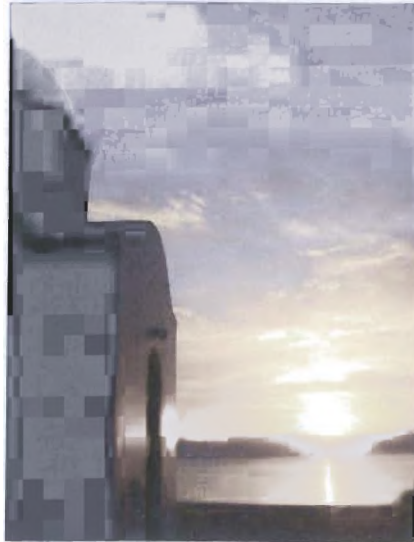


ΣΧΟΛΗ: Διοίκησης Οικονομίας
ΤΜΗΜΑ: Σ.Σ.Ο.Ε



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού μέσα από τους Ολυμπιακούς αγώνες 2004»

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ:
Λαζανά Φιλιώ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ
Έλληνα Ειρήνη
Καδδίτη Παρασκευή
Μαστροδημητρη
Ασπασία – Ιωάννα



ΜΕΣΣΟΛΟΓΓΙ 2007

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εργασία αυτή πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της πτυχιακής μας εργασίας της σχολής οικονομίας και διοίκησης του τμήματος στέλεχος συνεταιριστικών οργανώσεων και εκμεταλλεύσεων.

Σκοπός αυτής της μελέτης είναι να εξετάσουμε την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια και η εξέλιξη του μέσα από τους Ολυμπιακούς Αγώνες (Ο.Α) 2004.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία περιλαμβάνει εννέα κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο ορίζεται η έννοια του τουρισμού, οι διακρίσεις του και η ανάλυση των ειδών του τουρισμού.

Το δεύτερο κεφάλαιο μελετά την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα από την αρχαιότητα έως τις τελευταίες δεκαετίες και τις βάσεις πάνω στις οποίες στηρίχθηκε η τουριστική ανάπτυξη.

Στο τέταρτο κεφάλαιο πραγματοποιείται μια σύντομη αναφορά για την αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων το 1896, ο απόηχος τους και παρατίθενται ένας κατάλογος των χωρών που διεξάχθηκαν οι Ο.Α μετά το 1896.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναφέρεται η ανάθεση των Ο.Α 2004 στην Αθήνα, οι υποδομές που πραγματοποιηθήκαν εν όψει των Ο.Α και οι στόχοι που τέθηκαν για την επιτυχή διοργάνωση των Ο.Α

Στο έκτο κεφάλαιο τονίζεται η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα, οι προβλέψεις της τουριστικής ζήτησης με τους Ο.Α και χωρίς τους Ο.Α και το όφελος που προσκόμισε από αυτούς.

Στο έβδομο κεφάλαιο περιλαμβάνεται η επιστροφή των Ο.Α στη χώρα που τους γέννησε, γίνεται αναφορά στην τελετή έναρξης-λήξης των Ο.Α και στα σχόλια που ειπώθηκαν για την διεξαγωγή των Ο.Α καθώς και εμπειρίες άλλων διοργανωτριών πόλεων.

Στο όγδοο κεφάλαιο εξετάζεται η πορεία του ελληνικού τουρισμού την τελευταία δεκαετία, το επίπεδο των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα και καταγράφονται σχόλια ξένων χωρών για τον ελληνικό τουρισμό.

Τέλος στο ένατο κεφάλαιο μελετάμε τις προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού, τη συμβολή του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ), την τουριστική πολιτική που θα υιοθετηθεί, και προτάσεις ανάπτυξης του τουρισμού.

Για την συγγραφή αυτής της εργασίας χρησιμοποιήσαμε τα πιο πρόσφατα στοιχεία που ήταν διαθέσιμα από ποικίλες πηγές : βιβλία, εφημερίδες, internet (διαδίκτυο) και πτυχιακές εργασίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ

1.1 Ορισμός τουρισμού



Ο τουρισμός με τη σύγχρονή του μορφή μπορεί να οριστεί, σε γενικές γραμμές, ως η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλο με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, καθώς και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων.

Όπως μπορεί να διαπιστωθεί, ο ορισμός αυτός του τουρισμού περιλαμβάνει δύο σκέλη. Το πρώτο σκέλος, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στη μετακίνηση ανθρώπων για τους τουριστικούς λόγους, αντιπροσωπεύει το «καταναλωτικό» μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται με την τουριστική ζήτηση, ενώ το δεύτερο, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στην υποδοχή και εξυπηρέτηση των ανθρώπων που μετακινούνται πρόσκαιρα για τουριστικούς λόγους, αντιπροσωπεύει το καθαρά «παραγωγικό» μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται, όπως είναι φυσικό, με την τουριστική προσφορά. Τόσο η τουριστική προσφορά όσο και η τουριστική ζήτηση προϋποθέτουν την ύπαρξη κάποιων προϊόντων, που μπορούν να εκφραστούν όχι μόνο ποσοτικά αλλά και ποιοτικά, η δε κατανάλωση ή χρήση τους να ικανοποιεί τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ανθρώπων. Τα προϊόντα αυτά υπάρχουν και είναι τα τουριστικά, τα οποία μπορεί να είναι υλικά ή άυλα και ακόμα απλά ή σύνθετα.

Ο τουρισμός διακρίνεται σε εσωτερικό, όταν η μετακίνηση πραγματοποιείται στο εσωτερικό της χώρας, και εξωτερικό, όταν πραγματοποιείται σε ξένη χώρα ή χώρες, σε οργανωμένο, όταν το ταξίδι διοργανώνεται από ταξιδιωτικό γραφείο παρέχοντας συγκεκριμένες τουριστικές υπηρεσίες στους συμμετέχοντες, και ανοργάνωτο, οπότε το τουριστικό πρόγραμμα διαμορφώνεται από τον ίδιο τον τουρίστα, σε χειμερινό, όταν η

μετακίνηση γίνεται κατά τη χειμερινή περίοδο, και θερινό, όταν γίνεται κατά τους θερινούς μήνες, και σε ατομικό, όταν μετακινείται ένα άτομο ή μια ή μια παρέα, και ομαδικό (οργανωμένο γκρουπ).

1.2 Η τυποποίηση και διάκριση του τουρισμού σε βασικές κατηγορίες

A) Μαζικός τουρισμός

Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται ως η κατηγορία εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας, πλην όμως σε καμιά περίπτωση δεν συνδέεται αποκλειστικά με τον τύπο τουρισμού διακοπών-αναψυχής μακράς διαμονής.

B) Ατομικός τουρισμός

Ο ατομικός τουρισμός είναι η αντίθετη του μαζικού τουρισμού κατηγορία ,που χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών. Η ανάπτυξη αυτής της κατηγορίας τουρισμού συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό, πλην όμως όχι αποκλειστικά, με ατομικά-ιδιωτικά μέσα μετακίνησης, όπως είναι τα αυτοκίνητα, τα αυτοκινούμενα τροχόσπιτα, τα θαλαμηγό σκάφη κ.τ.λ. τόσο κατά τη μετάβαση όσο και κατά τη διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στη χώρα ή τις χώρες του τουριστικού του προορισμού.

Γ) Εσωτερικός τουρισμός

Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα, πάντα, στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτειά της.

Δ) Εξωτερικός τουρισμός

Ο εξωτερικός τουρισμός ή διεθνής, όπως χαρακτηρίζεται και διαφορετικά, πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους και με αυτόν τον τρόπο να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους κατά συνέπεια, εξωτερικό τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα, όταν μόνιμοι κάτοικοι

άλλων χωρών την επισκέπτονται ή όταν μόνιμοι κάτοικοί της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους.

Ε) Συνεχής τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του συνεχούς τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο τον χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμιά περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη τη διάρκεια του χρόνου.

ΣΤ) Εποχικός τουρισμός

Χαρακτηριστική διάκριση του εποχικού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο τον χρόνο, που σημαίνει ότι σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό οι δραστηριότητες του επηρεάζονται αποφασιστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές γι' αυτό και αναστέλλονται προσωρινά για ένα μικρό ή για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος.

1.3 Μορφές του τουρισμού

Α) ΓΕΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Β) ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Γ) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ
Δ) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ
Ε) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΘΛΗΣΗΣ
ΣΤ) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΗΣ
Ζ) ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Η) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ
Θ) ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Ι) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ
Κ) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΩΝ ΣΠΟΡ
Λ) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ
Μ) ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ν) ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Ξ) ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Ο) ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Π) ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Ρ) ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Σ) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ
Τ) ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Υ) ΛΑΪΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Φ) ΚΟΣΜΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Χ) ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Ψ) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΠΗΡΩΝ

1.3.1 Ανάλυση ειδών τουρισμού

A) Γενικός τουρισμός

Ο γενικός τουρισμός ή τουρισμός διακοπών-αναψυχής, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αποτελεί μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου που σχετίζεται στενά με την ανάγκη ή την επιθυμία που έχει αυτό για ανάπαυση και αναψυχή.

B) Μορφωτικός τουρισμός

Ο μορφωτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν ως κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές, γενικά εκδηλώσεις, όπως επισκέψεις ιστορικών μνημείων, αρχαιολογικών χώρων, μουσείων, πινακοθηκών, παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων.

Γ) Τουρισμός εκθέσεων

Ο τουρισμός εκθέσεων ουσιαστικά αποτελεί μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται δυναμικά ολοένα και περισσότερο. Σε αυτήν υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις, που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, ώστε οι επισκέπτες τους να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό κ.τ.λ.

Δ) Τουρισμός υγείας

Ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός, όπως ονομαζόταν παλαιότερα, εξελίσσεται σε μια από τις βασικότερες μορφές τουρισμού, τα δε άτομα που μετέχουν σε αυτόν έχουν ως κύριο κίνητρο την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας τους, τη θεραπεία και ανάρρωση τους από διάφορες ασθένειες κ.τ.λ.

Ε) Τουρισμός άθλησης

Ο τουρισμός άθλησης έχει ως κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως είναι για παράδειγμα η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, η πεζοπορία, το γκολφ, η ανεμοπορία, διάφορα προγράμματα γυμναστικής κ.τ.λ.

ΣΤ) Τουρισμός πόλης

Ο τουρισμός πόλης αποτελεί μια μορφή τουρισμού που έχει ως κύριο χαρακτηριστικό ότι τα άτομα που μετέχουν σε αυτόν ταξιδεύουν σε μια πόλη και την περιηγούνται για μερικές ημέρες, συνήθως δε τρεις ως τέσσερις.

Ζ) Συνεδριακός τουρισμός

Στο συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές.

Η) Τουρισμός περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας αποτελεί μια μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του άγνωστου και της έκπληξης. Φωτογραφικά σαφάρι, περιπλανήσεις, σε άγνωστες περιοχές, κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς κ.τ.λ., αποτελούν μερικά από τα χαρακτηριστικά του γνωρίσματα.

Θ) Οικογενειακός τουρισμός

Είναι γνωστό ότι η ύπαρξη παιδιών σε μια οικογένεια αποτελεί αποφασιστικό παράγοντα επιλογής τόσο του τόπου διακοπών όσο και του χρόνου που θα

πραγματοποιηθούν αυτές.

Ι) Τουρισμός τρίτης ηλικίας

Η τάση που υπάρχει σήμερα για περισσότερα και μακρύτερα ταξίδια επηρέασε, όπως είναι φυσικό, και την τρίτη ηλικία, που συνήθως διαθέτει ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, υψηλό δείκτη αποταμίευσης λόγω νοοτροπίας και τρόπου ζωής, μα πάνω από όλα μεγάλη επιθυμία για τα ταξίδια και γενικότερα για τουρισμό.

Κ) Τουρισμός χειμερινών σπορ

Ο τουρισμός χειμερινών σπορ είναι μια δυναμική μορφή του τουρισμού, που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες υποδοχής τουριστών στο πλαίσιο της προσπάθειας τους να διαφοροποιήσουν το τουριστικό τους προϊόν και με αυτόν τον τρόπο να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες και να προσελκύσουν διάφορες κατηγορίες τουριστών, κυρίως δε υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Λ) Τουρισμός παραχείμασης

Ο τουρισμός παραχείμασης αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά τη διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα για να αποφύγουν τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που επικρατούν στους τόπους της μόνιμης διαμονής τους.

Μ) Ορεινός τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός, αν και παρουσιάζει ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ, σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να ταυτιστεί με αυτόν. Συγκεκριμένα δεν έχει χρονικούς περιορισμούς. Αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τον τουρισμό.

Ν) Αγροτικός τουρισμός

Ο αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται

στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής.

Ξ) Θαλάσσιος τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής τουριστών και όχι μόνο.

Ο) Χρονομεριστικός τουρισμός

Βασίζεται στην αρχή της πώλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων ημερών ή εβδομάδων σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων την ίδια χρονική περίοδο του έτους κάθε χρόνο.

Π) Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που αφορά μια κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους οι οποίοι βρίσκονται στη χώρα της μόνιμης διαμονής τους ή σε κάποια άλλη είτε για λόγους λατρείας είτε για να πάρουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές είτε για να πάνε κάποιο τόπο που είχαν κάνει κ .τ .λ.

Ρ) Επιλεκτικός τουρισμός

Ο επιλεκτικός τουρισμός πραγματοποιείται κατά κανόνα από άτομα υψηλής εισοδηματικής τάξης. Τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως μεμονωμένα, δηλαδή κάνουν ατομικό τουρισμό, που σημαίνει ότι είτε αγοράζουν ατομικά τουριστικά πακέτα είτε τα φτιάχνουν όπως αυτά ακριβώς τα θέλουν.

Σ) Τουρισμός κινήτρων

Είναι πακέτα τα οποία δημιουργούνται για μεγάλες εταιρείες με σκοπό να χρησιμοποιηθούν από τα στελέχη τους για ολιγοήμερη ξεκούραση.

Τ) Οικολογικός τουρισμός

Ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησής του σέβονται τη φύση, μέχρι του σημείου να αποφεύγονται τα μαζικά μέσα μετακίνησης παντού όπου είναι αυτό εφικτό. Στο πλαίσιο της ανάπτυξης του οικολογικού τουρισμού εντάσσεται η τουριστική ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιότοπων, των εθνικών δρυμών κ.τ.λ.

Υ) Λαϊκός τουρισμός

Ο λαϊκός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται για την πελατεία του και συγκεκριμένα για το ότι αυτή αποτελείται από άτομα που κατά το πλείστον είναι χαμηλής εισοδηματικής στάθμης και ακόμη ότι τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με κάθε είδους ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα.

Φ) Κοσμοπολίτικος τουρισμός

Η πελατεία του κοσμοπολίτικου τουρισμού είναι κατά κύριο λόγο ο κόσμος της αριστοκρατίας και οι μεγιστάνες του πλούτου που συχνά ταξιδεύουν από το ένα κοσμοπολίτικο κέντρο στο άλλο.

Χ) Κοινωνικός τουρισμός

Ως κοινωνικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων.

Ψ) Τουρισμός αναπήρων

Είναι η δημιουργία κάθε είδους τουριστικών εγκαταστάσεων, που να διαθέτουν ανάλογο εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση των αναπήρων τουριστών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 Ο τουρισμός στην αρχαιότητα

Οι πρώτες μετακινήσεις του ανθρώπου για λόγους τουριστικούς, με τη σημερινή έννοια του όρου, άρχισαν να εμφανίζονται στην περίοδο της αρχαίας Ελλάδας. Η μετακίνηση σε άλλους τόπους μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους πραγματοποιείτο για λόγους εμπορικούς, θρησκευτικούς, αθλητικούς και ικανοποίησης της έμφυτης περιέργειας του ανθρώπου για κάτι νέο.

Στην αρχαία Ελλάδα το αίσθημα της ξενίας ήταν έντονα αναπτυγμένο. Αυτό το παρατηρούμε στα πολλά γραπτά κείμενα των αρχαίων συγγραφέων όπου οι αναφορές για ταξίδια είναι πάρα πολλές. Ο Ηρόδοτος έκανε περιηγήσεις στις ελληνικές πόλεις, ταξίδεψε στην Σικελία, στην Αίγυπτο και σε άλλες χώρες με σκοπό να γνωρίσει τα ήθη και τα έθιμα τους, τα ιστορικά μνημεία, τον πολιτισμό τους κ.α. Πολλά άτομα επίσης ταξίδευαν για ευχαρίστηση αλλά και για να γνωρίσουν νέες φιλοσοφικές δοξασίες, άλλους ανθρώπους, νέες τεχνικές και γενικά να γνωρίσουν τον τρόπο ζωής άλλων κοινωνικών ομάδων που στηριζόταν σ' άλλα συστήματα.

Τουριστικές περιοχές γνωστές της εποχής εκείνης με τα σημερινά δεδομένα, μπορούν να χαρακτηρισθούν η Ολυμπία, οι Δελφοί, η Επίδαυρος, η Αιδηψός δηλαδή περιοχές που αποτελούσαν πόλο έλξης ταξιδιωτών λόγω των διαφόρων γεγονότων που αποτελούσαν κατά διάφορες χρονικές στιγμές με διαφορετικά ενδιαφέροντα, όπως αθλητικές, θρησκευτικές εκδηλώσεις ή λόγω αποκατάστασης της υγείας. Παρόλα αυτά η συχνότητα των ταξιδιών και η συμμετοχή των ταξιδιωτών δεν πλησιάζει σε κανένα σημείο τη σημερινή κινητικότητα και συμμετοχή.

Στα ρωμαϊκά και βυζαντινά χρόνια οι μετακινήσεις γίνονται περισσότερες και αρχίζουν να υπάρχουν κανόνες όσον αφορά την ασφάλεια του ταξιδιού και τα διάφορα καταλύματα που προσφέρονται για την εξυπηρέτηση των ταξιδιωτών, που είναι ο χαρακτηρισμός του μετακινούμενου της εποχής εκείνης.

Ξεκινώντας από την αρχαιότητα παρατηρούμε ότι η μετακίνηση των μεμονωμένων ατόμων ή σε πολλές περιπτώσεις και η μετακίνηση ομάδων ατόμων ήταν περιορισμένη. Η περιορισμένη παιδεία, τα πενιχρά και μη ασφαλή μέσα συγκοινωνίας αποτελούσαν βασικά εμπόδια ανάπτυξης του τουρισμού.

Κατά την περίοδο της Αναγέννησης η ανάπτυξη του εμπορίου, η ανακάλυψη της πυξίδας, της πυρίτιδας και της Αμερικής δημιουργούν νέες οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές συνθήκες. Κυριαρχούν πλέον οι έμποροι που η φύση της δουλειάς τους με την ανάπτυξη νέων αγορών είναι να ταξιδεύουν με αποτέλεσμα να παρατηρούνται σημεία πνευματικής και μορφωτικής ανάπτυξης.

Οι νέες αυτές συνθήκες δημιουργούν μετακινήσεις, η δε συνεχής ανάπτυξη των συγκοινωνιακών μέσων παρέχει τις δυνατότητες για την πραγματοποίησή τους. Έτσι την εποχή αυτή παρατηρείται ένας, σε σχέση με το παρελθόν «οργασμός» μετακίνησης ατόμων για λόγους ικανοποίησης πνευματικών ανησυχιών. Η μετάβαση ατόμων από χώρες της Ευρώπης προς την Αίγυπτο, την εγγύς Ανατολή και την Ελλάδα για λόγους κύρια αρχαιολογικού ενδιαφέροντος ή εθνολογικής έρευνας είναι πλέον γεγονός.

Από το 18ο αιώνα ειδικά μετά την πλήρη επικράτηση της αστικής τάξης, ο τουρισμός αν και αρχίζει να σημειώνει κάποια ποσοτική και ποιοτική άνοδο, παραμένει προνόμιο των ατόμων με υψηλά εισοδήματα και ελάχιστων επιστημόνων και φιλοσόφων.

Στην ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού από τη δεκαετία του '50 και μετά σημαντικό και πρωτεύοντα ρόλο έπαιξαν ο Ν. Δούκας και ο Δ. Παπαευστρατίου, που διετέλεσαν Γενικοί Γραμματείς του Ε.Ο.Τ. Η προσφορά τους στην ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού είναι πρωτοποριακή αφού είναι αυτοί οι μεγάλοι θεμελιωτές του τουριστικού έργου.

Η ανεκμετάλλευτη πηγή εισροής πολύτιμου συναλλάγματος μέσω της τουριστικής κίνησης αποδεικνύεται ως σοβαρός μοχλός ανάπτυξης για τις δημόσιες επενδύσεις που θα συνεισφέρουν στην οικονομική ανόρθωση του κράτους.

Με το σλόγκαν «ο τουρισμός δίνει ψωμί σε πληθυσμούς περιοχών που στερούνται πλουτοπαραγωγικών πηγών», η Ελλάδα, με τον ανεκμετάλλευτο μέχρι τότε μεγάλο τουριστικό της πλούτο, προσδοκούσε σε υψηλούς στόχους, οι οποίοι είχαν πολλαπλασιαστικές ευεργετικές επιδράσεις στη διαμόρφωση της χώρας, καθώς η τουριστική ανάπτυξη από τότε και μετά κατάφερε ν' αλλάξει τη ζωή στις πιο φτωχές περιοχές της και έδωσε μια ανεκτίμητη υπεραξία στη γη στις μέχρι τότε άγονες

παραλιακές εκτάσεις αλλά και στις βραχώδεις παραλίες. Μια άλλη προσφορά της τουριστικής ανάπτυξης ήταν και η στήριξη της τοπικής παραγωγής και η συγκράτηση του πληθυσμού των οικονομικά ασθενέστερων περιοχών με την εξασφάλιση θέσεων εργασίας.

2.2 Η εξέλιξη του τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες

Μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου πολέμου, και του εμφυλίου πολέμου που ακολούθησε αμέσως μετά, καταβλήθηκαν προσπάθειες για την ανάπτυξη του τουρισμού. Η Ελλάδα σαν ένας τουριστικός προορισμός, άρχισε να προσελκύει από τις αρχές της δεκαετίας του '50 και μετά. Μέχρι τότε η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα ήταν περιορισμένη και αποτελείται κατά κύριο λόγο από πολύ πλούσιους τουρίστες οι οποίοι ενδιαφέροντουσαν περισσότερο για τον πολιτισμό και τα αρχαία της μνημεία. Τα συναλλαγματικά έσοδα που αποκόμιζε ήταν ασήμαντα, ο δε τουρισμός αποτελούσε μόνο ένα μικρό μέρος της τότε οικονομικής της δραστηριότητας.

Αυτό που συνέβαλε αποφασιστικά στην προσέλκυση ενός μεγαλύτερου αριθμού τουριστών στην Ελλάδα στη διάρκεια του δεύτερου μισού της δεκαετίας του '50, ήταν η υποτίμηση της δραχμής τον Απρίλιο του 1953. Η Ελλάδα έγινε τότε αν όχι ο φτηνότερος τουριστικός προορισμός για τους διεθνείς τουρίστες, τουλάχιστον ένας από τους φτηνότερους, ενώ πριν την υποτίμηση της δραχμής συγκαταλεγόταν μεταξύ των ακριβότερων. Έτσι λοιπόν, άρχισαν να επισκέπτονται την Ελλάδα και άτομα χαμηλότερης εισοδηματικής στάθμης, αφού ο τουρισμός της ήταν προσιτός σε αυτά. Το γεγονός ότι οι τιμές των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας αυξήθηκαν συγκριτικά με αργούς ρυθμούς και σε περιορισμένη έκταση κατά τα πρώτα έτη μετά την υποτίμηση της δραχμής και ότι η σταθερότητα της δραχμής διατηρήθηκε για μεγάλο χρονικό διάστημα, έκανε δυνατή την «πώλησή» της Ελλάδας σαν έναν προορισμό διακοπών και ανάπαυλας σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές για αρκετά χρόνια.

ΕΤΟΣ	ΔΙΟΡΘΩΣΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΑΝΤΙΣΤΕ	ΜΕΤΕΒΕΒΑΙΩΣΗ
1950	11.000	
1955	196.000	554,5%
1960	399.000	110,2%
1965	1.075.000	194,0%
1970	1.600.000	82,7%
1975	2.470.000	57,2%
1980	3.270.000	69,2%
1985	7.000.000	214,7%
1990	20.000.000	285,7%
1995	12.100.000	14,2%

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '60, έγιναν εντατικές προσπάθειες για την ανάπτυξη του τουρισμού, οι οποίες όμως αντιμετώπισαν μεγάλες δυσκολίες, λόγω των περιορισμένων κεφαλαίων που ήταν διαθέσιμα. Κατά συνέπεια οι προσπάθειες να αναπτυχθεί ο τουρισμός στη διάρκεια αυτής της περιόδου δεν ήταν ανάλογη με τις νέες ευκαιρίες που παρουσιαζόντουσαν. Παρ' όλα αυτά όμως, ο αριθμός των επισκεπτών στην Ελλάδα εξακολουθούσε να αυξάνεται και έτσι να γίνεται δυνατή η θετική συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας και ταυτόχρονα στη διερεύνηση της εξαγωγικής βάσης της με το να διαφοροποιούνται οι οικονομικές της δραστηριότητες.

2.2.1 Οι βάσεις πάνω στις οποίες στηρίχθηκε η τουριστική ανάπτυξη τις δεκαετίες '50 ΚΑΙ '60

Οι τουριστικοί πόροι στους οποίους βασίσθηκε η ανάπτυξη τις δεκαετίες του '50 και '60, ήταν βασικά δύο. Ο ένας προσφέρεται από τη φύση και είναι ένας συνδυασμός γεωγραφικής τοποθεσίας και κλιματολογικών συνθηκών. Ο άλλος είναι η ιστορία της Ελλάδας και το γεγονός ότι η χώρα αποτελεί το σημαντικότερο κομμάτι του Ευρωπαϊκού πολιτισμού.

Το Ελληνικό τοπίο αποτελεί, όπως είναι γνωστό, έναν ιδανικό συνδυασμό βουνών και θάλασσας. Αυτό μαζί με τα πολυάριθμα Ελληνικά νησιά τόσο στο Αιγαίο όσο και στο Ιόνιο πέλαγος προσδίδουν στην Ελλάδα ένα σπάνιο πλεονέκτημα τουλάχιστον σε ότι αφορά την Ευρώπη. Πέρα από αυτό όμως, πολύ λίγες χώρες μπορούν να προσφέρουν τόσο μεγάλη ηλιοφάνεια και τόσο ξηρό κλίμα όσο η Ελλάδα.

Η γεωγραφική θέση και οι κλιματολογικές συνθήκες της Ελλάδας αποτελούν τα κυριότερα ατού της για την ανάπτυξη του τουρισμού της, ενώ οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μνημεία του αρχαίου Ελληνικού πολιτισμού, που χρονολογούνται από το 3000π.χ., συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην προσέλκυση διεθνών τουριστών, γι' αυτό και θα ήταν μεγάλο λάθος να υποτιμήσει κανείς τη σημασία τους για τον τουρισμό.

Αντίθετα όμως θα ήταν εξίσου λάθος να βασίσει κανείς την τουριστική ανάπτυξη αποκλειστικά και μόνο σε αρχαία μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους. Είναι αλήθεια ότι οι αρχαιότητες από μόνες τους δεν είναι ικανές να προσελκύσουν τον κύριο όγκο των διεθνών τουριστών, παρά μόνο ένα μικρό αριθμό τους που έχουν υψηλότερο πολιτιστικό και μορφωτικό επίπεδο.

Παρόλα αυτά όμως θα μπορούσε να ειπωθεί ότι πολλοί από τους τουρίστες που έρχονται στην Ελλάδα δεν ενδιαφέρονται ή δεν έχουν την περιέργεια να επισκεφτούν αρχαιολογικούς χώρους και αρχαία μνημεία ενός από τους αρχαιότερους και πιο λαμπρούς πολιτισμούς στον κόσμο : τον Ελληνικό πολιτισμό.

Είναι ολοφάνερο ότι στο αρχικό στάδιο της ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας, η Ελλάδα βασιζόταν κατά κύριο λόγο στους δύο σημαντικότερους της τουριστικούς πόρους της για να μπορέσει να προσελκύσει δύο κατηγορίες τουριστών και συγκεκριμένα αυτήν της οποίας οι τουρίστες ενδιαφέρονται πρώτιστα να χαλαρώσουν και να απολαύσουν τη ζωή στην ύπαιθρο, και αυτήν της οποίας οι τουρίστες ενδιαφέρονται να επισκεφτούν αρχαιολογικούς τόπους και μνημεία. Όπως είναι γνωστό υπάρχουν αρκετά μέρη στην Ελλάδα που προσφέρουν το ένα ή το άλλο ή ακόμα και τα δύο. Ήταν λοιπόν φυσικό εκείνη η δεκαετία να στοχεύει σε ανάπτυξη της Ελληνικής περιφέρειας που προσφερόταν για τέτοιες διακοπές, ώστε να καταστεί δυνατή η διοχέτευση σε αυτές βαθμιαία μεν αλλά σταθερά δε, ολοένα και περισσότερα άτομα από αυτά που θα αποφάσιζαν να επισκεφτούν την Ελλάδα για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

2.2.2 Οι ρυθμοί ανάπτυξης του τουρισμού από το '70 έως και το '90

Στο χρονικό διάστημα από τα μέσα της δεκαετίας του '70 μέχρι και τη δεκαετία του '90 ο τουρισμός στην Ελλάδα αλλά και γενικότερα στο κόσμο, πέτυχε τους ταχύτερους αναπτυξιακούς ρυθμούς του. Οι κύριες διεθνείς τουριστικές αγορές της Ελλάδας εκείνη την περίοδο ήταν οι Η.Π.Α., η Μεγάλη Βρετανία και οι εύπορες Δυτικοευρωπαϊκές χώρες.

Η πτώση της δημοτικότητας των Ισπανικών παραθεριστικών κέντρων στη Μεσόγειο στα μέσα και προς το τέλος της δεκαετίας του '70 και οι ανάγκες της Ευρωπαϊκής τουριστικής βιομηχανίας για νέους τουριστικούς προορισμούς συνέβαλλαν στις ουσιαστικές μεταβολές που πραγματοποιήθηκαν τόσο στη νοερή εικόνα της Ελλάδας σαν τουριστικού προορισμού, όσο και στην τουριστική της υποδομή στα μέσα της δεκαετίας του '70.

Η χαμηλή συναλλακτική αξία της δραχμής έναντι των άλλων νομισμάτων των χωρών προέλευσης των τουριστών, σε συνδυασμό με το γενικά χαμηλό επίπεδο των τιμών και των μισθών, έκαναν την Ελλάδα ένα πολύ ελκυστικό τουριστικό προορισμό ιδιαίτερα στους μαζικά μετακινούμενους τουρίστες, που ενδιαφέρονται αποκλειστικά και μόνο για φτηνά τουριστικά πακέτα και γενικότερα για χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών με χαμηλό κόστος ζωής. Οι tour operator, που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες αυτής της κατηγορίας τουριστών, είδαν ευκαιρίες που παρουσιαζόντουσαν γι' αυτούς σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας και κυρίως στα συμπλέγματα των νησιών του Αιγαίου Πελάγους και του Ιονίου, τα οποία μέχρι τότε δεν είχαν κατορθώσει να προσελκύσουν αξιόλογο αριθμό διεθνών τουριστών.

Διεθνείς τουρίστες για τους οποίους οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μνημεία του αρχαίου πολιτισμού αποτελούσαν ισχυρό πόλο έλξης τους, περιοριζόντουσαν στο να χρησιμοποιούν την Αθήνα σαν πύλη εισόδου προς τη χώρα. Εξαιτίας αυτού του γεγονότος η Αθήνα υπήρξε την εποχή εκείνη το επίκεντρο του εισερχόμενου τουρισμού. Η κατασκευή αεροδρομίων όμως στα νησιά συνέβαλλε στην ταχεία αύξηση των αεροπορικών πτήσεων με αεροθούμενα αεροπλάνα που μπορούσαν να κάνουν χρήση των σχετικά περιορισμένου μήκους διαδρόμων των αεροδρομίων αυτών, αυτά τα αεροπλάνα που μετακινούσαν μεγάλους αριθμούς τουριστών ήταν στην εκμετάλλευση των tour operator. Αυτοί με τη σειρά τους, μετακινούσαν τους πελάτες τους απευθείας

στον ήλιο, τη θάλασσα και τη άμμο και συνέβαλλαν ριζικά στην δημιουργία ζήτησης του διεθνούς τουρισμό για διακοπές σε αυτά.

