όγκος των υπολοίπων έγιναν στην Αγία Γαλήνη.

Η τουριστική δραστηριότητα υπήρξε για το νομό καθοριστική με αποτέλεσμα η περιοχή του Ρεθύμνου να θεωρηθεί η πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη περιοχή της Μεσογείου. Με αποτέλεσμα μέσα σε 15 χρόνια η μικρή κωμόπολη να διπλασιάσει τον πληθυσμό της λόγω της γρήγορης και σωστής τουριστικής ανάπτυξης.

Η μικρότερης κλίμακας από άλλες περιοχές της Κρήτης αυθαίρετη δόμηση, τα ξενοδοχεία πάσης κατηγορίας στο βόρειο άξονα και ο σεβασμός προς το φυσικό περιβάλλον, συνέβαλαν σημαντικά στην τουριστική αξιοποίηση της ευρύτερης περιοχής. Παράλληλα, οι εμπλεκόμενοι στον τουρισμό κατάφεραν να κερδίσουν τον τουρίστα με τη σαφώς καλύτερη εισοδηματική επιφάνεια. Ενώ από νωρίς ξεκίνησαν οι ενέργειες για την εξασφάλιση προϋποθέσεων του ήδη υψηλού επιπέδου τουριστικής προσφοράς και ζήτησης, με κατάλληλα έργα υποδομής, αναβάθμιση παρεχομένων υπηρεσιών, προβολή της πολιτιστικής ταυτότητας και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος.

Συγκεκριμένα, ολοκληρώθηκε η παράκαμψη της εθνικής οδού μήκους 6 χλμ., που αποσυμφόρησε το Ρέθυμνο. Έργο που στοίχισε 6 δις. δρχ. έχουμε επίσης μία

σειρά έργων επαρχιακής οδοποιίας για την προσπέλαση σε αρχαιολογικούς χώρους.

Ακόμη, έχουν τις χρηματοδοτήσεις ανασκαφών και τις εργασίες αποκατάστασης της Μονής Αρκαδίου και την ανακήρυξη της σε «Μνημείο Ευρωπαϊκής Ελευθερίας». Παράλληλα, εντάχθηκαν σε κοινοτικό πρόγραμμα η παλιά πόλη και το φρούριο της Φροτέζας. Ταυτόχρονα, έχουμε την ένταξη σε κοινοτικό πρόγραμμα την περιοχή της Λίμνης της Πρέβελης, για να μην μετατρέπταν σταδιακά σε σκουπιδότοπο, ενώ επιτεύχθηκαν στα κοινοτικά προγράμματα έργο αποχέτευσης της πόλης και υγειονομική ταφή στερεών αποβλήτων.

Εξάλλου, ενισχύθηκε το πολιτιστικό προφίλ του Ρεθύμνου με στήριξη πολιτιστικών εκδηλώσεων -όπως Αναγεννησιακό Φεστιβάλ-, με εκθέσεις ζωγράφων. Τοπικές εορτές, πανηγύρια κ.λπ.

Τέλος, η κατασκευή χιονοδρομικού κέντρου στα Ανώγεια και η αναδάσωση του Ψηλορείτη, τόνωσαν τις νότιες πλευρές του νομού για να προσελκύσουν τουρίστες που ενδιαφέρονται για χιονοδρομικό, ορεινό και φυσιολατρικό τουρισμό.

Η διατήρηση της πνευματικής και πολιτιστικής παράδοσης, όπως και αυτή του φυσικού περιβάλλοντος, η ορθολογική τουριστική ανάπτυξη και η αντιμετώπιση του τουρίστα όχι ως αντικειμένου εκμετάλλευσης αλλά σα φιλοξενούμενου, αποτέλεσε την καλύτερη ασπίδα προστασίας του νομού. Επιπλέον, προτάθηκε από τους ξενοδόχους του νομού να αποτελέσει ο νομός Ρεθύμνης πιλοτική περιοχή για την παράταση της τουριστικής περιόδου.

Ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ

Βρίσκεται στο ανατολικότερο τμήμα της Κρήτης. Από οικονομική άποψη είναι ο πιο καθυστερημένος νομός του νησιού, ενώ η βιομηχανία του νομού είναι ουσιαστικά ανύπαρκτη.

Κατά τα πέντε τελευταία χρόνια (1990-1994), το δυναμικό των κλινών αυξήθηκε με ετήσιους ρυθμούς 10,5%, 7,4%, 4,5%, 2,2%, 6,6% αντίστοιχα. Πρόκειται για ρυθμούς μεγαλύτερους κατά κανόνα από τους αντίστοιχους πανελλήνιους, οι οποίοι όμως δεν επέτρεψαν στο νομό να αυξήσει τα σχετικά

ποσοστά συμμετοχής του σε ολόκληρη την Κρήτη. Οι μισές μονάδες από αυτές που ανεγέρθηκαν τα τελευταία χρόνια βρίσκονται στον Άγιο Νικόλαο, την Ιεράπετρα, τη Σητεία και την Ελούντα.

Συγκεκριμένα στο δήμο του Αγ. Νικολάου, έχουμε την ίδρυση της Δημοτικής Τουριστικής Επιχείρησης και την πρωταγωνιστική συμμετοχή της στη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και έργων υποδομής, στη διαφήμιση και προβολή του νομού και στην προώθηση γενικότερα του τουριστικού προϊόντος. Στις δραστηριότητες του δήμου περιελήφθη η έκδοση εντύπου διαφημιστικού υλικού, η συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις καθώς και διαφημιστικές καταχωρήσεις στον Τύπο.

Η Δημοτική Τουριστική Επιχείρηση λειτουργεί γραφείο πληροφοριών και ανταλλακτήρια συναλλάγματος. Ενώ παράλληλα, ξεκίνησε ένα σχέδιο δράσης προσέλκυσης χειμερινών επισκεπτών με τη διοργάνωση εκδηλώσεων κατά τη διάρκεια του χειμώνα το οποίο όμως εντάχθηκε στα μελλοντικά σχέδια του δήμου. Όλα αυτά σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα και τους αρχαιολογικούς θησαυρούς της περιοχής θα συμπλήρωναν την καλή εικόνα στα μάτια του τουρίστα.

Βέβαια, είναι απαραίτητο να προχωρήσουν τα έργα γενικής και τουριστικής υποδομής, γι' αυτό και είχαμε σαν ένα πρώτο βήμα την καθολική ένωση των παραλιακών ξενοδοχειακών μονάδων με το βιολογικό σταθμό του Αγ. Νικολάου.

Η Γ.Γ. Αθλητισμού ενέταξε στο πρόγραμμά της 1992-1994 έκδοση μελέτης για την ανέγερση κλειστού γυμναστηρίου 1.000 θέσεων, το οποίο θα δύναται να δεχθεί και άλλου είδους εκδηλώσεις. Ταυτόχρονα έχουμε την πραγμάτωση βελτιώσεων και προσθηκών σε παλαιό θέατρο της πόλης προκειμένου να δημιουργηθεί συνεδριακή αίθουσα 450 ατόμων. Εκεί συστεγάσθηκαν το Πνευματικό Κέντρο και το Κέντρο Νεότητας του δήμου.

Στα πλαίσια των Μ.Ο.Π. δρομολογήθηκαν έργα ύδρευσης, αποχέτευσης καθώς και βελτιωτικών έργων στο χώρο του λιμανιού για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πλοίων. Για την τόνωση του χειμερινού τουρισμού, ο δήμος ενεργοποιήθηκε υπέρ του αεροδρομίου στο Λασιίθι, ενώ παράλληλα θεωρήθηκε αναγκαία η κατασκευή καζίνο και golf για την προσέλκυση του μέσου και υψηλού εισοδήματος τουρίστα. Άλλωστε, η σωστή αναλογία στις κατηγορίες κλινών στην περιοχή, αλλά

και η συνεργασία τοπικών φορέων θεωρήθηκαν ικανά στοιχεία για την προσέλκυση σαφώς ποιοτικότερου τουρισμού. Ταυτόχρονα, παρατηρήθηκε η συνεχής ενημέρωση, η ενίσχυση της τουριστικής συνείδησης και η προσπάθεια για την αναβάθμιση του τουρισμού στην περιοχή.

Ν. ΧΑΝΙΩΝ

Είναι η έκταση που αποτελεί το 1.8% της χώρας. Σ' αυτήν κυριαρχεί το ορεινό στοιχείο ενώ από οικονομικής άποψης, η βιομηχανία είναι σχεδόν ανύπαρκτη. Αλλά και οι τουριστικές δραστηριότητες του συγκεκριμένου νομού είναι οι πιο φτωχές της Κρήτης.

Το 1992 από πλευράς καταλυμάτων έχουμε 282 μονάδες, δηλαδή το 21,6% όλης της Μεγαλονήσου. Ποσοστό το οποίο χρόνο με το χρόνο παρουσίασε αύξηση. Περίπου το 1/3 από αυτές βρίσκονταν στην πόλη των Χανίων, ενώ αρκετές συναντώνται στην Αγ. Μαρίνα, την Παλαιοχώρα, το Γαλατά και τη Στάλου. Οι χρονιές 1992-1994 παρουσιάστηκαν θετικές από πλευράς αύξησης του αριθμού των κλινών του νομού.

Αν και σημαντικότερος τουριστικά, ο νομός Χανίων βρέθηκε ως τα μέσα της δεκαετίας που διανύουμε, με σοβαρές ελλείψεις σε έργα υποδομής, οι οποίες με τη συνεχή αύξηση του τουριστικού ρεύματος έλαβαν σοβαρές διαστάσεις.

Η παρουσία της πολιτείας δεν ήταν ιδιαίτερος αισθητή, αφού οι κινήσεις που έκανε ήταν με αργούς ρυθμούς. Σημαντικό ρόλο, στο διάστημα που εξετάζουμε, έπαιξαν οι κοινοτικές χρηματοδοτήσεις, για τις οποίες ο νομός Χανίων παρουσίασε μεγάλο βαθμό απορρόφησης.

Κύρια έργα στο διάστημα 1990-1994 υπήρξαν οι δύο μαρίνες στα Χανιά και την Παλαιοχώρα, έργο ενταγμένο στα Μ.Ο.Π. Μια ακόμα κίνηση ήταν τα ενισχυτικά έργα στο παλιό λιμάνι των Χανίων.

Όσον αφορά το οδικό δίκτυο, ένα έργο το οποίο επίσης εντάχθηκε στα Μ.Ο.Π., ήταν ο δρόμος Χανίων-Κολυμπάρι. Προτεραιότητα από τις υπηρεσίες της Νομαρχίας δόθηκε και στην επισκευή του περιφερειακού οδικού δικτύου. Ακόμη έχουμε την επισκευή και αναβάθμιση του οδικού δικτύου Χανίων-Παλαιοχώρας, με διαπλατύνσεις και νέες χαράξεις για την ασφαλέστερη διέλευσή του. Το έργο αυτό

κρίθηκε αναγκαίο για την τουριστική ανάπτυξη του νομού, αφού ενώνει το βόρειο με το νότιο άξονά του.

Παράλληλα, έχουμε τα βελτιωτικά έργα του αεροδρομίου Χανίων για την ενίσχυση του υπάρχοντος αεροσταθμού. Υπήρξε ακόμα πρόβλεψη έργων για τα λύματα, έργο που θα καθόριζε αποφασιστικά το μέλλον του τουρισμού στο νομό. Το έργο περιελάμβανε βιολογικό καθαρισμό για το βόρειο άξονα του νομού, όπου βρίσκονται και οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες.

Η προστασία του περιβάλλοντος θεωρήθηκε η αποδοτικότερη επένδυση για τον τουρισμό. Η χωματερή στο Κουρουμπητό, έδωσε την καταδικαστική απόφαση του ευρωπαϊκού δικαστηρίου. Έτσι πάρθηκαν οι εξής αποφάσεις:

- i. Κατασκευή κλιβάνου για την υποδοχή υγειονομικών αποβλήτων,
- ii. Εύρεση χώρου υγειονομικής ταφής στερεών αποβλήτων και
- iii. Μη μεταφορά των σκουπιδιών των γύρω κοινοτήτων στην τοποθεσία αυτή.

Τελειώνοντας πρέπει να πούμε, ότι τα έργα που ξεκίνησαν στο νομό Χανίων, απέβλεπαν στην υποστήριξη με τον καλύτερο δυνατόν τρόπο της συνεχώς αυξανόμενης τουριστικής κίνησης στο νομό, αλλά και τη γενικότερη ανάπτυξή του.

ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ. ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝ.

Όπως φάνηκε ήδη, τα χρόνια από το 1990 έως το 1994, έγιναν αρκετά βήματα για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Κρήτη. Δρομολογήθηκαν έργα υποδομής και ανωδομής που θα βοηθούσαν το νησί να δεχθεί ποιοτικότερο τουρισμό και κυρίως να επεκταθεί η τουριστική περίοδος, που είναι και το κύριο ζητούμενο για την περιοχή της Μεγαλονήσου.

Από τα έργα που δρομολογήθηκαν, κάποια από αυτά ολοκληρώθηκαν, άλλα ξεκίνησαν χωρίς να ολοκληρωθούν ενώ πολλά παρέμειναν στο στάδιο των προτάσεων και των σχεδιασμών. Προφανές είναι λοιπόν, ότι όλες οι ενέργειες είχαν πολύ αργό ρυθμό> Γι' αυτό και η περίοδος από το 1995 έως σήμερα θα εξετασθεί ως παρόν, εφόσον οι αλλαγές δεν ήταν και τόσο σημαντικές από χρόνο σε χρόνο.

Έτσι, Στη συνέχεια θα γίνει αναφορά στις απαιτούμενες ενέργειες (πολιτική-στρατηγική), οι οποίες θα μπορέσουν να βγάλουν τον κρητικό τουρισμό από το τέλμα των αργών ρυθμών. Αυτό είναι δυνατό να πραγματοποιηθεί με την προσέλκυση νέων επενδύσεων, τον εκσυγχρονισμό των μονάδων, τη δημιουργία καινοτόμων τουριστικών προϊόντων σε συνδυασμό πάντα με την υποστήριξη της τουριστικής υποδομής, αποδίδοντας έτσι το νέο ρόλο της Κρήτης στο τουριστικό γίγνεσθαι. Εδώ πρέπει να αναφέρουμε κάτι πολύ σημαντικό. Αν το τουριστικό συνάλλαγμα, το οποίο παρήχθη στην Κρήτη επενδυόταν σε υποδομή και έργα για τον τουρισμό της Κρήτης, τα έσοδα θα μπορούσαν να καλύψουν το ήμισυ των κρατικών δαπανών.

Τα έργα υποδομής, πάγια ευθύνη της πολιτείας, αποτελούν ως σήμερα μια από τις μεγαλύτερες αδυναμίες του κρητικού τουρισμού, αλλά και το κεντρικό σημείο αναφοράς των παραπόνων των επισκεπτών. Οι προτεραιότητες στην υποδομή πρέπει να δοθούν στα έργα οδοποιίας, ύδρευσης και αποχέτευσης. Επίσης, προσοχή θα πρέπει να δοθεί στην προβολή των αρχαιολογικών χώρων, τη προστασία του περιβάλλοντος, τους συγκοινωνιακούς κόμβους, αλλά και στα διάφορα έργα που κρίνονται απαραίτητα. Το κρίσιμο σημείο είναι η λογική με την οποία θα ιεραρχηθούν όλα αυτά και αυτό γιατί το κράτος έως σήμερα δεν προνόησε για τη χάραξη κατευθυντήριων αξόνων για τη χωροθέτηση των δραστηριοτήτων. Η υποδομή εξάλλου που ήδη υπάρχει για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού ανεξάρτητα ή σε συνδυασμό με άλλες μορφές τουρισμού, μπορούμε να πούμε ότι βρίσκεται σε νηπιακό στάδιο.

Το γραφείο τουρισμού της περιφέρειας της Κρήτης και οι επικεφαλείς του αναζητούν νέους δρόμους για τον τουρισμό της Κρήτης, που θα ενισχύσουν την υπάρχουσα τουριστική δραστηριότητα του χειμώνα, εμπλουτίζοντάς την με τα τουριστικά προϊόντα που ζητά σήμερα ο τουρίστας (ήπιες μορφές τουρισμού), καθώς και την προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδήματος. Έτσι, έχουμε τη δρομολόγηση μιάς σειράς ενεργειών, όπως η μελέτη και η καταγραφή των δυνατοτήτων της επαρχιακής Κρήτης για ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων κατά το χειμώνα.

Τα διάφορα κοινοτικά προγράμματα (Leader, Intereg, Επιχειρησιακό Περιφερειακό Πρόγραμμα Κρήτης) προβλέπουν ενίσχυση της υποδομής για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού.

Είναι ακόμη γνωστή, η προσπάθεια των ξενοδόχων του νησιού και ιδιαίτερα της Χερσονήσου για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και κατά τη χειμερινή περίοδο, η οποία έχει ενταχθεί τα τελευταία χρόνια και μπορεί να ειπωθεί ότι είχε θετικά αποτελέσματα. Κάποιες αγορές πληροφορήθηκαν ότι η Κρήτη υπάρχει και το χειμώνα. Οι ξενοδόχοι που παρέμειναν ανοιχτά και το χειμώνα, ξέρουν καλύτερα από τον καθένα πως ο χειμερινός τουρισμός είναι μια δύσκολη υπόθεση, τη στιγμή μάλιστα που η ίδια η πολιτεία απουσιάζει και κανένα οργανωμένο σχέδιο δράσης ή προσπάθεια σωστής προβολής δεν υπάρχει. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να υποβαθμίζεται συνεχώς όλο και περισσότερο ο χειμερινός τουρισμός, προκαλώντας την αγανάκτηση των τουριστών, αρχής γενομένης από τις πύλες εισόδου και εξόδου του νησιού.

Παρά τις σχετικές ικανοποιητικές επιδόσεις της περιφέρειας της Κρήτης, η μέχρι τώρα ανάπτυξή της σε γενικότερο τουριστικό πλαίσιο, δεν έγινε ορθολογικά, αφού δε στηρίχθηκε σε έναν μακροπρόθεσμο σχεδιασμό με την ανάλογη ανάπτυξη υποδομής.

Έτσι τα κύρια προβλήματα αφορούν τους εξής τομείς:

→ **Υποδομές μεταφορών και επικοινωνιών.** Σημαντικές αδυναμίες στο οδικό δίκτυο. Ο βόρειος οδικός άξονας δεν έχει περατωθεί, καθώς και οι αναγκαίες παρακάμψεις των αστικών κέντρων. Οι ελλείψεις του νότιου άξονα είναι περισσότερες, ενώ οι μεταξύ τους συνδέσεις ανεπαρκείς.

→ **Αεροπορικές συγκοινωνίες.** Ημιτελές είναι ακόμα το σύστημα αερολιμένων του νησιού, ενώ ο εξοπλισμός των δύο ήδη υπαρχόντων είναι ελλιπής.

→ **Θαλάσσιες συγκοινωνίες.** Αδυναμίες στη συχνότητα διεθνών συνδέσεων με Ευρώπη, Αφρική και Μέση Ανατολή.

→ **Επικοινωνίες.** Συναντάμε ανεπάρκεια και χαμηλή ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών. Απαραίτητη λοιπόν κρίνεται η ύπαρξη σύγχρονου συστήματος επικοινωνιών για τη στήριξη του χειμερινού τουρισμού.

Άλλα προβλήματα που αφορούν ειδικότερα στον τουρισμό είναι:

→ **Αυθαίρετη δόμηση.** Συνέπεια της οποίας είναι η υποβάθμιση του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

→ **Συγκέντρωση ανάπτυξης** σε ήδη κορεσμένες περιοχές.

→ **Αναξιοποίητοι τουριστικοί πόροι,** που μοιραία περιορίζουν τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου και αποστερούν την περιφέρεια από ένα ανώτερο επίπεδο τουρισμού, με δυσμενείς επιπτώσεις στα συναλλαγματικά έσοδα.

→ **Έλλειψη περιφερειακού συντονιστικού** μηχανισμού στην προβολή και διαχείριση του νέου τουριστικού προϊόντος που μπορεί να προσφέρει η Κρήτη.

Στο πλαίσιο του Π.Ε.Κ. Κρήτης 1994-1999, υποπρόγραμμα 2, η αναπτυξιακή στρατηγική της Περιφέρειας του νησιού, διαμορφώνει ως στόχο των σημερινών και μελλοντικών πολιτικών ανάπτυξη του τουρισμού, την ισόρροπη γεωγραφικά και εποχιακά κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας καθώς και την ουσιαστική αναβάθμιση των προσφερομένων υπηρεσιών. Μεταξύ των ειδικότερων παρεμβάσεων για την πραγματοποίηση επιδιώξεων στον άξονα αναπτυξιακής πολιτικής περιλαμβάνονται:

1. Αποθάρρυνση απρογραμμάτιστης ανάπτυξης του βορείου άξονα.
2. Ενθάρρυνση της τουριστικής ανάπτυξης της εσωτερικής και νότιας ζώνης του νησιού.
3. Προώθηση νέων μορφών τουρισμού κατά τη χειμερινή περίοδο (συνεδριακός, αγροτικός, πολιτιστικός, αθλητικός, ορεινός, οικοτουρισμός κ.λπ.)
4. Ενίσχυση διαφήμισης και προβολής του κρητικού τουριστικού προϊόντος.
5. Εισαγωγή νέας τεχνολογίας στον τουριστικό τομέα.
6. Βελτίωση και επέκταση υπάρχουσας ειδικής και γενικής τουριστικής και αθλητικής υποδομής.
7. Εφαρμογή χωροταξικού σχεδίου για την αναβάθμιση του οικιστικού ιστού σε αστικές και τουριστικές περιοχές.

Η επιτυχία όλων των παραπάνω συνίσταται στην προσφορά καλύτερων υπηρεσιών σε λιγότερο κόσμο με μεγαλύτερη καταναλωτική δύναμη.

Το Β' Κ.Π.Σ. δίνει μεγάλη ευκαιρία για πιστώσεις που θα βοηθήσουν την πραγμάτωση τέτοιων έργων όπως: μαρίνες (Χανιά και Ηράκλειο), γήπεδα golf (και στους τέσσερις νομούς), θεματικών πάρκων, ώστε να αποτελέσουν κίνητρα για πιο ποιοτικούς επισκέπτες.

Για να έχουμε όμως σαφέστερη εικόνα των όσων πρόκειται να λάβουν μέρος στη Μεγαλόνησο τα προσεχή έτη, θα ήταν καλύτερο να εξετάσουμε τους νομούς έναν-έναν ξεχωριστά.

N. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Ποια είναι λοιπόν η σημερινή και η μελλοντική θέση του Ν. Ηρακλείου στα τουριστικά δρώμενα της Κρήτης, σε μία εποχή που η περιφερειακή ανάπτυξη σαφώς και έχει αλλάξει τη σχέση κέντρου και περιφέρειας;

Οι αλλαγές αυτές βοηθούν να παραμείνει το Ηράκλειο με ενεργό ρόλο στο χώρο του τουρισμού. Αν αυτό δε συμβεί, τότε θα περιοριστεί στη θέση του αναγκαστικού δρόμου για την Κνωσό. Μπροστά στο σήμερα και στους μελλοντικούς σχεδιασμούς που θα πρέπει να κάνει, το Ηράκλειο θα πρέπει να επιλύσει την προβληματική του σχέση με τον τουρισμό. Ένα προπολεμικό οικιστικό σχέδιο στηρίζει όλη τη μεταγενέστερη ανάπτυξη του αθηναϊκού μοντέλου στο Ηράκλειο. Δίπλα του ένα «υπερπαραγωγικό» αεροδρόμιο, που δε μπορεί να αντεπεξέλθει στις ανάγκες του νομού. Όμως, το Ηράκλειο προσπαθεί να διατηρήσει τις ισορροπίες και να βελτιώσει όσο γίνεται την απόδοση των υπηρεσιών του και να αποτελέσει την πρώτη και την τελευταία όμορφη εικόνα του επισκέπτη. Η πορεία προς το μέλλον για το Ηράκλειο θα πρέπει να είναι αντικείμενο επίπονης και καλά μελετημένης προσπάθειας. Οι σχεδιασμοί πλέον είναι απαραίτητοι από τώρα, για να έχει τη δυνατότητα, όχι μόνο να αποτελεί ένα απλό διοικητικό κέντρο, αλλά να υποστηρίξει με σύγχρονα και επαρκή μέσα όλη την περιφέρεια της τουριστικής Κρήτης. Αλλά και στο πλαίσιο της Κοινότητας, όπου η Κρήτη προβλέπεται να διαδραματίσει σοβαρό ρόλο ως πύλη εισόδου από το Νότο και την Ανατολή, το Ηράκλειο έχει τη δυνατότητα να αποτελέσει ένα στρατηγικό σημείο στο χώρο αυτό της Αν. Μεσογείου. Έτσι, είτε ως κέντρο της Κρήτης, είτε ως ελληνικό παραμεθόριο κέντρο

της κοινότητας, θα πετύχει το ρόλο του μόνο αν αρχίσει να δημιουργεί έργα με προοπτική στο μέλλον, αφού το παρελθόν υπήρξε φτωχό και το παρόν του σκοτεινό. Η ορθή αντιμετώπιση των προβλημάτων του Ν. Ηρακλείου έχει άμεση σχέση με την τουριστική και γενικότερη ανάπτυξη όλης της Κρήτης.

Όπως προαναφέραμε το μεγαλύτερο πρόβλημα του νομού παραμένει το αεροδρόμιό του. Αυτό σημαίνει ότι δε μπορούμε να ελπίζουμε στην πολυπόθητη επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν, όταν το αεροδρόμιο αντιμετωπίζει πρόβλημα επέκτασης κτιριακών εγκαταστάσεων και πρόβλημα στους διαδρόμους στάθμευσης. Ήδη κάποια έργα έχουν ξεκινήσει και ελπίζεται ότι σε λίγα χρόνια το αεροδρόμιο του Ηρακλείου, μαζί με όλες τις υπηρεσίες που στεγάζει, θα έχει τη δυνατότητα ανθρώπινης και αξιοπρεπούς εξυπηρέτησης των επιβατών. Ανεξάρτητα με την πρόταση για αεροδρόμιο στην Αν. Κρήτη, οι εργασίες αναβάθμισης στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου αποτελούν βασική προϋπόθεση για τη σωστή λειτουργία και την ασφάλεια των επιβατών σ' αυτό.

Ένα ακόμη θέμα που άπτεται του συγκοινωνιακού τομέα είναι το οδικό δίκτυο της Κρήτης και μάλιστα το τμήμα που αφορά το Ν. Ηρακλείου. Ήδη το βόρειο τμήμα, μπορούμε να πούμε ότι διαθέτει ένα καλό οδικό άξονα, σε συνδυασμό με τα έργα που γίνονται για την αποφυγή δημιουργίας προβλημάτων σε κατοικημένες περιοχές. Ήδη τα τμήματα Μαλίων-Χερσονήσου, συνέβαλλαν καθοριστικά στο κυκλοφοριακό, δεδομένου ότι η προσπέλαση αυτής της περιοχής θεωρείται από τις δυσκολότερες. Το κυριότερο πρόβλημα παραμένει στο νότιο οδικό άξονα. Πάνω σ' αυτόν τον τομέα συζητείται η εφαρμογή μιάς αναπτυξιακής σκέψης με προοπτική.

Ένα ακόμη πρόβλημα παραμένει το περιβαλλοντικό. Συγκεκριμένα τα σκουπίδια και ο τρόπος διάθεσής τους, ο οποίος μπορεί να χαρακτηριστεί ανεξέλεγκτος δε μπορεί να συνεχιστεί. Η υγειονομική ταφή με σωστές προδιαγραφές και η παράλληλη παρακολούθηση νέων τρόπων εκμετάλλευσής τους, θα πρέπει να αντικαταστήσει τις αυθαίρετες χωματερές.

Ο χειμερινός τουρισμός θα δώσει νέα πνοή στο Ν. Ηρακλείου αλλά και σε ολόκληρη την Κρήτη. Γι' αυτό πέρα από τα έργα γενικής υποδομής θα πρέπει να εκσυγχρονιστεί και η νομοθεσία. Πρέπει να δοθούν κίνητρα ώστε να μην ερημώνει η Χερσόνησος το χειμώνα. Τα κίνητρα πρέπει να στραφούν κύρια προς τους

ξενοδόχους με επιδοτήσεις από τον ΟΑΕΔ, με μείωση του συντελεστή του ΦΠΑ, με μείωση των τιμολογίων της ΔΕΗ αλλά και κρατική επιδότηση σε όσους ξενοδόχους παραμένουν ανοιχτά και το χειμώνα. Μόνο έτσι θα μπορέσουν να μειώσουν τις τιμές και να ανταγωνιστούν άλλους μεσογειακούς προορισμούς. Και φυσικά δεν πρέπει να παραλείψουμε την προβολή και διαφήμιση της Χερσονήσου σε ευρωπαϊκά έντυπα και σε ενημερωτικά φυλλάδια. Σ' αυτήν την προσπάθεια προβολής δεν αρκεί μόνο η οικονομική συμπαράσταση του κράτους και κύρια του ΕΟΤ, αλλά και η υιοθέτηση σωστής στρατηγικής ώστε η διαφημιστική καμπάνια να αποδώσει τα μέγιστα και οι κύριες ευρωπαϊκές αγορές να πληροφορηθούν πως η Χερσόνησος «υπάρχει» και το χειμώνα.

N. ΡΕΘΥΜΝΗΣ

Η τουριστική ανάπτυξη του Ρεθύμνου βρίσκεται σε οριακό σημείο. Από τα έργα υποδομής που εξελίσσονται μόνο το κομμάτι της εθνικής οδού, που αποσυμφόρησε κάπως τις οδικές διαδρομές στο βόρειο άξονα, παρεδόθη. Τα λοιπά έργα βρίσκονται σε εξέλιξη, αφού ακολουθούν τους κλασικούς εν Ελλάδι ρυθμούς ολοκλήρωσης και παράδοσής τους προς χρήση. Έτσι, όλα δείχνουν στάσιμα.

Άλλωστε, το χειμερινό πρόγραμμα αποτέλεσε μια νέα πραγματικότητα για το Ρέθυμνο, ενώ σχετικά με τους αριθμούς κανείς πια δεν κάνει προβλέψεις. Το βάρος θα πρέπει να πέσει στην αξιοποίηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του νομού. Η παράδοσή του στον τουρισμό -με υψηλής ποιότητας προσφερόμενες υπηρεσίες και η πολιτισμική του ταυτότητα και κληρονομιά- μπορεί να λειτουργήσει σαν βασικός πόλος έλξης περισσότερο και ποιοτικότερου τουρισμού. Οι επιχειρηματίες δηλώνουν πως θα επιδιώξουν να διασώσουν το γνωστό και σωστό έως σήμερα τουριστικό προφίλ της περιοχής μέσω ενός αυστηρού επαγγελματισμού που θα εμπεριέχεται σε κάθε δραστηριότητά τους. Από την άλλη πλευρά οι Τ.Ο. πιέζουν τους ξενοδόχους για χαμηλότερες τιμές προκειμένου να γεμίσουν τα ξενοδοχεία πιέζοντας πιο πολύ τους νέους ξενοδόχους και ανατρέποντας έτσι κάποιες ισορροπίες που προσπαθούν να διατηρηθούν.

Ποιοι όμως θα πρέπει να είναι οι στόχοι για την τουριστική ανάπτυξη του Ρεθύμνου κατά τη χειμερινή περίοδο;

Πρώτα απ' όλα η ανάδειξη της πολιτιστικής του κληρονομιάς. Η μακρά ιστορία, η πνευματική, καλλιτεχνική και λαογραφική του παράδοση, μπορεί να σταθεί αφορμή και να γίνει κινητήρια δύναμη για την κινητοποίηση φορέων που θα βοηθήσουν στη διάδοση των παραπάνω πολιτισμικών στοιχείων του νησιού. Απαιτούνται λοιπόν, μία σειρά έργων, όπως:

- Ανάπλαση χώρων πρασίνου, πλατειών, και χώρων ειδικού ενδιαφέροντος.
- Ανάπλαση παραλιακής ζώνης.
- Αποκατάσταση μνημείων.
- Έργα οδικού δικτύου, δίκτυο ύδρευσης και αποχέτευσης, ΟΤΕ και ΔΕΗ.
- Αναστήλωση και ανάδειξη της Φροτέζας.
- Δημιουργία πνευματικού κέντρου που θα δραστηριοποιηθεί σε τομείς θεάτρου, μουσικής, εκθέσεων, συνεδρίων κ.λπ.
- Στέγαση οργανισμού μετεκπαίδευσης μουσικών, ώστε το Ρέθυμνο να ανακηρυχθεί «Ευρωπαϊκή Πόλη Μουσικής»
- Εγκατάσταση «Μουσειακής Συλλογής Εναλίας Ζωής», της μουσειακής Συλλογής Λαϊκού Πολιτισμού στο Ενετικό Επισκοπικό Μέγαρο και της «Πινακοθήκης Λευτέρη Κανακάκη», στο μέγαρο Χειμάρας-Μεσολογγίου.
- Κατασκευή «Μουσείου Ρεθυμνιώτικου Τύπου και Βιβλίου» και μουσικών οργάνων.
- Ολοκλήρωση του Αρχαιολογικού Μουσείου.

Ακόμη, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις με κέντρο το Αναγεννησιακό Φεστιβάλ διατηρεί μια σημαντική θέση στην πολιτιστική ζωή του νησιού. Επίσης, μία σειρά συναυλιών, εκθέσεων, καθώς και τουριστικών εκδηλώσεων, όπως το Ρεθυμνιώτικο Καρναβάλι, ο Κρητικός γάμος, οι γιορτές της ρακής, των ψαράδων του νησιού και του κρασιού, με την κοινοτική υποστήριξη μέσω των Μ.Ο.Π., θα μπορούσαν να ενισχύσουν τη χειμερινή τουριστική περίοδο.

Ένα σημείο στο οποίο πρέπει να δοθεί έμφαση, είναι το περιβάλλον. Όταν η Ευρώπη κινείται σε ένα κλίμα υψηλής περιβαλλοντικής συνείδησης και ευαισθησιών, εμείς εξακολουθούμε να φερόμαστε με βάναυση συμπεριφορά προς αυτό. Η επιβάρυνση του περιβάλλοντος (φυσικού και ανθρωπογενούς) πρέπει να σταματήσει. Συγκεκριμένα:

→ Να προστατευθούν πάση θυσία οι θάλασσες, που ευτυχώς έως τώρα παραμένουν καθαρές.

→ Η καθαριότητα της πόλης και η συστηματική αποκομιδή των απορριμμάτων.

→ Η ηχορύπανση. Συστηματικοί έλεγχοι για την τήρηση της νομοθεσίας στα κέντρα.

→ Περισσότερο πράσινο παντού.

→ Καθαριότητα ευρύτερου περιβάλλοντος.

Γνωστές όμως, είναι και οι ελλείψεις στην υποδομή. Έτσι, ταλαιπωρούνται ντόπιοι και ξένοι, ενώ τελικά απωθούνται οι τελευταίοι.

Τα αεροδρόμια είναι σοβαρο πρόβλημα, αφού το 80% των ξένων έρχεται αεροπορικώς. Το λιμάνι, τα τηλέφωνα, οι δρόμοι, η ύδρευση, το πάρκινγκ, τα πεζοδρόμια κ.λπ., είναι μερικά από τα αδύνατα σημεία της υποδομής.

Το Ρέθυμνο αυτή τη στιγμή προσφέρει ξενοδοχεία και επιπλωμένα διαμερίσματα-δωμάτια, κινούμενα όλα γύρω από τον άξονα ήλιος-θάλασσα. Όμως ξέρουμε ότι υπάρχουν μεγάλες μερίδες υποψηφίων τουριστών που έχουν άλλα ενδιαφέροντα και που θα ήθελαν να γνωρίσουν την Κρήτη και το χειμώνα. Ενδεικτικά, αναφέρουμε το συνεδριακό τουρισμό, με την προϋπόθεση μεγάλου και σύγχρονου συνεδριακού κέντρου, αθλητικός τουρισμός με κατασκευή ανάλογου αθλητικού κέντρου και φυσιολατρικός τουρισμός όπου οι προϋποθέσεις υπάρχουν αλλά λείπει η απαραίτητη οργάνωση. Οι εναλλακτικές αυτές μορφές τουρισμού, πέραν του ότι θα ενισχύσουν τα θεμέλια του τουριστικού οικοδομήματα του νομού, θα οδηγήσουν το Ρέθυμνο και στην επίτευξη δύο παράλληλων στόχων:

i. Την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Κι αυτό γιατί σ' αυτές τις μορφές τουρισμού, οι παράμετροι ήλιος-θάλασσα (δηλαδή Απρίλιος-Οκτώβριος), είναι δευτερευούσης σημασίας. Έτσι, οι σύνεδροι ενός τυχαίου συνεδρίου τις πιο πολλές ώρες της ημέρας θα τις περάσουν εργαζόμενοι, ενώ η αθλητική ομάδα του Βορρά που θα έρθει κατά τη διακοπή του πρωταθλήματος λόγω κρύου τον Ιανουάριο, ψάχνει απλά για ένα γήπεδο που δε θα είναι σκεπασμένο με χιόνι. Τέλος ο συνταξιούχος θα έρθει γιατί απλά ψάχνει για ένα ηπιότερο χειμώνα.

ii. Την ομαλοποίηση της ζήτησης, αφού αυτού του είδους ο τουρισμός θα γεμίσει τη σαιζόν σε 12μηνη βάση και έτσι θα επιτύχουμε τελικά υψηλές πληρότητες για όλο το χρόνο.

Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθεί, ότι αυτοί που θα αποφασίσουν για την κατασκευή αυτών των έργων, αλλά και την προτεραιότητα με την οποία θα γίνουν, θα πρέπει να λάβουν υπόψην τους και τη σημασία που έχουν για την ανάπτυξη της περιοχής. Για παράδειγμα ένα συνεδριακό κέντρο (στα πρότυπα της Νίκαιας των Κανών) με αίθουσες διαφόρου δυναμικού, θα προσέφερε στο Ρέθυμνο:

⇒ Για τα ξενοδοχεία, χιλιάδες επιπλέον διανυκτερεύσεις.

⇒ Για τα εστιατόρια και τα λοιπά καταστήματα, σημαντική αύξηση κερδών.

⇒ Στέγη για πολιτιστικές εκδηλώσεις (θέατρο, συναυλίες κ.λπ.)

⇒ Στέγη για ψυχαγωγικές, κοινωνικές δραστηριότητες (δεξιώσεις, χοροί κ.λπ.)

⇒ Απασχόληση σε ικανό αριθμό εργαζομένων.

⇒ Κέρδη από τις ενοικιάσεις αιθουσών και τις υπόλοιπες δραστηριότητες.

Αρκεί βέβαια οι άνθρωποι που θα το διευθύνουν, να είναι ικανοί πωλητές.

Όσον αφορά τις προσφερόμενες υπηρεσίες, σίγουρα ο νομός υστερεί. Από τις καθαρά τουριστικές επιχειρήσεις, μέχρι και το ταχυδρομείο, την τράπεζα, τα λεωφορεία και τον οδοκαθαριστή. Η λύση είναι η εκπαίδευση, τόσο πάνω στη συγκεκριμένη δουλειά του καθενός όσο και στην ανάπτυξη «τουριστικής συνείδησης». Επιπλέον, επιβάλλεται και ο έλεγχος στα κάθε είδους καταστήματα για τις τιμές, την ποιότητα και την άγρα πελατών.

Εξάλλου, πρέπει να τονισθεί η τεράστια σημασία της προβολής και της διαφήμισης του νομού, δεδομένου ότι σ' αυτόν τον τομέα υστερούμε και ως Ελλάδα και ως Κρήτη και ως Ρέθυμνο. Αυτή θα υπενθυμίσει, θα πληροφορήσει, θα πείσει τους «πελάτες» μας για την «ύπαρξη» του Ρεθύμνου και των περιχώρων του. Η κίνηση πάντως των συλλόγων ξενοδόχων των τεσσάρων νομών της Κρήτης, για τη δημιουργία μιας τουριστικής-επιτελικής υπηρεσίας για το νησί, θα έχει ως αποτέλεσμα να αποτελέσει αυτή το κανάλι μέσα στο οποίο θα λυθεί το πρόβλημα της ελλιπούς μέχρι τώρα προβολής του Ρεθύμνου και της Κρήτης γενικότερα.

Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία, έχουμε σα χώρα, ένα από τα χαμηλότερα έσοδα κατά αφικνούμενο τουρίστα. Φυσικά, το Ρέθυμνο δε ξεφεύγει καθόλου από αυτή την πραγματικότητα. Το να αυξάνει ο αριθμός των ξένων, επιβαρύνοντας έτσι μια ήδη ανεπαρκή υποδομή, χωρίς οικονομικό όφελος, δεν είναι επιθυμητό από κανέναν, Δυστυχώς όμως αυτό είναι που κατά κόρον συμβαίνει. Μεταξύ των δυο μεγεθών, αφίξεις και συνάλλαγμα, αυτό που ενδιαφέρει είναι το συνάλλαγμα. Για να προσελκύσει όμως κανείς υψηλού εισοδηματικού επιπέδου τουρίστες προαπαιτείται η επίλυση των προαναφερθέντων προβλημάτων, ποιότητας του περιβάλλοντος, υποδομής, προσφερομένων υπηρεσιών, προβολής και διαφήμισης και προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Τέλος, πρέπει να τονίσουμε, ότι όποια περιοχή δώσει πρώτη τις λύσεις, θα βγει κερδισμένη. Ας ελπίσουμε ότι το Ρέθυμνο θα είναι, αν όχι η πρώτη, τουλάχιστο μία από τις πρώτες.

Ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ

Ο Ν. Λασιθίου, εκτός των γενικότερων τουριστικών επιπτώσεων που υφίσταται και οι οποίες σαφώς αγγίζουν τις επιχειρήσεις του νομού, Δύσκολα χαρακτηρίζεται ως μια περιοχή που επικεντρώνει μια σειρά από αναπτυξιακές πρωτοβουλίες των ντόπιων τουριστικών παραγόντων στο διάστημα των τελευταίων χρόνων. Υπό τις συνθήκες αυτές το παρόν και το μέλλον της τουριστικής κίνησης έχει μια ιδιαίτερη βαρύτητα.

Πέρα λοιπόν από την τουριστική και οικονομική κρίση και τα νέα δεδομένα της τουριστικής ανάπτυξης, σημαντικό ρόλο παίζει η ενεργοποίηση παραγόντων και φορέων με έναν ιδιαίτερο δυναμισμό για συμμετοχή στα τουριστικά πράγματα του

νομού. Το σημαντικό σε ποιότητα ξενοδοχειακό δυναμικό και οι σοβαρές προοπτικές ανάπτυξης περιοχών, αποδίδουν ιδιαίτερες προοπτικές εξέλιξης για τον τουρισμό του νησιού. Η νέα ναυτιλιακή εταιρία, η οποία ήδη συστάθηκε από τουριστικούς παράγοντες της περιοχής, αλλά και η προοπτική θετικής κατάληξης της κατασκευής του αεροδρομίου Αν. Κρήτης, αποτελούν απαντήσεις για μια πιο υγιή ανάπτυξη απέναντι στην ύφεση, την υποβάθμιση και τη στείρα αναπτυξιακή πρωτοβουλία. Ας μην υπεισέλθουμε σε νούμερα, όσο κι αν αυτά θα καθορίσουν τη συμπεριφορά των επενδύσεων στο νομό, και ας προσπαθήσουμε να δούμε τις πραγματικές αναπτυξιακές πρωτοβουλίες, που θα θεμελιώσουν τον τουρισμό του μέλλοντος. Οι δυνατότητες της περιοχής έχουν όλη τη δυναμική να ξεπεράσουν το αντίξοο αυτό παρόν με μεγάλα ποσοστά επιτυχίας.

Οι συνεχείς προσπάθειες όλων στρέφονται στη βελτίωση των υφιστάμενων καταλυμάτων και εγκαταστάσεων, αλλά και στη αναβάθμιση των προσφερομένων υπηρεσιών. Σ' αυτό στοχεύουν τα διάφορα επιδοτούμενα από τον ΟΑΕΔ επιμορφωτικά σεμινάρια. Ο Σύνδεσμος Ξενοδόχων του Ν. Λασιθίου είναι ίσως ο πρώτος που διοργάνωσε τέτοια σεμινάρια στην Ελλάδα.

Όσον αφορά την τιμολογιακή πολιτική γίνονται διάφορες προτάσεις και οι προσπάθειες στοχεύουν στο να βρεθεί η χρυσή τομή για μια τιμολογιακή πολιτική αποδεκτή από όλους, προσαρμοσμένη φυσικά στα διεθνή τουριστικά δεδομένα.

Είναι πραγματικότητα, ότι οι απαιτήσεις των πελατών σταμάτησαν να είναι περιορισμένες. Οι επισκέπτες από τη μια είναι πολύ απαιτητικοί και από την άλλη το νησί έχει αρκετά προβλήματα. Τα προβλήματα υποδομής της περιοχής έχουν μπει σε καλό δρόμο. Η μαρίνα Αγ. Νικολάου ήδη λειτουργεί και προσελκύει τουρισμό υψηλού επιπέδου. Το αεροδρόμιο Αν. Κρήτης είναι στο στάδιο υλοποίησης, πράγμα που θα συμβάλλει στην ποσοτική αύξηση του τουρισμού. Το σύστημα βιολογικού καθαρισμού έχει περατωθεί.

Η Αν. Κρήτη και ιδιαίτερα η πόλη του Αγ. Νικολάου βρίσκεται στις πρώτες θέσεις επιλογής. Οι κλιματολογικές συνθήκες, η γεωμορφολογία και ο πλούτος των αρχαιολογικών μνημείων, είναι οι τρεις βασικοί συντελεστές μιας αλματώδους τουριστικής ανάπτυξης. Αν σ' αυτά προστεθεί και βελτιωμένη τουριστική συνείδηση

των κατοίκων, ο ρόλος που θα διαδραματίσει ο χώρος του Αγ. Νικολάου θα είναι πρωταγωνιστικός, με την απαραίτητα αρμονική συνεργασία πολιτείας και ιδιωτών.

Η Κρήτη, όπως όλοι ξέρουμε, βρίσκεται πιο κοντά στον Ισημερινό από όλα τα νησιά της Μεσογείου. Κατά συνέπεια οι κλιματολογικές συνθήκες ευνοούν την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Η υποδομή που υπάρχει σε αρκετά ξενοδοχειακά συγκροτήματα επιτρέπει την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Αν οι πτήσεις των αεροπορικών εταιριών εξελιχθούν, τότε είναι σίγουρο ότι το Λασιθί θα μπορέσει να ανταποκριθεί.

Στο Ν. Λασιθίου υπάρχει κινητικότητα από άποψη επενδύσεων και δημιουργίας νέων μονάδων ή προσέλκυσης νέων επιχειρηματιών. Ανασταλτικοί παράγοντες είναι το κόστος γης, η κατάτμησή της και το υψηλά δανειστικό επιτόκιο. Ο νομός έχει δηλωθέντα καταλύματα Ιυχ και Α' κατηγορίας το 45% των κλινών, με αποτέλεσμα να έλκει τουρισμό υψηλού εισοδήματος.

Η εταιρία αερογραμμών, κρουαζιερόπλοιων, αεροδρομίου Αν. Κρήτης και η συνένωση των ναυτιλιακών εταιριών Ιανοί βέβαιο ότι θα συμβάλλουν αρκετά στην περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης και ασφαλώς η περιοχή του Λασιθίου θα έχει δικαιωματικά μερίδιο σ' αυτήν.

Ν. ΧΑΝΙΩΝ

Ανάμεσα στο παρόν, στο παρελθόν και στο μέλλον του τουρισμού στο νομό Χανίων παραμένει ένα άλυτο αίνιγμα. Οι εκπρόσωποι του, παρά την όποια απαρίθμηση τουριστικών μεγεθών, υποστηρίζουν ότι είναι μάρτυρες μιας ολοένα και μεγαλύτερης τουριστικής υποβάθμισης που χαρακτηρίζει το χανιώτικο τουρισμό και δημιουργεί μια σειρά από ερωτήματα και ανησυχίες για το παρόν και το μέλλον του τουρισμού στο νομό. Οι αφίξεις μειώνονται, η προσφορά σε κλίνες και σε γενικότερες τουριστικές υπηρεσίες αυξάνεται. Ταυτόχρονα, λείπουν τα τουριστικά έργα που θα δημιουργήσουν νέους πόλους έλξης και που θα συμβάλλουν αποφασιστικά στην τουριστική μεταφορά και εξυπηρέτηση. Όλα λοιπόν τα σχετικά έργα που αφορούν είτε στη γενικότερη υποδομή είτε στην υποδομή ανάπτυξης χειμερινής τουριστικής δραστηριότητας, βρίσκονται στο στάδιο των μελετών και των εμπλεκόμενων αρμοδιοτήτων της πολιτείας, της νομαρχίας, της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας, του ΥΠΠΟ, του Δήμου και των άλλων φορέων. Έτσι, το αίτημα για

περισσότερο και καλύτερο τουρισμό κατά τη χειμερινή περίοδο είναι εκ των πραγμάτων μη υλοποιήσιμο. Η τουριστική εικόνα κάθε χρονιάς, στην περιοχή των Χανίων, είναι σχεδόν όμοια με αυτή της προηγούμενης.

Οποιαδήποτε αναπτυξιακή πρωτοβουλία για το μέλλον έχει φτάσει προ αδιεξόδου. Το κυριότερο όλων είναι ότι σε μία τέτοια νοοτροπία «εκπαιδεύονται» και οι μη ανεπτυγμένες περιοχές, στο εσωτερικό και στο νότιο τμήμα του νομού, που συλλαμβάνονται εξαπίνης από την τουριστική ανάπτυξη. Ο Ν. Χανίων στη βάση αυτή που βιώνει την τουριστική ανάπτυξη, αντιμετωπίζει μια σειρά από διαρθρωτικά προβλήματα που πρέπει να επιλυθούν, μιας και αποτελούν το κρισιμότερο σημείο στην όλη τουριστική ανάπτυξη των Χανίων.

Καταρχήν έχουμε μια στασιμότητα στα έργα τουριστικής υποδομής (εγκαταστάσεις του αεροδρομίου, έργα στο λιμένα Χανίων, βιολογικός καθαρισμός). Αναξιοποίητα επίσης παραμένουν τα αρχαιολογικά μνημεία και οι θησαυροί του νομού που είναι τόσο αναγκαία για την προσέλκυση ποιοτικότερου και περισσότερου τουρισμού. Πρέπει επίσης να αναφερθούμε στην απουσία μέτρων πάταξης της παραξενοδοχίας, η οποία είναι τόσο μεγάλη, με αποτέλεσμα να προβληματίζονται οι ξενοδόχοι που είναι νόμιμοι και που τελικά αυτοί είναι που επιβαρύνονται οικονομικά. Με όλα τα παραπάνω προβλήματα ο νομός έχει διαμορφώσει μια αρνητική εικόνα προς τις τουριστικές αγορές.

Ο νομός Χανίων παρουσιάζεται σήμερα ανίκανος να διαπραγματευτεί με ισχυρούς όρους. Μόνο οι περιοχές όπου έχουν αρχίσει να χτίζονται σοβαρές μονάδες με υποδομή και που στοχεύουν σε ποιοτικό τουρισμό, έχουν προοπτικές ανάπτυξης. Επίσης, οι πολλές ενώσεις και οι σύλλογοι που αντιπροσωπεύουν διάφορα τουριστικά επαγγελματικά συμφέροντα, είναι ένα ακόμη πλήγμα στη διαπραγματευτική ικανότητα των τουριστικών επιχειρήσεων του νομού.

Υπάρχουν όμως προοπτικές. Η πόλη των Χανίων που δέχεται το μεγαλύτερο μέρος της επιβάρυνσης από την τουριστική κίνηση, παραμένει στο έλεος ενός υπέρ-επαγγελματισμού, που αλλοιώνει την όμορφη πόλη των Χανίων.

Οι ενέργειες που θα πρέπει να ολοκληρωθούν είναι: η μαρίνα στο λιμάνι της πρωτεύουσας, η προστασία του παλαιού λιμενοβραχίονα, η σταδιακή αναστήλωση όλων των Νεωρίων, η μεταφορά της ιχθυόσκαλας στη Σούδα, η κατασκευή νέων

κτιρίων στο αεροδρόμιο. Επίσης, οι κρητικές αερογραμμές θα συμβάλλουν σημαντικά στην τουριστική-οικονομική υποδομή και ανάπτυξη της Κρήτης.

Σημαντική ακόμη, είναι η οικονομική ενίσχυση για την προβολή και διαφήμιση από το πρόγραμμα Leader. Ακόμη, θα πρέπει οι αρμόδιοι να φροντίσουν τη συμμετοχή του νομού σε εκθέσεις στη Γερμανία, Αυστρία και Ολλανδία. Δεν πρέπει να ξεχνάμε και τις αγορές της Ισπανίας και της Ουγγαρίας, που κατέχουν ένα σημαντικό μέρος στη διεθνή τουριστική αγορά.

Στα πλαίσια της προσπάθειας για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου της ποιοτικής αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος, δε θα πρέπει να ξεχάσουμε τη συμβολή της ορεινής Κρήτης, στην οποία μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο ο Ελληνικός Ορειβατικός Σύλλογος Χανίων. Έργα του είναι η δημιουργία εθνικού δρόμου και η ανάδειξη του πασίγνωστου Φαραγγιού της Σαμαριάς. Όλα αυτά θα πρέπει να τύχουν της προσοχής των αρμοδίων του τουρισμού, ώστε σε συνεργασία με τους ανθρώπους του ΕΟΣ Χανίων, που γνωρίζουν καλύτερα από όλους την ορεινή Κρήτη, να αξιοποιήσουν σωστά αυτές τις περιοχές, προωθώντας το χειμερινό-ορεινό τουρισμό της Μεγαλονήσου. Ο νομός Χανίων διαθέτει ένα από τα ωραιότερα χιονοδρομικά κέντρα με χιόνια ακόμη και ως το Μάιο. Ακόμη διαθέτει ορεινά καταφύγια ορεινά καταφύγια στο Βόλικα, Καλλέργη, Παχνά. Από πλευράς φυσικού περιβάλλοντος, οι Γερμανοί που είναι οι συχνότεροι επισκέπτες και ιδιαίτερα φυσιολάτρες, την έχουν εκτιμήσει και θεωρούν την περιοχή αυτή μια από τις ωραιότερες.

Η τουριστική στασιμότητα που επικρατεί στο νομό Χανίων, έναν χωρίς υπερβολή από τους σημαντικότερους τουριστικούς μας προορισμούς, θα πρέπει να αφυπνίσει την πολιτεία, αλλά και τους τουριστικούς επιχειρηματίες του νομού πριν η ζημιά στο τουριστικό μας προϊόν γίνει ανεπανόρθωτη.

Γ. Η ΑΘΗΝΑ ΔΥΝΑΜΙΚΑ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Τα προβλήματα του αθηναϊκού τουρισμού είναι λίγο πολύ γνωστά. Η Ελλάδα γενικότερα έχει καθιερωθεί ως τόπος και προορισμός ηλίου και θάλασσας, ενώ τα ελληνικά νησιά έχουν αναπτυχθεί σε ανεξάρτητους προορισμούς, χωρίς τη μεσολάβηση ενδιάμεσου σταθμού. Αυτή η πραγματικότητα οδήγησε σε τουριστική ζήτηση με έντονη εποχικότητα, μείωση της κατά κεφαλήν τουριστικής καθώς και τη δραματική μείωση του ποσοστού αφίξεων στην πρωτεύουσα έναντι των συνολικών αφίξεων στην πρωτεύουσα έναντι των συνολικών αφίξεων στη χώρα. Σα να μην ήταν τα παραπάνω αρκετά, η τουριστική εικόνα της πρωτεύουσας στο εξωτερικό, εμφανίζεται πολύ χαμηλή, λόγω των αναρίθμητων προβλημάτων υποδομής, που τη χαρακτηρίζουν. Σαν αποτέλεσμα, η αθηναϊκή ξενοδοχειακή αγορά αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα σε όλο της το φάσμα.

Η Αθήνα προσφέρεται για την πλήρη ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού και μπορεί να αποδώσει τα μέγιστα στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Διαθέτει όλες τις προϋποθέσεις άνετης, ευχάριστης και δημιουργικής διαμονής με δυνατότητες εκδρομών σε γειτονικά νησιά ή ορεινά θέρετρα (π.χ. Παρνασσού), άθλησης και αναψυχής, διασκέδασης, shopping και βέβαια σημαντικών και αξιόλογων πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Όλοι γνωρίζουμε ότι η Αθήνα είναι το μέρος που συγκεντρώνει το μεγαλύτερο πολιτιστικό και παράλληλα το υψηλότερο μορφωτικό ενδιαφέρον. Δεκάδες αρχαιολογικοί χώροι και μνημεία με καθολικώς παραδεκτή μοναδικότητα όλων των περιόδων της ελληνικής ιστορίας, περιμένουν το χειμερινό τουρίστα, για να του διδάξουν υπέρλαμπρες στιγμές του ελληνικού πολιτισμού.

Είναι αυτονόητο, ότι σε μια ιστορική πρωτεύουσα όπως η Αθήνα, δεν μπορούν να λείπουν και οι διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις. Η Αθήνα πόλη με εξαιρετική πολιτιστική παράδοση και μνημεία μοναδικά στον κόσμο, μπορεί να προσφέρει δυνατότητες ανάπτυξης μονοπωλιακού χαρακτήρα. Η ανάπτυξη μορφών τουρισμού με πολιτισμική διάσταση μπορεί να αποτελέσει για την Αθήνα εργαλείο πολλαπλών παρεμβάσεων και προσέλκυσης τουριστών με ειδικά ενδιαφέροντα προς τον πολιτισμό, όπως αρχαιολόγους, ιστορικούς, φοιτητές, επιστήμονες-ερευνητές κ.λπ.

ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Λαμβάνοντας όλα τα παραπάνω στοιχεία υπόψην της, η πολιτεία προχώρησε και συνεχίζει ακόμη και σήμερα την υλοποίηση του οράματος πολλών αρχαιολόγων, αρχιτεκτόνων, που αντικρίζουν με δέος την πολιτισμική μας κληρονομιά, την ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας. Ένα έργο που θα δώσει νέα πνοή σε μια πόλη που σήμερα παρουσιάζεται «χωρίς πρόσωπο» πλέον και στον τουρισμό της, που επί σειρά ετών αναζητά διεξόδους, για την δική μας απάντηση στην ευρωπαϊκή και διεθνή κοινότητα περί αρχιτεκτονικής φυσιογνωμίας, περί πολιτιστικής ταυτότητας και αξιοποίησης της ίδιας μας της ιστορίας.

Εν συντομία, θα προσπαθήσουμε να περιγράψουμε το έργο, τις δυνατότητες, τις παρεμβάσεις όπως έχουν προγραμματιστεί από το ΥΠΕΧΩΔΕ και το ΥΠ.ΠΟΛ.

✓ Αρχαιολογικοί χώροι, βυζαντινά μνημεία, νεοκλασικά κτίρια και φύση είναι οι άξονες που συνθέτουν την ταυτότητα της περιοχής παρέμβασης.

✓ Το αρχαιολογικό πάρκο, μήκους 4χλμ. και έκτασης 7.000 στρεμμάτων θα περιλαμβάνει τα παραδοσιακά σύνολα του ιστορικού κέντρου (Πλάκα, Ψυρρή, Θησείο). Το εμπορικό τρίγωνο και όλο το ιστορικό κέντρο.

✓ Σε όλη αυτή τη ζώνη θα είναι δυνατός ο περίπατος ή η χρήση των διαφόρων λειτουργιών, υπό αναβαθμισμένες περιβαλλοντικές συνθήκες και χωρίς τις οχλήσεις που προκαλεί το αυτοκίνητο.

✓ Πεζοδρομούνται δρόμοι (Β. Όλγας, Διονυσίου Αρεοπαγίτου, Αποστόλου Παύλου, τμήμα Ερμού και Ιεράς Οδού) και γίνονται αναπλάσεις, συντηρήσεις, αναδείξεις μνημείων, διαμορφώσεις χώρων, φωτοτεχνικά έργα, κυκλοφοριακές-πολεοδομικές ρυθμίσεις κ.λπ.

✓ Έργα και παρεμβάσεις, που ήδη έχουν αρχίσει να εξελίσσονται.

✓ Το κοινό πρόγραμμα των Υπουργείων ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. και Πολιτισμού περιλαμβάνει σε πρώτη φάση επεμβάσεις σε έξι περιοχές, που εντάσσονται στο συνολικό πρόγραμμα.

✓ Τα έργα της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, έχουν ξεκινήσει από το 1994 και χρηματοδοτούνται από πιστώσεις του Ταμείου Συνοχής.

1) Αρμοδιότητα ΥΠ.ΠΟΛ. (συνολικός προϋπολογισμός 1.800 εκ.)

- ✓ Διαμόρφωση βιβλιοθήκης Αδριανού.
- ✓ Στερέωση και αποκατάσταση δύο μνημείων στην Πλάκα (Αγ. Ειρήνη, Μετόχι Παναγίου Τάφου).
- ✓ Έργα ανάπλασης αρχαιολογικού χώρου νότιας κλιτύος Ακροπόλεως.
- ✓ Διαμόρφωση-περίφραξη ευρύτερου χώρου πέριξ Αρείου Πάγου.
- ✓ Αποκατάσταση έξι κτιρίων ιδιοκτησίας ΥΠ.ΠΟΛ. και μνημείων.
- ✓ Διαμόρφωση και ανάδειξη του αρχαιολογικού χώρου της Ελευσίνας.

2) Αρμοδιότητα ΥΠ.Ε.ΧΩ.ΔΕ (συνολικός προϋπολογισμός 500εκ.)

- ✓ Ανάπλαση της περιοχής της Πλάκας (πεζοδρομήσεις, αποκαταστάσεις όψεων διατηρητέων)
- ✓ Αναπλάσεις στην περιοχή Ψυρρή.
- ✓ Αναπλάσεις στην περιοχή Εξαρχείων.
- ✓ Αναπλάσεις στην περιοχή Μονής Δαφνίου.

Οι πόροι θα αντληθούν από το Ταμείο Συνοχής και το Β' Κ.Π.Σ. καθώς και από τις δημόσιες επενδύσεις και το Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων. Η πραγματοποίηση του έργου εμπίπτει βασικά στην αρμοδιότητα των ΥΠ.ΠΟΛ. και ΥΠ.Ε.ΧΩ.ΔΕ., αλλά και άλλων υπουργείων και φορέων καθώς και του Δήμου Αθηναίων.

Οι φορείς αυτοί έχουν δραστηριοποιηθεί, τόσο σε επίπεδο αποφάσεων για τη σύνταξη μελετών και εκτέλεσης έργων, όσο και σε επίπεδο διαχείρισης έργων και

μηχανισμών. Για την ιστορία αναφέρουμε πως όλα ξεκίνησαν το 1985, από τη Μελίνα Μερκούρη που πρότεινε αυτό το έργο.

ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.

Ο επαγγελματικός-συνεδριακός τουρισμός έχει διεθνώς ραγδαία εξέλιξη και ανάπτυξη και έχει αποδειχθεί ως συναλλαγματικά αποδοτικός και εποχιακά καταναμημένος σε όλο το χρόνο. Οι ταξιδιώτες της κατηγορίας αυτής ξοδεύουν τρεις φορές περισσότερα χρήματα στις μετακινήσεις τους απ' ό τι ο απλός τουρίστας. Η Ελλάδα αν και συγκεντρώνει πολλές προϋποθέσεις για την προσέλκυση των μορφών τουρισμού, φιλοξενεί ελάχιστα συνέδρια, εκθέσεις, επαγγελματικές συναντήσεις κ.λπ. Το μεγαλύτερο όγκο συνεδρίων συγκεντρώνει η Αθήνα, και αυτό γιατί:

- ⇒ Διαθέτει πληρέστερη αεροπορική πρόσβαση με τις τακτικές αεροπορικές γραμμές.
- ⇒ Προσφέρει αναβαθμισμένες υπηρεσίες επικοινωνιών και συγκοινωνιών σε σχέση με άλλες πόλεις.
- ⇒ Δίδει υπηρεσίες που ποιοτικώς δεν παρουσιάζουν διακυμάνσεις.

Όσον αφορά τις συνεδριακές αίθουσες πρέπει να υπογραμμίσουμε την έλλειψη αυτοτελούς συνεδριακού κέντρου στην Αθήνα. Η συνεδριακή υποδομή της πρωτεύουσας καλύπτεται από τα κτίρια πολλαπλών χρήσεων, ή από ειδικές για αυτόν το σκοπό, ξενοδοχειακές αίθουσες. Τέτοια ξενοδοχεία είναι αυτά που ανήκουν σε κατηγορίες LUX, Α' και Β'. Οι συνεδριακές εγκαταστάσεις των ξενοδοχείων αποτελούν το βασικότερο παράγοντα επιτυχίας. Η καλή μόνωση από ήχο και φως, η πολυτέλεια η άνεση και η καταλληλότητα της συνεδριακής αίθουσας, καθώς και επάρκεια τεχνικής υποστήριξης, είναι οι πιο καθοριστικοί παράγοντες για την επιτυχία ενός ξενοδοχείου στη συνεδριακή αγορά.

Σχεδόν εξίσου σημαντική είναι η πείρα του ξενοδόχου στη φιλοξενία συνεδρίων και η διοικητική του υποδομή σε σχέση με τα συνέδρια.

Οι οργανωτές συνεδρίων αισθάνονται μεγαλύτερη ασφάλεια αν πραγματοποιούν τα συνέδριά τους σε ξενοδοχεία όπου πετυχημένα συνέδρια έχουν γίνει στο παρελθόν και έχουν κάποιον άνθρωπο που είναι επιφορτισμένος με την ευθύνη της διεξαγωγής του συνεδρίου, τουλάχιστον όσον αφορά τις λειτουργίες του ξενοδοχείου.

Είναι χαρακτηριστικό, ότι οι μάντζερς της Αθήνας αντιλαμβάνονται τη δευτερεύουσα σημασία της πολιτικής των τιμών που ακολουθούν, για την επιτυχία τους στη συνεδριακή αγορά. Οι προαναφερόμενοι παράγοντες αξιολογούνται ως πολύ πιο σημαντικοί. Αυτό οφείλεται στο γεγονός, ότι η έρευνα περιορίστηκε στα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα ξενοδοχεία της Αθήνας, στην οποία έρευνα η έλλειψη αιθουσών τοποθετεί τα ξενοδοχεία σε πλεονεκτική θέση έναντι των οργανωτών, κατά τον καθορισμό των τιμών, ειδικά όταν πρόκειται για μεγάλα συνέδρια, όπου η διαθεσιμότητα των αιθουσών είναι περιορισμένη.

Η Αθήνα, σύμφωνα με μελέτη της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων, εμφανίζεται ως η πέμπτη κατά προτίμηση πρωτεύουσα της Ευρώπης για διοργάνωση συνεδρίων από Αμερικάνους και μια από τις υψηλότερες θέσεις στον κατάλογο των πιο ελκυστικών προορισμών για τη διοργάνωση συνεδριακών εκδηλώσεων διεθνώς.

Τα συνεδριακά κέντρα στην Αθήνα αριθμούνται σε εννέα, με χωρητικότητα χιλίων ατόμων, με μόνιμες εγκαταστάσεις μετάφρασης κ.λπ. Οι αίθουσες χωρητικότητας χιλίων ως χιλίων οκτακοσίων ατόμων βρίσκονται σε ξενοδοχεία. Αίθουσα που μπορεί να δεχθεί ως οχτώ χιλιάδες άτομα, βρίσκεται στο στάδιο «Ειρήνης και Φιλίας» στο Φάληρο.

Σε γενικές γραμμές, η συνεδριακή αγορά καλύπτει αυτή τη στιγμή ένα ποσοστό της τάξεως του 12%-14% της συνολικής κίνησης στα ξενοδοχεία της Αθήνας. Τα συνέδρια πραγματοποιούνται, κατά κύριο λόγο, εκτός της περιόδου μεγάλης ζήτησης. Μάλιστα μερικοί μάντζερς υποστηρίζουν ότι τα συνέδρια δημιουργούν τη δική τους «peak season».

Αναμφίβολα, ο συνεδριακός τουρισμός προσφέρει μεγάλες δυνατότητες στα ξενοδοχεία. Η Αθήνα έχει τις δυνατότητες να αναπτυχθεί σε ένα μεγάλο συνεδριακό κέντρο εκμεταλλευόμενη την άριστη γεωγραφική της θέση τον ιστορικό της

χαρακτήρα και την ευρωπαϊκή της ταυτότητα. Τα αθηναϊκά ξενοδοχεία, που διαθέτουν αξιόλογης μέσης δυναμικότητας συνεδριακή υποδομή, ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του μεγαλύτερου μέρους της αγοράς, δεδομένου ότι η συντριπτική πλειοψηφία (82%) των συνεδρίων έχουν λιγότερους από 500 συμμετέχοντες.

Το αθηναϊκό συνεδριακό προϊόν έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης και βελτίωσης, ποιοτικής και ποσοτικής. Οπωσδήποτε όμως χρειάζεται για αυτό η κατάλληλη συνεργασία και αποφάσεις από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, κρατικούς και ιδιωτικούς.

Η ΑΘΗΝΑ ΔΥΝΑΜΙΚΑ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Κατά τη διάρκεια των σαράντα τελευταίων ετών έχουν συντελεστεί πολλά, εξ' αιτίας της ατολμίας, της έλλειψης φαντασίας και της αυθαιρεσίας που επικρατεί με αποτέλεσμα οι συνθήκες να είναι σήμερα ιδιαίτερα δύσκολες. Έτσι, είναι τελείως αδύνατο να επαναφέρουμε την πόλη στην προηγούμενη μορφή της. Παρόλα αυτά, μπορούμε να κάνουμε κάποιες κινήσεις που σταδιακά θα δώσουν στην πόλη μας έναν καινούργιο αέρα, μια νέα ανάπτυξη.

Έτσι, ξεκίνησε η ιδέα για έναν οργανισμό τουριστικής ανάπτυξης στην πρωτεύουσα. Η βασική σκέψη για τη δημιουργία ανεξάρτητου τουριστικού οργάνου ανάπτυξης της Αθήνας ξεκίνησε σε προεκλογική περίοδο, κάτω από μια μελέτη και έρευνα, κατά την οποία διαπιστώθηκε με μεγάλη απογοήτευση, ότι ο τομέας του τουρισμού στην Αθήνα έχει πληγεί σοβαρά από την έλλειψη οργάνωσης και την κρατική αδιαφορία. Ο τουρισμός της πρωτεύουσας δεν έχει τύχει της ανάλογης προσοχής, γιατί οι φορείς που ανέλαβαν την τουριστική της ανάπτυξη λειτούργησαν με κριτήρια δημόσιου τομέα, ο οποίος δεν διακρίνεται για τον υψηλό δείκτη αισθητικής, αλλά ούτε για την αποτελεσματικότητά του. Επίσης, από την άλλη πλευρά έχουμε και την απραξία της τοπικής αυτοδιοίκησης, ενώ υπήρχαν ήδη τα πρότυπα άλλων ευρωπαϊκών πρωτευουσών, όπως του Παρισιού. Όλοι, και πιο πολύ η ίδια η Αθήνα, επιθυμούσαν την δημιουργία ενός οργάνου, που θα προωθήσει τουριστικά την Αθήνα. Ο Οργανισμός Τουριστικής Ανάπτυξης της Αθήνας θα είναι ένα ανεξάρτητο όργανο με τη μορφή αναπτυξιακής εταιρίας, που θα λειτουργεί υπό την επίβλεψη του δήμου. Δεν θα έχει καμία εξάρτηση από τον ΕΟΤ ή

άλλο δημόσιο ή ιδιωτικό φορέα. Ο ανεξάρτητος αυτός φορέας θα είναι ανοιχτός σε κάθε μορφή συνεργασίας με κρατικούς ή μη φορείς.

Η εταιρεία αυτή θα αναζητήσει μόνη της τους πόρους για το πρόγραμμα που θα εκπονήσει, ενώ ταυτόχρονα θα υπάρχει οικονομική βοήθεια από την πλευρά του δήμου. Τα σχέδια αυτής της εταιρείας σε πρώτη φάση είναι:

⇒ Τοποθέτηση σε στρατηγικά σημεία της πρωτεύουσας ειδικών περιπτέρων, που θα παρέχουν πληροφορίες στους τουρίστες.

⇒ Εγκατάσταση σε κεντρικά σημεία της Αθήνας συσκευών πληροφόρησης για τους τουρίστες.

⇒ Προβολή του Φεστιβάλ Αθηνών και των άλλων πολιτιστικών εκδηλώσεων της πόλης μέσω φυλλαδίου που θα εκδώσει ο δήμος.

⇒ Προώθηση χημικών τουαλετών.

Ένα ακόμα πρόβλημα της Αθήνας σχετικά με τον τουρισμό είναι η κάμψη της αγοραστικής κίνησης των καταστημάτων πώλησης τουριστικών ειδών, γουναρικών, χρυσοχοίας-αργυροχοίας κ.λπ. Εδώ θα πρέπει να έχουμε την άμεση παρέμβαση της πολιτείας με τη λήψη μέτρων για την αναζωογόνηση και τόνωση της περιοχής Συντάγματος-Μοναστηρακίου, η οποία αποτελεί την καρδιά των Αθηνών.

Σα μια γενική ιδέα των μέτρων που πρέπει να εφαρμοστούν είναι η διαφήμιση και η προβολή του ιστορικού κέντρου της Αθήνας, των καταστημάτων και οτιδήποτε αφορά κυρίως τουριστικό ενδιαφέρον που βρίσκεται σε αυτό. Κύριος αποδέκτης της διαφήμισης και της προβολής του ιστορικού κέντρου της Αθήνας, η οποία θα γίνεται πάντα διαμέσου μεγάλων τουριστικών γραφείων και Τ.Ο., πρέπει να είναι οι αγορές τουριστών διαφόρων εθνικοτήτων.

Ταυτόχρονα, θα πρέπει να θεσπιστούν κίνητρα για τους καταστηματάρχες για ποιοτική αναβάθμιση των εμπορευμάτων τους. Σημαντικό ρόλο θα παίξει και η ρύθμιση του κυκλοφοριακού στο κέντρο της Αθήνας, ώστε να είναι δυνατή η πρόσβαση, καθώς και η επιβίβαση-αποβίβαση των οργανωμένων ή μη τουριστών στην περιοχή.

Συμπερασματικά, αναφέρουμε ότι σίγουρα η πρωτεύουσα, με ένα σχεδιασμό διοίκησης που θα συμπεριλαμβάνει στις παραμέτρους της τον τουρισμό, έχει πολλά να ωφεληθεί. Αρκεί να φροντίσουμε όλοι για τη σύντομη και σωστή υλοποίηση των διαφόρων σχεδίων και υποσχέσεων.

Δ. ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ.

Το πρόβλημα που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός σήμερα είναι η χρονική συρρίκνωσή του σε τρεις-τέσσερις μήνες. Έτσι στα πλαίσια επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, εκτός από τις περιοχές της Κρήτης, της Ρόδου, και των Αθηνών, υπάρχουν και άλλες περιοχές που μπορούν να συμβάλλουν αποφασιστικά στην ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού και να εξασφαλιστεί μια δωδεκάμηνη τουριστική απασχόληση των πόρων που διαθέτει η Ελλάδα. Βάσει αυτών, θα προσπαθήσουμε να κάνουμε μια σύντομη αλλά όσο το δυνατόν αρτιότερη αναφορά τόσο στα μέρη και τις δυνατότητές τους όσο και στις προσπάθειες που γίνονται ή θα πρέπει να γίνουν από την πλευρά της πολιτείας για την τουριστική ανάπτυξή τους.

ΘΡΑΚΗ

Η τουριστική κίνηση στη Θράκη είναι χαμηλή παρόλο που υπάρχουν πολλά ενδιαφέροντα, π.χ. φυσικές καλλονές, αρχαιολογικοί χώροι κ.λπ. Το φυσικό περιβάλλον, τα μνημεία, αλλά και οι κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες (μεγάλος χειμώνας), διευκολύνουν την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού.

Οι βασικοί ανασταλτικοί παράγοντες είναι η ελλιπής ανάδειξη του φυσικού πλούτου, η έλλειψη ξενοδοχειακής υποδομής, η ανεπαρκής προβολή, η προβληματική πρόσβαση καθώς και το υφιστάμενο επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών του τουριστικού κυκλώματος, το οποίο είναι χαμηλό διότι δεν υπάρχει τουριστική παράδοση στην περιοχή.

Η Θράκη, όπως προαναφέρθηκε παρουσιάζει αρχαιολογικό ενδιαφέρον, με αξιόλογα ευρήματα σε πολλές περιοχές (Άβδηρα, Μαρώνια, Αναστασιούπολη, Μαξιμιανούπολη, Δίκαια, Διδυμότειχο, Άβας, Πύθιο, Σαμοθράκη). Οι περισσότεροι αρχαιολογικοί χώροι έχουν ανάγκη έρευνας, αξιοποίησης και προβολής. Υπάρχουν αξιόλογοι παραδοσιακοί οικισμοί π.χ. Ξάνθη, Καρυόφυτα, Μεταξάδες, Διδυμότειχο,

Μαρώνεια, Σταυρούπολη, Σουφλί κ.λπ.), φυσικά τοπία απείρου κάλλους, όπως περιοχές δασών, σπήλαια, υδροβιότοποι (Δέλτα Εύρου, Βιστωνίδα, Μητρικό) και άλλα στοιχεία που μπορούν να αξιοποιηθούν και να αποτελέσουν πόλους έλξης. Υπάρχουν ακόμη ιαματικές πηγές στη Ν. Κεσσάνη Ξάνθης, στα Θέρμα Σαμοθράκης και στην Τραιανούπολη Εύρου.

Γενικά ο τουρισμός παίζει μικρό ρόλο στην οικονομία της περιοχής ενώ θα μπορούσε να παίξει σημαντικότερο. Οι δυνατότητες του τουρισμού για ανάπτυξη, είναι βραχυχρόνια περιορισμένες. Ο τουρισμός που μπορεί να αναπτυχθεί, είναι ο εγχώριος, τοπικής κύρια προέλευσης, αναψυχής ή παραθεριστικός και μεσοπρόθεσμα ο διερχόμενος εσωτερικός ή εξωτερικός τουρισμός. Μακροχρόνια θα υπάρξει ίσως, η δυνατότητα ανάπτυξης τουρισμού από τις ανατολικές χώρες εφόσον επιτευχθεί συγκοινωνιακή σύνδεση με αυτές.

Με την κατασκευή του παραλιακού δρόμου Μαγγάνων - Αβδήρων - Λάγους - Φαναρίου - Μαρώνειας - Μάκρης, μεσοπρόθεσμα θα μπορούμε να μιλήσουμε και για τουρισμό διέλευσης. Η ύπαρξη όμως, σε μικρές αποστάσεις, τουριστικών κέντρων που έχουν ανεπτυγμένη τουριστική υποδομή, διαθέτουν -ίσως- σημαντικότερους πόλους έλξης, διεθνή και πανελλήνια προβολή καθώς και ύπαρξη τουριστικού κατεστημένου (Θάσος-Θεσσαλονίκη-Χαλκιδική), οδηγούν μοιραία τις δυνατότητες της Θράκης σε συγκριτική υποβάθμιση. Ίσως ορισμένοι τουριστικοί πόροι της περιοχής να μπορούν να λειτουργήσουν ως συμπληρωματικοί στο τουριστικό κύκλωμα της Β. Ελλάδας.

Οι δυναμικότερες περιοχές για τουριστική ανάπτυξη είναι εκτός από την παραλιακή ζώνη, οι βιότοποι στο Δέλτα του Εύρου, της Βιστωνίδας και του Μητρικού, οι περιοχές των αισθητικών δασών, τα στενά του Νέστου και οι παραδοσιακοί οικισμοί. Με τη σύνταξη κατάλληλων μελετών και τη δημιουργία σωστής τουριστικής υποδομής και με την αξιοποίηση και την προβολή των πόρων οι προοπτικές παρουσιάζονται ευνοϊκές.

Οι εκτιμήσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού αφορούν κυρίως στη λήψη μέτρων για τη στήριξη των υφιστάμενων προβληματικών επιχειρήσεων, αλλά και στην ισόρροπη ανάπτυξη του τουρισμού, ώστε η τουριστική κίνηση να μην κατευθύνεται αποκλειστικά στο νησί της Σαμοθράκης, αλλά να επεκταθεί και στο

ηπειρωτικό τμήμα της περιφέρειας. Για το σκοπό αυτό οι προτάσεις της περιφέρειας προβλέπουν:

- Τον εκσυγχρονισμό των παρεχόμενων υπηρεσιών, βελτιώνοντας το ξενοδοχειακό δυναμικό, παίρνοντας μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος σχετικά με τις τουριστικές παρεμβάσεις, καθιερώνοντας εκπαιδευτικά προγράμματα στελεχών ξενοδοχειακών και λοιπών επιχειρήσεων.
- Την τουριστική προβολή της περιφέρειας στην Ελλάδα και το εξωτερικό.
- Την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού (συνεδριακού, πολιτιστικού, θρησκευτικού, ιαματικού, οικοτουρισμού κ.λπ.).
- Την κατασκευή χιονοδρομικών κέντρων.
- Την δημιουργία κατάλληλης μεταφορικής υποδομής σε δυσπρόσιτες περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.
- Την αξιοποίηση ιαματικών πηγών Ν. Κεσσάνης και Θερμών, Τραϊανουπόλεως και Σαμοθράκης.

