



**ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΟΧΛΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ: Η  
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ**

ΖΑΡΚΑΔΗ ΔΙΟΝΥΣΙΑ

A.M. 7105M022

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΕΦΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ



ΙΟΥΝΙΟΣ 2009  
ΑΘΗΝΑ

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Ο τουρισμός αποτελεί, ίσως, το πιο σημαντικό κομμάτι οικονομικής ανάπτυξης και μια μεγάλη βιομηχανία και σημαντικότερη πηγή εσόδων για όλες τις τουριστικές χώρες, όπως είναι και η Ελλάδα.

Ο συνδυασμός ήλιου και θάλασσας, η αρμονία του ήπιου κλίματος με το ευχάριστο νησιωτικό περιβάλλον, η πολυμορφία στις τοπικές παραδόσεις και η διάσημη ελληνική φιλοξενία δημιουργούν τις καταλληλότερες συνθήκες για την ανάπτυξη του τουρισμού στον Νομό Ζακύνθου και στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων γενικότερα.

Η μελέτη αυτή επιχειρεί να αποτυπώσει το τουριστικό προφίλ της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων. Στόχος επίσης είναι να αναδειχθούν τα μέσα εκείνα που θα οδηγήσουν την Περιφέρεια σε βιώσιμη ανάπτυξη, μεγιστοποιώντας τα οφέλη από τον τουρισμό για τις τοπικές κοινωνίες.

Για την εκπόνηση της εργασίας πραγματοποιήθηκε δευτερογενής έρευνα. Ως πηγές πληροφοριών για την ανάλυση που επιχειρείται χρησιμοποιήθηκαν: Ελληνική βιβλιογραφία, ιστοσελίδες στο διαδίκτυο, στατιστικά στοιχεία από φορείς της Ζακύνθου, της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων και άλλων Δημόσιων και ιδιωτικών φορέων, καθώς και άρθρα από εφημερίδες και περιοδικά.

Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι η εργασία αυτή φιλοδοξεί να αναπτύξει έναν προβληματισμό για το θέμα της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης στην Ζάκυνθο και στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην προώθηση του τουριστικού προϊόντος, με τέτοιο τρόπο, ώστε οι επιπτώσεις από την παγκόσμια οικονομική κρίση που διανύουμε να είναι όσο το δυνατόν πιο ήπιες για την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων.

## **ABSTRACT**

Tourism is perhaps the most important element of economic development, a great industry and source of revenue for all touristic countries, such as Greece.

The combination of “Sea and Sun”, the harmony of the mild climate with the pleasant insular environment, the variety of local traditions and the famous Greek hospitality, create the most suitable circumstances for the development of tourism in Zakynthos and the Region of Ionian Islands.

This thesis attempts to trace the touristic profile of the Region of Ionian Islands. An important aim is to feature all the means that will lead the Region to sustainable development, maximizing the benefits of the tourism for the local community.

The research work carried out for the needs of this thesis was based on secondary data. Such data, required for the analysis that is attempted, are taken from bibliographical sources, web sites and statistical sources. Articles from newspapers and magazines were also used.

To conclude, one could say, that this project has the ambition to develop an evaluation about the issues concerning sustainable touristic development in Zakynthos and the Region of Ionian Islands. Emphasis should be given to the promotion of the touristic product, in such a way, that the consequences of the world economic crisis will be as smoother as possible for the Region of Ionian Islands.

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων εμφανίζει αρκετές ιδιαιτερότητες, κυρίως λόγω του νησιωτικού της χαρακτήρα. Την τελευταία εικοσαετία πραγματοποιήθηκαν αρκετά έργα ανάπτυξης και ανάπτυξης. Χρησιμοποιήθηκαν, εκτός των άλλων, Ευρωπαϊκά προγράμματα στήριξης προκειμένου να αναπτυχθεί οικονομικά ο τουριστικός κλάδος, ο οποίος αποτελεί και το κύριο μέσο προόδου και οικονομικής ευημερίας της περιοχής, αν και ακόμα και σήμερα οι υποδομές δεν είναι αρκετές για να καλύψουν τις αυξημένες ανάγκες που υπάρχουν.

Σκοπός της εργασίας είναι η αποτύπωση του τουριστικού προϊόντος ως κύριου μοχλού οικονομικής ανάπτυξης στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, με έμφαση στην οικονομία της Ζακύνθου, ως ένα από τα μεγαλύτερα και οικονομικά ισχυρότερα νησιά της περιοχής.

Κοινός τόπος είναι ότι θα πρέπει οι εμπλεκόμενοι με τον τουρισμό φορείς να έχουν μακροπρόθεσμη προοπτική και να στραφούν σε νέες βιώσιμες μορφές τουριστικής- οικονομικής ανάπτυξης, έτσι ώστε σε μια πολύ δύσκολης οικονομικής συγκυρία, όπως αυτή που διανύουμε, να επιβιώσει και να προοδεύσει το οικονομικό τουριστικό κύκλωμα στην περιοχή.

Όπως είναι φυσικό, μια μελέτη που ασχολείται με τον τουρισμό, ιδιαίτερα εν μέσω μιας παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, δεν καταφέρνει πάντα να καταγράψει όλες τις τελευταίες εξελίξεις. Σίγουρα ανακύπτουν καθημερινά καινούρια θέματα που προσδίδουν νέες διαστάσεις σε ένα τόσο ζωτικής σημασίας για την χώρα μας θέμα. Το υλικό είναι ανεξάντλητο και τροφοδοτείται καθημερινά από τις εθνικές αλλά και παγκόσμιες εξελίξεις.

Προκειμένου να ολοκληρωθεί η μελέτη χρησιμοποιήθηκαν τόσο βιβλιογραφικά στοιχεία, όσο και στοιχεία από την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, τον ΕΟΤ και τους τοπικούς οικονομικούς φορείς της Ζακύνθου, σχετική αρθρογραφία και έρευνα στο διαδίκτυο.

Έχοντας ολοκληρώσει πλέον αρκετό διάστημα συστηματικής δουλειάς για την πραγματοποίηση της εργασίας αυτής, αισθάνομαι την ανάγκη να εκφράσω τις ευχαριστίες μου σε ορισμένους ανθρώπους που ο καθένας με τον τρόπο του συνέβαλε στην ολοκλήρωσή της.

Κατ' αρχήν, θα ήθελα θερμά να ευχαριστήσω τον επιστημονικό υπεύθυνο της εργασίας αυτής, τον Καθηγητή του Παντείου Πανεπιστημίου κ. Κέφη Βασίλη, ο οποίος με τις υποδείξεις του και την χρήσιμη εμπειρία του με καθοδήγησε δίνοντάς μου πολύτιμα πνευματικά εφόδια για μελλοντικές επιστημονικές αναζητήσεις. Τον ευχαριστώ επίσης για την πραγματικά ευγενική του συμπεριφορά και την εγκάρδιότητα με την οποία με περιέβαλε.

Ακόμη, θα ήθελα να ευχαριστήσω βαθύτατα την φίλη μου Διονυσία Μούσουρα, η οποία μου έδειξε αμέριστη συμπαράσταση και βοήθεια στην συλλογή των στοιχείων σε όλη την πορεία αυτής της μελέτης. Η βοήθειά της ήταν πραγματικά πολύτιμη.

Θα ήταν παράλειψη να μην ευχαριστήσω την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, αλλά και όλους όσους μου παρείχαν υλικό και υποστήριξη, τους αρμόδιους του ΕΟΤ Ζακύνθου, την Ένωση Ξενοδόχων Ζακύνθου, τους υπεύθυνους του Κρατικού Αερολιμένα και του Λιμεναρχείου Ζακύνθου για την πολύτιμη βοήθειά τους, χωρίς την οποία η εκπόνηση της παρούσας εργασίας θα ήταν αδύνατη.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ οφείλω στην οικογένειά μου, που μου έδωσε την δυνατότητα να φτάσω μέχρι εδώ, έδειξε αμέριστη υπομονή και μου παρείχε ηθική στήριξη σε όλες τις δύσκολες στιγμές.

Τέλος, κλείνοντας, αισθάνομαι την ανάγκη να αφιερώσω όλη αυτή τη μελέτη στο πιο αγαπημένο μου πρόσωπο, την σχεδόν 2 ετών κόρη μου, η παρουσία της οποίας δίπλα μου ήταν ανελλιπής όλο αυτό το διάστημα εκπόνησης αυτής της εργασίας!

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Στην παρούσα εργασία γίνεται μια προσπάθεια να αποτυπωθεί το τουριστικό προφίλ της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων και της Ζακύνθου ειδικότερα. Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων αποτελεί μια κατεξοχήν τουριστική περιοχή με αρκετά προβλήματα λόγω του νησιωτικού της χαρακτήρα, αλλά και πολλά πλεονεκτήματα χάριν της πλούσιας πολιτιστικής αλλά και γεωμορφολογικής της φύσης. Με στοιχεία που παρουσιάζουν την μορφή αλλά και τους βασικούς άξονες της τουριστικής και εν γένει οικονομικής ανάπτυξής της, σκοπός της μελέτης αυτής είναι να βρεθούν τα μέσα που θα οδηγήσουν σε βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη, ώστε να μεγιστοποιηθούν τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει η τοπική κοινωνία από τον τουρισμό, εν μέσω της δύσκολης οικονομικής συγκυρίας που αντιμετωπίζουν όλοι οι οικονομικοί κλάδοι στην χώρα μας αλλά και παγκόσμια.

Συνοπτικά λοιπόν η δομή της εργασίας έχει ως εξής:

Στο 2<sup>ο</sup> κεφάλαιο παρουσιάζεται το τουριστικό προϊόν στην Ελλάδα, οι μορφές τουρισμού, αλλά και το επιχειρησιακό περιβάλλον της τουριστικής βιομηχανίας. Εδώ αναλύονται τα κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού, τα οποία είναι: η διάρκεια παραμονής, η εποχικότητα, η τουριστική μονοκαλλιέργεια, οι αφίξεις και τα μέσα άφιξης του εξωτερικού και εσωτερικού τουρισμού, η δυναμικότητα των καταλυμάτων και η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία.

Στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο γίνεται μια καταγραφή της φυσιογνωμίας της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων μέσω γεωγραφικών, δημογραφικών και οικονομικών στοιχείων. Επίσης παρουσιάζονται οι παραγωγικοί τομείς και οι υποδομές των νομών της Περιφέρειας.

Στο 4<sup>ο</sup> κεφάλαιο καταγράφονται οι αναπτυξιακοί στόχοι για τον τουρισμό και τα αποτελέσματα των Ευρωπαϊκών προγραμμάτων από το 1986 μέχρι και το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΠΕΠ) 2007-2013.

Στη συνέχεια στο 5<sup>ο</sup> κεφάλαιο αποτυπώνεται το τουριστικό προϊόν στο Νομό Ζακύνθου, οι υποδομές, τα καταλύματα και οι τουριστικές επιχειρήσεις.

Στο 6<sup>ο</sup> κεφάλαιο παρουσιάζονται τα μέσα τουριστικής προβολής του Νομού Ζακύνθου και εμφανίζονται οι εθνικές και διεθνείς πρακτικές τουριστικής προβολής των τελευταίων ετών.

Στο 7<sup>ο</sup> κεφάλαιο καταγράφονται τα κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού στην Ζάκυνθο, η προέλευση της ζήτησης, η εποχικότητα, η εισοδηματική κλιμάκωση των τουριστών και οι τρόποι άφιξής τους.

Στο 8<sup>ο</sup> κεφάλαιο παρουσιάζονται τα δυνατά και αδύνατα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος στην περιφέρεια Ιονίων Νήσων (SWOT Analysis).

Στο 9<sup>ο</sup> κεφάλαιο αναλύονται οι τομείς ανάπτυξης, αναβάθμισης και αξιοποίησης του τουριστικού προϊόντος στην Ζάκυνθο μέσω των διαφόρων μορφών τουρισμού και της δημιουργίας των κατάλληλων υποδομών για την αξιοποίηση των δυνατοτήτων του νησιού.

Τέλος στο 10<sup>ο</sup> κεφάλαιο παρουσιάζονται τα βασικά συμπεράσματα της εργασίας, τα οποία συγκλίνουν στην άποψη ότι όλοι οι φορείς της Περιφέρειας πρέπει να στοχεύουν στην βιώσιμη ανάπτυξη της λαμβάνοντας υπόψη τις χωροταξικές αλλά και αισθητικές- πολιτιστικές και περιβαλλοντικές ιδιαιτερότητές της. Η μεθοδικότητα στην δημιουργία υποδομών αποτελεί κύριο άξονα προόδου και η Ευρωπαϊκή Ένωση μπορεί να αποτελέσει βασικό πυλώνα στήριξης και ανάπτυξης της περιοχής.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### 2.1 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΤΗΝ ΧΩΡΑ ΜΑΣ

Ο τομέας του τουρισμού και των ταξιδιών δεν είναι δυνατό να οριοθετηθεί με πληρότητα και σαφήνεια, δεδομένου ότι οι τουριστικές δραστηριότητες επηρεάζουν και επηρεάζονται από μία μεγάλη ποικιλία παραγόντων καθώς και από το κοινωνικοοικονομικό και φυσικό περιβάλλον του κάθε κράτους. Σήμερα είναι κοινά παραδεκτό ότι ο τουρισμός επηρεάζει κάθε πτυχή της καθημερινής ζωής ενός τόπου και μπορεί να εξελιχθεί σε κύριο μοχλό ανάπτυξής του.