Η εντυπωσιακή και ταχύρρυθμη ανάπτυξη του τουρισμού άρχισε ουσιαστικά στα μέσα της δεκαετίας του '70, και επιβραδύνθηκε αισθητά στο τέλος της δεκαετίας του '80. Έτσι λοιπόν ύστερα από μια ταχύρρυθμη ανάπτυξη αυτή θα έμενε στάσιμη. Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα την περίοδο αυτή αντιμετώπιζε το πρόβλημα του μετασχηματισμού της χώρας σε έναν τουριστικό προορισμό που να μπορεί να συναγωνιστεί με επιτυχία τους άλλους τουριστικούς προορισμούς όχι μόνο ως προς την τιμή των παρεχομένων υπηρεσιών αλλά και ως προς την αξία τους σε σχέση με τα χρήματα που ξοδεύοντουσαν από τους τουρίστες για να αποκτήσουν το δικαίωμα να κάνουν χρήση τους. Αναμφίβολα ο τουρισμός στο τέλος της δεκαετίας του '80 βρίσκεται σε μια δύσκολη καμπή. Η εφαρμογή της συμφωνίας της ένταξης της χώρας στην Ε.Ο.Κ. το 1981 και τα χρόνια οικονομικά της προβλήματα προκάλεσαν βαθμιαία μια ουσιαστική αύξηση των τιμών και στη τουριστική βιομηχανία, ώστε η Ελλάδα να μην μπορεί πια στο τέλος της δεκαετίας του '80 να θεωρείται σαν ένας τουριστικός προορισμός που να μπορεί να πουληθεί στο εξωτερικό κατά κύριο λόγο για τη φθηνία του. Ο χρόνος είναι εκείνος που θα αποδείξει κατά πόσο ο Ελληνικός τουρισμός θα μπορέσει να ανταπεξέλθει στις διεθνείς οικονομικές συνθήκες που επικρατούν .

2.2.3. Η τουριστική ανάπτυξη την τελευταία δεκαετία

Είναι γεγονός πως, παρ' όλη τη σημαντικότητα της τουριστικής βιομηχανίας στο σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας μας, κανένας άλλος κλάδος δεν δοκιμάζεται τόσο σκληρά τα τελευταία χρόνια όσο ο τουρισμός. Αυτό οφείλεται κατά κύριο λόγο στις λανθασμένες πολιτικές που ακολουθήθηκαν και στη βραδύτητα με την οποία αντιμετωπίζονταν τα διάφορα πιεστικά προβλήματα του κλάδου. Σημαντικό ρόλο την τελευταία δεκαετία έπαιξαν και τα διεθνή γεγονότα, οι δυσμενείς συγκυρίες κάτω από τις οποίες λειτούργησε ο τουρισμός, όπως η σύρραξη στον Περσικό Κόλπο, ο πόλεμος στην Γιουγκοσλαβία, ο ρόλος της τρομοκρατίας στην Ελλάδα και άλλα πολλά, με αποκορύφωμα την τρομοκρατική ενέργεια της 11^{ης} Σεπτεμβρίου το 2001 στη Νέα Υόρκη που κατάφερε ένα τεράστιο πλήγμα στο διεθνή τουρισμό.

Το ερώτημα λοιπόν που πρέπει να τεθεί από τους ασχολούμενους στον τουρισμό, τους επιχειρηματίες, τους tour operator αλλά και από εμάς, τους απλούς πολίτες που ενδιαφερόμαστε για την «τουριστική εικόνα» της χώρας είναι το εξής: Υπάρχει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα το οποίο θα είχε ενδεχομένως πιθανότητες να αντιμετωπίσει τα χρόνια και πειστικά προβλήματα του κλάδου στο σύνολο τους;

Ποτέ δεν έγινε γνωστό από τις εκάστοτε πολιτικές κυβερνήσεις αν είχαν καταρτίσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής που να μπορούσε να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τα προβλήματα. Δυστυχώς δεν επενέβησαν στην τουριστική οικονομία για να αναβαθμίσουν την τουριστική προσφορά γενικά ή ακόμα να αναπτύξουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού που θα συμβάλλουν στην προσέλκυση τουριστικών υψηλών εισοδηματικών τάξεων, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, δεν έκαναν τίποτα για να προστατέψουν το περιβάλλον των τουριστικών τόπων, να συμπληρώσουν έργα τουριστικής υποδομής, να ελεγχθεί από την τουριστική ανάπτυξη και την παραξενοδοχεία σε συγκεκριμένους προορισμούς η οποία είχε πάρει επικίνδυνες διαστάσεις και να διοχετεύσουν τον τουρισμό σε άλλες λιγότερο «προνομιούχες» περιοχές, βοηθώντας συγχρόνως στην ανάπτυξη της τοπικής τους οικονομίας. Με λίγα λόγια θα έπρεπε να είχαν γίνει πολλά αυτή τη δεκαετία για να εξουδετερωθούν πρώτιστος οι αρνητικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις του τουρισμού σε περιφερειακό και κοινωνικό επίπεδο. Από την άλλη πλευρά θα έπρεπε να είχαν γίνει ενέργειες τέτοιες που θα βοηθούσαν στην περιφερειακή ανάπτυξη του σε εθνικό επίπεδο.

Παρά τα σοβαρά προβλήματα που αντιμετώπιζε ο τουρισμός στην Ελλάδα τη δεκαετία του '90, η Ελλάδα βρίσκεται εδώ και χρόνια στην κατάσταση των 40 δημοφιλέστερων προορισμών παγκοσμίως αλλά και μεταξύ των 40 τουριστικών προορισμών με τις μεγαλύτερες εισπράξεις στον κόσμο. Έτσι λοιπόν στο τέλος της δεκαετίας του '80 η Ελλάδα κατείχε την 13^η θέση στη λίστα με περίπου 8,9 εκατομμύρια αφίξεις τουριστών και μερίδιο τουριστικής αγοράς στο παγκόσμιο σύνολο της τάξης του 1,8%. Τη δεκαετία του '90 διαπιστώνεται το εξής παράλογο, η Ελλάδα αυξάνει της αφίξεις της κατά 2,2 εκατομμύρια, μειώνεται η συμβολή της στην παγκόσμια αγορά κατά 0,155. Οκτώ χρόνια αργότερα δηλαδή το 1998 σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, η χώρα μας, δεν καταλαμβάνει την 13^η θέση όπως πριν, αλλά την 16^η ενώ ο

αριθμός των επισκεπτών φτάνει στα 11,1 εκατομμύρια. Αλλά και σε ότι αφορά τις εισπράξεις της από το διεθνή τουρισμό, ενώ καταλάμβανε την 24^η θέση παγκοσμίως, πλέον είναι στη 27^η παρ' όλο που το ποσό των εισπράξεων ανέρχεται σε 4 δις δολάρια Η.Π.Α.

Η ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΟΥΣ 40 ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ

1990	1995	2000	ΑΦΙΣΤΕΥΣΕΙΣ ΚΑΤΑΔΕΙΞΕΙΣ 1998	% ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ 1998
13 ^η	16 ^η	16 ^η	11,077	1,8%

Η Ελλάδα είναι σήμερα ένας τουριστικός προορισμός που προσφέρεται σε πιθανούς τουρίστες με τους κανόνες του ελεύθερου ανταγωνισμού, ενώ η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες, από τις κυριότερες Ευρωπαϊκές χώρες προέλευσης είναι λίγο πολύ, μια περιορισμένη τουριστική αγορά που δεν έχει πολλά να προσφέρει. Τα άτομα που την επισκέπτονται έρχονται κατά κύριο λόγο, για να περάσουν ανέμελες και χαρούμενες διακοπές, στις οποίες ο ήλιος και η θάλασσα παίζουν μεγάλο ρόλο. Όπως είναι γνωστό η Ελλάδα διαθέτει μια μεγάλη ποικιλία τουριστικών θέρετρων, που μπορούν να ικανοποιήσουν τέτοιες ανάγκες και επιθυμίες, και αποτελούν τους μεγαλύτερους πόλους έλξης των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα.

Θα πρέπει να σημειώσουμε εδώ ότι οι επισκέπτες της Ελλάδας, στη μεγάλη τους πλειοψηφία ερχόντουσαν και έρχονται επειδή τη θεωρούν ένα σχετικά φτηνό προορισμό για διακοπές με ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες, ατέλειωτες παραλίες, μεγάλη ηλιοφάνεια και πολλά άλλα. Δεν είναι εύκολο όμως να σκιαγραφήσουμε με λεπτομέρειες τον τουρίστα που θα επισκέπτεται την Ελλάδα στο μέλλον, βέβαιο είναι ότι αυτός θα ανήκει στην μεσαία κοινωνικοοικονομική τάξη και κατά συνέπεια το ενδεχόμενο πραγματοποίησης φτηνότερων διακοπών, θα ενδιαφέρει ακόμα περισσότερο. Αυτό φυσικά δεν σημαίνει σε καμία περίπτωση ότι θα έπρεπε η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών να υποβαθμιστεί έτσι ώστε να καλυφθεί η απώλεια υψηλών εσόδων, αντίθετα

θα πρέπει να αναβαθμιστούν ποιοτικά μέσα από τον ανταγωνισμό.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι το μέλλον του Ελληνικού τουρισμού διαγράφεται υπό προϋποθέσεις ευοίωνο. Η κυριότερη από αυτές είναι η λήψη μέτρων και η χάραξη μιας συγκεκριμένης πολιτικής τουρισμού η οποία να περιλαμβάνει ένα μακροχρόνιο σχέδιο ανάπτυξης που να δίνει λύσεις στα περισσότερα καινούρια προβλήματα του τουρισμού.

2.3 Λόγοι τουριστικής ανάπτυξης και κυριότεροι δείκτες της

2.3.1 Σε τι πρέπει να αποβλέπει η τουριστική ανάπτυξη

Η οικονομική σημασία του τουρισμού και ο ρόλος που διαδραματίζει αυτός στην ανάπτυξη και πρόοδο των σύγχρονων κοινωνιών έχει γίνει μια κοινή συνείδηση στις πολιτικές εξουσίες των χωρών και κυρίως αυτών που πασχίζουν να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας που τις μαστίζει. Γι' αυτό και καταβάλλεται σοβαρή προσπάθεια εκ μέρους τους να αναπτύξουν τον τόσο σημαντικό αυτό κλάδο δραστηριότητας της οικονομίας τους και μάλιστα όσο το δυνατό δυναμικότερα και γρηγορότερα γίνεται. Πέρα από αυτό όμως, τα αναπτυξιακά προβλήματα του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο απασχολούν σοβαρά και ορισμένους διεθνείς οργανισμούς, όπως για παράδειγμα ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ), η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) και ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α). Έτσι, ευαισθητοποιείται η κοινή γνώμη με αποτέλεσμα να δείχνει ολοένα και μεγαλύτερο ενδιαφέρον για αυτά.

Η τουριστική ανάπτυξη, με την πιο πλατιά έννοια του όρου, σημαίνει σε γενικές γραμμές ανοδική εξέλιξη του τουρισμού, ως κλάδου οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας μιας χώρας, που συντελείται βασικά εκμετάλλευση των ανεπαρκών τουριστικών πόρων, με την αύξηση της τουριστικής παραγωγής και την ποιοτική βελτίωση της, μα πάνω απ' όλα με την προσαρμογή της στις ανάγκες ή επιθυμίες των τουριστών, δηλαδή στην τουριστική ζήτηση.

Η τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει μεταβολές διαρθρωτικής φύσης στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς επίσης σημαντικές αλλαγές και

βελτιώσεις των θεσμών που αφορούν την οργάνωση και λειτουργία της τουριστική παραγωγής.

Η ανάπτυξη του τουρισμού δεν θα πρέπει σε καμιά περίπτωση να επιχειρείται μονόπλευρα, πολύ περισσότερο μάλιστα όταν η οικονομία, της οποίας αποτελεί αναπόσπαστο μέρος, βρίσκεται ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης. Μια ισόρροπη και αρμονική ανάπτυξη του τουρισμού με τους άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως τους βασικούς, δηλαδή τη γεωργική και βιομηχανική οικονομία, εξασφαλίζει σε αυτήν τον απρόσκοπτο εφοδιασμό της με είδη διατροφής, κεφαλαιουχικό εξοπλισμό κ.λ.π. που της είναι τόσο απαραίτητα για την παραγωγή των τουριστικών προϊόντων που ζητούν οι τουρίστες για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών. Αλλά και οι επιθετικές επιδράσεις της ανάπτυξης του τουρισμού τόσο στους βασικούς όσο και στους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας μιας οικονομίας, κάθε άλλο παρά να υποτιμηθούν μπορούν και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθούν.

2.3.2 Οι λόγοι που συνηγορούν για την τουριστική ανάπτυξη

Η απόφαση να αναπτυχθεί ο τουρισμός ή να ενταθεί η προσπάθεια ανάπτυξης του σε τοπικό, περιφερειακό, ή εθνικό επίπεδο πρέπει, πριν επιχειρηθεί, να μελετηθεί με μεγάλη προσοχή. Τα οικονομικά ωφελήματα που προέρχονται από τον τουρισμό είναι αναμφίβολα πάρα πολύ σημαντικά. Γι' αυτό και η ανάπτυξη του τουρισμού συγκεκριμένα ολοένα και περισσότερο το ενδιαφέρον τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσομένων χωρών, εφόσον βέβαια υπάρχουν και οι απαραίτητες προϋποθέσεις για κάτι τέτοιο, όπως για παράδειγμα κάποιοι συνδυασμοί φυσικών, ιστορικών, αρχαιολογικών, πολιτιστικών και κλιματολογικών θέλητρων. Είναι πέρα από κάθε αμφισβήτηση ότι η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσεται και μεγεθύνεται όλο και περισσότερο. Μπορεί βραχυχρόνια να παρουσιάζει επιβράδυνση σε ότι αφορά την ανάπτυξη της, πλην όμως οι μεσοχρόνιες ή μακροχρόνιες προοπτικές είναι καλές.

Η αναμενόμενη συνεχής ανάπτυξη ή μεγέθυνση της τουριστικής βιομηχανίας βασίζεται στη συνεχή αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος των λαών, στο χαμηλότερο κόστος των τουριστικών μετακινήσεων, στον αυξανόμενο ελεύθερο χρόνο

για ανάπαυλα και ξεκούραση και αλλαγές στα γούστα και τις προτιμήσεις των ανθρώπων για ταξίδια αναψυχής και τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες .

2.3.3 Η τουριστική ανάπτυξη απαιτεί ανθρώπινο δυναμικό

Από τότε που ο τουρισμός άρχισε να αντιμετωπίζεται ως ένα σύγχρονο οικονομικό φαινόμενο μεγάλης σημασίας και να γίνεται ολοφάνερη η συμβολή του στην οικονομική ανάπτυξη ή μεγέθυνση μιας χώρας υποδοχής τουριστών, προσέλκυσε, όπως ήταν φυσικό, και το επενδυτικό ενδιαφέρον της ιδιωτικής πρωτοβουλίας .Έτσι, λοιπόν, δημιουργήθηκε μεταξύ άλλων και το πρόβλημα της ύπαρξης κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού για τη στελέχωση και «επάνδρωση» με την ευρύτερη έννοια του όρου, των μεγάλων σύγχρονων τουριστικών επιχειρήσεων.

Ειδικότερα, αν ληφθεί σοβαρά υπόψη το γεγονός ότι ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής προσφοράς, αβίαστα βγαίνει το συμπέρασμα ότι η ποσοτική και ποιοτική σύνθεση της εργασίας έχει άμεσες επιδράσεις στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών .

Με λίγα λόγια ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας έντασης-κατά το πλείστον-εργασίας που σημαίνει ότι ο ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί το βασικότερο στοιχείο στην όλη παραγωγική διαδικασία και τον οποίο μόνο σε περιορισμένη έκταση μπορεί να υποκαταστήσει σε μεγάλο βαθμό η σύγχρονη επιστήμη και τεχνολογία.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού, γενικά, σε ορισμένο τόπο και χρόνο, είναι μεταξύ άλλων και η αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας όλων αυτών που οποιονδήποτε τρόπο συμμετέχουν στη διαδικασία παραγωγής και διάθεσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

2.3.4 Οι κυριότεροι δείκτες της τουριστικής ανάπτυξης

Αντικειμενικός σκοπός τόσο των αναπτυγμένων χωρών όσο και των αναπτυσσομένων είναι εφόσον πληρούν το μίνιμουμ των απαραίτητων προϋποθέσεων για την τουριστική τους ανάπτυξη να την επιδιώξουν με κάθε τρόπο, προκειμένου να

εκμεταλλευτούν όσο το δυνατό περισσότερο και καλύτερα γίνεται τα οικονομικά ωφελήματα που προσπορίζει αυτή. Το αν και κατά πόσο πετυχαίνετε ο σκοπός αυτός μπορεί να διαπιστωθεί σχετικά εύκολα από τις συνδυασμένες ενδείξεις ορισμένων δεικτών, οι σημαντικότεροι είναι:

- Δείκτης του τουριστικού ισοζυγίου πληρωμών.
- Δείκτης των ευκαιριών απασχόλησης που δημιουργεί ο τουρισμός.
- Δείκτης της περιφερειακής τουριστικής ανάπτυξης.
- Δείκτης της επίδρασης του τουριστικού πολλαπλασιαστή.
- Δείκτης του ανταγωνισμού μεταξύ τουρισμού και άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας.
- Δείκτης των εσόδων του κράτους και της τοπικής αυτοδιοίκησης από τον τουρισμό.

2.4 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τουριστικής ανάπτυξης

Τα κυριότερα επιχειρήματα που δεν συνηγορούν για την τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο είναι ότι ο τουρισμός:

- 1) Προκαλεί μια υπερβάλλουσα ζήτηση για κάθε είδους αγαθά και υπηρεσίες, που οι τουριστικοί προορισμοί κάθε άλλο παρά σε θέση είναι να ικανοποιήσουν.
- 2) Προξενεί μεγάλες διαρροές εισοδήματος, που δεν επιτρέπουν να προκύψουν σημαντικά ωφελήματα.
- 3) Εκτρέπει επενδυτικά κεφάλαια από πρότυπα ανάπτυξης που εμφανίζουν καλύτερες προοπτικές για κέρδη.
- 4) Δημιουργεί κοινωνικά προβλήματα εξαιτίας των εισοδηματικών διαφορών, των κοινωνικών αντιθέσεων και της αύξησης της εγκληματικότητας και της διαφθοράς.

- 5) Καταστρέφει το φυσικό περιβάλλον και διαταράσσει την οικολογική ισορροπία.
- 6) Υποβαθμίζει λίγο-πολύ τους ιστορικούς και πολιτιστικούς χώρους.
- 7) Συγκεντρώνει τα μειονεκτήματα της εποχικότητας και κυρίως την περιορισμένη χρονικά παραγωγική δραστηριότητα.
- 8) Αυξάνει την ευπάθεια του προϊόντος του σε οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες ή αλλαγές.
- 9) Προκαλεί πληθωριστικές πιέσεις στην αξία της γης, καθώς επίσης και στην τιμή των ντόπιων αγαθών και υπηρεσιών.

Τα κυριότερα επιχειρήματα που συνηγορούν για την τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο είναι ότι ο τουρισμός:

- 1) Προσφέρει ευκαιρίες πλήρους και μερικής απασχόλησης για ειδικευμένο και ανειδίκευτο εργατικό δυναμικό και αυτό γιατί πρόκειται κατά κύριο λόγο για βιομηχανία έντασης εργασίας.
- 2) Εφοδιάζει την οικονομία με συναλλαγματικούς πόρους και συγκεκριμένα με σκληρά ξένα νομίσματα που, όπως είναι γνωστό, έχουν τουλάχιστον μερική εξωτερική μετατρεψιμότητα.
- 3) Αυξάνει τα ατομικά εισοδήματα, ενώ παράλληλα δημιουργεί συμπληρωματικό εισόδημα σε πολλές κατηγορίες ανθρώπων.
- 4) Συμβάλλει στην αύξηση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος.
- 5) Προϋποθέτει την ανάπτυξη μιας απαραίτητης υποδομής που εκτός του ότι ενισχύει την τουριστική ανάπτυξη, τονώνει παράλληλα τόσο το τοπικό εμπόριο όσο και τη μεταποιητική δραστηριότητα.
- 6) Βοηθά στο να διαφοροποιηθεί μια οικονομία και ιδιαίτερα όταν αυτή είναι παραγωγικά μονόπλευρα προσανατολισμένη.
- 7) Συνθέτει μια ευνοϊκή σε παγκόσμια κλίμακα νοερή εικόνα του τουριστικού

προορισμού.

- 8) Διευκολύνει τη διαδικασία του εκσυγχρονισμού με τη διαπαιδαγώγηση των νέων και της κοινωνίας, καθώς επίσης και με αξίες που αλλάζουν.
- 9) Δημιουργεί τουριστικές και ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις που μπορεί να κάνει χρήση τους και ο τοπικός πληθυσμός, τις οποίες διαφορετικά δεν θα είχε καν τη δυνατότητα να τις αποκτήσει.
- 10) Δίνει την ευκαιρία στους ξένους να εντυπωσιαστούν θετικά από τα θέλγητρα μιας μικρής χώρας ή μιας περιοχής που δεν είναι και τόσο γνωστή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΑΡΧΑΙΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΠΝΕΥΜΑ

3.1 Ολυμπιακοί αγώνες στην αρχαιότητα

Οι Ολυμπιακοί αγώνες πήραν το όνομα τους από την Ολύμπια όπου βρισκόταν ο μεγαλοπρεπής ναός του Δία.

Οι μελετητές δεν μπορούν να συμφωνήσουν στην ημερομηνία έναρξης των Ολυμπιακών Αγώνων, αλλά είναι σίγουρο ότι υπήρχε κάποιο γεγονός ανά τέσσερα χρόνια, τουλάχιστον από τον Ιούλιο του 776 π.Χ. καθώς είχε φτιαχτεί ένας κατάλογος με πρωταθλητές από τότε μέχρι το 217 π.Χ. από τον Ιούλιο Αφρικανό. Οι Ολυμπιακοί αγώνες σταμάτησαν με διαταγή του αυτοκράτορα Θεοδοσίου το 394 μ.Χ.

Οι Ολυμπιακοί αγώνες γίνονταν κάθε τέσσερα χρόνια την πρώτη πανσέληνο μετά το θερινό ηλιοστάσιο, δηλαδή περί τα μέσα Ιουλίου, μεταξύ 11 και 16 του μήνα αυτού. Ο αριθμός των ημερών που διαρκούσε κάθε Ολυμπιάδα άλλαζε κατά την πορεία των Αγώνων. Στην αρχή ήταν μόνο μία μέρα. Αυτό διήρκεσε έως το 684 π.Χ.(24^η ολυμπιάδα)όταν τα αγωνίσματα ήταν ακόμη έξι. Στην 25^η διοργάνωση προστέθηκε δεύτερη μέρα, στην 37^η η Τρίτη μέρα και τελικά στην 77η σταθεροποιήθηκε ο αριθμός των πέντε ημερών. Στους αγώνες της Ολυμπίας συμμετείχαν μόνο Έλληνες. Απαγορευόταν η συμμετοχή βαρβάρων, δούλων και γυναικών.

Ο Ολυμπιονίκης ξεπερνούσε σε δόξα κάθε άλλο νικητή Πανελληνίου Αγώνα. Έντονος ήταν ο συναγωνισμός των πόλεων και ιδιωτών για το ποιος θα αφιερώσει τα πολυτιμότερα και αξιολογότερα έργα τέχνης. Η Ολυμπία και οι Αγώνες της ήταν πραγματική κιβωτός του αρχαιότερου ελληνικού κόσμου.

Η διεξαγωγή μιας Ολυμπιάδας ήταν ένα εξαιρετικά πολυσύνθετο και δύσκολο έργο. Οι οργανωτικές απαιτήσεις πριν τους Αγώνες και κατά την τέλεσή τους απαιτούσαν μεγάλη ικανότητα και πείρα. Υπεύθυνη της διοργάνωσης ήταν ή πόλη της Ήλιδας, που ήταν γειτονική με την Ολυμπία και είχε τον ιερό χώρο στην κατοχή της. Οι Ηλείοι ήταν άξιοι οργανωτές ενός γιγάντιου έργου. Άλλωστε η δημόσια ζωή της πόλης

περιστρεφόταν αποκλειστικά γύρω από τα Ολύμπια. Αντιμετώπιζαν με επιτυχία όλα τα θέματα: έστελναν πρέσβεις σε όλες τις πόλεις για να κηρύξουν την έναρξη της Ιερής Εκεχειρίας, υποδέχονταν τους αθλητές νωρίτερα από τους αγώνες, επιμελούνταν και συντηρούσαν όλα τα κτίρια και τους αγωνιστικούς χώρους, οργάνωναν την παραμονή επισήμων αντιπροσωπειών (θεωριών) από όλες τις ελληνικές πόλεις. Ακόμη ετοιμάζαν και τελούσαν πλήθος λατρευτικών εκδηλώσεων και φρόντιζαν για την άμεμπτη διεξαγωγή όλων των αγωνισμάτων.

Δικαίωμα συμμετοχής είχαν μόνο οι Έλληνες άνδρες.

Η γυναίκα στην αρχαιότητα είχε κατώτερη θέση από τον άνδρα παντού και βέβαια ο αθλητισμός δεν αποτελούσε εξαίρεση. Η γυναίκα λοιπόν, είχε αποκλειστεί από τους Ολυμπιακούς Αγώνες και το παράδοξο ήταν πως μπορούσαν να τους παρακολουθούν μόνο ανύπαντρες κοπέλες. Αν τολμούσαν να παραβούν γενικά τους νόμους των Ολυμπιακών αγώνων θα τις γκρέμιζαν οι Ηλείοι από τους ψηλούς απομονωμένους βράχους του όρους Τυπαίου.

Εξαίρεση ήταν η Καλλιπάτειρα, η οποία ντυμένη γυμναστής, μπήκε στο στάδιο και παρακολούθησε τους αγώνες μέχρι τη στιγμή που νίκησε ο γιος της, ο Πεισίδωρος. Τότε όρμησε στο στίβο πηδώντας το περίφραγμα, που είχαν για τους γυμναστές και χωρίς να το καταλάβει της έπεσαν τα ρούχα. Έτσι φανερώθηκε η ταυτότητα της, δηλαδή ότι ήταν γυναίκα. Οι ουρανοί άστραψαν και βρόντηξαν, οι Ελλανοδίκες και ο κόσμος εξοργίστηκαν αλλά ευτυχώς η Καλλιπάτειρα δεν τιμωρήθηκε λόγω των διακρίσεων των αδερφών της, του πατέρα της και του γιου της. Έπειτα από αυτό θεσπίστηκε ένας νέος κανόνας, σύμφωνα με τον οποίον οι γυμναστές θα έπρεπε να είναι γυμνοί στους Αγώνες.

3.2 Ολυμπιακό πνεύμα

Τα Ολύμπια θα έπρεπε να είναι η μεγαλύτερη αθλητική γιορτή, μια ευκαιρία για παγκόσμια ειρήνη και επικοινωνία. Θα έπρεπε να είναι μια μεγαλειώδης επίδειξη αξιοπρέπειας, εντιμότητας και ειλικρίνειας.

Από την προσέγγιση του θέματος των αρχαίων Ολυμπίων παρατηρούμε πως τόσο εξωτερικά "δρώμενα", όσο και το ιδιαίτερο συμβολικό πλέγμα που υποκρύπτουν, περιέχουν ένα οικουμενικό μήνυμα, ένα μήνυμα ενότητας, ειρήνης, αδελφοσύνης,

ηρωισμού, απλότητας και πνευματικής καλλιέργειας. Βέβαια, όλες αυτές οι ιδέες δε θα είχαν καμία υπόσταση, αν δεν υπήρχε το κατάλληλο πνευματικό υπόβαθρο εκείνης της εποχής.

Μιλάμε για ενότητα, καθώς είναι γνωστό πως κατά τη διάρκεια της τέλεσης των αγώνων οι εχθροπραξίες σταματούσαν με ιερή εκεχειρία. Οι εξωτερικές διαμάχες έπαιρναν τέλος, όχι μόνο γιατί τούτο απαιτούσε σαν προϋπόθεση η τέλεση των αγώνων, αλλά γιατί την συγκεκριμένη στιγμή ήταν αδύνατο να εκδηλωθεί η πραγματική ταυτότητα της φυλής χωρίς στοιχειώδη ειρηνική προδιάθεση. Ο ελληνικός πολιτισμός δεν ήταν υπόθεση μιας πόλης μόνον. Ήταν ένα σύμπλεγμα των επιμέρους πολιτιστικών στοιχείων που προέβαλε κάθε πόλη-κράτος στο πέρασμα των αιώνων. Καθεμία έχει τη δική της ιστορία, τους δικούς της ήρωες και αποδίδει ιδιαίτερες τιμές σε συγκεκριμένες θεότητες. Όλες όμως έχουν το ίδιο πάνθεον και την ίδια γλώσσα, που αντλούν από την κοινή τους καταγωγή.

Κατ' αυτόν τον τρόπο ο αθλητής ενσάρκωνε τις καλύτερες ιδιότητες της συλλογικής διάνοιας, εμπλουτίζοντας τη ταυτόχρονα με την πράξη της συμμετοχής και εν τέλει της νίκης. Και τούτο γιατί η προσπάθεια του ήταν ένα προσωπικό ηρωικό έπος.

Οι αγώνες πλέον, και όχι μόνον οι Ολυμπιακοί, δεν αντιπροσωπεύουν κάποιο ηρωικό έπος, μια νέα ευκαιρία για το συλλογικό ασυνείδητο. Αντιπροσωπεύουν συμφέροντα εταιρειών και έχουν σαν όπλο τα τηλεοπτικά δίκτυα. Χτίζουν συνειδητά την πλάνη μέσω της διαφήμισης και βομβαρδίζουν καθημερινά τις μάζες, αφαιρώντας τους έξυπνα τη δυνατότητα της σκέψης και του προβληματισμού.

Στην αρχαιότητα, για να είναι οποιοσδήποτε συμμετοχος του μύθου μέσω του εορτασμού των αγώνων, χρειαζόταν υγιή νου και υγιές σώμα. Με αυτόν τον τρόπο μόνον μπορούσε να νιώσει την ουσία της συμμετοχής του.

Τούτος ο τόπος διαθέτει από τα πανάρχαια χρόνια μια κρυφή λάμψη, μια ακτινοβολία που αντανακλάται στα χρώματα και στα λιθάρια του, στα βουνά του και στους ανέμους που δέρνουν τα ξερονήσια, στις μυρωδιές των αγριολούλουδων, στο βαθύ γαλάζιο του πελάγου. Είναι ένας τόπος που ξυπνάει προσδοκίες και μακρινές θύμησες, που γεννάει ποιητές και φιλοσόφους, αγωνιστές και ήρωες στο ατέλειωτο διάβα του χρόνου.

Ο τόπος που γέννησε μια ιδέα σαν κι αυτή των Ολυμπίων, έχει γεννήσει και άλλες λαμπρές ιδέες. Τούτες οι ιδέες βρήκαν την ολοκλήρωσή τους και την πλήρη τους

άνθιση μόνο στην ενότητα, στο μόνοιασμα της φυλής. Πέρασαν εκατοντάδες, χιλιάδες χρόνια διχόνοιας. Οποιαδήποτε άλλη φυλή θα είχε εξαφανιστεί από πρόσωπου γης εξαιτίας του αλληλοσπαραγμού. Γιατί τούτη η φυλή επιμένει να υπάρχει σε πείσμα των σφετεριστών τους. Γιατί κατάφερε και γέννησε ποιητές, αλλοπαρμένους ιδεαλιστές, ανθρώπους παράδοξους που χάραξαν μοναχικά μονοπάτια σε ορίζοντες ανεξερεύνητους. Γιατί γέννησε γίγαντες της σκέψης, που έδωσαν στην ανθρωπότητα μια τεράστια ώθηση. Μια ώθηση που σήμερα γεύεται όλος σχεδόν ο πλανήτης.

Η ελληνική φυλή δεν χρειάζεται να γευτεί τους καρπούς αυτής της ώθησης. Βρίσκονται στην ίδια τη βιολογική της δομή. Και τούτο λίγο-πολύ σημαίνει ότι πρέπει να ετοιμάζεται για καινούρια μονοπάτια, για νέες προσφορές, για μια νέα ώθηση στην ανθρωπότητα. Τούτο σημαίνει ότι, για άλλη μια φορά πρέπει να αποκαλύψει το ηρωικό της πρόσωπο. Έτσι κι αλλιώς η μοναξιά του ήρωα, η εθνική μας μοναξιά είναι δεδομένη.

3.3 Πρόγραμμα των αγώνων

Δυο ημέρες πριν από την έναρξη των Αγώνων μια μεγαλοπρεπής πομπή από τους ελλανοδίκες, αθλητές, θεωρούς, γυμναστές, συγγενείς, ιερείς, κριτές, αντιπροσωπείες των πόλεων ξεκινούσε από την Ήλιδα και δια μέσου της ιεράς οδού που είχε μήκος 30 χιλιόμετρα, έφθανε στην Ολυμπία.

Το πρόγραμμα και το τελετουργικό των Αγώνων ήταν :

Ημέρα πρώτη : Εμπρός από το άγαλμα του Ορκίου Διός στο Βουλευτήριο, γινόταν η τελετή ορκωμοσίας των αθλητών για την τήρηση των κανονισμών των αγώνων. Ακολουθούσε καταγραφή των αθλητών, ο χωρισμός κατά αγώνισμα και η κλήρωση των ζευγαριών και της σειράς.

Ημέρα δεύτερη : Αρχίζαν τα αγωνίσματα των παιδιών. Στο κατάμεστο στάδιο έμπαιναν οι Ελλανοδίκες με πορφυρό μανδύα, κρατώντας κλάδους φοίνικα και ακολουθούσαν τα παιδιά αθλητές.