Ας μην ξεχάσουμε αυτό το ορεινό διαμέρισμα της χώρας μας, που πραγματικά μπορεί να προσφέρει στον ελληνικό χειμερινό τουρισμό αλλά και γενικότερα στον ελληνικό τουρισμό που «ψυχορραγεί».

ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

Από τη γραφική Καστοριά και τις Πρέσπες ως τον Όλυμπο, το Άγιο Όρος και τη Θάσο, η Μακεδονία διαθέτει και μπορεί να προσφέρει στον επισκέπτη της μια πληθώρα από ιδιαίτερα τουριστικά ενδιαφέροντα. Η μοναδική της ιστορία, η πλούσια λαογραφική παράδοση και θρησκευτική κληρονομιά της, τα φυσικά βουνά που την κυκλώνουν ιδανικά για χειμερινό περιηγητικό τουρισμό, οι βιότοποι, τα παρθένα δάση με σπάνια χλωρίδα και πανίδα, τα ιαματικά νερά, τα σπήλαια, τα όμορφα χωριά της που είναι κατάλληλα για την ανάπτυξη αγροτο-τουρισμού και άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού αποτελούν μερικά δείγματα από τον αστείρευτο πλούτο της.

Εξάλλου, η τουριστική υποδομή της, ιδιαίτερα μετά την αλματώδη ανάπτυξη της Χαλκιδικής, αν και ανεπαρκής ακόμη δεν μπορεί παρά να θεωρηθεί υπολογίσιμη και ευκαταφρόνητη: 897 ξενοδοχεία με 60.000 κλίνες διαθέτει η Μακεδονία, σύμφωνα πάντα με τα στοιχεία της Π.Ο.Ξ.

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Μια πόλη σε πλεονεκτική γεωγραφική θέση, με ακτινοβολία, που της προσδίδει η ιστορία, αλλά και η σύγχρονη οικονομική και πολιτιστική της ανάπτυξη, κατέχει έναν ιδιαίτερο και καθοριστικό ρόλο στο μέλλον της Μακεδονίας και της Ελλάδας. Η αξιοποίηση των δυνατοτήτων της αναφορικά με τον τουρισμό, αποτελεί το έναυσμα αυτής της πορείας της. Ο τουρισμός έχει μια ιδιαίτερα σημαντική θέση στις δραστηριότητες της Θεσσαλονίκης και της Μακεδονίας γενικότερα, αφού η πόλη αποτελεί νευραλγικό χώρο για την ανάδειξη των δυνατοτήτων της τουριστικής ανάδειξης του ευρύτερου βορειοελλαδικού χώρου. Κι αυτό, αφού μαζί με την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά της και την πλεονεκτική της θέση, συγκεντρώνει πλήθος άλλων προσόντων τα οποία μπορούν με κατάλληλη αξιοποίηση να οδηγήσουν την πόλη σε ρόλο τουριστικής πρωτεύουσας των Βαλκανίων. Μερικά από αυτά τα προσόντα της είναι: η οικονομική της δύναμη και η αξιόλογη αγορά της, η Δ.Ε.Θ., το Κέντρο Μακεδονικών σπουδών, η καλή οδική και αεροπορική της σύνδεση με όλα τα κέντρα του εξωτερικού καθώς και η γειννιάσή της με το παγκοσμίως γνωστό Άγιο Όρος και το μυθικό Όλυμπο κ.α. Ολόκληρος ο νομός Θεσσαλονίκης, παρουσιάζει αξιόλογο τουριστικό ενδιαφέρον με ιστορικά και βυζαντινά μνημεία, παραδοσιακούς οικισμούς, ιαματικές πηγές, λίμνες και τις ακτές του Θερμαϊκού και του Στρυμωνικού κόλπου.

Σήμερα, η Θεσσαλονίκη δεν καταφέρνει να συγκρατήσει τους διερχόμενους προς Χαλκιδική ή άλλες τουριστικές περιοχές. Καλή είναι η προσπάθεια που γίνεται για τη διοργάνωση συνεδρίων με αισθητή όμως την έλλειψη υποδομής, τόσο από καθαρά συνεδριακούς χώρους, όσο και από πλευράς υψηλής στάθμης καταλυμάτων.

Επίσης, η προσέλκυση κάποιας κατηγορίας τουριστών από γειτονικές χώρες, δεν έχει αξιολογηθεί κατάλληλα, ώστε να οργανωθεί γύρω της τουριστική προσφορά.

Οι ειδικοί τουριστικοί πόροι των ιαματικών πηγών απέχουν ακόμη πολύ από την απαιτούμενη ποιότητα και τον απαραίτητο εξοπλισμό των υφιστάμενων εγκαταστάσεων, ενώ δεν έχουν καν καταγραφεί ακόμη όλα τα ιστορικά βυζαντινά και νεότερα μνημεία του νομού. Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να αναφέρουμε τα σημαντικότερα προβλήματα του νομού, που εμποδίζουν την πλήρη αξιοποίησή του:

➤ Μόλυνση του Θερμαϊκού και Στρυμωνικού κόλπου από βιομηχανικά απόβλητα και αστικά λύματα.

➤ Υπερφόρτωση παραλίων και περιχώρων της πόλης με οικιστική δραστηριότητα, με ανεξέλεγκτες επιπτώσεις στο περιβάλλον (αυθαίρετη δόμηση).

➤ Απώλεια, εν μέρει, της φυσιογνωμίας του ιστορικού κέντρου της πόλης, εξαιτίας της ανοικοδόμησης που προκάλεσε εγκλεισμό σημαντικών μνημείων ανάμεσα σε πολυώροφα κτίρια.

➤ Γήρανση ξενοδοχειακού δυναμικού της πόλης και έλλειψη υψηλής ποιότητας μεγάλων μονάδων, ικανών να καλύψουν τις απαιτήσεις υψηλού εισοδήματος πελατών.

➤ Ανεπάρκεια στον εκσυγχρονισμό του αερολιμένα και των εγκαταστάσεων οδικής και σιδηροδρομικής επικοινωνίας, καθώς και έλλειψη μέριμνας, εξωραϊσμού και εκσυγχρονισμού τουριστικών υπηρεσιών στις περιοχές εισόδου στην πόλη.

Για τον εκσυγχρονισμό και διεύρυνση των δυνατοτήτων τουριστικής ανάπτυξης του νομού, προτείνεται η οριοθέτηση δύο ζωνών ανάπτυξης τουρισμού, στην παραλιακή ζώνη που περιλαμβάνει και τις λίμνες Αγ. Βασιλείου και Βόλβης και την ορεινή περιοχή Χορτιάτη με αξιόλογους παραδοσιακούς οικισμούς και δεύτερον της ζώνης με το πολεοδομικό συγκρότημα Θεσσαλονίκης και περιχώρων.

Στην α' ζώνη όπου κοντά στις παραλίες συναντούμε την αυθαίρετη δόμηση και τη μόλυνση των θαλασσών, δεν έχει την πρόπτουσα τουριστική ανάπτυξη. Εδώ, ο ΕΟΤ προτείνει την απορρύπανση της θάλασσας, τον καθορισμό οικιστικών ζωνών, την απαγόρευση ίδρυσης νέων μονάδων χαμηλότερης κατηγορίας της Α' τάξης. Επίσης, προτείνει την κατασκευή γηπέδου γκολφ στην Επανομή και συμπληρωματικών εγκαταστάσεων των camping αυτής. Σκόπιμη κρίνεται και η ίδρυση συνοδευτικών εγκαταστάσεων εστίασης και αναψυχής, αθλητικών και

συνεδριακών κέντρων καθώς και ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων υψηλής ποιοτικής στάθμης.

Όσον αφορά την περιοχή των λιμνών και της ορεινής περιοχής του Χορτιάτη, παρουσιάζονται οι δυνατότητες ανάπτυξης κυρίων ανάπτυξης κυρίων ειδικών μορφών τουρισμού, όπως ιαματικού, αθλητικού, φυσιολατρικού κ.α., αποτελώντας κύριο τόπο ημερήσιων εκδρομών. Διαθέτει όμορφα τοπία, δάση, παραδοσιακούς οικισμούς και αρχαιότητες. Σ' αυτήν την περιοχή θα πρέπει να προγραμματισθούν έργα τουριστικής υποδομής, ναυταθλητισμού στις λίμνες, μέτρα προστασίας οικισμών και κατασκευή έργων στα δάση ως τόπους αναψυχής των εκδρομέων. Οι εγκαταστάσεις για την προώθηση του ιαματικού-θεραπευτικού τουρισμού, αποτελεί πρώτη προτεραιότητα, αφού η περιοχή δύναται να γίνει ένας από τους σημαντικότερους πόλους έλξης σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Η β' ζώνη, η οποία περιλαμβάνει τη Θεσσαλονίκη και τα περίχωρά της, αποτελεί σημαντική περιοχή για την τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας. Η Θεσσαλονίκη διαθέτει τεράστια ακτινοβολία πανευρωπαϊκά και μπορεί να εξελιχθεί σε τουριστική πρωτεύουσα των Βαλκανίων, αρκεί οι τουριστικοί πόροι της πόλης να αναδειχθούν και να αξιοποιηθούν στα πλαίσια ενός ολοκληρωμένου ρυθμιστικού προγράμματος. Ενδεικτικά αναφέρονται οι εξής ζωτικής σημασίας αναγκαιότητες:

1. Συμπλήρωση και ολοκλήρωση των αποχετευτικών έργων της πόλης για να απορρυπανθεί ο Θερμαϊκός, ενώ ταυτόχρονα απαιτείται η ολοκλήρωση περιφερειακής οδού, για την αποσυμφόρηση του ιστορικού κέντρου της πόλης.

2. Εκσυγχρονισμός και εξωραϊσμός του αερολιμένα, ώστε να μπορεί να δεχθεί πτήσεις charters. Ο προγραμματισμός και η δημιουργία έργων στο αεροδρόμιο, γίνονται με στόχο να αυξηθούν και να αναβαθμιστούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες του. Είναι έργα που στοχεύουν στη βελτίωση εσωτερικών και εξωτερικών χώρων του αερολιμένα, έργα τα οποία θα συμβάλλουν στην αλλαγή της αισθητικής του αεροδρομίου. Οι υπηρεσίες θα παρουσιάσουν καλύτερη εικόνα στην εξυπηρέτηση των επιβατών, ενώ η επέκταση θέσεων στάθμευσης των αεροσκαφών και του check in θα αποσυμφορήσουν τις εγκαταστάσεις του αεροδρομίου. Τα έργα αυτά αναμένεται να ολοκληρωθούν μέσα στο '97... Έργα σημαντικά, αν όντως θέλουμε να ονομάζεται το αεροδρόμιο Μακεδονία ως «Πύλη των Βαλκανίων». Ακόμη, πρέπει

να αναφέρουμε την σπουδαιότητα επέκτασης του σιδηροδρομικού σταθμού και των οδικών εισόδων στην πόλη.

3. Προστασία ιστορικού κέντρου, το οποίο είναι απειλούμενο από την αλόγιστη και αδόκιμη οικοδομική δραστηριότητα, διατηρώντας και αναδεικνύοντάς το μέσω αναστηλώσεων. Ιδιαίτερα, τονίζουμε την ανάγκη διατήρησης και ανάδειξης χαρακτηριστικών τμημάτων της πόλης, για τα οποία η Θεσσαλονίκη είναι περήφανη διεθνώς. Τέλος, δεν πρέπει να παραλειφθεί η αναστήλωση μνημείων όπως η Ρωμαϊκή Αγορά, το Γενί Τζαμί, οι φυλακές Επταπυργίου.

4. Συμπλήρωση ξενοδοχειακού δυναμικού της πόλης, για να ανταποκριθεί επαρκώς στο ρόλο της ως τουριστική πρωτεύουσα των Βαλκανίων, με ξενοδοχειακές μονάδες πολυτελείας, που θα καλύπτουν τις ανάγκες των επισκεπτών. Επίσης, απαιτείται εκσυγχρονισμός και εξωραϊσμός των υφιστάμενων ξενοδοχειακών μονάδων και η συμπλήρωσή τους με εγκαταστάσεις συνοδευτικών λειτουργιών, όπως αθλητικές, εστίασης, αναψυχής, πολιτιστικών εκδηλώσεων κ.λπ.

5. Καλύτερη προβολή της τουριστικής σημασίας της πόλης στο εξωτερικό και εσωτερικό, ως εναλλακτικό πόλο έλξης σχέση με την πολυδιαφημιζόμενη Ν. Ελλάδα και το Αιγαίο.

ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ

Η γοητεία της φύσης της Χαλκιδικής, η συναρπαστική εναλλαγή αμμουδιάς και πρασίνου, η γραφική απλότητα, η βυζαντινή λιτότητα του Άθω, συνθέτουν τη φαντασμαγορία του θέλγητρου του απλού και της άνεσης, που αναζητά ο άνθρωπος της «μεταβιομηχανικής κοινωνίας»

Η Χαλκιδική έχει από τα ωραιότερα φθινόπωρα της χώρας και στις καθαρές της θάλασσες μπορεί κανείς να ασκήσει ποικίλες δραστηριότητες. Έτσι συστήνεται ανεπιφύλακτα και με επίγνωση στους Έλληνες και ξένους περιηγητές να έρθουν το φθινόπωρο στη Χαλκιδική.

Στις απέραντες αμμουδιές της, στις τρεις κολπικές καμπύλες των χερσονήσων που κατοπτρεύονται από το μάτι μας, είναι δυνατό να αναπτυχθούν σε εκτεταμένη κλίμακα ειδικές μορφές τουρισμού, όπως:

- Αθλητικός τουρισμός
- Κινηγετικός και Οικοτουρισμός
- Τουρισμός Γιώτινγκ
- Θαλασσοθεραπείας

Μορφές τουρισμού δηλαδή, που μπορούν να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο σε δωδεκάμηνη βάση.

Κατά τη διάρκεια των δέκα τελευταίων χρόνων η Χαλκιδική προέβαλε ένα έντονο τουριστικό προφίλ, κατατάσσοντάς την ανάμεσα στους πιο σημαντικούς προορισμούς της Β. Ελλάδας. Από τη μία δημιουργήθηκε μια αξιόλογη τουριστική υποδομή, που αργά αλλά σταθερά και με σωστή προβολή και μεθόδους marketing, έφεραν τη Χαλκιδική στο προσκήνιο του ελληνικού τουρισμού. Όμως, από την άλλη, οι νέες τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, μέσα σε ένα ασταθές οικονομικό περιβάλλον και κάτω από άσχημες τουριστικές συγκυρίες, έφτασαν σε ένα οριακό σημείο, που έθεσαν σε κίνδυνο όλα όσα είχαν δημιουργηθεί.

ΕΓΓΕΝΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ.

Αναλύοντας τη σημερινή εικόνα και τις δυνατότητες της τουριστικής Χαλκιδικής, αλλά και τα συσσωρευμένα προβλήματα σημειώνουμε τα εξής:

⇒ Η εγγύτητα της Χαλκιδικής προς το μεγάλο αστικό κέντρο της Θεσσαλονίκης, έχει ως αποτέλεσμα τη μετακίνηση προς αυτήν ενός μεγάλου αριθμού επισκεπτών κυρίως ημεδαπών. Οι επισκέπτες αυτοί καταλήγουν στην πλειοψηφία τους σε ιδιόκτητες κατοικίες αλλά και σε νόμιμα ή παράνομα βοηθητικά καταλύματα ή κάμπινγκ. Αποτέλεσμα είναι η επιβάρυνση της ήδη ανεπαρκούς υποδομής, ιδιαίτερα Δε του κακού οδικού δικτύου, της ύδρευσης και της ανύπαρκτης στους περισσότερους οικισμούς αποχέτευσης. Έτσι, έχουμε τη μετατροπή του οδικού δικτύου σε ανοικτό σκουπιδοτόπο.

⇒ Η Χαλκιδική βρίσκεται καίρια τοποθετημένη στο υπογάστριο των χωρών της Αν. Ευρώπης, που τον τελευταίο καιρό γνωρίζουν μια κοινωνικοοικονομική

επανάσταση. Η οδική εγγύτητα της προς τις χώρες αυτές καθιστά ιδιαίτερα ευαίσθητη στην εκ βορρά επιδρομή, χιλιάδων τουριστών, χαμηλής εισοδηματικής στάθμης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, την αύξηση της ζήτησης και την προσφορά χαμηλής στάθμης παρανόμων καταλυμάτων. Ταυτόχρονα έχουμε την κατάληψη και ρύπανση ακτών και δασών από κάθε είδους τροχόσπιτα και σκηνές.

Αξίζει εδώ, να σταθούμε στο πρόβλημα των παρανόμων καταλυμάτων, φαινόμενο πανελλαδικό, όπου στη Χαλκιδική, παρουσιάζεται ιδιαίτερα έντονο από οποιαδήποτε άλλη περιοχή. Η ραγδαία και ανεξέλεγκτη δόμηση τέτοιων κλινών ενισχύθηκε ιδιαίτερα σ' αυτήν την περιοχή, λόγω των παραπάνω ιδιαιτεροτήτων και την πιεστική ζήτηση φθηνών καταλυμάτων από ορισμένους πειρατικούς Τ.Ο.

Αποτέλεσμα όλων αυτών, είναι η αισθητική και λειτουργική υποβάθμιση των οικισμών της Χαλκιδικής, η επιβάρυνση της ήδη προβληματική υποδομής, η ρύπανση των δρόμων και η πιθανή μόλυνση των υπογείων και θαλάσσιων υδάτων από απορροφητικούς Βόθρους.

Τέλος, λόγω αθέμιτου ανταγωνισμού, κατακόρυφη είναι και η πτώση της κίνησης και της διαπραγματευτικής θέσης των τουριστικών επιχειρηματιών της χώρας, που επένδυσαν μεγάλα κεφάλαια σε αξιόλογες ξενοδοχειακές μονάδες.

Παρόλα τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Χαλκιδική, εξακολουθεί να είναι μια περιοχή, η οποία συγκεντρώνει όλα τα απαραίτητα στοιχεία για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Η κατασκευή ενός πιλοτικού προγράμματος χειμερινού τουρισμού επιχειρήθηκε για πρώτη φορά το 1995 από την Ένωση, Ξενοδόχων Χαλκιδικής. Απαραίτητη προϋπόθεση στην προσπάθεια αυτή είναι η συμβολή της πολιτείας με την εφαρμογή μόνιμων δομών κατάρτισης των εργαζομένων.

Σε πρώτη φάση, η συμμετοχή των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος σ' αυτό το πρόγραμμα, υπήρξε μικρή. Ανήρχετο σε οκτώ ξενοδοχεία, στα οποία δημιουργήθηκαν ισάριθμα εκπαιδευτικά κέντρα.

Η μελέτη που εκπόνησε η Ένωση Ξενοδόχων Χαλκιδικής, έχει εντοπίσει ήδη στους στόχους του προγράμματος χειμερινού τουρισμού, που αφορούν σε μία διαφορετική προσέγγιση ανάπτυξης της περιοχής κατά τη χειμερινή περίοδο.

Βασικός στόχος λοιπόν είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η ενεργοποίηση συγκεκριμένων αγορών και κατηγορίας τουριστών.

Απαραίτητο στοιχείο του προγράμματος αποτελεί ο συνδυασμός της τουριστικής ανάπτυξης της Χαλκιδικής σε συνάρτηση με την εμπορική και οικονομική κίνηση της Θεσσαλονίκης, τουλάχιστον σε πρώτη φάση. Το εγχείρημα αυτό των επιχειρηματιών της Χαλκιδικής, φιλοδοξεί στην όσο το δυνατό μακροπρόθεσμη απόδοση ενός μοντέλου οικονομικής ανάπτυξης με τη μεγαλύτερη δυνατή διάρκεια. Η ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού σε ένα παραθεριστικό κέντρο εξαρτάται άμεσα από τη γεινιάσή με τα αστικά κέντρα. Ως παράδειγμα, θα πρέπει να αναφέρουμε τη Μαγιόρκα, όπου ο χειμερινός τουρισμός έχει αναπτυχθεί μόνο γύρω από την πόλη της Πάλμα. Στην περίπτωση της εξεταζόμενης περιοχής, η παρουσία της Θεσσαλονίκης είναι καθοριστική.

Για να ευδοκιμήσουν όμως αυτές οι προσπάθειες και να αποδώσουν τα μέγιστα, θα πρέπει να δοθεί βάρος στην προβολή και τη διαφήμιση της περιοχής. Στον τομέα αυτό λοιπόν, η Ένωση Ξενοδόχων Χαλκιδικής σε συνδυασμό με ξένα γραφεία δημοσίων σχέσεων και με δαπάνη αρκετών εκατομμυρίων ανά αγορά, έχει ήδη αποκτήσει έντονη παρουσία στις ξένες αγορές. Παράλληλα, πρέπει να αναφέρουμε και τη διαφημιστική εκστρατεία του ΕΟΤ, που περίπου κινήθηκε στα ίδια πλαίσια. Στόχος και των δύο πλευρών είναι η καθιέρωση της Χαλκιδικής με τη δική της ταυτότητα και το δικό της «σλόγκαν» στις τουριστικές αγορές ως οικολογικός παράδεισος της Ελλάδας.

Προς την κατεύθυνση λοιπόν αυτή, όπου συνεχίζει να κινείται η εκστρατεία προβολής της Χαλκιδικής, δίδεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην προώθηση του οικολογικού τουρισμού αλλά και άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με κύρια ενδιαφερόμενες αγορές αυτές της Αγγλίας και της Γερμανίας. Ήδη έχει ξεκινήσει η χαρτογράφηση αρκετών μονοπατιών της περιοχής, όπου θα μπορεί κανείς να ακολουθήσει. Σημαντική επίσης, θεωρείται η ενίσχυση των ιδιαιτεροτήτων κάθε περιοχής και η απόκτηση συγκεκριμένης ταυτότητας. Από την πλευρά της πολιτείας, σημαντικός θεωρείται από τον ΕΟΤ ο προγραμματισμός και η κατάρτιση εθνικού και περιφερειακού πλάνου προβολής. Ένα θέμα, το οποίο θα μπορούσε να διευθετηθεί καλύτερα, με την θέσπιση τουριστικού νομοσχεδίου για την προβολή κάθε νομού.

Πάνω σε αυτούς τους άξονες προβολής θα στηριχθεί η τουριστική κίνηση της Χαλκιδικής, ενώ τα αποτελέσματα θα είναι εμφανή με την εφαρμογή μιας σειράς ενεργειών, που θα λάβουν χώρα στην περιοχή της Χαλκιδικής.

Το μέλλον του τουρισμού στη Χαλκιδική, για να μπορεί να χαρακτηριστεί ευοίωνο, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία στα εξής:

ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ

Θα πρέπει να καταβληθεί σοβαρή προσπάθεια για τον εκσυγχρονισμό για τον εκσυγχρονισμό του οδικού δικτύου, την κατασκευή βιολογικών καθαρισμών, αλλά και το χωροταξικό σχεδιασμό της Χαλκιδικής. Παράλληλα, μελετάται από την Ένωση Ξενοδόχων της Χαλκιδικής, η σύνδεση της περιοχής και του αεροδρομίου της Θεσσαλονίκης με ηλεκτροκίνητα τρένα.

ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Η τιμολογιακή πολιτική έχει άμεση σχέση με την προσπάθεια των ξενοδόχων για αναβάθμιση των υπηρεσιών τους. Είναι απαραίτητο, η ποιότητα των υπηρεσιών να αποτελεί το βασικότερο στοιχείο της ξενοδοχειακής προσφοράς. Σ' αυτό το πλαίσιο, είναι σίγουρο ότι θα επιτευχθούν και ικανοποιητικές τιμές. Εάν η ξενοδοχειακή προσφορά έχει ως οδηγό μόνον την τιμή, μοιραία, με τον ανταγωνισμό που υπάρχει από χώρες με πολύ χαμηλότερο κόστος ζωής και εργασίας, οι Έλληνες επιχειρηματίες Δε θα επιβιώσουν.

Σημαντικό είναι να δημιουργηθεί ο απαραίτητος χώρος και να δοθεί η ικανότητα σε νέους ανθρώπους να μπουν στον τουριστικό τομέα, σ' έναν κλάδο που αναπτύσσεται ραγδαία και που μπορούν να προσφέρουν πολλά.

ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ-ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ

Η Ένωση Ξενοδόχων Χαλκιδικής δίνει ιδιαίτερη σημασία στην ενημέρωση και αρμονική συνεργασία με τη Νομαρχία, τους Δήμους και τις κοινότητες των τουριστικών περιοχών. Η διοργάνωση επιμορφωτικών σεμιναρίων, όπου θα αναπτύσσονται τα προβλήματα της Χαλκιδικής σε σωστή κλίμακα, θα είναι ένα γεγονός που θα πρέπει να γίνει θεσμός. Έτσι, θα μπορούν να προτείνονται λύσεις και να επιλέγονται οι καλύτερες.

Ιδιαίτερη σημασία έχει η δημιουργία και η ανάπτυξη τουριστικής συνείδησης και η ευαισθητοποίηση των εμπλεκομένων στον τουρισμό σε θέματα προστασίας φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

Εν κατακλείδι, αναφέρουμε πως η αντιμετώπιση της Χαλκιδικής ως σήμερα, από τους αρμόδιους τουριστικούς παράγοντες και φορείς του κέντρου, στην πρέπουσα διάσταση, δεν ήταν πάντα η καλύτερη. Ας μην ξεχνάμε, ότι η περιοχή της Χαλκιδικής είναι ο τέταρτος σε μέγεθος τουριστικός προορισμός της Χώρας.

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΧΕΡΣΟΝΗΣΟ ΤΟΥ ΑΘΩ.

Στον κόσμο υπάρχουν τρία θρησκευτικά κέντρα. Το Θιβέτ, τα Ιεροσόλυμα και ο Άθως. Ο Άθως της Χαλκιδικής είναι οικουμενικό κέντρο της Ορθοδοξίας, ένα απέραντο και μοναδικό μουσείο, όπου επιζεί το Βυζάντιο του 12^{ου} αιώνα. Το Άγιο Όρος, αυτοδιοίκητος τομέας της ελληνικής επικράτειας, θα πρέπει αυτόνομα να εξετασθεί ως τουριστικός προορισμός της χώρας μα. Είναι η ανατολικότερη από τις τρεις χερσονήσους της Χαλκιδικής. Μια επίσκεψη στην εν λόγω περιοχή, αποτελεί ένα «μακρινό» ταξίδι, παρά το κοντινό της απόστασης.

Η αλλαγή της ώρας σε Βυζαντινή, η αποχή από την τρέχουσα ενημέρωση και η σχεδόν απόλυτη διακοπή επικοινωνίας με τον κόσμο, ευθύνονται για τον κοινωνικό αποπροσανατολισμό του επισκέπτη. Ακόμη και σε έντονη ανάγκη εξόδου από το χώρο, υποχρεώνεται κανείς να περιμένει τη μοναδική συγκοινωνία της ημέρας. Από την άλλη, η μη διάνοιξη οδικής αρτηρίας δια ξηράς, η μη θέσπιση περισσότερων από ένα θαλασσίων δρομολογίων την ημέρα καθώς και τα γεωγραφικά εμπόδια (θάλασσα, δάση, απότομες εδαφικές κλίσεις), τονίζουν το γεγονός της γεωγραφικής απομόνωσης. Έχουμε λοιπόν, μια μεταφορά του επισκέπτη σε μια πολιτεία, που τον εντάσσει στους δικούς της ρυθμούς ζωής. Ο επισκέπτης του Αγίου Όρους γίνεται ενεργός συμμετοχος της ζωής του τόπου. Η όλη ατμόσφαιρα μοιάζει με βουτιά σε έναν άλλο κόσμο.

Τα αντικείμενα και ο χώρος χάνουν την αίσθηση του χρόνου. Κάθεται κανείς σε καθίσματα 200 χρόνων, κοιμάται σε δωμάτια που κτίσθηκαν επί Νικηφόρου Φωκά και περιτριγυρίζεται από αγιογραφίες που στοιχίζουν εκατομμύρια. Την ίδια

στιγμή φιλοξενείται από μοναχούς που είναι άνθρωποι του σήμερα. Η αγιορείτικη πραγματικότητα είναι μία. Τη ζει ο επισκέπτης, τη βιώνουν όμως και οι κάτοικοί του. Είναι ένας χώρος που ανήκει στην ιστορία, αλλά και στη ζωή.

Εδώ ο τουρισμός δεν αποφέρει οικονομικά οφέλη στους κατοίκους του, είναι ένας τουρισμός δωρεάν για τους επισκέπτες. Ο τουρισμός στο Άγιο Όρος είναι πεζοπορικός, αφού ελάχιστες διαδρομές γίνονται με αυτοκίνητο. Επιπλέον, το γεγονός ότι η φύση είναι άθικτη από οικολογικές καταστροφές και τα γεωγραφικά τοπία είναι εξαιρετικής ομορφιάς δίνει την επιθυμία της μετακίνησης με τα πόδια. Το δίκτυο είναι διαμορφωμένο κάτω από τις επιταγές της πεζοπορίας, ώστε να συνδυάζεται η λειτουργικότητα με τη γραφικότητα.

Η θαλάσσια συγκοινωνία είναι η μόνη οικονομική δραστηριότητα με μεταφορές προς τη Χερσόνησο και κρουαζιέρες γύρω από αυτήν. Βασική τους πελατεία είναι οι γυναίκες, οι οποίες δεν έχουν πρόσβαση σε αυτό, λόγω απαγόρευσης εισόδου τους στο Όρος, το λεγόμενο άβατο. Οι επωφελούμενοι από αυτή τη δραστηριότητα είναι οι ιδιώτες και ιδιοκτήτες των σκαφών.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΑΓΙΟΥ ΟΡΟΥΣ ΣΗΜΕΡΑ

Όλες οι πηγές δείχνουν τη συνεχή αύξηση του τουριστικού ρεύματος στο Άγιο Όρος. Πρέπει να σημειώσουμε, ότι ο τουρισμός στο Άγιο Όρος είναι κυρίως εσωτερικός. Η αύξηση του τουριστικού ρεύματος, εκτός από τη θετική της πλευρά, έχει τα αρνητικά της στοιχεία. Παρουσιάζεται έτσι μια οξύτητα σε επίπεδο εξυπηρέτησης, αφού πολλές φορές το πλήθος των επισκεπτών είναι σαφώς μεγαλύτερο αυτού των κατοίκων. Ας μη ξεχνάμε πως το βάρος της φιλοξενίας πέφτει στις μονές και ιδιαίτερα στις πιο νέες. Η Χερσόνησος διέθετε ως το 1968, 920 κλίνες. Σήμερα η κατάσταση έχει βελτιωθεί, κυρίως σε ποιοτικό επίπεδο. Η συνεχής ανακαίνιση αποτελεί κύριο μέλημα των μοναστηριών. Ωστόσο, παρατηρείται βελτίωση και σε ποσοτικό επίπεδο.

ΠΟΛΛΑΠΛΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΑΘΩΝΙΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Η αποστολή του αθωνίτικου τουρισμού διακρίνεται για την πολλαπλότητά της. Έτσι, μπορούμε να αναφέρουμε τις εξής κατηγορίες:

Θρησκευτικός τουρισμός: Αν ισχυριστούμε, ότι ο θρησκευτικός τουρισμός υπήρξε η αρχαιότερη μορφή τουρισμού στον κόσμο, το Άγιο όρος είναι εν μέρει η απόδειξη. Το γεγονός ότι αποτελεί το πιο σπουδαίο ορθόδοξο κέντρο παγκοσμίως αποτελεί έναν πόλο έλξης ακατάπαυστης επισκεπτικής κίνησης από όλους. Ο δε πολιτικός χαρακτήρας αυτονομίας, πρωταρχικό προνόμιο μη προσβλητό, αποβλέπει στην ελεύθερη από εθνικά προβλήματα άσκηση των θρησκευτικών δραστηριοτήτων.

Ιστορικός τουρισμός: Ο χαρακτήρας της Χερσονήσου αποτελεί δυνατό έρεισμα για τους επισκέπτες με ιστορικά ενδιαφέροντα. Ο χώρος προσφέρει ένα διαμορφωμένο μοναχικό καθεστώς, που διατηρείται αιώνες, με ελάχιστες αποκλίσεις από την αρχέγονή του μορφή.

Από την πλευρά της τέχνης τα πράγματα είναι εξίσου σημαντικά. Η τέχνη εδώ αποτελεί σημαντικότατο παράγοντα επισκεπτικού ενδιαφέροντος. Στο χώρο περιλαμβάνεται μία ιστορική περίοδος αδιάκοπης ζωής πάνω από χίλια χρόνια. Κάτι που παγκόσμια, Δε συναντάται σε κανέναν τόπο.

ΑΛΠΙΝΙΣΜΟΣ : Δεν είναι καθόλου σπάνιο, ο χώρος να αποτελεί περιηγητικό πόλο έλξης, αφού η φύση εδώ είναι παρθένα. Η φύση ακριβώς, είναι αυτή που αποτελεί πρόσθετο κίνητρο. Το όρος Άθως είναι από τις υψηλότερες κορυφές στην Ελλάδα και συχνά γίνεται στόχος ορειβατικών αποστολών.

Στα μέσα της διαδρομής υπάρχει και καταφύγιο επονομαζόμενο «Παναγία», ενώ έχουμε και προσπάθειες χαρτογράφησης της περιοχής, πράγμα που μαρτυρά το ενδιαφέρον των επισκεπτών για το χώρο.

ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ : Το φαινόμενο του τουρισμού είναι άμεσα συνδεδεμένο με την προστασία τέτοιων τόπων. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των Μετεώρων όπου η εκτουριστικοποίηση διέλυσε την πραγματική αποστολή των μονών. Βέβαια, ο Άθως, όπως κάθε ζωντανός οργανισμός δεν μπορεί να αγνοήσει τον πολιτισμό, παίρνοντας ότι του ταιριάζει με το σωστό πάντα μέτρο. Η παράδοση όμως πρέπει να συνεχιστεί.

Η επικρατούσα αντίληψη είναι η συντήρηση και προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και των παραδόσεων. Ταυτόχρονα, πρέπει να

διαφυλαχθούν τα μνημεία και τα κειμήλια. Κάθε προσβολή του περιβάλλοντος χώρου προσβάλλει αυτόματα την ιδιότητα της αγιορείτικης πολιτείας.

Έτσι, μπροστά στη ραγδαία άνοδο του τουριστικού ρεύματος οι αρχές του Αγίου Όρους δεν έμειναν αδιάφορες. Από τη μια η μέριμνα για φιλοξενία και από την άλλη η μεταφορά του κοσμικού στοιχείου τείνει να πλήξει ανεπανόρθωτα την ησυχία της χερσονήσου.

Οι μοναχοί δεν κλείνουν την πόρτα στον τουρισμό. Απλά προσπαθούν να διαφυλάξουν το χώρο. Ο διακριτικός έλεγχος του τουριστικού ρεύματος και η προσοχή να διατηρηθούν οι στοιχειώδεις ελευθερίες, θα το βοηθήσει να συνεχίσει την από χιλίων και πλέον ετών, ζωή του.

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗ ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ.

Είναι σε όλους γνωστό, ότι η υποδομή στη Μακεδονία και τη Θράκη δεν είναι σωστή ή τουλάχιστον η επιθυμητή για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Γι' αυτό θα πρέπει η πολιτεία να ενσκήψει με ενδιαφέρον σε αυτή την ευαίσθητη περιοχή.

Οι δρόμοι και οι εισόδοι των πόλεων παρουσιάζουν άσχημη εικόνα στον επισκέπτη. Οι βιολογικοί καθαρισμοί στις πόλεις της Μακεδονίας και της Θράκης είναι ελάχιστοι και το περιβάλλον εξακολουθεί να μολύνεται με γοργούς ρυθμούς. Η αποκομιδή απορριμμάτων δε λειτουργεί σωστά και απέχει πολύ από εκείνη της Ευρώπης. Το πρόβλημα προστασίας και καθαριότητας του φυσικού περιβάλλοντος πρέπει να λυθεί άμεσα. Ο χειμερινός τουρίστας, ως τουρίστας ποιότητας, δε συγχωρεί και δεν ανέχεται σε καμιά περίπτωση την έλλειψη καθαριότητας και το κατεστραμμένο φυσικό περιβάλλον.

Η ανάδειξη και διατήρηση της παραδοσιακής κληρονομιάς, η οποία είναι ξεχασμένη από τους κρατικούς φορείς, σίγουρα μπορεί να προκαλέσει το ενδιαφέρον του χειμερινού τουρίστα. Σήμερα συναντούμε μόνο μερικά σωματεία, που με δική τους πρωτοβουλία και έξοδα, προσπαθούν να διατηρήσουν την παράδοση της Β. Ελλάδας.

Βασικός παράγοντας για την επέκταση της τουριστικής σαιζόν αποτελεί η ανάπτυξη των αερομεταφορών. Ας δώσει λοιπόν η πολιτεία γοργούς ρυθμούς για την κατασκευή βελτιωτικών έργων στο αεροδρόμιο «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ». Τα έργα στοχεύουν στην επέκταση χώρων αφίξεων- αναχωρήσεων επιβατών και στάθμευσης αεροσκαφών.

Τέλος, ο χώρος της Β. Ελλάδας διαθέτει πηγές ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Πρέπει λοιπόν, κρατικοί και ιδιωτικοί φορείς να συνεργαστούν για την προώθηση των παραπάνω μορφών και την ανάδειξη των αντίστοιχων τόπων ανάπτυξής τους.

ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΘΕΣΣΑΛΙΑ.

Ένα διαμέρισμα της Ελλάδας που θα μπορούσε να συμβάλλει ουσιαστικά στο χειμερινό τουρισμό και να αποτελέσει κέντρο ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού είναι η Θεσσαλία.

Πιο συγκεκριμένα, ο νομός Καρδίτσας παρουσιάζει μια δυναμική ανάπτυξη στον τουρισμό, που η συνέχισή της θα σημαίνει αποφασιστική στροφή στους αναπτυξιακούς προσανατολισμούς του νομού. Οι περιοχές που προσελκύουν το ενδιαφέρον, είναι η λίμνη Πλαστήρα με τις γύρω από αυτήν κοινότητες, καθώς και η περιοχή των λουτρών Σμοκόβου. Παρόλ' αυτά, απουσιάζουν οι επενδύσεις που θα προσελκύσουν έναν υψηλής στάθμης τουρισμό.

Ειδικά τα τουριστικά καταλύματα που δημιουργήθηκαν στην περιοχή των λουτρών Σμόκοβου, αφορούσαν κυρίως ενοικιαζόμενα δωμάτια, με αποτέλεσμα οι παρεχόμενες υπηρεσίες να είναι χαμηλού επιπέδου.

Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο που πρέπει να αναφέρουμε, είναι ότι η τουριστική κίνηση αφορά ημεδαπούς τουρίστες. Η παρουσία των αλλοδαπών επισκεπτών κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα. Το επενδυτικό ενδιαφέρον όμως παρουσιάζεται έντονο, αφού οι περιοχές αυτές μπορούμε να πούμε προσφέρονται για τουριστική ανάπτυξη. Οι προϋποθέσεις προσέλκυσης επισκεπτών κατά τη χειμερινή περίοδο, είναι πολύ καλές.

Ειδικότερα, στο νομό Καρδίτσας υπάρχει το πλεονέκτημα των λουτρών Σμόκοβου για την ανάπτυξη θεραπευτικού τουρισμού. Όμως, τόσο η υπάρχουσα υποδομή, τουριστική και λοιπή, όσο και η παντελής έλλειψη προβολής σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, στερούν από την περιοχή μία προοπτική ανάπτυξης αρκετά σημαντική.

Ο νομός Τρικάλων παρουσιάζει και αυτός με τη σειρά του αξιόλογο ενδιαφέρον. Αναφερόμαστε κυρίως, στην περιοχή του δήμου Καλαμπάκας. Έτσι, η δημιουργηθείσα κατάσταση παρουσιάζει μία συγκέντρωση στην περιοχή αυτή και απουσιάζουν οι επενδύσεις στις υπόλοιπες περιοχές του νομού. Πρέπει εδώ να αναφέρουμε, ότι αρκετές από τις τουριστικές μονάδες που δημιουργήθηκαν, παρέχουν σε σημαντικό βαθμό υπηρεσίες προσέλκυσης υψηλής στάθμης τουρισμού. Ακόμη, παραμένουν ανεκμετάλλετες οι φυσικές ομορφιές του ορεινού όγκου στην περιοχή της πόλης. Έλειψαν επίσης οι επενδύσεις στην περιοχή αυτή, που θα μπορούσαν να προωθήσουν το χειμερινό κυρίως τουρισμό. Με εξαίρεση λοιπόν τη Καλαμπάκα, ο νομός παρουσιάζει ελάχιστη τουριστική κίνηση, ενώ η όποια υπάρχουσα αφορά ημεδαπούς. Αυτό οφείλεται στην προβολή των μετεώρων από τη μία ενώ από την άλλη η ανυπαρξία τουριστικής υποδομής στο υπόλοιπο του νομού, οδηγεί στη μη αξιοποίησή του συνολικό επίπεδο.

Εκτός από τον ορεινό όγκο της πόλης, συμπεριλαμβανομένου και του δήμου αυτής, άλλες περιοχές που προσφέρονται για το σκοπό αυτό είναι οι παραλίμνιες κοινότητες ενόψει του φράγματος του Αχελώου και ο ορεινός όγκος της Καλαμπάκας με όλα τα χωριά του Ασπροποτάμου.

Σημαντικός είναι επίσης ο ρόλος του Βόλου και του Πηλίου. Το ιστορικό λιμάνι του Βόλου, από τα χρόνια ακόμη της μυθολογίας, υπήρξε η αρχή της Αργοναυτικής εκστρατείας. Η απευθείας σύνδεση με τα νησιά του Αιγαίου (Σκιάθος) με τα δελφίνια, αποτελεί ένα σημαντικό τροφοδότη τουριστών. Ενώ, το κοντινό Πήλιο με το χιονοδρομικό κέντρο και τα πανέμορφα παραδοσιακά χωριά του, αποτελεί ένα σημαντικό πόλο έλξης για χειμερινούς επισκέπτες. Τα παραδοσιακά αρχοντικά του Πηλίου που αναστήλωσε ο ΕΟΤ στις Μηλιές και τη Βυζίτσα, με τη σωστή προβολή, μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου.

Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφέρουμε τη δημιουργία του προγράμματος «LIFE», το οποίο στοχεύει στην «αιφορική» τουριστική παρέμβαση στην περιοχή της λίμνης Πλαστήρα. Στην περιοχή αυτή, χαρακτηριστική είναι η έντονη πληθυσμιακή συρρίκνωση, αλλά και το σπάνιο, αναλλοίωτο φυσικό της τοπίο. Έτσι δημιουργήθηκε το Ενιαίο Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης Έρευνας (Ε.Κ.ΠΕ.Ε.). Κύριες δραστηριότητές του είναι οι εξής:

→ Διαμόρφωση ειδικών διαδρομών πεζοπορίας (οικολογικά μονοπάτια), μέσα από επιλεγμένες περιοχές. Σκοπός είναι η παρατήρηση σημαντικών στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος, ως τρόπου εκπαίδευσης διαχείρισης χερσαίου περιβάλλοντος και εναλλακτικής μορφής ψυχαγωγίας.

→ Οργάνωση πειραματικού αγρού οργανικής καλλιέργειας για την προσέλκυση φοιτητών και επιστημόνων. Στόχος αυτής της προσπάθειας είναι η ευαισθητοποίησή τους σε νέες μεθόδους καλλιέργειας προσφιλέστερες στο περιβάλλον, αλλά και της κατασκευής υποδομής για την ανάπτυξη εκπαιδευτικού τουρισμού σε σχέση με το πάντα με το περιβάλλον.

→ Οργάνωση αναψυχής για την κάλυψη του ελεύθερου χρόνου των επισκεπτών με ποικίλες δραστηριότητες, π.χ. αεραθλητισμός, κωπηλασία-ιστιοπλοΐα, ορειβατικό ποδήλατο κ.α.

→ Δημιουργία τοπικού γραφείου οικότουρισμου, που θα αποτελεί το γραφείο δημοσίων σχέσεων και προβολής της περιοχής.

→ Ίδρυση συνεταιρισμού γυναικών λίμνης Πλαστήρα, με στόχο την άθληση των γυναικών της περιοχής.

Γενικά, η περιοχή της Θεσσαλίας χρειάζεται ισχυρά κίνητρα ανάπτυξης, μέσα από αναπτυξιακούς νόμους για τη δημιουργία νέων κλινών και κατάλληλης τουριστικής υποδομής για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Αυτά τα ενισχυμένα κίνητρα θα πρέπει να προσελκύσουν το επενδυτικό ενδιαφέρον, με προϋπόθεση το σεβασμό προς το φυσικό περιβάλλον και της πλούσιας πολιτιστικής παράδοσης των περιοχών αυτών.

6. ANTI ΕΠΙΛΟΓΟΥ...

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι ακόμη ανταγωνιστικό, αφού το κλίμα μας, οι παραλίες μας και τα αρχαιολογικά μας μνημεία παραμένουν μοναδικά. Ακόμη, ας μη ξεχνάμε ότι η Ελλάδα παραμένει και σήμερα μεταξύ των πρώτων χωρών επιλογής διακοπών των Ευρωπαίων.

Ο τουρισμός δε δείχνει να έχει αποκτήσει ακόμη τη θέση που του αξίζει. Οι ειδικοί πιστεύουν όμως ότι ως το τέλος του αιώνα θα είναι η πρώτη οικονομική δραστηριότητα στο χώρο της Ενωμένης Ευρώπης, προσφέροντας εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Γι' αυτόν, θα πρέπει να σχεδιαστεί μακροπρόθεσμη τουριστική πολιτική, που θα στοχεύει στη σωστή ενεργοποίηση του κλάδου. Ταυτόχρονα, ο σκοπός είναι να αναβαθμιστούν οι παρεχόμενες υπηρεσίες, η επιμόρφωση του προσωπικού, η ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Αποτέλεσμα όλων αυτών θα είναι η περισσότερο ορθολογική κατανομή του τουριστικού ρεύματος σε μεγαλύτερα χρονικά πλαίσια και γεωγραφικές περιοχές.

Η έντονη εποχικότητα, από άποψη αποδοτικότητας επενδεδυμένων κεφαλαίων, απασχόλησης και εσόδων για την εθνική οικονομία, είναι ένα φαινόμενο που επανειλημμένα απασχόλησε του τουριστικούς παράγοντες.

Στα πλαίσια λοιπόν, της ερευνητικής προσπάθειας που έγινε παραπάνω για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στην Ελλάδα, παραθέτουμε τη μεθοδολογία οργάνωσης και προώθησης του χειμερινού τουρισμού στην Κύπρο. Η Κύπρος είναι μια χώρα η οποία παρουσιάζει πολλά συγγενικά στοιχεία σε σχέση με την Ελλάδα. Από την άλλη πλευρά, η Κύπρος εμφανίζεται να έχει ανταγωνιστική θέση απέναντι στον ελληνικό τουρισμό. Η παρουσίαση λοιπόν, του κυπριακού τουρισμού θα μας οδηγήσει σε απαραίτητες συγκρίσεις με τον τουρισμό της χώρας μας, ώστε να προταθεί ένα σχέδιο δράσης για την επέκταση της τουριστικής σαιζόν και την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Στη συνέχεια παραθέτονται σύντομα τα κύρια σημεία της ερευνητικής μας προσπάθειας.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΥΠΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Οι αφίξεις για το 1995 έφθασαν τους 2.100.000 τουρίστες από τους οποίους το 1.028.914 ήρθε με πτήσεις charter. Τα έσοδα από τον τουρισμό ήταν 810 εκ. λίρες Κύπρου αντιπροσωπεύοντας περίπου το 40% του συνόλου των εξαγωγών υπηρεσιών και προϊόντων της χώρας.

Η δυναμικότητα σε ξενοδοχειακές μονάδες / κλίνες, σύμφωνα με στοιχεία του ΚΟΤ, για το Δεκέμβριο του 1996, ανέρχεται σε 231 μονάδες και 45.628 κλίνες, εκ των οποίων κλινών το 18% είναι 5* και το 33% είναι 4*.

Η μέση ετήσια πληρότητα είναι 70% και το 30% των διανυκτερεύσεων πραγματοποιούνται στο διάστημα Νοεμβρίου-Μαρτίου. Να σημειωθεί ότι ο χειμερινός τουρισμός έχει αναπτυχθεί αποκλειστικά σε ξενοδοχεία διακοπών 5 και 4 αστέρων που βρίσκονται πολύ κοντά σε πόλεις (city resorts) και ότι αυτά τα ξενοδοχεία από την αρχή της λειτουργίας τους (1978-80 τα περισσότερα) παρέμεναν ανοικτά όλο το χρόνο.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ.

Οι περισσότεροι προέρχονται από το Ηνωμένο Βασίλειο (850 χιλ.), από τη Γερμανία (235 χιλ.) και τη Σκανδιναβία (230 χιλ.). Η μέση ετήσια διάρκεια παραμονής είναι 13 μέρες και η μέση ημερήσια κατά κεφαλή κατανάλωση είναι 390 λίρες Κύπρου.

Ειδικότερα για τους τουρίστες της χειμερινής περιόδου, η συντριπτική πλειοψηφία είναι άνω των 50 ετών (το 10% είναι 65+), ζευγάρια χωρίς φροντίδα παιδιών, με μοναδικό ως κυριότερο κίνητρο για την επιλογή του τόπου χειμερινών διακοπών (για το 87% εξ αυτών) να είναι η αναζήτηση του ήλιου και του θερμού κλίματος. Η μέση διάρκεια παραμονής τους είναι 17 ημέρες και ξοδεύουν έως και 30% περισσότερο από τους τουρίστες της θερινής περιόδου.

Τα ενδιαφέροντα πολιτιστικού περιεχομένου και δραστηριοτήτων είναι πολύ περιορισμένα, σε αντίθεση με τη σχεδόν καθολική απαίτηση για προσφορά

ευρύτατης γκάμας υπηρεσιών, εξυπηρετήσεων και εγκαταστάσεων εκ μέρους των ξενοδοχείων.

ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ.

Σε ότι αφορά τις τιμές για τα πακέτα χειμερινού τουρισμού, τα ξενοδοχεία μειώνουν τις τιμές τους τουλάχιστον κατά 50%, με αποτέλεσμα η τελική τιμή του πακέτου να κυμαίνεται από 30-50% φθηνότερα από την αντίστοιχη θερινή. Χαρακτηριστικά αναφέρθηκε ότι οι τιμές για την χειμερινή περίοδο 1996-97 είναι στα επίπεδα του 1996.

Αναφέρθηκε στη συνέχεια ενδεικτικές τιμές για την Κύπρο και μερικού άλλους χειμερινούς προορισμούς της Μεσογείου, από τον ίδιο Tour Operator, αναχώρηση από Λονδίνο, για παραμονή μιας εβδομάδας -την τελευταία του Ιανουαρίου 1997- σε βάση ΒΒ/SV. (Όλες οι τιμές σε λίρες Αγγλίας).

ΠΙΝΑΚΑΣ 11

ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ	ΤΙΜΕΣ	ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ	ΠΤΗΣΗ
		ΑΠΟ-ΕΩΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΑ	
ΚΥΠΡΟΣ	5*	458-489	CY	Τακτική
	4*	259-397	CY	Τακτική
ΤΥΝΗΣΙΑ	5*	294-303	BA	Τακτική
	4*	278-281	BA	Τακτική
ΜΑΡΟΚΟ	5*	419-563	BA	Τακτική
	4*	397-549	BA	Τακτική
ΜΑΔΕΪΡΑ	5*	523-787	BA	Τακτική
	4*	343-569	BA	Τακτική

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΤΑΞΙΔΙΑ ΚΙΝΗΤΡΩΝ.

Ο συνεδριακός τουρισμός στην Κύπρο δεν είναι τόσο ανεπτυγμένος ώστε να μπορεί να ισχυρισθεί κανείς ότι αποτελεί σημαντικό τμήμα του χειμερινού τουρισμού.

Το συνεδριακό κέντρο που υπάρχει στην Λευκωσία, χωρητικότητας 1.200 ατόμων, έγινε μάλλον τυχαία για να καλύψει τις ανάγκες για την Διάσκεψη των Αδέσμευτων Χωρών το 1988. Τα τελευταία 5 χρόνια μόνο το 9-16% της δραστηριότητάς του αφορά τα διεθνή συνέδρια. Το υπόλοιπο αφορά εκθεσιακές και συναφείς δραστηριότητες τοπικής ή εθνικής εμβέλειας.

Σύμφωνα με στοιχεία του ΚΟΤ, το 1995 διοργανώθηκαν 600 συνέδρια και ταξίδια κινήτρων. Το 44% αφορούσε ταξίδια κινήτρων και το 15% διεθνή συνέδρια. Οι συμμετέχοντες ήταν περίπου 40.000, η μέση διάρκεια παραμονής 5 ημέρες και οι χώρες προέλευσης το Ηνωμένο Βασίλειο (29%) και η Γερμανία (12%).

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΚΛΙΜΑ

Είναι εντυπωσιακός ο επαγγελματισμός που επιδεικνύουν τόσο οι επιχειρηματίες όσο και τα στελέχη των τουριστικών επιχειρήσεων στην Κύπρο.

Αναφερόμενοι σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που λειτουργούν το χειμώνα, δηλαδή 5 και 4 αστέρων, παρατηρεί εύκολα κάποιος:

- i. Την προσήλωση στην ποιότητα και
- ii. Τον έντονο προσανατολισμό μάρκετινγκ.

Είναι χαρακτηριστικές οι περιπτώσεις όπου οι «Κυπριακές Βραδιές» (όπου απασχολούνται μουσικοί, χορευτές, προσωπικό εστιατορίου / κουζίνας) γίνονται με δύο και τέσσερις πελάτες.

Από τη στιγμή που έχει γραφτεί κάτι στην μπροσούρα ή το έχουν υποσχεθεί στους πελάτες είναι αδιανόητο και απαράδεκτο να μη το πραγματοποιήσουν, διακινδυνεύοντας τη δημιουργία αρνητικής διαφοράς προσδοκιών (expectation gap σε όρους μάρκετινγκ).

Αξιοσημείωτη είναι επίσης και η ακόλουθη αντίληψη πολλών επιχειρηματιών: παρότι η λειτουργία των μονάδων τους τρεις χειμερινούς μήνες είναι πολλές φορές οικονομικά ασύμφορη, μένουν ανοικτοί για να έχουν συνεχή παρουσία στις μπροσούρες των Tour Operators, διότι:

1. Ενισχύεται το awareness για το ξενοδοχείο.

2. Αυξάνονται οι πιθανότητες για επαναλαμβανόμενους πελάτες - αφού ο χειμερινός πελάτης μπορεί να έρθει και το καλοκαίρι -

3. Ελαχιστοποιείται ο κίνδυνος να χαθούν νέοι πελάτες - οι οποίοι θα προτιμήσουν ξενοδοχείο για το καλοκαίρι το οποίο θα βρίσκεται και στη χειμερινή μπροσούρα

Τέλος, η συνεχής λειτουργία σε ετήσια βάση αυξάνει τις πληρότητες στην αρχή και το τέλος της θερινής περιόδου, διότι οι Tour Operators γνωρίζοντας τη συνεχή λειτουργία Δε ρισκάρουν για τους πελάτες τους τις δυσλειτουργίες και ελλείψεις του ανοίγματος και κλεισίματος.

ΑΙΤΗΜΑΤΑ

Οι τουριστικοί επιχειρηματίες έχουν μια σειρά προτάσεων / αιτημάτων για την τόνωση του τουρισμού στην Κύπρο. Ενδεικτικά:

- μείωση ΦΠΑ
- ειδικό ενεργειακό τιμολόγιο για τους χειμερινούς μήνες
- μειωμένη / δωρεάν είσοδο στους αρχαιολογικούς χώρους
- μείωση φόρων αεροδρομίων, τελών προσγείωσης κ.λπ.

ΜΙΚΡΑ ΚΑΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ

📖 Στην περιοχή της Αγίας Νάπας έχουν αναπτυχθεί 10 γήπεδα ποδοσφαίρου. Η γη παραχωρήθηκε από το Κράτος και η Κοινότητα ανέλαβε το κόστος κατασκευής. Στα γήπεδα αυτά για τη φετινή χειμερινή περίοδο (1996-1997), φιλοξενούνται 250 ποδοσφαιρικές ομάδες από τη Γερμανία και την Σκανδιναβία. Κάθε ομάδα έχει από 40 έως 50 άτομα και συνήθη διάρκεια παραμονής 15 ημέρες.

☞ Στην περιοχή της Πάφου υπάρχουν δυο γήπεδα γκολφ (18 οπών0. Έχει προβλεφθεί η κατασκευή δύο γηπέδων ακόμη, ένα στη Λεμεσό και ένα στη Λάρνακα. Αυτό σημαίνει ότι σε λιγότερα από 200 χλμ. θα υπάρχουν 4 γήπεδα γκολφ.

☞ Η Cyprus Airways έχει ειδικό ναύλο 50 λιρών Κύπρου, από όλα τα ευρωπαϊκά αεροδρόμια, για υπαλλήλους ταξιδιωτικών γραφείων που φιλοξενούνται κατά τη διάρκεια του χειμώνα από τα ξενοδοχεία για ευνόητους λόγους.

☞ Οι τοπικές αρχές έχουν δικαίωμα να μειώνουν τους τοπικούς φόρους.

☞ Δεν επιδοτούνται οι θέσεις προσωπικού τον χειμώνα σε παραθεριστικά ξενοδοχεία.

☞ Το κονδύλι για τη διαφημιστική καμπάνια του 1997, ανέρχεται στο ποσό των 8,7 εκ. Λιρών Κύπρου, περίπου 0,95% των εσόδων από τον τουρισμό κατά το 1996.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΜΕΝΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.

Ο χειμερινός τουρισμός και η επιμήκυνση της; τουριστικής περιόδου για την Ελλάδα θα είναι ένα νέο προϊόν το οποίο θα χρειασθεί το κατάλληλο λανσάρισμα και «επανατοποθέτηση» (repositioning) για τους προορισμούς.

Απαραίτητες προϋποθέσεις ανάπτυξης του χειμερινού τουρισμού είναι:

1. περιοχές με μεγάλη ηλιοφάνεια και θερμό κλίμα, πολύ κοντά -αν όχι μέσα- σε αστικά κέντρα
2. απευθείας τακτικές πτήσεις που συνδέουν τους προορισμούς με τις χώρες πηγές του χειμερινού τουρισμού
3. η λειτουργία σε ετήσια βάση πλήρως εξοπλισμένων μονάδων 5 και 4 αστέρων
4. σημαντικά μειωμένες τιμές σε σχέση με τους θερινούς μήνες.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ**ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.****1. ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: ΝΕΟΙ ΔΡΟΜΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ
ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.**

Ο χειμερινός τουρισμός, ο οποίος όπως έχουμε αναφέρει, είναι μία μορφή τουρισμού η οποία με ορθολογική και ισόρροπη ανάπτυξη, μπορεί να ενισχύσει το ελληνικό τουριστικό προϊόν και να το επεκτείνει σε δωδεκάμηνη βάση. Η Ελλάδα έχει πολλά συγκριτικά πλεονεκτήματα, τα οποία μπορούν να συμβάλλουν καθοριστικά στην ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού κατά τη χειμερινή περίοδο. Έτσι, προκύπτει ότι οι ειδικές μορφές τουρισμού, που είναι συγγενείς στο χειμερινό τουρισμό, μπορούν να αναβαθμίσουν και να εμπλουτίσουν το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Πρόκειται λοιπόν, για μορφές τουρισμού με συμμετέχοντες που έχουν ειδικά ενδιαφέροντα, όπως ο συνεδριακός, ο πολιτιστικός, ο ορεινός, ο αθλητικός, ο αγροτουρισμός κ.λπ. Όλες αυτές οι μορφές τουρισμού, γνωρίζουν μεγάλη ανάπτυξη στις βορειοευρωπαϊκές χώρες. Τα τελευταία χρόνια τυγχάνουν ιδιαίτερης ανάπτυξης και προσοχής, από πλευράς τουριστικής υποδομής και πολιτικής γενικότερα, και στις χώρες της Μεσογείου. Η προσπάθεια αυτή αποσκοπεί στη διασφάλιση της ανταγωνιστικότητας και της γενικότερης αναβάθμισης της τουριστικής τους προσφοράς.

Για παράδειγμα, η συχνή διοργάνωση μεγάλων αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων κατά τη χειμερινή περίοδο, θα μπορούσε να αποτελέσει την πηγή μιας μόνιμης ζήτησης για τη χώρα μας. Τα τελευταία χρόνια εξάλλου, οι τουριστικές αρχές καταβάλουν προσπάθειες για την παράταση της σαιζόν και την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Ο συνδυασμός όλων των μορφών τουρισμού που προαναφέρθηκαν, μαζί με ορισμένα προγράμματα προώθησής τους, θα μπορούσαν να σχηματίσουν τη βάση για την επίτευξη του στόχου αυτού. Αρκεί βέβαια να υπάρχει η κατάλληλη υποδομή. Υποδομή που ξεκινά από τα σύγχρονα αεροδρόμια και τους κατάλληλους χώρους υποδοχής επισκεπτών σε όλες τις εισόδους της χώρας, έως τους δρόμους, τα τηλέφωνα, την ύδρευση, την

αποχέτευση, τη θέρμανση στα καταλύματα κ.λπ. Καθώς βέβαια να υπάρχει και η ανάλογη ανωδομή που να μπορεί να δώσει στον τουρίστα αυτά που ζητά σήμερα, όπως μαρίνες, γήπεδα γκολφ, τένις, συνεδριακά κέντρα, λουτροπόλεις κ.α.

Εδώ πρέπει να αναφέρουμε, πως οι χειμερινοί τουρίστες και μάλιστα αυτοί που έχουν ειδικά ενδιαφέροντα, είναι άνθρωποι [που ανήκουν σε υψηλότερα εισοδηματικά στρώματα και αποτελούν το λεγόμενο ποιοτικό τουρίστα.

Ας δούμε όμως, ποιές μορφές τουρισμού συνδέονται με το χειμερινό και ποιές μπορούν να αναπτυχθούν καλύτερα στη χώρα μας κατά τη χειμερινή περίοδο.

2. ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΓΡΟΤΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.

Ο αγροτουρισμός αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, οι οποίες αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στα πλαίσια του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Είναι μια μορφή τουρισμού που ικανοποιεί τις ανάγκες ατόμων που θέλουν να περάσουν το χρόνο διακοπών τους ή μέρος αυτού μέσα σ' ένα αγροτικό οικογενειακό περιβάλλον.

Ο αγροτικός τουρισμός, προσφέρεται σαν εναλλακτική λύση ανάμεσα στις συμπληρωματικές αυτές μορφές τουρισμού, για το σύγχρονο άνθρωπο της βιομηχανικής κοινωνίας, που αναζητά ένα φυσικό, απλό και ήσυχο τόπο να περάσει τις διακοπές του. Αυτός ο τόπος δεν μπορεί να είναι άλλος από το ύπαιθρο με την ομορφιά και τη βλάστησή του. Στοιχεία που αποτελούν σήμερα για πολλές χώρες, τα πιο σημαντικά κίνητρα τουριστικής έλξης.

Ο αγροτουρισμός αναφέρεται σε μορφές ή κατηγορίες τουριστικών δραστηριοτήτων που εντάσσονται οργανικά και αρμονικά στον αγροτικό χώρο, εναρμονισμένα απόλυτα στο φυσικό, κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον του κάθε τόπου. Περιλαμβάνει τουριστικές δραστηριότητες, οι οποίες είναι συμπληρωματικές ή δεν έρχονται σε σύγκρουση με άλλες οικονομικές και κοινωνικές, που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο. Επομένως, ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί μια συμπληρωματική δραστηριότητα της αγροτικής οικογένειας, που ενισχύει το εισόδημά της.

Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, η Πολιτεία επιχειρεί την εφαρμογή «επιθετικής» πολιτικής, για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, με σκοπό την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Μιλάμε για μια πολιτική με πολλαπλούς στόχους, όπως τόνωση των επενδύσεων, δημιουργία τοπικών αγορών, αναβάθμιση της ποιότητας ζωής. Γι' αυτό χρειάζονται:

1) Αφενός ολοκληρωμένη παρέμβαση στην ορεινή περιφέρεια, η οποία θα διασφαλίζει ένα *minimum* εισόδημα -ικανοποιητικό για τον τοπικό πληθυσμό- και αφετέρου δημιουργία συνθηκών για αναβαθμισμένη ποιότητα ζωής, που θα συγκρατήσει τον πληθυσμό αυτό στις εστίες του.

2) Η όποια προσπάθεια θα ήταν δυνατό να επιτύχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα, μέσα από το σχεδιασμό και την εφαρμογή «εναλλακτικών» πολιτικών. Πολιτικών όμως, που θα διαφοροποιούνται από τις κλασσικές μεθόδους παρέμβασης στις προβληματικές και μειονεκτικές περιοχές.

Η ανάπτυξη θεσμών τόνωσης αυτοδιοίκησης, ενίσχυσης της οικονομικής αυτοδυναμίας, τόνωσης και ενίσχυσης των δραστηριοτήτων του συνεταιριστικού κινήματος, αποτελούν μερικές μόνο πτυχές των νέων προσανατολισμών στο σχεδιασμό παρέμβασης στην ορεινή περιφέρεια. Ανάμεσα στα πλαίσια πολιτικής της περιφερειακής ανάπτυξης των τελευταίων ετών για την αναβάθμιση της ορεινής περιφέρειας, συγκαταλέγονται και ενέργειες ανάπτυξης χειμερινού τουρισμού σε συνδυασμό με τον αγροτικό.

Ένα πρόγραμμα αγροτουρισμού συμπληρώνει και ολοκληρώνει την όποια προσπάθεια τόνωσης της ενεργούς ζήτησης κάθε περιοχής μέσω της δημιουργίας κέντρων χειμερινού τουρισμού.

Η δημιουργία καταλυμάτων σε παραδοσιακές κατοικίες της γύρω περιοχής και σύμφωνα με τις προδιαγραφές του ΕΟΤ, πέρα από το στοιχείο της γραφικότητας, ενέχει αφεαυτου το στοιχείο της συμπληρωματικότητας στο εισόδημα της αγροτικής οικογένειας. Απ' αυτήν την οπτική γωνία, το «δέσιμο» χειμερινού - αγροτικού τουρισμού αποκτά μια ξεχωριστή διάσταση. Ιδιαίτερα, από την άποψη της όποιας παρέμβασης της ορεινής περιφέρειας. Πρόκειται λοιπόν, για παρεμβάσεις που περικλείουν το στοιχείο της ολοκληρωμένης, εναλλακτικής λύσης για την ανάπτυξη

ορεινών περιοχών. Διασφαλίζεται σε μεγαλύτερο ποσοστό απ' ό τι στη μεγαλύτερη μονάδα:

i. Η δίκαιότερη κατανομή του συμπληρωματικού πόρου.

ii. Η βελτίωση του βαθμού απασχόλησης στην αγροτική οικογένεια, στο βαθμό που δίνεται η ευκαιρία στα μέλη της για μία επικερδή και αξιοπρεπή απασχόληση. Ιδιαίτερα, όταν πρόκειται για «νεκρές» περιόδους.

iii. Η ενίσχυση της γεωργικής εκμετάλλευσης, στο βαθμό που η τροφοδοσία του τουριστικού καταλύματος ικανοποιείται από τη διάθεση παραγωγής της ίδιας της εκμετάλλευσης.

iv. Ο σεβασμός του φυσικού περιβάλλοντος και το δέσιμο αυτού με το πρόγραμμα αγροτουρισμού.

v. Η συντήρηση και η διατήρηση της λαϊκής παράδοσης και το χαρακτηριστικό χρώμα κάθε ορεινής ή μη περιοχής μέσω των μικρών παραδοσιακών καταλυμάτων.

vi. Η επιτυχία της οργανικής διασύνδεσης της λειτουργίας των καταλυμάτων στην τοπική οικονομία της περιοχής ευκολότερα από αυτή της μεγάλης μονάδας.

Η πολιτεία σήμερα, φαίνεται να προσανατολίζεται προς το δέσιμο χειμερινού - αγροτουρισμού, προσπαθώντας να δημιουργήσει συνθήκες πολυαπασχόλησης στην ύπαιθρο.

Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού έχει ανατεθεί στο υπουργείο γεωργίας, το οποίο προωθεί την ανάπτυξη του σε ορεινές και μειονεκτικές περιοχές. Όπως ορίζεται από κανονισμούς της ευρωπαϊκής ένωσης, εφαρμόζονται προγράμματα που παρέχουν ενισχύσεις για την πραγματοποίηση αγροτουριστικών και αγροτοβιοτεχνικών δραστηριοτήτων στη γεωργική εκμετάλλευση. Επίσης προωθούνται προγράμματα εκπαίδευσης, για την επαγγελματική κατάρτιση σε τομείς απασχόλησης των ενδιαφερομένων. Όλα τα παραπάνω προγράμματα εφαρμόζονται από το Αγροτικής Οικιακής Οικονομίας του Υπουργείου Γεωργίας. Στα πλαίσια των παραπάνω προγραμμάτων, γίνονται προσπάθειες οργάνωσης και λειτουργίας δραστηριοτήτων, που θα παρέχουν στον τουρίστα αυτά που ζητά. Θα

παρέχει άνετη διαμονή, αναψυχή, ξεκούραση, δυνατότητες για άθληση, για hobbies κ.α. Θα πρέπει κάθε περιοχή να παρέχει:

- Καταλύματα που προσφέρουν ύπνο και πρωινό.
- Εστιατόρια οικογενειακής μορφής με τοπικές σπεσιαλιτέ.
- Χώρους άθλησης και αναψυχής σε περιοχές με φυσικό κάλλος.
- Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων.
- Δημιουργία και προβολή εργαστηρίων και βιοτεχνιών παραγωγής ειδών λαϊκής τέχνης με χαρακτηριστικά τοπικής παράδοσης.
- Δημιουργία μονάδων παραγωγής ειδών διατροφής που αξιοποιούνται προϊόντα της εκμετάλλευσης και της περιοχής.
- Προβολή και διατήρηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς κάθε τόπου.
- Προστασία φυσικού περιβάλλοντος.

Ακόμη, πρέπει να αναφέρουμε την ενημέρωση και την ενθάρρυνση των απασχολουμένων σε αγροτουριστικές και αγροβιοτεχνικές δραστηριότητες μέσα από εκπαιδευτικά προγράμματα. Ενημερώνονται και ενθαρρύνονται για τη σύσταση συλλογικών φορέων και συνεταιρισμών που θα βοηθήσουν στην καλύτερη οργάνωση και λειτουργία των αγροτουριστικών μονάδων και προϊόντων.

Το πρόγραμμα αγροτουρισμού εφαρμόζεται σε περιοχές ορεινές και μειονεκτικές, με δυνατότητα τουριστικής ανάπτυξης και παροχή βασικής υποδομής, όπως οδικό δίκτυο, ηλεκτρισμό και δίκτυο παροχής πόσιμου νερού. Εδώ πρέπει να αναφέρουμε, ότι τα προγράμματα αγροτουριστικών δραστηριοτήτων δεν εφαρμόζονται σε περιοχές που θεωρούνται κορεσμένες τουριστικά, όπως: Θεσσαλονίκη, Χαλκιδική, Κέρκυρα, Ζάκυνθος, νησιά του Αιγαίου, Κρήτη κ.λπ. Η εφαρμογή όμως του αγροτουρισμού στις απομακρυσμένες περιοχές θα αποφέρει την ενεργοποίηση του ενδογενούς ανθρωπίνου δυναμικού καθώς και την ενίσχυση της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας σε τοπικό επίπεδο.

Στη Δυτική Ευρώπη ο αγροτουρισμός εφαρμόστηκε σε δύο μορφές:

A) Εκείνη που καλύπτει την υποδοχή και φιλοξενία τουριστών, σε αγροκτήματα όπου οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και γενικά στις δραστηριότητές τους. αυτή η μορφή απαντάται κυρίως στην Αυστρία και τη Γερμανία.

B) Εκείνη που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξωαστικούς μικροσυνοικισμούς, όχι απαραίτητα αγροτικού χαρακτήρα. Η φιλοξενία των τουριστών σε αυτά γίνεται με το σύστημα bed and breakfast.

Από τις μορφές αυτές αβίαστα αποκλείουμε την πρώτη από την δομή της γεωργικής μας οικονομίας. Η μεγάλη κατάτμηση των αγροτικών ιδιοκτησιών δεν ευνοεί τη συμμετοχή των τουριστών στις αγροτικές εργασίες. Περισσότερο δόκιμη είναι για την Ελλάδα η μορφή εκείνη που συνεπάγεται δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων, με διαφοροποιήσεις λόγω της ελληνικής ιδιαιτερότητας.

Το μοντέλο ανάπτυξης στην Ελλάδα κινείται στα πλαίσια ανάδειξης και ενίσχυσης των ξεχασμένων περιφερειακών περιοχών, ώστε να προβληθούν νέοι τουριστικοί τόποι. Παράλληλα, επιτυγχάνεται αποσυμφόρηση γνωστών παραθεριστικών θέρετρων της χώρας μας. Επίσης έχουμε την αναβίωση παραδοσιακών τεχνών και ξεχασμένων εθίμων των περιοχών, ενώ ταυτόχρονα τονίζεται η ταυτότητα των τόπων αυτών. Εδραιώνονται ακόμη, νέες μορφές τουρισμού, οι λεγόμενες ήπιες και προωθείται ιδιαίτερα ο «ποιοτικός» τουρισμός στη χώρα μας. Στη Ελλάδα, όπου χωριά ολόκληρα και νησιά εγκαταλείπονται (π.χ. Μάνη) και πωλούνται σε ξένους, ο αγροτουρισμός προσφέρει θετικό έργο στα πλαίσια συγκράτησης του πληθυσμού στις εστίες του.

ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΡΓΙΘΕΑ.

Περιοχή πιλότος που μπορεί να αξιοποιηθεί αγροτουριστικά, είναι η Αργιθέα και συγκεκριμένα η γεωγραφική ενότητα Ανθηρού Βραγκιανών. Η Αργιθέα είναι ορεινή περιοχή, μειονεκτική σε ότι αφορά την επικοινωνία και τα δίκτυα υποδομών γενικότερα. Δεν είναι τυχαίο ότι όλοι οι δείκτες ανάπτυξης, παρουσιάζουν

ιδιαίτερα αρνητικές τιμές, με τάσεις περαιτέρω μείωσης. Στην περιοχή Αργιθέας πρέπει να αναφερθούν και οι ενότητες Πετρίλο και Μουζακίου, που αποτελούν κόμβο πρόσβασης.

Η κατανομή των περιοχών στο νομό είναι γεωγραφική συνάφεια, γεγονός που εξυπηρετεί την κατανομή αγροτουριστικών δραστηριοτήτων σε όλο το νομό Καρδίτσας. Αυτό βέβαια, εισάγει την ανάγκη σωστού προγραμματισμού των δράσεων, ώστε να δημιουργηθεί φαινόμενο ανταγωνισμού μεταξύ των περιοχών αυτών.

Ο ορεινός όγκος της Αργιθέας καταλαμβάνει τη δυτική πλευρά του νομού. Οριοθετείται από τον ποταμό του Αχελώου και την τεχνητή λίμνη του Ταυρωπου. Η περιοχή καλύπτεται από δάση, βοσκότοπους και χέρσες εκτάσεις. Το τοπίο έχει να επιδείξει ιδιαίτερη ομορφιά. Οι κοινότητες της Αργιθέας συνδέονται με την πόλη της Καρδίτσας με το επαρχιακό δίκτυο. Η μεταξύ των κοινοτήτων επικοινωνία γίνεται με τη βοήθεια κοινοτικών δρόμων. Η σημερινή κατάσταση δεν μπορεί να εξυπηρετήσει ενδεχόμενη τουριστική κίνηση.

Ο πρωτογενής τομέας, όσον αφορά την παραγωγική δραστηριότητα, αποτελεί την κύρια απασχόληση των κατοίκων και την πιο σημαντική πηγή εισοδήματος.

Η περιοχή παρουσιάζει ελλείψεις και στο αρδευτικό δίκτυο, ενώ το θέμα διαχείρισης των νερών παραμένει ανοικτό ενόψει της επικείμενης εκτροπής του Αχελώου προς το θεσσαλικό κάμπο.

Ο τριτογενής τομέας παραγωγής βρίσκεται σε χαμηλό επίπεδο. Η περιοχή παρουσιάζει επίσης, αισθητή δημογραφική απογύμνωση ενώ παρατηρούμε έντονη παραμόρφωση της πυραμίδας των ηλικιών και τάση γήρανσης του πληθυσμού. Αυτά τα στοιχεία αποτελούν αφετηρία ενεργοποίησης της τοπικής αυτοδιοίκησης με πιέσεις για αγροτουριστική ανάπτυξη της περιοχής μέσω κοινοτικών προγραμμάτων (π.χ. LEADER, LIFE κ.λπ.). Οι παράγοντες που συνετέλεσαν στην έλλειψη ιδιαίτερης ανάπτυξης είναι:

⇒ Μορφολογία του εδάφους -ορεινός όγκος αναξιοποίητος με έντονη τοπογραφία και φυσικό πλούτο.

⇒ Έλλειψη υποδομής για την αξιοποίηση του υπάρχοντος νερού μέσω αρδευτικών έργων - δικτύων.

⇒ Έλλειψη άμεσης σύνδεση άρδευσης με τη γεωργική γη.

⇒ Προβληματική επικοινωνία κύρια μεταξύ οικισμών, αλλά και μεταξύ Αργιθέας και Καρδίτσας.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι δεν υπάρχουν ενθαρρυντικές ενδείξεις για μεσοβραχυπρόθεσμη ανάπτυξη της περιοχής. Είναι γνωστό στους τοπικούς παράγοντες ότι απαιτούνται σημαντικές παρεμβάσεις - επεμβάσεις σε πολλούς και διαφορετικούς τομείς. Μόνο έτσι όμως διασφαλίζονται οι προϋποθέσεις ανάπτυξης της περιοχής και στη συνέχεια του επιπέδου διαβίωσης της τοπικής κοινωνίας. Είναι γεγονός όμως πως τα φυσικά διαθέσιμα της περιοχής ευνοούν τη δρομολόγηση αγροτουριστικών δραστηριοτήτων, που θα συμπληρώσουν το εισόδημα των κατοίκων. Θα δημιουργηθούν επίσης προϋποθέσεις για εγκαταστάσεις μικρομονάδων τουρισμού και για επενδύσεις.

Με απαραίτητη προϋπόθεση τη διατήρηση ισορροπίας του περιβάλλοντος, οι δραστηριότητες αυτές θα συντελέσουν στην κοινωνικοοικονομική - πολιτισμική αναβάθμιση της περιοχής. Επίσης, συμβάλλει στη συγκράτηση του σημερινού πληθυσμού και την ενδοπεριφερειακή διάχυση πόρων στο επίπεδο του νομού Καρδίτσας.

Οι δυνατότητες αγροτουριστικής δράσης - ανάπτυξης, που υφίστανται για την περιοχή, είναι:

- Τουρισμός αναψυχής και περιήγησης στους ορεινούς όγκους.
- Δημιουργία κατασκηνώσεων με σκοπό την περιβαλλοντολογική εκπαίδευση των νέων.
- Αξιοποίηση - ανάπτυξη παραδοσιακών οικισμών και ιστορικών χωριών (π.χ. Ιερά Μονή Σπηλιάς).
- Ελεγχόμενο κυνήγι, εκτροφεία θηραμάτων.
- Παραγωγή - εμπορία παραδοσιακών τροφών.

➤ Αθλητική προετοιμασία - οξυγόνωση.

Παράλληλες δραστηριότητες που μπορούν να αναπτυχθούν είναι η οικοτεχνία, χειροτεχνία, ξυλογλυπτική και αναβίωση παλαιών εθίμων. Ενδιαφέρον παρουσιάζει και το φυσικό περιβάλλον της περιοχής με την πλούσια χλωρίδα και πανίδα, όπου μπορεί να προσελκύσει το ενδιαφέρον για ομαδική διαβίωση μαθητών και φοιτητών. Έτσι, μπορεί να τους εμπνεύσει εκτός των άλλων και τη αγάπη για τη διατήρηση του περιβάλλοντος.

Ενδιαφέρον επίσης, δείχνουν οι κάτοικοι για την ανάπτυξη ελεγχόμενου κυνηγιού. Η δραστηριότητα αυτή φαίνεται να συγκεντρώνει αρκετές πιθανότητες επιτυχίας, αφού κάθε χρόνο σημαντικός αριθμός κυνηγών επισκέπτεται την Αργιθέα.

Η παραγωγή και εμπορία παραδοσιακών τροφίμων και βοτάνων -ανόθευτων και υγιεινών- είναι μία ακόμη δραστηριότητα, που μπορεί να προσφέρει συμπληρωματικό εισόδημα στους κατοίκους της περιοχής. Η κατανάλωση ειδών υγιεινής διατροφής έχει διεισδύσει αρκετά ως ιδέα και στους Έλληνες και κύρια σ' αυτούς που διαθέτουν υψηλό εισόδημα. Έτσι, ο τουρίστας κατά την επίσκεψή του θα μπορεί να αγοράζει υγιεινά προϊόντα. Παράλληλα, μπορούν να αναπτυχθούν η ξυλογλυπτική και η υφαντουργία σε βιοτεχνικό επίπεδο.