Το τουριστικό προϊόν μπορεί να αποκτήσει διάφορες μορφές εκτός του μαζικού τουρισμού για λόγους αναψυχής που υπάρχει κατά κόρον στην Ελλάδα. Έτσι μπορούμε να διακρίνουμε ειδικές μορφές τουρισμού όπως:

- **Κοινωνικός τουρισμός:** Αφορά άτομα τρίτης ηλικίας, νέους, άτομα με χαμηλό εισόδημα.
- **Τουρισμός για επαγγελματικές ή συνδικαλιστικές ενώσεις:** Αφορά ειδικές κατηγορίες πληθυσμού που επιθυμούν την γνωριμία με άτομα του ίδιου επαγγέλματος και συνδυάζουν την πληροφόρηση με την αναψυχή.
- **Αγροτουρισμός:** Αφορά συνδυασμένη μορφή άσκησης τουριστικού και αγροτικού επαγγέλματος.
- **Τουρισμός τρίτης ηλικίας:** Απαιτεί υποδομή καλού επιπέδου και παράλληλη υποδομή κρατικών υπηρεσιών.
- **Αθλητικός- ορειβατικός-περιηγητικός τουρισμός:** Απαιτεί υποδομή ανάλογη με το άθλημα που αφορά (π.χ. γκολφ, κωπηλασία).
- **Οικολογικός:** Δεν απαιτεί ιδιαίτερη υποδομή αρκεί να υπάρχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές στην περιοχή.
- **Τουρισμός υγείας και ιαματικός τουρισμός:** Απαιτεί υποδομή, μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές με ιαματικά λουτρά.
- **Θαλάσσιος τουρισμός:** Απευθύνεται σε κατηγορίες τουριστών που θέλουν να ταξιδέψουν στα Ελληνικά νησιά.
- **Εκπαιδευτικός τουρισμός:** Δεν απαιτεί δημιουργία ειδικής υποδομής.
- **Συνεδριακός τουρισμός:** Απαιτεί υποδομή υψηλού επιπέδου και παράλληλη υποδομή ψυχαγωγίας.

- **Εσωτερικός τουρισμός:** Απαιτεί αλλαγή πολιτικής τόσο των κρατικών φορέων όσο και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας.
- **Χειμερινός τουρισμός:** Απαιτεί ειδικές εγκαταστάσεις.
- **Γυμνιστικός τουρισμός**

Το επιχειρησιακό περιβάλλον της τουριστικής βιομηχανίας, σύμφωνα με μελέτη του υπουργείου τουρισμού, διαμορφώνεται από πέντε γενικές κατηγορίες- κλάδους παροχής τουριστικών υπηρεσιών:

1. **ΔΙΑΜΟΝΗ** (Ξενοδοχεία, διαμερίσματα, βίλες, τουριστικά χωριά, εκθεσιακά και συνεδριακά κέντρα, Campings και κέντρα υποδοχής-φιλοξενίας τροχόσπιτων, μαρίνες και λιμάνια φιλοξενίας σκαφών, αγροκτήματα-αγροτουρισμός)
2. **ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ** (Αεροπορικές εταιρείες, ακτοπλοϊκές γραμμές, σιδηροδρομικά δίκτυα, εταιρείες τουριστικών λεωφορείων, εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, οργανισμοί μαζικών μεταφορών (αστικοί-υπεραστικοί), TAXI)
3. **ΑΝΑΨΥΧΗ – ΘΕΑΜΑΤΑ** (Αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, φυσικό περιβάλλον ιδιαίτερου κάλλους, Εθνικά πάρκα, αθλητικά κέντρα και θέρετρα δραστηριοτήτων, ειδικός περιβαλλοντικός τουρισμός (πεζοπορία, ορειβασία, υποβρύχιες καταδύσεις, ψάρεμα, κ.λπ.), θαλάσσιος τουρισμός (ιστιοπλοΐα, κρουαζιέρες), Καζίνο).
4. **ΟΡΓΑΝΩΣΗ-ΔΙΕΚΠΕΡΑΙΩΣΗ ΤΑΞΙΔΙΩΝ** (Tour Operators (μαζικός τουρισμός), γραφεία γενικού τουρισμού (incoming – outgoing – ομαδικός τουρισμός), ταξιδιωτικοί πράκτορες, οργανωτές συνεδρίων, πρακτορεία κρατήσεων (διαμονή, μετακίνηση, εκδρομή) για άτομα ή μικρές ομάδες, γραφεία συναλλάγματος)
5. **ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ** (Εθνικά τουριστικά γραφεία, περιφερειακά και τοπικά τουριστικά γραφεία, ενώσεις επαγγελματιών τουρισμού, γραφεία πληροφοριών (συνήθως κρατικών ή τοπικών αρχών), σχολές τουριστικών επαγγελματιών ή ειδικών τουρισμού (Πανεπιστημιακού ή τεχνικού επιπέδου) και συνεχιζόμενης εκπαίδευσης-κατάρτισης).

## 2.2 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο τουρισμός στην Ελλάδα σύμφωνα με μελέτη που αναφέρεται στην ιστοσελίδα του Υπουργείου Ανάπτυξης έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

**Μέση διάρκεια παραμονής**

Η διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών τουριστών ποικίλλει ανάλογα με τον σκοπό του ταξιδιού και την περιοχή του προορισμού τους. Η μέση διάρκεια των διακοπών στα ελληνικά θέρετρα είναι 15 ημέρες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής σε ξενοδοχειακά καταλύματα είναι 6 ημέρες.

### **Εποχικότητα ζήτησης**

Η τουριστική ζήτηση από το εξωτερικό εμφανίζει υψηλό βαθμό χρονικής συγκέντρωσης και κατευθύνεται κυρίως σε προορισμούς στους οποίους κυριαρχεί η μορφή του μαζικού παραθεριστικού τουρισμού. Η τουριστική αιχμή ενισχύεται τα τελευταία χρόνια και αυτό οξύνει ακόμα περισσότερο τα προβλήματα ανταπόκρισης των υποδομών. Η ζήτηση της παραδοσιακής 7μηνης τουριστικής περιόδου (Απρίλιος-Οκτώβριος) παρουσιάζει μία αυξανόμενη εποχικότητα.

### **Τουριστική μονοκαλλιέργεια**

Η ζήτηση για τη χώρα μας και τους επί μέρους προορισμούς της αφορά σε συντριπτικό βαθμό την κυρίαρχη μορφή οργανωμένης ζήτησης για «Ήλιο και Θάλασσα». Οι ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν μεσοπρόθεσμα «αγορές-θύλακες», που διακινούν μικρά μεν πλην όμως ενδιαφέροντα από τη σκοπιά της οικονομικής απόδοσης, μεγέθη.

### **Αφίξεις αλλοδαπών- Μέσα άφιξης αλλοδαπών**

#### **• Αφίξεις αλλοδαπών**

Η χώρα μας δεν κατάφερε το 2008, αλλά δεν θα καταφέρει ούτε το 2009, όπως δείχνουν τα στοιχεία, να μείνει αλώβητη από την οικονομική κρίση. Οι αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών στα κυριότερα αεροδρόμια της χώρας, οι οποίες αποτελούν το 80% των συνολικών αφίξεων στην χώρα, για το εννεάμηνο Ιανουαρίου- Σεπτεμβρίου 2008 σημείωσαν μείωση -1,2% έναντι της αντίστοιχης περιόδου του 2007, (ΙΤΕΠ, Δελτίο Τύπου, “Επίδοση του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα Ιανουάριος-Σεπτέμβριος 2008”, Αθήνα, 20 Οκτωβρίου 2008).

Αν αναλογιστεί κανείς ότι το 2007 ήταν μια καλή τουριστική χρονιά και την έκταση της διαφαινόμενης οικονομικής κρίσης, το μέγεθος της αρνητικής πορείας του τουρισμού φαίνεται να επιβεβαιώνει ότι πράγματι ο τουρισμός ανθίσταται στις κρίσεις. Ωστόσο επειδή κανείς δεν μπορεί την στιγμή αυτή να εκτιμήσει την διάρκεια και την ένταση της κρίσης, η οποία βρίσκεται σε εξέλιξη, μπορεί όμως να προβλέψει με βεβαιότητα ότι το 2009 θα είναι σημαντικά χειρότερο από το 2008, (ΙΤΕΠ, Δελτίο Τύπου, “Επίδοση του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα Ιανουάριος-Σεπτέμβριος 2008”, Αθήνα, 20 Οκτωβρίου 2008).

Το απαισιόδοξο τοπίο έρχονται να ελαφρύνουν οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις που σημειώθηκαν στην χώρα μας την περίοδο Ιανουαρίου- Αυγούστου 2008. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της Τράπεζας της Ελλάδος, οι εισπράξεις αυτές σημείωσαν αύξηση κατά 5% σε μια

περίοδο, όπου η ασύμμετρη πορεία των αφίξεων και των συναλλαγματικών εισπράξεων έχει έντονα προβληματίσει τους φορείς του τουρισμού. (ΙΤΕΠ, Δελτίο Τύπου, “Επίδοση του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα Ιανουάριος-Σεπτέμβριος 2008”, Αθήνα, 20 Οκτωβρίου 2008).

Η διάσταση μεταξύ αφίξεων και συναλλαγματικών εισπράξεων δεν είναι εύκολο να ερμηνευθεί. Τα προηγούμενα χρόνια είχαμε αύξηση των αφίξεων και μείωση των συναλλαγματικών εισπράξεων. Θα μπορούσε για το φαινόμενο αυτό να ενοχοποιηθούν η επέκταση του “All Inclusive”, οι “βιαστικές” χαμηλές τιμές κλεισίματος των καταλυμάτων και, ίσως, σε πολύ μικρότερο βαθμό η διαχρονικώς συντελούμενη μείωση του μέσου αριθμού διανυκτερεύσεων ανά άφιξη, (ΙΤΕΠ, Δελτίο Τύπου, “Επίδοση του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα Ιανουάριος-Σεπτέμβριος 2008”, Αθήνα, 20 Οκτωβρίου 2008).

- **Μέσα άφιξης αλλοδαπών**

Όσο για τους τρόπους άφιξης των αλλοδαπών στην χώρα μας, τα στατιστικά στοιχεία φανερώνουν έντονη προτίμηση στις αεροπορικές συγκοινωνίες. Η συμμετοχή του αεροπλάνου αυξάνεται σταθερά λόγω και της απελευθέρωσης των αεροπορικών συγκοινωνιών και της μείωσης των ναύλων, ενώ μειώνεται αντίστοιχα η συμμετοχή των άλλων μέσων μεταφοράς.

Οι αφίξεις αλλοδαπών με πτήσεις charter αυξάνονται στο σύνολο των αεροδρομίων της χώρας, που υποδέχονται πτήσεις charter. Είναι προφανές ότι το χαρακτηριστικό αυτό υπογραμμίζει τον «παραθεριστικό» ή αλλιώς «μαζικό» χαρακτήρα του ελληνικού τουρισμού. Ταυτόχρονα, επιβεβαιώνει το «προφίλ» του εγκατεστημένου μοντέλου του διεθνούς τουρισμού, σύμφωνα με το οποίο το «αεροπλάνο» και, πιο συγκεκριμένα οι (προ) ναυλωμένες πτήσεις (charter) καθορίζουν τη στρατηγική των πολυεθνικών εταιριών να ελέγχουν τις τουριστικές ροές προς τις τυπικές χώρες προορισμού.

Οι διερχόμενες κρουαζιέρες, εμφανίζουν μείωση. Η φθίνουσα αυτή τάση οφείλεται κυρίως στην εξάρτηση από την αμερικάνικη αγορά.

Από τα στοιχεία του πίνακα 1 για την 20ετία 1987-2007 βλέπουμε ότι υπάρχει μια αυξανόμενη τάση στην κίνηση εξωτερικού στο σύνολο των αεροδρομίων της χώρας. Αυτό το γεγονός συνάδει με την γενικότερη τάση για χρήση του αεροπλάνου ως κύριου μέσου μεταφοράς για τους τουρίστες, κυρίως αυτούς που προέρχονται από χώρες του εξωτερικού. (Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, Ανάλυση στατιστικών στοιχείων Αερολιμένων)

## **Εσωτερικός τουρισμός**

Ένα σημαντικό τμήμα της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών προέρχεται από την εσωτερική

αγορά. Το 25% του συνόλου των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας πραγματοποιούνται από ημεδαπούς, αλλά μόνο το 15% γίνεται από Έλληνες τουρίστες που κάνουν διακοπές, και ένα 10% ταξιδεύει για επιχειρηματικούς σκοπούς. Έχει αποδειχθεί ότι ο εσωτερικός τουρισμός καλύπτει συχνά τα ελλείμματα σε περιόδους ύφεσης της κίνησης από το εξωτερικό.

