

ΟΜΑΔΑ ΜΕΛΕΤΗΣ

SALFO & ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΜΕΛΕΤΗΤΙΚΗ Α.Ε.

| | |
|---------------------|---------------------------------|
| Ιωάννης Φωτεινός | Οικονομολόγος |
| Βασίλειος Μεταξάς | Οικονομολόγος |
| Γεώργιος Πλακωτάρης | Οικονομολόγος - Περιφερειολόγος |

ENVIPLAN – Γ. Θ. ΤΣΕΚΟΥΡΑΣ & Συνεργάτες

| | |
|------------------------|---|
| Γεώργιος Τσεκούρας | Πολεοδόμος – Χωροτάκτης – Μηχανικός Περιφερειακής Ανάπτυξης – Συντονιστής μελέτης |
| Γεώργιος Πολίτης | Νομικός – Χωροτάκτης |
| Ειρήνη Κλαμπατσέα | Αρχιτέκτων Μηχανικός – Περιφερειολόγος |
| Σπυρίδων Παπαγιαννάκης | Οικονομολόγος – G.I.S. |
| Χριστίνα Τσούτσου | Αρχιτέκτων Μηχανικός – Χωροτάκτης |

Σ. & Κ. Φωτόπουλος & Συν/τες Ε.Ε. Μελέτες δικτύων υποδομής

| | |
|---------------------|--|
| Γεράσιμος Ζαχαράτος | Καθηγητής Τουριστικής Οικονομικής & Διοίκησης |
| Πάρις Τσάρτας | Αναπληρωτής Καθηγητής Τουριστικής Ανάπτυξης |

Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων Α.Ε.

| | |
|-------------|-------------------------|
| Λιάνα Κώτση | Γραμματειακή υποστήριξη |
|-------------|-------------------------|

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εκπόνηση της Μελέτης Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου ανατέθηκε με τις αποφάσεις T/4569/08.08.01 & T/7985/12.12.01 του Υπ. Ανάπτυξης και 503987/27.11.01 & 503734/12.09.01 του Προέδρου του ΕΟΤ στην "ΣΑΛΦΩ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ" και σε Ομάδα Ειδικών Συμβούλων - Συνεργατών την οποία αποτελούν οι "ENVIPLAN - Γ. Θ. Τσεκούρας & Συνεργάτες: Σύμβουλοι Αναπτυξιακού Προγραμματισμού & Περιβαλλοντικής Προστασίας", Γεράσιμος Ζαχαράτος, Καθηγητής Τουριστικής Οικονομικής & Διοίκησης Πάρις Τσάρτας, Αναπληρωτής Καθηγητής Τουριστικής Ανάπτυξης. Η σχετική σύμβαση υπεγράφη στις 17.01.2002.

Η παρούσα Εκθεση αναφέρεται στη Β' Φάση, ενσωματώνοντας Εκτεταμένη Περίληψη του συνόλου της Μελέτης. Συντάχθηκε σύμφωνα με τις προδιαγραφές και την Μεθοδολογική Προσέγγιση (που προτάθηκε κατά την υποβολή της εκδήλωσης ενδιαφέροντος) που συνοδεύουν τη σύμβαση.

Έχοντας ως εισροές τα συμπεράσματα της ανάλυσης πλεονεκτημάτων – αδυναμιών – δυνατοτήτων (SWOT Analysis), συνεκτιμώμενα με το προγραμματικό πλαίσιο που διαμορφώνουν οι εφαρμοζόμενες σήμερα πολιτικές σε διεθνές, ευρωπαϊκό, εθνικό και τοπικό επίπεδο, στη Β' Φάση προσδιορίζονται και εξειδικεύονται οι άξονες πολιτικής, η στρατηγική και οι στόχοι τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας. Ιδιαίτερη βαρύτητα, δεδομένων των ιδιοτεροτήτων του συγκεκριμένου γεωγραφικού χώρου, δίνεται στα θέματα της βιώσιμης διαχείριση των πόρων και της περιβαλλοντικής διάστασης των επιλογών τουριστικής πολιτικής, με γνώμονα τη φέρουσα ικανότητα.

Α΄ ΦΑΣΗ

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου περιλαμβάνει τους νομούς Κυκλάδων και Δωδεκανήσου. Κύριο χαρακτηριστικό της είναι η πολυνησία, δηλαδή η πολυδιάσπαση του χώρου σε νησιά, η οποία αφενός της προσδίδει μοναδικότητα και αφετέρου δημιουργεί αυξημένες μεταφορικές ανάγκες για τη σύνδεση των νησιών μεταξύ τους και με την υπόλοιπη χώρα, με σαφείς αρνητικές επιπτώσεις στην ανταγωνιστικότητα της Περιφέρειας.

Κατά την τελευταία δεκαετία η Περιφέρεια παρουσιάζει σημαντική πληθυσμιακή αύξηση, συνδεδεμένη άμεσα με την αντικατάσταση των παραδοσιακών δραστηριοτήτων από τουριστικές. Το κατά κεφαλήν Α.Ε.Π. στην Περιφέρεια είναι το υψηλότερο της χώρας, ενώ ιδιαίτερα χαμηλή εμφανίζεται η ανεργία. Πάντως, η ευημερία δεν κατανέμεται ισόρροπα μεταξύ περισσότερων νησιών, αλλά προκύπτει ως αποτέλεσμα των επιδόσεων λίγων νησιών.

Με δεδομένη την ιδιομορφία της Περιφέρειας και με σκοπό την καλύτερη ανάλυση των χωροταξικών χαρακτηριστικών της, έχουν ήδη χρησιμοποιηθεί πολλαπλά κριτήρια¹ για την κατάταξη των νησιών σε τρεις βασικές κατηγορίες /ομάδες, που είναι:

1. Ομάδα Ι: Νησιά, με σχετικά μικρή γεωγραφική έκταση, τα οποία αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα ανάπτυξης, πολλά εκ των οποίων χαρακτηρίζονται από συνεχή μείωση πληθυσμού, σοβαρές ελλείψεις σε υποδομές, ελάχιστο βαθμό αξιοποίησης των πόρων τους ή περιορισμένους (ποσοτικά και ποιοτικά) πόρους και αισθητή γεωγραφική απομόνωση.
2. Ομάδα ΙΙ: Νησιά που αναπτύσσονται τουριστικά ενώ παράλληλα διαθέτουν και άλλες παραγωγικές δραστηριότητες και εκμεταλλεύσιμους πόρους. Σε αυτά η έμφαση πρέπει να δοθεί σε δράσεις που σκοπό έχουν την αντιμετώπιση των συγκρούσεων μεταξύ των δραστηριοτήτων και την αποτροπή

¹ - ΥΠΕΘΟ, ENVIPLAN Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες, (1992-2001), Εκθέσεις Αξιολόγησης Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Νοτίου Αιγαίου Α' και Β' ΚΠΣ.

- ΥΠΕΧΩΔΕ, ENVIPLAN Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες (1999), Χωροταξικό Σχέδιο Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, Αθήνα.

της εξάρτησής τους από τη μονόπλευρη τουριστική ανάπτυξη.

3. Ομάδα III: Νησιά με σημαντική τουριστική δραστηριότητα όχι μόνο σε Περιφερειακό αλλά και σε Εθνικό και Κοινοτικό επίπεδο, με αυξανόμενες περιβαλλοντικές πιέσεις, πληθυσμιακή αύξηση και συγκέντρωση, με άμεση ανάγκη ελέγχου του είδους της ανάπτυξής τους.

Στο σύνολό της, η Περιφέρεια είναι ελλειμματική σε συγκεκριμένους τομείς, που αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες όχι μόνο της ανάπτυξης αλλά και της επιβίωσης ορισμένων περιοχών της.

Όσον αφορά τη θέση της στον ευρωπαϊκό χώρο, η Περιφέρεια περιλαμβάνει το ανατολικότερο σημείο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αποτελεί κομβικό σημείο στις θαλάσσιες και εναέριες μεταφορές και βρίσκεται σε κρίσιμη από γεωπολιτικής άποψης περιοχή. Εντός του χώρου ARCHI-MED² το Νότιο Αιγαίο χαρακτηρίζεται ως ιδιόμορφη νησιωτική περιφέρεια, σε «περιφερειακή» θέση, με ανοικτές προοπτικές συνεργασιών και δικτυώσεων, ευρισκόμενη σε μέσο οικονομικό επίπεδο, με καλές επιδόσεις στον τομέα της ανεργίας, σημαντικές πιέσεις στις χρήσεις γης, σημαντικό φυσικό περιβάλλον, υψηλότατο δείκτη απειλής από φυσικές καταστροφές, αυξημένο κίνδυνο λειψυδρίας και ξηρασίας, υψηλή πυκνότητα καταγεγραμμένων πολιτιστικών περιοχών και μνημείων και ιδιόμορφο πολιτιστικό / δομημένο περιβάλλον / τοπίο. Χαρακτηρίζεται, τέλος, ως «τουριστική» περιφέρεια. (Κεφ. Α.0.).

Ιδωμένη στο σύνολό της, η Περιφέρεια είναι ο σημαντικότερος προορισμός ελλήνων και ξένων τουριστών στη χώρα, αφού διαθέτει φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους χαρακτηριζόμενους από μεγάλο αριθμό και ποικιλία, καθώς και πολυάριθμα και σημαντικά σημεία έλξης. Πάντως παρατηρούνται σημαντικές ελλείψεις στη διατήρηση και ανάδειξη των πόρων, με αποτέλεσμα να υφίστανται ανεξέλεγκτη χρήση και σημαντικές πιέσεις. Οι υποδομές που εξυπηρετούν την πρόσβαση είναι γενικά ικανοποιητικές, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν εντοπίζονται σοβαρά προβλήματα και ελλείψεις. (Κεφ. Α.1.).

² ΥΠΕΧΩΔΕ – Υπουργείο Δημοσίων Έργων Ιταλίας (Περιφέρεια Basilicata) – Κύπρος – Μάλτα, ENVIPLAN – EDP S.A. κ.ά., (2001), Πιλοτική Δράση ARCHI-MED – Υποδράση 2.2., Η ανάδειξη του περιβάλλοντος ως παράγων ανάπτυξης στο μεσογειακό χώρο, Αθήνα.

Η κατανομή των χρήσεων γης διαφέρει σημαντικά από αυτήν των υπόλοιπων περιοχών της χώρας, ως προς το ότι περισσότερη από τη μισή έκταση της Περιφέρειας χρησιμοποιείται για κτηνοτροφικούς σκοπούς, ενώ η καλλιεργούμενη γη εγκαταλείπεται σταδιακά. Οι δασικές εκτάσεις είναι ιδιαίτερα περιορισμένες. Οι οικισμοί παρουσιάζουν κυρίως γραμμική ανάπτυξη κατά μήκος της παράκτιας ζώνης εξυπηρετώντας τις ανάγκες στέγασης των κατοίκων και την τουριστική ζήτηση.

Ο αριθμός και η έκταση των περιοχών με καθεστώς χρήσεων γης είναι περιορισμένος. Οι μέχρι τώρα ενέργειες για την προστασία των πολλών σημαντικών και σπάνιων οικοσυστημάτων υπολείπονται σημαντικά των αναγκαίων. Μεγάλος είναι ο αριθμός των κηρυγμένων αρχαιολογικών χώρων. (Κεφ. Α.1).

Η γενική εικόνα που παρουσιάζει η Περιφέρεια Ν. Αιγαίου ως τουριστικά αναπτυγμένη περιοχή υποκρύπτει έντονες χωρικές και ποιοτικές διαφοροποιήσεις. Ο σημαντικός όγκος της τουριστικής κίνησης με βάση τα απόλυτα μεγέθη, συγκεντρώνεται σε μικρό αριθμό νησιών. Στην περιοχή συνυπαρχουν μικρές και μεγάλες μονάδες καθώς και ενοικιαζόμενα δωμάτια, που λειτουργούν υπό τελείως διαφορετικές συνθήκες και των οποίων η διασπορά στο χώρο δεν είναι ομοιόμορφη. Σε ό,τι αφορά το προσφερόμενο προϊόν, κυριαρχεί ο τουρισμός παραλίας. Η έλλειψη διαφοροποίησης περιορίζει τη δυνατότητα ευελιξίας αναφορικά με τα επίπεδα των ζητούμενων τιμών, ενώ η ύπαρξη μεγάλης προσφοράς πιέζει ακόμη περισσότερο τις τιμές προς τα κάτω.

Οργανωμένο τουρισμό δέχονται κύρια οι προορισμοί, στους οποίους υπάρχει η δυνατότητα προσγείωσης πτήσεων charter, ενώ ένα μέρος διακινείται με πλοίο. Στα λίγα νησιά που δέχονται πτήσεις charter, καταλήγει ένα μεγάλο κομμάτι του τουριστικού ρεύματος. Πρόκειται για τα νησιά, στα οποία συγκεντρώνεται το μεγαλύτερο κομμάτι του βιομηχανικού τουρισμού. Τα νησιά αυτά παρουσιάζουν τους υψηλότερους δείκτες τουριστικής πίεσης, κάποιες ζώνες τους δε έχουν χαρακτηριστεί ως κορεσμένες περιοχές ή περιοχές ελέγχου τουριστικής ανάπτυξης και μπορούν να θεωρηθούν ως ώριμες τουριστικά περιοχές, στις οποίες πρέπει να υπάρξουν μέτρα για την ανάσχεση της επέκτασης της προσφοράς, βελτίωσης της ποιότητας του προσφερόμενου προϊόντος και την ανάπτυξη νέων και ειδικών μορφών τουρισμού. Από τα υπόλοιπα νησιά, κάποια παρουσιάζουν σχετικά σημαντική τουριστική πίεση και

τάσεις αύξησης της κίνησης και κάποια άλλα δεν παρουσιάζουν τάσεις αύξησης της κίνησης και διαθέτουν σχετικά περιορισμένο και σταθερό αριθμό τουριστικών κλινών.

Στο Νότιο Αιγαίο δεν υπάρχουν αναξιοποίητες περιοχές με την έννοια των περιοχών χωρίς καταλύματα. Αντίθετα υπάρχουν πολλοί αναξιοποίητοι πόροι, που θα επέτρεπαν τη διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, που τώρα περιορίζεται στο τρίπτυχο κατάλυμα – εστίαση – αναψυχή. Με τον τρόπο αυτό μπορεί να εξασφαλισθεί υψηλότερη ημερήσια τουριστική δαπάνη ανά επισκέπτη και υψηλότερη προστιθέμενη αξία ανά προσφερόμενο προϊόν ή υπηρεσία. (Κεφ. Α.2.).

Εντός του πλαισίου του νόμου 2601 /98, στην Περιφέρεια καθορίζονται περιοχές ενισχύσεων Γ΄ και Δ΄.

Είναι γνωστή η εξαιρετική δυσκολία καταγραφής και μέτρησης των δεδομένων του τουριστικού δυναμικού στον ελληνικό χώρο. Η ομάδα μελέτης έχει επιλέξει να αναφέρεται αποκλειστικά σε επίσημα διαθέσιμα στοιχεία (ΕΟΤ, ΕΣΥΕ), από τα οποία δίδεται μία -ούτως ή άλλως περιορισμένης αξίας και αντιπροσωπευτικότητας- εικόνα μέσω του δείκτη “αριθμός κλινών / κάτοικο”. Επίσης, από αυξημένο βαθμό ανασφάλειας χαρακτηρίζονται τα χρησιμοποιούμενα στοιχεία σχετικά με τις προσauξήσεις του μόνιμου πληθυσμού κατά την τουριστική περίοδο και την εξ αυτής προκύπτουσα πίεση.

Τα τουριστικά πρότυπα κατατάσσονται σε τρεις μεγάλες ομάδες, με βάση κοινά χαρακτηριστικά τους. Αυτές είναι:

1. Ομάδα προτύπων μαζικού τουρισμού.
 - 1.1. Βιομηχανοποιημένο πρότυπο μαζικού οργανωμένου τουρισμού σε ξενοδοχεία.
 - 1.2. Αυτόνομο ή μικτό πρότυπο μαζικού οργανωμένου τουρισμού σε ξενοδοχεία.
 - 1.3. Πρότυπο οργανωμένου ή αυτόνομου μαζικού τουρισμού σε συμπληρωματικά βοηθητικά καταλύματα (στην πλειοψηφία τους ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα).

2. Ομάδα προτύπων ειδικών, νέων και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
 - 2.1. Πρότυπο τουρισμού της ομάδας κινήτρων «ύπαιθρος – παράδοση – περιβάλλον».
 - 2.2. Πρότυπο τουρισμού της ομάδας κινήτρων «πολιτισμός – εκπαίδευση – επιστήμη».
 - 2.3. Πρότυπο τουρισμού της ομάδας κινήτρων «αθλητισμός – φυσική ζωή – υγεία».
 - 2.4. Πρότυπο τουρισμού της ομάδας κινήτρων «επαγγελματικά ταξίδια – συνέδρια – incentives – εκθέσεις».
3. Ομάδα προτύπων με ειδικά χαρακτηριστικά.
 - 3.1. Πρότυπο αυτόνομου νεανικού περιηγητικού τουρισμού.
 - 3.2. Πρότυπο τουρισμού ταξιδιών μικρής διάρκειας εκτός καλοκαιρινής περιόδου.
 - 3.3. Πρότυπο τουρισμού παραθεριστικής κατοικίας.
 - 3.4. Πρότυπο τουρισμού με διαμονή σε κάμπινγκ ή στο ύπαιθρο.

Στην Περιφέρεια δεν αναπτύχθηκε αποκλειστικά ένα πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης, αλλά όλα τα προαναφερθέντα, σε διαφορετική έκταση ανάλογα με το νησί ή την ομάδα νησιών.

Όσον αφορά στους περιορισμούς της ανάπτυξης στην Περιφέρεια, αναφέρονται:

1. Ο νησιωτικός χαρακτήρας και η μεγάλη έκταση των διοικητικών ορίων της σε συνδυασμό με την έντονη εποχικότητα της τουριστικής δραστηριότητας.
2. Η πολυδιάσπαση του χώρου.
3. Η γεωγραφική θέση της Περιφέρειας ως προς τον εθνικό αλλά και τον ευρωπαϊκό χώρο.
4. Η υπερσυγκέντρωση τουρισμού σε ορισμένα νησιά.
5. Οι περιορισμένες δυνατότητες του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα.
6. Το μικρό μέγεθος των πόρων και οι οργανωτικές ανεπάρκειες των αναπτυξιακών φορέων.
7. Οι έντονες ενδοπεριφερειακές ανισότητες και η ανισοκατανομή φυσικών και ανθρώπινων πόρων.

8. Η σχετική ανεπάρκεια και ελλειματικότητα σε υδατικούς πόρους και ενέργεια.
9. Οι δυσκολίες στη θωράκιση του χώρου από φυσικούς και ανθρωπογενείς κινδύνους.
10. Η ανεπάρκεια των τεχνικών και κοινωνικών υποδομών.
11. Η περιορισμένη μεταποιητική βιομηχανία και το μικρό μέγεθος της τοπικής αγοράς.
12. Η αδυναμία εκμετάλλευσης των οικονομιών κλίμακας στην υλοποίηση έργων υποδομής, επενδύσεων κ.λπ.
13. Η έλλειψη πολεοδομικού και χωροταξικού σχεδιασμού.
14. Η επιβάρυνση και σταδιακή υποβάθμιση του περιβάλλοντος και του τοπίου.

Στην προσπάθεια εφαρμογής των αρχών της αειφορίας στον τομέα του τουρισμού, κρίσιμη θέση κατέχει η πολυσύνθετη έννοια της διαχείρισης της φέρουσας ικανότητας. Στην φ.ι. έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί, από επιστήμονες προερχόμενους από διαφορετικούς χώρους. Μία μερίδα της θεωρίας έχει την άποψη ότι η φ.ι. είναι μία στατική ή απόλυτη έννοια, τη στιγμή που μία άλλη μερίδα θεωρεί ότι πρόκειται για μία ρευστή και δυναμική έννοια, τα στοιχεία και χαρακτηριστικά της οποίας μεταβάλλονται με το χρόνο. Πολλοί θεωρούν πάντως ότι απαιτείται πλέον η συνδυασμένη ερευνητική προσπάθεια από μια ποικιλία επιστημονικών χώρων, καθώς το δυναμικό και πολύπλοκο φαινόμενο του τουρισμού απαιτεί ολοκληρωμένη προσέγγιση. Έχουν προταθεί και χρησιμοποιηθεί ποικίλες μέθοδοι για τον υπολογισμό, τον επηρεασμό και τη διατύπωση συγκεκριμένων μεγεθών και δεικτών φ.ι. σε διάφορες τουριστικές περιοχές, με διάφορους βαθμούς πληρότητας και επιτυχίας.

Για την εξυπηρέτηση των σκοπών της παρούσας μελέτης, η φ.ι. θα μπορούσε να ορισθεί ως η συνιστώσα των αλληλεπιδράσεων και αλληλεξαρτήσεων του περιβαλλοντικού, κοινωνικού και οικονομικού χώρου, και προσδιορίζεται από το βέλτιστο επίπεδο των συνιστωσών της. Οι επιλογές για τον αιγαιοπελαγίτικο χώρο, σε βραχυπρόθεσμο ορίζοντα, εστιάζουν σε τρεις ομάδες σχετικών δεικτών, άμεσα συνδεδεμένες με την περιβαλλοντική, κοινωνική και οικονομική χωρητικότητα. Εκτιμάται ότι στο άμεσο μέλλον, η εκτίμηση της φ.ι. μπορεί να βασισθεί στο ακόλουθο πλέγμα δεικτών:

1. Περιβαλλοντικοί δείκτες (διαθέσιμος φυσικός υποδοχέας και χωρητικότητα ακτών).
2. Κοινωνικο-οικονομικοί δείκτες (ποσοστό των ασφαλώς διατιθέμενων στερεών αποβλήτων, ποιότητα διατιθέμενων σε φυσικούς αποδέκτες υγρών αποβλήτων, ενεργειακή επάρκεια, επάρκεια υδατικών πόρων, πληθυσμιακή σχέση μονίμων κατοίκων – επισκεπτών, μέσος όρος πληρότητας την τελευταία δεκαετία, μέσος ρυθμός μείωσης εσόδων ανά κλίνη σε διάστημα δεκαετίας, επάρκεια υγειονομικής περίθαλψης).

Για τις ανάγκες των επιλογών της τουριστικής ανάπτυξης, επιλέγονται μία σειρά από κριτήρια:

- η έκταση
- ο μόνιμος πληθυσμός
- ο εποχιακός πληθυσμός
- το είδος της τουριστικής ανάπτυξης, προσδιοριζόμενο από τον αριθμό κατά κατηγορία καταλυμάτων, το πλήθος και εύρος των προσφερόμενων υπηρεσιών / εξυπηρετήσεων
- η αναλογία ημεδαπών / αλλοδαπών τουριστών
- οι επιρροές που δέχεται το νησί από την παρουσία διοίκησης υπερτοπικού επιπέδου και το ρόλο του ως κέντρο παραθερισμού, κατά κύριο λόγο, των κατοίκων της μητροπολιτικής περιφέρειας της Αττικής
- ο υψηλός βαθμός εξάρτησης από μεγαλύτερο κέντρο σε παρακείμενο νησί (πολυσχιδής δορυφορική σχέση).

Στη βάση αυτών των κριτηρίων εξειδικεύονται και αναλύονται ακόμη περισσότερο οι προαναφερθείσες 3 ομάδες νησιών και αναδεικνύονται οι έξι κατωτέρω Ομάδες Νησιών:

1. Ομάδα Ι: Περιλαμβάνει αποκλειστικά τη Ρόδο, δεδομένων των σημαντικών αποκλίσεων που αφορούν τα κριτήρια της έκτασης, του πληθυσμού, του είδους των τουριστικών μονάδων (μέγεθος και εύρος εξυπηρετήσεων).
2. Ομάδα ΙΙ: Νησιά με κύριο χαρακτηριστικό το δυναμισμό τους στον τουρισμό, με υψηλό αριθμό επισκεπτών αλλά όχι απαραίτητα

παρεμφερές πληθυσμιακό μέγεθος και εμφάνιση έντονων στοιχείων κορεσμού.

3. Ομάδα III: Κοινό χαρακτηριστικό όλων των νησιών αποτελεί η έντονη πίεση για παραθεριστική κατοικία (εξυπηρέτηση μητροπολιτικής Περιφέρειας Αττικής) και εσωτερικό τουρισμό. Κατά τα λοιπά η Σύρος διαφοροποιείται λόγω του ρόλου της ως διοικητικού κέντρου της Περιφέρειας και των χαρακτηριστικών αστικής ανάπτυξης, τα οποία αντανακλώνται στον πληθυσμιακό της μέγεθος.
4. Ομάδα IV: Νησιά τα οποία χαρακτηρίζονται από δυναμική στον πληθυσμό, περιβαλλοντικές πιέσεις, ελλείψεις σε βασικούς πόρους (π.χ. υδατικούς) και πολύμορφη τουριστική ανάπτυξη σε ό,τι αφορά το είδος των καταλυμάτων (τάξη, κατηγορία, επίσημες- παράνομες κλίνες). Επίσης, εντοπίζονται δυνατότητες ελέγχου του προσανατολισμού της τουριστικής δραστηριότητας.
5. Ομάδα V: Στην ομάδα αυτή εντάσσονται νησιά με μικρότερο εδαφικό και πληθυσμιακό μέγεθος, τα οποία μέχρι πρόσφατα εξασφάλιζαν σχετικά υψηλό βαθμό αυτάρκειας βασιζόμενης στην αγροτική οικονομία. Το δεύτερο χαρακτηριστικό τους σταδιακά ανατρέπεται ενώ αυξάνεται η ζήτηση για μικρές τουριστικές μονάδες και ενοικιαζόμενα δωμάτια. Στο σύνολό τους παρουσιάζουν αυξημένες ανάγκες συμπλήρωσης / βελτίωσης των τεχνικών και κοινωνικών υποδομών, με έμφαση σ' αυτές που σχετίζονται με την προσπελασιμότητα.
6. Ομάδα VI: Περιλαμβάνει νησιά με ισχυρές σχέσεις με παρακείμενα δυναμικότερα ή ιδιαίτερα ανεπτυγμένα νησιά. Παρά τις επιμέρους διαφοροποιήσεις, η τουριστική τους ανάπτυξη είναι άμεσα συσχετισμένη με την εκτόνωση σημαντικών οικιστικών κέντρων ή/και την «υπερχείλιση» του ρεύματος που προσελκύουν καθιερωμένοι τουριστικοί προορισμοί.

Η θεώρηση των εναλλακτικών επιλογών βασίζεται στη διαφοροποίηση της έντασης και του εύρους των μορφών τουρισμού.

Σε ό,τι αφορά τους δείκτες προσδιορισμού της χωρητικότητας, διαφοροποιούνται ανάλογα με την Ομάδα Νησιού μόνο ως προς τις τιμές που λαμβάνουν. Κατά περίπτωση μπορούν να χρησιμοποιηθούν ειδικοί συντελεστές βαρύτητας.

Άλλες βασικές παράμετροι, οι οποίες επηρεάζουν το είδος των παρεμβάσεων, σχετίζονται με τους διαθέσιμους χρηματοδοτικούς πόρους, τις δυνατότητες του ενδογενούς ανθρωποδυναμικού (από την άποψη των δεξιοτήτων) και το χρόνο απόδοσης των επιλογών. (Κεφ. Α.3.).

Οι ευρύτερες επιπτώσεις του τουρισμού εξετάζονται στις εξής περιοχές:

1. Φυσικό περιβάλλον και τοπίο. Συνοψίζονται οι κυριότεροι κίνδυνοι υποβάθμισης των αξιόλογων οικοσυστημάτων, δηλαδή (α) η υπέρμετρη και κυρίως ανεξέλεγκτη ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων με συνέπεια την άσκηση πιέσεων σχετιζόμενων με την υπερκατανάλωση υδατικών πόρων, τη δημιουργία αποβλήτων και τη διάχυση των πηγών ρύπανσης, την εισβολή μεγάλου αριθμού επισκεπτών σε ευαίσθητα οικοσυστήματα, την κατασκευή τουριστικών ανωδομών και υποδομών βάσει ελλιπούς σχεδιασμού, (β) η γραμμική επέκταση των οικισμών κατά μήκος της παράκτιας ζώνης, (γ) η πρόκληση πυρκαγιών και (δ) η διάβρωση των ακτών. Παρουσιάζονται επίσης εν συντομία οι κυριότεροι κίνδυνοι υποβάθμισης του τοπίου, που είναι (α) η κατασκευή τουριστικών ανωδομών και υποδομών—αλλά όχι μόνο— κατά μήκος της παράκτιας ζώνης, (β) η ευρύτατη αξιοποίηση των όρων της εκτός σχεδίου δόμησης, (γ) η επέκταση των οικιστικών κέντρων, (δ) η πρόκληση πυρκαγιών και (ε) η ανεξέλεγκτη διάθεση στερεών απορριμμάτων.
2. Οικονομία. Εκτιμάται η συμβολή του τουρισμού (α) στο Α.Ε.Π. και (β) στην απασχόληση. Συσχετίζεται ο τουρισμός με άλλους τομείς και κλάδους παραγωγής (μεταφορές, λιανικό εμπόριο, μεταποίηση, πολιτιστική παραγωγή).

Στη συνέχεια επισημαίνεται η πολιτιστική διάσταση του τουρισμού, σχολιάζονται οι μηχανισμοί αφομοίωσης και απόρριψης, εκτιμάται ο βαθμός κοινωνικής αποδοχής του τουριστικού φαινομένου από τις τοπικές κοινωνίες.

Η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών στον τουριστικό τομέα είναι χαμηλή και συνδέεται με το χαμηλό ποσοστό εξειδικευμένου και καταρτισμένου εργατικού δυναμικού. Είναι δεδομένες οι αυξημένες ανάγκες για εξειδικευμένο και καταρτισμένο εργατικό δυναμικό, τη στιγμή που ένα μεγάλο ποσοστό του αποτελείται από ανειδίκευτο προσωπικό. Το σύστημα τουριστικής εκπαίδευσης πρέπει να βελτιωθεί, ώστε να καταστεί δυνατή η ποιοτική αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού που απασχολείται στον τουριστικό τομέα. (Κεφ. Α.4.).

Σε αναφορά με τις τρεις βασικές ομάδες νησιών επιχειρείται η ανάλυση πλεονεκτημάτων – μειονεκτημάτων – ευκαιριών – κινδύνων της τουριστικής ανάπτυξης (S.W.O.T. analysis). Με βάση τους τέσσερις άξονες της ανάλυσης αυτής, εξετάζονται τα εξής ζητήματα, όπως διαμορφώνονται από την κατάσταση του τουρισμού στην Περιφέρεια:

1. Οι τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες.
2. Το φυσικό περιβάλλον.
3. Το δομημένο περιβάλλον.
4. Το ανθρώπινο δυναμικό.
5. Η διαφήμιση και η προβολή.
6. Η σύνθεση του τουριστικού προϊόντος.
7. Η τουριστική ζήτηση.
8. Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος.
9. Οικονομικές εισροές και εκροές.

Η ανάλυση πραγματοποιείται υπό τη μορφή πινάκων και επεξηγηματικών κειμένων. (Κεφ. Α.5).

Οι κυριότεροι φορείς και επιχειρήσεις τουριστικής ανάπτυξης και προβολής της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου είναι οι εξής:

1. Νομαρχιακές Επιτροπές Τουριστικής Προβολής.
2. Αναπτυξιακές Εταιρείες Ο.Τ.Α. α' και β' βαθμού.
3. Επαγγελματικοί Φορείς (ενώσεις ξενοδόχων ή ιδιοκτητών ενοικιαζομένων δωματίων).
4. Οι tour operators και τα τουριστικά πρακτορεία.
5. Ξενοδοχεία.
6. Εταιρείες στο Internet.
7. Διαφημιστική εκστρατεία του Ε.Ο.Τ.

Ο τομέας των συνεργασιών μεταξύ μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων μπορεί να αναπτυχθεί περισσότερο και να προσφέρει σημαντικές καινοτομίες στην προσπάθεια για τουριστική ανάπτυξη. Καινοτομικά τουριστικά προϊόντα μπορεί επίσης να δημιουργήσει η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του διαδικτύου.

Αξιόλογος είναι ο ρόλος του κοινωνικού τουρισμού για την ενίσχυση της εσωτερικής μετακίνησης για λόγους αναψυχής. (Κεφ. Α.6).

Όσον αφορά στην ανάλυση της δυνητικής ζήτησης, διερευνώνται αφενός τα διαμορφωμένα χαρακτηριστικά της ζήτησης και αφετέρου οι τάσεις που ενισχύουν τη μεσοπρόθεσμη αύξηση της ζήτησης από συγκεκριμένες ομάδες -στόχους.

Τα βασικά χαρακτηριστικά της διαμορφωμένης ζήτησης είναι τα ακόλουθα:

1. Η περιοχή αποτελεί προορισμό με σταθερή και ποιοτική ζήτηση.
2. Η ζήτηση της περιοχής σχετίζεται με ορισμένα από τα βασικότερα κίνητρα του σύγχρονου τουρισμού.
3. Οι πόλοι που συνθέτουν το σημερινό προφίλ της ζήτησης, χαρακτηρίζονται από δυναμισμό αλλά και τάσεις κορεσμού, σε ορισμένες περιπτώσεις, ώστε να επιβάλλεται ο επαναπροσδιορισμός των βασικών προτεραιοτήτων στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

Για το σχολιασμό των τάσεων της τουριστικής ζήτησης στην περιοχή, διερευνώνται οι πηγές προέλευσης της δυνητικής ζήτησης για τα επόμενα 15 χρόνια, που είναι κυρίως:

1. Η μεγαλύτερη και πιο εξειδικευμένη ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
2. Η αύξηση της ζήτησης από εθνικότητες με μικρή παρουσία στην περιοχή.
3. Η ζήτηση από ημεδαπό τουρισμό.
4. Η αύξηση της ζήτησης για παραθεριστικές κατοικίες.
5. Η αύξηση και η ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης από τις ευρωπαϊκές αγορές. (Κεφ. Α.7.).

Β΄ ΦΑΣΗ

Για τον καθορισμό της στρατηγικής για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου η μελέτη διαπραγματεύεται δύο σενάρια, το σενάριο των τάσεων και το σενάριο «αιιφορικής» ανάπτυξης του τουρισμού.

Στο σενάριο των τάσεων εξετάζονται οι επιπτώσεις της συνέχισης της «ως έχει» τουριστικής ανάπτυξης στις υποδομές, το περιβάλλον και τους πόρους της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου.

Όσον αφορά στις υποδομές, εξετάζονται οι επιπτώσεις στις εξής κατηγορίες: Οδικό δίκτυο, εμπορικό λιμάνι, τουριστικό λιμάνι, αεροδρόμιο – ελικοδρόμιο, υποδομές φιλοξενίας, εστίασης, υγείας, πολιτισμού, υποδομές ύδρευσης, ενέργειας, τηλεπικοινωνιών, αποχέτευσης και επεξεργασίας λυμάτων, διαχείρισης απορριμμάτων και υποδομές από τις οποίες εξαρτάται η παροχή τουριστικών υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.

Όσον αφορά στο περιβάλλον και τους πόρους, εξετάζονται οι επιπτώσεις υλοποίησης του σεναρίου στη γεωργική γη, τους διαθέσιμους υδατικούς πόρους, τη γεωμορφολογία, το ανάγλυφο και το τοπίο, τις δασικές εκτάσεις, την αρχιτεκτονική κληρονομιά και τη φυσιογνωμία των οικισμών, τον τοπικό πολιτισμό / κουλτούρα, τη βιοποικιλότητα και το συνολικό τοπικό οικονομικό όφελος.

Η εξέταση και αξιολόγηση των επιπτώσεων που αναμένονται στις παραπάνω κατηγορίες εξαιτίας της συνέχισης της «ως έχει» τουριστικής ανάπτυξης, γίνεται για καθεμία από τις έξι προεκτεθείσες κατηγορίες νησιών, ως προς δε το χρονικό ορίζοντα, σε μεσοπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη βάση.

Όσον αφορά στο σενάριο της αιιφορικής τουριστικής ανάπτυξης, παρουσιάζονται κατ' αρχήν τα βασικά χαρακτηριστικά που πρέπει να διαθέτει και οι κατευθύνσεις προς τις οποίες πρέπει να κινείται, στους τομείς της οικονομίας, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος.

Το σενάριο της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης επιλέγεται και προτείνεται από την ομάδα μελέτης. Για την υλοποίησή του καταστρώνονται «κύριες κατευθύνσεις» πολιτικής για καθεμία από τις έξι ομάδες νησιών. Ακολουθεί ο προσδιορισμός των στόχων, που πρέπει να υλοποιηθούν κατά προτεραιότητα στο πλαίσιο της στρατηγικής για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας. (Κεφ. Β.1).

Στη συνέχεια προσδιορίζονται οι προτεραιότητες και οι άξονες παρέμβασης των δημόσιων φορέων. Παρουσιάζονται αναλυτικά οι προτεραιότητες και οι άξονες παρέμβασης της τουριστικής πολιτικής σε εθνικό επίπεδο αλλά και οι προτεραιότητες και οι άξονες παρέμβασης των λοιπών πολιτικών που υλοποιούνται κατά την περίοδο 2000 – 2006 από τους δημόσιους φορείς σε εθνικό, περιφερειακό, νομαρχιακό και δημοτικό επίπεδο (πολιτικές για την ανταγωνιστικότητα, τις μεταφορές, το περιβάλλον, την αγροτική ανάπτυξη και ανασυγκρότηση της υπαίθρου, την αλιεία, τον πολιτισμό, την υγεία και πρόνοια, την απασχόληση και επαγγελματική κατάρτιση, την εκπαίδευση και αρχική επαγγελματική κατάρτιση, την πληροφορία, η πολιτική της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου κ.α.) (Κεφ. Β.2).

Ακολουθεί η πρόταση για τους άξονες και τις μορφές κινητοποίησης των φορέων του ιδιωτικού τομέα και των αναγκαίων κοινών δράσεων των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων και παρατίθενται σχετικά παραδείγματα. (Κεφ. Β.3).

Στο τελευταίο κεφάλαιο καταστρώνεται το απαιτούμενο πρόγραμμα δράσης. Προτείνονται κατ' αρχήν μία σειρά από μελέτες που κρίνονται ως απαραίτητες για την εφαρμογή του σχεδίου. Οι μελέτες που ενδεικτικά περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα δράσης για την εφαρμογή του Χωροταξικού Σχεδίου της Περιφέρειας, μπορούν να αποτελέσουν υπόβαθρο άμεσα ή έμμεσα συσχετιζόμενο με το επιθυμητό μοντέλο ανάπτυξης του τουρισμού. Με στόχο την εφαρμογή κατευθύνσεων αειφορικής ανάπτυξης του τουρισμού, θεωρείται αρχικά κρίσιμη η έρευνα βασικών συνιστωσών του σταδίου και προτύπου ανάπτυξης που έχει ακολουθηθεί / διαμορφωθεί έως σήμερα , δηλαδή η αποτίμηση της υφιστάμενης κατάστασης. Στη συνέχεια καταγράφεται, ανά ομάδα νησιών, η τυπολογία των μελετών που απαιτούνται στο πλαίσιο της εφαρμογής του σεναρίου αειφορικής προσέγγισης.

Ακολουθώς επιχειρείται η συσχέτιση των προγραμματισμένων αξόνων παρέμβασης με το επιθυμητό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης στην Περιφέρεια. Παρουσιάζονται επίσης τα ενταγμένα έως σήμερα έργα του ΠΕΠ 2000 – 2006 και τα ενταγμένα στα τομεακά προγράμματα που αφορούν στην Περιφέρεια.

Στο πλαίσιο των προγραμμάτων που μπορούν να συμβάλλουν χρηματοδοτικά στην υλοποίηση του σχεδίου δράσης, μπορούν να ενταχθούν οι ακόλουθες ενέργειες:

- Εκπόνηση διαγνωστικής μελέτης προορισμών.
- Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων βασισμένων σε θεματικές ενότητες.
- Υποστήριξη των επιχειρηματιών στην υιοθέτηση και εφαρμογή των νέων τουριστικών προϊόντων.
- Υποστήριξη των επιχειρήσεων στην αναβάθμιση της ποιότητας παραγόμενων υπηρεσιών και προϊόντων.

Ειδικά όσον αφορά στο σκέλος των ενεργειών κατάρτισης και επιμόρφωσης, αναφέρονται θεματικές ενότητες που μπορούν να προσφερθούν και να επιλεγούν αναλόγως του καταρτιζόμενου κοινού (ανάπτυξη επιχειρηματικότητας, διαχείριση τουριστικών μονάδων, περιβάλλον και τουριστικές επιχειρήσεις, η Κοινωνία της Πληροφορίας και η τουριστική επιχείρηση).

Με βάση τη μέχρι σήμερα πρακτική και τα αποτελέσματα στο χώρο της σύναψης συμβάσεων και της ίδρυσης και λειτουργίας φορέων, προτείνονται τα εξής:

- Η προώθηση θεσμικών παρεμβάσεων με στόχο την καλύτερη οργάνωση του σχεδιασμού και υλοποίησης στρατηγικών τουρισμού.
- Η ανάπτυξη εργαλείων (δομών) στήριξης.

Σχετικά με την απαραίτητη στρατηγική μάρκετινγκ και επικοινωνίας, αναλύεται κατ' αρχήν η ιδιαίτερη σημασία του σχεδίου μάρκετινγκ μιας τουριστικής περιοχής και παρουσιάζονται οι παράγοντες, οι οποίοι συμβάλλουν στην ανάδειξή της (τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρίστα –καταναλωτή, η διεθνοποιημένη διάσταση του τουριστικού ταξιδιού ως καταναλωτικού προϊόντος, τα χαρακτηριστικά περιοχών και οι τύποι μάρκετινγκ, η ανάγκη διασύνδεσης του μάρκετινγκ με την ανάπτυξη

και το μάνατζμεντ, η τουριστική περιοχή ως πολυσύνθετο «τουριστικό προϊόν»).

Στη συνέχεια εξετάζονται τα κύρια τμήματα και οι ενότητες που συγκροτούν ένα πρόγραμμα μάρκετινγκ, που είναι τα εξής:

I. Οργάνωση και σχεδιασμός προγράμματος μάρκετινγκ.

- Θεσμικό πλαίσιο.
- Σχεδιασμός.
- Οργάνωση και ανατροφοδότηση.
- Υποστήριξη.
- Έλεγχος.

II. Διερεύνηση τουριστικών πόρων και συγκρότηση τουριστικού προϊόντος.

- Ανάλυση: τουριστικοί πόροι.
- Σύνθεση: τουριστικό προϊόν.
- Στρατηγικός σχεδιασμός.
- Πελάτες.
- Αγορές.
- Ανταγωνισμός.
- Τιμές.

III. Μέσα της προβολής, προώθησης και πώλησης του προϊόντος.

- Διαφήμιση.
- Δημόσιες σχέσεις.
- Εκθέσεις.
- Άμεσες πωλήσεις.
- Internet.

Ακολουθεί η παρουσίαση και σύνδεση των χαρακτηριστικών προσφοράς και ζήτησης των έξι ομάδων νησιών με το πρόγραμμα μάρκετινγκ της Περιφέρειας.

Τέλος, παρουσιάζονται οι αναγκαίες θεσμικές ρυθμίσεις χωροταξικού, πολεοδομικού και περιβαλλοντικού περιεχομένου. (Κεφ. Β.4.).

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | | |
|----------------------|---|-----------|
| ΠΡΟΛΟΓΟΣ | | |
| ΟΜΑΔΑ ΜΕΛΕΤΗΣ | | |
| | ΠΕΡΙΛΗΨΗ | i |
| | ΕΙΣΑΓΩΓΗ | 1 |
| B.1 | ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ | 3 |
| B.1.1 | Εξέταση εναλλακτικών σεναρίων | 3 |
| B.1.2 | Κύριες κατευθύνσεις πολιτικής | 9 |
| B.1.3 | Προσδιορισμός στόχων προτεραιότητας | 12 |
| B.1.4 | Δυνατότητες ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού κατά προτεραιότητα | 13 |
| B.2 | ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΞΟΝΩΝ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΦΟΡΕΩΝ | 17 |
| B.2.1 | Τουριστική Πολιτική | 17 |
| B.2.2 | Πολιτική Ενέργειας | 24 |
| B.2.3 | Πολιτική Μεταφορών | 25 |
| B.2.4 | Πολιτική Περιβάλλοντος | 26 |
| B.2.5 | Πολιτική Αγροτικής Ανάπτυξης και Ανασυγκρότησης της Υπαιθρου | 27 |
| B.2.6 | Πολιτική Αλιείας | 27 |
| B.2.7 | Πολιτική Πολιτισμού | 28 |
| B.2.8 | Πολιτική Υγείας - Πρόνοιας | 28 |
| B.2.9 | Πολιτική Απασχόλησης και Επαγγελματικής Κατάρτισης | 29 |
| B.2.10 | Πολιτική Εκπαίδευσης και Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης | 29 |
| B.2.11 | Κοινωνία της Πληροφορίας | 30 |
| B.2.12 | Πολιτική Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου | 30 |
| B.2.13 | Προτεραιότητες Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων | 44 |
| B.2.14 | Προτεραιότητες Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης | 45 |
| B.3 | ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΑΞΟΝΕΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΜΟΡΦΕΣ ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΑΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΚΑΙ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ | 48 |
| B.3.1 | Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και η Local Agenda 21 | 48 |
| B.3.2 | Παραδείγματα κοινής δράσης και συνεργασίας στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου | 49 |
| B.3.2.1 | Παραδείγματα κοινής δράσης και συνεργασίας δημόσιων φορέων στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου | 49 |
| B.3.2.2 | Παραδείγματα κοινής δράσης και συνεργασίας δημόσιων και ιδιωτικών φορέων στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου | 52 |
| B.3.3 | Άξονες και μορφές κινητοποίησης των φορέων του ιδιωτικού τομέα | 56 |
| B.3.4 | Άξονες και μορφές κινητοποίησης των δημόσιων φορέων | 59 |
| B.3.5 | Άξονες και μορφές κινητοποίησης των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων | 60 |
| B.3.6 | Φορείς τουριστικής ανάπτυξης και προβολής στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου | 61 |
| B.3.7 | Μορφές κινητοποίησης (μορφές συνεργασίας) | 63 |

| | | |
|---------|---|------------|
| B.3.8 | Πρόταση για τους άξονες κινητοποίησης των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων | 63 |
| B.3.9 | Πρόταση για τις μορφές κινητοποίησης | 64 |
| B.4 | ΣΥΝΤΑΞΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΔΡΑΣΗΣ | 66 |
| B.4.1 | Απαιτούμενες μελέτες | 66 |
| B.4.2 | Απαιτούμενα έργα | 72 |
| B.4.3 | Σύνταξη προγράμματος δράσης | 89 |
| B.4.3.1 | Σχεδιασμός μέτρων και δράσεων στο πλαίσιο συγχρηματοδοτούμενων Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, Κοινοτικών Πρωτοβουλιών, κλπ. | 89 |
| B.4.3.2 | Ενέργειες κατάρτισης και επιμόρφωσης | 90 |
| B.4.3.3 | Σύναψη συμβάσεων, ίδρυση φορέων | 92 |
| B.4.4 | Πρόγραμμα Μάρκετινγκ της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου | 95 |
| B.4.4.1 | Η σημασία των Προγραμμάτων Μάρκετινγκ σε Περιφερειακό και Τοπικό Επίπεδο | 95 |
| B.4.4.2 | Βασικά χαρακτηριστικά των Προγραμμάτων Μάρκετινγκ Τουριστικών Περιοχών: η περίπτωση της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου | 98 |
| B.4.4.3 | Χαρακτηριστικά Προσφοράς και δυνατότητες αύξησης της Ζήτησης στις έξι ομάδες νησιών της περιοχής μελέτης | 110 |
| B.4.5 | Αναγκαίες θεσμικές ρυθμίσεις χωροταξικού, πολεοδομικού και περιβαλλοντικού περιεχομένου | 120 |
| | ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 122 |
| | ΧΑΡΤΕΣ | |

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στις τελευταίες δεκαετίες του 20ου αιώνα ο τουρισμός αναδείχθηκε σε καθοριστικό, ηγετικό θα έλεγε κανείς, παράγοντα της οικονομικής ανάπτυξης πολλών περιοχών σημαδεύοντας την αναπτυξιακή πορεία τους. Ο πλούτος φυσικών και πολιτισμικών πόρων κάποιων περιοχών αποτέλεσε τον πρωταρχικό παράγοντα έλξης για την άσκηση εντός αυτών του νέου κοινωνικού «δικαιώματος», που είναι πλέον ο τουρισμός. Σήμερα πια η ανάπτυξη του τουρισμού συνιστά σε πολλές περιπτώσεις στόχο υψηλής προτεραιότητας προσφέροντας μία εναλλακτική αναπτυξιακή επιλογή.