Ημέρα τρίτη : Οι αθλητές αγωνίζονταν στα ιππικά αθλήματα και στο πένταθλο.

Ημέρα τέταρτη : Ήταν η μέρα της κορύφωσης των τελετών και των αγώνων. Το πρωί, πομπή αθλητών, θεωρών και ιερέων έφθανε στο βωμό του Δία και προσέφερε θυσίες εκατό ταύρων προς τιμή του θεού.

Ημέρα πέμπτη : Η πέμπτη και τελευταία μέρα της Ολυμπιάδας ήταν η ημέρα του θριάμβου και της βράβευσης των ολυμπιονικών. Στο μεγάλο ναό του Δία απένειμαν στους νικητές τον κότινο. Το μεσημέρι η πόλη της Ήλιδας παράθετε στους νικητές επίσημο γεύμα. Το βράδυ κορυφώνονταν το γλέντι με τις αντιπροσωπείες να συναγωνίζονται σε προσφορές. Ήταν πραγματικά λαμπρή γιορτή.

3.4 Ακμή Ολυμπιακών Αγώνων

Ο 4^{ος} αιώνας θεωρείται η λαμπρότερη εποχή των Ολυμπιακών Αγώνων, η οποία συμπίπτει με την ακμή και η δόξα του έθνους. Κατά αυτόν αναδείχθηκαν οι περισσότεροι και οι σπουδαιότεροι ολυμπιονίκες, μεταξύ των οποίων ο παλαιστής Μίλων ο Κροτωνιάτης, (ο οποίος νίκησε έξι φορές στα Πύθια, επτά στους Ολυμπιακούς Αγώνες. Εννέα στα Νέμεα και δέκα στα Ίσθμια), ο Διαγόρας ο Ρόδιος. Πολυδάμας του Νικίου από την Σκοτούσα της Θεσσαλίας, ο Γλαύκος του Δημόλου από την Κάρυστο Εύβοιας, ο Θεαγένης από τη Θάσο και άλλοι.

Βασιλιάδες της απομακρυσμένης Κυρήνης, τύραννοι της Σικελίας, άρχοντες των ισχυρών αριστοκρατιών της Κορίνθου, του Άργους και της Θεσσαλίας, πλούσιοι και αστοί των δημοκρατικών πόλεων και άλλοι ισχυροί της γης πέρασαν από την Ολυμπία για να συμπληρώσουν τη δόξα τους με το βραβείο των αρματοδρομιών.

Διάσημα ονόματα καλλιτεχνών, όπως του Φειδία, του Πραξιτέλη κ.α συνδέονται με μνημειώδη γλυπτά αναθήματα, τα οποία κοσμούσαν τα ιερά κτίρια και τον ύπαιθρο χώρο μέσα στην Άλτη.

Φιλόσοφοι όπως ο Αναξαγόρας, ο Πλάτωνας, ο Αριστοτέλης, σοφιστές και ρήτορες επισκέφτηκαν την Ολυμπία.

Ο Ηρόδοτος ο μεγάλος ιστορικός της αρχαιότητας έγινε διάσημος διαβάζοντας από το Ναό του Δία ένα μέρος της ιστορίας του προς τα συγκεντρωμένα πλήθη για τους Ολυμπιακούς Αγώνες.

Ακόμη, επισκέφτηκαν την Ολυμπία αστρονόμοι και μεγάλοι ζωγράφοι.

3.5 Παρακμή των Ολυμπιακών Αγώνων

Σε τέτοια ακμή εξωτερικής λαμπρότητας εμφανίζονται τα πρώτα συμπτώματα παρακμής. Αναπτύσσεται ο επαγγελματικός αθλητισμός και σημειώνεται κρούσματα διαφθοράς αθλητών και κριτών. Τον 4^ο αιώνα π.Χ. τιμωρήθηκαν αθλητές για δωροδοκία. Λέγεται ότι το 388 π.Χ. ο αθλητής εύπωλος ο Θεσσαλός εξαγοράζει τη νίκη του στους Ολυμπιακούς αγώνες αφού πλήρωσε τους ανταγωνιστές του.

Το 420 π.Χ. οι αγώνες έγιναν με ένοπλη φρούρηση διότι φοβούνταν εισβολή των Σπαρτιατών. Φονική μάχη έγινε μέσα στην Άλπη κατά την διάρκεια των αγώνων το 364 π.Χ., όταν οι Ηλείοι εκδίωξαν του Αρκάδες και Πισάτες οι οποίοι είχαν οργανώσει τους αγώνες εκείνου του έτος.

Η υποδούλωση στους Ρωμαίους και η πολιτική παρακμή της χώρας έχουν τους νέους θλιβερούς αντίκτυπους στην ιστορία του Ιερού Χώρου της Ολυμπίας.

Οι αρχές του ιερού για να περισώσουν το Ναό με το χρυσολεφάντινο άγαλμα του Δία, καταστρέφουν τα περισσότερα κτίρια και κτίζουν προστατευτικό τείχος γύρω από το ναό του Δία και το βουλευτήριο. Για τελευταία φορά γιόρτασαν τα Ολύμπια κατά το έτος 393 μ.Χ. οπότε και καταργήθηκαν με διάταγμα του αυτοκράτορα του Βυζαντίου Θεοδοσίου του Α'. Το 393 μ.Χ. έγινε η 293^η τελευταία Ολυμπιάδα, κατά άλλους η 291^η. δύο χρόνια αργότερα το χρυσολεφάντινο άγαλμα του Δία θα μεταφερθεί στην Κωνσταντινούπολη και θα καεί σε πυρκαγιά.

Την καταστροφή όμως ολοκληρώνουν δύο φοβεροί σεισμοί που έγιναν κατά τα έτη 522 και 551 μ.Χ. και σάριασαν κατά γης τα λαμπρά οικοδομήματα.

Παράγοντας παρακμής του ελληνικού αθλητισμού και των μεγάλων αγώνων του ήταν και το ρωμαϊκό πρότυπο άθλησης. Η προτίμηση των ρωμαίων σε βίαια και αιματηρά αγωνίσματα όπως οι θηριομαχίες και οι μονομαχίες, επηρέασαν τους υποτελείς λαούς. Τα στάδια όπου ελεύθεροι άνθρωποι αγωνίζονταν για τιμή και δόξα, μετατράπηκαν σε αρένες όπου δούλοι μονομαχούσαν και ζωές αναλώνονταν για την τέρψη αιμοδιψών θεατών.

Ο σοφιστής Φιλόστρατος που έγραψε τον 2^ο αιώνα μ.Χ. αφού επαινεί τους

παλιούς αθλητές για την αξιοπρέπεια, τη λιτή ζωή τους και τη δημιουργική συμμετοχή στα κοινά, για τους αθλητές της εποχής του γράφει: « Όταν ετούτα άλλαξαν και οι άνθρωποι από μαχόμενοι έγιναν αστράτευτοι, από δραστήριοι νωθροί και από σκληραγωγημένοι μαλθακοί, και επικράτησε η σικελική πολυτέλεια στο φαγητό, ατόνησε η ενασχόληση με τον αθλητισμό».

Έτσι αν και η Ολυμπία εγκαταλείφθηκε και ξεχάστηκε για πάνω από 1300 χρόνια μέχρι το 1875, το αθλητικό πνεύμα συνέχισε να ζει με διάφορες μορφές στις καρδιές των ελλήνων. Εκεί περίμενε την σπίθα που θα άναβε και πάλι το ιερό φως της Ολυμπίας, δίνοντας το μήνυμα στους Έλληνες αλλά και σε ολόκληρο τον κόσμο για την αναβίωση των θαυμαστών Ολυμπιακών Αγώνων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ 1896

4.1 Αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων

Χίλια εκατόν εξήντα χρόνια, από το 776 π.Χ. μέχρι το 393 μ.Χ. οι Ολυμπιακοί Αγώνες τελούνταν ανελλιπώς και είχαν σταθεί σε μεγάλη ακμή. Οι αρχαίοι τους είχαν περιβάλλει με μεγάλη αίγλη και με πίστη, σαν δεύτερη θρησκεία τους.

Για χίλια πεντακόσια χρόνια μετά, από το 393 μέχρι το 1894 μ.Χ., δεν τελέστηκαν ποτέ. Λησμονήθηκαν μετά την απαγόρευσή τους από τον αυτοκράτορα του Βυζαντίου Θεοδόσιο τον Ά.

Με τις ανασκαφές και τα αριστουργηματικά ευρήματα η ανάμνηση της παλιάς δόξας ξαναζωντάνεψε το πνεύμα των Ολυμπιακών Αγώνων και τον πόθο για την αναβίωσή τους.

Το 1830 ο λόγιος Παναγιώτης Σούτσος στο άρθρο του προτείνει την καθιέρωση της 25^{ης} Μαρτίου ως ημέρας εθνικής γιορτής και την ανασύσταση των Ολυμπιακών Αγώνων.

Ακολουθεί επίσημη πρόταση του το 1835 στην Ελληνική Κυβέρνηση για την ανασύσταση των Ολυμπιακών Αγώνων. Θιασώτης της πρότασης του Παναγιώτη Σούτσο γίνεται ένας ομογενής από την Ήπειρο, εγκατεστημένος από χρόνια στη Ρουμανία, ο Ευάγγελος Ζάππας ο οποίος τελικά το 1856 προσφέρθηκε να επιχορηγήσει την αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων απευθυνόμενος προς τον τότε βασιλιά της Ελλάδος Όθωνα.

Ο αθλητισμός την εποχή εκείνη αποτελούσε περισσότερο ένα είδος διασκέδασης των θεατών παρά ένα μέσο άσκησης των αθλητών.

Το 1858 η Ελληνική κυβέρνηση με διάταγμα του βασιλιά Όθωνα προχωρεί στην πραγματοποίηση των πρώτων Ολυμπίων που έγιναν το 1859 στην πλατεία Λουδοβίκου, σημερινή πλατεία Κοτζιά. Τα Ολύμπια περιλαμβάνουν και αθλητικές εκδηλώσεις που όμως απέχουν πολύ από την αρχική ιδέα του Ζάππα και χαρακτηρίζονται ως ανεπιτυχείς και ανοργάνωτες.

Κανείς όμως δεν μπορεί να αμφισβητήσει πως τα Ολύμπια υπήρξαν δίχως άλλο η πρώτη οργανωμένη προσπάθεια σε μόνιμη βάση για την αναβίωση και τέλεση των ολυμπιακών Αγώνων, μια προσπάθεια, που για τους Έλληνες τουλάχιστον το δικαίωμα να ονομάζουν τον "αγωνοθέτη" Ευάγγελο Ζάππα ως πρόδρομο της αναβίωσης του Ολυμπισμού.

Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι ο Κουμπερτέν υπήρξε εμπνευστής της επαναλήψεως των Ολυμπιακών Αγώνων και οραματιστής της συνέχισέως τους, πράγμα και το οποίο πέτυχε.

Η πρωτοβουλία αυτή του Κουμπερτέν αναγνωρίζεται πλέον απ' την Ιστορία όχι μόνο ως γεγονός αναβίωσης, αλλά αφ' εαυτού ως θεσμός ειρήνης μεταξύ των λαών της γης και εκπολιτισμού των ανθρώπων. Οι ηθικές αρχές των αρχαίων Ολυμπιάδων είχαν επίδραση στη σύγχρονη νεολαία για την διατήρηση του αγνού φιλάθλου πνεύματος, το οποίο συνεχώς ενοχλείται από τους πειρασμούς του επαγγελματισμού και της εκμεταλλεύσεως των αθλημάτων.

Πράγματι το 1896 επαναλήφθηκαν στη Αθήνα οι Ολυμπιακοί Αγώνες, μετά από διακοπή χιλίων πεντακοσίων ετών, με διεθνή πλέον ακτινοβολία και μοναδική επιτυχία.

Έκτοτε καθιερώθηκε να γίνονται κάθε τέσσερα χρόνια σε διαφορετικό κράτος. Εξαιρεση συναντάμε κατά την διάρκεια των πολέμων που δεν τελέστηκαν αγώνες, αφού δεν εφαρμόζεται η ιερή εκχειρία των αρχαίων Ελλήνων.

Πριν από την έναρξη των Ολυμπιακών Αγώνων γίνεται παρέλαση όλων των αθλητών που θα αγωνιστούν με επικεφαλής τους Έλληνες προς τιμήν της αρχαίας Ελλάδος.

Η θέσπιση των Ολυμπιακών Αγώνων αποτελεί φόρο ευγνωμοσύνης και τιμής προς την αρχαία Ελλάδα, την κοιτίδα του νεότερου πολιτισμού και τη μητέρα των αθλητικών αγώνων.

Απ' το 1896, κάθε τέσσερα χρόνια, έφηβοι δρομείς, οι κήρυκες των Ολυμπιακών Αγώνων, ξεκινούν απ' την Ολυμπία για να φέρουν με πόδι φτερωτό το ολυμπιακό φως ως την πιο απομακρυσμένη πρωτεύουσα που γίνονται οι αγώνες.

Όσον αφορά τη θέση της γυναίκας στους Ολυμπιακούς Αγώνες μέχρι και τον 20^ο αιώνα, η γυναίκα χρησιμοποιείται ως όργανο αναπαραγωγής και θέλουν να τη διώξουν, από τον χώρο του αθλητισμού, γιατί υπήρχε τάχα κίνδυνος να βλάπτει το αναπαραγωγικό της σύστημα.

Παρόλα αυτά οι γυναίκες, κατάφεραν να συμμετέχουν για πρώτη φορά στους 20^{ους} Ολυμπιακούς Αγώνες που έγιναν στο Παρίσι, σε δύο αγωνίσματα, το τένις και το γκολφ. Τα οποία όμως, ήταν αγωνίσματα της υψηλής αριστοκρατικής τάξης.

Στις μέρες μας οι γυναίκες συμμετέχουν σε αρκετά αθλήματα. Υπάρχουν όμως και γυναίκες που δεν τους δίνεται η ευκαιρία να γνωρίσουν τον αθλητισμό ή τον πρωταθλητισμό, όπως αυτές που ζουν στις Ισλαμικές χώρες, στην Αφρική, την Άπω Ανατολή και τη Νότιο Αμερική.

4.2 Έναρξη πρώτων Ολυμπιακών Αγώνων 1896 (Δευτέρα 25 Μαρτίου - 6 Απριλίου)

Η μέρα της επίσημης έναρξης των 1^{ου} Ολυμπιακών Αγώνων, που ήταν παράλληλα και μέρα Εθνικής εορτής των ελλήνων, ευτύχησε να έχει καλύτερες καιρικές συνθήκες από την προηγούμενη. Η Αθήνα, από τις πρώτες πρωινές ώρες, παρουσίασε πρωτόγνωρη εορταστική εικόνα και έντονη κίνηση στο Σύνταγμα και τους γύρω δρόμους. Οι φιλαρμονικές των ελληνικών πόλεων (Ζακύνθου, Λευκάδας, Λαυρίου, Πάτρας κ.α) που είχαν έρθει για να λάβουν μέρος στις εορταστικές εκδηλώσεις των Αγώνων παιάνιζαν εύθυμες μελωδίες. Στη Μητρόπολη τελέσθηκε πανηγυρική δοξολογία παρουσία της βασιλικής οικογένειας και πολλών ξένων επίσημων που είχαν έρθει στην ελληνική πρωτεύουσα. Πλήθος κόσμος είχε κατακλύσει τους δρόμους προσπαθώντας να προμηθευτεί εισιτήρια των Αγώνων. Μάλιστα το Μέγαρο Μελά, στη γωνία των οδών Αιόλου και Σταδίου, όπου στεγαζόταν το γραφείο της Επιτροπής των Αγώνων, έδειχνε πολιορκημένο από εκατοντάδες φιλάθλους που έσπευδαν να εξασφαλίσουν εισιτήρια των καλύτερων θέσεων του Σταδίου.

Μετά τις 12 μ.μ. άρχισε η προσέλευση των θεατών στο Στάδιο. Για τον σκοπό αυτό είχαν κατασκευαστεί, δεξιά και αριστερά της λίθινης γέφυρας του Ιλισσού ποταμού, δυο ξύλινες γέφυρες από τις οποίες περνούσαν όσοι είχαν εισιτήρια των πάνω διαζωμάτων, ενώ υπήρχε και αστυνομικός έλεγχος που απομάκρυνε όσους δεν είχαν εισιτήρια για να αποφευχθεί ο συνωστισμός.

Ήταν τόσο μεγάλη η κοσμοσυρροή, οι κερκίδες του Σταδίου ήταν κατάμεστες δύο τουλάχιστον ώρες πριν από την έναρξη των Αγώνων. Μόνο μια κερκίδα στη

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΑΝΑΘΕΣΗ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ- ΜΕΤΡΑ

5.1 Παγκόσμιοι Ολυμπιακοί Αγώνες

Οι Παγκόσμιοι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι το μεγαλύτερο αθλητικό γεγονός. Οι χώρες ανταγωνίζονται έντονα μεταξύ τους πολλά χρόνια πριν για την φιλοξενία των θερινών ή των χειμερινών Ολυμπιακών.

Για την κάλυψη των αναγκών τέτοιων αθλητικών γεγονότων πρέπει να υπάρχει επάρκεια τουριστικής υποδομής, ξενοδοχειακών δωματίων, καταλυμάτων για τους αθλητές, υπάρχουσες εγκαταστάσεις για προπόνηση και παρακολούθηση των αγώνων. Επίσης απαραίτητη είναι η ύπαρξη εσωτερικής ασφάλειας, η τοπική και εθνική υποστήριξη, οι εταιρικές χρηματοδοτήσεις και πολλές άλλες λεπτομέρειες που σχετίζονται με τον αναμενόμενο αριθμό επισκεπτών και τις εισπράξεις.

5.2 Ανάθεση Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στην Ελλάδα



Στις 5 Σεπτεμβρίου 1997 στη Λοζάννη, η Αθήνα επελέγη για να φιλοξενήσει τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004. Την ίδια μέρα υπεγράφη η σύμβαση της διοργανώτριας πόλης για τους αγώνες της 28^{ης} Ολυμπιάδας.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες επιστρέφουν στην Ελλάδα, τη χώρα όπου γεννήθηκαν, και στην Αθήνα, την πόλη όπου αναβίωσαν. Η Ελλάδα φιλοξενεί Μοναδικούς Αγώνες με Ανθρώπινο Μέτρο, εμπνέοντας την ανθρωπότητα να γιορτάσει τα Ολυμπιακά Ιδεώδη.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες συνδέονται με τις ρίζες μας, με την ιστορία και τη φιλοσοφία μας, με οτιδήποτε αγαπάμε σαν έθνος. Έχουμε λοιπόν τη μοναδική ευκαιρία να δείξουμε στον κόσμο πώς θέλουμε να είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες.

Αθλητές από όλο τον κόσμο συναντήθηκαν για να πρωταγωνιστήσουν στο κορυφαίο αθλητικό γεγονός, από τις 13 έως τις 29 Αυγούστου στους Ολυμπιακούς Αγώνες και από τις 17 έως τις 28 Σεπτεμβρίου στους παραολυμπιακούς Αγώνες.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτελούν την μεγάλη ευκαιρία για την Αθήνα που τους φιλοξενεί αλλά και για όλη την Ελλάδα, να προωθήσει την εικόνα της παγκοσμίως και φυσικά να δημιουργήσει τις απαραίτητες υποδομές για την ανάπτυξη της.

Διεκδικήσαμε και πήραμε τους Αγώνες με το όραμα της δημιουργίας της νέας Αθήνας, της νέας Ελλάδας, με στόχο να αναδείξουμε τον τεράστιο πολιτιστικό μας πλούτο, μέσα από ένα τετραετές πρόγραμμα, με τη φιλοδοξία λήψης ριζικών μέτρων που θα αναμόρφωναν την ζωή των Αθηναίων και γενικότερα του Έλληνα πολίτη, που θα αύξαναν το επίπεδο των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών, που θα έκαναν τη ζωή στην πόλη πιο ελκυστική.

5.3 Υποδομές που πραγματοποιήθηκαν εν όψει Ολυμπιακών Αγώνων

Για την ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων, αναλαμβάνεται η ευθύνη να δημιουργηθούν αγώνες χωρίς προβλήματα. Σημαντικό παράγοντα της ομαλής και επιτυχούς εξέλιξης των αγώνων αποτελεί η τουριστική εμπειρία της Ελλάδας ως ενός από τους πλέον δημοφιλείς και έμπειρους τόπους φιλοξενίας. Παράλληλα μια σειρά έργων υλικοτεχνικής υποδομής θα διασφαλίσουν την οργάνωση των αγώνων με βάση τα κριτήρια που θέτει η ΔΟΕ αλλά και το ολυμπιακό πνεύμα που έχει ως γενέτειρα του την Ελλάδα.

Τα μεγάλα έργα-αθλητικά και μη που έγιναν, έχουν ως στόχο να αναβαθμίσουν την ποιότητα ζωής των περιοχών αυτών τόσο για τους πολίτες τους όσο και για τους επισκέπτες, εγχώριους και αλλοδαπούς

Τα κυριότερα έργα που πραγματοποιήθηκαν και έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με τους ΟΑ χωρίζονται στις ακόλουθες κατηγορίες :

- Δημόσια έργα που έχουν έμμεση σχέση με τους ΟΑ και κατασκευάστηκαν σε όλη την επικράτεια :

1. Το Αεροδρόμιο των Σπάτων
 2. Σιδηροδρομικό δίκτυο
 3. Οδικό Δίκτυο
- Δημόσια έργα που έχουν έμμεση σχέση με τους ΟΑ και κατασκευάστηκαν στην Αττική
 1. Ο περιφερειακός Σταυρού – Ελευσίνας - αεροδρομίου, μήκους 53,5 χιλιομέτρων
 2. Ο περιφερειακός Υμηττού 12,5 χιλιομέτρων.
 - Δημόσια έργα που έχουν έμμεση σχέση με τους ΟΑ και κατασκευάστηκαν στην Αθήνα
 1. Το Μετρό (Δύο νέες γραμμές)
 2. Τραμ
 3. Οδικές αρτηρίες
 - Τα Ολυμπιακά έργα (καινούρια έργα και βελτιώσεις υπάρχουσών εγκαταστάσεων)

Η πλειονότητα των αθλητικών εγκαταστάσεων (το 73%) υπήρχε ήδη.

Κατασκευάστηκαν 2 νέες εγκαταστάσεις μία για το Πινγκ-πονγκ και τη ρυθμική γυμναστική και μια για την Άρση Βαρών

Η Αθήνα 2004 Α.Ε είναι υπεύθυνη για την επίβλεψη των ανωτέρων καθώς και για τα ακόλουθα νέα έργα :

1. Το Ολυμπιακό Χωριό (όπου αναμενόταν να φιλοξενήσει κατά την διάρκεια των αγώνων 15000 άτομα).
2. Το αθλητικό κέντρο πολλαπλών χρήσεων στο Φάληρο (προβλέπονταν 44-51000 συνολικές θέσεις θεατών στο χώρο του ιππόδρομου, 40-57000 στο χώρο του φαληρικού όρμου και 15000 στον χώρο του Αγίου Κοσμά).

3. Το Ολυμπιακό κέντρο Μαρκόπουλο για την ιπασία και την τοξοβολία.

4. Το κέντρο κωπηλασίας στον Σχοινιά

- Λοιπά έργα

Συμπεριλαμβάνονται έργα πολιτιστικού χαρακτήρα και ανάπλασης (όπως η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων στην Αθήνα) πιθανή ανέγερση ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, συνεδριακών κέντρων, κλπ.

5.4 Στόχοι που τέθηκαν για την επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων

Για την επιτυχία των Ο.Α. τέθηκαν κάποιοι στόχοι οι οποίοι ήταν απαραίτητοι, όπως:

Η διοργάνωση τεχνικά άρτιων Αγώνων και η παροχή στους αθλητές των καλύτερων δυνατών συνθηκών, για να αγωνισθούν και η παροχή στους αθλητές, τους θεατές και τους τηλεθεατές μιας μοναδικής Ολυμπιακής Εμπειρίας, που θα αποτελέσει σημείο αναφοράς για το Ολυμπιακό Κίνημα, αφήνοντας μια μοναδική κληρονομιά.

Η παρουσίαση και προώθηση των Ολυμπιακών Ιδεωδών με σύγχρονο τρόπο, μέσα από τα Ελληνικά σύμβολα των Αγώνων, η προώθηση και εφαρμογή της Ολυμπιακής Εκεχειρίας, μέσω της Λαμπαδηδρομίας.

Η ανάδειξη και προβολή της πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς της Ελλάδας, με σύγχρονο τρόπο και μέσα, η προβολή των επιτευγμάτων της σύγχρονης Ελλάδας και των δυνατοτήτων της για το μέλλον.

Επίσης βασικό μέλημα ήταν η προστασία και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος και ο έλεγχος της εμπορικής διάστασης των Αγώνων.

Επίσης βασικοί σκοποί θεωρούνται:

Πρώτον: Η βελτίωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας του Ελληνικού Τουρισμού. Όπως, βέβαια, και η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας ολόκληρης της οικονομίας μας.

Δεύτερον : Η μεγιστοποίηση της συμβολής του Τουρισμού στην περιφερειακή και την

τοπική ανάπτυξη.

-Να διασφαλίσουμε την επέκταση της τουριστικής βιομηχανίας σε πολλές περιοχές, αξιοποιώντας τους εκατοντάδες θύλακες ανάπτυξης στην Περιφέρεια.

-Να αξιοποιήσουμε τις δυνατότητες και τα χαρακτηριστικά της χώρας για ειδικές μορφές τουρισμού.

-Να αναδείξουμε νέους προορισμούς καθένα από τους οποίους ανταποκρίνεται σε διαφορετικές προτιμήσεις και να δίνει την ικανοποίηση της ξεχωριστής φιλοξενίας.

Τρίτον : Ο εμπλουτισμός της τουριστικής προσφοράς με νέες δυνατότητες και ευκαιρίες. Με υπηρεσίες ικανές να αντισταθμίσουν το μειονέκτημα τιμών που έχουμε έναντι των γειτόνων ανταγωνιστών στις υπηρεσίες ποιότητας, ικανές να προσελκύσουν ακόμη περισσότερο υψηλού εισοδήματος. Αλλά και με νέα, καινοτόμα προϊόντα. Με ειδικές μορφές Τουρισμού :

-Φιλικές στο περιβάλλον.

-Επικεντρωμένες στην προσφορά νέων εμπειριών

-Προσανατολισμένες στην αειφόρο ανάπτυξη, που σέβεται τις κοινωνίες και δίνει στους επισκέπτες μας τη δυνατότητα να αισθάνεται ξεχωριστό, ένα φιλικό (κοινωνικό και φυσικό)περιβάλλον.

Η Ελλάδα μέσω του ελληνικού τουρισμού ευελπιστεί να γίνει μια πηγή πρωτοπορίας και σταθεροποίησης στη Νοτιοανατολική Ευρώπη και να αποτελέσει τον καταλύτη για τη δυναμική ανάπτυξη της περιοχής. Όλα αυτά τα χρόνια που πέρασαν, με τις καλές ή τις κακές πολιτικές, αποκτήσαμε εμπειρία, τεχνογνωσία, κατάρτιση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

6.1 Η ομορφιά της Ελλάδος

Στην Ελλάδα βρίσκεσαι σε ένα σταυροδρόμι πολιτισμών και χρωμάτων, νιώθεις τη δύναμη της ιστορίας και τη θέρμη του νοτιότερου άκρου της Ευρώπης και ανακαλύπτεις την εξελικτική πορεία της σκέψης, της επίδρασης και της εμπειρίας.

Βρίσκεσαι σε μια χώρα στατιστικά μικρή αλλά τεράστια σε διαφορετικότητα.

Περιπλανηθείτε λοιπόν μέσα στους ελαιώνες της, στους αρχαιολογικούς χώρους, ταξιδέψτε στα νησιώτικα συμπλέγματα, διατρέξτε παραλίες και βουνά και ανακαλύψτε τοπία που θα σας κόψουν την ανάσα.

Η χώρα μας προσφέρεται για την αναψυχή ντόπιων και ξένων επισκεπτών, εξαιτίας της ποιότητας αγαθών που τους προσφέρουν, όπως είναι η φυσική ομορφιά με τη σπάνια βιοποικιλότητα που τη συνθέτουν, τα μοναδικά μνημεία, οι αρχαιολογικοί χώροι, κοιτίδες του παγκόσμιου πολιτισμού, ο λαμπρός ήλιος και οι ατέλειωτες αμμώδεις ακτές μας, τα αμέτρητα γραφικά νησιά μας με το δροσερό Αιγαιοπελαγίτικο άνεμό τους και η λεβεντιά του λαού μας ξεχωριστή και μοναδική στον Ευρωπαϊκό χώρο. Υπάρχει φιλική συμπεριφορά των ντόπιων κατοίκων προς τους τουρίστες καθώς και ενδιαφέρουσα κουλτούρα και τρόπος ζωής των Ελλήνων.

Στο φυσικό μας περιβάλλον, στα έργα του λαϊκού μας πολιτισμού αλλά και του πνευματικού απαιτείται απέραντος σεβασμός. Ο σεβασμός, η προστασία και η βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος μας είναι πρόβλημα παιδείας και είναι υπόθεση όλων μας. Όπως πρόβλημα παιδείας είναι και ο τρόπος που προσφέρονται τα παραπάνω αγαθά αλλά και ο τρόπος που χρησιμοποιούνται.

6.2 Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα

Ο τουρισμός αποτελεί μια σημαντική πηγή εσόδων για την Ελληνική οικονομία. Ως δραστηριότητα έχει παραδοσιακά συνδεθεί στη χώρα μας με τους θερινούς μήνες. Κύριες χώρες προέλευσης τουριστών αποτελούν οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε).

Ο τουρισμός ανήκει στον κλάδο των υπηρεσιών και κατά συνέπεια το τουριστικό προϊόν μπορεί να καταναλωθεί αποκλειστικά στον τόπο παραγωγής του. Η τουριστική βιομηχανία είναι πολυσύνθετη και περιλαμβάνει ένα σύνολο συναφών δραστηριοτήτων και εταιρειών, όπως αεροπορικές, ναυτιλιακές και άλλες που σχετίζονται με την μεταφορά επιβατών, καθώς και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, εστιατόρια κ.τ.λ. Αυτές θεωρούνται ως οι βασικές τουριστικές βιομηχανίες, δεδομένου ότι το εισόδημα τους δημιουργείται από τον τουρισμό σε ποσοστό 100-50%. Συμπεριλαμβάνονται εκείνες οι μεταποιητικές επιχειρήσεις (βιομηχανίες και βιοτεχνίες) που παράγουν προϊόντα που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό, όπως αναμνηστικά είδη. Παράλληλα, υπάρχουν άλλες δραστηριότητες, 25-50% του εισοδήματος των οποίων προέρχεται από τον τουρισμό, όπως είναι οι βιομηχανίες που παράγουν αθλητικά είδη, οι εταιρείες μεταφορικών μέσων, οι διαφημιστικές εταιρείες μέσω επικοινωνίας κ.τ.λ. Τέλος, υπάρχουν και άλλες που εξαρτούν λιγότερο από 25% του εισοδήματος τους από τον τουρισμό, όπως οι φαρμακευτικές βιομηχανίες, οι βιομηχανίες ένδυσης, οι τράπεζες κ.τ.λ.

Στην Ελλάδα ο τουρισμός είναι η συνιστώσα διαφόρων αλληλένδετων βιομηχανιών παραγωγής υπηρεσιών αναψυχής. Όπως προαναφέρθηκε, εντείνεται εποχιακά τους θερινούς μήνες, τοπικά προσδιορίζεται κυρίως στην νησιωτική Ελλάδα, και στοχεύει στην παροχή διακοπών. Αυτή η μορφή τουρισμού θεωρείται ως και η πλέον παραδοσιακή σε μια χώρα όπως η Ελλάδα.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται διεθνώς μία σχετική παρέκκλιση από αυτήν την παραδοσιακή μορφή τουρισμού προς άλλες πιο εξειδικευμένες μορφές, όπως του συνεδριακού τουρισμού, του χειμερινού τουρισμού, του αγροτουρισμού, διαφοροποιώντας δυναμικά τις παραμέτρους που διαμορφώνουν την τουριστική αγορά. Αυτές οι νέες τάσεις έρχονται να αναστατώσουν την παραδοσιακή τουριστική αγορά στην Ελλάδα, να δημιουργήσουν καινούργιες προοπτικές για την τουριστική βιομηχανία

στην Ελλάδα και να προβληματίσουν τους υπεύθυνους φορείς σχετικά με την τουριστική προσφορά.

Η μελέτη αυτή εξετάζει πως η πραγματοποίηση των Ολυμπιακών Αγώνων(Ο.Α) στην Αθήνα, ως ένα μεμονωμένο γεγονός, θα επιδράσει στην τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στην Αθήνα και την Αττική πριν, κατά τη διάρκεια και κυρίως μετά τους Ο.Α. Η επιρροή των Ο.Α. στην Αθήνα και Αττική αναμένεται να φέρει την αναζητούμενη νέα πνοή στην διάρθρωση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής του που με τη σειρά του στοχεύει στην ποσοτική και ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής ζήτησης, όχι μόνο κατά την διάρκεια των Αγώνων αλλά και πριν και κυρίως μετά τους Αγώνες.