Ο προβληματισμός των κατοίκων της Αργιθέας για το μέλλον της περιοχής φαίνεται να είναι μεγάλος. Έτσι, προσπάθησαν να ιδρύσουν Αναπτυξιακό Σύνδεσμο των Ο.Τ.Α. της οικιστικής Ενότητας Αθηρού. Ένας φορέας, που θα είναι ο βασικός μοχλός εφαρμογής προγράμματος Αγροτουρισμού, με συντονιστή τη νομαρχία Καρδίτσας.

Βέβαια, είναι δεδομένη η εφαρμογή του προγράμματος με χωροταξικό σχεδιασμό. Η στρατηγική αυτή του αγροτουριστικού προγράμματος συνιστά την ανάγκη ολοκληρωμένης παρέμβασης. Παρουσιάζεται έτσι η ευκαιρία να γίνουν τα νομαρχιακά προγράμματα συνεπή με τη δεοντολογία της χωροταξικής οργάνωσης του Ν. Καρδίτσας και να μην αποτελούν συρραφή τυχαίων προτάσεων χωρίς καμιά πράξη εφαρμογής.

Δεν θα πρέπει να παραγνωρίζεται, ότι πέρα και πάνω από την τοπικιστική σημασία, τέτοιου είδους προγράμματα, απαιτούν έναν ευρύτερο κεντρικό

σχεδιασμό. Μέσα σ' αυτόν θα αναλύονται και θα εξετάζονται όλες οι προεκτάσεις και οι συνέπειες ανάπτυξης κάθε δραστηριότητας.

Από αυτήν την οπτική γωνία, τα βήματα στην αρχική βάση θα πρέπει να είναι μεθοδικά και προσεκτικά. Ανεξάρτητα πάντως από αυτά, τόσο η διεθνής εμπειρία, όσο και η μέχρι σήμερα πρακτική στο εξωτερικό προοιωνίζουν μια σταθερή πορεία επιτυχημένης συνεργασίας προγραμμάτων χειμερινού - αγροτικού τουρισμού. Στο βαθμό βέβαια, που το τελευταίο ολοκληρώνει και στηρίζει αποφασιστικά το πρώτο.

3. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ - ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.

Η Ελλάδα μπορεί να αποτελέσει διεθνές κέντρο επιστημονικών και επαγγελματικών συνεδρίων και να αποκομίσει από αυτά πολλά οφέλη (οικονομικά, προβολής κ.λπ.). Όλα αυτά στηρίζονται στο γεγονός ότι η χώρα μας διαθέτει πολιτιστικές αξίες, κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες και καλή γεωγραφική θέση. Μια τέτοια προσπάθεια μπορεί να αποδώσει μόνο με την κατάλληλη οργάνωση.

Απαραίτητη προϋπόθεση για να γίνει μια περιοχή ελκυστική ως συνεδριακός προορισμός, είναι η ύπαρξη κατάλληλης υποδομής, δηλαδή κατάλληλα εξοπλισμένων συνεδριακών κέντρων και φυσικά σωστό μάρκετινγκ.

Η χώρα μας κατέχει μια από τις πιο υψηλές θέσεις στη λίστα των προορισμών για φιλοξενία συνεδριακών εκδηλώσεων, παρά την ανεπάρκεια της υποδομής και του μάρκετινγκ. Όμως, η ζήτηση που εκδηλώνεται σε συνδυασμό με τις προσπάθειες που καταβάλλονται από ελληνικής πλευράς, μπορούν να κάνουν τη χώρα μας να πετύχει υψηλό μερίδιο στην αγορά επαγγελματικών ταξιδιών.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ.

Η ανάπτυξη της παγκόσμιας οικονομίας προκάλεσε την ανάγκη για περισσότερες και στενότερες επαγγελματικές επαφές. Αυτή η εξέλιξη της οικονομίας συνέβαλε αποφασιστικά στη ραγδαία ανάπτυξη της αγοράς συνεδριακού τουρισμού, η οποία προβλέπεται να έχει συνεχή ετήσια αύξηση 8-10%. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια διαφοροποίηση της αγοράς αυτής όσον αφορά τους προορισμούς.

Υπάρχει έκδηλη η τάση για μετακίνηση των συνεδρίων από την Αμερική και την Ευρώπη, προς τη Ν.Α. Ασία και την Άπω Ανατολή. Ταυτόχρονα, παρατηρείται μια τάση για οργάνωση συνεδρίων από χώρες της Άπω Ανατολής και της Αυστραλίας, στην Ευρώπη.

Η μέση διάρκεια ενός ταξιδιού incentive είναι μία εβδομάδα με εμφανείς τάσεις μείωσης της παραμονής, κάτι που ευνοεί τους κοντινούς προορισμούς. Χαρακτηριστικό είναι ότι ως ιδανικός χρόνος πτήσης θεωρείται η μιάμιση ώρα για ταξίδια μικρής διάρκειας και οι δέκα ώρες για μακρινά ταξίδια. Τόσο δε συμμετέχοντες σε συνέδρια όσο και οι ταξιδιώτες incentive προτιμούν τις κανονικές πτήσεις από τις charters.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάδειξη μιάς περιοχής σε συνεδριακό προορισμό, αποτελεί η ύπαρξη σύγχρονου και κατάλληλα εξοπλισμένου συνεδριακού κέντρου. Ωστόσο, το 95% των μεγάλων συνεδριακών σε παγκόσμια κλίμακα χάνουν χρήματα. Τα αναπληρώνουν όμως από τις συμπληρωματικές και πρόσθετες υπηρεσίες. Γι' αυτό το λόγο θεωρείται θετική η σύνδεση του συνεδρίου με εκθέσεις οι οποίες επίσης παρουσιάζουν ανοδική τάση διεθνώς.

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.

Η σύγχρονη τάση για ανάδειξη τουριστικών προορισμών σε συνεδριακούς, φέρνει την Ελλάδα στο προσκήνιο της διεθνούς αγοράς. Έτσι, μπορούμε πλέον να διεκδικήσουμε το ποσοστό της αγοράς που αντιστοιχεί στον τουρισμό διακοπών και στο συνεδριακό τουρισμό.

Το στοιχείο που θα πρέπει να προβληθεί, είναι η μοναδικότητα της ελληνικής ατμόσφαιρας, που την ξεχωρίζει από τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης. Για να έρθει σ' επαφή ο τουρίστας - καταναλωτής με το ελληνικό συνεδριακό προϊόν, θα πρέπει:

- Να κληθούν οι ενδιαφερόμενοι να γνωρίσουν την Ελλάδα.
- Να ενισχυθεί η διαφημιστική εκστρατεία στο εξωτερικό.

☒ Να γυριστούν επαγγελματικά video για κάθε ξεχωριστό τμήμα του επαγγελματικού τουρισμού (συνέδρια, incentives, εταιρικές συναντήσεις κ.λπ.)

☒ Να εξετασθεί η πιθανότητα συνδιαφήμισης με ανταγωνιστικούς προορισμούς δεδομένου ότι τα συνέδρια δεν μπορούν να γίνονται κάθε χρόνο στον ίδιο τόπο.

Οι ξένοι ειδικοί έχουν ήδη παραδεχθεί την καταλληλότητα του ξενοδοχειακού μας δυναμικού. Παρόλα αυτά τα γενικότερα προβλήματα υποδομής εμποδίζουν την ανάπτυξη του τομέα.

Το σημαντικότερο πρόβλημα είναι η ανεπάρκεια των αερομεταφορών, τα υποβαθμισμένα αεροδρόμια και η δύσκολη πρόσβαση σε προορισμούς εκτός Αθήνας. Δυσχέρειες δημιουργούν επίσης, οι επικοινωνίες, οι συγκοινωνίες, η μη σταθερή ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών, η πλημμελής πληροφόρηση, η έλλειψη στατιστικών στοιχείων κ.α. Έτσι, για να προσελκύσουμε τους επισκέπτες - καταναλωτές θα πρέπει να δημιουργηθούν κατάλληλοι χώροι υποδοχής στα αεροδρόμια, ώστε να μη συνωθούνται οι σύνεδροι με τις μάζες των υπολοίπων τουριστών. Επίσης, πρέπει να αναβαθμιστούν τα λιμάνια και οι μαρίνες, οι χώροι υποδοχής κ.λπ., καθώς και να βελτιωθούν γενικότερα οι προσφερόμενες υπηρεσίες γενικότερα.

Πρέπει εδώ να αναφέρουμε το σημαντικό βήμα του ΕΟΤ για την προώθηση αυτής της μορφής τουρισμού. Έχουμε λοιπόν, την ίδρυση γραφείου συνεδριακού τουρισμού στο Λονδίνο. Το γραφείο αυτό θα αποτελέσει τον πιλότο για την προβολή και προώθηση της χώρας ως συνεδριακού προορισμού και σε άλλες αγορές, της Ευρώπης κατά κύριο λόγο. Κύριος στόχος του γραφείου αυτού είναι η δημιουργία και διατήρηση επαφών με επαγγελματικούς οργανισμούς και εταιρίες, οι οποίες διοργανώνουν συνέδρια, συμπόσια και γενικότερα οργανώνουν τον εταιρικό τουρισμό.

Οι κύριοι ανταγωνιστές μας διαθέτουν παρόμοια γραφεία, που προωθούν τα συμφέροντα μίας μόνο πόλης. Εμείς όμως προωθούμε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια ως συνεδριακό προορισμό και μάλιστα σε δωδεκάμηνη βάση, αφού διαθέτει αυτό το συγκριτικό πλεονέκτημα.

Η Ελλάδα φιλοξενεί ήδη ένα σταθερά αυξανόμενο αριθμό διεθνών συνεδρίων, εταιρικών συναντήσεων και ταξιδιωτικών προγραμμάτων.

Αποβλέπει λοιπόν, στη θετική ανάπτυξη και τις δυνατότητες που ανοίγονται με την ενοποίηση της ευρωπαϊκής αγοράς. Πρώτα όμως πρέπει να ξεπεραστεί η νοοτροπία, οι αδυναμίες και η άλογη τιμολογιακή πολιτική που υποβαθμίζουν το επίπεδο του τουριστικού μας προϊόντος.

Το ελληνικό συνεδριακό προϊόν είναι ενταγμένο στους διεθνείς καταλόγους με πολλά συν. Σε γενικές γραμμές, την ελληνική πραγματικότητα τη χαρακτηρίζουν ελλείψεις και αντιθέσεις. Ποιές είναι όμως οι προϋποθέσεις για να χαρακτηριστεί μια πόλη συνεδριακός προορισμός, όπως προκύπτει από τη διεθνή πρακτική στη διοργάνωση συνεδρίων; Αυτές λοιπόν είναι:

Η συγκεκριμένη πόλη πρέπει να είναι γνωστή στο ευρύτερο τουριστικό κοινό, να είναι δηλαδή αναγνωρισμένο διεθνές τουριστικό κέντρο.

Να διαθέτει διεθνές αεροδρόμιο και επομένως άμεση επικοινωνία με τις μεγαλύτερες πόλεις του εξωτερικού.

Ειδική υποδομή, καλούς συνεδριακούς χώρους, με σωστό τεχνικό εξοπλισμό, εξειδικευμένο προσωπικό κ.λπ.

Ένα τοπικό συνεδριακό γραφείο, το οποίο θα προσελκύσει και θα εξυπηρετεί τους οργανωτές και τους συνέδρους, δίνοντας τους όλες τις απαραίτητες πληροφορίες και κατευθύνσεις για την επιτυχία του στόχου τους.

Πλούσια πολιτιστική και καλλιτεχνική ζωή καθώς και ιστορική ταυτότητα

TO MARKETING ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Η σωστή έρευνα φέρνει στην επιφάνεια τις αδυναμίες, οδηγεί σε συμπεράσματα και πιθανές λύσεις. Το marketing είναι αυτό που θα προσεγγίσει τις πρακτικές για να ξεπεραστούν τα προβλήματα του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος.

Το τι θα προσφέρουμε και το πώς θα γίνει αυτό, εξαρτάται από το τι ζητά ο πελάτης. Η έρευνα marketing με τη χρήση των μεθόδων της θα δώσει πληροφορίες. Η υποκίνηση -με τη σωστή διαφήμιση, την προώθηση των πωλήσεων, τις δημόσιες σχέσεις- θα ενισχύσει τη δική μας εικόνα.

Έτσι, ο τύπος, η συμμετοχή σε εκθέσεις, οι επαφές με τους καταναλωτές, τα περιοδικά και τα φυλλάδια, θα υπηρετήσουν τον αρχικό στόχο, δηλαδή, την αύξηση των πωλήσεων και επομένως την ενίσχυση του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος. Εξάλλου, στην πώληση δεν επιδιώκεται τίποτε άλλο παρά μόνο το να πεισθεί ο πελάτης να μας προτιμήσει και να μας εμπιστευθεί. Οι ελλείψεις χώρων, τεχνολογικής υποδομής, ειδικών φορέων δημοσίων και διεθνών σχέσεων είναι ορατές τόσο στα μάτια των υποψηφίων πελατών όσο και στα δικά μας.

Είναι λοιπόν αναγκαίο να συνεργαστεί το κράτος με τους ιδιώτες ώστε να συζητήσουν τις δυνατότητες της χώρας μας, να μελετήσουν τα αδύνατα σημεία των άλλων χωρών και να γίνει κατάτμηση της δικής τους και της δικής μας αγοράς.

Η δημιουργία Convention Bureaus μπορεί να θεωρηθεί απαραίτητη προϋπόθεση του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος. Τα Convention Bureaus αποτελούν εταιρίες σε συνεδριακές πόλεις, μεταξύ εθνικού οργανισμού τουρισμού, τουριστικής βιομηχανίας και αρμοδίων επιμελητηρίων. Είναι ευέλικτες μονάδες service and marketing oriented, με βασικές αρμοδιότητες τις εξής:

- α) το σχεδιασμό και την παραγωγή του απαραίτητου υλικού,
- β) τη συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις,
- γ) την οργάνωση και το συντονισμό - εκτέλεση διαφόρων promotion trips και facility visits,
- δ) την ενθάρρυνση των Ελλήνων T.O., που έχουν γραφεία στο εξωτερικό ώστε να γίνουν incentives - houses,

ε) την αποτελεσματική βοήθεια στους Τ.Ο. για την εκτέλεση προγραμμάτων που έχουν εξασφαλίσει, καθώς και την ενεργό συμμετοχή στην προετοιμασία και εκτέλεση αυτών,

στ) την εκπαίδευση των τουριστικών παραγόντων στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις απαιτήσεις αυτού του είδους τουριστών.

Η ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΥΠΟΔΟΜΗ.

Οι συνεδριακοί χώροι στην Ελλάδα βρίσκονται σε ξενοδοχεία ή είναι αυτόνομοι. Οι συνεδριακοί χώροι σε ξενοδοχεία είναι οι εξής:

ΑΘΗΝΑ-ΑΤΤΙΚΗ

Athenaeum Intercontinental
Athens Chandris Hotel
Athens Hilton
Athens Ledra Marriott
Divani Caravel
Grand Bretagne
Holiday inn
Novotel Athens
Park Hotel
Royal Olympic
Astir Palace Resort
(Βουλιαγμένη)
Astir Palace Aphrodite
Astir Palace Anion
Astir Palace Nafsika
Margi Hotel (Βουλιαγμένη)
Mare Nostrum (Βραυρώνα)

ΚΡΗΤΗ

Porto Myrina palace
Σάμος

Doryssa Bay

ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ

Ρόδος

Colossos Beach
Grecotel Rhodos Imperial
Metropolitan Capsis Resort
& Conference Centre
Olympic Palace
Paradise & Paradise Village
Rhodos Bay
Rhodos Palace
Κως
Caravia Beach
Kypriotis Village

ΚΥΚΛΑΔΕΣ

Μύκονος

Grecotel Mykonos Blue

ΚΡΗΤΗ

Χανιά

Creta Paradise Beach Resort
Hotel

Ηράκλειο

Apolonia

Atlantis

Candia Maris

Capsis Beach Resort Hotel
& Conference Centre (Agia
Pelagia)

Creta Mans (Hersonissos)

Λασιθί

Elounda Bay

Kalimera Kriti

Porto Elounda Mare

Ρέθυμνο

Creta Star

Grecotel Rithymna Beach

Santa Marina

ΚΥΚΛΑΔΕΣ

Πάρος

Holiday Sun

Porto Paros

Σαντορίνη

Santorini Image

ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ

Κέρκυρα

Corfu Holiday Palace

Dassia Chandris

Grecotel Corfu Imperial

Κεφαλλονιά

Cefalonia Palace

Ζάκυνθος

Plagos Beach

Zante Park

ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ - ΘΡΑΚΗ

Χαλκιδική

Athos Palace

Kassandra Palace

Gerakina Beach Hotel

Porto Carras Resort

Sani Beach

Θεσσαλονίκη

Capsis Hotel

Makedonia Palace

Nepheli

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ

Αχαΐα

Astir (Πάτρα)

Porto Rio (Πάτρα)

Αργολίδα

Porto Hydra (Ερμιάκη)

Οι συνεδριακοί χώροι εκτός ξενοδοχείων είναι:

ΑΘΗΝΑ - ΑΤΤΙΚΗ

Ευγενίδειο ίδρυμα
Πολεμικό μουσείο
Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
Ιονικό Κέντρο
Κολέγιο Αθηνών
ΕΛ.ΚΕ.ΠΑ
Δημόκριτος
Εκπαιδευτικό / Συνεδριακό
Κέντρο Εθνικής Τράπεζας
Ζάππειο

ΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ

Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό
Κέντρο Δελφών
Πολιτιστικό Κέντρο
Μυκόνου
Πέτρος Ν. Νομικός
(Σαντορίνη)
Μίτος Α.Ε. Επιστημονικό
και
Τεχνολογικό Πάρκο
Κρήτης
Ορθόδοξη Ακαδημία
Κρήτης
Βιντσέντσος Κορνάρος
(Κρήτη)

Μεσαιωνικό Κάστρο
(Καστέλο και
Εθνικό Θέατρο - Ρόδος)
Κέντρο Ροθίνι (Ρόδος)
Διεθνές Ιπποκράτειο
Ίδρυμα Κω
Μετσόβειο Συνεδριακό
Κέντρο
Καποδιστριακό
Συνεδριακό Κέντρο
Κέρκυρας
Πολιτιστικό Κέντρο Ιονίου
HELEXPO ΔΕΘ
(Θεσσαλονίκη)

Μακεδονικό Κέντρο
Σπουδών
(Θεσσαλονίκη)
Αχαΐα Clauss
(Πελοπόννησος)
Ολυμπιακό Συνεδριακό
Κέντρο Ηλείας
Ομήρειο Πνευματικό
Κέντρο Χίου
Συνεδριακό Κέντρο
Μετσόβου

Αναμφισβήτητα, η πόλη που συγκεντρώνει τις περισσότερες προτιμήσεις των επισκεπτών για τη διοργάνωση συνεδρίων είναι η Αθήνα. Η πόλη, που πέρα από τις όποιες αδυναμίες της, διαθέτει τη βασική υποδομή, την πλούσια πολιτιστική και πνευματική ζωή, αξιοθέατα, τις απαραίτητες υπηρεσίες, πλήθος διευκολύνσεων και εύκολα καλυπτόμενες αποστάσεις μεταξύ των σημείων ενδιαφέροντος των συνεδρίων.

Πέρα από τις συνεδριακές αίθουσες σε ξενοδοχειακές μονάδες υπάρχουν και αυτές που είναι εκτός. Δύο από τις σημαντικότερες είναι στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών και στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας.

Μέγαρο Μουσικής Αθηνών

Αποτελεί μια από τις πιο προωθημένες μορφές της σύγχρονης τεχνολογίας και αισθητικής. Αισιοδοξεί να αποτελέσει ένα υπερσύγχρονο κέντρο πολιτιστικής και επιστημονικής δραστηριότητας.

Σχεδιάστηκε και εφαρμόστηκε κάθε σύγχρονη λύση, που θα εξυπηρετήσει στο ακέραιο τις ανάγκες που το Μέγαρο υπηρετεί σε ελληνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο. Είναι έργο υψηλών προδιαγραφών και τεράστιων δυνατοτήτων και έχει την υποδομή και τον εξοπλισμό για να λειτουργήσει ως:

- ✓ πολιτιστικό κέντρο για εκδηλώσεις χορού, όπερας, θεάτρου και μουσικής (2 αίθουσες: 2.000 και 500 θέσεων)
- ✓ συνεδριακό κέντρο, από τα πιο σύγχρονα στην Ευρώπη, με τεχνολογική στήριξη και οργανωμένη παροχή υπηρεσιών
- ✓ επιστημονικό κέντρο και εκπαιδευτικός πυρήνας, φιλοξενώντας διαλέξεις, εκθέσεις και διάφορες εκδηλώσεις
- ✓ κέντρο πληροφόρησης για κάθε σημαντικό πολιτιστικό γεγονός

Όλες οι παραπάνω δραστηριότητες υποστηρίζονται από τον κατάλληλο μηχανολογικό - τεχνικό εξοπλισμό και από σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα. Έχουν δημιουργηθεί χώροι παράλληλοι και ειδικά μελετημένοι σε κάθε όροφο, από τους τέσσερις του κτιρίου, για εκθέσεις, συνέδρια, χώρους υποδοχής και εστίασεως,

κυλικεία, χώρους για τους συνέδρους, καθώς και βοηθητικούς χώρους. Μελλοντικά, προβλέπεται η οργάνωση εκδηλώσεων και στον περιβάλλοντα χώρο.

Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας

Είναι ένα από τα πιο σύγχρονα κλειστά στάδια της Ευρώπης. Το κλειστό στάδιο, τα βοηθητικά γήπεδα και οι λοιπές εγκαταστάσεις του καταλαμβάνουν έκταση 32 στρεμμάτων. Ο ηλεκτρονικός εξοπλισμός του και η αρχιτεκτονική του, του επιτρέπουν να λειτουργεί ως προς όλες τις δυνατότητες του με υψηλές προδιαγραφές. Διαθέτει εστιατόριο και αναψυκτήριο που μπορούν να καλύψουν τη σίτιση όλων των εκδηλώσεων του σταδίου, σε οποιοδήποτε επίπεδο.

Ο τομέας των συνεδρίων εμπλέκονται άμεσα στις παρεχόμενες υπηρεσίες του σταδίου. Αφορά ένα μεγάλο τμήμα των δραστηριοτήτων του μαζί με τις αθλητικές και τις εκθεσιακές. Η παρουσία των επτά συνεδριακών αιθουσών στο στάδιο, ενισχύει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Αφού μάλιστα, η συγκεκριμένη περιοχή διαθέτει τις απαραίτητες προϋποθέσεις για τη σωστή εξυπηρέτηση των συνέδρων, όπως ξενοδοχειακές μονάδες, ικανές να εξασφαλίσουν την άνετη διαμονή των συνέδρων, άρτιο συγκοινωνιακό δίκτυο κ.λπ.

Συνεδριακό Κέντρο Μετσόβου

Εδώ και πέντε χρόνια λειτουργεί συνεδριακό κέντρο στο Μέτσοβο από το Ίδρυμα Εγνατία Ηπείρου. Το κέντρο αυτό στεγάζεται στο παραδοσιακής αρχιτεκτονικής ξενοδοχείο «Διάσελο». Διαθέτει τα πλέον σύγχρονα υλικοτεχνικά μέσα μιας σοβαρής συνεδριακής υποδομής και πλήρη οργανωτική υποστήριξη σε όλα τα επίπεδα.

Ξεκίνησε στα πλαίσια μιας συλλογικής προσπάθειας φορέων της επαρχίας Μετσόβου. Αποτελεί προπομπό μιας σειράς αναπτυξιακών δραστηριοτήτων για την ευημερία της περιοχής του Μετσόβου και της Ηπείρου γενικότερα.

Την επιλογή του Μετσόβου για τη λειτουργία συνεδριακού κέντρου αιτιολογεί η «κόπωση» των συμμετεχόντων σε συνέδρια, από τον πολύβουο συνωστισμό σε πολυσύχναστες περιοχές. Το πανέμορφο φυσικό περιβάλλον και το παραδοσιακό αρχιτεκτονικό ύφος της περιοχής, είναι μια ευχάριστη αλλαγή για τους συνέδρους.

Οι σημερινές δραστηριότητες του συνεδριακού κέντρου είναι στεγασμένες σ' ένα όμορφο παραδοσιακό κτίριο. Είναι το πρώτο βήμα για τη «γένεση» ενός πολυδύναμου συνεδριακού κέντρου, που θα στεγάζει και εκθέσεις και εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Η σύγχρονη υλικοτεχνική υποδομή, οι αποδοτικές υπηρεσίες και εγκαταστάσεις υψηλών προδιαγραφών εξασφαλίζουν την επιτυχία της όποιας εκδήλωσης. Είναι πυρήνας ανάπτυξης ολόκληρης της Ηπείρου.

Συμπερασματικά, καταλήγουμε να πούμε πως ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μεγάλη ελπίδα για τον ελληνικό τουρισμό γενικότερα. Μπορεί να φέρει πίσω τον καλό τουρίστα και δραστηριοποιεί μια σειρά από επαγγελματίες κάθε είδους. Εξάλλου, αποδίδει τα μέγιστα σε κατά κεφαλήν συνάλλαγμα και προσδίδει κύρος και φήμη στη χώρα.

Είναι αναγκαίο να τοποθετηθεί η Ελλάδα στη διεθνή τουριστική αγορά ως συνεδριακή χώρα. Υπάρχουν οι δυνατότητες, οι δρόμοι και οι μέθοδοι για να το πετύχουμε αρκεί να υπάρξει η ανάλογη βούληση και κόπος. Ο συνεδριακός τουρισμός αξίζει ένα καλύτερο αύριο.

4. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ)

Ο οικοτουρισμός βασίζεται στην ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών πόρων μιας χώρας. Ενώ αρχικά εμφανίσθηκε ως τουρισμός ομάδων με εξειδικευμένα ενδιαφέροντα, στις μέρες μας συνδυάζεται με πληθώρα άλλων μορφών τουρισμού. Γι' αυτό άλλωστε θεωρείται ως μια μορφή τουρισμού που μπορεί να προσελκύσει επισκέπτες σε μια χώρα σε 12μηνη βάση. Άρα μπορεί να αποδειχθεί σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης του χειμερινού τουρισμού ενώ ταυτόχρονα συνδέεται άμεσα με την υψηλής ποιότητας κατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος της χώρας.

Όπως συμβαίνει με τις περισσότερες μορφές τουρισμού, ο οικοτουρισμός είναι αρκετά διαδεδομένος κυρίως στους κατοίκους των μεγαλουπόλεων των ανεπτυγμένων χωρών. Παράλληλα, με την αύξηση του πληθυσμού των πόλεων ανά τον κόσμο, σημειώθηκε μια αύξηση στη ζήτηση αυτής της μορφής τουρισμού.

Η Ελλάδα βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση λόγω της σπανιότητας του φυσικού της περιβάλλοντος. Τα χαρακτηριστικά των Ελλήνων συμμετεχόντων στον

οικοτουρισμό είναι παρόμοια μ' αυτά των Ευρωπαίων. Ο αριθμός τους όμως είναι συγκριτικά μικρότερος, αν και αυξανόμενος κυρίως στις νεαρότερες ηλικίες. Παρατηρούμε όμως και ενδιαφέρον από ανθρώπους που ανήκουν στην κατηγορία των συνταξιούχων.

ΥΠΟΔΟΜΗ

Ιδεώδης θεωρείται η χρήση μικρών ξενοδοχείων / ξενώνων παραδοσιακής αρχιτεκτονικής ενώ πολλές φορές χρησιμοποιούνται και ορεινά καταφύγια. Πρέπει επίσης να είναι δυνατή η πρόσβαση σε περιοχές με υψηλό υψόμετρο και η εξασφάλιση προμηθειών.

Απαραίτητος είναι ο καθορισμός μονοπατιών, όπου τα μονοπάτια θα πρέπει να είναι κατασκευασμένα από πέτρα. Η συντήρησή τους πρέπει να είναι συνεχής και σωστή ενώ είναι αναγκαία η τοποθέτηση γεφυριών από πέτρα, με παραδοσιακή αρχιτεκτονική ώστε να ενωθούν δύσβατες περιοχές.

Η περιοχές που έχουν ορισθεί ως οικολογικοί προορισμοί θα πρέπει να είναι χαρτογραφημένες. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η ακριβής και συνεχής ενημέρωση των χαρτών ως προς τη θέση των μονοπατιών, τις παρεχόμενες υπηρεσίες, τα σημεία ειδικού ενδιαφέροντος και τις πιθανές περιοχές κατασκηνώσεις.

Το οδικό δίκτυο πρέπει να είναι άριστο και να οδηγεί σε οικισμούς και χωριά που βρίσκονται στην περιφέρεια της περιοχής ενδιαφέροντος.

οι απαιτήσεις για άψογο σέρβις δεν είναι μεγάλες, γιατί επιτρέπει ο τουρίστας στον εαυτό του να ταλαιπωρηθεί, προκειμένου να δει αυτό που τον ενδιαφέρει.

ΠΟΛΟΙ ΕΛΞΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Τα παρθένα δάση του Έβρου και της Ροδόπης, τα γραφικά χωριά της κεντρικής Ελλάδας, οι παραδοσιακοί οικισμοί της Μόνης και του Πηλίου, τα μετέωρα, ο Μιστράς, η Μονεμβασιά οι βιότοποι των Πρεσπών και το Δύλτα του Έβρου, τα σπήλαια του Δυρού κ.α. Όλα αυτά αποτελούν τόπους ιδιαίτερης επιστημονικής, φυσικής, ιστορικής και λαογραφικής ομορφιάς και αξίας που πρέπει να προβληθούν

διεθνώς. Έτσι, μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης της συγκεκριμένης κατηγορίας τουριστών.

Απαιτείται όμως η οικονομική, θεσμική, οργανωτική υποστήριξη και σωστή προβολή προκειμένου να γίνουν γνωστές οι δυνατότητες των περιοχών αυτών. Η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και σωστά εναρμονισμένου ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, που αναδεικνύει το πρώτο, καθώς και η περιβαλλοντική εκπαίδευση είναι θέμα που πρέπει να απασχολήσει όλους τους αρμόδιους κρατικούς φορείς. Για το σκοπό αυτό πρέπει να υπάρξει:

- βοήθεια σε επίπεδο νομοθετικό και διοικητικό,
- συνεργασία στο σχεδιασμό και τη διαχείριση παράκτιων ζωνών
- ανάληψη ερευνητικών προγραμμάτων για την καταγραφή της μόλυνσης της ατμόσφαιρας, των υδάτων και του εδάφους,
- αρωγή σε θέματα αποβλήτων και απορριμμάτων,
- μελέτη προβλημάτων που σχετίζονται με τους υγρότοπους και τα αποδημητικά πουλιά,
- διοργάνωση σεμιναρίων για περιβαλλοντικά προβλήματα.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

1) **Ιππασία**

Έδρα της είναι το περιβάλλον, η προστασία και η αναβάθμιση του περιβάλλοντος. Η ζήτηση της ιππασίας στην Ελλάδα έγινε μεμονωμένα σε διάφορες περιοχές της χώρας από την ιδιωτική πρωτοβουλίας συμπληρωματική δραστηριότητα στο προσφερόμενο τουριστικό πακέτο.

Στο εξωτερικό είναι διαδεδομένη δραστηριότητα. Προσελκύει σημαντικό αριθμό πελατών, οι οποίοι συνδυάζουν διακοπές δίπλα στη φύση μέσα σε ιπποτουριστικά κέντρα με κρατική επίβλεψη και χρηματοδότηση. Τέτοια κέντρα συναντάμε στη Γαλλία, Βέλγιο, Ολλανδία, Δανία Ιταλία και Ιρλανδία.

Στη χώρα μας, το πλούσιο φυσικό περιβάλλον, οι ήπιες κλιματολογικές συνθήκες και ο έντονος αγροτικός της χαρακτήρας προσφέρεται για την προώθηση αυτής της μορφής οικότουρισμου.

Στην Ελλάδα δεν υπάρχει ως σήμερα ένα ειδικό θεσμικό πλαίσιο για τη λειτουργία μονάδων εκτροφής ζώων για τουριστικούς σκοπούς. Γίνονται κάποιες μεμονωμένες προσπάθειες που προσέκρουσαν σε δυσκολίες που οφείλονται στην έλλειψη ειδικής νομοθετικής ρύθμισης. Η θέσπιση κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου θα είναι το πρώτο βήμα ανάπτυξης αυτής της μορφής οικότουρισμου.

Η ανάπτυξη του ιππικού οικότουρισμου θα δημιουργήσει αλυσιδωτές επιδράσεις στο τοπικό εισόδημα. Θα ενεργοποιηθεί το ενδογενές εργατικό δυναμικό των περιοχών και θα κάνουν την εμφάνισή τους επιχειρηματικές δραστηριότητες τοπικού πληθυσμού χωρίς έξωθεν παρεμβάσεις.

Οι περιοχές που ευνοούν την ύπαρξη ιππικού οικότουρισμου είναι: Β.Α. και Δ. Ελλάδα, Μεσόγεια, Κ. Θεσσαλία, Μακεδονία, Ήπειρος και Πελοπόννησος.

2) Περιοδείες για ενδιαφέροντα χλωρίδας και πανίδας

Η δραστηριότητα αυτή συνδυάζεται με επισκέψεις σε ορεινούς όγκους, σε θαλάσσια περιβάλλοντα, σε υδροβιότοπους που βρίσκονται σε λιμνοθάλασσες και σε εκβολές ποταμών.

Απαιτούνται καταλύματα σε ξενοδοχεία που δε βρίσκονται σε μακρινές περιοχές από τις τοποθεσίες ενδιαφέροντος. Τα μονοπάτια πρέπει να είναι κατάλληλα διαμορφωμένα. Σε περιπτώσεις χαρακτηριστικής χλωρίδας και για να αποφευχθεί η καταστροφή της, χρησιμοποιούνται ξύλινες κατασκευές υπερυψωμένες από το έδαφος.

Παρατηρητήρια και καταφύγια κατασκευάζονται σε επιλεγμένα σημεία τα οποία εξοπλίζονται με υλικό για παρατήρηση σε μακρινές αποστάσεις (κιάλια, τηλεσκόπια). Ο εξοπλισμός αυτός είναι απαραίτητος για την παρακολούθηση της πανίδας και της ορνιθοπανίδας (π.χ. bird watching). Επιπλέον κοντά στα παρατηρητήρια τοποθετούνται καντίνες και snack bars με ιδιαίτερη θέα.

Σε πολλές περιοχές ειδικών ενδιαφερόντων σημαντική είναι η κατασκευή μουσείων φυσικής ιστορίας ή «σχολείων της φύσης» που προέρχονται εξειδικευμένες πληροφορίες. Πρέπει να υπάρχουν ασφαλτοστρωμένοι οδοί προσπέλασης, ύπαρξη ευδιάκριτων ορίων στα σημεία εισόδου των περιοχών αυτών και καθορισμένα μονοπάτια με ενδεικτικές πινακίδες. Σ' αυτές θα πρέπει να αναγράφονται οι αποστάσεις, οι πλησιέστερες εξυπηρετήσεις και οι κατευθύνσεις. Σημαντική θεωρείται και η ύπαρξη περιπτέρων στις εισόδους των περιοχών για την πληροφόρηση των τουριστών. Ακόμη, είναι αναγκαία η ύπαρξη καταρτισμένου προσωπικού για την τήρηση της ευταξίας στην περιοχή καθώς και παροχή μεταφορικών μέσων (π.χ. minibuses) καθώς και ορισμένες θέσεις συλλογής απορριμμάτων.

Η σπηλαιολογία, οι καταδύσεις, τα ταξίδια παρατήρησης πουλιών, περιήγηση για την παρατήρηση της χλωρίδας, περιηγήσεις σε λίμνες ή θάλασσες, περιηγήσεις εκτός δρόμου, είναι οι κύριες δραστηριότητες που μπορούν να συμπεριληφθούν σ' αυτήν την κατηγορία οικοτουρισμού.

3) Κυνηγετικός οικοτουρισμός

Το κυνήγι αξιοποιεί και ικανοποιεί εξειδικευμένες προσωπικές ανάγκες και συμπληρωματικές δραστηριότητες, όπως άθληση, χόμπι, φυσιολατρία, γνωριμία με τη φύση. Το κυνήγι μπορεί να ενταχθεί στον οικοτουρισμό και να βοηθήσει τη χειμερινή τουριστική περίοδο ενισχύοντάς την.

Η τουριστική κίνηση όσον αφορά το κυνήγι, είναι πάρα πολύ χαμηλή. Επίσης χαμηλή, είναι η κίνηση από αλλοδαπούς κυνηγούς - τουρίστες. Δεν έχουμε προσέλκυση οργανωμένων γκρουπ ξένων κυνηγών - τουριστών τόσο σε ιδιωτικές όσο και σε κρατικές Ελεγχόμενες Κυνηγετικές Περιοχές. Οι κρατικές ελεγχόμενες περιοχές (Ε.Κ.Π.) που λειτουργούν σήμερα είναι:

ΠΙΝΑΚΑΣ 12

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΑΡΜΟΔΙΑ ΔΑΣΙΚΗ ΑΡΧΗ	ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ
Αταλαντονήσου	Αταλάντης	1.850
Β. Σποράδων	Σκοπέλου	65.830
Δίας, Ηρακλείου	Ηράκλειο, Κρήτης	12.500
Κόζιακα	Τρικάλων	464.000
Σερρών	Σερρών	246.000
Σαμοθράκης	Αλεξανδρούπολης	146.000
Σαπέντζας	Καλαμάτας	8.500
Σερρών (ορεινής)	Σερρών	246.000
ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	1.234.680

Οι κρατικές Ε.Κ.Π. λειτουργούν βάση προγράμματα θήρας που εγκρίνεται από τη νομαρχία. Ορίζονται τα δικαιώματα των κυνηγών για τις άδειες, τη χρονική περίοδο, τα είδη θηράματος, τον επιτρεπόμενο αριθμό τους, τις τιμές τους και άλλα.

Η μεταφορά του κυνηγού τουρίστα γίνεται με μηχανοκίνητα μέσα, π.χ. τζιπ, τρένα, υπεραστικά λεωφορεία, πλοία, αεροπλάνα. Για τη διαμονή τους προσφέρονται οι αγροτικοί οικισμοί, τα αγροτουριστικά χωριά, ξενώνες, παραδοσιακοί οικισμοί ή ακόμη και τα camping. Όλα αυτά βρίσκονται πάντα μέσα σε όμορφες τοποθεσίες, όπου ο κυνηγός μπορεί να απολαύσει τη φυσική ομορφιά, τη φιλοξενία, τα τοπικά έθιμα κ.λπ.

Αφού λάβαμε μια σφαιρική άποψη για τον κυνηγετικό οικοτουρισμό επικεντρώνουμε την προσοχή μας στα εξής:

ο κυνηγετικός τουρισμός είναι μια ειδική μορφή τουρισμού, η οποία μπορεί εύκολα να οργανωθεί. Μπορεί να γίνει συναλλαγματοφόρος πηγή και ταυτόχρονα φορέας πολλών άλλων δραστηριοτήτων. Μαζί με τις κρατικές Ε.Κ.Π. θεωρούμε πως θα έπρεπε να υπάρξουν και ιδιωτικές με καταφύγια και εκτροφεία θηραμάτων. Με τη σωστή μελέτη, οργάνωση, υποδομή και με τη βελτίωση των υπηρεσιών, μπορούμε να προσελκύσουμε τον υψηλού εισοδήματος τουρίστα.

Με άλλα λόγια μπορεί εύκολα να εμπλουτισθεί το τουριστικό προϊόν μας, ώστε ο κυνηγετικός τουρισμός να συμβάλλει στην Εθνική μας Οικονομία.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η συγκριτική υπεροχή της ποιότητας του ελληνικού φυσικού περιβάλλοντος σε ευρωπαϊκό εν μέρει διεθνές επίπεδο, το καθιστά προνομιούχο για την ανάπτυξη του οικότουρισμου. Στο γεγονός αυτό οφείλεται και η επιτυχής λειτουργία ενός σεβαστού αριθμού ξένων πρακτορείων στη χώρα, που ασχολούνται σχεδόν αποκλειστικά μ' αυτήν την δραστηριότητα.

Η περαιτέρω ανάπτυξη του οικότουρισμου προϋποθέτει την κατασκευή έργων υποδομής και ανωδομής, καθώς και την οργάνωση και προώθηση τέτοιων τουριστικών πακέτων. Πρέπει να γίνουν αναγκαίες θεσμικές παρεμβάσεις, όπως επενδύσεις, προστασία του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος, μακροπρόθεσμη κρατική πολιτική. Πολιτική που θα πραγματοποιείται τον προγραμματισμό, την προστασία και την ανάδειξη των φυσικών πόρων.

Εγκυμονούνται όμως και κίνδυνοι από την κατάχρηση των πόρων που προσελκύουν αρχικά τον επισκέπτη. Ταυτόχρονα, μειώνεται η δυνατότητα προσέλκυσης επενδύσεων. Πρέπει λοιπόν να υπάρχει ορθολογικός προγραμματισμός που να υπόσχεται πολλαπλασιασμό του συνολικού οφέλους. Σημαντικό είναι να δοθεί ιδιαίτερη σημασία σε αναπτυξιακά προγράμματα οικότουρισμου, ώστε να διαφυλαχθεί το φυσικό περιβάλλον και να ωφεληθεί τα μέγιστα ο τουρισμός μας.

5. ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.

Σημαντική ανάπτυξη έχει αναδείξει τα τελευταία χρόνια ο τομέας του ορεινού τουρισμού. Ποδήλατο βουνού, kayak, rafting, πεζοπορία, αναρρίχηση κ.λπ., συνθέτουν το παζλ του ορεινού τουρισμού. Η αλλαγή του τρόπου ζωής των Νεοελλήνων, η καταπίεση της πόλης, αλλά και η προσαρμογή στις σύγχρονες συνήθειες, οδηγούν πολλούς ανθρώπους στα βουνά τα Σαββατοκύριακά.

Όταν υποβαθμίζεται το κοινωνικοπολιτισμικό πρότυπο, κυρίως στις μεγαλουπόλεις, η αναζήτηση ήπιων μορφών τουρισμού γίνεται ολοένα και πιο επιτακτική. Η απάντηση σ' αυτήν την αναζήτηση δίδεται από τις ειδικές μορφές τουρισμού, όπως είναι ο ορεινός. Δεν είναι νέα μορφή τουρισμού, αλλά αποτελεί μια

νέα αντιμετώπιση του τουρισμού. Η ανάγκη του ανθρώπου για φυγή από το άγχος της πόλης και την ψυχική ανάταση κοντά στο φυσικό περιβάλλον, κέντρισαν το ενδιαφέρον του τουρίστα για την αναζήτηση διεξόδου.

Τα ταξίδια και οι εκδρομές περιπέτειας στο βουνό κερδίζουν συνεχώς έδαφος. Η εξερεύνηση ενός παρθένου δάσους ή το κατέβασμα ενός ποταμού με φουσκωτή βάρκα αποκαλύπτουν σε όλους μοναδικές εμπειρίες. Έτσι, ο άνθρωπος των πόλεων έρχεται αντιμέτωπος με την απάτητη φύση και προσπαθεί να μάθει να επιβιώνει μόνο με τα βασικά μέσα.

Όλο και περισσότερα τουριστικά γραφεία στην Ελλάδα και σε όλο τον κόσμο συνεργάζονται για να διοργανώσουν τέτοιου είδους πακέτα σε ορεινούς όγκους. Οι διακοπές αυτού του είδους κοστίζουν ακριβά, λόγω των δυσκολιών στη διοργάνωση ενός τέτοιου ταξιδιού και των λιγοστών συμμετεχόντων σε αυτό.

Οι τουρίστες που ακολουθούν ένα ταξίδι δράσης σε ορεινούς όγκους ξοδεύουν αρκετά και απασχολούν παράλληλα αρκετούς τομείς της τουριστικής βιομηχανίας. Άρα οι τουρίστες αυτοί ανήκουν σε ένα τμήμα επίλεκτου τουρισμού, με την έννοια της υψηλής εισοδηματικής δυνατότητας.

Ο ορεινός τουρισμός περιπέτειας ανταποκρίνεται σε όσους επιθυμούν να αισθανθούν εξερευνητές και να βιώσουν με έντονο τρόπο τις διακοπές τους. Ο τουρίστας που επιδιώκει την ορεινή περιπέτεια, είναι φυσιολάτρης, πολυταξιδεμένος, απαιτητικός, φιλομαθής και υψηλού μορφωτικού επιπέδου.

Ταξίδια ορεινής περιπέτειας οργανώνονται και από ελληνικά ταξιδιωτικά γραφεία με επιτυχημένες διαδρομές. Πολλά από αυτά συνεργάζονται με ξενοδοχεία που προωθούν τέτοια ταξίδια στους πελάτες τους. Στα προγράμματα τέτοιων ταξιδιών ενσωματώνονται:

⇒ Στοιχεία εκπαίδευσης όπως ξεναγήσεις, ομιλίες, γνωριμία με τους ντόπιους, γνωριμία με τη φύση, την ιστορία, την αρχιτεκτονική και τις παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα ενός ή περισσότερων προορισμών.

⇒ Στοιχεία άθλησης όπως οδήγηση, ποδηλασία, κατέβασμα ποταμών, πεζοπορίες, ορειβασία κ.λπ.

⇒ Στοιχεία περιπέτειας όπως εξερευνήσεις, επικίνδυνες διαδρομές, διανυκτερεύσεις στη φύση, φάρμακα και κυνήγι για την εξεύρεση τροφής κ.λπ.

Για την ανάδειξη του τουρισμού περιπέτειας σε ορεινούς όγκους δε χρειάζεται να διαθέτει μια περιοχή εξαιρετική υποδομή. Αυτό που χρειάζεται πάνω απ' όλα είναι η απαραίτητη προβολή και διαφήμιση, για να προσελκύσουμε τον ανάλογο αριθμό τουριστών. Τις περισσότερες φορές μάλιστα οι τουρίστες ανήκουν στα υψηλά εισοδηματικά επίπεδα. Η προσέλκυση τέτοιων τουριστών λειτουργεί θετικά και για έναν ακόμη λόγο: οι τουρίστες αυτοί σέβονται και προσπαθούν να γνωρίσουν την ταυτότητα λαών και τόπων, με αποτέλεσμα να εκτιμούν κάθε ιδιαίτερο τοπικό στοιχείο.

Οι διεθνείς εκθέσεις, αλλά και οι υπόλοιποι γνωστοί τρόποι προβολής και διαφήμισης της τουριστικής Ελλάδας, μπορούν να ενδυναμώσουν τις μεμονωμένες προσπάθειες εξειδικευμένων ελληνικών τουριστικών γραφείων. Έντονη ώθηση μπορεί να δώσει και η ύπαρξη επιδοτούμενων προγραμμάτων της Γ.Γ.Ν.Γ., αλλά και της τοπικής αυτοδιοίκησης. Έτσι θα μπορέσουν οι νέοι να γνωρίσουν τις ομορφιές του ορεινού τουρισμού και της περιπέτειας. Ακόμη, η πρόσβαση στους ορεινούς όγκους πρέπει να γίνει ευκολότερη. Η επικοινωνιακή πολιτική είναι αυτή όμως που θα αναδείξει τα φυσικά κάλλη της Ελλάδας και θα τα κάνει «προσιτά».

Η Ελλάδα που είναι μια χώρα κατεξοχήν ορεινή και που το 80% του εδάφους της καλύπτεται από βουνά, παρουσιάζει αρκετό ενδιαφέρον για όσους θέλουν να αθληθούν και να ζήσουν την περιπέτεια στους ορεινούς όγκους. Υπάρχουν περισσότερες από 80 κορυφές με υψόμετρο πάνω από 2.000 μ., ενώ αρκετές ξεπερνούν τα 2.400 μ. Επίσης, συναντάμε και πολλά φαράγγια με χαρακτηριστικές ομορφιές και ενδιαφέροντα.

Στην Ελλάδα υπάρχουν πολλοί ορειβατικοί σύλλογοι και αρκετά καταφύγια πλήρως εξοπλισμένα. Τα τελευταία χρόνια έχει καθιερωθεί στη χώρα μας ο θεσμός των πολυήμερων διαδρομών στα ελληνικά βουνά. Ύστερα βέβαια, από συνεννόηση με την Ευρωπαϊκή Ένωση Ορειβασίας - Πεζοπορίας. Εδώ πρέπει να σημειωθεί πως δύο από τα οκτώ ευρωπαϊκά μονοπάτια μεγάλων διαδρομών, αφού διασχίσουν πολλές χώρες της Δ. και Α. Ευρώπης καθώς και των Βαλκανίων, καταλήγουν στην Ελλάδα.

Η ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού δίνει πνοή σε ορεινά χωριά και γενικότερα ορεινές περιοχές με οφέλη για τον ντόπιο πληθυσμό. Αν επιχειρήσουμε ένα flash - back θα δούμε ότι στα μέσα της δεκαετίας του '70 δημιουργείται ένα ρεύμα με αίτημα «επιστροφή στη φύση», συμπαρασύροντας και τις δραστηριότητες των ταξιδιωτικών γραφείων. Στην Ευρώπη επικράτησε μια τάση για ταξίδια ανακάλυψης και εξερεύνησης τόπων και ανθρώπων. Στην Αμερική αυτή η τάση εκφράστηκε με μια ροή για ψυχαγωγία με ιδιότυπα σπορ, που ανεβάζουν την αδρεναλίνη και το ενδιαφέρον.

Σήμερα, ο κόσμος επιδιώκει μια βαθύτερη προσέγγιση της ψυχαγωγίας του. Αυτό δε σημαίνει ότι είναι αποτέλεσμα οικολογικής συνείδησης, αλλά μπορεί να εξελιχθεί προς αυτή την κατεύθυνση. Η βασική αιτία είναι το αδιέξοδο του αστικού χώρου.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ.

Αυτό το είδος τουρισμού απευθύνεται σε κάποιες κατηγορίες ανθρώπων που θέλουν να ζήσουν διαφορετικά τις διακοπές τους. Όπως προαναφέραμε είναι άνθρωποι που ανήκουν σε υψηλά εισοδηματικά στρώματα και είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Αυτό το στοιχείο διευκολύνει τη μεταξύ τους επικοινωνία και στην πορεία ξεπερνούν την παρεξηγημένη έννοια του γκρουπ. Ηλικιακά κυμαίνονται από 35 έως 50 ετών.

ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ

Εάν σκοπεύουμε σοβαρά να αυξήσουμε το τουριστικό ρεύμα από ξένους και ντόπιους τουρίστες, λάτρεις της ορεινής περιπέτειας χρειάζεται:

➤ Επιτάχυνση οδοσήμανσης ευρωπαϊκών και ελληνικών μονοπατιών μακρινών διαδρομών.

➤ Έκδοση ενημερωμένων χαρτών με υψομετρικές καμπύλες και ενημερωτικά πολύπτυχα σε τρεις γλώσσες.

- Έκδοση των περιγραφών των διαδρομών στην ελληνική και σε τρεις ξένες γλώσσες.
- Δημιουργία ξενώνων σε χωριά που δεν έχουν καταλύματα και εκσυγχρονισμός σε αυτούς που ήδη υπάρχουν.
- Τριπλασιασμό των κονδυλίων για την οδοσήμανση των διεθνών και εθνικών μονοπατιών E₄ και E₆.
- Ενίσχυση από τα δασαρχεία με εργάτες και μεταφορικά μέσα.
- Κονδύλι για τοπογραφικά σκίτσα, που πρέπει να συνοδεύουν τις περιγραφές.
- Έγκριση κονδυλίων για τους ξενώνες κατά μήκος των μονοπατιών E₄ και E₆. Στους ξενώνες πρέπει να συμπεριληφθούν και τα καταφύγια Α, Β και Γ του Ολύμπου, που εξυπηρετούν τόσο τις ορειβατικές διαδρομές όσο και την αναρρίχηση.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΥΣ ΟΡΕΙΝΟΥΣ ΟΓΚΟΥΣ.

Σ' αυτό το σημείο θα προσπαθήσουμε να παρουσιάσουμε τις κυριότερες δραστηριότητες, που λαμβάνουν χώρα σε ορεινούς όγκους της χώρας μας.

α) Ορεινή πεζοπορία

Είναι μια πολύ όμορφη δραστηριότητα ατομική ή ομαδική που αφορά την κίνηση με τα πόδια και μόνο. Η ορεινή πεζοπορία, είναι η κίνηση πάνω στα βουνά, από μέρη σε γενικές γραμμές βατά. Είναι εύκολη δραστηριότητα και αρκετά προσιτή στον κόσμο.

Μπορεί να κάνει κανείς πορεία ή περίπατο σε όμορφα μέρη της περιοχής συνδυάζοντας πιθανώς επισκέψεις σε αρχαιολογικούς, ιστορικούς χώρους, παραδοσιακούς οικισμούς, παρατήρηση οικοσυστήματος, επίσκεψη σε χώρους παραγωγής ντόπιων προϊόντων, διάσχιση από μια περιοχή στην άλλη ή από το ένα χωριό στο άλλο.

Στην Ευρώπη χιλιάδες άνθρωποι περπατάνε μεμονωμένα ή κυρίως σε οργανωμένες ομάδες και διασχίζουν μεγάλες αποστάσεις στα βουνά σε συνδυασμό με όλα τα παραπάνω.

Στην Ελλάδα συναντάμε πολλές φορές τέτοια γκρουπ ξένων, ειδικά στο βουνό Τύμφη, αλλά όμως χρησιμοποιούν ξένους (!) οδηγούς, που είναι συνήθως εγκατεστημένοι στην Ελλάδα.

Η πολυήμερη πεζοπορία στα μεγάλα ορεινά συγκροτήματα ονομάζεται trekking. Αποτελεί μια από τις πιο αναπτυσσόμενες δραστηριότητες. Απαραίτητο στοιχείο πριν ξεκινήσει το γκρουπ, είναι το δελτίο καιρού, ο έλεγχος του εξοπλισμού, η γνώση της διαδρομής και των σημείων που έχουν εύκολα ή δύσκολα περάσματα, σημεία διαφυγής καθώς και γνώση των σημείων όπου υπάρχει νερό.

Καλό είναι να υπάρχουν ντόπιοι οδηγοί, οι οποίοι ξέρουν καλά την περιοχή και συχνά αναλαμβάνουν να οδηγήσουν τα γκρουπ.

β) Αλπινισμός

Η συστηματική ανάβαση στις Άλπεις για ευχαρίστηση, άσκηση ή επιστημονικές παρατηρήσεις, αλλά και γενικότερα η συστηματική άσκηση πορείας στα βουνά ή ορειβάσια, ονομάζεται αλπινισμός.

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι το σύνολο της δράσης και της πάλης του ανθρώπου, για εξερεύνηση του βουνού και για την κατάκτηση των κορυφών. Στη διαδικασία ανάπτυξης αυτού του σπορ, ο άνθρωπος ανακάλυψε πολύ πιο σπουδαία πράγματα από το στιγμιαίο γεγονός της κατάκτησης της κορυφής.

Μέσα από αυτήν τη διαδικασία, γεμίζει την ψυχή του, καθαρίζει το μυαλό του, δυναμώνει το σώμα του, ανακαλύπτει τον εαυτό του, το συνοδοιπόρο του και γενικά επιτελεί πολλές από τις ψυχικές διεργασίες που χαρακτηρίζουν το ανθρώπινο όν.

Έτσι, παρόλο που κατακτήθηκαν όλες οι κορυφές, η ορειβάσια εξελίχθηκε σε ένα δημοφιλέστατο άθλημα, που πραγματοποιείται όχι τόσο για το «πάτημα» της κορυφής αλλά για την ανάγκη του σημερινού ανθρώπου να βγει στη φύση και να περπατήσει στο βουνό. Μια διαδικασία που του υπόσχεται ψυχαγωγία και άθληση

μέσα από απρόβλεπτες καταστάσεις και κινδύνους όπου η περιπέτεια είναι το κυρίαρχο στοιχείο.

Με το πέρασμα του χρόνου δημιουργήθηκαν κέντρα αθλητισμού, όπου διδάσκεται η σημασία του Αλпинισμού καθώς και οι τρόποι που πρέπει να χρησιμοποιούνται για την ανάβαση. Παράλληλα η οικονομική ανάπτυξη, η πρόοδος στις συγκοινωνίες και τα ξενοδοχεία διευκόλυναν πολύ τους αλπινιστές, σε σημεία που μέχρι πρόσφατα δεν υπήρχαν ούτε ξενοδοχεία, ούτε δρόμοι.

γ) Ποδηλασία βουνού (mountain bike)

Είναι ένα δυναμικό και ταχύτατα αναπτυσσόμενο σπορ, παγκοσμίως. Στην Ελλάδα, παρόλο που κυκλοφορούν πολλά τέτοια ποδήλατα, χρησιμοποιούνται κυρίως για χρήση στις πόλεις και την άσφαλτο. Η χώρα μας ενδείκνυται για την ανάπτυξη και τη διάδοση αυτού του είδους ορεινού τουρισμού, με ποδήλατο βουνού και μάλιστα όλες τις εποχές του χρόνου.

Υπάρχουν απεριόριστοι συνδυασμοί πανέμορφων και συναρπαστικών διαδρομών, μέσα από μέρη που πάτησε μόνο ανθρώπινο πόδι. Το ποδήλατο βουνού λόγω της κατασκευής του μπορεί να περάσει μέσα από ορεινά μονοπάτια και πλαγιές, δίνοντας τη δυνατότητα διασχίσεως μεγάλων αποστάσεων, που δεν μπορεί να πάει άλλο μέσο. Οι δυνατότητες του ποδηλάτου βουνού, με λίγη εξάσκηση του αναβάτη, είναι απεριόριστες αφού η κατάλληλη κατασκευή του βοηθάει τον ποδηλάτη να πηγαίνει σχετικά ξεκούραστα.

Είναι σχεδόν σίγουρο, ότι οι οργανωμένες και ομαδικές διαδρομές, θα συντελέσουν καθοριστικά στην αναβάθμιση εγκαταλελειμμένων οικισμών και απομακρυσμένων χωριών. Ήδη στο εξωτερικό, γίνονται κάθε χρόνο οργανωμένες διαδρομές αποστάσεων από μια περιοχή σε άλλη ή και διασχίσεις ολόκληρων χωρών. Πιστεύουμε εκ των πραγμάτων, ότι σε λίγο καιρό, το mountain bike θα αποτελέσει δημοφιλή μορφή τουρισμού.

Στην Ελλάδα σήμερα, εκτός από τα προγράμματα άθλησης και περιπέτειας με mountain bike, που περιλαμβάνονται σε ειδικά πακέτα εξειδικευμένων τουριστικών γραφείων, συναντάμε το άθλημα αυτό και σε αγώνες που διοργανώνονται από ορειβατικούς συλλόγους. Τέτοιοι αγώνες διοργανώνονται στα Άγραφα, διαδρομή

Λιανοκλάδι - Καρδίτσα, στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου και στην περιοχή της Ροδόπης. Βέβαια, παρόμοιοι αγώνες μπορούν να διεξαχθούν και σε πολλά άλλα μέρη της ενδοχώρας.

δ) Αναρρίχηση

Είναι μια αθλητική έκφραση με μακρά ιστορία στο χρόνο. Πάντα γοήτευε τον άνθρωπο ο δρόμος προς την κορυφή, γιατί τον έκανε να νιώθει κατακτητής.

Η αναρρίχηση, -άθλημα με ενδιαφέρον που παραμένει αμείωτο καθόλη τη διάρκεια της διεξαγωγής του- συνδυάζεται πολλές φορές και με την πεζοπορία και την ορειβασία. Επίσης, μπορεί να περιληφθεί και στο πρόγραμμα διεξαγωγής του canyoning.

Ο αθλητής που συμμετέχει στο πρόγραμμα πρέπει να διαθέτει κάποια καλή φυσική κατάσταση. Η χώρα μας διαθέτει πολλά βουνά ιδανικά για να απολαύσει ο ορεινός τουρίστας την αναρρίχηση. Τον ειδικό εξοπλισμό, που είναι αναγκαίος για την επιτυχή διεξαγωγή αυτού του δυναμικού αθλήματος, μπορεί να τον προμηθευτεί ο τουρίστας - επισκέπτης από διάφορους συλλόγους ορειβασίας. Οι σύλλογοι το δανείζουν στον αθλητή - τουρίστα για τη διάρκεια του προγράμματος. Επίσης, εξειδικευμένα γραφεία που διοργανώνουν τέτοιες εκδρομές, μέσα στην τιμή του πακέτου, περιλαμβάνουν και την ενοικίαση του εξοπλισμού.

Ιδανικά μέρη για αναρρίχηση στην Ελλάδα, είναι οι απόκρημνες πλαγιές του Παρνασσού, και πιο συγκεκριμένα οι ορθοπλαγιές Κούβελο ή Ζεμενό. Επίσης στην περιοχή του Τσάρκου, το Στρογγυλό, τις Φαιδριάδες Πέτρες, τα Μαύρα Λιθάρια κ.α.

ε) Rafting

Η απόδοση του όρου στα ελληνικά είναι περιγραφική: κατάβαση ποταμού με σχεδία, με τη μορφή ασφαλώς που έχει σήμερα. Ένα τέτοιο σκάφος πρέπει να έχει ειδικές προδιαγραφές για τέτοιου είδους χρήση, εφόσον βεβαίως η κατάβαση πραγματοποιείται σε βαθμολογημένο ποτάμι.

Η στολή του rafter περιλαμβάνει σχετικό κράνος, ειδικό σωσίβιο με άνωση διπλάσια αυτών της θάλασσας και στολές νεοπρέν για το κρύο νερό. Ο εξοπλισμός συμπληρώνεται με το ειδικό κουπί αλουμινίου, σχοινί διάσωσης, που κρατάει ο

οδηγός και φαρμακείο. Το σύνηθες μέγεθος της βάρκας είναι χωρητικότητας 7-9 ατόμων. Ο οδηγός της βάρκας ευθύνεται για τη σωστή κίνηση της βάρκας.

Το rafting είναι ένα κατεξοχήν ομαδικό και κοινωνικό άθλημα. Για να ξεκινήσει κανείς rafting, δε χρειάζονται ιδιαίτερες γνώσεις, εκτός από τη γνώση κολύμβησης. Όσο για την ηλικία, στα εύκολα ποτάμια δεν παίζει ρόλο. Τα πράγματα διαφοροποιούνται όταν μιλάμε για δυσκολότερα ποτάμια.

Το rafting ξεκίνησε στα μεγάλα ποτάμια της Αμερικής από την ανάγκη μεταφοράς εμπορευμάτων. Στην Ευρώπη ήρθε ως σπορ μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Στην Ελλάδα, η πρώτη κατάβαση έγινε στις αρχές της δεκαετίας του '60.

Ποτάμια που προσφέρονται για καταβάσεις στην Ελλάδα είναι: ο Αχελώος, ο Ταυρωπός, ο Τρικεριώτης, ο Βενέτικος, ο Αλιάκμονας, ο Νέστος και ο Εύηνος. Ένα ιδιαίτερα δύσκολο ποτάμι είναι ο Άραχθος ενώ το δυσκολότερο ποτάμι στη χώρα μας είναι ο Αώος.

στ) Parapente

Είναι μια ελλειψοειδής πτέρυγα, που συνδέεται με το κάθισμα ζώνη του πιλότου, μέσω ενός συστήματος από ιμάντες και αρτάνες. Ακολουθώντας τις θερμές αέρινες μάζες, που οδεύουν προς τον ουρανό, διανύει μεγάλες αποστάσεις σε πτήσεις που μπορούν να κρατήσουν αρκετές ώρες. Είναι εύκολο στην εκμάθησή του, καθώς τα εκπληκτικά πτητικά χαρακτηριστικά του, το ανέδειξαν ως το πιο δημοφιλές αεράθλημα της τελευταίας δεκαετίας. Τα ατυχήματα είναι σχεδόν ανύπαρκτα και όλα εξαρτώνται από την ποιότητα της εκπαίδευσης των νέων πιλότων, που θέλουν να μετρήσουν τις δυνατότητές τους στο συναρπαστικό αυτό σπορ.

ζ) Είναι η κατάβαση με σχοινί εντυπωσιακών φαραγγιών, μέσα από δροσερούς καταρράκτες και φυσικές πισίνες, στις οποίες κολυμπάνε οι συμμετέχοντες, προκειμένου να τις διασχίσουν. Είναι ένα σπορ, που προσφέρει έντονες συγκινήσεις σε ένα μεγαλειώδες φυσικό τοπίο. Δεν απαιτείται καμιά ειδική γνώση. Παρολ' αυτά πρέπει ο επισκέπτης να είναι σε καλή φυσική κατάσταση και να διαθέτει αποφασιστικότητα.

Είναι ένα άθλημα, που προσφέρει περιπέτεια, συγκινήσεις και μοναδικές εμπειρίες. Ξεχωριστά μέρη για τέτοιες περιπέτειες, είναι το φαράγγι στις πλαγιές του Τυμφρηστού στην Ευρυτανία, η δύσκολη χαράδρα της Βαρσάμωσ στον Παρνασσό, η χαράδρα του Βίκου στα Ζαγοροχώρια κ.α.

6. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Παρακάτω, παρουσιάζουμε μια μελέτη για την ανάπτυξης περιοχής των Ιωαννίνων στα πλαίσια του χειμερινού - ορεινού τουρισμού. Είναι μελέτη που διεξήγαγε ο ΕΟΤ και αποτελεί ένα καλό παράδειγμα - απόδειξη για το πόσο μπορεί να βοηθήσει η ορθολογική ανάπτυξη μιας περιοχής, μέσω των ειδικών μορφών τουρισμού και την τουριστική ανάπτυξη κατά το χειμώνα.

Μελέτη ανάπτυξης της περιοχής Ιωαννίνων στα πλαίσια του χειμερινού τουρισμού.

Στα πλαίσια ανάπτυξης του χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα ο ΕΟΤ Έκανε μία μελέτη για την περιοχή των Ιωαννίνων. Από τη μελέτη αυτή προκύπτει ότι η περιοχή του Ζαγορίου - Ιωαννίνων είναι η μόνη περιοχή του νομού και της Ηπείρου η οποία έχει τις περισσότερες και ευνοϊκότερες προϋποθέσεις αλλά και δυνατότητες τουριστικής υποδομής για την ανάπτυξη ενός πολύπλευρου και πολύμορφου τουρισμού μέσης και υψηλής στάθμης. Τουρισμός που εγγυάται τη δημιουργία μιάς καλώς θεμελιωμένης και επιτυχημένης τουριστικής επιχειρήσεως με εξασφαλισμένη την τοποθέτηση των κεφαλαίων και με αντίστοιχα εξασφαλισμένα κέρδη.

Οι δυνατότητες ανάπτυξης του πολύμορφου και πολύπλευρου αυτού τουρισμού αφορούν όλο το χρόνο και ειδικότερα τη χειμερινή περίοδο για την οποία τόσο ενδιαφέρεται το κράτος.

Όσον αφορά την τουριστική υποδομή της περιοχής του Ζαγορίου και τα φυσικά του χαρακτηριστικά, πρέπει να αναφερθούμε στα εξής σημεία:

1. Στη χαράδρα του Βίκου ένα γεωλογικό φαινόμενο το οποίο είναι μοναδικό και ανεπανάληπτο σε ολόκληρη την Ευρώπη.

2. Στα ωραιότερα και για τουλάχιστο έξι μήνες χιονοδρομικά πεδία της Γκαμήλας, και της Μπάλτας Βρυσχωρίου και για λιγότερο χρονικό διάστημα τα πεδία του Γυφτόκαμπου, Κουκουρούζου, Καζάρμας κ.α.

3. Στους ορεινούς όγκους της Γκαμήλας, Κουκουρούζου, Τσιούκας, Μιτσικελίου κ.α.

4. Στις απόκρημνες πλευρές του Βίκου.

5. Στα απέραντα σε χλωρίδα και πανίδα δάση.

6. Στα ποτάμια Βίκου - Βοϊδομάτη, Αώου, Αράχθου και τα στενά Άνω Βίκου, Αράχθου, Αώου.

Οι μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην περιοχή είναι:

▲ Περιήγηση στις χαράδρες του Βίκου και Αώου, στην Γκαμήλα με τελεφερίκ, πεζοπορία στα δάση και στους ορεινούς όγκους και περιήγηση με το αυτοκίνητο στα πανέμορφα παραδοσιακά χωριά.

▲ Ορειβασία στους ορεινούς όγκους Γκαμήλα, Κουκουρούζου, Τσιούκας, Μιτσικελίου κ.α.

▲ Αναρρίχηση στις απόκρημνες πλευρές της χαράδρας του Βίκου, της Αστράκας, στο Χαμούρι Κοζακίου κ.α.

▲ Χιονοδρομίες στα ωραιότατα χιονοδρομικά πεδία της Γκαμήλας, Μπάλτας, Βρυσχωρίου, Κουκουρούζου κ.α.

▲ Ψάρεμα πέστροφας στα ποτάμια Βίκου - Βοϊδομάτη, Αώου, Αράχθου και στα μελλοντικά φράγματα της ΔΕΗ στα στενά Βίκου, Αράχθου, Αώου.

▲ Κυνήγι στα πλούσια σε χλωρίδα και πανίδα δάση καθώς και στις περιοχές του Ζαγορίου.

Για την τουριστική αξιοποίηση του Βίκου, Γκαμήλας, Αώου και της υπόλοιπης περιοχής Ζαγορίου, απαιτείται η κατασκευή των παρακάτω έργων:

1.ΤΕΛΕΦΕΡΙΚ

Γραμμή διπλής κυκλοφορίας με αναβατήρες των είκοσι ατόμων. Η διαδρομή που ακολουθείται είναι: γέφυρα Κόκορη και κατά μήκος της χαράδρας του Βίκου και σε ύψος 30-40 μέτρων από τη κοίτη του ποταμού, μέχρι του σημείου όπου συνενώνεται με το Μεγάλο Λάκκο. Στο σημείο αυτό δημιουργείται διακλάδωση αντίθετα του Μεγάλου Λάκκου και μέχρι του σημείου που παρουσιάζει τουριστικό ενδιαφέρον. Από τη διακλάδωση προχωρεί στο χωριό Βίκος ακολουθώντας την κοίτη του ποταμού και από το χωριό του Βίκου στο χωριό Πάπιγγο. Από εκεί προχωράει στη Δρακόλιμνη όπου ενώνεται με την πρώτη γραμμή και δημιουργεί κλειστό κύκλωμα.

2. ΤΕΛΕΣΙΕΖ

Οι γραμμές τελεσιέζ απαιτούνται για την ανάβαση των χιονοδρόμων στα σημεία εκκινήσεως για χιονοδρομίες.

3. ΦΩΤΑΓΩΓΗΣΗ ΤΗΣ ΧΑΡΑΔΡΑΣ ΤΟΥ ΒΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΜΕΓΑΛΟΥ ΛΑΚΚΟΥ

Για τη δημιουργία μίας φαντασμαγορικής θέας στη χαράδρα και την επίτευξη του αντίστοιχου Ήχου και Φως - Φως και Φύση. Η χαράδρα θα πρέπει να φωταγωγηθεί με προβολείς ισχυρούς και έγχρωμους για τη δημιουργία χρωματισμών στους βράχους. Η φωταγωγή θα πρέπει να διαρκεί μόνο δύο ώρες και τούτο για την προστασία των αγριμιών.

4. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΣΤΑΘΜΟΙ ΥΠΟΔΟΧΗΣ

Στην περιοχή του Βίκου, Γκαμήλας, Αώου επιβάλλεται να γίνουν:

- ⊖ Ξενοδοχεία που θα διαθέτουν εκτός των κλινών μπαρ και εστιατόρια.
- ⊖ Σταθμοί υποδοχής που να διαθέτουν κλίνες, μπαρ και εστιατόρια.

⊖ Μετατροπή των αρχοντικών σε ξενώνες με μπαρ και εστιατόρια στα χωριά: Δίλοφο, Δίκορφο, Διπόταμο, Νεγάδες, Κήποι, Κουκούλι, Τσεπέλοβο, Ελαφότοπος, Αρίστη, Άγιος Μηνάς, Πάπιγγο. Η δυναμικότητά τους θα εξαρτηθεί από τον όγκο τους.

☉ Θα πρέπει να γίνουν ξενώνες των 20-40 κλινών με μπαρ και εστιατόρια.

Τα ξενοδοχεία, οι σταθμοί υποδοχής, οι ξενώνες και κάθε άλλο κτίσμα που τυχόν χτιστεί στην περιοχή, θα πρέπει να έχει Ζαγορίσια αρχιτεκτονική.

Ο προϋπολογισμός των δαπανών κατασκευής έργων στην περιοχή του Βίκου, Γκαμήλας και Αώου ανέρχεται σε 100 εκ. δρχ. Η μετατροπή των αρχοντικών σε ξενώνες και η επίπλωσή τους, αλλά και η κατασκευή διαφόρων άλλων έργων, π.χ. περίφραξη και εμπλουτισμός κυνηγετικής περιοχής, συντήρηση αρχοντικών κ.α. είναι οι δαπάνες που περιλαμβάνονται.

Ο αριθμός αφίξεων στην πόλη των Ιωαννίνων προβλέπεται σε 550.000 και σε διανυκτερεύσεις να αγγίζουν αισίως τις 850.000.

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι τα έργα αναπαλαίωσης των αρχοντικών και μετατροπής αυτών σε ξενώνες καθώς και η κατασκευή ξενώνων είναι σημαντικά, προκειμένου να επιτύχουμε την ύπαρξη ποικιλίας στην περιοχή Ζαγορίου. Κι αυτό γιατί θα προσφέρουμε στον επισκέπτη κάτι περισσότερο από αυτά που θα βρει στο συγκρότημα Βίκου, Γκαμήλας, Αώου, ώστε οι τουρίστες να μην κυριευθούν από ανία, που είναι και η βασική αιτία φυγής τους. Τέλος, με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται ολοκληρωτική αξιοποίηση του Ζαγορίου. Αυτό αποτελεί ένα γεγονός που θα πρέπει να θεωρηθεί αναπόσπαστο τμήμα του κυρίως τουριστικού έργου του Βίκου, Γκαμήλας, Αώου, Ζαγοροχωρίου.

Το έργο αυτό θα επιφέρει και κάποια γενικότερα οφέλη τόσο από την κατασκευή του όσο και από τη λειτουργία του. Τα οφέλη αυτά είναι:

1. Το κράτος θα υποχρεωθεί να επισπεύσει την κατασκευή και την ολοκλήρωση του επαρχιακού οδικού δικτύου της περιοχής Ζαγορίου σε σύντομο χρονικό διάστημα. Η κατασκευή του οδικού δικτύου θα έχει ευμενείς επιπτώσεις στη βιομηχανική ανάπτυξη του δασικού πλούτου της περιοχής και στην έρευνα και εκμετάλλευση του υπόγειου μεταλλευτικού πλούτου. Για την ύπαρξή του υπάρχουν πολλές ενδείξεις.

2. Θα επέλθει σοβαρή αύξηση του εισοδήματος των κατοίκων της περιοχής και θα δημιουργηθούν πολλές και διάφορες θέσεις εργασίας. Κάτι που αποτελεί βασικό αίτιο επαναπατριsmού των Ζαγορισίων και την εγκατάσταση νέων κατά

ηλικία οικογενειών με τελικό αποτέλεσμα την αξιοσημείωτη αύξηση του πληθυσμού της περιοχής.

3. Θα έχει θετικά αποτελέσματα στην εθνική οικονομία από την ανάλογη εισαγωγή συναλλάγματος και τέλος στην οικονομία της Ηπείρου και ειδικότερα του νομού Ιωαννίνων. Κι αυτό γιατί ολόκληρος ο προβλεπόμενος αριθμός επισκεπτών που θα περάσει, θα μείνει στην περιοχή και θα ξοδέψει. Από την αιτία αυτή η Ήπειρος και ο Ν. Ιωαννίνων θα έχει πρόσθετα κέρδη.

Επίσης, κέρδη θα υπάρχουν και από τον ανεφοδιασμό του τουριστικού συγκροτήματος και της υπόλοιπης περιοχής Ζαγορίου σε τρόφιμα και σε άλλα είδη πρόσθετα επί πλέον των σημερινών κερδών. Τέλος, θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας.

Για το έργο αυτό απαιτούνται κάποιες προκαταρκτικές εργασίες και καθήκοντα, τα οποία είναι:

A) Η σύσταση ολιγομελούς ομάδας εργασίας, της οποίας τα μέλη να είναι προοδευτικά, με διάθεση να ενστερνιστούν τα παραπάνω και να αποφασίσουν ότι πρέπει να εργασθούν με πείσμα και υπομονή για πραγμάτωση και υλοποίησή τους.

Σαν πρώτος στόχος και επιδίωξη της ομάδας αυτής, πρέπει να είναι η σύνταξη της τεχνο-οικονομικής μελέτης. Κι αυτό γιατί όπως προαναφέραμε, το αναγραφόμενο κόστος κατασκευής των έργων γίνεται από αυτή τη μελέτη, κατ' εκτίμηση και μάλιστα εμπειρική.

Λόγω του μεγάλου κόστους της τεχνο-οικονομικής μελέτης, η ομάδα εργασίας πρέπει να απευθυνθεί στο ίδιο το κράτος ώστε αυτή να συνταχθεί μέσω του ΕΛ.ΚΕ.ΠΑ. ή του ΚΕΠΕ ή να χρηματοδοτηθεί η σύνταξή της μέσω του ΕΟΤ από το κονδύλι επενδύσεων ή από πιστώσεις Πιστωτικών Ιδρυμάτων που ελέγχονται από αυτό, εφόσον λόγω της ιδιομορφίας και της πρωτοτυπίας για την Ελλάδα, απαιτείται να ανατεθεί η σύνταξη της μελέτης σε ειδικό γραφείο της ημεδαπής ή αλλοδαπής.

Για την επιτυχία του πρώτου στόχου η ομάδα πρέπει να χρησιμοποιήσει όλους εκείνους και ιδιαίτερα τους εκπροσώπους του νομού και της Ηπείρου, που κατά την κρίση της θα μπορέσουν να δώσουν θετική βοήθεια στις προσπάθειές της για την πραγματοποίηση των στόχων της.

Βασική προϋπόθεση και καθήκον της ομάδας πρέπει να είναι ότι σε καμία περίπτωση δεν θα επιτρέψει να δημιουργηθεί έστω και η ελάχιστη υποψία, πως η προσπάθεια και το έργο αυτό πολιτικοποιείται. Για να μη συμβεί αυτό προτείνεται η ομάδα αυτή να περιλαμβάνει άτομα κύρους, αλλά ανήκοντα σε όλα ή τα περισσότερα πολιτικά κόμματα ώστε να αποφεύγεται η πολιτική σκοπιμότητα που παίζει καθοριστικό και επιζήμιο ρόλο στο σχεδιασμό και την εκτέλεση αναπτυξιακών έργων.

Β) Δεύτερο καθήκον της ομάδας είναι να έλθει σε επαφή και συνεργασία με τις αρμόδιες αρχές και υπηρεσίες, τη νομαρχία, τον ΕΟΤ, το υπουργείο Προεδρίας, τις κοινότητες της περιοχής Ζαγορίου. Στόχος θα είναι τόσο η ενημέρωση τους όσο και η τακτοποίηση των διαδικασιών και τυχόν όρων, που ίσως προβληθούν. Τέλος, η επίλυση των διαφωνιών ή αντιρρήσεων που ίσως παρουσιασθούν.

Γ) Η ομάδα να ετοιμάσει εγκαίρως το ιδρυτικό καταστατικό της εταιρίας που θα αναλάβει το έργο. Θα πρέπει ψυχολογικά το πλατύ κοινό να δεχτεί τη συμμετοχή του στην εταιρία, αγοράζοντας όσο το δυνατόν περισσότερες μετοχές της.

Συνιστάται, η ομάδα αυτή να κινηθεί με μεθοδευμένη ταχύτητα και επιδεξιότητα για να μην περιέλθει και περιπλακεί το θέμα αυτό στα γρανάζια της γραφειοκρατίας και τελικά εκφυλιστεί και ατονήσει όπως συνέβη και σε άλλες αναπτυξιακές προσπάθειες κατά το παρελθόν.

Στη συνέχεια θα ήταν σκόπιμο, να συγκρίνουμε την έρευνα αυτή για το νομό Ιωαννίνων και τη γενικότερη περιοχή της Ηπείρου με την υπάρχουσα υποδομή στο εξωτερικό.

Όλοι γνωρίζουμε ότι στο ορεινό συγκρότημα των Άλπεων έχει αναπτυχθεί ο καλύτερος και ο πιο οργανωμένος χειμερινός τουρισμός. Το κάθε κράτος στα όρια του οποίου ανήκουν τμήματα των Άλπεων και ειδικότερα η Ελβετία, ανέπτυξε το χειμερινό τουρισμό στο μεγαλύτερο δυνατό σημείο, μεταβάλλοντάς τον σε μια επικερδή βιομηχανία.

Αξιοσημείωτα άλματα έκανε την τελευταία πενταετία και η Γαλλία. Στο δικό της τμήμα των Άλπεων, κατασκεύασε αλυσίδα ξενοδοχείων συνολικής δυνάμεως

380.000 κλινών. Επίσης έφτιαξε και όλες τις υπόλοιπες εγκαταστάσεις που απαιτούνται για την ανάπτυξη ενός καλά οργανωμένου χειμερινού τουρισμού.