Στο πλαίσιο της πάση θυσία επιδίωξης της τουριστικής ανάπτυξης, συχνά ακολουθήθηκε ένα μοντέλο απρογραμμάτιστης και εντατικής ανάπτυξης. Δίπλα στις αναμφισβήτητες θετικές επιπτώσεις της ανάπτυξης είναι πλέον ορατές και σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις στους πόρους (φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον) καθώς και στην οικονομία και την κοινωνία των περιοχών στις οποίες ίσχυσε το «μοντέλο» αυτό, υποθηκεύοντας συχνά το μέλλον τους. Τα τελευταία χρόνια είναι σαφές ότι το γνωστό, «κλασικό» τουριστικό προϊόν (μαζικός ηλιοτροπικός τουρισμός παραλίας) έχει συμπληρώσει ή βρίσκεται πολύ κοντά στη συμπλήρωση του κύκλου της ζωής του, δεν αποτελεί το πλέον ζητούμενο προϊόν και έχει

πολλές αρνητικές συνέπειες για τις εξειδικευμένες σε αυτό επιχειρήσεις και περιοχές.

Είναι πλέον σαφές ότι απαιτείται ριζικός επαναπροσδιορισμός των προτεραιοτήτων κατά το σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης, βάσει μίας νέας στρατηγικής, που θα ενσωματώνει την τουριστική ανάπτυξη στην τοπική οικονομία, διατηρώντας την οικολογική και πολιτισμική ποικιλομορφία των τουριστικών περιοχών. Αυτό φυσικά δεν μπορεί να επιτευχθεί παρά μόνο μέσω της ανάπτυξης εναλλακτικού, ενεργού τουρισμού βασισμένου στα ειδικά ενδιαφέροντα των τουριστών για το περιβάλλον και τον πολιτισμό καθώς και με την προσπάθεια για βελτίωση της ποιότητας και της απόδοσης (περιβαλλοντικής, κοινωνικής κ.λπ.) του μαζικού τουρισμού.

Είναι αναγκαία η στροφή προς έναν επιλεκτικό τουρισμό, σε ανανέωση του τουριστικού προϊόντος με ποιοτική βελτίωση και αύξηση της προστιθέμενης αξίας του. Αναφερόμαστε στον τουρισμό, ο οποίος:

- Θα προστατεύει και θα αξιοποιεί τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής στην οποία αναπτύσσεται, δημιουργώντας νέες θέσεις απασχόλησης για ειδικευμένο προσωπικό.
- Θα καταναλώνει τοπικά προϊόντα μειώνοντας την ανάγκη για μεταφορές και συμβάλλοντας στην αποφυγή της μονοκαλλιέργειας.
- Θα συντείνει στην καλύτερη διάχυση των τουριστικών ροών στο χώρο και το χρόνο.
- Θα αναδεικνύει και αξιοποιεί με ήπιο τρόπο όλους τους τοπικούς πόρους.
- Θα στηρίζει την ανάπτυξη αντιρρυπαντικών τεχνολογιών και συμπεριφορών φιλικών προς το περιβάλλον.

Ο τουρισμός αυτός εκδηλώνεται με νέες, επιλεκτικές, εξειδικευμένες και ποιοτικές μορφές, οι οποίες απευθύνονται σε τουρίστες που θέλουν να μην είναι παθητικοί δέκτες αλλά να αναμειχθούν ενεργά στο προϊόν που οι ίδιοι έχουν επιλέξει, να αποκτήσουν νέες εμπειρίες και γνώσεις, να βιώσουν το φυσικό, πολιτισμικό και κοινωνικό περιβάλλον χωρίς να συντελέσουν στην υποβάθμισή του ή να συνδυάσουν την αναψυχή με επαγγελματικές ή άλλες υποχρεώσεις.

Στο δύσκολο, ιδιαίτερα σκληρό διεθνές τουριστικό σκηνικό, είναι σίγουρο ότι μόνο οι περιοχές εκείνες που θα προσφέρουν ένα διαφοροποιημένο και ποιοτικό τουριστικό προϊόν με παράλληλη διατήρηση του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος –και αναβάθμισή του ιδιαίτερα σε περιοχές μαζικού οργανωμένου τουρισμού- καθώς και των ιδιαιτεροτήτων τους, θα παραμείνουν ανταγωνιστικές και θα θέσουν τις βάσεις για μία μακροπρόθεσμη και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

B.1. Καθορισμός στρατηγικής για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας

B.1.1. Εξέταση εναλλακτικών σεναρίων

Για τον καθορισμό της στρατηγικής για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου η μελέτη διαπραγματεύεται στη συνέχεια δύο σενάρια. Πρόκειται για το σενάριο των τάσεων (ουσιαστικά, για τη συνέχιση της «ως έχει» τουριστικής ανάπτυξης), οι αναμενόμενες επιπτώσεις του οποίου παρουσιάζονται σε μεσοπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη βάση και το σενάριο «αιφφορικής» ανάπτυξης του τουρισμού στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου.

- **Σενάριο των τάσεων**

Εξετάζονται οι επιπτώσεις της συνέχισης της «ως έχει» τουριστικής ανάπτυξης στις υποδομές, το περιβάλλον και τους πόρους της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Πιο συγκεκριμένα, εξετάζονται οι επιπτώσεις στις εξής κατηγορίες υποδομών: οδικό δίκτυο, εμπορικό ή τουριστικό λιμάνι, αεροδρόμιο – ελικοδρόμιο, υποδομές φιλοξενίας, εστίασης, υγείας, πολιτισμού (μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, πολιτιστικά και πνευματικά κέντρα), υποδομές ύδρευσης, ενέργειας, τηλεπικοινωνιών, αποχέτευσης και επεξεργασίας λυμάτων, διαχείρισης απορριμμάτων και υποδομές από τις οποίες εξαρτάται η παροχή τουριστικών υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.

Όσον αφορά στο περιβάλλον και τους πόρους, εξετάζονται οι επιπτώσεις υλοποίησης του σεναρίου στη γεωργική γη, τους διαθέσιμους υδατικούς πόρους, τη γεωμορφολογία, το ανάγλυφο και το τοπίο, τις δασικές εκτάσεις, την αρχιτεκτονική κληρονομιά και τη φυσιογνωμία των οικισμών, τον τοπικό πολιτισμό / κουλτούρα, τη βιοποικιλότητα και το συνολικό τοπικό οικονομικό όφελος.

Η εξέταση και αξιολόγηση των επιπτώσεων που αναμένονται στις παραπάνω κατηγορίες εξαιτίας της συνέχισης της «ως έχει» τουριστικής ανάπτυξης, γίνεται για καθεμία από τις έξι προεκτεθείσες κατηγορίες νησιών, ως προς δε το χρονικό ορίζοντα, σε μεσοπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη βάση. Το είδος των επιπτώσεων (αρνητικές, μηδενικές, θετικές) χαρακτηρίζεται με τα σύμβολα «-», «0» και «+».

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.1. Αξιολόγηση επιπτώσεων στο "σενάριο των τάσεων"

| Υποδομές | Ομάδα Ι | | Ομάδα ΙΙ | | Ομάδα ΙΙΙ | | Ομάδα ΙV | | Ομάδα V | | Ομάδα VI | |
|--|---------|---|----------|---|-----------|---|----------|---|---------|---|----------|---|
| Οδικό δίκτυο | + | + | + | + | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Λιμάνι εμπορικό ή τουριστικό | - | - | + | - | 0 | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Αεροδρόμιο – ελικοδρόμιο | 0 | 0 | + | 0 | 0 | - | 0 | + | - | 0 | - | 0 |
| Φιλοξενίας | 0 | + | 0 | + | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Εστίασης | 0 | + | 0 | + | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Υγείας | 0 | - | 0 | - | - | - | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Πολιτισμού | - | 0 | 0 | + | 0 | + | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Ύδρευσης | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Ενέργειας | 0 | + | 0 | + | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Τηλεπικοινωνιών | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Αποχέτευσης – επεξεργασίας λυμάτων | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Διαχείρισης απορριμμάτων | - | - | 0 | - | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Παροχή ποιοτικών τουριστικών υπηρεσιών | + | + | + | + | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 |

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.1. Αξιολόγηση επιπτώσεων στο "σενάριο των τάσεων" (συνέχεια)

| Περιβάλλον και πόροι | Ομάδα Ι | | Ομάδα ΙΙ | | Ομάδα ΙΙΙ | | Ομάδα ΙV | | Ομάδα V | | Ομάδα VI | |
|---|---------|-----|----------|-----|-----------|-----|----------|-----|---------|-----|----------|-----|
| Γεωργική γη | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Νερό | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Γεωμορφολογία – Ανάγλυφο - Τοπίο | 0 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Δασικές εκτάσεις | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Αρχιτεκτονική κληρονομιά – φυσιογνωμία οικισμών | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 | - | 0 |
| Τοπικός πολιτισμός – κουλτούρα | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Βιοποικιλότητα | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Συνολικό τοπικό οικονομικό όφελος | + | 0/- | + | 0/- | + | 0/- | + | 0/- | + | 0/- | + | 0/- |

Είδος των επιπτώσεων:

+

0

-

Πηγή: Επεξεργασία Ομάδας Μελέτης / ENVIPLAN - Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες

Όπως έχει ήδη αναφερθεί (Κεφ. Α.3.4.1), η Ομάδα Ι περιλαμβάνει αποκλειστικά τη Ρόδο, στην οποία έχουν πραγματοποιηθεί τεράστιες επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού και έχει δημιουργηθεί ισχυρή αναπτυξιακή ροπή. Οι επιπτώσεις της συνέχισης της «ως έχει» τουριστικής ανάπτυξης στη Ρόδο αναμένονται κατά κύριο λόγο μηδενικές ή θετικές στον τομέα των υποδομών. Εξαιρείται το λιμάνι που θα δεχθεί ισχυρή πίεση λόγω της συνεχώς αυξανόμενης κίνησης, καθώς και οι εγκαταστάσεις διαχείρισης απορριμμάτων (σε μεσοπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη βάση), οι υποδομές υγείας μακροπρόθεσμα, πολιτισμού, ύδρευσης και αποχέτευσης – επεξεργασίας λυμάτων μεσοπρόθεσμα. Σημαντικά χειρότερη αναμένεται η εικόνα όσον αφορά το κεφάλαιο «περιβάλλον και πόροι», ενώ το συνολικό τοπικό οικονομικό όφελος αναμένεται σε μεσοπρόθεσμη βάση θετικό με πτωτικές τάσεις σε μακροπρόθεσμη βάση, λόγω της επιδείνωσης της κατάστασης του φυσικού και πολιτισμικού κεφαλαίου.

Τα νησιά της Ομάδας ΙΙ χαρακτηρίζονται κυρίως από το δυναμισμό τους στον τομέα του τουρισμού, με υψηλό αριθμό επισκεπτών αλλά όχι απαραίτητα παρεμφερές πληθυσμιακό μέγεθος και εμφάνιση έντονων στοιχείων κορεσμού. Οι επιπτώσεις της συνέχισης της «ως έχει» τουριστικής ανάπτυξης στις υποδομές αναμένονται κατά κύριο λόγο θετικές ή μηδενικές. Μακροπρόθεσμα αναμένονται αρνητικές επιπτώσεις στις λιμενικές υποδομές, στις υποδομές υγείας και διαχείρισης απορριμμάτων. Ιδιαίτερα προβληματική για το κοντινό μέλλον αναμένεται η κατάσταση στους τομείς της ύδρευσης και της αποχέτευσης – επεξεργασίας λυμάτων. Ιδιαίτερα αρνητική αναμένεται να είναι μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα η εικόνα του περιβάλλοντος και των πόρων, με την εξαίρεση στον τομέα της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς – φυσιογνωμίας (μηδενική αναμενόμενη επίπτωση μακροπρόθεσμα). Το συνολικό τοπικό οικονομικό όφελος αναμένεται σε μεσοπρόθεσμη βάση θετικό αλλά σε μακροπρόθεσμη βάση μηδενικό ή και αρνητικό λόγω της επιδείνωσης της κατάστασης του φυσικού και πολιτισμικού κεφαλαίου.

Στα νησιά της ομάδας ΙΙΙ η εικόνα έχει ανατραπεί, καθώς η μόνη θετική επίπτωση που αναμένεται στον τομέα των υποδομών, είναι, σε μακροπρόθεσμη βάση, στην περιοχή του πολιτισμού. Ως προς το περιβάλλον, τους πόρους και το συνολικό τοπικό οικονομικό όφελος, δεν επισημαίνεται ουδεμία διαφοροποίηση σε σχέση με την προηγούμενη ομάδα νησιών.

Όσον αφορά τις υποδομές των νησιών της ομάδας IV, η μόνη θετική επίπτωση που αναμένεται, εντοπίζεται στις υποδομές αερομεταφορών, σε μακροπρόθεσμη βάση. Καμία διαφορά δεν αναμένεται στο επόμενο κεφάλαιο, σε σχέση με την προηγούμενη ομάδα.

Στις ομάδες νησιών V και VI δεν αναμένεται καμία θετική επίπτωση στον τομέα των υποδομών. Σε όλες τις κατηγορίες υποδομών αναμένονται αρνητικές επιπτώσεις μεσοπρόθεσμα και μηδενικές επιπτώσεις μακροπρόθεσμα. Στον τομέα του περιβάλλοντος, των πόρων και του συνολικού τοπικού οικονομικού οφέλους δεν αναμένονται επιπτώσεις διαφορετικές από εκείνες που έχουν παρουσιασθεί για τις προηγούμενες ομάδες.

- Σενάριο της αειφορικής ανάπτυξης

Έχουν διαπιστωθεί οι ως επί το πλείστον αρνητικές επιπτώσεις του μέχρι σήμερα ακολουθούμενου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου. Σύμφωνα και με τα προεκτεθέντα, η συνέχιση του μοντέλου αυτού αναμένεται να έχει κυρίως αρνητικές επιπτώσεις τόσο στις υποδομές όσο και κυρίως στον κρίσιμο τομέα του περιβάλλοντος και των πόρων. Βεβαίως, οι αναμενόμενες επιπτώσεις διαφοροποιούνται από νησί σε νησί και μεταξύ των ομάδων νησιών. Αναλόγως του μεγέθους κάθε νησιού διαφέρει και ο απαιτούμενος για την εμφάνιση αυτών των επιπτώσεων χρόνος (στα μικρότερα νησιά, οι δυσλειτουργίες, τα προβλήματα και οι αρνητικές επιπτώσεις του ως άνω μοντέλου ανάπτυξης εμφανίζονται συντομότερα).

Είναι προφανές ότι στην περίπτωση μίας παρόμοιας με την παραπάνω ανάλυσης και παρουσίασης ως προς τις επιπτώσεις της εφαρμογής ενός μοντέλου αειφορικής ανάπτυξης του τουρισμού στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, θα εμφανιζόταν μία κατά κύριο λόγο ή καθ' όλα θετική εικόνα (πράγμα που είναι και το επιθυμητό) και για το λόγο αυτό παρέλκει η εμφάνιση ενός παρόμοιου πίνακα επιπτώσεων για το μοντέλο αυτό.

Ένα σενάριο αειφορικής ανάπτυξης του τουρισμού στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου πρέπει να διαθέτει κάποια βασικά χαρακτηριστικά και να κινείται προς τις κατευθύνσεις που παρουσιάζονται στη συνέχεια:

1. Εκπαίδευση – κατάρτιση των επιχειρηματιών και των εργαζομένων στον τομέα του τουρισμού.
2. Συμφωνίες μεταξύ α) φορέων του Δημοσίου – επιχειρηματιών και β) ομάδων επιχειρηματιών για τη βελτίωση και προώθηση του τουριστικού προϊόντος.
3. Διεθνείς διαφημιστικές εκστρατείες με έμφαση στην παράμετρο της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών.
4. Έλεγχος της τήρησης των προδιαγραφών για τη λειτουργία των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών (μεταφορών -επικοινωνιών, φιλοξενίας, εστίασης).
5. Ανάπτυξη μηχανισμού λήψης και επεξεργασίας σχολίων, παραπόνων, προτάσεων, υποδείξεων, που υποβάλλονται από τους τουρίστες και ανάλογη δράση για την επανάταξη των προβλημάτων.
6. Αύξηση και βελτίωση της τοπικής παραγωγής.
7. Βελτίωση των υποδομών περίθαλψης και πρόνοιας.
8. Προστασία και ανάδειξη του τοπικού πολιτισμού ως διαθέτοντος "αυθυπαρξία" και "αυταξία". Αποφυγή φαινομένων φολκλόρ και "καρικατούρας".
9. Πολλαπλές δράσεις για την προστασία του συστήματος πολιτισμικών / κοινωνικών αξιών.
10. Καθορισμό με λεπτομερή τρόπο / εξειδίκευση των κατάλληλων δεικτών της "φέρουσας ικανότητας" ανά νησί ή ομάδα νησιών.
11. Καθορισμό του επιτρεπόμενου μεγέθους, αριθμού και δυναμικότητας τουριστικών μονάδων σε επίπεδο οικισμού.
12. Καθορισμό του επιτρεπόμενου αριθμού εστιατορίων, καφεζαχαροπλαστείων, μπαρ κ.α. ανά οικισμό.
13. Ολοκλήρωση των απαιτούμενων έργων συγκοινωνιακής υποδομής, μεγέθους ανάλογου με το επιθυμητό είδος και μέγεθος ανάπτυξης ανά νησί.
14. Ρύθμιση της σχέσης των πληθυσμιακών μεγεθών μονίμων κατοίκων – επισκεπτών κατά τη διάρκεια του έτους.
15. Ρύθμιση της σχέσης των πληθυσμιακών μεγεθών μονίμων κατοίκων – μη ντόπιων εργαζομένων κατά τη διάρκεια του έτους.
16. Καθορισμό χρήσεων γης και όρων και περιορισμών δόμησης στις εκτός σχεδίου και εκτός οικισμών περιοχές. Η διατήρηση των μέχρι σήμερα "ανέπαφων" από τη δόμηση περιοχών, η διαφύλαξη της γεωργικής γης, η προστασία του τοπίου, αποτελούν βασικούς στόχους αλλά και προϋποθέσεις εφαρμογής και υλοποίησης του σεναρίου.

17. Καθορισμό χρήσεων γης και όρων και περιορισμών δόμησης εντός των οικισμών, με προτεραιότητα σε όσους δέχονται ήδη σημαντικές πιέσεις. Απαιτούνται ο έλεγχος της ανοικοδόμησης με ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια, ο σεβασμός της κατοικίας και άλλων προϋφιστάμενων χρήσεων εντός των οικισμών, η αντιμετώπιση του κυκλοφοριακού προβλήματος, της ηχορρύπανσης και της οπτικής ρύπανσης.
18. Προστασία των φυσικών στοιχείων και συνιστωσών του χώρου (ακτών, τοπίων, γεωλογικών σχηματισμών, χερσαίων και θαλάσσιων οικοσυστημάτων, αγροτικού χώρου, αποδεκτών κ.λπ.).
19. Προστασία των ανθρωπογενών πολιτισμικών στοιχείων και συνόλων (μνημείων, ιστορικών τόπων, παραδοσιακής δόμησης, κοινόχρηστων και κοινωφελών χώρων κ.λπ.).
20. Προστασία – εξοικονόμηση υδατικών πόρων. Καθορισμός "επιτρεπόμενης" κατανάλωσης – ανάλογη τιμολόγηση.
21. Αντιμετώπιση της ρύπανσης μέσω της διαχείρισης των στερεών αποβλήτων και των λυμάτων.
22. Συνδυαστικότητα / συμπληρωματικότητα μορφών τουρισμού με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την ανακατανομή της τουριστικής κίνησης στο χρόνο και έμφαση στην ανάδειξη και ενίσχυση του «τοπικού».
23. Οργάνωση της τουριστικής δραστηριότητας με διατήρηση και των άλλων τομέων – κλάδων της τοπικής οικονομίας και κατ' επέκταση των επαγγελματιών και δεξιοτήτων του τοπικού πληθυσμού. Μεταξύ των στόχων του μοντέλου αειφορικής ανάπτυξης του τουρισμού είναι και η αντιμετώπιση του φαινομένου της μονοκαλλιέργειάς του στα περισσότερα νησιά της Περιφέρειας, με τις γνωστές επιπτώσεις στην απασχόληση.

B.1.2 Κύριες κατευθύνσεις πολιτικής

Για την υλοποίηση του επιλεγόμενου από την ομάδα μελέτης «αειφορικού» σεναρίου τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου¹, κρίνεται ως απαραίτητη πριν τη διατύπωση των στόχων προτεραιότητας η κατάστρωση «κύριων κατευθύνσεων» της απαιτούμενης πολιτικής, ανά ομάδα νησιών.

¹ Τσεκούρας Γ., "Οι ιδιαιτερότητες του Σχεδιασμού της Αειφόρου Ανάπτυξης στο Αιγαίο", Κυκλαδίτικη Συνάντηση – Νέα Στρατηγική για τον Τουρισμό – Σχεδιασμός για μια Αειφόρο Ανάπτυξη, Πάρος 23-24/5/02.

Οι κύριες αυτές κατευθύνσεις πολιτικής έχουν ως εξής:

Ομάδα νησιών Ι (Ρόδος – Κως)

Για τις ανάγκες της διατύπωσης των κύριων κατευθύνσεων πολιτικής και μόνο, η Ρόδος και η Κως εντάσσονται σε μία ομάδα, καθώς παρουσιάζουν πολλά κοινά χαρακτηριστικά. Στα νησιά αυτά έχουν πραγματοποιηθεί τεράστιες επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού και έχει δημιουργηθεί η σχετική αναπτυξιακή ροπή. Για το λόγο αυτό, δεν θα κρινόταν ως συνετή μία προσπάθεια για την αλλαγή των ισχυουσών κατευθύνσεων της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά ενδείκνυται η πραγματοποίηση παρεμβάσεων χωρίς ριζική αλλαγή του συγκεκριμένου μοντέλου ανάπτυξης. Πάντως, η αποδοχή της ύπαρξης και λειτουργίας των μεγάλης κλίμακας ξενοδοχειακών μονάδων δεν σημαίνει κατ' ουδένα τρόπο ότι το μοντέλο αυτό μπορεί να αντιγραφεί στα υπόλοιπα τμήματα των νησιών π.χ. στη νότια Ρόδο. Επομένως, πρέπει να αναληφθούν ενέργειες για

1. Τη βελτίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών των τουριστών.
2. Την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
3. Την αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών μέσω της αναβάθμισης και συμπλήρωσης των υποδομών των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων.
4. Την αύξηση του αριθμού και την αναβάθμιση των υποδομών ειδικών εξυπηρετήσεων π.χ. γηπέδων γκολφ. Αυτό βεβαίως δεν σημαίνει ότι κρίνεται ως αναγκαία η ύπαρξη, για παράδειγμα, ενός γηπέδου γκολφ σε κάθε μεγάλη ξενοδοχειακή μονάδα, αλλά η ύπαρξη και λειτουργία δημοτικών γηπέδων γκολφ.
5. Τη ρύθμιση και την καλύτερη κατανομή στο χρόνο των επισκέψεων των κρουαζιεροπλοίων.
6. Την αξιοποίηση και προβολή των στοιχείων της φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς, με παράλληλη προστασία τους.
7. Τη βελτίωση του επιπέδου των παρεχόμενων εξυπηρετήσεων στην Κω (η Ρόδος διαθέτει υψηλό επίπεδο παρεχόμενων εξυπηρετήσεων στους τουρίστες).

Ομάδα νησιών ΙΙ (πλην της Κω)

Στα νησιά της ομάδας αυτής (Θήρα, Μύκονος, Πάρος) έχει επέλθει μεγάλη μείωση της φυσικής χωρητικότητάς τους. Παρατηρείται υπερεντατική χρήση των φυσικών και πολιτισμικών πόρων π.χ. στην περιοχή της καλντέρας στη Θήρα², με αυξημένες πιθανότητες "κατάρρευσής" τους, σε χρονικά σημεία αιχμής. Κατ' ουσίαν, η αξία των πόρων μειώνεται μακροπρόθεσμα. Διαπιστώνονται επίσης σαφή αναπτυξιακά αδιέξοδα και εμφανίζονται τα όρια της τουριστικής ανάπτυξης π.χ. στη Μύκονο.³

Στα νησιά της ομάδας αυτής απαιτείται η πραγματοποίηση παρεμβάσεων και η λήψη μέτρων προς τις εξής κατευθύνσεις:

1. Έλεγχος της χωρητικότητας, δηλαδή πρέπει να αποφευχθεί η ίδρυση και λειτουργία νέων μονάδων φιλοξενίας και εστίασης (0% αύξηση).
2. Χρονική ανακατανομή του αριθμού των επισκεπτών.
3. Έλεγχος των δυνατοτήτων προσέγγισης σε όσα σημεία των νησιών παρουσιάζονται φαινόμενα κορεσμού.
4. Βελτίωση της εικόνας του φυσικού και δομημένου χώρου (βλ. σημεία 15 και 16 ανωτέρω).

Ομάδα νησιών III

Στα νησιά της ομάδας αυτής κρίνεται ότι υπάρχει η δυνατότητα αύξησης του αριθμού των τουριστών μέχρι 15% εντός της επόμενης δεκαετίας. Όμως, στο πλαίσιο του σεναρίου αειφορικής ανάπτυξης του τουρισμού η πραγματοποίηση της αύξησης αυτής προϋποθέτει

1. Την ολοκλήρωση των υποδομών διαχείρισης των απορριμμάτων και λυμάτων, υγείας και ύδρευσης (από τον τελευταίο τομέα εξαιρείται η Άνδρος).
2. Την προστασία των ιδιαίτερα ευαίσθητων φυσικών και δομημένων τοπίων (βλ. σημεία 15 και 16 ανωτέρω).

Στη Σύρο είναι αναγκαία η προστασία και ανάδειξη της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς της Ερμούπολης και της Άνω Σύρου, ενώ στην Τήνο

² ENVIPLAN - Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες, Ειδικές Έρευνες στα πλαίσια του ΧΣΠ Νοτίου Αιγαίου.

³ Κοκκώσης Χ. (2000), Τουριστική ανάπτυξη και φέρουσα ικανότητα στα νησιά, στο: Διάφοροι συγγραφείς – Πάρις Τσάρτας (επιμ.) (2000), Τουριστική ανάπτυξη - πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις, Εξάντας, Αθήνα, σελ. 92.

απαιτείται ο προσεκτικός σχεδιασμός των δραστηριοτήτων περί τον θρησκευτικό τουρισμό, ιδίως κατά τις περιόδους αιχμής.

Ομάδα νησιών IV

Στα νησιά της Ομάδας IV απαιτείται σαφής αλλαγή του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης. Ήδη παρατηρείται σημαντική υποβάθμιση του φυσικού κεφαλαίου και των τουριστικών πόρων με κύριο σύμπτωμα τη συρρίκνωση της γεωργικής γης και την αλλοίωση του τοπίου. Ο μέσος όρος αύξησης της τουριστικής χωρητικότητας τοποθετείται στο 20%.

Απαιτούνται οι εξής βασικές παρεμβάσεις:

1. Επίλυση των βασικών ελλείψεων των υποδομών υγείας, ύδρευσης, διαχείρισης απορριμμάτων και λυμάτων.
2. Οι νέες υποδομές φιλοξενίας και εστίασης πρέπει να εντάσσονται εντός των σημερινών ορίων των οικισμών.

Ειδικά για την ήδη ανεπτυγμένη τουριστικά περιοχή της Νάξου πρέπει να δρομολογηθεί η αναβάθμιση των υπαρχουσών υποδομών φιλοξενίας και εστίασης, χωρίς περαιτέρω αύξηση της χωρητικότητας.

Ομάδα νησιών V

Η ύπαρξη αξιόλογων «παρθένων» εκτάσεων και στοιχείων του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος και του τοπίου στα νησιά της ομάδας αυτής ευνοεί την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού. Η κατεύθυνση πρέπει να είναι προς έναν ήπιο τουρισμό υψηλής απόδοσης, οργανωμένο γύρω από τα νοικοκυριά και την προώθηση τοπικών προϊόντων.

Απαιτείται συμπλήρωση / βελτίωση των τεχνικών και κοινωνικών υποδομών, με έμφαση στις σχετικές με την προσπελασιμότητα. Για τη χωροθέτηση και τον καθορισμό του μεγέθους και του τρόπου κατασκευής των αναγκαίων έργων πρέπει να λαμβάνεται υπ' όψιν η κλίμακα και η ευθραυστότητα του περιβάλλοντος και του τοπίου.

Ομάδα νησιών VI

Η στενή σχέση εξάρτησης με μεγαλύτερα νησιά θα διατηρηθεί. Θα αποτελέσει μάλιστα πλεονέκτημα στην πορεία των νησιών της Ομάδας VI για τουριστική ανάπτυξη, ιδιαίτερα ως προς την προστασία των φυσικών και πολιτισμικών πόρων τους. Απαιτείται αποτελεσματικότερος έλεγχος των ημερήσιων επισκέψεων τουριστών.

B.1.3 Προσδιορισμός στόχων προτεραιότητας

Μετά από την προηγηθείσα παρουσίαση παρατίθενται οι στόχοι, οι οποίοι πρέπει να υλοποιηθούν κατά προτεραιότητα στο πλαίσιο της στρατηγικής για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας. Αυτοί οι στόχοι προτεραιότητας έχουν προσδιορισθεί ως εξής:

1. Εκπαίδευση των απασχολούμενων στον τουριστικό τομέα σχετικά με την έννοια και το περιεχόμενο της αειφορικής ανάπτυξης στον τομέα του τουρισμού.
2. Απόκτηση από τους απασχολούμενους στον τουριστικό τομέα απαραίτητων δεξιοτήτων, όπως είναι η γνώση ξένων γλωσσών και χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών.
3. Εκπαίδευση και παροχή ειδικότερων γνώσεων στους απασχολούμενους στον τουριστικό τομέα, ανάλογα με την κατηγορία της ασχολίας και το είδος της παρεχόμενης από αυτούς υπηρεσίας.
4. Κατανόηση απ' όλους τους εμπλεκόμενους στον τομέα του τουρισμού (σε δημόσιο και ιδιωτικό τομέα) των ιδιαιτεροτήτων που παρουσιάζουν τα νησιά (ευαίσθητα από οικολογικής πλευράς, πολιτισμικά, οικονομικά και κοινωνικά ευάλωτα), της δυναμικής αλληλεξάρτησης οικονομίας, κοινωνίας και περιβάλλοντος που ισχύει σε αυτά, και της ανάγκης προστασίας των πόρων και των σημείων έλξης.
5. Υλοποίηση και διασφάλιση της εύρυθμης λειτουργίας των απαιτούμενων έργων περίθαλψης – υγείας.
6. Παροχή προς τους τουρίστες υψηλού βαθμού εξυπηρέτησης και περιποίησης και πρόνοια για την επίτευξη υψηλού επιπέδου άνεσης, διασφάλιση της συνεπούς εκπλήρωσης των υποχρεώσεων απέναντι στους τουρίστες, τουριστικούς πράκτορες κ.λπ.

7. Επίτευξη υψηλού βαθμού τοπικού και υπερτοπικού συντονισμού καθώς και παροχής πληροφόρησης γύρω από τις προσφερόμενες δυνατότητες αναψυχής και ψυχαγωγίας.
8. Τυποποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών π.χ. στις υποδομές εξυπηρέτησης στις μαρίνες.

B.1.4 Δυνατότητες ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού κατά προτεραιότητα

Εξειδικεύοντας τις κύριες κατευθύνσεις πολιτικής στη βάση του "αειφορικού" σεναρίου τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, όπως αυτές καταγράφηκαν ανά Ομάδα νησιών στην ενότητα B.1.2, επιχειρείται η επισήμανση των δυνατοτήτων ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού κατά προτεραιότητα σε επίπεδο νησιού (βλ. Πίνακα B.1.2). Καταγράφονται 22 διαφορετικές ειδικές μορφές τουρισμού, που συνάδουν με τη φιλοσοφία ανάπτυξης ενός αειφορικού προτύπου για τον τουρισμό στο νησιωτικό χώρο του Νοτίου Αιγαίου και αξιολογείται η προτεραιότητα ή μη ανάπτυξής τους ανά νησί. Η αξιολόγηση αυτή, ποιοτικού χαρακτήρα αποτελεί συνισταμένη των συνιστωσών ανάλυσης που έχει προηγηθεί στην Α' Φάση, καθώς και των δεδομένων που χαρτογραφήθηκαν στην παρούσα φάση της μελέτης (βλ. Χάρτες B1, B2 και B3 του Παραρτήματος).

Για την ορθή ανάγνωση του Πίνακα που ακολουθεί διευκρινίζεται ότι η έμφαση δίνεται στην προτεραιότητα και όχι στη δυνατότητα ανάπτυξης των συγκεκριμένων ειδικών μορφών που προτείνονται σε επίπεδο νησιού, βάσει του αξιολογηθέντος δυναμικού (βασικής τουριστικής και λοιπής υποδομής φυσικών και πολιτισμικών πόρων και θεσμικών περιορισμών).

ΠΙΝΑΚΑΣ Α3

B.2 Προσδιορισμός των προτεραιοτήτων και των αξόνων παρέμβασης των δημόσιων φορέων

Ο τουρισμός είναι μια οικονομική δραστηριότητα που απαιτεί, πέρα από την ύπαρξη καθαρά τουριστικών υποδομών και εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, τη συνύπαρξη πολλών παραγόντων, όπως μεταφορικές υποδομές που διευκολύνουν τη μετάβαση των τουριστών στον προορισμό τους, επισκέψιμους τουριστικούς πόρους (πολιτιστικούς συνήθως), καθαρό περιβάλλον, επάρκεια νερού και ηλεκτρικής ενέργειας κλπ. Για το λόγο αυτό, ο σχεδιασμός βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου πρέπει να λαμβάνει υπόψη του όλες τις πολιτικές που εφαρμόζονται σε όλα τα επίπεδα σχεδιασμού (εθνικό, περιφερειακό, νομαρχιακό και δημοτικό). Στο Κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται αναλυτικά οι προτεραιότητες και οι άξονες παρέμβασης της τουριστικής πολιτικής σε εθνικό επίπεδο αλλά και οι προτεραιότητες και οι άξονες παρέμβασης των λοιπών πολιτικών που υλοποιούνται την περίοδο 2000 – 2006 από τους δημόσιους φορείς σε εθνικό, περιφερειακό, νομαρχιακό και δημοτικό επίπεδο.

B.2.1 Τουριστική Πολιτική

Η τουριστική πολιτική χαράσσεται από την Κυβέρνηση κατόπιν εισηγήσεως του ΕΟΤ που έχει την ευθύνη της υλοποίησής της. Η τουριστική πολιτική για την περίοδο 2000–2006 που αποσκοπεί στην ανάπτυξη του τουρισμού σε μία ανταγωνιστική προοπτική υψηλής ποιότητας, έχει τους εξής στόχους:

- ποιοτική και αισθητική αναβάθμιση των γενικών και των τουριστικών υποδομών
- αύξηση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος σε όλες τις περιφέρειες
- ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών
- εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού στα νέα επαγγέλματα
- εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Οι βασικές προτεραιότητες της πολιτικής του Τουρισμού για την περίοδο 2000 – 2006 έχουν ως εξής:

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

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

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

- Αναβάθμιση της ποιότητας υπηρεσιών και διατήρηση του επιπέδου της μέσω του ολοκληρωμένου εκσυγχρονισμού των αντίστοιχων επιχειρήσεων. Τα κίνητρα επενδύσεων σε νέες ξενοδοχειακές κλίνες ισχύουν με βάση τα δεδομένα των φυσικών, περιβαλλοντικών, πολεοδομικών και κοινωνικών αντοχών των τουριστικών περιοχών σε όλες τις ελληνικές περιφέρειες. Σύμφωνα με τα δεδομένα αυτά, περιοχές, οι οποίες εμφανίζουν επάρκεια τουριστικών κλινών δεν ενισχύονται για νέες κλίνες, αλλά μόνο για αναβάθμιση υφιστάμενων μονάδων.
- Εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος, με τη δημιουργία των κατάλληλων υποδομών για εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Τα έργα ειδικής τουριστικής υποδομής υλοποιούνται αποκλειστικά από ιδιωτικές επενδύσεις.
- Μείωση της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας. Θα χρηματοδοτηθούν ολοκληρωμένα προγράμματα προσέλκυσης

τουριστικής ζήτησης κατά τη χειμερινή περίοδο, μετά από σχετική πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος.

- Προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Στόχος είναι η εξασφάλιση ενός σταθερού προϋπολογισμού προβολής με έμφαση σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους, η οποία στηρίζεται σε αξιόπιστη έρευνα αγοράς και προβλέπει συνεργασία με παράλληλες πρωτοβουλίες του ιδιωτικού τομέα.
- Αναδιάρθρωση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης. Η αναδιάρθρωση και αναθεώρηση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης έχει στόχο την καλύτερη ανταπόκριση στις ανάγκες της αγοράς. Προβλέπονται νέες μορφές συνεργασίας για τον καθορισμό του περιεχομένου των σπουδών και της πρακτικής εξάσκησης κατά τη διάρκεια της κατάρτισης, όπως επίσης και πιο συμμετρική γεωγραφική κατανομή.

Για την περίοδο 2000–2006 δεν υπάρχει Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ή αυτόνομο μέρος του) που να αφορά αποκλειστικά τον Τουρισμό, σε αντίθεση με την περίοδο του Β' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (1994–1999) οπότε υλοποιήθηκε Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Τουρισμός–Πολιτισμός». Την περίοδο του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (2000–2006), οι δράσεις που αφορούν άμεσα τον τουρισμό περιλαμβάνονται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» καθώς έχει αλλάξει η αντίληψη για τον τρόπο με τον οποίο ενδυναμώνεται η ανάπτυξη του τουρισμού. Ετσι, στα πλαίσια του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (2000–2006), δίδεται μεγαλύτερη έμφαση στην ενίσχυση των τουριστικών επιχειρήσεων (στις οποίες δεν περιλαμβάνονται μόνον οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις) και λιγότερο στην υλοποίηση τουριστικών υποδομών, που σε μεγάλο βαθμό ολοκληρώθηκαν στην περίοδο του Β' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (1994 – 1999).

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» περιλαμβάνει τους εξής τομείς :

- Μεταποίησης – Υπηρεσιών
- Ερευνας και Τεχνολογίας
- Τουρισμού
- Ενέργειας – Φυσικών Πόρων.

Ο γενικός στρατηγικός στόχος του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» για την περίοδο 2000–2006 είναι η ενίσχυση της ποιοτικά προσανατολισμένης ανταγωνιστικότητας. Οι κυριότεροι συντελεστές για την επίτευξη του στόχου αυτού είναι η τόνωση της επιχειρηματικότητας, η απλοποίηση και ο εξορθολογισμός του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Στον πλαίσιο της προώθησης της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης που βασίζεται στην ήπια διαχείριση των φυσικών πόρων, στον εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και στην εκμετάλλευση του δυναμικού του ανθρωπίνου κεφαλαίου και των νέων τεχνολογιών, ο ειδικός στόχος στον τομέα του Τουρισμού είναι η διατήρηση του μεριδίου της χώρας στη διεθνή τουριστική αγορά και η ανασυγκρότηση και ο εμπλουτισμός των τουριστικών πλεονεκτημάτων που διαθέτει η Ελλάδα οικοδομώντας παράλληλα και νέα πλεονεκτήματα.

- Προτεραιότητες της Τουριστικής Πολιτικής

Ο στόχος της διατήρησης του μεριδίου της χώρας στη διεθνή τουριστική αγορά και της ανασυγκρότησης και εμπλουτισμού των τουριστικών πλεονεκτημάτων που διαθέτει η Ελλάδα οικοδομώντας παράλληλα και νέα πλεονεκτήματα εξυπηρετείται από τις εξής προτεραιότητες πολιτικής:

- αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών σε όλους τους τομείς που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν
- οργάνωση υποδομών ικανών να τροφοδοτήσουν την ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού
- ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος με το συγκριτικό πλεονέκτημα του πολιτιστικού αποθέματος που διαθέτει η χώρα
- ενίσχυση και προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού
- μείωση της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας
- αναμόρφωση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης

Οι προτεραιότητες είναι δεσμευτικές και πρέπει να εφαρμόζονται σε όλα τα μέτρα και τις ενέργειες που θα συμπεριληφθούν στο Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (2000 – 2006) που αφορούν τον Τουρισμό.

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» περιλαμβάνει εννέα άξονες προτεραιότητας, τους οποίους συνθέτουν 37 μέτρα.