**Πίνακας 1: κίνηση εξωτερικού**

| ΣΥΝΟΛΟ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΩΝ |         |          |          |
|--------------------|---------|----------|----------|
| ΚΙΝΗΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ  |         |          |          |
| ΕΤΗ                | Α/ΦΗ    | ΕΠΙΒΑΤΕΣ |          |
|                    | ΑΦ.+ΑΝ. | ΑΦΙΞΕΙΣ  | ΑΝΑΧΩΡ.  |
| 1987               | 117642  | 6468000  | 6528528  |
| 1988               | 119338  | 6698404  | 6750162  |
| 1989               | 120674  | 6800081  | 6860606  |
| 1990               | 123606  | 7002336  | 7087999  |
| 1991               | 118074  | 6408535  | 6541712  |
| 1992               | 143206  | 8079572  | 8100144  |
| 1993               | 149398  | 8528791  | 8580017  |
| 1994               | 160974  | 9744071  | 9784720  |
| 1995               | 157113  | 9364402  | 9410301  |
| 1996               | 153990  | 8909696  | 8799504  |
| 1997               | 167612  | 9654144  | 9174131  |
| 1998               | 175713  | 10096844 | 9542191  |
| 1999               | 196097  | 11239502 | 11183209 |
| 2000               | 204347  | 11893322 | 12213493 |
| 2001               | 196663  | 12367419 | 12612970 |
| 2002               | 188841  | 12083551 | 12159366 |
| 2003               | 199825  | 12002828 | 11992021 |
| 2004               | 207635  | 11974593 | 12029964 |
| 2005               | 202491  | 12477752 | 12583177 |
| 2006               | 217565  | 13255595 | 13377831 |
| 2007               | 232351  | 13960621 | 14141574 |

**Πίνακας 2: κίνηση εσωτερικού**

| ΣΥΝΟΛΟ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΩΝ |         |          |         |
|--------------------|---------|----------|---------|
| ΚΙΝΗΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ  |         |          |         |
| ΕΤΗ                | Α/ΦΗ    | ΕΠΙΒΑΤΕΣ |         |
|                    | ΑΦ.+ΑΝ. | ΑΦΙΞΕΙΣ  | ΑΝΑΧΩΡ. |
| 1987               | 121802  | 4530889  | 4530407 |
| 1988               | 121681  | 4347047  | 4347498 |
| 1989               | 123988  | 4507859  | 4508007 |
| 1990               | 121070  | 4077892  | 3979100 |
| 1991               | 105306  | 3318846  | 3318712 |
| 1992               | 115898  | 3340391  | 3341487 |
| 1993               | 127499  | 3271677  | 3271813 |
| 1994               | 127565  | 3395661  | 3389672 |
| 1995               | 135252  | 3660572  | 3653970 |
| 1996               | 145115  | 4064377  | 4055412 |
| 1997               | 164879  | 4621880  | 4620680 |
| 1998               | 167701  | 4427465  | 4389715 |
| 1999               | 200527  | 5219042  | 5162982 |
| 2000               | 222962  | 6024624  | 6100445 |
| 2001               | 199529  | 5233269  | 5344853 |
| 2002               | 171441  | 4562874  | 4672378 |
| 2003               | 195948  | 4968967  | 5061410 |
| 2004               | 212216  | 5615088  | 5620146 |
| 2005               | 200672  | 5652345  | 5733562 |
| 2006               | 211854  | 6004154  | 6075932 |
| 2007               | 222848  | 6569217  | 6642967 |

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, Ανάλυση στατιστικών στοιχείων Αερολιμένων.

Σε μελέτη του ΙΤΕΠ με τίτλο «ΜΕΓΕΘΟΣ, ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ

ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ», βλέπουμε ότι κρίθηκε σκόπιμο να εξετασθούν, εκτός από τα ποσοτικά χαρακτηριστικά αφίξεων- διανυκτερεύσεων, και τα χαρακτηριστικά της συμπεριφοράς των εσωτερικών τουριστών.

Οι κυριότερες διαπιστώσεις συνοψίζονται στα ακόλουθα:

1. Σε όρους διανυκτερεύσεων, κατά το έτος 2005 ο αριθμός διανυκτερεύσεων σε επαγγελματικά καταλύματα αυξήθηκε κατά 34,4%, έναντι αρνητικού ρυθμού (-2,3%) για την τετραετία 2000-2004.

2. Κατεξοχήν ωφελημένες παρουσιάζονται οι τουριστικά υστερούσες περιφέρειες. Οι ηπειρωτικές περιφέρειες δεν έχουν αποτελέσει προσφιλή προορισμό για τους αλλοδαπούς, αλλά ούτε και για τους ημεδαπούς. Η πρόσφατη εμπειρία δείχνει ότι τουλάχιστον για τους ημεδαπούς αυτό είναι εφικτό.

3. Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων ταξιδιωτών του εσωτερικού τουρισμού ανέρχεται σε 108 εκατ. (2005), έναντι 110 εκατ. του αλλοδαπού τουρισμού, σύμφωνα με εκτιμήσεις του ΙΤΕΠ. Ωστόσο, το σύνολο αυτό σύγκειται από τρεις διαφορετικές ομάδες ταξιδιωτών, με κριτήριο το κατάλυμα, τα οικονομικά αποτελέσματα των οποίων διαφέρουν μεταξύ τους. Οι ομάδες αυτές είναι:

Διαμονή σε καταλύματα:

α) επαγγελματικά

β) ιδιοχρησιμοποιούμενα ιδιόκτητα

γ) ιδιόκτητα, φιλοξενία φίλων και γνωστών

Στα επαγγελματικά καταλύματα οι διανυκτερεύσεις αντιπροσωπεύουν το 23,4% των συνολικών διανυκτερεύσεων. Τα μερίδια για τους χρήστες ιδιόκτητων κατοικιών και τους “φιλοξενούμενους” είναι, αντιστοίχως, 55,8% και 23,8%.

4. Από ανάλυση διαφόρων χαρακτηριστικών των φερομένων ως “φιλοξενούμενων” προέκυψε ότι αξιόλογο τμήμα αυτών είναι κατ’ ουσία ενοικιαστές ιδιωτικών κατοικιών. Αυτό σημαίνει ότι το μερίδιο των διανυκτερεύσεων σε καταλύματα επί πληρωμή είναι αρκετά υψηλότερο από το, κατά δήλωση, στατιστικώς καταγραφόμενο.

5. Ένα δυσμενές χαρακτηριστικό του ελληνικού τουριστικού προτύπου είναι η έντονη εποχικότητα. Το χαρακτηριστικό αυτό έχει επιπτώσεις στην βιωσιμότητα των καταλυμάτων και την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών. Βεβαίως, ο εσωτερικός τουρισμός έχει οριακά καλύτερη κατανομή, λόγω χειμερινού τουρισμού. Ωστόσο, εμφανίζει εντονότατη εποχικότητα κατά τους μήνες αιχμής του αλλοδαπού τουρισμού, οξύνοντας το ανεπιθύμητο αυτό

χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού.

6. Η διαπίστωση, σύμφωνα με την οποία 96% των εσωτερικών τουριστών διακινείται οδικώς και θαλασσίως, συνιστά ένα κατεξοχήν χαρακτηριστικό του εσωτερικού τουρισμού και υπογραμμίζει την ανάγκη συμπληρωματικών οδικών έργων και την βελτίωση λιμανιών και μέσων θαλάσσιας μεταφοράς. Τέτοιες διευκολύνσεις αυξάνουν την ποσότητα και ποικιλία των διαθέσιμων αξιοθέατων και, κατ' επέκταση, την ζήτηση αντίστοιχων υπηρεσιών από τους ημεδαπούς, (ΙΤΕΠ, Παυλόπουλος Π.Γ., Οκτώβριος 2008, «Μέγεθος, χαρακτηριστικά και επιδράσεις του εσωτερικού τουρισμού», Ειδικές Μελέτες, Αρ. Μελέτης 6.)

#### **Δυναμικότητα καταλυμάτων**

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Δυναμικότητα καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ 2007**

|           |               | Αριθμός καταλυμάτων               |                     |              | Αριθμός κλινών                    |                     |                |
|-----------|---------------|-----------------------------------|---------------------|--------------|-----------------------------------|---------------------|----------------|
|           |               | Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα | Τουριστικά κάμπινγκ | Σύνολο       | Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα | Τουριστικά κάμπινγκ | Σύνολο         |
| <b>GR</b> | <b>ΕΛΛΑΔΑ</b> | <b>9.207</b>                      | <b>324</b>          | <b>9.531</b> | <b>700.933</b>                    | <b>90.023</b>       | <b>790.956</b> |
| GR22      | Ιόνια Νησιά   | 897                               | 27                  | 924          | 85.098                            | 6.549               | 91.647         |
| GR221     | Ζάκυνθος      | 254                               | 5                   | 259          | 26.249                            | 1.203               | 27.452         |
| GR222     | Κέρκυρα       | 413                               | 12                  | 425          | 44.656                            | 2.798               | 47.454         |
| GR223     | Κεφαλλονιά    | 138                               | 2                   | 140          | 9.521                             | 1.197               | 10.718         |
| GR224     | Λευκάδα       | 92                                | 8                   | 100          | 4.672                             | 1.351               | 6.023          |

ΠΗΓΗ: Γ.Γ. ΕΣΥΕ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Δυναμικότητα καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ 2006**

| NUTS (0, I, II and III) |               | Αριθμός καταλυμάτων               |                     |              | Αριθμός κλινών                    |                     |                |
|-------------------------|---------------|-----------------------------------|---------------------|--------------|-----------------------------------|---------------------|----------------|
|                         |               | Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα | Τουριστικά κάμπινγκ | Σύνολο       | Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα | Τουριστικά κάμπινγκ | Σύνολο         |
| <b>GR</b>               | <b>ΕΛΛΑΔΑ</b> | <b>9.111</b>                      | <b>333</b>          | <b>9.444</b> | <b>693.252</b>                    | <b>93.639</b>       | <b>786.891</b> |
| GR22                    | Ιόνια Νησιά   | 891                               | 27                  | 918          | 82.991                            | 6.549               | 89.540         |
| GR221                   | Ζάκυνθος      | 258                               | 5                   | 263          | 26.426                            | 1.203               | 27.629         |
| GR222                   | Κέρκυρα       | 411                               | 12                  | 423          | 43.384                            | 2.798               | 46.182         |
| GR223                   | Κεφαλλονιά    | 134                               | 2                   | 136          | 8.760                             | 1.197               | 9.957          |
| GR224                   | Λευκάδα       | 88                                | 8                   | 96           | 4.421                             | 1.351               | 5.772          |

ΠΗΓΗ: Γ.Γ. ΕΣΥΕ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Δυναμικότητα καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ 2005**

| NUTS (0, I, II and III) |               | Αριθμός καταλυμάτων               |                     |              | Αριθμός κλινών                    |                     |                |
|-------------------------|---------------|-----------------------------------|---------------------|--------------|-----------------------------------|---------------------|----------------|
|                         |               | Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα | Τουριστικά κάμπινγκ | Σύνολο       | Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα | Τουριστικά κάμπινγκ | Σύνολο         |
| <b>GR</b>               | <b>ΕΛΛΑΔΑ</b> | <b>9.036</b>                      | <b>341</b>          | <b>9.377</b> | <b>682.050</b>                    | <b>95.560</b>       | <b>777.610</b> |
| GR22                    | Ιόνια Νησιά   | 883                               | 30                  | 913          | 81.959                            | 7.473               | 89.432         |
| GR221                   | Ζάκυνθος      | 253                               | 5                   | 258          | 25.944                            | 1.203               | 27.147         |
| GR222                   | Κέρκυρα       | 415                               | 16                  | 431          | 43.291                            | 3.882               | 47.173         |
| GR223                   | Κεφαλλονιά    | 132                               | 2                   | 134          | 8.581                             | 1.197               | 9.778          |
| GR224                   | Λευκάδα       | 83                                | 7                   | 90           | 4.143                             | 1.191               | 5.334          |

ΠΗΓΗ: Γ.Γ. ΕΣΥΕ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 6: Δυναμικότητα καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ 2004**

| NUTS (0, I, II and III) |               | Αριθμός καταλυμάτων               |                     |             | Αριθμός κλινών                    |                     |               |
|-------------------------|---------------|-----------------------------------|---------------------|-------------|-----------------------------------|---------------------|---------------|
|                         |               | Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα | Τουριστικά κάμπινγκ | Σύνολο      | Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα | Τουριστικά κάμπινγκ | Σύνολο        |
| <b>GR</b>               | <b>ΕΛΛΑΔΑ</b> | <b>8.899</b>                      | <b>331</b>          | <b>9230</b> | <b>668271</b>                     | <b>92677</b>        | <b>760948</b> |
| GR22                    | Ιόνια Νησιά   | 853                               | 25                  | 878         | 80157                             | 6239                | 86396         |
| GR221                   | Ζάκυνθος      | 242                               | 5                   | 247         | 24404                             | 1203                | 25607         |
| GR222                   | Κέρκυρα       | 413                               | 11                  | 424         | 43998                             | 2648                | 46646         |
| GR223                   | Κεφαλλονιά    | 120                               | 2                   | 122         | 7910                              | 1197                | 9107          |
| GR224                   | Λευκάδα       | 78                                | 7                   | 85          | 3845                              | 1191                | 5036          |