6.3 Τουριστική ζήτηση

Η τουριστική ζήτηση μετρήθηκε σε αριθμό επισκεπτών στα ξενοδοχεία και αριθμό διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία. Όπως προαναφέρθηκε, η αναμενόμενη ζήτηση εκτιμήθηκε με δύο σενάρια: Το πρώτο σενάριο κάνει προβλέψεις για την περίπτωση που δεν γίνουν οι Αγώνες και το δεύτερο προβλέπει την τουριστική ζήτηση με την επίδραση των Αγώνων.

Και τα δύο σενάρια έχουν τα εξής κοινά χαρακτηριστικά:

- Καλύπτουν την περίοδο 2003-2009
- Μετρούν την τουριστική ζήτηση στο σύνολο της χώρας, στην Αττική και τέλος στην Αθήνα
- Γίνεται χρήση στατιστικών στοιχείων

Τα κύρια αποτελέσματα παρουσιάζονται παρακάτω για κάθε σενάριο ξεχωριστά.

6.3.1 Σενάριο πρόβλεψης της τουριστικής ζήτησης χωρίς τους Αγώνες. Περίοδος 2003-2009

Θα υπάρξει μείωση των αφίξεων και διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών επισκεπτών για την Αθήνα και την Αττική, ενώ θα σημειωθεί μικρή αύξηση για το σύνολο της χώρας.

ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΜΕΛΕΤΗΣ

ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ (2003-2009)		
	ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ (ΑΦΙΞΕΙΣ)	ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ (ΑΦΙΞΕΙΣ)
Ελλάδα	2.0	2.0
Αθήνα	-0.2	-0.4
Αττική	-0.2	-0.4

6.3.2 Σενάριο πρόβλεψης της τουριστικής ζήτησης με την επίδραση των Αγώνων. Περίοδος 2003-2009

- Θα αυξηθεί δυναμικά ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών (αλλοδαπών και ημεδαπών) κυρίως στην Αθήνα και σε δεύτερο λόγο στην Ελλάδα ως σύνολο. Θα ακολουθήσει η Αττική, με ελαφρά χαμηλότερους ρυθμούς αύξησης.
- Ιδιαίτερα δυναμικός θα είναι ο ρυθμός αύξησης των αλλοδαπών, κυρίως για την Αθήνα.
- Θα υπάρξει δυναμική αύξηση του αριθμού των διανυκτερεύσεων κυρίως στην Ελλάδα και στην Αθήνα.
- Ακολουθεί η Αττική με χαμηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης.
- Αναφορικά με τις δύο διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών επισκεπτών ο ρυθμός

ανάπτυξης τους θα είναι μεγαλύτερος στο σύνολο της χώρας και μετά στην Αττική. Ακολουθεί η Αθήνα με ελαφρά χαμηλότερους ρυθμούς.

ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΜΕΛΕΤΗΣ

ΕΠΙΣΤΙΤΟΣ ΑΠΕΞΑΓΩΓΟΣ 2005-2009		
	ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ (% ΑΥΞΗΣΗΣ)	ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ (% ΑΥΞΗΣΗΣ)
Ελλάδα	3.0	5.8
Αθήνα	2.8	4.4
Αθήνα	7.8	6.7

6.4 Το όφελος από τους Ολυμπιακούς Αγώνες σε απόλυτους αριθμούς και ποσοστά επισκεπτών και διανυκτερεύσεων

Η επίδραση των Ο.Α στον αριθμό των επισκεπτών και διανυκτερεύσεων γίνεται εμφανής 2 έτη μετά τους αγώνες και ακολουθεί μια συνεχιζόμενη, δυναμική και ανοδική πορεία. Αυτό το αποτέλεσμα αντιστοιχεί στην Ισπανική εμπειρία και επίσης συμφωνεί με τις προβλέψεις ανάλογων μελετών, που έχουν γίνει για τον αντίκτυπο των Ο.Α. του 2000 στον τουρισμό του Sydney. Η πορεία της τουριστικής ζήτησης που παρατηρείται αντιστοιχεί σε συνδυασμό των δύο μοντέλων του Spragow (που παρουσιάστηκαν προηγουμένως) με μία χρονική υστέρηση 2 ετών.

ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΣΤΗ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΤΗΣ ΜΕΣΑΚΡΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΥΝΟΜΩΣ ΓΙΑ ΤΟ ΧΡΟΝΟΠΕΡΙΟΧΗ 2009/10			
Χωρίς Ολοκληρώσει	Με Ολοκληρώσει	Επίδομα	% Επίδομα
58083045	58083045	0	0
59453567	59453567	0	0
60823834	60823834	0	0
62194099	62190499	0	0
63564365	67318433	3754068	5,9
64934631	67743057	2808425	4,3
66304897	72574118	6269221	9,5
67675162	85532626	17857464	26,4
69045429	88571200	19705771	28,5
70415694	88595865	18180171	25,8
71785961	94945596	23159635	32,3

ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΣΤΗ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΤΗΣ ΜΕΣΑΚΡΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΥΝΟΜΩΣ ΑΠΟΚΡΙΣΗ (2009/10)			
Χωρίς Ολοκληρώσει	Με Ολοκληρώσει	Επίδομα	% Επίδομα
7883260	7883260	0	0
7914094	7914094	0	0
7943954	7943954	0	0
7973783	7973783	0	0
8003611	8567104	563493	7
8033439	7762588	-270850	-3,4
8063266	7788938	-274328	-3,4
8093094	9497188	1404093	17,3
8122922	9654201	1531279	18,9
8152750	9916207	1763457	21,6
8182578	11062097	2879520	35,2

ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΣΗΜΑΤΩΝ			
ΜΑΝΥΚΙΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΥΝΟΛΟ (ΑΠΡΙΛΙΟΣ 1999-2009)			
Χρηρ. Οδηγία	Μ. Οδηγία	Επίδοση	% Επίδοση
5190821	5090821	0	0
5151969	5151969	0	0
5112595	5112595	0	0
5073209	5073209	0	0
5033824	5103268	69444	1,4
4994438	5182783	188346	3,8
4955052	49947054	-7998	-0,2
4915666	5591906	676240	13,8
4876280	5712302	836021	17,1
4836894	6371987	1535093	31,7
4797509	7310437	2512929	52,4

ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΣΗΜΑΤΩΝ			
ΜΑΝΥΚΙΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΥΝΟΛΟ (ΑΠΡΙΛΙΟΣ 1999-2009)			
Χρηρ. Οδηγία	Μ. Οδηγία	Επίδοση	% Επίδοση
9944554	9954554	0	0
9954901	9954901	0	0
9965248	9965248	0	0
9975594	9975594	0	0
9985941	9923206	-62735	00,6
9996288	9445871	-55417	-5,5
10006635	9427051	-579584	-5,8
10016981	10536348	519367	5,2
10027328	10925728	898399	9
10037675	11204644	1166970	11,6
10048021	11912853	1864831	18,6

ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΦΕΡΟΜΑΤΑ ΣΥΝΑΦΩΝ			
ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΑΦΩΝ ΣΥΝΑΦΩΝ			
ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΑΦΩΝ 2009			
Αριθμ. Οργανισμοί	Με. Οργανισμοί	Επιβραβύση	% Επιβραβύση
2554337	2554337	0	0
2537284	2537284	0	0
2520231	2520231	0	0
2503177	2503177	0	0
2496124	2479445	-6679	-0,3
2469070	2281340	-187731	-7,6
2452017	2203395	-248622	-10,1
2434964	2469602	34638	1,4
2417910	2567444	149533	6,2
2400857	2668629	267772	11,2
2383804	2951327	567524	23,8

ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΦΕΡΟΜΑΤΑ ΣΥΝΑΦΩΝ			
ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΑΦΩΝ ΣΥΝΑΦΩΝ			
ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΑΦΩΝ 2009			
Αριθμ. Οργανισμοί	Με. Οργανισμοί	Επιβραβύση	% Επιβραβύση
1936428	1936	0	0
1916637	1916637	0	0
1896845	18968450	0	0
1877053	1877053	0	0
1857262	1771165	-86097	-4,6
1837470	1868949	31479	1,7
1817678	1842698	25020	1,4
1897887	2045710	247823	13,8
1778095	2146784	368690	20,7
1758303	2400289	641986	36,5
1738511	2779910	1041399	59,9

ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΕΡΙΟΔΟΥ (1999-2009)

Η ζήτηση που αναμένεται στην περίπτωση που δεν θα γίνουν ολυμπιακοί αγώνες του 2004 και αν θα γίνουν παρατηρούμε τα ακόλουθα :

Χωρίς τους αγώνες

- Η τουριστικής ζήτηση στην Ελλάδα θα ακολουθήσει μηδενικούς έως και αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης
- Θα υπάρξει μείωση των αφίξεων και διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών επισκεπτών στην Αθήνα και την Αττική και μόνο μικρή αύξηση για το σύνολο της χώρας.

Με τους αγώνες

- Θα αυξηθεί δυναμικά ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών , κύριος στην Αθήνα και σε δεύτερο λόγο στην Ελλάδα ως σύνολο . Θα ακολουθήσει η Αττική , με ελαφρά χαμηλότερους ρυθμούς αύξησης .
- Ιδιαίτερα δυναμικός θα είναι ο ρυθμός αύξησης των αλλοδαπών επισκεπτών, κυρίως στην Αθήνα.
- Θα υπάρξει δυναμική αύξηση του αριθμού των διανυκτερεύσεων, κύριος στην Ελλάδα και Αθήνα . Ακολουθεί η Αττική , με χαμηλότερους ρυθμούς αύξησης .
- Αναφορικά με τις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών επισκεπτών , ο ρυθμός αύξησης τους θα είναι μεγαλύτερος για το σύνολο της χώρας και μετά για την Αττική. Ακολουθεί η Αθήνα με ελαφρά χαμηλότερους ρυθμούς .

Η δημιουργία επιπλέον τουριστικής ζήτησης που θα ακολουθήσει τους Ο Α του 2004 δημιουργεί προβληματισμούς σχετικά με την ποσότητα και την ποιότητα της υπάρχουσας ξενοδοχειακής υποδομής .

και της Αθήνας. Στη συνέχεια η φλόγα θα επιστρέψει στην Ελλάδα για να διέλθει μέσα σε 30 ημέρες από διάφορους νομούς της ηπειρωτικής και νησιωτικής χώρας, πριν καταλήξει στο Ολυμπιακό Στάδιο για την τελετή έναρξης της 28ης Ολυμπιάδας, στις 13 Αυγούστου.

7.3 Τελετή έναρξης

Με μια λαμπρή τελετή στην Αθήνα, που παρακολούθησαν εκατομμύρια τηλεθεατές σε όλο τον κόσμο, επέστρεψαν την Παρασκευή οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην χώρα στην οποία γεννήθηκαν πριν τρεις χιλιετίες. Την έναρξη της 28ης Θερινής Ολυμπιάδας κήρυξε επίσημα ο Πρόεδρος της Ελλάδος Κωστής Στεφανόπουλος καθώς ο Ολυμπιονίκης Νικόλας Κακλαμανάκης άναβε τον βωμό του Σταδίου με την Ολυμπιακή φλόγα, που θα καίει εκεί μέχρι και το κλείσιμο των Αγώνων.

Η εναρκτήρια τελετή κράτησε τρεισήμισι ώρες. Πήραν μέρος τέσσερις χιλιάδες καλλιτέχνες και πάνω από δέκα χιλιάδες αθλητές.

Η ατμόσφαιρα ήταν ενθουσιώδης.

«Με ένα θεατρικό μείγμα της αρχαίας και της μοντέρνας Ελλάδας σήμανε η έναρξη των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας ανεβάζοντας τα πνεύματα στη γενέτειρά τους. Το παγκόσμιο τηλεοπτικό κοινό είδε μια λαμπρή τελετή έναρξης με την οποία άνοιξε η αυλαία του μεγαλύτερου αθλητικού σόου της γης» έγραψε χαρακτηριστικά το πρακτορείο «Reuters».

Ήταν μια τελετή όπως ακριβώς την είχαν περιγράψει. Λιτή κι απέριτη μα και συνάμα φαντασμαγορική! Ελληνική!

Οι 28^{οι} Ολυμπιακοί Αγώνες ξεκίνησαν και επίσημα. Το γεγονός για το οποίο η χώρα προετοιμαζόταν τα τελευταία επτά χρόνια άρχισε και η εικόνα της Ελλάδας έκανε το γύρο του κόσμου. Περισσότεροι από 70.000 άνθρωποι έγιναν αυτόπτες μάρτυρες μιας γιορτής, που θα το θυμούνται σε όλη τους τη ζωή.

Οι εκατοντάδες εκατομμύρια τηλεθεατές σε όλα τα μήκη και τα πλάτη της γης πήραν μια πρώτη γεύση από τα ελληνικά κατορθώματα. Μια τελετή έναρξης σίγουρα ανώτερη από τις δύο τελευταίες (Ατλάντα 1996, Σίδνεϊ 2000) και αντάξια (αν όχι ελαφρώς καλύτερη) από εκείνη της Σεούλ το 1988.

Οι γιγαντιαίες οθόνες άρχισαν να μετρούν αντίστροφα από το 28 (λόγω της 28ης Ολυμπιάδας) και όταν ο χρόνος έφτασε στο «0» ξεκίνησε το σόου των πυροτεχνημάτων. Το πάρτι είχε αρχίσει! Μια σπίθα εκτοξεύεται από το μέρος που βρίσκεται η ανατολική οθόνη του ΟΑΚΑ και σχηματίζει τους Ολυμπιακούς Κύκλους -πύρινους- στο κέντρο του γηπέδου. Εκατοντάδες μουσικοί με τύμπανα και 50 με μπουζούκι παίζουν το «Ζείμπέκικο της Ευδοκίας». Ένα χάρτινο καράβι πλέει στο νερό της λίμνης που καλύπτει όλον τον αγωνιστικό χώρο του ΟΑΚΑ. Πάνω του βρίσκεται ένα αγόρι που διασχίζει τη λίμνη και συναντιέται στη μέση με την μπάντα του ναυτικού. Το αγοράκι βγαίνει από το καράβι και με την ελληνική σημαία στο χέρι συναντά τον Κωστή Στεφανόπουλο, τη Γιάννα Αγγελοπούλου και τον Ζακ Ρογκ.

Μια παρέλαση πάνω σε άρματα από φιγούρες, αποτελεί αναδρομή στις διάφορες φάσεις του ελληνικού πολιτισμού.



Το χειροκρότημα ακούστηκε σε ολόκληρη την υφήλιο, όταν ο Πύρρος Δήμας μπαίνει στο Ολυμπιακό Στάδιο κρατώντας ψηλά και προτεταμένη την ελληνική σημαία, σα να 'ταν πούπουλο.

Τον παγκόσμιο θαυμασμό προκάλεσε η τελετή έναρξης των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας. Όλος ο πλανήτης παρακολούθησε το υπερθέαμα της ελληνικής πρωτεύουσας. Ακόμη και το πλούσιο ελληνικό λεξιλόγιο, θα ήταν φτωχό να περιγράψει τα όσα διαδραματίστηκαν στο ανακαινισμένο Ολυμπιακό Στάδιο στην τελετή έναρξης των 28ων Ολυμπιακών Αγώνων.

Ο όγδοος μήνας της χρονιάς που μας πέρασε, αποτέλεσε σταθμό στην ιστορία της Ελλάδας. Η αναβίωση και η πραγματοποίηση των Ολυμπιακών Αγώνων, εδώ όπου ξεκίνησαν και η απόλυτη επιτυχία της διοργάνωσης θα μείνουν για πάντα χαραγμένα στη μνήμη όλων των Ελλήνων. Η παρουσία των Ελλήνων Αθλητών ήταν πολύ καλή με την κατάκτηση αρκετών μεταλλίων. Παράλληλα η Φλόγα ολοκληρώνει το υπερατλαντικό ταξίδι της και φτάνει στο Ολυμπιακό Στάδιο όπου θα φωτίσει μέχρι το τέλος των Αγώνων.

Οι ολυμπιονίκες μας κρέμασαν στη «γαλανόλευκη» τουλάχιστον 14 χρυσά, αργυρά και χάλκινα μετάλλια, ενώ ο απόηχος από τις ιαχές «Ελλάς - Ελλάς» κρατά ακόμη. Τι να πρωτοθυμηθεί κανείς από τους Ολυμπιακούς μας ; Την απίστευτη κούρσα της Φανής Χαλκιά που καθήλωσε την υφήλιο; Τα 20.000 «χρυσά» βήματα της

Αθανασίας Τσουμελέκα; Την υπερπροσπάθεια του Πύρρου Δήμα και τα δάκρυά του στο βήθο της απονομής, που καθυστέρησε μισή ώρα αφού το πλήθος χειροκροτούσε ασταμάτητα τον μεγάλο αθλητή; Τα ματωμένα χέρια και το πείσμα του Νίκου Κακλαμανάκη; Τις «χρυσές» βουτιές των Μπίμη και Συρανίδη; Το απόλυτα ισορροπημένο πρόγραμμα του Δημοσθένη Ταμπάκου στους κρίκους; Τους τρελούς πανηγυρισμούς της Χρυσοπηγής Δεβετζή μπροστά σε 80.000 θεατές στο Ολυμπιακό Στάδιο; Μεγάλους αγώνες έδωσαν η Σοφία Μπεκατώρου με την Αιμιλία Τσουλά, ο Ηλίας Ηλιάδης, η Τασούλα Κελεσίδου, ο Βασίλης Πολυμερός με τον Νίκο Σκιαθίτη, ο Αρτίομ Κιουρεγκιάν, η Μιρέλα Μανιάνι και τα απίθανα κορίτσια του Κούλη Ιωσηφίδη της Εθνικής ομάδας πόλο γυναικών.

Περίπου 72,000 θεατές στο Ολυμπιακό Στάδιο της Αθήνας είδαν την Επίσημη Τελετή Έναρξης των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στις 13 Αυγούστου. Ένα πραγματικά μοναδικό σόου, ένας εκπληκτικός συνδυασμός από φως, ήχο, βίντεο και πυροτεχνήματα, με εκατοντάδες ηθοποιούς και αθλητές. Το σημαντικότερο γεγονός της χρονιάς, αναμεταδόθηκε ζωντανά σε περίπου 4 δισεκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο, καθιστώντας το - το μεγαλύτερο θέαμα στην παγκόσμια ιστορία των τηλεμέσων.

7.4 Τελετή λήξης

Η μεγάλη γιορτή έφτασε στο τέλος της, με την τελετή λήξης να προσθέτει την τελευταία λαμπερή ψηφίδα σε ένα μοναδικό μωσαϊκό, αντλώντας έμπνευση από τη Μητέρα Γη, τις παραδόσεις, τα ήθη και έθιμα της Ελλάδας.

Η τελετή λήξης ήταν αφιερωμένη στο θεό «Διόνυσο», το θεό του γλεντιού, της χαράς και του κεφιού, έδωσε στο κατάμεστο Στάδιο εικόνες καθημερινές, ζεστές, γεμάτες χαρές και γλέντια, τέτοιες που άξιζαν σ' ένα τέλος μιας γιορτής. Ένα ονειρεμένο τέλος μιας Ολυμπιάδας που γεννήθηκε στην Ελλάδα κι ύστερα από τόσα χρόνια, γιόρτασε στον ίδιο αυτό τον τόπο, τα πρώτα, γνήσια γενέθλια της.

«Με το ολόγιομο αυγουσιτιάτικο φεγγάρι του αττικού ουρανού να προσυπογράφει μια εμπνευσμένη τελετή, αντάξια της ποιότητας, της συγκίνησης και της μοναδικότητας που έκαναν ιστορικές τις 17 ημέρες παραμονής των Ολυμπιακών Αγώνων στην πατρίδα τους, έληξε το βράδυ της Κυριακής η 28η Ολυμπιάδα των Αθηνών, της Ελλάδας και

ολόκληρης της υφηλίου».

Η τελετή λήξης των Ολυμπιακών Αγώνων, που έγινε την Κυριακή, στις 21.15, ήταν εντελώς διαφορετική από αυτή της έναρξης, ενώ συμμετείχαν μεγάλοι Έλληνες τραγουδιστές, όπως τόνισε ο καλλιτεχνικός διευθυντής και υπεύθυνος των τελετών, Δημήτρης Παπαϊωάννου, σε συνέντευξη Τύπου που παραχώρησε την Τρίτη.

**Ελλάδα
μπράβο!**



«Θα είναι μια γιορτή των ανθρώπων, γεμάτη μουσική και τραγούδια. Θα χορεύουμε με ελληνικό τρόπο, ενώ θα έχουμε ένα μωσαϊκό με μουσικά κομμάτια από όλες τις περιοχές της Ελλάδας και με μια συνεχή ροή, όπως το ποτάμι της ενέργειας», πρόσθεσε :

«Θα είναι μια γιορτή των ανθρώπων, γεμάτη μουσική και τραγούδια. Θα χορεύουμε με ελληνικό τρόπο, ενώ θα έχουμε ένα μωσαϊκό με μουσικά κομμάτια από όλες τις περιοχές της Ελλάδας και με μια συνεχή ροή, όπως το ποτάμι της ενέργειας», πρόσθεσε :

«Παράλληλα, θα συμμετάσχουν 100 κουδουνάτοι - έθιμο των αρχαίων χρόνων - και 60 Πόντιοι χορευτές, που αποτελούν ένα δυνατό κομμάτι της ελληνικής παράδοσης».

Ο καλλιτεχνικός διευθυντής αναφερόμενος στις διαφορές της τελετής έναρξης, με αυτή της λήξης, επισήμανε: «Αισθάνομαι, ότι υπάρχει διαφορά. Στην έναρξη κοιτάξαμε κατάματα ένα αρχαίο άγαλμα, ενώ στην τελετή λήξης κοιτάμε κατάματα ένα ανθρώπινο πρόσωπο, όταν χορεύει και γιορτάζει. Δεν θα χορεύουν μόνο οι θεατές, αλλά και οι αθλητές, ενώ ταυτόχρονα θα ριχτούν και πολλά πυροτεχνήματα».

7.5 Διθυραμβικά σχόλια για την άρτια διεξαγωγή των Αγώνων και την ελληνική φιλοξενία

Η Ελλάδα έβαλε το μεγάλο στοίχημα και το κέρδισε. Κέρδισε τη διεθνή αναγνώριση, με την άψογη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Χιλιάδες αθλητές, δημοσιογράφοι επίσημοι και επισκέπτες φεύγουν από την Αθήνα σε μια μαζική έξοδο και όλοι τους κουβαλούν μαζί τους λίγο από Ελλάδα. Την Ελλάδα που ξέρει να κερδίζει.

Και αυτό φαίνεται από τη γλυκιά γεύση που έχει αφήσει η ελληνική πρωτεύουσα και η άρτια διοργάνωση των αγώνων στον διεθνή Τύπο. Ενδεικτικός είναι ο σχολιασμός

του Associated Press, που αναφέρει χαρακτηριστικά: «Η Ελλάδα κατέκτησε το χρυσό μετάλλιο. Η διοργάνωση αυτή ήταν η απάντηση των Ελλήνων στον κόσμο».

Το BBC από την πλευρά του στέκεται και στην λαμπρή τελετή λήξης: «Οι Ολυμπιακοί Αγώνες άγγιξαν το τέλειο και ολοκληρώθηκαν με μια λαμπρή και μεγαλοπρεπή τελετή λήξης. Οι αγώνες έκλεισαν με μαγικό τρόπο».

Μια μεγάλη συγγνώμη ζητά από την Ελλάδα, το αμερικανικό τηλεοπτικό δίκτυο CNN, μέσω της ιστοσελίδας του. Παραδέχεται ότι έκανε λάθος, για την ετοιμότητα των Ελλήνων να οργανώσουν επιτυχείς και ασφαλείς Αγώνες. Τονίζει: «νιώσαμε πολύ πιο ασφαλείς στην Αθήνα αυτές τις τρεις εβδομάδες, απ'ό,τι νιώθουμε στο Λος Άντζελες ή στο συνέδριο των Ρεπουμπλικάνων».

«Ένα μεγάλο ευχαριστώ προς την Ελλάδα», έχουν στο πρωτοσέλιδο τους οι Times του Λονδίνου, επισημαίνοντας ότι «ήταν μία υπέροχη Ολυμπιάδα και ότι τα εύσημα ανήκουν αποκλειστικά στους Έλληνες».

Από την πλευρά της η Independent υποστηρίζει ότι «η Αθήνα δικαιώθηκε», ενώ η ισπανική El Pays ότι «η Ελλάδα ξεπέρασε όλες τις προσδοκίες».

Διθυραμβικά σχόλια από ηγέτες, μέσα ενημέρωσης και θεατές υπήρξαν για την πραγματικά εκπληκτική τελετή έναρξης των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας. Με μια πανηγυρική ομιλία ανάλογη της λαμπρότητας της Τελετής που σηματοδότησε την Έναρξη της κορυφαίας γιορτής των πολιτισμών και του αθλητισμού η πρόεδρος της οργανωτικής επιτροπής ΑΘΗΝΑ 2004 κα Γ. Αγγελοπούλου καλωσόρισε τους Αθλητές από κάθε άκρη της γης στη γενέτειρα των Ολυμπιακών Αγώνων.

Εμφανώς ικανοποιημένη και συγκινημένη από την τελετή έναρξης των Ολυμπιακών Αγώνων η πρόεδρος της Αθήνα 2004 Γιάννα Αγγελοπούλου δήλωσε στη συνέντευξη Τύπου που παραχώρησε μετά τη λήξη της τελετής: «Ήταν μια μαγική εικόνα».

«Είμαστε Έλληνες και απόψε ο κόσμος κατάλαβε ότι δεν έχουμε μόνο πολιτιστική κληρονομιά, αλλά και ικανότητες. Απόψε, η αρχαία μας κληρονομιά βρήκε

μια μοντέρνα έκφραση», είπε η πρόεδρος της Αθήνα 2004.

Ρωτήθηκε για τη σύγκριση της φετινής τελετής με αυτές των προηγούμενων διοργανώσεων και απάντησε: «Κάθε πόλη δείχνει το δικό της πολιτισμό. Η διαφορά των Αγώνων της Αθήνας είναι ότι εμείς πιστεύουμε πως είναι μοναδικοί, γιατί καλωσορίζουμε τους Αγώνες πίσω στην πατρίδα τους».

Τα πρώτα σχόλια των Αμερικανικών μέσων μαζικής ενημέρωσης ήταν θετικά τόσο για την διοργάνωση της εναρκτήριας τελετής των Αγώνων όσο και για το καλλιτεχνικό πρόγραμμα που παρουσιάστηκε στο Ολυμπιακό Στάδιο, πριν και μετά την παρέλαση των αθλητών από τις 202 χώρες που συμμετέχουν στο μεγάλο αυτό αθλητικό γεγονός της χρονιάς.

Όπως επισημαίνει ο Μπράϊαν Μέρφιν του αμερικανικού ειδησεογραφικού πρακτορείου Associated Press, σε ανταπόκρισή του που δημοσιεύουν διάφορες έγκυρες Αμερικανικές εφημερίδες περιλαμβανομένων των Washington Post και της Los Angeles Times, οι Ολυμπιακοί γύρισαν στο πατρικό τους σπίτι που τους υποδέχθηκε με μια μεγαλεπήβολη εκδήλωση η οποία άρχισε με την προβολή της Ελληνικής μυθολογίας, του Ελληνικού πολιτισμού και της Ελληνικής κουλτούρας και ολοκληρώθηκε με έναν επικό κύκλο της ιστορίας του αθλητισμού, από την εποχή της πρώτης σύγχρονης Ολυμπιάδας, στον 19ο αιώνα, μέχρι την τωρινή συνάθροιση των μεγαλύτερων αθλητών του κόσμου στην Αθήνα, σε μια εποχή που σκιάζεται από τον φόβο της τρομοκρατίας και την αστάθεια.

Ο Τζίμ Στήβενσον του ραδιοτηλεοπτικού δικτύου «Φωνή της Αμερικής» παρατήρησε πως το εκπληκτικό πρόγραμμα της εναρκτήριας τελετής αποτελεί θρίαμβο των Ελλήνων διοργανωτών, που κατάφεραν να συντονίσουν τις προσπάθειές τους και να φέρουν σε αίσιο πέρας την διαδικασία της Ολυμπιακής προετοιμασίας, παρά τις σοβαρές καθυστερήσεις στην ανέγερση των αθλητικών εγκαταστάσεων και τον σκεπτικισμό, που για καιρό επικρατούσε διεθνώς, σχετικά με την ικανότητά τους να ετοιμάσουν τα πάντα εγκαίρως για την επιτυχή και ασφαλή διεξαγωγή των Αγώνων. Οι ανησυχίες που προκάλεσε το ενδεχόμενο τρομοκρατίας, προσθέτει, συνέβαλαν στο να αυξηθεί ο λογαριασμός για την Ολυμπιακή ασφάλεια στο ενάμιση δισεκατομμύριο δολάρια και να γίνουν οι Αγώνες της Αθήνας οι ακριβότεροι στην ιστορία του Ολυμπιακού Κινήματος και οι πρώτοι στους οποίους προσκλήθηκαν να βοηθήσουν το NATO και άλλες χώρες.

«Όλη η ανατριχίλα στην Αθήνα. Μεγαλειώδες. Συναρπαστικό. Ένα μοναδικό γεγονός γεμάτο από χρώματα, εικόνες και σύμβολα» σημείωσε η μεγαλύτερη αθλητική εφημερίδα της Ιταλίας «Gazzetta Dello Sport» στην ιστοσελίδα της.

«Οι Αγώνες είναι στο σπίτι ξανά» υπογράμμισε το «NBC». Οι 28οι Ολυμπιακοί Αγώνες ξεκίνησαν με έναν αξιολάτρευτο τρόπο στην Αθήνα.

Το Ολυμπιακό Στάδιο φιλοξένησε την τελετή έναρξης μπροστά σε 72.000 θεατές και τέσσερα δισεκατομμύρια τηλεθεατές» ανέφερε το μεγάλο βρετανικό δίκτυο «BBC».

Ακόμη και ΜΜΕ της Αυστραλίας, τα οποία αποτέλεσαν τους μεγαλύτερους «πολέμιους» της Αθήνας, υποκλίθηκαν στην λαμπερή τελετή έναρξης. «Η τελετή έναρξης της Αθήνας ζωντάνεψε μύθους» μετέδωσε το «ABC».

Συγκεκριμένα, μιλώντας στο ραδιόφωνο του ΣΚΑΙ, ο Τούρκος πρωθυπουργός δήλωσε: «Η τελετή έναρξης, ήταν εξαιρετική και η διοργάνωση πολύ καλή».

Ακόμα πιο ενθουσιασμένος ο πρωθυπουργός της Βουλγαρίας Συμεόν Ζαξκομπουργκόσκι, ο οποίος στο ίδιο ραδιοφωνικό σταθμό δήλωσε: «Η τελετή έναρξης των Αγώνων ήταν κάτι παραπάνω από μοναδική, ήταν μια τελειότητα».

ΟΙ ΗΓΕΤΕΣ

Πλήθος επωνύμων βρέθηκαν στις εξέδρες του Ολυμπιακού Σταδίου, στην Τελετή Έναρξης των Αγώνων της 28ης Ολυμπιάδας. Αρχηγοί κρατών, αλλά και άνθρωποι του θεάματος και της Τέχνης. Κάτω από δρακόντεια μέτρα ασφαλείας 35 αρχηγοί κρατών και εστεμμένοι παρακολούθησαν την εντυπωσιακή τελετή έναρξης.

Στο μεταξύ, ο διευθυντής του Γραφείου Τύπου και ΜΜΕ της ΑΘΗΝΑ 2004, Σεραφείμ Κοτρώτσος, αναφερόμενος στις τιμές των κυλικίων στις Ολυμπιακές εγκαταστάσεις, υπογράμμισε: «Τα κυλικεία τηρούν με απόλυτη ευλάβεια τις αγορανομικές διατάξεις, αλλά κι αυτές για την δημόσια υγιεινή. Γίνονται καθημερινά έλεγχοι, ενώ ισχύουν για τους αναδόχους, τα ποσοστά κέρδους της αγοράς.

7.6 Εμπειρίες άλλων διοργανωτριών πόλεων

7.6.1 Βαρκελώνη (1992)

Σήμερα η Βαρκελώνη αποτελεί παράδειγμα αναπτυσσόμενης πόλης του Ευρωπαϊκού Νότου. Περισσότεροι από 2.000.000 τουρίστες επισκέπτονται τη Βαρκελώνη το χρόνο σε σχέση με τις 700.000 το 1991. Επίσης αποτελεί τον Νο 1 πόλο έλξης ξένων κεφαλαίων στην Νότια Ευρώπη. Οι καλές κλιματολογικές συνθήκες, οι ανθρώπινοι όροι διαβίωσης μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες, η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών κλπ. αποτελούν τη συνταγή της επιτυχίας της πρωτεύουσας της Καταλονίας. Το πιο σημαντικό απ' όλα είναι ότι, για την λήψη των γενναίων αυτών αποφάσεων ήταν απαραίτητη η συναίνεση των πολιτών.