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 1: ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Μέτρο 1.1 : Βιομηχανικές, τεχνολογικές και επιχειρηματικές υποδομές

Μέτρο 1.2 : Εθνικό Σύστημα Ποιότητας

Μέτρο 1.3 : Απλοποίηση επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Μέτρο 1.4 : Δομές υποστήριξης ΜΜΕ

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 2: ΣΤΗΡΙΞΗ ΚΑΙ ΕΝΘΑΡΡΥΝΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Μέτρο 2.1 : Ενίσχυση επενδύσεων σε συστήματα συμπαραγωγής, ΑΠΕ και εξοικονόμησης Ενέργειας

Μέτρο 2.2 : Αναβάθμιση καταλυμάτων και ενίσχυση μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων

Μέτρο 2.3 : Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων ν. 2601/98 τομέα μεταποίησης

Μέτρο 2.4 : Συνεχιζόμενες επενδύσεις αναπτυξιακού νόμου 2601/98

Μέτρο 2.5 : Τεχνολογικός και οργανωτικός εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων

Μέτρο 2.6 : Χρηματοπιστωτική υποστήριξη ΜΜΕ και ΠΜΕ

Μέτρο 2.7 : Ενίσχυση ανταγωνιστικότητας ΜΜΕ και ΠΜΕ

Μέτρο 2.8 : Ενθάρρυνση επιχειρηματικότητας ομάδων πληθυσμού

Μέτρο 2.9 : Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στον τομέα του περιβάλλοντος

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 3: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ

Μέτρο 3.1 : Προώθηση επιχειρηματικής αριστείας στον τομέα της ενέργειας

Μέτρο 3.2 : Προώθηση επιχειρηματικής αριστείας στις μεταποιητικές και τουριστικές επιχειρήσεις

Μέτρο 3.3 : Προώθηση της αριστείας στην τεχνολογική ανάπτυξη και έρευνα

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 4: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ

Μέτρο 4.1 : Υποστήριξη Ερευνητικών Μονάδων για την προτυποποίηση και την εμπορική εκμετάλλευση ερευνητικών αποτελεσμάτων. Εντοπισμός και αξιοποίηση ερευνητικών αποτελεσμάτων με δημιουργία νέων επιχειρήσεων (Spin off)

Μέτρο 4.2 : Θερμοκοιτίδες νέων επιχειρήσεων έντασης γνώσης επιστημονικών και τεχνολογικών πάρκων και ερευνητικών κέντρων με την συμμετοχή επιχειρήσεων

Μέτρο 4.3 : Ενθάρρυνση της έρευνας, της μεταφοράς και της διάδοσης τεχνολογίας στις επιχειρήσεις. Υποστήριξη δραστηριοτήτων διεθνούς επιστημονικής και τεχνολογικής συνεργασίας και της μεταφοράς τεχνολογίας

Μέτρο 4.4 : Ευαισθητοποίηση του κοινού στις νέες τεχνολογίες. Υποστήριξη και διαμόρφωση ερευνητικής και τεχνολογικής πολιτικής. Διαχείριση ερευνητικής και τεχνολογικής πληροφοριών

Μέτρο 4.5 : Κοινοπραξίες έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης σε τομείς εθνικής προτεραιότητας

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 5: ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ – ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Μέτρο 5.1 : Ενίσχυση εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής - ΠΟΤΑ

Μέτρο 5.2 : Ολοκληρωμένες δράσεις εναλλακτικού τουρισμού - Τουριστικά Αγκυροβόλια

Μέτρο 5.3 : Τουριστική προβολή - Μείωση εποχικότητας

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 6: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟΥ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ

Μέτρο 6.1 : Πρόσβαση σε εναλλακτικές πηγές τροφοδοσίας φυσικού αερίου

Μέτρο 6.2 : Ενίσχυση της ευελιξίας, ευστάθειας και αξιοπιστίας του συστήματος φυσικού αερίου

Μέτρο 6.3 : Ειδικές ενεργειακές υποδομές για τα νησιά και για την προώθηση των ΑΠΕ

Μέτρο 6.4 : Λειτουργία της απελευθερωμένης αγοράς ενέργειας

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 7: ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Μέτρο 7.1 : Διείσδυση φυσικού αερίου στον οικιακό και τριτογενή τομέα, σε νέους βιομηχανικούς καταναλωτές και στον τομέα των μεταφορών

Μέτρο 7.2 : Υποδομές ασφάλειας της αποθήκευσης και διακίνησης πετρελαιοειδών

Μέτρο 7.3 : Αξιοποίηση φυσικών πόρων και υποστήριξη τήρησης περιβαλλοντικών δεσμεύσεων

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 8: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Μέτρο 8.1 : Εκπαίδευση και κατάρτιση στον τομέα του Τουρισμού

Μέτρο 8.2 : Ανθρώπινοι πόροι στη Μεταποίηση και Υπηρεσίες

Μέτρο 8.3 : Ανθρώπινο Ερευνητικό και Τεχνολογικό δυναμικό

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 9: ΤΕΧΝΙΚΗ ΒΟΗΘΕΙΑ

Μέτρο 9.1 : Τεχνική Βοήθεια ΕΤΠΑ

Μέτρο 9.2 : Τεχνική Βοήθεια ΕΚΤ

Άμεση σχέση με τον τουρισμό έχουν :

- το Μέτρο 1.4 που περιλαμβάνει τη δράση ανάπτυξη δικτύου δομών στήριξης ΜΜΕ (Δράση 1.4.1)
- το Μέτρο 2.2 που περιλαμβάνει τις δράσεις ποιοτικού εκσυγχρονισμού Ξενοδοχείων και κάμπινγκς Γ' τάξης και άνω βάσει του Ν.2601/98 (Δράση 2.2.1), ποιοτικού εκσυγχρονισμού ξενοδοχείων, κάμπινγκς και ενοικιαζομένων επιπλωμένων δωματίων και διαμερισμάτων, που δεν υπάγεται στον Ν.2601/98 (Δράση 2.2.2) και επιχειρηματικών σχεδίων ΜΜΕ όλων των κλάδων του τουριστικού τομέα (Δράση 2.2.3)
- το Μέτρο 3.2 που περιλαμβάνει τη δράση ενίσχυσης/επιβράβευσης επιχειρήσεων για την υιοθέτηση του Ευρωπαϊκού Μοντέλου Επιχειρηματικής Αριστείας ή του Εθνικού Βραβείου Ποιότητας ή για την ανάπτυξη Συστημάτων Επιχειρηματικής Αριστείας (Δράση 3.2.2)
- το Μέτρο 5.1 που περιλαμβάνει τις δράσεις ιδιωτικών επενδύσεων εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής για την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού (μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπευτήρια, χιονοδρομικά κέντρα, κέντρα αθλητικού-προπονητικού τουρισμού κ.α.) που υλοποιούνται μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου (Δράση 5.1.1) και της Περιοχής Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ) Μεσσηνίας: Πιλοτικό έργο διαφοροποίησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος (Δράση 5.1.2)
- το Μέτρο 5.2 που περιλαμβάνει τις δράσεις δημιουργίας δικτύων πολιτιστικών στοιχείων πολιτιστικού τουρισμού και εναλλακτικές μορφές τουρισμού Δράση (Δράση 5.2.1), παρεμβάσεων υποστήριξης επιχειρήσεων του Τουριστικού Τομέα για αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος (Δράση 5.2.2), κατασκευής τουριστικών αγκυροβολίων (Δράση 5.2.3) και δράσεις για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού (Δράση 5.2.4)

- το Μέτρο 5.3 που περιλαμβάνει τις δράσεις σχεδίων τουριστικής προβολής του ΕΟΤ, που τελούν σε συνέργια με ανάλογα σχέδια του ιδιωτικού τομέα (Δράση 5.3.1) και σχεδίων άμβλυνσης εποχικότητας με δράσεις προσέλκυσης ζήτησης εκτός τουριστικής περιόδου σε περιοχές της χώρας, οι οποίες διαθέτουν κατάλληλο τουριστικό προϊόν (Δράση 5.3.2)
- το Μέτρο 8.1 που περιλαμβάνει τις δράσεις σχεδίων δράσης, μελέτες και έρευνες για την αναδιάρθρωση και αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης (Δράση 8.1.1), ανάπτυξης δικτύων εθνικών και διεθνικών συνεργασιών (Δράση 8.1.2), αναμόρφωσης και εκσυγχρονισμού των προγραμμάτων σπουδών της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης- Πιλοτικές εφαρμογές (Δράση 8.1.3), διασύνδεσης της εκπαίδευσης με την παραγωγή (Δράση 8.1.4), προγραμμάτων κατάρτισης στα πλαίσια ολοκληρωμένων σχεδίων εξυπηρέτησης των στόχων της τουριστικής πολιτικής, όπως αυτοί αναφέρονται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Ανταγωνιστικότητα" (Δράση 8.1.5), κατάρτισης εργαζομένων σε επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα (Δράση 8.1.6) και δράσεις δημοσιότητας Δράση (8.1.7)

B.2.2 Πολιτική Ενέργειας

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Ανταγωνιστικότητα", όπως είπαμε, περιλαμβάνει δράσεις που αφορούν την υλοποίηση της πολιτικής ενέργειας. (Οι προτεραιότητες στον τομέα αυτό παρουσιάστηκαν σε προηγούμενη παράγραφο.) Το Μέτρο 6.3 περιλαμβάνει δράσεις που αποσκοπούν στην κάλυψη των ειδικών ενεργειακών αναγκών των νησιών με τη μέγιστη δυνατή αξιοποίηση του πλούσιου δυναμικού τους σε Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας. Συγκεκριμένα περιλαμβάνει έργα ενίσχυσης της κατασκευής των σχετικών εγκαταστάσεων και με τη βελτίωση της διασύνδεσης (των νησιών μεταξύ τους αλλά και με το ηπειρωτικό σύστημα). Επιπρόσθετα, υποστηρίζονται καινοτόμες λύσεις που μπορεί να συνδυάζουν την κάλυψη των ενεργειακών αναγκών με άλλες ανάγκες των νησιών. Στα πλαίσια αυτά μπορεί να υποστηριχθεί η κατασκευή καλωδιακών συνδέσεων τόσο μεταξύ νησιών, όσο και μεταξύ νησιών και του ηλεκτρικού δικτύου μεταφοράς της ηπειρωτικής χώρας, καθώς και περιβαλλοντικές παρεμβάσεις σε ηλεκτροπαραγωγικούς σταθμούς που βρίσκονται κοντά σε ευαίσθητες τουριστικά περιοχές. Σχετικό σχέδιο

δράσης θα περιληφθεί στο πρόγραμμα. Επιπλέον, απαιτούνται καινοτόμες λύσεις στα προβλήματα παροχής ενέργειας, πιθανόν συνδυασμένες με την ύδρευση και την επεξεργασία αποβλήτων. Έργα που αφορούν τα παραπάνω ζητήματα πρέπει να ενθαρρύνονται μέσω ειδικού καθεστώτος παροχής ενισχύσεων για τα νησιά, στο πλαίσιο υποστήριξης της διαφοροποίησης προμηθευτών ενέργειας.

B.2.3 Πολιτική Μεταφορών

Η πολιτική μεταφορών για την περίοδο 2000 – 2006 υλοποιείται μέσω δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων. Συγκεκριμένα μέσω του :

- Επιχειρησιακού Προγράμματος "Οδικοί άξονες, λιμάνια και αστική ανάπτυξη".
- Επιχειρησιακού Προγράμματος "Σιδηρόδρομοι, Αεροδρόμια, Αστικές Συγκοινωνίες".

Οι άξονες προτεραιότητας του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Οδικοί άξονες, λιμάνια και αστική ανάπτυξη" είναι :

Αξονας Προτεραιότητας 1 :Οδικός Αξονας ΠΑΘΕ

Αξονας Προτεραιότητας 2 :Εγνατία Οδός

Αξονας Προτεραιότητας 3 :Λοιποί οδικοί άξονες

Αξονας Προτεραιότητας 4 :Κύριοι αστικοί οδικοί άξονες

Αξονας Προτεραιότητας 5 :Μετρό Αθηνών

Αξονας Προτεραιότητας 6 :Μετρό Θεσσαλονίκης

Αξονας Προτεραιότητας 7 :Λιμάνια

Αξονας Προτεραιότητας 8 :Ασφάλεια ναυσιπλοΐας - έρευνα και διάσωση στη θάλασσα

Αξονας Προτεραιότητας 9 :Οδική ασφάλεια και λοιπές ενέργειες

Οι άξονες προτεραιότητας του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Σιδηρόδρομοι, Αεροδρόμια, Αστικές Συγκοινωνίες" είναι :

Αξονας Προτεραιότητας 1 :Αναδιοργάνωση ΟΣΕ και Εφαρμογή Επιχειρησιακού Σχεδίου

Αξονας Προτεραιότητας 2 :Σιδηροδρομικός Αξονας Πειραιάς - Αθήνα - Θεσσαλονίκη

Αξονας Προτεραιότητας 3 :Προαστιακός Σιδηρόδρομος

Αξονας Προτεραιότητας 4 :Αστικές Συγκοινωνίες

Αξονας Προτεραιότητας 5 :Βελτίωση και εκσυγχρονισμός των εγκαταστάσεων των αεροδρομίων

Αξονας Προτεραιότητας 6 :Οδική Ασφάλεια και Τεχνική Βοήθεια.

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Οδικοί άξονες, λιμάνια και αστική ανάπτυξη" περιλαμβάνει στο Μέτρο 3.4 (που αφορά την κατασκευή δρόμων σε νησιά της χώρας) στο οποίο είναι υπό ένταξη το έργο της κατασκευής της περιμετρικής οδού της πόλης της Ρόδου (α' φάση : κατασκευή τμήματος από νέο λιμένα μαρίνας έως κόμβο Καλλιθέας). Επίσης στο Μέτρο 7.1 (που αφορά την κατασκευή λιμανιών) μπορούν να ενταχθούν έργα κατασκευής λιμανιών στις περιφέρειες Αττικής, Δυτικής Ελλάδας, Πελοποννήσου, Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης, Θεσσαλίας, Νοτίου Αιγαίου και Κρήτης. Επίσης στο Μέτρο 8.1 περιλαμβάνονται δράσεις που αφορούν την ασφάλεια ναυσιπλοΐας και την έρευνα και διάσωση στη θάλασσα. Στο Επιχειρησιακού Προγράμματος "Σιδηρόδρομοι, Αεροδρόμια, Αστικές Συγκοινωνίες" δεν υπάρχουν δράσεις που αφορούν την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου καθώς οι δράσεις που αφορούν τα αεροδρόμια αφορούν τα αεροδρόμια Θεσσαλονίκης και Ηρακλείου.

B.2.4 Πολιτική Περιβάλλοντος

Η πολιτική περιβάλλοντος για την περίοδο 2000 – 2006 υλοποιείται μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Περιβάλλον" που έχει τους εξής άξονες προτεραιότητας:

Αξονας Προτεραιότητας 1 :Υδατικό Περιβάλλον

Αξονας Προτεραιότητας 2 :Στερεά Απόβλητα

Αξονας Προτεραιότητας 3 :Πολιτική Προστασία, Προστασία Τοπίων και Θαλασσίου Περιβάλλοντος

Αξονας Προτεραιότητας 4 :Ατμοσφαιρικό Περιβάλλον – Θόρυβος

Αξονας Προτεραιότητας 5 :Θεσμοί, Περιβαλλοντική Ευαισθητοποίηση

Αξονας Προτεραιότητας 6 :Άλλες Περιβαλλοντικές Δράσεις

Αξονας Προτεραιότητας 7 :Χωροταξία - Πολεοδομία – Αναπλάσεις

Αξονας Προτεραιότητας 8 :Διαχείριση Προστατευόμενων Περιοχών, Βιότοποι

Αξονας Προτεραιότητας 9 :Περιβαλλοντικές Δράσεις με τη συμμετοχή του

ιδιωτικού τομέα (συμβατές με την Κοινοτική νομοθεσία)

Αξονας Προτεραιότητας 10 : Τεχνική Βοήθεια.

Στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Περιβάλλον" έχει προταθεί για ένταξη η υλοποίηση του έργου ύδρευσης της νήσου Ρόδου από το φράγμα Γαδουρά. Στο έργο περιλαμβάνονται η κατασκευή του φράγματος Γαδουρά με τις απαραίτητες οδοποιίες και προσπελάσεις, οι εγκαταστάσεις καθαρισμού νερού (διυλιστήριο) και οι αγωγοί μεταφοράς (από Φράγμα έως Καλλιθέα και από Καλλιθέα έως την πόλη της Ρόδου). Το έργο συμβάλλει στην επίλυση των υδρευτικών προβλημάτων και στην ορθολογική διαχείριση και προστασία των υδατικών πόρων της περιοχής.

B.2.5 Πολιτική Αγροτικής Ανάπτυξης και Ανασυγκρότησης της Υπαίθρου

Η πολιτική των αγροτικής ανάπτυξης και ανασυγκρότησης της υπαίθρου για την περίοδο 2000 – 2006 υλοποιείται μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Πολιτική αγροτικής ανάπτυξης και ανασυγκρότησης της υπαίθρου" που έχει τους εξής άξονες προτεραιότητας :

Αξονας Προτεραιότητας 1 :Ολοκληρωμένες Παρεμβάσεις σε Επίπεδο Αγροτικής Εκμετάλλευσης

Αξονας Προτεραιότητας 2 :Παρεμβάσεις στο Επίπεδο Μεταποίησης και Εμπορίας του Πρωτογενούς Γεωργικού και Δασικού Προϊόντος

Αξονας Προτεραιότητας 3 :Βελτίωση της Ηλικιακής Σύνθεσης του Αγροτικού Πληθυσμού

Αξονας Προτεραιότητας 4 :Βελτίωση των υποστηρικτικών Μηχανισμών και της Ενημέρωσης του Αγροτικού Πληθυσμού με την αξιοποίηση νέων τεχνολογιών

Αξονας Προτεραιότητας 5 :Παρεμβάσεις στο Γεωργικό Προϊόν

Αξονας Προτεραιότητας 6 :Ανάπτυξη και Προστασία Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος

Αξονας Προτεραιότητας 7 :Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου.

Ο Αξονας Προτεραιότητας 7 περιλαμβάνει ολοκληρωμένα προγράμματα αγροτικής ανάπτυξης για την ανάπτυξη των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών. Οι δράσεις αυτές αφορούν την κατασκευή κάθε λογής υποδομών (κοινοτικοί δρόμοι, δασικοί δρόμοι, ύδρευση κλπ.) που

αποσκοπούν κυρίως στην αγροτική και αγροτουριστική ανάπτυξη των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών. Στις ορεινές και αγροτικές περιοχές περιλαμβάνονται αρκετές περιοχές της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου.

B.2.6 Πολιτική Αλιείας

Η πολιτική αλιείας για την περίοδο 2000 – 2006 υλοποιείται μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Αλιεία" που έχει τους εξής άξονες προτεραιότητας :

Αξονας Προτεραιότητας 1 : Προσαρμογή αλιευτικής προσπάθειας

Αξονας Προτεραιότητας 2 : Ανανέωση και εκσυγχρονισμός αλιευτικών σκαφών

Αξονας Προτεραιότητας 3 : Προστασία και ανάπτυξη των υδάτινων πόρων - υδατοκαλλιέργειες – εξοπλισμός λιμένων αλιείας – μεταποίηση και εμπορία – αλιεία εσωτερικών υδάτων

Αξονας Προτεραιότητας 4 : Άλλα μέτρα (όπως π.χ. μικρή παράκτια αλιεία, κοινωνικοοικονομικά μέτρα, προώθηση, ενέργειες που τίθενται σε εφαρμογή από τους επαγγελματίες, προσωρινή διακοπή δραστηριοτήτων και άλλες οικονομικές αντισταθμίσεις και καινοτόμα μέτρα)

Αξονας Προτεραιότητας 5 : Τεχνική βοήθεια

Αξονας Προτεραιότητας 6 : Χρηματοδοτικές ενέργειες από άλλα διαρθρωτικά ταμεία.

B.2.7 Πολιτική Πολιτισμού

Η πολιτική πολιτισμού για την περίοδο 2000 – 2006 υλοποιείται μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Πολιτισμός" που έχει τις εξής προτεραιότητες :

Προτεραιότητα 1 : Προστασία και Ανάδειξη Πολιτιστικής Κληρονομιάς

Προτεραιότητα 2 : Ανάπτυξη Σύγχρονου Πολιτισμού

Προτεραιότητα 3 : Τεχνική βοήθεια.

B.2.8 Πολιτική Υγείας - Πρόνοιας

Η πολιτική υγείας - πρόνοιας για την περίοδο 2000 – 2006 υλοποιείται μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Υγεία – Πρόνοια" που έχει τους εξής άξονες προτεραιότητας :

Αξονας Προτεραιότητας 1 :Υγεία

Αξονας Προτεραιότητας 2 :Ψυχική Υγεία

Αξονας Προτεραιότητας 3 :Πρόνοια

Αξονας Προτεραιότητας 4 :Ανθρώπινοι Πόροι

Αξονας Προτεραιότητας 5 :Τεχνική Βοήθεια.

Στον Αξονα Προτεραιότητας 1 "Υγεία" περιλαμβάνεται το Μέτρο 3 που αφορά την περιφερειακή συγκρότηση και λειτουργική ολοκλήρωση του ΕΣΥ στα διαφορετικά επίπεδα φροντίδας υγείας, περίθαλψης και αποκατάστασης.

B.2.9 Πολιτική Απασχόλησης και Επαγγελματικής Κατάρτισης

Η πολιτική απασχόλησης και επαγγελματικής κατάρτισης για την περίοδο 2000–2006 υλοποιείται μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση" που έχει τους εξής άξονες προτεραιότητας :

Αξονας Προτεραιότητας 1 :Ανάπτυξη και Προώθηση ενεργών πολιτικών για την καταπολέμηση και την πρόληψη της ανεργίας, για την αποφυγή της μακροχρόνιας ανεργίας και τη διευκόλυνση της επανένταξης των μακροχρόνια ανέργων

Αξονας Προτεραιότητας 2 :Προώθηση της ισότητας των ευκαιριών πρόσβασης στην αγορά εργασίας για όλους και ιδιαίτερα για εκείνους που απειλούνται με κοινωνικό αποκλεισμό

Αξονας Προτεραιότητας 3 :Προώθηση και βελτίωση της επαγγελματικής κατάρτισης και της παροχής συμβουλών

Αξονας Προτεραιότητας 4 :Ανάπτυξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας και προσαρμοστικότητας του εργατικού δυναμικού

Αξονας Προτεραιότητας 5 :Βελτίωση της πρόσβασης και της συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας

Αξονας Προτεραιότητας 6 :Τεχνική Βοήθεια.

B.2.10 Πολιτική Εκπαίδευσης και Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης

Η πολιτική εκπαίδευσης και αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης για την περίοδο 2000–2006 υλοποιείται μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Εκπαίδευσης και Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης" που έχει τους εξής άξονες προτεραιότητας :

Αξονας Προτεραιότητας 1 : Προώθηση της Ισότητας των Ευκαιριών Πρόσβασης στην Αγορά Εργασίας για όλους και ιδιαίτερα για όσους απειλούνται με Κοινωνικό Αποκλεισμό

Αξονας Προτεραιότητας 2 : Προώθηση και Βελτίωση της Εκπαίδευσης και της Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης στα πλαίσια της δια βίου μάθησης

Αξονας Προτεραιότητας 3 : Ανάπτυξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας και προσαρμοστικότητας των νέων

Αξονας Προτεραιότητας 4 : Βελτίωση της πρόσβασης των γυναικών στην αγορά εργασίας.

Αξονας Προτεραιότητας 5 : Δημιουργία και ενίσχυση Υποδομών για την Υλοποίηση Μέτρων του ΕΚΤ

Αξονας Προτεραιότητας 6 : Τεχνική Βοήθεια

B.2.11 Κοινωνία της Πληροφορίας

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Κοινωνία της Πληροφορίας" (2000 - 2006) έχει τους εξής άξονες προτεραιότητας:

Αξονας Προτεραιότητας 1 : Παιδεία και Πολιτισμός

Αξονας Προτεραιότητας 2 : Εξυπηρέτηση του Πολίτη και Βελτίωση της Ποιότητας Ζωής

Αξονας Προτεραιότητας 3 : Ανάπτυξη και Απασχόληση στην Ψηφιακή Οικονομία

Αξονας Προτεραιότητας 4 : Επικοινωνίες

Αξονας Προτεραιότητας 5 : Τεχνική Βοήθεια

B.2.12 Πολιτική Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου

Η πολιτική της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου για την περίοδο 2000 – 2006 υλοποιείται μέσω του "Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου" (2000-2006) που έχει τους εξής βασικούς τομείς παρέμβασης :

1. Προστασία και αξιοποίηση του περιβάλλοντος
2. Αρση της απομόνωσης - Ενίσχυση του συστήματος μεταφορών-επικοινωνιών
3. Τουρισμός
4. Καινοτομία και Κοινωνία της Πληροφορίας
5. Ανάπτυξη της Υπαίθρου
6. Αστική Ανάπτυξη / Δυναμικά Νησιωτικά Κέντρα

Το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (Π.Ε.Π. 2000-2006) της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου προσδιορίζει ειδικούς στόχους κατά τομέα παραγωγής (πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή). Οι ειδικοί στόχοι για τον τουρισμό και τους λοιπούς κλάδους του τριτογενούς τομέα είναι :

- | | |
|--|--|
| Τουρισμός | <ul style="list-style-type: none">• Ο αναπροσανατολισμός της τουριστικής δραστηριότητας και ενίσχυση νέων και εναλλακτικών μορφών τουρισμού (θαλάσσιος, πολιτιστικός, συνεδριακός, κ.λπ.) με κύρια επιδίωξη την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την μεγαλύτερη διάχυση της τουριστικής δραστηριότητας στο νησιωτικό χώρο.• Αξιοποίηση των κινήτρων του αναπτυξιακού νόμου για τον εκσυγχρονισμό της υποδομής και τη βελτίωση των υπηρεσιών των τουριστικών μονάδων. |
| Μεταφορές | <ul style="list-style-type: none">• Η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών στον τομέα μεταφορών από τα έργα υποδομής (λιμάνια, αεροδρόμια, δρόμοι), η άμβλυνση των ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων και η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Περιφέρειας. |
| Κοινωνικές υπηρεσίες – Διοίκηση | <ul style="list-style-type: none">• Η ενίσχυση των υποδομών κοινωνικού χαρακτήρα και των παρεχόμενων υπηρεσιών στους τομείς εκπαίδευσης, υγείας και πρόνοιας με στόχο την βελτίωση της ποιότητας ζωής και την συγκράτηση του πληθυσμού στο νησιωτικό χώρο. |

- Η δημιουργία προϋποθέσεων για αύξηση της απασχόλησης, ανάπτυξη δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού για καλύτερη ένταξή του στην αγορά εργασίας.
- Βελτίωση των υποδομών και των δομών προστασίας του περιβάλλοντος (δίκτυα, διαχείριση πόρων), φυσικού και δομημένου, με προτεραιότητα στη συνετή διαχείριση των υδατικών πόρων.
- Εξασφάλιση, προστασία και ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας που αποτελούν το κύριο συγκριτικό της πλεονέκτημα.

Σε αντιστοιχία με τους έξι βασικούς τομείς παρέμβασης, που αναφέραμε πιο πριν, διατυπώνονται οι εξής άξονες προτεραιότητας του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος (Π.Ε.Π. 2000-2006) της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου :

Αξονας προτεραιότητας 1 :Αντιμετώπιση των προβλημάτων του νησιωτικού χαρακτήρα – Βασικές υποδομές

Αξονας προτεραιότητας 2 :Προστασία περιβάλλοντος και βιώσιμη διαχείριση φυσικών πόρων

Αξονας προτεραιότητας 3 :Ελεγχος της τουριστικής ανάπτυξης και αναπροσανατολισμός της

Αξονας προτεραιότητας 4 :Ενίσχυση και αξιοποίηση των δυναμικών νησιωτικών κέντρων ανάπτυξης

Αξονας προτεραιότητας 5 :Ανάπτυξη της υπαίθρου και ενίσχυση νησιών και περιοχών χαμηλής οικονομικής ανάπτυξης

Αξονας προτεραιότητας 6 :Τεχνική βοήθεια

Στον άξονα προτεραιότητας 1 "Αντιμετώπιση των προβλημάτων του νησιωτικού χαρακτήρα – Βασικές υποδομές" περιλαμβάνονται τα εξής μέτρα :

Μέτρο 1.1 : Εναέριες μεταφορές. Το μέτρο στοχεύει στην αναβάθμιση του συστήματος και της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών των εναέριων μεταφορών, στην άρση της κοινωνικής και οικονομικής απομόνωσης και στην αντιμετώπιση εκτάκτων περιστατικών κυρίως στα μικρά νησιά. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με επεκτάσεις και βελτιώσεις διαδρόμων και πεδίων ελιγμών

αεροδρομίων, κατασκευή νέων αεροδρομίων και βελτιώσεις υφισταμένων κτιριακών υποδομών, συμπλήρωση και βελτίωση του εξοπλισμού των αεροδρομίων, προμήθεια αεροσκαφών και ελικοπτέρων για την αντιμετώπιση έκτακτων αναγκών και περιβαλλοντικών κινδύνων της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, έργα εξασφάλισης της λειτουργίας και του εκσυγχρονισμού του δικτύου ελικοδρομίων και κατασκευής νέων.

Μέτρο 1.2 : Θαλάσσιες μεταφορές. Το μέτρο στοχεύει στη δημιουργία ενός επαρκούς συστήματος θαλάσσιας σύνδεσης μεταξύ των νησιών της Περιφέρειας, στην άρση της κοινωνικής και οικονομικής απομόνωσης, στην ισόρροπη οικονομική ανάπτυξη μεταξύ των νησιών και στη διάχυση της τουριστικής κίνησης. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα λιμενικών εγκαταστάσεων στα κύρια λιμάνια και έργα βελτίωσης των λιμενικών εγκαταστάσεων των μικρών λιμανιών, έργα οργάνωσης χερσαίας ζώνης (κτιριακή υποδομή σταθμών επιβατών, προσπελάσεις, στάθμευση, αποθήκευση κλπ.), εξοπλισμό και υποδομή για την εφαρμογή νέων τεχνολογιών στη ναυσιπλοΐα και στις ακτοπλοϊκές μεταφορές, μελέτες συντονισμού και οργάνωσης δρομολογίων και μέτρα ενίσχυσης των ενδοπεριφερειακών συνδέσεων.

Μέτρο 1.3 : Χερσαίες μεταφορές. Το μέτρο στοχεύει στην αποσυμφόρηση των αστικών κέντρων με την κατασκευή περιφερειακών δρόμων, στην εξασφάλιση ταχύτερης μετάβασης από τους σταθμούς άφιξης προς τα αστικά και τουριστικά κέντρα, στην ασφαλέστερη και ταχύτερη διακίνηση ανθρώπων και εμπορευμάτων και στην τουριστική αξιοποίηση απομακρυσμένων οικισμών. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα παρακάμψεων οικισμών και περιφερειακών δρόμων αστικών κέντρων, συνδέσεις αστικών κέντρων με λιμάνια, αεροδρόμια και συνδέσεις των λιμανιών και αεροδρομίων μεταξύ τους, προσπάθειες σε περιοχές τουριστικού ή αρχαιολογικού ενδιαφέροντος και βασικούς οδικούς άξονες.

Μέτρο 1.4 : Εκπαίδευση. Το μέτρο στοχεύει στην αναβάθμιση του επιπέδου της εκπαίδευσης και στις τρεις βαθμίδες της, στην ανάπτυξη της έρευνας, στη βελτίωση της ποιότητας ζωής, στην αντιμετώπιση της γεωγραφικής απομόνωσης και στη συγκράτηση του πληθυσμού στην Περιφέρεια. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα ενίσχυσης των υποδομών και του εξοπλισμού πρωτοβάθμιας, δευτεροβάθμιας, τριτοβάθμιας και επαγγελματικής εκπαίδευσης, αναβάθμισης βιβλιοθηκών και εφαρμογών τηλεματικής, σε συμφωνία με την αντίστοιχη εθνική πολιτική.

Μέτρο 1.5 : Υγεία – Πρόνοια. Το μέτρο στοχεύει στην αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών Υγείας – Πρόνοιας για τον μόνιμο πληθυσμό και για τους επισκέπτες της Περιφέρειας, στην αντιμετώπιση της γεωγραφικής απομόνωσης, στη βελτίωση της ποιότητας ζωής και στη συγκράτηση του πληθυσμού στην Περιφέρεια. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα ενίσχυσης των υποδομών και του εξοπλισμού των υπηρεσιών υγείας, χρήσης εφαρμογών τηλεματικής στις υπηρεσίες υγείας, υποδομών σε βρεφονηπιακούς σταθμούς και ενίσχυσης των υποδομών στήριξης της τρίτης ηλικίας.

Στον άξονα προτεραιότητας 2 "Προστασία περιβάλλοντος και βιώσιμη διαχείριση φυσικών πόρων" περιλαμβάνονται τα εξής μέτρα :

Μέτρο 2.1 : Υποδομές περιβάλλοντος. Το μέτρο στοχεύει στην προστασία της δημόσιας υγείας των κατοίκων και των επισκεπτών, στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του πληθυσμού, στην προστασία των υπογείων υδάτων, στην προστασία των θαλάσσιων περιοχών, στη διατήρηση του τουριστικού ρεύματος και στον έλεγχο των επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα συγκέντρωσης, αποθήκευσης, επεξεργασίας και διάθεσης νερού για την ύδρευση των αστικών περιοχών, καθώς και έργα επεξεργασίας, διυλιστήρια, μονάδες αφαλάτωσης (όπου διαπιστωμένα δεν υπάρχει εναλλακτική λύση και εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα τους) και αφού δοθεί προτεραιότητα στην επεξεργασία σχεδίων διαχείρισης για

την καλύτερη κατά περίπτωση λύση, δίκτυα αποχέτευσης (κεντρικοί αγωγοί) και έργα επεξεργασίας και διάθεσης λυμάτων, έργα διαχείρισης στερεών αποβλήτων και εφαρμογές ανακύκλωσης και αποκατάστασης χώρων ανεξέλεγκτης διάθεσης απορριμμάτων.

Μέτρο 2.2 : Προστασία δομημένου περιβάλλοντος. Το μέτρο στοχεύει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, στον περιορισμό της ανεξέλεγκτης ανάπτυξης και στον καθορισμό των χρήσεων γης για την ισόρροπη ανάπτυξη των οικονομικών δραστηριοτήτων. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα προστασίας, αποκατάστασης και ανάπλασης παραδοσιακών κτιρίων και οικισμών, πολιτιστικών μνημείων κλπ. και μέτρα για την αποτελεσματική εφαρμογή των χωροταξικών σχεδίων και τη θεσμοθέτηση χρήσεων γης.

Μέτρο 2.3 : Προστασία φυσικού περιβάλλοντος. Το μέτρο στοχεύει στην προστασία και ανάδειξη των οικοσυστημάτων που υπάρχουν στην Περιφέρεια, στη διατήρηση του τουριστικού ενδιαφέροντος για τα νησιά της Περιφέρειας και στην εξοικονόμηση φυσικών πόρων και ενέργειας. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα προστασίας και ανάδειξης φυσικών πόρων, εδάφους και ακτών, νερού, αέρα, χλωρίδας, πανίδας, για την αντιμετώπιση της διάβρωσης, της υφαλμύρωσης, της ρύπανσης κλπ., εξοικονόμησης ενέργειας και υδάτινων πόρων, εξασφάλισης εξοπλισμού και μέσων αντιμετώπισης ρύπανσης θαλασσών και ακτών, καθώς και άλλων έκτακτων περιβαλλοντικών κινδύνων (πυρκαγιών, πλημμύρων κτλ), προστασίας των φυσικών πόρων των νησιών της 4^{ης} ομάδας, αποκατάστασης φυσικού περιβάλλοντος παλαιών λατομικών περιοχών και πρόληψης και θωράκισης απέναντι σε φυσικές καταστροφές.

Στον άξονα προτεραιότητας 3 "Έλεγχος της τουριστικής ανάπτυξης και αναπροσανατολισμός της" περιλαμβάνονται τα εξής μέτρα :

Μέτρο 3.1 : Υποδομές θαλάσσιου τουρισμού. Το μέτρο στοχεύει στη βελτίωση των υποδομών στον τομέα του θαλάσσιου

τουρισμού, στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος και στην ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού με την προσέλκυση τουριστών υψηλότερου εισοδήματος. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με δράσεις και έργα που υλοποιούνται αποκλειστικά με δημόσια δαπάνη όπως κατασκευή καταφυγίων και αγκυροβολίων τουριστικών σκαφών.

Μέτρο 3.2 : Δράσεις ενίσχυσης θαλάσσιου τουρισμού με συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα. Το μέτρο στοχεύει στην αναβάθμιση και συμπλήρωση των υποδομών και υπηρεσιών στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού με τη συμμετοχή ιδιωτικών κεφαλαίων, στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος, στην ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού με την προσέλκυση τουριστών υψηλότερου εισοδήματος και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε περιοχές με έντονη τουριστική δραστηριότητα. Οι ως άνω στόχοι επιδιώκεται να επιτευχθούν με δράσεις και έργα συνέχισης συμπλήρωσης υποδομής και εξοπλισμού λιμένων τουριστικών σκαφών με τη συμμετοχή ιδιωτικών κεφαλαίων και βελτίωσης της ποιότητας των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών θαλάσσιου τουρισμού.

Μέτρο 3.3 : Ενισχύσεις τουριστικής υποδομής. Το μέτρο στοχεύει στην ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, στον περιορισμό του εποχικού χαρακτήρα του τουρισμού, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στη διάχυση της τουριστικής κίνησης προς περιοχές με μικρότερη ανάπτυξη. Το Μέτρο προβλέπει δράσεις και έργα βελτίωσης της ποιότητας των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών στις ανεπτυγμένες περιοχές, αξιοποίησης των κινήτρων του Αναπτυξιακού Νόμου για τον εκσυγχρονισμό της υποδομής και των υπηρεσιών των τουριστικών μονάδων και ενίσχυση επενδύσεων τουριστικής υποδομής μικρής κλίμακας σε περιοχές χαμηλής και μέσης ανάπτυξης.

Μέτρο 3.4 : Πολιτιστική ανάπτυξη και πολιτιστικός τουρισμός. Το μέτρο στοχεύει στην παροχή συνδυασμένων μορφών τουριστικών προϊόντων, με απώτερο στόχο τον εμπλουτισμό της προσφοράς, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την ανάδειξη νέων πόλων έλξης για τους επισκέπτες, ενώ ταυτόχρονα επιδιώκεται η διατήρηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι ως άνω στόχοι και επιδιώξεις προβλέπεται να επιτευχθούν με παρεμβάσεις ανάδειξης μνημείων και αρχαιολογικών χώρων ιδιαίτερα σε περιοχές μέσης και χαμηλής ανάπτυξης, δημιουργώντας νέους πόλους έλξης και την ενίσχυση των υποδομών και υπηρεσιών για σύγχρονη πολιτιστική δραστηριότητα και αναψυχή.

Μέτρο 3.5 : Προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού – Καινοτόμες δράσεις. Το μέτρο στοχεύει στον περιορισμό του εποχικού χαρακτήρα του τουρισμού, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στη διάχυση της τουριστικής κίνησης προς περιοχές με μικρότερη ανάπτυξη. Στο μέτρο προβλέπονται έργα και ενέργειες κατασκευής υποδομών στήριξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού (συνεδριακά κέντρα, κέντρα θαλασσοθεραπείας, προπονητικά κέντρα, πολιτιστικές διαδρομές κτλ) και προβολής και προώθησης νέων και εναλλακτικών μορφών τουρισμού (πολιτιστικός, θρησκευτικός, συνεδριακός κλπ) με καινοτόμες μεθόδους στα πλαίσια της πολιτικής του Ε.Ο.Τ. και μετά από συνεννόηση μαζί του.

Στον άξονα προτεραιότητας 4 "Ενίσχυση και αξιοποίηση των δυναμικών νησιωτικών κέντρων ανάπτυξης" περιλαμβάνονται τα εξής μέτρα :

Μέτρο 4.1 : Δράσεις προώθησης της απασχόλησης και ενέργειες κατάρτισης. Το μέτρο στοχεύει στην προώθηση της απασχόλησης, στην εξειδίκευση και επανακατάρτιση ομάδων του πληθυσμού ώστε να περιοριστεί η συμβολή τους στη γέννηση της ανεργίας, να αποφευχθεί η ερήμωση των νησιών και να επιτευχθεί η ανάπτυξη δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού για να μπορεί να ανταποκριθεί στα νέα δεδομένα της αγοράς εργασίας. Οι ενέργειες που θα υλοποιηθούν

συνδέονται άμεσα και λειτουργικά με παρεμβάσεις άλλων ταμείων. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα ανάπτυξης νέων πηγών απασχόλησης (τοπικά σύμφωνα, πρωτοβουλίες στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, άλλες τοπικές πρωτοβουλίες απασχόλησης), πρόληψης και καταπολέμησης της ανεργίας, καθώς και δράσεις προώθησης ίσων ευκαιριών για τα άτομα που απειλούνται με αποκλεισμό, σύμφωνα με τους αναπτυξιακούς στόχους του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, βελτίωσης δεξιοτήτων εργαζομένων σε όλους τους παραγωγικούς τομείς της νησιώτικης οικονομίας, σύμφωνα τους αναπτυξιακούς στόχους του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, ανάπτυξης της καινοτομίας με στόχο τη δημιουργία του κατάλληλου περιβάλλοντος για την ανάπτυξη παραγωγικών δραστηριοτήτων και προώθηση ίσων ευκαιριών για όλους όσον αφορά στην πρόσβαση στην αγορά εργασίας και ειδικότερα υπηρεσίες στα άτομα που απειλούνται με κοινωνικό αποκλεισμό.

Μέτρο 4.2 : Υπηρεσίες φροντίδας για την προώθηση ίσων ευκαιριών. Το μέτρο στοχεύει στην ενδυνάμωση και ανάπτυξη υπηρεσιών φροντίδας εξαρτώμενων ατόμων, ως αναγκαία προϋπόθεση για την προώθηση των ίσων ευκαιριών ανδρών και γυναικών κατά την είσοδο και παραμονή τους στην αγορά εργασίας. Οι ως άνω στόχοι επιδιώκεται να επιτευχθούν με δράσεις που αφορούν στην ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας, υπηρεσίες φροντίδας παιδιών και άλλων εξαρτώμενων ατόμων (κέντρα δημιουργικής απασχόλησης παιδιών, βρεφονηπιακοί σταθμοί και υπηρεσίες άλλων εξαρτώμενων ατόμων.

Μέτρο 4.3 : Δράσεις στήριξης Μ.Μ.Ε. Οι στόχοι του μέτρου αποβλέπουν στην ενίσχυση των παραγωγικών δραστηριοτήτων, στη άμβλυνση της εξάρτησης της οικονομίας από τις δραστηριότητες που συνδέονται αποκλειστικά με τον τουρισμό, στην προσέλκυση νέων μεταπονητικών επενδύσεων, στην αύξηση της απασχόλησης και στην αποφυγή της επιδείνωσης του εμπορικού ισοζυγίου της

Περιφέρειας. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα χρηματοδότησης επενδύσεων στον δευτερογενή και τριτογενή τομέα μέσω της εφαρμογής των κινήτρων του αναπτυξιακού νόμου, ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των Μικρομεσαίων (ΜΜΕ) και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΠΜΕ) και αναβάθμισης, εκσυγχρονισμού ή και επέκτασης των επιχειρήσεων του δευτερογενή τομέα.

Μέτρο 4.4 : Ενίσχυση προωθητικών δραστηριοτήτων με ιδιωτική συμμετοχή. Το μέτρο στοχεύει στην αύξηση της απασχόλησης, στη δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών για την τόνωση του επενδυτικού ενδιαφέροντος σε παραγωγικές δραστηριότητες, στη μείωση της εξάρτησης της οικονομίας από τις τουριστικές δραστηριότητες, στην ορθολογικότερη προσέγγιση χρήσεων γης για τις παραγωγικές δραστηριότητες και στη μείωση της επιβάρυνσης του περιβάλλοντος. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα δημιουργίας οργανωμένων Βιομηχανικών Περιοχών ή Βιομηχανικών Πάρκων στα μεγάλα νησιά, ανάπτυξης υποδομών, υπηρεσιών και δικτύων για τη στήριξη των παραγωγικών δραστηριοτήτων στην Περιφέρεια και την προώθηση συνεργασιών και ενίσχυσης των δομών πρόσβασης των επιχειρήσεων σε υπηρεσίες τεκμηρίωσης και πληροφόρησης.

Μέτρο 4.5 : Βελτίωση του παραγωγικού περιβάλλοντος – Καινοτόμες εφαρμογές. Το μέτρο στοχεύει στην τόνωση της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων της Περιφέρειας, στο πλαίσιο του Αναπτυξιακού Νόμου, στην ενίσχυση του ρόλου των τοπικών δυναμικών κέντρων στη διάχυση της ανάπτυξης στον χώρο επιρροής τους, στην προώθηση της απασχόλησης, στην εξασφάλιση δομών και μηχανισμών στήριξης των τοπικών παραγωγικών δραστηριοτήτων και στην βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών διοίκησης. Επιδιώκεται επίσης η ενδυνάμωση των παραγωγικών σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και εκπαιδευτικών ιδρυμάτων προς όφελος του παραγωγικού περιβάλλοντος. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα βελτίωσης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ανάπτυξης μεθόδων

προηγμένης τεχνολογίας σε όλους τους παραγωγικούς τομείς, στήριξης και προβολής των τοπικών προϊόντων όλων των παραγωγικών τομέων και βελτίωσης της σύνδεσης του τουρισμού με τους τομείς παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων.

Μέτρο 4.6 : Αναβάθμιση περιβάλλοντος και ποιότητα ζωής. Το μέτρο στοχεύει στην οργάνωση του χωρικού περιβάλλοντος και στην αντιμετώπιση της επιβάρυνσης του στις περιοχές των αστικών κέντρων. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα πολεοδομικών παρεμβάσεων βελτίωσης και αναβάθμισης του αστικού περιβάλλοντος και δράσεις κυκλοφοριακών, λειτουργικών και αισθητικών ρυθμίσεων, ανάπλασης και ανάδειξης αστικών περιοχών και αντιμετώπισης οχλήσεων (θορύβου - ρύπανσης κτλ).

Μέτρο 4.7 : Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις αστικής ανάπτυξης – ΕΤΠΑ. Το μέτρο στοχεύει στην αναβάθμιση των οικονομικών, επιχειρηματικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων σε υπηρεσίες και στο αστικό περιβάλλον, περιοχών με προβλήματα αστικής υποβάθμισης. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα ολοκληρωμένων παρεμβάσεων βελτίωσης και αναβάθμισης του αστικού περιβάλλοντος και ολοκληρωμένων παρεμβάσεων εξασφάλισης ευνοϊκών συνθηκών ανάπτυξης των επιχειρηματικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων.

Μέτρο 4.8 : Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις αστικής ανάπτυξης – ΕΚΤ. Οι στόχοι του μέτρου λειτουργούν συμπληρωματικά των στόχων του μέτρου 4.7 και αφορούν σε ενέργειες ανάπτυξης, ενσωμάτωσης ή και προώθησης στην απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού στα πλαίσια των ολοκληρωμένων παρεμβάσεων αστικής ανάπτυξης. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα ανάπτυξης της απασχόλησης στις αστικές περιοχές και άλλες δράσεις για την κοινωνικοοικονομική ενσωμάτωση του ανθρώπινου δυναμικού.

Μέτρο 4.9 : Ενίσχυση νέων μορφών οικονομικής δραστηριότητας νήσου

Λέρου. Ο στόχος του μέτρου αποβλέπει στην προώθηση νέων μορφών οικονομικής δραστηριότητας στο νησί της Λέρου για να πραγματοποιηθούν οι ήδη ανειλημμένες υποχρεώσεις αναπροσανατολισμού της τοπικής οικονομίας. Το Μέτρο θα συμβάλλει μεταξύ των άλλων στη δημιουργία θέσεων εργασίας με προσανατολισμό σε νέους τομείς σε τοπικό επίπεδο. Έμφαση θα δοθεί στη βελτίωση της ποιότητας ζωής και στην αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του νησιού, καθώς και στην περιβαλλοντική και πολιτιστική ανάπτυξη. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα νέων μορφών οικονομικής δραστηριότητας που αφορούν στο νησί, ανάπτυξης νέων πηγών απασχόλησης στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, επαγγελματικής κατάρτισης για τη βελτίωση των δεξιοτήτων των ανέργων και των εργαζομένων, εξειδικευμένης κατάρτισης που θα προκύπτει από τις ανάγκες δημιουργίας και λειτουργίας των επιχειρήσεων, ενθάρρυνσης της πρόσβασης στην αγορά εργασίας ιδιαίτερα με καινοτόμες εφαρμογές, ηλεκτρονικό εμπόριο, αξιοποίηση διαδικτύου κ.λ.π., στήριξης της ανάπτυξης και λειτουργίας νέων επιχειρήσεων, οργάνωσης και λειτουργίας μηχανισμών ενδυνάμωσης της επιχειρηματικότητας των νέων.