Τα στοιχεία που μπορέσαμε να συγκεντρώσουμε για ολόκληρο το συγκρότημα των Άλπεων είναι τα εξής:

- Τα κάθε είδους ξενοδοχεία που υπάρχουν εκεί έχουν συνολική δύναμη κλινών 1.500.000 και οι πραγματοποιηθείσες διανυκτερεύσεις ξεπερνούν τα 150.000.000.
- Ολόκληρο το συγκρότημα των Άλπεων έχει 2.500 εναέριες συρματοτροχιές στις οποίες κυκλοφορούν 9.000 αναβατήρες που μπορούν να εξυπηρετούν 320.000 άτομα την ώρα.
- Τα κέρδη που πραγματοποιούνται θεωρούνται αστρονομικά για την Ελλάδα και ανέρχονται σε πολλές δεκάδες δισεκατομμύρια δραχμές, με τάση να αυξάνουν κάθε χρόνο όλο και περισσότερο.
- Δεκάδες χιλιάδες θέσεις έχουν δημιουργηθεί και εκατοντάδες χιλιάδες άνθρωποι ασχολούνται σε άμεσες και έμμεσες εργασίες από τις οποίες κερδίζουν μεγάλα ποσά κάθε χρόνο. Τέλος, πρέπει να αναφέρουμε ότι αξιοποιήθηκε και η τελευταία γωνιά των Άλπεων.

Με τα παραπάνω στοιχεία που αναφέρθηκαν, δεν θέλουμε να γίνει πιστευτό, ότι η περιοχή Βίκου, Αώου, Γκαμήλας, Ζαγοροχωρίων θα μπορέσει να αναπτυχθεί σε αυτό το επίπεδο και να ανταγωνιστεί τον τουρισμό των Άλπεων. Πιστεύεται όμως, ότι είναι δυνατό να αναπτυχθεί σε ένα ποσοστό 3-5% έναντι των Άλπεων, με προοπτική το ποσοστό αυτό να αυξάνει κάθε χρόνο και να επιφέρει τα προσδοκώμενα κέρδη που φυσικά δεν μπορούν να συγκριθούν σε καμία περίπτωση με αυτά των Άλπεων. Σ' αυτό το σημείο, θα πρέπει να τονισθεί, ότι όλα όσα έγιναν στο συγκρότημα των Άλπεων, δεν έγιναν μέσα σε ένα χρόνο αλλά σιγά-σιγά.

Γεγονός αναμφισβήτητο είναι ότι η περιοχή αυτή στο σημείο της χαράδρας του Βίκου, είναι μοναδική στην Ευρώπη και προσφέρει όλες τις προϋποθέσεις και προοπτικές να εξελιχθεί σε ένα τουριστικό κέντρο ευρωπαϊκής προβολής χειμερινού και θερινού τουρισμού υψηλού επιπέδου. Έτσι, η τοπική οικονομία θα ωφεληθεί

πολλά, το κράτος θα εισπράξει σοβαρό ποσό συναλλάγματος και οι μέτοχοι της εταιρίας θα έχουν μακροχρόνια εξασφαλισμένα κέρδη.

Επίσης, πιστεύεται ότι η εταιρία θα παίξει σημαντικό οικονομικό ρόλο στην ανάπτυξη της περιοχής της Ηπείρου γενικά. Αν αναλάβει το ρόλο της μητρικής εταιρίας ιδρύοντας άλλες θυγατρικές, θα αξιοποιηθούν έτσι οι πλουτοπαραγωγικές πηγές του τόπου και τα κέρδη θα αποταμιευθούν προκειμένου να διοχετευθούν σε αναπτυξιακές δραστηριότητες.

Τέλος, θέλουμε να πιστεύουμε ότι η απλή και εμπειρική από τεχνικής πλευράς, αλλά αξιοσημείωτη από πλευράς συλλήψεως ιδέα, θα τύχει ιδιαίτερης προσοχής των αρμοδίων κρατικών φορέων και τοπικών οικονομικών παραγόντων. Επίσης, προσοχή να δείξουν και όσοι από αυτούς ενδιαφέρονται για την οικονομική, βιομηχανική και τουριστική ανάπτυξη του τόπου αυτού που λέγεται Ζαγόρι, νομός Ιωαννίνων, Ήπειρος.

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ**ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗ****1. Η ΓΕΝΕΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ ΣΤΗ ΜΕΣΗΜΒΡΙΝΗ****ΓΑΛΛΙΑ**

Προς το τέλος του 18^{ου} αιώνα την εποχή του προ τουρισμού αναπτύσσεται στη Γαλλία ο ιαματικός τουρισμός (thermalisme), που ανταποκρίνεται από τότε στις κλασσικές εκφράσεις, πηγαίνω στα λουτρά ή για να πιω νερό.

Στο δεύτερο μισό του 18^{ου} αιώνα, στην εποχή του ρομαντισμού, οι Γάλλοι, αλλά και κατά κύριο λόγο οι ευγενείς από την Αγγλία, δείχνουν ενδιαφέρον για τις ιαματικές πηγές. Στην ιστορία του τουρισμού στο τέλος του 17^{ου} αιώνα αναφέρεται η γένεση του πρώτου ιαματικού σταθμού, είναι η Βρετανική πόλη Bath, κοντά στο Bristol. Σιγά-σιγά όλες οι λουτροπόλεις δημιούργησαν μια σταθερή παράδοση δηλ. το κτίριο των ιαματικών πηγών να είναι νεοκλασικού ρυθμού μέσα σε τεράστιο πάρκο, με καζίνο και περίπτερο μουσικής και να επαναλαμβάνονται οι ίδιοι τύποι ψυχαγωγίας και διασκέδασης.

Ο χειμερινός περιηγητής δηλ. αυτός που κάνει διαχείμαση σαν έκφραση αγνοείται στον 18^ο αιώνα και στα λεξικά του 19^{ου} αιώνα. Η πρώτη ανάλογη έκφραση οφείλεται στον Πολωνό κόμη, Moszanski, ο οποίος έγραψε στο τέλος του 18^{ου} ότι οι Άγγλοι «εγκαταλείπουν την πατρίδα τους με την προσέγγιση του χειμώνα», για να «πάνε, όπως τα χελιδόνια, να ζητήσουν πιο γλυκά κλίματα».

Η Νίκαια στις παραμονές του 1914 υποδεχόταν 150000 τουρίστες παραχείμασης και ήταν πολύ της μόδας να περνάς στην Κυανή Ακτή τις κρύες ημέρες. Αναφέρεται μάλιστα, το 1776, ένας αριστοκρατικός όμιλος Άγγλων στη Γαλλία γνωστός με το όνομα Suizer, γεγονός που δείχνει ότι οι Άγγλοι μετά το τέλος του χειμώνα, την άνοιξη, εγκατέλειπαν τη Νίκαια. Αυτός ο ρυθμός εποχικότητας του τουρισμού ίσως μας αποκαλύπτει ότι ο τουρισμός γεννήθηκε εποχιακός σύμφωνα με τους σύγχρονους Γάλλους συγγραφείς τουρισμού.

Τα στοιχεία που συνέθεσαν το ενδιαφέρον για παρατεταμένη διαμονή των Άγγλων στη Νίκαια (Οκτώβριο ως Μάιο) ήταν η καλύτερευση της υγείας τους, ο

θαυμασμός για τη Μεσημβρινή Γαλλία και κυρίως το ενδιαφέρον τους για τη χλωρίδα. Είναι η ιδέα της διαμονής στη Μεσημβρία το χειμώνα παρά το καλοκαίρι, διότι αξίζει η φυγή από τις χώρες του Βορρά κατά την εποχή του κρύου και ακόμα το αίσθημα των αργόσχολων να σχηματίζουν ιδιαίτερους κύκλους συντροφιάς. Όλα αυτά τα ενδιαφέροντα, συγκεντρωμένα σ' ένα τόπο, δημιούργησαν τη χειμερινή τουριστική εποχή δηλαδή αυτό που ονομάζουμε παραχείμαση.

Συμπερασματικά, η προσέλκυση οφειλόταν σε λόγους καθαρά κλιματικούς και η κοινωνική ζωή στις ιαματικές πηγές, συνεχίζεται με ατομική αναψυχή το χειμώνα.

2. ΑΚΡΙΒΗΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ.

Η μορφή αυτή του τουρισμού αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά τη διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα και περιοχές με μεγάλη ηλιοφάνεια. Δίνοντας λοιπόν έναν ορισμό για τον τουρισμό διαχείμασης ή παραχείμασης θα μπορούσαμε να πούμε ότι αφορά τη τουριστική διαμονή μακράς διάρκειας (τουλάχιστον τέσσερις εβδομάδες) κατά τη χειμερινή περίοδο. Τα άτομα που μετέχουν σε αυτής της μορφής τον τουρισμό είναι κατά το πλείστον άτομα τρίτης ηλικίας που δεν επιθυμούν να κάνουν διακοπές σκι, έχουν ευχέρεια και ελεύθερο χρόνο στη διάθεσή τους καθώς και σταθερό εισόδημα. Συνήθως πρόκειται για συνταξιούχους με διάθεση για παραπέρα άνεση που συχνά αναζητούν προσιτές τιμές. Η ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης θα εξαρτηθεί από πολλούς παράγοντες κυρίως όμως από την αρτιότητα των τουριστικών πακέτων παραχείμασης και φυσικά από την τιμή διάθεσής τους στην τουριστική αγορά. Ένα άλλο σημαντικό χαρακτηριστικό της είναι ότι ρέπει προς χώρους και εποχές απαλλαγμένες από τουριστική συμφόρηση και επομένως είναι από τη φύση του αντιεποχικός και αποκεντρωτικός. Για τους μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς που πάσχουν από εποχικότητα της ζήτησης και υπερσυγκέντρωση της προσφοράς αυτό το είδος τουρισμού είναι ιδιαίτερα ευπρόσδεκτο και επιπλέον με παραπέρα προοπτικές ανάπτυξης. Δε μπορούμε λοιπόν να παραλείψουμε την οργανική σχέση που υπάρχει μεταξύ της πολιτικής για άμβλυνση της εποχικότητας και για επέκταση της τουριστικής

περιόδου όπως και του τουρισμού παραχείμασης, ως ειδικής μορφής τουρισμού τρίτης ηλικίας. Οι ιδιομορφίες του τουρισμού παραχείμασης σε σχέση πάντα με άλλες μορφές τουρισμού, αφορούν βασικά την επιλογή των προορισμών, τη διάρκεια της παραμονής και αναμφισβήτητα τις κοινωνικές τάξεις των τουριστών παραχείμασης.

Ο τουρισμός παραχείμασης γίνεται σε μέρη με ήπιο κλίμα, με κύριους προορισμούς τις ακτές και τα νησιά της Ιαπωνίας, Πορτογαλίας και Ισπανίας. Αντίθετα η γαλλική Ριβιέρα και η Μαδέρα είναι περισσότερο περιοχές δεύτερης κατοικίας των πλούσιων βορειοευρωπαίων. Όπως ήδη έχει αναφερθεί η διάρκεια παραμονής, όταν πρόκειται για ένα ταξίδι το έτος είναι άνω των τεσσάρων εβδομάδων, ενώ αντίθετα όταν πρόκειται για περισσότερα από ένα ταξίδια, η διάρκεια είναι δύο έως τρεις εβδομάδες κατά ταξίδι.

Εξάλλου οι κλιματολογικές συνθήκες μπορεί να παίζουν ίσως το βασικότερο ρόλο για την επιλογή ενός τόπου για χειμερινό τουρισμό και τη διάρκεια παραμονής σ' αυτόν, παράλληλα όμως το κόστος διαβίωσης στον τόπο παραχείμασης και το διαθέσιμο εισόδημα του τουρίστα καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό το μέγεθος της τουριστικής κίνησης στον εκάστοτε προορισμό.

Τέλος, αναμφισβήτητα η κοινωνική τάξη από την οποία προέρχονται οι διαχειμαστές, είναι εξίσου προσδιοριστικός παράγοντας τόσο όσον αφορά τη συμπεριφορά του τουρίστα, όσο φυσικά και το καταναλωτικό του πρότυπο. Είναι πάντως γεγονός ότι οικονομικά, οι τουρίστες παραχείμασης ανήκουν στα δύο άκρα της ομάδας των ατόμων με μεσαία εισοδήματα.

Υπάρχουν κι άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης που μπορεί να είναι είτε εξωγενείς, όπως το κλίμα, η πρόωρη συνταξιοδότηση ή η διαφορά του κόστους ζωής μεταξύ της χώρας πηγής και της χώρας δέκτριας τουριστών, είτε μπορεί να είναι καθαρά τουριστικοί λόγοι. Τουριστικοί παράγοντες επιρροής μπορούν να θεωρηθούν η υπερπροσφορά κλινών σε ορισμένες μεσογειακές χώρες, που ως επακόλουθο και τη μειωμένη τιμή του τουριστικού πακέτου, όπως απαραίτητως και η ύπαρξη τεχνικής υποδομής και κοινωνικού εξοπλισμού.

3. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ.

Ο τουρισμός παραχείμασης, όπως προαναφέρθηκε, δεν είναι τίποτα περισσότερο από τη χειμερινή διαβίωση ενός αριθμού ατόμων σε ένα τουριστικό τόπο που συγκεντρώνει βασικά κάποιες απαραίτητες προϋποθέσεις προκειμένου να αναπτυχθεί. Ουσιαστικά πρόκειται για έναν τύπο ενδημικού τουρισμού που αφορά κυρίως μια ειδική κατηγορία τουριστών, αυτών της τρίτης ηλικίας. Εδώ ακριβώς φαίνεται ξεκάθαρα και η άμεση σχέση των δύο αυτών μορφών. Εφόσον για τη παραχείμαση μοναδική πηγή έλξης τουριστών είναι κατά κύριο λόγο άτομα τρίτης ηλικίας, δε θα μπορούσαμε να δούμε ούτε να μελετήσουμε ξεκομμένα τα δύο αυτά είδη τουρισμού. Αν θα μπορούσε να αναφερθεί μία διαφορά μεταξύ τους, θα λέγαμε ότι ο τουρισμός παραχείμασης είναι περισσότερο οργανωμένος και στατικός σε αντίθεση με το τουρισμό τρίτης ηλικίας που μπορεί να είναι ημιοργανωμένος και συχνά κινητικός.

4. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ, ΜΙΑ ΤΕΡΑΣΤΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΟΥ ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΑΞΙΟΠΟΙΣΗ.

Βάσει δημογραφικών μελετών ο πληθυσμός της Ευρώπης, αλλά και των Η.Π.Α, του Καναδά και της Ιαπωνίας, χώρες που αποτελούν την κύρια και πιο σημαντική πηγή τουριστικού ρεύματος προς την Ευρώπη, γηράσκει. Έγιναν λοιπόν μελέτες οι οποίες είχαν και έχουν ως σκοπό να εξετάσουν το μέγεθος του τουρισμού τρίτης ηλικίας, τη συνεισφορά του στην ευρωπαϊκή τουριστική κίνηση, και τις προοπτικές που προσφέρονται για αξιοποίηση του σημαντικού αυτού τμήματος της τουριστικής αγοράς για ενίσχυση του τουρισμού παραχείμασης και κατ' επέκταση για την απάμβλυνση του σοβαρού προβλήματος της εποχικότητας.

Η σημασία του τουρισμού τρίτης ηλικίας εντοπίστηκε τη δεκαετία του 1970 όταν και ανελήφθησαν τρεις μελέτες -πιλότοι- με αντικείμενο τρία νησιά της Μεσογείου -Κύπρος, Ρόδο και Μάλτα - με στόχο την προώθηση του τουρισμού τρίτης ηλικίας κατά τη διάρκεια χαμηλής τουριστικής περιόδου, δηλαδή την ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης. Τα αποτελέσματα των μελετών αυτών αποτέλεσαν τη βάση ενός διεθνούς συνεδρίου στη Ζυρίχη με θέμα «Ο τουρισμός τρίτης ηλικίας. Η επίλυση του προβλήματος της εποχικότητας της τουριστικής

βιομηχανίας». Το σεμινάριο αυτό κατέληξε σε σειρά εισηγήσεων για ανάπτυξη και αξιοποίηση αυτού του είδους τουρισμού γιατί μεταξύ άλλων, απεδείχθη ότι τουλάχιστον ένας στους τρεις πολίτες της Ευρώπης ηλικίας πέραν των 55 ετών δεν ταξίδευε τότε, γεγονός που υπογράμμιζε την επιτακτική ανάγκη για την πιο σωστή και συστηματική αξιοποίηση ενός τεράστιου τμήματος του πληθυσμού της Ευρώπης που μπορούσε να αποτελέσει πηγή τουρισμού. Έκτοτε το ενδιαφέρον για τον τουρισμό τρίτης ηλικίας μεταξύ όλων των εταίρων αυξήθηκε, ιδίως με την επίδειξη ειδικού ενδιαφέροντος από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο για την ευημερία των υπερηλίκων.

Η τμηματοποίηση της αγοράς αποτελεί σήμερα πρωταρχική ανάγκη, ιδιαίτερα μετά τα στατιστικά στοιχεία που προκύπτουν για το ποσοστό ηλικιωμένων ατόμων του πλανήτη μας. Σύμφωνα με τις ανακοινώσεις του Ο.Η.Ε. προς τα κράτη-μέλη του, το 1990 τα άτομα άνω των 65 ετών του πλανήτη μας ανέρχονταν σε 328.000.000. Σε 35 χρόνια, δηλαδή το 2025, τα άτομα «μιας προχωρημένης ηλικίας» (όπως συνηθίζεται να λέγεται στη χώρα μας) θα ανέρχονται σε 828.000.000.

Το παγκόσμιο φαινόμενο της γήρανσης του πληθυσμού οφείλεται κατεξοχήν σε δύο βασικούς παράγοντες:

⇒ Στη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης -άρα φροντίδας για την υγεία- που οδηγούν στη μακροβιότητα και

⇒ στη διαμόρφωση νέων φιλοδοξιών από τους νεότερους που οδηγούν στην υπογεννητικότητα του πλανήτη μας.

5. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΗΛΙΚΙΩΜΕΝΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ. **PROFILE.**

Καταρχήν, αναφέρεται ότι τα άτομα τρίτης ηλικίας διαθέτουν διεθνώς έναν ικανοποιητικό δείκτη κοινωνικής και ακαδημαϊκής μόρφωσης, ενδιαφέρονται ολοένα περισσότερο για τη συμμετοχή τους σε κοινωνικές δραστηριότητες και παροχές επιμορφωτικού χαρακτήρα, ενώ αντίθετα αποφεύγουν επίμονα να παραδέχονται ότι αποτελούν περιθωριακές και απομονωμένες κοινωνικές ομάδες. Άλλωστε,

εκδηλώνουν έντονο ενδιαφέρον για συμμετοχή σε προγράμματα φυσικής διαβίωσης (υγιεινή διατροφή, αντικαπνιστικές εκστρατείες, άθληση κ.τ.λ.), γεγονός που δηλώνει και την έντονη επιθυμία τους για παραμονή στις δραστήριες κοινωνικές σφαίρες. **Ιδιαίτερα οι Ευρωπαίοι ηλικιωμένοι**, που έχουν βιώσει την εμπειρία δύο παγκοσμίων πολέμων και έχουν περάσει το μεγαλύτερο μέρος της ζωής τους υπό την πίεση της οικονομικής ανασυγκρότησης, τώρα αναζητούν τρόπους ώστε να αναπληρώσουν την ψυχαγωγία που είχαν στερηθεί στα χρόνια της νεότητας. **Στα περισσότερα κράτη τα άτομα τρίτης ηλικίας είναι οικονομικά εύρωστα, διότι εκτός από τα «περιορισμένα» έσοδα που δηλώνουν επίσημα, διαθέτουν και ένα μεγάλο ποσοστό από «διακριτικότερους πόρους»** όπως επικουρικές συντάξεις, ασφάλειες ζωής κ.λ.π.

Οι Αμερικανοί «ώριμοι πολίτες» (όπως διακριτικά αποκαλούνται), κατά την πλειοψηφία τους φαίνεται να μην επηρεάζονται από τα δυσοίωνα προβλήματα της οικονομικής επικαιρότητας, γιατί **διαθέτουν σταθερά έσοδα, και αποτελούν «μια...νεαρή -δύσκολη- αλλά πολλά υποσχόμενη τουριστική αγορά»**. Η δήλωση αυτή ανήκει στον εκπρόσωπο του Διεθνούς Οργανισμού Τουρισμού Dr H. Handszuh, ο οποίος μίλησε στο πρώτο διεθνές forum για τους ηλικιωμένους πολίτες, που πραγματοποιήθηκε τον περασμένο Μάιο στα Κανάρια Νησιά. Οι Αμερικανοί πολίτες άνω των 55 ετών αποτελούν το 21% του συνολικού πληθυσμού της χώρας, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της μελέτης σεμιναρίου που πραγματοποιήθηκε στη Γαλλία από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Τουρισμού και τη Διεθνή Ένωση Ξενοδοχίας, με τίτλο «Η ευρωπαϊκή αγορά τουρισμού για την τρίτη ηλικία», σε συνεργασία με το Γαλλικό Ινστιτούτο Δημοσκοπήσεων και Έρευνας Αγοράς» (PAPIFOP). Από τα αποτελέσματα της ίδιας έρευνας σημειώνεται ότι **το 28% των συνολικών μετακινήσεων από την Αμερική προς την Ευρώπη κάθε χρόνο πραγματοποιείται από ηλικιωμένους τουρίστες**. Από ένα σύνολο 7.000.000 Αμερικανών επισκεπτών προς την Ευρώπη κατά το 1990, εκτιμάται ότι σχεδόν 2.000.000 ανήκουν στην Τρίτη ηλικία. Βάσει των ίδιων προβλέψεων και με τα ίδια κριτήρια, η αμερικανική αγορά τρίτης ηλικίας πρόκειται μέχρι το 2000 να αυξηθεί κατά 78% και να πλησιάσει τα 3,6 εκατομμύρια ηλικιωμένων τουριστών με προορισμό την Ευρώπη.

ΠΙΝΑΚΑΣ1: ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΚΟΠΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΩΝ

Ομάδα ηλικίας	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ (%) ΣΤΑ ΣΥΝΟΛΙΚΑ «ΟΙΚΙΑΚΑ» ΕΞΟΔΑ	ΕΞΟΔΑ ΑΝΑ «ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟ» ΣΕ \$
25- 34	2,9	668
35-44	3,4	1004
45-54	3,7	1127
55-64	4,5	1106
65-74	5,1	929

Οι Καναδοί ηλικιωμένοι τουρίστες αποτελούν επίσης μία πολύ δυναμική αγορά και καταλαμβάνουν τη δεύτερη θέση σε ποσοστό εισροής προς την Ευρώπη. Παρατηρείται μάλιστα, ότι τα τελευταία χρόνια έχουν εκδηλώσει μεγαλύτερη επιθυμία για υπερατλαντικές μετακινήσεις από εκείνη των Αμερικανών και παρουσιάζουν διπλάσιο ποσοστό στα κατά κεφαλήν έξοδα για ταξίδια αναψυχής.

Οι Ιάπωνες ηλικιωμένοι κατατάσσονται τρίτοι κατά σειρά στην αγορά εισερχομένου τουρισμού προς την Ευρώπη. Έχουν παρουσιάσει μια υπεραυξημένη τάση μετακινήσεων (από 1,3 εκατομμύρια Ιαπώνων που επισκέφθηκαν την Ευρώπη το 1990, περίπου οι 200.000 ανήκαν στην Τρίτη ηλικία). Παρ' όλ' αυτά, η τάση τους για ταξίδια θεωρείται μια από τις δυναμικότερες και προβλέπεται μάλιστα ότι μέχρι το 2000 οι διηπειρωτικές μετακινήσεις τους θα έχουν τουλάχιστον διπλασιαστεί, αν φυσικά γίνει δυναμική διεύρυνση των Ευρωπαϊών Tour Operators προς την Απω Ανατολή. Οι Ιάπωνες αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα άρνησης ηλικιωμένων για περιθωριοποίηση. Στην Ιαπωνία δεν υπάρχει ειδική μεταχείριση της τρίτης ηλικίας... Όλοι οι πολίτες είναι μέλη της ιαπωνικής κοινωνίας με τα ίδια δικαιώματα και υποχρεώσεις(κατά τους Ιάπωνες πάντα). Παλαιότερα είχε δημιουργηθεί το τουριστικό πρόγραμμα SILVER COLOMBIA, με αποκλειστικό αντικείμενο τη μετακίνηση των ατόμων τρίτης ηλικίας στο εσωτερικό της χώρας τους και σε άλλες χώρες, σε ειδικά διαμορφωμένες περιοχές και με την κατάλληλη υποδομή για την εξυπηρέτησή τους. Η αρνητική κριτική που έλαβε το εν λόγω πρόγραμμα (φόβοι δημιουργίας ειδικών για την τρίτη ηλικία ιαπωνικών γκέτο), ανάγκασε τους Ιάπωνες να το μετονομάσουν σε ELSA (Extended Leisure Stay Abroad), με το σκεπτικό ότι στα χωριά αυτά και τα άτομα νεαρής ηλικίας θα μπορούσαν να μείνουν μαζί με τους ηλικιωμένους. Εν συνεχεία, ο εν λόγω

οργανισμός μετονομάστηκε σε JAPAN LONG STAY FOUNDATION. Παρόλ' αυτά, όμως, σήμερα έχει χάσει τη σπουδαιότητα που είχε αρχικά (όταν δημιουργήθηκε και κατά τη διάρκεια του ELSA). Οι τουρίστες της τρίτης ηλικίας αντιμετωπίζονται ως απλοί πολίτες και δεν μπορούν να ομαδοποιηθούν χωριστά για τουριστική εκμετάλλευση. Η γενιά της τρίτης ηλικίας είναι αυτή που κατά κάποιον τρόπο θυσιάστηκε για τη μεταπολεμική αλματώδη ανάπτυξη της Ιαπωνίας. Αφιέρωσε ολόκληρη σχεδόν τη ζωή της στην ιδέα της ανοικοδόμησης και της δημιουργίας του ιαπωνικού θαύματος, γιατί πρόκειται πράγματι για θαύμα. Είναι επίσης η γενιά που θεωρείται ότι έχει την καλύτερη εκπαίδευση και γενικότερη μόρφωση. Οι ηλικιωμένοι γνωρίζουν για παράδειγμα πολύ περισσότερα για την ελληνική μυθολογία από τους νεαρούς Ιάπωνες που αποτελούν μέλη της νέας κοινωνίας της αφθονίας (the new Japanese affluent society). Αυτό ακριβώς το στοιχείο μπορεί να θεωρηθεί πολύ θετικό για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού παραχείμασης από πλευράς Ιαπώνων τουριστών τρίτης ηλικίας.

Όσον αφορά τώρα την αγορά τουριστών τρίτης ηλικίας στην Κεντρική Ευρώπη χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι Αυστριακοί οι οποίοι προτιμούν να πραγματοποιούν τις διακοπές τους κατά τους εκτός αιχμής μήνες, με λίγα λόγια δηλαδή να κάνουν τουρισμό παραχείμασης.

Οι Αυστριακοί ηλικιωμένοι αποτελούν περίπου το 1/4 του συνόλου του αυστριακού πληθυσμού και, όπως συμβαίνει και στις περισσότερες χώρες της Κεντρικής Ευρώπης, προγραμματίζουν τα ταξίδια τους υπό την συμβουλευτική παραίνεση και επιδότηση ειδικών φορέων -συνδέσμων για τους συνταξιούχους. Τέτοιοι σύνδεσμοι στην Αυστρία σήμερα υπάρχουν τουλάχιστον τέσσερις και πρόσκυνται στα πολιτικά κόμματα της χώρας. Διοργανώνουν δε κυρίως ομαδικά ταξίδια και εκδρομές. Οι περισσότεροι ηλικιωμένοι της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης επιλέγουν τον ιαματικό τουρισμό και τον τουρισμό παραχείμασης και ως επί το πλείστον προτιμούν τις ζεστές χώρες της Νότιας Ευρώπης. Τις ειδικές προτιμήσεις και τις επιθυμίες των ηλικιωμένων τουριστών είχαν εντοπίσει οι μεγάλοι Tour Operators της Κεντρικής Ευρώπης από τα μέσα κιόλας της προηγούμενης δεκαετίας, διαμορφώνοντας και υλοποιώντας πακέτα με ειδικά γι' αυτούς κίνητρα.

Ο ταξιδιωτικός οργανισμός Neckermann, που θεωρείται από τους πιο δυναμικούς για την αγορά τρίτης ηλικίας, από το 1985 είχε καταρτίσει προγράμματα

προώθησης της Ισπανίας, προσφέροντας ταξίδια μεγάλης διάρκειας (τουλάχιστον ένας μήνας και κατ' ανώτατο όριο τρεις μήνες), με τη δημοσίευση ενός καταλόγου με τίτλο «**Άνθρωποι που διαχειμάζουν στην Ισπανία**». **Η Ισπανία τα τελευταία χρόνια έχει επιτύχει μια μοναδική θέση στον τομέα του χειμερινού τουρισμού, δηλαδή του τουρισμού παραχείμασης.**

Το επιτυχημένο ισπανικό «μοντέλο» δεν είναι βέβαια σύμπτωση, αλλά αποτέλεσμα προγραμματισμού και σύνολο παραγόντων / κινήτρων, πέραν εκείνου των καλών καιρικών συνθηκών. Οι ξενοδοχειακές μονάδες που έχουν συμπεριληφθεί στα προγράμματα προσφέρουν **τιμές τόσο χαμηλές**, που επιτρέπουν στους Tour Operators να διαμορφώσουν πακέτα με μια μεγάλη σειρά από δωρεάν extras, τα οποία ομολογουμένως αποτελούν πολύ αξιόλογα κίνητρα για τους ηλικιωμένους. Ορισμένα από αυτά τα extras θα μπορούσαν αν θεωρηθούν ασήμαντα εκ πρώτης όψεως, αποκτούν όμως πολύ μεγάλη σημασία για το μέσο συνταξιούχο, αν αναλογιστούμε ότι στη μεγάλη διάρκεια των διακοπών του εξοικονομεί ένα όχι ευκαταφρόνητο ποσό. Προπάντων όμως εντυπωσιάζεται και κολακεύεται από κάθε προσπάθεια που καταβάλλεται γι' αυτόν.

Οι δωρεάν αυτές υπηρεσίες αρχίζουν κυριολεκτικά από το σπίτι του ταξιδιώτη, αν αναλογιστούμε ότι στις τιμές περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων:

- μεταφορά από το σπίτι μέχρι το αεροδρόμιο και το αντίστροφο,
- διάθεση parking στο αεροδρόμιο,
- μεταφορά με πούλμαν ή τρένο, αν διαμένουν σε επαρχία κ.λπ.

Επίσης:

- cocktail καλωσορίσματος,
- τρεις ώρες την εβδομάδα χρήση του γηπέδου τένις,
- μια ώρα την εβδομάδα ιππασία,
- ταινίες video στη γλώσσα τους,
- μια εκδρομή με πούλμαν,

διάθεση αυτοκινήτου για μια μέρα, για διαμονές άνω των τεσσάρων εβδομάδων κ.λπ.

Ο οργανισμός Neckermann έχει ιδρύσει επίσης διάφορες λέσχες, όπως τη λέσχη «Χελιδόνι» (το γραφείο της Γερμανίας) που προσφέρει μια σειρά από επιπλέον ανέσεις στα μέλη του κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Στη Μαγιόρκα, όπου ισχύει το πλουσιότερο πρόγραμμα, παρέχονται εκτός των άλλων μαθήματα χορού, ξένων γλωσσών, γιόγκα, μασάζ, άθληση, μέτρηση πίεσης κ.λπ.

Ένα πρόγραμμα, δηλαδή, δημιουργημένο από ηλικιωμένους, -αφού ο κατάλογος γράφει «βασιστείτε στις επιθυμίες και τα ενδιαφέροντά σας»- για ηλικιωμένους, ανθρώπους όμως οι οποίοι δε διανοούνται να περάσουν στο περιθώριο της ζωής.

Οι μεγάλοι Tour Operators της Κεντρικής Ευρώπης, όπως παρατηρούμε έχουν προχωρήσει σε σαφή διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος ανάλογα με την ηλικία των πελατών τους. Έτσι, ενώ το καλοκαίρι εξυπηρετούν κυρίως νέους ανθρώπους, το χειμώνα αναλαμβάνουν την εξυπηρέτηση των ηλικιωμένων.

Οι κυριότεροι ταξιδιωτικοί οργανισμοί της Κεντρικής Ευρώπης που ασχολούνται με τον τουρισμό της τρίτης ηλικίας και τον τουρισμό παραχείμασης είναι οι ακόλουθοι:

- **TOUROPA AUSTRIA**

• Μεταξύ των πιο προσφιλών προορισμών που προβάλλει μέσα από τα προγράμματά του περιλαμβάνονται η Ισπανία, η Αίγυπτος, η Τυνησία, η Κύπρος, οι Μαλδίβες, η Κένυα, η Κούβα και η Κεϋλάνη.

- **TRANSEUROPA**

Θυγατρική της Touropa Austria. Προσφέρει για το χειμώνα, εκτός από την Κένυα, ταξίδια μικρής ή μεσαίας απόστασης στη Μεσόγειο.

- **KUONI**

Χαρακτηρίζεται μαζί με το εξειδικευμένο για μακρινά ταξίδια MERIDIAN ως ο πιο δυνατός οργανισμός σε χειμερινές διακοπές ανά την υφήλιο.

- RUEFA

Για πρώτη φορά κατά το 1986 διοργανώνει μακρινά ταξίδια, ενώ παρέχει τη δυνατότητα σε άτομα τρίτης ηλικίας να διαχειμιάσουν στην Κύπρο.

- ITAS

Ειδικεύεται στην Κύπρο και το Ισραήλ και -πρώτη και μοναδική οργανωμένη παρουσία - στην Ελλάδα.

Όσον αφορά τον ITAS κατά τη δεκαετία του 1980 προσπάθησε να διακινήσει στην Ελλάδα κάποιον συγκεκριμένο αριθμό Αυστριακών συνταξιούχων. Όμως οι αντιξοότητες που συνάντησε ήταν πραγματικά μεγάλες και οι ελλείψεις ουσιαστικές, με αποτέλεσμα να κατευθύνει τους διαχειμαστές στην Ισπανία όπως αναφέρθηκε και προηγουμένα (club Χελιδόνη). Το πρόβλημα που αντιμετώπισε ο συγκεκριμένος Tour Operator αφορούσε κυρίως την περιορισμένη λειτουργία των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων τένις, μπουτίκ, πρόγραμμα αναψυχής, καθώς και της γενικότερης τουριστικής υποδομής, συμπεριλαμβάνοντας ταυτόχρονα την επονομαζόμενη «κόπωση» της saison που συντελεί αποφασιστικά στην προσφορά υπηρεσιών χαμηλής ποιότητας.

Τέλος, αφού δόθηκαν αρκετά στοιχεία για το profile ξεχωριστά τουριστών τρίτης ηλικίας από τις κύριες χώρες πηγές τουρισμού παραχείμασης, αναφέρουμε συνοπτικά κάποια ακόμη γενικά χαρακτηριστικά τους. Παρόλο ότι το ποσοστό του θήλεως πληθυσμού σε σχέση με τον άρρενα πληθυσμό τρίτης ηλικίας είναι πολύ υψηλότερο (στην περίπτωση του πληθυσμού πέραν των 65 ετών 60:40) εντούτοις το ποσοστό γυναικών που ταξιδεύει είναι πολύ χαμηλότερο. Ακόμη το 75% του πληθυσμού αποτελείται από ένα ή δύο άτομα, πράγμα που δείχνει ότι δεν υπάρχουν παιδιά στις οικογένειες. Όπως ήδη αναφέρθηκε -αλλά όχι αριθμητικά- το 60% του τουρισμού τρίτης ηλικίας είναι συνταξιούχοι και δεν εργάζονται. Λόγω των δύο τελευταίων αυτών σημαντικών χαρακτηριστικών, οι τουρίστες τρίτης ηλικίας δεν είναι υπόχρεοι να ταξιδεύουν την περίοδο αιχμής, γι' αυτό και κάνουν τουρισμό παραχείμασης. Για ολιγοήμερες μετακινήσεις (14-21 ημερών), οι ηλικιωμένοι τουρίστες ως επί το πλείστον προτιμούν ταξίδια προς τη Γαλλία και τη Γερμανία, ενώ όταν πρόκειται για μεγαλύτερης διάρκειας παραμονές (κατά μέσο όρο 1 έως 3 μήνες) προτιμούν τις ακτές και τα νησιά της Ιβηρικής Χερσονήσου και της Ιταλίας.

Όσον αφορά παραμονές μεγάλης διάρκειας προτιμούν κυρίως παραλιακές περιοχές, ενώ για μικρότερης διάρκειας επιλέγουν αστικούς προορισμούς. Σε αυτή τη περίπτωση, μάλιστα, οι διαμονές των ηλικιωμένων αποτελούν το 71% του συνόλου των διανυκτερεύσεων σε αστικές περιοχές.

Άλλα πολύ σημαντικά στοιχεία που προκύπτουν από την έκθεση PAPIFOP είναι το ότι το 42% των τουριστών τρίτης ηλικίας προτιμούν να «αγοράζουν εργολαβικά τα ταξίδια τους», δηλαδή προτιμούν τα ολοκληρωμένα ταξιδιωτικά πακέτα που τους προσφέρουν οι Tour Operators, και ομαδικές μετακινήσεις

Αντίθετα, το 33% των Ευρωπαίων ηλικιωμένων τουριστών κλείνουν τις διακοπές τους απευθείας στους μεταφορείς ή τα ξενοδοχεία και τα υπόλοιπα καταλύματα. Τέλος, παρατηρείται δε, ότι οι Άγγλοι προτιμούν τις εναέριες μετακινήσεις, ενώ οι Γερμανοί ηλικιωμένοι προτιμούν να ταξιδεύουν με πούλμαν.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΦΘΗΚΑΝ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ

ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΤΟ 1990

ΧΩΡΑ	ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ(Εκατομμύρια)	ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΑΝ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΜΕ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ
Ισπανία	5,8	16,9%
Αυστρία	4,6	27,5 %
Γαλλία	4,6	10,1 %
Γερμανία	4,0	23,5 %
Ιταλία	3,8	14,2 %
Ελβετία	2,0	26,3 %
Βελγίχ	1,7	14,0 %
Γουγκοσλαβία (πρώην)	1,7	23,3 %
Ολλανδία	1,3	11,0 %
Η.Β	1,2	11,0 %
Ελλάδα	1,1	13,9 %
Πορτογαλία	0,9	12,2 %
Αμερική	0,9	13,6 %
Σουηδία	0,9	15,8%
Τσεχοκία (πρώην)	0,9	11,1%
Δανία	0,8	9,5%
Τουρκία	0,8	18,6%
Ουγγαρία	0,7	3,0 %
Πολωνία	0,7	4,0 %
Φιλανδία	0,6	30,0 %

Πηγές: Μελέτη Ευρωπαϊκής Επιτροπής Τουρισμού

6. ΜΥΘΟΙ ΚΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ.

Κατά την Dr Judy Jacek, πρόεδρο της «Jacek Associates Marketing and Communications Consulting», η οποία είχε χρηματίσει πρόεδρος του Ινστιτούτου Διπλωματούχων Τουριστικών Πρακτόρων για 13 συναπτά έτη, η συμπεριφορά των τουριστικών πρακτόρων απέναντι στην «ώριμη αγορά» παραμένει αρκετά επιφυλακτική. Η αρχική αιτία γι' αυτήν τη συμπεριφορά είναι δύο μύθοι που επικρατούν διεθνώς, σχετικά με την καταναλωτική πολιτική των ατόμων τρίτης ηλικίας.

Πρώτον, πιστεύεται ότι γενικά οι ταξιδιώτες άνω των 50 ετών καταρτίζουν πολύ στενούς προϋπολογισμούς όσον αφορά τις μετακινήσεις τους, σχολιάζοντας χαρακτηριστικά ότι «μετρούν και την τελευταία διαθέσιμη δεκάρα τους». Στην πραγματικότητα, όμως, η θεωρία αυτή είναι εντελώς εσφαλμένη, διότι είναι αποδεδειγμένο μέσα από δειγματοληπτικούς ελέγχους **ότι οι ηλικιωμένοι καταναλωτές προσεγγίζουν όλη τη γκάμα των ταξιδιωτικών πακέτων** που προσφέρονται στην αγορά. Ο δεύτερος μύθος αναφέρεται στο γεγονός ότι επικρατεί, από την πλευρά των τουριστικών πρακτόρων, η ίδια «παρωχημένη» αντίληψη για τις συνήθειες και τη φυσική κατάσταση των ηλικιωμένων ατόμων, όπως συνέβαινε πριν από 20 ή 30 χρόνια. Πιστεύουν ότι πρόκειται κυρίως για άτομα συγκρατημένα και συνήθως με νοσηρή διάθεση. Όμως η πραγματική εικόνα περιγραφής των ηλικιωμένων σήμερα διαφέρει πολύ απ' αυτή την αντίληψη, διότι οι άνθρωποι της εποχής μας είναι περισσότερο ευδιάθετοι και υγιείς. Επίσης, έχει καταρριφθεί η θεωρία σύμφωνα με την οποία θα μπορούσαν να ευτυχήσουν στριμωγμένοι μέσα σε ένα πούλμαν σχεδόν ολόκληρο το 24ωρο, περιφερόμενοι συνεχώς. Οι ηλικιωμένοι σήμερα όχι μόνο βρίσκονται σε καλύτερη φυσική κατάσταση, αλλά ακόμη περισσότερο εκδηλώνουν μεγαλύτερη επιθυμία για νέες ταξιδιωτικές εμπειρίες. Αναζητούν μάλιστα, όπως αναφέρει η Dr Jacek, τις «πύλες της περιπέτειας». Γι' αυτό, καταλήγοντας, παροτρύνει ανεπιφύλακτα όλους τους τουριστικούς πράκτορες να δείξουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον προς αυτήν την αγορά και να προβούν σε κατάρτιση προγραμμάτων με ειδικά κίνητρα για την εξυπηρέτηση των επιθυμιών των ηλικιωμένων.

7. ΠΑΡΑΜΟΝΗ -ΔΑΠΑΝΗ, ΤΡΟΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ.

Με βάση πάντα την έρευνα του 1990 η μέση διάρκεια παραμονής τουριστών τρίτης ηλικίας ήταν 9,9 νύχτες. Εν τούτοις το 14% των τουριστών αυτών παρέμειναν για πέραν για πέραν των 14 ημερών.

Η μέση δαπάνη κατά περιηγητή ήταν το 1990, 750 ECU ή 820\$ περίπου, γεγονός που αποδεικνύει ότι οι τουρίστες τρίτης ηλικίας ανήκουν στη μεσαία εισοδηματική τάξη.

Η συντριπτική πλειοψηφία (64 %) των τουριστών τρίτης ηλικίας διέμενε κατά το πλείστον σε ξενοδοχεία πολυτελείας (55%) και ένα μικρότερο ποσοστό (13%) σε δικό τους σπίτι.

Το μεγαλύτερο ποσοστό (42% περίπου) ταξίδευσε με το σύστημα κλειστού περιηγητικού κύκλου (I.T.). Ένα 20% μέσω ταξιδιωτικών πρακτόρων και ένα 11% με διευθετήσεις απευθείας με το τουριστικό κατάλυμα.

8. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ.

Η μελλοντική ανάπτυξη της αγοράς του τουρισμού τρίτης ηλικίας θα εξαρτηθεί από δύο βασικούς παράγοντες: α) από την αύξηση του αριθμού των ηλικιωμένων (πέραν των 55 ετών) και β) από την αύξηση στην τάση για ταξίδια μεταξύ του πληθυσμού αυτού.

Οι δημογραφικές προβλέψεις σαφώς καταδεικνύουν ότι την δεκαετία μέχρι το 2000 το ποσοστό του ευρωπαϊκού πληθυσμού άνω των 55 ετών, θα αυξάνει με ρυθμούς πολύ υψηλότερους από το σύνολο του πληθυσμού, αύξηση της τάξης του 10 %. Ειδικότερα δε, εκείνο των 65 ετών και άνω θα παρουσιάσει αύξηση κατά 22% ενώ από 75 ετών και άνω θα φτάσει το 54 %. Αυτό όπως ήδη έχει αναφερθεί οφείλεται στην υπογεννητικότητα που παρατηρείται στην Ευρώπη καθώς την αύξηση του μέσου όρου ζωής. Με βάση τα αποτελέσματα μελετών και ερευνών που έγιναν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Ταξιδίων (E.T.C.) προβλέπεται ότι οικονομικοί, ψυχολογικοί, και φυσικοί παράγοντες συνηγορούν και θα συμβάλλουν υπέρ της αύξησης της τάσης για ταξίδια εκ μέρους του τουρισμού της τρίτης ηλικίας.

Αναλυτικότερα αναφέρεται ότι : α) οι πολίτες πέραν των 55 ετών θα αποκτήσουν μεγαλύτερη οικονομική ευρωστία και θα αναζητούν στα ταξίδια τους δραστηριότητες λόγω επαυξημένης φυσικής ικανότητας που θα τους δώσει μια ψυχολογική διάσταση και επιθυμία να σκέπτονται και να ενεργούν σαν νεότεροι και β) η αύξηση της φυσικής ικανότητας θα συμβάλλει στη δυνατότητα μερικής απασχόλησης με συνέπεια την αύξηση των εισοδημάτων και την αύξηση του ποσοστού για επαγγελματικά ταξίδια. Αυτό σημαίνει ότι όσον αφορά τη φυσική κατάσταση, τα ηλικιωμένα άτομα θα παρουσιάσουν μεγαλύτερη φυσική ικανότητα και σωματική αντοχή, ενώ ψυχολογικά θα έχουν αυξημένη διάθεση για μετακινήσεις. Θα παρατηρηθεί δηλαδή το φαινόμενο της παρατεταμένης νεότητας, όπως χαρακτηριστικά έχει αναφερθεί. Παρατηρείται δε , έντονα ότι οι ηλικιωμένοι τουρίστες αποκτούν σταδιακά πιο θετική ταξιδιωτική συμπεριφορά, έπειτα από κάθε μετακίνησή τους, γεγονός που αναμφισβήτητα συμβάλλει στην εξοικίωσή τους με τη διαδικασία της μετακίνησης. Άρα, είναι φυσιολογικό ότι τα επόμενα χρόνια θα παρατηρηθεί αισθητή αύξηση της επιθυμίας για διακοπές από την πλευρά τους .

Όσον αφορά στις μετακινήσεις στο εσωτερικό της χώρας προβλέπεται ότι μέχρι το 2000 θα πραγματοποιηθεί αύξηση διαστάσεων 80 %, ενώ οι μετακινήσεις προς άλλες χώρες προβλέπεται να αυξηθούν κατά 78%. Έτσι η συνολική τουριστική κίνηση του ευρωπαϊκού τουρισμού τρίτης ηλικίας τους, εντός της Ευρώπης (εκτός των χωρών μόνιμου διαμονής τους) θα ξεπεράσει τα 74 εκατομμύρια.

Οι δημοσιογραφικές μελέτες προβλέπουν τις ίδιες σχεδόν εξελίξεις και για τις αγορές των Η.Π.Α., του Καναδά και της Ιαπωνίας. Υπολογίζεται ότι ο ολικός αριθμός τουριστών τρίτης ηλικίας από τις χώρες αυτές προς την Ευρώπη θα αυξηθεί μέχρι το 2000 ως ακολούθως. Από Η.Π.Α. από 2 εκατομμύρια σε 3,6 εκατομμύρια, από Καναδά από 0,4 σε 0,8 και από Ιαπωνία από 2σε 0,4.

Τα παραπάνω στοιχεία αποδεικνύουν πέραν πάσης αμφιβολίας ότι πράγματι πρόκειται για μια τεράστια αγορά των 80 εκατομμυρίων τουριστών που θα ταξιδεύσουν εντός της Ευρώπης. Αυτό σημαίνει ότι τα επόμενα χρόνια το τμήμα αυτό της τουριστικής αγοράς θα υπερδιπλασιασθεί και το γεγονός αυτό και μόνο υπογραμμίζει την τεράστια σημασία η οποία πρέπει να αποδοθεί στον τουρισμό

τρίτης ηλικίας ο οποίος πρέπει να τύχει σωστής αξιολόγησης από όλους τους ενδιαφερομένους.

Ιδιαίτερα η Ελλάδα η οποία έχει τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης θα πρέπει να εκμεταλλευτεί όλα αυτά τα στοιχεία για τον τουρισμό τρίτης ηλικίας στο έπακρον, και να τα χρησιμοποιήσει υπέρ της. Μόνο τότε θα μπορέσει να δημιουργήσει ακόμα περισσότερες και κατάλληλες προϋποθέσεις, ώστε να καταφέρει να πάρει αν μη τι άλλο, ένα κομμάτι από το δυναμικό ανταγωνιστριών χωρών και ιδιαίτερα ένα κομμάτι από το δυναμικό της Ισπανίας της κύριας ανταγωνίστριας -στον τουρισμό γενικά αλλά και ειδικά- χώρας της Ελλάδας. Λέγοντας φυσικά ειδικά, εννοούμε πάντα το κομμάτι του τουρισμού αυτού που μελετούμε, δηλαδή τον τουρισμό παραχείμασης.

9. ΟΙ ΑΝΑ ΤΗ ΜΕΣΟΓΕΙΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ . ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ .

ΙΤΑΛΙΑ

Ως επί το πλείστον πραγματοποιούνται περιηγήσεις με πούλμαν και τρένο, ολιγοήμερες κυρίως λόγω της γειννίας με τις περισσότερες χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Συνήθως προτιμούνται προορισμοί όπως η Σικελία και η Ρώμη.

ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

Αεροπορικά ταξίδια προς Μαδέρα, Λισσαβόνα και Αλγκάβρε που πραγματοποιούνται κυρίως με την Air Atlantic, η οποία είναι θυγατρική της πορτογαλικής TAP.

ΤΥΝΗΣΙΑ

Η χώρα αυτή εκπροσωπείται με πολύ έντονη παρουσία στους ταξιδιωτικούς καταλόγους, με μια ιδιαίτερα πλούσια προσφορά σε ξενοδοχεία της ανώτερης κατηγορίας και κάθε είδους ανέσεις διασκέδασης και άθλησης.

Τα περισσότερα πακέτα που προσφέρονται παρέχουν διάφορα extras, όπως:

→ παραμονή τριών εβδομάδων στην τιμή των δύο,

→ πλήρη διατροφή στη τιμή της ημιδιατροφής,

→ εορταστικό δείπνο μια φορά την εβδομάδα,

→ εκμάθηση διάφορων hobbies κ.λπ.

Δεν αποτελεί υπερβολή να πούμε ότι η Τυνησία ακολουθεί -ή τουλάχιστον προσπαθεί- το παράδειγμα της Ισπανίας, στη δημιουργία βάσης χειμερινού τουρισμού.

ΜΑΡΟΚΟ

Τουλάχιστο τέσσερις οργανισμοί (Tourora, Neckermann, Meridian, Ruefa) προσφέρουν το Μαρόκο το χειμώνα , με αρκετά ευρύ πρόγραμμα, καλά ξενοδοχεία και πολλά extras. Συγκριτικά με τη Τυνησία θεωρείται πιο ακριβώς προορισμός.

ΑΙΓΥΠΤΟΣ

Η Αίγυπτος δεν απουσιάζει από σχεδόν κανένα χειμερινό κατάλογο. Τα προγράμματα πραγματοποιούνται κυρίως με αεροπλάνο και με κρουαζιέρες από την Ιταλία, ενώ συνήθως προτείνονται στους ταξιδιώτες πολυήμερες εκδρομές στα αξιοθέατα της χώρας.

ΙΣΡΑΗΛ

Άλλος ένας αναπόσπαστος προορισμός των χειμερινών καταλόγων, ο οποίος παρουσιάζει εξίσου έντονο ενδιαφέρον για τις προτάσεις που προσφέρει για ιαματικό τουρισμό και λουτροθεραπεία.

Υπάρχουν διάφορων ειδών καταλύματα -από αχυρένιες καμπάνες μέχρι ξενοδοχεία πολυτελείας-, ενώ το Νοέμβριο και τον Ιανουάριο παρέχονται πολλά extras και κυρίως εκπτώσεις.

ΚΥΠΡΟΣ

Η άψογη υποδομή που την οποία διαθέτει η Κύπρος, το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρει και η ικανοποιημένη πελατεία είναι οι βασικοί λόγοι που

ώθησαν πριν από λίγα χρόνια τους μεγαλύτερους τουριστικούς οργανισμούς να τη συμπεριλάβουν στα προγράμματά τους. Οι οργανισμοί δίνουν πληθώρα προσφορών κυρίως για αναχωρήσεις τον Νοέμβριο, τον Ιανουάριο και το Φεβρουάριο.

Η επιτυχημένη εγκαθίδρυσή της στην αγορά αποτελεί φυσικό επακόλουθο των προσπαθειών των τουριστικών παραγόντων, που «προσαρμόζουν τη πολιτική κοστολόγησης στις ανάγκες της χειμερινής περιόδου, με αποτέλεσμα να εργάζονται ακόμα και με ζημία δύο μήνες προκειμένου να κρατήσουν τα ξενοδοχεία ανοικτά, με τα γνωστά ευνοϊκά αποτελέσματα στη ποιότητα του προσωπικού.

ΤΟΥΡΚΙΑ

Ιδιαίτερα η περιοχή της Ατλάντειας διεκδικεί υψηλή θέση στις προτιμήσεις των Ευρωπαίων τουριστών, βελτιώνοντας συνεχώς τις δυνατότητές της. Η περιοχή αυτή κατά το 1986 παρουσίασε αλματώδη αύξηση στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, οι οποίες υπολογίζεται ότι ξεπέρασαν τις 200.000 έναντι των 80.000 κατά το 1984. Κατά την ίδια χρονολογία άρχισαν να πραγματοποιούνται για πρώτη φορά ταξίδια charter από τη Γερμανία, από Νοέμβριο μέχρι Μάρτιο.

ΙΣΠΑΝΙΑ

Με το σύνθημα «Ισπανία το χειμώνα», οι περισσότεροι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (με κυριότερο το Neckermann) εκδίδουν τις μπροσούρες τους, οι οποίες απευθύνονται κυρίως σε ηλικιωμένα άτομα. Παράλληλα, ο Ισπανικός οργανισμός τουρισμού πραγματοποιεί στις περισσότερες χώρες της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης διαφημιστική εκστρατεία για τα χειμερινά ταξίδια.

Γενικά, η Ισπανία ποντάρει, χειμώνα - καλοκαίρι, στον ήλιο της είτε με το σλόγκαν «Ισπανία : Τα πάντα κάτω από τον ήλιο» είτε με το επίσημο σήμα της - σχέδιο του ζωγράφου Μιρώ- στα εθνικά χρώματα, συμπληρωμένο με τη λέξη Espagna κατά τη χαρακτηριστική γραφή του καλλιτέχνη.

Ανάμεσα σ' όλους τους παραπάνω τουριστικούς προορισμούς της Μεσογείου κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου, διακρίνουμε κάποιες χαρακτηριστικές περιπτώσεις τουρισμού παραχείμασης, με μακρά παράδοση σ' αυτό το είδος τουρισμού. Έτσι, δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε χώρες σαν τη Γαλλία, την

Ισπανία και την Πορτογαλία που ειδικεύονται σε μορφές τουρισμού εκτός περιόδου αιχμής. Χαρακτηριστικές και πιο σημαντικές περιοχές είναι κυρίως η Κυανή Ακτή στη Γαλλία, τα νησιά Βαλεαρίδες και οι Κανάριοι νήσοι στην Ισπανία και η νήσος Μαδέρα στην Πορτογαλία.

Στη Γαλλία ο τουρισμός παραχείμασης αλλάζει ανάλογα με τις ιδιομορφίες της κάθε περιοχής με αποτέλεσμα οι απόψεις των αρχών όσον αφορά το κοινωνικο-οικονομικό όφελος της τουριστικής αυτής μορφής να ποικίλλουν. Με εξαίρεση το Μπιάριτς, που έχει μακρά παράδοση τουρισμού παραχείμασης βρετανικής κυρίως προέλευσης, τα οικονομικά αποτελέσματα στη Κυανή Ακτή είναι εντελώς ασήμαντα, λόγω της περιορισμένης κίνησης το χειμώνα. Αντίθετα, τα κέντρα λουτροθεραπείας έχουν χειμερινή κίνηση, συχνά όμως μικρής διάρκειας.

Η Ισπανία έχει ήδη καθιερωθεί ως χώρα (όπως ήδη αναφέρθηκε) τουριστικής διαμονής μακράς διάρκειας, παράλληλα με το μεσογειακό τουριστικό πακέτο που προσφέρει από τις αρχές της δεκαετίας του '60. Ο τουρισμός παραχείμασης προέρχεται από τη Μεγάλη Βρετανία, τη Σκανδιναβία και την Ολλανδία, με πρώτο κέντρο τις Κανάριους νήσους, λόγω του ημιτροπικού κλίματος. Σε πολλές μάλιστα περιοχές έχουν δημιουργηθεί παροικίες αλλοδαπών κατά την διάρκεια των χειμερινών μηνών.

Στη Μαδέρα της Πορτογαλίας συγκεντρώνεται ο βρετανικός τουρισμός παραχείμασης, λόγω κλίματος και ιστορικών θεσμών του νησιού με την Αγγλία. Παράλληλα ενθαρρύνεται η προσέλκυση τουριστών υψηλών εισοδηματικών τάξεων. Παρόλο που η Πορτογαλία είναι ακριβότερη από τη γειτονική Ισπανία, το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών κάνει τη Πορτογαλία απολύτως ανταγωνιστική στην διεθνή αγορά παραχείμασης.

Η συμμετοχή του τουρισμού παραχείμασης στα τουριστικά έσοδα των παραπάνω περιοχών δεν υπερβαίνει το 1-2%. Αυτός είναι ο λόγος που τα ξενοδοχεία προτιμούν για την εκτός αιχμής περίοδο άλλες μορφές τουρισμού ο επαγγελματικός και ο συνεδριακός, ως περισσότερο κερδοφόρες. Παρόλο που ο στόχος της άμβλυσης της εποχικότητας είναι παρών στην τουριστική πολιτική και των τριών χωρών, μόνο η Ισπανία παίρνει συγκεκριμένα μέτρα για την επέκταση της τουριστικής περιόδου και την ανάπτυξη κατ' επέκταση, της τουριστικής

περιόδου. Αντίθετα, η Πορτογαλία και περισσότερο η Γαλλία θεωρούν το τουρισμό παραχείμασης αναπτυξιακό στόχο χαμηλής προτεραιότητας.

Υπάρχουν χώρες λοιπόν που η προσπάθειά τους έχει στεφθεί με επιτυχία. Η Μάλτα επιπλέον είναι χειμερινός προορισμός εδώ και δεκαπέντε χρόνια, το ίδιο και η Κύπρος και παράλληλα υπάρχουν όπως είδαμε η Μαγιόρκα, το Μαρόκο, η Πορτογαλία, χώρες που ήταν πιο πίσω από εμάς και τώρα έχουν προχωρήσει πολύ πιο μπροστά. Καλό θα ήταν λοιπόν να έστειλε το Υπουργείο Τουρισμού μερικούς αρμόδιους σε αυτές τις χώρες, ώστε να μελετηθεί εις βάθος η πολιτική τουριστικής ανάπτυξης του χειμερινού τουρισμού που ακολουθήθηκε και στη συνέχεια να σχεδιασθεί μια αντίστοιχη πολιτική για τη χώρα μας, αποφεύγοντας φυσικά τα λάθη και υιοθετώντας τα θετικά μόνο σημεία.

Στην Ελλάδα ο τουρισμός παραχείμασης δηλαδή η τουριστική διαμονή μακράς διάρκειας είναι σχεδόν ανύπαρκτη. Αυτό που υπάρχει είναι περιορισμένος τουρισμός διακοπών εκτός περιόδου αιχμής με επίκεντρο τις πολιτιστικές δραστηριότητες. Η διάρκεια των τουριστικών πακέτων είναι 2-3 εβδομάδες και πραγματοποιούνται κατά τους πλάγιους μήνες (άνοιξη- φθινόπωρο).

10. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΣΗΜΕΡΑ.

Η Ελληνική αγορά όπως ήδη γνωρίζουμε έχει τις βασικές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης. Οι προϋποθέσεις αυτές είναι οι εξής: α) το ήπιο σχετικά κλίμα, κυρίως στη νοτιοανατολική περιοχή της χώρας και β) το πολιτιστικό στοιχείο που διαθέτει.

Περιοχές που συνδυάζουν τις φυσικές και τις πολιτιστικές προϋποθέσεις με τρόπο ιδανικό, είναι η Ρόδος και η Κρήτη, όπου το ήπιο κλίμα και οι αρχαιότητες συνυπάρχουν. Παρόλο που για τον τουρισμό παραχείμασης κυρίαρχο στοιχείο είναι οι κλιματολογικές συνθήκες δε πρέπει να υποτιμηθεί η σημασία του πολιτιστικού στοιχείου, που συμβάλλει στη δημιουργία καταλλήλου περιβάλλοντος.

Αντίθετα, στον τουρισμό χειμερινών διακοπών το πολιτιστικό επίπεδο είναι σε προτεραιότητα γιατί αποτελεί τον κύριο τουριστικό πόλο έλξης. Στην περίπτωση αυτή η σημασία του κλίματος είναι υποβαθμισμένη δεδομένου ότι η διάρκεια των

χειμερινών διακοπών περιορίζεται σε 1-3 εβδομάδες. Το πολιτιστικό στοιχείο σε συνδυασμό με την ύπαρξη τεχνικής υποδομής και κοινωνικού εξοπλισμού βρίσκεται περισσότερο στα δυο μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας, την Αθήνα και την Θεσσαλονίκη.

Ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών διακοπών είναι δυο συγγενείς μορφές τουρισμού που μοιάζουν ως προς την εποχή αλλά διαφέρουν ως προς την διάρκεια. Τόσο ο τουρισμός παραχείμασης, όσο και ο τουρισμός χειμερινών διακοπών προσδιορίζονται, όπως άλλωστε οι περισσότερες μορφές τουρισμού, από τη πρωτογενή και τη παραγόμενη τουριστική προσφορά. Στη συγκεκριμένη περίπτωση αυτές είναι, η φύση (κλίμα) και η ιστορία (αρχαιότητες), σε συνδυασμό με τις τουριστικές υπηρεσίες (ξενοδοχεία-εγκαταστάσεις εστίασης και αναψυχής). Αυτό χαρακτηρίζει τις παραπάνω τις παραπάνω μορφές τουρισμού είναι η βαρύτητα του κλιματολογικού παράγοντα στην απόκτηση ανταγωνιστικής θέσης.

11. ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ.

Με βασικό θέμα τη δημιουργία προγραμμάτων «τουρισμού παραχείμασης σε ήπια κλίματα» και στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, ο ΕΟΤ οργάνωσε τον Μάρτιο του 1988 την ετήσια διάσκεψη «Τουρισμός '88» στη Θεσσαλονίκη στο ξενοδοχείο Μακεδονία Παλλάς. Στη διάσκεψη προήδρευσε ο τότε γενικός γραμματέας του ΕΟΤ, ο κ. Κώστας Σκούρας, ενώ έγινε υπό την παρουσία του τότε υφυπουργού τουρισμού κ. Ν. Σκουλά καθώς και του τότε προέδρου του ΕΟΤ κ. Κ. Κυριαζή και φυσικά παρακολουθήθηκε από εκπροσώπους του τουριστικού κυκλώματος. Όπως δήλωσε τότε ο κ. Σκούρας, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου αποτελούσε επιτακτική ανάγκη, αφού ο δείκτης εποχικότητας, παρά τις προσπάθειες που είχαν καταβληθεί, συνεχώς αυξανόταν αντί να μειωθεί (από 4,5 το 1966, σε 6,0 το 1986). Επιπλέον δεν παρέλειψε να αναφέρει την αναμφισβήτητη ανάγκη για μια οργανωμένη εκστρατεία, με σκοπό την επίτευξη του στόχου αυτού, δημιουργώντας προγράμματα τουρισμού παραχείμασης σε ήπια κλίματα τους μήνες από Νοέμβριο έως Μάρτιο, ξεκινώντας από εκείνη την συγκεκριμένη περίοδο 1988-1989. Έτσι η πρόταση του ΕΟΤ για δημιουργία

προγραμμάτων χειμερινών διακοπών στην Αθήνα, Κρήτη και Ρόδο, βρήκε αμέσως ανταπόκριση. Μάλιστα, ζητήθηκε και τελικά περιελήφθη και η Θεσσαλονίκη στο πρόγραμμα αυτό, καθώς συγκεντρώνει όλες τις απαιτούμενες προϋποθέσεις για τουρισμό παραχείμασης. Οι περιοχές αυτές επιλέχθηκαν φυσικά για τον λόγο ότι συγκέντρωναν η καθεμιά συγκεκριμένες προϋποθέσεις. Η Αθήνα λοιπόν, συγκεντρώνει όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις, όπως είναι τα ανοικτά ξενοδοχεία, τα μουσεία, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, οι εκδρομές κ.λπ., ενώ στη Ρόδο και στη Κρήτη υπάρχουν δυνατότητες λόγω της υφισταμένης υποδομής -η οποία δεν υπάρχει σε άλλα μέρη- καθώς και ευνοϊκότερες κλιματολογικές συνθήκες.

Στην διάσκεψη αυτή πάρθηκαν σημαντικές αποφάσεις και έγιναν κάποιες κινήσεις προκειμένου να επιτευχθεί το γρηγορότερο δυνατό ο στόχος αυτός. Έτσι ζητήθηκε από τους διευθυντές και προϊσταμένους των γραφείων ΕΟΤ Εξωτερικού να αρχίσουν άμεσα την προετοιμασία δημιουργίας τέτοιων προγραμμάτων εντοπίζοντας τους tour operators που είχαν ενδιαφέρον να τυπώσουν καταλόγους για τη περίοδο 1988 - 1989 (με σημαντική συμμετοχή του ΕΟΤ σε co-op) και να διερευνήσουν αν απαιτείται και η παροχή άλλων κινήτρων. Παράλληλα οι περιφερειακές υπηρεσίες του ΕΟΤ και οι αρμόδιες διευθύνσεις της Κεντρικής Υπηρεσίας, αποφασίστηκε να έρθουν σε επαφή με ξενοδόχους, πράκτορες, νομαρχιακές επιτροπές τουρισμού ή ακόμα και άτυπους τοπικούς φορείς τουρισμού για να διερευνήσουν το ενδιαφέρον τους για συμμετοχή σ' αυτά τα προγράμματα. Επιπλέον, ως προς την εκστρατεία προβολής, ο ΕΟΤ ανακοίνωσε τότε, ότι θα διέθετε συμπληρωματικά το ποσό των 400 εκ. μέσα στο χρονικό διάστημα των τριών ετών. Αυτό ακριβώς αποτέλεσε και κοινή απαίτηση των ξένων tour operators, οι οποίοι ενημερώθηκαν για το πρόγραμμα, την συμμετοχή δηλαδή του ΕΟΤ σε σημαντικό ποσοστό στο κόστος παραγωγής των φυλλαδίων, προκειμένου να εντάξουν την Ελλάδα στα χειμερινά τους πακέτα. Επιπλέον θεωρήθηκε απαραίτητο από τους tour operators ότι θα πρέπει να οργανωθούν πακέτα σε πολύ χαμηλές τιμές προκειμένου να αρχίσουν οι ελληνικοί προορισμοί να διεκδικούν ένα μερίδιο αγοράς, και στην εκτός αιχμής περίοδο. Οι πρώτες αντιδράσεις, στις περισσότερες χώρες της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης ήταν αρκετά ενθαρρυντικές. Η ανακοίνωση εξάλλου της πρόθεσης από ελληνικής πλευράς, για την προώθηση του τουρισμού παραχείμασης στο Προεδρείο της IFTO, βρήκε θετική ανταπόκριση και έτσι η IFTO σε εγκύκλιό της προς τα μέλη της αναφέρθηκε στο ενδιαφέρον της

Ελλάδας για την προσέλκυση τουριστών κατά τη χειμερινή περίοδο, αρχής γενομένης από τη περίοδο 1988 -1989. Ήδη αμέσως μετά την ανακοίνωση των περιοχών που είχαν επιλεγεί για να εφαρμοστεί το πρόγραμμα παραχείμασης, *tour operators* της Γερμανίας, Αυστρίας, Ελβετίας, Αγγλίας και των Σκανδιναβικών χωρών εξεδήλωσαν ενδιαφέρον και άρχισαν επαφές τόσο με εταιρίες *charter* όσο και με τους διευθυντές του ΕΟΤ στο εξωτερικό προκειμένου να εκπονήσουν τα προγράμματά τους, υπό τη προϋπόθεση όμως ότι θα υπάρξει και σημαντικό εκ μέρους του ελληνικού τουριστικού κυκλώματος ενδιαφέρον. Μεταξύ όλων των άλλων ζητήθηκε από όλες τις πλευρές να δρομολογηθούν απ' ευθείας πτήσεις *charter*, για Ρόδο, Αθήνα και Κρήτη ανά εβδομάδα, να αντιμετωπισθεί το θέμα της δραχμοποίησης του συναλλάγματος από τις τράπεζες για την κατηγορία των συνταξιούχων, καθώς δεν επιτρέπεται η μερική δραχμοποίηση των τσεκ συντάξεως (Ελβετία) και απαραίτητως να εξασφαλισθεί η δυνατότητα ιατροφαρμακευτικής και νοσοκομειακής περίθαλψης, καθώς και η απασχόληση σε κέντρα ιαματικών πηγών φυσιοθεραπείας και υγείας για τα άτομα τρίτης ηλικίας. Τέλος, ζητήθηκε, προκειμένου να προσελκυσθούν περισσότεροι Ιάπωνες τουρίστες, έντονη διαφημιστική εκστρατεία καθώς και κίνητρα, όπως π.χ. διοργάνωση ειδικών προγραμμάτων και εκδηλώσεων για το τμήμα εκείνο της αγοράς των συνταξιούχων που ταξιδεύει περισσότερο. Οι Ιάπωνες *tour operators* λοιπόν, είχαν ζητήσει τη διοργάνωση ιαπωνικών εβδομάδων στην Ελλάδα, με διάφορες εκδηλώσεις ιαπωνικού περιεχομένου, καθώς και πακέτο με υψηλού επιπέδου υπηρεσίες π.χ. ιαπωνεζόφωνους ξεναγούς και ανταγωνιστικές τιμές.

Παρόλες όμως τις προσπάθειες και τις αισιόδοξες διαθέσεις που επικράτησαν στη διάσκεψη αυτή του 1988, τα πράγματα δεν ήταν ευνοϊκά για το τουρισμό παραχείμασης το χειμώνα του 1988-1989. Η Διεύθυνση ΕΟΤ της τότε Δ. Γερμανίας, είχε υποστηρίξει κατά τη διάρκεια της διάσκεψης, ότι στη γερμανική αγορά υπήρχαν, κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις, σημαντικά περιθώρια άντλησης πελατείας τους χειμερινούς μήνες. Η άποψη αυτή είχε στηριχθεί στη βασική διαπίστωση, ότι ενώ ο αριθμός των Γερμανών, που ταξιδεύουν στο εξωτερικό με πτήσεις *charter* τη χειμερινή περίοδο, δηλαδή τους μήνες μεταξύ Νοεμβρίου και Μαρτίου, καλύπτει κάθε χρόνο ποσοστό της τάξης του 25% της συνολικής ετήσιας κίνησης, οι αφίξεις Γερμανών τουριστών στην Ελλάδα την ίδια περίοδο μόλις που προσεγγίζουν το 4% με 5% των ετήσιων αφίξεων.

Η μη ανταπόκριση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας στη βούληση του ΕΟΤ, να βοηθήσει, με τον τρόπο που είχε, τη τουριστική κίνηση τους χειμερινούς μήνες, είχε σαν αποτέλεσμα τη διατήρηση της κίνησης από τη τότε Ομοσπονδιακή Γερμανία τη χειμερινή περίοδο 1988/89 στα γνωστά χαμηλά επίπεδα.

Η εταιρία Lufthansa ακύρωσε τις εβδομαδιαίες τακτικές πτήσεις, που είχε προγραμματίσει να πραγματοποιήσει το χειμώνα του 1988/89 στην Κρήτη και με εγκύκλιό της προς τους τουριστικούς οργανισμούς αιτιολόγησε την ακύρωση με την αδυναμία εξεύρεσης καταλυμάτων καταλλήλων για την υποδοχή των τουριστών με σκοπό τη διαχείμαση.

Με το ίδιο αιτιολογικό δε πραγματοποίησε τελικά την εβδομαδιαία ναυλωμένη πτήση Ντίσελντορφ-Μόναχο-Ρόδο-Κρήτη, που είχε διαβεβαιώσει ότι θα καθιέρωνε τη χειμερινή περίοδο 1988/89, η αεροπορική εταιρία LTU.

Η Ολυμπιακή Αεροπορία ανακοίνωσε επίσημα τις τιμές για τους αεροπορικούς ναύλους για τη χειμερινή περίοδο 1988/89, τον Ιούνιο του 1988, αφού είχαν κυκλοφορήσει όλοι οι κατάλογοι των χειμερινών και ενώ η ενίσχυση του χειμερινού τουρισμού είχε αποφασιστεί από το Μάρτιο του 1988. Οι όροι ισχύος των χειμερινών ναύλων της Ολυμπιακής Αεροπορίας τελικά, ήταν δυσμενέστεροι ακόμη και εκείνων που ισχύουν τους καλοκαιρινούς μήνες.

Μετά από αυτή την αποτυχημένη προσπάθεια τη περίοδο 1988/89, οι εξελίξεις για το τουρισμό παραχείμασης δεν ήταν ιδιαίτερα ικανοποιητικές μέχρι τη χρονική περίοδο 1992/93. Τη περίοδο αυτή, παρουσιάσθηκε ξανά αυξημένο ενδιαφέρον για τη δημιουργία προγραμμάτων διαχείμασης στην Ελλάδα, από Γερμανούς tour operators ξανά. Οι τουριστικοί οργανισμοί Nur - Neckermann και ITS - Kaufhof έδειξαν και πάλι πραγματικό ενδιαφέρον για τη κατάρτιση και προώθηση ελληνικών χειμερινών προγραμμάτων. Ειδικότερο ενδιαφέρον έδειξαν για τη περιοχή του Ρεθύμνου στη Κρήτη ενώ ταυτόχρονα εκπρόσωποι των παραπάνω οργανισμών ήρθαν σ' επαφή με τον ΕΟΤ προκειμένου να συζητήσουν για ένα μακροπρόθεσμο πρόγραμμα με όλες τις αναγκαίες προϋποθέσεις που απαιτεί η διαμονή μακράς διάρκειας σε ένα τουριστικό προορισμό κατά τη διάρκεια του χειμώνα.

Από τότε μέχρι σήμερα ο τουρισμός παραχείμασης παραμένει στα ίδια επίπεδα πάνω κάτω, χωρίς ιδιαίτερες διακυμάνσεις, όπου μεμονωμένες

περιπτώσεις ομάδων τουριστών επισκέπτονται τη χώρα μας κατά τους χειμερινούς μήνες.

Η εμπειρία όλων αυτών των χειμερινών περιόδων του παρελθόντος, όταν η απόφαση του ΕΟΤ να βοηθήσει με διάφορα οικονομικά μέσα την τουριστική κίνηση με σκοπό τη παραχείμαση, δεν είχε σχεδόν καμία απήχηση στην προσφορά των καταλυμάτων, δημιουργεί την εντύπωση όλο και περισσότερο, ότι η υπόθεση του χειμερινού τουρισμού, έτσι όπως έχει εξελιχθεί τα τελευταία χρόνια, ίσως δεν είναι «θέμα κινήτρων και οικονομικής επιδότησης». Η δημιουργία κέντρων τουρισμού με σκοπό τη παραχείμαση φαίνεται να είναι τελικά το αποτέλεσμα μίας μακροχρόνιας διαδικασίας, που την επιβάλλουν οι κανόνες της αγοράς από μόνοι τους. Αυτό σημαίνει ότι όσο δε λειτουργούν οι κανόνες της προσφοράς και της ζήτησης, τόσο δε θα υπάρχουν ελπίδες για την ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης σε ευρεία κλίμακα.

Το γεγονός ότι το πρόβλημα του χειμερινού τουρισμού δεν λύνεται μόνο με τη λειτουργία μίας ή δύο ξενοδοχειακών μονάδων κατάλληλων για την υποδοχή τουριστών με σκοπό τη διαχείμαση, ή με οποιασδήποτε μορφής επιδότηση, δείχνει την έκταση και το είδος του προβλήματος, το οποίο λέγεται χειμερινός τουρισμός στο μεσογειακό χώρο και ιδιαίτερα στην Ελλάδα.

12. ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ.

Κάνοντας μία σύντομη αναδρομή και μελετώντας το παρελθόν του τουρισμού παραχείμασης στην Ελλάδα φτάνουμε στο συμπέρασμα ότι όλα αυτά τα χρόνια η τουριστική πολιτική που ακολουθήθηκε για τον τουρισμό παραχείμασης και την ανάπτυξή του, ήταν παντελώς ελλιπής. Η αίσθηση που κυριαρχεί είναι ότι η ποτέ δεν ακολουθήθηκε μια εμπνευσμένη τουριστική πολιτική, η οποία θα χαρακτηρίζεται από σταθερότητα, μακροπρόθεσμο σχεδιασμό και με σαφήνεια προσδιορισμένους στόχους.

Αυτά ακριβώς τα χαρακτηριστικά αποτελούν βασικές συνιστώσες που θα συντελέσουν στην ανάπτυξη σωστά δομημένων και μελετημένων προγραμμάτων

παραχείμασης που εκπονήθηκαν χωρίς επιτυχία όμως στο παρελθόν. Δεδομένου ότι η χώρα μας διαθέτει όλες τις ικανές προϋποθέσεις για την επαρκή ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης, όπως κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες με ήπιο κλίμα κατά τη διάρκεια του χειμώνα, πολιτιστικά και αρχαιολογικά ενδιαφέροντα καθώς και ποικιλία φυσικού περιβάλλοντος, είναι επιτακτική η ανάγκη, διαμόρφωσης αποτελεσματικής και άψογα σχεδιασμένης τουριστικής πολιτικής.

Όλοι ανεξαιρέτως γνωρίζουμε ότι ο Μάρτιος είναι ο μήνας που αρχίζει η προετοιμασία της εκάστοτε τουριστικής σεζόν. Οι ελληνικές παραθαλάσσιες περιοχές ξαναπαίρνουν ζωή, τα ξενοδοχεία ανοίγουν, προσλαμβάνουν νέο προσωπικό, ένας αριθμός ανθρώπων μετακινείται από τα αστικά κέντρα στις τουριστικές περιοχές. Όλα αυτά που συμβαίνουν κάθε χρόνο τέτοιο καιρό και που στοιχίζουν πολλά χρήματα γίνονται τη στιγμή που θα μπορούσαμε να μιλάμε για τον απολογισμό των εσόδων της χειμερινής σεζόν.

Γιατί είναι δεδομένο ότι η χώρα μας μπορεί να αποτελέσει ιδεώδη προορισμό τουριστών από τη Βόρεια Ευρώπη - και όχι μόνο. Το ζήτημα είναι ότι η Ελλάδα και ιδιαίτερα οι ιθύνοντες του τουρισμού κλείνουν τα μάτια μπροστά σε αυτή την ευκαιρία, κυρίως γιατί δεν υπάρχει κανείς να επωμισθεί το βάρος της οργάνωσης ενός τέτοιου εγχειρήματος. Από όποια πλευρά και αν εξετάσουμε το ζήτημα, η Ελλάδα και οι Έλληνες θα βγουν κερδισμένοι. Γιατί θα πρέπει να περιμένει το καλοκαίρι η εθνική οικονομία για να αυξήσει τα αποθέματα συναλλάγματος που διαθέτει; Άλλωστε είναι κοινός τόπος ότι ο τουρισμός είναι η κύρια πηγή εσόδων για το ελληνικό κράτος. Γιατί επομένως επενδυμένα κεφάλαια, αξίας δισεκατομμυρίων, να παραμένουν ανενεργά κατά τη διάρκεια του χειμώνα, ενώ θα μπορούσαν να αποφέρουν ένα σταθερό ετήσιο κέρδος; Και γιατί εν τελική αναλύσει να μην καταπολεμηθεί η ανεργία προσφέροντας θέσεις εργασίας στην τουριστική βιομηχανία ως κύρια απασχόληση, δημιουργώντας παράλληλα τις προϋποθέσεις για αποκέντρωση και οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας;

Εδώ ακριβώς θα πρέπει να συστρατευθούν ιδιωτικοί και δημόσιοι φορείς καθώς και όλοι οι ενασχολούμενοι με τον τουριστικό κλάδο και με συντονισμένες ενέργειες να προσπαθήσουν να δημιουργήσουν μια μακροπρόθεσμη τουριστική πολιτική με συγκεκριμένα μέτρα που να ενισχύουν το τουρισμό παραχείμασης.