7.6.2 Ατλάντα (1996)

Εδώ οι συνθήκες είναι τελείως διαφορετικές από τις δύο προαναφερόμενες πόλεις. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Ατλάντα στηρίχθηκαν κατά 99% σε ιδιωτικά κεφάλαια με κρατική επιχορήγηση που δεν ξεπερνούσε το 1% του συνολικού προϋπολογισμού και αντίστοιχη φυσικά επιβάρυνση των κατοίκων. Παρόλα αυτά, η δημιουργία από τον Δήμο της υποδομής για θεματικά πάρκα και φυσικά η αναμόρφωση των φοιτητικών εστιών των Πανεπιστημίων της Ατλάντα, ήταν αυτό που απέμεινε στην πόλη μετά τους Αγώνες. Επισκέφτηκαν δε την Ατλάντα πάνω από 700.000 τουρίστες κατά τη διάρκεια των Αγώνων.

7.6.3 Σύδνεϊ (2000)

Ο Οργανισμός Τουρισμού της Αυστραλίας, έλαβε από την κυβέρνηση της Αυστραλίας το ποσό των 6,7 εκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ για τέσσερα χρόνια (1997-2000) για να μεγιστοποιήσει τις τουριστικές ευκαιρίες που παρουσιάστηκαν από τους Αγώνες. Η στρατηγική ήταν πλήρως εφαρμοσμένη το έτος 2000 υπό το λογότυπο «Australia 2000-funandgames».

Ο Οργανισμός Τουρισμού της Αυστραλίας με παρόμοια στρατηγική υποστηρίζει:

Οι Αγώνες εκτιμάται ότι είναι η αιτία για την προσέλκυση πρόσθετων 1,74 εκατομμυρίων επισκεπτών παράγοντας περισσότερο από 3,5 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ προσόδους αλλοδαπού συναλλάγματος μεταξύ του 1997 και του 2004.

Το 2000, οι αφίξεις επισκεπτών στην Αυστραλία αυξήθηκαν κατά 11 τοις εκατό. Σαν συμπέρασμα των Αγώνων, ο Οργανισμός Τουρισμού της Αυστραλίας ξεκίνησε 90 τακτικές καμπάνιες με 200 βιομηχανικούς εταίρους αξίας 25 εκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ ώστε σύντομα να μετατρέψει ενδιαφέρον και αντίληψη σε πραγματική επίσκεψη.

Η πιθανότητα δυνητικοί ταξιδιώτες να επισκεφτούν την Αυστραλία αυξήθηκε σημαντικά λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων.

Ο Οργανισμός Τουρισμού της Αυστραλίας χρησιμοποίησε τους Αγώνες για να φιλοξενήσει 50 από τους πιο σημαντικούς για τον τουρισμό ανθρώπους από 11 χώρες για να επισκεφθούν το Σύδνεϋ για τους Ολυμπιακούς.

Η έρευνα δείχνει ότι 88 τοις εκατό από τους 110.000 διεθνείς επισκέπτες που ήρθαν στην Αυστραλία για τους Ολυμπιακούς είναι ενδεχόμενο να επιστρέψουν στο Σύδνεϋ σαν τουρίστες. Αν πέτυχαν οι Αυστραλοί τέτοια σημαντικά αποτελέσματα γιατί να μην πετύχουμε και εμείς; Μπορούμε ακόμα καλύτερα. Η υπεροχή μας σε θέματα φιλοξενίας, πολιτισμού, κλιματολογικών συνθηκών και φυσικών ομορφιών είναι αναμφισβήτητη. Υστερούμε στην διοίκηση (π.χ. Ο ΕΟΤ δεν είναι σε θέση να υλοποιήσει μία τέτοια στρατηγική γι' αυτό και πρέπει να χρησιμοποιήσουμε ειδικές εταιρίες διεθνούς εμβέλειας για την υλοποίηση μία τέτοιας στρατηγικής) και στις υποδομές και την οργάνωση της Αθήνας. Η πρόταση μας δεν θα ήταν ολοκληρωμένη συνεπώς, αν δεν περιλάμβανε μερικές ιδέες για την αναβάθμιση της ίδιας της Αθήνας.

Το Σύδνεϋ επισκέφτηκαν πάνω από 1.500.000 τουρίστες σε 4 χρόνια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΩΟ

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

8.1 Η τουριστική κατάσταση στην Ελλάδα

Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς, διεθνώς, καθώς ετησίως δέχεται περισσότερους από 14 εκ. τουρίστες, γεγονός που την τοποθετεί στη 15η θέση της παγκόσμιας κατάταξης των χωρών υποδοχής (σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού). Έτσι, τις τελευταίες δεκαετίες έχουν αναπτυχθεί μεγαλύτερης ή μικρότερης κλίμακας, πολύμορφες και σύγχρονες τουριστικές υποδομές, που μπορούν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις και τις ανάγκες διαμονής κάθε επισκέπτη.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανέρχεται σε περίπου 8.900 μονάδες με συνολική δυναμικότητα περίπου 670.000 κλινών, που κατανέμονται σε 352.000 δωμάτια. Επιπλέον, στις περισσότερες τουριστικές περιοχές υπάρχει σημαντικός αριθμός ενοικιαζόμενων δωματίων, που φέρουν το ειδικό σήμα λειτουργίας του Ε.Ο.Τ., ενώ επίσης σ' όλη τη χώρα λειτουργούν περισσότερα από 340 campings με 30.000 θέσεις κατασκήνωσης και 2.500 οικίσκους.

Τα περισσότερα από τα τουριστικά καταλύματα έχουν ανακαινιστεί και εκσυγχρονιστεί πρόσφατα και διαθέτουν σύγχρονες εγκαταστάσεις υψηλών προδιαγραφών. Είναι εφοδιασμένα με το ειδικό σήμα λειτουργίας του Ε.Ο.Τ. και ανήκουν στους ακόλουθους τύπους:

Τύποι καταλύσεων

- Ξενοδοχεία (κλασικού τύπου, παραδοσιακοί ξενώνες, αγροτουριστικά καταλύματα κ.α.).
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια.

- Ενοικιαζόμενα διαμερίσματα .
- Αυτοτροφοδοτούμενα τουριστικά καταλύματα (τουριστικές κατοικίες και τουριστικές επαύλεις) .
- Χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης (camping).
- Ξενώνες νεότητας (youth hostels).

Αξιολόγηση Ανταγωνισμού

Στον πίνακα παρατίθενται συγκριτικά στοιχεία σχετικά με την εξέλιξη του αριθμού τουριστών, αφενός σε επίπεδο χώρας, αφ' ετέρου σε επίπεδο κύριων τουριστικών προορισμών (Κέρκυρα, Ρόδο, Κρήτη). Με βάση τα σχετικά στοιχεία προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα:

- Το ποσοστό αύξησης των τουριστών συνολικά στην Ελλάδα, εμφάνισε αυξήσεις, τις δεκαετίες του '80 και του '90, της τάξεως του 50% ανά δεκαετία.
- Ανάλογα με τον βαθμό ωριμότητας του κάθε προορισμού, σε σχέση με την περίοδο έναρξης της ταχείας τουριστικής του ανάπτυξης, τα μερίδια αγοράς της Κέρκυρας παρουσιάζουν σχετική σταθερότητα την τελευταία δεκαετία, γύρω στο 8%, το μερίδιο αγοράς της Ρόδου έχει σταθεροποιηθεί τις δύο τελευταίες δεκαετίες γύρω στο 10-11%, ενώ το μερίδιο αγοράς της Κρήτης παρουσίασε αύξηση ακόμη και την τελευταία δεκαετία. Η Κως, η οποία μπορεί να θεωρηθεί ως ο κύριος άξονας επέκτασης της τουριστικής ανάπτυξης της Ρόδου παρουσίασε τα τελευταία έτη σημαντική αύξηση του μεριδίου της, σε σχέση με τις παρελθούσες δεκαετίες.
- Το ποσοστό των τουριστών των οποίων η άφιξη γίνεται αεροπορικώς
- αυξάνεται σε τάση μεγέθους 10% ανά δεκαετία. Έτσι, ενώ τα τέλη της δεκαετίας
- του '50 αντιπροσώπευε το 40% των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα, στα τέλη της δεκαετίας του '90, αντιπροσώπευε σχεδόν το 80%.

- Νησιωτικοί προορισμοί που τις προηγούμενες δεκαετίες είχαν σημαντική άφιξη δια θαλάσσης, όπως η Κέρκυρα και η Ρόδος, και αεροπορικές αφίξεις στο μέσο ποσοστό της Ελλάδας, αναγκάστηκαν να μεταβούν σε ποσοστά αεροπορικών αφίξεων άνω του 95%, σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Εξέλιξη του Αριθμού Τουριστών κατά Κύριο Προορισμό και Μέσο Άφιξης

(σε χιλ. τουρίστες)

	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000
Σύνολο Ελλάδας	390	864	1.404	3.172	5.271	7.039	8.878	10.712	12.606
Αεροπορικοί	40	51	53	54	61	68	71	76	79
Κερκυρα	35	92	131	289	582	763	1028	857	943
Μεσογειακή	8,9	10,6	9,3	9,1	11,4	10,8	11,5	8	7,5
Αεροπορικοί				44	63	69,3	69	92,2	95
Ρόδος	4	48	110	312	565	729	906	1.045	1.402
Αεροπορικοί	1	5,5	7,8	9,8	10,7	10,3	10	9,7	11,1
Αεροπορικοί				75	78	81	93	91	97
Κρήτη				119	438	777	1.500	2.017	2.500
Αεροπορικοί				4	8,3	11	16,9	19	19,8
Αεροπορικοί				68	88	94	99,6	84	99,7
Κατ:				7	66	232	350	390	680
Αεροπορικοί				0,2	1,2	3,2	3,8	3,6	5,4
Αεροπορικοί									96

Εξέλιξη Αφίξεων Αλλοδαπών Τουριστών με Πτήσεις Charter στην Ελλάδα (1996-1999)

Έτος	Έξοδος	Ετήσια Μεταβολή (%)
1996	5.778.600	
1997	6.400.170	10,74
1998	6.600.750	3,14
1999	7.500.700	13,51

Από τα ανωτέρω στοιχεία προκύπτει το εξής:

- Την περίοδο 1996-1999, ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής των αφικνούμενων τουριστών στην Ελλάδα έφτανε στο 10,24% σε επίπεδο χώρα

ΑΦΙΞΕΙΣ ΜΙΑΝΥΚΤΗΡΕΥΣΕΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ 1997-2004	
ΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ : ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΝ ΚΑΜΠΙΝΓΚΣ	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ - ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	
ΑΦΙΞΕΙΣ	ΜΙΑΝΥΚΤΗΡΕΥΣΕΙΣ
1997 ▶ 12159907	1997 ▶ 53830983
1998 ▶ 12806919	1998 ▶ 56084536
1999 ▶ 12847580	1999 ▶ 59871059
2000 ▶ 13604257	2000 ▶ 60839925
2001 ▶ 12524525	2001 ▶ 55105342
2002 ▶ 12119286	2002 ▶ 53477984
2003 ▶ 12223982	2003 ▶ 53475703
2004 ▶ 11880335	2004 ▶ 51589793

Παρατηρώντας τον παραπάνω πίνακα αφίξεις-διανυκτερεύσεις ξενοδοχειακών καταλυμάτων πλην κάμπινγκ 1997-2004, συμπέρασμα: Όσον αφορά τις αφίξεις της οχταετίας το 1997 καταγράφονται 12159907 αφίξεις, το 1998 με αύξηση έχουμε 12805919, την επόμενη χρονιά δηλαδή το 1999 οι αφίξεις αγγίζουν τις 12847580. Το

2000 καταγράφεται το μεγαλύτερο ποσοστό της οχταετίας στις 13604957. Από το 2001 έως το 2003 παρατηρούνται μικρές αυξομειώσεις με 12524525, 12119986 και 12223982 αντίστοιχα. Τέλος το 2004 οι αφίξεις ελαττώνονται στις 11880335.

Όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις από το 1997 έως το 2000 παρατηρούμε μια σημαντική αύξηση με 53830983, 56084536 αντίστοιχα. Από το 2001 έως το 2004 έχουμε πτώση στα ποσοστά των διανυκτερεύσεων, το 2001 ξεκινά με 55105342, το 2002 και το 2003 ο αριθμός των διανυκτερεύσεων είναι σχεδόν σταθερός με 53477984 και 53475703 ανά έτος. Φτάνοντας στο 2004 (τέλος της οχταετίας) με 51589793 διανυκτερεύσεις.

ΑΦΙΞΕΙΣ - ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΕΙΣ ΝΟΜΟΤΕΛΕΑΚΩΝ ΚΑΤΑΧΥΜΑΤΩΝ 1997-2004	
ΕΤΟΣ ΚΑΤΑΧΥΜΑΤΟΣ ΕΚΔΗΜΗΤΕΚΣ	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ - ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	
ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
1997 ▶ 369226	1997 ▶ 1245950
1998 ▶ 365937	1998 ▶ 1326948
1999 ▶ 274386	1999 ▶ 996658
2000 ▶ 372129	2000 ▶ 1345968
2001 ▶ 318836	2001 ▶ 1162874
2002 ▶ 272758	2002 ▶ 988325
2003 ▶ 275827	2003 ▶ 10264001
2004 ▶ 251248	2004 ▶ 964228

Σύμφωνα με τον πίνακα που αφορά τις αφίξεις-διανυκτερεύσεις των κάμπινγκ παρατηρούμε : Στις αφίξεις το 1997 και το 1998 καταγράφονται 369226 και 365937 αντίστοιχα, διαφορά πολύ μικρή. Ενώ το 1999 μια σημαντική μείωση της τάξης των 274386. Το 2000 το σημαντικότερο ποσοστό αφίξεων αγγίζει τις 372119, στα επόμενα έτη που ακολουθούν το 2001 318836 αφίξεις, το 2002 272758, το 2003 275827 φτάνοντας στο 2004 που παρατηρείται η σημαντικότερη πτώση στις 251248 αφίξεις.

Στις διανυκτερεύσεις καταγράφονται το 1997 1245950, το 1998 με μια μικρή αύξηση στο 1326948. Το 1999 μειώνονται σημαντικά στις 996658. Το 2000 αυξήθηκε ο αριθμός σε 1345968. Το 2001 έχουμε μείωση της τάξεως 1162874 διανυκτερεύσεων και συνεχίζεται η μείωση το 2002 με 988325. Το μεγαλύτερο ποσοστό του πίνακα καταγράφεται το 2003 με 10264001. Τέλος το 2004 έχουμε 964228 διανυκτερεύσεις.

8.2 Σχόλια ξένων χωρών για τον ελληνικό τουρισμό

-Παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο Ελληνικός τουρισμός, η χώρας μας βελτιώνει συνεχώς τη θέση της στις προτιμήσεις των ξένων τουριστών, σύμφωνα με στοιχεία που δημοσιεύονται σε ξένες εφημερίδες και περιοδικά βασισμένα σε στοιχεία ξένων Ινστιτούτων, όπως αναφέρεται σε ανακοίνωση του ΕΟΤ, η τουριστική Ελλάδα βελτιώνει συνεχώς τη θέση της στις προτιμήσεις των ξένων τουριστών.

Ειδικότερα στις αναφορές από τον ΕΟΤ εξωτερικού διαπιστώνεται:

Ιταλία: Σύμφωνα με στοιχεία του επαγγελματικού τύπου, μετρήσεων και δημοσκοπήσεων των Ινστιτούτων Ερευνών, η Ελλάδα είναι στην πρώτη θέση των προτιμήσεων τον Αύγουστο και στη δεύτερη τον Ιούλιο.

Γερμανία: οι Γερμανοί τοποθετούν την Ελλάδα στην πρώτη θέση μαζί με την Ιταλία από ένα σύνολο 60 προορισμών. Όπως αναφέρεται στην ανακοίνωση του ΕΟΤ, με βάση τα ανωτέρω ο ΕΟΤ θεωρεί, ότι η προβολή, οι δημόσιες σχέσεις και η γενικότερη πολιτική προώθησης της εικόνας της τουριστικής Ελλάδας είναι αποτελεσματική και έχει επιτύχει, σ' αυτές τις χώρες, σε μεγάλο ποσοστό τον στόχο του.

-Τον Σεπτέμβρη του 2003 παρά τις φοβίες για μείωση του τουριστικού ρεύματος προς τα νησιά, ο μήνας Ιούλιος παρουσίασε αύξηση στην κίνηση των ναυλωμένων πτήσεων όπως προκύπτει από τα στοιχεία των αεροδρομίων των νησιών. Η αύξηση στις αφίξεις υπολογίζεται στο 3,02%, ενώ υπήρξε και αντίστοιχη αύξηση στις πληρότητες των ξενοδοχείων.

Πιο συγκεκριμένα, πραγματοποιήθηκαν 2.834 ναυλωμένες πτήσεις προς τη Ρόδο έναντι 2.697 πέρσι, σημειώνοντας ποσοστό αύξησης 5,08%. Με τις πτήσεις αυτές,

μεταφέρθηκαν στο νησί 242.710 τουρίστες έναντι 235.595 πέρσι καταγράφοντας επίσης αύξηση της τάξης του 3,02%. Σημειώθηκε δηλαδή μια διαφορά της τάξης των 137 αεροπλάνων και των 7.111 αλλοδαπών τουριστών.

Αύξηση παρατηρήθηκε, επίσης, και στις πτήσεις εσωτερικού. Συγκεκριμένα, πραγματοποιήθηκαν 158 περισσότερες πτήσεις από πέρσι και μεταφέρθηκαν 6.000 περισσότερα άτομα. Ειδικότερα τον περασμένο Ιούλιο έγιναν 1.387 πτήσεις εσωτερικού έναντι 1.229 πέρσι και μεταφέρθηκαν 41.506 άτομα έναντι 35.507 πέρσι, παρουσιάζοντας αύξηση 12,86% και 16,90% αντίστοιχα.

-Σε μύθο αποδεικνύεται, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η άποψη ότι συγκρινόμενη με την Τουρκία η Ελλάδα αποτελεί ακριβό τουριστικό προορισμό. Με δεδομένο ότι για πρώτη φορά το 2003 οι δύο χώρες υποδέχθηκαν ανάλογο αριθμό τουριστών, το γεγονός είναι ότι τα έσοδα της γειτονικής χώρας από τον τουρισμό διαμορφώθηκαν στα 13,2 δισ. δολάρια ΗΠΑ, έναντι 10,7 δισ. δολ. για την Ελλάδα.

Η Ελλάδα διατηρήθηκε πάντως στη δέκατη θέση, στην παγκόσμια κατάταξη των κρατών με τα μεγαλύτερα έσοδα από τον τουρισμό, με πρώτες τις ΗΠΑ (65,1 δισ. δολ.), δεύτερη την Ισπανία (41,7 δισ. δολ.) και τρίτη τη Γαλλία (36,6 δισ. δολ.).

-Οι Ολυμπιακοί Αγώνες συνιστούν διαφημιστικό γεγονός μεγάλης σημασίας και εκεί εστιάζεται η νέα στρατηγική της Κυβέρνησης για την αξιοποίηση του μεταολυμπιακού τοπίου, τόνισε ο υπουργός Τουρισμού Δημήτρης Αβραμόπουλος σε δηλώσεις του μετά από σύσκεψη που πραγματοποιήθηκε στα γραφεία του ΕΟΤ, στην οποία συμμετείχαν παράγοντες του ελληνικού τουρισμού.

-Ισχυρό κίνητρο για μεγάλες ομάδες ταξιδιωτών αποτελεί η πολιτιστική κληρονομιά που διαθέτει μία χώρα προκειμένου να την επισκεφθεί. Η Ελλάδα παρ' ότι διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες, παραμένει στη συνείδηση των περισσότερων ξένων τουριστών ως τόπος που αξίζει να τον επισκεφθεί κανείς μόνο για τον «ήλιο και τη θάλασσα».

Στόχος της τουριστικής ηγεσίας είναι μεταξύ άλλων η σύνδεση του τουρισμού με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά που διαθέτει η χώρα μας με την εκμετάλλευσή της

τεράστιας προβολής που ήδη γνωρίζει η Ελλάδα λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων. Προς αυτήν την κατεύθυνση, άλλωστε, κινήθηκαν και αναφορές του ίδιου του πρωθυπουργού Κων. Καραμανλή, ο οποίος απευθυνόμενος σε τουριστικούς επιχειρηματίες τόνισε ότι «Η Ελλάδα με ένα πλήθος από μνημεία του πολιτισμού που μας κληροδότησε η αρχαιότητα, με αρχαιολογικούς και πολιτιστικούς χώρους διεθνούς ακτινοβολίας είναι σημείο παγκόσμιας αναφοράς. Η Ακρόπολη, η Ολυμπία, η Επίδαυρος, οι Δελφοί, η Δήλος, η Βεργίνα, η Κνωσός, το Αγ. Ορος στέλλουν σε ολόκληρο τον κόσμο πρόσκληση πολιτισμού. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες στέλλουν από τη χώρα όπου γεννήθηκαν και αναβίωσαν μήνυμα ειρήνης συνεργασία προσέγγισης των λαών».

Ας δούμε, όμως, τι έχουν κάνει μέχρι σήμερα οι ανταγωνίστριες χώρες, αλλά και σε τι βαθμό η πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας παρακινεί τους επισκέπτες προκειμένου να την επισκεφθούν.

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα ο πολιτισμός αποτελεί κίνητρο για επίσκεψη στην Ευρώπη για το 80% των Αμερικανών, για το 90% των επισκεπτών από την Λατινική Αμερική και για το 93% των Ιαπώνων. Οι ταξιδιώτες για θάλασσα και ήλιο προέρχονται κυρίως από την Αυστρία (46%) και τη Γερμανία (45%). Οι ταξιδιώτες που ταξιδεύουν κυρίως για πολιτιστικό τουρισμό προέρχονται από την Ιαπωνία (92%), την Αμερική (55%), την Ισπανία (50%) και από τη Μεγάλη Βρετανία (49,7%). Λιγότερο ενδιαφέρονται για «Ηλιο και Θάλασσα» οι Ιάπωνες (0,5%) οι Αμερικανοί (8%) και οι Ισπανοί (4%).

-Έντονα ανήσυχoi είναι οι τουριστικοί παράγοντες, καθώς διαπιστώνουν πως οι μέρες περνάνε και όμως δεν αξιοποιείται το «άρωμα» με το οποίο «πότισε» η Ελλάδα το παγκόσμιο στερέωμα. Οι παράγοντες του τουρισμού θεωρούν ότι έχει καταγραφεί πολύ μεγάλη καθυστέρηση στη μεταολυμπιακή διαφήμιση και εκτιμούν ότι δεν χρειάζεται πολύς καιρός για να ξεχαστεί το καλοκαίρι των ελληνικών επιτυχιών (EURO 2004 – Ολυμπιακοί Αγώνες).

Τα βλέμματα των επιχειρηματιών του τουρισμού έχουν στραφεί στην επόμενη σαιζόν. Ήδη έχουν εκφραστεί εκτιμήσεις για τα δεδομένα που θα καθορίσουν την πορεία της επόμενης τουριστικής περιόδου και σύμφωνα με αυτές το έτος 2005 θα χαρακτηριστεί από αυξημένες αφίξεις τουριστών, οι οποίοι, όμως θα διανυκτερεύσουν

λιγότερες ημέρες.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι το θετικότερο πράγμα που θα μπορούσε να συμβεί για την τουριστική Βιομηχανία της Ελλάδας. Ποτέ άλλοτε η Ελλάδα δεν θα έχει την δυνατότητα να προβληθεί τόσο πολύ μέσω της τηλεοπτικής εικόνας σε όλες τις χώρες του κόσμου . Οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην Αυστραλία, προσέφεραν στην χώρα αυτή 40 χιλιάδες εκατομμύρια ώρες τηλεοπτικής παρακολούθησης. Αυτή είναι η δύναμη των Ολυμπιακών Αγώνων.



Ο ελληνικός τουρισμός είναι ο τομέας που μπορεί να ωφεληθεί τα περισσότερα από την επιτυχημένη διεξαγωγή των Ολυμπιακών αγώνων το 2004. Δισεκατομμύρια μάτια θα είναι στραμμένα στην Ελλάδα.

Είναι μια μεγάλη ευκαιρία λοιπόν η τουριστική προβολή της χώρας, μέσα από του αγώνες, να αποτελέσει την ευκαιρία ώστε να γνωρίσουν οι ξένοι τις ομορφιές της πατρίδας μας.

Είναι λοιπόν στο χέρι μας να χρησιμοποιήσουμε την μεγάλη δημοσιότητα που θα αποκτήσει η χώρα μας για να αλλάξουμε τη θέση μας στα διεθνή τουριστική αγορά. Άλλωστε περιμένουμε στην Αθήνα να έχουμε πάνω από 2.000.000 επισκέπτες κατά τη διάρκεια των Αγώνων Τα βήματα είναι πολλά, αλλά τα 600 δις που θα επενδυθούν μέσα από το Γ' ΚΠΣ στο τουρισμό μπορούν να πιάσουν τόπο. Αρκεί να γίνουν μεθοδευμένα και μέσα στο χρονοδιάγραμμα οι διάφορες ενέργειες.

Μη μείνουμε στις δάφνες της Ολυμπιάδας.

Επιχειρηματίες του τουρισμού

Η επιτυχία της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων και οι ύμνοι που ακολούθησαν ακόμη και από μέχρι πρότινος σφοδρούς επικριτές της Ελλάδας αποτέλεσαν την καλύτερη και μεγαλύτερη δυνατή διαφήμιση για τον ελληνικό τουρισμό. Η γενική, λοιπόν, αίσθηση των τουριστικών παραγόντων της Κρήτης είναι ότι το 2005 θα είναι μια καλύτερη τουριστικά χρονιά. Όμως, η αίσθηση αυτή δε βασίζεται σε κάτι χειροπιαστό, και για να επιβεβαιωθεί, όπως τονίζουν, ένα πράγμα δε χρειάζεται: να επαναπαυτούμε στις δάφνες της επιτυχίας.

-Καλά κρατεί η τουριστική κίνηση και σύμφωνα με τα στοιχεία κρατήσεων η

εικόνα αυτή θα διατηρηθεί μέχρι το τέλος του Σεπτεμβρίου 2005.

Οι τουριστικοί πράκτορες παρακολουθώντας την εξέλιξη της φετινής σαιζόν παραδέχονται ότι η διεθνής τρομοκρατία ήταν εκείνη που ώθησε τους πάντες να στραφούν προς τους ασφαλείς προορισμούς και αυτό εκτίναξε στα ύψη τη ζήτηση των νησιών μας.

Οι κρατήσεις δείχνουν ότι οι αυξημένες πληρότητες των ξενοδοχειακών μονάδων θα διατηρηθούν μέχρι το τέλος Σεπτεμβρίου, γεγονός που θυμίζει τουριστικές περιόδους των περασμένων δεκαετιών.

Εξάλλου, ανάκαμψη με ποσοστά που φτάνουν και το 50% σημειώνει ο θαλάσσιος τουρισμός στη χώρα μας, με τις κρουαζιέρες να πρωταγωνιστούν και να ακολουθούν τα σκάφη αναψυχής, παρά τις τεράστιες ελλείψεις σε υποδομές και υπηρεσίες που παρατηρούνται σε λιμάνια και μαρίνες στα μικρά και μεγάλα νησιά.

-Αύξηση σε ποσοστό 13,4% παρουσίασαν οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών (253.375 αφίξεις τον Ιούλιο του 2005 έναντι 223.493 αφίξεων τον Ιούλιο του 2004), στο αεροδρόμιο της Ρόδου κατά το μήνα Ιούλιο, συγκριτικά με τον Ιούλιο του 2004, και σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) η πορεία του τουρισμού θα εξακολουθήσει να βρίσκεται σε θετική πορεία. Το ΙΤΕΠ στηρίζει την εκτίμησή του αυτή στην καλή προετοιμασία της τουριστικής σαιζόν του 2005, στη διαφημιστική προβολή και στο θετικό αποτέλεσμα των Ολυμπιακών Αγώνων.

Με τα μέχρι τώρα δεδομένα εκτιμώμενη αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας μπορεί να μην ανταποκρίνεται στις προσδοκίες αλλά και τις δυνατότητες της χώρας, ενόψει και της ευνοϊκής διεθνούς τουριστικής συγκυρίας, ωστόσο, αποτελεί μια άκρως ευχάριστη εξέλιξη στην παρούσα φάση της ελληνικής οικονομίας. Είναι δε δίκαιο να αναγνωρισθεί ότι το μεγαλύτερο μερίδιο της σημειούμενης αναστροφής των πτωτικών τάσεων των παρελθόντων ετών οφείλεται στην ακάματη προσπάθεια της πολιτικής ηγεσίας του τουρισμού. Πρέπει, βεβαίως, να τονιστεί ότι η καλή διαφημιστική προσπάθεια δεν αποτελεί επαρκή συνθήκη για μια μεσο-μακροπρόθεσμη ταχύρρυθμη τουριστική ανάπτυξη.

Όπως ανεφέρθη ανωτέρω, η προβολή των τάσεων στις αφίξεις, βάσει των στοιχείων του Ιουλίου και ενδείξεων από πληροφορίες για τον Αύγουστο, δείχνει αύξηση των αφίξεων της τάξεως του 8%. Είναι μια αρκετά ικανοποιητική εξέλιξη, που

υπογραμμίζει την ύπαρξη δυνατότητας αναστροφής των αρνητικών τάσεων, στις οποίες είχε οδηγήσει η εγκατάλειψη του τομέα από πλευράς κρατικής φροντίδας.

Η συντελεσθείσα κατά τον Ιούλιο εμφανής αναστροφή των τάσεων δεν υπήρξε ομοιόμορφη. Την μερίδα του λέοντος διεκδικούν οι δημοφιλείς προορισμοί Ρόδου και Κρήτης, ενώ η Πρωτεύουσα εξακολούθησε να επιτυγχάνει υψηλό ρυθμό αφίξεων, της τάξεως του 13%, εξηγούμενο από την αναβάθμιση των υποδομών της και την προβολή της λόγω Ολυμπιακών Αγώνων. Οι υστερούσες περιοχές εντοπίζονται στα νησιά του Ανατολικού Αιγαίου και στα Ιόνια Νησιά, όπου οι ρυθμοί μεταβολής παρέμειναν αρνητικοί, αν και βελτιούμενοι κατά τον Ιούλιο.

-Όπως ανέφερε ο κ. Πατέλλης η τουριστική προβολή της Ελλάδας θα έχει μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα με την ανάπτυξη μορφών συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο. Η ευρεία συμμετοχή όλων των οικονομικών κλάδων της τοπικής αυτοδιοίκησης, ιδιωτών, κλάδων τουριστικής ανάπτυξης θα εξασφαλίζει επιπλέον πόρους και μια αρκετά υψηλή συγχρηματοδότηση. Οι διάφορες καμπάνιες και πρωτοβουλίες θα στοχεύουν και θα δυναμώνουν την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό, παράλληλα όμως θα προωθούν περιφερειακά προορισμούς και προϊόντα.

Έτσι, το "Εθνικό Σχέδιο Τουριστικής Προβολής και Διαφήμισης" για το 2004 θα χωρίζεται στους παρακάτω τομείς βάσει των οποίων θα διαφοροποιείται και το διαφημιστικό μήνυμα κατά περίπτωση:

Προβολή και διαφήμιση σε εθνικό επίπεδο Προβολή και διαφήμιση σε χωροταξικό επίπεδο Προβολή και διαφήμιση ανά είδος θεματικού τουρισμού Προβολή και διαφήμιση "νέων προϊόντων", "νέων περιοχών" Προβολή και διαφήμιση αναλόγως τον πληθυσμιακό στόχο (target group) Προβολή και διαφήμιση ανά χώρα Προβολή και διαφήμιση αναλόγως τον μέσων που θα χρησιμοποιηθούν Εναλλακτικές δράσεις και σενάρια για περιπτώσεις που θα συμβούν, "μη υπολογίσιμα γεγονότα"

ΑΝΕΒΑΙΝΕΙ Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΙΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο Ελληνικός τουρισμός, η χώρας μας βελτιώνει συνεχώς τη θέση της στις προτιμήσεις των ξένων τουριστών, σύμφωνα με

στοιχεία που δημοσιεύονται σε ξένες εφημερίδες και περιοδικά βασισμένα σε στοιχεία ξένων Ινστιτούτων, όπως αναφέρεται σε ανακοίνωση του ΕΟΤ, η τουριστική Ελλάδα βελτιώνει συνεχώς τη θέση της στις προτιμήσεις των ξένων τουριστών.

8.3 Το επίπεδο των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα

Σε αντίθεση με την ευρέως διαδεδομένη άποψη, ακόμη και μεταξύ επαγγελματιών, το επίπεδο των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι από τα υψηλότερα, εάν ληφθούν υπόψη τα ακόλουθα δεδομένα για το έτος 2000, σύμφωνα με στοιχεία του Economist.