Στον άξονα προτεραιότητας 5 «Ανάπτυξη της υπαίθρου και ενίσχυση νησιών και περιοχών χαμηλής οικονομικής ανάπτυξης» περιλαμβάνονται τα εξής μέτρα :

Μέτρο 5.1 : Υποδομές αγροτικής παραγωγής`. Το μέτρο στοχεύει στην αποτελεσματική διαχείριση των περιορισμένων υδάτινων και λοιπών πόρων, στη βελτίωση των συνθηκών για την αγροτική ανάπτυξη, στη βελτίωση των περιβαλλοντικών συνθηκών, και στη μείωση των απορροών των ομβρίων υδάτων προς την θάλασσα. Η υλοποίηση του μέτρου διέπεται από τις διατάξεις του άρθρου 33, εδάφια 1, 8 και 9 του Κανονισμού 1257/99 και προβλέπονται δράσεις και έργα κατασκευής δικτύων άρδευσης, αγροτικής οδοποιίας, αγροτικού εξηλεκτρισμού κλπ., σύλληψης, συγκέντρωσης και διαχείρισης νερού για την άρδευση αγροτικών περιοχών, ανάσχεσης ομβρίων και εμπλουτισμού του υπογείου

υδροφόρου ορίζοντα, εξοικονόμησης ενέργειας και υδάτινων πόρων στην αγροτική παραγωγή (συστήματα ανακύκλωσης, επαναχρησιμοποίησης νερού κλπ) και έρευνες και δράσεις βελτίωσης και αξιοποίησης γεωργικών γαιών.

Μέτρο 5.2 : Διαχείριση δασικών πόρων. Το μέτρο στοχεύει στην προστασία των λιγοστών δασών της Περιφέρειας και στην ανασύσταση του δασοκομικού δυναμικού που έχει πληγεί από πυρκαγιές, πλημμύρες κλπ. Η υλοποίηση του μέτρου διέπεται από τις διατάξεις της § 1 του άρθρου 30 του Κανονισμού 1257/99 και προβλέπονται δράσεις και έργα δάσωσης δημοτικών εκτάσεων, επενδύσεων σε δάση οι οποίες αποσκοπούν στη βελτίωση της οικονομικής, οικολογικής ή κοινωνικής αξίας τους και ανασύστασης του δασοκομικού παραγωγικού δυναμικού που έχει πληγεί από φυσικές καταστροφές και πυρκαγιές και διαμόρφωση των κατάλληλων προληπτικών μέσων.

Μέτρο 5.3 : Ενίσχυση αγροτικών δραστηριοτήτων – Επενδύσεις γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Ο κύριος στόχος του μέτρου είναι η στήριξη των επενδύσεων σε γεωργικές εκμεταλλεύσεις, συμβάλλοντας στη βελτίωση των γεωργικών εισοδημάτων και των συνθηκών διαβίωσης, εργασίας και παραγωγής. Η υλοποίηση του μέτρου διέπεται από τις διατάξεις των άρθρων 4, 5, 6 και 7, καθώς και από τις διατάξεις της § 3 του άρθρου 37 του Κανονισμού 1257/99 και προβλέπονται δράσεις επενδύσεων αγροτουρισμού σε συνδυασμό με σχέδια βελτίωσης, ενίσχυσης νέων επενδύσεων υψηλής παραγωγικότητας (θερμοκήπια, ανθοκήπια, αρωματικά φυτά, μελισσοκομία, βιολογικές και οικολογικές καλλιέργειες, προϊόντα ονομασίας προέλευσης κλπ), εφαρμογών ήπιας μορφής ενέργειας στην αγροτική παραγωγή και προώθησης νέων βελτιωμένων καλλιεργειών.

Μέτρο 5.4 : Επενδύσεις διαφοροποίησης αγροτικού εισοδήματος – Εμπορία γεωργικών προϊόντων ποιότητας. Το μέτρο στοχεύει αφενός στην προώθηση της προσαρμογής και της ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών, με τη διαφοροποίηση των γεωργικών δραστηριοτήτων, ώστε να παρασχεθεί η δυνατότητα

δημιουργίας πολλαπλών δραστηριοτήτων ή απόκτησης εναλλακτικών εισοδημάτων με την ενθάρρυνση των τουριστικών και βιοτεχνικών δραστηριοτήτων αφετέρου στην προώθηση γεωργικών προϊόντων ποιότητας στην αγορά. Η υλοποίηση του μέτρου διέπεται από τις διατάξεις των εδαφίων 4, 7 και 10 του άρθρου 33 του Κανονισμού 1257/99 και προβλέπονται δράσεις ενίσχυσης επενδύσεων προς οικοτεχνικές, βιοτεχνικές ή τουριστικές δραστηριότητες, ενίσχυσης επενδύσεων διαφοροποίησης των γεωργικών δραστηριοτήτων με συμπληρωματικές δραστηριότητες και έρευνας αγοράς, σχεδιασμού και αναγνώρισης προϊόντων ονομασίας προέλευσης, συστημάτων διασφάλισης της ποιότητας (π.χ. ISO 9000 κλπ.), συστημάτων ελέγχου ποιότητας και τεκμηρίωσης κλπ.

Μέτρο 5.5 : Μεταποίηση και εμπορία γεωργικών προϊόντων. Το μέτρο στοχεύει στην επί τόπου αξιοποίηση της τοπικής παραγωγής με έμφαση στην ποιότητα, στην διαφοροποίηση και στην καινοτομία της παραγωγικής διαδικασίας για τη διατήρηση και αύξηση της προστιθέμενης αξίας, με σκοπό την κάλυψη τοπικών αναγκών, συμπεριλαμβανομένης και της ιδιαίτερα αυξημένης θερινής ζήτησης και την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων προϊόντων ποιότητας και τοπικών προϊόντων της Περιφέρειας, τα οποία έχουν πρόσβαση στην ελληνική και δυνητικά στις ξένες αγορές. Η υλοποίηση του μέτρου διέπεται από τις διατάξεις του κεφαλαίου VII του Κανονισμού 1257/99 και προβλέπονται δράσεις, ενίσχυσης επενδύσεων μεταποίησης και εμπορίας παραδοσιακών προϊόντων στους τομείς των οπωροκηπευτικών, ανθοκομικών, γαλακτοκομικών, κρέατος και προϊόντων κρέατος, μελιού, φαρμακευτικών – αρωματικών φυτών, ζωοτροφών κλπ. Το μέτρο θα εφαρμοστεί στα ολοκληρωμένα προγράμματα νησιών χαμηλής ανάπτυξης.

Μέτρο 5.6 : Υποδομές και δράσεις για την αλιεία. Το μέτρο στοχεύει στον έλεγχο και στην προστασία της αλιευτικής παραγωγής και στη διατήρηση της απασχόλησης στον τομέα της αλιείας. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα και δράσεις

υποδομών για την αλιεία (συμπληρωματικά του Ε.Π. "Αλιεία" του εθνικού σκέλους του Κ.Π.Σ.) και ορθολογικής διαχείρισης των αλιευτικών πεδίων με την υλοποίηση πιλοτικών μελετών και εφαρμογών.

Μέτρο 5.7 : Βασικές υποδομές. Το μέτρο στοχεύει στην εξασφάλιση των βασικών απαιτούμενων υποδομών που θα δημιουργήσουν μοχλό ώθησης των νησιών και περιοχών με χαμηλή οικονομική ανάπτυξη προκειμένου να άρουν το αίσθημα της απομόνωσης, να συγκρατήσουν (ή και να αυξήσουν) τον πληθυσμό τους και να ακολουθήσουν την ανάπτυξη των υπολοίπων νησιών και περιοχών της Περιφέρειας. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με έργα και δράσεις συγκέντρωσης αποθήκευσης και διανομής νερού, καθώς και έργα επεξεργασίας, διυλιστήρια, αφαλατώσεις (όπου διαπιστωμένα δεν υπάρχει εναλλακτική λύση και εξασφαλίζεται η βιωσιμότητά τους) και αφού δοθεί προτεραιότητα στην επεξεργασία σχεδίων διαχείρισης για την καλύτερη κατά περίπτωση λύση, δικτύων αποχέτευσης και έργα επεξεργασίας και διάθεσης λυμάτων και απορριμμάτων (χώροι ελεγχόμενης απόρριψης), μικρών επιβατικών – εμπορικών λιμανιών, έργων οδοποιίας τοπικής σημασίας, έργων κτιριακών υποδομών κτλ., μεταφοράς, αποθήκευσης και διάθεσης καυσίμων και υποδομών κοινωνικού χαρακτήρα απαραίτητων για την συγκράτηση του πληθυσμού και την οικονομική ανάπτυξη.

Μέτρο 5.8 : Δράσεις προώθησης της απασχόλησης. Το μέτρο στοχεύει στην υποστήριξη των ολοκληρωμένων παρεμβάσεων ανάπτυξης ειδικών περιοχών μέσω της ενίσχυσης της απασχόλησης, ώστε να επιτευχθεί η συγκράτηση του πληθυσμού στα μικρά νησιά και να αποφευχθεί η ερήμωση. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με ενέργειες και δράσεις πρόληψης, καταπολέμησης της ανεργίας και συγκράτησης του πληθυσμού, ανάπτυξης της καινοτομίας που συνδέονται με τους στόχους των ολοκληρωμένων παρεμβάσεων, κατάρτισης και εξειδίκευσης εργαζομένων και ανέργων στις νέες τεχνολογίες και στη χρήση πολυμέσων και προώθησης ίσων ευκαιριών.

Μέτρο 5.9 : Τόνωση της τοπικής οικονομίας με καινοτόμες δράσεις. Ο στόχος του μέτρου αποβλέπει, μέσα από την υλοποίηση καινοτόμων δράσεων, στην τόνωση της τοπικής οικονομίας σε νησιά και περιοχές χαμηλής οικονομικής ανάπτυξης, ώστε να αμβλυνθεί το αίσθημα της απομόνωσης και μέσα από την επιδιωκόμενη αύξηση του εισοδήματος να επιτευχθεί η συγκράτηση του πληθυσμού τους. Οι στόχοι αυτοί επιδιώκεται να επιτευχθούν με ενέργειες και δράσεις που συμβάλλουν στη αύξηση του εισοδήματος και στη συγκράτηση του πληθυσμού (π.χ. πώληση τοπικών παραδοσιακών προϊόντων μέσω διαδικτύου) και στην πιλοτική αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών τηλεματικής για τη δημιουργία "παραθύρων συνολικής εξυπηρέτησης" στις επαφές κράτους-πολίτη στα μικρά νησιά.

B.2.13 Προτεραιότητες νομαρχιακών αυτοδιοικήσεων

Οι νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις δεν εκπονούν προγραμματικά κείμενα στα οποία αναφέρουν τις προτεραιότητες και τους άξονες παρέμβασής τους και έτσι είναι δυσκολότερο να εντοπιστούν αυτοί. Πάντως ο Νομάρχης Κυκλάδων αναφέρθηκε στη στρατηγική που διέπει την υλοποίηση έργων της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης και δράσεων τουριστικής προβολής του Νομού στην πρόσφατη 1^η Παγκυκλαδική Συνάντηση για την Τουριστική Ανάπτυξη – Νέα στρατηγική για τον τουρισμό, σχεδιασμός για μια αειφόρο ανάπτυξη και προσδιόρισε τους εξής άξονες:

1. Συνέχιση των προσπαθειών εξυπηρέτησης του συμβατικού τουρισμού.
2. Συνέχιση των προγραμματισμένων προσπαθειών δημιουργίας ή βελτίωσης υποδομών, λειτουργίας, συντονισμού κλπ. με την ίδια υψηλή προτεραιότητα λαμβανομένου του κριτηρίου της αειφορίας για την αξιολόγηση κάθε νέας προσπάθειας.
3. Ανάπτυξη του ποιοτικού τουρισμού με προγραμματισμένα και προσεκτικά βήματα και συντονισμένες προσπάθειες καθώς ο ποιοτικός τουρισμός είναι η στρατηγική απάντηση σε μια σειρά ζητημάτων όπως η αναβάθμιση τουριστικά υποβαθμισμένων περιοχών, επιμήκυνση της σεζόν, ανάδειξη ταυτότητας, προσέλκυση νέων κοινών, εξασφάλιση συγκριτικού πλεονεκτήματος έναντι

ανταγωνιστικών προορισμών, ανάπτυξη νέων κλάδων επιχειρηματικότητας κλπ.

4. Αντίληψη των Κυκλάδων ως ενιαία τουριστική οντότητα που κάνει εφικτή την πιο αποτελεσματική προβολή των Κυκλάδων, ενισχύει το επίπεδο ανταγωνιστικότητας είτε σε επίπεδο πρότασης είτε σε επίπεδο σύναψης συμφωνιών, δίνει πλεονεκτήματα και νέες προοπτικές σε κάθε νησί και ενισχύει τη συμπληρωματικότητα μεταξύ των νησιών.

Για τη Νομαρχία Δωδεκανήσου δεν κατέστη δυνατόν να εντοπιστούν, έστω και με έμμεσο τρόπο, οι προτεραιότητες και οι άξονες παρέμβασής της αλλά, καθώς οι άξονες στρατηγικής για τη Νομαρχία Κυκλάδων όπως διατυπώθηκαν από το Νομάρχη Κυκλάδων αποτελούν πια κοινό τόπο, εκτιμάται ότι αυτοί είναι αντίστοιχοι με αυτούς της Νομαρχίας Κυκλάδων.

B.2.14 Προτεραιότητες οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης

Προκειμένου να διατυπωθούν οι προτεραιότητες και οι άξονες παρέμβασης σε επίπεδο οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, η ομάδα μελέτης απέστειλε σε οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου ερωτηματολόγια ώστε αυτοί να αποτυπώσουν τις προτεραιότητές τους για την ανάπτυξη του τομέα του τουρισμού στην περιοχή τους. Επεστράφησαν λίγα απαντημένα ερωτηματολόγια, μάλλον γενικόλογα, αλλά σε κάθε περίπτωση απέδιδαν τα ίδια περίπου αποτελέσματα σε κάθε οργανισμό τοπικής αυτοδιοίκησης που απάντησε. Στον Πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται συνοπτικά οι απαντήσεις του Δήμου Κύθνου και του Δήμου Ίου που είναι χαρακτηριστικές των απαντήσεων που ελήφθησαν :

| | Δήμος Κύθνου | Δήμος Ίου |
|----------------|---|---|
| Προτεραιότητες | 1. αναβάθμιση υπηρεσιών τουρισμού 2. δημιουργία τράπεζας 3. αύξηση δρομολογίων το καλοκαίρι | 1. ανάπτυξη υποδομών 2. συστράτευση φορέων 3. ευρύτερη προβολή 4. σωστός προγραμματισμός 5. επιμήκυνση τουριστικής περιόδου |

| | | |
|-------------------|--|--|
| | | 6. ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού |
| | | 7. αλλαγή νοοτροπίας επιχειρηματιών |
| | | 8. αξιοποίηση νέων τεχνολογιών |
| Άξονες παρέμβασης | 1. ολοκλήρωση λιμανιού Μέριχα | 1. καλύτερη προβολή της χώρας από τον ΕΟΤ |
| | 2. βελτίωση οδικού δικτύου | 2. αυστηρές ποιοτικές προδιαγραφές με έλεγχο |
| | 3. αναβάθμιση υπηρεσιών τουρισμού | 3. αναβάθμιση επιχειρήσεων |
| | 4. δημιουργία αρχαιολογικού μουσείου | 4. ύδρευση, αποχέτευση δρόμοι |
| | 5. δημιουργία τράπεζας | |
| | 6. αύξηση δρομολογίων το καλοκαίρι | |
| Μέτρα στήριξης | 1. στήριξη για την δημιουργία τράπεζας | 1. χρηματοδότηση για την αναβάθμιση των υποδομών |
| | 2. αύξηση δρομολογίων το καλοκαίρι | 2. προβολή |
| | 3. παραχώρηση του "ΞΕΝΙΑ" και των θερμών πηγών | 3. επιδοτήσεις τουριστικών επιχειρήσεων |

Τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων συμπληρώθηκαν με συνεντεύξεις στελεχών φορέων τοπικής αυτοδιοίκησης που απέφεραν τα ίδια περίπου αποτελέσματα με τα ερωτηματολόγια και μπορούν να συνοψιστούν στα εξής:

1. σεβασμός στη διαφορετικότητα των νησιών
2. επίτευξη της ανάπτυξης μόνο με την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του κάθε νησιού ξεχωριστά, τα οποία εστιάζονται στο περιβάλλον και τον πολιτισμό (συμπεριλαμβανομένης της ανθρώπινης παρέμβασης στο περιβάλλον και των εθίμων που συνδέονται με την ανθρώπινη ζωή) και θεωρούνται σαν τα βασικά στοιχεία ανάπτυξης της κύριας οικονομικής δραστηριότητας, που είναι ο τουρισμός
3. προστασία, βελτίωση και ανάδειξη του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος και δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων
4. βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος
5. χάραξη και υλοποίηση ολοκληρωμένης αναπτυξιακής τουριστικής πολιτικής

6. στήριξη της επιχειρηματικότητας.

Στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, σε νησιά στα οποία ο τουρισμός βρίσκεται σε φάση ωριμότητας και τα προβλήματα των μη σχεδιασμένων κινήσεων γίνονται τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερα ορατά, εμφανίζονται επίσης μεμονωμένες προσπάθειες επιστημονικής προσέγγισης και μελέτης των δεδομένων και ανάπτυξης νέων στρατηγικών της τουριστικής ανάπτυξης και αυτό γίνεται κυρίως.

Στον Πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται μερικές από αυτές τις μελέτες :

| | |
|-------------------|--|
| Νομός Κυκλάδων | <ol style="list-style-type: none">1. Η μελέτη για την «Ανάπτυξη των νησιών των Κυκλάδων» που χρηματοδοτήθηκε από το Γραφείο Βιομηχανικής Αλλαγής του Νομού Κυκλάδων και υλοποιήθηκε από την εταιρεία CENTRUM το 1999.2. Η μελέτη για την Στρατηγική Μάρκετινγκ στο Νομό Κυκλάδων που υλοποιήθηκε το 1999 από την Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων στο πλαίσιο του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής 1999.3. Η μελέτη με τίτλο «Οικοτουρισμός και προστασία της φύσης σε νησιωτικές περιοχές. Η διεθνής εμπειρία – Αναγνώριση καλών πρακτικών ανάπτυξης του οικοτουρισμού στα νησιά των Κυκλάδων» που χρηματοδοτήθηκε από την Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Κυκλάδων και εκπονήθηκε το 2002 από την Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων σε συνεργασία με το Ελληνικό Κέντρο Βιοτόπων-Υγροτόπων (ΕΚΒΥ) του Μουσείου Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας.4. Η Αναπτυξιακή Μελέτη Άνδρου – Εκπονήθηκε από την Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων το 2001 / 2002. |
| Νομός Δωδεκανήσου | <ol style="list-style-type: none">1. Ανάθεση στην ICAP της μελέτης για την ανάπτυξη στρατηγικού σχεδίου για τον τουρισμό της Κω (η μελέτη έχει ολοκληρωθεί μέσα στο 2003 αλλά δεν έχει παραληφθεί) την οποία χρηματοδότησε ο Δήμος2. Μελέτη με τίτλο "Ανάπτυξη του τουρισμού - Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού και νέες μορφές τουρισμού", η οποία ανατέθηκε στο Ινστιτούτο Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Ερευνών (ΙΤΞΕ) με κοινή σύμβαση |

της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Δωδεκανήσου, του Δήμου Ρόδου και του Επιμελητηρίου Δωδεκανήσου, που ανέλαβαν και τη χρηματοδότησή της (Σεπτέμβριος 1997)

3. Μελέτη σχεδιασμού δράσεων για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές Ιούλιος 2001 που εκπονήθηκε από το ΙΤΞΕ για λογαριασμό του ΕΟΤ.
-

B.3 Πρόταση για τους άξονες και τις μορφές κινητοποίησης των φορέων του ιδιωτικού τομέα και των αναγκαίων κοινών δράσεων των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων

B.3.1 Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και η Local Agenda 21

Στην Ελλάδα η επιδίωξη της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης τις περισσότερες φορές συνδέεται με το δημόσιο παρά με τον ιδιωτικό τομέα. Ο παρεμβατικός χαρακτήρας του δημόσιου τομέα στην Ελλάδα δεν έχει επιτρέψει την ανάπτυξη πρωτοβουλιών του ιδιωτικού τομέα αλλά ούτε και κοινών δράσεων δημόσιων και ιδιωτικών φορέων. Μόνον τα τελευταία χρόνια το Ελληνικό κράτος άρχισε να υποστηρίζει τέτοιας μορφής συνεργασίες, οπότε και δημιουργήθηκαν συνεργασίες δημόσιων και ιδιωτικών φορέων κυρίως σε περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο παρά σε εθνικό επίπεδο. Ετσι, τα τελευταία χρόνια έχουν εμφανιστεί αρκετές δραστηριότητες που σχετίζονται με τη βιώσιμη ανάπτυξη. Ωστόσο, εξακολουθούν να υπάρχουν κενά, όσον αφορά στον κατάλληλο προσδιορισμό των στόχων και των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης καθώς και στο ρόλο της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Σε κάθε περιοχή οι τοπικές αρχές πρέπει να ξεκινήσουν μια διαδικασία διαλόγου με τους πολίτες, τις τοπικές οργανώσεις και τις ιδιωτικές επιχειρήσεις και πρέπει να υιοθετήσουν μια "Local Agenda 21". Μέσω διαβουλεύσεων και συναινετικών διαδικασιών, οι τοπικές αρχές πρέπει να μάθουν από τους πολίτες και από τις τοπικές οργανώσεις πολιτών και επιχειρήσεων και να συγκεντρώσουν τις πληροφορίες που χρειάζονται, για να διαμορφώσουν την κατάλληλη στρατηγική.

Στη διάσκεψη του Ρίο το 1992, συμφωνήθηκε ότι το καλύτερο σημείο εκκίνησης για την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης είναι το τοπικό επίπεδο, καθώς μάλιστα τα δύο τρίτα των 2.500 θεμάτων για δράση αφορούν το τοπικό επίπεδο. Κάθε τοπική αρχή, λοιπόν, πρέπει να χαράξει τη δική της στρατηγική "Local Agenda 21" κατόπιν διαλόγου με τους πολίτες σχετικά με το τι είναι σημαντικό για την περιοχή τους. Οι αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης πρέπει να αποτελούν κεντρικό μέρος της στρατηγικής "Local Agenda 21". Η "Local Agenda 21" θεωρεί τη βιώσιμη ανάπτυξη ως ένα θέμα των (τοπικών) κοινοτήτων, που αφορά όλα τα μέρη της κοινωνίας, περιλαμβανομένων των κοινωνικών ομάδων, των επιχειρήσεων και των εθνικών μειονοτήτων. Οι τοπικές αρχές μπορούν να συντάσσονται μαζί

ώστε να έχουν ισχυρότερη φωνή και να μπορούν να επηρεάζουν μεγάλες επιχειρήσεις.

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Επιτροπής, έχουν προετοιμαστεί τα προκαταρκτικά κείμενα για την "Ευρωπαϊκή Agenda 21 για το βιώσιμο τουρισμό" (Χάρτα του Rimini 2001). Για την επίτευξη ταχύτερων ρυθμών προόδου προς την κατεύθυνση αυτή, οι προτεραιότητες εστιάζουν στην προώθηση της συμμετοχικής διακυβέρνησης με την ενθάρρυνση της συμμετοχικότητας και την ενίσχυση ενεργών συνεργασιών και την ενίσχυση των ικανοτήτων των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης στη χάραξη πολιτικής, σχεδιασμό, δημόσια διαχείριση και τον έλεγχο του τουριστικού τομέα (Χάρτα του Rimini 2001).

Η ανάπτυξη της "Local Agenda 21" (ή γενικότερα η ανάπτυξη σχεδίων και συνεργασιών σε τοπικό επίπεδο με στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη ή τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη) έχει καθυστερήσει σημαντικά στην Ελλάδα σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες για διάφορους λόγους μεταξύ των οποίων :

- η απουσία σαφούς πληροφόρησης, επαρκούς γνώσης και εκπαίδευσης των τοπικών εταίρων που αφορά τη βιώσιμη ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο,
- η έλλειψη εντολής και χρηματοδοτικών πόρων ώστε οι τοπικές αρχές να αναπτύξουν σχέδια "Local Agenda 21" και η δυσκολία να προσαρμόσουν την οργανωτική τους δομή που να επιτρέπει το σχεδιασμό και την εφαρμογή προγραμμάτων βιώσιμης ανάπτυξης,
- οι ασαφείς και επικαλυπτόμενες αρμοδιότητες διαφόρων επιπέδων διακυβέρνησης.

B.3.2 Παραδείγματα κοινής δράσης και συνεργασίας στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου

B.3.2.1 Παραδείγματα κοινής δράσης και συνεργασίας δημόσιων φορέων στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου

Το 1984 υπεγράφη Προγραμματική Σύμβαση για την πολιτιστική κληρονομιά της πόλης της Ρόδου των εξής συμβατικών εταίρων :

- του Υπουργείου Πολιτισμού

- του Ταμείου Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων
- του Δήμου Ρόδου

Η Προγραμματική Σύμβαση απέβλεπε στην αναγέννηση της περιοχής, την αναζωογόνηση της ιστορίας του τόπου, τη βελτίωση της εικόνας της κοινότητας και θέση της βάσης για βιώσιμη ανάπτυξη μέσω :

- ενός προγράμματος προστασίας/αποκατάστασης της παλιάς πόλης,
- μιας σειράς μελετών και ειδικών παρεμβάσεων για την προστασία / αποκατάσταση/επισκευή μνημείων και μέρους των μεσαιωνικών και ελληνιστικών οχυρωματικών έργων,
- της προώθησης των αρχαιολογικών τόπων και την ανάληψη αρχαιολογικών ανασκαφών,
- μιας σειράς ειδικών επιστημονικών μελετών, τη δημοσίευση αυτών των μελετών, αρχαιολογικών οδηγών και άλλων κειμένων σχετικών με τα μνημεία και την ιστορία της Ρόδου, την οργάνωση σεμιναρίων, επιστημονικών συναντήσεων και συνεδρίων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, τη συνεργασία με ελληνικούς και διεθνείς επιστημονικούς φορείς και τη δημιουργία μιας βιβλιοθήκης.

Για την καλύτερη και αποτελεσματικότερη εφαρμογή της Προγραμματικής Σύμβασης, οι συμβατικοί εταίροι συνέστησαν ως φορέα εφαρμογής το Γραφείο Προγραμματικής Σύμβασης καθώς και τα εξής πλαίσια συνεργασίας που συγκέντρωναν αρκετούς ενδιαφερόμενους εταίρους :

- Η Επιτροπή, που έχει την ευθύνη της παρακολούθησης της εφαρμογής του προγράμματος και των όρων της συμφωνίας, του προσδιορισμού των έργων και των παρεμβάσεων του προγράμματος, τον τρόπο της εφαρμογής του, τον ετήσιο προϋπολογισμό κλπ., αποτελείται από :
 - ⇒ εκπροσώπους των συμβατικών εταίρων,
 - ⇒ εκπρόσωπο του ΥΠΕΧΩΔΕ,
 - ⇒ εκπρόσωπο του Γραφείου Προγραμματικής Σύμβασης,
 - ⇒ εκπρόσωπο του ΕΟΤ,
 - ⇒ τους εφόρους Βυζαντινών και Προϊστορικών και Κλασικών αρχαιοτήτων,
 - ⇒ εκπροσώπους των Διευθύνσεων Αναστηλώσεων Βυζαντινών και Μεταβυζαντινών και Αρχαιολογικών μνημείων.
- Η Ειδική Επιστημονική Επιτροπή, που έχει την ευθύνη της επιστημονικής επίβλεψης του προγράμματος, της υποβολής

προτάσεων στην Επιτροπή που αφορούν τη λεπτομερή επεξεργασία μελετών και την εφαρμογή των έργων, της σύνταξης προδιαγραφών για την ανάθεση των μελετών και των έργων και συμμετέχει στις επιτροπές αξιολόγησης και επιλογής, αποτελείται από :

- ⇒ εκπρόσωπο του Δήμου Ρόδου,
- ⇒ εκπρόσωπο του Υπουργείου Πολιτισμού,
- ⇒ εκπρόσωπο του ΥΠΕΧΩΔΕ,
- ⇒ εκπρόσωπο του ΕΟΤ,
- ⇒ τους εφόρους Βυζαντινών και Προϊστορικών και Κλασικών αρχαιοτήτων,
- ⇒ εκπροσώπους των Διευθύνσεων Αναστηλώσεων Βυζαντινών και Μεταβυζαντινών και Αρχαιολογικών μνημείων,
- ⇒ εκπρόσωπο του ΤΕΕ Δωδεκανήσου.

Οι επιτροπές αυτές συνεδριάζουν τακτικά. Έχουν εκπονηθεί αρκετές μελέτες, μια σειρά έργων έχουν πραγματοποιηθεί και αρκετές παρεμβάσεις έχουν υλοποιηθεί κατά την πορεία της εφαρμογής της σύμβασης. Η συμβατική διάρκεια της Προγραμματικής Σύμβασης είναι εικοσαετής και κρίνεται ως επιτυχημένη. Τα αποτελέσματα της πορείας των έργων της Προγραμματικής Σύμβασης παρουσιάστηκαν στο Διεθνές Επιστημονικό Συνέδριο «15 χρόνια έργων αποκατάστασης στη Μεσαιωνική Πόλη της Ρόδου» που διεξήχθη το Νοέμβριο του 2001 στη Ρόδο. Η συνεργασία είχε τα εξής αποτελέσματα :

- Αναγέννηση της περιοχής και βελτίωση της εικόνας της.
- Αναζωογόνηση της ιστορίας της περιοχής και προώθηση της ιστορίας και του πολιτισμού της στην Ελλάδα και διεθνώς.
- Βιώσιμη ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας και βελτίωση της ζωής των κατοίκων (βελτιώνοντας το αστικό περιβάλλον και αστική υποδομή).

Ετσι, αν όχι άμεσα, αλλά τουλάχιστον έμμεσα, η συνεργασία αυτή είχε επιπτώσεις στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου.

Η συνεργασία συνάπτεται με την υπογραφή μιας σύμβασης που παρέχει αξιοπιστία στο εγχείρημα. Επιπλέον, η κυβερνητική υπόσταση των συμβατικών εταίρων συμβάλλει στην γρήγορη και αποτελεσματική απορρόφηση χρηματοδοτικών πόρων από το κρατικές πηγές και

προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η θεσμοθέτηση αυτών των συνεργασιών, με τη μορφή των επιτροπών που προαναφέραμε, συνέβαλε στο ξεπέρασμα της γραφειοκρατικής οργάνωσης των δημόσιων υπηρεσιών, επιτρέπει μεγαλύτερη ευελιξία στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και στην εφαρμογή και στη προσέγγιση διάφορων φορέων που προηγουμένως ενεργούσαν ανεξάρτητα (και ενδεχομένως ανταγωνιστικά μεταξύ τους) και που τώρα μπορούν να ενώσουν τις δυνάμεις τους. Πάντως παρά τη δέσμευση των συμβατικών εταίρων να παρέχουν όλους τους απαραίτητους πόρους (χρηματικούς, ανθρώπινους, υλικούς) για την εφαρμογή της συμβατικής συμφωνίας, η γραφειοκρατία και ο συγκεντρωτισμός συχνά καθυστέρησαν τις διαδικασίες και τα παραδοτέα.

B.3.2.2 Παραδείγματα κοινής δράσης και συνεργασίας δημόσιων και ιδιωτικών φορέων στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου

Υπάρχουν κάποιες μεμονωμένες περιπτώσεις επιτυχούς συνεργασίας δημόσιων και ιδιωτικών φορέων. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του ΠΡΟΤΟΥΡ.

Αντίθετα η υλοποίηση της ιδέας για την δημιουργία Νομαρχιακών Επιτροπών Τουριστικής Προβολής όπου συμμετέχουν, δημόσιοι φορείς (ΕΟΤ, νομαρχία, δήμος) και ιδιωτικοί φορείς (όπως ξενοδόχοι, τουριστικά γραφεία, ξενοδοχοϋπάλληλοι και κοσμηματοπώλες) αποδεικνύεται στην πράξη πολύ δυσχερής και όχι μόνο απροθυμίας αλλά και λόγω της αδυναμίας επιλογής των καλών επαγγελματιών.

Η λειτουργία των Νομαρχιακών Επιτροπών Τουριστικής Προβολής (Ν.Ε.Τ.Π.), που διέπεται από το Νόμο 2160/1993 (παρ. 13 άρθρο 1), παρουσίασε τις εξής δυσκολίες :

- Απροθυμία των περισσότερων τοπικών φορέων να συμμετάσχουν σε έναν ευρύτερο σχεδιασμό.
- Αδυναμία επιβολής ενός κεντρικού σχεδιασμού.
- Αδυναμία και απροθυμία των επαγγελματικών φορέων να συμμετάσχουν οικονομικά.
- Σημαντική έλλειψη πόρων

Η Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής Κυκλάδων, η οποία με την υποστήριξη της Αναπτυξιακής Εταιρείας Κυκλάδων Α.Ε. μέσω Προγραμματικής Σύμβασης με την Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Κυκλάδων, την ΤΕΔΚ Νομού Κυκλάδων και άλλους φορείς, ανέλαβε την υλοποίηση της Τουριστικής Προβολής του Νομού. Η Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων Α.Ε., για να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις μιας εξειδικευμένης προσέγγισης του θέματος προσέλαβε εξειδικευμένο συνεργάτη σε θέματα Μάρκετινγκ. Το πρώτο σχέδιο Μάρκετινγκ που εκπονήθηκε αναφερόταν στις διαφοροποιήσεις που υπάρχουν μεταξύ των νησιών του Νομού Κυκλάδων και έγινε μια πρώτη προσέγγιση δημιουργίας «ταυτότητας» για το κάθε νησί. Οι άξονες δράσεις της Ν.Ε.Τ.Π. οι οποίοι πηγάζουν μέσα από την ανάλυση της Μελέτης Μάρκετινγκ συνοψίζονται στα εξής:

- Προβολή των Κυκλάδων ως ενιαίου προορισμού με ποικιλία θεμάτων (μέσα από τουριστικές εκθέσεις, έκδοση έντυπου υλικού, δημιουργία ενός δικτυακού τόπου).
- Επιλογή αγορών που διευρύνουν την τουριστική περίοδο.
- Διαφοροποίηση και βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος

Στη συνέχεια βάσει ετησίων στόχων επικοινωνίας που τίθενται, δημιουργείται ένα σχέδιο τουριστικής προβολής που υλοποιείται μετά από έγκριση της Ν.Ε.Τ.Π. και του ΕΟΤ. Σε γενικές γραμμές ακολουθείται η γενικότερη στρατηγική που χαράσσει ο ΕΟΤ, ώστε να υπάρχει συνέργεια και αλληλοσυμπλήρωση. Η χρηματοδότηση των δράσεων γίνεται από τον ΕΟΤ, τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση και επαγγελματικούς φορείς και ΟΤΑ α' βαθμού του Νομού.

Η Ν.Ε.Τ.Π. Δωδεκανήσου δεν υλοποιεί κάποιο πρόγραμμα τουριστικής προβολής που σχεδιάζεται από την ίδια αλλά τα χρήματα που χορηγεί ο Ε.Ο.Τ βάσει του Νόμου 2160/93 παρ. 13 άρθρο 1, μεταφέρονται στους Δήμους που υλοποιούν προγράμματα προβολής σε επίπεδο νησιού. Τελευταία μηνύματα μετά από τις Δημοτικές και Νομαρχιακές εκλογές, εμφανίζουν την ενεργοποίηση της Ν.Ε.Τ.Π. και την απενεργοποίηση του Δωδεκανησιακού Οργανισμού Τουρισμού (Δ.Ο.Τ.). Ο Δ.Ο.Τ είναι Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου που χρηματοδοτείται από τον προϋπολογισμό της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης και διοικείται από ένα Διοικητικό Συμβούλιο αποτελούμενο από εκπροσώπους 32 φορέων τουρισμού. Αποτελεί φορέα σχεδιασμού που δημιουργήθηκε που ενεργοποιήθηκε από τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Δωδεκανήσου το 1999

για την αξιοποίηση, προστασία και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος και της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς και την προβολή και διαφήμιση του τουρισμού της Δωδεκανήσου. Συγκεκριμένοι στόχοι του είναι:

- Εξειδίκευση της τουριστικής πολιτικής σε νομαρχιακό επίπεδο.
- Μελέτη τουριστικών ζητημάτων της περιοχής και διερεύνηση της εσωτερικής και διεθνής τουριστικής αγοράς.
- Βελτίωση προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών και δημιουργία ανταγωνιστικών συνθηκών στην τουριστική ζήτηση.
- Εκπόνηση προγραμμάτων ανάπτυξης του τουρισμού.
- Ο ποιοτικός εμπλουτισμός της προσφοράς του τουριστικού πακέτου. Η ανάπτυξη νέων μορφών εναλλακτικού - θεματικού τουρισμού.
- Η ανάδειξη νέων προορισμών, ώστε να επιτευχθεί η αύξηση του τουριστικού ρεύματος και η διάχυσή του στα λιγότερο τουριστικά αναπτυγμένα νησιά.
- Προβολή και διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος της Δωδεκανήσου.
- Οργάνωση και συμμετοχή σε εθνικές και διεθνείς τουριστικές εκθέσεις και εκδηλώσεις προβολής της Δωδεκανήσου.
- Αξιοποίηση ευρωπαϊκών προγραμμάτων σχετικά με θέματα τουρισμού (εισαγωγή νέας τεχνολογίας, πιλοτικές εφαρμογές εναλλακτικών μορφών τουρισμού κτλ).
- ενημέρωση και στήριξη του επιχειρηματικού κόσμου στον τριτογενή τομέα (ημερίδες, επιδοτήσεις, προβολή αξιόλογων - καινοτόμων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών).

Στα Δωδεκάνησα, όπου ισχύει η απόδοση δημοτικού φόρου 1% – 2% επί του τζίρου όλων των επιχειρήσεων, οι δημοτικές αρχές έχουν αρκετή χρηματοδοτική ευελιξία και πολλές από αυτές δημιούργησαν επιχειρήσεις που ασχολούνται αποκλειστικά με την τουριστική προβολή του νησιού, όπως για παράδειγμα ο Ενιαίος Φορέας Τουρισμού της Κω ή ο ΠΡΟΤΟΥΡ. Ιδιαίτερα ο ΠΡΟΤΟΥΡ αποτελεί ένα πετυχημένο «εργαλείο» για την ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού της Ρόδου.

Η μεταφορά αρμοδιοτήτων από το Κέντρο στην Περιφέρεια είχε σαν αποτέλεσμα την δημιουργία δύο Διευθύνσεων Τουρισμού (Κυκλάδων και Δωδεκανήσου) οι οποίες είναι η μετεξέλιξη των τοπικών γραφείων του ΕΟΤ.

Οι Διευθύνσεις αυτές διαφέρουν μεταξύ τους τόσο στην οργάνωση και εξοπλισμό όσο και στην στελέχωση. Η Διεύθυνση Τουρισμού Δωδεκανήσου στεγάζεται στο παλιό κτίριο του ΕΟΤ με επαρκής χώρους και μηχανολογικό εξοπλισμό. Τα 14 άτομα τα οποία εργάζονται εκεί ανταποκρίνονται ικανοποιητικά στο ανατιθέμενο έργο. Η Διεύθυνση Τουρισμού Κυκλάδων μεταστεγάστηκε από τον χώρο που στεγαζόταν ο ΕΟΤ σε νέα πιο ευρύχωρα γραφεία όμως και πάλι ανεπαρκή για την στέγαση των αναγκαίων υπηρεσιών. Υπάρχουν 7 μόνιμοι υπάλληλοι καθώς και έκτακτο εποχιακό προσωπικό για την κάλυψη φόρτου εργασίας που δημιουργήθηκε κατά την διάρκεια των τελευταίων χρόνων.

Οι λειτουργίες που έχουν ανατεθεί στα δύο αυτά όργανα αφορούν κατά κύριο λόγο την διοικητική οργάνωση του τουρισμού (Επιθεωρήσεις, Τουριστικές εγκαταστάσεις, τουριστικά επαγγέλματα, τουριστική ανάπτυξη.

Το θέμα της υποδοχής του τουρίστα στον προορισμό έχει αφευθεί στους επαγγελματίες με αποτέλεσμα η ποιότητα αυτής της υπηρεσίας να εξαρτιέται από τον βαθμό εξέλιξης των επαγγελματιών. Έτσι το φαινόμενο των διαφορετικών ταχυτήτων των νησιών αντικατοπτρίζεται και στις προσφερόμενες υπηρεσίες υποδοχής.

Ακόμα, υπάρχουν παραδείγματα όπου συνεργάζονται ο ΕΟΤ και ιδιοκτήτες παραδοσιακών / ιστορικών σπιτιών για την αναστήλωση / αποκατάσταση των σπιτιών αυτών, όπως η περίπτωση της Οίας Σαντορίνης που έληξε το 1992.

Τέλος, καταβλήθηκαν και διανομαρχιακές προσπάθειες συνεργασίας. Συγκεκριμένα, έγινες προσπάθειες τα τελευταία χρόνια για την ανάπτυξη κοινών τουριστικών προϊόντων, όπως για παράδειγμα η πιλοτική δράση "ARCHIMED" (του άρθρου 10 του ΕΤΠΑ) με την κοινή συμμετοχή των δύο Νομών μαζί με τις περιφέρειες της Ν. Ιταλίας Σικελία, Μπασιλικάτα, Καλαβρία και Απουλία στη δημιουργία ενός νέου τουριστικού προϊόντος για το θαλάσσιο τουρισμό με τον τίτλο «Τα Λιμάνια του Οδυσσέα». Η ιδέα ήταν να δοθεί, στις περιοχές που συμμετείχαν στην πιλοτική δράση, ένα κοινό στοιχείο που θα δημιουργούσε ένα ενιαίο προϊόν, ενιαία εικόνα και θα απευθυνόταν σε ένα ενιαίο πελατειακό κοινό. Η εφαρμογή της ιδέας αυτής όμως προσέκρουσε στην δυσκολία να αναπτυχθεί η αντίστοιχη λογική στους επιχειρηματίες ώστε να πεισθούν να προσφέρουν υπηρεσίες

τυποποιημένες κάτω από ένα κοινό σήμα, που θα ήταν σκόπιμο να αποτελέσει τον στόχο μιας επόμενης δράσης.

- **Συμπέρασμα:**

Μπορεί να γίνει ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων ή εφαρμογής προγραμμάτων μάρκετινγκ τουρισμού κάτω από τις εξής προϋποθέσεις:

ΟΡΓΑΝΩΣΗ

- * Καθαρή διατύπωση του στόχου (ποιοτικά και ποσοτικά).
- * Διοικητική οργάνωση βάσει στόχων.
- * Δημιουργία δικτύου συμβουλευτικής, διαπραγμάτευσης και εμπύχωσης (Έγκαιρη εμπλοκή και εμπύχωση των επαγγελματιών).
- * Συντονισμός ενεργειών από έναν επιμελητή με ειδικότητα στο μάρκετινγκ.
- * Επιτόπιοι εξειδικευμένοι επιμελητές / ανταποκριτές για την συνεργασία και υλοποίηση ενεργειών.

ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑ

- * Συνεργασία με εξειδικευμένους συνεργάτες σε θέματα διαφήμισης.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

- * Οικονομικούς πόρους για την αρχική επένδυση.
- * Θεσμικό πλαίσιο που να επιβάλει απόδοση % για την έρευνα και ανανέωση των υφιστάμενων προϊόντων.
- * Δημιουργία πλαισίου για την συνεργασία με τράπεζες και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

B.3.3 Αξονες και μορφές κινητοποίησης των φορέων του ιδιωτικού τομέα

Γενικά η συμμετοχή φορέων του ιδιωτικού τομέα είναι πιο έντονη σε δράσεις που αφορούν πρωτίστως το marketing του τουριστικού προϊόντος ενώ είναι μικρή προς το παρόν σε θέματα που αφορούν τη βιωσιμότητα. Η κινητοποίηση του ιδιωτικού φορέα σε θέματα marketing του τουριστικού προϊόντος δεν χρήζει ιδιαίτερης ανάλυσης και για το λόγο αυτό επικεντρωνόμαστε στην κινητοποίηση του ιδιωτικού τομέα σε θέματα που αφορούν τη βιωσιμότητα.

Η κινητοποίηση του ιδιωτικού τομέα σε θέματα μάρκετινγκ ήταν τις

περισσότερες φορές αποσπασματική, οικονομικά περιορισμένη και ασυντόνιστη. Οι φορείς του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα της Περιφέρειας – με βάση την εμπειρία των τελευταίων ετών – εκτιμούν ότι αυτό οφείλεται στους ακόλουθους λόγους:

- Αμφισβήτηση από τον ιδιωτικό τομέα του Μάρκετινγκ ως εργαλείου προώθησης των πωλήσεων.
- Προτίμηση της υιοθέτησης προγράμματος Μάρκετινγκ σε επίπεδο επιχείρησης.
- Εκτίμηση ότι το Μάρκετινγκ είναι υπόθεση του κράτους – σε ότι αφορά τη χρηματοδότηση – και όχι των τοπικών φορέων.
- Υπερεκτίμηση του ρόλου των άμεσων πωλήσεων καθώς και του Μάρκετινγκ που ασκείται - σε επίπεδο περιοχής και συνεργαζόμενων επιχειρήσεων – από τους Τουρ Οπερέϊτορς.
- Είναι προφανές ότι αυτή η έλλειψη προθυμίας από τον ιδιωτικό τομέα για συνέργια με τον ευρύτερο δημόσιο τομέα προς μια συντονισμένη και συγκροτημένη πολιτική στο Τουριστικό Μάρκετινγκ δεν αποβαίνει σε όφελος της προώθησης του Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας.

Εκτιμάται ότι θα ήταν σκόπιμο να υπάρξουν συγκεκριμένες δράσεις που θα συνέβαλαν στην συστηματικότερη κινητοποίηση του ιδιωτικού τομέα προς την κατεύθυνση ενίσχυσης των προγραμμάτων Μάρκετινγκ της Περιφέρειας. Τέτοιες δράσεις είναι:

- Ημερίδες «γνωριμίας» με το Τουριστικό Μάρκετινγκ ως εργαλείο πώλησης και προώθησης τουριστικών προϊόντων σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον σε περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.
- Εκστρατεία ενημέρωσης των φορέων εκπροσώπησης του ιδιωτικού τομέα σε τοπικό επίπεδο για την ιδιαίτερη οικονομική σημασία της προβολής του Τουριστικού Προϊόντος.
- Οργάνωση ενός διήμερου workshop όπου θα εξεταστούν οι δυνατότητες, οι προοπτικές, τα προβλήματα και οι ελλείψεις που υπάρχουν στη διαδικασία συνεργασίας του κρατικού τομέα, του ιδιωτικού τομέα και των ΟΤΑ σε ζητήματα προβολής της Περιφέρειας. Στόχος να εξευρεθούν βιώσιμες λύσεις και να παρουσιασθεί η πετυχημένη διεθνής εμπειρία σε αυτό το θέμα.