Στη χώρα μας η μέχρι τώρα πολιτική ενίσχυσης της χειμερινής τουριστικής κίνησης, είτε στηρίχθηκε σε λανθασμένη βάση, είτε εφαρμόστηκε για διάφορους λόγους προσωρινά. Αποτέλεσμα της κατάστασης αυτής ήταν η αποτυχία των προσπαθειών.

Η καθιέρωση μίας χώρας, ή μίας περιοχής σαν κέντρο παραχείμασης είναι μια διαδικασία -όπως ήδη έχει αναφερθεί - σχετικά μακροπρόθεσμη. Η δημιουργία της κατάλληλης για το χειμώνα γενικής και ειδικής υποδομής δεν είναι βέβαια εύκολο να ολοκληρωθεί σε σύντομο χρονικό διάστημα και να βοηθήσει έτσι άμεσα στην καθιέρωση μίας περιοχής σαν χειμερινό προορισμό, την στιγμή μάλιστα που υπάρχουν και οι ανταγωνίστριες μεσογειακές χώρες με σαφώς προηγμένο τουρισμό παραχείμασης και το συγκριτικό πλεονέκτημα του ημιτροπικού κλίματος που διαθέτουν. Οι διαπιστώσεις αυτές θα πρέπει επομένως να οδηγήσουν τη πολιτεία στη θέσπιση κινήτρων ενίσχυσης της τουριστικής κίνησης για τη χειμερινή περίοδο σε, αν όχι μόνιμη βάση, τουλάχιστο τριετούς διάρκειας. Γιατί είναι ευκολονόητο ότι η απόδοση των κινήτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης μέσα σε μία μόνο περίοδο, δεν μπορεί να αποτελέσει κριτήριο για την αποτελεσματικότητά τους.

Προκειμένου λοιπόν να ξεκινήσει σωστά η όλη προσπάθεια εφαρμογής του προγράμματος θα πρέπει καταρχήν να δοθεί εντολή σε όλους τους διευθυντές του ΕΟΤ του εξωτερικού, να έρθουν σε επαφή με τους tour operators και τις εταιρίες charter της περιοχής τους, ώστε να εντοπίσουν εκ νέου, αν υπάρχει ενδιαφέρον από πλευράς τους όπως συνέβη στο παρελθόν. Επιπλέον, να διερευνήσουν τις προϋποθέσεις και τα κίνητρα που θα πρέπει να θεσπίσει ο ΕΟΤ προκειμένου να δημιουργήσει ένα ελκυστικό πρόγραμμα. Αυτό σημαίνει ότι ο ΕΟΤ, σε συνεργασία με εκπροσώπους ξενοδοχειακών ενώσεων και φορέων Τοπικής Αυτοδιοίκησης, θα εκπονήσει ειδικά προγράμματα εκδηλώσεων τα οποία θα εμπλουτίζουν το πρόγραμμα και θα κάνουν το πακέτο πιο ελκυστικό. Αν και εφόσον υπάρξει θετική ανταπόκριση του διεθνούς τουριστικού κυκλώματος στο υπό σχεδιασμό πρόγραμμα, αυτό θα εφαρμοστεί όπως είναι επόμενο, στις περιοχές εκείνες που, εκτός από τις επικρατούσες καλές κλιματολογικές συνθήκες, διαθέτουν και την απαραίτητη ξενοδοχειακή και γενική υποδομή. Θα μπορούσε δηλαδή ο ΕΟΤ να επαναπροσδιορίσει τους στόχους της πολιτικής του μέσα από μία ολοκληρωμένη στρατηγική marketing, και να εφαρμόσει το πρόγραμμα στις ήδη επιλεγμένες από

παλιότερα περιοχές, τη Ρόδο, τη Κρήτη, την Αθήνα και αργότερα τη Χαλκιδική, τη Θεσσαλονίκη και άλλες περιοχές που διαθέτουν την κατάλληλη υποδομή. Μερικοί από τους στόχους που θα πρέπει να τεθούν είναι οι εξής :

- Παγίωση της θέσης της Ελλάδας ως κύριο προορισμό τουρισμού παραχείμασης στην Ευρώπη από τις αγορές της.
- Καθιέρωση της χώρας μας ως το αναμφισβήτητο κέντρο και πόλο έλξης, χειμώνα και καλοκαίρι, στην Ανατολική Μεσόγειο.
- Είσοδο της χώρας μας σε όσο το δυνατό περισσότερα προγράμματα για την Ευρώπη.
- Καθιέρωση της Ελλάδας ως κέντρο ιαματικού τουρισμού και τουρισμού υγείας, κατά τη διάρκεια του χειμώνα.
- Σύνδεση του τουρισμού παραχείμασης με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού όπως πολιτιστικός, περιηγητικός, αρχαιολογικός, οικολογικός, τουρισμός πόλεως, τουρισμός θαλασσοθεραπείας κ.α.

Όλοι αυτοί οι στόχοι όμως προϋποθέτουν σοβαρότητα, συνεργασία των αρμοδίων φορέων δημόσιων και ιδιωτικών, συντονισμένες ενέργειες και πάνω απ' όλα ενδιαφέρον και διάθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης. Είναι γεγονός ότι η καθιέρωση μίας χώρας ή περιοχής σαν τόπο παραχείμασης απαιτεί μεγάλο χρονικό διάστημα με ταυτόχρονη προσαρμογή της τουριστικής υποδομής, που είναι απαραίτητη για τους τουρίστες κατά τη διάρκεια του χειμώνα.

Ενδεικτικά, μπορούν να αναφερθούν χώροι διαμονής και συνθήκες απασχόλησης και διασκέδασης των επισκεπτών. Εδώ πρέπει να τονισθεί ότι με τη δημιουργία ειδικής υποδομής, εννοούμε όχι μόνο τη δημιουργία κατάλληλων χώρων και προγραμμάτων απασχόλησης, διασκέδασης στο ξενοδοχείο διαμονής, αλλά και παράλληλη δραστηριοποίηση της γύρω περιοχής π.χ. καταστήματα, εστιατόρια, ζαχαροπλαστεία, καζίνο, κέντρα διασκέδασης, μουσεία, ξεναγήσεις, προγράμματα περιπάτων στην ύπαιθρο με ειδική σηματοδότηση της υπαίθρου κ.λπ.

Είναι γνωστό ότι η δημιουργία ειδικής υποδομής δεν είναι δυνατό να πραγματοποιηθεί αμέσως ή σε μία μόνο τουριστική περίοδο, αλλά απαιτείται μεγαλύτερο χρονικό διάστημα με μακροχρόνιους όπως αναφέραμε στόχους.

Οι τόποι θερινών διακοπών χρησιμοποιούνται συχνά το χειμώνα από tour operators για την παρουσίαση του θερινού τους προγράμματος στους δημοσιογράφους και τους τουριστικούς πράκτορες. Είναι μια προσπάθεια να γίνουν οι περιοχές αυτές γνωστές σε όσο το δυνατό περισσότερους πράκτορες. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονισθεί ότι μια τέτοια προσπάθεια θα έχει θετικά αποτελέσματα για την ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης και την επέκταση της τουριστικής περιόδου εάν η γύρω περιοχή λειτουργεί και όχι όταν οι προσκεκλημένοι βρεθούν έστω και αυτές τις λίγες μέρες, μπροστά από κλειστά μουσεία, εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης κ.λπ.

Οι μεγάλοι τουριστικοί οργανισμοί δύσκολα αποφασίζουν την κατάρτιση νέων προγραμμάτων για τους χειμερινούς μήνες, εάν δεν υπάρχει μακροπρόθεσμη ή έστω μεσοπρόθεσμη πολιτική ενίσχυσης του τουρισμού διαχείμασης και γι' αυτό δύσκολα συμπεριλαμβάνουν την Ελλάδα στα χειμερινά τους προγράμματα λόγω φυσικά των γνωστών της ελλείψεων. Τα κίνητρα για την ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης στην Ελλάδα πρέπει όπως είπαμε να καλύπτουν χρονική περίοδο μεγαλύτερη του ενός ή δύο χρόνων ούτως ώστε να επιδράσουν θετικά στην κοστολόγηση των χειμερινών προγραμμάτων.

Η δυνατότητα επιτυχίας τουριστικών προγραμμάτων παραχείμασης εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από την ανταγωνιστικότητα των τιμών τους, η οποία μπορεί να εξασφαλιστεί μόνο στην περίπτωση που ισχύουν χαμηλές τιμές ξενοδοχείων και φυσικά αεροπορικών ναύλων.

Επιπλέον οι Τ.Ο. προκειμένου να συμπεριλάβουν την Ελλάδα στα χειμερινά τους προγράμματα θέτουν κάποιες ουσιαστικές προϋποθέσεις ως βάση, προϋποθέσεις τις οποίες ο ΕΟΤ και όλοι οι αρμόδιοι του τουρισμού, επαγγελματίες και μη θα πρέπει να λάβουν σοβαρά υπόψη τους και να τις ενσωματώσουν τόσο στην τουριστική πολιτική όσο στους υπόλοιπους σχεδιασμούς τους. Έτσι οι προϋποθέσεις αυτές θα μπορούσαν να επικεντρωθούν στα πιο κάτω:

⇒ Να παραμείνουν ανοιχτά τα ξενοδοχεία που διαθέτουν παραξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, κέντρα αναψυχής, βοηθητικούς χώρους για INDOOR - προγράμματα από ειδικευμένους amateurs, που θα οργανώνονται σε κλειστούς χώρους όταν οι καιρικές συνθήκες θα είναι άσχημες. Επίσης να οργανώνονται ειδικές δραστηριότητες που θα ικανοποιούν τα άτομα τρίτης ηλικίας (οργάνωση μαθημάτων τοπικής μαγειρικής, γλώσσας, ζωγραφικής, κεραμικής, καλαθοποιίας και άλλων ειδών οικοτεχνίας).

⇒ Να δοθούν από τα ξενοδοχεία τους αερομεταφορείς και τα τουριστικά πρακτορεία ανταγωνιστικές προς τη Μαγιόρκα, Κανάριους Νήσους, Τυνησία, Κύπρο κ.λπ. τιμές.

⇒ Να παραμείνει ανοικτή η τουριστική υποδομή της περιοχής ή τουλάχιστο ο πυρήνας στην πόλη. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να προβλεφθεί η διατήρηση σε λειτουργία σημαντικού αριθμού καταστημάτων, νυκτερινών κέντρων, κοσμηματοπωλείων, ντισκοτέκ, clubs κ.λπ. ώστε να προσδώσουν έντονο το χαρακτήρα στη νυχτερινή αλλά και την ημερήσια ζωή της εκάστοτε περιοχής. Προτείνεται επίσης η εκ περιτροπής λειτουργία των διαφόρων καταστημάτων αρχικά, ώστε να μην προκληθεί μεγάλη έκτασης οικονομική ζημιά στην περίπτωση που δε θα υπάρξει η ανάλογη ζήτηση.

⇒ Να διοργανωθούν καλλιτεχνικές, πολιτιστικές και φολκλορικές εκδηλώσεις.

⇒ Να καταρτιστούν εβδομαδιαία προγράμματα ομαδικής αναψυχής των παραχειμαστών.

⇒ Να εξασφαλισθεί ιατρική περίθαλψη για ώστε να υπάρχει ένα πρόσθετο κίνητρο για τους παραχειμαστές.

⇒ Να παρέχονται δελτία εκπτώσεων για την αγορά ειδών λαϊκής τέχνης και ελληνικών προϊόντων

⇒ Να απαλλαχτούν από τα Handling fees οι εταιρίες charters στα αεροδρόμια που δεν καλύπτονται από τον Εθνικό Αερομεταφορέα με απ' ευθείας πτήσεις από το σημείο εκκίνησης.

⇒ Να δοθεί οικονομική υποστήριξη στους tour operators για την έκδοση χειμερινών καταλόγων για διακοπές παραχείμασης.

Για όλα αυτά βέβαια χρειάζεται να δοθούν από το κράτος και συγκεκριμένα από τον ΕΟΤ, ορισμένα κίνητρα τα οποία θα ωθήσουν τους τουριστικούς επιχειρηματίες να ρισκάρουν και είτε να επενδύσουν στις επιχειρήσεις τους, είτε να τις κρατήσουν ανοιχτές κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Έτσι θα πρέπει να δοθούν:

α) Κίνητρα για τη δημιουργία έργων ειδικής υποδομής όπως γήπεδα golf, άλλες αθλητικές εγκαταστάσεις (π.χ. τένις, πισίνα κ.λπ.), υδροθεραπευτήρια, κέντρα θαλασσοθεραπείας και διάφορα άλλα έργα τουριστικής υποστήριξης, όπως χαρακτηριστικά ονομάζονται.

β) Παροχή ρεύματος της ΔΕΗ με μειωμένη τιμή το χειμώνα. Έτσι, δε θα αργούν τα δίκτυα το χειμώνα και οι εγκαταστάσεις της και θα της αποδίδουν έσοδα έστω κι αν αυτά είναι μειωμένα.

γ) Πετρέλαιο και υγραέριο επίσης με μειωμένη τιμή το χειμώνα ώστε το δημόσιο και πάλι να κερδίζει από την κατανάλωση.

δ) Απαλλαγή από τυχόν φόρους κερδών το χειμώνα.

ε) Αντί ο ΟΑΕΔ να δίνει επιδόματα ανεργίας σε τουριστικούς υπαλλήλους να τα εισπράττει η επιχείρηση ως αντίστοιχα επιδόματα εργασίας για τη περίοδο του χειμώνα και ο υπάλληλος θα παίρνει πλήρη μισθό. Αυτό σημαίνει ότι δε θα υπάρχει πρόσθετη κρατική εκταμίευση, αλλά μεθόδευση αυτής.

στ) Τα ΙΚΑ -ΤΑΞΥ παρέχουν περίθαλψη στους ανέργους και το χειμώνα, χωρίς να έχουν αντίστοιχα έσοδα. Εάν τα ΙΚΑ-ΤΑΞΥ καθιερώσουν μειωμένο συντελεστή εισφορών το χειμώνα, θα εισπράττουν χρήματα τα οποία σήμερα δεν εισπράττουν. Άρα δεν υπάρχει εκταμίευση.

Όλα αυτά είναι ορισμένες σκέψεις, οι οποίες είναι δυνατό να διευρυνθούν από άλλες καινοτομίες, όταν γίνει μια συστηματική και συντονισμένη μελέτη. Έτσι με την παραπάνω μεθοδολογία χορήγησης άμεσων κινήτρων, με την οποία κερδίζουν όλοι, δίνεται μια λύση, μιας και επί χρόνια ολόκληρα ταλανίζεται ο τουρισμός παραχείμασης στην Ελλάδα. Τέλος μπορούμε να προσθέσουμε και τα εξής:

* Τα κίνητρα να δοθούν για μια τριετία, με δικαίωμα ανανέωσης για μια ακόμη τριετία, ωστόσο ορθοποδήσουν οι επιχειρήσεις.

* Ασφαλιστική υπέρ του κράτους δικλείδα για τη λήψη των κινήτρων που αναφέρθηκαν, είναι ότι τα κίνητρα αυτά θα τα λάβουν τα ξενοδοχεία εκείνα που θα παρουσιάσουν πληρότητα αλλοδαπών 40% στο α΄ έτος και 50% στο β΄ έτος και πέρα, κατά την εφαρμογή του εκάστοτε προγράμματος παραχείμασης που θα σχεδιασθεί και στη συνέχεια θα εφαρμοσθεί.

Εφόσον λοιπόν ο ΕΟΤ κινηθεί κατά αυτό το τρόπο και θελήσει να δώσει τέτοιου είδους κίνητρα για την ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης, θα πρέπει ταυτόχρονα να αρχίσει τη συνεργασία του με Νομαρχίες και άτυπους φορείς τουρισμού προκειμένου να πραγματοποιήσουν τα διάφορα σχέδια και σιγά-σιγά να αρχίσουν να διοργανώνουν πολιτιστικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ αρχικά στις περιοχές Ρόδου και Κρήτης και στη συνέχεια σε άλλες περιοχές κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου.

Όμως εκτός από τη δραστηριοποίηση του ΕΟΤ, θα πρέπει ταυτόχρονα και η Ολυμπιακή Αεροπορία να πάρει θέση για τις τιμές που μπορεί να θεσπίσει για τη χειμερινή περίοδο ώστε να ανταγωνίζονται εκείνες των καθιερωμένων ήδη περιοχών για παραχείμαση. Επιπλέον η Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας θα πρέπει να τοποθετηθεί επί του θέματος και να εξετάσει τις δυνατότητες απαλλαγής των εταιριών charters από τα τέλη προσγείωσης που θα πραγματοποιήσουν πτήση για το χειμώνα. Εξάλλου, οι ξενοδόχοι επιχειρηματίες των περιοχών, που έχουν προταθεί για το πρόγραμμα παραχείμασης, οφείλουν να ανταποκριθούν και αυτοί με τη σειρά τους και να εκδηλώσουν έγκαιρα το ενδιαφέρον τους για συμμετοχή στα προγράμματα παραχείμασης προκειμένου ο ΕΟΤ να μπορέσει να προχωρήσει στην πραγματοποίηση των στόχων του.

Τέλος οι Νομαρχίες και η Τοπική Αυτοδιοίκηση μέσα στα πλαίσια της γενικότερης συνεργασίας των φορέων του τουρισμού, αναμένονται να ευαισθητοποιήσουν τη φαντασία τους ώστε οι εκδηλώσεις που θα προγραμματίσουν για τη χειμερινή περίοδο και κατ' επέκταση για τους διαχειμαστές, να αποτελέσουν σημαντικό πόλο έλξης τουριστών.

13. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΠΡΟΒΟΛΗ.

Για να πραγματοποιηθούν όμως όλα τα παραπάνω σχέδια για ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης είναι επιτακτική η ανάγκη για διαφήμιση και προβολή. Πρώτος ο ΕΟΤ και πάλι οφείλει να μεριμνήσει για μια ολοκληρωμένη διαφημιστική καμπάνια που θα προβάλλει με σταθερά και εμπειριστατωμένα μηνύματα τη χώρα μας ως προορισμό χειμερινής διαβίωσης μακράς διάρκειας, σε ήπιο κλίμα, δηλαδή ως προορισμό τουρισμού παραχείμασης. Μερικές από τις ενέργειες τις οποίες θα πρέπει να ακολουθήσει είναι οι εξής:

- i. Ειδική διαφήμιση «**Η Ελλάδα το Χειμώνα**».
- ii. Συνεχής διαφημιστική καμπάνια για τον τουρισμό παραχείμασης της Ρόδου, της Κρήτης και της Αθήνας.
- iii. Έκδοση από τον ΕΟΤ ξεχωριστών φυλλαδίων για τις παραπάνω περιοχές.
- iv. Στήριξη των προσπαθειών ανάπτυξης του τουρισμού παραχείμασης από τα γραφεία του εξωτερικού (ΔΙ.Τ.ΕΞ.)
- v. Στις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις καθώς και στις προγραμματισμένες εκθέσεις του ΕΟΤ, να προβάλλονται όλα τα τουριστικά θέλγητρα που διαθέτει η Ελλάδα κατά τη διάρκεια του χειμώνα για τους τουρίστες τρίτης ηλικίας, που αποτελούν και τη βασική αγορά τουρισμού παραχείμασης. Επιπλέον συμμετοχή σε όλες τις ειδικές εκθέσεις για το χειμερινό τουρισμό γενικότερα.
- vi. Να αναληφθούν ειδικά προγράμματα δημοσίων σχέσεων που να χαρακτηρίζει συγκεκριμένη και επαυξημένη έμφαση στον τουρισμό παραχείμασης και πιο ειδικά στον τουρισμό τρίτης ηλικίας. Είναι γνωστό ότι υπάρχουν ειδικά περιοδικά τα οποία απευθύνονται στους τουρίστες τρίτης ηλικίας στη Γαλλία, Η.Β., Σουηδία, Νορβηγία, Αυστρία, και σε αυτά πρέπει να γίνει εντατική διαφήμιση και προβολή της Ελλάδας το χειμώνα.
- vii. Συνεχείς διαφημιστικές καταχωρήσεις στα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά τη διάρκεια του έτους.

Τέλος, είναι σκόπιμο να αναφερθεί ότι το διαφημιστικό μήνυμα θα πρέπει να είναι σαφές και σταθερό δηλαδή με κάποια μακρά χρονική διάρκεια προκειμένου να

αποτελέσει συνεχές σύνθημα για τον τουρισμό παραχείμασης. Η συχνή αλλαγή των μηνυμάτων προκαλεί σύγχυση και δεν αποφέρει καλά αποτελέσματα. Ένα αποτελεσματικό σύνθημα κατάλληλο για τις μπροσούρες θα μπορούσε λοιπόν να ήταν «**Η Ελλάδα του Χειμώνα και του Καλοκαιριού**».

14. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.

Πρόκειται για μεγάλα επενδυτικά έργα που αναβαθμίζουν ή προωθούν ολόκληρες περιοχές ή στοχεύουν στην προσφορά νέων τύπων τουριστικών προϊόντων. Το κυριότερο από αυτά είναι η δημιουργία χωριών για συνταξιούχους, όπου θα έρχονται να κατοικήσουν συνταξιούχοι των βορείων χωρών της Ευρώπης, της Αμερικής και της Ιαπωνίας. Τα χωριά αυτά μπορεί να προσελκύσουν τέτοιου είδους «μόνιμους τουρίστες» χάρη στο συνδυασμό του καλού κλίματος, πολιτιστικού ενδιαφέροντος και ειδικής υποδομής (δρόμοι, μαρίνες, δυνατότητες σπορ και διασκέδασης, ιατρικά κέντρα ίσως και σε συνδυασμό με ιαματικές πηγές, καλές επικοινωνίες και συγκοινωνίες, ελικοδρόμιο, δρόμους). Αυτά τα χωριά για συνταξιούχους συνδυάζουν την τουριστική με την περιφερειακή πολιτική, γιατί οι συνταξιούχοι που θα μένουν εκεί θα ξοδεύουν το μεγαλύτερο μέρος των συντάξεών τους επιτόπια, με πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην περιοχή.

Τα χωριά συνταξιούχων μπορεί να γίνουν πόλος έλξης για την ανάπτυξη ολόκληρων περιοχών προσελκύοντας υπηρεσίες (για διασκέδαση, σπορ, μαγαζιά, τράπεζες, γιατρούς, ελεύθερους επαγγελματίες γενικά) και μερικές ελαφριές βιομηχανίες (κυρίως για παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων).

Το όφελος από τη δημιουργία τέτοιων χωριών είναι διπλό, γιατί πέρα από την πρώτη επένδυση, που μπορεί να γίνει με χρηματοδότηση από κοινοτικούς πόρους, (περιφερειακό ταμείο) Έλληνες και ξένους ιδιώτες επενδυτές, ελληνικές και ξένες τράπεζες και τον αναπτυξιακό νόμο 1262, επιπλέον θα πληρώνεται με την ενοικίαση, από τους ξένους των σπιτιών και ταυτόχρονα θα υπάρχει και διαρκής ροή συναλλάγματος που θα ξοδεύονται επιτόπια.

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ**ΛΕΥΚΟΣ - ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ****1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.**

Η Χιονοδρομία (ski) έλκει την καταγωγή της από τις Σκανδιναβικές χώρες όπου, εκτός από άθλημα, αποτελεί ταυτόχρονα και τρόπο διακίνησης προσώπων και αγαθών. Έτσι κάνει την εμφάνισή της στο Saint - Moritz το 1864, το οποίο αποκτά σταδιακά τις πρώτες πίστες τη χρονική περίοδο μεταξύ 1864 -1886.

Τα πρώτα ski-clubs ιδρύονται το 1896, ενώ ήδη από τις αρχές του 20ου αιώνα αρχίζει η σταδιακή εξάπλωση του ski σε μια σειρά από χώρες οι οποίες διαθέτουν τις κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες και συγκεκριμένες οικονομικές προϋποθέσεις. Έτσι το γαλλικό Club-Alpin διοργανώνει το 1907 τους πρώτους αγώνες χιονοδρομίας, λίγο αργότερα το 1924 το Chamonix υποδέχεται τους πρώτους χειμερινούς Ολυμπιακούς αγώνες και το 1936 ιδρύεται στη Valloire η πρώτη σχολή ski.

Ο πρώτος σταθμός χειμερινών σπορ δημιουργήθηκε στο Megeve από τη βαρόνη του Rothschild και λειτούργησε για πρώτη φορά την περίοδο 1919 - 1920. Τα πρώτα σημαντικά ski-lifts χρονολογούνται από τη δεκαετία του '20 στις γαλλικές Άλπεις στους σταθμούς της Megeve, Saint Gervais και Clusaz.

Κατά το τέλος της δεκαετίας του '30 δημιουργούνται λοιπόν, προοδευτικά, μια σειρά από χιονοδρομικά κέντρα στην Κεντρική Ευρώπη, τα οποία αρχικά αναπτύσσονται γύρω από υποτυπωδώς διαμορφωμένες χιονοπλαγιές με στοιχειώδη εξοπλισμό. Πολύ γρήγορα όμως εξελίσσονται σε κοσμικά χειμερινά κέντρα, ενώ σταδιακά η πλούσια πελατεία τους αναμιγνύεται με χρήστες χαμηλότερων εισοδημάτων. Είναι γεγονός ότι το ski μέχρι και το τέλος του Β' Παγκοσμίου υπήρξε σπορ μίας ελίτ, ενώ στη συνέχεια ο εκδημοκρατισμός του προκάλεσε μία σειρά από ορισμένες οικονομικές και κοινωνικές ανακατατάξεις στο χώρο των Άλπεων, οι περιοχές των οποίων μέχρι τότε χαρακτηρίζονταν ως προβληματικές λόγω της δύσκολης προσπελασιμότητας και της μεγάλης διάρκειας των χιονοπτώσεων που τις απομόνωναν από τον υπόλοιπο κόσμο.

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, ο κλάδος του χειμερινού τουρισμού, είναι γενικότερα συνυφασμένος με τον τουρισμό στα χιονοδρομικά κέντρα. Άλλη μορφή χειμερινού τουρισμού είναι οι διακοπές σε χειμερινά θέρετρα ενώ συγγενή αθλήματα με τη χιονοδρομία (ski) είναι μια σειρά αθλημάτων που αποκαλούνται χειμερινά σπορ, όπως η παγοδρομία, το διάθλο, η ελκηθοδρομία, η αναρρίχηση στον πάγο, το snowboard.

2. ΟΙ ΓΕΝΙΕΣ ΤΩΝ ΣΤΑΘΜΩΝ ΤΩΝ ΧΕΙΜΕΡΙΝΩΝ ΣΠΟΡ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ.

Οι Άλπεις αποτελούν το μοναδικό ορεινό όγκο στον κόσμο όπου μία πληθώρα σταθμών χειμερινών σπορ αναπτύχθηκαν - όπως είδαμε - από τα τέλη του περασμένου αιώνα μέχρι σήμερα. Πρόκειται για ορεινά κυρίως χωριά, στην περιοχή των οποίων λειτουργεί οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο, που αποτελεί και τον κύριο στοιχείο έλξης των τουριστών-χιονοδρόμων (skiers). Στις Ελβετικές και Ιταλικές Άλπεις οι χιονοδρομικές δραστηριότητες (sport d' hiver) έχουν διαμορφώσει έναν ιδιόρρυθμο τουρισμό τον «**αλπινισμό**», που στηρίζει οικονομικά όλα τα χωριά της περιοχής, τα οποία προσφέρουν τη φιλοξενία τους στους τουρίστες που λατρεύουν το χιόνι και ανήκουν όπως χαρακτηριστικά έχει ονομαστεί στο «**λευκό τουρισμό**».

Διακρίνουμε δυο μεγάλες κατηγορίες :

⊗ τους σταθμούς που οφείλουν την ύπαρξή τους σε παραδοσιακούς πυρήνες αγροτο-κτηνοτροφικού χαρακτήρα και

⊗ τους «ex nihilo» ολοκληρωμένους σταθμούς, εξαγωγίμο και ετοιμοπαράδοτο γαλλικό προϊόν (station clef en main).

Τα κριτήρια επιλογής του τόπου εγκατάστασης του σταθμού, εκτός των επιδιώξεων της περιφερειακής αναπτυξιακής πολιτικής, ήταν :

> η προσπελασιμότητα

> η υποδομή

- το υψόμετρο και η επαρκής χιόνωση
- η έκταση και η ποικιλία που πρόσφεραν οι πίστες
- η θέση , οι ιδιαιτερότητες και τα άλλα χαρακτηριστικά του ορεινού όγκου
- η ύπαρξη πολλαπλών συνθηκών για τη δημιουργία της ανωδομής

Οι σταθμοί που δημιουργήθηκαν στον ορεινό όγκο των Άλπεων διακρίνονται σε τέσσερις γενιές :

A. Οι σταθμοί α΄ γενιάς

Η κύρια ή αρχική λειτουργία των σταθμών (αλπινισμός, παραθερισμός υγείας, ιαματικός τουρισμός, φυσιολατρικός κ.λπ.) σε συνδυασμό με την παραδοσιακή αρχιτεκτονική και την τουριστική οργάνωση του χώρου υπήρξαν οι κατεξοχήν αιτίες για την εμφάνιση των πρώτων σταθμών χειμερινών σπορ.

Το ski και στη συνέχεια η εξάπλωσή του δημιούργησαν έναν αριθμό νέων αναγκών που η οργάνωση και τα χαρακτηριστικά αυτών των σταθμών δεν ήταν σε θέση να ικανοποιήσουν. Επομένως, οι σταθμοί α΄ γενιάς βρίσκονται αντιμέτωποι με έναν αριθμό προβλημάτων που δεν είναι σε θέση να επιλύσουν όπως :

- ⊗ Μη ικανοποιητικό υψόμετρο προκειμένου να εξασφαλιστεί επαρκής χιόνωση.
- ⊗ Θεωρούνται σημαντικοί καταναλωτές χώρου.
- ⊗ Δεν ικανοποιούν σε μεγάλο βαθμό τους σκιέρ λόγω του ότι οι πίστες βρίσκονται αρκετά μακριά από τα ξενοδοχειακά καταλύματα.
- ⊗ Ο συντονισμός μεταξύ των διαφόρων δραστηριοτήτων υπήρξε για μεγάλα χρονικά διαστήματα προβληματικός.

B. Οι σταθμοί β΄ γενιάς

Οι σταθμοί β΄ γενιάς σχεδιάστηκαν και κατασκευάστηκαν σε μεγάλα υψόμετρα και κυρίως σε νέες και ανεκμετάλλευτες περιοχές.

Η τουριστική ανάπτυξη επιβάλλει σημαντικές αλλαγές υπό την πίεση μίας ζήτησης διαφοροποιημένης ποιοτικά και αυξανόμενης ποσοτικά, με συνέπεια οι επενδυτές να προτείνουν νέα μοντέλα σταθμών. Χαρακτηρίζονται ως «ex nihilo» λειτουργικοί σταθμοί χωρίς κάποιο πραγματικό χωροταξικό πολεοδομικό σχεδιασμό.

Οι σταθμοί της δεύτερης γενιάς που κατασκευάστηκαν πριν το β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο παρουσιάζουν μία σειρά από μειονεκτήματα όπως :

- ⇒ Κακή οργάνωση
- ⇒ Αναρχη εκμετάλλευση του χώρου
- ⇒ Κακώς οριοθετημένες διοικητικές αρμοδιότητες
- ⇒ Ασάφεια των διαδικασιών χρηματοδότησης
- ⇒ Περιορισμένες δραστηριότητες αναψυχής

Ωστόσο, παρόλα τα μειονεκτήματα, η δεκαετία του '30 παρείχε σημαντικές εμπειρίες για την ικανοποίηση των μεταπολεμικών τάσεων. Έτσι, φτάνουμε σταδιακά στην εμφάνιση των σταθμών γ΄ γενιάς.

Γ. Οι σταθμοί της γ΄ γενιάς

Αυτοί αφορούν σε ογκώδεις κατασκευές, η δημιουργία των οποίων επιβάλλει έναν χωροταξικό πολεοδομικό σχεδιασμό που για πρώτη φορά γνωρίζουν οι ορεινοί όγκοι. Πρόκειται για ένα τύπο σταθμού που χαρακτηρίζεται ως κατεξοχήν γαλλικό προϊόν. Σε αυτόν τον τύπο ο κύριος επενδυτής επινοεί και καθορίζει εκ των προτέρων το προϊόν που πρόκειται να προτείνει στους δυνητικούς τουρίστες (δρόμους, πίστες ski, ski lifts, ξενοδοχειακά καταλύματα, εμπορικά κέντρα, κέντρα αναψυχής κ.λπ.), ενώ παράλληλα επιφορτίζεται με την προβολή-προώθηση, διαχείριση και εμπορευματοποίηση του εκάστοτε σταθμού.

Όλοι οι εμπλεκόμενοι στη δημιουργία και τη λειτουργία των σταθμών της γ΄ γενιάς πίστευαν αναμφιβόλως στην επιτυχία τους. Όμως και πάλι, μετά την παρέλευση κάποιου συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος αυτοί οι σταθμοί αποτέλεσαν το αντικείμενο πολυάριθμων κριτικών όπως :

☞ Κατασκευή τους σε μεγάλα υψόμετρα προκειμένου να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των σκιέρ.

☞ Κατασκευή τους σε παρθένες φυσικές τοποθεσίες.

☞ Υπέρμετρος όγκος των κατασκευών.

☞ Αλλοίωση του φυσικού περιβάλλοντος.

Όμως, οι σταθμοί γ' γενιάς, παρά τα περιβαλλοντικά προβλήματα που δημιούργησαν στις πλέον ευαίσθητες περιοχές του ορεινού όγκου των Άλπεων και παρά την εποχιακή λειτουργία τους, ήταν αυτά τα οποία συνέβαλαν σε μεγάλο βαθμό στον λεγόμενο **«εκδημοκρατισμό των χειμερινών σπορ»**.

Δ. Οι σταθμοί της δ' γενιάς

Οι σταθμοί της δ' γενιάς ανταποκρίνονται περισσότερο στην «αιιφορική διάσταση» της τουριστικής ανάπτυξης των ορεινών όγκων. Βρίσκονται εγκατεστημένοι σε μικρότερα υψόμετρα, δείχνουν μεγάλο σεβασμό στην παραδοσιακή αρχιτεκτονική, την πολιτιστική κληρονομιά, τα μικρά μεγέθη και επιδιώκουν την ενσωμάτωσή τους στις τοπικές παραδοσιακές κοινωνίες.

Οι σταθμοί δ' γενιάς είναι αυτοί που ανταποκρίνονται στο μοντέλο που αναπτύχθηκε στην περιοχή του αυστριακού **Τυρόλο**.

3. ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥ ΤΥΡΟΛΟ.

Το μοντέλο του Τυρόλο ήταν απόρροια μίας σειράς αναζητήσεων και προσανατολισμών των τοπικών κοινωνιών και οικονομιών στα πλαίσια μίας πολιτικής περιφερειακής, όπου επιδιώκεται η αρμονική συνύπαρξη αγροτοκτηνοτροφικών και τουριστικών δραστηριοτήτων. Αποτελεί χαρακτηριστική περίπτωση μετασχηματισμού αγροτικής περιοχής σε τουριστική με δραστηριότητα τα χειμερινά σπορ, αφού είναι γεγονός ότι στις αρχές του αιώνα μας το 61% του αυστριακού πληθυσμού ασχολούνταν με τη γεωργία, ενώ σήμερα το μεγαλύτερο

μέρος των ορεινών αγροκτημάτων (mountain farmers), επιδίδονται αποκλειστικά στο χειμερινό ορεινό τουρισμό. Οι βασικότεροι στόχοι του μοντέλου αυτού ήταν:

➤ Ο περιορισμός της μείωσης του πληθυσμού των ορεινών περιοχών.

➤ Ο περιορισμός της οικονομικής παρακμής των ορεινών περιοχών και η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των ορεινών πληθυσμών.

➤ Η δημιουργία πολυδραστηριοτήτων όπου ο τουρισμός συνυπάρχει με άλλες παραδοσιακές δραστηριότητες, ενώ ταυτόχρονα συμβάλλει στη διατήρηση και την καλαισθησία του φυσικού τοπίου και τη διαφοροποίηση των αγροτικών.

➤ Η επίτευξη διπλής τουριστικής περιόδου (χειμώνας-καλοκαίρι) και η επιμήκυνση των ενδιαμέσων περιόδων.

Ωστόσο, το μοντέλο του Τυρόλο, παρά την επιτυχία του -καθώς ουσιαστικά αντιπροσωπεύει ένα μοντέλο «ήπιου τουρισμού», όπου οι αγροτουριστικές δραστηριότητες συνυπάρχουν-, παρουσιάζει και μία σειρά μειονεκτημάτων:

✓ Οι σταθμοί αυτοί ήταν προσανατολισμένοι εξ αρχής στην ικανοποίηση των αναγκών του τουρισμού της καλοκαιρινής περιόδου.

✓ Τα ski-lifts ήταν συνήθως μακριά από τα ξενοδοχειακά καταλύματα.

✓ Οι προσφερόμενοι για ski χώροι δεν ανταποκρίνονταν στη σύνθεση και την ποιότητα των αντίστοιχων γαλλικών.

4. ΤΟ ΓΑΛΛΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ.

Το γαλλικό μοντέλο σε αντίθεση με εκείνο του Τυρόλο, θεωρείται ότι αντιπροσωπεύει ένα μοντέλο «σκληρού χειμερινού τουρισμού». Οι σταθμοί αυτού του μοντέλου παρουσιάζουν με τη σειρά τους τα εξής χαρακτηριστικά:

✗ Δημιουργήθηκαν «ex nihilo» και σε μεγάλα υψόμετρα, επομένως μακριά από τις μόνιμες κατοικίες των αγροτικών πληθυσμών.

✗ Επινοήθηκαν, σχεδιάστηκαν και κατασκευάστηκαν από εταιρίες των αστικών κέντρων, χωρίς να λάβουν υπόψη τους τις κοινωνικο-οικονομικές μεταβλητές των ορεινών περιοχών οι οποίες καθορίζουν σε πρώτο βαθμό το

μοντέλο της ανάπτυξης. Τα πλεονεκτήματα του συγκεκριμένου μοντέλου είναι τα εξής:

✗ Η τεχνική επιτυχία των σταθμών.

✗ Η μείωση της εξόδου των αγροτικών πληθυσμών και η βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου.

✗ Ο εκδημοκρατισμός των χειμερινών σπορ και η συγκράτηση στη Γαλλία των Γάλλων σκιέρ.

Τα δε μειονεκτήματα του συνίστανται στα εξής:

✗ Οι σταθμοί είναι απομακρυσμένοι, φυσικά και ψυχολογικά, από τους αγροτικούς πληθυσμούς.

✗ Οι σταθμοί χαρακτηρίζονται από τις ογκώδης διαστάσεις τους και τη μη προσαρμογή τους στο φυσικό περιβάλλον.

✗ Πολλοί σταθμοί παρουσιάζουν οικονομικής φύσης προβλήματα λόγω του αυξημένου ανταγωνισμού και της μικρής λειτουργικής περιόδου που δεν αρκεί για την κάλυψη των υπέρμετρων εξόδων.

Τέλος, η επιλογή και η υιοθέτηση των ανωτέρων μοντέλων -τόσο του γαλλικού όσο και αυτού του Τυρόλου- σε άλλους ανά την υφήλιο ορεινούς όγκους προσδιορίζεται από ορισμένους παράγοντες :

i. Τις ιδιαιτερότητες και τα χαρακτηριστικά του ορεινού όγκου.

ii. Τα κοινωνικο-οικονομικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά των ορεινών πληθυσμών.

5. ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Είναι ευνόητο ότι οι κυριότερες χώρες προέλευσης των σκιέρ αντιστοιχούν σ' εκείνες οι οποίες εμφανίζουν κάποια παράδοση στην ανάπτυξη των χειμερινών διακοπών (ιδίως ΒΔ Ευρώπη και Αμερική) ή σ' εκείνες οι οποίες έχοντας φτάσει σε υψηλό οικονομικό επίπεδο ανάπτυξης -τουλάχιστο για τμήμα του πληθυσμού τους-,

συγκαταλέγονται προοδευτικά στον κατάλογο των χωρών αποστολής τουριστών για χειμερινά σπορ. Αναλυτικότερα οι χώρες των οποίων οι κάτοικοι επιδίδονται στο ski είναι:

Ευρώπη : Αυστρία, Ελβετία, Γαλλία, Ιταλία, Σκανδιναβία, Μ. Βρετανία, Γερμανία, Ισπανία και σύμφωνα με πιο παλιά στοιχεία η πρώην ΕΣΣΔ, η πρώην Τσεχοσλοβακία και τέλος η πρώην Γιουγκοσλαβία.

Αμερική : ΗΠΑ, Καναδάς, Αργεντινή, Χιλή.

Ασία : Ιαπωνία, Κορέα.

Αντίστοιχα, μεταξύ των χωρών στις οποίες λειτουργούν αξιόλογα και υψηλού επιπέδου χιονοδρομικά κέντρα -και οι οποίες ταυτίζονται σε μεγάλο βαθμό με τις προηγούμενες- περιλαμβάνονται οι ακόλουθες:

Ευρώπη : Γαλλία, Αυστρία, Ελβετία, Ιταλία, Γερμανία, Σκανδιναβία, Ισπανία.

Αμερική : ΗΠΑ, Καναδάς, Αργεντινή, Χιλή.

Ασία : Ιαπωνία, Κορέα.

6. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ.

Τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων ποικίλλουν από χώρα σε χώρα και εξαρτώνται επίσης από το στάδιο ανάπτυξης του ski σε κάθε μία ξεχωριστά.

Σε μια πρώτη φάση ανάπτυξης ασχολούνται οι οικονομικά ευρωστότερες τάξεις του πληθυσμού, δεδομένου ότι το ski απαιτεί σημαντικά έξοδα για τη διεξαγωγή του όπως διαμονή, εξοπλισμός, εισιτήρια κ.α. Αντιπροσωπευτικές περιπτώσεις μπορούν να θεωρηθούν χώρες όπως οι: Ισπανία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Τουρκία, Αργεντινή, Χιλή, Λίβανος, Κορέα, Ελλάδα. Σ' αυτήν την περίπτωση δηλαδή με το ski ασχολείται ένας περιορισμένος αριθμός ατόμων με κάποια μεγάλη οικονομική άνεση.

Σ' ένα στάδιο ωριμότητας όλο και ευρύτερες ομάδες του πληθυσμού ασχολούνται με το ski, που αποκτά πλέον μη ταξικό χαρακτήρα και γίνεται κυρίως,

τρόπος ζωής στις χώρες με ανεπτυγμένο χιονοδρομικό τουρισμό και υψηλό βιοτικό επίπεδο. Έτσι, το φαινόμενο αυτό διαπιστώνεται σε χώρες όπως: Αυστρία, Ελβετία, Σκανδιναβία, Καναδάς.

Ένα ενδιάμεσο στάδιο παρατηρείται σε χώρες όπως: Γαλλία, Ιταλία, Γερμανία Ισπανία, ΗΠΑ, Πολωνία.

Τα συμπεράσματα που βγήκαν από μία μελέτη του Υπουργείου Τουρισμού της Γαλλίας πάνω στα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στο χιονοδρομικό τουρισμό, σίγουρα δεν επιβεβαιώνονται απόλυτα στη χώρα μας, η οποία παρουσιάζει χαμηλότερο επίπεδο ανάπτυξης του ski. Παρόλα αυτά, αποτελούν πολύτιμο οδηγό για το μέλλον. Μερικά από αυτά είναι τα εξής:

⇒ Το ποσοστό αναχώρησης για χειμερινά σπορ είναι αυξημένο σε δύο κυρίως κοινωνικο-επαγγελματικές κατηγορίες:

i. στους ελεύθερους επαγγελματίες και τους ανώτερους δημόσιους υπάλληλους (27,5%) και

ii. στους μέσους υπάλληλους (17,5%)

⇒ Οι άντρες με ποσοστό 56%, είναι λίγο περισσότεροι από τις γυναίκες (44 %). Το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών είναι άμεσα συναρτημένο με το επίπεδο ανάπτυξης του ski σε μία χώρα και αυξάνει ανάλογα με την εξέλιξή του.

⇒ Ηλικία: η μεγαλύτερη συχνότητα απαντάται στην ομάδα 15-24 ετών που αποτελεί το 29% αυτών που αναχωρούν.

⇒ Τόπος κατοικίας: το 70% προέρχεται από αστικές περιοχές. Από το ποσοστό αυτό, το 32% αντιπροσωπεύουν οι κάτοικοι της πρωτεύουσας.

⇒ Είδος ski: ποσοστό 66% κάνει αποκλειστικά ski καταβάσεων, το 14% αποκλειστικά ski αντοχής (cross country), 15% ski καταβάσεων και αντοχής συγχρόνως, ενώ ένα 5% αυτών που παραθερίζουν στα χιονοδρομικά κέντρα δεν κάνει ski, αλλά απολαμβάνει άλλες δραστηριότητες.

⇒ Συχνότητα: από τους επισκέπτες, το 1/3 αποτελούν οι «φανατικοί» σκιέρ που επισκέπτονται συχνά τα χιονοδρομικά κέντρα, ενώ τα υπόλοιπα 2/3 κατατάσσονται στους «ερασιτέχνες».

⇒ Καταλύματα: από τους επισκέπτες των χιονοδρομικών κέντρων ποσοστό 17% διαμένει σε ξενοδοχεία, 43% σε άλλα ξενοδοχειακά καταλύματα (π.χ. πανσιόν, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, bungalows) και 24% σε παραθεριστικές κατοικίες, πατρικά σπίτια ή φιλοξενείται σε φίλους.

7. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ.

Τα χιονοδρομικά κέντρα γύρω από τα οποία συνήθως αναπτύσσεται και η βιομηχανία του «λευκού» τουρισμού δημιουργούνται και εξελίσσονται σε περιοχές με κατάλληλη κλίση του εδάφους, επαρκή χιόνωση και άλλες ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες (άνεμοι, υγρασία).

Άλλοι σημαντικοί παράγοντες είναι επίσης το υψόμετρο, ο γεωγραφικός παράλληλος της χώρας και η απόσταση από τα αστικά κέντρα της περιοχής.

Ο χρόνος λειτουργίας των χιονοδρομικών κέντρων ποικίλλει. Στις χώρες της Βόρειας και Κεντρικής Ευρώπης λειτουργούν συνήθως από τα τέλη Νοεμβρίου έως τα τέλη Απριλίου. Στη Νότια Ευρώπη και ειδικότερα στην Ελλάδα, ο αντίστοιχος χρόνος είναι από τα τέλη Δεκεμβρίου έως τα μέσα Απριλίου.

Το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ski lifts ποικίλλει. Στη Βόρειο Αμερική και σε ορισμένα χιονοδρομικά κέντρα της Ευρώπης οι ιδιοκτήτες είναι ιδιώτες. Στην Ευρώπη η εκμετάλλευση των lifts πολλών χιονοδρομικών κέντρων είναι υπόθεση φορέων της τοπικής αυτοδιοίκησης ή του κράτους. Τα ξενοδοχειακά καταλύματα στο σύνολό τους, σχεδόν, ανήκουν σε ιδιώτες. Αρκετά χιονοδρομικά κέντρα διαφημίζονται από ιδιωτικές εταιρίες οι οποίες εισπράττουν σεβαστά ποσά.

Μεγάλες ξενοδοχειακές εταιρίες ανεγείρουν καταλύματα στο χώρο των πιστών ασχολούμενες ταυτόχρονα με την προσέλκυση τουριστών. Αρκετές από αυτές προσανατολίζονται στην κατασκευή ξενοδοχείων και άλλων συγκροτημάτων σε νεοαναπτυσσόμενες χώρες.

Ένα καλά οργανωμένο κέντρο διαθέτει / παρέχει τα εξής:

- Ικανό αριθμό αναβατήρων (ski lifts) και πιστών.
- Ειδικά lifts για παιδιά.
- Ειδικές περιοχές για monoski, surfing, ελεύθερο σκι (free style skiing).
- Μηχανολογικό εξοπλισμό: ρατράκ (χιονοστρωτήρες), «κανόνι» για τεχνητό χιόνι.
 - Ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό για την παρακολούθηση της ποιότητας του χιονιού και τη συντήρηση των πιστών, τη λειτουργία και συντήρηση μηχανολογικού εξοπλισμού, καθώς επίσης χιονοδρόμους τραυματιοφορείς.
 - Σχολές εκμάθησης ski με έμπειρους εκπαιδευτές σε διάφορα είδη ski ή άλλα αθλήματα και για διάφορες ηλικίες.
 - Οδηγούς για ski καταβάσεων εκτός πιστών.
 - Χώρους και εγκαταστάσεις κατάλληλες για την τέλεση χιονοδρομικών αγώνων.
 - Ενοικίαση snow scooters, hand gliding, parascending.
 - Σύστημα ιατρικής και φαρμακευτικής περίθαλψης, όχι μόνο στις εγκαταστάσεις του αλλά και στην ευρύτερη περιοχή.
 - Χώρους για άλλα πλην του ski, αθλήματα όπως: μπόουλινγκ, μπάσκετ, τέννις, γκολφ ιππασία, κολύμβηση. Οι χώροι αυτοί χρησιμεύουν κυρίως για τη λειτουργία αυτών των συγκροτημάτων και κατά τους χειμερινούς μήνες.
 - Εξυπηρετήσεις που επιτρέπουν την πρόσβαση με ελικόπτερα ή αεροπλάνα.
 - Κέντρα εστίασης: εστιατόρια, καφετέριες, snack-bar.
 - Ξενοδοχειακά καταλύματα στον χώρο των πιστών και σε απόσταση 30 χλμ. απ' αυτόν.

➤ Παιδικό σταθμό.

➤ Ειδικά κέντρα φυσικής άσκησης και θεραπείας που συνδυάζουν πισίνα, γυμναστήρια, solarium, αίθουσες ανάπαυσης, ιδιωτική sauna, massage και φυσιοθεραπεία.

➤ Επαρκή δημόσια υποδομή στην περιφέρειά του: νερό, ασφαλτοστρωμένους δρόμους, χώρους στάθμευσης, αποχέτευση, ηλεκτροφωτισμό, εκχιονιστικά μηχανήματα και συνεργεία διάσωσης.

Τα μεγάλα συμπλέγματα χειμερινών δραστηριοτήτων διαθέτουν χώρους για συναφή χειμερινά αθλήματα, όπως οι παγοδρομίες και οι ελκηθροδρομίες. Τα παγοδρόμια εκτός από τις διάφορες μορφές πατινάζ μπορούν να χρησιμοποιηθούν για αγώνες χόκεϊ επί πάγου και για curling (μορφή μπόουλινγκ).

Επίσης, συνδυάζονται συχνά με εκθεσιακούς και συνεδριακούς χώρους, με πλήρη προγράμματα εκδηλώσεων για αθλητικά και πολιτιστικά γεγονότα, με μουσεία, βιβλιοθήκη, λέσχες κινηματογράφους καζίνο κ.λπ.

Για την αναψυχή του τουρίστα διοργανώνεται μια σειρά εκδηλώσεων όπως εκδρομές σε γειτονικές περιοχές με ιδιαιτερότητες στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον, αναβίωση τοπικών εθίμων, χορευτικές βραδιές, πολιτιστικές εκδηλώσεις με τοπικά, εθνικά και ξένα συγκροτήματα, ημέρες προβολής τοπικών προϊόντων.

Στις βιομηχανικές χώρες ικανό ποσοστό τουριστών σε χιονοδρομικά κέντρα, εγχώρια ή ξένα, διακινείται μέσω μεγάλων τουριστικών γραφείων (tour operators) τα οποία έρχονται σε επαφή με όλους τους αρμόδιους φορείς και συνεργάζονται ώστε να προσελκύσουν χειμερινούς τουρίστες (skier).

Η διαφήμιση των χιονοδρομικών κέντρων γίνεται από:

↳ το κράτος και τους εθνικούς οργανισμούς τουρισμού

↳ τις περιφερειακές αρχές

↳ τις ιδιωτικές επιχειρήσεις

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην ποιότητα και παρουσίαση των διαφημιστικών εντύπων, τα οποία περιέχουν πληροφορίες όχι μόνο για το χιονοδρομικό κέντρο αλλά και για άλλα ενδιαφέροντα στην ευρύτερη περιοχή. Επίσης γυρίζονται ταινίες που προβάλλονται σε εθνικά και τοπικά κανάλια, εκθέσεις και ημερίδες. Τέλος, διαφημίσεις καταχωρούνται στον εθνικό και διεθνή τύπο, ενώ ταυτόχρονα διοργανώνονται και ειδικά δημοσιογραφικά ταξίδια.

8. ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Υπάρχουσα κατάσταση

Ο χιονοδρομικός τουρισμός στην Ελλάδα, δυστυχώς, βρίσκεται ακόμα σε σπαργανώδη κατάσταση. Υστερεί όχι μόνο έναντι των χωρών της Κεντρικής Ευρώπης, αλλά υστερεί και σημαντικά έναντι άλλων χωρών με παρόμοια κλιματολογικά χαρακτηριστικά και κατώτερο οικονομικό επίπεδο (Ισπανία, Χιλή, Αργεντινή και Βαλκανικά κράτη). Η ανάπτυξή του θεωρείται προβληματική, για το λόγο ότι ουδέποτε αποτέλεσε απόρροια σφαιρικής αναπτυξιακής στρατηγικής. Οι μέθοδοι σύλληψης και ανάπτυξής του καθώς και η θέση που κατέχει σήμερα ως τουριστική, οικονομική και αναπτυξιακή δραστηριότητα οριοθετούνται από τους εξής παράγοντες:

- i. Το μοντέλο της «αυθόρμητης» τουριστικής ανάπτυξης της χώρας που καθορίζεται από την «αγορά-πωλητή».
- ii. Το «image» της χώρας προσανατολισμένο στο θερινό παραθεριστικό τουρισμό.
- iii. Την ελλιπή πολιτική της περιφερειακής ανάπτυξης.
- iv. Την έλλειψη μίας ουσιαστικής πολιτικής ορεινών όγκων (το 60% της επιφάνειας της Ελλάδας χαρακτηρίζεται ως ορεινό) ενσωματωμένη σε μία πολιτική περιφερειακή ανάπτυξη.

Οι έννοιες «τουριστική ανάπτυξη, «περιφερειακή ανάπτυξη» και «πολιτική ορεινών όγκων» που αφορούν στον ορεινό-χιονοδρομικό τουρισμό της χώρας παρουσιάζουν μικρή χρησιμότητα και αντί από κοινού να συμβάλλουν σε μια αναπτυξιακή διαδικασία, ήτοι σε μια μεγιστοποίηση των ωφελειών, οδηγούν σε μέτρα που στερούνται συγκεκριμένων στόχων και στρατηγικών με αποτέλεσμα τα μικρά οφέλη και την αύξηση κόστους για όλους τους εμπλεκόμενους (κράτος, περιοχή, τοπικός πληθυσμός, τουρίστες).

Και όλα αυτά σε αντίθεση με τις Αλπικές χώρες που όπως είδαμε, ως κοιτίδα των χειμερινών σπορ, είναι σε θέση να μας παρέχουν την τεχνογνωσία τους μέσα από την υιοθέτηση και εφαρμογή μιάς σειράς αναπτυξιακών μοντέλων. Η παράθεση των σταδίων ανάπτυξης του ορεινού-χιονοδρομικού τουρισμού σε κλασικές χώρες υποδοχής όπως οι Αλπικές, μας εμφανίζει παραστατικότερα την κατάσταση στην οποία βρίσκεται η συγκεκριμένη μορφή στη χώρα μας και αποτελεί αιτία έρευνας και προβληματισμού αναφορικά με την τεχνογνωσία και την επιλογή μεταξύ των υπάρχοντων μοντέλων ανάπτυξης που αρμόζουν καλύτερα στους ορεινούς όγκους της χώρας μας. Φυσικά, είναι ευνόητο ότι θα πρέπει να ληφθούν υπόψη όλες εκείνες οι ιδιομορφίες που διέπουν τους ορεινούς όγκους σχετικά με τους φυσικούς, οικονομικούς, κοινωνικούς και πολιτιστικούς πόρους.

Παρόλα αυτά, το ποσοστό των Ελλήνων τουριστών που πραγματοποιούν διακοπές σε ορεινά τουριστικά χειμερινά κέντρα, αν και δεν είναι μεγάλο, παρουσιάζει όμως σημαντικές αυξητικές τάσεις ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια. Σήμερα λειτουργούν στην Ελλάδα είκοσι χιονοδρομικά κέντρα τα οποία ανήκουν αποκλειστικά σε κρατικούς ή συλλογικούς φορείς.

Ονομαστικά αυτά είναι τα εξής:

1. *Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού , Ν. Βοιωτίας* Υψόμετρο : Κελάρια 1750 μ., Φτερόλακα 1950 μ., Γεροντόβραχος 1800 μ. Διαθέτει : 17 ski-lifts μήκους 11060 μ. Μήκος : 24 πιστών 17300 μ. Δυναμικότητα : 6000 σκιέρ / ώρα.

2. *Χιονοδρομικό Κέντρο Σελίου , Ν. Ημαθίας* Υψόμετρο : 1500 μ. Διαθέτει : 5ski-lifts μήκους 4100 μ. Υπάρχουν άλλα 2 ski-lifts στην περιοχή, που ανήκουν στο γειτονικό ιδιωτικό χιονοδρομικό κέντρο «Χρυσό Ελάφι», συνολικού μήκους 1200μ. Μήκος : 16 πιστών 22χλμ. Δυναμικότητα : 8000 σκιέρ / ώρα.

3. **Χιονοδρομικό Κέντρο Χελμού , Ν. Αχαΐας** Υψόμετρο : 1650-2100 μ.
Διαθέτει : 5 ski-lifts μήκους 2600 μ. Μήκος : 8 πιστών 10 χλμ. Δυναμικότητα : 5000
σκιέρ / ώρα.

4. **Χιονοδρομικό Κέντρο Μαινάλου , Ν. Αρκαδίας** Υψόμετρο : 1600 μ.
Διαθέτει : 3 ski-lifts μήκους 2000 μ. Μήκος : 4 πιστών 3580 μ. Δυναμικότητα : 700
σκιέρ / ώρα.

5. **Χιονοδρομικό Κέντρο Τυμφρηστού , Ν. Ευρυτανίας** Υψόμετρο : 1800 μ.
Διαθέτει : 3 ski-lifts μήκους 1510 μ. Μήκος : 2 πιστών 2500 μ. Δυναμικότητα : 2500
σκιέρ / ώρα.

6. **Χιονοδρομικό Κέντρο Δίρφης , Ν. Εύβοιας** Διαθέτει : 1 ski-lift.

7. **Χιονοδρομικό Κέντρο Πηλίου , Ν. Μαγνησίας** Υψόμετρο : 1500 μ.
Διαθέτει : 4 ski-lifts μήκους 1630 μ. Μήκος : 3 πιστών 2425 μ.

8. **Χιονοδρομικό Κέντρο Ολύμπου , Ν. Λαρίσης** Υψόμετρο : 1800 μ.
Διαθέτει : ski-lift μήκους 1140 μ. Μήκος : 1 πίστας 1140 μ. Δυναμικότητα : 850 σκιέρ
/ ώρα.

9. **Χιονοδρομικό Κέντρο Τρία-Πέντε Πηγάδια , Ν. Ημαθίας** Υψόμετρο :
1420-2005 μ. Διαθέτει : 4 ski-lifts μήκους 2700 μ. Μήκος : 4 πιστών 5700 μ.
Δυναμικότητα : 2000 σκιέρ / ώρα.

10. **Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας , Ν. Γρεβενών** Υψόμετρο : 1750 μ.
Διαθέτει : 2 ski-lifts μήκους 1450 μ. Μήκος : 2 πιστών 2550 μ.

11. **Χιονοδρομικό Κέντρο Πισσοδερίου , Ν. Φλωρίνης** Υψόμετρο : 1650 μ.
Διαθέτει : 3 ski-lifts μήκους 2500 μ. Μήκος : 3 πιστών 6 χλμ. Δυναμικότητα : 6000
σκιέρ / ώρα.

12. **Χιονοδρομικό Κέντρο Βιτσιίου , Ν. Καστοριάς** Υψόμετρο : 1680 μ.
Διαθέτει : 1 ski-lift . Μήκος : 3 πιστών 3400 μ. Δυναμικότητα : 2 πιστών 900 σκιέρ /
ώρα.

13. **Χιονοδρομικό Κέντρο Μετσόβου , Ν. Ιωαννίνων** Υψόμετρο : 1350 μ.
Διαθέτει : 1ski-lift μήκους 800 μ. Μήκος : 1 πίστας 1 χλμ.

14. **Χιονοδρομικό Κέντρο Λαϊλιάς , Ν. Σερρών** Υψόμετρο : 1600 μ. Διαθέτει : 2 ski-lifts μήκους 1050 μ. Μήκος : 1 πίστας 1100 μ. Δυναμικότητα : 400 σκιέρ / ώρα.

15. **Χιονοδρομικό Κέντρο Φαλακρού , Ν. Δράμας** Υψόμετρο : 1720 μ. Διαθέτει : 2 ski-lifts μήκους 1150 μ. Μήκος : 3 πιστών 4 χλμ. Δυναμικότητα : 1200 σκιέρ / ώρα.

16. **Χιονοδρομικό Κέντρο Παγγαίου , Ν. Καβάλας** Υψόμετρο : 1750 μ. Διαθέτει : 1 ski-lift μήκους 300 μ. Μήκος : 1 πίστας 400 μ. Δυναμικότητα : 250 σκιέρ / ώρα.

17. **Χιονοδρομικό Κέντρο Ανταλόφου , Ν. Ξόνθης** Διαθέτει : 1 ski-lift μήκους 400 μ. Μήκος : 1 πίστας 300 μ.

18. **Χιονοδρομικό Κέντρο Περτουλίου , Ν. Τρικάλων** Διαθέτει : 1 ski-lift.

19. **Χιονοδρομικό Κέντρο Λευκών Ορέων , Ν. Χανίων** Διαθέτει : 1 ski-lift. Μήκος : 2 πιστών 300 μ. Δυναμικότητα : 80 σκιέρ / ώρα.

20. **Χιονοδρομικό Κέντρο Κίσαβου , Ν. Λαρίσης** Διαθέτει : 1 ski-lift.

21. **Χιονοδρομικό Κέντρο Βίτσι-Βέρνο , Ν. Καστοριάς** Υψόμετρο : 1600-1950 μ. Διαθέτει : 3 ski-lifts μήκους 2500 μ. Μήκος : 3 πιστών 11 χλμ.

22. **Χιονοδρομικό Κέντρο Καϊματσακλάν , Ν. Πέλλας** Υψόμετρο : 1800-2450 μ. Διαθέτει : 13 ski-lift. Δυναμικότητα : 5100 σκιέρ / ώρα.

Υπολογίζεται, ότι το συνολικό μήκος των ski-lifts στην Ελλάδα προσεγγίζει τα 34 χλμ., σε συνολικό μήκος πιστών 75 χλμ. με δυναμικότητα 75000 σκιέρ / ώρα. Με εξαίρεση τον Παρνασσό και σε μικρότερο βαθμό το Σέλι, τα παραπάνω χιονοδρομικά κέντρα δεν ικανοποιούν τις διεθνείς προδιαγραφές και υστερούν έναντι χωρών με παρόμοιες -όπως προαναφέρθηκε- κλιματολογικές και οικονομικο-κοινωνικές συνθήκες. Κανένα χιονοδρομικό κέντρο δε διαθέτει ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις στο χώρο των lifts. Εξαίρεση αποτελεί το χιονοδρομικό κέντρο Σελίου που διαθέτει δύο ξενοδοχειακά καταλύματα και του Καρπενησίου στο οποίο λειτουργεί πλήρως εξοπλισμένος ξενώνας.

Από πλευράς κίνησης πρώτο είναι το χιονοδρομικό κέντρο Παρνασσού και ακολουθούν τα χιονοδρομικά κέντρα Σελίου, Χελμού, Νάουσας, Πηλίου και Τυμφρηστού. Στον παρακάτω πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται, για την περίοδο 1977-1991, ο αριθμός των εισιτηρίων που διατέθηκαν για χρήση lifts στα παρακάτω χιονοδρομικά κέντρα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Έτος	Παρνασσός	Σελί	Χελμός	3-5 Πηγάδια	Πηλίο	Τυμφρηστός
1977	67718	12790	-	-	14099	-
1978	82305	-	-	-	15600	-
1979	57718	-	-	-	14500	-
1980	95953	17185	-	-	16000	-
1981	55807	12342	-	-	7347	-
1982	86038	25171	-	-	7526	-
1983	105789	19035	-	-	11792	-
1984	137247	19800	-	-	12381	-
1985	136043	11002	-	-	12103	-
1986	128395	5414	-	-	8540	6000
1987	137004	5800	-	-	5564	-
1988	180489	5490	5968	-	5372	-
1989	149024	6300	25579	11000	12248	-
1990	120570	15478	37513	-	15708	-
1991	155000	48000	55000	20000	16000	-

Από τα παραπάνω στοιχεία προκύπτει ότι ο χιονοτουρισμός στην Ελλάδα, αν και βρίσκεται σε πρωτογενές στάδιο ανάπτυξης, παρουσιάζει συνεχή αύξηση τα τελευταία χρόνια με ευοίωνες προοπτικές αν ικανοποιηθούν άλλες προϋποθέσεις. Χαρακτηριστικό είναι ότι μεταξύ των ετών 1978-1991 παρατηρείται στο σύνολο των διατεθέντων εισιτηρίων στα 4 κύρια χιονοδρομικά κέντρα Παρνασσού, Σελίου, Χελμού και Πηλίου, αύξηση κατά 190%.

Από πλευράς προέλευσης των δυνητικών σκιέρ τα αστικά κέντρα κατέχουν την πρώτη θέση. Έτσι, η Αττική αντιπροσωπεύει ποσοστό μεγαλύτερο του 50% ενώ στη συνέχεια ακολουθεί ο Ν. Θεσσαλονίκης. Η περιοχή της Βέροιας-Νάουσας έχει επίσης μακρόχρονη παράδοση στην ελληνική αθλητική χιονοδρομία. Οι περισσότεροι σκιέρ των χιονοδρομικών κέντρων συνδυάζουν το σκι με ορισμένες άλλες δραστηριότητες όπως ενεργή αναψυχή στην ύπαιθρο, γνωριμία με τοπικά ήθη και έθιμα, επίσκεψη σε γειτονικά αξιοθέατα κ.λπ.

Η εκμετάλλευση των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων ανήκει αποκλειστικά σε κρατικούς ή συλλογικούς φορείς και όχι σε ιδιώτες όπως συμβαίνει στο εξωτερικό. Οι φορείς αυτοί των κυριότερων χιονοδρομικών κέντρων είναι οι εξής:

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Χιονοδρομικά Κέντρα	Φορέας εκμετάλλευσης
Παρνασσός	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
Σέλι	Γενική Γραμματεία Αθλητισμού
Χελμός	Δημοτική Επιχείρηση Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων
Νάουσα	Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Βερμίου
Τυμφρηστός	Ευρυτανία Α.Ε.
Πισσοδέρι	Σύλλογος Ορειβατών και Χιονοδρόμων Φλώρινας

Έτσι, το σχετικό Ν.Δ. 409/1960 που επιτρέπει την εκμετάλλευση ή παραχώρηση εκτάσεων και εγκαταστάσεων του δημοσίου σε ιδιώτες δεν ενεργοποιείται σήμερα στον τομέα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων και των εγκαταστάσεων lifts. Για να συμβεί αυτό απαιτείται σχετική απόφαση του Δ.Σ. του ΕΟΤ και έγκριση του Γενικού Γραμματέα και του Υπουργού Τουρισμού. Κατόπιν η απόφαση κηρύσσεται εκτελεστή από τον Γενικό Γραμματέα του ΕΟΤ.

Εδώ πρέπει να επισημανθεί ότι κατά καιρούς έχουν γίνει σοβαρές προτάσεις από ιδιωτικούς φορείς εγχώριους και αλλοδαπούς για ανέγερση ξενοδοχειακών καταλυμάτων στα χιονοδρομικά κέντρα Παρνασσού, Σελίου, Τυμφρηστού. Για τη λειτουργία του υπερεθνικής σημασίας χιονοδρομικού κέντρου Ζήρειας έχουν υποβληθεί προτάσεις για την κατασκευή του, εξαρχής, με το σύστημα μελέτη εκμίσθωση.

Θεωρώντας ότι η κατασκευή του Χιονοδρομικού Κέντρου Ζήρειας έχει ιδιαίτερη σημασία για την ανάπτυξη του ορεινού-χειμερινού τουρισμού στη χώρα, αναφέρονται στη συνέχεια ορισμένα στοιχεία για αυτό.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΖΗΡΕΙΑΣ

Η περιοχή της Ζήρειας διαθέτει σπουδαίες φυσικές ομορφιές και αρκετά μνημεία που προσελκύουν χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο, κυρίως ημεδαπούς.

Ο τουρισμός στα Τρίκαλα έχει μακρά ιστορία. Το ξενοδοχείο «ΘΕΟΞΕΝΕΙΑ», που πρωτολειτούργησε στην Άνω Συνοικία το 1936, θεωρείται το πρώτο αξιόλογο ξενοδοχείο ορεινού τουρισμού στην Ελλάδα.

Από τα μέσα της δεκαετίας του '70 παρατηρείται ένα έντονο ενδιαφέρον από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς για την κατασκευή ενός μεγάλου χιονοδρομικού κέντρου στη Ζήρεια

Με το Π.Δ. 891/5-12-1975 παραχωρήθηκε έκταση 13800 στρ. του Υπουργείου Γεωργίας στον ΕΟΤ κατά κυριότητα, για την ανέγερση χιονοδρομικού κέντρου.

Με το Π.Δ. 529/25-6-1976 παραχωρήθηκαν από το ίδιο Υπουργείο άλλα 2000 στρ. στον ΕΟΤ για τον ίδιο λόγο.

Το 1983 το ίδιο το κράτος παίρνει την πρωτοβουλία και στο Πενταετές Αναπτυξιακό Πρόγραμμα 1983-1987 εντάσσεται ονομαστικά το Χιονοδρομικό Κέντρο Ζήρειας με προϋπολογισμό 800.000.000 δρχ.

Από αυτό το έτος υπάρχει συνεργασία των Ειδικών Δυνάμεων Καταδρομέων με τον ΕΟΤ για τα έργα που γίνονται από τα ΛΟΚ σε τμήμα της έκτασης.

Από τις αρχές του 1983 η Νομαρχία Κορινθίας κατασκευάζει την επαρχιακή οδό Χαρτσιάνικα-Ρέθι προϋπολογισμού 600.000.000 δρχ. που διευκολύνει κατά πολύ τη διακίνηση προσώπων και αγαθών από το Ξυλόκαστρο προς τα Τρικαλοχώρια και κατ' επέκταση στον υπό προγραμματισμό χώρο του Χιονοδρομικού Κέντρου.

Τον Μάρτιο του 1985, ο ΕΟΤ σε εφαρμογή του Πενταετούς Προγράμματος, σύστησε επιτροπή (με την απόφαση του Γενικού Γραμματέα 509198/15-3-1985) για τη σύνταξη των προδιαγραφών εκπόνησης της Προκαταρκτικής Μελέτης Ανάπτυξης Χιονοδρομικού Κέντρου Ζήρεια.

Η ανωτέρω Επιτροπή από τον Ιούλιο του 1985 συνεργάζεται στενά με τις υπηρεσίες της Νομαρχίας Κορινθίας, τον Αύγουστο Δε του ίδιου έτους συνέταξε τις προαναφερόμενες προδιαγραφές.

Από το 1987 ο ΕΟΤ εξετάζει το ενδεχόμενο κατασκευής του ίδιου έργου με τη συνεργασία και άλλων επενδυτικών φορέων δια του συστήματος μελέτη-κατασκευή-εκμίσθωση με δημόσια πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος (διαγωνισμός).

Από το 1988 ομάδα υπαλλήλων του εκπονεί τα διάφορα τεχνικοοικονομικά στοιχεία του διαγωνισμού, τα οποία αναμένεται ότι θα είναι έτοιμα ως τις αρχές Απριλίου 1989. Από το χρονικό αυτό σημείο και μετά ανοίγει πλέον ο δρόμος για την προκήρυξη από τον ΕΟΤ του διαγωνισμού.

Τον Οκτώβριο του 1989 υπογράφηκε προγραμματική συμφωνία μεταξύ ΕΟΤ, Υπουργείου Γεωργίας, Δημοτικοσυνεταιριστικής Α.Ε. «Ζήρεια» δια της οποίας προβλέπεται δαπάνη 3 δις. δρχ. για την αξιοποίηση του παρακείμενου σπηλαίου Ερμή, την αγροτική ανάπτυξη και την κατασκευή χιονοδρομικού κέντρου. Τα ποσά που διατέθηκαν μέχρι το 1991 ήταν ελάχιστα και δεν αφορούσαν το κυρίως χιονοδρομικό κέντρο. Παρόλα τα σχέδια το έργο δεν έχει προχωρήσει μέχρι σήμερα και προκειμένου να γίνει αυτό, κρίνεται απαραίτητη η συμμετοχή μεγάλου κρατικού φορέα όπως η ΕΤΒΑ, η Κτηματική Τράπεζα κ.λπ. καθώς και επένδυση μεγάλου ιδιωτικού οίκου δια του συστήματος μελέτη-κατασκευή-εκμίσθωση.

Η κατασκευή και λειτουργία του χιονοδρομικού κέντρου θα δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για την οικονομική ανάκαμψη της περιοχής γύρω από τον ορεινό όγκο της Ζήρειας, η οποία είναι η πλέον καθυστερημένη του νομού Κορινθίας.

9. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ.

Ο χειμερινός τουρισμός, ο οποίος είναι συνδεδεμένος κυρίως με τον τουρισμό στα χιονοδρομικά κέντρα, αντιμετωπίστηκε από πλευρά ελληνικής τουριστικής πολιτικής τα τελευταία χρόνια, σε συγκεκριμένες περιοχές του ελληνικού χώρου όπως για παράδειγμα στους Δελφούς και την Αράχοβα, κυρίως ως μέσο

επιμήκυνσης της θερινής περιόδου και όχι σαν καθοριστικός παράγοντας τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

Παρολ' αυτά οι θετικές επιδράσεις από τη λειτουργία και τις δραστηριότητες - τουλάχιστον των δύο σημαντικότερων ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων- στην οικονομική ανάπτυξη των γειτονικών περιοχών στις οποίες αυτά λειτουργούν, είναι άμεσες και θετικές. Χαρακτηριστικό είναι όπως είδαμε, το παράδειγμα της Αράχοβας και των Δελφών όπου, ως γνωστόν, έχει σημειωθεί μια σημαντική κατασκευαστική δραστηριότητα σε κύριες και δευτερεύουσες κατοικίες και ζωηρή κίνηση στα ξενοδοχεία. Ακόμη παρατηρείται αποδοτική λειτουργία των γύρω επιχειρήσεων, τόσο των ξενοδοχείων όσο και των εστιατορίων, μπαρ, καφετεριών, σούπερ-μάρκετ, ειδών λαϊκής τέχνης, ένδυσης και γενικότερα καταστημάτων χονδρικού και λιανικού εμπορίου. Η Αράχοβα, οι Δελφοί καθώς και χωριά όπως η Αγόριανη, το Πολύδροσο και η Αμφίκλεια, που ανήκουν στην ευρύτερη περιοχή επιρροής του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού, γνωρίζουν τη δεκαετία του '70 και '80 εκτός από οικονομική δραστηριότητα και έντονα στοιχεία πληθυσμιακής συγκράτησης και ουσιαστικής ανάκαμψης. Το ίδιο παρατηρείται αντίστοιχα και στις κοινότητες Σελίου και Κουμαριάς που βρίσκονται στην ακτίνα επιρροής του Χιονοδρομικού Κέντρου Σελίου. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι το Χιονοδρομικό Κέντρο του Παρνασσού δέχθηκε κατά τη διάρκεια του 1991, 4000 ξένους τουρίστες, κυρίως Βρετανούς και Ολλανδούς οι οποίοι συνδύασαν το ski με επισκέψεις σε γειτονικές περιοχές με αρχαιολογικά και ιστορικά αξιοθέατα όπως η Αθήνα, οι Δελφοί, η Αράχοβα.

Όπως έχει αναφερθεί από ειδήμονες του χώρου, τα χιονοδρομικά κέντρα αποτελούν «κέντρα ζωής» για την όμορη περιοχή. Είναι γεγονός ότι οι περιοχές οι οποίες βρίσκονται σε άμεση συσχέτιση με τα χιονοδρομικά κέντρα και λειτουργούν μέσα στην ακτίνα επιρροής τους δέχονται μια σειρά επιδράσεων ως επί το πλείστον θετικών σε θέματα απασχόλησης, πληρότητας των ξενοδοχείων και οικονομικής απόδοσης χωρίς βέβαια να παρακάμπτουμε και μια σειρά κυρίως περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Αυτό, εξάλλου, μας διδάσκει και η διεθνής εμπειρία με το κλασικό παράδειγμα των Άλπεων και τα βήματα ανάπτυξης που ακολουθήθηκαν καθώς και τις προοπτικές που υιοθετήθηκαν με όλα τα δυνατά και αδύνατα σημεία που η καθεμία εμφάνισε.

Γεγονός πάντως είναι ότι οι ευρύτερες περιοχές δέχτηκαν μια σειρά θετικών επιδράσεων σε επίπεδο περιφερειακής ανάπτυξης. Επιπλέον, η εξοικονόμηση συναλλάγματος από τους χιλιάδες Έλληνες που επισκέπτονται κάθε χρόνο χιονοδρομικά κέντρα του εξωτερικού -λόγω των ελλείψεων των εγχώριων χιονοδρομικών κέντρων- για χιονοδιακοπές προτρέπει για μια περαιτέρω ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Σύμφωνα δε με τις ετήσιες προσελεύσεις των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων -όπως αυτές φαίνονται από στατιστικές- ο τουρισμός για ski παρουσιάζει μια συνεχή αυξητική τάση ανάπτυξη. Όσον αφορά τα ελληνικά δεδομένα αν θέλουμε να εκμεταλλευτούμε σωστά και αποτελεσματικά τις δυνατότητες που μας προσφέρουν οι ορεινοί όγκοι της χώρας μας για ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού δεν θα πρέπει να επαναπαυτούμε σε μερικούς δείκτες θετικής οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, αλλά να αναγνωρίσουμε και μια σειρά προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο χειμερινός τουρισμός σήμερα. Τα βασικότερα από αυτά τα προβλήματα είναι:

1. Προβλήματα σε θέματα υποδομής.

Η πλειοψηφία των χιονοδρομικών κέντρων της χώρας αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα υποδομής είτε αυτά σχετίζονται με μηχανολογικό εξοπλισμό, είτε με το οδικό δίκτυο, είτε με το διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό. Οι ελλείψεις του οδικού δικτύου έχουν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία προβλημάτων πρόσβασης στα κέντρα χειμερινού τουρισμού και σημαντικές καθυστερήσεις στη μεταφορά και τη μετακίνηση των επισκεπτών και των χιονοδρόμων ειδικότερα από εκεί προς αυτά.

Γνωστό είναι το παράδειγμα του Χιονοδρομικού Κέντρου Παρνασσού και της Αράχοβας. Ο δρόμος, ο οποίος οδηγεί από την Αράχοβα στο χιονοδρομικό κέντρο παρουσιάζει προβλήματα στο οδόστρωμα, έχει σε μερικά σημεία συνεχείς στροφές, δεν είναι αρκετά φαρδύς και έχει ανάγκη κάποιων χώρων ασφαλούς ολιγόλεπτης στάθμευσης κυρίως στα σημεία εκείνα που οι οδηγοί συναντούν συχνότερα τα προβλήματα πάγου και κατά συνέπεια ανάγκης τοποθέτησης αντιολισθητικών αλυσίδων. Ακόμη το κομμάτι εκείνο του δρόμου που διασχίζει την Αράχοβα είναι μόνιμα «μποτιλιαρισμένο» και ιδιαίτερα τα Σαββατοκύριακα, με αποτέλεσμα να μην διευκολύνονται οι περαστικοί. Ακόμη οι επισκέπτες δεν μπορούν ούτε να σταθμεύσουν, ούτε να αγοράσουν τα απαραίτητα από τα καταστήματα, αλλά και ούτε να απολαύσουν τον περίπατό τους. Τέλος, σχετικά με τα θέματα τόσο του

μηχανολογικού εξοπλισμού όσο και των παγίων εγκαταστάσεων θα πρέπει να αναφερθούν και οι μεγάλες ελλείψεις σ' αυτά, οι οποίες ευθύνονται κατά κύριο λόγο για τα προβλήματα εκχιονισμού των δρόμων καθώς και για την παρατεταμένη αναμονή στα lifts κατά τη διάρκεια του Σαββατοκύριακου. Οι ελλείψεις αυτές έχουν σαν αποτέλεσμα την απώλεια ντόπιων ή ξένων πελατών, οι οποίοι απαιτούν ή έχουν συνηθίσει σε υψηλότερα standards και κατά συνέπεια, στρέφονται δικαιολογημένα σε χειμερινά κέντρα του εξωτερικού.

2. Έλλειψη ειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού

Τα περισσότερα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας μας αντιμετωπίζουν κάποια ουσιαστικά προβλήματα λόγω ανεπάρκειας εξειδικευμένου προσωπικού και έλλειψη τεχνογνωσίας τόσο σε τεχνικά θέματα, όσο και σε θέματα παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών προς τους πελάτες.