ΠΗΓΗ: Γ.Γ. ΕΣΥΕ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7: Δυναμικότητα καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ 2003**

| NUTS (0, I, II and III) |               | Αριθμός καταλυμάτων               |                     |             | Αριθμός κλινών                    |                     |               |
|-------------------------|---------------|-----------------------------------|---------------------|-------------|-----------------------------------|---------------------|---------------|
|                         |               | Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα | Τουριστικά κάμπινγκ | Σύνολο      | Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα | Τουριστικά κάμπινγκ | Σύνολο        |
| <b>GR</b>               | <b>ΕΛΛΑΔΑ</b> | <b>8.689</b>                      | <b>352</b>          | <b>9041</b> | <b>644898</b>                     | <b>93055</b>        | <b>737953</b> |
| GR22                    | Ιόνια Νησιά   | 816                               | 27                  | 843         | 75971                             | 6239                | 82210         |
| GR221                   | Ζάκυνθος      | 220                               | 5                   | 225         | 22201                             | 1203                | 23404         |
| GR222                   | Κέρκυρα       | 407                               | 13                  | 420         | 42540                             | 2648                | 45188         |
| GR223                   | Κεφαλλονιά    | 113                               | 2                   | 115         | 7432                              | 1197                | 8629          |
| GR224                   | Λευκάδα       | 76                                | 7                   | 83          | 3798                              | 1191                | 4989          |

ΠΗΓΗ: Γ.Γ. ΕΣΥΕ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το 2001, σύμφωνα με την απογραφή, το ενεργό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας ανέρχεται στις 592.400 κλίνες σε 8.100 ξενοδοχειακές μονάδες. Υπάρχουν ακόμη 30.643 θέσεις κατασκήνωσης και 949 οικίσκοι σε 331 κάμπινγκς, που μπορούν να φιλοξενήσουν άλλα 94.776 άτομα.

Από μελέτη του ΙΤΕΠ για τα τουριστικά καταλύματα (2007), διαφαίνεται ότι τα τουριστικά καταλύματα είναι ως επί το πλείστον μικρού και μεσαίου μεγέθους και επισημαίνεται ότι:

(α) Το μέλλον των μικρών και μεσαίων εγκαταστάσεων (ΜΜΕ) δεν προδιαγράφεται ρόδινο, διότι είναι εκτεθειμένες σε ένα είδος υπερανταγωνισμού σε παγκόσμια κλίμακα.

(β) Δεν διαθέτουν τη δυνατότητα να υπερνικήσουν με δικές τους δυνάμεις τα εμπόδια που δημιουργούνται από την τρέχουσα διαδικασία διεθνοποίησης της ζήτησης.

(γ) Για λόγους επάρκειας κεφαλαίου, μεγέθους και καταλληλότητας προσωπικού πραγματοποιούν χαμηλή παραγωγικότητα (απουσία οικονομιών κλίμακος) με φυσικό επακόλουθο να δυσχεραίνεται η ανάπτυξή τους.

(δ) Το μέγεθός τους, ιδίως των μικρών και πολύ μικρών, παρεμποδίζει την κατανόηση των τάσεων της αγοράς και την προσαρμογή στις εν λόγω τάσεις του προϊόντος που προσφέρουν.

(ε) Η συνεργασία, προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι των αδυναμίες που πηγάζουν από το μικρό μέγεθος, δεν αποτελεί πανάκεια, αντίθετα προσκρούει σε ανυπέρβλητες δυσκολίες. Διότι προϋπόθεση για την επίτευξη συνεργασίας αποτελεί η προσδοκία ότι αυτή θα αποβεί επωφελής για όλους, ενώ κάτι τέτοιο είναι ενδεχομένως εφικτό, αν η συνεργασία μπορεί να πετύχει πρόσβαση στη σύγχρονη τεχνολογία, άνοιγμα νέων αγορών, ώστε να προκύψει υψηλός βαθμός πληρότητας και μείωση του κόστους κεφαλαίου και προμηθειών.

(ζ) Η τυπική ΜΜΞΕ για να επιβιώσει πρέπει να συναγωνιστεί τις παγκοσμίας εμβέλειας ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι αλυσίδες ξενοδοχείων, οι οποίες όχι μόνο προσφέρουν επώνυμο προϊόν, αλλά απολαμβάνουν και το πλεονέκτημα που απορρέει από τη δομή τους, δηλ. από την κάθετη ολοκλήρωσή τους με αεροπορικές εταιρείες και γραφεία διακίνησης τουριστών (tour operators).

Από δυναμικής απόψεως επισημαίνονται τα ακόλουθα:

(α) Στην περίοδο 1977-2004, το συνολικό καταλυματικό δυναμικό αυξήθηκε κατά 284% έναντι αύξησης των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών κατά 179%. Πραγματοποιήθηκε δηλ. αύξηση της καταλυματικής υποδομής – ενδεχομένως σε βάρος της βασικής υποδομής – πέραν των ορίων που προσδιορίζει η δυναμική της ζήτησης, και μάλιστα με διάρθρωση μη

επιθυμητή.

(β) Κατά την ίδια 27ετή περίοδο η βασική δομή του ξενοδοχειακού δυναμικού παρέμεινε κατ' ουσία αμετάβλητη. Οι κατωτέρων κατηγοριών μονάδες (2 και 1 αστέρων) αντιπροσωπεύουν ποσοστό του ξενοδοχειακού δυναμικού 43% το 2004, έναντι 44% το 1977, το μέσο μέγεθος της κατηγορίας 2 αστέρων μειώθηκε σε 52 κλίνες έναντι 55 (!) το 1977.

(γ) Το μέσο μέγεθος του συνολικού καταλυματικού δυναμικού, που τελικώς είναι αυτό που χαρακτηρίζει και την ποιότητα των αντίστοιχων υπηρεσιών, είναι μόλις 31 κλίνες, μειώνεται δε περαιτέρω, αν συνυπολογισθούν τα αδήλωτα ενοικιαζόμενα δωμάτια, υπολογιζόμενα σε μέγεθος μεγαλύτερο των 150.000 κλινών.

(δ) Θετική εξέλιξη αποτελεί η αύξηση του μεριδίου των ξενοδοχείων 5 και 4 αστέρων από 27,7% το 1977 σε 33% το 2004. Η βελτίωση αυτή, ωστόσο, εξουδετερώνεται σε κάποιο βαθμό από τη μείωση του μεριδίου των μονάδων 3 αστέρων κατά 5 ποσοστιαίες μονάδες. Η κατηγορία αυτή ανταποκρίνεται εγγύτερα στις δυνατότητες των μέσων εισοδημάτων και θα ανέμενε κανείς να αυξάνει το μερίδιό της σε βάρος της κατηγορίας 2 αστέρων, (ΙΤΕΠ, Παυλόπουλος Π. Γ., Αθήνα, Ιούλιος 2007, «Τουριστικά καταλύματα μικρού και μεσαίου μεγέθους: ρόλος, προοπτικές, μέτρα», Μελέτη, Αριθμός 22).

### **2.3 ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

Τα έσοδα από τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα, έχουν σημειώσει θεαματική άνοδο τα τελευταία 30 χρόνια. Σε τρέχουσες τιμές η κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη έχει τριπλασιαστεί. Εδώ είναι αναγκαίο να αναφερθεί ότι η τουριστική δαπάνη αποτελείται από δαπάνες διαμονής, διατροφής, αναψυχής-διασκέδασης, μετακινήσεις, ψώνια και λοιπές τουριστικές δαπάνες. Το μεγαλύτερο μέρος της δαπάνης προορίζεται για διαμονή και τη διατροφή (40%).

Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες κατά το 2000 έφθασαν τα 9.221 εκ. δολάρια, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 5% έναντι του 1999. Με βάση την κατάταξη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα βρίσκεται στην 10η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων.

Η μέση δαπάνη κατά κεφαλήν αφικνούμενου αλλοδαπού τουρίστα, σε τρέχουσες τιμές, κυμαινόταν γύρω στα 300 δολ. ΗΠΑ στη διάρκεια της δεκαετίας του '80, άρχισε να αυξάνεται όμως σημαντικά προς το τέλος της δεκαετίας του '90.

Ωστόσο, όταν ληφθούν υπόψη πραγματικές τιμές, τότε τα πραγματικά κατά κεφαλήν έσοδα

εμφανίζουν μείωση της τάξης του 30%. Σε σημαντικό βαθμό, η μείωση αυτή εξηγείται και από τη σταδιακή αποχώρηση των Αμερικανών από την ελληνική αγορά μετά το 1980, οι οποίοι γενικά ταξιδεύουν πιο ανεξάρτητα και ξοδεύουν σημαντικά ποσά κατά τις διακοπές τους.

Όμως, το 1985 η κατάσταση σταδιακά εξομαλύνεται, καθώς γίνονται και οι πρώτες συστηματικές προσπάθειες για αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Ωστόσο, η Ελλάδα εξακολουθεί να θεωρείται χώρα φιλοξενίας τουριστών χαμηλής εισοδηματικής στάθμης.

Πιο συγκεκριμένα τώρα, ο τουρισμός αποτελεί σημαντική δραστηριότητα για την οικονομία της Ελλάδας συμβάλλοντας σε κατά 9% στο ΑΕΠ και συμμετέχοντας στις εθνικές εξαγωγές κατά 15%.

Παρά την αύξηση του αριθμού των τουριστών που έρχονται στην Ελλάδα, τα έσοδα των επιχειρήσεων αυτών μειώνονται αισθητά (ΕΣΥΕ, 2005). Οι περισσότεροι τουρίστες φαίνονται να αξιοποιούν στο μέγιστο τις δυνατότητες που τους παρέχουν τα πακέτα διακοπών ξοδεύοντας τα όποια χρήματά τους στα ξενοδοχεία που διαμένουν. Σε συνδυασμό με το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις αυτού του είδους είναι βασικά μικρομεσαίου μεγέθους, δημιουργείται πρόβλημα επιβίωσης των επιχειρήσεων αυτών.

Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ, την περίοδο 1996-2006 ο συνολικός αριθμός των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα αυξάνεται σταδιακά, με εξαίρεση τα έτη 2003 και 2004. Ωστόσο, η ετήσια μεταβολή της μέσης κατά κεφαλής τουριστικής δαπάνης μειώνεται την τριετία 2002-2004. Αν και θα ήταν επικίνδυνο η πτώση αυτή να αποδοθεί αποκλειστικά στα ολοκληρωμένα πακέτα, δίνει ωστόσο ανάγλυφη την εικόνα της τάσης που θέλει την Ελλάδα να προσελκύει τουρίστες που αποφεύγουν τις μεγάλες δαπάνες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους και που αναζητούν περισσότερο οικονομικές διακοπές.

Η τάση αυτή αναμένεται να ενισχύσει περεταίρω την προσέλκυση ομάδων τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα με συγκεκριμένα all-inclusive πακέτα κάτι που θα συμβάλει στην περεταίρω μείωση της μέσης κατά κεφαλής τουριστικής δαπάνης, δημιουργώντας ουσιαστικά έναν φαύλο κύκλο συρρίκνωσης του κατά κεφαλήν εισοδήματος που η ελληνική τουριστική οικονομία δημιουργεί.

Για την αντιμετώπιση των ζητημάτων αυτών που συνδέονται με τη διάδοση των ολοκληρωμένων τουριστικών πακέτων, πολλές επιχειρήσεις της τουριστικής οικονομίας διεθνώς δημιουργούν δίκτυα (networks) παροχής υπηρεσιών. Τα δίκτυα αυτά δημιουργούνται καθώς ξενοδοχεία συνεργάζονται με εστιατόρια και καταστήματα, ώστε, από κοινού, να προσφέρουν τις συμπληρωματικές υπηρεσίες που χρειάζεται ένα τουριστικό πακέτο, για

λογαριασμό των ξενοδοχείων.

| <b>Πίνακας 8</b><br><b>Μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη (ΜΚΤΔ)</b><br><i>(Μη Αποπληθωρισμένες τιμές)</i> |            |                  |                     |                 |        |         |        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------|---------------------|-----------------|--------|---------|--------|
| Έτος                                                                                                       | Αφίξεις    | Έσοδα<br>(εκ \$) | ΜΚΤΔ<br>(\$)        | ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΜΚΤΔ   |        |         |        |
|                                                                                                            |            |                  |                     | Έτος Βάσης 1996 |        | Ετησίως |        |
|                                                                                                            |            |                  |                     | (\$)            | %      | (\$)    | %      |
| <b>1996</b>                                                                                                | 9.782.061  | 3.723            | 380,6               |                 |        |         |        |
| <b>1997</b>                                                                                                | 10.588.489 | 5.151            | 486,5               | 105,9           | 27,82% | 105,9   | 27,82% |
| <b>1998</b>                                                                                                | 11.363.822 | 6.188            | 544,5               | 163,9           | 43,06% | 58      | 11,92% |
| <b>1999</b>                                                                                                | 12.605.928 | 8.785            | 696,7               | 316,1           | 83,05% | 152,2   | 27,95% |
| <b>2000</b>                                                                                                | 13.567.453 | 9.382            | 691,5               | 310,9           | 81,69% | -5,2    | -0,75% |
| <b>2001</b>                                                                                                | 14.678.688 | 10.580           | 720,8               | 340,2           | 89,39% | 29,3    | 4,24%  |
| <b>2002</b>                                                                                                | 14.918.177 | 10.285           | 689,4               | 308,8           | 81,14% | -31,4   | -4,36% |
| <b>2003</b>                                                                                                | 14.784.560 | 9.460            | 639,9               | 259,3           | 68,13% | -49,5   | -7,18% |
| <b>2004</b>                                                                                                | 14.267.420 | 8.992            | 630,3               | 249,7           | 65,61% | -9,6    | -1,50% |
| <b>2005</b>                                                                                                | 15.938.131 | 10.098           | 633,6               | 253,0           | 66,47% | 3,3     | 0,52%  |
| <b>2006</b>                                                                                                | 17.283.910 | n.a.             | n.a. <sup>(1)</sup> |                 |        |         |        |

Πηγή: ΕΟΤ/ ΕΣΥΕ.