Θα επικεντρωθούμε στη συνέχεια στην κινητοποίηση του ιδιωτικού

τομέα σε θέματα που αφορούν την βιωσιμότητα. Τα συστήματα πιστοποίησης διαφέρουν από χώρα σε χώρα και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προτίθεται να δημιουργήσει ένα διεθνή φορέα πιστοποίησης που θα έχει την ευθύνη του ορισμού διεθνών κριτηρίων πιστοποίησης, θα παρακολουθεί τη συμμόρφωση, θα προωθεί την καταναλωτική επίγνωση (consumer awareness) και γενικά θα βελτιώσει την αξιοπιστία των συστημάτων πιστοποίησης. Η λειτουργία ενός τέτοιου φορέα θα έχει επίσης ως αποτέλεσμα την άνοδο του περιβαλλοντικού και κοινωνικού επιπέδου για όλους τους υποκλάδους του τουρισμού.

Αντίστοιχες είναι και οι τάσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Από τα περίπου 60 συστήματα eco-labelling που λειτουργούν παγκοσμίως, πάνω από 40 λειτουργούν στην Ευρώπη. Τα πιο πολλά από αυτά αφορούν συστήματα eco-labelling της διαμονής. Η περιβαλλοντική επίδοση των πιστοποιημένων επιχειρήσεων διαμονής εκτιμάται ότι είναι κατά 10-30% καλύτερη της επίδοσης της μέσης ευρωπαϊκής επιχείρησης διαμονής, δηλαδή, καταναλώνουν 10-30% λιγότερη ενέργεια ή νερό ανά διανυκτέρευση. (Αυτή είναι μια σαφής απόδειξη ότι "το οικολογικό δεν είναι ακριβό".) Οι τάσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση οδηγούν στην υιοθέτηση ενός Ευρωπαϊκού eco-label (του "European Flower") που θα αφορά το σύνολο της τουριστικής αλυσίδας (δεν θα περιορίζεται δηλαδή μόνο στις επιχειρήσεις διαμονής). Η πρόθεση είναι για συνεργασία μεταξύ του "European Flower" («πράσινη» επίδοση) με τα υπάρχοντα eco-labels αλλά και με την πιστοποίηση EMAS («πράσινη» διαχείριση) και την προώθηση της εικόνας των προϊόντων και υπηρεσιών που έχουν eco-label, εξισώνοντας την φιλοπεριβαλλοντικότητα (eco-friendliness) με την ποιότητα. Ο κανονισμός του νέου EMAS II ενθαρρύνει ιδιαίτερα τις μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις του κλάδου του τουρισμού να υιοθετήσουν τα ευρωπαϊκά πρότυπα.

Με απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής τον Απρίλιο 2003 εγκρίθηκε το οικολογικό σήμα για τουριστικά καταλύματα αλλά μέχρι στιγμής δεν έχει εκδηλωθεί πρόθεση καθιέρωσης πλέγματος σχετικών κινήτρων. Αυτό οφείλεται μάλλον στο γεγονός ότι έκτοτε έχει παρέλθει σύντομο χρονικό διάστημα που δεν έχει επιτρέψει να ωριμάσει η ιδέα αυτή στην Ελλάδα. Σε κάθε περίπτωση όμως, ορισμένες μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (π.χ. GRECOTEL) έχουν υιοθετήσει πρακτικές φιλοπεριβαλλοντικής διαχείρισης. Επίσης, και μικρότερες επιχειρήσεις διαμονής φαίνεται να αναγνωρίζουν τη σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος. Για

παράδειγμα, η Κυκλαδική Ομοσπονδία Ενοικιαζομένων Δωματίων και Διαμερισμάτων «Κυκλάδες» αναφέρει στο καταστατικό της (Άρθρο 2) ότι μεταξύ των σκοπών της Ομοσπονδίας συγκαταλέγεται και η προστασία τού περιβάλλοντος.

Όσον αφορά τη στάση των κυβερνήσεων σχετικά με την υιοθέτηση προτύπων, μπορούμε να διακρίνουμε τις εξής προσεγγίσεις :

- Μη ανάμιξη : στην περίπτωση αυτή οι κυβερνήσεις δεν αναμειγνύονται στην υιοθέτηση προτύπων παρά μόνον περιφρουρούν τις διαδικασίες έναντι δολίων πράξεων και εγείρουν δημόσια επίγνωση.
- Δημιουργία πλαισίου λειτουργίας : στην περίπτωση αυτή οι κυβερνήσεις δημιουργούν τις υποστηρικτικές δομές που απαιτούνται για την υιοθέτηση προτύπων.
- Παροχή κινήτρων : στην περίπτωση αυτή οι κυβερνήσεις παρέχουν τα νομικά και χρηματοοικονομικά συστήματα για να προωθήσουν την υιοθέτηση προτύπων.
- Υποχρεωτική τήρηση : στην περίπτωση αυτή οι κυβερνήσεις καθιστούν υποχρεωτική την υιοθέτηση προτύπων ορίζοντάς την ως προϋπόθεση για τη λειτουργία των επιχειρήσεων.

Δεν έχει πλήρως αποσαφηνιστεί το ακριβές είδος των χρηματοοικονομικών κινήτρων που θα εισάγει η Ευρωπαϊκή Ένωση, ώστε οι επιχειρήσεις του κλάδου του τουρισμού να υιοθετήσουν τα ευρωπαϊκά πρότυπα. Έχει αναγνωρισθεί ότι ο τρόπος για την παροχή κινήτρων ώστε οι επιχειρήσεις του κλάδου του τουρισμού να υιοθετήσουν τα ευρωπαϊκά πρότυπα είναι η εφαρμογή της αρχής "ο ρυπαίνων πληρώνει", που όμως η εφαρμογή της θα αργήσει να γίνει στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Εως τότε θα χρησιμοποιηθεί το σύνηθες μείγμα χρηματοοικονομικών κινήτρων (φορολογικές απαλλαγές, επιχορηγήσεις, επιδοτήσεις κλπ.)

B.3.4 Αξονες και μορφές κινητοποίησης των δημόσιων φορέων

Η συμμετοχή φορέων του δημόσιου τομέα είναι πιο έντονη σε δράσεις που αφορούν πρωτίστως την παροχή υποδομής και δευτερευόντως το marketing του τουριστικού προϊόντος ενώ είναι μικρή προς το παρόν σε θέματα που αφορούν τη βιωσιμότητα. Η κινητοποίηση του δημόσιου φορέα σε θέματα παροχής υποδομής (παρουσιάστηκαν τρία παραδείγματα συνεργασίας δημόσιων φορέων) και marketing του

τουριστικού προϊόντος δεν χρήζει ιδιαίτερης ανάλυσης και για το λόγο αυτό επικεντρωνόμαστε στην κινητοποίηση του δημόσιου τομέα σε θέματα που αφορούν τη βιωσιμότητα.

Όσον αφορά θέματα βιωσιμότητας, πρέπει να παρατηρήσουμε ότι εκτός από τις τουριστικές επιχειρήσεις, και οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης μπορούν να εισάγουν συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης. Μάλιστα η πιστοποίηση ενός οργανισμού τοπικής αυτοδιοίκησης κατά EMAS είναι αναπόσπαστο μέρος της διαδικασίας Local Agenda 21 της περιοχής του και αποτελεί στην ουσία δήλωση δέσμευσης για τη αναζήτηση της βιώσιμης ανάπτυξης.

Οι προοπτικές υιοθέτησης συστήματος περιβαλλοντικής πιστοποίησης βάσει του εθελοντικού προτύπου EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) από τους Ο.Τ.Α. της περιοχής μελέτης, κρίνονται πράγματι ως ρεαλιστικές. Έχοντας ως δεδομένα

- α) ότι αυξάνεται συνεχώς ο βαθμός συνειδητοποίησης της σχέσης μεταξύ περιβαλλοντικής υποβάθμισης και οικονομικής ευρωστίας,
- β) ότι ο αυξανόμενος ανταγωνισμός μεταξύ τουριστικών προορισμών (σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο) έχει δράσει καταλυτικά ως προς την αποδοχή της αναγκαιότητας μιας νέας προσέγγισης ως προς την ποιότητα και τη σημασία του τουριστικού προϊόντος,
- γ) ότι ήδη ανιχνεύεται σε τοπικό επίπεδο η απαρχή εφαρμογών που περιλαμβάνονται στην έννοια του EMAS

και αξιολογώντας τις κατά καιρούς επιτόπιες έρευνες και συνεργασίες της ομάδας μελέτης με τους εκπροσώπους των τοπικών κοινωνιών και επιχειρηματίες του τουρισμού, κρίνεται ότι σε χρονικό διάστημα μίας πενταετίας είναι δυνατή η υιοθέτηση και ευρεία εφαρμογή του προτύπου EMAS από τους Ο.Τ.Α. της περιοχής μελέτης.

B.3.5 Αξονες και μορφές κινητοποίησης των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων

Οι κοινές δράσεις των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων (Public-Private Partnerships ή PPP) ξεκίνησαν τη δεκαετία του 1970 στις ΗΠΑ και έκτοτε έχουν γίνει ένα από τα πιο σημαντικά οχήματα παροχής δημόσιων

υπηρεσιών. Τη δεκαετία του 1990 η ανάπτυξη των κοινών δράσεων των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων απετέλεσε σημαντικό εργαλείο των κυβερνήσεων για την προώθηση της απασχόλησης και της οικονομικής ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο. Οι συνεργασίες των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων έχουν γενικά την αποδοχή όλου του πολιτικού φάσματος σε όλες σχεδόν τις χώρες και θεωρούνται ως εναλλακτική λύση της ιδιωτικοποίησης, συνδυάζοντας τα πλεονεκτήματα του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα. Οι συνεργασίες ιδιωτικού και δημόσιου τομέα ξεκινούν από την αναγνώριση του γεγονότος ότι ο ιδιωτικός και δημόσιος τομέας έχουν ορισμένα πλεονεκτήματα ο ένας έναντι του άλλου όσον αφορά την εκτέλεση ορισμένων εργασιών. Ετσι επιτρέποντας σε κάθε τομέα να επιτελεί αυτό που μπορεί να κάνει καλύτερα, βελτιώνεται η αποτελεσματικότητα της οικονομίας συνολικά.

Επίσης, σημαντικό πλεονέκτημα των συνεργασιών είναι ότι επιτρέπουν συναινετικές προσεγγίσεις στην κοινή επιδίωξη μιας μεσομακροχρόνιας στρατηγικής που προωθεί τα ατομικά και τα συλλογικά συμφέροντα. Για το λόγο αυτό στη Διάσκεψη του Ρίο το 1992 υιοθετήθηκε η σύσταση να ενθαρρυνθούν οι συνεργασίες ιδιωτικού και δημόσιου τομέα για την αναζήτηση της βιωσιμότητας τόσο διεθνώς όσο και σε τοπικό επίπεδο.

Οι συνεργασίες δημόσιων και ιδιωτικών φορέων μπορούν να υλοποιήσουν δράσεις που αφορούν την παροχή υποδομής, το marketing του τουριστικού προϊόντος (όπως για παράδειγμα μέσω Νομαρχιακών Επιτροπών Τουριστικής Προβολής και με πιο χαρακτηριστικό διεθνώς παράδειγμα το Maison de la France, που αποτελεί συνεργασία δημόσιων και ιδιωτικών φορέων για την προβολή της Γαλλίας ως τουριστικού προορισμού διεθνώς) αλλά και σε θέματα βιωσιμότητας.

B.3.6 Φορείς τουριστικής ανάπτυξης και προβολής στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου

Η ιδιαιτερότητα του χώρου της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου αλλά και η σημασία του τουρισμού για αυτήν αντανakλάται στα πολυάριθμα όργανα που έχουν δημιουργηθεί και ασχολούνται με την τουριστική ανάπτυξη και την προβολή του τουριστικού προϊόντος, πέραν των Νομαρχιακών Επιτροπών Τουριστικής Προβολής. Στον Πίνακα που ακολουθεί

παρουσιάζονται οι φορείς τουριστικής ανάπτυξης και προβολής της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου που έχουν επιδείξει τη μεγαλύτερη δραστηριότητα :

| | |
|-------------------|---|
| Νομός Κυκλάδων | <ul style="list-style-type: none"> - Δημοτική Επιχείρηση Πολιτιστικής Προβολής και Ανάπτυξης Μυκόνου Διεύθυνση: Ματογιάννη Πόλη: Μύκονος Ταχυδρομικός Κώδικας: 84600 Τηλέφωνο: 0289-27190-1 Fax : 0289-27192. - Δημοτική Επιχείρηση Προβολής και Ενημέρωσης Δήμου Άνω Σύρου Διεύθυνση: Δον Ιωάννου Στεφάνου 1 Πόλη : Άνω Σύρος Ταχυδρομικός Κώδικας: 84100 Τηλέφωνο : 0281-87178, 87212 Fax : 0281-87213. - Δημοτική Επιχείρηση Τουριστική-Αναπτυξιακή Ίου Διεύθυνση : Πόλη : Ίος Ταχυδρομικός Κώδικας: 84001 Τηλέφωνο : 0286-91028. - Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Ερμούπολης (Δ.Ε.Τ.Α.Ε.) Διεύθυνση: Πλ. Μισούλη (Δημαρχείο) Πόλη: Ερμούπολη Σύρου Ταχυδρομικός Κώδικας: 84100 Τηλέφωνο: 0281-22400, 82500 Fax: 0281-28090. - Κοινοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Σίφνου Πόλη: Απολλωνία Σίφνου Ταχυδρομικός Κώδικας: 84003 Τηλέφωνο: 0284-31345, 31110 Fax : 0284-31345. - Κοινοτική επιχείρηση τουριστικής & πολιτιστικής ανάπτυξης Αντιπάρου Διεύθυνση: Πόλη: Αντίπαρος Ταχυδρομικός Κώδικας: 84007 Τηλέφωνο: 22840 61 570 / 61005 Fax : 2284 61705. |
| Νομός Δωδεκανήσου | <ul style="list-style-type: none"> - ΠΡΟΤΟΥΡ (εταιρεία που δημιουργήθηκε από το Δήμο Ρόδου και την Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου με σκοπό την έρευνα και την προώθηση του τουρισμού της Ρόδου με ερευνητικό φορέα το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών) - Ενιαίος Φορέας Τουρισμού Κω, Πόλη: Κως Ταχυδρομικός Κώδικας: 85100 Τηλέφωνο: 0241-20555, 20840 Fax: 0241-20840. - Δημοτική Επιχείρηση Κατασκευών Τουρισμού Δήμου Ρόδου (Α.Δ.Ε.Κ.Τ. Α.Ε.) Διεύθυνση: Ηρώων Πολυτεχνείου 4 Πόλη: Ρόδος Ταχυδρομικός Κώδικας: 85100 Τηλέφωνο : 22410-20555, 20840 Fax : 22410-20840. |

-
- Δημοτικές Τουριστικές Επιχειρήσεις Μανδρακίου Νισύρου Α.Ε. (ΔΗ.ΤΟΥΡ.Ε.Ν. Α.Ε.) Διεύθυνση: Μανδράκι Πόλη: Νίσυρος Ταχυδρομικός Κώδικας: 85303 Τηλέφωνο: 22420-31204, 31373 Fax: 22420-31330.
 - Δημοτικές Τουριστικές Επιχειρήσεις Σύμης (Δ.Τ.Ε.Σ.) Διεύθυνση: Δημαρχείο Σύμης Πόλη: Σύμη Ταχυδρομικός Κώδικας: 85600 Τηλέφωνο: 22410-71817, 71302 Fax : 22410-71386.
 - Δημοτικές Τουριστικές Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις Ρόδου Α.Ε. Διεύθυνση: Γ. Παπανικολάου & Ν. Σάββα 4 Πόλη: Ρόδος Ταχυδρομικός Κώδικας: 85100 Τηλέφωνο : 0241-37772, 37557.
 - Δημοτική Ξενοδοχειακή Επιχείρηση Καρπάθου Διεύθυνση: Πόλη: Κάρπαθος Ταχυδρομικός Κώδικας: 85700 Τηλέφωνο: 22450-22427 Fax: 22450-22556.
 - Δημοτική Τουριστική Επιχείρηση Δήμου Πάτμου Διεύθυνση: Χώρα (Δημαρχείο) Πόλη: Πάτμος Ταχυδρομικός Κώδικας: 85500 Τηλέφωνο: 22470-31235 Fax : 22470-31058
 - Κοινοτική Επιχείρηση Τουρισμού και Αναψυχής Σορωνής (ΚΕΤΑΣ) Ν. Δωδεκανήσου Διεύθυνση: Σορωνή Πόλη: Παραδείσι Ταχυδρομικός Κώδικας : 85106 Τηλέφωνο : 22460-25975, 67198 Fax : 22460-41474
 - Οργανισμός Πολιτιστικής Ανάπτυξης Δωδεκανήσου Διεύθυνση: Νομαρχιακό Μέγαρο Πόλη: Ρόδος Ταχυδρομικός Κώδικας: 85100 Τηλέφωνο : 22410-37686, 37156 Fax : 22410-22580
-

B.3.7 Μορφές κινητοποίησης (μορφές συνεργασίας)

Η μορφή της συνεργασίας είναι σημαντική για την αποτελεσματικότητα της συνεργασίας. Μπορούμε να διακρίνουμε τις εξής μορφές συνεργασίας :

- Κατά περίπτωση συνεργασία : σε αυτή τη μορφή συνεργασίας οι φορείς δεν έχουν κοινούς στόχους αλλά συνεργάζονται περιστασιακά,

συνήθως ως αποτέλεσμα εξωτερικών πιέσεων.

- Στρατηγική συνεργασία : σε αυτή τη μορφή συνεργασίας οι συνεργαζόμενοι φορείς συμφωνούν σε μια κοινή αναπτυξιακή στρατηγική, χωρίς όμως να συνενώνονται οργανωτικά.
- Συνεργασία για την από κοινού παροχή υπηρεσιών : σε αυτή τη μορφή συνεργασίας οι φορείς που συμμετέχουν παραμένουν διαχωρισμένοι, ιδιαίτερα όσον αφορά τη χάραξη στρατηγικής, αλλά συνεργάζονται για την από κοινού παροχή υπηρεσιών, που ανατίθεται σε έναν όργανο που δημιουργείται για το σκοπό αυτό από τους συνεργαζόμενους φορείς.
- Επίσημη συνεργασία : σε αυτή τη μορφή συνεργασίας οι φορείς που συμμετέχουν συνεργάζονται πλήρως σε όλα τα επίπεδα (οργανωτικό, στρατηγικό και σε επίπεδο από κοινού παροχής υπηρεσίας).

B.3.8 Πρόταση για τους άξονες κινητοποίησης των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων

Ως άξονες κινητοποίησης των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων εντοπίζονται:

- η παροχή υποδομής
- το marketing του τουριστικού προϊόντος
- θέματα βιωσιμότητας.

Όσον αφορά :

- την παροχή υποδομής: η κινητοποίηση μπορεί να γίνει είτε με τη συνεργασία δημόσιων φορέων είτε με τη συνεργασία ιδιωτικών και δημόσιων φορέων.
- το marketing του τουριστικού προϊόντος: η κινητοποίηση μπορεί να γίνει είτε με τη συνεργασία ιδιωτικών φορέων είτε με τη συνεργασία δημόσιων φορέων είτε με τη συνεργασία ιδιωτικών και δημόσιων φορέων
- θέματα βιωσιμότητας :
 - ⇒ για την πιστοποίηση των ιδιωτικών φορέων (επιχειρήσεις του κλάδου του τουρισμού) οι φορείς πρέπει να προχωρήσουν ανεξάρτητα στο πλαίσιο λειτουργίας που έχουν ορίσει φορείς του δημοσίου (ενδεχομένως κάνοντας χρήση των παρεχόμενων κινήτρων)

- ⇒ για την πιστοποίηση των δημόσιων φορέων (οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης) οι φορείς πρέπει να προχωρήσουν ανεξάρτητα και, όπως είπαμε, το βήμα αυτό αποτελεί προϋπόθεση για την ανάπτυξη σχεδίων "Local Agenda 21"
- ⇒ για την ανάπτυξη σχεδίων "Local Agenda 21" η κινητοποίηση μπορεί να γίνει μόνο με τη συνεργασία φορέων ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, σύμφωνα με τις συστάσεις της συνάντησης του Ρίο το 1992
- ⇒ για την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης (ευαισθητοποίηση, προστασία του περιβάλλοντος, επιμόρφωση, ποιότητα ζωής, αναβάθμιση της πιότητας ζωής) δεν πρέπει να αγνοηθεί και η δυνατότητα συμβολής του μη επιχειρηματικού τμήματος του ιδιωτικού τομέα (εθελοντισμός, συλλογικοί φορείς, σωματεία εργαζομένων, μη κυβερνητικές οργανώσεις) στα διάφορα επίπεδα λήψης αποφάσεων και τις διάφορες μορφές δράσης¹.

B.3.9 Πρόταση για τις μορφές κινητοποίησης

Οι κύριοι παράγοντες επιτυχίας συνεργασίας δημόσιων φορέων, όπως φάνηκε από στα τρία παραδείγματα συνεργασίας δημόσιων φορέων που παρουσιάστηκαν, είναι:

- Η ηγεσία του δημόσιου τομέα καθώς η υποκίνηση της συνεργασίας από έναν κυβερνητικό φορέα μπορεί να διασφαλίσει χρηματοδότηση με εθνικούς ή ευρωπαϊκούς πόρους.
- Η αποφασιστικής σημασίας συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης τόσο στο επίπεδο λήψης αποφάσεων όσο και στο επίπεδο εφαρμογής.
- Η ύπαρξη συμβατικού πλαισίου που αυξάνει την αξιοπιστία της συνεργασίας και η διατύπωση σε αυτό σαφώς ορισμένων στόχων και

¹ Σε κάθε περίπτωση όμως δεν πρέπει να λησμονούμε ότι πολλές φορές παρόμοιοι φορείς χρησιμοποιούν την περιβαλλοντική προστασία ως πρόσχημα για την επίτευξη ιδίων στόχων (όπως για παράδειγμα εξωραϊστικοί σύλλογοι που, ενώ συνήθως ζητούν την επέκταση των ορίων των οικισμών, αρκετές φορές ζητούν τη διατήρηση των υπαρχόντων ορίων των οικισμών με πρόσχημα την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος δημιουργώντας έτσι πιέσεις στο αστικό περιβάλλον με σκοπό την αύξηση της ζήτησης της γης, και κατά συνέπεια της τιμής, ώστε να έχουν τα μέλη τους περιουσιακά οφέλη).

προσανατολισμών.

- Η σαφής διατύπωση του ρόλου και των υποχρεώσεων κάθε συμβατικού εταίρου.
- Η δημιουργία μηχανισμού εφαρμογής

Ετσι, προτείνεται η συνεργασία των φορέων ιδιωτικού και δημόσιου φορέα να πάρει τη μορφή συνεργασίας για την από κοινού παροχή υπηρεσιών, αντίστοιχη, δηλαδή, των Προγραμματικών Συμβάσεων που παρουσιάστηκαν τα τρία παραδείγματα συνεργασίας δημόσιων φορέων.

Ο κύριος λόγος είναι ότι η μορφή αυτή συνεργασίας έχει δοκιμαστεί με καλά αποτελέσματα και αντιμετωπίζει τα κύρια προβλήματα που παρουσιάζονται σε συνεργασίες στην Ελλάδα που είναι :

- η εξεύρεση πόρων για τη συνεργασία,
- η σαφήνεια των στόχων της συνεργασίας,
- η σαφήνεια των ρόλων και υποχρεώσεων κάθε συμβατικού εταίρου,
- ο ορισμός μηχανισμού υλοποίησης των στόχων της συνεργασίας.

B.4. Σύνταξη Προγράμματος Δράσης

B.4.1 Απαιτούμενες μελέτες

Στο πλαίσιο των κατευθύνσεων του Χωροταξικού Σχεδίου Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου (ΥΠΕΧΩΔΕ – ENVIPLAN, Γ' Φάση, 1999) και του Βασικού Προγράμματος Δράσης, προτείνονται μια σειρά από μελέτες ως απαραίτητες για την εφαρμογή του Σχεδίου, κατατασσόμενες σε δύο ομάδες:

- Μελέτες χωροταξικού και αναπτυξιακού χαρακτήρα.
- Έρευνες και μελέτες ειδικής θεματολογίας με εξειδίκευση σε χωρικό ή κλαδικό επίπεδο.

Χαρακτηριστικά, αναφέρονται μελέτες που αφορούν:

- το Κτηματολόγιο
- το σύστημα μεταφορών
- την ολοκληρωμένη διαχείριση του υδατικού δυναμικού
- την ολοκληρωμένη διαχείριση των απορριμμάτων
- την ολοκληρωμένη διαχείριση των αλιευτικών πεδίων
- την ενεργειακή κάλυψη
- ειδικές χωροταξικές μελέτες σε επίπεδο νησιού ή υποπεριοχών του
- τη γεωργική ανάπτυξη
- την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού
- την αγορά εργασίας
- την ανάπτυξη δραστηριοτήτων υψηλής τεχνολογίας.

Στο σύνολό τους οι μελέτες που ενδεικτικά περιλαμβάνονται στο Πρόγραμμα Δράσης για την Εφαρμογή του ΧΣΠ, υποστηρίζεται ότι μπορούν να αποτελέσουν υπόβαθρο άμεσα ή έμμεσα συσχετιζόμενο με το επιθυμητό μοντέλο ανάπτυξης του τουρισμού στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου.

Η επιλογή του σεναρίου αειφορικής ανάπτυξης του τουρισμού επιβάλλει ακόμη και όταν ήδη έχουν εκπονηθεί ή εκπονούνται σήμερα ορισμένες από τις προαναφερθείσες μελέτες, την επαναπροσέγγιση των ειδικών θεμάτων διερεύνησής τους.

Με στόχο την εφαρμογή κατευθύνσεων αειφορικής ανάπτυξης του τουρισμού στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, θεωρείται αρχικά κρίσιμη η

μελέτη – έρευνα βασικών συνιστωσών του σταδίου και προτύπου ανάπτυξης που έχει ακολουθηθεί / διαμορφωθεί έως σήμερα (αποτίμηση υφιστάμενης κατάστασης). Η έρευνα αυτή μπορεί να καλυφθεί με τις μελέτες που ενδεικτικά καταγράφονται στη συνέχεια:

1. Μελέτες σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την ανάπτυξη του τουρισμού σε νησιά με διαφορετικούς τύπους τουριστικής ανάπτυξης και άρα διαφορετικού βαθμού πιέσεις και ανάγκες σχεδιασμού (π.χ. σε επίπεδο ομάδας νησιών).
2. Μελέτες για την εκτίμηση των επιπτώσεων στο εργασιακό πεδίο από την ανάπτυξη του τουρισμού σε νησιά της Περιφέρειας και για τις αλλαγές που επήλθαν στην απασχόληση, την ανεργία, την αγορά εργασίας και την παραγωγική δομή τους (π.χ. σε επίπεδο ομάδας νησιών ή αντιπροσωπευτικών περιπτώσεων).
3. Μελέτες για την εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού σε επίπεδο Περιφέρειας και συγκεκριμένων νησιών (επενδύσεις, εισοδήματα, επιχειρηματική δραστηριότητα κ.α.).
4. Μελέτες αξιολόγησης των τεχνικών και κοινωνικών υποδομών (επικοινωνίες, μέσα μεταφοράς, λιμάνια, δρόμοι, κοινωνικές υποδομές και υπηρεσίες) που σχετίζονται με τις τουριστικές δραστηριότητες στα νησιά της Περιφέρειας (π.χ. σε επίπεδο ομάδας νησιών).
5. Μελέτες για την εκτίμηση της υφιστάμενης κατάστασης και των δυνατοτήτων ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού, με έμφαση στις ακόλουθες:
 - Θαλάσσιος τουρισμός.
 - Οικοτουρισμός.
 - Αγροτουρισμός.
 - Πολιτιστικός τουρισμός.
 - Συνεδριακός τουρισμός.
 - Εκπαιδευτικός τουρισμός.
 - Θρησκευτικός τουρισμός
 - Ιαματικός τουρισμός και τουρισμός υγείας κ.α.
6. Μελέτη για τη δημιουργία δικτύου τουριστικών επιχειρήσεων της Περιφέρειας, που θα αποσκοπεί στην ενίσχυση των διαδικασιών

συνεργασίας καθώς και την ανάπτυξη επιχειρηματικών συνεργασιών με στόχο την προώθηση του κοινού προϊόντος που διαθέτουν.

7. Μελέτη για τη δυνατότητα δημιουργίας και πώλησης τουριστικών πακέτων από συνεργαζόμενους φορείς (πρακτορεία, ξενοδοχεία, αναπτυξιακές εταιρείες) που θα αφορούν συνδυασμένη παροχή προϊόντων και υπηρεσιών από περισσότερα του ενός νησιά της Περιφέρειας.
8. Εκτίμηση των αναγκών των τουριστικών επιχειρήσεων της Περιφέρειας σε εφαρμογές τεχνολογίας και τις ανάγκες σχετικής εκπαίδευσης των εργαζομένων σ' αυτές (π.χ. σε επίπεδο ομάδας νησιών ή σε αντιπροσωπευτικές περιπτώσεις).
9. Διερεύνηση των αναγκών σχεδίασης και εφαρμογής προγραμμάτων από απόσταση εκπαίδευσης σε θέματα που σχετίζονται με την οργάνωση και λειτουργία τουριστικών επιχειρήσεων.
10. Πραγματοποίηση ερευνών αγοράς προκειμένου να εντοπιστεί το προφίλ των τουριστών (αλλοδαπών και ημεδαπών) που επισκέπτονται τα νησιά, των προτιμήσεών τους και των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν κατά την επίσκεψη και παραμονή τους στα νησιά της Περιφέρειας (π.χ. σε επίπεδο ομάδας νησιών ή νησιού).
11. Πραγματοποίηση μελετών για την εκτίμηση των χωροταξικών παραμέτρων δημιουργίας ή επέκτασης σχετικών με τον τουρισμό δραστηριοτήτων σε νησιά της Περιφέρειας.
12. Πραγματοποίηση μελετών για τις ευρύτερες θεσμικές αλλαγές στις διαδικασίες συμμετοχής στον προγραμματισμό και τη διαχείριση προγραμμάτων ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο.

Ως προς το χωρικό επίπεδο αναφοράς των απαιτούμενων μελετών, κρίνεται αναγκαία η αντιμετώπιση κρίσιμων θεμάτων σε επίπεδο Περιφέρειας, καταρχήν, αλλά και η εξειδίκευσή τους σε επίπεδο ομάδας νησιών ή και νησιού, στη συνέχεια.

Στον Πίνακα που ακολουθεί, επιχειρείται η ανά ομάδα νησιών καταγραφή της τυπολογίας των μελετών που απαιτούνται στο πλαίσιο της

εφαρμογής του σεναρίου αειφορικής προσέγγισης. Ο τρόπος συμπλήρωσης του Πίνακα εμπεριέχει την έννοια της χρονικής προτεραιότητας, καθώς σε όλες τις ομάδες των νησιών απαιτούνται μελέτες όλων των κατηγοριών/τύπων που περιλαμβάνονται:

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.1: Τυπολογία απαιτούμενων μελετών ανά ομάδα νησιών

| ΤΥΠΟΣ – ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΜΕΛΕΤΩΝ | | | | | | | | | |
|---------------------------|------------------|--------------|-----------------|-------------|----------------------------|---------------|-------------------------|----------------|----------------------------|
| Ομάδα Νησιών | Αναπτυξιακές ΤΑΠ | Σκοπιμότητας | Κόστους οφέλους | Χωροταξικές | Πολεοδομικές - Ρυθμιστικές | Κυκλοφοριακές | Ειδικές περιβαλλοντικές | Έρευνας Αγοράς | Επικοινωνιακής Στρατηγικής |
| I | | | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| II | | | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| III | | √ | | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| IV | √ | √ | | √ | √ | | √ | √ | √ |
| V | √ | | | √ | | | √ | | |
| VI | √ | | | √ | | | √ | | |

Πηγή:Ομάδα Μελέτης – ENVIPLAN Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες

Σύμφωνα με τη θεώρηση της Ομάδας Μελέτης απαιτούνται μελέτες εξειδίκευσης των κατευθύνσεων του Χωροταξικού Σχεδίου της Περιφέρειας ανά ομάδα νησιών. Στις περιπτώσεις όπου έχουν εκπονηθεί Ειδικές Χωροταξικές Μελέτες κρίνεται απαραίτητη η επικαιροποίησή τους. Με δεδομένο ότι η προστασία και ανάδειξη του εύθραυστου περιβάλλοντος των νησιών του Νοτίου Αιγαίου αποτελεί κύριο άξονα στην κατάρτιση του σεναρίου αειφορικής ανάπτυξης του τουρισμού, η εκπόνηση ειδικών περιβαλλοντικών μελετών οφείλει να αποτελεί επίσης προτεραιότητα με χωρικό επίπεδο αναφοράς έως και το νησί ή χωρικές ενότητες του νησιού.

Η εκπόνηση αναπτυξιακών μελετών ή Τοπικών Αναπτυξιακών Προγραμμάτων θεωρείται ως αναγκαιότερης για τις Ομάδες IV, V και VI, καθώς είναι αυτές που το δυναμικό τους έχει αξιολογηθεί λιγότερο ή αδρομερώς έως σήμερα (ιδιαίτερα των Ομάδων V και VI).

Μελέτες σκοπιμότητας ανάπτυξης π.χ. ειδικών μορφών τουρισμού, φαίνεται να είναι μεγαλύτερης προτεραιότητας για τα νησιά των Ομάδων III και IV.

Το επίπεδο και η ένταση ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας στα «δυναμικά και υπό πίεση» νησιά της Περιφέρειας (Ομάδες I και II) αποτελούν τον βασικό λόγο πρόκρισης μελετών Κόστους – Οφέλους για την αειφορική ανάπτυξη του τουρισμού σε αυτά (σταδιακή αλλαγή κατεύθυνσης υφιστάμενης τουριστικής ανάπτυξη, κ.λπ.).

Όσον αφορά τις προτεραιότητες για εκπόνηση ρυθμιστικών – πολεοδομικών μελετών θα πρέπει να σημειωθεί η άμεση αναγκαιότητα εκπόνησής τους στο πλαίσιο του Ν. 2508/97 τόσο για τον αστικό χώρο (ΓΠΣ) όσο και τον αγροτικό (ΣΧΟΟΑΠ) σε επίπεδο νησιού.

Στο πλαίσιο του ΕΠΠΕΡ έχουν ήδη υποβληθεί προτάσεις για εκπόνηση των ακόλουθων :

- ΓΠΣ Δ. Πάρου
- ΣΧΟΟΑΠ Δήμων Κύθνου, Δρυμαλιάς, Σερίφου, Σίφνου, Τήνου και Εξωμβούργου.

Παράλληλα, εκπονείται σήμερα το ΓΠΣ του Δήμου Νάξου, όπως και ΣΧΟΟΑΠ ορισμένων Δήμων της Ρόδου (Καλλιθέας, Νότιας Ρόδου).

Το πρόσφατο Διάταγμα του Υπουργείου Αιγαίου (ΦΕΚ 402Δ/14-5-2002) περί Χαρακτηρισμού ορισμένων μικρών νησιών του Αιγαίου, περιλαμβάνει επίσης διατάξεις πολεοδομικής υφής (με έμφαση στη δόμηση στις εκτός σχεδίου και εκτός οικισμών περιοχές).

Πρόκειται για τα νησιά: Κίμωλος, Δονούσα, (Άνω) Κουφονήσι, Ηρακλεία, Σχοινούσα, Αμοργός, Ανάφη, Σίκινος, Φολέγανδρος (Ν. Κυκλάδων), Τήλος, Νίσυρος, Χάλκη, Μεγίστη, Κάσος, Τέλενδος, Ψέριμος, Αστυπάλαιας, Λειψοί, Αγαθονήσι και Αρκοί (Ν. Δωδεκανήσου).

Η εφαρμογή των διατάξεων αυτών στο πλαίσιο της ανάγκης για ιδιαίτερη προστασία μπορεί να συμβάλει στην κατεύθυνση της επιθυμητής ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας στα συγκεκριμένα νησιά.

Στα πλαίσια των Μέτρων 4.7 και 4.8 του ΠΕΠ Νοτίου Αιγαίου εκπονούνται επίσης Αστικές Ολοκληρωμένες Παρεμβάσεις για τμήματα του αστικού χώρου της πόλης της Ρόδου (Αγ. Απόστολοι – Ασγούρου) και της κεντρικής περιοχής της Ερμούπολης, που στις πράξεις τους περιλαμβάνουν και μελέτες πολεοδομικού αντικειμένου.

Το μέγεθος και η ένταση των δραστηριοτήτων – λειτουργιών της πόλης της Ρόδου, (άμεσα η έμμεσα συναρτώμενες με τον τουρισμό) συνηγορούν στην αναγκαιότητα εκπόνησης ρυθμιστικής μελέτης για τον ομώνυμο Δήμο.

Γενικότερα, προτείνεται η διερεύνηση (με λεπτομέρεια) για τις πολεοδομικές μελέτες οικισμών των νησιών των τεσσάρων πρώτων Ομάδων νησιών (βαθμός προτεραιότητας).

Κυκλοφοριακές μελέτες απαιτούνται για την επίλυση υφιστάμενων προβλημάτων συμφόρησης / ανεπάρκειας (σύνδεση λιμανιών – κύριων οικισμών) κυρίως κατά την περίοδο της αιχμής της τουριστικής κίνησης με έμφαση στα νησιά των Ομάδων Ι, ΙΙ, ΙΙΙ, αλλά και την αποφυγή υλοποίησης αξόνων που δεν υιοθετούν τις αρχές του αειφορικού σεναρίου (βλ. Ενότητα Β.1).

Έρευνες αγοράς και μελέτες επικοινωνιακής στρατηγικής οφείλουν να καταρτισθούν στη βάση των γενικών κατευθύνσεων για άλλου τύπου τουριστική ανάπτυξη (με προτεραιότητα στις Ομάδες νησιών Ι, ΙΙ, ΙΙΙ, ΙV).

B.4.2 Απαιτούμενα Έργα

Ως προς τη δομή και τις προτεραιότητες του Σχεδίου Δράσης που πρέπει να καταρτιστεί στη βάση μιας αειφορικής προσέγγισης ανάπτυξης του τουρισμού, αναφέρονται σε άλλο σημείο της μελέτης οι Άξονες Προτεραιότητας και τα Μέτρα του Επιχειρησιακού Προγράμματος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου 2000-2006 και των τομεακών Προγραμμάτων του Γ' ΚΠΣ. Περαιτέρω, κρίνεται σκόπιμη και η εκτίμηση της άμεσης ή έμμεσης / δυνητικής επίδρασης, επίπτωσης ή σύνδεσης τους με την τουριστική δραστηριότητα. Στον Πίνακα που ακολουθεί, δίνεται με συνοπτικό τρόπο η συσχέτιση των προγραμματισμένων αξόνων παρέμβασης και της επιθυμητής τουριστικής ανάπτυξης στην Περιφέρεια.

Στη συνέχεια δίνονται με συνοπτικό τρόπο και έμφαση στη χωρική κατανομή τους, τα ενταγμένα, έως σήμερα, έργα του ΠΕΠ 2000-2006, καθώς και τα αντίστοιχα ενταγμένα στα Τομεακά Προγράμματα που αφορούν στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.2: ΔΟΜΗ ΠΕΠ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ 2000-2006

| ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ | ΜΕΤΡΟ | ΕΠΙΔΡΑΣΗ/ΕΠΙΠΤΩΣΗ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ |
|---|--|--|
| 1. Αντιμετώπιση των προβλημάτων του νησιωτικού χαρακτήρα - Βασικές υποδομές | 1.1 Εναέριες μεταφορές | ● |
| | 1.2 Θαλάσσιες μεταφορές | ● |
| | 1.3 Χερσαίες μεταφορές | ● |
| | 1.4 Εκπαίδευση* | |
| | 1.5 Υγεία - Πρόνοια | ● |
| 2. Προστασία περιβάλλοντος και βιώσιμη διαχείριση φυσικών πόρων | 2.1 Υποδομές περιβάλλοντος | ● |
| | 2.2 Προστασία δομημένου περιβάλλοντος | ● ● |
| | 2.3 Προστασία φυσικού περιβάλλοντος | |
| 3. Έλεγχος της τουριστικής ανάπτυξης και αναπροσανατολισμός της | 3.1 Υποδομές θαλάσσιου τουρισμού | ● |
| | 3.2 Δράσεις ενίσχυσης θαλάσσιου τουρισμού με συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα | ● |
| | 3.3 Ενισχύσεις τουριστικής υποδομής | ● |
| | 3.4 Πολιτιστική ανάπτυξη και πολιτιστικός τουρισμός | ● |
| | 3.5 Προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού - Καινοτόμες δράσεις | ● |
| 4. Ενίσχυση και αξιοποίηση των δυναμικών νησιωτικών κέντρων ανάπτυξης | 4.1 Δράσεις προώθησης της απασχόλησης & ενέργειες κατάρτισης | ✓ |
| | 4.2 Υπηρεσίες φροντίδας για την προώθηση των ίσων ευκαιριών | |
| | 4.3 Δράσεις στήριξης ΜΜΕ | ✓ |
| | 4.4 Ενίσχυση προωθητικών δραστηριοτήτων με ιδιωτική συμμετοχή | ✓ |
| | 4.5 Βελτίωση του παραγωγικού περιβάλλοντος - Καινοτόμες εφαρμογές | ✓ |
| | 4.6 Αναβάθμιση περιβάλλοντος και ποιότητα ζωής | ✓ |
| | 4.7 Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις αστικής ανάπτυξης - ΕΤΠΑ | ✓ |
| | 4.8 Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις αστικής ανάπτυξης - ΕΚΤ | ✓ |

| | | |
|--|--|---|
| | 4.9 Ενίσχυση νέων μορφών οικονομικής δραστηριότητας Ν. Λέρου | ✓ |
|--|--|---|

* Αφορά αποκλειστικά κτιριακές εγκαταστάσεις μέχρι και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

| ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ | ΜΕΤΡΟ | ΕΠΙΔΡΑΣΗ/ΕΠΙΠΤΩΣΗ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ |
|---|---|--|
| 5. Ανάπτυξη της υπαίθρου και ενίσχυση νησιών και περιοχών χαμηλής οικονομικής ανάπτυξης | 5.1 Υποδομές αγροτικής παραγωγής | ✓ |
| | 5.2 Διαχείριση δασικών πόρων | ✓ |
| | 5.3 Ενίσχυση αγροτικών δραστηριοτήτων. Επενδύσεις γεωργικών εκμεταλλεύσεων | ✓ |
| | 5.4 Επενδύσεις διαφοροποίησης αγροτικού εισοδήματος - εμπορία γεωργικών προϊόντων ποιότητας | ✓ |
| | 5.5 Μεταποίηση και εμπορία γεωργικών προϊόντων | ✓ |
| | 5.6 Υποδομές και δράσεις για την αλιεία | ✓ |
| | 5.7 Βασικές υποδομές | ✓ |
| | 5.8 Δράσεις προώθησης της απασχόλησης | ✓ |
| | 5.9 Τόνωση της τοπικής οικονομίας με καινοτόμες δράσεις | ✓ |
| 6. Τεχνική Βοήθεια | 6.1 Εφαρμογή Ε.Τ.Π.Α | ✓ |
| | 6.2 Εφαρμογή Ε.Γ.Τ.Π.Ε | ✓ |
| | 6.3 Εφαρμογή Ε.Κ.Τ | ✓ |



Άμεση



Έμμεση – συμπληρωματική - δυνητική

Πηγή: ΠΕΠ Ν. Αιγαίου – Επεξεργασία Ομάδας Μελέτης

- Ενταγμένα Έργα στο ΠΕΠ Νοτίου Αιγαίου 2000-2006

Και τα 15 έργα οδοποιίας συνδέονται άμεσα με την τουριστική ανάπτυξη των νησιών:

- Ρόδου: 5

- Κω: 1
- Καρπάθου: 1
- Καλύμνου: 1
- Χάλκης: 1
- Νάξου: 2
- Σύρου: 2
- Τήνου: 1
- Σίφνου: 1

Τα 13 έργα αποχέτευσης – επεξεργασίας λυμάτων / αντιπλημμυρικά κατανέμονται στα νησιά:

- Μύκονος: 1
- Λέρος: 1
- Πάρος: 1
- Τήνος: 1
- Αμοργός: 1
- Ρόδος: 6
- Κουφονήσι: 1
- Λειψοί: 1

Τα 2 έργα διαχείρισης υδατικών πόρων – εγγειοβελτιωτικά έργα αφορούν τα νησιά Κω και Πάρο.

Τα 4 έργα που αφορούν σε μουσεία κατανέμονται στα νησιά : Τήνος, Μεγίστη, Κάρπαθος και Ρόδος.

Τα 11 έργα που αφορούν εγκαταστάσεις λιμένων, τουριστικών λιμένων και αλιευτικών καταφυγίων κατανέμονται στα νησιά:

- Κάλυμνος: 1
- Κώς: 2
- Ρόδος: 3
- Κύθνος: 1
- Πάρος: 1
- Σύρος: 1
- Λειψοί: 1
- Φολέγανδρος: 1

Η κατανομή των 13 ενταγμένων στο ΠΕΠ έργων που αφορούν σε ανάπτυξη – ανάδειξη – αποκατάσταση αρχαιολογικών χώρων και μνημείων στα νησιά της Περιφέρειας είναι η ακόλουθη:

- Ρόδος: 2
- Κως: 3
- Πάτμος: 2
- Άνδρος: 2

- Θήρα: 1
- Λέρος: 1
- Τήλος: 1

- Έργα Τομεακών Προγραμμάτων Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου 2000-2006

➤ **Διανομαρχιακά**

- Μελέτες – Εργαλεία – Έρευνες

Η παρούσα μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας και η προώθηση της θεσμοθέτησης του ΧΣΠ Ν. Αιγαίου.