Χώρα	Τουριστικό συνάλλαγμα	Αριθμός τουριστών	Διατά κεφαλή συνάλλαγμα
Αμερική	74,4	48,4	1.537
Ισπανία	32,9	51,7	636
Γαλλία	31,7	73	434
Ιταλία	28,4	36	788
Μ. Βρετανία	21,0	25,7	817
Γερμανία	16,8	17,1	982
Κίνα	14,1	27	522
Αυστρία	11,1	17,4	637
Καναδάς	10	19,5	512
Ελλάδα	8,8	12	733
Ρωσία	8,8	18,4	478
Μεξικό	7,6	19	400
Αυστραλία	7,5	4,4	1.704
Ελβετία	7,4	10,8	685
Χονγκ Κονγκ	7,2	11,3	637
Πορτογαλία	5,1	11,6	439
Τουρκία	5,2	6,8	764
Ταϊλάνδη	6,6	8,6	767
Σιγκαπούρη	5,9	6,2	951
Ουγγαρία	3,9	12,9	302

Τουριστικό συνάλλαγμα (δισ \$)
 Αρ. Τουριστών (εκ)
 Κατά κεφαλή συνάλλαγμα: \$

Πηγή: Economist

Συμπεράσματα

1. Το κοινωνικοοικονομικό επίπεδο των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα, μετρούμενο και με την κατά κεφαλή δαπάνη είναι από τα υψηλά στην διεθνή τουριστική Βιομηχανία.
2. Η Ελλάδα, μεταξύ των 20 πιο συναλλαγματοφόρων τουριστικών χωρών, είναι 10η, κατά σειρά χώρα, σε ύψος τουριστικού συναλλάγματος, 13η σε αριθμό τουριστών και 9η σε κατά κεφαλήν τουριστικό συνάλλαγμα.
3. Υψηλότερο συνάλλαγμα φαίνονται να έχουν οι υπερπόντιοι προορισμοί, καθώς και οι προορισμοί με αναλογικά μικρότερη τουριστική ανάπτυξη, κυρίως από άποψη συνολικού συναλλάγματος, αλλά και από άποψη αριθμού τουριστών.
4. Επίσης, υψηλότερο κατά κεφαλήν τουριστικό συνάλλαγμα έχουν ιδιαίτερα ανεπτυγμένες χώρες, οι οποίες προσφέρουν μεγάλες και δαπανηρές προμήθειες αγαθών και υπηρεσιών, όπως η Αμερική, η Γερμανία, η Σιγκαπούρη κλπ.

Ενέργειες

Παρά τα ανωτέρω, η έμφαση προς Γερμανούς, Έλληνες και μεγαλύτερες ηλικίες και σε υψηλότερα κοινωνικοοικονομικά επίπεδα θα βελτιώσει, σε ένα βαθμό, την κοινωνικοοικονομική σύσταση των επισκεπτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

9.1 Γενικά

Τα τελευταία χρόνια λόγω της τεράστιας ανάπτυξης του τουρισμού παγκόσμιο επίπεδο δημιουργήθηκε η ανάγκη ύπαρξης φορέων και οργανισμών που σαν ενώσεις προσώπων θα εποπτεύουν και θα υποβοηθούν την τουριστική ανάπτυξη στο κόσμο. Αυτές οι ενώσεις προσώπων που άλλοτε θεσπίζοντουσαν από το ίδιο το κράτος και άλλοτε από τους επιμέρους επαγγελματίες, ενεργούν με τρόπο τέτοιο ώστε να διασφαλίσουν και να περιφρουρήσουν την τουριστική οικονομία από προβλήματα.

Το τουριστικό κύκλωμα στο σύνολο του *απαρτίζεται από κάθε είδους επιχειρήσεις* όσο αναφορά το αντικείμενο εργασιών τους, το μέγεθος τους, τη διοίκηση τους και τη σύσταση των κεφαλαίων τους. Συνήθως στη χώρα μας συναντάμε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αυτοχρηματοδοτούμενες από ίδια κεφάλαια, μικρού μεγέθους και οικογενειακού χαρακτήρα. Αυτό το φαινόμενο, έκανε ακόμα περισσότερο επιτακτική την ανάγκη για τη σύσταση και δημιουργία τουριστικών φορέων οι οποίοι θα εποπτεύουν και θα ελέγχουν τον τουρισμό στη χώρα.

Και σε παγκόσμιο επίπεδο συναντάμε φορείς με τη μορφή επαγγελματικών σωματίων, ή παγκόσμιων οργανισμών (Π.Ο.Τ) που ασχολούνται με τουριστικά θέματα και κατά κάποιο τρόπο ορίζουν τα πράγματα στην τουριστική οικονομία.

9.2 Ο Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ)

Ο Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού αποτελεί νομικό πρόσωπο δημόσιου δικαίου υπό την εποπτεία της Γενικής Γραμματείας Τουρισμού του υπουργείου Ανάπτυξης. Ιδρύθηκε το 1950 με τον αστικό νόμο 1565/50 και έκτοτε αποτελεί το βασικό κρατικό

φορέα του τουριστικού τομέα.

Ο Ε.Ο.Τ διαρθρώνεται σε κεντρική υπηρεσία με έδρα την Αθήνα και σε υπηρεσίες εξωτερικού .Κύριος σκοπός του Ε.Ο.Τ είναι η οργάνωση –ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού στην Ελλάδα, με την αξιοποίηση όλων των υφισταμένων δυνατοτήτων της χώρας. Ο Ε.Ο.Τ καθίσταται ο κύριος φορέας εισήγησης της τουριστικής πολιτικής και υλοποίησης της μέσα από τις ακόλουθες αρμοδιότητες:

- 1) Υποβάλλει προτάσεις στη κυβέρνηση για τη χάραξη τουριστικής πολιτικής .
- 2) Υλοποιεί την τουριστική πολιτική που χαράσσει η κυβέρνηση κατά το μέρος των αρμοδιοτήτων του.
- 3) Μελετά και καταρτίζει προγράμματα ειδικής και γενικής τουριστικής υποδομής και ανάπτυξης .
- 4) Καταρτίζει και εκτελεί το πρόγραμμα τουριστικής προβολής της χώρας στο εξωτερικό και μεριμνά για την ανάπτυξη της τουριστικής συνείδησης.
- 5) Εποπτεύει και ελέγχει τις εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής.
- 6) Υποστηρίζει δημόσιες υπηρεσίες, οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α) φυσικά ή νομικά πρόσωπα σε ενέργειες οι οποίες αποβλέπουν στην προώθηση των στόχων του Ε.Ο.Τ.
- 7) Καταρτίζει και εγκρίνει προγράμματα προβολή περιοχών της χώρας.
- 8) Ασκει εποπτεία και ποιοτικό έλεγχο της τουριστικής αγοράς με στόχο την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.
- 9) Αναλαμβάνει κάθε άλλη δραστηριότητα ή ενέργεια που αποβλέπει στην οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού, η οποία προβλέπεται από τις κείμενες διατάξεις και δεν έχει μεταβιβαστεί.

9.3 Η τουριστική πολιτική 2002-2006 στόχοι και προοπτικές

Στην διάρκεια των δυο προηγούμενων δεκαετιών ο τουρισμός την Ελλάδα, από μια περιορισμένης εμβέλειας δραστηριότητα που προσέλκυε λίγους και με ειδικά ενδιαφέροντα περιηγητές, μετεξελίχθηκε και αναδείχθηκε σε μια μεγάλη εθνική βιομηχανία, που συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομία, την απασχόληση και την ευημερία, αλλά επίσης και στην προβολή της Ελλάδας προς τα έξω και στη διαμόρφωση της διεθνούς κοινής γνώμης για αυτή.

Η νέα εποχή έχει πολύ περισσότερες απαιτήσεις και πολύ περισσότερες προκλήσεις. Απέναντι σε αυτές πρέπει να εφαρμοστεί μια καινούρια πολιτική που να σέβεται τον πολιτισμό και το περιβάλλον και να ενισχύει την οικονομική ανάπτυξη. Με γνώμονα την ανάπτυξη του τουρισμού σε μια ανταγωνιστική προοπτική υψηλής ποιότητας, σχεδιάστηκαν στόχοι τουριστικής πολιτικής από τον Ε.Ο.Τ και μέτρα που θα εφαρμοστούν στο διάστημα 2002-2006 με σκοπό:

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

Κατά το διάστημα 2002-2006 στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ. διατίθενται για τον τουρισμό συνολικοί πόροι 2,054,292,003,96 ευρώ εκ των οποίων το ήμισυ θα είναι ιδιωτική συμμετοχή. Πρόκειται για μείζονα συνολική παρέμβαση στον ελληνικό τουρισμό η οποία αν αξιοποιηθεί σωστά θα ενισχύει σημαντικά τις προοπτικές του Ελληνικού τουρισμού.

Δραστηριότητες

1) Δραστηριότητες μάρκετινγκ και προβολής.

Οι κύριες κατευθύνσεις της επικοινωνιακής πολιτικής και διαφήμισης είναι η ανάδειξη της ιδιαιτερότητας και συνθετότητας του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ο Ε.Ο.Τ σχεδίασε και υλοποιεί ήδη μια ενιαία διαφημιστική εκστρατεία για όλες τις διεθνείς αγορές. Στόχος είναι η αύξηση της ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας στις διεθνείς τουριστικές αγορές. Η διαφημιστική προβολή θα απορροφήσει συνολικά 32,000,000,00 ευρώ και θα συνίσταται:

- ✓ Στην γενική διαφημιστική καμπάνια του Ε.Ο.Τ. η οποία θα καλύψει τις 15 πιο σημαντικές αγορές του κόσμου.
- ✓ Σε ενέργειες έμμεσης διαφήμισης σε συνεργασία με tour operators στην αγορά των Η.Π.Α και του Καναδά.
- ✓ Σε ενίσχυση των διαφημιστικών προγραμμάτων των νομαρχιακών Επιτροπών Τουριστικής Προβολής.
- ✓ Σε συμμετοχή της Ελλάδας σε περισσότερες από 75 τουριστικές εκθέσεις διεθνώς.

2) Μελέτες που έχουν ανατεθεί από τον Ε.Ο.Τ.

Για την προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης, ο Ε.Ο.Τ έχει αναθέσει τα τελευταία χρόνια την εκπόνηση σχετικών μελετών και ερευνών που καλύπτουν ευρύ φάσμα σε θέματα του τουριστικού τομέα.

- ✓ Αξιολόγηση αποτελεσμάτων από την εφαρμογή του αναπτυξιακού νόμου.
- ✓ Μελέτη ανάπτυξη εθνικού συστήματος λυμένων αναψυχής.
- ✓ Μελέτη σχεδιασμού δράσεων για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού σε αναπτυγμένες τουριστικές περιοχές .

- ✔ Σχεδιασμός δράσεως πιλοτικού χαρακτήρα για την ανάπτυξη οικολογικού τουρισμού.
- ✔ Σχεδιασμός αξιοποίησης με στόχο την ήπια οικολογική τουριστική ανάπτυξη της οροσειράς της Πίνδου και αναγνώριση ορεινών και χιονοδρομικών κέντρων.
- ✔ Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης του εσωτερικού τουρισμού .
- ✔ Έρευνα αγοράς του Ελληνικού τουρισμού.

3) Πρόγραμμα κοινωνικού τουρισμού .

Το πρόγραμμα κοινωνικού τουρισμού έχει τεθεί σε ισχύ, εδώ και πολλά χρόνια, και βοήθα σημαντικά τις οικονομικά ασθενείς πληθυσμιακές ομάδες, να κάνουν τουρισμό σε όλη την Ελλάδα με ιδιαίτερα χαμηλό κόστος .Σε αυτό το πρόγραμμα μπορούν να συμμετέχουν όλες οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και τα camping που λειτουργούν με ειδικό σήμα λειτουργίας του Ε.Ο.Τ. Από αυτό το πρόγραμμα εξαιρούνται οι επιχειρήσεις που βρίσκονται σε μέρη όπου υπάρχει πληρότητα μεγαλύτερη του 50%.Τετοια μέρη είναι η Αθήνα, ο δήμος Θεσσαλονίκης, η Ρόδος, η Κέρκυρα, η Λευκάδα, η Ζάκυνθος, η Κεφαλονιά, η Κρήτη και ο νομός Κυκλάδων που σύμφωνα με στοιχεία της Ε.Σ.Υ.Ε είχαν πληρότητα μεγαλύτερη του 50% κατά τη διάρκεια 1996-1999.Δικαιωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα του κοινωνικού τουρισμού όσοι κατά το προηγούμενο διαχειριστικό έτος, το φορολογητέο εισόδημα υπέρβαινε τα 14673,53 ευρώ.

Η συνολική διάρκεια των διακοπών καθορίζεται από 5 έως 7 διανυκτερεύσεις ή το κατάλυμα, επιδοτούμενα εισιτήρια μεταφορικών μέσων (αεροπλάνο, πούλμαν, καράβι, τραίνο). Η διαμονή των δελτίων γίνεται μέσω της Εθνικής Τράπεζας, τα δελτία είναι αυστηρά προσωπικά και ισχύουν για τον δικαιούχο και τα προστατευόμενα μέλη της οικογένεια του.

4) Πρόγραμμα για την βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος.

Το Υπουργείο Ανάπτυξης σε συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ. βρίσκονται σε διαρκεί

συζήτηση με τον ιδιωτικό τομέα για την κατάρτιση και υλοποίηση προγραμμάτων και μέτρων με σκοπό την ενίσχυση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος. Τέτοια προγράμματα είναι:

- Η εισαγωγή έως νέου συστήματος αξιολόγησης και κατάταξης των τουριστικών καταλυμάτων που δεν είναι ξενοδοχειακά, δηλαδή τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα. Το σύστημα των κλειδιών που θεσμοθετήθηκε με το Π.Δ.337/2000 και βρίσκεται σε εξέλιξη, ολοκληρώθηκε το Σεπτέμβριο του 2003, όποτε και θα υπάρξει ένας σαφής διαχωρισμός των ενοικιαζόμενων δωματίων, δωματίων και διαμερισμάτων σε τάξεις ανάλογα με την ποιότητα τους και τις υπηρεσίες που προσφέρουν.
- Η εισαγωγή και εφαρμογή ενός νέου συστήματος κατάταξης των ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες αστερών εκτός από τις είδη ισχύουσες, νέες και ιδιαίτερα απαιτητικές. Το σύστημα αυτό θεσμοθετήθηκε με το Π.Δ.43/2002, έχει ανατεθεί στον Ε.Ο.Τ και περιλαμβάνει την ανακάταξη 8000 και πλέον ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας.
- Η αναθεώρηση και κωδικοποίηση της τουριστικής νομοθεσίας. Αυτό το φιλόδοξο πρόγραμμα, με απόφαση του υφυπουργού τουρισμού έχει ανατεθεί σε επιτροπή από νομικούς, διακεκριμένους επιστήμονες και υπηρεσιακούς παράγοντες του Ε.Ο.Τ και της γραμματείας τουρισμού του Υ.Π.Α.Ν.
- Διάφορα προγράμματα ενίσχυσης ιδιωτικών επιχειρήσεων με στόχο την ποιοτική αναβάθμιση εγκαταστάσεων και υπηρεσιών για τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος.
- Εντατικοποίηση των ελέγχων σε όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις και εγκαταστάσεις.
- Πρόγραμμα ανάδειξης της Ελληνικής κουζίνας ως τουριστικό πόρου.
- Αναβάθμιση της παρεχόμενης τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης για

εργαζόμενους ή μικρομεσαίους επιχειρηματίες σε όλη την χώρα, για την βελτίωση της ποιότητας μέσω των ανθρώπινων πόρων .

5) Τουρισμός και περιβάλλον

Στα πλαίσια της προστασίας του περιβάλλοντος, και της αρμονικής συνύπαρξης τουρισμού και περιβάλλοντος, ο Ε.Ο.Τ. εστιάζει στην εφαρμογή ρυθμίσεων και μέτρων που είδη ισχύουν, άλλα και στην θέσπιση και προώθηση καινούριων αναγκαίων μέτρων. Ενδεικτικά, οι τουριστικές εγκαταστάσεις οφείλουν να συμμορφώνονται προς το θεσμικό πλαίσιο που αναφέρεται στις μελέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων σχετικά με τις τεχνικές προδιαγραφές, την ύδρευση και την αποχέτευση. Αυτές οι διατάξεις ελέγχονται από τον Ε.Ο.Τ.

Επίσης, ήδη ορισμένες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να εφαρμόζουν συστήματα πιστοποίησης της διασφάλισης της ποιότητας ως προς την περιβαλλοντική διαχείριση σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα ISO 14001. Αυτές οι πρωτοβουλίες αναμένεται να ενισχυθούν και από το 3^ο Κ.Π.Σ., μέσω του επιχειρησιακού προγράμματος «Τουρισμού»

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Είναι φανερά ιδιαίτερα δύσκολο έως ακατόρθωτο να σχηματίσουμε μια συνολική άποψη για την προσφορά του Ε.Ο.Τ. στον Ελληνικό τουρισμό, κρίνοντας τις ενέργειες που έχει αναλάβει και έχει υλοποίηση μέχρι στιγμής. Ο Ε.Ο.Τ. στο παρελθόν, κατά τη διάρκεια του 50 πριν αναπτυχθεί ο τουρισμός στην Ελλάδα κατασκεύασε πιλοτικές ξενοδοχειακές μονάδες σε διάφορες περιοχές της χώρας που προσφέρονται για τουριστική ανάπτυξη. Αυτό έδωσε σημαντική ώθηση στον τουρισμό, και παρέσυρε ιδιώτες σε τουριστικές επενδύσεις.

Από το ξεκίνημα λοιπόν της τουριστικής ανάπτυξης ο Ε.Ο.Τ υπήρξε καθοριστικός παράγοντας, ο οποίος σχεδόν πάντα όριζε τις εξελίξεις στην τουριστική αγορά. Κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του όμως, και όταν η βοήθεια του ήταν απαραίτητη για την θεμελίωση τουριστικής αγοράς στην χώρα, ο Ε.Ο.Τ. δεν

επανδρώθηκε με το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό, με αποτέλεσμα να καταντήσει σήμερα μια δυσκίνητη δημόσια υπηρεσία, που διακρίνεται για την δημοσιοϋπαλληλική νοοτροπία αυτών που την απαρτίζουν.

Σήμερα, ως αποτέλεσμα του αέρα ανανέωσης που πνέει τα τελευταία χρόνια σε όλες τις δημόσιες υπηρεσίες, ο Ε.Ο.Τ., εκσυγχρονίζεται και επανδρώνεται εν μέρει από ικανό, εξειδικευμένο και καταρτισμένο προσωπικό. Τα προβλήματα λειτουργίας όμως συνεχίζουν να υπάρχουν, ως αποτέλεσμα των μπερδεμένων αρμοδιοτήτων του και της ελλιπούς τήρησης του οργανογράμματος.

Για να ξεπεράσει αυτές τις αδυναμίες ο Ε.Ο.Τ. θα πρέπει να καταβληθεί προσπάθεια εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας, ώστε να γίνει ένας ευέλικτος και αποτελεσματικός προωθητικός μηχανισμός του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος, όπως το απαιτούν οι καιροί και το επιβάλουν οι περιστάσεις ενόψει των Ολυμπιακών αγώνων του 2004.

Παρά τη σημαντική οικονομική σημασία του τουρισμού στην Ελλάδα, θα πρέπει να ειπωθεί πως κανείς άλλος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας δεν δοκιμάστηκε τόσο πολύ όσο ο τουρισμός κατά την δεκαετία του 90. Αυτό οφείλεται κυρίως στην ανυπαρξία ενός ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής πολιτικής, που θα καταρτισθεί συμφωνά με τις σύγχρονες ανάγκες και τα σύγχρονα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τουριστικός κλάδος στην Ελλάδα.

9.4 Στρατηγική τοποθέτηση Ελλάδος

Σύμφωνα με έρευνα του ΕΟΤ (Market Study Ελληνικού Τουρισμού, 1998), η Ελλάδα θα πρέπει να ακολουθήσει μια σαφή στρατηγική αναβάθμισης, η οποία θα είναι συγχρόνως στρατηγική διαφοροποίησης της Ελλάδας (στην Ευρώπη) από τους προσανατολισμένους στο μαζικό τουρισμό ανταγωνιστές της (Τουρκία, Ισπανία). Η ενιαία (ομοιόμορφη) **βασική τοποθέτηση** σε όλες τις ξένες αγορές, η οποία προτείνεται συνοψίζεται στα παρακάτω:

Ελλάδα
«Μια μοναδική αρμονία»
Ήλιου + Θάλασσας + πολιτισμού

Η θέση της Ελλάδας σε τουριστικό επίπεδο στην Ευρωπαϊκή και υπερπόντια αγορά	
Ευρωπαϊκή Αγορά	Υπερπόντια Αγορά
Αν και το κυρίαρχο τουριστικό προϊόν είναι ήλιος και θάλασσα, η Ελλάδα προσφέρει περισσότερα	Το κυρίαρχο προϊόν είναι ο πολιτισμός και τα αξιοθέατα-έμφαση
<p>Η Ελλάδα προσφέρει <u>ήλιο + θάλασσα σε συνδυασμό με ένα μοναδικό πολιτισμό</u> που διακρίνεται</p> <p>α) σε <u>ιστορικό πολιτισμό</u> και μνημεία και</p> <p>β) σε <u>«ζωντανό πολιτισμό»</u> (ελληνική φιλοξενία, ευχάριστος τρόπος ζωής, γραφικά χωριά και νησιά κλπ)</p>	<p>Ο «πολιτισμός» εμπλουτίζεται σε μεγάλο βαθμό με ελληνικά χαρακτηριστικά όπως:</p> <p>Το ελληνικό τοπίο / νησιά</p> <p>Ο ήλιος και η θάλασσα</p> <p>Ο ελληνικός τρόπος ζωής</p>
Τα παραπάνω (ήλιος + θάλασσα + τοπίο + νησιά-ιστορικός και «ζωντανός πολιτισμός») είναι ενσωματωμένα σε ένα <u>αρμονικό σύνολο</u> , που δεν το βρίσκει κανείς παρά <u>μόνο στην Ελλάδα</u> .	Τα παραπάνω συνιστούν μια «μοναδική αρμονία» που τη βρίσκει κανείς μόνο στην Ελλάδα και που διαφοροποιεί την Ελλάδα από άλλους προορισμούς πολιτιστικού τουρισμού.

9.5 Εκμετάλλευση της προβολής της Ελλάδας μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες

Η Ελλάδα, κρατάει ζωντανές και νωπές τις εικόνες κύρους που συνόδευσαν την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, όπου κυρίαρχα ήταν τα στοιχεία της ασφάλειας και της φιλοξενίας. Η χώρα μας εισέρχεται δυναμικά στο διεθνές τουριστικό τοπίο, με στόχο την αξιοποίηση των συγκριτικών της πλεονεκτημάτων και τη

διαμόρφωση πλαισίου και κλίματος φιλόξενου και φιλικού, τόσο για τους επισκέπτες όσο και για τους επενδυτές .

«Η Στρατηγική Τουρισμού της Ελλάδος» στοχεύει στην πρόσθεση βάθους και διάστασης της διεθνούς εικόνας της Ελλάδας και μακροχρόνια στην αύξηση των οικονομικών και κοινωνικών ωφελειών για την Ελλάδα, μέσα από αυξημένα έσοδα από εξαγωγές, απασχόληση, αφίξεις επισκεπτών και διασπορά επισκεπτών.

Αυτό που θα πρέπει να γίνει είναι η προβολή του ιδιαίτερου τουριστικού μας προϊόντος, στο πλαίσιο μιας συνολικής και συγκεκριμένης στρατηγικής.

Θα πρέπει να μην επαναπαυτούμε μετά τη μεγάλη επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων και την τεράστια διαφήμιση που είχε η χώρα μας. Οφείλουμε να συνεχίσουμε τη διαφήμιση γιατί δεν πρέπει επ' ουδενί να χάσουμε αυτή την ευκαιρία. Θα πρέπει να εντατικοποιήσουμε την προβολή της χώρας, να μην εστιάσουμε στην επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων, αλλά να διαφημίσουμε τις ιδιαιτερότητες που προσφέρει η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός. Αλλά αυτό δε σημαίνει ότι με αυτό μόνο λύνουμε το πρόβλημά μας. Θα πρέπει ακόμη να προσπαθήσουμε να είμαστε πιο ελκυστικοί ως τουριστικός προορισμός.

Αντιμετωπίζοντας με σοβαρότητα την κατάσταση, μετά από ενδελεχή εξέταση των δυνατοτήτων της Αθήνας, της Αττικής και όλης της χώρας γενικότερα και της εμπειρίας από προηγούμενες διοργανώσεις, προτείνεται άμεσα η υιοθέτηση της παρακάτω στρατηγικής, για να εκμεταλλευθούμε τουριστικά, πολιτιστικά και αναπτυξιακά την ευκαιρία που μας έδωσαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες:

1) ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΤΑΛΛΗΛΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ

2) ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

3) ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Συνοπτικά πρέπει να αναλογισθούμε, ότι για την ανάπτυξη του τουρισμού, όχι μόνο στο Κέντρο, αλλά και στην Περιφέρεια, θα πρέπει να μπορούμε να απαντήσουμε εύκολα στα παρακάτω ερωτήματα:

τι μπορεί να δει ένας τουρίστας σήμερα καλαίσθητα;

που και πώς μπορεί να περπατήσει μέσα στην πόλη;

ποια η υποδομή που του προσφέρεται;

πως μπορεί να διασκεδάσει μία οικογένεια;

πως οι Ολυμπιακοί Αγώνες μπορούν να συμβάλλουν στην βελτίωση του εσωτερικού τουρισμού;

πως αυτό μπορεί να συμβάλει στη γενικότερη ανάπτυξη του τουριστικού επιπέδου;

τι έκαναν ανάλογες χώρες που φιλοξένησαν Ολυμπιακούς Αγώνες;

Σ' όλες αυτές τις ερωτήσεις οι απαντήσεις είναι απλές και συνιστούν τη λήψη και εκτέλεση αποφάσεων με οραματισμό.

Για την τουριστική πολιτική της Ελλάδος ,οι Αγώνες δεν πρέπει να είναι ένα γεγονός είκοσι περίπου ημερών, αλλά μία δεκαετία ευκαιριών, που σαν στόχο θα πρέπει να έχει τα ανάλογα σημεία με την στρατηγική που ακολούθησαν άλλες επιτυχημένες διοργανώσεις.

-Το εμπορικό σήμα (brand) του Τουρισμού της Ελλάδας να προχωρήσει τουλάχιστον κατά μία δεκαετία.

-Οι Ολυμπιακοί Αγώνες να αυξήσουν την πιθανότητα επίσκεψης στην Ελλάδα.

-Νέα πρότυπα να αναπτυχθούν για τον Τουρισμό της Ελλάδας – ποιότητα υπηρεσιών – υποδομές, οργανωτική ικανότητα και άλλα.

-Ο τουρισμός μας, λόγω των Αγώνων, να αυξήσει στον μεγαλύτερο δυνατό βαθμό το προφίλ και την αντίληψη για την Ελλάδα σαν προορισμό διακοπών.

-Οι Αγώνες να ανοίξουν πολλές πόρτες για τον τουρισμό μας, που θα διατηρήσουμε ανοιχτές τα επόμενα χρόνια.

-Η Ελλάδα να διατηρήσει αναβαθμισμένη την θέση της στην παγκόσμια σκηνή.

-Να δημιουργηθούν προγράμματα εμπορικής διαφήμισης (trademarketing) για την τουριστική βιομηχανία, ώστε να κεφαλαιοποιήσει τις ευκαιρίες των Ολυμπιακών αγώνων.

-Να αυξηθούν οι αγορές υψηλής απόδοσης όπως των συσκέψεων (Meetings), των κινήτρων (Incentives), της συνέλευσης και έκθεσης (Conventionand Exhibition (MICE)).

-Να γίνει μεγιστοποίηση της προώθησης της Ελλάδας μέσα από ένα πρόγραμμα

σχέσεων με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) με επισκέψεις ΜΜΕ, νέα τεχνολογία, διανομή πληροφορίας και θέματα διοίκησης.

9.6 Προβλέψεις για την ανάπτυξη του τουρισμού μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες

Για το άμεσο μέλλον, πάντως, σύμφωνα με μελέτη της PWC (PriceWater house Coopers), η οποία χρησιμοποιεί τα συγκριτικά αποτελέσματα των προηγούμενων ολυμπιάδων από το Μόναχο το 1972 μέχρι και το Σίδνεϊ το 2000, προβλέπεται ότι στην Ελλάδα θα επέλθει:

- Βελτίωση του τουρισμού τόσο στον όγκο της ροής του τουριστικού ρεύματος όσο και στην ποιότητα.

- Συνέχιση, αλλά με πολύ χαμηλότερους ρυθμούς, της βελτίωσης των υποδομών, που θα συμβάλει στην ανταγωνιστικότητα της οικονομίας.

Η ανάπτυξη

- Προσωρινή κάμψη του ρυθμού ανάπτυξης, καθώς οι δημόσιες αλλά και οι ιδιωτικές επενδύσεις, ιδιαίτερα στην τουριστική βιομηχανία, θα επιβραδυνθούν.

- Επιδείνωση της δημοσιονομικής κατάστασης, λόγω της σημαντικής υπέρβασης των μη προβλεπόμενων δαπανών όπως π.χ. για την ασφάλεια που ξεπέρασαν το 1,1 δισ. ευρώ. Ανάλογη μελέτη της Alpha Bank δίνει μια αρκετά πιο αισιόδοξη πρόβλεψη για την οικονομία προβάλλοντας την εκτίμηση για αυξημένες κατά 8,3 δισ. ευρώ εισροές πόρων από τον τουρισμό για την περίοδο 2004-2008 (σε σύγκριση με τις ροές που θα υπήρχαν χωρίς του Αγώνες).

- Εκτιμά δε ότι συνολικά για την περίοδο 2001-2004 η προετοιμασία των Αγώνων έχει «προσθέσει» στο ΑΕΠ περίπου 9,8 δισ. ευρώ, ενώ για την επόμενη περίοδο μέχρι και το 2008 θα προκαλέσει αύξηση του ΑΕΠ κατά 15,9 δισ. ευρώ.

ΑΙΣΙΟΔΟΞΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟ REAL ESTATE ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΟ 2004

Τα τουριστικά - παραθεριστικά συγκροτήματα κατοικιών, καθώς και οι ψυχαγωγικοί χώροι, ιδιαίτερα στην επαρχία, φαίνεται να είναι οι κλάδοι που θα πάρουν τη «σκυτάλη» της ανάπτυξης.

Αισιόδοξα είναι τα μηνύματα που έρχονται από την αγορά του real estate για την περίοδο που θα ακολουθήσει μετά την Ολυμπιάδα του 2004. Τα τουριστικά - παραθεριστικά συγκροτήματα κατοικιών, καθώς και οι ψυχαγωγικοί χώροι, ιδιαίτερα στην επαρχία, φαίνεται να είναι οι κλάδοι που θα πάρουν τη «σκυτάλη» της ανάπτυξης, σύμφωνα με εκτιμήσεις από παράγοντες της αγοράς, αφήνοντας πίσω τα απαισιόδοξα σενάρια που ακούστηκαν κατά καιρούς μέσα στη χρονιά που πέρασε ότι «οι υποδομές που θα πρέπει να ολοκληρωθούν μέσα στην επόμενη 10ετία θα δημιουργήσουν ευκαιρίες στην ανάπτυξη των ακινήτων Διαχείριση >>Από την άλλη πλευρά, υπάρχει το θέμα της διαχείρισης των ολυμπιακών ακινήτων, στα οποία συμπεριλαμβάνεται και το χωριό των δημοσιογράφων που αναπτύσσει η Lamda στο Μαρούσι. Και όπως έχει ήδη προγραμματιστεί, θα αναζητηθούν σχήματα ιδιωτικής εκμετάλλευσης στα οποία developers, όπως η εταιρεία μας, θα πρέπει να προτείνουν ολοκληρωμένα επιχειρηματικά σχέδια με μακρύ χρονικό ορίζοντα και με συνολικές υπηρεσίες διαχείρισης αυτών των ακινήτων ξεκινώντας από την ανακατασκευή τους και την προσαρμογή τους στα δεδομένα της αγοράς, στη χρηματοδότησης, καθώς και στη σωστή λειτουργία τους.

9.7 Προτάσεις ανάπτυξης του Τουρισμού

Όσον αφορά τις προοπτικές ανάπτυξης, αυτές κρίνονται γενικά ως θετικές, θα πρέπει όμως να συνδυαστούν με ενέργειες για την επίλυση των προβλημάτων που υπάρχουν. Οι προτάσεις συγκλίνουν στα εξής:

Ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού (Ιαματικός, Συνεδριακός, Αθλητικός, Θαλάσσιος, Θρησκευτικός, Οικολογικός – Περιηγητικός και Μαθητικός). Στα πλαίσια αυτής της πρότασης αναφέρονται ενδεικτικά οι παρακάτω ενέργειες:

- α) δημιουργία απαραίτητης υποδομής για την αξιοποίηση ιαματικών λουτρών,
- β) δημιουργία γηπέδων golf ,
- γ) αύξηση δυναμικότητας και βελτίωση υποδομών στις μαρίνες,
- δ) ανάπτυξη δραστηριοτήτων που θα περιλαμβάνουν θαλάσσια σπορ σε διάφορες περιοχές,

ε) δημιουργία θέσεων ελλιμενισμού κρουαζιερόπλοιων στις μαρίνες ή στα λιμάνια,

στ) δημιουργία μονοπατιών – διαδρομών σε δύσβατες περιοχές

ζ) αναστήλωση και δημιουργία παραδοσιακών οικισμών.