Ένας κλάδος που σίγουρα επωφελείται από το σύστημα all-inclusive είναι αυτός των ταξιδιωτικών γραφείων και των διοργανωτών ταξιδιών (tour operators). Η δεδομένη αύξηση της ζήτησης για πακέτα διακοπών, αυξάνει όπως είναι αναμενόμενο την πελατεία τους και τους δίνει τη δυνατότητα να διευρύνουν τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Τα δεδομένα από την ελληνική αγορά συμφωνούν απόλυτα με τα συμπεράσματα αυτά, καθώς την τελευταία δεκαετία έσοδα του κλάδου, με εξαίρεση και πάλι την τριετία 2001-2003, υπάρχει μία σταθερή αύξηση των εσόδων του κλάδου (ICAP, 2004). Από τη νέα πραγματικότητα στον τουρισμό, φαίνονται επίσης να επωφελούνται και οι προμηθευτές των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που προσφέρουν ολοκληρωμένα πακέτα διαμονής. Όπως είναι λογικό, εφόσον οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις διευρύνουν τις υπηρεσίες τους και ο αριθμός των πελατών τους αυξάνεται, η ζήτηση για προμήθεια αγαθών και υπηρεσιών θα αυξάνεται.

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:**

## **ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΦΥΣΙΟΓΝΩΜΙΑΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ**

### **3.1 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ**

#### **Γεωγραφικά στοιχεία**

Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων αποτελεί μια νησιωτική περιφέρεια, η οποία συγκροτήθηκε με βάση κυρίως το κοινό ιστορικό και πολιτισμικό παρελθόν της. Τα νησιά έχουν κοινά κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά, που απορρέουν από την δομή του νησιωτικού χώρου στον οποίο εντάσσονται. Το κοινό ιστορικό και πολιτιστικό παρελθόν με τους πλούσιους πολιτιστικούς πόρους έχει διαμορφώσει την ταυτότητά της Περιφέρειας. Παράλληλα η Περιφέρεια διαθέτει αξιόλογο φυσικό περιβάλλον με διακεκριμένους οικότοπους που παρουσιάζουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του νησιωτικού χώρου.

Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων γειτνιάζει με τις παράκτιες περιοχές της Νότιας Ιταλίας και της Αλβανίας. Έχει συνολική έκταση 2.318 τ.χλμ, καλύπτει δε το 1,8% της συνολικής έκτασης της χώρας. Αποτελείται από τους Νομούς Κερκύρας, Λευκάδας, Κεφαλληνίας & Ιθάκης και Ζακύνθου και σύμφωνα με τη νέα διοικητική διαίρεση («Καποδίστριας») αποτελείται από 33 νέους δήμους και 6 κοινότητες, οι οποίες παρέμειναν για εθνικούς ή οικονομικούς λόγους. Η έδρα της Περιφέρειας βρίσκεται στην Κέρκυρα.

Συνολικά η Περιφέρεια αριθμεί 32 νησιά (μικρά και μεγάλα) εκ των οποίων κατοικούνται μόνο τα 13. Περιλαμβάνει από τα βόρεια προς τα νότια τα νησιά Οθωνοί, Ερείκουσα, Μαυράκι, Κέρκυρα, Παξοί, Αντίπαξοι, Λευκάδα, Μεγανήσι, Κάλαμος, Καστός, Ιθάκη, Κεφαλληνία και Ζάκυνθο.

Βασικά γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά των Ιονίων Νησιών είναι οι ορεινοί όγκοι με μεγάλο υψόμετρο, οι λιμνοθάλασσες, τα ποτάμια καθώς και οι καταπράσινες πεδιάδες. Ανάμεσα στα όρη απλώνονται εύφορες κοιλάδες κατάφυτες στο μεγαλύτερο μέρος από ελιές.

Το ποσοστό των ορεινών εκτάσεων καλύπτει το 28,3% της συνολικής έκτασης της Περιφέρειας, των ημιορεινών το 35,8%, ενώ το 35,9% των εκτάσεων είναι πεδινές. Η Κεφαλληνία και η Ζάκυνθος έχουν εκτεταμένες ζώνες ημιορεινών εκτάσεων, 41,84% και 55,15% αντίστοιχα. Μεγάλο τμήμα ορεινών ζωνών έχει η Λευκάδα 62,25%, ενώ μεγάλα τμήματα πεδινών εκτάσεων διαθέτει η Κέρκυρα, το 68,32% περίπου της έκτασής της. Όλα τα νησιά έχουν πλούσια βλάστηση και το καθένα έχει μια ιδιαίτερη φυσικογεωγραφική ταυτότητα.

Γενικά η Περιφέρεια των Ιονίων Νήσων, λόγω της σημαντικής ανάπτυξης του τουριστικού τομέα τις τελευταίες δεκαετίες, δίνει την εντύπωση ότι πρόκειται για μια σχετικά ανεπτυγμένη Περιφέρεια. Στην πραγματικότητα όμως πρόκειται για μια νησιωτική ακριτική περιφέρεια με τις συνακόλουθες ενδοπεριφερειακές διαφορές στο επίπεδο της κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης και με σημαντικά προβλήματα οργανικής διασύνδεσης μεταξύ των νησιών αλλά και στην σύνδεσή τους με την ηπειρωτική χώρα, (Εκθεση επιχειρηματικότητας Ιονίων Νήσων, 2005, Περιφέρεια Ιονίων Νήσων).

### **Δημογραφικά στοιχεία**

#### **Πληθυσμός**

Ο πληθυσμός της Περιφέρειας ανέρχεται σε 212.984 κατοίκους και αντιστοιχεί στο 2,0% του συνολικού πληθυσμού της χώρας. Σε ότι αφορά δε τη διάρθρωση του μόνιμου πληθυσμού της Περιφέρειας, ως προς την διάκριση του σε αστικές και αγροτικές περιοχές, καθώς και σε πεδινές, ημιορεινές και ορεινές περιοχές: το 36,5% του πληθυσμού ζει σε αστικές περιοχές και το 63,5% σε αγροτικές περιοχές, ενώ αντίστοιχα σε πεδινές περιοχές ζει το 77,64%, σε ημιορεινές το 16,71% και σε ορεινές το 6,65%. (Εκθεση επιχειρηματικότητας Ιονίων Νήσων, 2005, Περιφέρεια Ιονίων Νήσων).

#### **Δημογραφική εξέλιξη**

Ο πληθυσμός των Ιόνιων Νησιών παρουσίασε συνεχή μείωση τη μεταπολεμική περίοδο. Τη δεκαετία του 1970 ουσιαστικά σταθεροποιήθηκε γύρω στις 185.000 κατοίκους. Αντίθετα τη δεκαετία του 1980 παρουσίασε αντιστροφή της πτωτικής του πορείας και το 1991 ήταν 193.734 κάτοικοι, ενώ με την τελευταία απογραφή του 2001 έχουμε περαιτέρω άύξηση του πληθυσμού, ο οποίος ανέρχεται σε 209.608 κατοίκους. Όμως η φυσική αύξηση του πληθυσμού (γεννήσεις – θάνατοι), αν και με επιβραδυνόμενο ρυθμό, παραμένει αρνητική.

Δύο παράγοντες που ερμηνεύουν την τάση εξέλιξης του πληθυσμού είναι το φυσικό ισοζύγιο και η εισροή μεταναστών, ενώ εκτιμάται ότι αρνητικές ήταν οι επιπτώσεις από την κατά περιόδους σεισμική δραστηριότητα στο χώρο. Όσον αφορά το πρώτο, παραμένει αρνητικό την περίοδο 1991-2001, με 8,8 γεννήσεις έναντι 11,2 θανάτους ανά 1000 κατοίκους κατά μέσο όρο (δείκτης: -2,4). Όσον αφορά το δεύτερο παράγοντα, ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι το 9,0% του πληθυσμού της ΠΙΝ είναι αλλοδαποί, έναντι ποσοστού 7,0% για τη χώρα. Ο Νομός Κέρκυρας συγκεντρώνει σχεδόν τους μισούς και η Λευκάδα λιγότερο από το ένα δέκατο. Ο κύριος όγκος βρίσκεται στις παραγωγικές ηλικίες 15-64 ετών, από τους οποίους οι μισοί περίπου είναι ηλικίας από 20-44 ετών. Ο μεγαλύτερος αριθμός, περί τα 2/3,

προέρχεται από την γειτονική Αλβανία και το 42% είναι εγκαταστημένο στις αστικές περιοχές, ενώ ο βασικός λόγος εγκατάστασής τους στην Περιφέρεια Ιονίων Νησιών, είναι η εύρεση εργασίας. Περισσότεροι από τους μισούς βρίσκονται 5 και πλέον έτη εγκατεστημένοι στα Ιόνια Νησιά. (Εκθεση επιχειρηματικότητας Ιονίων Νήσων, 2005, Περιφέρεια Ιονίων Νήσων).

### **Οικονομικά στοιχεία – Κοινωνικά στοιχεία**

#### **ΑΕΠ**

Η οικονομία της ΠΙΝ παρουσιάζει μια σταθερή πορεία ανάπτυξης που στηρίζεται στην ανάκαμψη του τουρισμού παγκοσμίως και τη σταθερή εγχώρια ζήτηση. Επίσης, σημαντικότητα συμβολή στην πορεία αυτή διαδραματίζουν οι εισροές πόρων από την Ευρωπαϊκή Ένωση, η επένδυση των οποίων αποτελεί σημαντικότατο μέρος της συνολικής δημόσιας επένδυσης και αξιόλογο τμήμα της συνολικής δημόσιας & ιδιωτικής, καθώς και οι πολλαπλασιαστικές τους επιπτώσεις. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης μεταξύ 2000 και 2003 ανήλθε σε 5,6%, ενώ σε επίπεδο χώρας κατά μέσο όρο 4,6% ετησίως. Εντούτοις και προφανώς λόγω μεγέθους, τα Ιόνια Νησιά παραμένουν η μικρότερη ελληνική Περιφέρεια από πλευράς παραγωγής ΑΕΠ (1,82% του συνολικού ΑΕΠ της χώρας) .

Υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ των επιμέρους νομών της Περιφέρειας. Στον νομό Κερκύρας το κατά κεφαλήν εισόδημα είναι κατά πολύ ανώτερο του μέσου κατά κεφαλήν εισοδήματος της Περιφέρειας, όπως και μεγαλύτερο του μέσου κατά κεφαλήν εισοδήματος της χώρας. Ο νομός Λευκάδας, αντίθετα, χαρακτηρίζεται από το μικρότερο κατά κεφαλήν εισόδημα και αντιστοιχεί στο 67% του κατά κεφαλήν εισοδήματος του Νομού Κερκύρας. Η οικονομική ανάπτυξη του νομού Κερκύρας οφείλεται κυρίως στην έντονη ανάπτυξη του τριτογενούς τομέα και βασικά του τουρισμού. Εξ άλλου, η ανάλυση κατά τομείς παραγωγής καταδεικνύει ότι η Κέρκυρα υπερτερεί σε αριθμό απασχολούμενων και στους τρεις τομείς παραγωγής, έναντι των άλλων νομών. (Εκθεση επιχειρηματικότητας Ιονίων Νήσων, 2005, Περιφέρεια Ιονίων Νήσων).