Και πάλι ως παράδειγμα αναφέρουμε το χιονοδρομικό κέντρο του Παρνασσού το οποίο στο ξεκίνημά του επανδρώθηκε με ανθρώπινο δυναμικό, το οποίο ως επί το πλείστον:

- i. δεν είχε την απαιτούμενη τουριστική παιδεία και
- ii. δεν είχε την απαιτούμενη τεχνογνωσία και πρακτική εμπειρία.

Τα χαρακτηριστικά αυτά όμως ήταν εκείνα που θα διασφάλιζαν την εύρυθμη λειτουργία ενός τόσο σύγχρονου, από τεχνολογικής άποψης, χιονοδρομικού κέντρου. Αποτέλεσμα αυτών ήταν να ξοδευτεί παραπάναισος χρόνος και χρήμα προκειμένου να εξελιχθεί το τότε ανειδίκευτο προσωπικό στο σημερινό εξειδικευμένο και έμπειρο. Η πρακτική η οποία ακολουθήθηκε στον Παρνασσό δυστυχώς δεν αποτέλεσε παράδειγμα προς αποφυγή και αρκετά χρόνια αργότερα το ίδιο φαινόμενο σημειώθηκε και σε άλλα χιονοδρομικά κέντρα, τα οποία δεν εκμεταλλεύτηκαν την ήδη αποκτηθείσα ελληνική εμπειρία και ξεκίνησαν κι αυτά τη λειτουργία τους με ανειδίκευτο προσωπικό.

3. Ελλείψεις σε θέματα ανωδομής.

Ένα από τα θέματα που έχουν κατά καιρούς συζητηθεί αλλά και εντοπιστεί από τις διάφορες μελέτες που έχουν γίνει πάνω στο αντικείμενο του χειμερινού

τουρισμού είναι η ύπαρξη ανεπαρκών καταλυμάτων ή ακόμα η παντελής έλλειψη αυτών στη βάση των καταλυμάτων. Αυτό έχει ως συνέπεια αφενός μεν τη δυσaréσκεια των πελατών, αφετέρου δε την απώλεια πολύτιμου χρόνου από την πλευρά των επισκεπτών όσον αφορά τη μεταφορά τους από το σημείο διανυκτέρευσης στο χιονοδρομικό κέντρο και τις πίστες.

Επίσης έχει εντοπιστεί η απουσία χώρων παγοδρομίας η συναφών αθλημάτων και πολλών άλλων δραστηριοτήτων η ανάπτυξη των οποίων θα συνέβαλε τόσο στον εμπλουτισμό του προϊόντος όσο και στην αύξηση των εσόδων.

4. Ελλείψεις πρωτοβουλιών / προσπαθειών στο πρόβλημα της εκπαίδευσης.

Στη χώρα μας δεν υπάρχουν σε ευρεία κλίμακα προγράμματα εκπαίδευσης τα οποία να περιέχουν εξοικίωση και ενασχόληση των παιδιών με αθλητικές δραστηριότητες σχετιζόμενες με το ski ή το χειμερινό τουρισμό γενικότερα. Οι μαθητές έτσι, δεν έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν τις δυνατότητες που προσφέρουν οι ορεινές περιοχές της χώρας μας, όπως ορειβασία, παγοδρομία, περιήγηση κ.λπ. και σαν αποτέλεσμα η διάδοση του χειμερινού τουρισμού στερείται μιας αγοράς με ευκαιρίες σημαντικής ανάπτυξης.

5. Εποχικότητα και χρονικοί περιορισμοί.

Ο χειμερινός τουρισμός και ιδιαίτερα ο «χιονοτουρισμός» αντιμετωπίζει τους αντικειμενικούς περιορισμούς των κλιματολογικών συνθηκών. Η χειμερινή σεζόν περιορίζεται σε τέσσερις μήνες το χρόνο με ιδιαίτερη έμφαση τα Σαββατοκύριακα.

Στην Ελλάδα δεν συνηθίζονται ή για την ακρίβεια δεν υπάρχουν υποχρεωτικές διακοπές, πράγμα που θα διασφάλιζε τη γενικότερη ανάπτυξη του χειμερινού και εσωτερικού τουρισμού. Επιπλέον εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι οι διακοπές των Χριστουγέννων συμπίπτουν χρονικά με τις πρώτες μέρες της κάλυψης των πιστών με χιόνι όπου η χιόνωση είναι ιδιαίτερα χαμηλή και δεν επιτρέπει την έναρξη κανονικής λειτουργίας των χιονοδρομικών κέντρων. Τα παραπάνω έχουν άμεσες επιπτώσεις στην απασχόληση και στην ευρύτερη τοπική ανάπτυξη. Προκύπτει επομένως άμεσα η ανάγκη σχεδιασμού και λήψης ολοκληρωμένων μέτρων που θα συμβάλλουν στην επιμήκυνση της περιόδου και έλεγχο της εποχικότητας.

6. Πλημμελής προσπάθεια προώθησης.

Οι προσπάθειες προώθησης που έχουν γίνει μέχρι σήμερα θα μπορούσαν χαρακτηριστεί ανεπαρκείς. Είναι γνωστή η έκπληξη που δοκιμάζουν ξένοι τουρίστες που μπορεί ακόμη και να έχουν επισκεφθεί την Ελλάδα, όταν πληροφορούνται την ύπαρξη χιονοδρομικών κέντρων σ' αυτή.

Με εξαίρεση ένα διαφημιστικό έντυπο για τον Παρνασσό το οποίο χαρακτηρίστηκε αξιόλογο, δεν έχει σημειωθεί κάποια συγκεκριμένη διαφημιστική προσπάθεια από πλευράς πολιτείας και όχι μόνο, να αφορά την έκδοση κάποιων φυλλαδίων ή την προβολή των χιονοδρομικών κέντρων στο εξωτερικό.

Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη όλα τα παραπάνω θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος του χειμερινού-ορεινού τουρισμού στην Ελλάδα, συνοψίζονται στα εξής:

- ✓ Έλλειψη προσπάθειας για τη διάδοση των «χειμερινών» αθλημάτων. Στη χώρα μας όχι μόνο είναι ανύπαρκτα τα «ορεινά σχολεία», αλλά και σε κανένα από τα αθλητικά σχολεία που ιδρύθηκαν πρόσφατα δεν υπάρχει η χιονοδρομία σαν μάθημα.

- ✓ Απουσία χιονοδρομικού κέντρου διεθνούς σημασίας και προβολής, εκτός του Παρνασσού και σε κάποιο βαθμό του Σελίου.

- ✓ Ελλείψεις στο οδικό και σε άλλα έργα υποδομής. Επίσης, ακόμα και στα πιο δημοφιλή κέντρα, ο εκχιονισμός των δρόμων πρόσβασης συχνά καθυστερεί λόγω ανεπαρκούς εξοπλισμού και διαθέσιμου ανθρώπινου δυναμικού.

- ✓ Κατακερματισμός και διασπορά των μονάδων. Είναι χαρακτηριστική η περίπτωση δύο χωρών παρόμοιου πληθυσμιακού μεγέθους οι οποίες είναι πιο ανεπτυγμένες στο ski από την Ελλάδα παρά το γεγονός ότι είναι χαμηλότερου οικονομικού επιπέδου. Αυτές είναι η Βουλγαρία που έχει 5 χιονοδρομικά κέντρα και η Χιλή με 12 χιονοδρομικά κέντρα.

- ✓ Ελλείψεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό και πάγιες εγκαταστάσεις των μεγαλύτερων χιονοδρομικών κέντρων Παρνασσού, Βερμίου (Σέλι και Τρία-Πέντε Πηγάδια).

✓ Ανυπαρξία ξενοδοχειακών καταλυμάτων στη βάση των lifts.

✓ Υποτυπώδης διαφημιστική προσπάθεια. Δεν υπάρχει ειδικό διαφημιστικό φυλλάδιο του ΕΟΤ για το σύνολο των χιονοδρομικών κέντρων της χώρας. Ένα σχετικά αξιόλογο έντυπο υπάρχει για τον Παρνασσό όπως αναφέρθηκε και παραπάνω. Τα έντυπα που εκδίδουν Τοπικές Αυτοδιοικήσεις και Σύλλογοι δεν μπορούν να συγκριθούν με αντίστοιχα ξένα λόγω περιορισμένων οικονομικών πόρων. Στη χώρα μας ουδέποτε έχει διοργανωθεί κλαδική έκθεση για τον ορεινό τουρισμό.

✓ Προβληματική διαχείριση, προβολή-προώθηση και εμπορευματοποίηση.

✓ Πενιχρές «παράλληλες» εκδηλώσεις στις περιοχές των χιονοδρομικών κέντρων.

✓ Όσον αφορά τις παγοδρομίες, σοβαρό πρόβλημα στην ανάπτυξη του αθλήματος δημιουργεί η έλλειψη αιθουσών παγοδρομίας.

✓ Οι σύλλογοι που ασχολούνται με τα χειμερινά αθλήματα - χιονοδρομικοί, ορειβατικοί, παγοδρομιών - χρηματοδοτούνται ανεπαρκώς σε σύγκριση με συλλόγους άλλων αθλημάτων.

✓ Τα προβλήματα που μόλις παρατέθηκαν μας οδηγούν στο να εντοπίσουμε εφικτές λύσεις και προτάσεις και να προχωρήσουμε στα βήματα εκείνα που θα οδηγήσουν στην πραγματοποίησή τους.

10. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Είναι αναμφισβήτητο ότι η ανάπτυξη αυτού του κλάδου του τουρισμού θα δώσει μια νέα διάσταση στην ανάπτυξη του τουρισμού γενικότερα στη χώρα μας, καθώς και ένα πλήθος από οφέλη και πλεονεκτήματα. Επομένως είναι σκόπιμη η ανάπτυξη του χιονοτουρισμού στην Ελλάδα, τουλάχιστο για το τρίμηνο Ιανουαρίου -

Φεβρουαρίου - Μαρτίου και οι κυριότεροι **λόγοι** που συνηγορούν σ' αυτό είναι οι εξής:

i. Η εξοικονόμηση συναλλάγματος, δεδομένου ότι χιλιάδες Έλληνες μεταβαίνουν κάθε χρόνο σε χιονοδρομικά κέντρα του εξωτερικού - ιδίως στη Βουλγαρία και την Αυστρία -για διακοπές.

ii. Η οικονομική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών και η αύξηση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων. Οι περιοχές αυτές δεν διαθέτουν εναλλακτική δυνατότητα ταχείας βελτίωσης των οικονομικών συνθηκών.

iii. Η παραμονή του ορεινού πληθυσμού στον τόπο κατοικίας του, εφόσον δημιουργούνται ικανοποιητικές εργασιακές και οικονομικές συνθήκες.

iv. Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, δεδομένου ότι η μεγάλη πλειοψηφία των τουριστών επισκέπτεται την Ελλάδα τους θερινούς μήνες. Η «χειμερινή» υποδομή θα μπορεί να χρησιμοποιείται και τον υπόλοιπο χρόνο.

v. Η προβολή του αθλητικού προφίλ της χώρας στα «χειμερινά» αθλήματα.

Παρόλα αυτά η ορθολογική ανάπτυξη του ορεινού - χιονοδρομικού τουρισμού δύναται να επιτευχθεί μέσα από την ύπαρξη μιας σειράς προϋποθέσεων που αποτελούν και τους **βασικότερους στόχους** της τουριστικής πολιτικής και είναι οι εξής:

1. Η δημιουργία μίας ουσιαστικής πολιτικής ορεινών όγκων ενσωματωμένης στην περιφερειακή αναπτυξιακή πολιτική.

2. Η δημιουργία θεσμοθετημένων διοικητικών οργάνων ανάπτυξης των ορεινών όγκων.

3. Η δημιουργία ενός σχεδίου ανάπτυξης των χιονοδρομικών κέντρων εθνικής εμβέλειας.

4. Η άμεση συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης στην ανάπτυξη, διαχείριση, προβολή - προώθηση και εμπορευματοποίηση των χιονοδρομικών κέντρων, αφού οι κοινωνικο-οικονομικές επιπτώσεις που προκαλούν αφορούν στους τοπικούς πληθυσμούς και όχι στο κέντρο.

5. Η επιλογή του κατάλληλου μοντέλου ανάπτυξης.

Η εκπλήρωση των ανωτέρω στόχων οδηγεί σε μία ακολουθία πολιτικών και στρατηγικών που αποβλέπουν στη μεγιστοποίηση των ωφελειών όλων των εμπλεκομένων (κράτος, τοπικός πληθυσμός, τουρίστες) και ταυτόχρονα στον εκδημοκρατισμό των χειμερινών διακοπών.

11. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.

Ο χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα, -όπως είδαμε- είναι μια νέα μορφή τουρισμού, που σαν νέα μορφή έχει τα σημαντικά προβλήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω. Είναι γεγονός ότι αυτή η μορφή του τουρισμού θα πρέπει να είναι για την Ελλάδα ένα συμπλήρωμα του θερινού τουρισμού, που αποτελεί και κύριο παράγοντα στην Εθνική Οικονομία, ότι ακριβώς ρόλο δηλαδή παίζει και ο θερινός τουρισμός στις Αλπικές χώρες (συμπλήρωση εργασίας στο προσωπικό που ήδη έχει εκπαιδευτεί για το θερινό τουρισμό, κίνηση της τουριστικής αγοράς, κάποιο επίπεδο λειτουργίας τουριστικών εγκαταστάσεων π.χ. Δελφοί).

Πέρα όμως από συμπλήρωμα δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η Ελλάδα δεν είναι μόνο η χώρα της θάλασσας, αλλά και η χώρα των βουνών (μια από τις πιο ορεινές χώρες της Ευρώπης), και μάλιστα των Ιερών βουνών που θέλγουν τους ξένους και πολλοί είναι εκείνοι που επιδιώκουν να τα επισκεφθούν. Το θέμα του χειμερινού τουρισμού, πέρα από το να φτιαχτεί ένα καλά οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο σε κάποια περιοχή, είναι πολυσύνθετο. Πρέπει ταυτόχρονα να υπάρχει πρόσβαση, συγκοινωνίες, ανέσεις ξενοδοχειακές, ψυχαγωγία, καθώς και παράλληλες απασχολήσεις του επισκέπτη τουρίστα. Πρέπει να γίνει οικονομοτεχνική μελέτη της κάθε περιοχής που προσφέρεται για χειμερινές διακοπές σε συνάρτηση με την Εθνική Οικονομία και το Εθνικό Εισόδημα. Μα γενικά να υπαχθεί ο χειμερινός τουρισμός μέσα στο όλο κύκλωμα του Ελληνικού τουρισμού. Επίσης παράλληλα με τη μελέτη αυτή θα πρέπει να μελετηθεί και να νομοθετηθεί το πλαίσιο μέσα στο οποίο θα αναπτυχθεί, δεδομένου ότι υπάρχει ιδιοκτησιακή ιδιαιτερότητα στις περιοχές που αναπτύσσεται ή πρέπει να αναπτυχθεί.

Για να γίνουν όμως όλα αυτά πρέπει να δημιουργηθούν και οι κατάλληλες προϋποθέσεις που θα προετοιμάσουν το έδαφος για μια τέτοιου είδους ανάπτυξη. Ξεκινώντας, πρέπει πρώτα να καθιερωθεί ο ενιαίος φορέας του χειμερινού τουρισμού, που θα αποτελείται από μια ομάδα επτά ατόμων τα οποία είναι τα εξής:

- Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ
- Πρόεδρος Ελληνικής Ομοσπονδίας Χιονοδρομίας,
- Μηχανολόγος από το Τεχνικό Επιμελητήριο,
- Χωροτάκτης πολεοδομίας από το Τεχνικό Επιμελητήριο,
- Οικονομολόγος από το Υπουργείο Οικονομικών
- Προϊστάμενος Χιονοδρομικού Κέντρου Παρνασσού, λόγω εμπειρίας και άνευ πρόθεσης ανταγωνισμού,
- Δασολόγος από το Υπουργείο Γεωργίας.

Ο χαρακτήρας του ενιαίου φορέα θα είναι συμβουλευτικός προς τον Υφυπουργό Εθνικής Οικονομίας, αρμόδιος σε θέματα τουρισμού. Ο Υπουργός θα μπορεί να δίνει ορισμένες αρμοδιότητες αποφασιστικού χαρακτήρα σε θέματα, όπως τεχνικός έλεγχος και ασφάλεια. Σκοπός του φορέα αυτού θα είναι η σωστή και ισόρροπη ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Πριν λοιπόν αρχίσει οποιαδήποτε εργασία θα πρέπει ο ενιαίος φορέας να αναλύσει την Ελληνική κοινωνία για να βρει σε ποια κοινωνικά στρώματα θέλει να απευθύνεται και ποιές δυνατότητες έχει στη ξένη αγορά.

Για τη σωστή ανάπτυξη του πρέπει να καθιερωθεί αρχικά το πρότυπο του χιονοδρομικού κέντρου που θα ακολουθηθεί:

i) το Γαλλικό πρότυπο τουριστικών εγκαταστάσεων με (ξενοδοχεία) και lift στο βουνό, μεγάλο κόστος συντήρησης και λειτουργίας, αλλοτρίωση της κουλτούρας των Ελλήνων, που από μικροεπιχειρηματίες γίνονται υπάλληλοι ενός ξενοδοχείου μαμούθ και που επίσης απαιτεί σωστή οργάνωση διακοπών μέσα από γραφεία που εξασφαλίζουν τουριστική κίνηση και όχι διακοπές Σαββατοκύριακου ή

ii) το Αυστριακό σύστημα, όπου οι εγκαταστάσεις διαμονής βρίσκονται στα γύρω χωριά του χιονοδρομικού κέντρου σε μορφή ενοικιαζόμενων δωματίων PENSIONS κ.λπ., με πρωτοβουλία των κατοίκων, κατασκευές που το κράτος ενισχύει με χαμηλότοκα δάνεια κρατώντας τον παραδοσιακό χαρακτήρα.

Ένα χιονοδρομικό κέντρο έχει δύο ειδών παροχές: α) Κοινωνικές παροχές, όπως ψυχαγωγία, άθληση, καταπολέμηση της αστυφιλίας, καταπολέμηση της ανεργίας στην περιοχή και δημιουργία μόνιμης απασχόλησης στα εποχιακά απασχολούμενα άτομα σε τουριστικά επαγγέλματα.

β) Οικονομικές παροχές, όπως ανάπτυξη της όμορης περιοχής και κατά συνέπεια ανάπτυξης της Εθνικής Οικονομίας.

Την οικονομική επιτυχία του κέντρου δεν πρέπει να την βλέπουμε στενά μόνο σαν χιονοδρομικό κέντρο, αλλά σαν επιτυχία της ευρύτερης περιοχής. Τρόποι δε της οικονομικής επιτυχίας είναι οι εξής:

→ Προωθώντας τα προϊόντα της περιοχής σε είδη εστίασεως και διατηρώντας παράλληλα τον παραδοσιακό χαρακτήρα, μη επιτρέποντος την εισβολή ξένων προϊόντων (Αυστρία).

⇒ Δημιουργώντας προϋπόθεση για χειμερινές διακοπές στον Έλληνα π.χ. κυλιόμενες σχολικές διακοπές κατά διαμέρισμα. Επιπλέον οι εκδρομές των σχολείων να προτείνονται όχι μόνο στην κοσμοπολίτικη Ελλάδα αλλά και στα κέντρα χειμερινού τουρισμού συνδυαζόμενα με τα χειμερινά σπορ.

⇒ Ανάπτυξη υποδομής των γύρω περιοχών, με προϋποθέσεις που θα θέσει η πολιτεία.

⇒ Στόχος της τουριστικής αγοράς οι Κάτω Χώρες και η Αγγλία, που έχουν πολλούς χιονοδρόμους και κανένα χιονοδρομικό κέντρο με διαφημιστική καμπάνια στις χώρες αυτές (κατά το παράδειγμα της Ιταλίας).

→ Κατασκευή του ανταλλακτικού υλικού στην Ελληνική αγορά για λιγότερη απώλεια συναλλάγματος και αν είναι δυνατόν καθιέρωση μιάς φέρμας μηχανημάτων, έτσι ώστε να αυξηθεί το ενδιαφέρον των κατασκευαστών και να επιτευχθούν καλύτερες τιμές και καλύτερο σέρβις μέσω αντιπροσώπων.

⇒ Εκπαίδευση τεχνικού προσωπικού σε ειδικότητες στο εξωτερικό για χιονοδρομικά κέντρα, ώστε να αντιμετωπίζονται οι ανάγκες που δημιουργούν οι συνθήκες.

→ Σωστή παρουσίαση του χειμερινού τουρισμού με: 1) χιονοδρομική αγωγή στους Έλληνες, 2) σωστή και πλήρης επιμόρφωση των δασκάλων ski, 3) μία αξιόλογη παρουσία της Εθνικής Ομάδας σε αγώνες εξωτερικού που θα έχουν σαν αποτέλεσμα την διαφήμιση ότι υπάρχει δυνατότητα για ski στην Ελλάδα, 4) κάλυψη με ιατρική περίθαλψη στα κέντρα, 5) κάλυψη από την τηλεόραση με ενημερωτικά φιλμ και περιηγήσεις καθώς και αγώνες σε απευθείας αναμετάδοση.

⇒ Βάρος στο πρόγραμμα «ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΒΟΥΝΟ» με καλύτερη και σωστότερη οργάνωση, δεδομένου ότι τα παιδιά θα είναι και οι μελλοντικοί πελάτες.

→ Ενημέρωση του πωλητή προς τον καταναλωτή για σωστότερες αγορές και συντήρηση υλικών, πράγμα που περιορίζει την διαρροή συναλλάγματος.

Είναι δεδομένο λοιπόν, ότι η Ελλάδα γεωφυσικά και κλιματολογικά δεν υστερεί από τις άλλες ευρωπαϊκές ή και βαλκανικές χώρες για ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού. Και όταν λέμε χειμερινό τουρισμό εννοούμε το ski, το αλπικό ski, το ορειβατικό ski, τις παγοδρομίες (αθλητικό και καλλιτεχνικό πατινάζ), το χόκεϊ στον πάγο, το snowboard, το ski αντοχής, το καλλιτεχνικό και ακροβατικό ski, τα άλματα την ελεύθερη κατάβαση, σλάλομ και το γιγαντιαίο σλάλομ, γλιστιέρα με σκούτερ. Όλα αυτά θα πρέπει να συνδυάζονται με επισκέψεις ή ξεναγήσεις στα πλησιέστερα παραδοσιακά χωριά, αξιοθέατα, αρχαιολογικούς χώρους κ.λπ.

Γι' αυτό η πολιτεία μέσα στα πλαίσια της στρατηγικής για το χειμερινό τουρισμό θα πρέπει να συμπεριλάβει και τα εξής μέτρα:

✓ Πρέπει να καταλήξει ποιιά χιονοδρομικά κέντρα είναι βιώσιμα και χρήσιμα και να τα βελτιώσει σε εγκαταστάσεις αναβατήρων, διαμονής, χώρων αναψυχής.

✓ Να υπαχθούν κάτω από ενιαίο φορέα εκμετάλλευσης και να λειτουργούν με κοινούς κανονισμούς.

✓ Να γίνουν κανονισμοί ασφαλείας.

✓ Να υπάρξει συγκοινωνιακή σύνδεση με τις πιο κοντινές αστικές περιοχές.

✓ Ο εκχιονισμός των δρόμων προς τα χιονοδρομικά κέντρα να γίνεται με ευθύνη των ίδιων των κέντρων και όχι το έργο αυτό να ανατίθεται στις Νομαρχίες διότι πολύ σωστά οι Νομαρχίες δίνουν προτεραιότητα στην διάνοιξη των δρόμων προς τα χωριά.

Όσον αφορά την ιδιωτική πρωτοβουλία ο Σύνδεσμος Προώθησης Ελληνικών Προϊόντων, θα πρέπει να δημιουργήσει πακέτα για τις καθημερινές ημέρες της εβδομάδας από τουριστικά γραφεία που ασχολούνται με το χειμερινό τουρισμό. Τα πακέτα αυτά, θα πρέπει να πουληθούν τόσο μέσα στον ελλαδικό χώρο όσο και στο εξωτερικό. Φυσικά, θα πρέπει οι κρατικοί φορείς που κινούν το χιονοτουρισμό όπως ο ΕΟΤ, η Ορειβατική Ομοσπονδία, η Χιονοδρομική Ομοσπονδία, η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, ο ΟΣΕ, η Ολυμπιακή Αεροπορία κ.α., να δώσουν σε ενδιαφερόμενα πρακτορεία ειδικές τιμές και όρους για να προσελκύσουν τους ξένους πελάτες.

Τέλος, έμφαση θα πρέπει να δοθεί και στους χειμερινούς τουριστικούς αγώνες, μέσα στα πλαίσια μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής για το χειμερινό-χιονοδρομικό τουρισμό. Η διοργάνωση αθλητικών αγώνων αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μέσα ενίσχυσης του αθλητικού τουρισμού ως προϊόντος, διότι το τουριστικό «πακέτο» αποκτά ένα συγκριτικό πλεονέκτημα που ενισχύει τη ζήτηση του στην τουριστική αγορά, εξασφαλίζει μαζικό τουρισμό, αλλά ταυτόχρονα προσελκύει και επιλεκτικό τουρισμό. Είναι εξάλλου χαρακτηριστικό, ότι ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί σε όλες τις περιοχές υψηλής, μεσαίας ή χαμηλής τουριστικής ανάπτυξης, ακόμη και σε μη τουριστικές περιοχές.

Αθλητικοί αγώνες, ως γνωστόν, διοργανώνονται από την αρχαιότητα, με αποκορύφωμα τους Ολυμπιακούς Αγώνες.

Χαρακτηριστικό είναι ότι ήδη από εκείνη την εποχή παρατηρούμε ένα σημαντικό «τουριστικό ρεύμα» που μετακινείται για να παρακολουθήσει τους αγώνες.

Σήμερα, η διοργάνωση αθλητικών αγώνων αποδεικνύεται ιδιαίτερα σημαντική για την οικονομία ενός τόπου και ειδικότερα για τον τομέα του τουρισμού. Η

οργάνωση αναλαμβάνεται από επαγγελματίες, ώστε να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα και να είναι χαρακτηριστικός και έντονος ο διεθνής ανταγωνισμός για την ανάληψη μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων.

Οι αθλητικοί χιονοδρομικοί αγώνες διοργανώνονται και πραγματοποιούνται κατά τη χειμερινή περίοδο (ανάλογα με το ημισφαίριο). Η διοργάνωσή τους προϋποθέτει:

- υποδομή αθλητικών εγκαταστάσεων
- εξειδικευμένο προσωπικό
- παράλληλη υποδομή (συγκοινωνίες, επικοινωνίες κ.λπ.)
- συμμετοχή στους διεθνείς αθλητικούς οργανισμούς
- διεθνείς δημόσιες σχέσεις
- κατάλληλες καιρικές συνθήκες π.χ. ικανή χιονόπτωση για τα αθλήματα όπου απαιτείται
- κατάλληλες τοποθεσίες που να εξασφαλίζουν τις απαιτούμενες υψομετρικές διαφορές (όπως για ελεύθερη κατάβαση)
- κίνητρα και ενθάρρυνση των νέων να ασχοληθούν με τον αθλητισμό

Τα χειμερινά αθλήματα διακρίνονται σε αγώνες καταβάσεως και σε ski αντοχής.

ΚΛΑΣΣΙΚΟ SKI

Ski κατάβασης

Το ski κατάβασης είναι η πιο γνωστή και δημοφιλής μορφή του ski. Στην Ελλάδα αυτού του είδους το ski σχεδόν ταυτίζεται με το χειμερινό τουρισμό.

Ο υποψήφιος χιονοδρόμος με λίγα μαθήματα μπορεί να μάθει σχετικά εύκολα να κατεβαίνει μια πίστα. Η άνεση των lifts, οι καλά πατημένες πίστες, δίνουν στον χιονοδρόμο τη χαρά και την ικανοποίηση του κατεβάσματος της πίστας.

Υπάρχουν απεριόριστες δυνατότητες αγοράς υλικού χιονοδρομίας, που όλα μαζί παρέχουν τη μεγαλύτερη δυνατή ασφάλεια και άνεση κατά τη διάρκεια του ski.

Στην Ελλάδα η χιονοδρομία και κυρίως το ski κατάβασης είναι διαδεδομένο με την τουριστική και αγωνιστική μορφή. Όσον αφορά την αγωνιστική μορφή έχουμε:

Αγώνες καταβάσεως

Για την διοργάνωσή τους χρειάζονται αναβατήρες (lifts) και αθλητικό χωριό. Οι αγώνες καταβάσεως είναι οι παρακάτω:

i. Σλάλομ: είναι το αγώνισμα κατά το οποίο οι αθλητές συναγωνίζονται στην ταχύτητα κατάβασης, περνώντας υποχρεωτικά ανάμεσα από ειδικούς πλαστικούς πάσσαλους (πόρτες) τοποθετημένους με τέτοιο τρόπο, ώστε να υποχρεώνεται ο αθλητής να εκτελεί συνεχείς στροφές σε πολύ μικρά διαστήματα.

ii. Γιγαντιαίο σλάλομ: είναι η κατάβαση του αθλητή ανάμεσα από τις πόρτες, εκτελώντας μεγαλύτερες και μικρότερες στροφές, αποκτώντας μεγαλύτερη ταχύτητα.

iii. Ελεύθερη κατάβαση: είναι η κατάβαση του αθλητή από την συντομότερη διαδρομή, αναπτύσσοντας πολύ μεγάλη ταχύτητα (πάνω από 100 χλμ./ώρα). Ο αγώνας προϋποθέτει μεγάλη υψομετρική διαφορά που φτάνει τα 600 μ.

iv. Άλματα: είναι το άθλημα που χρειάζεται ειδικό βατήρα, ο οποίος δεν υπάρχει στην Ελλάδα και από τον οποίο ο αθλητής πραγματοποιεί άλματα.

v. Καλλιτεχνικό ski: οι αγώνες αυτοί χρειάζονται μια πίστα με μικρή κλίση, όπου πραγματοποιούνται με συνοδεία μουσικής διάφορες ασκήσεις με ski.

vi. Ακροβατικό ski: είναι το άθλημα κατά το οποίο οι αθλητές πραγματοποιούν ακροβατικές ασκήσεις από ειδικούς βατήρες από χιόνι (τα δυο τελευταία αθλήματα μπορούν να πραγματοποιηθούν εύκολα στην Ελλάδα, ωστόσο ως σήμερα δεν γίνονται λόγω έλλειψης αθλητών).

vii. Γλιστρίέρα με σκούτερ: χρειάζεται ειδική πίστα η οποία έχει και υψηλό κόστος κατασκευής και είναι εντελώς άγνωστο στην Ελλάδα.

Όλα τα παραπάνω αθλήματα είναι Ολυμπιακά και μπορούν να πραγματοποιηθούν στην Ελλάδα, εκτός από τα άλματα και γλίστρημα με σκούτερ.

Το σλάλομ και το γιγαντιαίο σλάλομ περιλαμβάνονται στο Ελληνικό πρωτάθλημα χιονοδρομίας, το οποίο διοργανώνει η αντίστοιχη Ελληνική Ομοσπονδία Χιονοδρομίας. Οι αθλητές της εθνικής μας ομάδας λαμβάνουν μέρος σε διεθνείς αγώνες, όμως οι επιδόσεις τους, όπως είναι φυσικό, δεν είναι ικανοποιητικές. Εδώ πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη ότι η υποδομή για την προετοιμασία τέτοιων αθλητών είναι ανύπαρκτη. Η Ομοσπονδία χιονοδρομίας δεν ενισχύεται οικονομικά όπως οι ομοσπονδίες άλλων αθλημάτων και υπάρχει δυσχέρεια για τους μαθητές να προετοιμαστούν (προπονηθούν) λόγω των σχολικών τους υποχρεώσεων.

Είναι χαρακτηριστικό και ταυτόχρονα λυπηρό ότι οι περιοχές κοντά στα χιονοδρομικά κέντρα όπου οι δυνατότητες ενασχόλησης με το ski είναι περισσότερες, δεν διαθέτουν αθλητές χιονοδρομίας. Παρόλ' αυτά, οι δυνατότητες σε αυτό το χώρο είναι πολύ μεγάλες και σε λίγο χρονικό διάστημα μπορούμε να αποκτήσουμε αθλητική αγωγή.

Ski αντοχής

Είναι η πιο απλή μορφή ski. Γυμνάζει πιο ακίνδυνα από κάθε άλλο είδος ski, ενώ ταυτόχρονα προσφέρει αμέτρητες συγκινήσεις και εναλλαγές τοπίων.

Από αγωνιστικής πλευράς περιλαμβάνει αθλήματα που πραγματοποιούνται σε φυσικές πίστες, δηλαδή η πίστα του ski (ανώμαλου συνήθως), περνά μέσα από όμορφα δάση τα οποία υπάρχουν άφθονα δίπλα στα περισσότερα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας μας. Ο εξοπλισμός των αθλητών είναι απλός και πολύ φθηνότερος από αυτόν του ski καταβάσεως και η απαιτούμενη υποδομή μικρή. Δεν δυσκολεύει τους Συντηρητές της πίστας, γιατί αφήνει δύο σειρές ίχνη για την παλιά τεχνική (ο παλμός που συνήθως χρησιμοποιούνε οι τουρίστες χιονοδρόμοι) και μερικά σημεία με ένα ίχνος για να γίνεται επίσης και η τεχνική skating. Δεν χρειάζονται αναβατήρες και οι αθλητές μπορούν να προπονηθούν και το καλοκαίρι με ειδικά ski σε δρόμους ασφαλτοστρωμένους. Όλα αυτά κάνουν το ski αντοχής να έχει πολύ μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης στην Ελλάδα.

Συγκεκριμένα, το ski αντοχής είναι πορεία ταχύτητας του αθλητή πάνω σε επίπεδες χιονισμένες επιφάνειες με ειδικά ski ελαφρύτερα και στενότερα από τα ski καταβάσεως. Οι αγώνες πραγματοποιούνται σε όσο το δυνατό χαμηλότερο υψόμετρο. Στο εξωτερικό έχει πολύ μεγάλη διάδοση και είναι συναρπαστικό Σα σπορ.

Εξοπλισμός για ski.

Τα υλικά που χρειάζεται ο χιονοδρόμος είναι:

⊗ Τα ski, τα οποία ξεκινούν από την πιο τουριστική, τα no-wax και τα οποία δεν χρειάζονται βαξάρισμα (ειδική αλοιφή η οποία διευκολύνει τα ski να πηγαίνουν μπροστά και όχι πίσω). Αυτά κυκλοφορούν σε δύο τύπους με αυτοκόλλητη φώκια ή λέπια, σε ειδικό φρεζαρισμένο σημείο της επιφάνειας ολίσθησης σε κεντρικό σημείο του ski.

⊗ Η δέστρα, η οποία έχει εξελιχθεί έτσι ώστε ο χιονοδρόμος να «κουμαντάρει» τα ski χωρίς ιδιαίτερη προσπάθεια.

⊗ Τα παπούτσια, τα οποία σε συνδυασμό με τη δέστρα, δίνουν άνεση στην κίνηση και ειδικότερα στην κατηφόρα.

⊗ Τα μπατόν, τα οποία είναι από ελαφρύ και ανθεκτικό υλικό.

Αλλα χειμερινά αθλήματα, Ολυμπιακά και μη είναι τα εξής:

ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟ SKI (PANTONE)

Είναι μια απλοποιημένη και εκσυγχρονισμένη ποικιλία του αρχικού ski, όπου είναι πολύ διαδεδομένη στο εξωτερικό, όπου διοργανώνονται και αγώνες διάσχισης και προσανατολισμού.

Είναι το ski που μας δίνει τη δυνατότητα να χαρούμε το βουνό σ' όλο του το μεγαλείο και αυτό γιατί το ορειβατικό ski δεν έχει καμία σχέση με το κλασσικό ski κατάβασης. Γίνεται μακριά από τη βοή των μεγάλων χιονοδρομικών κέντρων, μακριά από την πολυκοσμία και τις οργανωμένες πίστες, ενώ χώρος δράσης του

είναι οι απόκρημνες χιονισμένες πλαγιές των βουνών και η γοητεία της εξερεύνησης και της άγριας ομορφιάς, είναι από τα χαρακτηριστικά του ορειβατικού ski. Επιπλέον προσφέρει τη δυνατότητα της γρήγορης μετακίνησης στο χιόνι και των μεγάλων διαδρομών το χειμώνα. Τέλος, προσφέρει τη δυνατότητα ανάβασης και απαγκίστρωσης από τις ουρές των lifts καθώς και την «τέλεια» κατάβαση σε όλες τις ποιότητες χιονιού, διότι είναι ski πολύ καλής ποιότητας και μπορεί εξίσου να κινείται σε μαλακό ή παλιό χιόνι.

Για τον απλό χιονοδρόμο που θα κάνει τη βόλτα του, δε χρειάζονται ιδιαίτερες γνώσεις κατάβασης, γιατί μπορεί να κινηθεί σε χώρους με όχι ιδιαίτερες δυσκολίες.

Για τον ορειβάτη-χιονοδρόμο, προσφέρει μία αφάνταστη ποικιλία και περιπέτεια. Αυτός, θα φορέσει τα ski από εκεί που ξεκινάει το χιόνι, θα «τραβερσάρει», θα πάρει τα ski στην πλάτη του και αν χρειαστεί θα αναρριχηθεί και θα επιστρέψει διαλέγοντας δρομολόγιο μικρής ή μεγάλης δυσκολίας.

Για κάποιον που θα κάνει μια διάσχιση είναι απαραίτητες οι γνώσεις μετεωρολογίας, του χάρτη (ανάγλυφο) της περιοχής, ικανότητα να αναγνωρίζει κινδύνους πτώσης χιονοστιβάδας καθώς και άλλους «αόρατους» κινδύνους (ριμέ, κρεβάς και σεράκ, απύθμενα σημεία και καρκάνια). Επιπλέον, να μελετά το χάρτη με πυξίδα και να χειρίζεται καλά και γρήγορα τα υλικά του, να έχει γνώσεις Α' βοηθειών και να ξέρει να αντιμετωπίζει αντίξοες καιρικές συνθήκες. Επίσης να μπορεί να μεταφέρει τραυματία, γνωρίζοντας να μετατρέπει το ski του σε αυτοσχέδιο φορείο.

ΠΑΓΟΔΡΟΜΙΑ

Στις παγοδρομίες περιλαμβάνονται αθλήματα όπως: χόκεϊ επί πάγου, καλλιτεχνικό πατινάζ, και πατινάζ ταχύτητας. Το πατινάζ ταχύτητας είναι άθλημα που πραγματοποιείται σε ειδικές παγοπίστες, φυσικές ή τεχνητές, κυρίως σε τοποθεσίες που έχουν χαμηλές θερμοκρασίες (κάτω των 0 °C). Είναι Ολυμπιακό άθλημα που δεν πραγματοποιείται στην Ελλάδα, αν και θα ήταν δυνατό. Όσον αφορά το καλλιτεχνικό πατινάζ, είναι η εκτέλεση χορευτικών πάνω στον πάγο και πραγματοποιούνται σε αντίστοιχες παγοπίστες.

Τα παγοδρόμια αναπτύχθηκαν αρχικά στα αστικά κέντρα, σήμερα όμως όλα τα μεγάλα χιονοδρομικά κέντρα του εξωτερικού διαθέτουν απαραίτητως και αίθουσες παγοδρομιών.

Η αθλητική παγοδρομία είναι περισσότερο ανεπτυγμένη στον Καναδά, τις ΗΠΑ, τη Ρωσία, την πρώην Τσεχοσλοβακία καθώς και τις πρώην Σοβιετικές χώρες, ενώ η ερασιτεχνική παγοδρομία είναι ανεπτυγμένη στη Σκανδιναβία, Αυστρία, Ελβετία, Μ. Βρετανία, Ολλανδία και Καναδά.

Στην Ελλάδα, η Ελληνική Ομοσπονδία Παγοδρομιών (ΕΟΠΑΓ) ιδρύθηκε το 1986 και έχει 12 σωματεία με 700 αθλητές. Υπολογίζεται ότι μελλοντικά, ο αριθμός τους θα διπλασιαστεί. Το 80% των εγγεγραμμένων αθλητών προέρχεται από την Αττική και ακολουθεί η Θεσσαλονίκη. Όσον αφορά τις ηλικίες η εικόνα είναι η ακόλουθη:

- Πατινάζ ταχύτητας: 7-30 ετών, κυρίως 17-22
- Πατινάζ καλλιτεχνικό: 5-23 ετών, κυρίως 17-24 ετών
- Χόκεϊ επί πάγου: 7-33 ετών, κυρίως 17-24 ετών

Στην Ελλάδα λειτουργούν σήμερα δύο ιδιωτικά παγοδρόμια, στο μοσχάτο και στο Πολύδροσο Αττικής. Τα παγοδρόμια της Χαλκίδας και της Θεσσαλονίκης, έχουν διακόψει τη λειτουργία τους με αποτέλεσμα οι Θεσσαλονικείς να μεταβαίνουν στη Σόφια της Βουλγαρίας για προπονήσεις.

Το χρονικό διάστημα που πραγματοποιούνται τα παγοδρομικά αθλήματα-αγωνίσματα στη χώρα μας είναι από τον Οκτώβριο μέχρι το Μάιο.

Με το χόκεϊ επί πάγου ασχολούνται αποκλειστικά άνδρες, με το καλλιτεχνικό πατινάζ κυρίως γυναίκες ενώ με το πατινάζ ταχύτητας άτομα και των δύο φύλων.

Σταθμό στη διοργάνωση διεθνών παγοδρομικών αγώνων στην Ελλάδα, αποτέλεσε η 1^η Βαλκανιάδα Παγοδρομιών που έγινε στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας τον Απρίλιο του 1991.

Η κατασκευή παγοδρομιών στα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα θα πρέπει να απασχολήσει μακροπρόθεσμα τους επενδυτές, διότι προσελκύουν ενεργητικούς και

παθητικούς επισκέπτες. Είναι γεγονός λοιπόν ότι όλα τα μεγάλα κλειστά στάδια γεμίζουν όταν διοργανώνονται αγώνες παγοδρομίας. Εφόσον λοιπόν κατασκευαστούν παγοδρόμια ως αναπόσπαστα τμήματα των χιονοδρομικών εγκαταστάσεων, είναι αναμενόμενο ότι οι επισκέπτες θα αυξήσουν τόσο το χρόνο παραμονής τους στο χιονοδρομικό κέντρο όσο και την ημερήσια δαπάνη τους, πράγμα το οποίο θα αποβεί εις όφελος πάντα της ευρύτερης περιοχής.

Όλα αυτά τα αγωνίσματα που αναλύθηκαν λεπτομερώς παραπάνω, έχουν διεθνώς μεγάλη απήχηση και ακροαματικότητα στην τηλεόραση και προσελκύουν πολλούς φίλαθλους. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι φίλαθλοι που παρακολουθούν έναν αγώνα κατάβασης, ενδέχεται να ανέλθουν σε 50.000. Είναι προφανής λοιπόν, η σημασία αυτών των αγώνων για τον τουρισμό.

Στην Ελλάδα πραγματοποιούνται χειμερινοί αγώνες από το 1935, με πολλές δυσκολίες εξαιτίας της έλλειψης μεγάλων χιονοδρομικών εγκαταστάσεων. Ωστόσο, από τότε που κατασκευάστηκαν τα πρώτα χιονοδρομικά κέντρα, οι αγώνες αυτοί άρχισαν να προσεγγίζουν τα διεθνή πρότυπα.

Σήμερα, πραγματοποιούνται κανονικά σύμφωνα με τους διεθνείς κανονισμούς ελληνικά πρωταθλήματα. Άς σημειωθεί ότι το 1984 διοργανώθηκε στο Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού, οι Βαλκανικοί Αγώνες.

Στην Ελλάδα αυτή τη στιγμή, διοργανώνονται μόνο αγώνες γιγαντιαίου σλάλομ και αγώνες μίας μορφής ελεύθερης κατάβασης στα χιονοδρομικά κέντρα, καθώς και ski αντοχής, κυρίως στη Βόρεια Ελλάδα και σε μέρη με πολύ χιόνι. Οι επιδόσεις των αθλητών όπως αναφέρθηκε δεν ικανοποιούν και σε αυτό επηρεάζει και το γεγονός ότι η Χιονοδρομική Ομοσπονδία, παρά το μεγάλο κόστος των διοργανώσεων, δεν ενισχύεται τόσο όσο άλλα αθλήματα, γιατί οι αγώνες αυτοί δεν έχουν τόσους φίλαθλους στη χώρα μας.

Επισημαίνουμε ακόμη, ότι στην Ελλάδα, με μικρή σχετικά δαπάνη μπορούν να πραγματοποιηθούν όλα τα Ολυμπιακά αγωνίσματα, αλλά μόνο στα πλαίσια ενός εθνικού προγράμματος. Δεν είναι καθόλου υπερβολική η διεκδίκηση της οργάνωσης Ευρωπαϊκού πρωταθλήματος και γιατί όχι και Χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων. Το κέρδος από μια τέτοια διοργάνωση θα είναι αντίστοιχο με εκείνο της ανάληψης των κλασικών Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004.

Οπωσδήποτε όμως, και σύντομα, πρέπει να αρχίσουν να διοργανώνονται χειμερινοί αθλητικοί αγώνες για την ενίσχυση του χειμερινού τουρισμού της χώρας μας ενώ παράλληλα να επιτευχθεί μεγάλη προβολή τους.

Τέλος, πρέπει να εκπονηθούν και να υλοποιηθούν προγράμματα που θα δημιουργήσουν νέους αθλητές και ιδιαίτερα, ανάμεσα στη νεολαία που ζει κοντά σε χιονοδρομικά κέντρα.

12. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.

Έχει αποδειχθεί ότι η ανάπτυξη των χιονοδρομικών κέντρων είναι άμεσα συνδεδεμένη με την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Το γεγονός αυτό δημιουργεί την τάση αύξησης του αριθμού των χιονοδρομικών κέντρων σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ζήτηση. Παρόλ' αυτά, το υψηλό οικονομικό και περιβαλλοντικό κόστος ανάπτυξης σε συνάρτηση με την κλίμακα του ελληνικού χώρου και το μικρό εύρος της χειμερινής περιόδου επιβάλλουν τη μικρής κλίμακας ανάπτυξη στον τομέα αυτό. Συγκεκριμένα η ανάπτυξη του περιπατητικού ski θεωρείται βέλτιστη επιλογή διότι συνδυάζει την υποτυπώδη υποδομή με σημαντικά οφέλη για τις ορεινές κοινωνίες. Άλλες κατευθύνσεις είναι οι εξής:

✓ Προτεραιότητα στην κατασκευή των ήδη προγραμματισμένων χιονοδρομικών κέντρων, ιδιαίτερα του υπερεθνικής σημασίας χιονοδρομικού κέντρου στη Ζήρεια Κορινθίας και στις επεκτάσεις των χιονοδρομικών κέντρων Παρνασσού και Βερμίου.

✓ Ο χώρος του χιονοδρομικού κέντρου Ζήρεια απέχει μόνο 157 χλμ. από την Αθήνα και μπορεί να προσελκύσει και ξένους σκιέρ οι οποίοι θα συνδυάσουν το ski με επισκέψεις σε γειτονικές τοποθεσίες: Αρχαία Κόρινθος, Αρχαία Νεμέα, Μυκήνες, Αχαΐα, Αττική. Η απόσταση από το παραθαλάσσιο θέρετρο του Ξυλόκαστρου θα είναι μόνο 40 χλμ. και γι' αυτό οι δημιουργούμενες εγκαταστάσεις θα χρησιμοποιηθούν για τουρισμό όλο το χρόνο.

✓ Στον Παρνασσό μπορεί να γίνει διπλασιασμός της δυναμικότητας του σε πίστες μέχρι το 2000 εφόσον γίνουν κατάλληλα τεχνικά έργα και τοποθετηθούν επιπλέον ski-lifts.

✓ Στο Σέλι του Βερμίου μπορεί επίσης να υπάρξει διπλασιασμός σε πίστες όπως και στο γειτονικό Χιονοδρομικό Κέντρο Τρία-Πέντε Πηγάδια. Τα κέντρα αυτά μπορούν να προωθήσουν σε μεγάλο βαθμό το αθλητικό ski.

✓ Από τα υπόλοιπα χιονοδρομικά κέντρα άμεση προτεραιότητα πρέπει να δοθεί στο Χελμό, Τυμφρηστό, Πήλιο και Πισσοδέρι. Το τελευταίο παρουσιάζει μεγάλες χιονοπίστες, μειονεκτεί όμως λόγω απόστασης αφού απέχει 178 χλμ. από τη Θεσσαλονίκη και 609 χλμ. από την Αθήνα.

✓ Πρέπει να υπάρξει προσέγγιση με όλους τους φορείς που κατά καιρούς έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον για την ανάπτυξη αυτού του τομέα, απ' ευθείας ή μέσω των Επιμελητηρίων και των Πρεσβειών. Παράλληλα με τη συμμετοχή των κατοίκων και των φορέων Τοπικής Αυτοδιοίκησης, πρέπει να προσελκυσθούν ιδιώτες επιχειρηματίες, Έλληνες και αλλοδαποί, που έχουν εμπειρία στον τομέα αυτό.

✓ Για την προσέλκυση των επενδυτών θα πρέπει να κινητοποιηθούν τα Υπουργεία Εθνικής Οικονομίας, Τουρισμού, ο ΕΟΤ, οι αναπτυξιακές Τράπεζες, τα Επιμελητήρια και τα Εμπορικά Τμήματα των Ελληνικών Πρεσβειών. Οι φορείς αυτοί πρέπει να έχουν συνεχή επικοινωνία με αντίστοιχους αλλοδαπούς ενώ στην Αθήνα πολύτιμοι σύνδεσμοι είναι τα Εμπορικά Τμήματα των ξένων Πρεσβειών, τα Μικτά Επιμελητήρια και τα Γραφεία των Οργανισμών Τουρισμού. Η διοργάνωση αποστολών και η συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις και Συνέδρια υποβοηθάει την αναπτυξιακή προσπάθεια.

✓ Έκδοση ειδικών φυλλαδίων από τον ΕΟΤ και τις Τοπικές Αυτοδιοικήσεις για τη διαφήμιση των χιονοδρομικών κέντρων. Είναι αναγκαία η έκδοση φυλλαδίου από τον ΕΟΤ που να αναφέρεται σε όλα τα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας. Παράλληλα πρέπει να υποβοηθηθούν οι Νομαρχίες, οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης και οι Ορειβατικοί-Χιονοδρομικοί Σύλλογοι στην έκδοση εντύπων για τα κέντρα της περιοχής τους.

✓ Έκθεση «Ορεινής» PHILOXENIA. Θα είναι η κλαδική έκθεση των ορεινών θέρετρων της χώρας, προβάλλοντας ταυτόχρονα οικότουριστικά ενδιαφέροντα.

✓ Χρησιμοποίηση των σχολείων για τη διάδοση των χειμερινών αθλημάτων όπως ήδη έχει αναφερθεί. Σε πρώτη φάση προτείνεται εισαγωγή του μαθήματος της χιονοδρομίας σε αθλητικά Γυμνάσια των νομών Ημαθίας, Σερρών, Φλώρινας, Καστοριάς, Δράμας, Γρεβενών, Βοιωτίας, Ευρυτανίας, Μαγνησίας, Ιωαννίνων και Αχαΐας. Η διοργάνωση εκδρομών στα χιονοδρομικά κέντρα θα διευκολύνει αυτήν την προσπάθεια.

✓ Το πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί ως το βασικό μέσο εκτέλεσης των έργων υποδομής (οδοποιία, ύδρευση, ηλεκτροφωτισμός, τηλεπικοινωνίες, αποχέτευση, εξωραϊστικά έργα) στις περιοχές των ορεινών θέρετρων και ειδικότερα στα χιονοδρομικά κέντρα.

✓ Επέκταση χρηματική του προγράμματος της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς «**Νέοι και Βουνό**». Διάθεση χρημάτων απ' ευθείας στους Ορειβατικούς και Χιονοδρομικούς Συλλόγους για την εφαρμογή του προγράμματος.

✓ Διοργάνωση παράλληλων εκδηλώσεων στις περιοχές των χιονοδρομικών κέντρων, όπως ημέρες προβολής τοπικών προϊόντων γεωργικών, κτηνοτροφικών, ξυλογλυπτικής, υφαντικής, χειροτεχνίας, αναβίωση τοπικών εθίμων, λειτουργία μουσείων και βιβλιοθηκών, χορευτικές βραδιές, εκδηλώσεις με τοπικά φολκλορικά (όχι μόνο εθνικά) συγκροτήματα, εκδρομές σε γειτονικά αξιοθέατα.

✓ Διοργάνωση σεμιναρίων που θα απευθύνονται στον αγροτικό πληθυσμό σχετικά με θέματα ορεινού τουρισμού. Τα σεμινάρια αυτά μπορούν να συγχρηματοδοτηθούν από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και το Γεωργικό της ΕΟΚ.

Άλλες προτάσεις που αφορούν κάποιους συγκεκριμένους τομείς ξεχωριστά και οι οποίες θέτουν ουσιαστικά και αναλυτικά επιχειρήματα για την επίλυση των προβλημάτων του χειμερινού -χιονοδρομικού τουρισμού αλλά και την παραπέρα ανάπτυξή του είναι τα παρακάτω και στους εξής τομείς:

ΣΤΕΛΕΧΩΣΗ - ΟΡΓΑΝΩΣΗ - ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Είναι απαραίτητη πλέον η συνεχής εκπαίδευση του μόνιμου και του εποχιακού προσωπικού των χιονοδρομικών κέντρων μέσα από προγράμματα επιμόρφωσης και συστηματικής εκπαίδευσης τόσο στην Ελλάδα αλλά και σε χιονοδρομικά κέντρα του εξωτερικού όπου η απόκτηση τεχνογνωσίας και η ανταλλαγή εμπειριών θα αποδειχθεί ιδιαίτερα χρήσιμη.

Η πρόσληψη του απαιτούμενου κάθε φορά ανθρώπινου δυναμικού θα πρέπει να γίνεται μέσα από αξιοκρατικές διαδικασίες και μετά από μία αναλυτική καταγραφή των απαραίτητων θέσεων καθώς και απαιτήσεων της κάθε θέσης και περιγραφής του αντίστοιχου αντικειμένου

ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η μέχρι τώρα ιδιοκτησιακή σχέση των χιονοδρομικών κέντρων είναι ποικιλόμορφη και οι φορείς εκμετάλλευσης διάφοροι. Παρά το γεγονός ότι ο ΕΟΤ χειρίζεται εξ' αντικειμένου θέματα ανάπτυξης θα πρέπει να υπογραμμιστεί ότι η τελική διαμόρφωση της πολιτικής του χώρου εξαρτάται και από άλλους συναρμόδιους φορείς όπως: το Υπουργείο Γεωργίας, το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας, το ΥΠΕΧΩΔΕ, τη ΓΓΑ, την Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Η κατάσταση που διαμορφώνεται σήμερα λόγω της αλληλεξάρτησης των παραπάνω εμπλεκόμενων φορέων, έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη ενιαίας στρατηγικής, συντονισμού ελέγχου λειτουργίας εγκαταστάσεων των χιονοδρομικών κέντρων, την άναρχη ανάπτυξη των ήδη υπαρχόντων και τη συνεχή πίεση των υπόλοιπων ορεινών περιοχών της χώρας για δημιουργία καινούργιων κέντρων, γεγονός που θα μπορούσε να οδηγήσει σε δημιουργία νέων προβληματικών τουριστικών επιχειρήσεων.

Σ' αυτό το σημείο λοιπόν πρέπει να επισημανθεί η έλλειψη θεσμοθετημένων κρατικών οργάνων επιφορτισμένων με την ανάπτυξη και το σχεδιασμό των χιονοδρομικών κέντρων στην Ελλάδα σύμφωνα με τα κεντροευρωπαϊκά πρότυπα π.χ. Γαλλία. Στόχος των οργάνων αυτών ήταν και είναι η ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των ορεινών όγκων και ο σχεδιασμός των χιονοδρομικών κέντρων. Οι εμπλεκόμενοι φορείς (ΕΟΤ, ΥΠΕΧΩΔΕ, ΥΠΕΘΟ, Τοπική Αυτοδιοίκηση κ.λπ.) θα μπορούσαν να συμβάλλουν στη δημιουργία ενός

θεσμοθετημένου κρατικού φορέα που θα έχει στόχο την ανάπτυξη των χιονοδρομικών κέντρων και τη διευκόλυνση της ορθολογικής λειτουργίας τους μέσα από τις αρχές της αποδοτικότητας.

Αυτό το θεσμοθετημένο όργανο θα μπορούσε να λειτουργήσει υπό την κύρια εποπτεία του ΕΟΤ ή του Υπουργείου Τουρισμού, αλλά απαρτιζόμενο και από ειδικευμένα στελέχη των εμπλεκόμενων φορέων. Θεωρείται ευνόητο ότι η συμμετοχή ατόμων εξειδικευμένων σε θέματα ορεινού-χειμερινού τουρισμού θα συνέβαλε ουσιαστικά στην αποτελεσματική λειτουργία του συγκεκριμένου οργάνου.

Αρμοδιότητα του φορέα θα ήταν δυνατόν να είναι και οι πολεοδομικές ρυθμίσεις που απαιτούνται για την όσο το δυνατόν λιγότερη διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας και επέμβασης στο περιβάλλον από την ανάπτυξη και λειτουργία των χιονοδρομικών κέντρων. Επίσης θα μπορούσε να προβλέπει αφού θα λάμβανε υπόψη τα δεδομένα των προηγούμενων χρήσεων, την τακτή αναθεώρηση με τα νέα δεδομένα της νομοθεσίας. Ακόμη να ορίζει με σαφήνεια τους αναπτυξιακούς ρυθμούς και να καθορίζει όλες τις περιοχές που είναι οικολογικά πάρκα. Ουσιαστική και απαραίτητη θα ήταν η συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης καθόλη τη διάρκεια της χάραξης της ανάλογης πολιτικής.

Τέλος, στο πλαίσιο των νομοθετικών ρυθμίσεων που θα πρέπει να γίνουν, είναι η κατοχύρωση των νέων επαγγελματιών που έχουν δημιουργηθεί από τη λειτουργία των χιονοδρομικών κέντρων.

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΑΚΕΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΝΕΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ.

Ένα βασικό βήμα προς την κατεύθυνση βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος των χιονοδρομικών κέντρων θα ήταν και η εισαγωγή ή ακόμη προσθήκη στοιχείων και δραστηριοτήτων που θα ήταν συνδεδεμένες με τη λειτουργία των χιονοδρομικών κέντρων είτε ανεξάρτητες απ' αυτά, γεγονός που θα συνέβαλε πρωτίστως στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Για παράδειγμα στην περιοχή του χιονοδρομικού κέντρου Παρνασσού θα ήταν δυνατή η διοργάνωση εκδηλώσεων παράλληλων ή όχι με τη λειτουργία του κέντρου, όπως ημέρες αναβίωσης τοπικών εθίμων, πολιτιστικές βραδιές, ημέρες παρουσίασης τοπικών προϊόντων, χειροτεχνίας κ.λπ.

Επίσης, ανάλογα με τις δυνατότητες που έχει κάθε τόπος, ο οποίος ενσωματώνει ένα χιονοδρομικό θα μπορούσε να αναπτύξει και διάφορες άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκτός του χειμερινού. Η περιοχή του π.χ. της Αράχοβας και του Παρνασσού προσφέρεται για την ανάπτυξη πολιτιστικού τουρισμού, εκπαιδευτικού, αθλητικού, συνεδριακού κ.λπ.

Επιπλέον, η αναζήτηση ασχολιών και τρόπων ψυχαγωγίας για τους απλούς επισκέπτες και τους συνοδούς των σκιέρ θα αποδεικνυόταν ένα σημαντικό στοιχείο του προσφερόμενου πακέτου, δεδομένου ότι έχει παρατηρηθεί πως το ποσοστό των χιονοδρόμων και των επισκεπτών στα κατά τόπους χιονοδρομικά κέντρα ανέρχεται σε 50% και 50% αντίστοιχα (ενώ αντίθετα στο εξωτερικό τα ποσοστά 70%-80% χιονοδρόμοι -σκιέρ και 20%-30% επισκέπτες).

Ακόμη η ανάπτυξη άλλων δραστηριοτήτων που σχετίζονται με το χειμερινό τουρισμό όπως ο τομέας της ορειβασίας και η παγοδρομία θα κάλυπταν ποικίλα ενδιαφέροντα και πελατείες και θα βοηθούσαν τις περιοχές να αποφύγουν την αποκλειστική εξάρτηση από τον τουρισμό του ski.

Όλα τα παραπάνω θα δημιουργούσαν θετικές επιδράσεις στην περιφερειακή ανάπτυξη και στον έλεγχο του προβλήματος της εποχικότητας.

ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ - ΑΝΩΔΟΜΗΣ

Μέσα από την προηγούμενη πρόταση προκύπτει αμέσως και αυτή της βελτίωσης της υποδομής και ανωδομής. Ο σχεδιασμός ενός προϊόντος που έχει σκοπό να τονώσει την τοπική οικονομία απαιτεί σε πρώτη φάση επίλυση των βασικότερων προβλημάτων σε θέματα υποδομής και ανωδομής και σε δεύτερη φάση μελέτη των ζητημάτων και των απαιτήσεων που θα προκύψουν στην περίπτωση εμπλουτισμού του με νέα στοιχεία.

Το θέμα το οποίο πρέπει να υπογραμμιστεί είναι η οποιασδήποτε μορφής ανάπτυξη (βελτίωση του οδικού δικτύου, αύξηση αριθμού πιστών και lifts, ανέγερση καταλυμάτων στο χώρο των χιονοδρομικών κέντρων, βελτίωση εξοπλισμού

μηχανολογικού ή άλλου είδους, κατασκευή πιστών παγοδρομίας κ.α.) θα πρέπει να γίνει μέσα από προτάσεις και συμπεράσματα αξιόπιστων μελετών οι οποίες θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους τα τουριστικά στοιχεία, τις χωροταξικές και περιβαλλοντικές ιδιαιτερότητες καθώς και τα κοινωνικά και τα οικονομικά δεδομένα. Για μια τέτοια μελέτη - υπόδειγμα θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί σαν πιλότος η περιοχή του χιονοδρομικού κέντρου Παρνασσού.

Σ' αυτό εδώ το σημείο και αναφορικά με θέματα μηχανολογικού εξοπλισμού θα ήταν χρήσιμο να αναφερθεί μια πρόταση σχετικά με την κατασκευή ανταλλακτικών στην ελληνική αγορά για μείωση της απώλειας συναλλάγματος και επίτευξη καλύτερου σέρβις και τιμών μέσω των αντιπροσώπων.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Είναι επίσης απαραίτητη η εύρεση πηγών χρηματοδότησης οι οποίες θα είναι σε θέση να υποστηρίξουν την άμεση εκτέλεση έργων υποδομής στα χιονοδρομικά κέντρα και προτάσεων που θα προκύψουν μέσα από σχετικές μελέτες, αξιοποίησης των ορεινών όγκων της χώρας. Είναι η κατάλληλη στιγμή σήμερα που βρίσκεται σε εξέλιξη η νέα χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση, μέσω του Β' πακέτου Ντελόρ, να ενταχθεί η ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού γενικότερα σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

ΠΡΟΒΟΛΗ - ΠΡΟΩΘΗΣΗ

Κρίνεται απαραίτητη η οργάνωση μιάς διαδικασίας προώθησης των χιονοδρομικών κέντρων που θα ήταν δυνατό να περιλαμβάνει:

i. έκδοση διαφημιστικών φυλλαδίων για προβολή των χιονοδρομικών κέντρων καθώς και των δυνατοτήτων ψυχαγωγίας και διασκέδασης που προσφέρουν αυτά αλλά και η ευρύτερη περιοχή. Όσον αφορά την περίπτωση του χιονοδρομικού κέντρου του Παρνασσού τα διαφημιστικά φυλλάδια θα μπορούσαν να προβάλλουν την παγκόσμια -πιθανώς- μοναδικότητα του τοπίου και του χώρου που συνδυάζει χιονοδρομία και σε μικρή απόσταση δυνατότητες θαλάσσιων σπορ (κολύμβηση, θαλάσσιο ski, windsurfing κ.α.) τουλάχιστον κατά τη διάρκεια της άνοιξης.

ii. οργάνωση και πραγματοποίηση εκθέσεων οι οποίες θα προβάλλουν τα ορεινά θέρετρα της χώρας, τις προσφερόμενες υπηρεσίες, τα χειμερινά σπορ, τα θέλγητρα των περιοχών γύρω από τα κέντρα του χειμερινού τουρισμού,

iii. δημιουργία προγράμματος ενημέρωσης και πληροφόρησης των σχολείων για τις χειμερινές αθλητικές δραστηριότητες που προσφέρει το βουνά,

iv. καθιέρωση υποχρεωτικών «λευκών διακοπών» που υπάρχουν ήδη στη Βόρεια και την Κεντρική Ευρώπη,

v. συνεργασία φορέων για τη διοργάνωση διεθνών χειμερινών αγώνων,

vi. οργάνωση διαφόρων χάπενινγκς από εταιρίες που κάνουν προώθηση πωλήσεων προϊόντων κ.α.

ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ

Μέσα από τη προσέγγιση των διαφόρων προτάσεων είναι λογικό να προκύψουν μια σειρά από ερωτήματα των οποίων οι απαντήσεις θα μπορέσουν να καθοδηγήσουν τη διαδικασία πραγματοποίησής τους. Η έρευνα αγοράς είναι το εργαλείο εκείνο το οποίο θα δώσει απαντήσεις σε καίρια ζητήματα που αφορούν τα χιονοδρομικά κέντρα όπως για παράδειγμα ο προσδιορισμός της ζήτησης του πακέτου χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα αλλά και σε αγορές του εξωτερικού. Επίσης η εύρεση της αγοράς - στόχου και η περιγραφή του χιονοδρόμου και του επισκέπτη είναι ένα ακόμη σημαντικό θέμα που σχετίζεται με τον προγραμματισμό και τη λειτουργία ενός κέντρου χειμερινού τουρισμού. Σ' αυτό το σημείο θα ήταν σκόπιμο να αναφερθεί ξανά ότι το χιονοδρομικό κέντρο του Παρνασσού θα ήταν σε θέση να αποτελέσει το καλύτερο αντικείμενο μιάς πιλοτικής μελέτης που θα εξέταζε όλα τα παραπάνω ζητήματα. Τελειώνοντας, θα πρέπει να υπογραμμιστεί ότι τα χιονοδρομικά κέντρα στην Ελλάδα παρουσιάζουν μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης, όπως εξάλλου δηλώνει και η συνεχής αυξητική τάση των μεγεθών, όχι μόνο για το χειμερινό τουρισμό αλλά και για την ευρύτερη ανάπτυξη της όμορης περιοχής.

13. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ - ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ - ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.

Αναλύοντας και μελετώντας το χειμερινό - χιονοδρομικό τουρισμό αναφέραμε μια σειρά από όλα τα θετικά αποτελέσματα που μπορεί να έχει η ανάπτυξη αυτού στη χώρα μας αλλά και σε κάθε χώρα γενικότερα. Δε μπορεί όμως να παραβλεφθεί το γεγονός ότι η ανάπτυξη και η εξέλιξη πάντα ακολουθούνται και από κάποια αρνητικά φαινόμενα. Έτσι μία από τις πιο σοβαρές επιπτώσεις που απορρέει από τη δημιουργία χιονοδρομικών κέντρων, είναι η μερική καταστροφή του περιβάλλοντος.

Η περιγραφή των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από την ανάπτυξη ορεινών κέντρων γενικά και χιονοδρομικών κέντρων ειδικότερα βασίζεται κυρίως στην ξένη εμπειρία. Αυτό οφείλεται τόσο στο γεγονός ότι, λόγω της μακρόχρονης λειτουργίας τους, είναι πλέον εμφανείς οι αρνητικές επιπτώσεις όσο και στο γεγονός της σαφώς μεγαλύτερης κλίμακας των σχετικών προγραμμάτων.

Εξετάζοντας το θέμα της ένταξης των τουριστικών καταλυμάτων είναι αναγκαίο να αναφερθεί κανείς σε διαφορετικά προβλήματα που δημιουργήθηκαν ανάλογα με την περίοδο ίδρυσης των χιονοδρομικών κέντρων.

Σε μία πρώτη φάση, όπου τα καταλύματα χωροθετούνται στα όρια του πλησιέστερου οικισμού, η σημαντικότερη, αντίθεση προκύπτει από τη κλίμακα των μονάδων. Στη συνέχεια, σαν αποτέλεσμα των όρων στο παιχνίδι προσφοράς - ζήτησης για γη, η αγροτική γη καταλαμβάνεται προοδευτικά από ακανόνιστες συγκεντρώσεις εγκαταστάσεων προορισμένων για τουριστική χρήση. Στη περίοδο του μεσοπολέμου, όπου εντατικοποιούνται οι δραστηριότητες του ορεινού - χειμερινού τουρισμού, εμφανίζεται αύξηση των πυκνοτήτων με αποτέλεσμα να δημιουργούνται προβλήματα συμφόρησης παρόμοια με εκείνα των παράκτιων περιοχών. Ακόμα και τα πιο σύγχρονα παραδείγματα που προσπάθησαν να επιφέρουν μεταβολές, οι οποίες βασίστηκαν στην αποφυγή επανάληψης προβλημάτων του παρελθόντος, τελικά δεν κατάφεραν να αποφύγουν ούτε την υπέρβαση της κλίμακας, ούτε τη χρησιμοποίηση αρχιτεκτονικών στοιχείων και υλικών ξένων προς το τοπικό περιβάλλον, ούτε τις αρνητικές επιπτώσεις από τις συναφείς δραστηριότητες.

Από το χειμερινό τουρισμό αρνητικές περιβαντολλογικές επιπτώσεις έχουν μόνο οι εγκαταστάσεις για το ski καταβάσεων. Στην περίπτωση, δε, χιονοδρομικών κέντρων όπου οι εγκαταστάσεις καταλυμάτων, αναψυχής, εξυπηρετήσεων (γυμναστήρια, sauna), εμπορίου, άλλων σπορ (π.χ. παγοδρόμια, πισίνες) έχουν αναπτυχθεί σε άμεση γειτνίαση με τις πίστες οι αρνητικές επιπτώσεις εντείνονται.

Το έργο ανάπτυξης των χιονοπλαγιών προϋποθέτει σημαντικό σε ένταση και έκταση αλλαγές του φυσικού περιβάλλοντος. Συγκεκριμένα τα έργα αυτά επιφέρουν αλλοιώσεις του γεωμορφολογικού ανάγλυφου για τη διαμόρφωση των πιστών, την αποψίλωση σημαντικών εκτάσεων για τη διαμόρφωση διαδρομών, εκβραχισμούς για την εδραίωση πυλώνων αναβατήρων και τεχνικές διαδρομές. Είναι προφανές ότι τόσο κατά τη διάρκεια αυτών των έργων, όσο και κατά τη λειτουργία τους δημιουργούνται σοβαρές καταστροφές στη πρώτη περίπτωση και ενοχλήσεις στη δεύτερη, που αφορούν την πανίδα και τη χλωρίδα ενώ σημαντικές μεταβολές δημιουργούνται και στο τοπίο.

Ακόμα και αν κανείς αποδεχθεί τη παρουσία αυτών των εγκαταστάσεων κατά τη διάρκεια της χιονοδρομικής περιόδου, κυρίως διότι η χιονοκάλυψη καταφέρνει να απαλύνει τις αρνητικές επιπτώσεις αυτών των μεταβολών, η θερινή εμφάνιση αυτών των περιοχών αποκαλύπτει την πραγματική εικόνα, η οποία επιδεινώνεται από την εναπόθεση διαφόρων αντικειμένων στο έδαφος τα οποία είχαν εγκαταλειφθεί κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Πολλά από αυτά τα αντικείμενα θεωρούνται εξαιρετικά επικίνδυνα για την πανίδα της περιοχής.

Τα δίκτυα υποδομής-οδικής πρόσβασης, ύδρευσης, αποχέτευσης, μεταφοράς και μετασχηματισμού ενέργειας, τηλεπικοινωνιών-προξενούν ανάλογες αλλοιώσεις και οχλήσεις στα φυσικά στοιχεία της περιοχής.

Οι κοινωνικές επιπτώσεις ακόμα και στα μικρής κλίμακας χιονοδρομικά κέντρα είναι επίσης σημαντικές. Οι μεταβολές στην οικονομική δομή και οι αναπόφευκτες αλλαγές σε χρήσεις γης και δραστηριότητες συμβάλλουν σε αυτό το φαινόμενο σε συνδυασμό με τη συμπεριφορά και το τρόπο ζωής των επισκεπτών, είτε αυτοί προέρχονται από το εσωτερικό της χώρας είτε από το εξωτερικό, ο οποίος παρουσιάζει ελάχιστα κοινά σημεία με αυτόν του τοπικού πληθυσμού.

Θετικές, όμως, πρέπει να θεωρηθούν οι επιπτώσεις από την ανάπτυξη κοινωνικής και τεχνικής υποδομής σε απομακρυσμένες περιοχές, την οποία οι κάτοικοι είχαν στερηθεί στο παρελθόν και η οποία δρα καταλυτικά στη συγκράτηση του φαινομένου του αποπληθυσμού της υπαίθρου.

Οι οικονομικές επιπτώσεις πρέπει να θεωρηθούν θετικές και σημαντικές, δεν επωφελούνται όμως εξίσου όλα τα μέλη της τοπικής κοινωνίας δεδομένου ότι αρκετές από τις θέσεις εργασίας που δημιουργούνται από τη δραστηριότητα αυτή απαιτούν την πλήρωση με εξειδικευμένο κυρίως προσωπικό που συχνά έρχεται από άλλες περιοχές στην αρχική περίοδο ανάπτυξης. Προοδευτικά, όμως, αυτές οι θέσεις στελεχώνονται από το τοπικό ανθρώπινο δυναμικό. Εξάλλου, η μορφή αυτή επιμηκύνει την τουριστική περίοδο, αναπτύσσει τα χειμερινά αθλήματα και προβάλλει το αθλητικό και τουριστικό προφίλ της χώρας.

14. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟ - ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.

Οι πρόσφατες αντιλήψεις για το σχεδιασμό των χιονοδρομικών κέντρων δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην επανεξέταση του ζητήματος της χωροθέτησης των τουριστικών καταλυμάτων, όχι μόνο για οικονομικούς ή λειτουργικούς λόγους αλλά κυρίως διότι δημιουργούν σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις για το φυσικό περιβάλλον.

Προκειμένου να μειωθεί το κόστος εγκατάστασης και το μέγεθος του εγχειρήματος είναι αναγκαία η ένταξή του κατά το δυνατόν, στις υπάρχουσες οικιστικές συγκεντρώσεις. Ταυτόχρονα θεωρείται σημαντική η εξεύρεση τόπων εγκατάστασης στους οποίους η δημιουργία της απαιτούμενης υποδομής δε θα καταστρέψει μεγάλο τμήμα του φυσικού χώρου.

Η θεώρηση αυτή δεν αποσκοπεί στη παρακώλυση της ανάπτυξης κέντρων ορεινού τουρισμού γενικότερα, αλλά βασίζεται στην πεποίθηση ότι τα πλεονεκτήματα των τουριστικών συγκροτημάτων δίπλα στις πίστες είναι πολύ κατώτερα από το όφελος του μειωμένου κόστους, του ευκολότερου ελέγχου και των μικρών μονάδων.

Συμπληρωματικά, είναι εμφανές ότι παράλληλα με τη ζήτηση για τις καθιερωμένες μορφές τουριστικών συγκροτημάτων υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον για νέες μορφές κατάλυσης περισσότερο ενταγμένες στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον των ορεινών περιοχών -έστω και σε απόσταση από το χιονοδρομικό κέντρο- οι οποίες εξασφαλίζουν υψηλότερη ποιότητα όχι μόνο στο θέμα της αρχιτεκτονικής αλλά και στο θέμα της αποδοχής από την τοπική κοινωνία.

Η μετάβαση σε νέο τουριστικό πρότυπο, ενταγμένο στις τοπικές κοινωνικο-οικονομικές δομές, στοχεύει ουσιαστικά στην αναζωογόνηση των ορεινών οικισμών. Οι κάτοικοι των αστικών περιοχών πρέπει να αντιληφθούν την αναγκαιότητα διατήρησης των ορεινών περιοχών όχι στα πρότυπα της Disneyland, ή σαν ζώνη όπου οι μεταμφιεσμένοι ορεσίβιοι θα υποδέχονται του αστούς αλλά σαν μια ζωντανή περιοχή όπου οι άνθρωποι ζουν για τον εαυτό τους, είναι ευχαριστημένοι να ζουν από τον πρωτογενή τομέα και τον τουρισμό, με λίγα λόγια διατηρούν και ενισχύουν τα πολιτισμικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά τους.

Η ανάπτυξη του ορεινού-χιονοδρομικού τουρισμού στην Ελλάδα έχει ιδιαίτερη σημασία για την ικανοποίηση της εγχώριας ζήτησης, η οποία αυξάνεται με ταχύτερους ρυθμούς και της οποίας ένα μεγάλο ποσοστό ικανοποιείται σήμερα σε κέντρα του εξωτερικού δημιουργώντας σημαντικές εκροές συναλλάγματος. Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι είναι σκόπιμη η αποφυγή δημιουργίας μεγάλης κλίμακας χιονοδρομικών κέντρων, λόγω της ευθραυστότητας του φυσικού περιβάλλοντος της χώρας.

Τέλος, τα συμπεράσματα από την ανάλυση παραγόντων που αφορούν την ανάπτυξη του οικοτουρισμού έχουν ιδιαίτερη σημασία λόγω του σχετικά υψηλού βαθμού συγγένειας των δυο αυτών μορφών.

15. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ.

Είναι σκόπιμο, να παρουσιάσουμε τα σημαντικότερα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας αναλυτικότερα, προκείμενου να αποκτήσουμε μια γενικότερη άποψη για την κατάσταση του χιονοτουρισμού στη χώρα μας. Ταυτόχρονα θα δοθούν και τα σημαντικότερα στοιχεία των περιοχών γύρω από αυτά, καθώς και χαρακτηριστικά οικολογικού ενδιαφέροντος.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΑΡΝΑΣΣΟΥ.

ΕΘΝΙΚΟΣ ΔΡΥΜΟΣ ΠΑΡΝΑΣΣΟΥ.

Πάνω από τον ιερό τόπο των Δελφών, απλώνεται ο Εθνικός Δρυμός Παρνασσού, ο οποίος μαζί με τον Όλυμπο, είναι ο πιο παλιός της Ελλάδας και ένας από τους πρώτους στην Ευρώπη. Ιδρύθηκε το 1938, ύστερα από προτάσεις του Ορειβατικού Συνδέσμου Αθηνών. Βρίσκεται στον ορεινό όγκο του Παρνασσού, στα όρια των νομών Φωκίδας και Βοιωτίας. Η υπηρεσία που είναι υπεύθυνη για το Δρυμό είναι το Δασαρχείο της Άμφισσας.

Ο πυρήνας του Δρυμού έχει έκταση 3.600ha και καταλαμβάνει περίπου το 1/3 της επιφάνειας του Παρνασσού. Στην περιοχή όπου εκτείνεται ο πυρήνας υπάρχουν κορυφές μέσου και χαμηλού υψομέτρου και δεν περιλαμβάνονται σε αυτόν οι μεγάλες κορυφές του βουνού (Λιάκουρα, Γεροντόβραχος κ.λπ.). Η περιφερειακή ζώνη δεν έχει μέχρι σήμερα καθορισθεί.

Το κυρίαρχο στοιχείο του τοπίου στην περιοχή του Δρυμού, είναι τα απέραντα ελατοδάση που διακόπτονται από ξέφωτα και λιβάδια με όμορφα αγριολούλουδα. Το χειμώνα το δάσος σκεπάζεται με χιόνια και μεταβάλλεται σ' έναν κόσμο μαγικό, παραμυθένιο που θυμίζει τα δάση των χωρών του Βορρά.

Στην περιοχή του Δρυμού το κλίμα είναι ηπειρωτικό, με δροσερό καλοκαίρι και χειμώνα βαρύ, που διαρκεί πολλούς μήνες. Τουλάχιστον για δύο μήνες το χρόνο η περιοχή του Δρυμού σκεπάζεται με ένα συνεχές στρώμα χιονιού, ενώ τα πρώτα χιόνια αρχίζουν να πέφτουν από το Νοέμβριο. Η άνοιξη και το φθινόπωρο χαρακτηρίζονται από τον ήπιο καιρό και τις συχνές βροχοπτώσεις που εναλλάσσονται με περιόδους έντονης ηλιοφάνειας. Ο Παρνασσός φημίζεται για την σπάνια και πλούσια χλωρίδα του. Περιλαμβάνει 10 τοπικά ενδημικά, 25 ενδημικά της Ελλάδας και πολλά σπάνια είδη. Επίσης, εδώ, φωλιάζουν σπάνια είδη πουλιών όπως ο Γυπαετός, το Όρνιο, ο Χρυσαιτός, ο Φιδαετός, ο Σταυραετός κ.α. καθώς και Δρυοκολάπτες Στρουθιόμορφα και άλλα νυκτόβια και αρπακτικά πουλιά. Στη γύρω περιοχή υπάρχουν τα θηλαστικά Ασβός, Σκίουρος, Λαγός, Αλεπού, Κουνάβι, Αγριογούρουνο, ενώ σπάνια εμφανίζονται και λύκοι.