- Ιδιωτικές Επενδύσεις – Τουρισμός

Ποιοτικός εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων, camping και ενοικιαζομένων επιπλωμένων διαμερισμάτων που δεν υπάγονται στο Ν. 2601/98 Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου και Επιχειρηματικά Σχέδια ΜΜΕ όλων των τουριστικών κλάδων της Περιφέρειας.

➤ **Νομός Δωδεκανήσου**

- Έργα Διαχείρισης Απορριμμάτων

Περιλαμβάνεται ο ΧΥΤΑ Νήσου Τήλου και τα έργα υποδομής ΧΥΤΑ Δήμου Λειψών.

- Διαχείριση υδατικών πόρων – εγγειοβελτιωτικά

Περιλαμβάνονται τα έργα αξιοποίησης της λιμνοδεξαμενής Σκολωνίτη Ρόδου.

- Ανάπλαση – ανάδειξη – αποκατάσταση αρχαιολογικών χώρων και μνημείων

Περιλαμβάνεται μέρος του δικτύου πολιτιστικών στοιχείων «ΚΑΣΤΡΩΝ ΠΕΡΙΠΛΟΥΣ» – Διαδρομή Πολιτιστικού Τουρισμού, καθώς και έργα στερέωσης – αναστήλωσης μνημείων ακρόπολης Λίνδου, αποκατάστασης μεσαιωνικών μνημείων και οχυρώσεων Πόλης Ρόδου.

- Έργα υποδομής / προμήθεια – εγκατάσταση εξοπλισμού / παροχή υπηρεσιών για την προστασία και αναβάθμιση του περιβάλλοντος.

Περιλαμβάνεται πρόγραμμα παρακολούθησης ποιότητας νερών ακτών κολύμβησης.

- Ιδιωτικές Επενδύσεις – Τουρισμός

Αφορά στην Ενίσχυση Ιδιωτικών Επενδύσεων Ν. 2601/98 (έτους 2000-) για ποιοτικό εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων και camping Γ' τάξης και άνω, (έτους 2001-) για εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής και για ποιοτικό εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων και camping Γ' τάξης και άνω.

- Εκπαίδευση

Περιλαμβάνονται έργα που αφορούν στην αναβάθμιση σπουδών και εκπόνηση προγραμμάτων πρακτικής άσκησης των ανωτέρων σχολών τουριστικής εκπαίδευσης (ΑΣΤΕ), καθώς και των τεχνικών επαγγελματικών εκπαιδευτηρίων των σχολών τουριστικής εκπαίδευσης.

➤ Νομός Κυκλάδων

- Έργα Υποδομής Υγείας και Πρόνοιας

Περιλαμβάνεται ιατροτεχνολογικός εξοπλισμός για το νομαρχιακό Γενικό Νοσοκομείο Σύρου.

- Έργα και εγκαταστάσεις λιμένων τουριστικών λιμένων και αλιευτικών καταφυγίων.

Περιλαμβάνεται το αλιευτικό καταφύγιο νήσου Ιου.

- Ανάπλαση, ανάδειξη, αποκατάσταση αρχαιολογικών χώρων και μνημείων.

Περιλαμβάνονται έργα συντήρησης και ανάδειξης Αρχαίας Καρθαίας Κέας, η διαμόρφωση και ανάδειξη του αρχαιολογικού χώρου Σκάρκου Ίου και Ακρόπολης Αγίου Ανδρέα Σίφνου, η συντήρηση – στερέωση των μνημείων της Δήλου και η ανάδειξη, διαμόρφωση και αντικατάσταση του στεγάστρου στον αρχαιολογικό χώρο Ακρωτηρίου Θήρας.

- Έργα υποδομής / προμήθεια – εγκατάσταση εξοπλισμού / παροχή υπηρεσιών για την προστασία, αναβάθμιση του περιβάλλοντος.

Περιλαμβάνεται πρόγραμμα για την παρακολούθηση της ποιότητας των νερών των ακτών κολύμβησης.

- Υποδομές Ενεργειακού Τομέα – Δίκτυα

Περιλαμβάνεται το έργο «Υποβρύχιες διασυνδέσεις Μέσης Τάσης Πάρου – Ίου.

- Ιδιωτικές Επενδύσεις – Τουρισμός

Αφορά στην ενίσχυση Ιδιωτικών Επενδύσεων Ν. 2601/98 (έτους 2000-) για τον ποιοτικό εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων και camping Γ' τάξης και άνω.

Η αναφορά ποσοτικών δεικτών για ενισχυόμενες επιχειρήσεις μέσω δράσεων του ΠΕΠ Νοτίου Αιγαίου δεν είναι δυνατή για το Μέτρο 3.3 (Ενισχύσεις Τουριστικής Υποδομής) καθώς δεν έχουν ενταχθεί έως σήμερα έργα σε αυτό. Στον Πίνακα Β.4.3 που ακολουθεί, δίνονται οι δείκτες εκροών με αναφορά στην Τιμή-Στόχο 2006, ανά Μέτρο του Αξονα Προτεραιότητας 3 που αφορά στον "Έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης και τον αναπροσανατολισμό της".

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.3: ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΚΡΟΩΝ ΠΕΠ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ 2000-2006 - ΑΞΟΝΑΣ 3

| ΜΕΤΡΟ | ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΚΡΟΩΝ | ΜΟΝΑΔΑ | ΣΤΟΧΟΣ 2006 |
|-------|---|--------------------|-------------------|
| 3.1 | Δίκτυο καταφυγίων - αγκυροβολίων τουριστικών σκαφών (Νέο) | Αριθμός καταφυγίων | 10 |
| 3.2 | Μαρίνες (Νέες) και Κέντρο Επισκευής και Διαχείρισης Σκαφών Αναψυχής (Νέο) | Αριθμός | 2 |
| 3.3 | Μεσαίες τουριστικές μονάδες (Βελτίωση)* | Αριθμός | 30 (3.000 κλίνες) |
| | Μικρές τουριστικές μονάδες (Βελτίωση)* | Αριθμός | 50 (750 κλίνες) |
| 3.4 | Ανάδειξη μνημείων και αρχαιολογικών χώρων | Αριθμός | 12 |
| | Δημιουργία χώρων σύγχρονης πολιτιστικής δραστηριότητας | Αριθμός | |
| | Δημιουργία ή ανακατασκευή μουσείων | Αριθμός | |
| 3.5 | Ενίσχυση δράσεων εναλλακτικών μορφών τουρισμού | Αριθμός | 5 |
| | Συνεδριακά κέντρα | Αριθμός | |
| | Κέντρα λουτροθεραπείας | Αριθμός | |
| | Προπονητικά κέντρα | Αριθμός | |
| | Πολιτιστικές διαδρομές | Αριθμός | |
| | Ενέργειες προβολής τουριστικού προϊόντος Περιφέρειας | Αριθμός | |

* Πρόβλημα ποσοτικοποίησης των δεικτών

Πηγή: Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης ΠΕΠ Ν. Αιγαίου 2000-2006 – Αξιολόγηση ΠΕΠ Ν. Αιγαίου, 2003.

Για τα υπόλοιπα Μέτρα του Αξονα 3 (πλην του 3.3), τα ενταγμένα έως σήμερα έργα δίνονται στον Πίνακα Β.4.4, με ταυτόχρονη αναφορά του ποσοστού απορρόφησής τους, ως ένδειξη του βαθμού επίτευξης της Τιμής – Στόχου 2006.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.4: Στοιχεία απορρόφησης ανά ενταγμένο έργο του Άξονα 3 του ΠΕΠ Ν. Αιγαίου 2000-2006

| Α/Α | Μέτρο | Τίτλος Έργου | Νομός | Νησί | Τελικός Δικαιούχος | Π/Υ Έργου | Νομικές Δεσμεύσεις | Πληρωμές Έργου | Απορρόφηση | Παρατηρήσεις | Ημερομηνία Ένταξης |
|-----|-------|--|-------|------------|--------------------|-----------|--------------------|----------------|------------|--|--------------------|
| 69 | 3.1 | Αγκυροβόλιο Τουριστικών Σκαφών Νάουσας ν.Πάρου | ΚΥΚ | Πάρος | Ν.Α.Κυκλάδων | 2.502.000 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο συμπλήρωσης / διόρθωσης της μελέτης. | 30/08/02 |
| 70 | 3.1 | Αγκυροβόλιο Σκαφών Αναψυχής στη Σκάλα Αστυπάλαιας | ΔΩΔ | Αστυπάλαια | Λ.Τ.Δ. | 4.050.000 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο ελέγχου της μελέτης. | 15/04/03 |
| 3.1 | | | | | | 6.552.000 | 0 | 0 | 0,00% | | |
| 71 | 3.2 | Κέντρο Επισκευής & Διαχείρισης Σκαφών Αναψυχής Ρόδου (Β' Φάση) (*) | ΔΩΔ | Ρόδος | Ν.Α.Δωδ/σου | 5.169.235 | 5.169.235 | 4.727.769 | 91,46% | Το έργο σχεδόν ολοκληρώθηκε. | 19/10/01 |
| 72 | 3.2 | Ολοκλήρωση Κέντρου Διαχείρισης Σκαφών Αναψυχής - Μαρίνας Σύρου (*) | ΚΥΚ | Σύρος | Ν.Α.Κυκλάδων | 4.110.000 | 3.041.826 | 1.979.193 | 48,16% | Το έργο σχεδόν ολοκληρώθηκε. | 19/10/01 |
| 3.2 | | | | | | 9.279.235 | 8.211.061 | 6.706.962 | 72,28% | | |
| 73 | 3.4 | Αναστήλωση - Αξιοποίηση Ιπποτικού Φρουρίου Αρχαγγέλου ν. Ρόδου - Α' Φάση | ΔΩΔ | Ρόδος | Δ. Αρχαγγέλου | 393.428 | 393.428 | 236.269 | 60,05% | Το έργο σχεδόν ολοκληρώθηκε. | 13/05/02 |
| 74 | 3.4 | Μουσείο Μαρμαροτεχνίας στον Πύργο Τήνου | ΚΥΚ | Τήνος | Π.Τ.Ι. Ε.Τ.Β.Α. | 2.719.963 | 0 | 0 | 0,00% | Το 1ο υποέργο δημοπρατείται στις 21/5. | 24/07/02 |
| 75 | 3.4 | Συντήρηση - Αποκατάσταση Αναστηλωμένης Ρωμαϊκής Οικίας Κω | ΔΩΔ | Κως | Υπ. Πολιτισμού | 2.723.022 | 689.655 | 53.450 | 1,96% | Το 2ο υποέργο δημοπρατήθηκε 18/9. Στάδιο υπογραφής σύμβασης. Στάδιο υλοποίησης 1ου και 3ου υποέργου (αυτεπιστασίες). | 31/07/02 |
| 76 | 3.4 | Αποκατάσταση-ανάδειξη Νικολαΐδη στην Πάτμο | ΔΩΔ | Πάτμος | 4η Ε.Β.Α. | 469.550 | 469.552 | 70.657 | 15,05% | Στάδιο υλοποίησης (αυτεπιστασία). | 01/08/02 |

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.4: Στοιχεία απορρόφησης ανά ενταγμένο έργο του Αξονα 3 του ΠΕΠ Ν. Αιγαίου 2000-2006 (συνέχεια)

| A/A | Μέτρο | Τίτλος Έργου | Νομός | Νησί | Τελικός Δικαιούχος | Π/Υ Έργου | Νομικές Δεσμεύσεις | Πληρωμές Έργου | Απορρόφηση | Παρατηρήσεις | Ημερομηνία Ένταξης |
|-----|-------|--|-------|----------|--------------------|-----------|--------------------|----------------|------------|---|--------------------|
| 77 | 3.4 | Αποκατάσταση Ιερής Μονής Ζωοδόχου Πηγής Πάτμου | ΔΩΔ | Πάτμος | 4η Ε.Β.Α. | 856.933 | 856.933 | 137.960 | 16,10% | Στάδιο υλοποίησης 1ου υποέργου (αυτεπιστασία) και έκδοσης απόφασης αυτεπιστασίας για το 2ο υποέργο. | 06/08/02 |
| 78 | 3.4 | Αποκατάσταση ιπποτικής οικίας Τζέμ στη Μεσαιωνική πόλη της Ρόδου | ΔΩΔ | Ρόδος | 4η Ε.Β.Α. | 743.000 | 743.000 | 54.914 | 7,39% | Στάδιο υλοποίησης (αυτεπιστασία). | 21/08/02 |
| 79 | 3.4 | Διαμόρφωση και Ανάδειξη Αρχαιολογικού Χώρου Αρχαίας Θήρας | ΚΥΚ | Θήρα | ΚΑ' Ε.Π.Κ.Α. | 1.760.822 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο έκδοσης απόφασης αυτεπιστασίας. | 17/09/02 |
| 80 | 3.4 | Έκθεσης Ιστορικής Συλλογής Καστελλόριζου στο Οθωμανικό Τέμενος | ΔΩΔ | Μεγίστη | 4η Ε.Β.Α. | 528.247 | 431.402 | 62.470 | 11,83% | Στάδιο υλοποίησης 1ου υποέργου (αυτεπιστασία) και έκδοσης απόφασης αυτεπιστασίας για το 2ο υποέργο. | 27/09/02 |
| 81 | 3.4 | Αποκατάσταση Ναού Αγίου Ιωάννη Θεολόγου στη Λέρο | ΔΩΔ | Λέρος | 4η Ε.Β.Α. | 410.858 | 410.858 | 16.717 | 4,07% | Στάδιο υλοποίησης (αυτεπιστασία). | 04/10/02 |
| 82 | 3.4 | Δίκτυο Μνημείων ν. Τήλου | ΔΩΔ | Τήλος | 4η Ε.Β.Α. | 1.115.187 | 520.232 | 33.068 | 2,97% | Στάδιο υλοποίησης 1ου υποέργου (αυτεπιστασία) και έκδοσης απόφασης αυτεπιστασίας για το 2ο υποέργο. | 07/10/02 |
| 83 | 3.4 | Στεραίωση, αναστήλωση και ανάδειξη αρχαίου τείχους Νισύρου | ΔΩΔ | Νίσυρος | ΚΒ' Ε.Π.Κ.Α. | 730.000 | 730.000 | 6.153 | 0,84% | Στάδιο υλοποίησης (αυτεπιστασία). | 07/10/02 |
| 84 | 3.4 | Ενοποίηση Αρχαιολογικών Χώρων Πόλεως Κω | ΔΩΔ | Κως | 4η Ε.Β.Α. | 968.452 | 264.123 | 6.096 | 0,63% | Στάδιο υλοποίησης (αυτεπιστασία) 1ου υποέργου. | 17/10/02 |
| 85 | 3.4 | Αρχαιολογικό Μουσείο Καρπάθου | ΔΩΔ | Κάρπαθος | ΚΒ' Ε.Π.Κ.Α. | 440.205 | 0 | 0 | 0,00% | Αναμένονται οι μελέτες για έλεγχο. | 24/10/02 |

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.4: Στοιχεία απορρόφησης ανά ενταγμένο έργο του Αξονα 3 του ΠΕΠ Ν. Αιγαίου 2000-2006 (συνέχεια)

| A/A | Μέτρο | Τίτλος Έργου | Νομός | Νησί | Τελικός Δικαιούχος | Π/Υ Έργου | Νομικές Δεσμεύσεις | Πληρωμές Έργου | Απορρόφηση | Παρατηρήσεις | Ημερομηνία Ένταξης |
|-----|-------|--|-------|---------|--------------------|-----------|--------------------|----------------|------------|--|--------------------|
| 86 | 3.4 | Βελτίωση Αρχαιολογικού Μουσείου Ρόδου | ΔΩΔ | Ρόδος | ΚΒ' Ε.Π.Κ.Α. | 1.798.680 | 1.306.290 | 0 | 0,00% | Στάδιο υλοποίησης (αυτεπιστασία) 1ου και 2ου υποέργου. | 25/10/02 |
| 87 | 3.4 | Διαμόρφωση και Ανάδειξη του αρχαιολογικού χώρου Υψηλής Άνδρου | ΚΥΚ | Άνδρος | ΚΑ' Ε.Π.Κ.Α. | 880.410 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο έκδοσης απόφασης αυτεπιστασίας. | 29/11/02 |
| 88 | 3.4 | Στερέωση-Συντήρηση Βυζαντικών Μνημείων Άνδρου | ΚΥΚ | Άνδρος | 2η Ε.Β.Α. | 303.469 | 0 | 0 | 0,00% | Αναμένονται οι μελέτες για έλεγχο. | 29/11/02 |
| 89 | 3.4 | Αποκατάσταση και ανάδειξη Παλαιού Πυλίου στην Κω | ΔΩΔ | Κως | 4η Ε.Β.Α. | 586.940 | 205.429 | 0 | 0,00% | Στάδιο υλοποίησης (αυτεπιστασία) 2ου υποέργου. | 29/11/02 |
| 90 | 3.4 | Στερέωση - Ανάδειξη της Νότιας Ρόδου και Αποκατάσταση Ελληνιστικής Γέφυρας | ΔΩΔ | Ρόδος | Δ. Ρόδου | 1.030.000 | 452.458 | 0 | 0,00% | Στάδιο υλοποίησης του 1ου υποέργου. | 29/11/02 |
| 91 | 3.4 | Αποκατάσταση Οικίας Δημητρακόπουλου στη Παροικιά Πάρου | ΚΥΚ | Πάρος | Δ. Πάρου | 871.440 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο ελέγχου μελέτης. | 07/01/03 |
| 92 | 3.4 | Αποκατάσταση, Συντήρηση και Ανάδειξη Ι.Μ. Χοζοβιώτισσης Αμοργού | ΚΥΚ | Αμοργός | 4η Ε.Β.Α. | 586.940 | 188.994 | 0 | 0,00% | Στάδιο έκδοσης απόφασης αυτεπιστασίας 1ου υποέργου. | 07/02/03 |
| 93 | 3.4 | Αρχαιολογικό Μουσείο Κιμώλου | ΚΥΚ | Κίμωλος | ΚΑ' Ε.Π.Κ.Α. | 402.252 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο έκδοσης απόφασης αυτεπιστασίας. | 07/02/03 |
| 94 | 3.4 | Διαμόρφωση και ανάδειξη αρχαιολογικού χώρου Φυλακωπής Μήλου | ΚΥΚ | Μήλος | ΚΑ' Ε.Π.Κ.Α. | 880.411 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο προέγκρισης αυτεπιστασίας. | 07/02/03 |
| 95 | 3.4 | Επισκευή και Αναστήλωση του Πυργομοναστηριού του Χριστού Φωτοδότη στο Δανακό Νάξου | ΚΥΚ | Νάξος | Δ.Α.Β.Μ.Μ. | 1.321.500 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο σύνταξης τευχών δημοπράτησης. | 07/02/03 |
| 96 | 3.4 | Ανάδειξη Αρχαίου Πύργου Αγ. Τριάδος Αμοργού και Περιβάλλοντος Χώρου | ΚΥΚ | Αμοργός | ΚΒ' Ε.Π.Κ.Α. | 646.000 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο προέγκρισης αυτεπιστασίας. | 20/02/03 |

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.4: Στοιχεία απορρόφησης ανά ενταγμένο έργο του Αξονα 3 του ΠΕΠ Ν. Αιγαίου 2000-2006 (συνέχεια)

| A/A | Μέτρο | Τίτλος Έργου | Νομός | Νησί | Τελικός Δικαιούχος | Π/Υ Έργου | Νομικές Δεσμεύσεις | Πληρωμές Έργου | Απορρόφηση | Παρατηρήσεις | Ημερομηνία Ένταξης |
|-----|-------|---|-------|-----------|---------------------|------------|--------------------|----------------|------------|--|--------------------|
| 97 | 3.4 | Συντήρηση και Ανάδειξη Αρχαίου Υδραγωγείου Νάξου και Ιερού των Πηγών στις Μέλανεζ | ΚΥΚ | Νάξος | Πανεπιστήμιο Αθηνών | 1.138.000 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο προέγκρισης αυτεπιστασίας. | 12/05/03 |
| 98 | 3.4 | Ιστορικό - Λαογραφικό Μουσείο του Λυκείου Ελληνίδων Σύρου | ΚΥΚ | Σύρος | Πανεπιστήμιο Αθηνών | 460.900 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο σύνταξης τευχών προκήρυξης της οριστικής μελέτης. | 12/05/03 |
| 99 | 3.4 | Επισκευή Σχολής Ουρσουλινών Χώρας Νάξου και Μετατροπή σε Πολιτιστικό Κέντρο | ΚΥΚ | Νάξος | Δ. Νάξου | 1.850.000 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο σύνταξης τευχών προκήρυξης της οριστικής μελέτης. | 22/05/03 |
| 100 | 3.4 | Αναστήλωση και Ανακαίνιση Νότιου Συγκροτήματος Μεγάλης Ροτόντας Τουριστικών Εγκαταστάσεων Καλλιθέας Ρόδου - Β' Φάση | ΔΩΔ | Ρόδος | Δ. Καλλιθέας | 2.795.620 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο ελέγχου των μελετών. | 22/05/03 |
| 101 | 3.4 | Αρχαιολογικό Μουσείο Καλύμνου | ΔΩΔ | Κάλυμνος | ΚΒ' Ε.Π.Κ.Α. | 898.000 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο προέγκρισης αυτεπιστασίας. | 22/05/03 |
| 102 | 3.4 | Αρχαιολογικό Μουσείο Νίσυρου | ΔΩΔ | Νίσυρος | ΚΒ' Ε.Π.Κ.Α. | 696.900 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο προέγκρισης αυτεπιστασίας. | 22/05/03 |
| 3.4 | | | | | | 31.007.129 | 7.662.355 | 677.754 | 2,19% | | |
| 103 | 3.5 | Άξιοποίηση Σπηλαιού Αντιπάρου (Α' Φάση) | ΚΥΚ | Αντίπαρος | Κ. Αντιπάρου | 463.300 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο επικαιροποίησης τευχών δημοπράτησης. | 20/05/03 |
| 104 | 3.5 | Αποκατάσταση - Επισκευή Ανεμόμυλων και Παλαιού Φάρου Λιμένα Ίου | ΚΥΚ | Ίος | Δ. Ίου | 340.193 | 0 | 0 | 0,00% | Στάδιο επικαιροποίησης τευχών δημοπράτησης. | 20/05/03 |
| 3.5 | | | | | | 803.493 | 0 | 0 | 0,00% | | |

Πηγή: Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης ΠΕΠ Ν. Αιγαίου 2000-2006 – Αξιολόγηση ΠΕΠ Ν. Αιγαίου, 2003.

Με βάση τις κύριες κατευθύνσεις πολιτικής για την υλοποίηση του σεναρίου αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας (Ενότητα Β.1.2) και λαμβάνοντας υπόψη τα ήδη υλοποιημένα και προγραμματιζόμενα προς υλοποίηση έργα ανά νησί της Περιφέρειας, η Ομάδα Μελέτης κρίνει σκόπιμη την καταγραφή των ακόλουθων θεματικών πεδίων έργων ανά Ομάδα νησιών, που απαιτούνται επιπλέον - των προαναφερομένων - με στόχο τη διευκόλυνση υλοποίησης του συγκεκριμένου σεναρίου τουριστικής ανάπτυξης ανά χωρική ενότητα (ομάδα νησιών).

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.5: Απαιτούμενες κατηγορίες παρεμβάσεων ανά Ομάδα νησιών και προτεραιότητα

| Κατηγορίες παρεμβάσεων | Ομάδα Ι | Ομάδα ΙΙ | Ομάδα ΙΙΙ | Ομάδα ΙV | Ομάδα V | Ομάδα VI |
|--|---------|--------------|-----------------|----------------|---------|-------------------------------------|
| Λιμένες/τουριστικοί λιμένες | - | 1(Θήρα) | - | 2 | 2 | 1 |
| Αεροδρόμια - ελικοδρόμια | - | - | - | - | - | - |
| Κυκλοφοριακές παρεμβάσεις | 1 | 1 | 3 | 3 | - | - |
| Ύδρευση | 1 (Κως) | 1 | 1 (πλην Άνδρου) | 1 (πλην Νάξου) | 1 | 1 |
| Αποχέτευση - Συστήματα Επεξεργασίας & Διάθεσης Λυμάτων | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 |
| Διαχείριση Απορριμμάτων | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Υποδομές Ενέργειας | - | - | - | - | 3 | 3 (Αρκοί, Μαράθι) |
| Υποδομές Τηλεπικοινωνιών | - | - | - | - | - | 2(Αρκοί, Μαράθι, Τέλενδος, Ψέριμος) |
| Υποδομές Υγείας & Πρόνοιας | 3 (Κως) | 1 | 1 (πλην Σύρου) | 1 | 1 | 1 |
| Ανάπτυξη Έρευνας – Τεχνολογίας – Διαχείριση Πληροφοριακών Συστημάτων | 3 | - | 3 | 3 | - | - |
| Υποδομή Εξειδικευμένης Εκπαίδευσης | 1 | 1 (Σύρος) | - | - | - | - |
| Κατάρτιση | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| Ανάπλαση - αξιοποίηση περιοχής / ειδικές πολεοδομικές παρεμβάσεις | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| Υποδομές Πολιτισμού | 3 | 3 | - | 2 | 3 | 3 |
| Υποδομές διαχείρισης / αξιοποίησης φυσικών περιοχών | 2 | 1 (Θήρα) | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Υποδομές υποστήριξης ειδικών μορφών τουρισμού | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Δικτύωση | - | - | - | 1 | 1 | 2 |
| Προβολή / προώθηση | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |

Πηγή: Ομάδα Μελέτης - ENVIPLAN Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες

Στο πλαίσιο του σεναρίου της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης κρίνεται σκόπιμη η ενδεικτική αναφορά σε ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου με υπαρκτές εφαρμογές στον τουρισμό.

Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου για Ελληνικές Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις (EMAS – H/GR)* έχει ως στόχο τη βιωσιμότητα μιας «τουριστικής βιομηχανίας» με κύρια χαρακτηριστικά τη φιλικότητα και ευαισθησία στο περιβάλλον.

Η συμμετοχή είναι εθελοντική με τελικό στόχο την προώθηση της περιβαλλοντικής διαχείρισης στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και στην παροχή πληροφοριών στο κοινό σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που συμμετέχουν**.

Το EMAS – H/GR έχει σχεδιαστεί ώστε να προσφέρει στις συμμετέχουσες μονάδες:

- Βελτιώσεις στις Περιβαλλοντικές Επιδόσεις
- Καλύτερη Διοίκηση
- Οικονομικά Οφέλη
- Εξασφάλιση Χρηματοδότησης
- Συμμόρφωση με τη νομοθεσία

Τα βήματα που πρέπει να ακολουθηθούν / εφαρμοσθούν από κάθε μονάδα που επιθυμεί τη συμμετοχή της στο EMAS – H/GR, αφορούν σε:

- Περιβαλλοντική Πολιτική
- Περιβαλλοντική Ανάλυση
- Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα
- Περιβαλλοντικό Σύστημα Διαχείρισης
- Κύκλο Εσωτερικής Περιβαλλοντικής Επιθεώρησης
- Περιβαλλοντική Δήλωση
- Επικύρωση

* Το EMAS – H/GR αποτελεί την προσαρμογή στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις του EMAS (Κοινοτικού Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου) το οποίο καθιερώθηκε αρχικά για τη βιομηχανία από τον Κανονισμό 1836/93/ΕΟΚ.

** Αναλυτικά βλ. Ε.Ε. – Γενική Δ/νση XI «Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου για Ελληνικές Ξενοδοχειακές Εγκαταστάσεις EMAS – H/GR, Οδηγός Εφαρμογής».

Τα περιβαλλοντικά θέματα που αντιμετωπίζονται και οι επιδόσεις των οποίων αποτιμώνται στο πλαίσιο του συγκεκριμένου Συστήματος αφορούν σε:

- Γενικές Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις
- Διαχείριση Ενέργειας
- Διαχείριση Νερού
- Διαχείριση Απορριμμάτων
- Θόρυβο
- Διαχείριση Προμηθειών και Υπεργολάβων
- Θέματα Υγιεινής και ασφάλειας
- Θέματα Προσωπικού
- Εξωτερική Περιβαλλοντική Πολιτική
- Οργάνωση.

Μετά την αναγνώριση – ανάλυση των σημαντικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων μιας ξενοδοχειακής μονάδας μπορούν να ληφθούν κατάλληλα μέτρα για τη μείωση έως ελαχιστοποίησή τους. Προτείνονται μέθοδοι που αφορούν επενδύσεις για τη βελτίωση της αποδοτικότητας και της λειτουργίας της μονάδας και μέθοδοι προστασίας της φύσης.

Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου στοχεύει στην αειφόρο ανάπτυξη και στη συνεχή βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων μιας ξενοδοχειακής μονάδας μέσω οργανωμένων διαδικασιών για την προστασία του περιβάλλοντος με ταυτόχρονη οικονομική ωφέλεια λόγω μείωσης του λειτουργικού κόστους της μονάδας.

Τέτοιες περιπτώσεις, λιγιστές έως σήμερα, καταγράφονται και από ελληνικές ξενοδοχειακές μονάδες.

- Παράδειγμα πιστοποίησης ξενοδοχειακής επιχείρησης κατά ISO 14001

Ο Όμιλος Maris Hotels καταβάλλει προσπάθεια για ενεργό συμμετοχή στην προστασία του περιβάλλοντος. Το Candia Maris ήταν το πρώτο ξενοδοχείο στην Ελλάδα, το τρίτο στη Μεσόγειο και στα 100 παγκοσμίως που έλαβε Πιστοποιητικό Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κατά ISO 14001. Με την πιστοποίηση και των υπόλοιπων ξενοδοχείων, τα Maris Hotels είναι η τρίτη αλυσίδα, μετά τα Forum Hotels και Intercontinental Hotels, που όλες

οι μονάδες της έχουν πιστοποιηθεί κατά ISO 14001. Οι βασικοί άξονες του περιβαλλοντικού προγράμματος αφορούν στη διαχείριση στερεών αποβλήτων, στη διαχείριση υγρών αποβλήτων, στη διαχείριση ενέργειας και φυσικών πόρων και στη διαχείριση εκπομπών ρύπων.

Άλλες δραστηριότητες στο πλαίσιο του προγράμματος αφορούν στην Εφαρμογή Οικολογικής Γεωργίας από το Νοέμβριο του 1995 στους κήπους των Maris Hotels, σε φιλικές προς το περιβάλλον αρχές αντιμετώπισης ζωικών εχθρών (μέσα μαζικής παγίδευσης εντόμων, επιτρεπόμενες από τη νομοθεσία δραστικές ουσίες), σε ανταλλαγή απόψεων και εμπειριών με ξενοδοχεία από χώρες Ευρώπης, Ασίας, Αμερικής που εφαρμόζουν Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κατά ISO 14001.

Περαιτέρω, στα Candia Maris και Creta Maris, ολοκληρώθηκε ένα πρωτοποριακό έργο εξοικονόμησης ενέργειας. Στο Candia Maris το έργο αφορά στην εγκατάσταση ηλιακών συλλεκτών, συστήματος ψύξης από θάλασσα και παραγωγή νερού από θαλασσινό νερό, ενώ στο Creta Maris στην εγκατάσταση ηλιακών συλλεκτών και αφαλάτωσης υφάλμυρου νερού.

Το ηλιακό πεδίο του Candia Maris είναι ένα από τα μεγαλύτερα της Ευρώπης για την παραγωγή θερμού νερού. Το έργο φιλοδοξεί να καταστεί πανευρωπαϊκό πρότυπο ξενοδοχειακής μονάδας που συνδυασμένα επιλύει τα τρία σημαντικότερα θέματα μηχανολογικών υποδομών που επηρεάζουν άμεσα την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών δηλαδή την παροχή νερού υψηλής ποιότητας, την παραγωγή θερμού νερού και την παροχή κλιματισμού με τον πλέον ολοκληρωμένο και περιβάλλοντα φιλικό τρόπο.

Τέλος σημειώνεται ότι ο Hotelplan απένειμε στα ξενοδοχεία Creta Maris, Bella Maris και Silva Maris τη Διάκριση "Environmental Hotel Award 2001 for the ecological contribution to a sustainable tourism", η οποία δίνεται στα ξενοδοχεία που ασκούν περιβαλλοντική πολιτική και δίνουν ιδιαίτερη σημασία στη διαχείριση νερού, ενέργειας, στο διαχωρισμό απορριμμάτων, στην προτίμηση προμήθειας προϊόντων από την τοπική αγορά, στην εκπαίδευση προσωπικού σε θέματα περιβάλλοντος κ.λπ.

B.4.3 Σύνταξη προγράμματος δράσης

B.4.3.1 Σχεδιασμός μέτρων και δράσεων στο πλαίσιο συγχρηματοδοτούμενων Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, Κοινοτικών Πρωτοβουλιών κλπ.

Τα προγράμματα που μπορούν να συμβάλλουν χρηματοδοτικά στην υλοποίηση σχεδίου δράσης παρουσιάστηκαν αναλυτικά στην παράγραφο B2 και στα πλαίσιά τους μπορούν να ενταχθούν οι ακόλουθες ενέργειες :

1. Διαγνωστική μελέτη προορισμών

- Μελέτη προορισμών της περιφέρειας που οδεύουν προς την υποβάθμιση.
- Μελέτη μέτρων και σύνταξη σχεδίων μάρκετινγκ για την ανανέωση των προορισμών αυτών.
- Εφαρμογή των μέτρων.
- Μελέτη νέων προορισμών της περιφέρειας που μπορούν να αναπτυχθούν και εξέταση των στρατηγικών βάσει των οποίων μπορεί να γίνει αυτό.
- Εκπόνηση σχεδίων μάρκετινγκ για την ανάπτυξη των προορισμών αυτών.

2. Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων βασισμένων σε θεματικές ενότητες

- Αναλυτική καταγραφή των τουριστικών πόρων των νησιών.
- Μελέτη εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων, καθώς και προϊόντων που μπορούν να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο και κοστολόγησή τους σε πακέτα ώστε οι επιχειρήσεις να έχουν έτοιμο υλικό για τον εμπλουτισμό της προσφοράς τους.
- Σχεδιασμός ενεργειών προώθησης των πωλήσεων των πακέτων αυτών σε επιλεγμένο κάθε φορά κοινό.
- Δημιουργία των νέων αυτών πακέτων που θα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της απασχόλησης σε διαφοροποιημένα τουριστικά επαγγέλματα που όμως θα πρέπει να ενταχθούν σε προγράμματα κατάρτισης.

3. Υποστήριξη των επιχειρηματιών στην υιοθέτηση και εφαρμογή των νέων τουριστικών προϊόντων

- Μελέτη σχεδίου δράσης για την κινητοποίηση των επιχειρηματιών.
- Δημιουργία εγχειριδίων προσαρμογής των επιχειρήσεων σε νέες μορφές τουρισμού.
- Ευαισθητοποίηση επιχειρηματιών, ανέργων, νέων και γυναικών ώστε να γίνει εφικτή η στροφή των τουριστικών επιχειρήσεων σε νέα προϊόντα (σε συνέργεια με τα τρέχοντα προγράμματα για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας που αναμένεται να βοηθήσουν με καινοτόμες δράσεις οργανωτικά τη βελτίωση και τη διαφοροποίηση του παραγόμενου τουριστικού προϊόντος).

4. Υποστήριξη των επιχειρήσεων στην αναβάθμιση της ποιότητας παραγόμενων υπηρεσιών και προϊόντων

Ήδη τα προγράμματα του Υπουργείου Ανάπτυξης έχουν λάβει υπόψη τον στόχο αυτό και υπάρχουν στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» προγράμματα για τη βελτίωση της ποιότητας και την καλύτερη οργάνωση των Μ.Μ.Ε.

B.4.3.2 Ενέργειες κατάρτισης και επιμόρφωσης

Στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου υπάρχουν διαφορετικές ταχύτητες ανάπτυξης και διαφορετικοί «τύποι» επιχειρηματιών του τουριστικού τομέα. Το μορφωτικό αλλά και το επαγγελματικό επίπεδο διαφέρει από νησί σε νησί αλλά και από περιοχή σε περιοχή του ίδιου νησιού. Οι ενέργειες κατάρτισης συνεπώς πρέπει να έχουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων επαγγελματικής κατάρτισης τα οποία θα εξειδικεύονται αναλόγως των αναγκών στα νησιά. Η κατάρτιση στη Μύκονο θα έχει άλλους αποδέκτες από την κατάρτιση στην Κάλυμνο και συνεπώς το περιεχόμενο πρέπει να είναι διαμορφωμένο αναλόγως. Στη συνέχεια αναφέρονται θεματικές ενότητες που μπορούν να προσφερθούν και να επιλεγούν αναλόγως του καταρτιζόμενου κοινού.

1. Ανάπτυξη Επιχειρηματικότητας

- στρατηγικές ανάπτυξης της επιχείρησης – μάρκετινγκ – πώληση τουριστικών πακέτων / τουριστικών προορισμών – ποιότητα / ολική ποιότητα. Ενδεικτικά θέματα :
 - αξιοποιώ τα χρηματοδοτικά προγράμματα για την ανάπτυξη των εργασιών μου,
 - μαθαίνω για τα χρηματοοικονομικά πακέτα των τραπεζών,
 - αναπτύσσω το Business Plan της επιχείρησής μου,
 - αναπτύσσω το Marketing Plan της επιχείρησής μου,
 - διαχειρίζομαι την επιχείρηση μου κάτω από αρχές ποιότητας,
 - σχεδιάζω την προώθηση των πωλήσεων μου και τα δίκτυα διανομής μου.
- ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων - εναλλακτικές μορφές τουρισμού και η πρακτική εφαρμογή τους από τουριστικές επιχειρήσεις. Ενδεικτικά θέματα :
 - ερευνώ τους τουριστικούς πόρους της περιοχής μου και εμπλουτίζω την προσφορά μου με νέες υπηρεσίες,
 - κοστολογώ τα προϊόντα μου και κάνω την προσφορά μου βιώσιμη και κερδοφόρα.

2. Διαχείριση Τουριστικών μονάδων

- Καταλύματα - Μικρά ξενοδοχεία - Τουριστικά γραφεία – Εστίαση
 - ποιοτική διαχείριση μιας μικρής τουριστικής μονάδας,
 - ποιοτική διαχείριση του F&B Dpt μιας Τουριστικής μονάδας,
 - ποιοτική διαχείριση του τμήματος οροφοκομίας μιας μικρής τουριστικής μονάδας,
 - ποιοτική διαχείριση ενός μικρού τουριστικού γραφείου,
 - ποιοτική διαχείριση μιας μονάδας εστίασης.

3. Περιβάλλον και τουριστικές επιχειρήσεις

- οικολογική προστασία και τουρισμός,
- εφαρμογή οικολογικών προδιαγραφών σε τουριστικές μονάδες,

- οικολογική συμπεριφορά επιχειρηματιών,
- συστήματα προστασίας του περιβάλλοντος για ξενοδοχειακές επιχειρήσεις,
- εφαρμογή ανανεώσιμων πηγών ενέργειας σε τουριστικές μονάδες
 - ⇒ λειτουργώ ένα μικρό βιολογικό σταθμό
 - ⇒ αναπτύσσω συστήματα ανακύκλωσης σε μία τουριστική περιοχή
 - ⇒ χρησιμοποιώ ανανεώσιμες πηγές ενέργειας για την τουριστική μονάδα μου

4. Η Κοινωνία της Πληροφορίας και η τουριστική επιχείρηση

- γνωριμία τις νέες τεχνολογίες
- εφαρμογή και χρήση των νέων τεχνολογιών στην πρακτική της τουριστικής επιχείρησης
 - ⇒ αναπτύσσω συστήματα νέας τεχνολογίας στην επιχείρησή μου
 - ⇒ αναπτύσσω συστήματα e-commerce B to B (Business to Business) και B to C (Business to Customers)

B.4.3.3 Σύναψη συμβάσεων, ίδρυση φορέων

Η μέχρι σήμερα ακολουθούμενη τακτική στην σύναψη συμβάσεων μεταξύ φορέων (ιδιαίτερα όσον αφορά την τουριστική προβολή) διέφερε από νομό σε νομό και από φορέα σε φορέα και είχε άμεση σχέση με την πηγή χρηματοδότησης. Στα Δωδεκάνησα η απόδοση δημοτικού φόρου (1% – 2% επί του τζίρου όλων των επιχειρήσεων) έκανε τις δημοτικές αρχές ευέλικτες και πολλές από αυτές δημιούργησαν επιχειρήσεις που ασχολούνται αποκλειστικά με την τουριστική προβολή του νησιού (π.χ. ο Ενιαίος Φορέας Τουρισμού της Κω ή ο ΠΡΟΤΟΥΡ). Μικρά νησιά όμως που δεν μπορούν λόγω έλλειψης μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων να διαθέσουν πολλά χρήματα για την τουριστική προβολή, υστερούν στην προώθησή τους. Το αποτέλεσμα μακροπρόθεσμα είναι να αναπτύσσονται τα ανεπτυγμένα νησιά όλο και περισσότερο, ενώ τα λιγότερο ανεπτυγμένα παρουσιάζουν στασιμότητα.

Η λειτουργία των Ν.Ε.Τ.Π παρουσίασε τις εξής δυσκολίες :

- απροθυμία των φορέων να συμμετάσχουν σε έναν ευρύτερο σχεδιασμό
- αδυναμία επιβολής ενός κεντρικού σχεδιασμού
- σημαντική έλλειψη πόρων

καθώς η προαιρετική οικονομική συμμετοχή των φορέων για την υλοποίηση ενιαίας τουριστικής προβολής του Νομού, έχει ως αποτέλεσμα τη διαρκή έλλειψη πόρων και την αδυναμία ενός έγκαιρου ετήσιου σχεδιασμού δράσεων εκτός αυτών της συμμετοχής σε εκθέσεις.

Ετσι με βάση αυτά προτείνονται :

1. Θεσμικές παρεμβάσεις με στόχο την καλύτερη οργάνωση του σχεδιασμού και υλοποίησης στρατηγικών τουρισμού

Ο υφιστάμενος νόμος χρειάζεται να τροποποιηθεί ώστε να επιβάλει την οικονομική και διαχειριστική συμμετοχή των φορέων (Ο.Τ.Α και επαγγελματίες). Το χρηματοδοτικό σχήμα «50% τοπικοί φορείς και 50% Ε.Ο.Τ» είναι χρήσιμο και ελκυστικό. Η οργανωτική λειτουργία της νέας Ν.Ε.Τ.Π μπορεί να έχει την μορφή ενός Τοπικού Συμβουλίου σε επίπεδο νομού με συμμετοχή εκπροσώπων από τους συλλογικούς / κλαδικούς φορείς του επιχειρηματικού κόσμου, την αυτοδιοίκηση και την περιφερειακή διοίκηση. Το Συμβούλιο Τουρισμού θα διαθέτει τους πόρους τόσο για την επιστημονική στήριξη του κάθε νησιού ξεχωριστά όσο και για την προβολή βάσει επιλεγμένων στρατηγικών.

Επίσης, η εποπτεία των επιχειρήσεων για την τήρηση ποιοτικών προδιαγραφών, των διαδικασιών αδειοδότησης κλπ. μπορεί να διατηρηθεί όπως αυτό έχει σχεδιαστεί, δηλαδή, την ευθύνη να έχει η Περιφερειακή Αρχή. Χρειάζεται όμως αύξηση του αριθμού των στελεχών, λαμβανομένου υπόψη του νησιωτικού χαρακτήρα της περιφέρειας ή/και η εμπλοκή φορέων στην τήρηση των προδιαγραφών.

Τέλος, οι συναλλαγές των επιχειρηματιών τουρισμού που έχουν σχέση με την πολιτεία θα πρέπει να απλοποιηθούν και να υποστηριχτούν από δομές στήριξης με στόχο την βελτίωση της εξυπηρέτησής τους.

2. Εργαλεία (δομές) στήριξης

Προκειμένου να τύχουν αυτά τα μέτρα της προσοχής των επαγγελματιών και των φορέων εν γένει, χρειάζεται να υπάρξει κατανόηση των μέτρων εκ μέρους τους ώστε η εφαρμογή των μέτρων να γίνει όπως αυτά έχουν σχεδιαστεί αλλά να υπάρξει και στο μέλλον συνεχής προσαρμογή της στρατηγικής σε νέες εξελίξεις και δεδομένα. Με δεδομένη τη μεγάλη σημασία που έχει ο τουρισμός για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, χρειάζεται μια δομή στήριξης του τομέα του τουρισμού, που θα συλλέγει πληροφορίες και θα τις μεταφέρει στους επαγγελματίες της περιφέρειας ενώ παράλληλα θα παρακολουθεί επιλεγμένους δείκτες για την οικονομική εξέλιξη του τομέα και θα προτείνει διορθωτικές παρεμβάσεις.

Έχουν σχεδιαστεί από το Υπουργείο Ανάπτυξης δομές στήριξης Κ.Ε.Τ.Α. (Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης) και Κ.Υ.Ε. (Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών) που όμως είναι προσανατολισμένες κυρίως στον μεταποιητικό τομέα ενώ αποδεδειγμένα στην Περιφέρεια ο τουρισμός παίζει το σημαντικότερο ρόλο και αυτός είναι η κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη και των υπολοίπων τομέων (πρωτογενούς και δευτερογενούς). Χρειάζεται λοιπόν και σε αυτές τις δομές και κυρίως στο Κ.Ε.Τ.Α. να δοθεί βάρος στον τουρισμό ώστε αυτό να αποτελέσει μοχλό για την ανάπτυξη του τουρισμού.