Από την προσέγγιση ορισμένων γενικών δεικτών (όπως η εξέλιξη του πληθυσμού) και οικονομικών δεικτών της Περιφέρειας (όπως το Ακαθάριστο Περιφερειακό Προϊόν), φαίνεται η σημαντική ανάπτυξη που έχει συντελεσθεί κατά τα τελευταία χρόνια στα Ιόνια Νησιά, αλλά και η εξάρτησή της από τον τριτογενή τομέα (κυρίως από τον τουρισμό), όπως επίσης και η διαφοροποίηση πλούτου που υπάρχει μεταξύ των νησιών. Ο νομός Κέρκυρας αποτελεί τον πλουσιότερο, ακολουθεί ο νομός Ζακύνθου, μετά ο νομός Κεφαλληνίας & Ιθάκης και

τελευταίος έρχεται ο νομός Λευκάδας. (New Cronos, Eurostat, 2005)

**Πίνακας 9**

**Κατά κεφαλήν ΑΕΠ Περιφέρειας Ιονίων Νήσων - Ελλάδα**  
**(σε όρους ΜΑΔ, ΕΕ-15=100)**

|                                | 1995  | 1996  | 1997  | 1998  | 1999  | 2000  |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Περιφέρεια Ιονίων Νήσων</b> | 56    | 57    | 61    | 60    | 60    | 59    |
| <b>Ελλάδα</b>                  | 66    | 67    | 66    | 67    | 68    | 68    |
| <b>Περιφέρεια/Ελλάδα</b>       | 84,8% | 85,1% | 92,4% | 89,6% | 88,2% | 86,8% |

Πηγή: EU-Second Progress Report on Economic and Social Cohesion, January 2003

Όπως φαίνεται από τον Πίνακα 9, κατά την περίοδο 1995-1999 (περίοδο υλοποίησης του Β' ΚΠΣ), η Περιφέρεια βελτίωσε διαχρονικά τη συγκριτική της θέση, εξακολουθεί όμως να υπολείπεται του εθνικού μέσου όρου (87% το 2000) και απέχει ακόμη από τον “στόχο” των περιοχών του Στόχου 1 των Διαρθρωτικών Ταμείων της ΕΕ (ΑΕΠ κατά κεφαλή ίσο τουλάχιστον με το 75% του μέσου όρου της ΕΕ). Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων κατατάσσεται 9<sup>η</sup> μεταξύ των Περιφερειών της χώρας (το 2000), πάνω από τη Δυτική Ελλάδα, την Πελοπόννησο, την Ήπειρο και την Ανατολική Μακεδονία-Θράκη, με βάση το κριτήριο του κατά κεφαλήν ΑΕΠ, (Εκθεση επιχειρηματικότητας Ιονίων Νήσων 2005, Περιφέρεια Ιονίων Νήσων).

Σε τομεακό επίπεδο σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία διαπιστώνεται υψηλή συγκέντρωση δραστηριοτήτων του τριτογενή τομέα. Ο πρωτογενής τομέας παράγει μόλις το 6,5% του Περιφερειακού ΑΕΠ, ο δευτερογενής το 12% ενώ ο τριτογενής τομέας περίπου το 81,5%. Στη διάρκεια της δεκαετίας 1994-2004 η συμμετοχή του πρωτογενή τομέα στο Περιφερειακό ΑΕΠ μειώθηκε κατά 10,5 ποσοστιαίες μονάδες, ενώ ακόμα μεγαλύτερη - κατά 12,5 ποσοστιαίες μονάδες - ήταν η αντίστοιχη αύξηση της συμμετοχής του τριτογενή τομέα. Η εντεινόμενη εξειδίκευση της παραγωγικής βάσης της Περιφέρειας σε δραστηριότητες του τριτογενή (κυρίως υπηρεσίες τουρισμού) συνδέεται εν μέρει με τις ευρύτερες τάσεις τριτογενοποίησης της ελληνικής οικονομίας κατά την ίδια περίοδο, ωστόσο ο ραγδαίος ρυθμός μείωσης του μεριδίου του πρωτογενή αλλά και του δευτερογενή στα Ιόνια Νησιά δημιουργεί

συνθήκες μονομερούς εξάρτησης της οικονομίας από δραστηριότητες ιδιαίτερα ευάλωτες σε μεταβολές της καταναλωτικής τάσης καθώς και σε άλλες, μη εύκολα προβλέψιμες εξωγενείς μεταβλητές.

Το ΑΕΠ της Περιφέρειας όπως φαίνεται από τον πίνακα 10, ανέρχεται στο 1,7% του ΑΕΠ της χώρας για το έτος 2000, 1,78% για το 2001, 1,74% για το 2002, 1,71% για το 2003, 1,61% για το 2004 και 1,55% για το 2005. Βλέπουμε λοιπόν ότι μειώνεται το ποσοστό συμμετοχής στο εθνικό ΑΕΠ. (Γ. Γ. ΕΣΥΕ, 2005)

**Πίνακας 10. Ακαθάριστο εγχώριο προϊόν κατά περιφέρεια και νομό**  
**Σε εκατομμύρια ευρώ. Σε τρέγουσες τιμές**

|                | 2000    | 2001    | 2002    | 2003    | 2004    | 2005    |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Σύνολο Ελλάδος | 136.281 | 146.260 | 157.586 | 171.258 | 185.225 | 198.609 |
| Ιόνια Νησιά    | 2.326   | 2.605   | 2.751   | 2.929   | 2.984   | 3.082   |
| Ζάκυνθος       | 537     | 600     | 633     | 657     | 664     | 684     |
| Κέρκυρα        | 1.196   | 1.318   | 1.391   | 1.497   | 1.509   | 1.606   |
| Κεφαλληνία     | 401     | 462     | 486     | 521     | 531     | 541     |
| Λευκάδα        | 193     | 224     | 242     | 254     | 280     | 251     |

Πηγή: Γ.Γ. ΕΣΥΕ, 2005.

Στον Πίνακα 11 και το Διάγραμμα 1 παρουσιάζεται το Κατά Κεφαλή Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), στην Ελλάδα αλλά και σε κάθε ελληνική περιφέρεια. Όσον αναφορά την ελληνική επικράτεια, η περιοχή του Νότιου Αιγαίου καταλαμβάνει την πρώτη θέση για το 2000 ενώ η περιοχή των Ιονίων Νησιών είναι στην 10η θέση.

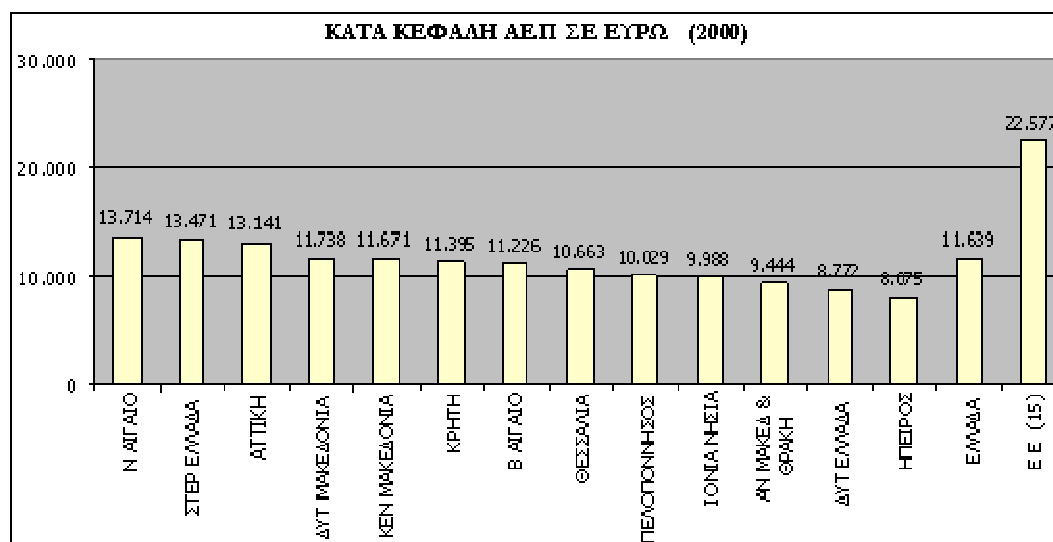
**Πίνακας 11 Κατά Κεφαλή ΑΕΠ (2000)**

| ΠΕΡΙΟΧΗ       | ΕΥΡΩ ΑΝΑ ΚΑΤΟΙΚΟ |
|---------------|------------------|
|               | 2000             |
| Ν ΑΙΓΑΙΟ      | 13.714,1         |
| ΣΤΕΡ ΕΛΛΑΔΑ   | 13.470,6         |
| ΑΤΤΙΚΗ        | 13.140,5         |
| ΔΥΤ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ | 11.737,8         |
| ΚΕΝ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ | 11.670,9         |
| ΚΡΗΤΗ         | 11.394,7         |
| Β ΑΙΓΑΙΟ      | 11.226,4         |
| ΘΕΣΣΑΛΙΑ      | 10.663,2         |

|                  |          |
|------------------|----------|
| ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ     | 10.029,1 |
| ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ      | 9.987,5  |
| ΑΝ ΜΑΚΕΔ & ΘΡΑΚΗ | 9.443,7  |
| ΔΥΤ ΕΛΛΑΔΑ       | 8.771,7  |
| ΗΠΕΙΡΟΣ          | 8.074,5  |
| ΕΛΛΑΔΑ           | 11.638,7 |
| Ε Ε (15)         | 22.576,7 |

Πηγή: EUROSTAT (NEW CRONOS 2002)

**Διάγραμμα 1:** Κατά Κεφαλή ΑΕΠ (2000)



Πηγή: EUROSTAT (NEW CRONOS 2002)

Με βάση στοιχεία της Eurostat για το έτος 2003, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε όρους Μέσης Αγοραστικής Δύναμης (ΜΑΔ) της ΠΙΝ αντιστοιχεί στο 74,6% του μέσου όρου της Ε.Ε. των 25. Η πρόοδος της σύγκλισης που σημειώνεται στα Ιόνια Νησιά είναι σχετικά ικανοποιητική, δεδομένου ότι ο μέσος όρος του περιφερειακού κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε ΜΑΔ για την τριετία 2000-2002 - , ανέρχεται στο 67,6% του μέσου όρου της Ε.Ε.-25 .

#### **Αριθμητικά στοιχεία ( EUROSTAT, 2001)**

- Η περιφέρεια παράγει το 3% της συνολικής αγροτικής παραγωγής και το 2% των υπηρεσιών της χώρας

- Το κατά κεφαλή ΑΕΠ ανήλθε το 2001 σε 11.650 ευρώ , δηλαδή το 98,3% του πανελλαδικού μέσου όρου. (Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων καταλαμβάνει την 5η θέση μεταξύ των 13 περιφερειών της χώρας)
- Μόνο ο νομός Κέρκυρας με κατά κεφαλή ΑΕΠ 12.385 ευρώ , ξεπερνά κατά 5 % τον πανελλαδικό μέσο όρο και κατατάσσεται στην 7η θέση ανάμεσα στους 52 νομούς της Ελλάδας
- Ο νομός Ζακύνθου με 11.563 ευρώ ( 97% του πανελλαδικού ΜΟ) καταλαμβάνει τη 13η θέση
- Ο νομός Λευκάδας με 10.506 ευρώ (89% του πανελλαδικού ΜΟ) την 30η θέση
- Ο νομός Κεφαλονιάς με 10.271 ευρώ (87% του πανελλαδικού ΜΟ) την 34η θέση
- Ο νομός Κέρκυρας το διάστημα 1999-2001 αύξησε κατά 17,9% το κατά κεφαλή ΑΕΠ σε τρέχουσες τιμές .Η αντίστοιχη αύξηση στο νομό Ζακύνθου ήταν μόλις 2%, ενώ στο νομό Λευκάδας έφτασε το 8,8%. Αντίθετα στην Κεφαλονιά σημειώθηκε μείωση του κατά κεφαλή ΑΕΠ κατά 3%.
- Τα Ιόνια Νησιά συγκεντρώνουν το 2% του πληθυσμού και παράγουν το 1,9 % του ΑΕΠ
- Το 27% των απασχολούμενων απορροφάται στον πρωτογενή τομέα, το 16% στη μεταποίηση και το 57% στον τριτογενή τομέα
- Τα Επτάνησα συγκεντρώνουν το 12% των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών. Οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών αυξήθηκαν από 4 εκατ. το 1992 σε 5,4 εκατ. το 1999. Στο νομό Λευκάδας αναλογούν πέντε διανυκτερεύσεις αλλοδαπών ανά κάτοχο (12ος νομός στη χώρα ,στο νομό Κεφαλονιάς 11 ( 10ος νομός ) , στο νομό Κέρκυρας 28 (4ος νομός) και στη Ζάκυνθος 50 (2ος Νομός μετά τα Δωδεκάνησα )
- Τέλος στα Επτάνησα παράγεται το 6% της πανελλαδικής παραγωγής ελαιόλαδου .
- Όσον αφορά τους δείκτες παραγωγικότητας η Περιφέρεια υστερεί μεν σε σχέση με τα αντίστοιχα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ωστόσο υπερτερεί έναντι της χώρας, απόρροια της συγκριτικά μεγαλύτερης εξειδίκευσης σε δραστηριότητες του τριτογενή τομέα, που κατά τεκμήριο έχουν υψηλότερα επίπεδα παραγωγικότητας από τους άλλους τομείς της παραγωγής. Συγκεκριμένα, το 2002 η παραγωγικότητα εργασίας (ΑΕΠ ανά απασχολούμενο) των Ιονίων Νησιών ανήλθε στο 76% του μέσου όρου της Ε..Ε 25, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό της χώρας ήταν 71,9%. Επίσης κατά το ίδιο έτος η ωριαία παραγωγικότητα (ΑΕΠ ανά σύνολο εργατοωρών έτους) της Περιφέρειας υπερέβαινε την αντίστοιχη εθνική κατά 8,7%.