Ο Παρνασσός είναι σημαντικός για την Ελλάδα όσο και ο Όλυμπος, γιατί και αυτός είναι εξίσου συνδεδεμένος με την ελληνική μυθολογία και ιστορία. Είναι το Αραράτ της ελληνικής μυθολογίας, γιατί στις κορυφές του προσάραξε «η επί των υδάτων φερομένη λάρναξ» με τους γεννήτορες των Ελλήνων, Δευκαλίωνα και Πύρρα, κατά την ελληνική παραλλαγή του κατακλυσμού. Στο Δυτικό Παρνασσό υπάρχει το κωρύκειο άντρο, σπήλαιο αφιερωμένο στον Απόλλωνα. Στα γύρω από το άντρο δάση κατοικούσαν οι Ναπταίες νύμφες, οι Ορειάδες, οι Ορεστιάδες και κυρίως οι Παρνασσίδες, τροφοί και συνοδοί του Διονύσου. Ο Απόλλωνας ήταν από τις πιο αγαπημένες θεότητες της περιοχής, ο οποίος μετά τη μάχη που έδωσε με το δράκο Πύθωνα, ίδρυσε το Ναό και το Μαντείο των Δελφών. Στα χρόνια της τουρκοκρατίας όλο το βουνό είχε μετονομασθεί σε Λιάκουρα. Σήμερα Λιάκουρα λέγεται μόνο η κορυφή του.

Μέσα στο Δρυμό δεν υπάρχουν ευκολίες για παραμονή. Κοντά όμως βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο του ΕΟΤ και του Αθηναϊκού Χιονοδρομικού Ομίλου, όπου υπάρχει η δυνατότητα για ύπνο και φαγητό. Άλλη λύση είναι να μείνει κανείς σε ένα από τα πολλά ξενοδοχεία της Αράχοβας ή των Δελφών και να επισκεφθεί το Δρυμό ξεκινώντας από κει και επιστρέφοντας την ίδια μέρα. Υπάρχει επίσης και το μικρό ορειβατικό καταφύγιο «Σαραντάρι», εκτός Δρυμού (1.900 μ. με 28 κρεβάτια), για το οποίο πρέπει να γίνει συνεννόηση με τον Ορειβατικό Σύνδεσμο Αθηνών.

Για να γνωρίσει κανείς το Δρυμό περνά το δρόμο που ξεκινώντας από την Αράχοβα φθάνει στα Καλύβια Αράχοβας και συνεχίζει προς τα χιονοδρομικά κέντρα (άσφαλτος). Σ' ένα σημείο βρίσκουμε διακλάδωση και παίρνουμε το αριστερό σκέλος. Ο δρόμος αυτός διασχίζει τμήμα του Δρυμού και καταλήγει στο χωριό Επτάλοφος. Υπάρχουν επίσης διάφοροι δασικοί χωματόδρομοι που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για πεζοπορία.

Η άνθηση των χειμερινών σπορ τις τελευταίες δεκαετίες έχει βοηθήσει την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής αλλά δυστυχώς συμβάλει στη σοβαρή υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος. Αυτή η παράμετρος μαζί με τις βλέψεις της εξορυκτικής βιομηχανίας αποτελούν τις σημαντικότερες απειλές για τον εθνικό Δρυμό του Παρνασσού. Το κακό συμπληρώνουν η λαθραία βόσκηση στον πυρήνα του Δρυμού, οι πυρκαγιές, οι καταπατήσεις και βέβαια το κυνήγι. Είναι λοιπόν άμεσα

αναγκαίο ο Δρυμός να επεκταθεί για να περιλάβει και άλλα τμήματα του βουνού και κυρίως κάποιες από τις μεγάλες κορυφές, δεδομένου ότι θεωρήθηκε τόσο σημαντικός από οικολογική και πολιτισμική σκοπιά, ώστε ιδρύθηκε ταυτόχρονα με τον Εθνικό Δρυμό Ολύμπου. Αν λοιπόν στον Όλυμπο κατοικούσαν οι δώδεκα θεοί, στον Παρνασσό είχε το βασίλειό του ο πιο κοντινός στη φύση θεός, ο Πάνας. Εκεί σύχναζε με τις χαριτωμένες νύμφες, τις νεράιδες της Μυθολογίας. Η αλόγιστη εκμετάλλευση απειλεί να τους διώξει από το τελευταίο τους καταφύγιο. Στο τέλος του 20^{ου} αιώνα οι Δρυάδες νύμφες δεν έχουν πια τη θεά Άρτεμη να τις προστατεύει, ενώ τα ζώα και τα δέντρα βρίσκονται στο έλεος των ανθρώπων που με δρόμους, κυνηγετικά όπλα και πυλώνες αλλάζουν ριζικά τη φυσιογνωμία του Παρνασσού.

ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ.

Βουνό με εκτεταμένη αλπική ζώνη και μεγάλες πλαγιές, ο Παρνασσός τράβηξε το ενδιαφέρον των πρώτων χιονοδρόμων. Έτσι το 1931, κιάλας, πατιούνται, με ορειβατικά ski, οι υψηλότερες του κορυφές, Λιάκουρα και χιονοδρομικό κέντρο του βουνού, γνωστό σήμερα ως Ski-Club. Εδώ λοιπόν διάλεξε ο ΕΟΤ και δημιούργησε το χιονοδρομικό κέντρο Φτερόλακας. Η κατασκευή του ξεκίνησε το 1975 και ολοκληρώθηκε το 1976 οπότε άρχισαν να λειτουργούν και οι εγκαταστάσεις της Φτερόλακας ενώ η κατασκευή των εγκαταστάσεων στα Κελάρια, που είναι πολύ μεγαλύτερες και αρτιότερες από τις πρώτες, ολοκληρώθηκαν το 1981. Αργότερα το 1987-88 μπήκε σε λειτουργία ο Ερμής, το συνδυαστικό lift, μεταξύ Φτερόλακας και Κελλαρίων.

Οι εγκαταστάσεις μπορούν να εξυπηρετήσουν 5.000 χιονοδρόμους. Ωστόσο, ήδη η κίνηση ξεπερνάει κατά πολύ αυτά τα μεγέθη με αποτέλεσμα να δημιουργούνται προβλήματα στην εξυπηρέτηση του κοινού. Η κατακόρυφη άνοδος της κίνησης σε ετήσια βάση, κατά τα τελευταία χρόνια, οδήγησε στο να πέσει η εξυπηρέτηση του κοινού στο 60%.

Το Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού ανοίγει ανάλογα με τις κλιματολογικές συνθήκες περίπου το πρώτο δεκαήμερο του Δεκεμβρίου και λειτουργεί μέχρι τα τέλη Μαρτίου ή και αρχές Απριλίου. Οι διακυμάνσεις βέβαια της κίνησης είναι πολύ μεγάλες ανάλογα με το χιόνι (π.χ. στι24-1-90 είχε 2.550 επισκέπτες, ενώ την ίδια

μέρα ένα χρόνο πριν είχε 6.500). Περίοδος αιχμής είναι το 20ήμερο των Χριστουγέννων που φτάνει να καλύπτει το 59% των ετησίων εισπράξεων. Παρόλ' αυτά , πρέπει να σημειωθεί ότι οι δαπάνες για συντήρηση του εξοπλισμού του χιονοδρομικού κέντρου είναι μεγάλες.

Η σύνθεση, τέλος, των επισκεπτών του Χιονοδρομικού κέντρου είναι: 95% κάτοικοι Αττικής, 3% άλλων περιοχών και 2% αλλοδαποί.

Πολλά τουριστικά πρακτορεία οργανώνουν καθόλη τη διάρκεια της χιονοδρομικής περιόδου ημερήσιες εκδρομές στο χιονοδρομικό κέντρο.

Ακόμη, από την Αμφίκλεια περνάει η γραμμή του τρένου από την Αθήνα προς τη Θεσσαλονίκη, που είναι ένα φθηνό μεταφορικό μέσο και εξυπηρετεί αρκετό κόσμο.

Η διανυκτέρευση των επισκεπτών μπορεί να γίνει σ' ένα από τα ξενοδοχεία των Δελφών (35 χλμ. από το χ. κ.), της Αράχοβας (2χλμ. από το χ. κ.), της Αμφίκλειας (17 χλμ.) ή της Ιτέας (53 χλμ.).

Υπάρχουν παντού ταβέρνες, εστιατόρια, κέντρα, μαγαζιά για αγορές. Ακόμη η διανυκτέρευση μπορεί να γίνει σ' ένα από τα όμορφα χωριουδάκια της περιοχής που είναι σκαλωμένα στις πλαγιές του βουνού όπως Αγόριανη, Πολύδροσο, Τιθορέα, Κάτω Τιθορέα, Ελάτεια.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΠΑΡΝΑΣΣΟΥ.

Αναμφισβήτητα, όπως φαίνεται από τα στοιχεία κίνησης, το Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού είναι σήμερα το σπουδαιότερο, το μεγαλύτερο και το αρτιότερα οργανωμένο στον ελλαδικό χώρο.

Έχει την ευτυχία να εδρεύει στον σύνθετο τουριστικό άξονα Αράχοβα - Δελφοί - Γαλαξίδι, γεγονός που του έχει χαρίσει μία σχετικά καλή τουριστική υποδομή. Το σημαντικότερο όμως πλεονέκτημά του είναι η μικρή του απόσταση από την Αθήνα (διεκδικεί ρεκόρ κοντινότερης απόστασης χιονοδρομικού κέντρου από πρωτεύουσα). Σε απόσταση μόλις 180 χλμ. από την Αθήνα, ο Παρνασσός

πρωταγωνιστεί στις πρωταγωνιστεί στις προτιμήσεις των Αθηναίων - και όχι μόνο - σκιέρ και snowboarder που κατακλύζουν τις πίστες του τις καθημερινές, μα ιδιαίτερα τα Σαββατοκύριακα καθόλη τη διάρκεια του χειμώνα.

Σημαντικό όμως στοιχείο είναι και η μικρή του απόσταση από τη θάλασσα (μόνο 45 χλμ.) αλλά και η ύπαρξη αρχαιοτήτων και άλλων τουριστικών προορισμών με αξιόλογη υποδομή στις πλαγιές του βουνού. Η Αράχοβα, οι Δελφοί, η Άμφισσα, η Αγόριανη, το Πολύδροσο, η Δαύλεια αλλά και η Ιτέα και το Γαλαξίδι δίπλα στη θάλασσα παρέχουν τη δυνατότητα στον τουρίστα να συνδυάσει πολλαπλούς τρόπους τουρισμού και να μην περιοριστεί μόνο στα χειμερινά σπορ.

Ακόμη, το μικροκλίμα που υπάρχει στον Παρνασσό, λόγω των ιδιαίτερων γεωγραφικών συνθηκών, εξασφαλίζει μια παρατεταμένη περίοδο χιονοπτώσεων (μέχρι 5 μήνες), αφήνοντας έτσι πολλά περιθώρια στην διάρκεια της χιονοδρομικής περιόδου.

Ένα επιπλέον πλεονέκτημα του Κέντρου είναι η καθημερινή λειτουργία όλων των εγκαταστάσεων με φθηνότερο εισιτήριο, ενώ γι' αυτούς που απεχθάνονται τις ουρές υπάρχει επίσης και η δυνατότητα προπώλησης εισιτηρίων.

Υπάρχουν όμως και μειονεκτήματα. Αυτά εντοπίζονται στον τομέα της γενικότερης αναπτυξιακής υποδομής. Το μεγαλύτερο πρόβλημα είναι η πρόσβαση. Στο χιονοδρομικό κέντρο φτάνει κανείς μόνο οδικά και μάλιστα από δρόμο αμφίβολης ποιότητας και επικίνδυνο που ανεβαίνει ως τα 1.750 μέτρα! Δεν υπάρχει ούτε οδοντωτός, ούτε τελεφερίκ, ενώ η σύνδεση του χιονοδρομικού κέντρου γίνεται μόνο με την Αράχοβα.

Παρά τη σπουδαιότητα του Χιονοδρομικού κέντρου του Παρνασσού, παρά τα τεράστια χρηματικά ποσά που έχουν επενδυθεί, δεν υπάρχει αντίστοιχη διεύθυνση στον ΕΟΤ. Όμως, χωρίς πολιτική για το χειμερινό τουρισμό δεν μπορεί να υπάρξει ανάπτυξη και απόδοση και αυτό ακριβώς είναι που αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μειονεκτήματα.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ.

Ανεβαίνοντας από την Αράχοβα, σε υψόμετρο 1.500 μ. στην τοποθεσία Βαρκό, συναντάμε την πρώτη πίστα ski. Είναι δρόμου αντοχής μήκους 5 χλμ.

Οι πίστες στη θέση Κελάρια ξεκινούν από τα 1750 μ. και φτάνουν στην κορυφή Αρνόβρυση στα 2.260 μ. Στη θέση Φτερόλακα οι πίστες ξεκινούν από τα 1.600 μ. ως 2.200μ. Η απόσταση μεταξύ τους είναι 5 χλμ. και καλύπτουν τις βορειοδυτικές πλαγιές του Παρνασσού.

Στα Κελάρια έχουν δημιουργηθεί τρία πάρκινγκ και στη Φτερόλακα δυο, με συνολική δυνατότητα στάθμευσης περίπου 1.500 αυτοκινήτων.

Πριν από την είσοδο της τηλεκαμπίνας, στη θέση Κελάρια (σε υψόμετρο 1.750 μ.), μπορούν οι επισκέπτες να βγάλουν εισιτήριο (ημερήσια κάρτα διαδρομών, εβδομαδιαία ή ετήσια ή ακόμη, απλό εισιτήριο τηλεκαμπίνας). Στο ίδιο σημείο μπορεί κάποιος να νοικιάσει τον εξοπλισμό για ski, ή αν δεν ξέρει και είναι αρχάριος να κλείσει για μάθημα κάποιο δάσκαλο ski. Τα μαθήματα μπορεί να είναι ατομικά, σε γκρουπ των τεσσάρων ατόμων και σε γκρουπ άνω των πέντε ατόμων και γίνονται πάντα από έμπειρους και ειδικευμένους εκπαιδευτές. Ακόμη, λειτουργεί και κατάστημα με είδη σπορ, απ' όπου κάποιος μπορεί να εφοδιαστεί τα απαραίτητα.

Στο ισόγειο του κτιριακού συγκροτήματος, που βρίσκεται σε απόσταση 100 μ. περίπου από το τέρμα της τηλεκαμπίνας (υψόμετρο 1.950 μ.), λειτουργεί κυλικείο και παιδικός σταθμός (τμήμα baby-sitting). Στον πρώτο όροφο λειτουργεί εστιατόριο, self-service, δυναμικότητας 350 ατόμων, ταβέρνα χωρητικότητας 150 ατόμων και Bar.

Στο κτιριακό συγκρότημα της Φτερόλακας φτάνει κανείς με δύο τρόπους ή με το Telesiège N°7 (αφήνοντας το αυτοκίνητο στο πάρκινγκ που βρίσκεται στην αφετηρία του σε υψόμετρο 1.500 μ.) ή με το αυτοκίνητο (υπάρχει πάρκινγκ κοντά στο κτιριακό συγκρότημα σε υψόμετρο 1.800 μ.).

Στο ισόγειο του κτιρίου, γίνεται η έκδοση των εισιτηρίων, η ενοικίαση εξοπλισμού ski και το κλείσιμο του δασκάλου για μαθήματα ski. Ακόμη, όπως και στα Κελάρια υπάρχει κατάστημα με είδη σπορ. Επιπλέον, στη Φτερόλακα, λειτουργεί τηλέφωνο για το κοινό, κυλικείο, καθώς και εστιατόριο self-service, χωρητικότητας 300 ατόμων. Από το χώρο του εστιατορίου μπορεί κανείς να απολαύσει την ομορφιά που προσφέρουν οι απότομες πίστες της Φτερόλακας N°6 και N°14 (με Β.Α. προσανατολισμό. Οι πίστες N°7 και N°10 έχουν Β.Δ. προσανατολισμό.

Στα Κελάρια οι πίστες που έχουν Β.Δ. προσανατολισμό είναι οι εξής: Αφροδίτη, Βάκχος, Περικλής, Οδυσσέας, Δίας. Με Β.Α. ο Ερμής (περιφερειακή) και η Σαχάρα. Οι δύο τελευταίες παραμένουν ανεκμετάλλευτες από πλευράς lift, γι' αυτό η περιήγησή τους γίνεται μόνο από οργανωμένες ομάδες, με την καθοδήγηση πιστέρ του Κέντρου. Υπάρχουν πίστες για αθλητές (αγωνιστικές) αλλά και για απλούς Χιονοδρόμους (τουριστικές).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

ΟΝΟΜΑΣΙΑ LIFT	ΜΗΚΟΣ	ΥΨΟΜΕΤΡΟ ΑΦΕΤΗΡΙΑ-ΤΕΡΜΑ	ΤΥΠΟΣ ΠΙΣΤΑΣ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤ Α ΑΤΟΜΩΝ
Ν°1-Αφροδίτη	870 μ.	1.750-1.950	Τουριστική μέσης δυσκολίας	800
Ν°2-Βάκχος	1.310 μ.	1.950-2.250	Δύσκολη-Αγωνιστική	500
Ν°3-Αίολος	800 μ.	1.950-2.100	Τουρ. μέσης δυσκολίας	500
Ν°4-Περικλής	565 μ.	2.100-2.210	"	300
Ν°5-Τηλέμαχος	585 μ.	1.960-2.060	"	300
Ν°8-Οδυσσέας	890 μ.	1.960-2.260	Δύσκολη-Αγωνιστική	300
Ν°13-Δίας (Ζευς)	325 μ.	2.160-2.250	Τουρ. μέσης δυσκολίας	200
Ν°6-Ηνίοχος	925 μ.	1.840-2.160	Δύσκολη - Αγωνιστική	500
Ν°7-Ήρα	850 μ.	1.640-1.840	Τουρ. μέσης δυσκολίας	300
Ν°9-Ερμής	1.000 μ.	2.180-1950	"	500
Ν°12-Μεδρών	300 μ.	1.650-1.750	"	200
Ν°11-Απόλλων	150 μ.	1.750-1.800	"	100
Ν°10-Παν	320 μ.	1.840-1.890	"	200
Ν°14-Πυθία	520 μ.	1.860-2.000	"	300
ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΠΙΣΤΑΣ				
Σαχάρα	1.500 μ.	1.840-2.260	Τουρ. μέσης δυσκολίας	—
Περιφερειακή	3.000 μ.	1.840-2.250	"	—

Ακόμη, υπάρχουν ενδεικτικές πινακίδες που είναι τοποθετημένες στις πίστες για γνωρίζει ο κόσμος σε ποια κατηγορία (εύκολη ή δύσκολη) ανήκει η πίστα.

Επίσης, η κάθε πίστα χαρακτηρίζεται με χρωματιστά σήματα. Το μαύρο χρώμα συμβολίζει τη δύσκολη πίστα, το κόκκινο τη μέτρια και το πράσινο την πολύ

εύκολη. Εξάλλου το χιονοδρομικό κέντρο διαθέτει μια τηλεκαμπίνα, 65 καμπίνων των τεσσάρων ατόμων η κάθε μία.

Το 1987-1988 μπήκε σε λειτουργία ο Ερμής, το συνδυαστικό lift (telesiège - τριθέσιο καρεκλάκι) μεταξύ της Φτερόλακας και των Κελαρίων.

Η χειμερινή σαιζόν 1994 σηματοδοτήθηκε από την κατασκευή του Ηρακλή, του νέου τετραθέσιου lift. Ο Ηρακλής κατασκευάσθηκε για να δώσει λύση στο πρόβλημα που υπάρχει με τις τεράστιες ουρές στους άλλους αναβατήρες. Τα τελευταίας τεχνολογίας μηχανήματα του είναι ταχύτερα και εξυπηρετούν ένα μεγάλο αριθμό χιονοδρόμων, αποσυμφορίζοντας έτσι τους υπόλοιπους αναβατήρες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

ΟΝΟΜΑΣΙΑ LIFT	ΤΥΠΟΣ LIFT	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΑΤΟΜΑ / ΩΡΑ
N°1 - Αφροδίτη	Τηλεκαμπίνα (4 θές.)	Κελάρια	1.140 άτομα
N°2 - Βάκχος	Τελεσιέζ (3 θέσεων)	Κελάρια	900 άτομα
N°3 - Αίολος	Τελεσιέζ (2 θέσεων)	Κελάρια	900 άτομα
N°9 - Ερμής	Τελεσιέζ (3 θέσεων)	Κελάρια	900 άτομα
N°6 - Ηνίοχος	Τελεσιέζ (3 θέσεων)	Φτερόλακα	900 άτομα
N°7 - Ήρα	Τελεσιέζ (3 θέσεων)	Φτερόλακα	1.200 άτομα
N°4 - Περικλής	Τελεσκή (συρόμενα)	Κελάρια	900 άτομα
N°5 - Τηλέμαχος	Τελεσκή (συρόμενα)	Κελάρια	900 άτομα
N°8 - Οδυσσέας	Τελεσκή (συρόμενα)	Κελάρια	900 άτομα
N°13 - Δίας (Ζεός)	Τελεσκή (συρόμενα)	Φτερόλακα	900 άτομα
N°14 - Πυθία	Τελεσκή (συρόμενα)	Φτερόλακα	700 άτομα
N°10 - Παν	Τελεσκή (συρόμενα)	Φτερόλακα	900 άτομα
N°12 - Μεδρών	Τελεσκή (συρόμενα)	Φτερόλακα	700 άτομα
N°11 - Απόλλων	Τελεσκή (συρόμενα)	Κελάρια	600 άτομα

Το χιόνι του Παρνασσού δεν είναι ούτε σκληρό ούτε μαλακό αλλά μιάς ενδιάμεσης κατηγορίας που ξεχωρίζει από τα χιόνια των άλλων βουνών για την ποιότητά του. Το στρώσιμο των πιστών γίνεται με τα τέσσερα διαστρωτικά μηχανήματα που διαθέτει το Κέντρο.

Η θερμοκρασία στις πίστες κυμαίνεται από -25 βαθμούς Κελσίου ως και +15. Η ηλιοφάνεια και οι χιονοπτώσεις εναλλάσσονται σε ίσα σχεδόν χρονικά διαστήματα.

Κάνοντας κανείς ski στις πλαγιές του Παρνασσού μπορεί να αισθάνεται σιγουριά, γιατί σε περίπτωση ατυχήματος το κέντρο διαθέτει δύο εξοπλισμένα ιατρεία, που μπορούν να καλύψουν επείγοντα περιστατικά. Το ένα βρίσκεται στη Φτερόλακα και το άλλο στα Κελάρια. Η κάλυψή τους γίνεται κατά τη χιονοδρομική περίοδο από ορθοπεδικό καθώς και από ειδικευμένη νοσοκόμα. Σε περίπτωση σοβαρού τραυματισμού είναι δυνατή η μεταφορά στο πλησιέστερο νοσοκομείο που είναι της Λιβαδειάς και απέχει 65 χλμ. Ακόμη είναι δυνατή η προσγείωση ελικοπτέρου στο Κέντρο σε πολύ σοβαρές περιπτώσεις και η μεταφορά του τραυματία σε νοσοκομείο της Αθήνας.

Ο Παρνασσός, το μεγαλύτερο χιονοδρομικό κέντρο της χώρας μας, δέχεται κάθε χρόνο μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Κατά το 1994 πωλήθηκαν από τα ταμεία του κέντρου 180.000 ημερήσιες κάρτες χρήσης αναβατήρων και 117.000 εισιτήρια απλών διαδρομών. Από αυτά υπολογίζεται ότι το 50% πωλήθηκε σε χιονοδρόμους και το 50% σε συνοδούς / επισκέπτες. Κατά τη χειμερινή περίοδο Ιανουάριος-Μάρτιος του 1995 η προσέλευση ήταν μεγαλύτερη και αυξήθηκε σε σχέση με το 1994.

Το προσωπικό που απασχολεί το χιονοδρομικό κέντρο, ώστε να μπορεί να καλύπτει τις ανάγκες αυτού του πραγματικά εντυπωσιακού αριθμού επισκεπτών / χιονοδρόμων, είναι 150 άτομα κατά τη διάρκεια της χειμερινής σαιζόν. Από αυτά τα 50 είναι μόνιμοι υπάλληλοι άριστα κατατοπισμένοι που κατοικούν στην ευρύτερη περιοχή και εργάζονται στον Παρνασσό ολόκληρο το χρόνο. Στο χιονοδρομικό κέντρο εργάζονται χειριστές εκχιονιστικών και διαστρωτικών μηχανημάτων (ratrack/ grinoth), χειριστές αναβατήρων, πιστέρ και βέβαια το προσωπικό κτιρίων του χιονοδρομικού.

ΣΧΕΔΙΑ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ.

Έχει ήδη αποκτηθεί ένα νέο εκχιονιστικό μηχάνημα, που θα διευκολύνει και θα επιταχύνει τον εκχιονισμό των δρόμων. Η συνεισφορά του δε στην προστασία του περιβάλλοντος του βουνού είναι μεγάλη, καθώς το νέο μηχάνημα ρίχνει λιγότερο αλάτι μαζί με ψιλό γαρμπίλι. Επίσης από το 1995 το κέντρο διαθέτει δυο νέα

διασπρωτικά μηχανήματα μεγάλης απόδοσης για τις πίστες. Σύντομα θα ολοκληρωθεί η τοποθέτηση νυχτερινού φωτισμού στις πίστες, ενώ αναμένεται να μεταφερθεί ο αναβατήρας Τηλέμαχος σε νέο σημείο.

Όσον αφορά το snowboard, υπάρχουν σχέδια κατασκευής μιάς πίστας αποκλειστικά γι' αυτό στα Κελάρια. Εδώ πρέπει να επισημανθεί ότι από πλευράς ΕΟΤ γίνονται τεράστιες δαπάνες για θέματα ασφαλείας, όπου τα standards είναι υψηλά, λόγω του μεγάλου αριθμού εναέριων αναβατήρων.

Μια καινοτομία του κέντρου είναι ότι όλες οι πίστες στη Φτερόλακα και τα Κελάρια λειτουργούν και τις καθημερινές πλήρως, όπως λειτουργούν και τα Σαββατοκύριακα. Σκοπός αυτής της καινοτομίας είναι να αναπτυχθεί τουριστικά η περιοχή, καθώς η περιοχή της Αράχοβας, των Δελφών και των γύρω χωριών είναι γενικά υποβαθμισμένη. Επιπλέον σκοποί είναι, να παραταθεί όσο αυτό είναι δυνατό, η τουριστική σαιζόν και να διαδοθούν ακόμη περισσότερο τα χειμερινά σπορ.

Αξίζει επίσης να σημειωθεί εδώ ότι για να περιοριστεί η κίνηση στα Κελάρια, υπάρχουν εκπτώσεις στις κάρτες και τα εισιτήρια των αναβατήρων για τα γκρουπ χιονοδρόμων που θα επισκέπτονται τη Φτερόλακα, ώστε να προσελκυσθούν χιονοδρόμοι προς τις εγκαταστάσεις της Φτερόλακας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5

ΚΑΡΤΕΣ - ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ	ΤΙΜΕΣ 1996
ετήσια κάρτα	80.000
εβδομαδιαία κάρτα	18.000
ημερήσια κάρτα για Σαββατοκύριακο και αργίες	6.000
ημερήσια κάρτα για καθημερινές	4.000
σπουδαστικές κάρτες	4.000 και 3.000

Εξάλλου σύμφωνα με πρόταση που έχει τεθεί υπόψη αρμοδίων προσδιορίζονται δύο φάσεις:

Στην πρώτη, με διάρκεια δυο χρόνων, κύριος στόχος είναι η κάλυψη των αναγκών που έχουν δημιουργηθεί. Στη δεύτερη, με διάρκεια τριών χρόνων, στόχος θα είναι η επέκταση (σήμερα θεωρείται πως ο Παρνασσός είναι αξιοποιημένος κατά 30%).

Αγορές θα πρέπει να γίνουν για αντικατάσταση οχημάτων και μηχανημάτων που κρίνονται ασύμφορα για συντήρηση και συμπλήρωση με οχήματα σύγχρονης τεχνολογίας για μεταφορά προσωπικού, εκχιονιστικά, διαστρωτικά πιστών, ασθενοφόρα ελικόπτερα κ.λπ. Απαραίτητος είναι ο εκσυγχρονισμός των αναβατήρων ενώ η πρόταση προβλέπει εγκατάσταση νέων (ήδη από το 1994 έχει κατασκευασθεί ο Ηρακλής στη Β. και ΒΑ. Πλευρά του βουνού μέχρι την περιοχή της Λιάκουρας).

Άλλοι στόχοι είναι:

Για τα κτίρια: Επισκευές των υπαρχόντων, κατασκευή νέων σαλέ. Αντληση νερού για να σταματήσει η μεταφορά.

Για τις πίστες: Διάνοιξη νέων, σήμανση, προφύλαξη από χιονοστιβάδες φωτισμός ορισμένων (άλλωστε διοργανώνεται ήδη νυχτερινό ski), τεχνητό χιόνι.

Για την προσπέλαση: Διάνοιξη δρόμων, βελτίωση στρωμάτων, έργα για τις κατολισθήσεις, οδική σύνδεση με Πολύδροσο, σήμανση, διαγράμμιση, δημιουργία πάρκινγκ. Επίσης εγκατάσταση τηλεκαμπίνας ή καλύτερα οδοντωτού σιδηροδρόμου από την πλευρά της Αράχοβας απ' όπου και κινείται το 90% των επισκεπτών.

Στον τομέα τέλος της πληροφόρησης - προβολής - εξυπηρέτησης προτείνεται να υπάρχουν πίνακες ανακοινώσεων για την κατάσταση στις πίστες, σύγχρονη τηλεφωνική επικοινωνία, ραδιοφωνικός ενημερωτικός σταθμός του χιονοδρομικού, ταμεία και κέντρο πληροφόρησης μακριά από το χιονοδρομικό κέντρο, στους δρόμους προσπέλασης και κοντά στους τόπους διαμονής των πελατών. Η διαφήμιση θα πρέπει να απευθύνεται στο μέσο Έλληνα και στο μέσο ξένο τουρίστα. Ειδική καμπάνια πρέπει να γίνει στις Κάτω Χώρες, Αγγλία καθώς και στο Αμβούργο όπου βρίσκονται τα μεγαλύτερα ski club (ή χιονοδρομικές λέσχες) που δε διαθέτουν μάλιστα κοντά τους χιονοδρομικά κέντρα και απέχουν αρκετά από τις Άλπεις. Πρέπει να εκδοθεί διαφημιστικό έντυπο που να προβάλλει: α) το χιονοδρομικό κέντρο, β) τα καταλύματα, γ) τις θερινές δυνατότητες της ευρύτερης περιοχής και δ) οδηγό χρήσης, σύμφωνα με τα ξένα πρότυπα.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.

Τέλος, είναι αναγκαίο, η ανάπτυξη του Χιονοδρομικού Κέντρου και κατά συνέπεια και της ευρύτερης περιοχής του Παρνασσού, να γίνει χωρίς αλλοίωση του παραδοσιακού χαρακτήρα της περιοχής και με την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας που μπορεί να είναι ανταγωνιστική.

Δεν θα είχε κανένα νόημα, να μετατραπούν οι μικροϊδιοκτήτες και οι υπόλοιποι κάτοικοι σε υπαλλήλους ενός κρατικού τουριστικού συγκροτήματος. Μπορεί να αναπτυχθεί ξανά η κτηνοτροφία και η καλλιέργεια π.χ. των φημισμένων ορεινών ποικιλιών αμπελιού της Αράχοβας καθώς μάλιστα η ΕΟΚ παρέχει ισχυρά κίνητρα για κάτι τέτοιο.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΟ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΑΡΝΑΣΣΟΥ.

Το ποσοστό κερδών που καταλαμβάνει το Χιονοδρομικό Κέντρο και οι δραστηριότητές του, στο συνολικό μέγεθος των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων του ΕΟΤ, είναι σχετικά χαμηλό. Αν το δει κανείς σαν επιχείρηση και κοιτάξει τις εισπράξεις στο ταμείο της θα κάνει ένα μεγάλο λάθος, καθώς το ταμείο μπορεί να είναι αρνητικό. Δεν είναι όμως έτσι ακριβώς τα πράγματα. Το Χιονοδρομικό Κέντρο βρίσκεται στα όρια τριών νομών, οι οποίοι ζουν πολύ καλά από την ύπαρξη και τη λειτουργία του. Αυτή είναι η μεγάλη κοινωνικοοικονομική προσφορά του. Επίσης, το Χιονοδρομικό Κέντρο δεν αφήνει περιθώρια ανεργίας στην περιοχή.

Πιο συγκεκριμένα , μιλώντας και λίγο με νούμερα, το Κέντρο παρουσίασε σύμφωνα με στοιχεία του 1994, 170 εκ. αύξηση εσόδων από την προηγούμενη χρονιά. Εκτός αυτού αυξήθηκε το προσωπικό, και την ίδια πάλι χρονιά κατασκευάσθηκε ο Ηρακλής και έγιναν διάφορα τεχνικά έργα των οποίων η αξία είναι πολύ μεγάλη και φυσικά δεν είναι δυνατόν να αποσβεστούν σε τόσο μικρό χρονικό διάστημα. Άλλωστε, είναι γεγονός ότι η απόσβεση αυτή γίνεται από τα οφέλη που απολαμβάνει αυτή η περιφέρεια της πατρίδας μας στο σύνολό της. Αυτή μπορούμε να πούμε ότι είναι η σωστή διάσταση της οικονομικής κατάστασης του Χιονοδρομικού Κέντρου του Παρνασσού.

Παρόλ' αυτά το Χιονοδρομικό Κέντρο του Παρνασσού είναι ιδιαίτερα «πολύτιμο» στο σύνολο των δραστηριοτήτων του ΕΟΤ. Ο ΕΟΤ εκμεταλλεύεται περίπου 300 τουριστικές επιχειρήσεις. Μετά τα καζίνο και τις μαρίνες ο Παρνασσός είναι η αμέσως επόμενη επικερδής επιχείρηση. Το χειμώνα, εκτός από τις μαρίνες, οι υπόλοιπες επιχειρήσεις υπολειπονται. Έτσι το Χιονοδρομικό Κέντρο του Παρνασσού είναι πάρα πολύ σημαντικό για τον ΕΟΤ και θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ο χειμερινός μας πρωταγωνιστής.

ΚΑΤΑΒΑΣΕΙΣ

Στην Ελλάδα, ο Παρνασσός διαθέτει ορισμένες από τις πιο μεγάλες και απολαυστικές καταβάσεις. Μερικές από αυτές είναι οι παρακάτω:

Κατάβαση της Βελίτσας

Αφετηρία ⇨ Καταφύγιο Γεροντόβραχου.

Τερματισμός ⇨ Μονή Αγίας Μαρίνας ή Άνω Τιθορέα.

Υψομετρική διαφορά ανάβασης ⇨ 600 μ.

Υψομετρική διαφορά κατάβασης ⇨ 1.100 μ. (με ski).

Διάρκεια ⇨ 7-8 ώρες.

Πρώτη διάσχιση : Κ. Νάτσης, Γ. Πανώριος (1937)

Η πιο κλασική διαδρομή ορειβατικού ski στην Ελλάδα!

Διάσχιση Καταφύγιο - Μονή Ιερουσαλήμ

Αφετηρία ⇨ Καταφύγιο Γεροντόβραχου (θέση Σαραντάρι)

Εναλλακτικά ⇨ Κελάρια ή Φτερόλακα.

Τερματισμός ⇨ Μονή Ιερουσαλήμ - Δαύλεια.

Υψομετρική διαφορά ανάβασης ⇨ 800 μ.

Υψομετρική διαφορά κατάβασης ⇨ 1.200 μ. με ski.

Διάρκεια ⇨ 7-8 ώρες.

Πρώτη διάσχιση Κ. Νάτσης, Band Bony (Μάρτιος 1931).

Κατάβαση από το Νιψί (Βόρειο Λούκι)

Αφετηρία ⇨ Φτερόλακα.

Τερματισμός ⇨ Άνω Τιθορέα (Βελίτσα)

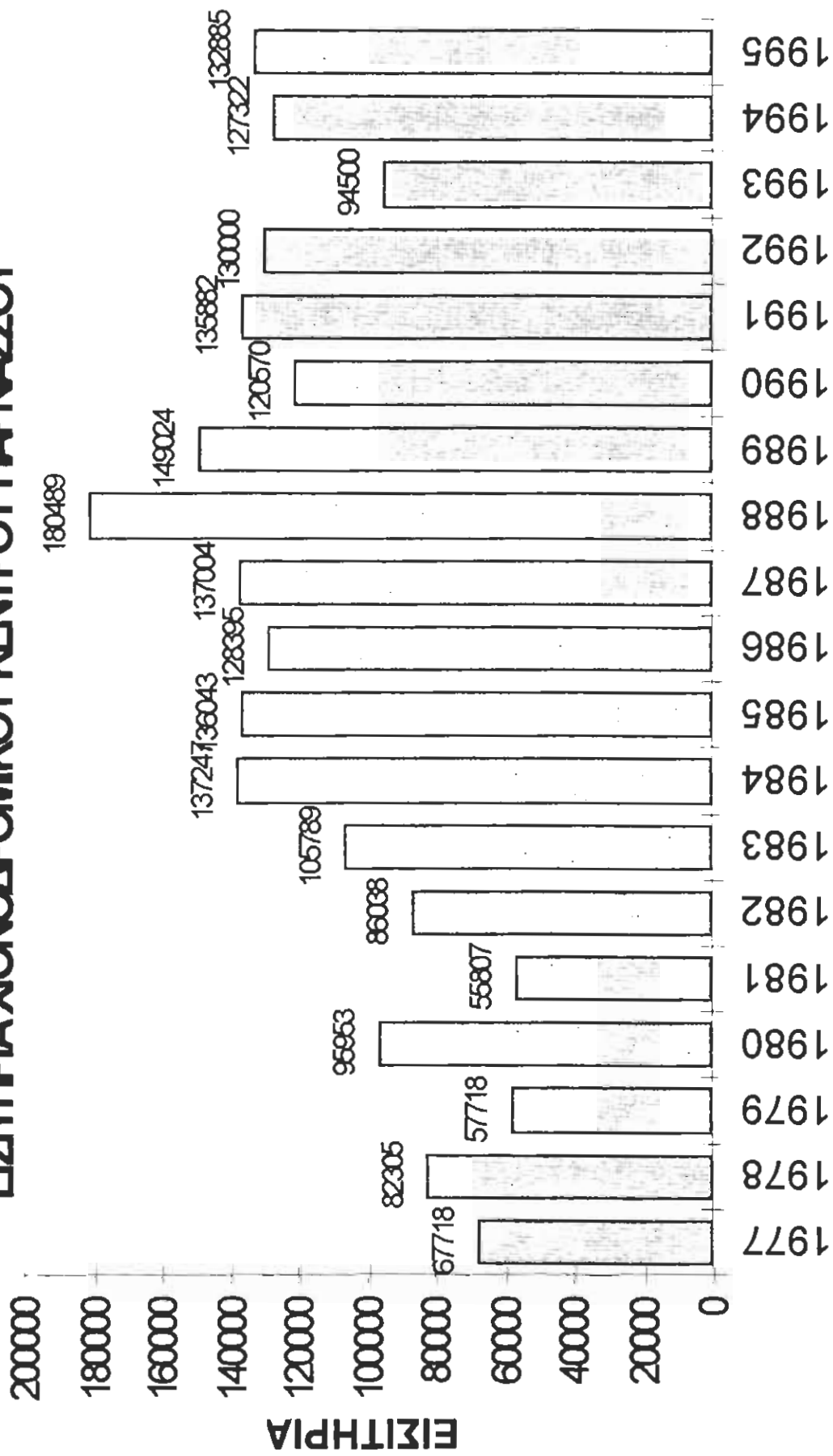
Υψομετρική διαφορά ανάβασης ⇨ 700 μ.

Υψομετρική διαφορά κατάβασης ➔ 1.400 μ. (με ski).

Διάρκεια ➔ 5-6 ώρες.

Πρώτη διάσχιση άγνωστη.

ΕΙΣΠΗΡΙΑ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΓΑΡΝΑΣΣΟΥ



ΧΡΟΝΟΠΕΤΕΣ

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΣΕΛΙΟΥ

ΙΣΤΟΡΙΚΟ

Το εθνικό χιονοδρομικό κέντρο Σελίου, το οποίο βρίσκεται στη δυτική πλευρά του Βερμίου, είναι το πρώτο που δημιουργήθηκε στη χώρα μας πριν από τον πόλεμο αφού σε αυτό πραγματοποιήθηκαν οι πρώτοι Πανελλήνιοι Αγώνες το 1934. Έτσι το Σέλι δίκαια θεωρείται το πρώτο κύτταρο της ελληνικής χιονοδρομίας. Μάλιστα το 1972 (Δ/γμα 4.2.72), χαρακτηρίζεται Εθνικό Στάδιο (Ν.Π.Δ. Δικαίου) και ανήκει στην Γενική Γραμματεία Αθλητισμού.

Το χιονοδρομικό κέντρο Σελίου συνδυάζει όλες εκείνες τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για τη δημιουργία και τη συγκρότηση προτύπου χιονοδρομικού κέντρου, δηλαδή ποικιλία στίβων για αθλητική και τουριστική χιονοδρομία, αλπικών και βορείων αγωνισμάτων (καταβάσεων και αντοχής) κατάλληλο υψόμετρο, πλούσιες συνθήκες χιονώσεως, εύκολη προσπέλαση και προπάντων απεριόριστες δυνατότητες εξέλιξης και επέκτασης.

ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η περιοχή του χιονοδρομικού κέντρου Σελίου εξασφαλίζει άριστες προϋποθέσεις από άποψη φυσικού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων χιονοδρομίας, αθλητισμού και τουρισμού.

Η μορφολογία του εδάφους δημιουργεί ένα ήπιο ανάγλυφο με κλίσεις κατάλληλες για την τέλεση χιονοδρομικών αθλημάτων και μάλιστα σε μεγάλες αποστάσεις. Επίσης υπάρχουν στην ίδια περιοχή πλαγιές με απαλές κλίσεις οι οποίες είναι κατάλληλες για την εκμάθηση και εξάσκηση των αρχαρίων χιονοδρόμων.

Συγκεκριμένα το άμεσο φυσικό περιβάλλον συνίσταται:

α) από τις βόρειες πλαγιές της κορυφής Ασούρμπαση (1879 μ. υψόμετρο) και της κορυφής Σάμπαλη (1661 μ.) μεταξύ των οποίων σχηματίζονται δύο ανισόπεδα πεδινά τμήματα (λεκάνες).

β) από τις δυτικές πλαγιές Ασούρμπαση και Σάμπαλη οι οποίες μαζί με τις πλαγιές άλλων κορυφών καταλήγουν σε μια περιοχή πυκνής βλάστησης με χαράδρες που λέγεται «Πριόνια». Η περιοχή «Πριόνια» καλύπτεται από δάση μαύρης πεύκης και οξιάς ενώ η υπόλοιπη περιοχή από φυσικούς λειμώνες καλυμμένους από χλόη και θάμνους.

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ - ΠΡΟΣΠΕΛΑΣΗ.

Η περιοχή βρίσκεται στο νομό Ημαθίας στη νοτιοδυτική πλευρά του Βερμίου σε υψόμετρο 1.520-1.900 μ. και διοικητικά ανήκει στην επαρχία Ημαθίας. Συγκεκριμένα βρίσκεται νοτιοδυτικά της Νάουσας και δυτικά της Βέροιας. Οι πόλεις αυτές είναι οι πλησιέστερες της περιοχής.

Ακόμη, η περιοχή βρίσκεται στο κέντρο πολλών οικιστικών μονάδων όπως η Θεσσαλονίκη, τα Γιαννιτσα, η Έδεσσα, η Κοζάνη και η Κατερίνη.

Η περιοχή περιλαμβάνει δύο οικισμούς: το Άνω Βέρμιο, το οποίο είναι ένας εγκαταλελειμμένος ορεινός οικισμός και το Κάτω Βέρμιο, το οποίο λειτουργεί σαν παραθεριστικός οικισμός κατοίκων κυρίως της Βέροιας και της Νάουσας. Για να φτάσει κανείς στο Κάτω Βέρμιο προτιμάται να ακολουθήσει το δρόμο από Βέροια και αφού περάσει το χωριό Κουμαριά φθάνει σ' αυτό. Το Κάτω Βέρμιο είναι ένα καθαρά χιονοδρομικό χωριό, με Ξενία που λειτουργεί όλο το χρόνο και που διαθέτει δωμάτια και πλήρες εστιατόριο. Υπάρχουν ακόμη και ιδιωτικοί ξενώνες με εστιατόρια. Παρόλ' αυτά οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να κλείσουν δωμάτια, αφού νοικιάζονται αρκετά στα σπίτια του χωριού. Το χιονοδρομικό κέντρο. Απέχει μόλις 2,5 χλμ. από το Κάτω Βέρμιο.

Η περιοχή συνδέεται με το εθνικό δίκτυο με ασφαλτοστρωμένους δρόμους, είτε διαμέσου της Νάουσας, είτε διαμέσου της Βέροιας. Η επικοινωνία αυτή έχει γίνει ακόμη ευκολότερη μετά την κατασκευή της νέας εθνικής οδού.

Το Χιονοδρομικό κέντρο Σελίου βρίσκεται κοντά σε πολλά αστικά κέντρα, αλλά και σε ακτίνα εύκολης και ανταποδοτικής επικοινωνίας με τη δεύτερη σε πληθυσμό πόλη της χώρας, τη Θεσσαλονίκη (περίπου 90 χιλιόμετρα). Έτσι μέσα στα χρονικά όρια μίας μόνο μέρας μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να επισκεφτούν το κέντρο, να

κάνουν 3-4 ώρες άσκηση και το απόγευμα να βρίσκονται στην εστία τους και ολοι γνωρίζουμε πόσο σπουδαία είναι η άσκηση (έστω και με εισπνοές) μέσα σε ένα υγιεινό χώρο για όσους ζουν στις μεγάλες πόλεις μέσα σε νέφη και αγχώδες περιβάλλον.

Όπως προαναφέρθηκε το χιονοδρομικό κέντρο Σελίου εξυπηρετείται από δύο ασφαλτοστρωμένους δρόμους από τη Βέροια με μήκος 25 χιλιόμετρα και από τη Νάουσα με μήκος 20 χιλιόμετρα. Η οδός από Βέροιας συνδεδεμένη με την παρεγνατία οδό Βέροιας-Κοζάνης και Κεντρικοδυτικής Μακεδονίας και μελλοντικά με την οδό Εγνατία έχει τις προϋποθέσεις της εύκολης και άνετη προσπέλασης προς το χιονοδρομικό κέντρο, προνομιακή προϋπόθεση για ένα τέτοιο κέντρο χειμερινής ορεινής εξυπηρέτησης, αφού βεβαίως αποδοθεί στο κέντρο ένα σύγχρονο εκχιονιστικό μηχάνημα δρόμων.

ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Το χιονοδρομικό κέντρο Σελίου αυτή τη χρονική στιγμή διαθέτει κτίσματα και εγκαταστάσεις, τα οποία κατασκευάστηκαν σε μια διάρκεια πολλών ετών, από το 1950 και έπειτα.

Τα κτίσματα αυτά καθώς και οι εγκαταστάσεις κατασκευάστηκαν από διάφορους φορείς για την κάλυψη βασικών αναγκών χωρίς να υπάρχει συγκεκριμένο σχέδιο ανάπτυξης. Τα κτίσματα που κατασκευάστηκαν από το 1950 μέχρι το 1970 είναι τα εξής:

- Εστιατόριο Νομαρχίας.
- Καταφύγιο του Ε.Ο.Σ. τμήματος Θεσσαλονίκης 52 κλινών και εστιατόριο 80 περίπου ατόμων.
- Ιδιωτικό ξενοδοχείο 14 κλινών και μπαρ - εστιατόριο.
- Περίπτερο Νομαρχίας Ημαθίας 30 ατόμων στο τέλος του χιονοδρομικού αναβατήρα.

→ Το 1955 τοποθετήθηκε ο πρώτος χιονοδρομικός αναβατήρας (εναέρια καρέκλα μήκους 750 μ.)

Το 1971 συντάχθηκε μελέτη ρυθμιστικού σχεδίου για την περιοχή του χιονοδρομικού κέντρου. Η μελέτη αυτή περιελάμβανε πρόγραμμα ανάπτυξης της περιοχής μακροπρόθεσμα και μεσοπρόθεσμα. Παράλληλα συντάχθηκε μελέτη πολεοδόμησης της περιοχής με την οποία προβλέπονταν χρήσεις οικιστικές, κοινωφελείς κ.λπ.

Ωστόσο, ουδέποτε υλοποιήθηκε το σχέδιο αυτό με κύρια αίτια το γεγονός ότι δε διαλευκάνθηκε το ιδιοκτησιακό καθεστώς ώστε να μπορέσουν να πραγματοποιηθούν οι απαραίτητες απαλλοτριώσεις.

Από το 1971 και εντεύθεν κατασκευάστηκαν και άλλα κτίσματα και εγκαταστάσεις χωρίς και πάλι να παρακολουθούν τη συγκεκριμένη μελέτη ανάπτυξης. Έτσι κατασκευάστηκαν:

⇒ Το καταφύγιο του ομίλου χιονοδρομιών Βέροιας 220 κλινών, το οποίο περιλαμβάνει και άλλες χρήσεις όπως εστιατόριο 200 ατόμων, club διασκέδασης 200 ατόμων και αφετηρία 200 ατόμων.

⇒ Τα γραφεία του χιονοδρομικού στη θέση της αφετηρίας του ενός αναβατήρα, όπου βρίσκεται και το μηχανοστάσιο αυτού.

⇒ Εστιατόριο στο χιονοδρομικό κέντρο Σελίου και καφέ-μπαρ 50 ατόμων.

⇒ Ιατρείο για πρώτες βοήθειες, στη θέση της αφετηρίας του ενός αναβατήρα, το οποίο είναι ένα λυόμενο μικρό κτίσμα, για την κάλυψη άμεσων αναγκών.

⇒ Χώρος στάθμευσης για 3.000 Ι.Χ. αυτοκίνητα και 200 λεωφορεία. Η χρήση αυτή δημιουργήθηκε στη θέση που προβλεπόταν από την παρακάτω μελέτη πλην όμως δεν ακολούθησε επακριβώς τα κατασκευαστικά σχέδια διαμόρφωσης.

⇒ Τέλος, έχει αρχίσει η κατασκευή ενός κτίσματος πολλαπλών χρήσεων με βασική τη χρήση εστιατορίου.

Όσον αφορά τις αθλητικές εγκαταστάσεις, στο κέντρο λειτουργούν σήμερα πέντε αναβατήρες, τρεις συρόμενοι και ένας εναέριος.

Συρόμενοι:

1) Συρόμενη Άγκυρα Ασούρμπαση (τελεσκή) μήκους 800 μ. που εξυπηρετεί 800 άτομα / ώρα και με υψομετρική διαφορά 200 μ.

2) Συρόμενη Άγκυρα Συνδετικό (τελεσκή) μήκος 600 μ. που εξυπηρετεί 800 άτομα / ώρα και με υψομετρική διαφορά 180 μ. και

3) Συρόμενο Πιάτο (τελεσκή) μήκος 1.200 μ. που εξυπηρετεί 800 άτομα / ώρα και με υψομετρική διαφορά 250 μ.

Εναέριος:

Ένας (μονή καρέκλα) μήκους 1.200 μ. που εξυπηρετεί 400 άτομα / ώρα και με υψομετρική διαφορά 240 μ.

Επίσης υπάρχουν τρία baby lift το ένα εκ των οποίων έχει μήκος 300 μ. Αυτά προορίζονται για τα παιδιά και τους αρχάριους. Όσον αφορά τις πίστες υπάρχουν 8 πίστες καταβάσεων και 2 πίστες αντοχής:

Καταβάσεων:

α) Τρεις πίστες 1.500 μ.

β) Μία πίστα 1.800 μ.

γ) Τρεις πίστες 1.000 μ. και

δ) μία πίστα 700 μ.

Αντοχής:

Δύο πίστες μήκους 5.000 μ. η κάθε μία.

Στο χιονοδρομικό κέντρο αλλά και στον οικισμό του Σελίου, σε απόσταση 1.000 μ., λειτουργούν καφέ, εστιατόρια, χώροι διαμονής (ξενοδοχεία και καταφύγια), κέντρα διασκέδασης, μπαρ, σχολές ski και ενοικιάσεως ειδών για την εξυπηρέτηση των φίλων του ski.

ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Το Σέλι συνδυάζει όλες τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για τη συγκρότηση ενός πρότυπου χιονοδρομικού κέντρου:

- Ποικιλία Στίβων: Πίστες για Τουριστική και Αθλητική Χιονοδρομία, παιδικές Χαρές, Πίστες Δρόμων Αντοχής, Μονοπάτια (Διαδρομές Ο Πορείας Ορειβασίας.
- Ταυτόχρονη και άνετη άθληση χιλιάδων χιονοδρόμων.
- Πλούσιες συνθήκες χιονιού.
- Ελεύθερο ορίζοντα - Εκπληκτική ηλιοφάνεια.
- Περιορισμένη υγρασία.
- Εύκολη προσπέλαση, άνετους χώρους Πάρκινγκ (35 στρέμματα επιστρωμένα)

Οι δρόμοι και τα πάρκινγκ καθαρίζονται καθημερινά από τα χιόνια, από ειδικά συνεργεία.

ΔΙΟΙΚΗΣΗ - ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

- Το Ε.Χ.Κ. Σελίου διοικείται από 7μελή Επιτροπή, η οποία ορίζεται κάθε δύο χρόνια.
- Διευθύνεται από Γυμναστή - Διευθυντή, αποσπασμένο από το Γραφείο Φυσικής Αγωγής του Νομού.
- Έχει έξι άτομα μόνιμο προσωπικό, (5 τεχνικοί και 1 διοικητικός).
- Την χειμερινή περίοδο προσλαμβάνει εποχιακό προσωπικό ανάλογα με τις ανάγκες.

ΙΑΤΡΕΙΟ - ΠΡΩΤΕΣ ΒΟΗΘΕΙΕΣ

Το Ε.Χ.Κ. Σελίου, διαθέτει ιατρείο πλήρως εξοπλισμένο σε ιατρικό και φαρμακευτικό υλικό. Τις αργίες και τα Σαββατοκύριακα, διαθέτει νοσοκόμα και υπεύθυνο γιατρό, για τις πρώτες βοήθειες στους αθλούμενους.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

- Λειτουργεί καθημερινά από τις 9.00 έως και τις 4.30 μ.μ. (υπάρχει όμως δυνατότητα παράτασης του ωραρίου).
- Η συντήρηση και η επισκευή των εγκαταστάσεων, γίνεται καθημερινά, χωρίς την παραβίαση του ωραρίου.
- η διαμόρφωση (πάτημα) των πιστών, γίνεται πάντα βράδυ.

Τέλος, σημαντικό είναι επίσης και το γεγονός ότι στο οροπέδιο του Κέντρου, εκτός των χώρων παρκαρίσματος κ.λπ., υπάρχει και επίπεδη έκταση 60-70 στρεμμάτων όπου μπορούν να κατασκευαστούν αθλητικές εγκαταστάσεις. Τέτοιες μπορεί να είναι γήπεδα ποδοσφαίρου και στίβου, έτσι ώστε να λειτουργεί σαν αθλητικό κέντρο πολλών μορφών ολόκληρο το χρόνο σε συνδυασμό με την κατασκευή πίστας αθλητικού και καλλιτεχνικού πατινάζ.

Παρακάτω, ακολουθούν στατιστικά στοιχεία που συνέταξε η δημόσια τουριστική υπηρεσία του Ν. Ημαθίας και από τα οποία προκύπτουν στοιχεία για τη ζήτηση των χειμερινών σπορ και την εξέλιξη της ζήτησης αυτής στο Χιονοδρομικό Κέντρο Σελίου.

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ.

Ο αριθμός των επισκεπτών του Ε.Χ.Κ. Σελίου, που είχαν υποχρέωση εισιτηρίου τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί θεαματικά. Συγκεκριμένα, για τα έτη 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, ήταν:

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

ΕΤΗ	ΣΚΙΕΡ	ΠΕΖΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΥΞΗΣΗ %
1988-89	15.050	3.100	18.150	52,5%
1989-90	21.250	6.420	27.670	65,5%
1990-91	35.770	10.000	45.770	90,0%
1991-92	42.200	15.600	57.800	106,0%
1992-93	48.150	18.800	66.950	116,0%
1993-94	52.300	21.100	73.400	124,0%
1994-95	55.000	23.000	78.000	

✦ Οι αθλητές σωματείων.

✦ Όλοι οι παράγοντες.

✦ Όλα τα παιδιά κάτω των 12 ετών.

✦ Όσοι έχουν κάρτα ελεύθερης εισόδου στους αθλητικούς χώρους. Ακόμη στους παραπάνω επισκέπτες δεν περιλαμβάνονται όσοι έρχονται για αναψυχή και τουρισμό και δεν ασχολούνται με το σπορ ski.

Από τον παραπάνω πίνακα προκύπτει το συμπέρασμα ότι η ποσοστιαία μεταβολή του αριθμού των επισκεπτών παρουσιάζει μεγάλη αύξηση από τον έναν χρόνο στον άλλο για τη συγκεκριμένη εξαετία.

Αυτό αποτελεί ισχυρό ενδεικτικό στοιχείο της αυξητικής τάσης των επισκεπτών του χιονοδρομικού και λέμε ενδεικτικό επειδή το δείγμα αφορά ένα μέρος των επισκεπτών τα έξι τελευταία χρόνια και μάλιστα μόνο τις περιόδους αιχμής.

ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΥΞΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ.

Τα συγκριτικά στοιχεία που διαθέτουμε για την πρόβλεψη του ρυθμού αύξησης των επισκεπτών στα επόμενα χρόνια είναι περιορισμένα. Αφορούν μόνο την περίοδο αιχμής των παραπάνω ετών. Μπορούν ωστόσο τα στοιχεία αυτά να θεωρηθούν ικανοποιητικά σαν ενδεικτικά στοιχεία της αυξητικής τάσης των επισκεπτών του κέντρου.

Έχοντας σαν δεδομένα τα αριθμητικά στοιχεία αύξησης των επισκεπτών, την οικονομία της περιοχής επιρροής η οποία βρίσκεται σε διαρκή άνοδο, την εύκολη προσπέλαση στην περιοχή από το εθνικό δίκτυο σε συνάρτηση με την προγραμματιζόμενη ανάπτυξη της περιοχής σε αθλητικο-χιονοδρομικό-τουριστικό κέντρο, με τη δημιουργία της αντίστοιχης υποδομής, μπορούμε να προβλέψουμε ότι ο αριθμός των επισκεπτών κατά το έτος 2000 θα ανέρχεται σε 10.000 ημερησίως κατά την περίοδο αιχμής.

Σαν μέρες αιχμής θεωρούνται εκείνες κατά τις οποίες οι κάτοικοι των αστικών κέντρων και εν γένει της περιφέρειας επισκέπτονται την περιοχή για ψυχαγωγία. Τις ημέρες αυτές θα μπορούσαμε να τις υπολογίσουμε σε 40 Σαββατοκύριακα και γιορτές. Στις παραπάνω μέρες αιχμής θα προστεθούν και οι μέρες διεξαγωγής των διαφόρων αγώνων όταν ολοκληρωθούν οι απαραίτητες εγκαταστάσεις και τα έργα υποδομής. Τις υπόλοιπες μέρες ο αριθμός των επισκεπτών θα είναι μειωμένος. Μετά τα παραπάνω υπολογίζεται ότι ο αριθμός των επισκεπτών στο Χ.Κ. Σελίου κατά το έτος - στόχο 2000, θα φτάσει τις 500.000.

Σ' αυτούς θα προστεθούν οι επισκέπτες οι οποίοι θα επιλέξουν την περιοχή για τις καλοκαιρινές τους διακοπές αφού θα λειτουργεί σαν τουριστικό κέντρο αυτοδύναμα και ανεξάρτητα από τις άλλες χρήσεις.

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΓΙΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ.

Οι εγκαταστάσεις χιονοδρομίας και τα κτίσματα εξυπηρέτησης που υπάρχουν στο Χ.Κ. Σελίου καλύπτουν τις ανάγκες μικρού μέρους των επισκεπτών που προσέρχονται. Ο αριθμός των επισκεπτών όπως έχουμε προαναφέρει, έχει αυξηθεί κατά πολύ τα τελευταία χρόνια και προβλέπεται διαρκής αύξηση.

Επομένως, οι εγκαταστάσεις χιονοδρομίας πρέπει να εκσυγχρονιστούν και αν επεκταθούν για να καλύψουν όχι μόνο τις σημερινές αλλά και τις μελλοντικές ανάγκες του Κέντρου. Ιδιαίτερα οι λειτουργίες εξυπηρέτησης των επισκεπτών θα πρέπει να αυξηθούν και να εξελιχθούν, αφού η επανάληψη της προσέλευσης αυτών καθώς και η παράταση του χρόνου παραμονής τους στο Κέντρο είναι σε απόλυτη

συνάρτηση με την δυνατότητα ή και τον βαθμό εξυπηρέτησης σε κάθε τομέα δηλαδή στην ανάπαυση, την αναψυχή, το φαγητό, τον ύπνο κ.λπ.

Ακόμη και οι αμιγείς αθλητικές χρήσεις που προβλέπονται στην περιοχή του Χ.Κ. θα λειτουργήσουν σε συνάρτηση με το βαθμό εξυπηρέτησης που θα προσφέρει αυτό.

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία συμπεραίνουμε ότι η περιοχή του Χ.Κ. Σελίου έχει μεγάλες δυνατότητες να εξελιχθεί σ' ένα ολοκληρωμένο Κέντρο Χιονοδρομίας Αθλητισμού, Αναψυχής και Τουρισμού γενικώς, που θα μπορεί να λειτουργεί καθόλη την διάρκεια του έτους. Αυτός είναι και ο στόχος της προτεινόμενης επέμβασης στην περιοχή του Χιονοδρομικού Κέντρου Σελίου.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ «ΧΡΥΣΟ ΕΛΑΦΙ»

Πρόκειται για ένα ιδιωτικό χιονοδρομικό κέντρο και κέντρο προετοιμασίας αθλητών στην περιοχή του Σελίου. Διαθέτει χιονοδρομική πίστα με δύο ski lift συρόμενα, βαρέου τύπου leither, συνολικού μήκους 1.200 μέτρων, τα οποία χρησιμοποιούνται και από το χιονοδρομικό κέντρο Σελίου. Στο χιονοδρομικό κέντρο «Χρυσό Ελάφι» υπάρχει γήπεδο, ξενοδοχείο και σχολή ski.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ

«**Βαθιά Λάκκα**» είναι το όνομα της τοποθεσίας στα Καλάβρυτα, που σε απόσταση μόλις 214 χλμ. από την Αθήνα μας φέρνει σε ένα από τα πιο μοντέρνα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας. Είναι το τρίτο σε μέγεθος χιονοδρομικό κέντρο μετά από αυτό του Σελίου στη Βέροια. Βρίσκεται στον μυθικό Χελμό (Αρόνια όρη) σε υψόμετρο 1.650-2.340 μ., που στέκεται επιβλητικός πάνω από τα ιστορικά Καλάβρυτα και σε απόσταση 14 χλμ. από αυτά. Η μεταφορά στο χιονοδρομικό κέντρο γίνεται με Ι.Χ. αυτοκίνητο.

Το κέντρο διαθέτει δώδεκα πίστες όλων των κατηγοριών συνολικού μήκους 20 χιλιομέτρων. Από αυτές οι δέκα είναι πράσινες, μπλε και κόκκινες (για αρχάριους, μέσους και καλούς σκιέρ) ενώ οι δύο είναι μαύρες (για πάρα πολύ καλούς σκιέρ).

Επιπλέον, στο χιονοδρομικό κέντρο λειτουργούν επτά αναβατήρες. Αυτοί είναι μία τριθέσια και μία διθέσια εναέρια καρέκλα καθώς και πέντε συρόμενοι αναβατήρες με συνολική δυνατότητα μεταφοράς 5.000 ατόμων ανά ώρα, εξυπηρετώντας τις πίστες όλων των κατηγοριών. Από παλαιότερα στοιχεία γνωρίζουμε ότι ο ένα από τους δύο εναέριους αναβατήρες έχει μήκος 700 μ. υψομετρικής διαφοράς 200 μ. Επιπλέον, οι τρεις από τους πέντε αναβατήρες έχουν μήκος 300 μ., 700 μ. και 1.000 μ. υψομετρικής διαφοράς 150 μ., 300 μ. και 200 μ. αντίστοιχα. Ο αναβατήρας Α φτάνει σε ύψος 1.800 μέτρων, ενώ ο Β στην πιο ψηλή κορυφή (2.440 μ.). Από το κτίριο υποδοχής Β φαίνεται ο Κορινθιακός κόλπος, σαν μια μεγάλη λίμνη, ενώ από τη Νεραϊδόραχη φαίνεται σχεδόν όλη η Πελοπόννησος καθώς και ο φιδωτός Βουραϊκός ποταμός.

Στο χιονοδρομικό κέντρο Καλαβρύτων λειτουργεί σχολή ski και snowboard. Η σχολή παρέχει μαθήματα για όλα τα επίπεδα και είναι στελεχωμένη με πτυχιούχους προπονητές. Παράλληλα, μπορεί κανείς να νοικιάσει ή και να αγοράσει εξοπλισμό από το εκεί υπάρχον κατάστημα.

Ακόμα, υπάρχει σαλέ για φαγητό και καφέ ενώ η διαμονή μπορεί να γίνει στην περιοχή των Καλαβρύτων όπου υπάρχουν αρκετά ξενοδοχεία και ξενώνες. Επίσης, στην κεντρική πλατεία της πόλης μπορεί κανείς να απολαύσει τα υπέροχα παραδοσιακά φαγητά και στον πεζόδρομο τα γευστικότερα γλυκά της περιοχής.

Από φέτος το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων φέρει πλέον τη σφραγίδα της PANAΦON, η οποία ανέλαβε για τα επόμενα δύο χρόνια την αποκλειστική χορηγία του χιονοδρομικού. Στόχος της PANAΦON είναι να στηρίξει τις προσπάθειες που καταβάλλονται από τους τοπικούς φορείς για την ανάδειξη του τρίτου μεγαλύτερου χιονοδρομικού κέντρου της Ελλάδας, σε πόλο έλξης για όλους τους φίλους των χειμερινών σπορ. Επιπλέον, στόχος της είναι να συμβάλλει στη γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής των Καλαβρύτων, η οποία έχει να επιδείξει πολλές φυσικές καλλονές.

ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ.

- **1931** Μια μικρή ομάδα ανήσυχων Καλαβρυτινών ιδρύουν το Ορειβατικό τμήμα στα Καλάβρυτα, που ξεκινάει σαν αυτόνομη ορειβατική ομάδα. Εντάσσεται αμέσως μετά στον Ελληνικό Ορειβατικό Σύνδεσμο (Ε.Ο.Σ.) που έχει έδρα την Αθήνα και δημιουργεί αργότερα την Ελληνική Ομοσπονδία Ορειβατικών Συλλόγων. Είναι γεγονός ότι για εκείνη την εποχή είχε πλούσια δράση.

- **1943 - 13 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ** Οι Γερμανοί φασίστες σκοτώνουν όλο τον ανδρικό πληθυσμό των Καλαβρύτων και καίνε τη μικρή κωμόπολη. Σβήνει κάθε σπίθα πολιτιστικής ζωής, μαζί και η δράση του Ορειβατικού. Επαναδραστηριοποιείται μετά την απελευθέρωση, για να γίνει το πιο ζωντανό κομμάτι της μεταπολεμικής ιστορίας των Καλαβρύτων. Το 1967, η ντόπια χούντα σταματάει τη λειτουργία του για δεύτερη φορά.

- **1977** η νέα γενιά των Καλαβρυτινών επαναλειτουργεί τον Ορειβατικό, ως Ελληνικό Ορειβατικό Σύλλογο - Τμήμα Καλαβρύτων. Το 1991, μετονομάζεται σε Σύλλογο Ορειβασίας και Χιονοδρομίας Καλαβρύτων και ξεκινά τη νέα δραστηριότητα. Ήταν εμπνευστής και κύριος μοχλός συνεχούς πίεσης προς τα αρμόδια υπουργεία και το Δήμο Καλαβρύτων για να ιδρυθεί και να λειτουργήσει το Χιονοδρομικό Κέντρο. Από το 1984 έως και το 1994 συμμετείχε στο Διοικητικό Συμβούλιο της Δημοτικής Επιχείρησης Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων ως τακτικό μέλος.

• **1997** Μετά από είκοσι χρόνια συνεχούς δράσης εναρμονιζόμενος με τις διεθνείς εξελίξεις των αθλημάτων που εκπροσωπεί στα Καλάβρυτα και την Επαρχία, μετονομάζεται σε Σύλλογο Ορειβασίας - Χιονοδρομίας - Αναρρίχησης Καλαβρύτων, έχοντας μπροστά του ένα φωτεινό μέλλον για το καλό του αθλητισμού και του πολιτισμού στα Καλάβρυτα και την Επαρχία.

ΚΑΛΑΒΡΥΤΑ

Τα Καλάβρυτα, πόλη χτισμένη στους πρόποδες του μυθικού Χελμού και σε υψόμετρο 750 μ., αποτελούν σήμερα πόλο έλξης για χιλιάδες επισκέπτες, συνδυάζοντας τις ομορφιές του βουνού και της θάλασσας, αφού σε μικρή απόσταση βρίσκονται οι γαλάζιες παραλίες της Βόρειας Πελοποννήσου.

Τα γραφικά Καλάβρυτα, εκτός από την παραδοσιακή αρχιτεκτονική, το υγιεινό κλίμα, την πατροπαράδοτη φιλοξενία και τις φυσικές καλλονές, έχουν να επιδείξουν και πολλά άλλα αξιοθέατα που πραγματικά αξίζει να δει ο επισκέπτης. Αυτά είναι τα παρακάτω:

- Η ιστορική Μονή της Αγίας Λαύρας.
- Το Μοναστήρι του Μεγάλου Σπηλαίου.
- Ο Τόπος Θυσίας.
- Το Σπήλαιο των Λιμνών.
- Ο Οδοντωτός Σιδηρόδρομος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7

ΚΑΡΤΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ	ΤΙΜΕΣ 1996-97
Ετήσια	70.000 δρχ.
Εβδομαδιαία	18.000 δρχ.
Ημερήσια αργιών	5.800 δρχ.
Ημερήσια καθημερινών	3.500 δρχ.
Αρχαρίων αργιών / καθημερινών	3.000 / 2.500 δρχ.
Απλή διαδρομή αργιών / καθημερινών	2.000 / 1.000 δρχ.
Έκπτωσης αργιών / καθημερινών (10 έως 18 ετών, φοιτητές, αθλητές)	4.000 / 3.000 δρχ.
Snowboard	5.000 δρχ.
Κάτω των 10 ετών	ΔΩΡΕΑΝ

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΗΛΙΟΥ - ΑΓΡΙΟΛΕΥΚΕΣ

Το Πήλιο, το θρυλικό βουνό των Κενταύρων, ψηλό και καταπράσινο, μυστηριώδες, είναι έτοιμο να προσφέρει όλην την τρυφεράδα του κόσμου, αρκεί να δεχτεί κανείς την προσωπικότητά του και να υποκύψει στη γοητεία του. Είναι ένας εκπληκτικός συνδυασμός ορεινού και θαλάσσιου τοπίου, που υψώνεται επιβλητικό βορειοανατολικά του Βόλου.

Στην κορυφή του Πηλίου «Αγριόλευκες» (1.500 μ.) δημιουργήθηκε το Χιονοδρομικό Κέντρο Πηλίου από τον Ελληνικό Ορειβατικό Σύλλογο Βόλου και το 1967 λειτούργησε ο πρώτος εναέριος αναβατήρας. Στη συνέχεια εξελίχθηκε σε υποδομή και εγκαταστάσεις, έτσι ώστε σήμερα να έχουμε ένα κέντρο που διαρκώς εκσυγχρονίζεται. Από το 1967 τη διαχείριση του κέντρου έχει αναλάβει η Αναπτυξιακή Εταιρία Μαγνησίας Α.Ε. για είκοσι χρόνια.

Το κέντρο βρίσκεται 27 χιλιόμετρα από το Βόλο, που απέχει μόλις 319 χλμ. από την Αθήνα και σε απόσταση 2 χιλιομέτρων από τον ορεινό οικισμό Χάνια. Μέσα σε δάσος από οξίες και αγριόλευκες, το κέντρο σε υψόμετρο 1.350-1.500 μ., μοιάζει με μπαλκόνι με πανοραμική θέα στη θάλασσα. Εκεί υπάρχει και το καταφύγιο (διαμονή ως και 80 ατόμων, εστιατόριο, καφέ μπαρ) και ένα επιπλέον αναψυκτήριο. Επιπλέον, λειτουργούν τρία πάρκινγκ δυναμικότητας 800 αυτοκινήτων καθώς και σταθμός πρώτων βοηθειών.

Οι χιονοδρόμοι εξυπηρετούνται από δύο εναέριους αναβατήρες (lift) με μονό κάθισμα, μήκους 450 μ. και 550 μ. αντίστοιχα, και από δύο σύροντες αναβατήρες μήκους 410 μ. και 220 μ. (baby lift) αντίστοιχα. Ένας διθέσιος αναβατήρας που θα συνδέει το χαμηλότερο σημείο των πιστών του κέντρου με την κορυφή (αφετηρία) πρόκειται να λειτουργήσει το χειμώνα '97-'98.

Στο κέντρο υπάρχουν τρεις κύριες πίστες κατάβασης και ένα δίκτυο χιονοδιαδρόμων που τις συνδέει μεταξύ τους, καθώς επίσης και με τους χώρους στάθμευσης. Λειτουργούν ακόμη πίστες Lang-lauf και πίστες αρχαρίων, ενώ πρόκειται να ανοιχτεί μία μεγάλη πίστα ομαλής κλίσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7

ΠΙΣΤΕΣ	ΜΗΚΟΣ	ΥΨΟΜΕΤΡΙΚΗ ΔΙΑΦΟΡΑ
ΘΕΤΙΣ	400 μ.	
ΙΑΣΩΝ	350 μ.	217 μ.
ΠΑΝΟΡΑΜΑ	1.045 μ.	300 μ.
ΦΑΛΚΟΝΕΡΑ	635 μ.	
ΑΡΧΑΡΙΩΝ	250 μ.	
ΠΙΣΤΑ ΥΠΟ ΔΙΑΝΟΙΞΗ	1.800 μ.	
ΧΙΟΝΟΔΙΑΔΡΟΜΟΙ ΠΟΥ ΣΥΝΔΕΟΥΝ ΤΙΣ ΠΙΣΤΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΥΟΣ ΚΑΙ ΜΕ ΤΑ PARKING	2.500 μ.	
ΠΙΣΤΑ ΑΝΤΟΧΗΣ (LANG-LAUF)	5.000 μ.	
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ ΠΙΣΤΩΝ	12.000 μ.	

Τέλος, στο χιονοδρομικό κέντρο υπάρχει σχολή ski και κατάστημα αγοράς εξοπλισμού, καθώς και σαλέ φαγητού και ύπνου.

Η διαδρομή των χιονοδρόμων μπορεί επίσης να πραγματοποιηθεί στα γύρω πανέμορφα χωριά του Πηλίου με τους μοναδικά αξιοποιημένους παραδοσιακούς οικισμούς, καθώς και στο Βόλο. Τα 24 γραφικά Πηλιορείτικα χωριά, δεμένα αρμονικά με τον τόπο και το χρόνο, προκαλούν θαυμασμό για την αρχιτεκτονική των σπιτιών τους, τις πλατείες και τα καλντερίμια τους. Σε όλα τα γύρω χωριά του Πηλίου και στην ευρύτερη περιοχή υπάρχουν ξενοδοχεία, ξενώνες, εστιατόρια, ταβέρνες και μπαρ για να εξυπηρετήσουν τους επισκέπτες για Σαββατοκύριακο ή για μεγαλύτερη διαμονή.

Το Πήλιο, η θερινή κατοικία των 12 θεών του Ολύμπου, κατά τη μυθολογία, προκαλεί θαυμασμό ανεξάρτητα από την εποχή που το επισκέπτεται κανείς, με τη μεγάλη ποικιλία βλάστησης και τις μορφολογικές και χρωματικές εναλλαγές του φυσικού τοπίου. Όλες τις εποχές το χιονοδρομικό κέντρο «Αγριόλευκες» σας αποκαλύπτει τα μυστικά μιάς αυθεντικής φύσης. Πεζοπορία με πυκνό δίκτυο μονοπατιών και λιθόστρωτων, ορεινή ιππασία, ποδηλασία και συγχρόνως κολύμπι, σέρφινγκ και ιστιοπλοία στις πλησιέστερες παραλίες, όπως του Χορευτού, Αη-Γιάννη και Μυλοπόταμου.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΜΑΙΝΑΛΟΥ - ΟΣΤΡΑΚΙΝΑΣ

Το βουνό του Πάνα και του Κολοκοτρώνη, με τους αμέτρητους θρύλους και ιστορίες, προσφέρει στους επισκέπτες του -πέρα από τη γοητεία του χιονιού το χειμώνα-την ευκαιρία να απολαύσουν την ομορφιά της φύσης όλες τις εποχές του χρόνου και να συναντήσουν τη χλωρίδα και την πανίδα σχεδόν όλης της Ελλάδας. Είναι το βουνό, όπου σε κάθε βήμα του μας περιμένει μια ευχάριστη έκπληξη.

Στην ψηλότερη κορυφή του Μαινάλου 1.981 μ., στο οροπέδιο της Οστρακίνας λειτουργεί το Χιονοδρομικό Κέντρο Οστρακίνας, που βρίσκεται κοντά στην πανέμορφη Βυτίνα, την ιστορική Δημητσάνα και την παραδοσιακή Στέμνιτσα. Η μικρή απόσταση από την Τρίπολη, μόνο 25 χλμ. και η απόσταση των 2 ωρών από την Αθήνα λόγω του νέου αυτοκινητόδρομου Κορίνθου-Τριπόλεως, παρέχει στην Οστρακίνα προνομιακή θέση έναντι των άλλων χιονοδρομικών κέντρων της Ελλάδας.

Πρόκειται για ένα χιονοδρομικό κέντρο που σέβεται τους αρχάριους χιονοδρόμους, αλλά και τιμά τους προχωρημένους. Διαθέτει πέντε πίστες καταβάσεων που είναι οι εξής:

- α) Ανατολική
- β) Ανατολική Νέα
- γ) Περιφερειακή
- δ) Λάκκα Κομίνη

Επιπλέον, για την εξυπηρέτηση των χιονοδρόμων υπάρχουν τρεις συρόμενοι αναβατήρες (ski lifts) που μεταφέρουν τους σκιέρ στις πίστες. Ο πρώτος αναβατήρας είναι μήκους 850 μ. και έχει δυνατότητα μεταφοράς 200 ατόμων ανά ώρα, ο δεύτερος είναι μήκους 550 μ., με δυνατότητα μεταφοράς 500 ατόμων ανά ώρα ενώ ο τρίτος είναι μήκους 286 μ. με δυνατότητα μεταφοράς 350 ατόμων ανά ώρα.

Στο χιονοδρομικό κέντρο υπάρχει σχολή ski καθώς και κατάστημα για αγορά χιονοδρομικού εξοπλισμού. Τέλος, το κέντρο διαθέτει σαλέ φαγητού και ύπνου. Η διαμονή μπορεί επίσης να γίνει στο γειτονικό χωριό Βυτίνα, τον αγαπημένο τόπο

του Θεού Πανός! Χτισμένη πάνω στο ελατοσκέπαστο Μαίναλο, σε υψόμετρο 1.033 μ. έχει μαγευτική θέση και υγιεινό κλίμα. Το χειμώνα, σκεπασμένη από χιόνια, προσφέρει ένα μοναδικό θέαμα. Διαθέτει πέντε ξενοδοχεία 200 κρεβατιών και ενοικιαζόμενα δωμάτια. Εδώ, μπορεί κανείς να βρει κάποιες ανέσεις, ζεστό περιβάλλον και διάχυτη φιλοξενία.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΡΠΕΝΗΣΙΟΥ

Το 1974 δύο πρωτοπόροι του ski στην Ελλάδα ο Τάκης Φλέγκας και ο Θάνος Κλαουδάτος έφτιαξαν στο Βελούχι το πρώτο ιδιωτικό χιονοδρομικό κέντρο στην Ελλάδα. Η Ευρυτανία, η πιο ορεινή περιοχή της χώρας μας, απέκτησε το δικό της χειμερινό πόλο έλξης τουριστών. Τα τελευταία χρόνια η ανάπτυξη του χιονοδρομικού κέντρου ήταν πολύ μεγάλη. Από δύο μικρά συρόμενα lift και ένα κατάλυμα στην πίστα, σήμερα λειτουργούν τρεις διαθέσιμοι εναέριοι αναβατήρες και οι δύο συρόμενοι που εξυπηρετούν εννέα πίστες όλων των κατηγοριών ενώ εργάζονται δυο χιονοστρωτήρες για την προετοιμασία των διαδρόμων.