B.4.4 Πρόγραμμα Μάρκετινγκ της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου

Εισαγωγή

Η ανάλυσή μας χωρίζεται σε 3 τμήματα. Στο πρώτο (B.4.4.1) εξετάζουμε την σημασία των προγραμμάτων μάρκετινγκ σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον μας σε πέντε παράγοντες που αναδεικνύουν τα τελευταία χρόνια την ανάγκη για προγράμματα μάρκετινγκ τουριστικής περιοχής. Στο δεύτερο (B.4.4.2.) παρουσιάζεται ένα πρόγραμμα μάρκετινγκ για την Περιφέρεια Ν. Αιγαίου το οποίο περιλαμβάνει 3 κύρια τμήματα και 17 υποενότητες. Σε κάθε μια από αυτές τις υποενότητες προτείνεται ένα παράδειγμα με πεδίο αναφοράς την Περιφέρεια. Στόχος είναι αφενός να επισημανθεί – μέσω των παραδειγμάτων – η ιδιαιτερότητα των γεωγραφικών τουριστικών και αναπτυξιακών χαρακτηριστικών της Περιφέρειας και αφετέρου να προταθούν «καλά παραδείγματα» λύσεων με βάση τη διεθνή κυρίως εμπειρία. Στο τρίτο (B.4.4.3) η ανάλυση επικεντρώνεται στις έξι ομάδες νησιών της Περιφέρειας η κάθε μια από τις οποίες έχει διαφορετικό επίπεδο και χαρακτηριστικά ανάπτυξης. Με αυτό τον τρόπο αναδεικνύονται οι ιδιαιτερότητες της προσφοράς και ζήτησης ανά ομάδα νησιών και με βάση τις υποδομές και τους πόρους που διαθέτουν και στη συνέχεια προτείνονται οι συγκεκριμένοι στόχοι που το πρόγραμμα μάρκετινγκ θα πρέπει εξειδικευμένα να επιδιώξει.

B.4.4.1 Η σημασία των Προγραμμάτων Μάρκετινγκ σε Περιφερειακό και Τοπικό επίπεδο

Η εντυπωσιακή ανάπτυξη του Τουρισμού την τελευταία 25ετία συνέτεινε και στην μεγάλη αύξηση του αριθμού των περιοχών οι οποίες διαθέτοντας τουριστικούς πόρους διεκδικούν κάποιο τμήμα της ζήτησης. Η σημασία του Μάρκετινγκ τουριστικής περιοχής η οποία ήταν σχετικά περιορισμένη έως τα μέσα της δεκαετίας του '70 ισχυροποιείται στην συνέχεια και γίνεται όλο και περισσότερο αποδεκτό ότι η περιοχή είναι και αυτή ένα τουριστικό προϊόν το οποίο «πωλείται» και «αγοράζεται». Επιπλέον εκτιμάται ότι το Μάρκετινγκ κάποιας τουριστικής περιοχής είναι συνήθως πολύ ισχυρότερο όπλο από το Μάρκετινγκ π.χ. μιας ξενοδοχειακής μονάδας ή ενός τοπικού συνδέσμου ξενοδόχων. Θα

επισημάνουμε στην συνέχεια τους παράγοντες οι οποίοι συμβάλουν στην ανάδειξη της ιδιαίτερης σημασίας του Σχεδίου Μάρκετινγκ.

(α) Τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρίστα-καταναλωτή

Η ισχυροποίηση του ρόλου των ΜΜΕ στον χώρο του Τουρισμού καθώς και η δυναμική παρουσία του Internet στην προβολή και πώληση ταξιδιών αλλάζουν πολλά από τα δεδομένα που υπήρχαν σχετικά με τα χαρακτηριστικά των τουριστών καταναλωτών. Ο αριθμός των προβαλλόμενων επιλογών προς τους τουρίστες μεγαλώνει χρόνο με τον χρόνο με αποτέλεσμα το Μάρκετινγκ να είναι απαραίτητο ώστε να μπορέσει να επιβιώσει ένας τουριστικός προορισμός είτε αυτός διαθέτει κάποια διαφημιστική «εικόνα» είτε ακόμη περισσότερο εάν είναι «νεοεισερχόμενος» στην αγορά. Ο σύγχρονος τουρίστας σε αυτό το πλαίσιο κινείται όλο και περισσότερο εξειδικευμένα αναζητώντας συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στην περιοχή ή τις περιοχές που επισκέπτεται. Το γεγονός ότι αυτά τα χαρακτηριστικά τα διαθέτουν πλέον πολλές περιοχές στον κόσμο καθιστά ουσιώδη την αναζήτηση των «ομάδων-στόχων» (target groups) οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν την δυνητική πελατεία της περιοχής.

(β) Η διεθνοποιημένη διάσταση του τουριστικού ταξιδιού ως καταναλωτικού προϊόντος

Τα τουριστικά ταξίδια έχουν αποκτήσει όλα τα χαρακτηριστικά ενός καταναλωτικού προϊόντος το οποίο προσφέρεται –σε διαφορετικές τιμές και εποχές- σε μια τεράστια πλέον και παγκοσμιοποιημένη αγορά. Οι επιλογές άρα των τουριστών είναι πολλές και δεν είναι τυχαίο ότι οι τουρίστες εμφανίζονται διαρκώς και περισσότερο συστηματικοί σε ότι αφορά την ενημέρωση και πληροφόρησή τους. Οι tour operators αλλά και οι τουριστικοί προορισμοί είναι υποχρεωμένοι πλέον να λαμβάνουν πολύ σοβαρά υπ' όψιν δυο αλληλένδετα ζητήματα: το τουριστικό μάρκετινγκ και την τιμολογιακή πολιτική τους. Πρόκειται για τα δυο πεδία στα οποία διαμορφώνεται η πολιτική πωλήσεων του οποιουδήποτε διεθνώς προσφερόμενου προϊόντος, και ένα τέτοιο προϊόν είναι τα ταξίδια τουρισμού.

(γ) Χαρακτηριστικά περιοχών και τύποι μάρκετινγκ

Υπάρχει η άποψη ότι το μάρκετινγκ τουριστικών περιοχών κυρίως αφορά νεοεισερχόμενους προορισμούς οι οποίοι επιδιώκουν να «τοποθετηθούν» και να σταθεροποιηθούν στην διεθνή αγορά αποκτώντας ένα όνομα και μια διαφημιστική εικόνα. Η πραγματικότητα όμως διαφέρει κυρίως λόγω του σκληρού ανταγωνισμού ο οποίος υπάρχει ανάμεσα σε όλους τους τύπους τουριστικών περιοχών. Έτσι τόσο οι αναπτυσσόμενες αγορές όσο και οι ώριμες πρέπει να έχουν ένα συστηματικό πρόγραμμα Μάρκετινγκ το οποίο θα τους επιτρέπει να είναι διαρκώς παρούσες στην διεθνή και την εθνική αγορά. Το πρόγραμμα αυτό θα πρέπει να αλλάζει και να ανατροφοδοτείται με τα νέα δεδομένα που αφορούν την συγκεκριμένη περιοχή και συνδέονται με την γεωγραφική της θέση, τις προσφερόμενες υποδομές και υπηρεσίες ή τις προτιμήσεις των τουριστών. Καθοριστικό στοιχείο αποτελεί η συγκρότηση μιας συστηματικής διαφημιστικής «εικόνας» της περιοχής στις διαφορετικές αγορές τουρισμού.

(δ) Η ανάγκη διασύνδεσης του Μάρκετινγκ με την Ανάπτυξη και το Μάνατζμεντ

Η τελευταία εικοσαετία χαρακτηρίζεται από σημαντικές εξελίξεις στην εφαρμοζόμενη τουριστική πολιτική στα ζητήματα της ανάπτυξης και του μάνατζμεντ των τουριστικών περιοχών. Κοινός παρανομαστής αυτών των εξελίξεων είναι η αναζήτηση βιώσιμων ή αειφορικών προτύπων ανάπτυξης στις τουριστικές περιοχές. Στα πρότυπα αυτά ο σχεδιασμός και ο προγραμματισμός της ανάπτυξης των τουριστικών περιοχών συνδέονται άρρηκτα με την εφαρμογή συστηματικών προγραμμάτων Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ. Βασικός στόχος είναι ο σταθερός έλεγχος των διαδικασιών και της διαχείρισης του προτύπου ανάπτυξης το οποίο εκτιμάται ότι πρέπει να λαμβάνει υπόψη τα τοπικά κοινωνικά, οικονομικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά δεδομένα της κάθε τουριστικής περιοχής. Σε αυτό το πλαίσιο το Μάρκετινγκ αναδεικνύεται σε ένα βασικό «εργαλείο» για τις τουριστικές περιοχές στην προσπάθεια τους να ελέγξουν την ζήτηση και ειδικότερα να διαφοροποιήσουν τα χαρακτηριστικά της ώστε να ταιριάζουν στα δεδομένα της περιοχής η οποία αναζητάει μια βιώσιμη ανάπτυξη του τουριστικού της προϊόντος. Επιπλέον η σύνδεση του Μάρκετινγκ με το Μάνατζμεντ είναι μια αναγκαία και ανατροφοδοτούμενη διαδικασία η οποία επιτρέπει να συνδεθεί άμεσα η συγκρότηση και η διαχείριση ενός τουριστικού προϊόντος με τις πωλήσεις του.

(ε) *Η τουριστική περιοχή είναι και αυτή ένα πολυσύνθετο «τουριστικό προϊόν»*

Το Μάρκετινγκ ενός κλασικού τουριστικού προϊόντος (Ξενοδοχείο, Θεματικό Πάρκο, Κέντρο Ιαματικού Τουρισμού, Συνεδριακό Κέντρο, Χιονοδρομικό Κέντρο κ.α.) ακολουθεί μια σειρά από δεδομένες προδιαγραφές στην συγκρότησή του και είναι επαρκώς εξειδικευμένο σε ότι αφορά το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Η τουριστική περιοχή διαφέρει σε ότι αφορά τη συγκρότησή της διότι είναι ένα πολυσύνθετο «προϊόν» το οποίο συγκροτείται από υλικούς και άυλους πόρους, υποδομές και υπηρεσίες ενώ συχνά διαθέτει και μια συγκεκριμένη διαφημιστική «εικόνα». Το χαρακτηριστικό αυτό συχνά οδηγεί στην θέση ότι μια περιοχή δεν πρέπει να θεωρείται τουριστικό προϊόν ενώ στην πραγματικότητα είναι διότι πωλείται και αγοράζεται όπως και όλα τα άλλα προϊόντα του τουρισμού. Επιπλέον κάθε τουριστικό προϊόν πωλείται και αγοράζεται σε συνθήκες ανταγωνισμού όπως ακριβώς συμβαίνει και με τις τουριστικές περιοχές. Η ουσιώδης διαφορά στην περίπτωση αυτή είναι ότι το Μάρκετινγκ εδώ απαιτείται να λάβει υπόψη την πολυσύνθετη διάσταση του προϊόντος «τουριστική περιοχή» στην διαδικασία προώθησης και πώλησης της.

B.4.4.2 Βασικά χαρακτηριστικά των Προγραμμάτων Μάρκετινγκ Τουριστικών Περιοχών: η περίπτωση της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου

Θα εξετάσουμε στη συνέχεια συνοπτικά τα κύρια τμήματα τα οποία συγκροτούν ένα πρόγραμμα Μάρκετινγκ σε περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο. Θεωρούμε σκόπιμο στην ανάλυση των διαφορετικών ενοτήτων να παραθέτουμε ένα παράδειγμα από την υπό μελέτη Περιφέρεια του Ν. Αιγαίου, ώστε να γίνεται περισσότερο κατανοητή η διαδικασία συγκρότησης του προγράμματος. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα κύρια τμήματα και οι ενότητες που συγκροτούν ένα πρόγραμμα Μάρκετινγκ Περιφέρειας με πεδίο αναφοράς το Ν. Αιγαίο.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.4: Πρόγραμμα Μάρκετινγκ Τουριστικής περιοχής Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου

Τμήμα Ι: Οργάνωση και Σχεδιασμός Προγράμματος Μάρκετινγκ.

1. Θεσμικό πλαίσιο
2. Σχεδιασμός
3. Οργάνωση και Ανατροφοδότηση
4. Υποστήριξη
5. Έλεγχος

Τμήμα ΙΙ: Διερεύνηση Τουριστικών Πόρων και Συγκρότηση Τουριστικού Προϊόντος.

1. Ανάλυση: Τουριστικοί Πόροι
2. Σύνθεση: Τουριστικό Προϊόν
3. Στρατηγικός Σχεδιασμός
4. Πελάτες
5. Αγορές
6. Ανταγωνισμός

Τμήμα Ι: Οργάνωση και Σχεδιασμός Προγράμματος Μάρκετινγκ

1. Θεσμικό Πλαίσιο

Το θεσμικό πλαίσιο αφορά το χωρικό επίπεδο στο οποίο αναφέρεται το Πρόγραμμα Μάρκετινγκ (πχ. Πόλη, Νομός, Περιφέρεια) αλλά και τον Φορέα ο οποίος το σχεδιάζει και το υλοποιεί. Η πρακτική (σε διεθνές και εθνικό επίπεδο) είναι συνήθως η εξής:

- (α) Φορέας σχεδιασμού και υλοποίησης είναι μια αναπτυξιακή εταιρία του ΟΤΑ ο οποίος καλύπτει χωρικά την συγκεκριμένη περιοχή
- (β) Φορέας σχεδιασμού και υλοποίησης είναι υπηρεσία του συγκεκριμένου ΟΤΑ (Περιφέρειας, Νομού, Πόλης)

Και στις δυο παραπάνω περιπτώσεις ((α) και (β)) είναι συνηθισμένη η χρησιμοποίηση εταιριών συμβούλων στον σχεδιασμό και την υλοποίηση.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Στην περίπτωση της Ελλάδας οι Φορείς σχεδιασμού και υλοποίησης είναι οι Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις. Ένα Πρόγραμμα Μάρκετινγκ της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου άρα πρέπει να είναι αποτέλεσμα συνέργιας και να αποτελεί ένα συγκερασμό των στρατηγικών επιλογών των Ν. Αυτοδιοικήσεων που συναποτελούν την περιφέρεια. Πρέπει εδώ να τονισθεί ότι ένα τέτοιο πρόγραμμα απαιτείται να εφαρμόζει τις διαφορετικές απόψεις των Φορέων (Ιδιωτικών, Κρατικών, ΟΤΑ) οι οποίοι εμπλέκονται στις διαδικασίες της ανάπτυξης και της προβολής σε επίπεδο περιφέρειας.

2. Σχεδιασμός

Με βάση το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο ή ένα νέο το οποίο επιλέγεται αρχίζει ο Σχεδιασμός του Προγράμματος Μάρκετινγκ της περιοχής. Ο Σχεδιασμός αρχικά αναφέρεται στον τρόπο οργάνωσης του Προγράμματος (Υποτμήματα 3, 4, 5 Τμήματος Ι, βλ. Πίνακα 1) και στη συνέχεια στην συστηματική ανάλυση των Τμημάτων ΙΙ και ΙΙΙ και των Υποτμημάτων τους. Ο Σχεδιασμός πρέπει να επισημαίνει με παραδείγματα από την διεθνή και την ελληνική εμπειρία τα ζητήματα που χρήζουν προσοχής ή απαιτούν μελέτη και έρευνα.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Στην περιφέρεια του Ν. Αιγαίου ο Σχεδιασμός θα πρέπει οπωσδήποτε να λάβει υπόψη του αφενός τις ιδιαιτερότητες (σε πολλά πεδία) που προκαλεί ο νησιωτικός της χαρακτήρας και αφετέρου τις σημαντικές διαφορές σε επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης οι οποίες συνεπάγονται και διαφορές σε τουριστικό προϊόν και Μάρκετινγκ. Με αυτά τα δεδομένα ο σχεδιασμός πρέπει να ξεκινήσει από τη μελέτη των διαφορετικών τύπων ανάπτυξης που έχουν οι διαφορετικές ομάδες νησιών στην περιφέρεια.

3. Οργάνωση και Ανατροφοδότηση

Αποτελούν δύο άμεσα συνδεδεμένες διαδικασίες αν και συχνά η ανατροφοδότηση με πιθανά σημαντικά νέα δεδομένα υποτιμάται με αποτέλεσμα να υπάρχει ένας συχνά στατικός χαρακτήρας στα προγράμματα Μάρκετινγκ. Η Οργάνωση αναφέρεται σε όλες τις διαδικασίες συνέργειας (με τους εμπλεκόμενους στην τουριστική ανάπτυξη φορείς) οι οποίες πρέπει να αναπτυχθούν καθώς και στην οργανωτική δομή που απαιτείται ώστε να προωθηθεί το πρόγραμμα Μάρκετινγκ στους τελικούς αποδέκτες (Επιχειρήσεις, Φορείς, Καταναλωτές). Η Ανατροφοδότηση είναι μια διαδικασία μέσω της οποίας ο Σχεδιασμός εμπλουτίζεται με όποια νέα δεδομένα επηρεάζουν αφενός την προσφορά ή την ζήτηση της περιοχής και αφετέρου τις διαδικασίες ανάπτυξης της.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Η ποιοτική διαφοροποίηση και αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών και υποδομών στην περιφέρεια (ή σε τμήμα της) Ν. Αιγαίου αποτελεί στοιχείο σημαντικό ώστε να επισημανθεί στον Σχεδιασμό και να προβληθεί στο Πρόγραμμα Μάρκετινγκ. Το ίδιο ισχύει π.χ. και για μια εκτιμώμενη αύξηση της ζήτησης για νησιωτικούς προορισμούς της Μεσογείου την επόμενη χρονιά, αποτελεί στοιχείο σημαντικό για τον σχεδιασμό μας.

4. Υποστήριξη

Η υποστήριξη αναφέρεται αφενός στις διαδικασίες σχεδιασμού και αφετέρου στην οργάνωση, παρακολούθηση και προώθηση του προγράμματος. Και στις δύο περιπτώσεις απαιτείται ικανή υλικοτεχνική υποδομή και –κυρίως– ανθρώπινο δυναμικό το οποίο να διαθέτει την κατάλληλη τεχνογνωσία. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει αυτά να αποτελούν δεδομένα στοιχεία του Φορέα ή της Υπηρεσίας η οποία αναλαμβάνει την σχεδίαση του Προγράμματος. Εάν κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει απαιτείται η συνεργασία με Φορέα ή Επιχείρηση που διαθέτει τις ανάλογες υποδομές και τεχνογνωσία.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Στην περίπτωση της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου μπορεί να θεωρηθεί απολύτως απαραίτητη η διενέργεια μιας εμπειρικής έρευνας πχ. για τα χαρακτηριστικά και τις επιλογές των ημεδαπών τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή. Εφόσον υπάρχει ο κατάλληλος μηχανισμός (υποδομές, δυναμικό) μια τέτοια έρευνα μπορεί να διεξαχθεί από τον Φορέα Υλοποίησης του προγράμματος Μάρκετινγκ· εάν όχι, θα πρέπει να ανατεθεί σε εξωτερικούς συνεργάτες.

5. Έλεγχος

Ο Έλεγχος διενεργείται σε δύο στάδια το πρώτο είναι κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού, οργάνωσης και προώθησης του Προγράμματος Μάρκετινγκ και το δεύτερο έπεται της εφαρμογής του προγράμματος και αποτελεί ουσιαστικά μια διαδικασία αξιολόγησης των αποτελεσμάτων από την εφαρμογή του Προγράμματος Μάρκετινγκ. Αυτή η τελευταία διαδικασία αρχίζει τουλάχιστον 6 μήνες έως 1 χρόνο μετά την εφαρμογή του προγράμματος και γίνεται μέσω ανάλυσης δεικτών (πχ. Αφίξεις, Διανυκτερεύσεις, Έσοδα κλπ.) απλών ή σύνθετων καθώς και μέσω διενέργειας ερευνών αγοράς πχ. σε τουρίστες για τους τρόπους επιρροής τους και την διαδικασία επιλογής του ταξιδιού στην συγκεκριμένη περιοχή.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Μετά την εφαρμογή του Προγράμματος Μάρκετινγκ στην περιφέρεια Ν. Αιγαίου αξιολογείται ο βαθμός επιτυχίας του μέσω μιας εμπειρικής έρευνας η οποία διεξάγεται σε δείγμα αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών και επικεντρώνει το ενδιαφέρον της στην διαδικασία επιλογής (κίνητρα, ρόλο MME, ρόλος πρακτορείου, χρήση Internet,

προηγούμενες επισκέψεις κ.α) της συγκεκριμένης περιοχής για τουριστικό ταξίδι. Με αυτόν τον τρόπο αποτιμάται η επιρροή του Προγράμματος Μάρκετινγκ στην συγκεκριμένη επιλογή.

Τμήμα II: Διερεύνηση Τουριστικών Πόρων και Συγκρότηση Τουριστικού Προϊόντος.

1. Ανάλυση: Τουριστικοί Πόροι

Η διερεύνηση και συστηματική καταγραφή των τουριστικών πόρων αποτελεί την βάση στην οποία θα στηριχθεί η σύνθεση και τελικά η προβολή των διαφορετικών τουριστικών προϊόντων που συνήθως προσφέρει κάποια περιοχή. Οι πόροι συνήθως ταξινομούνται σε ομάδες με βάση τα χαρακτηριστικά τους και συγκεκριμένα:

- Πολιτιστικοί πόροι (πολιτιστικές εκδηλώσεις, μνημεία, μουσεία, εκκλησίες, έθιμα, παραδοσιακοί οικισμοί κ.α).
- Περιβαλλοντικοί πόροι (κλίμα, φυσικό περιβάλλον, χλωρίδα, πανίδα, δάση, σπήλαια, λίμνες, φαράγγια, ακτές κλπ).
- Τουριστικοί πόροι (ξενοδοχεία, άλλα τουριστικά καταλύματα, πρακτορεία, υπηρεσίες οργανωμένων εκδρομών και περιηγήσεων, επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής κ.α).
- Υποστηρικτικοί πόροι της τουριστικής ανάπτυξης (οδικό δίκτυο, αεροδρόμια, λιμάνια, υπηρεσίες υγείας, υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών, χώροι αθλητισμού κλπ).

Η αξιολόγηση κατόπιν των πόρων –ώστε να χρησιμεύσουν στην σύνθεση των διαφορετικών στοιχείων τα οποία συγκροτούν το τουριστικό προϊόν- γίνεται με βάση κριτήρια όπως ποιότητα, προσπελασιμότητα, αριθμός, τεχνικά χαρακτηριστικά κλπ.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Στην περιφέρεια του Ν. Αιγαίου η διερεύνηση και καταγραφή των τουριστικών πόρων θα πρέπει να οδηγήσει στην συγκρότηση και προβολή των διαφορετικών τουριστικών προϊόντων τα οποία κάθε νησί (ή ομάδα νησιών με παρόμοια χαρακτηριστικά) διαθέτει. Ο στόχος είναι να προσφερθούν αυτά τα προϊόντα μέσω του προγράμματος Μάρκετινγκ στις ανάλογες ομάδες - στόχους τουριστών οι οποίοι τα προτιμούν.

2. Σύνθεση: Τουριστικό Προϊόν

Η διαδικασία σύνθεσης του Τουριστικού προϊόντος συνδέεται αφενός με την ποσότητα και ποιότητα των πόρων που κατέχει μια περιοχή αλλά και με τον Στρατηγικό Σχεδιασμό του Προγράμματος Μάρκετινγκ. Πρέπει εδώ να τονισθεί ότι ο Στρατηγικός Σχεδιασμός σχετίζεται με την Πολιτική Τουριστικής Ανάπτυξης, η οποία εφαρμόζεται στην περιοχή. Βασικό ζήτημα είναι η πιθανή διαμόρφωση διαφορετικών τουριστικών προϊόντων σε μια περιοχή. Το γεγονός αυτό επιτρέπει στο Πρόγραμμα Μάρκετινγκ να προσεγγίσει περισσότερες ομάδες-στόχους τουριστών με θετικά αποτελέσματα για τα αειφορικά χαρακτηριστικά της τοπικής ανάπτυξης. Επιπλέον επιτυγχάνεται και ένας διττός στόχος με την ύπαρξη διαφορετικών προϊόντων: η προσέλκυση ομάδας στόχου με αποκλειστική πρόθεση την «χρήση» αυτού του προϊόντος πχ. του οικοτουρισμού, αλλά και η προσέλκυση «πολυκινητρικών» τουριστών οι οποίοι ενδιαφέρονται για την «χρήση» διαφορετικών προϊόντων πχ. οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, μαζικός τουρισμός διακοπών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: η ανάλυση και καταγραφή των τουριστικών πόρων στην Περιφέρεια Ν. Αιγαίου αναδεικνύει πόρους που μπορούν να συγκροτήσουν τουριστικά προϊόντα τα οποία με την ανάλογη προβολή θα προσελκύσουν νέες ομάδες-στόχους σε συγκεκριμένες περιοχές και νησιά πχ. καταδυτικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας.

3. Στρατηγικός Σχεδιασμός

Αποτελεί ένα καθοριστικό πεδίο στον σχεδιασμό και την προώθηση του Προγράμματος. Ο Στρατηγικός Σχεδιασμός στο Μάρκετινγκ πρέπει να συνεκτιμά τις βασικές επιλογές της τουριστικής πολιτικής και της τουριστικής ανάπτυξης αλλά και τα δεδομένα (πόροι, προϊόντα) της περιοχής ως τουριστικού προορισμού. Επίσης να λαμβάνει υπόψη τις τοπικές ιδιαιτερότητες και τα πιθανά κοινά χαρακτηριστικά ευρύτερων χωρικών ενοτήτων (ομάδες ή ζώνες τουριστικών περιοχών) ώστε ανάλογα να κατευθύνει και την τουριστική ζήτηση.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Εφόσον βασικές επιλογές της τουριστικής πολιτικής είναι η ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού και η προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος στις τουριστικές περιοχές ο Στρατηγικός Σχεδιασμός στο Πρόγραμμα Μάρκετινγκ της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου πρέπει να τις λάβει

υπόψη. Ο τελικός στόχος θα πρέπει άρα να είναι η προσέλκυση ποιοτικά αναβαθμισμένων ομάδων τουριστών (υπεύθυνος τουρισμός) αλλά και τουριστών με βασικό χαρακτηριστικό και κίνητρο του ταξιδιού τους την προστασία του περιβάλλοντος (οικοτουρισμός, περιπατητικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός κλπ).

4. Πελάτες

Καταγράφονται και ταξινομούνται μετά από έρευνα και μελέτη οι κυριότερες ομάδες πελατών με βάση τα ιδιαίτερα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά τους και τα κίνητρα των ταξιδιών τους. Κατόπιν και με βάση την ανάλυση η οποία έχει προηγηθεί εξετάζονται τρόποι και μέσα ώστε να διατηρηθεί η ζήτηση από ομάδες πελατών οι οποίες ήδη επισκέπτονται την περιοχή και θεωρούνται χρήσιμες με βάση τις επιλογές του Στρατηγικού Σχεδιασμού τις οποίες κάνουμε. Επιπλέον εκτιμάται με βάση τα υπαρκτά τουριστικά προϊόντα ποιες άλλες ομάδες πελατών μπορούν να προσελκυσθούν στην περιοχή συμβάλλοντας στην προώθηση πχ. του βιώσιμου τουρισμού αναβαθμίζοντας την συνολική ποιότητα της πελατείας.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Η ποιοτική αναβάθμιση της πελατείας σε μια ομάδα νησιών της περιφέρειας Ν. Αιγαίου η οποία προσελκύει «φτηνό» μαζικό τουρισμό μπορεί πχ. να επιτευχθεί μεσοπρόθεσμα μέσω ενός προγράμματος Μάρκετινγκ το οποίο στοχεύει σε «πιο ποιοτικές» ομάδες τουριστών οι οποίες συμβάλλουν στην πορεία προς μια βιώσιμη ανάπτυξη.

5. Αγορές

Εξετάζονται συστηματικά και ταξινομούνται με βάση τα πιθανά κοινά χαρακτηριστικά τους οι αγορές στις οποίες απευθύνεται το Πρόγραμμα Μάρκετινγκ. Κυρίως η ανάλυση συνεκτιμά κριτήρια όπως η εθνικότητα (εθνικές ή διεθνείς αγορές), γεωγραφικές παράμετροι (ευρωπαϊκές, ασιατικές, Μ. Ανατολής, ΗΠΑ κ.α), επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης (αγορές με παράδοση στα τουριστικά ταξίδια, με υψηλή τουριστική δαπάνη, υψηλό ποσοστό τουριστών με ειδικά κίνητρα πχ. για οικοτουρισμό). Το Πρόγραμμα Μάρκετινγκ αφενός εξετάζει σε ποιες αγορές επικεντρώνεται η ζήτηση της περιοχής καθώς και σε ποιες δεν υπάρχει ικανοποιητική παρουσία της περιοχής ως «προϊόντος» (τουριστικός προορισμός) αλλά και ως διαφημιστική εικόνα. Εξετάζονται κατόπιν τρόποι και επιλέγονται

μέσα ώστε να βελτιωθεί η παρουσία της περιοχής παντού με βάση πάντοτε τις επιλογές του Στρατηγικού Σχεδιασμού.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Εάν εκτιμάται ότι είναι βασική επιλογή η προσέλκυση στην περιφέρεια Ν. Αιγαίου τουριστών με ειδικά κίνητρα ώστε να ενισχυθεί το πρότυπο βιώσιμης ανάπτυξης ανάλογα θα πρέπει να αναζητηθούν και οι αγορές (στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό) οι οποίες διαθέτουν ισχυρές ομάδες τέτοιων τουριστών ώστε να περιληφθούν ως στόχος στο Πρόγραμμα Μάρκετινγκ.

6. Ανταγωνισμός

Βασικοί στόχοι του Προγράμματος Μάρκετινγκ είναι η ισχυροποίηση και η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος ή των τουριστικών προϊόντων που προσφέρει η περιοχή από αυτά άλλων περιοχών. Ο εντεινόμενος ανταγωνισμός σε διεθνές και εθνικό επίπεδο επιβάλλει και τη συνεχή μελέτη του ώστε ανάλογα να προσαρμόζεται και το Πρόγραμμα Μάρκετινγκ. Επιπλέον έχει ιδιαίτερη σημασία ότι λόγω ακριβώς του ανταγωνισμού το Πρόγραμμα Μάρκετινγκ πρέπει να έχει μια δυναμική διάσταση και δεν επιτρέπεται να παραμένει στατικό επί πολλά χρόνια χρησιμοποιώντας τα ίδια διαφημιστικά συνθήματα, μέσα προώθησης και επιλογές στον Στρατηγικό Σχεδιασμό.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Εάν η διερεύνηση των ανταγωνιστών της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου αναδείξει ότι αυτοί διαθέτουν κάποια στοιχεία στα διαφημιστικά τους μηνύματα τα οποία προσελκύουν με μεγαλύτερη επιτυχία τους τουρίστες, αυτά θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και στην προβολή των τουριστικών προϊόντων της περιοχής.

7. Τιμές

Ένα συχνά υποτιμημένο τμήμα του Προγράμματος Μάρκετινγκ είναι οι τιμές των προϊόντων τα οποία συνήθως προβάλλονται πχ. στα διαφημιστικά φυλλάδια μιας περιοχής. Η τιμολόγηση αυτή βέβαια δεν είναι υπόθεση μόνον όσων ασχολούνται με τον Σχεδιασμό και την προώθηση του Προγράμματος, αλλά και των επαγγελματιών ή επιχειρηματικών φορέων οι οποίοι εμπλέκονται στον τουρισμό. Αποτελεί άρα το προϊόν μιας συνέργειας διαφόρων παραγόντων οι οποίοι συμβάλλουν στην παραγωγή του τουριστικού προϊόντος. Βασική αρχή στην τιμολόγηση είναι

ότι οι τιμές πρέπει να αντιστοιχούν στις προσφερόμενες υποδομές και υπηρεσίες. Επιπλέον όμως απαιτείται η τιμή να λαμβάνει υπόψη και τον ανταγωνισμό (είτε πρόκειται για νεοεισερχόμενη αγορά είτε για αγορά με υπαρκτή διαφημιστική εικόνα και παράδοση στην ζήτηση).

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Εάν κάποιοι σημαντικοί Μεσογειακοί νησιωτικοί προορισμοί με πελατεία προερχόμενη κυρίως από την Ευρώπη έχουν μια συγκεκριμένη κλίμακα τιμών την οποία π.χ. η Ρόδος υπερβαίνει κατά πολύ, αυτό πρέπει να αλλάξει. Σε άλλη περίπτωση οι υψηλότερες τιμές θα πρέπει να αποσκοπούν σε κάποιο συγκεκριμένο –συνήθως βραχυπρόθεσμο- στρατηγικό στόχο για την συγκεκριμένη περιοχή.

Τμήμα III: Μέσα της Προβολής, Προώθησης και Πώλησης του Προϊόντος Περιφέρειας Ν.Αιγαίου

1. Διαφήμιση

Η διαφήμιση ένα από τα κλασικότερα αλλά και δυναμικότερα μέσα του Μάρκετινγκ τουριστικών περιοχών. Συνήθως η διαφημιστική εκστρατεία μιας τουριστικής περιοχής καταλήγει στην παραγωγή διαφόρων τύπων τελικών προϊόντων όπως γιγαντοαφίσες, διαφημιστικά φυλλάδια, διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο, διαφημιστικά spot στην τηλεόραση. Συχνά η διαφήμιση παράγεται σε συγκεκριμένες αγορές (π.χ σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες) ή έχει μια περιοδικότητα η οποία συνδέεται με την αρχή και το τέλος της τουριστικής περιόδου. Βασική δυσκολία στην διαφήμιση αποτελεί η προβολή του συνόλου των τουριστικών προϊόντων που διαθέτει μια χώρα ή περιοχή.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Η περιφέρεια Ν. Αιγαίου επιδιώκει να προβάλει μέσω μιας διαφημιστικής εκστρατείας το σύνολο των πόρων και προϊόντων της τα οποία σχετίζονται με τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Διοργανώνει αυτή την εκστρατεία με κύριο στόχο την προσέγγιση των ομάδων στόχων (στη διεθνή και ελληνική αγορά) οι οποίοι ενδιαφέρονται για αυτόν τον τύπο τουρισμού.

2. Δημόσιες Σχέσεις

Πρόκειται για μέσο το οποίο χρησιμοποιείται με κύριο στόχο τους tour operators καθώς και τους δημοσιογράφους οι οποίοι σχετίζονται με την αρθρογραφία του τουρισμού σε περιοδικά και εφημερίδες στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Είτε μέσω συναντήσεων σε εκθέσεις όπου με το κατάλληλο διαφημιστικό υλικό προβάλλεται η περιοχή είτε μέσω πρόσκλησης στην ίδια την περιοχή για ένα ταξίδι γνωριμίας οι δυο αυτές ομάδες-στόχοι της εκστρατείας δημοσίων σχέσεων προσεγγίζονται συστηματικά. Καθοριστική παράμετρος μιας τέτοιας εκστρατείας είναι η σταθερότητα η οποία εκφράζεται με την συστηματική επικοινωνία και επαφή με τα άτομα που εκπροσωπούν αυτούς τους επαγγελματικούς χώρους.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Η περιφέρεια Ν. Αιγαίου προωθεί στα πλαίσια του προγράμματος Μάρκετινγκ που έχει οργανώσει μια εκστρατεία δημοσίων σχέσεων με στόχο τη βελτίωση της εικόνας που έχει η περιοχή στον ευρωπαϊκό Τύπο. Με αυτόν τον τρόπο προκαλεί μια επιλεγμένη ομάδα δημοσιογράφων του τουρισμού πριν την αρχή της περιόδου και οργανώνει ξεναγήσεις και επισκέψεις σε διαφορετικά νησιά με τελικό στόχο την προβολή της περιοχής στα έντυπα όπου εργάζονται.

3. Εκθέσεις

Η συμμετοχή σε διεθνείς και ελληνικές εκθέσεις Τουρισμού με κάποιο περίπτερο στο οποίο προβάλλονται οι τουριστικοί πόροι της περιοχής και παράλληλα προσφέρεται διαφημιστικό υλικό αποτελεί ένα ακόμη βασικό μέσο του Προγράμματος Μάρκετινγκ μιας τουριστικής περιοχής. Οι αποδέκτες αυτής της επικοινωνιακής πολιτικής ποικίλουν: επαγγελματίες του τουρισμού, εκπρόσωποι των tour operators, δημοσιογράφοι, καταναλωτές. Σε κάθε περίπτωση θεωρείται ένα δυναμικό μέσο προβολής και προώθησης της τουριστικής περιοχής.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Η περιφέρεια Ν. Αιγαίου συμμετέχει στις Εκθέσεις ΠΑΝΟΡΑΜΑ και ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ με περίπτερα τα οποία προβάλλουν και προωθούν τα ταξίδια στα νησιά της περιοχής.

4. Άμεσες πωλήσεις

Πρόκειται για ένα από τα λιγότερα διαδεδομένα μέσα στην περίπτωση του Μάρκετινγκ τουριστικών περιοχών ενώ αντίθετα αποτελεί

βασικό μέσο στο Μάρκετινγκ ξενοδοχείων. Οι άμεσες πωλήσεις πραγματοποιούνται είτε στην περιοχή (γραφεία ή κέντρα τουριστική πληροφόρησης) όπου επισκέπτεται ο Τουρίστας είτε σε χώρους (ειδικά περίπτερα) ή εκδηλώσεις (π.χ εκθέσεις) εκτός της περιοχής. Συνήθως πρόκειται για ένα συνδυασμό πωλήσεων και προώθησης διαφημιστικού υλικού ενώ συχνά οι εργαζόμενοι σε αυτά τα περίπτερα ή κέντρα πληροφόρησης φέρνουν σε επαφή τους ενδιαφερόμενους με τις επιχειρήσεις.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Η περιφέρεια Ν. Αιγαίου οργανώνει ένα δίκτυο Περιπτέρων ή Κέντρων Πληροφόρησης και Πωλήσεων σε ορισμένα από τα μεγαλύτερα και τουριστικότερα νησιά της περιοχής. Στόχος οι άμεσες πωλήσεις και η πληροφόρηση για τις υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρει το νησί αλλά και η ενημέρωση για αντίστοιχα προϊόντα που προσφέρουν γειτονικά νησιά.

5. INTERNET

Αποτελεί ένα σύγχρονο και δυναμικά αναπτυσσόμενο μέσο των Προγραμμάτων Μάρκετινγκ το οποίο έχει το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό να συνδυάζει τη διαφήμιση, την προβολή και τις άμεσες πωλήσεις. Αυτό κάνει το INTERNET πολύ δημοφιλές είναι ότι σταδιακά επιτρέπει μια σημαντική αυτονόμηση στον καταναλωτή-τουρίστα ο οποίος μπορεί πλέον χωρίς την μεσολάβηση των πρακτορείων ή των tour operators να επιλέγει και να αγοράσει ένα τουριστικό προϊόν (το ταξίδι σε μια περιοχή, ένα απλό αεροπορικό εισιτήριο, τη διαμονή σε ένα ξενοδοχείο ή την επίσκεψη σε ένα θεματικό πάρκο.). Σε αυτό το πλαίσιο οι τουριστικές περιοχές χρησιμοποιούν πλέον το INTERNET ως ένα βασικό μέσο της διαφήμισης και προβολής των τουριστικών τους προϊόντων αλλά και ως γέφυρα επικοινωνίας με τον απλό τουρίστα-καταναλωτή σε όλα τα μέρη του κόσμου.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Η περιφέρεια Ν. Αιγαίου στα πλαίσια του Προγράμματος Μάρκετινγκ κατασκευάζει μια ιστοσελίδα η οποία παρέχει στον επισκέπτη της πληροφορίες για τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες των διαφορετικών νησιών, δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με ξενοδοχεία, γραφεία ταξιδίων και εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων και δυνατότητα κράτησης (οργανωμένου ταξιδιού ή διαμονής) σε κάποιο από τα νησιά. Η

ιστοσελίδα συστηματικά εμπλουτίζεται και ανανεώνεται με όλα τα νέα προϊόντα και υπηρεσίες που υπάρχουν σε όλη την Περιφέρεια.

5.1 INTERNET και επικοινωνιακή στρατηγική της Περιφέρειας

Η ραγδαία ανάπτυξη του Internet και των εμπορικών εφαρμογών και συναλλαγών που αναπτύσσονται μέσω αυτού, φέρνουν τη τουριστική βιομηχανία της χώρας μας αντιμέτωπη με μία νέα εποχή. Η παρουσία ενός τουριστικού προορισμού στο διαδίκτυο είναι πλέον απόλυτα ενδεδειγμένη προκειμένου να επιβιώσει στον διεθνή ανταγωνισμό καθώς σε αντίθετη περίπτωση μπορεί να αγνοηθεί από τα εκατομμύρια χρηστών και δυνητικών τουριστών που αντλούν πλέον την πληροφόρησή τους από το Internet.

Η παρουσία της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου στο διαδίκτυο μπορεί να χαρακτηριστεί ως ισχυρή αλλά ταυτόχρονα και χαοτική. Ο χρήστης του Internet έχει στη διάθεσή του αναρίθμητες ιστοσελίδες που αφορούν στους δύο νομούς της περιφέρειας, Κυκλάδων και Δωδεκανήσου. Κάθε νησί και δήμος ανεξάρτητα από το βαθμό τουριστικής ανάπτυξής του διαθέτει τη δική του ξεχωριστή παρουσία στο διαδίκτυο αλλά υπάρχουν και τουριστικοί οδηγοί που αναφέρονται συνολικά στις Κυκλάδες, τα Δωδεκάνησα ή όλο το Νότιο Αιγαίο. Οι ιστοσελίδες αυτές έχουν δημιουργηθεί είτε από δημόσιους φορείς και ενώσεις, δήμους, νομαρχίες, γραφεία τουρισμού και αναπτυξιακές εταιρείες, είτε αποτελούν αποτέλεσμα ιδιωτικής πρωτοβουλίας και επένδυσης. Στις περισσότερες των περιπτώσεων λειτουργούν για το ίδιο νησί πολλαπλοί διαδικτυακοί τόποι που έχουν αναπτυχθεί από διαφορετικούς εμπλεκόμενους φορείς δημιουργώντας μία σύγχυση στον χρήστη που ψάχνει την έγκυρη και αξιόπιστη πληροφόρηση.

Η εικόνα πάντως που παρουσιάζουν σήμερα οι περισσότερες ιστοσελίδες των νησιών του Νοτίου Αιγαίου, μπορεί να περιγραφεί ως “παρουσία στο διαδίκτυο μέσω ενός site το οποίο, όμως, σε αρκετές περιπτώσεις έχει το ρόλο ενός διαφημιστικού φυλλαδίου”. Στη πραγματικότητα, οι περισσότεροι διαδικτυακοί τόποι περιέχουν γενικές πληροφορίες (δρομολόγια, χάρτες, συμβουλές για περιηγήσεις, αξιοθέατα, κατάλογο ορισμένων διαφημιζόμενων καταλυμάτων και τουριστικών επιχειρήσεων, κάποια ιστορικά στοιχεία, εκδηλώσεις, δραστηριότητες, τοπικά προϊόντα, φωτογραφίες), ελάχιστοι παρέχουν τη δυνατότητα online

κρατήσεων, ενώ κάποιοι από αυτούς έχουν τόσο κακή σχεδίαση που ο επισκέπτης δυσκολεύεται να βρει γρήγορα και εύκολα αυτό για το οποίο ψάχνει.

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου διαθέτει και το δικό της site στο Internet (<http://www.notioaigaio.gr>) στο οποίο ο επισκέπτης μπορεί να βρει πληροφόρηση για την οργανωτική δομή και τη σύνθεση του περιφερειακού συμβουλίου καθώς και για το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα. Δεν υπάρχει ωστόσο κάποιο link για σύνδεση με κάποιο τουριστικό οδηγό για τις Κυκλάδες και τα Δωδεκάνησα κάτι που ισχύει για τις ιστοσελίδες άλλων Περιφερειών (π.χ. Περιφέρεια Κρήτης).

Πληροφόρηση για το Νότιο Αιγαίο βρίσκουμε και στην ιστοσελίδα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (<http://www.gnto.gr>) η οποία είναι αντιπροσωπευτική και αξιόπιστη ενώ υπάρχουν και links προς άλλους τοπικούς φορείς (Νομαρχία Κυκλάδων, Αναπτυξιακή Δωδεκανήσου). Για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου γίνεται αναφορά και στην σελίδα του Υπουργείου Αιγαίου (<http://www.ypai.gr>) που περιορίζεται όμως μόνο σε ονομαστική λίστα των δήμων και κοινοτήτων της περιφέρειας.

Η στρατηγική προβολής, προώθησης και διανομής του τουριστικού προϊόντος του Νοτίου Αιγαίου θα έπρεπε να ακολουθεί μια προσέγγιση προσανατολισμένη προς τον πελάτη. Ένα κάθετο σύστημα μάρκετινγκ πρέπει να λειτουργήσει συγκεντρώνοντας όλα τα τουριστικά προϊόντα που σχετίζονται με κάθε νησί της περιφέρειας. Αυτό συνεπάγεται ότι ο τουριστικός προορισμός που ονομάζεται Νότιο Αιγαίο πρέπει να διαθέτει μια κεντρική επίσημη περιφερειακή πύλη στο Internet που θα λειτουργεί ως “One-stop shopping” για τους επισκέπτες, παρακάμπτοντας τα αναρίθμητα μεμονωμένα web sites που υπάρχουν αυτή τη στιγμή στο διαδίκτυο. Η περιφερειακή πύλη για το Νότιο Αιγαίο θα πρέπει να αναπτυχθεί από τον επίσημο οργανισμό που είναι υπεύθυνος για την προβολή της συγκεκριμένης περιφέρειας σε συνεργασία με τους κύριους εμπλεκόμενους φορείς και συμμετέχοντες στη τουριστική αγορά. Αυτό σημαίνει ότι θα υπάρχουν links από και προς τις ιστοσελίδες άλλων επιχειρήσεων που αναπτύσσουν επιχειρηματική δραστηριότητα σχετική με το προορισμό του Νοτίου Αιγαίου. Το είδος των συνεργασιών που θα αναπτυχθούν σε αυτό το σημείο είναι κρίσιμο για τη περαιτέρω πορεία και την επιτυχία της πύλης.