## Απασχόληση

Ο απασχολούμενος πληθυσμός της ΠΙΝ, το 2000 υπολογίζεται σε 84,1 χιλ. άτομα, που αντιστοιχούν στο 2% των απασχολουμένων της χώρας. Την περίοδο έως το 2004 το μερίδιο παραμένει περίπου σταθερό, αλλά σε απόλυτους αριθμούς ο αριθμός των απασχολουμένων της Περιφέρειας ανέρχεται στις 85,6 χιλ. (+2%).

Η συμμετοχή των γυναικών της ΠΙΝ στην απασχόληση τα τελευταία έτη κινείται στο 34,0%, ενώ των νέων ηλικίας 15-24 ετών, γύρω από το 8-9%.

Με βάση την «αστικότητα» της Περιφέρειας καταδεικνύεται συρρίκνωση της απασχόλησης στις αγροτικές περιοχές (μείωση 9,3% το 1981-1991 και αύξηση 1,7% το 1991-2001), ενώ στις αστικές περιοχές παρατηρείται αύξηση με φθίνοντα όμως ρυθμό για την περίοδο 1981-2001 (Πηγή: Μελέτη για την αγροτουριστική ανάπτυξη στα Ιόνια Νησιά, 2006).

Η «μερική» απασχόληση, που αποτελεί μία ένδειξη του βαθμού ευελιξίας της αγοράς εργασίας, στην ΠΙΝ καταγράφει υψηλότερα ποσοστά από ότι στη χώρα, αλλά υπο-διπλάσια της Ευρώπης-25. Το 2004 η «μερική» απασχόληση στην Περιφέρεια καλύπτει το 6,7% της συνολικής απασχόλησης, στη χώρα το 4,6% και στην ΕΕ-25 το 17,7%. Όπως είναι αναμενόμενο το μεγαλύτερο ποσοστό των «μερικώς» απασχολούμενων είναι γυναίκες: 68,4% στην ΠΙΝ, 70,5% στη χώρα και 78,0% στην ΕΕ-25. Το ποσοστό στην ΕΕ-25 έχει σταθεροποιηθεί την δετία 1999-2004, ενώ στην χώρα και την Περιφέρεια αυξάνεται με σημαντικούς ρυθμούς: 11,7% για τη χώρα και 22,3% για την ΠΙΝ. (ΕΣΥΕ, Έρευνα Εργατικού Δυναμικού 2004).

Μία άλλη σημαντική διάσταση της απασχόλησης, ενδεικτική της ευελιξίας της αγοράς εργασίας αλλά και της εποχικότητας της εργασίας, αφορά την προσωρινή απασχόληση, η οποία στη συντριπτική πλειοψηφία της έχει τη μορφή συμβάσεων ορισμένου χρόνου. Το ποσοστό της για το σύνολο της χώρας ανέρχεται στο 12,4%, με σημαντικές διακυμάνσεις από περιφέρεια σε περιφέρεια. Τα Ιόνια Νησιά, έχουν προσωρινή απασχόληση σε παραπλήσια επίπεδα με τον εθνικό μέσο όρο. (ΕΣΥΕ, Έρευνα Εργατικού Δυναμικού 2004).

Η Περιφέρεια παρουσιάζει μεγάλο αριθμό αυτοαπασχολούμενων (αποτελούν το 34,8% της Περιφερειακής απασχόλησης) και βοηθών πλήρους απασχόλησης στις οικογενειακές επιχειρήσεις (10,4%).

Όσον αφορά την κλαδική διάρθρωση της απασχόλησης, παρατηρείται μια αύξηση των ρυθμών ανάπτυξης της απασχόλησης στον τριτογενή τομέα, αλλά με την εξής διαφορά: το μερίδιο από τη μείωση της απασχόλησης στον πρωτογενή τομέα, σε επίπεδο χώρας το «μοιράζονται» οι «κατασκευές», ο «χρηματοπιστωτικός τομέας» και οι «δημόσιες υπηρεσίες»,

στην ΠΙΝ το καρπούται κατά κύριο λόγο ο τομέας «εμπόριο –εστίαση –μεταφορές - επικοινωνίες» και ειδικότερα ο τουριστικός κλάδος. Η συμμετοχή του «πρωτογενή» τομέα στην απασχόληση της Περιφέρειας μειώνεται κατά 38,8% την περίοδο 1999-2004, ενώ η αντίστοιχη μείωση σε επίπεδο χώρας είναι 30,0% περίπου. Η απασχόληση στη «βιομηχανία» εμφανίζει μια ελαφρά κλιμακωτή μείωση τόσο στην Περιφέρεια όσο και στη χώρα, ενώ ο κλάδος των «κατασκευών» στην Περιφέρεια ακολουθεί τους κύκλους της συγκυρίας, σε αντίθεση με τη χώρα όπου παρουσιάζει μια σταθερά ανοδική πορεία. Η ενότητα «εμπόριο -εστίαση κλπ» σε επίπεδο χώρας διατηρεί μια σταθερή παρουσία, ενώ στην Περιφέρεια, λόγω του ειδικού βάρους της τουριστικής δραστηριότητας, το μερίδιό της αυξάνει κατά 16,6% την περίοδο 1999-2004. (ΕΣΥΕ, Περιφερειακοί λογαριασμοί).

### **Ανεργία**

Ο πληθυσμός σε ηλικία προς εργασία στα Ιόνια Νησιά είναι το 1,7% του πληθυσμού σε ηλικία προς εργασία στο σύνολο της χώρας. Το εργατικό δυναμικό είναι το 1,8% του εργατικού δυναμικού στο σύνολο της χώρας. Ο αριθμός των απασχολούμενων στην εν λόγω περιφέρεια είναι το 1,9% του συνόλου των απασχολούμενων σ' όλη τη χώρα. Ο αριθμός των ανέργων είναι το 1,2% του συνόλου των ανέργων.

Στην περίπτωση του εργατικού δυναμικού το 41,2% είναι γυναίκες και το 58,8% είναι άνδρες. Στο σύνολο των απασχολούμενων το 40,9% είναι γυναίκες και το 59,1% είναι άνδρες. Στο σύνολο των ανέργων το 45,3% είναι γυναίκες και το 54,7% είναι άνδρες. Σ' ότι αφορά τους μακροχρόνια ανέργους το 38,1% είναι γυναίκες και το 61,9% είναι άνδρες. Δηλαδή στην περιοχή των Ιονίων Νήσων η ανεργία πλήττει αναλογικά λιγότερο τις γυναίκες απ' τους άνδρες. Το ποσοστό ανεργίας στην περιφέρεια των Ιονίων Νήσων αυξήθηκε από 3,4% το 1990 σε 6,7% το 2001. Όμως είναι σημαντικά χαμηλότερο του ποσοστού ανεργίας στο σύνολο της χώρας. Το ποσοστό ανεργίας των γυναικών είναι λίγο μεγαλύτερο του ποσοστού ανεργίας των ανδρών. Την περίοδο 1990 – 2001 το ποσοστό ανεργίας των γυναικών αυξήθηκε κατά 12,1% ενώ το ποσοστό ανεργίας των ανδρών περίπου πενταπλασιάστηκε. Ενώ το 1990 το ποσοστό ανεργίας των γυναικών ήταν εξαπλάσιο του ποσοστού ανεργίας των ανδρών, το 2001 ήταν 1,2 φορές μεγαλύτερο.

Η ίδια περίπου εικόνα σχηματίζουμε και για την κατανομή των μακροχρόνια ανέργων κατά φύλο. Το 1990 το 80% των μακροχρόνια ανέργων ήταν γυναίκες. Το 2001 το ποσοστό αυτό μειώνεται σε 38,1%.

Είναι προφανές ότι τα ποσοστά αυτά της ανεργίας συνδέονται με τον εποχικό τουρισμό στην οικονομία των νομών της Περιφέρειας. Η εποχικότητα της εγγεγραμμένης ανεργίας είναι ανάλογη με τον βαθμό της τουριστικής ανάπτυξης των νομών. Τους θερινούς μήνες, λόγω της τουριστικής δραστηριότητας και ανάλογα με το μέγεθός της, παρατηρούνται ελλείψεις προσωπικού και για το λόγο αυτό προσέρχονται στα νησιά της Περιφέρειας άτομα από άλλες περιοχές, ώστε να καλυφθεί η εποχιακή ζήτηση. Στο βαθμό που τα άτομα αυτά τους χειμερινούς μήνες απασχολούνται στη γεωργία το πρόβλημα της εποχικότητας δεν είναι τόσο έντονο όσο αρχικά εμφανίζεται. (ΕΣΥΕ, Έρευνα Εργατικού Δυναμικού 2004).

### **Επίπεδο εκπαίδευσης**

Στην Περιφέρεια λειτουργούν 337 σχολεία, (Από το σύνολο των σχολείων, 11 είναι ειδικά (αθλητικά, μουσικά, ειδικής αγωγής) και 3 εσπερινά). Στον τομέα της ιδιωτικής εκπαίδευσης, λειτουργεί ένα ιδιωτικό Γυμνάσιο – Λύκειο στην Κέρκυρα. Επίσης, το σύνολο των Δημοτικών σχολείων λειτουργούν αποκλειστικά πρωί, χωρίς διπλοβάρδιες (το αντίστοιχο ποσοστό για το σύνολο της χώρας είναι 81,4%).

Το κυριότερο πρόβλημα στον τομέα της εκπαίδευσης στην Περιφέρεια είναι η παλαιότητα των κτιρίων, καθώς ένα μεγάλο ποσοστό τους είναι κτισμένα πριν το 1970. Χαρακτηριστικό είναι επίσης ότι από το σύνολο των σχολείων, 62 (ποσοστό 18,4%) είναι συστεγαζόμενα.

Όσον αφορά τις αίθουσες, διαπιστώνονται ανάγκες σε ειδικές αίθουσες (βιβλιοθήκες, εργαστήρια, αίθουσες πολλαπλών χρήσεων και γυμναστήρια) κυρίως στα δημοτικά και στα γυμνάσια. Επίσης υπάρχουν ελλείψεις σε αίθουσες πληροφορικής και ξένων γλωσσών. Σε επίπεδο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, στην Περιφέρεια (Ν. Κέρκυρας) λειτουργεί το Ιόνιο Πανεπιστήμιο με έξι Σχολές – Τμήματα. Τα προβλήματα του ιδρύματος αφορούν στις υποδομές, και κυρίως στο κτιριακό.

Επίσης, από το 2003 στην Περιφέρεια λειτουργεί το ΤΕΙ Ιονίων Νήσων με έδρα το Αργοστόλι Κεφαλληνίας και έξι τμήματα. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων νήσων).

### **3.1.1 ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ**

(Πηγή: Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, περιφερειακό επιχειρησιακό πρόγραμμα)

Η συνολική έκταση της Περιφέρειας που ανέρχεται σε 2.318 τετρ.χλμ. κατανέμεται στις παρακάτω χρήσεις γης: το 28,4% είναι γεωργική γη (έναντι 26,9% της χώρας) η οποία παρουσιάζει μεγάλη συμμετοχή των δενδρωδών καλλιεργειών (κυρίως ελιάς με 56% έναντι 24% της χώρας), μικρή συμμετοχή των ετήσιων καλλιεργειών (17,6% έναντι 59,9% της χώρας) και μικρό ποσοστό των αρδευόμενων εκτάσεων. Το 54% της συνολικής έκτασης είναι βοσκότοποι

και το υπόλοιπο 17,6% λοιπές χρήσεις. Αναλυτικότερα:

### **Πρωτογενής Τομέας**

Ο αγροτικός χώρος με το πρότυπο της αειφόρου ανάπτυξης, όπως εξάλλου τίθεται και από την Agenda 2000, αρχίζει να αποτελεί χώρο άσκησης πολλαπλών παραγωγικών και πολιτισμικών δραστηριοτήτων που είναι ζωτικές για το κοινωνικό σύνολο. Η βιωσιμότητα των αγροτικών περιοχών απαιτεί μια παραγωγική βάση στηριγμένη στην τοπική ανάπτυξη, στην αξιοποίηση των τοπικών πόρων, του τοπικού δυναμικού και στην βελτίωση των υποδομών ώστε να ενθαρρυνθούν οι συμπληρωματικές και εναλλακτικές ως προς τον πρωτογενή τομέα δραστηριότητες με στόχο την συγκράτηση του πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές.

Η διάρθρωση του πρωτογενούς τομέα της Περιφέρειας χαρακτηρίζεται από την επικράτηση της φυτικής παραγωγής έναντι της ζωικής και την κυριαρχία της ελαιοκαλλιέργειας στο σύνολο της φυτικής παραγωγής. Στα Επτάνησα παράγεται το 6% της πανελλαδικής παραγωγής ελαιόλαδου.