Βρίσκεται σε υψόμετρο 1760 - 2000 μ. στο βουνό Τυμφρηστός (Βελούχι) και σε απόσταση 11 χμ. από το Καρπενήσι. Στην καρδιά του «Διαβολόβουνου», όπως λέγεται από τους ντόπιους το Βελούχι, από το οποίο πήρε και την ονομασία «Διαβολότοπος», η τοποθεσία όπου βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο.

Στο Βελούχι υπάρχει σαλέ (υψομ. 1850 μ.) για την εξυπηρέτηση των χιονοδρόμων. Οι 10 καταπληκτικές πίστες που μπορούν να φιλοξενήσουν μέχρι και 4.000 σκιέρ, βρίσκονται σε υψόμετρο 1813 -2000 μ. και καλύπτουν τις ανάγκες κάθε χιονοδρόμου από τον αρχάριο μέχρι τον πιο έμπειρο.

Η χιονοδρομική περίοδος αρχίζει από το Δεκέμβριο και πολλές φορές μπορεί να κρατήσει μέχρι και το Μάιο αφού το χιόνι δύσκολα λιώνει σε αυτό το υψόμετρο. Το καλοκαίρι οι εγκαταστάσεις του κέντρου εξακολουθούν να λειτουργούν για να δώσουν στον επισκέπτη μίαν ακόμα ευκαιρία να περιδιαβεί τους ατελείωτους δρόμους που η φύση έχει χαράξει στο Βελούχι.

Αναβατήρες Χιονοδρομικού Κέντρου Καρπενησίου.

1. Συρόμενος αναβατήρας «**Baby Lift**» ο οποίος είναι κινητός για τις ανάγκες της σχολής ski με μήκος μεταβαλλόμενο από 100-200 μ. και υψομετρική διαφορά μέχρι 15 μ.

2. Συρόμενος αναβατήρας «**ΘΗΣΕΑΣ**» μήκους 540 μ. και με υψομετρική διαφορά 80 μ. που κατασκευάστηκε από την εταιρία «GRAFFER».

3. Συρόμενος αναβατήρας «**ΗΡΑΚΛΗΣ**» μήκους 800 μ. και με υψομετρική διαφορά 205 μ. που κατασκευάστηκε από την εταιρεία «MONTAZ MOUNTINO».

4. Εναέριος διθέσιος αναβατήρας «**ΤΑΚΗΣ ΦΛΕΓΚΑΣ**» που βρίσκεται στην τοποθεσία Πάρκινγκ Κτιρίου, με μήκος 376 μ. και υψομετρική διαφορά 52 μ. Κατασκευάστηκε από την εταιρεία «GRAFFER». Κατευθύνεται από το σαλέ ύπνου και φαγητού που υπάρχει εκεί, προς τις πίστες.

5. Εναέριος διθέσιος αναβατήρας «**ΑΝΕΜΟΣ I**» που βρίσκεται στην τοποθεσία ΑΝΕΜΟΣ I, με μήκος 889 μ. και υψομετρική διαφορά 183 μ. Κατασκευάστηκε από την εταιρεία «GRAFFER». Κατευθύνεται προς την κορυφή Άνεμος.

6. Εναέριος διθέσιος αναβατήρας «**ΑΝΕΜΟΣ II**» με ενδιάμεσο σταθμό, ο οποίος βρίσκεται στην περιοχή ΑΝΕΜΟΣ II, μήκους 757 μ. και υψομετρική διαφορά από το σταθμό κίνησης 61 μ. και από το σταθμό επιστροφής 78 μ. Κατασκευάστηκε από την εταιρεία «GRAFFER».

Κτιριακές εγκαταστάσεις (υψομ. 1.840 μ.)

- Σύγχρονο «ΣΑΛΕ» Α΄ κατηγορίας δυναμικότητας 50 κλινών.
- Δωμάτια κατάλληλα για ομάδες και αθλητές.
- Εστιατόριο και μπαρ κατηγορίας πολυτελείας.
- Κατάστημα πωλήσεως ειδών ski.
- Κατάστημα ενοικιάσεως σύγχρονου εξοπλισμού ski.

Μηχανολογικές εγκαταστάσεις.

- Έξι αναβατήρες, εκ των οποίων οι τρεις είναι συρόμενοι και οι άλλοι τρεις διθέσιοι εναέριοι με δυνατότητα εξυπηρέτησης 4.000 ατόμων ανά ώρα.
- Δέκα πίστες κυμαινόμενης υψομετρικής διαφοράς από 1.800 - 2.040 μ.
- Τρία μηχανήματα αποχιονισμού και δύο μηχανήματα διάστρωσης πιστών.

Άλλες λειτουργίες και πρόσθετες παροχές.

- Σύγχρονη σχολή ski με χρήση baby lift για την εκπαίδευση των χιονοδρόμων και προετοιμασία αθλητών όλων των επιπέδων.
- Μπαρ στις πίστες και πρώτες βοήθειες.
- Ασφάλιση χιονοδρόμων στην «**ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ**» για αστική ευθύνη.

Χιλιομετρικές αποστάσεις

- = Αθήνα - Καρπενήσι 284 χλμ.
- = Λαμία - Καρπενήσι 78 χλμ.
- = Αγρίνιο - Καρπενήσι 111 χλμ.
- = Θεσσαλονίκη - Καρπενήσι 368 χλμ.

Το πιο όμορφο Χιονοδρομικό κέντρο, στο πιο όμορφο βουνό το Βελούχι, στην πιο ζωντανή χειμερινή πόλη το Καρπενήσι, με φόντο τη μοναδική Ευρυτανική φύση...Η περιοχή είναι μια από τις πλέον οργανωμένες περιοχές και μπορεί να κερδίσει τον επισκέπτη και τις ευκαιρίες για διασκέδαση. Η διαμονή των επισκεπτών μπορεί να γίνει στο σαλέ του χιονοδρομικού κέντρου, στο Καρπενήσι αλλά και στο καταφύγιο του «Διαβολόβουνου».

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΟΛΥΜΠΟΥ - ΒΡΥΣΟΠΟΥΛΕΣ

ΟΛΥΜΠΟΣ

Η περική γη έχει το προνόμιο να εκτείνεται κάτω από τη σκιά του μυθικού Ολύμπου, που βρίσκεται στην καρδιά του ηπειρωτικού χώρου, στα όρια μεταξύ Μακεδονίας και της Θεσσαλίας. Είναι το ψηλότερο βουνό (2.917 μ.) της Ελλάδας και αποτελεί το σύμβολο του σύγχρονου Ευρωπαϊκού πολιτισμού.

Στις ανεμοδαρμένες, συννεφοσκέπαστες και γεμάτες μεγαλείο κορυφές του η φαντασία των αρχαίων Ελλήνων τοποθέτησε την κατοικία των δώδεκα Θεών της αρχαιότητας. Κάτω από τις κορυφές του έβαλε τις μούσες, που λατρεύονταν ως προστάτιδες των καλών τεχνών.

Το ιερό βουνό έχει μνημειακή όψη και είναι ένα σύμπλεγμα φυσικής ισορροπίας και αρμονίας. Το θέαμά του είναι ασύλληπτο σε μεγαλοπρέπεια, σε όγκο, σε μορφή. Στις ποικίλες πτυχώσεις του διαπλέκονται η αξεπέραστη φυσική ομορφιά και το μεγαλείο του μύθου. Το ύψος του όρους των θεών εκπέμπει αρχοντιά και υποβλητικότητα, θρησκευτικότητα και μυστικοπάθεια, λαμπρότητα (Όλυμπος σημαίνει φωτεινός, αστραφτερός) και αγνότητα τοπίου. Παράξενα συναισθήματα, ανάμικτα από δέος και θαυμασμό, καταλαμβάνουν τον επισκέπτη, όταν συνειδητοποιεί τη μηδαμινότητα του και την υποτυπώδη θέση της ανθρώπινης ύπαρξης στο άπειρο του σύμπαντος.

Το επιβλητικό αυτό γεωλογικό φαινόμενο, όπου στεγάζει το θεϊκό έργο της φύσης, έγκειται στο γεγονός της μοναδικότητας του ανάγλυφου, που παρουσιάζει συχνές και απότομες χαράδρες, φαράγγια και ρέματα. Οι κορυφές του ορθώνονται σε μεγάλο ύψος και σε μικρή απόσταση από τις ακτές (25 χλμ.) του Ολύμπου.

Ο Όλυμπος είναι παγκόσμια γνωστός για τα οικολογικά χαρακτηριστικά του και τη μοναδικότητα της φύσης του. Το 1938 κηρύχθηκε Εθνικός Δρυμός και το 1981 από την UNESCO διατηρητέο τμήμα της παγκόσμιας βίοςφαιρας, γεγονός που αποδεικνύει την ιδιαίτερη σημασία που έχει για τη ζωή της ανθρωπότητας. Η χλωρίδα και η πανίδα του παρουσιάζουν τεράστιο ενδιαφέρον, καθώς πολλά είδη του φυτικού και ζωικού βασιλείου τα συναντά κανείς μόνο στο ιερό βουνό. Ακόμη, το 1985 έχει κηρυχθεί «αρχαιολογικό και ιστορικός τόπος», αφού το φυσικό περιβάλλον

του βουνού συνδυάζεται με εκτεταμένα δείγματα ιστορικού - ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Είναι γνωστές από την αρχαιότητα οι πόλεις Πίμπλεια, Ηράκλειον, Πιερίς, Λείβηθρα...

Η ανάβαση στον Όλυμπο προσφέρει μοναδικές εμπειρίες και ανυψώνει τον ψυχικό κόσμο του ανθρώπου, καθώς αυτός προσεγγίζει άμεσα έναν υπέροχο, τραχύ και επιβλητικής ομορφιάς και μεγαλοπρέπειας τόπο. Η ανάβαση από την ανατολική πλευρά γίνεται από το Λιτόχωρο.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ

Στον Όλυμπο λοιπόν, στο βουνό των θεών, σπεύδουν οι βορειοελλαδίτες σκιέρ κυρίως για να χαρούν το άθλημα στη μοναδική πίστα που υπάρχει εκεί. Εδώ μπορεί να φτάσει κανείς σε υψόμετρα που όμοιά τους δεν υπάρχουν στα άλλα βουνά. Μέχρι και από τα 2.400 μ. μπορεί κανείς να γλιστρήσει προς τον κόσμο των θνητών, μόνο όμως με πολλή προσοχή. Η πίστα σε μερικά σημεία στεγνώνει λόγω συγκεκριμένων κλιματολογικών συνθηκών, και τα αποτελέσματα είναι δυσάρεστα.

Πρόκειται για μία μέτρια πίστα κατάβασης, μήκους 1.140 μ. και με υψομετρική διαφορά 320 μ., η οποία εξυπηρετείται με lift. Το μοναδικό ski lift που διαθέτει το χιονοδρομικό κέντρο είναι συρόμενο, μήκους 1.140 μέτρων και με δυνατότητα μεταφοράς 850 άτομα ανά ώρα.

Το χιονοδρομικό κέντρο βρίσκεται στην τοποθεσία Βρυσσοπούλες, απ' όπου πήρε και το όνομά του, σε υψόμετρο, όπως ήδη αναφέρθηκε, 1.800-2.400 μ. Βρίσκεται εντός των στρατιωτικών εγκαταστάσεων Κ.Ε.Α.Χ, από τις οποίες και διοικείται. Δεδομένου ότι βρίσκεται μέσα σε στρατιωτικές εγκαταστάσεις, οι αλλοδαποί χιονοδρόμοι που επιθυμούν να κάνουν ski σ' αυτό το χιονοδρομικό κέντρο, χρειάζονται ειδική άδεια, την οποία μπορούν να πάρουν από το 2^ο Ε.Γ. του ΓΕΣ/Δ.ΕΑ στον Χολαργό νομού Αττικής.

Σχολή εκμάθησης ski δεν υπάρχει, υπάρχει όμως κατάστημα για ενοικίαση εξοπλισμού καθώς και σαλέ για ύπνο.

Η διαμονή μπορεί να γίνει στο καταφύγιο που υπάρχει εκεί, αλλά και στην Ελασσόνα που απέχει 40 χλμ. από το χιονοδρομικό κέντρο και στο χωριό Ολυμπιάδα που απέχει 20 χλμ. από εκεί.

Είναι ίσως η γοητευτικότερη ελληνική πίστα, αλλά μόνο για λίγους που επιθυμούν να ελέγξουν τα όριά τους.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΝΑΟΥΣΑΣ ΤΡΙΑ - ΠΕΝΤΕ ΠΗΓΑΔΙΑ

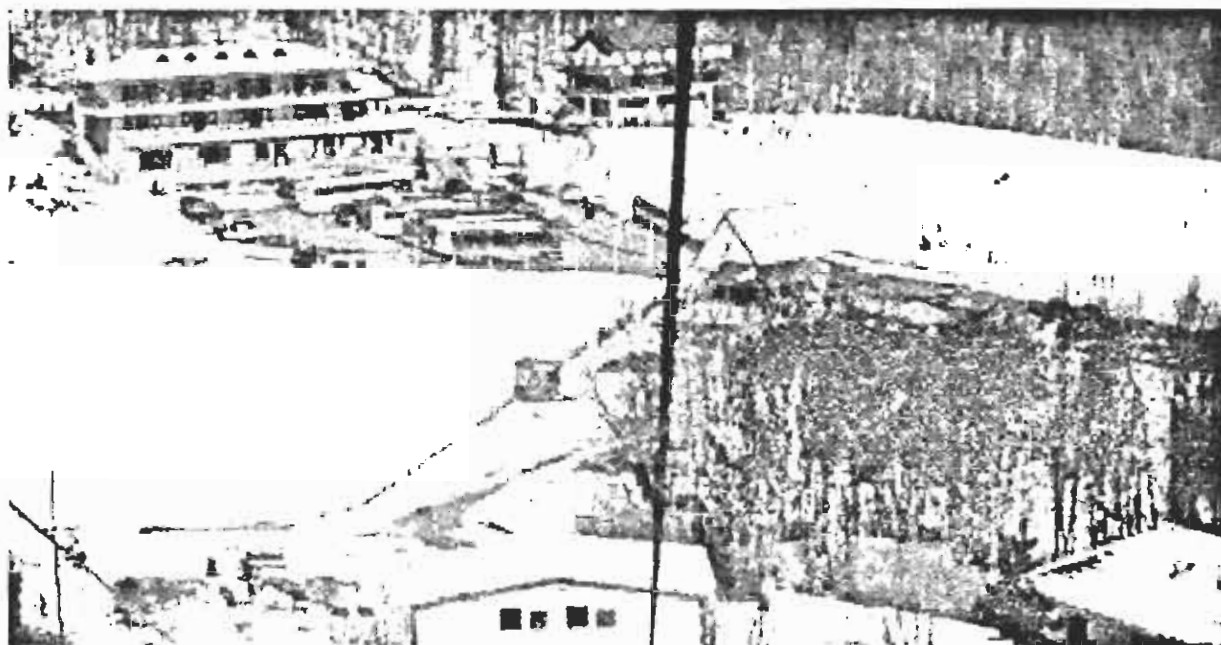
Το Χιονοδρομικό Κέντρο Τρία - Πέντε Πηγάδια βρίσκεται σε ένα οργιαστικό «αλπικό» περιβάλλον, μόλις 17 χλμ. από τη Νάουσα και 108 χλμ. από τη Θεσσαλονίκη. Η ύπαρξη σημαντικών υδάτινων πόρων που συντελούν στην οργιώδη δασική βλάστηση στην οποία κυριαρχούν δρυς, οξιές και καστανιές, το υψόμετρο και οι κλιματολογικές συνθήκες, μοιάζουν σε μεγάλο βαθμό με εκείνες των Άλπεων. Ανήκει στο Δήμο Νάουσας και βρίσκεται στη δυτική πλευρά του Βερμίου, σε υψόμετρο 1.430-2.005 μ. Είναι ένα από τα πιο μεγάλα και γνωστά χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας, το οποίο επισκέπτονται κυρίως βορειοελλαδίτες χιονοδρόμοι.

Η ομορφιά του τοπίου, είναι πραγματικά μοναδική. Η αρτιότητα στις πίστες κατάβασης και στους δρόμους αντοχής, είναι διεθνούς επιπέδου. Η πλήρως οργανωμένη σχολή σκί, με το έμπειρο ανθρώπινο δυναμικό (πτυχιούχοι δάσκαλοι, παλαιοί πρωταθλητές χιονοδρομίας) και το άφθονο υλικό ενοικίασης εξοπλισμού σκί, υπόσχονται ότι το καλύτερο. όπως ακριβώς και η τέλεια οργανωμένη ξενοδοχειακή μονάδα, η πρώτη σε αυτό το υψόμετρο, που προσφέρει όλες τις ανέσεις Θερμαινόμενη πισίνα, 2 σάουνες, γυμναστήριο κ.λπ.). Όλα αυτά αποτελούν πλεονεκτήματα μοναδικά, που έχουν φέρει το χιονοδρομικό κέντρο πρώτο στην προτίμηση των Ελλήνων χιονοδρόμων και όχι μόνο!

Γιατί, εκτός από την άρτια χιονοδρομική υποδομή, το κέντρο 3-5 Πηγάδια, αποτελεί το «Κέντρο των Τεσσάρων Εποχών»! Λειτουργεί όλο το χρόνο, προσφέροντας αξέχαστες συγκινήσεις όλες τις εποχές, χάρη στις μοναδικές κλιματολογικές του συνθήκες και στο εκπληκτικό περιβάλλον που βρίσκεται. Άλλωστε, δεν είναι καθόλου τυχαίο ότι κάθε χρόνο το προτιμούν για την άρτια προετοιμασία τους, οι μεγαλύτερες ελληνικές ομάδες ποδοσφαίρου, μπάσκετ κ.α., λόγω φυσικά λόγω του ιδανικού κλίματος της περιοχής.

Οι δρόμοι που οδηγούν στο Κέντρο είναι ασφαλτοστρωμένοι, ενώ υπάρχει πάρκινγκ χωρητικότητας 800 αυτοκινήτων. Διαθέτει καλές πίστες για τουριστική και αθλητική χιονοδρομία, πίστες δρόμων αντοχής, μονοπάτια πορείας, ορειβασίας και άριστη ποιότητα χιονιού. Υπάρχουν πίστες για αρχαίους, αλλά και πίστες μεγάλης δυσκολίας, καθώς και δρόμοι αντοχής, μήκους 3,5 και 10 χλμ. (η μεγαλύτερη στην

Χιονοδρομικό Κέντρο Τρία - Πέντε Πηγάδια Νάουσας



Ελλάδα, εγκεκριμένη για Διεθνείς Αγώνες) υψομετρικής διαφοράς 20 μ. για τον καθένα. Έτσι διακρίνουμε τις εξής πίστες καταβάσεως:

☞ 1^η πίστα αρχαρίων - παιδική, μήκους 200 μέτρων και υψομετρικής διαφοράς 20 μ.

☞ 2^η πίστα «Παράδεισος», μήκους 2.600 μέτρων και υψομετρικής διαφοράς 548 μ.

☞ 3^η πίστα «Αριστοτέλης» μήκους 1.800 μέτρων.

☞ 4^η πίστα «Φίλιππος» (ή «Μπαλκόνι»), μήκους 2.000 μέτρων και υψομετρικής διαφοράς 520 μ. η οποία χαρακτηρίζεται και ως διεθνής πίστα.

Όσον αφορά τους αναβατήρες (lifts) λειτουργούν πέντε, από τους οποίους ο ένας είναι εναέριος, οι δύο είναι συρόμενοι και υπάρχουν και δυο baby lifts. Πιο συγκεκριμένα γνωρίζουμε τα εξής:

☞ Ένας συρόμενος αναβατήρας μήκους 800 μέτρων και υψομετρικής διαφοράς 240 μ.

☞ Ένας συρόμενος αναβατήρας μήκους 200 μ. και υψομετρικής διαφοράς 20μ.

☞ Ένα baby lift μήκους 200 μ. και υψομετρικής διαφοράς 20 μ.

☞ Ένας εναέριος αναβατήρας μήκους 1.500 μ. και υψομετρικής διαφοράς 535μ. (ο μεγαλύτερος χιονοδρομικός αναβατήρας στην Ελλάδα)

Όσον αφορά τον τεχνικό εξοπλισμό, υπάρχουν 2 μηχανήματα διάστρωσης του χιονιού και εγκατάσταση τεχνητής χιόνωσης. Η χιονοδρομική περίοδος ξεκινά από την 1^η Δεκεμβρίου και διαρκεί μέχρι τις αρχές Απριλίου.

Και φυσικά, υπάρχει πλήρως εξοπλισμένο ιατρείο (σταθμός Α' βοηθειών), το οποίο παρέχει συνεχή ιατροφαρμακευτική περίθαλψη.

Εξάλλου υπάρχει ξενοδοχειακή μονάδα που ανήκει στη Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Βερμίου (Δ.Ε.Τ.Α.Β.), η οποία άρχισε να λειτουργεί το 1995. Διαθέτει 15 δίκλινα δωμάτια -με πανοραμική θέα- για τα οποία υπάρχει δυνατότητα

μετατροπής τους σε τρίκλινα ή τετράκλινα και τα οποία διαθέτουν όλα τηλεόραση και μπάνιο. Επίσης, διαθέτει πλήρως εξοπλισμένο, κλιματιζόμενο γυμναστήριο, δύο σάουνες, χώρους αποδυτηρίων, ντους με ζεστό ή κρύο νερό και εσωτερική θερμαινόμενη πισίνα. Το εστιατόριο self-service, μπορεί να εξυπηρετήσει άνετα πελάτες και επισκέπτες, ενώ το όμορφο καφέ μπαρ αποτελεί σημείο συνάντησης και διασκέδασης. Το ξενοδοχείο αυτό μπορεί άνετα να αποτελέσει πρότυπο χειμερινού καταλύματος σε περιοχή χιονοδρομικού κέντρου ώστε να δημιουργηθούν παρόμοια και στα υπόλοιπα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας.

Ταυτόχρονα με το ξενοδοχείο, υπάρχει και πλήρως οργανωμένος ξενώνας, ο οποίος διαθέτει 76 κλίνες σε τετράκλινες και εξάκλινες κουκέτες. Τα μισά δωμάτια διαθέτουν W.C. και ντους. Επίσης υπάρχει αίθουσα καφετέριας, σαλόνι και τζάκι. Οι χώροι διανυκτέρευσης και εστίασης της περιοχής, λειτουργούν όλο το χρόνο.

Άλλοι χώροι

- Ηλεκτροδοτούμενος χώρος για 60 τροχόσπιτα.
- Σχολή ski και ενοικίασης εξοπλισμού,
- Γήπεδο ποδοσφαίρου κανονικών διαστάσεων, με χλοοτάπητα.
- Διαδρομές τζόκινγκ και για ποδήλατο βουνού.

Στα μελλοντικά σχέδια ανάπτυξης του χιονοδρομικού κέντρου ανήκουν ένας υπό εγκατάσταση συρόμενος αναβατήρας και μία υπό διάνοιξη νέα πίστα.

Τέλος, πέρα των εγκαταστάσεων που υπάρχουν στο χιονοδρομικό, η διαμονή μπορεί να γίνει ακόμη στη Νάουσα αλλά κυρίως στο Κάτω Βέρμιο, ένα μικρό χωριό αλλά κέντρο της περιοχής σε απόσταση 20 χλμ. από τη Βέροια. Από εδώ ξεκινούν οι χιονοδρόμοι για τις πίστες ανηφορίζοντας τις πανέμορφες πλαγιές του Βερμίου, όπου κατά τη μυθολογία σ' αυτές ζούσε η Σεμέλη, η μητέρα του θεού Διονύσου.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ ΒΕΡΝΟ - ΒΙΤΣΙ.

Λίγες είναι οι ελληνικές πόλεις που διαθέτουν όχι μόνο την ιδιαιτερότητα αλλά και τη γοητεία της Καστοριάς. Γοητεία και ομορφιά που αφορά τόσο την αρχιτεκτονική όψη όσο και τα φυσικά κάλλη της πλανεύτρας πόλης της λίμνης. Λίγα χιλιόμετρα πιο πάνω, στο δρόμο προς Μεταμόρφωση, φτάνει κανείς στο χιονοδρομικό κέντρο της περιοχής.

Βρίσκεται στο βουνό Βίτσι σε υψόμετρο 1.610-1.875 μ., στην περιοχή Οξυιάς και απέχει από την Καστοριά 22 χλμ.

Διαθέτει έναν αναβατήρα (συρόμενο πιατάκι) μήκους 1.000 μ. με μέγιστη δυνατότητα εξυπηρέτησης 850 άτομα ανά ώρα, καθώς επίσης και ένα baby lift μήκους 150 μ.

Οι τρεις πίστες του χιονοδρομικού κέντρου είναι χαραγμένες μέσα σε πυκνό δάσος, έχουν κοινή αφετηρία και εξυπηρετούνται με το ίδιο lift. Πιο συγκεκριμένα:

- ➔ 1^η πίστα είναι η Κεντρική, μήκους 1.000 μ.
- ➔ 2^η πίστα είναι η πλευρική ΒΑ, μήκους 2.500 μ.
- ➔ 3^η πίστα Πλευρική ΒΔ, μήκους 1.300 μ.

Τέλος, στην περιοχή του χιονοδρομικού υπάρχει σαλέ το οποίο διαθέτει εστιατόριο και καφετέρια μπαρ.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΣΕΡΡΩΝ - ΛΑΪΛΙΑΣ

Το δάσος του Λαϊλιά, ψηλά στην οροσειρά της Βροντούς, από πλευράς φυσικών καλλονών έχει έντονη αισθητική παρουσία και φυτοκοινωνιολογική σημασία. Είναι ένα ψηλό δάσος οξυάς και δασικής πεύκης με έκταση 33.000 στρεμμάτων, ένας μοναδικός παράδεισος κοντά στην πόλη των Σερρών (25 χλμ.), συνδεδεμένος με χίλιες παραδόσεις και ιστορίες.

Ορεινό σύμπλεγμα, με ψηλότερη κορυφή τα 1.850 μ. (Αλή-Μπαμπάς), με δασοκάλυψη 83% και με οδικό δίκτυο 110 χλμ.

Αποτελεί ένα σπάνιο παράδειγμα αρμονίας ανάμεσα στο άγριο τοπίο και τη θαυμαστή ομορφιά της φύσης.

Τα πανύψηλα δέντρα, οι απότομες χαράδρες, οι απόκρημνοι και τεράστιοι βράχοι και γενικά η μαγευτική τοποθεσία σαγηνεύουν πραγματικά τους λάτρεις του βουνού και της υπαίθρου. Το χειμώνα το δάσος περιβάλλεται με πραγματικό αλπικό μεγαλείο, καθώς καλύπτεται με παχύ στρώμα χιονιού. Στην κορυφή «Αλή Μπαμπάς» υπάρχει μια δροσερή πηγή με εξαιρετικό νερό, το οποίο χρησιμοποιούσαν παλιότερα για την κατασκευή των περίφημων «Ακανέδων» (λουκούμια), που και σήμερα αποτελούν παραδοσιακό τοπικό γλύκισμα των Σερρών. Η περιοχή, λόγω εξαιρετικών καιρικών συνθηκών, προσφέρεται για όλες τις εποχές του έτους για περιπάτους, πικ-νικ, αθλητισμό, ορειβασία, ενώ ιδιαίτερα το χειμώνα προσφέρεται και για χειμερινά σπορ (ski) στις χιονοδρομικές πίστες που διαθέτει. Τα διεθνή περιπατητικά μονοπάτια Ε4 και Ε6 διέρχονται από τον Λαϊλιά, για να συνεχίσουν από εκεί και πέρα τη διαδρομή τους.

Χιονοδρομικό κέντρο

Στη Βόρεια πλευρά του Αλή Μπαμπά, μέσα σε δάσος από οξυές και πεύκα, σε υψόμετρο 1.600 μ. βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο του Λαϊλιά, δημιούργημα του ελληνικού ορειβατικού συλλόγου (ΕΟΣ) Σερρών. Απέχει από την πόλη των Σερρών 27 χλμ. και ο δρόμος που το συνδέει με την πόλη είναι ασφαλτοστρωμένος και εκχιονίζεται καθημερινά στις περιόδους των χιονοπτώσεων. Διαθέτει μία βασική χιονοδρομική πίστα μήκους 1.000 μ. και πλάτους 60 μ. η οποία εξυπηρετείται από ένα συρόμενο χιονοδρομικό αναβατήρα μήκους 850 μέτρων, που μπορεί να

μεταφέρει 700 άτομα ανά ώρα. Τελευταία, έγινε επέκταση του αναβατήρα αυτού κατά άλλα 200 μ. ώστε να φτάνει μέχρι την κορυφή του βουνού (υψόμετρο 1.850 μ.).

Υπάρχει ένας ακόμη μικρός συρόμενος αναβατήρας (baby lift), μήκους 200 μ. για αρχάριους. Στην Αφετηρία της πίστας γίνονται ενοικιάσεις σύνεργων του ski για τους μη οργανωμένους ερασιτέχνες. Για τους αρχάριους, λειτουργούν στο χιονοδρομικό κέντρο ιδιωτικές σχολές εκμάθησης της τεχνικής του ski στις οποίες διδάσκουν έμπειροι καθηγητές. Με φωτισμό που έχει τοποθετηθεί στην πίστα προσφέρεται αυτή και για νυχτερινό ski. Η θέα των σκιέρ, στη φωτιζόμενη πίστα, μέσα στο δάσος οξυάς και ελάτου είναι φαντασμαγορική. Στο τέρμα της χιονοδρομικής πίστας υπάρχει και λειτουργεί ένα ωραιότατο σύγχρονο χιονοδρομικό περίπτερο - ΣΑΛΕ - με εστιατόριο, αναψυκτήριο και κοιτώνες που διαθέτουν κεντρική θέρμανση.

Στο χιονοδρομικό κέντρο του Λαϊλιά πραγματοποιούνται κάθε χρόνο αγώνες καταβάσεων και δρόμου αντοχής, Πανελλήνιοι, Περιφερειακά Πρωταθλήματα, Τοπικοί και άλλοι χιονοδρομικοί διεθνείς αγώνες. Το χιονοδρομικό κέντρο λειτουργεί κάθε Παρασκευή, Σαββάτο, Κυριακή και όλες τις αργίες. Είναι από τα πιο αξιόλογα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας, το οποίο κάθε Σαββατοκύριακο, συγκεντρώνει πάρα πολλούς λάτρεις του ski τόσο ερασιτέχνες όσο και αθλητές, όχι μόνο Σερραίους αλλά και από όμορους νομούς, κυρίως της Θεσσαλονίκης.

Χαρακτηρίζεται από πολύ καλή χιόνωση, που διαρκεί 31/2 με 4 μήνες (τέλος Νοεμβρίου με μέσα Μαρτίου), η οποία σε συνδυασμό με την πολύ καλή κατάσταση των πιστών και την κατάφυτη περιοχή στην οποία βρίσκονται, δημιουργεί άριστες προϋποθέσεις προσέλκυσης του κόσμου. Αυτό ενισχύεται, από την εύκολη πρόσβαση λόγω του πολύ καλού, βατού και σύντομου οδικού δικτύου. Η μαζική εξυπηρέτηση διανυκτερεύσεων, αν εξαιρέσουμε τους λίγους κοιτώνες του Σαλέ, που εξυπηρετεί κυρίως αθλητές, και τις λίγες κλίνες για 80 άτομα του ορειβατικού καταφυγίου του ΕΟΣ, το οποίο είναι κτίριο τριώροφο, σε άριστη κατάσταση με κεντρική θέρμανση, γίνεται από τα ξενοδοχεία της πόλης των Σερρών. Για τη φιλοξενία στο καταφύγιο απαιτείται προσυνηννόηση με τον ΕΟΣ. Το καταφύγιο απέχει από την πίστα περίπου 3 χλμ. Υπάρχουν μεγαλόπνοα σχέδια για ξενοδοχειακή υποδομή, αθλητικές εγκαταστάσεις, χώρους αναψυχής, κατασκευή

νέων πιστών, δρόμων αντοχής κ.λπ. ώστε ο Λαϊλιάς να καταστεί ένα από τα πιο σύγχρονα Αθλητικά Κέντρα, εφάμιλλο αυτών της Ευρώπης. Έργα μεγάλα, που όμως δεν θα αργήσουν να υλοποιηθούν, αρκεί να δοθεί η προτεραιότητα.

Οι Σερραίοι τρέφουν μια παραδοσιακή λατρεία για το δάσος του Λαϊλιά, το φυλάνε σαν κόρη οφθαλμού, και το χαίρονται όλες τις εποχές του έτους, γιατί είναι κοντινό, πολύτιμο και πάντοτε πανέμορφο. Είναι ευαίσθητοι σε οποιαδήποτε επέμβαση που θα μπορούσε να τραυματίσει αυτόν τον μοναδικό σε τελειότητα πνεύμονα πρασίνου που υπάρχει στο Νομό.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΓΡΕΒΕΝΩΝ - ΒΑΣΙΛΙΤΣΑ

Η Πίνδος είναι η μεγαλύτερη οροσειρά της Ελλάδας και σχηματίζει το σκελετό της ηπειρωτικής χώρας. Στο βορειότερο τμήμα της, γνωστό ως Βόρεια Πίνδος, έχει διατηρηθεί το μεγαλύτερο κομμάτι ανέπαφης φύσης της πατρίδας μας.

Το δυτικό κομμάτι του Ν. Γρεβενών, περιλαμβάνει ένα μεγάλο μέρος της Βόρειας Πίνδου, και πιο συγκεκριμένα τα εξής τέσσερα ορεινά συγκροτήματα: το Σμόλικα (2.637 μ.), τη Βασιλίτσα (2.241 μ.), το Λύγκο (2.177 μ.) όπου βρίσκεται και ο Εθνικός Δρυμός Πίνδου (Βάλια Κάλντα) και το Ζυγό (1.820 μ.). Το δυτικό όριο του νομού σχηματίζεται από τον Αώο ποταμό, που χωρίζει τα βουνά μας από αυτά του Ζαγορίου (Φλάμπουρο και Γκαμήλα).

Στην καρδιά λοιπόν του ορεινού συγκροτήματος της Πίνδου και σε απόσταση 45 χλμ. από τα Γρεβενά βρίσκεται το ΕΧΚ «Βασιλίτσα». Πέρα από τις ατελείωτες πίστες, τη μεγάλη διάρκεια χιονοπτώσεων και την καλή ποιότητα χιονιού η Βασιλίτσα είναι ένα πανέμορφο χωματοβούνι με διάσπαρτα πεύκα και οξυές. Η πανέμορφη θέα από τις κορυφές του βουνού είναι ανεπανάληπτη. Έτσι, η Βασιλίτσα είναι ένα βουνό στο οποίο η πρόσβαση είναι εύκολη για όλους (χιονοδρόμους, ορειβάτες τουρίστες κ.λπ.).

Σε μικρή απόσταση από το χιονοδρομικό κέντρο υπάρχουν γραφικότατα ορεινά χωριά όπως η Σμίξη, οι Φιλιππαιοί, η Αλατόπετρα, το Πολυνέρι, η Λάβδα, το Πανόραμα και η Σαμαρίνα τα οποία μπορούν να παράσχουν φιλοξενία σε κάθε ενδιαφερόμενο.

Το Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας Γρεβενών ξεκίνησε τη λειτουργία του το 1975 με την ίδρυση του «Χιονοδρομικού - Ορειβατικού Συλλόγου Γρεβενών», οποίος σήμερα αριθμεί πάνω από 600 μέλη. Είναι μέλος της ΕΟΧ - ΕΟΟΣ -ΟΚΛΕ. Ο σύλλογος αυτός είχε την ιδέα της τουριστικής ανάπτυξης του Ν. Γρεβενών και με τη συνδρομή της πολιτείας ξεκίνησε την υλοποίηση του Εθνικού Χιονοδρομικού Κέντρου «Βασιλίτσα». Από το 1991 το χιονοδρομικό ανήκει στην Γενική Γραμματεία Αθλητισμού και διοικείται από Επιτροπή Διοίκησης που η θητεία της ανανεώνεται κάθε δύο χρόνια.

Το Ε.Χ.Κ.Β. έχει σήμερα αξιόλογη αθλητική και τουριστική υποδομή. Συγκεκριμένα από τις αρχές του 1980 τοποθετείται ο πρώτος συρόμενος αναβατήρας. Το μήκος του είναι 1.000 περίπου μ. και η υψομετρική διαφορά 236 μ. (1.736-2.012 μ.) ενώ η μεταφορική του ικανότητα 600 άτομα ανά ώρα. Εξυπηρετεί δε 2 πίστες εκατέρωθεν αυτού συνολικού μήκους 2.200 μέτρα.

Από το 1993 το χιονοδρομικό κέντρο Βασιλίτσας διαθέτει 2 νέους αναβατήρες και συγκεκριμένα:

1. Έναν τριθέσιο εναέριο αναβατήρα μήκους 991,4 μέτρων, υψομετρικής διαφοράς 184 μ. (1.646-1830 μ.), μεταφορικής ικανότητας 1.800 σκιέρ ανά ώρα το χειμώνα και 1.060 επισκεπτών το καλοκαίρι, με τη βοήθεια 150 τριθέσιων καθισμάτων (Λισιόρο-Γαλανή).

2. Έναν διθέσιο εναέριο αναβατήρα μήκους 845,6 μέτρων, υψομετρικής διαφοράς 316 μ. (1.801-2.115 μ.), μεταφορικής ικανότητας 1.400 σκιέρ ανά ώρα το χειμώνα και 950 επισκεπτών το καλοκαίρι, με τη βοήθεια 161 διθέσιων καθισμάτων. Αυτός αποτελεί συνέχεια του προηγούμενου και τερματίζει στην κορυφή της Βασιλίτσας από Βόρεια.

— Οι δυο συρόμενοι αναβατήρες, σε συνδυασμό με τον συρόμενο αναβατήρα, θα εξυπηρετούν συνολικά 12 χιονοδρομικές πίστες. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι δύο συνεχόμενες πίστες (Λίμνες και Δρόμος) δίνουν μια πίστα αρχαρίων συνολικού μήκους 3.860 μ. και υψομετρικής διαφοράς 469 μ. (2.115-1.646 μ.) που είναι -αυτή τη στιγμή τουλάχιστον- η μεγαλύτερη πίστα αρχαρίων στην Ελλάδα.

3. Ένα baby lift μήκους 250 μ. (ιδιοκτησίας του συλλόγου).

Το χιονοδρομικό κέντρο Βασιλίτσας απέχει όπως είπαμε από τα Γρεβενά περίπου 45 χλμ. ασφάλτινου δρόμου, που περνά μέσα από τα μαγευτικά τοπία της Πίνδου.

Στη γύρω περιοχή, τους επισκέπτες εξυπηρετούν περίπου 200 ενοικιαζόμενα δωμάτια, εστιατόρια, ψησταριές με τις ντόπιες σπεσιαλιτέ, και χώροι αναψυχής και βραδινής διασκέδασης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8**ΠΙΣΤΕΣ**

ΟΝΟΜΑΣΙΑ	ΜΗΚΟΣ	ΥΨΟΜ. ΔΙΑΦΟΡΑ	ΔΥΣΚΟΛΙΑ
ΛΙΣΩΡΟ	1.110 μ.	185 μ.	μέση / εύκολη
ΣΤΡΟΥΓΚΑ	1.087 μ.	185 μ.	μέση
ΔΡΟΜΟΣ	2.037	185 μ.	εύκολη
ΠΙΣΤΕΣ ΕΝΑΕΡΙΟΥ ΑΝΑΒΑΤΗΡΑ ΒΑΣΙΛΙΤΣΑΣ			
ΛΙΜΝΕΣ	1.824 μ.	304 μ.	μέση (εύκολη)
ΑΘΛΗΤΙΚΗ 1	1.148 μ.	304 μ.	εύκολη
ΑΘΛΗΤΙΚΗ 2	980 μ.	304 μ.	εύκολη
ΠΗΓΕΣ	1.140 μ.	304 μ.	μέση
ΚΑΤΑΦΥΓΙΟ chalet	1.360 μ.	340 μ.	μέση
ΠΙΣΤΕΣ ΣΥΡΟΜΜΕΝΟΥ ΑΝΑΒΑΤΗΡΑ ΔΙΑΣΕΛΟ (δια μέσου Βασιλίτσας)			
ΔΙΣΤΡΑΤΟ	936 μ.	228 μ.	μέση
ΔΙΑΣΕΛΟ	941 μ.	228 μ.	μέση
ΣΥΝΘΕΤΙΚΗ (για Βασιλίτσα)	760 μ.	208 μ.	μέση
ΔΑΣΟΣ (για Γαλανή)	1.959 μ.	365 μ.	μέση

Το κέντρο διαθέτει ακόμη σαλέ ημέρας στο διάσελο Βασιλίτσας - Γουμάρας δυναμικότητας 35 κλινών με εστιατόριο και μπαρ. Επιπλέον, ορειβατικά - χιονοδρομικά καταφύγια (ιδιοκτησίας συλλόγου) στη Γουμάρα (υψομ. 1.820 μ.) δυναμικότητας 70 κλινών με οργανωμένη κουζίνα και βοηθητικούς χώρους.

ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

1. Σαλέ στην αφετηρία της τριθέσιας καρέκλας, δυναμικότητας 50 κλινών με bar, εστιατόριο και καταστήματα.
2. Συρόμενο lift το οποίο θα συνδέει την αφετηρία της διθέσιας καρέκλας, με το τέρμα του συρόμενου.
3. Συρόμενα lift προς «Μπαλντούμα» και Σαμαρίνα τα οποία θα συνδέουν την περιοχή «Σταυρούς» με τη Βασιλίτσα.
4. Κέντρο Προετοιμασίας Αθλητών στη θέση «Ανίτσα» Φιλιππαίων με γήπεδα, Αθλητικούς χώρους και ξενοδοχείο Δυναμικότητας 60 κλινών.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΜΕΤΣΟΒΟΥ - ΠΡΟΦΗΤΗΣ ΗΛΙΑ

Γκρίζα πέτρα ξύλινα χαγιάτια, κόκκινα γεράνια, ιστορία, πολιτισμός, οργάνωση, λιχουδιές, μαύρο κρασί, γλέντι και κλαρίνα και πίπιζες. Είναι το Μέτσοβο, που αναπτύσσεται τουριστικά χρόνο με το χρόνο. Αλλά Δε ξεπουλιέται. Έχει γνώση του κάλους και της ιστορίας του. Μας φιλοξενεί με αξιοπρέπεια ελληνική και μας επιβάλλει να σεβαστούμε τον τρόπο ζωής των ανθρώπων του, τη φύση και τις παραδόσεις του.

Λίγο πιο πάνω 4 χλμ. από το Μέτσοβο και ανηφορίζοντας τις χιονισμένες βουνοπλαγιές της Πίνδου, βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο Μετσόβου «Προφήτης Ηλίας», στο 6ο χλμ. Εθνικής Οδού Ιωαννίνων - Τρικάλων και σε υψόμετρο 1.400-1.630 μ.

Το χιονοδρομικό κέντρο διαθέτει τρία συρόμενα lift (πιάτο) μήκους 700 μ., 300 μ. και 150 μ. αντίστοιχα. Συνολικά και τα τρία lift έχουν δυνατότητα μεταφοράς 900 ατόμων ανά ώρα.

Όσον αφορά τις πίστες καταβάσεως, το κέντρο διαθέτει τις παρακάτω:

↪ Τρεις πίστες μήκους 800 μ., 1.200 μ. και 1.500 μ. που εξυπηρετούνται με το lift μήκους 700 μ. (υψομ. 1.400-1.450 μ.).

↪ Μία πίστα 400 μ. που εξυπηρετείται με το lift των 300 μ. (υψομ. 1.400-1.480 μ.).

↪ Μία πίστα 200 μ. που εξυπηρετείται με το lift των 150 μ. (1.400-1.450 μ.).

Οι τρεις πρώτες πίστες συνιστώνται για προχωρημένους σκιέρ ενώ οι δύο τελευταίες για αρχάριους. Εξάλλου, υπάρχει χαραγμένη πίστα ανώμαλου δρόμου 8 χλμ., η οποία βρίσκεται κατά το ήμισυ μέσα σε δάσος και υπάρχει δυνατότητα επέκτασης της διαδρομής.

Από άποψη τεχνικής υποδομής και μηχανολογικού εξοπλισμού, το κέντρο διαθέτει εγκατάσταση παραγωγής τεχνητού χιονιού (υδραυλική εγκατάσταση και

εκτοξευτές χιονιού) για τη συντήρηση της πίστας. Επιπλέον διαθέτει 2 χιονοστρωτήρες 250 HP.

Στην αφετηρία του χιονοδρομικού κέντρου ιδιωτικές επιχειρήσεις διαθέτουν προς ενοικίαση, πλήρη εξοπλισμό χιονοδρόμου καθώς και έλκηθρα, μηχανές χιονιού κ.λπ. Επιπλέον, δίπλα στο χιονοδρομικό κέντρο υπάρχει εστιατόριο, ταβέρνα, καφέ μπαρ 200 ατόμων. Τέλος, στο Μέτσοβο υπάρχουν επίσης πολλά εστιατόρια και παραδοσιακές ταβέρνες καθώς επίσης και 15 ξενοδοχεία και πολλά επιπλωμένα δωμάτια συνολικής χωρητικότητας 1.500 ατόμων.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΜΕΤΣΟΒΟΥ - ΚΑΡΑΚΟΛΙ

Το συγκεκριμένο χιονοδρομικό κέντρο απέχει 2 χλμ. από το Μέτσοβο και βρίσκεται στο 56^ο χλμ. Εθνικής Οδού Ιωαννίνων - Τρικάλων, στην τοποθεσία Καρακόλι και σε υψόμετρο 1.300-1.530 μ.

Πρόκειται για ένα ιδιόκτητο χιονοδρομικό κέντρο, το οποίο ανήκει στο Ίδρυμα Βαρόνου Μιχ. Τσιτίσα και διοικείται από αυτό.

Διαθέτει έναν εναέριο αναβατήρα με 82 καθίσματα (καρέκλα), μήκους 800 μ., υψομετρικής διαφοράς 100 μ. και δυναμικότητας 350 ατόμων ανά ώρα. Ο αναβατήρας αυτός εξυπηρετεί τις δύο πίστες καταβάσεως που υπάρχουν στο χιονοδρομικό κέντρο, μία μέτριας δυσκολίας μήκους 1.000 μ. και μία εύκολη 1.300 μ.

Από τεχνικό εξοπλισμό διαθέτει έναν χιονοστρωτήρα 80HP και εγκατάσταση τεχνητού χιονιού για συντήρηση των πιστών.

Στην αφετηρία του χιονοδρομικού υπάρχει κατάστημα ενοικίασης εξοπλισμού καθώς και σαλέ φαγητού και ύπνου με εστιατόριο, ταβέρνα και καφέ μπαρ 120 ατόμων.

ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΜΕΤΣΒΟ. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ.

◆ ski στα δύο χιονοδρομικά κέντρα «Προφήτη Ηλία» και Καρακόλι».

◆ Διαδρομές με ski ανώμαλου δρόμου, ορειβατικό ski ή χρήση μηχανών χιονιού στο οροπέδιο «Προφήτης Ηλίας» ή γύρω από τη Λίμνη Πηγών Αώου, η οποία απέχει από το χιονοδρομικό κέντρο «Προφήτης Ηλίας» 8 χλμ. και είναι ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς.

◆ Πεζοπορία (όταν οι καιρικές συνθήκες το επιτρέπουν) από τη Λίμνη Πηγών Αώου (1.350 μ.) μέχρι το όρος Μαυροβούνι (2.200 μ.), που βρίσκεται στα όρια του Εθνικού Δρυμού Βάλια Κάλντα. Στο σημείο αυτό υπάρχει και ορειβατικό καταφύγιο 30 ατόμων.

◆ Διαδρομές στα Ζαγοροχώρια και στον Εθνικό Δρυμό Βάλια Κάλντα με αυτοκίνητα 4Χ4.

Εντός του έτους 1997, ο Δήμος Μετσόβου προβλέπει την κατασκευή αθλητικού συγκροτήματος που θα διαθέτει ανοιχτό παγοδρόμιο (20Χ30 μ.) και κλειστό κολυμβητήριο (8Χ25 μ.). Οι εγκαταστάσεις πρόκειται να κατασκευαστούν δίπλα στο χιονοδρομικό κέντρο «Καρακόλι».

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΦΛΩΡΙΝΑΣ - ΠΙΣΟΔΕΡΙ

Σαράντα χιλιόμετρα από την Καστοριά και 18 χλμ. από τη Φλώρινα, στις πλαγιές του όρους Βέρνο ή Βίτσι (της οροσειράς Βαρνούς), βρίσκεται το Χιονοδρομικό Κέντρο Πισοδερίου, σε υψόμετρο 1.600-1.950 μ., στην τοποθεσία Βίγλα.

Το κέντρο διαθέτει τρεις πίστες καταβάσεων που φτάνουν σε κλίση 10-70%. Πιο συγκεκριμένα υπάρχουν: α) πίστα μήκους 1.500 μ. β) πίστα μήκους 2.000 μ. και γ) πίστα μήκους 2.500 μ. καθώς επίσης και μία πίστα αντοχής μήκους 5.000 μ.

Όσον αφορά τους αναβατήρες διαθέτει τρεις, δύο συρόμενους και έναν εναέριοι οι οποίοι λειτουργούν μόνο τα Σαββατοκύριακα και τις αργίες και έχουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

☞ Συρόμενος αναβατήρας μήκους 800 μ. και δυναμικότητας 600 άτομα ανά ώρα.

☞ Συρόμενος αναβατήρας μήκους 300 μ. και δυναμικότητας 300 άτομα ανά ώρα.

☞ Εναέριος διθέσιος αναβατήρας μήκους 1.400 μ.

Στην περιοχή του χιονοδρομικού κέντρου υπάρχει καταφύγιο, το οποίο διαθέτει εξυπηρετήσεις για τη διαμονή 70 ατόμων. Υπάρχει επίσης σύγχρονο σαλέ φαγητού και ύπνου με σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις, σχολή ski, κατάστημα ενοικιάσεως εξοπλισμού καθώς και πάρκινγκ αυτοκινήτων.

Μελλοντικά σχέδια ανάπτυξης περιλαμβάνουν την κατασκευή οδοντωτού σιδηροδρόμου προκειμένου να αξιοποιηθεί ο ορεινός όγκος του Νυμφαίου και επέκταση των αθλητικών εγκαταστάσεων στο χιονοδρομικό.

Η διαμονή μπορεί να γίνει στο ορεινό χωριό Πισοδέρι (απ' όπου και το όνομα του χιονοδρομικού κέντρου) 3χλμ από το χιονοδρομικό, όπου υπάρχει ξενώνας ή Στη Φλώρινα.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΒΑΛΑΣ - ΠΑΓΓΑΙΟ

Ο ορεινός όγκος του Παγγαίου βρίσκεται μεταξύ των ποταμών Στρυμόνα και Νέστου. Το όρος Παγγαίο κατά τη μυθολογία είναι κατάφυτο από οξυές, βελανιδιές, έλατα, πεύκα.

Κατά τη μυθολογία, στο Παγγαίο κατασπαράχθηκε από τις μαινάδες ο Ορφέας και σε κάποια κορυφή του ήταν το μαντείο του Διονύσου. Στους ιστορικούς χρόνους, ο Φίλιππος ο Β', εξόρυξε το χρυσάφι που χρειαζόταν για τις δαπανηρές εκστρατείες του.

Στο Παγγαίο υπάρχουν 2 καταφύγια του Συλλόγου Χιονοδρομίας - Ορειβασίας Καβάλας, ενός από τους παλαιότερους συλλόγους στη χώρα μας (έτος ίδρυσης 1933).

Το παλαιότερο καταφύγιο είναι το «Αργύρης Πεταλούδας» σε υψόμετρο 1.150 μ. με δυνατότητα υποδοχής 20 ατόμων, ενώ το καταφύγιο «Χατζηγεωργίου» δυναμικότητας 70 κρεβατιών βρίσκεται σε υψόμετρο 1.750 μ.

Η ανάβαση στο βουνό μπορεί να γίνει είτε από τον αμαξιτό δρόμο, είτε από πανέμορφης διαδρομής μονοπάτια που ξεκινούν από τις κοινότητες Αυλής, Μεσορώπης, Νικήσιανης, ανάλογα με το βαθμό δυσκολίας που επιθυμούν οι ορειβάτες.

Στο Παγγαίο λοιπόν, στην τοποθεσία «Κοιλάδα του Ορφέα» κοντά στο καταφύγιο «Χατζηγεωργίου», βρίσκεται το ομώνυμο Χιονοδρομικό Κέντρο. Απέχει 44 χλμ. από την Καβάλα και 25 χλμ. από την Ελευθερούπολη και βρίσκεται σε υψόμετρο 1.750 μ. Διαθέτει μία πίστα καταβάσεων μήκους 400 μ. και υψομετρικής διαφοράς 90 μ. Επιπλέον, διαθέτει 1 συρόμενο αναβατήρα μήκους 300 μ. και χωρητικότητας 50 ατόμων ανά ώρα.

Τέλος, στο χιονοδρομικό κέντρο υπάρχει σαλέ φαγητού και ύπνου ενώ στη γύρω περιοχή, υπάρχει καταφύγιο χωρητικότητας 75 ατόμων με τζάκι και θερμοσυσσωρευτές.

Μελλοντικά, στην Κοιλάδα του Ορφέα προβλέπεται η κατασκευή σύγχρονου αθλητικού προπονητικού κέντρου.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΔΡΑΜΑΣ - ΦΑΛΑΚΡΟ

Το Φαλακρό, που οι ντόπιοι ονομάζουν «Βουνό των λουλουδιών», είναι βουνό με πολλές φυσικές ομορφίες, χιονοδρομικές πίστες για τους φίλους των χειμερινών σπορ και 4 καλά εξοπλισμένα καταφύγια στις θέσεις Μαρτίσεβα, Κουρί, Χορός και Άγιο Πνεύμα, για τους φίλους της ορειβασίας.

Στη θέση Άγιο Πνεύμα υπάρχει και το ομώνυμο καταφύγιο, σε απόσταση 42 χλμ. από την Δράμα και σε υψόμετρο 1.720 μ. Το καταφύγιο είναι χωρητικότητας 72 ατόμων, έχει καλοριφέρ και τζάκι, καθώς επίσης και κεντρικό δίκτυο υδροδότησης και κουζίνα. Λειτουργεί σαν ξενοδοχειακή μονάδα, ενώ το χειμώνα λειτουργεί σαν χιονοδρομικό κέντρο.

Στις εγκαταστάσεις λοιπόν του καταφύγιου λειτουργεί και το χιονοδρομικό κέντρο του Φαλακρού. Το κέντρο διαθέτει 3 πίστες καταβάσεως (δύο των 1.000 μ. μήκους και υψομετρικής διαφοράς 280 μ. και μία πίστα των 2.000 μ.) και μία πίστα αντοχής μήκους 5.000 μ. (η οποία με παραλλαγές γίνεται και 3.000 μ.).

Όσον αφορά τους αναβατήρες υπάρχουν δύο συρόμενοι. Ο ένας είναι μήκους 1.000 μ. και υψομετρικής διαφοράς 280 μ. και ο άλλος είναι baby lift μήκους 150 μ.

Το χιονοδρομικό κέντρο Δράμας Φαλακρού λειτουργεί μόνο τα Σαββατοκύριακα και τις αργίες.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΡΙΚΑΛΩΝ - ΠΕΡΤΟΥΛΙ

Δυτικά των Τρικάλων και πάνω από το θεσσαλικό κάμπο υψώνεται απότομα η δαντελωτή κορυφογραμμή του όρους Κόζιακα. Είναι βουνό βραχώδες με λιγοστά δέντρα στα ψηλότερα αλλά πυκνοδασωμένο στα χαμηλότερα. Στις δυτικές πλαγιές υπάρχει ένα από τα ωραιότερα ελατοδάση της χώρας μας το γνωστό σε όλους δάσος του Περτουλίου ή Περτουλιώτικα λιβάδια. Εκεί βρίσκονται δύο καταπράσινα ειδυλλιακά χωριά, η Ελάτη και το Περτούλι, που μαγεύουν τους λάτρεις του βουνού και κατακτούν ακόμη και τους λιγότερο φανατικούς των ορεινών σπορ. Το Περτούλι είναι ένα μικρό χωριό, από τα ωραιότερα τουριστικά κέντρα της Θεσσαλίας, χτισμένο σε πλαγιά μέσα στα έλατα (υψόμετρο 1.200 μ.). Απέχει 48 χλμ. από τα Τρίκαλα και

είναι ένα από τα παλαιότερα χωριά της Θεσσαλίας. Σε απόσταση 1,5 χλμ. από το Περτούλι βρίσκεται ένα μικρό χιονοδρομικό κέντρο σε υψόμετρο 1.100-1.200 μ. Διαθέτει μία πίστα μήκους 350 μ. (κυρίως για αρχάριους) και ένα συρόμενο baby lift. Στην αρχή του lift ένα ξύλινο κατάλυμα προσφέρει τα αναγκαία στους επισκέπτες, ενώ έξω από τις πίστες η διαμόρφωση του εδάφους της περιοχής είναι κατάλληλη για ski αντοχής. Στο ξύλινο κατάλυμα υπάρχει και κατάστημα ενοικίασης εξοπλισμού. Μπορεί κανείς να μείνει στο Περτούλι όπου υπάρχουν ενοικιαζόμενα δωμάτια αλλά κυρίως στην Ελάτη που διαθέτει ξενοδοχεία και περισσότερα ενοικιαζόμενα δωμάτια.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΥΒΟΙΑΣ - ΔΙΡΦΥΣ

Ένα ακόμη ξεχασμένο βουνό που ανακαλύφθηκε από πολλούς χάρη στο ski. Η Δίρφυ, ένα από τα πιο γοητευτικά ελληνικά βουνά, που προσφέρεται για ορειβασία και αναρρίχηση αλλά και ski! Η μοναδική πίστα που διαθέτει βρίσκεται στο χωριό Στενή Ευβοίας, ένα υπέροχο, ξεχασμένο από το χρόνο μέρος με καστανιές, πλατάνια και πηγές (γνωστό για τις πηγές - βρύσες του), σε απόσταση 7 χλμ. από αυτό και 36 χλμ. από τη Χαλκίδα. Η πίστα βρίσκεται σε υψόμετρο 1.100 μ. και είναι χαμηλών προδιαγραφών ενώ δεν υπάρχει σχολή και ενοικιαζόμενος εξοπλισμός.

Υπάρχει όμως καταφύγιο στη θέση «Λειρί» σε υψόμετρο 1.120 μ. Η χωρητικότητά του είναι 34 άτομα ενώ μέσα σε αυτό υπάρχουν σόμπες, τζάκι, κουζίνα, δεξαμενή νερού και τουαλέτες.

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΕΛΛΑΣ - ΚΑΪΜΑΤΣΑΚΛΑΝ

Ένα όνειρο δεκαετιών για τους κατοίκους του νομού Πέλλας, το χιονοδρομικό κέντρο του όρους Καϊματσακλάν που το ελληνικό του τμήμα λέγεται Βόρας, εγκαινιάστηκε στις αρχές του Ιανουαρίου του 1995. Βρίσκεται στα ελληνοσκοπιανά σύνορα σε απόσταση 46 χλμ. από την Έδεσσα και όχι μόνο θα αναβαθμίσει την περιοχή αλλά και θα «θωρακίσει» τουριστικά και οικονομικά τα βόρεια σύνορα της χώρας μας. Προβλέπεται να αναπτυχθεί σε έκταση 28.000 στρεμμάτων σε υψόμετρο μεταξύ 1.800-2.450 μ., με μέγιστη χωρητικότητα 5.100 χιονοδρόμους ανά

ώρα, 13 αναβατήρες και δυνατότητα φιλοξενίας 8.200 επισκεπτών ημερησίως! Ήδη από φέτος λειτουργεί η πρώτη χιονοδρομική πίστα.

Το χιονοδρομικό κέντρο Καϊματσακλάν, διαχειρίζεται η Δημοτική Επιχείρηση «Καταρράκτες Έδεσσας», η οποία φιλοδοξεί να το κάνει ένα από τα ωραιότερα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας.

Γ. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Από τη διερεύνηση και την εμπάθυνση που έγινε στο θέμα του χειμερινού τουρισμού, καθώς και τα στοιχεία που προκύπτουν από τη μελέτη αυτή, συμπεραίνουμε για μια ακόμη φορά το εύρος του και τις πολλαπλές εκφάνσεις του. Εκφάνσεις όπως η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, ο χιονοδρομικός τουρισμός, η παραχείμαση και ο τουρισμός της τρίτης ηλικίας, καθώς και όλες οι υπόλοιπες ειδικές μορφές τουρισμού οι οποίες όλες μαζί συμβάλλουν και συνθέτουν τον επονομαζόμενο «Χειμερινό Τουρισμό».

Είδαμε λοιπόν, ότι η χώρα μας αποτελεί έναν προορισμό με πολλαπλά συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με γειτονικούς τουριστικούς προορισμούς. Έτσι, πέρα από τη θέση που κατέχει στο διεθνές τουριστικό κύκλωμα ως θερινός αποκλειστικός προορισμός, έρχεται δυναμικά να διαψεύσει την αντίληψη αυτή και να επιβάλει σταδιακά και με αρκετή προσπάθεια, το profile του τουριστικού προορισμού όπου το σύνθημα «Ελλάδα: 12 μήνες τουρισμός» θα κυριαρχεί.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα που διαθέτει όλα εκείνα τα στοιχεία που μπορούν να την καταστήσουν σαν έναν από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς χειμερινούς προορισμούς. Στοιχεία όπως το ήπιο κλίμα της, η αρχαιολογική και πολιτιστική της κληρονομιά, η ποικιλομορφία των περιοχών και των τοπίων της (συνύπαρξη βουνού και θάλασσας σε κοντινή απόσταση μεταξύ τους) καθώς και η δυνατότητά της για ανάπτυξη ποικίλων μορφών τουρισμού δεν μπορούν παρά να συμβάλλουν καθοριστικά στην ανάδειξή της ως χειμερινό προορισμό. Παράλληλα, ακολουθεί και τις διεθνείς εξελίξεις, σύμφωνα με τις οποίες ο τουρισμός μελλοντικά πρόκειται να γνωρίσει μεγάλη ανάπτυξη και ο ρόλος του να καταστεί ένας από τους σημαντικότερους στην παγκόσμια οικονομία.

Τα μηνύματα αυτά, οφείλουν να τα αφομοιώσουν όλοι οι ασχολούμενοι με τον τουρισμό είτε πρόκειται για ιδιωτικούς είτε για δημόσιους φορείς ώστε να εκμεταλλευτούν θετικά όλες τις υπάρχουσες δυνατότητες της χώρας. Έτσι, ο ελληνικός τουρισμός θα μπορέσει να συμβαδίσει με τις διεθνείς εξελίξεις αποκομίζοντας όσο το δυνατό μεγαλύτερα οφέλη, τόσο ως θερινός όσο και ως χειμερινός προορισμός.

Βέβαια, κανένας δεν μπορεί να ισχυριστεί ότι υπάρχει ποτέ πιθανότητα να βγει από τη συνείδηση του τουριστικού κυκλώματος το καθιερωμένο πρότυπο του ελληνικού τουρισμού ως θερινός προορισμός. Δεδομένου όμως ότι υπάρχουν οι δυνατότητες μπορούν οι δυο αυτές μορφές να συμβαδίσουν και να ανταγωνιστούν η μια την άλλη.

1. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ.

Προκειμένου να αξιολογηθεί η προτεραιότητα, ο βαθμός και ο χρόνος ανάπτυξης, καθώς και οι προϋποθέσεις εφαρμογής στη χώρα μας του χειμερινού τουρισμού ως ειδική μορφή τουρισμού, που διερευνήθηκαν στη μελέτη αυτή, χρησιμοποιήθηκαν διάφορα κριτήρια όπως:

☞ Η ύπαρξη συγκριτικού πλεονεκτήματος ως προς την ανταγωνιστικότητα.

☞ Η ύπαρξη ζήτησης και η δυνητική πελατεία .

☞ Η δυνατότητα αξιοποίησης του υφιστάμενου ξενοδοχειακού δυναμικού με αύξηση της πληρότητας και αναβάθμιση της στάθμης των παρεχομένων υπηρεσιών.

☞ Η δυνατότητα επιρροής του προτύπου του μαζικού τουρισμού ή και γενικότερα της τουριστικής εικόνας της χώρας.

☞ Η δυνατότητα άμβλυνσης της εποχικότητας του τουρισμού.

☞ Η δυνατότητα προσέλκυσης υψηλής εισοδηματικής στάθμης τουριστών.

☞ Η ανάγκη για έργα ειδικής υποδομής και το κόστος τους.

☞ Η δυνατότητα ορθολογικής ανάπτυξης νέων περιοχών / δραστηριοτήτων τουρισμού.

☞ Ο βαθμός εφικτότητας στην Ελλάδα.

☞ Οι προϋποθέσεις εφαρμογής, όπως τεχνική υποδομή, τεχνογνωσία, μελέτες, νομοθεσία.

☞ Οι απαιτούμενες παρεμβάσεις για την εφαρμογή στην υποδομή, στην ανωδομή, στις υπηρεσίες, στην εκπαίδευση, στην προβολή.

☞ Οι πιθανές περιοχές εφαρμογής, από πλευράς χωροταξικής ή τουριστικής ιδιαιτερότητας.

☞ Οι δυνατότητες συνδυασμού μορφών τουρισμού μεταξύ τους.

☞ Η αναμενόμενη τουριστική ωφέλεια βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.

2. ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ.

Οι προϋποθέσεις εφαρμογής και οι απαιτούμενες παρεμβάσεις για το Χειμερινό Τουρισμό έχουν ήδη αναφερθεί λεπτομερώς, τόσο στη διερεύνηση όσο και στην αναλυτική αξιολόγησή του. Οι παρεμβάσεις αυτές αφορούν τομείς όπως:

- προγραμματισμό, χωροθέτηση,
- έργα ειδικής υποδομής,
- έργα ανωδομής,
- νομοθετικές ρυθμίσεις,
- οικονομικές ενισχύσεις - κίνητρα,
- τεχνογνωσία,
- μελέτες - έρευνες,
- εκπαίδευση επιμόρφωση προσωπικού,
- οργάνωση υπηρεσιών,
- marketing,
- προβολή - διαφήμιση.

Παρεμβάσεις μόνο σε ένα τομέα (π.χ. έργα υποδομής) δεν επαρκούν, αν δεν συνοδεύονται από αντίστοιχες παρεμβάσεις σε όλους τους άλλους τομείς που συμβάλλουν στη διαμόρφωση του τελικού προϊόντος. Είναι προφανής η ανάγκη ολοκληρωμένης αντιμετώπισης του φάσματος των παρεμβάσεων αυτών και μάλιστα την κατάλληλη χρονική στιγμή, για την επίτευξη ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος.

Επισημαίνεται, επίσης η σημασία των εξειδικευμένων μελετών - ερευνών για κάθε ειδική μορφή τουρισμού ως προς τη ζήτηση, την προσφορά και τις διεθνείς προοπτικές εξέλιξης προκειμένου όλες μαζί να συνθέσουν το λεγόμενο χειμερινό τουρισμό. Επίσης επισημαίνεται η ανάγκη γενικού και ειδικού προγραμματισμού από το δημόσιο τομέα, βραχυπρόθεσμου, μεσοπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου, για τη συντονισμένη ανάπτυξη του τουρισμού γενικότερα και των επιμέρους μορφών ειδικότερα, σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

3. ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΟΥ ΥΠΑΡΧΟΝΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΤΥΠΟΥ.

Για τη βελτίωση του τουριστικού προτύπου, πέρα από την προσπάθεια επιρροής του μέσω της ανάπτυξης νέων μορφών τουρισμού και στην περίπτωση αυτή την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού, είναι αναγκαίες και άλλες παρεμβάσεις ως προς την υπάρχουσα τουριστική προσφορά σε όλο της το φάσμα. Επιγραμματικά αναφέρονται τα κύρια σημεία των παρεμβάσεων αυτών:

→ Εσωτερικός τουρισμός: μελέτη - έρευνα της ελληνικής τουριστικής αγοράς.

→ Αλλοδαπός τουρισμός: Έρευνα αλλοδαπής τουριστικής αγοράς (π.χ. ως προς τα κίνητρα των πελατών, τις νέες αγορές, τις Ανατολικές χώρες).

→ Τουριστική προσφορά: αναβάθμιση της προσφοράς με εμπλουτισμένα πακέτα, συνδυασμοί μορφών δραστηριοτήτων, ανάπτυξη αυτόνομων μορφών - δραστηριοτήτων.

→ Υποδομή: εκσυγχρονισμός, συμπλήρωση και εξειδίκευση υφιστάμενης υποδομής.

→ Χωροταξικός σχεδιασμός: σχεδιασμός μικτών και αμιγών τουριστικών δραστηριοτήτων σε υφιστάμενες και νέες τουριστικές περιοχές, πρόβλεψη πολεοδομικών κινήτρων - αντικινήτρων για προγραμματισμό και έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης.

→ Εκπαίδευση: αναπροσαρμογή και εκσυγχρονισμός της τουριστικής εκπαίδευσης, παρεμβάσεις στη δομή, στην επιμόρφωση, διευρυμένη τουριστική εκπαίδευση.

→ Marketing: σχέσεις με τους νέους Tour Operators, διαπραγματευτική ικανότητα Ελλήνων επιχειρηματιών τουρισμού, ελληνικές εταιρίες διάθεσης τουριστικών προϊόντων.

→ Προβολή - Διαφήμιση: προβολή διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος, ενημέρωση αλλοδαπής πελατείας για διαφοροποίηση, νέες δυνατότητες, εμπλουτισμός της τουριστικής προσφοράς.

→ Έρευνες - Μελέτες: τονίζεται και πάλι η ανάγκη ενός ερευνητικού - μελετητικού υποβάθρου για όσο το δυνατό περισσότερους τομείς της τουριστικής δραστηριότητας, ενός συμβουλευτικού εργαλείου επιστημονικής στήριξης για τη λήψη προγραμματικών και επενδυτικών αποφάσεων από το δημόσιο και ιδιωτικό τομέα.

4. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΙΕΘΝΩΣ.

Ο επόμενος αιώνας έχει ονομαστεί «αιώνας των υπηρεσιών», για τι αυτός ο τομέας είναι ο μεγαλύτερος και ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος της παγκόσμιας οικονομίας. Σε ένα πρόσφατο έγγραφο του, το Συμβούλιο της Ευρώπης αναφέρει ότι ο τομέας των υπηρεσιών δημιουργεί περισσότερες θέσεις εργασίας σε ευρωπαϊκό επίπεδο απ' ό τι η βιομηχανία και η γεωργία μαζί.

Ο τουρισμός, η κυριότερη δραστηριότητα του τομέα, είναι υπεύθυνη, άμεσα ή έμμεσα για περισσότερο από το 10% της παγκόσμιας απασχόλησης, του ΑΕΠ και των επενδύσεων, ενώ είναι η μόνη που μπορεί να δημιουργήσει εκατομμύρια θέσεις εργασίας τον 21^ο αιώνα.

Τα τελευταία 25 χρόνια, ο παγκόσμιος τουρισμός παρουσίασε αύξηση που ξεπέρασε το 500%. Όλες οι προβλέψεις συγκλίνουν στο ότι θα συνεχίσει να αυξάνεται δυναμικά με ρυθμό τουλάχιστον διπλό από αυτόν του ΑΕΠ.

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) παρουσίασε μια μελέτη για τα οικονομικά αποτελέσματα του τουρισμού και των ταξιδιών για την περίοδο 1997 - 2007. Το WTTC εκτιμά ότι ο τουρισμός το 1997 θα έχει τα εξής οικονομικά αποτελέσματα:

- ✓ ΑΕΠ 3,3 τρισ. δολάρια - 10,7% του συνόλου της οικονομίας.
- ✓ Δαπάνες καταναλωτών 2,1 τρισ. δολάρια - 10,9% του συνόλου της ιδιωτικής κατανάλωσης.
- ✓ Επενδύσεις κεφαλαίου 801 δισ. δολάρια - 11,8% του συνόλου των επενδύσεων.

Οι προβλέψεις για μια δεκαετία μετά, το 2007, βασίζονται σε μια ετήσια αύξηση του 3,8% στη ζήτηση από πλευράς καταναλωτών.

- ✓ Η συνεισφορά του τουρισμού και των ταξιδιών στο ΑΕΠ αναμένεται να αυξηθεί πάνω από 40% φθάνοντας τα 6,3 τρισ. δολάρια (10,9% του συνόλου της οικονομίας).

- ✓ Οι δαπάνες καταναλωτών θα σημειώσουν επίσης αύξηση κατά 40% φθάνοντας τα 4 τρισ. δολάρια (11,2% του συνόλου της κατανάλωσης).

- ✓ Οι επενδύσεις κεφαλαίου θα ξεπεράσουν σε αύξηση το 50%, φθάνοντας τα 1,6 τρισ. δολάρια (παραμένοντας όμως στο 11,8% του συνόλου των επενδύσεων).

Ιδιαίτερα στον τομέα της απασχόλησης, η μελέτη αναφέρει ότι γύρω στα 260 εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο - Το 10,6% του συνολικού εργατικού δυναμικού - εργάζονται άμεσα στον τουρισμό ή σε είδος απασχόλησης που δημιουργήθηκε λόγω της τουριστικής ζήτησης. Τα έσοδά τους σε μισθούς και ημερομίσθια ξεπερνούν το 1,7 τρισ. δολάρια (11% των συνολικών αμοιβών των εργαζομένων), ενώ οι εισφορές τους σε φόρους ανέρχονται σε 230 δισ. δολάρια. Μέσα στην επόμενη δεκαετία θα σημειωθεί αύξηση της απασχόλησης κατά 46%

δηλαδή θα δημιουργηθούν 130 εκατομμύρια νέες θέσεις εργασίας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η ανάλυση ανά γεωγραφική περιοχή δείχνει ότι η Ασία και η περιοχή του Ειρηνικού θα απορροφήσουν τις περισσότερες νέες θέσεις εργασίας στον τουρισμό (173 εκατομμύρια), λόγω του μεγάλου εργατικού δυναμικού που διαθέτουν, του μεγάλου αριθμού ταξιδιωτών που δέχονται και την ταχύτερη ανάπτυξη των αγορών της περιοχής. Η Ευρώπη, που κατέχει το 35% του τουριστικού ΑΕΠ παγκοσμίως, θα απορροφήσει 38 εκατομμύρια νέες θέσεις εργασίας. Από αυτές 19 εκατομμύρια θέσεις εργασίας ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση (12,8% του εργατικού δυναμικού). Η έκπληξη σε ευρωπαϊκό επίπεδο, πάντως, θα προέλθει από την Ανατολική Ευρώπη με 37% αύξηση της απασχόλησης στον τουρισμό και 6 εκατομμύρια νέες θέσεις εργασίας.

Αναλύοντας τις επιπτώσεις του τουρισμού στην απασχόληση, ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, παρατηρούμε ότι το 22% της απασχόλησης που συνδέεται με τον τουρισμό ανήκει στην κατηγορία των δημοσίων υπηρεσιών που αντανάκλα τη σημαντική συμβολή του δημόσιου τομέα στην υποδομή, ανάπτυξη και λειτουργία του τουρισμού. Το 17,5% της απασχόλησης ανήκει στον τομέα της χειροτεχνίας, το 16,5% στο χονδρικό / λιανικό εμπόριο, το 15,8% στον τομέα των κοινωνικών και προσωπικών υπηρεσιών και το 8,4% στις μεταφορές και επικοινωνίες.

Οι νέες θέσεις εργασίας απλώνονται σε όλο το φάσμα της απασχόλησης και ειδίκευσης, καταρρίπτοντας την άποψη πολλών ότι οι περισσότερες θέσεις εργασίας στον τουρισμό είναι για άτομα μη ιδιαίτερης ειδίκευσης και επομένως χαμηλόμισθα.

Το WTTC εκτιμά ότι η σημασία του τουρισμού για την καταπολέμηση της ανεργίας παραβλέπει σε παγκόσμιο και ιδιαίτερα σε ευρωπαϊκό επίπεδο (για παράδειγμα, η πολυσυζητημένη Πρωτοβουλία Ντελόρ για την Απασχόληση στην Ευρώπη δεν αναφέρει καν τον τουρισμό). Το WTTC εκτιμά ότι η Ευρώπη, αντί να προσπαθεί με εκατομμύρια επιδοτήσεις να στηρίξει τη γεωργία και τη χειροτεχνία που καταρρέουν, θα μπορούσε να εστιαστεί σε τομείς, όπως ο τουρισμός, που μπορούν πραγματικά να απορροφήσουν το εργατικό δυναμικό. Αυτό που χρειάζεται

κατά το WTTC, είναι μια ρεαλιστική πολιτική απασχόλησης για τον 21^ο αιώνα. Αυτοί που διαμορφώνουν τις αποφάσεις θα πρέπει να έχουν υπόψη τους τα εξής:

- Τη θετική επίδραση του τουρισμού στην οικονομία.
- Την ευκολία με την οποία οι νέες επενδύσεις στον τουρισμό δημιουργούν θέσεις εργασίας.
- Τη δημιουργία μιας ευρείας κλίμακας απασχόλησης.
- Το μεγάλο αριθμό κενών θέσεων για νέους.
- Το μεγάλο αριθμό μερικής ή εποχικής απασχόλησης για σπουδαστές ή άτομα με οικογενειακές υποχρεώσεις.
- Τη δημιουργία θέσεων εργασίας σε περιοχές με διαρθρωτική ανεργία (κέντρα πόλεων, αγροτικές περιοχές).
- Την τόνωση της απασχόλησης σε ορισμένες περιοχές, μέσω μεγάλων έργων τουριστικής υποδομής.
- Την αύξηση της απασχόλησης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Η μεγαλύτερη συνεισφορά των κυβερνήσεων στην αύξηση της απασχόλησης στον τουρισμό μπορεί να προέλθει από τη δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος στην οικονομία, όπου οι αγορές θα λειτουργούν ικανοποιητικά. Το WTTC αναφέρει έναν αριθμό ενεργειών που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν προς αυτή την κατεύθυνση:

- ➔ Να περιληφθεί ο τομέας του τουρισμού σε όλα τα μεγάλα προγράμματα απασχόλησης.
- ➔ Να ενθαρρυνθούν οι ευέλικτες πρακτικές που αφορούν την εργασία, για να αυξηθεί η παραγωγικότητα.
- ➔ Να απελευθερωθούν οι αγορές τουρισμού και ταξιδιών, μέσα από τη φιλελευθεροποίηση και τις ιδιωτικοποιήσεις.

Οι στόχοι της αύξησης της απασχόλησης πρέπει να προωθηθούν μέσα από ένα δίκτυο προστασίας και όχι με πολιτικές προστατευτισμού.

➡ Να βελτιωθεί η υποδομή με εκσυγχρονισμό αεροδρομίων, οδικού και σιδηροδρομικού δικτύου κ.λπ.

➡ Να αποφευχθεί η υπερβολική φορολογία για να δοθεί ώθηση στην τουριστική ανάπτυξη και τις επενδύσεις.

➡ Να αναβαθμισθεί η τουριστική εκπαίδευση και επιμόρφωση για να βελτιωθεί η παραγωγικότητα, η ειδίκευση και η ποιότητα υπηρεσιών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 📖 Έντυπο υλικό από τον ΕΟΤ.
- 📖 Μελέτη του 1991 για τις ειδικές μορφές τουρισμού από την ΕΤΒΑ.
- 📖 Περιοδικό Τουρισμός και Οικονομία.
- 📖 Περιοδικό τουριστική Αγορά.
- 📖 Περιοδικό Cosmos Travel.
- 📖 Περιοδικό Fun in action.
- 📖 Περιοδικό Κορφές.
- 📖 Περιοδικό Cliff.
- 📖 Περιοδικό Experiment Γαϊόραμα.
- 📖 Τουριστική Ανάπτυξη του Ν. Λύτρα.
- 📖 Αναπτυξιακός Τουρισμός του Ι. Τσαλουχίδη.
- 📖 ΚΕΠΕ
- 📖 ΣΕΤΕ
- 📖 Ενημερωτικά φυλλάδια του ΕΟΤ.
- 📖 Έντυπο υλικό από το γραφείο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Άλλες πηγές:

- Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού.
- Χιονοδρομικό Κέντρο Σελίου Βέροιας.
- Χιονοδρομικό Κέντρο Καρπενησίου.

- Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων.
- Δήμος Μετσόβου.
- ΕΥ ΖΗΝ
- Trekking Hellas
- ΕΟΟΣ (Ελληνική Ομοσπονδία Ορειβατικών Συλλόγων).
- ΕΟΧ (Ελληνική Ομοσπονδία Χιονοδρομιών).
- Γαλλικός Οργανισμός Τουρισμού.
- Αυστριακός Οργανισμός Τουρισμού.
- Γ.Γ.Ν.Γ. : Η μαύρη οικολογική βίβλος (Ελληνικό κέντρο Οικολογίας), Οικοτουριστικός οδηγός της Ελλάδας (Γ. Σφήκας, Γ. Τσουνής).
- Εκθέσεις: **Τουριστικό Πανόραμα 1997** (Ημερίδα για την Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου). **PHILOXENIA 1997** (Ενημερωτικά φυλλάδια από την Τοπική Αυτοδιοίκηση).