B.4.4.3 Χαρακτηριστικά Προσφοράς και δυνατότητες αύξησης της Ζήτησης στις έξι ομάδες νησιών της περιοχής μελέτης

Όπως έχει ήδη αναφερθεί στην Α΄ Φάση της μελέτης της Περιφέρειας Ν. Αιγαίου (σελ. 157 έως 162, πίνακας Α3.4.1 και χάρτης Α3.4-1) η ομάδα μελέτης με βάση μια πολυκριτηριακή ανάλυση κατέληξε στην κατάταξη των νησιών της περιφέρειας σε 6 ομάδες με βάση το επίπεδο και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της τουριστικής τους ανάπτυξης. Στα πλαίσια της ανάλυσης του προγράμματος Μάρκετινγκ της Περιφέρειας θα εξετάσουμε στη συνέχεια τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της τουριστικής προσφοράς της κάθε ομάδας νησιών και θα επισημάνουμε τις δυνατότητες αύξησης της ζήτησης (μέσω της προώθησης του προγράμματος Μάρκετινγκ) στις έξι αυτές ομάδες νησιών. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται σχηματικά η σύνδεση των χαρακτηριστικών προσφοράς και ζήτησης των 6 αυτών ομάδων με το πρόγραμμα Μάρκετινγκ της περιφέρειας.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.5 : Υλοποίηση προγράμματος Μάρκετινγκ Περιφέρειας Ν. Αιγαίου

| Διαδικασίες Υλοποίησης : Τμήμα Ι, Τμήμα ΙΙ, Τμήμα ΙΙΙ Προγράμματος | | | |
|---|---|----|-----------------------|
| | ↑↑ | ↑↑ | ↑↑ |
| Ομάδες Νησιών με βάση Δυνητική τα χαρακτηριστικά της Τουριστικής Ζήτησης Ανάπτυξης τους | Προσφερόμενοι Πόροι και Προϊόντα | ⇔ | Υπαρκτή Ζήτηση |

1^η Ομάδα Νησιών

Εδώ εντάχθηκε αποκλειστικά η Ρόδος η οποία διαθέτει μεγάλη έκταση και πληθυσμό αλλά αποτελεί και μια ιδιαίτερη περίπτωση τόσο λόγω της έντασης της τουριστικής ανάπτυξης όσο και λόγω της πληθώρας των υποδομών και των υπηρεσιών που διαθέτει για την εξυπηρέτηση των τουριστών. Το νησί έχει σημαντική παράδοση στον Τουρισμό (από την προπολεμική περίοδο είχε ήδη τουρίστες) και διαθέτει ένα σημαντικό αριθμό τουριστικών πόρων και προϊόντων. Επιπλέον διαθέτει μια

συγκροτημένη διαφημιστική εικόνα ως περιοχή εφόσον αποτελεί έναν από τους παραδοσιακούς προορισμούς του τουρισμού διακοπών διεθνώς.

α) Χαρακτηριστικά Προσφοράς (Τουριστικοί Πόροι και Τουριστικά Προϊόντα)

Η Ρόδος διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό τουριστικών πόρων (ιστορικών, πολιτιστικών, περιβαλλοντικών) αλλά και ένα σημαντικής έκτασης δίκτυο υποδομών και δραστηριοτήτων για τους τουρίστες. Αν και οι πόροι είναι πλούσιοι και διαθέτουν ποικιλία, η συχνά απρογραμμάτιστη λόγω χωρικής υπερσυγκέντρωσης ανάπτυξη έχει οδηγήσει σε αρκετές περιπτώσεις στην υποβάθμισή τους. Στις υποδομές επίσης καταγράφονται συμπτώματα κορεσμού ιδιαίτερα στις παράλιες περιοχές, ενώ παρατηρείται και ένας έντονος ανταγωνισμός ανάμεσα σε επιχειρήσεις και περιοχές. Τα κυριότερα προϊόντα που προσφέρονται στη Ρόδο είναι:

- Ο τουρισμός Διακοπών Καλοκαιριού.
- Ο Επαγγελματικός Τουρισμός.
- Ο Τουρισμός Καζίνο.
- Ο Πολιτιστικός Τουρισμός.
- Ο Εκπαιδευτικός Τουρισμός.
- Ο Συνεδριακός Τουρισμός.
- Ο Θαλάσσιος Τουρισμός.

β) Χαρακτηριστικά Ζήτησης (Υπαρκτή και Δυνητική)

- Υπαρκτή Ζήτηση

Τα κοινωνικοοικονομικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών της Ρόδου ποικίλουν με αποτέλεσμα να συγκροτείται μια πελατεία με διαφορετικά επίπεδα τουριστικής κατανάλωσης. Η σταθερή πάντως μαζικοποίηση του τουρισμού της περιοχής ιδιαίτερα του αλλοδαπού έχει αναμφίβολα οδηγήσει σε μια υποβάθμιση των ποιοτικών και οικονομικών χαρακτηριστικών της ζήτησης. Το γεγονός αυτό συνδυαζόμενο αφενός με τον «υπερεπαγγελματισμό» που παρατηρείται στην τοπική αγορά και αφετέρου με την καθοριστική παρουσία του οργανωμένου αλλοδαπού τουρισμού ευρωπαϊκής προέλευσης οδηγεί σε συχνά έντονες διακυμάνσεις της ζήτησης με αρνητικά αποτελέσματα για την τοπική οικονομία η οποία είναι έντονα «προσαρτημένη» στον

Τουρισμό. Τα υπολογίσιμα χαρακτηριστικά της σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό διακοπών του καλοκαιριού σε συνδυασμό συνήθως με τον Πολιτιστικό και κάποιες άλλες μορφές π.χ Συνέδρια, Επαγγελματικά Ταξίδια, Θαλάσσιος Τουρισμός). Τα τελευταία χρόνια επίσης παρατηρείται μια επίσης αύξηση του μεριδίου της ελληνικής πελατείας, αύξηση των ταξιδιών μικρής διάρκειας και αύξηση συνδυασμένων ταξιδιών: Ρόδος-Τουρκία ή Ρόδος –άλλοι ελληνικοί προορισμοί.

- Δυνητική Ζήτηση

Οι βασικοί στόχοι του προγράμματος Μάρκετινγκ θα πρέπει να επιδιώξουν:

- Την ποιοτική αναβάθμιση και χωρική διασπορά της ζήτησης.
- Τη διεύρυνση και σταθεροποίηση της με στροφή σε νέες αγορές και τύπους πελατών.
- Την ενίσχυση όλων των παραμέτρων «βιωσιμότητας» της ζήτησης. Αυτό σημαίνει:
 - Μάρκετινγκ με αποδέκτες ομάδες-στόχους της ευρωπαϊκής κυρίως πελατείας αλλά και της ευρύτερης διεθνούς οι οποίες πληρούν δυο χαρακτηριστικά:
 - Υψηλότερα εισοδήματα.
 - Ποιοτικότερη κοινωνικό-δημογραφική σύνθεση.
 - Διεύρυνση και επανατοποθέτηση των προβαλλόμενων πόρων και υποδομών ώστε να ανταποκρίνονται σε νέες πελατείες με βάση τα εθνικά χαρακτηριστικά (π.χ Ρώσοι, Έλληνες κ.τ.λ) αλλά και τα ειδικά κίνητρα (τουρίστες Ειδικών Μορφών τουρισμού).

2^η Ομάδα Νησιών

Εδώ εντάχθηκαν η Κως, η Θήρα, η Μύκονος και η Πάρος. Πρόκειται για νησιά με έντονη και συχνά πολυετή τουριστική ανάπτυξη με πληθυσμό σχετικά μικρό (σε σύγκριση με τον μεγάλο αριθμό επισκεπτών). Και στις τέσσερις περιπτώσεις έχουν εμφανιστεί –εδώ και αρκετά χρόνια- χαρακτηριστικά κορεσμού- λόγω της χωρικής υπερσυγκέντρωσης των τουριστικών υποδομών- και υποβάθμισης τόσο των χαρακτηριστικών της ζήτησης αλλά και του περιβάλλοντος, σε αρκετές περιοχές. Όλα τα παραπάνω δεν αναιρούν το γεγονός ότι όλα αυτά τα νησιά έχουν

σημαντική ζήτηση (σε υψηλά ποσοστά από αλλοδαπό οργανωμένο τουρισμό) αλλά και μια εδραιωμένη διαφημιστική εικόνα στο εξωτερικό.

α) Χαρακτηριστικά προσφοράς

Ο μεγάλος πλούτος των πόρων (περιβαλλοντικών, πολιτιστικών και ιστορικών), η μεγάλη ποικιλία των προσφερόμενων υποδομών (ικανή να ικανοποιήσει τουρίστες διαφορετικών κοινωνικοοικονομικών ομάδων) αποτελούν βασικά χαρακτηριστικά της προσφοράς. Στις περισσότερες αναπτυγμένες περιοχές παρατηρείται υπερκορεσμός υποδομών, δραστηριοτήτων και σημαντικές πιέσεις στο περιβάλλον. Το φαινόμενο του έντονου κορεσμού, αφενός μεταξύ περιοχών του ίδιου νησιού και αφετέρου μεταξύ των νησιών αυτών αλλά και γειτονικά νησιά είναι επίσης πολύ χαρακτηριστικό. Τα κυριότερα προϊόντα που προσφέρονται είναι:

- Ο τουρισμός διακοπών
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Παραθεριστικός τουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός.

β) Χαρακτηριστικά Ζήτησης (Υπαρκτή και Δυνητική)

- Υπαρκτή Ζήτηση

Οι πελάτες προέρχονται κυρίως από ευρωπαϊκές χώρες και η κατανάλωσή τους ποικίλει, αλλά στην πλειοψηφία αντικατοπτρίζει μεσαία εισοδηματική προέλευση. Οι τουρίστες έρχονται είτε οργανωμένοι είτε αυτόνομοι (μέσω Αθηνών και άλλων προορισμών) στα πλαίσια ενός ταξιδιού «περιηγητικού» το οποίο συνήθως περιλαμβάνει και άλλους σταθμούς. Επιπλέον παρατηρείται σε αυτήν την ομάδα μια σταθερή παρουσία των νέων ηλικιακών ομάδων, των ταξιδιών μικρής διάρκειας και των Ελλήνων τουριστών. Τα περισσότερα ταξίδια αφορούν τουρισμό διακοπών (συχνά σε συνδυασμό με κάποιο άλλο κίνητρο) ενώ και η μικρή τουριστική περίοδος εντείνει τα προβλήματα κορεσμού και σχετικής υποβάθμισης.

- Δυνητική Ζήτηση

Οι βασικοί στόχοι του προγράμματος Μάρκετινγκ θα πρέπει να επιδιώξουν:

- Την ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης.
- Τη διερεύνηση και σταθεροποίησή της με στροφή σε νέες αγορές και τύπους πελατών. Αυτό σημαίνει:
- Μάρκετινγκ με αποδέκτες ομάδες-στόχους της ευρωπαϊκής κυρίως πελατείας αλλά και της διεθνούς οι οποίες πληρούν δυο χαρακτηριστικά: α) υψηλότερα εισοδήματα, β) ποιοτικότερη κοινωνικό δημογραφική σύνθεση.
- Διερεύνηση και επανατοποθέτηση των προβαλλόμενων πόρων και υποδομών ώστε να ανταποκρίνονται σε νέες πελατείες με βάση τα ειδικά κίνητρα (τουρίστες ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού).

3^η Ομάδα Νησιών

Πρόκειται για μια σχετικά μικρή αλλά δυναμική ομάδα νησιών με μεσαίο ή μικρό μέγεθος και σχετικά μικρό πληθυσμό (με εξαίρεση τη Σύρο όπου βρίσκεται και η πρωτεύουσα). Κοινά χαρακτηριστικά αυτών των νησιών είναι η σχετικά ισόρροπη τουριστική ανάπτυξή τους (με εξαιρέσεις συγκεκριμένων περιοχών τους) η οποία συνδέεται με την ύπαρξη άλλων - σχετικά αναπτυγμένων-πλουτοπαραγωγικών δραστηριοτήτων. Υπάρχουν και εδώ πιέσεις στο περιβάλλον ενώ η σχετικά μικρή τουριστική περίοδος και η έλλειψη μιας δυναμικής διαφημιστικής εικόνας επηρεάζουν τη σταθερότητα της ζήτησης (η οποία όμως εμφανίζεται με κάποιες ετήσιες συγκυριακές αυξομειώσεις ικανοποιητική τα τελευταία χρόνια).

α) Χαρακτηριστικά Προσφοράς

Το σύνολο των νησιών διαθέτει πλούσιους περιβαλλοντικούς πόρους ενώ υπάρχουν και αρκετά σημαντικοί ιστορικοί και πολιτιστικοί πόροι. Οι τουριστικές υποδομές διαθέτουν ποιότητα αλλά περιορίζονται στα καταλύματα οικογενειακού τύπου (ενοικιαζόμενα δωμάτια, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα). Οι δραστηριότητες που προσφέρονται σε αυτά τα νησιά σχετίζονται κυρίως με τον τουρισμό διακοπών οικογενειακού τύπου ενώ

παρατηρείται και εδώ ανταγωνισμός τόσο ανάμεσα σε περιοχές αλλά και ανάμεσα σε νησιά. Τα κυριότερα προϊόντα που προσφέρονται είναι:

- Τουρισμός διακοπών καλοκαιριού
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Περιηγητικός τουρισμός
- Παραθεριστικός τουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός.

β) Χαρακτηριστικά Ζήτησης

• Υπαρκτή Ζήτηση

Οι τουρίστες προέρχονται από μεσαία και χαμηλά εισοδηματικά στρώματα αν και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους θεωρούνται ικανοποιητικά. Καταγράφονται κυρίως αυτόνομοι τουρίστες (αλλοδαποί διαφόρων εθνικοτήτων) και σε μικρότερα ποσοστά οργανωμένοι. Το ποσοστό του εσωτερικού τουρισμού είναι εδώ πολύ υψηλό και στηρίζεται τόσο σε αυτόνομα ταξίδια (πολλά από αυτά μικρής διάρκειας) όσο και σε ταξίδια παραθερισμού από κατόχους σπιτιών στα νησιά αυτής της ομάδας. Σημαντική είναι η παρουσία εδώ των νεότερων ομάδων ηλικιών, των οικογενειών, και των τουριστών περιηγητικού και πολιτιστικού τουρισμού.

• Δυνητική Ζήτηση

Οι βασικοί στόχοι του προγράμματος Μάρκετινγκ θα πρέπει να επιδιώξουν:

- Την ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης.
- Τη διεύρυνση και σταθεροποίηση της με στροφή σε νέες αγορές και τύπους
- Τη συγκρότηση μιας δυναμικής διαφημιστικής εικόνας για το κάθε ένα από αυτά τα νησιά. Αυτό σημαίνει:
 - Μάρκετινγκ με αποδέκτες ομάδες-στόχους της διεθνούς πελατείας με υψηλότερα εισοδήματα
 - Διεύρυνση και επανατοποθέτηση των προβαλλόμενων πόρων και υποδομών ώστε να προσελκύονται τουρίστες ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού.
 - Συγκρότηση μιας συγκεκριμένης διαφημιστικής εικόνας ανά νησί.

4^η Ομάδα Νησιών

Πρόκειται για μια αρκετά μεγάλη ομάδα νησιών με δυναμικό πληθυσμιακά χαρακτηριστικά και αυξητικές τάσεις στην τουριστική τους ανάπτυξη τα τελευταία κυρίως 20 χρόνια. Σε πολλές περιοχές τους καταγράφονται περιβαλλοντικές πιέσεις λόγω υπερσυγκέντρωσης τουριστικών υποδομών καθώς και ελλείψεις σε βασικούς πόρους. Αν και διαθέτουν και άλλους πλουτοπαραγωγικούς πόρους η παρουσία του τουρισμού είναι καθοριστική για το αναπτυξιακό τους πρότυπο. Υπάρχουν εδώ δεδομένα που επιτρέπουν παρεμβάσεις προς μια περισσότερο «βιώσιμη» ανάπτυξη του τουρισμού στα νησιά αυτά. Η σχετικά μικρή τουριστική περίοδος σε συνδυασμό με μια αδύναμη διαφημιστική «εικόνα» οδηγούν σε ζήτηση με ασταθή χαρακτηριστικά και επιρροές από τη συγκυρία

α) Χαρακτηριστικά Προσφοράς

Όλα τα νησιά διαθέτουν πλούσιους περιβαλλοντικούς πόρους και αρκετά σημαντικούς πόρους πολιτισμού και ιστορικού χαρακτήρα. Οι τουριστικές υποδομές είναι αρκετές αλλά περιορίζονται κυρίως σε καταλύματα οικογενειακού τύπου (ενοικιαζόμενα διαμερίσματα και δωμάτια). Υπάρχουν αρκετά υψηλά ποσοστά παράνομων κλινών συνήθως χαμηλής ποιότητας γεγονός που οδηγεί σε υποβάθμιση κάποιες περιοχές. Καταγράφονται και εδώ φαινόμενα ανταγωνισμού ανάμεσα σε νησιά (κυρίως γειτονικά). Τα προϊόντα που προσφέρονται είναι κυρίως:

- Τουρισμός διακοπών καλοκαιριού.
- Πολιτιστικός τουρισμός.
- Περιηγητικός τουρισμός.
- Παραθεριστικός τουρισμός.
- Οικοτουρισμός.
- Θαλάσσιος τουρισμός.

β) Χαρακτηριστικά Ζήτησης

- Υπαρκτή Ζήτηση

Οι τουρίστες προέρχονται κυρίως από μεσαία και χαμηλά εισοδηματικά στρώματα και τα ποιοτικά τους χαρακτηριστικά είναι

ικανοποιητικά. Καταγράφονται κυρίως αυτόνομοι τουρίστες (αλλοδαποί διαφόρων εθνικοτήτων) και μικρά ποσοστά οργανωμένων. Υπάρχουν επίσης και πολλοί ημεδαποί τουρίστες κυρίως νέοι και οικογένειες με μεσαία και χαμηλά εισοδήματα. Επίσης υπάρχει σταθερή ζήτηση από ηλικιακές ομάδες νέων, οικογένειες και τουρίστες περιηγητικού και πολιτιστικού τουρισμού.

- Δυνητική Ζήτηση

Οι βασικοί στόχοι του προγράμματος Μάρκετινγκ θα πρέπει να επιδιώξουν:

- Την ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης.
- Τη διεύρυνση και σταθεροποίηση της με στροφή σε νέες αγορές και τύπους.
- Τη συγκρότηση μιας δυναμικής διαφημιστικής εικόνας για το κάθε ένα από αυτά τα νησιά. Αυτό σημαίνει:
 - Μάρκετινγκ με αποδέκτες ομάδες-στόχους της διεθνούς πελατείας με υψηλότερα εισοδήματα.
 - Διεύρυνση και επανατοποθέτηση των προβαλλόμενων πόρων και υποδομών ώστε να προσελκύονται τουρίστες ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού.
 - Συγκρότηση μιας συγκεκριμένης διαφημιστικής εικόνας ανά νησί.

5^η Ομάδα Νησιών

Πρόκειται για τη μεγαλύτερη –σε αριθμό νησιών- ομάδα στην οποία περιλαμβάνονται κυρίως νησιά μικρής έκτασης και πληθυσμού. Εδώ παρατηρείται τα τελευταία 20 χρόνια μια σταδιακή στροφή από απασχολήσεις πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα προς την απασχόληση στον τουρισμό εφόσον και η γεωργία-κτηνοτροφία έχει φθίνουσες αποδόσεις. Η σχετική ένδεια σε σημαντικούς πλουτοπαραγωγικούς πόρους αλλά και οι δυσκολίες πρόσβασης προς αυτά τα νησιά είναι ένα βασικό χαρακτηριστικό. Επιπλέον σε αρκετά από αυτά υπάρχουν και αρκετές ελλείψεις τεχνικών και κοινωνικών υποδομών αλλά και βασικών πόρων (υδατικοί πόροι). Ο τουρισμός άρα και με δραστηριότητες οικογενειακού χαρακτήρα (ενοικιαζόμενα δωμάτια, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, ταβέρνες, κτλ) αποτελεί, παρά την μικρή τουριστική περίοδο, μια βασική πηγή εισοδήματος. Για τα περισσότερα

από αυτά τα νησιά δεν υπάρχει κάποια συγκροτημένη διαφημιστική εικόνα, γεγονός που επηρεάζει και τη ζήτησή τους.

α) Χαρακτηριστικά Προσφοράς

Στο σύνολο των νησιών υπάρχουν ποιοτικοί περιβαλλοντικοί πόροι ενώ σε αρκετές περιοχές υπάρχουν και πολιτιστικοί ή ιστορικοί πόροι σημαντικής αξίας. Οι τουριστικές υποδομές είναι περιορισμένες και κυρίως αφορούν σε καταλύματα οικογενειακού χαρακτήρα, όπως προαναφέραμε, ενώ υπάρχει και αρκετά μεγάλος αριθμός παράνομων κλινών. Οι περιβαλλοντικές πιέσεις δεν είναι σημαντικές και υπάρχουν οι δυνατότητες μιας επέκτασης της υποδομής με «βιώσιμα» χαρακτηριστικά εφόσον κάτι τέτοιο γίνει με σχεδιασμό και προγραμματισμό. Τα προσφερόμενα προϊόντα είναι κυρίως:

- Τουρισμός διακοπών καλοκαιριού
- Περιηγητικός τουρισμός
- Τουρισμός υπαίθρου
- Οικοτουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός.

β) Χαρακτηριστικά Ζήτησης

- Υπαρκτή Ζήτηση

Οι τουρίστες προέρχονται κυρίως από μεσαία και χαμηλά στρώματα και είναι αλλοδαποί και ημεδαποί. Η μεγάλη πλειοψηφία τους ταξιδεύει αυτόνομα και τα ποσοστά των τουριστών νέας και μεσαίας ηλικίας είναι υψηλά. Υψηλό είναι επίσης το ποσοστό τουριστών που έρχεται εδώ από κάποιο κοντινό-συνήθως μεγαλύτερο- νησί στο πλαίσιο κάποιας περιήγησης. Αρκετοί είναι και οι τουρίστες που τα επισκέπτονται με κάποιο ειδικό κίνητρο: ψάρεμα, κατάδυση, ιστιοπλοΐα, διαμονή στο ύπαιθρο, περιήγηση, οικολογία κτλ.

- Δυνητική Ζήτηση

Οι βασικοί στόχοι του προγράμματος Μάρκετινγκ θα πρέπει αν επιδιώξουν:

- Την ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης και τον εμπλουτισμό της με στροφή σε νέες αγορές και τύπους τουρισμού (εναλλακτικός τουρισμός).
- Τη συγκρότηση μιας διαφημιστικής εικόνας για αυτά τα νησιά η οποία να προβάλλει τον «ειδικό» και «εναλλακτικό» χαρακτήρα τους ως προορισμών. Αυτό σημαίνει:
 - Μάρκετινγκ με αποδέκτες ομάδες-στόχους με υψηλότερα εισοδήματα και κίνητρο τον εναλλακτικό τουρισμό και τις ήσυχες διακοπές
 - Προώθηση μιας εικόνας των νησιών ως προορισμών με ποιοτικά οικολογικά χαρακτηριστικά κατάλληλων για εναλλακτικό τουρισμό.

6^η Ομάδα Νησιών

Πρόκειται για μια μικρή ομάδα νησιών τα οποία έχουν ως βασικά χαρακτηριστικά το μικρό μέγεθος και πληθυσμό και την έλλειψη βασικών πλουτοπαραγωγικών πόρων αλλά και αρκετών υποδομών. Πολλά από αυτά τα νησιά λειτουργούν ως «δορυφόροι» μεγαλύτερων γειτονικών νησιών τα οποία αποτελούν πόλο έλξης μεγάλου αριθμού τουριστών (αλλοδαπών και ημεδαπών). Η τουριστική ανάπτυξη-έστω περιορισμένη-αποτελεί βασικό παράγοντα της γενικότερης ανάπτυξης των νησιών αυτών τα τελευταία χρόνια. Η μικρή τουριστική περίοδος αλλά και η έλλειψη διαφημιστικής εικόνας είναι παράγοντες που συμβάλλουν στη διαμόρφωση μιας ασταθούς- και επηρεαζόμενης από την συγκυρία-ζήτησης.

α) Χαρακτηριστικά Προσφοράς

Συνήθως όλα τα νησιά διαθέτουν ικανοποιητικούς περιβαλλοντικούς πόρους και αρκετούς πόρους πολιτισμικού ή ιστορικού χαρακτήρα. Οι τουριστικές υποδομές είναι περιορισμένες και κυρίως αφορούν σε επιχειρήσεις οικογενειακού χαρακτήρα (ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, ενοικιαζόμενα δωμάτια. Εστιατόρια κτλ). Ελάχιστες είναι οι περιβαλλοντικές πιέσεις αλλά παράλληλα η έλλειψη βασικών πόρων και τεχνικών υποδομών δεν επιτρέπει ουσιώδη επέκταση της τουριστικής υποδομής. Τα νησιά αυτά διαθέτουν πολλά από τα χαρακτηριστικά προορισμών εναλλακτικού τουρισμού για τουρίστες με ανάλογα κίνητρα. Τα προσφερόμενα προϊόντα τους είναι κυρίως:

- Τουρισμός διακοπών καλοκαιριού
- Περιηγητικός τουρισμός
- Τουρισμός υπαίθρου
- Οικοτουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Τουρισμός περιπέτειας
- Αθλητικός τουρισμός.

β) Χαρακτηριστικά Ζήτησης

• Υπαρκτή Ζήτηση

Οι τουρίστες προέρχονται κυρίως από μεσαία και χαμηλά στρώματα και είναι αλλοδαποί και ημεδαποί. Η μεγάλη πλειοψηφία τους ταξιδεύει αυτόνομα και τα ποσοστά των τουριστών νέας και μεσαίας ηλικίας είναι υψηλά. Υψηλό είναι επίσης το ποσοστό τουριστών που έρχεται εδώ από κάποιο κοντινό-συνήθως μεγαλύτερο- νησί στο πλαίσιο κάποιας περιήγησης. Αρκετοί είναι και οι τουρίστες που τα επισκέπτονται με κάποιο ειδικό κίνητρο: ψάρεμα, κατάδυση, ιστιοπλοΐα, διαμονή στο ύπαιθρο, περιήγηση, οικολογία κτλ.

• Δυνητική Ζήτηση

Οι βασικοί στόχοι του προγράμματος Μάρκετινγκ θα πρέπει να επιδιώξουν:

- Την ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης και τον εμπλουτισμό της με στροφή σε νέες αγορές και τύπους τουρισμού (εναλλακτικός τουρισμός).
- Τη συγκρότηση μιας διαφημιστικής εικόνας για αυτά τα νησιά η οποία να προβάλλει τον "ειδικό" και "εναλλακτικό" χαρακτήρα τους ως προορισμών. Αυτό σημαίνει:
 - Μάρκετινγκ με αποδέκτες ομάδες – στόχους με υψηλότερα εισοδήματα και κίνητρο τον εναλλακτικό τουρισμό και τις ήσυχες διακοπές.
 - Προώθηση μιας εικόνας των νησιών ως προορισμών με ποιοτικά οικολογικά χαρακτηριστικά κατάλληλων για εναλλακτικό τουρισμό.

B.4.5 Αναγκαίες θεσμικές ρυθμίσεις χωροταξικού, πολεοδομικού και περιβαλλοντικού περιεχομένου

Στις περιοχές που προτείνονται για ένταξη στο δίκτυο NATURA 2000, στις περιοχές που προτείνεται να χαρακτηρισθούν ως "Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους" και σε άλλες περιοχές που παρουσιάζουν αυξημένο ενδιαφέρον από πλευράς φυσικού περιβάλλοντος και τοπίου, απαιτείται η κατά προτεραιότητα θεσμοθέτηση προστατευτικού καθεστώτος μέσω των διατάξεων είτε του ν.1650/86 είτε του ν.2508/97. Πρέπει, ακόμη, να ολοκληρωθεί η διαδικασία θεσμοθέτησης του Χωροταξικού Σχεδίου της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου.

Γενικότερα, και όπως έχει ήδη αναφερθεί απαιτείται – και πρέπει να γίνει άμεσα – ο καθορισμός χρήσεων γης και όρων και περιορισμών δόμησης στις εκτός σχεδίου και εκτός οικισμών περιοχές. Παρόμοιες θεσμικές ρυθμίσεις πρέπει να προωθηθούν και εντός των οικισμών, με προτεραιότητα σε όσους οικισμούς δέχονται ήδη σημαντικές πιέσεις. Απαιτείται, τέλος, η επιβολή προστατευτικού καθεστώτος για την προστασία των ανθρωπογενών πολιτισμικών στοιχείων και συνόλων των νησιών (βλ. Κεφ. Β.1.1, Σενάριο της αειφορικής ανάπτυξης).

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.2: ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΚΑΤΑ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ)

| Κατηγορία Νησιών - Νησί | Θαλάσσιος Τουρισμός | Χρονομεριστικό ς “Time sharing” | Καζίνων | Συνεδριακός | Εκθεσιακός | Incentive | Περιβαλλοντικό ς | Οικοτουρισμός | Υγείας | Αγροτο- τουρισμός | Κοινωνικός | Γ' ηλικίας - παραχείμασης | Αθλητικός | Ενεργού Αναψυχής | Πολιτιστικός | Αστικός | Παραθεριστικός | Ημερήσιος | Θρησκευτικός | Ήσυχες διακοπές | Εκπαιδευτικός | Θεματικά πάρκα |
|----------------------------|------------------------|---------------------------------------|---------|-------------|------------|-----------|---------------------|---------------|--------|----------------------|------------|------------------------------|-----------|---------------------|--------------|---------|----------------|-----------|--------------|--------------------|---------------|----------------|
| ΟΜΑΔΑ Ι | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ρόδος | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | | | ○ | | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | | | | | |
| Κως | ○ | ○ | | ○ | | ○ | | | ○ | | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | | | | | | |
| ΟΜΑΔΑ ΙΙ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Θήρα | ○ | | | | | ○ | ○ | | | | | | | ○ | ○ | | | | | | | |
| Μύκονος | ○ | | | | | ○ | | | | | | | | | ○ | | ○ | | | | | |
| Πάρος | ○ | ○ | | | | ○ | | | | | ○ | ○ | ○ | | ○ | | ○ | | | | | |
| ΟΜΑΔΑ ΙΙΙ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ανδρος | | | | | | | | ○ | | ○ | | | | ○ | ○ | | ○ | | | | | |
| Κέα | ○ | | | | | | ○ | | | ○ | | ○ | | ○ | | | ○ | 0 | | | | |
| Κύθνος | ○ | | | | | | ○ | | ○ | | | | | | | | ○ | 0 | | | | |
| Σύρος | ○ | ○ | | ○ | ○ | ○ | ○ | | | | | ○ | | | ○ | ○ | ○ | | | | | |
| Τήνος | | | | | | | | ○ | ○ | ○ | ○ | | | | ○ | | | | | | | |
| ΟΜΑΔΑ ΙV | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Κάλυμνος | ○ | | | | | ○ | | ○ | ○ | ○ | | | ○ | | ○ | | | | | | | |
| Κάρπαθος | ○ | | | | | | ○ | ○ | | ○ | | | | | ○ | | | | | | | |
| Λέρος | ○ | | | | | | ○ | | | ○ | ○ | | | | ○ | | | | | | | |
| Πάτμος | ○ | | | ○ | | | ○ | | | | | ○ | | | ○ | | | | | | | |
| Αμοργός | ○ | | | | | | | ○ | | ○ | | | | | ○ | | | | | | | |
| Ιος | ○ | | | | | | | | | ○ | | | | | | | | | | | | |
| Μήλος | | | | ○ | | | | ○ | | | | | | | ○ | | | | | | | |
| Νάξος | ○ | | | | | | | ○ | | ○ | | ○ | | | ○ | | ○ | | | | | |
| Σέριφος | ○ | | | | | | | | | | | | | | | | ○ | | | | | |
| Σίφνος | ○ | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | ○ | | ○ | | | | | |

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.2: ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΚΑΤΑ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ) (συνέχεια)

| Κατηγορία Νησιών - Νησί | Θαλάσσιος Τουρισμός | Χρονο- μεριστικός “Time sharing” | Καζίνων | Συνεδριακός | Εκθεσιακός | Incentive | Περιβαλλοντικό ς | Οικοτουρισμός | Υγείας | Αγροτο- τουρισμός | Κοινωνικός | Γ' ηλικίας - παραχρημάσεως | Αθλητικός | Ενεργού Αναψυχής | Πολιτιστικός | Αστικός | Παραθεριστικός | Ημερήσιος | Θρησκευτικός | Ήσυχες διακοπές | Εκπαιδευτικός | Θεματικά πάρκα |
|----------------------------|------------------------|--|---------|-------------|------------|-----------|---------------------|---------------|--------|----------------------|------------|-------------------------------|-----------|---------------------|--------------|---------|----------------|-----------|--------------|--------------------|---------------|----------------|
| ΟΜΑΔΑ V | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Αγαθονήσι | ○ | | | | | | | | | ○ | | | | | | | | | | | | |
| Αστυπάλαια | ○ | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | ○ | | | | | | | |
| Κάσος | | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | ○ | | | | | | | |
| Λειψοί | ○ | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | | | | | | | | |
| Μεγίστη | ○ | | | | | | | ○ | | | | | | | ○ | | | | | | | |
| Νίσυρος | ○ | | | | | | | ○ | ○ | | | | | | | | | | | | | |
| Τήλος | ○ | | | | | | | ○ | | ○ | | | | | ○ | | | | | | | |
| Ανάφη | | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | | | | | | | | |
| Δονούσα | ○ | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | | | | | | | | |
| Ηράκλεια | ○ | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | | | | | | | | |
| Κουφονήσι | ○ | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | | | | | | | | |
| Σίκινος | | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | | | | | | | | |
| Σχοινούσα | ○ | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | ○ | | | | | | | |
| Φολέγανδρος | | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | ○ | | | | | | | |
| ΟΜΑΔΑ VI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Αρκοί | ○ | | | | | | ○ | | | ○ | | | | | | | | | | | | |
| Μαράθι | ○ | | | | | | ○ | | | | | | | | | | | | | | | |
| Τέλενδος | ○ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ψέριμος | ○ | | | | | | | | | ○ | | | | | | | | | | | | |
| Σύμη | ○ | | | | | | ○ | | | | | | | | ○ | | ○ | | | | | |
| Χάλκη | ○ | | | | | | ○ | | | | | | | | ○ | | | | | | | |
| Αντίπαρος | ○ | | | | | | ○ | | | | | | | | | | | | | | | |
| Θηρασία | | | | | | | ○ | | | | | | | | | | | | | | | |
| Κίμωλος | | | | | | | | ○ | ○ | | | | | | ○ | | | | | | | |

Πηγή: Επεξεργασία Ομάδας Μελέτης / ENVIPLAN – Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Σε συνέχεια της παρατήρησης της Επιτροπής Παρακολούθησης και Παραλαβής της μελέτης, με την οποία ζητήθηκε η συμπλήρωση με ενημερωμένες βιβλιογραφικές αναφορές των στοιχείων για την τυπολογία των κατηγοριών τουρισμού, ακολουθούν πρόσθετες βιβλιογραφικές αναφορές για το θέμα:

- Pearce D. (1989), "Tourist Development", Longman London.
- ΕΤΒΑ ΑΕ, ENVIPLAN - Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες, Μελέτη Μεταβολής του Προτύπου του Μαζικού Τουρισμού - Εξέταση 14 Ειδικών Μορφών, 1990.
- Pearce D. (1991), "Tourism Today: A geographical analysis".
- WTO (1993), "Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners", Madrid.
- OECD and Inskeen E. (1994), "National and Regional Tourism Planning", Routledge, London.
- ΥΠΕΘΟ / Πανεπιστήμιο Αιγαίου, ENVIPLAN - Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες, Πρότυπο Δοκιμαστικό για τη δημιουργία ικανοποιητικών συνθηκών παροχής υπηρεσιών με multimedia - Οικοτουρισμός στο χώρο του Βορείου Αιγαίου, Αθήνα 1994.
- ΥΠΕΘΟ / Πανεπιστήμιο Αιγαίου, ENVIPLAN - Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες, Πρότυπο Δοκιμαστικό για τη δημιουργία ικανοποιητικών συνθηκών παροχής υπηρεσιών με multimedia - Δυνατότητες εφαρμογής Τηλεργασίας στο χώρο του Βορείου Αιγαίου, Αθήνα 1994.
- ΥΠΕΘΟ / Πανεπιστήμιο Αιγαίου, ENVIPLAN - Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες, Πρότυπο Δοκιμαστικό για τη δημιουργία ικανοποιητικών συνθηκών παροχής υπηρεσιών με multimedia - Πολιτιστικός τουρισμός στο χώρο του Βορείου Αιγαίου, Αθήνα 1994.
- ΥΠΕΘΟ / Πανεπιστήμιο Αιγαίου, ENVIPLAN - Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες, Πρότυπο Δοκιμαστικό για τη δημιουργία ικανοποιητικών συνθηκών παροχής υπηρεσιών με multimedia - Θαλάσσιος τουρισμός (yachting) στο χώρο του Βορείου Αιγαίου, Αθήνα 1994.
- Πανεπιστήμιο Αιγαίου (1995), «Διαχείριση Ακτών – Επιπτώσεις Τουρισμού», ΥΠΕΧΩΔΕ.
- German Federal Agency for Nature and Conservation, Biodiversity and Tourism (1997), Springer, Frankfurt.
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π. (1999), «Τουριστικός Τομέας: Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό», ΕΑΠ, Πάτρα.

- UNEP, WTO and IUCN, Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning & Management, 2002.

ΓΕΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

- Αγριαντώνης Ν., «Φηρά – Σαντορίνης: Ανάλυση της νησιωτικής τουριστικής κοινωνίας του Αιγαίου βασισμένη σε επιτόπια έρευνα και εμπειρία», στο Burgel G. (1989), Η Νεοελληνική Πόλη, Εξάντας, Αθήνα.
- Δεκλερής Μ. (1996), Ο Δωδεκάδελτος του Περιβάλλοντος- Εγκόλπιο βιωσίμου αναπτύξεως, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα.
- ΕΕC DG XI, Εταιρεία Οικολογίας και Ανάπτυξης, Προστασία και Διαχείριση των Ακτών: δυνατότητες για τη δημιουργία απασχόλησης, 1986.
- ΕΣΥΕ (2001) Στατιστική Επετηρίδα της Ελλάδος 2000, Αθήνα.
- Ζούρος Ν. (επιμ.) Γεωλογικός Άτλας του Αιγαίου (υπό έκδοση).
- ΚΕΠΕ (1976) *Πρόγραμμα Αναπτύξεως 1976-1980*, Αθήνα.
- Κοκκώσης Χ., «Τουριστική Ανάπτυξη και Φέρουσα Ικανότητα στα νησιά», στο Π. Τσάρτα, (επιμέλεια) Τουριστική Ανάπτυξη Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις, ΕΞΑΝΤΑΣ, Αθήνα, 2000.
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π.,: «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», ΚΡΙΤΙΚΗ, Αθήνα, 2002.
- Κοντογιάννη Μαρία (2000), Τουρισμός και Απασχόληση, Διπλωματική Εργασία.
- Μουζέλης Ν. (1987), Νεοελληνική κοινωνία : Οψεις Υπανάπτυξης, Εξάντας, Αθήνα.
- Μπριασούλη Ελ. (2000), Σχεδιασμός τουριστικής ανάπτυξης: χαρακτηριστικές προσεγγίσεις, στο Τσάρτας Π. (επιμ.) και άλλοι συγγραφείς (2000), Τουριστική ανάπτυξη –Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις, Εξάντας, Αθήνα.
- Παπαγεωργίου Κ. (επιστ. υπεύθυνος) (1999), Οδηγός Συνεταιριστικών Αγροτουριστικών και Αγροβιοτεχνικών Μονάδων, Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Υπουργείο Γεωργίας, Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Αθήνα.
- Παπανίκος Γ. (2000), Οι ελληνικές μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Ι. Τ. Ε. Π.

- Παρπαΐρης Απ. (1993), Μεθοδολογικό πλαίσιο εκτίμησης της χωρικής φέρουσας ικανότητας για τουριστική ανάπτυξη (ΦΙΤΑ), διδακτορική διατριβή, Μυτιλήνη.
- Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (2001), Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Νοτίου Αιγαίου 2000- 2006, Συμπλήρωμα Προγραμματισμού, Σύρος.
- ΣΕΤΕ (1995), Εκτίμηση των Αναγκών σε Ειδικευμένο Προσωπικό του Τουριστικού Τομέα, Αθήνα.
- Σπιλάνης Γ. (2000), Τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη. Η περίπτωση των νησιών του Αιγαίου. Στο Τσάρτας Π. (επιμ.) και άλλοι συγγραφείς (2000), Τουριστική ανάπτυξη –Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις, Εξάντας, Αθήνα.
- Τσάρτας Π. (1989), Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Κυκλάδων και ιδιαίτερα στα νησιά Ιος και Σέριφος κατά την περίοδο 1950 - 1980, Ε. Κ. Κ. Ε., Αθήνα.
- Τσάρτας Π. (1996), Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό, Αθήνα.
- Τσεκούρας Γ., Η χρήση μαθηματικών μοντέλων για προσομοίωση και εξελικτικές προοπτικές πολυσύνθετων παραμέτρων του περιβάλλοντος, Leeds, G.B. 1979.
- Τσεκούρας Γ., Εθνική Εκθεση Κατάστασης των Ελληνικών Ακτών, UNEP PAP-MAP-RAC, 1984.
- Τσεκούρας Γ., Η χωρητικότητα (φέρουσα ικανότητα) ως παράμετρος αξιολόγησης περιβαλλοντικών συστημάτων, Ευρωπαϊκό Σεμινάριο της UNEP για Μεσογειακές Χώρες, Αθήνα 1986.
- Τσεκούρας Γ., Τσούτσου Χ., Τομείς - Δραστηριότητες για την Αξιοποίηση των Βραχονησίδων του Αιγαίου, Γραπτή Εισήγηση στην Ημερίδα Στρατηγική Ανάπτυξης Νήσων Αιγαίου που οργάνωσε η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Δωδεκανήσου, Ρόδος 17/2/1996.
- Τσεκούρας Γ., Κριτική και Αξιολόγηση της Μελέτης για το Ολοκληρωμένο Σχέδιο Προγραμματισμού και Διαχείρισης της περιοχής του Αμβρακικού Κόλπου, UNEP, 1986.
- Τσεκούρας Γ., «Από το Άστυ στην Οικουμενόπολη», στο «Πού Βαδίζει ο Κόσμος; Ο Πλανήτης Γη και η Παγκοσμιότητα της Οικολογικής Κρίσης» εκδ. Τροχαλία, 1992.
- Τσεκούρας Γ., «Οι ιδιαιτερότητες του Σχεδιασμού της Αειφόρου Ανάπτυξης στο Αιγαίο», Κυκλαδίτικη Συνάντηση – Νέα Στρατηγική για

τον Τουρισμό – Σχεδιασμός για μια Αειφόρο Ανάπτυξη, Πάρος 23-24/5/02.

- ΥΠΕΘΟ, ENVIPLAN Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες, Αξιολόγηση Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Νοτίου Αιγαίου 1989-1993 και ex-ante Αξιολόγηση του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Νοτίου Αιγαίου 1994-1999 , 1992-1995.
- ΥΠΕΘΟ, ENVIPLAN Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες, Αξιολόγηση Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Νοτίου Αιγαίου 1994-1999 και ex-ante Αξιολόγηση του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Νοτίου Αιγαίου 2000-2006, 1996-2001.
- ΥΠΕΧΩΔΕ, ENVIPLAN Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες (1996), Μελέτη Χωρικών Επιπτώσεων των Κοινοτικών Προγραμμάτων και Πολιτικών στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, Αθήνα.
- ΥΠΕΧΩΔΕ, ENVIPLAN Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες (1999), Χωροταξικό Σχέδιο Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, Αθήνα.
- Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε., Ε.Μ.Π. (επιστ. υπεύθυνος Επίκ. Καθ. Κ. Χατζημπίρος) (1996-1999), Οριοθέτηση και καθορισμός μέτρων προστασίας τοπίων ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (ερευνητικό πρόγραμμα), Αθήνα.
- ΥΠΕΧΩΔΕ, ΟΠΑΜ ΕΠΕ, Γ. Τσεκούρας, Χ. Τσούτσου, Ειδική Χωροταξική Μελέτη Προστασίας του Κερκυραϊκού Τοπίου με στόχο την Ποιοτική Αναβάθμιση του Τουρισμού μέσω του καθορισμού χρήσεων γης, 1990.
- Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. & ΥΠ.ΕΘ.Ο. (1994), «Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης Μεταφορών Ελλάδα 2010».
- ΥΠΕΧΩΔΕ – Υπουργείο Δημοσίων Έργων Ιταλίας (Περιφέρεια Basilicata) – Κύπρος – Μάλτα, ENVIPLAN – EDP S.A. κ.ά., (2001), Πιλοτική Δράση ARCHI-MED – Υποδράση 2.2., Η Ανάδειξη του Περιβάλλοντος ως Παράγων Ανάπτυξης στο Μεσογειακό Χώρο, Αθήνα.
- Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (1999), Στατιστική Αεροπορικής Κίνησης.
- Υπουργείο Αιγαίου (1998) Θεσμικό Πλαίσιο Οικισμών, Αθήνα.
- Φαρσάρης Γ. και Πραστάκος Π. (2001), Δείκτες αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης- πιλοτική εφαρμογή στο δήμο Χερσονήσου Κρήτης, Τουριστική Αγορά, τ. 135, σελ. 134 επ.
- Χρήστου Ε., «Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων», ΕΑΠ, Πάτρα, 2000.

- Coccossis H. and Parpairis A., Tourism and the environment: Some observations on the concept of carrying capacity στο Briassoulis H. and Jan van der Straaten (editors): Tourism and the Environment – Regional, Economic, Cultural and Policy Issues, Revised second edition, Kluwei Academic Publishers.
- Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd, Wanhill (1998), Tourism: Principles and Practice, Longman, 2nd edition.
- EEC DG XI / EURONET, European Sustainable Cities, 1994.
- EEC DG XI / ICLEI - EURONET, European Good Practice Information System - Local Sustainability, 1996.
- Tsartas P. (1998), La Grèce: du tourisme de masse au tourisme alternatif», Serie: tourismes et societes, L' Harmatton, Paris.
- Tsekouras G. Th., Optimum City Size, Dundee University, 1974.
- Williams W. P. and Gill Al., Tourism carrying capacity management issues.
- Doswell R., ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: «Ο ρόλος του αποτελεσματικού μάνατζμεντ», ΚΡΙΤΙΚΗ, Αθήνα, 2002.
- WTO, National and regional Tourism Planning: "Methodologies and case studies", Madrid, 1994.
- Mill R.C and Morrison A.M, THE TOURISM SYSTEM: "An introductory Text", London, Prentice Hall, 1985.
- Middleton V.TC with Jackie Clarke, "Marketing in Travel and Tourism", Butherworth-Heinemann.
- Weiler Band Hall M. C. editors, "Special Interest Tourism", Belliaven Halsted, London, 1992.
- Tsartas P., "La Grèce: du Tourisme de Masse au Tourisme Alternatif", L'Harmattan, Série C, Tourismes et Sociétés, Paris, 1998.