- Ανάπτυξη περιοχών που δεν έχουν κορεσθεί με τη δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών κατηγοριών (B, A και LUX) και εκσυγχρονισμός τουριστικών καταλυμάτων σε περιοχές που έχουν κορεσθεί.
- Επιμόρφωση προσωπικού όλων των βαθμίδων και επαγγελματιών σε θέματα τουρισμού και ειδικότερα σε θέματα ποιότητας παροχής υπηρεσιών, γεγονός το οποίο θα βοηθήσει στη καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης και επαγγελματισμού.
- Προσφορά οργανωμένων τουριστικών πακέτων που να απευθύνονται σε ημεδαπούς τουρίστες (π.χ. μαθητές, συνταξιούχους, οικογένειες κλπ.) για την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού.
- Συντήρηση και περαιτέρω ανάδειξη υπαρχόντων αρχαιολογικών χώρων καθώς και ανασκαφή – διαμόρφωση αρχαιολογικών χώρων που μπορούν να γίνουν επισκέψιμοι.
- Ανάπτυξη πρωτογενή τομέα παραδοσιακά ή και εξειδικευμένα (π.χ. βιολογικές καλλιέργειες) για την κάλυψη των αναγκών των τουριστικών καταλυμάτων σε αγροτικά προϊόντα. Γι' αυτό απαιτείται η δημιουργία ενός αξιόπιστου φορέα παραγωγής (π.χ. κοινοπραξία παραγωγών – συνεταιρισμός) με τον οποίο θα μπορούν να κλείνουν συμβάσεις οι επιχειρηματίες του κλάδου. Μία τέτοια προοπτική θα μπορούσε να βοηθήσει στη μελλοντική ανάπτυξη του αγροτουρισμού.
- Διατήρηση ή / και αύξηση της τουριστικής κίνησης από τις “παραδοσιακές” χώρες προέλευσης σε συνδυασμό με την αύξηση της τουριστικής κίνησης

από «μη παραδοσιακές» χώρες προέλευσης, αλλά και την προσέλκυση τουριστών από νέες αγορές.

Οι βασικές κατευθύνσεις που διαγράφονται στην αναπτυξιακή προοπτική είναι:

1. Εκσυγχρονισμός και ποιοτική αναβάθμιση, αλλά και επιλεκτική διεύρυνση (σε μη κορεσμένες περιοχές) των τουριστικών καταλυμάτων. Η αναβάθμιση αφορά την υφισταμένη ανωδομή, ενώ η επιλεκτική διεύρυνση θα καλύψει νέες μορφές τουριστικού προϊόντος ή συμπλήρωση της προσφοράς στις βαθμίδες όπου υπάρχει μεγάλη έλλειψη.

2. Η δημιουργία και ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού (οικολογικού, υγείας, αγροτουρισμού, συνεδριακού κλπ.) που θα συντελέσει στη διεύρυνση της αγοράς με την προσέλκυση νέων τμημάτων, που χαρακτηρίζονται από διαφορετικά καταναλωτικά πρότυπα καθώς και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Αυτοί οι άξονες βέβαια πρέπει να συμβαδίζουν με την ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος. Επίσης βασική προϋπόθεση είναι ο συντονισμός της τουριστικής πολιτικής με άλλες κρατικές πολιτικές που επηρεάζουν και εμπλέκονται στον τουριστικό τομέα (π.χ. κατεύθυνση δημοσίων επενδύσεων, παροχή κινήτρων ανάπτυξης σε περιοχές και δράσεις που ενδείκνυται κλπ.).

Πέραν των ενδεικνυόμενων μέτρων που αφορούν τον Δημόσιο τομέα, στην πλευρά των ιδιωτικών φορέων πρέπει να υιοθετηθούν στρατηγικές διοίκησης και προώθησης πωλήσεων, παράλληλα δε να αξιοποιούνται δυνατότητες δημιουργίας κοινών δικτύων προβολής και πωλήσεων, με στόχο τη μείωση λειτουργικών δαπανών και αύξηση της αποδοτικότητας.

Οι βασικοί άξονες επί των οποίων θα πρέπει να στηριχθεί η αναπτυξιακή προοπτική είναι:

α) Ο εκσυγχρονισμός και η ποιοτική αναβάθμιση στο επίπεδο της προσφοράς, σε συνδυασμό με την επιλεκτική διεύρυνση (σε μη κορεσμένους τομείς και περιοχές) της αναδομής, προς κάλυψη νέων μορφών τουριστικού προϊόντος, ή εμπλουτισμό στις βαθμίδες όπου υπάρχει έλλειψη (π.χ. μονάδες πολυτελείας).

β) Η ανάπτυξη ή / και δημιουργία νέων μορφών τουριστικού προϊόντος, με στόχο

τη διεύρυνση της αγοράς και (κυρίως) την προσέλκυση επιθυμητών «target groups» πελατών, καθώς και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Με βάση τους προαναφερθέντες άξονες, στη σχετική ενότητα παρουσιάζονται προτάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του θερινού – θαλάσσιου τουρισμού, ιαματικού – θεραπευτικού τουρισμού, συνεδριακού – επαγγελματικού τουρισμού, αθλητικού – ποδηλατικού τουρισμού– περιηγητικού – οικολογικού τουρισμού.

Προτάσεις; Διευρύνσεις Διερευνησης Προβλημάτων

Κύριος Άξονας Προβλημάτων	Προτάσεις για Επίλυση
Καθαριότητα, Υγιεινή, Ασφάλεια	<p>Περιοδικός καθαρισμός και συνεχής προστασία ακτών. Ανάδειξη νέων παραλιών κολύμβησης.</p> <p>Εγκαταστάσεις εξυπηρέτησης λουομένων (νερό, W.C., τηλέφωνα, πάρκινγκ, Α΄ Βοήθειες, ναυαγοσώστες κ.λ.π)</p> <p>Τουριστικοί πολυώροιοι ψυχαγωγίας (οργανωμένη παραλία – water park, υπαίθρια bars, sea sports – extreme sports – εστιατόρια κλπ.)</p>
Κατασκευή, Ανακαίνιση, Συντήρηση	<p>Θέσεις ελλιμενισμού κρουαζιερόπλοιων (Μαρίνες ή λιμάνια) Ολοκλήρωση - βελτίωση υποδομής, αποτελεσματική προώθηση / marketing</p> <p>Αγκυροβόλια και εξυπηρέτησεις τουριστικών σκαφών</p> <p>Κέντρο αγώνων windsurfing, εγκαταστάσεις διεθνών αγώνων</p>
Αξιοποίηση υφιστάμενων πόρων, Δημιουργία νέων υποδομών, Εξυγίανση, Ανανέωση	<p>Αξιοποίηση υφιστάμενων πηγών με δημιουργία ανάλογης υποδομής – Εκσυγχρονισμός υφιστάμενων εγκαταστάσεων</p> <p>Κέντρα αναζωογόνησης-αισθητικής και καλλωπισμού (beauty farms)</p>
Συνεδριακός, Επαγγελματικός, Πολιτιστικός	<p>Εκσυγχρονισμός αιθουσών συνεδρίων ξενοδοχειακών συγκροτημάτων</p> <p>«Ιατρικό» Συνεδριακό κέντρο-Διερεύνηση σκοπιμότητας</p>
Αθλητικός, Πολιτιστικός	<p>Διερεύνηση – επίλυση των προβλημάτων σχετικά με προταθείσα δημιουργία γηπέδου golf.</p> <p>Βελτιώσεις εγκαταστάσεων και εξοπλισμού δημοτικών γηπέδων – Δυνατότητα προπόνησης αθλητικών ομάδων</p>
Ποδηλατικός, Περιηγητικός	<p>Επέκταση δικτύου ποδηλατικών διαδρομών</p> <p>Ίδρυση ποδηλατικού κέντρου</p>

	Εξειδικευμένο έντυπο υλικό (χάρτες, ποδηλατικός οδηγός κλπ.) και κατάλληλη σήμανση
Περιηγητικός τουρισμός	Σήμανση οδικού δικτύου και ορεινών μονοπατιών Συντήρηση - επισκευή καταφυγίων ή δημιουργία τους όπου απαιτείται
Οικολογικός τουρισμός	Διαμορφώσεις διαδρομών και εγκαταστάσεων οικολογικού πάρκου Αξιοποίηση – προώθηση υγροβιότοπου Έκδοση οικολογικού χάρτη Οικοτουριστικός οδηγός

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η οικονομική σημασία του τουρισμού είναι αυτή που συμβάλλει στην ανάπτυξη και την πρόοδο των σύγχρονων κοινωνιών. Ο τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία κάθε χώρας και ιδιαίτερα στην Ελλάδα, λόγω του ότι αποτελεί την βαριά βιομηχανία της χώρας μας.

Τουριστική ανάπτυξη σημαίνει ανοδική εξέλιξη του τουρισμού και της οικονομίας μέσα από την εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων.

Τα ωφέληματα που αποφέρει ο τουρισμός είναι αναμφίβολα πολύ σημαντικά, π.χ. ευκαιρίες απασχόλησης, εφοδιασμός της οικονομίας, αύξηση ατομικού εισοδήματος, αύξηση του ΑΕΠ, τόνωση του τοπικού εμπορίου, εκσυγχρονισμός της κοινωνίας, δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων και επαφή με τον πολιτισμό της κάθε χώρας.

Από την αντίθετη πλευρά υπάρχουν και αρνητικές επιπτώσεις π.χ. δημιουργία κοινωνικών προβλημάτων, καταστροφή φυσικού περιβάλλοντος, υποβάθμιση ιστορικών χώρων, διαρροή εισοδήματος.

Τα ίδια οφέλη και επιπτώσεις επέφερε ο τουρισμός και μετά την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων σε μεγαλύτερο βαθμό βέβαια, μόνο που στα οφέλη θα μπορούσαμε να προσθέσουμε ένα ακόμα την εκμετάλλευση της προβολής της Ελλάδας.

Χάρη στους Ολυμπιακούς η Ελλάδα κέρδισε την διεθνή αναγνώριση, η άρτια διεξαγωγή τους και η Ελληνική φιλοξενία ήταν εκείνα που έδωσαν σημαντικά στοιχεία στον κόσμο για μια πιο ουσιαστική γνωριμία με την χώρα μας η οποία κατέληξε σε αμοιβαία εμπιστοσύνη για τον όποιο επισκέπτη.

Βασικές κατηγορίες τουρισμού είναι: μαζικός, ατομικός, εσωτερικός, εξωτερικός, συνεχής και εποχικός. Υπάρχουν όμως και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αυτές είναι: γενικός, μορφωτικός, τουρισμός εκθέσεων, υγείας, άθλησης, συνεδριακός, περιπέτειας, οικογενειακός, τρίτης ηλικίας, χειμερινών σπορ, παραχείμασης, ορεινός, αγροτικός, θαλάσσιος, χρονομεριστικός, θρησκευτικός, επιλεκτικός, κινήτρων, οικολογικός, λαϊκός, κοσμοπολίτικος, κοινωνικός και αναπήρων.

Ο κύριος φορέας της τουριστικής πολιτικής υλοποίησης είναι ο ΕΟΤ, ο οποίος έχει τις ακόλουθες αρμοδιότητες: χάραξη τουριστικής πολιτικής και υλοποίηση, κατάρτιση προγραμμάτων τουριστικής υποδομής, μέριμνα για την τουριστική προβολή της χώρας(στο εξωτερικό), έλεγχος των τουριστικών υποδομών, ποιοτικός έλεγχος της

τουριστικής αγοράς και προϊόντος και τέλος οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού μέσα από κείμενες διατάξεις.

Η Ελλάδα προσφέρει μια μοναδική αρμονία ήλιου, θάλασσας και πολιτισμού, τρεις βασικά λόγοι που πείθουν για τον Ελληνικό προορισμό.

Το Ελληνικό τοπίο, γραφικά χωριά και νησιά, ο ευχάριστος τρόπος ζωής και η ζεστή φιλοξενία είναι αυτά που διαφοροποιούν την Ελλάδα από άλλους προορισμούς.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Σύμβολα Ολυμπιακών Αγώνων

Ολυμπιακός όρκος : καθιερώθηκε το 1920 από τη ΔΟΕ. Απαγγέλλεται από έναν αθλητή ή μια αθλήτρια της διοργανώτριας χώρας για όλους τους αθλητές που συμμετέχουν

«Στο όνομα όλων των αθλητών υπόσχομαι να πάρω μέρος σ' αυτούς τους Ολυμπιακούς αγώνες, σεβόμενος τους κανονισμούς που τους διέπουν, σύμφωνα με το αληθινό πνεύμα ευγενούς άμιλλας για τη δόξα του αθλητισμού και την τιμή των ομάδων μας.»

Ολυμπιακός ύμνος : σε ποίηση Κωστή Παλαμά και μουσική Σπύρου Σαμαρά.

Ολυμπιακή σημαία : λευκή με πέντε κύκλους ενωμένους μεταξύ τους στο κέντρο (μπλε, κόκκινο, κίτρινο, πράσινο, μαύρο) που συμβολίζουν την ένωση των πέντε ηπείρων.

Ολυμπιακή φλόγα : το κατ' εξοχήν σύμβολο της Ολυμπιακής ιδέας, της ευγενούς άμιλλας, του άδολου συναγωνισμού και της ειρηνικής συνύπαρξης.

Μασκότ : η μασκότ της 28^{ης} Ολυμπιάδας είναι ο Φοίβος και η Αθηνά. Η έμπνευση της δημιουργίας τους προήλθε από την αρχαία κωδωνόσχημη κούκλα. Συμβολίζουν τη συνεργασία, τη φιλία, την ισότητα. Συγχρόνως αποδεικνύουν μέσα από τη χαρά του παιχνιδιού ότι σπουδαιότερο δεν είναι η νίκη αλλά η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ.

Ολυμπιακός ύμνος

Ο Ολυμπιακός ύμνος πρωτοπαρουσιάστηκε στους Ολυμπιακούς Αγώνες το 1896 στην Αθήνα και τον έγραψε ο Κωστής Παλαμάς.

Αρχαίο πνεύμα αθάνατο, αγνέ πατέρα
του ωραίου, του μεγάλου και τα' αληθινού
κατέβα φανερώσου κι άστραψε εδώ πέρα
στη δόξα της δικής σου γης και τ' ουρανού.

Στο δρόμο και στο πάλεμα και στο λιθάρι
στων ευγενών αγώνων λάμψε την ορμή
και με το αμάραντο στεφάνωσε κλωνάρι
και σιδερένιο πλάσε και άξιο το κορμί.

Κάμποι, βουνά και πέλαγα φέγγουν μαζί σου,
σαν ένας λευκοπόρφυρος μέγας ναός.
Και τρέχει στο ναό εδώ προσκυνητής σου,
Αρχαίο πνεύμα αθάνατο, κάθε λαός.

Η Ολυμπιακή φλόγα

Οι Ολυμπιακοί αγώνες της Αθήνας ήταν οι πρώτοι Αγώνες που η Ολυμπιακή φλόγα πέρασε και από τις πέντε ηπείρους, ξεκινώντας το ταξίδι την από την αρχαία Ολυμπία, μετά την τελετή της αφής στις 25 Μαρτίου.

Μετά από μια λαμπαδηδρομία στην Πελοπόννησο παρέμενε αναμμένη στο βωμό του Παναθηναϊκού Σταδίου στην Αθήνα, απ' όπου στις αρχές Ιουνίου αποχώρησε για να κάνει τον γύρο του κόσμου σε 35 μέρες. Στο ταξίδι του Φωτός συνολικά συμμετείχαν 10000 εθελοντές λαμπαδηδρόμοι. Στις 13 Ιουλίου η φλόγα επισκέφτηκε και το νησί της Κω.





Η τελετή της αφής της Φλόγας μετρά 16 Ολυμπιάδες. Η πρώτη φορά που το κάτοπτρο στράφηκε στον ήλιο και άναψε η δάδα ήταν στις 20 Ιουλίου 1936, απ' ευθείας από τον θεό του φωτός, τον Απόλλωνα. Η ελληνική δάδα των Αγώνων του 2004, των πρώτων Ολυμπιακών Αγώνων του 21^{ου} αιώνα, εμπνευσμένη δημιουργία από το φύλλο της ελιάς, φέρνει παντού μήνυμα ειρήνης, αγάπης, φιλίας, συναδελφосύνης και συνεργασίας. Η ολυμπιακή Φλόγα είναι το σύμβολο της γνώσης, του πνεύματος και του φωτός. Ζεσταίνει τις καρδιές των ανθρώπων, ενώνει τον κόσμο.

Ολυμπιακοί Αγώνες 1896-2004

Olympic Games 1896-2004

	<p><u>Αθήνα - Athens</u> <u>ΕΛΛΑΣ-HELLAS</u></p>	<p>1896</p>
	<p><u>Παρίσι-Paris</u> <u>ΓΑΛΛΙΑ-FRANCE</u></p>	<p>1900</p>
	<p><u>Σαιντ Λουί-Saint Louis</u> <u>Η.Π.Α.-U.S.A</u></p>	<p>1904</p>
	<p><u>Λονδίνο-London</u> <u>ΑΓΓΛΙΑ-ENGLAND</u></p>	<p>1908</p>
	<p><u>Στοκχόλμη-Stokholme</u> <u>ΣΟΥΗΔΙΑ-SWEDEN</u></p>	<p>1912</p>

	<p>Δεν έγιναν λόγω 2ου Παγκοσμίου Πολέμου Cancelled Due to World War II</p>	1913
	<p><u>Αμβέρσα-Amberse</u> <u>ΒΕΛΓΙΟ-BELGIUM</u></p>	1920
<p>PARIS 1924</p> 	<p><u>Παρίσι-Paris</u> <u>ΓΑΛΛΙΑ-FRANCE</u></p>	1924
	<p><u>Άμστερνταμ-Amsterdam</u> <u>ΟΛΛΑΝΔΙΑ-HOLLAND</u></p>	1928
	<p><u>Λός Άντζελες-Los Angeles</u> <u>Η.Π.Α-USA</u></p>	1932

	<p><u>Βερολίνο-Berlin</u> <u>ΓΕΡΜΑΝΙΑ-GERMANY</u></p>	<p>1936</p>
	<p>Δεν έγιναν λόγω 2ου Παγκοσμίου Πολέμου Cancelled Due to World War II</p>	<p>1940</p>
	<p>Δεν έγιναν λόγω 2ου Παγκοσμίου Πολέμου Cancelled Due to World War II</p>	<p>1944</p>
	<p><u>Λονδίνο-London</u> <u>ΑΓΓΛΙΑ-ENGLAND</u></p>	<p>1948</p>
	<p><u>ΕΛΣΙΝΚΙ-HELSINKI</u> <u>ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ-FINLAND</u></p>	<p>1952</p>
	<p><u>ΜΕΛΒΟΥΡΝΗ-MELBOURNE</u> <u>ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ-AUSTRALIA</u></p>	<p>1956</p>

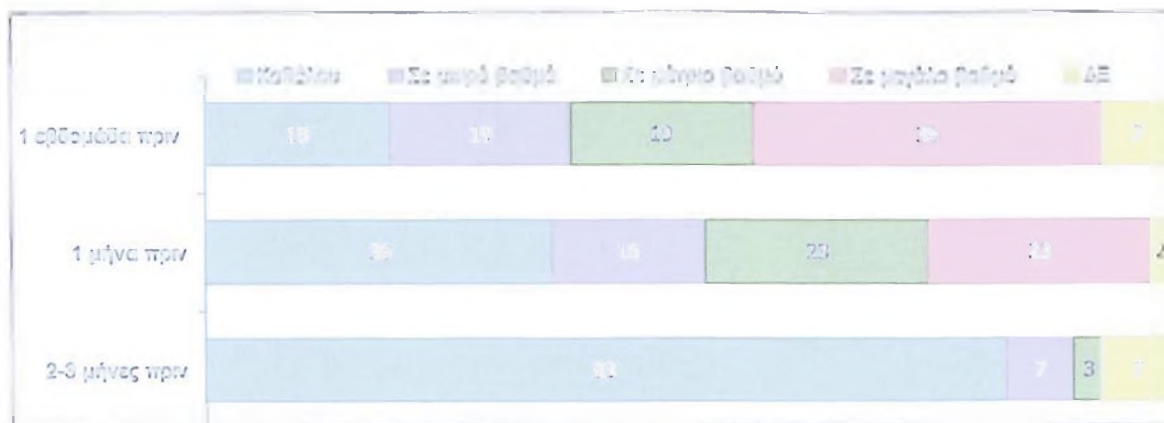
	<p><u>Ρώμη-Rome</u> <u>ΙΤΑΛΙΑ-ITALY</u></p>	<p>1960</p>
	<p><u>Τόκυο-Tokyo</u> <u>ΙΑΠΩΝΙΑ-JAPAN</u></p>	<p>1964</p>
	<p><u>Μεξικό-Mexico</u> <u>ΜΕΞΙΚΟ-MEXICO</u></p>	<p>1968</p>
	<p><u>ΜΟΝΑΧΟ-Munich</u> <u>ΓΕΡΜΑΝΙΑ-GERMANY</u></p>	<p>1972</p>
	<p><u>Μόντρεαλ-Montreal</u> <u>ΚΑΝΑΔΑ-CANADA</u></p>	<p>1976</p>
	<p><u>Μόσχα-Moscow</u> <u>ΡΩΣΙΑ-RUSSIA</u></p>	<p>1980</p>
	<p><u>Λος Άντζελες-Los Angeles</u> <u>Η.Π.Α.-USA</u></p>	<p>1984</p>

	<p><u>Σεούλ-Seoul</u> <u>ΚΟΡΕΙΑ-KOREA</u></p>	<p>1988</p>
	<p><u>Μπαρτσελόνα-Barcelona</u> <u>ΙΣΠΑΝΙΑ-SPAIN</u></p>	<p>1992</p>
	<p><u>Ατλάντα-Atlanta</u> <u>Η.Π.Α.-U.S.A</u></p>	<p>1996</p>
	<p><u>Σίδνεϊ-Sydney</u> <u>ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ-AUSTRALIA</u></p>	<p>2000</p>
	<p><u>Αθήνα-Athens</u> <u>ΕΛΛΑΔΕ-HELLAS</u></p>	<p>2004</p>

ΠΟΤΕ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ

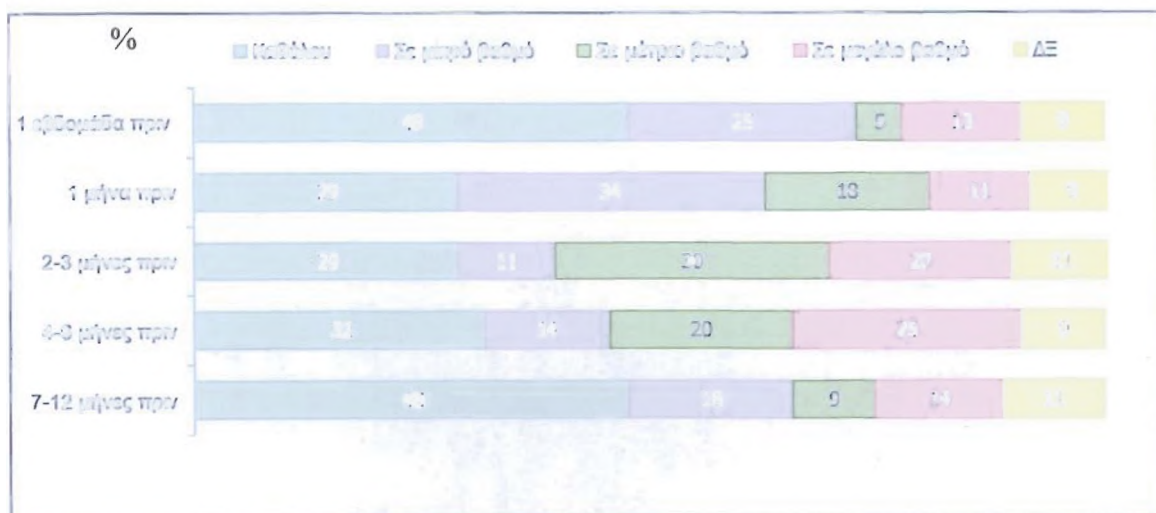
Οι επιχειρήσεις που συνεργάζονται με Έλληνες τουρίστες δηλώνουν ότι ένα σημαντικό κομμάτι των Ελλήνων τουριστών - σχεδόν οι 4 στους 10- κάνει κράτηση 1 εβδομάδα πριν τις διακοπές ενώ 2 στους 10 κάνουν κρατήσεις 1 μήνα πριν. Έτσι θα λέγαμε ότι οι Έλληνες προγραμματίζουν τις διακοπές τους λίγο πριν αυτές ξεκινήσουν.

Έλληνες τουρίστες



Αντίθετα παρατηρούμε ότι οι ξένοι τουρίστες σύμφωνα πάντα με τις επιχειρήσεις προγραμματίζουν τις διακοπές τους στο νησί αρκετά νωρίτερα.

Ξένοι τουρίστες

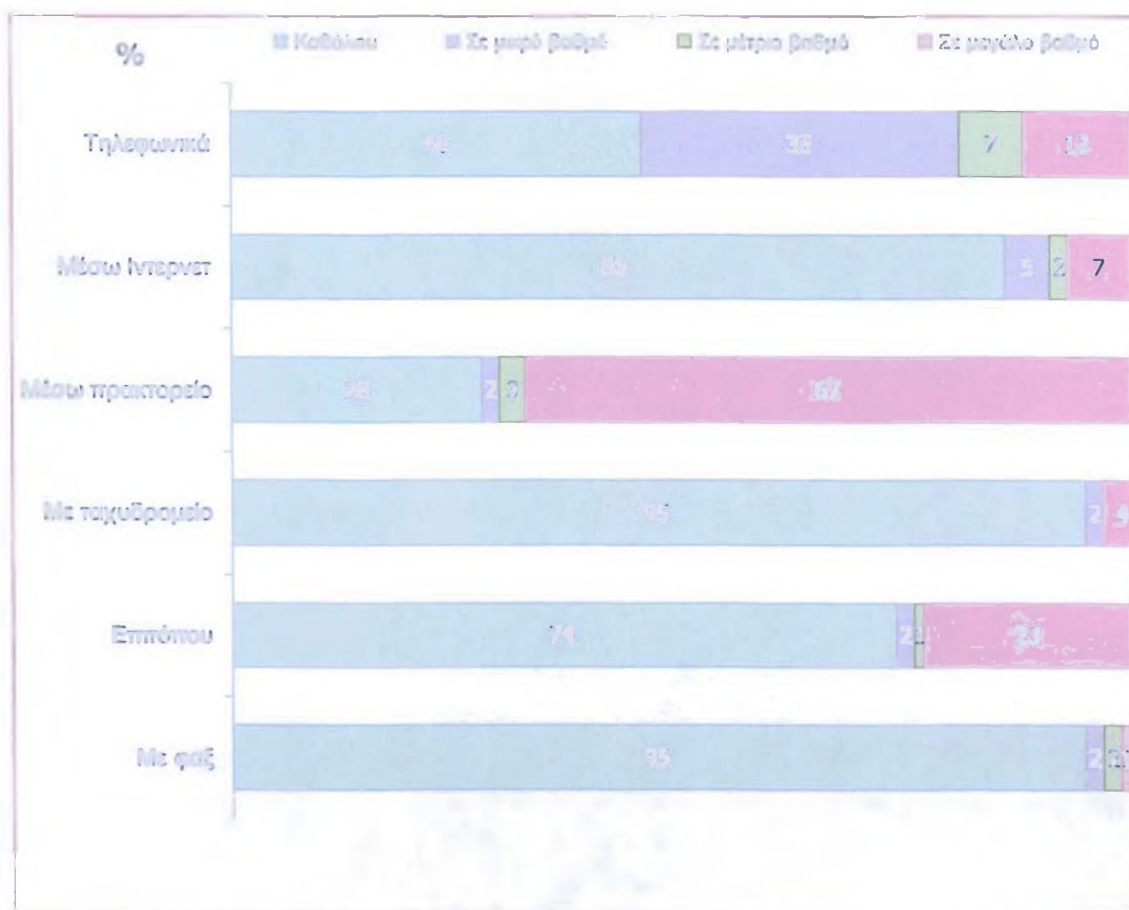


ΠΩΣ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ

Οι επιχειρήσεις που συνεργάζονται με Έλληνες πελάτες δηλώνουν ότι το 16% των Ελλήνων πελατών έρχεται μέσω οργανωμένων πρακτορείων ενώ αντίθετα το 84% έρχεται στο νησί ως ανεξάρτητος τουρίστας. Αντίθετα το 67% των ξένων πελατών έρχονται μέσω πρακτορείου και μόνο το 33% έρχονται ως ανεξάρτητοι τουρίστες.

Το γεγονός αυτό αιτιολογεί και το πως γίνονται οι κρατήσεις καθώς το μεγαλύτερο μέρος των κρατήσεων γίνεται μέσω των πρακτορείων. Αυτό συμβαίνει κυρίως για τα ξενοδοχεία/ενοικιαζόμενα δωμάτια

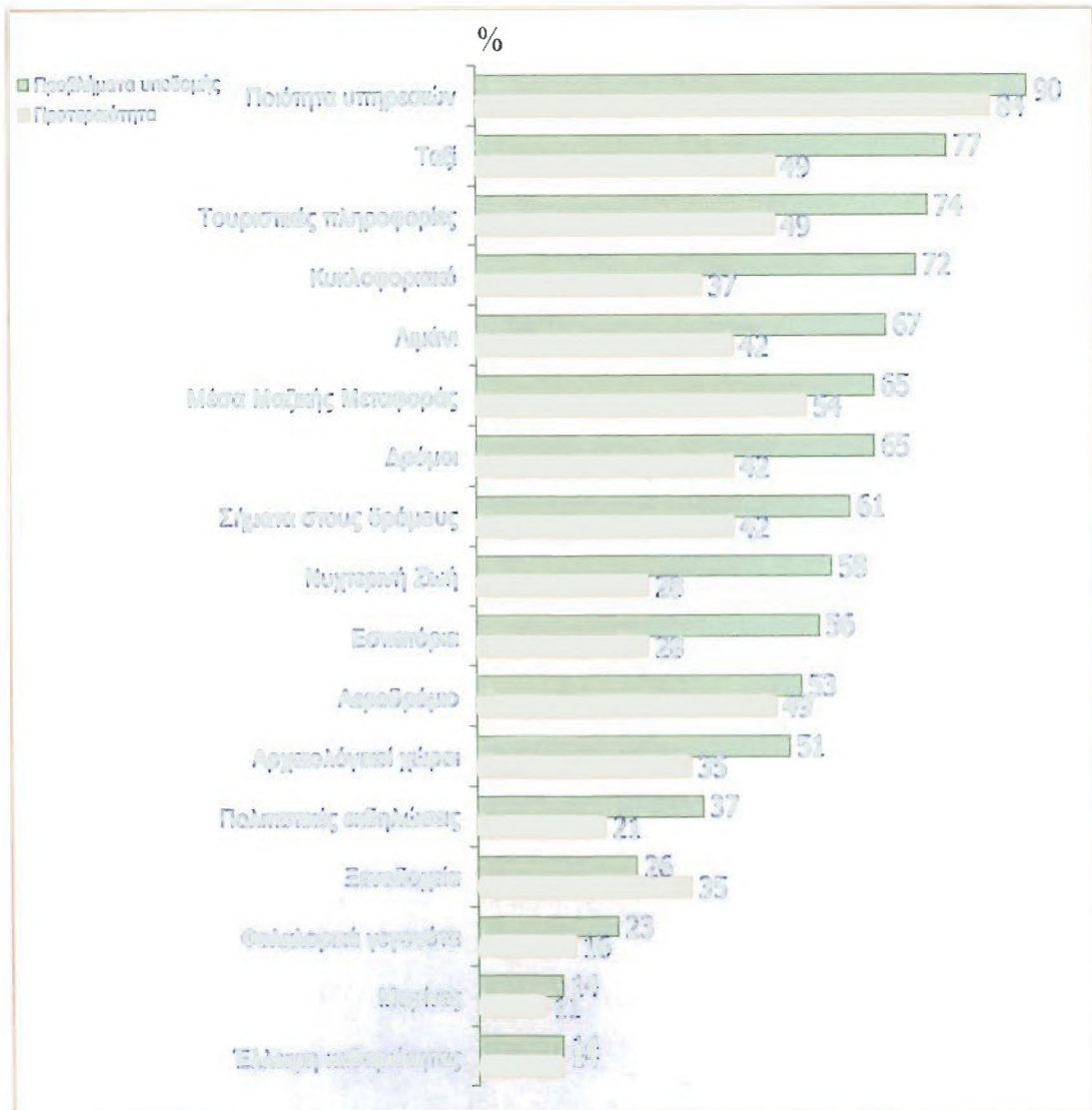
Επιπλέον οι επιχειρήσεις δηλώνουν ότι κάποιοι τουρίστες προτιμούν να κάνουν τις κρατήσεις τους αυτοπροσώπως. Οι επιχειρήσεις που κάνουν τη δήλωση αυτή είναι κυρίως τα γραφεία ενοικίασεως μηχανών και αυτοκινήτων.



**ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΔΟΘΕΙ
ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ**

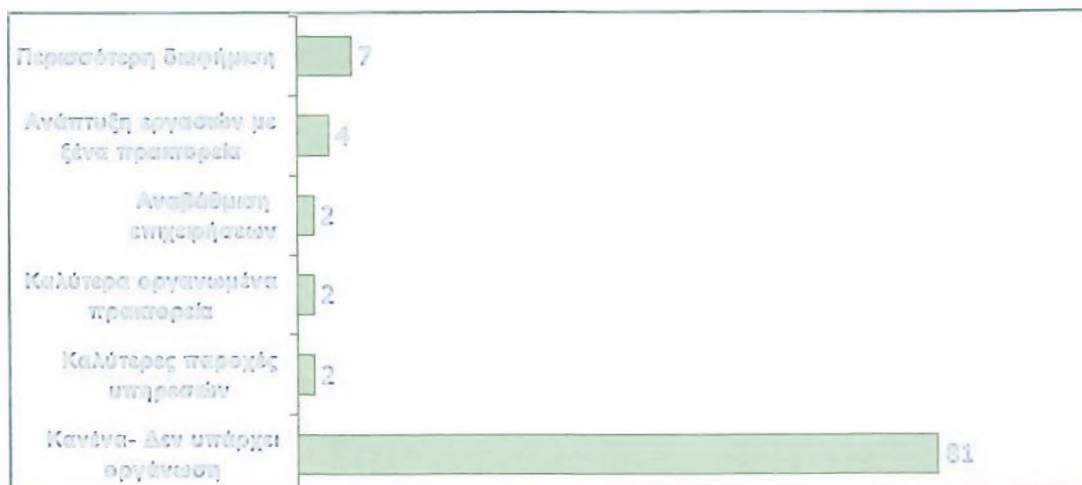
Σαφή προτεραιότητα δίδουν οι επιχειρήσεις στη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών.

Ακολουθούν θέματα μετακίνησης όπως μέσα μαζικής μεταφοράς, λιμάνι, ταξί, αεροδρόμιο, δρόμοι και σήμανση.



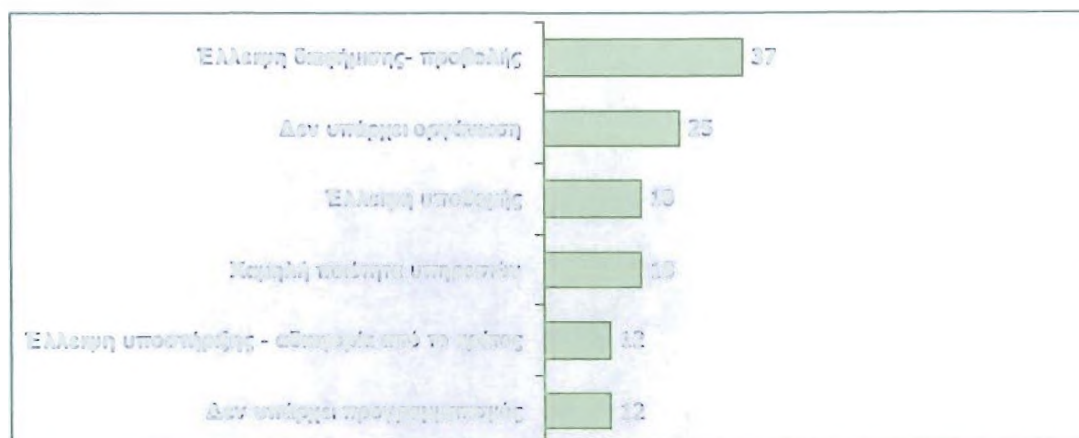
ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων δηλώνουν ότι δεν υπάρχει κανένα θετικό σημείο στην οργάνωση του τουρισμού στην Ελλάδα καθώς δηλώνουν ότι δεν υπάρχει οργάνωση.



Αντίθετα οι επιχειρήσεις δηλώνουν ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα χωλαίνει στα ακόλουθα: έλλειψη διαφημιστικής προβολής, έλλειψη οργάνωσης, υποδομής και παροχή χαμηλής ποιότητας υπηρεσιών.

Οι επιχειρήσεις πιστεύουν ότι η γενική κακή κατάσταση του τουρισμού στην Ελλάδα επηρεάζει αρνητικά και τον τουρισμό στη Κω. Πιο συγκεκριμένα σχεδόν οι εφτά στις δέκα επιχειρήσεις δηλώνουν ότι επηρεάζεται πολύ αρνητικά ενώ οι τρεις στις δέκα αρκετά αρνητικά.



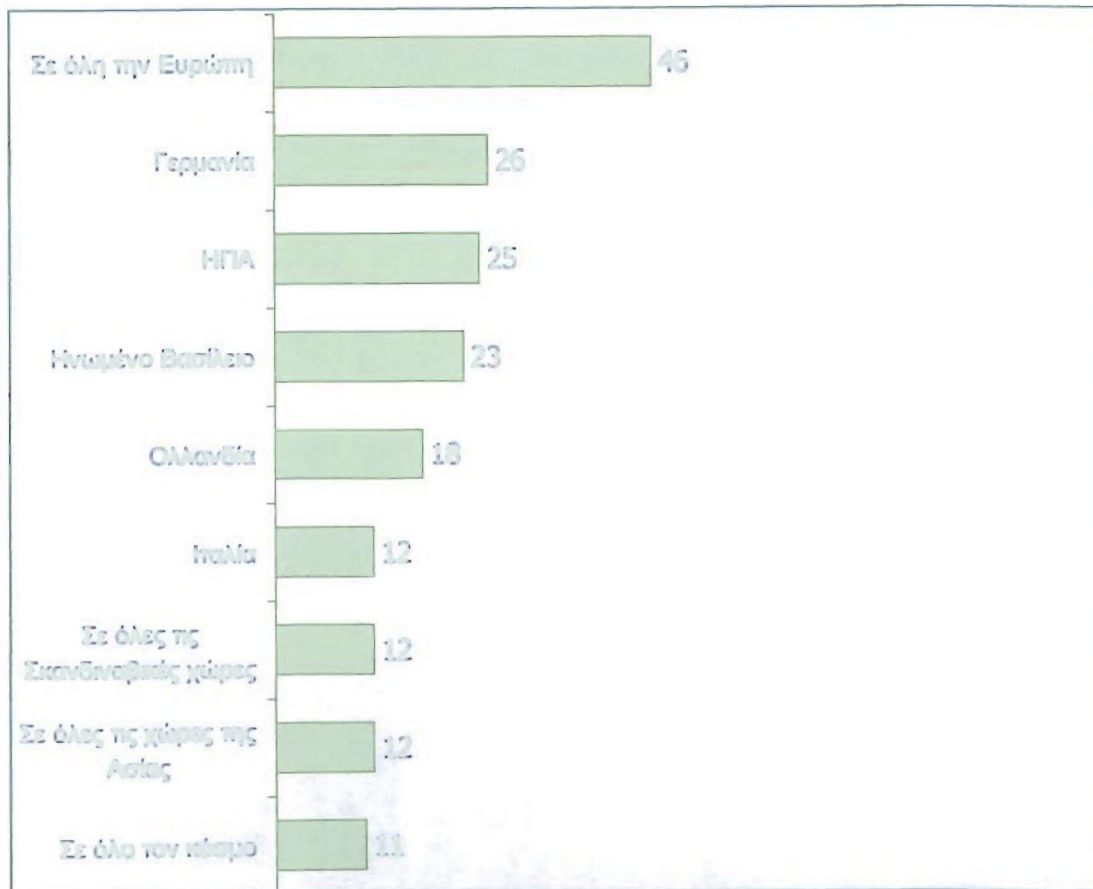
ΧΩΡΕΣ ΣΤΙΣ ΟΠΟΙΕΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΣΤΙΑΣΤΕΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Μία στις δύο επιχειρήσεις δηλώνει ότι θα πρέπει η διαφημιστική προβολή της Ελλάδας να απευθυνθεί σε όλη την Ευρώπη.

Σχεδόν τρεις στους δέκα υποδεικνύουν την Γερμανία ενώ 1 στους 4 τις ΗΠΑ.

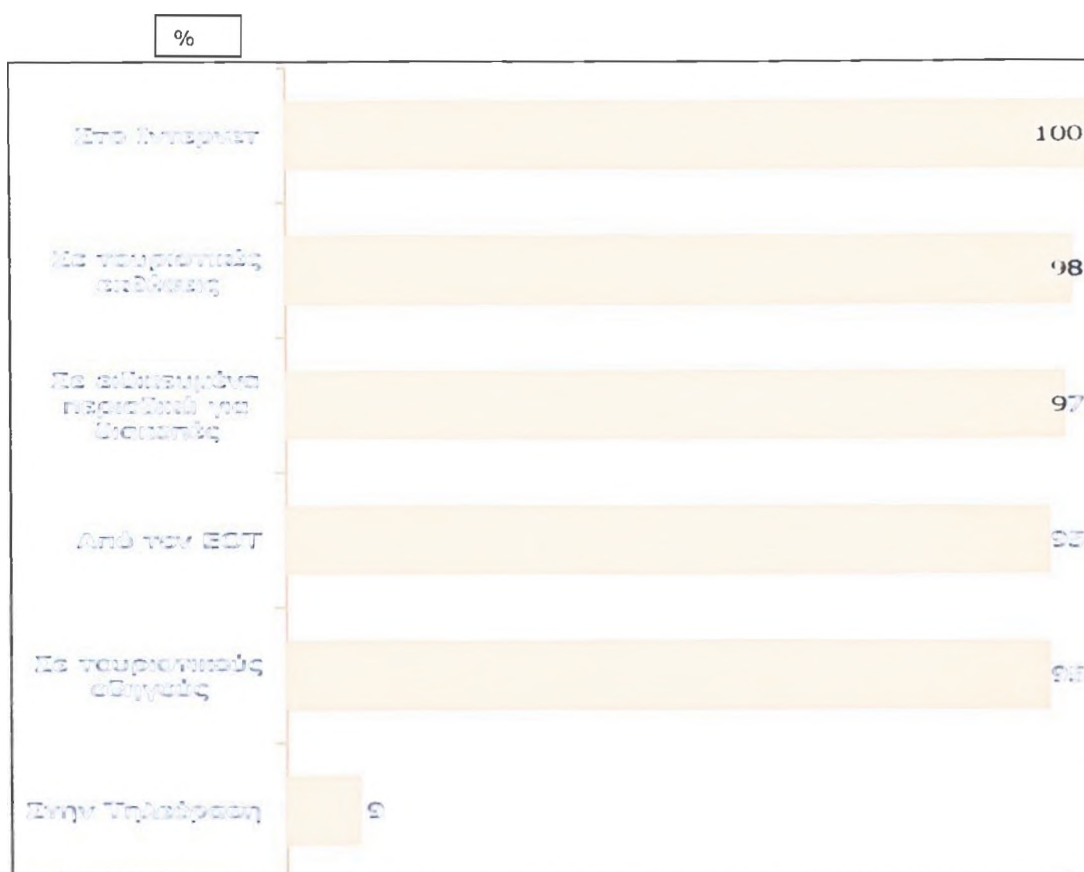
Αντίστοιχα σχεδόν δύο στους δέκα υποστηρίζουν ότι η διαφημιστική προβολή της Ελλάδας πρέπει να εστιαστεί στο Ηνωμένο Βασίλειο ενώ η ίδια αναλογία υποδεικνύει την Ολλανδία.

Επίσης η τουριστική προβολή της Ελλάδας πρέπει να απευθύνεται σε άτομα ηλικίας άνω των 30 ετών που ανήκουν στη μέση και ανώτερη οικονομική τάξη.



ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΡΟΒΑΛΛΕΤΑΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η απάντηση που οι επιχειρήσεις δίνουν στο ερώτημα που πρέπει να προβάλλεται ο τουρισμός της Ελλάδας είναι παντού. Έτσι όλες οι επιχειρήσεις υπέδειξαν το Ιντερνετ ως μέσο προβολής ενώ σχεδόν καθολική είναι η αναφορά σε τουριστικές εκθέσεις, σε ειδικευμένα περιοδικά για διακοπές, από τον ΕΟΤ και σε τουριστικούς οδηγούς.



Επιπλέον σημαντικά υψηλότερο είναι το ποσοστό των Άγγλων τουριστών καθώς το 76% αυτών δηλώνει ότι αυτή δεν είναι η πρώτη τους επίσκεψη στην Ελλάδα σε σχέση με το 64% των Γερμανών και το 68% των τουριστών από άλλες χώρες που κάνει την ίδια δήλωση.

ΕΤΟΣ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΑΝ ΤΙΣ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Βάση: Όσοι έχουν επισκεφθεί την Ελλάδα στο παρελθόν – 337 άτομα

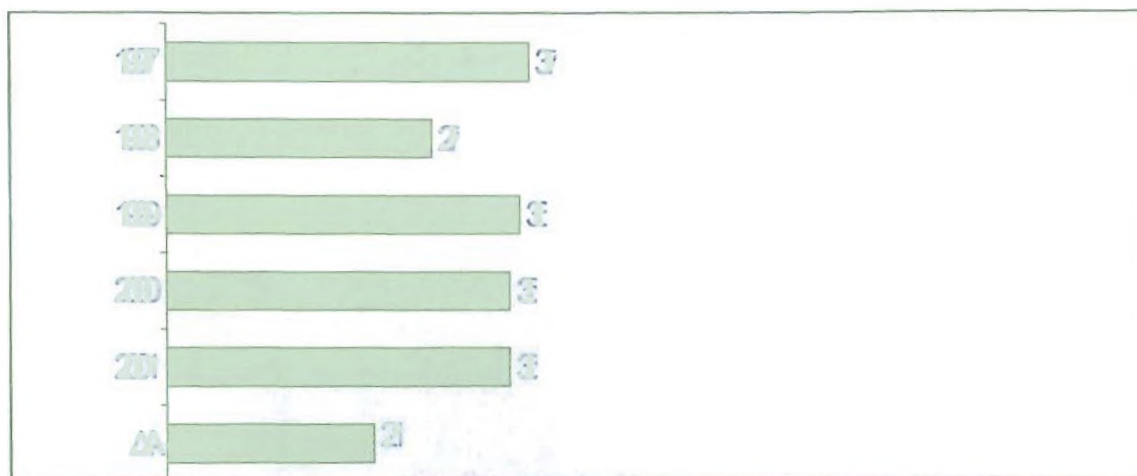
Σχεδόν 4 στους 10 τουρίστες (35%) ανάμεσα σε αυτούς που δήλωσαν ότι έχουν επισκεφθεί την Ελλάδα στο παρελθόν πραγματοποίησαν την προηγούμενη επίσκεψη τους στη χώρα μας την περσινή χρονιά. Οι κυριότεροι προορισμοί που επισκέφθηκαν πέρυσι ήταν η Κέρκυρα (14%), η Κρήτη (23%) και η Ρόδος (13%).

Επίσης ένα 35% των τουριστών έχει επισκεφθεί ξανά τη χώρα μας 2000. Οι κυριότεροι τόποι διαμονής ήταν η Ζάκυνθος (13%), η Κρήτη (21%) και η Ρόδος (12%)

Το 1999 είχε επισκεφθεί ξανά τη χώρα μας το 36% των τουριστών. Πιο συχνά επιλεγόμενος προορισμός ήταν η Κρήτη (27%) και η Ρόδος (19%).

Αντίστοιχα για 3 στους 10 τουρίστες η χρονιά επανεπίσκεψης στην Ελλάδα ήταν το 1998. Κέρκυρα (10%), Κρήτη (22%) και Ρόδος (18%) ήταν επίσης οι πιο συχνά επιλεγόμενοι προορισμοί

Τέλος 4 στους 10 τουρίστες είχαν επισκεφθεί ξανά τη χώρα μας το 1997. Και σε αυτή την περίπτωση παρατηρούμε ότι η Κέρκυρα (15%), η Κρήτη (18%) και η Ρόδος (20%) ήταν οι προορισμοί που επισκέφθηκαν οι περισσότεροι εκείνη τη χρονιά.

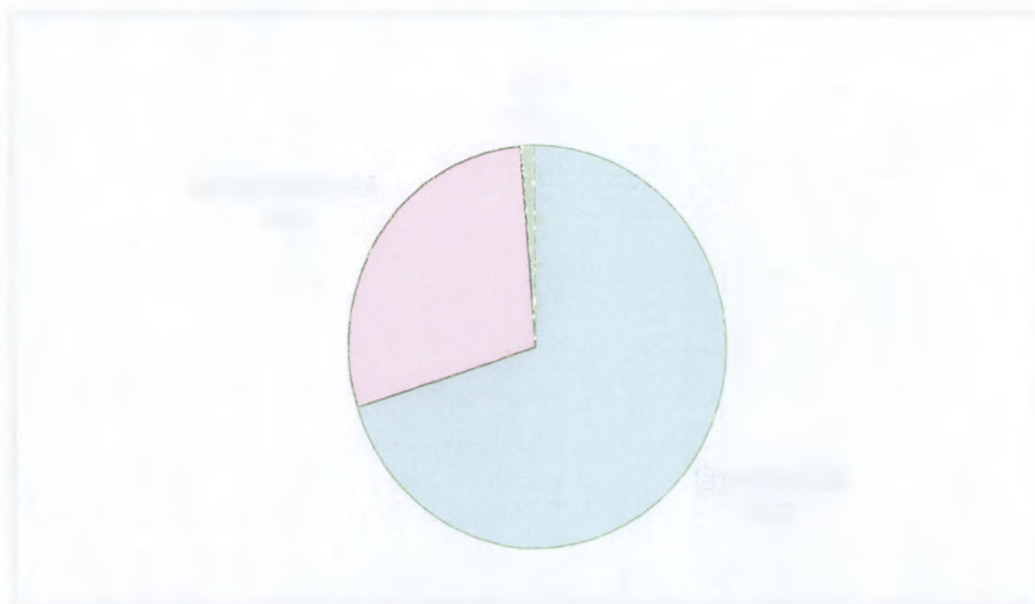


ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ

Βάση: Αλλοδαποί τουρίστες-497

Για την πλειοψηφία των αλλοδαπών τουριστών η επίσκεψη τους στην Ελλάδα δεν είναι και η πρώτη φορά που επισκέπτονται τη χώρα μας. Πιο συγκεκριμένα σχεδόν 7 στους 10 τουρίστες έχουν επισκεφθεί και άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Όπως ήταν αναμενόμενο η αναλογία αυτή ενισχύεται κυρίως από την μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα 45+ καθώς το ποσοστό εκείνων που έχουν επισκεφθεί και άλλα μέρη στην Ελλάδα φτάνει το 79%. Αντίθετα για την μικρότερη ηλικιακή ομάδα 15-24 το ποσοστό επανεπίσκεψης στη χώρα μας κυμαίνεται στο 56%.



ΘΕΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Είναι σαφές ότι τα αρνητικά σημεία του τουρισμού στην Ελλάδα έχουν αρνητικό αντίκτυπο .

Επιπλέον οι πράκτορες ανάμεσα στα αρνητικά της Ελλάδας συγκαταλέγουν τον θόρυβο στην πόλη, την κακή ποιότητα των προσφερόμενων καταλύματων, το κακό σέρβις στους πελάτες, κακό οδικό δίκτυο αλλά και ανεπάρκεια τοπικών φορέων.

Η νυχτερινή ζωή, τα αξιοθέατα, η εύκολη πρόσβαση προς το νησί αλλά και προς άλλους προορισμούς από το νησί, συγκαταλέγονται ανάμεσα στα θετικά στοιχεία του νησιού.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

- Αμερική, Ιαπωνία Αυστραλία, Γερμανία και Αγγλία είναι οι χώρες που πιστεύουν οι Έλληνες πράκτορες ότι πρέπει να εστιαστεί η διαφημιστική παρουσία της Ελλάδας. Επιπλέον δηλώνουν ότι θα πρέπει να απευθυνθεί σε άτομα από 21-50 ετών μέσης και ανώτερης οικονομικής τάξης.
- Αντίθετα οι ξένοι εμφανίζονται πιο συγκεκριμένοι και πιο Ευρωπαίοι στις επιλογές τους, καθώς πιστεύουν ότι η διαφημιστική προβολή της Ελλάδας θα πρέπει να εστιαστεί στη Γερμανία, την Αγγλία αλλά και τις Σκανδιναβικές χώρες. Αντίθετα όμως δεν κάνουν κάποια συγκεκριμένη πρόταση σε σχέση με το κοινό στο οποίο θα απευθύνεται η διαφήμιση, καθώς υποδεικνύουν όλες τις ηλικιακές ομάδες και τις οικονομικές ομάδες (με λίγο περισσότερη έμφαση στα άτομα μέσης και ανώτερης οικονομικής τάξης χωρίς να αποκλείουν όμως και τους τουρίστες χαμηλής οικονομικής δύναμης).
- Όλοι οι πράκτορες συμφωνούν ότι η διαφήμιση θα πρέπει να γίνει σε όλα τα διαθέσιμα μέσα και πιο συγκεκριμένα σε τουριστικές εκθέσεις, τουριστικούς οδηγούς, από τον ΕΟΤ, στο Internet , σε ειδικευμένα περιοδικά για τον τουρισμό αλλά και στα ΜΜΕ.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- Οι περισσότεροι πράκτορες δηλώνουν ότι η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα τα τελευταία 3 χρόνια είναι μειωμένη. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι οι Έλληνες πράκτορες αποδίδουν την πτώση αυτή σε γενικότερους διεθνείς παράγοντες όπως, η κακή οικονομική κατάσταση της Ευρώπης, η είσοδος του Ευρώ αλλά και οι τρομοκρατικές επιθέσεις που κάνουν τον κόσμο επιφυλακτικό στα ταξίδια. Αντίθετα οι ξένοι πράκτορες -αν και αναφέρονται σε αυτούς τους παράγοντες - εστιάζονται στον αυξημένο ανταγωνισμό από άλλες χώρες και στο γεγονός ότι η Ελλάδα είναι γενικά ακριβή χώρα σε σχέση με αυτό που προσφέρει.
- Ο τελευταίος χρόνος φαίνεται ότι δεν ήταν ιδιαίτερα θετικός για τον ελληνικό τουρισμό σύμφωνα με τους πράκτορες, καθώς δηλώνουν ότι τη φετινή χρονιά η κίνηση ήταν μειωμένη σε σχέση με την περσινή. Οι λόγοι που οδήγησαν στην μείωση αυτή είναι η γενικότερη οικονομική κρίση, η είσοδος του Ευρώ αλλά και οι τρομοκρατικές επιθέσεις.
- Παρόλο το κακό κλίμα και το αρνητικό πρόσφατο παρελθόν του τουρισμού οι πράκτορες στέκονται επιφυλακτικοί αλλά σχετικά αισιόδοξοι σε σχέση με τα χρόνια που έρχονται για την πορεία του τουρισμού.

Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΑΝΑΜΕΝΕΤΑΙ ΝΑ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙ ΑΥΞΗΣΗ 8% ΦΕΤΟΣ

Τουριστική ανάπτυξη «τύπου Βαρκελώνης», με αργή εκκίνηση πέρυσι και... επιτάχυνση φέτος και στη συνέχεια, βλέπουν για τη μεταολυμπιακή Αθήνα και τον Ελληνικό τουρισμό οι μεγάλοι τουρ οπερέιτορ.

«Κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις και εφόσον συνεχιστεί η θετική τάση των αγορών, ο Ελληνικός τουρισμός μπορεί να βαδίζει στα ίχνη του Ισπανικού μοντέλου», αναφέρουν χαρακτηριστικά εκπρόσωποι της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Τουριστικών Πρακτόρων.

Υποστηρίζουν συγκεκριμένα ότι ο Ελληνικός τουρισμός μπορεί να «κεφαλαιοποιήσει με σταθερά αυξανόμενους ρυθμούς φέτος και το 2007 τα θετικά μηνύματα και τη δίψα για Ελλάδα, που δημιούργησαν οι Ολυμπιακοί της Αθήνας». Υπό την προϋπόθεση, φυσικά, ότι η Αθήνα θα αποκτήσει σύγχρονα και μεγάλα συνεδριακά κέντρα (2-3 λειτούργησαν στη Βαρκελώνη μετά τους Ο.Α. του 1992, θα υπάρξει διεύρυνση του ωραρίου σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους και καλύτερες τιμές στα είδη ευρείας κατανάλωσης για ξένους τουρίστες.

Ήδη, σύμφωνα με εκτιμήσεις του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΙΠ), φέτος η τουριστική κίνηση αναμένεται να σημειώσει αύξηση περίπου 8%, σε σχέση με πέρυσι.

Σημαντική αύξηση της τουριστικής κίνησης προς τη χώρα μας για το 2006 δείχνουν και τα στοιχεία που συγκέντρωσαν και επεξεργάστηκαν τα γραφεία εξωτερικού του ΕΟΤ, στοιχεία που προέρχονται είτε από έρευνες αγοράς είτε από τους τουριστικούς οργανισμούς.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ

1. Βασιλόπουλος Γρηγόριος, Μπίλα Αναστασία « **Περιφερειακές ανισότητες και πολιτικές περιφερειακής ανάπτυξης στην Ελλάδα**» Αθήνα (1995), κέντρο έρευνας και περιφερειακής ανάπτυξης
2. Βαρβασέσος Στέλιος, « **Τουρισμός : οικονομικές προσεγγίσεις** », Αθήνα (1997), εκδόσεις Προπομπός
3. Ζαχαριάδης Δημήτρης « **Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί**», Αθήνα (1993) εκδόσεις Σταμούλη
4. Ηγουμενάκης Νίκος Γ., « **Τουριστική Οικονομία** », Τόμος Α, Αθήνα (1997), εκδόσεις Interbooks
5. Ηγουμενάκης Νίκος Γ., « **Τουριστική Οικονομία** », Τόμος Β, Αθήνα (1997), εκδόσεις Interbooks
6. Ηγουμενάκης Νίκος Γ., Κραβαρίτης Κώστας Ν., Λύτρας Περικλής Ν., « **Εισαγωγή στον τουρισμό** », Αθήνα (1999), εκδόσεις Interbooks
7. Ηγουμενάκης Νίκος Γ., « **Τουρισμός και ανάπτυξη** », Αθήνα 2000 εκδόσεις Interbooks
8. Ηγουμενάκης Νίκος Γ., Κραβαρίτης Κώστας Ν., « **Τουρισμός βασικές έννοιες** », Αθήνα (2004), εκδόσεις Interbooks
9. Ιερώνυμος Πιντός « **Η χρηματοδότηση του τουρισμού** » Αθήνα (1967), τράπεζα της Ελλάδος ινστιτούτο τραπεζικών μελετών .
10. Κολτσιδόπουλος Γεώργιος Δ., «**Τουρισμός θεωρητική προσέγγιση**», Αθήνα, εκδόσεις “Έλλην”
11. Raymond Loufir, Παπαναστασίου Μαρίνα « **Στρατηγικός σχεδιασμός για τον τουρισμό στην ευρύτερη περιοχή της πρωτεύουσας και στην Ελλάδα εν όψει των ολυμπιακών αγώνων του 2004**», Απρίλιος (1999)
12. Σκούτζος Θεόδωρος Α., « **Περιφερειακή οικονομική ανάλυση και πολιτική** », Τόμος Α, Αθήνα (1999), εκδόσεις Σταμούλη
13. Φιλίππου Ε. « **Η ιστορία των σύγχρονων ολυμπιακών αγώνων 1896-2000** », Αθήνα (2002), εκδόσεις Σαββάλας

14. Χαερετάκης Γ., «Ολυμπιακοί Αγώνες και Ολυμπιακό Πνεύμα», Σητεία Κρήτης (2002)

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

1. « **The tourism** », τεύχη: (Σεπτέμβριος, Οκτώβριος, Δεκέμβριος 2004)-(Ιανουάριος, Φεβρουάριος, Μάρτιος, Απρίλιος, Ιούνιος 2005)
2. « **Χρήμα και τουρισμός** », τεύχος: (Απρίλιος 2004)
3. « **Travel time** », τεύχος: (Απρίλιος 2004)

ΠΗΓΕΣ INTERNET

www.ypan.gr www

www.gnto.gr

www.elke.gr

www.athens.gr

www.rodosvitrina.gr

www.fotrnet.gr

www.eurostat.com

www.esye.gr

www.infosociety.gr

www.techneot.gr

www.knowhow.gr

www.mediainfo2004.gr

www.traveldailynews.gr

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

▪ ΕΙΣΑΓΩΓΗ	-1-
▪ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ	
Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ	
1.1 Ορισμός τουρισμού.....	-3-
1.2 Η τυποποίηση και διάκριση του τουρισμού σε βασικές κατηγορίες.....	-4-
1.3 Μορφές του τουρισμού.....	-5-
1.3.1 Ανάλυση ειδών τουρισμού.....	-6-
▪ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ	
Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	
2.1 Ο τουρισμός στην αρχαιότητα.....	-11-
2.2 Η εξέλιξη του τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες.....	-13-
2.2.1 Οι βάσεις στις οποίες στηρίχθηκε η τουριστική ανάπτυξη τις δεκαετίες '50 και '60.....	-14-
2.2.2 Οι ρυθμοί ανάπτυξης του τουρισμού από το '70 έως και το '90.....	-16-
2.2.3 Η τουριστική ανάπτυξη την τελευταία δεκαετία.....	-17-
2.3 Λόγοι τουριστικής ανάπτυξης και κυριότεροι δείκτες της	
2.3.1 Σε τι πρέπει να προβλέπει η τουριστική ανάπτυξη.....	-20-
2.3.2 Οι λόγοι που συνηγορούν για την τουριστική ανάπτυξη.....	-21-
2.3.3 Η τουριστική ανάπτυξη απαιτεί ανθρώπινο δυναμικό.....	-22-
2.3.4 Οι κυριότεροι δείκτες της τουριστικής ανάπτυξης.....	-22-
2.4 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τουριστικής ανάπτυξης.....	-23-

▪	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ	
	ΑΡΧΑΙΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΠΝΕΥΜΑ	
	3.1 Ολυμπιακοί Αγώνες στην αρχαιότητα.....	-26-
	3.2 Ολυμπιακό πνεύμα.....	-27-
	3.3 Πρόγραμμα των αγώνων.....	-29-
	3.4 Ακμή Ολυμπιακών Αγώνων.....	-30-
	3.5 Παρακμή Ολυμπιακών Αγώνων.....	-31-
▪	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ	
	ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ 1896	
	4.1 Αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων.....	-33-
	4.2 Έναρξη πρώτων Ολυμπιακών Αγώνων 1896 (Δευτέρα 25 Μαρτίου - 6 Απριλίου).....	-35-
	4.3 Ο απόηχος της Ολυμπιάδας του 1896.....	-36-
	4.4 Κατάλογος χωρών Ολυμπιακών αγώνων μετά το 1896.....	-36-
▪	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ	
	ΑΝΑΘΕΣΗ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ-ΜΕΤΡΑ	
	5.1 Παγκόσμιοι Ολυμπιακοί Αγώνες.....	-38-
	5.2 Ανάθεση Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στην Ελλάδα.....	-38-
	5.3 Υποδομές που πραγματοποιήθηκαν εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων.....	-39-
	5.4 Στόχοι που τέθηκαν για τη επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων.....	-41-
▪	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ	
	ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
	6.1 Η ομορφιά της Ελλάδος.....	-43-
	6.2 Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα.....	-44-
	6.3 Τουριστική ζήτηση.....	-45-
	6.3.1 Σενάριο πρόβλεψης τουριστικής ζήτησης χωρίς τους Αγώνες. Περίοδος 2003-2009.....	-46-
	6.3.2 Σενάριο πρόβλεψης τουριστικής ζήτησης με την επίδραση των Αγώνων. Περίοδος 2003-2009.....	-46-

6.4 Το όφελος από τους Ολυμπιακούς Αγώνες σε απόλυτους αριθμούς και σε ποσοστά επισκεπτών και διανυκτερεύσεων.....	47-
▪ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ	
ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ 2004	
7.1 Επιστροφή των Ολυμπιακών Αγώνων στη χώρα που τους γέννησε.....	52-
7.2 Μια ανάσα πριν από τους Ολυμπιακούς.....	52-
7.3 Τελετή έναρξης.....	53-
7.4 Τελετή λήξης.....	55-
7.5 Διθυραμβικά σχόλια για την άρτια διεξαγωγή των Αγώνων και την ελληνική φιλοξενία.....	56-
7.6 Εμπειρίες άλλων διοργανωτριών πόλεων	
7.6.1 Βαρκελώνη.....	60-
7.6.2 Ατλάντα.....	60-
7.6.3 Σύδνεϋ.....	60-
▪ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΩΟ	
Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	
8.1 Η τουριστική κατάσταση στην Ελλάδα.....	62-
8.2 Σχόλια ξένων χωρών για τον ελληνικό τουρισμό.....	67-
8.3 Το επίπεδο των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα.....	73-
▪ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ	
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	
9.1 Γενικά.....	75-
9.2 Ο Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού.....	75-
9.3 Η τουριστική κατάσταση στην Ελλάδα.....	77-
9.4 Στρατηγική τοποθέτηση της Ελλάδος.....	82-
9.5 Εκμετάλλευση της προβολής της Ελλάδος μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες.....	83-
9.6 Προβλέψεις για ανάπτυξη του τουρισμού μετά τους Ολυμπιακούς αγώνες.....	86-
9.7 Προτάσεις ανάπτυξης του τουρισμού.....	87-

▪ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	-92-
▪ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	-94-
▪ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	-113-