Η γεωργική γη καταλαμβάνει σχετικά μικρή έκταση. Η έντονη τουριστική ανάπτυξη των νησιών τα τελευταία χρόνια οδήγησε σε μεταβολή των χρήσεων γης με αποτέλεσμα η γεωργική γη να εγκαταλείπεται εν μέρει σταδιακά. Η καλλιεργήσιμη έκταση της Περιφέρειας ανέρχεται σε 791.968 στρέμματα, κατά τα τελευταία χρόνια όμως συνεχώς μειώνεται λόγω της πίεσης που δέχεται η γη για άλλες χρήσεις, κυρίως λόγω της επέκτασης του τουριστικού τομέα.

Η αλιεία ασκείται σχεδόν ερασιτεχνικά σε όλα τα Ιόνια Νησιά με εξαίρεση τις μονάδες ιχθυοκαλλιέργειας που όμως είναι λίγες και σχετικά μικρές. Στο νομό Κεφαλληνίας & Ιθάκης λειτουργούν οι περισσότερες σε αριθμό και δυναμικότητα ιχθυοτροφικές μονάδες και ιχθυογεννητικοί σταθμοί (10), εκ των οποίων 3 μόνον έχουν παραγωγικότητα άνω των 200 τόνων ετησίως ενώ στο νομό Ζακύνθου δεν υπάρχει καμία.

Οι σημαντικότερες αλλαγές που παρατηρήθηκαν στο καλλιεργητικό σύστημα της Περιφέρειας κατά τα τελευταία χρόνια είναι η εγκατάλειψη ορισμένων μειονεκτικών ορεινών εκτάσεων αλλά και η ανάπτυξη της ιχθυοκαλλιέργειας, κυρίως στην Κεφαλληνία.

Η στασιμότητα της ανάπτυξης του πρωτογενούς τομέα στα Ιόνια Νησιά, παρά το ότι πρόκειται για τον δεύτερο σε σημασία τομέα της Περιφέρειας μετά τον τουρισμό, συνδυάζεται με έλλειψη εύφορων πεδινών εδαφών καθώς και υδάτινων πόρων για αρδεύσεις. Έτσι, η εξέλιξη του βασίστηκε στη βελτίωση και στην σχετική ανάπτυξη ορισμένων κυρίαρχων παραδοσιακών ξηρικών καλλιεργειών.

Σε πρόσφατη έκθεση του Υπουργείου Γεωργίας για τα προβλήματα της ελληνικής γεωργίας, παρατηρείται ότι στην Περιφέρεια των Ιονίων Νήσων υφίσταται σημαντικό πρόβλημα

πολυτεμαχισμού του κλήρου καθώς και καθυστέρηση στην αναδιάρθρωση της παραγωγής της ελιάς.

Η Περιφέρεια είναι ελλειμματική σε αρκετά προϊόντα του πρωτογενούς τομέα, εκτός του ελαιολάδου στο οποίο παρατηρούνται δυσχέρειες ως προς την τυποποίηση και διάθεση. Η πρωτογενής παραγωγή δεν είναι συνδεδεμένη με την μεταποίηση και τον τουρισμό, ώστε να ανταποκριθεί στην αυξανόμενη ζήτηση. Επίσης θα πρέπει να επισημανθεί ότι σημαντικός ανασχετικός παράγοντας στον εκσυγχρονισμό και αναβάθμιση του πρωτογενούς τομέα είναι η δυσκολία του να προσελκύσει νέα και δυναμικά άτομα τα οποία στρέφονται σε μεγάλο βαθμό στον τουριστικό τομέα. (Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, περιφερειακό επιχειρησιακό πρόγραμμα).

### **Δευτερογενής Τομέας**

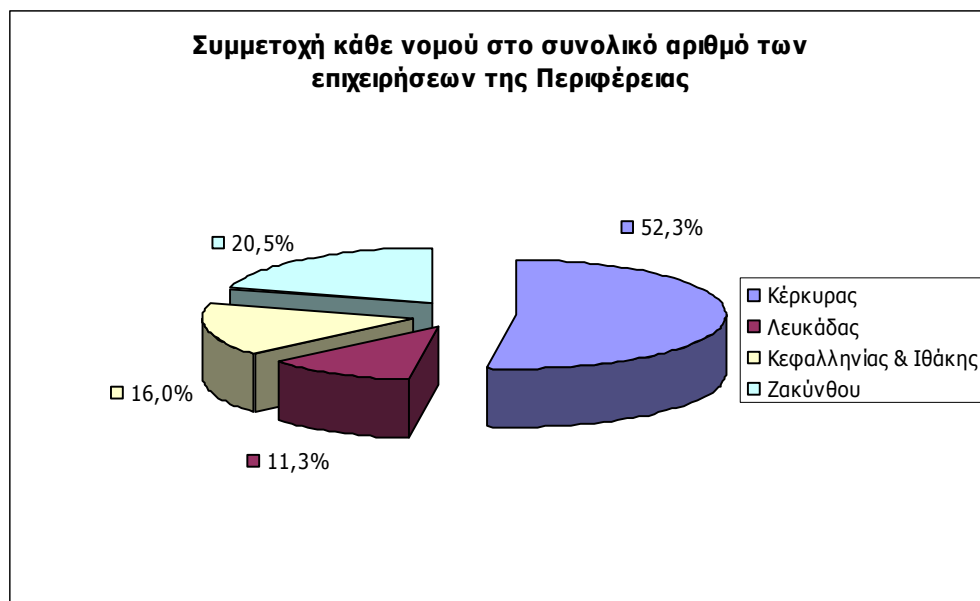
Τα Ιόνια Νησιά μπορούν να αποτελέσουν ένα επιτυχημένο παράδειγμα συνεργασίας των παραγωγικών τομέων και είναι εφικτή η εφαρμογή μιας στρατηγικής ανάπτυξης του δευτερογενούς τομέα μέσα από την διασύνδεση της μεταποίησης με την αγροτική παραγωγή αλλά και με την τουριστική αγορά, καθώς και την δημιουργία της κατάλληλης υποδομής για την προώθηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Ιόνιας οικονομίας. Επειδή η πορεία της μεταποίησης στα Ιόνια Νησιά γενικά επηρεάζεται από τις ανάγκες της τουριστικής βιομηχανίας και από τους διαθέσιμους πόρους της Περιφέρειας γι' αυτό και επικεντρώνεται κυρίως στους κλάδους τροφίμων και ποτών, επίπλων, χημικών ουσιών και προϊόντων από μη μεταλλικά ορυκτά.

Σύμφωνα με την απογραφή του 2001 στην Περιφέρεια λειτουργούσαν 4.208 επιχειρήσεις του δευτερογενή τομέα. Η ανάπτυξη του δευτερογενή τομέα στα Ιόνια Νησιά είναι αρκετά περιορισμένη και ενώ στο σύνολο της χώρας η συμμετοχή του στην διαμόρφωση του ΑΕΠ ανέρχεται σε 26,3%, στην Περιφέρεια ανέρχεται μόλις σε 14%. Στον τομέα αυτόν απασχολείται το 17,4% του εργατικού δυναμικού της Περιφέρειας.

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η συμμετοχή κάθε νομού στον αριθμό των επιχειρήσεων της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων.

(Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, περιφερειακό επιχειρησιακό πρόγραμμα)

### Διάγραμμα2: Συμμετοχή κάθε νομού στον αριθμό των επιχειρήσεων της ΠΙΝ



Πηγή: ΕΣΥΕ, 2001

Όπως παρατηρούμε, ο νομός Κερκύρας συγκεντρώνει το μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων στην Περιφέρεια (52,3%), ακολουθούμενος κατά σειρά από τους νομούς Ζακύνθου (20,5%), Κεφαλληνίας (16,0%) και Λευκάδας (11,3%).

Η εξέλιξη στη μεταποίηση τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει φθίνουσα πορεία.

#### **Τριτογενής Τομέας**

Η Περιφέρεια κατέχει εξέχουσα θέση στην τουριστική ανάπτυξη τόσο σε επίπεδο χώρας, όσο και σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης. Γενικά, ο τουρισμός αποτελεί για την Περιφέρεια τη σημαντικότερη και δυναμικότερη δραστηριότητα της οικονομίας της. Ωστόσο και το χονδρεμπόριο είναι αρκετά ανεπτυγμένο, η δε περαιτέρω ανάπτυξή του είναι συνάρτηση της δημιουργίας κατάλληλων χωρικών υποδομών.

Η Περιφέρεια χαρακτηρίζεται από μεγάλες ενδοπεριφερειακές αντιθέσεις ανάμεσα αφενός στις τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές αφετέρου στις προβληματικές περιοχές της ενδοχώρας καθώς και στα μικρά νησιά.

Η τουριστική ανάπτυξη που δέχεται η Περιφέρεια και κυρίως η Κέρκυρα και η Ζάκυνθος αφενός μεν τονίζει την τοπική οικονομία, αφετέρου συμβάλλει ώστε το τουριστικό προϊόν να ακολουθεί τον κλασικό κύκλο ζωής του (ανάκαμψη, κάμψη, κ.λ.π.), υπάρχει δε η πιθανότητα αν δεν ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα να οδηγηθεί το παραγωγικό σύστημα σε αδιέξοδο. Οι όποιες αλλοιώσεις προκληθούν από την απόλυτη εξάρτηση της νησιωτικής οικονομίας από τον

τουρισμό θα έχουν ως πιθανό αποτέλεσμα να εκτεθεί αυτή σε διακυμάνσεις ζήτησης, σε έντονη εποχικότητα, σε αδυναμία αξιοποίησης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων και θα δημιουργηθούν προβλήματα κοινωνικής και πολιτισμικής συνοχής τα οποία θα μπορούν να αναστραφούν μόνο με έγκαιρη λήψη των κατάλληλων μέτρων.

Η συμμετοχή του τριτογενούς τομέα στην διαμόρφωση του περιφερειακού ΑΕΠ είναι κατά πολύ υψηλότερη αυτής του συνόλου της χώρας, 69% για τα Ιόνια Νησιά έναντι 60% της χώρας, και μόνο ο Νομός Ζακύνθου διαφοροποιείται κάπως με 57,1%. Η σύγκριση των ποσοστών μεταξύ του αριθμού των απασχολούμενων στον τριτογενή τομέα με αυτά της συμμετοχής του στον σχηματισμό του ΑΕΠ σε επίπεδο Περιφέρειας και συνόλου χώρας μας δείχνει μια σαφώς καλύτερη “απόδοση – παραγωγικότητα” του συγκεκριμένου πληθυσμού σ’ αυτόν τον τομέα, κύρια λόγω της ενασχόλησής τους με τον τουρισμό. ( Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, περιφερειακό επιχειρησιακό πρόγραμμα).

#### **Νομός Κέρκυρας**

Όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα, από τις 13.318 επιχειρήσεις που λειτουργούν στο νομό, η συντριπτική πλειοψηφία, ήτοι το 81,0% δραστηριοποιείται στον τριτογενή τομέα.

**Πίνακας 12: Αριθμός επιχειρήσεων στο νομό Κερκύρας ανά τομέα παραγωγής για το 2001**

| ΝΟΜΟΣ<br>ΚΕΡΚΥΡΑΣ  | ΑΡΙΘΜΟΣ<br>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | % ΕΠΙ ΤΟΥ<br>ΣΥΝΟΛΟΥ<br>ΤΗΣ<br>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ |
|--------------------|-------------------------|--------------------------------------------|
| ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ         | 65                      | 0,5                                        |
| ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ       | 2.070                   | 15,5                                       |
| ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ         | 10.792                  | 81,0                                       |
| ΑΓΝΩΣΤΟΣ<br>ΚΛΑΔΟΣ | 391                     | 2,9                                        |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>      | <b>13.318</b>           | <b>100,0</b>                               |

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001

**Διάγραμμα 3:Διάρθρωση επιχειρήσεων Ν. Κέρκυρας ανά τομέα παραγωγής**



**Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001**

Πιο αναλυτικά, ο κλάδος των ξενοδοχείων-εστιατορίων συγκεντρώνει το 36,1% των επιχειρήσεων του τριτογενή τομέα και το 24,3% του τζίρου και ακολουθούν οι κλάδοι του λιανικού εμπορίου, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών: επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης με 28,3% και 29,8% και των άλλων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με 7,0% και 3,4% αντίστοιχα. Στο δευτερογενή τομέα κυριαρχούν οι επιχειρήσεις του κατασκευαστικού τομέα με ποσοστό 52,1% και τζίρο 40,9%, ενώ σημαντικός εμφανίζεται και ο κλάδος της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών με 275 επιχειρήσεις (13,3%) και τζίρο 19,32 εκατομμύρια € (22,1%). Στον πρωτογενή τομέα αξιοσημείωτη είναι η λειτουργία 22 επιχειρήσεων επί συνόλου 65 στον κλάδο της αλιείας και της ιχθυοκαλλιέργειας, οι οποίες διενεργούν το 53,2% του συνολικού τζίρου των επιχειρήσεων στον πρωτογενή τομέα. (Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, περιφερειακό επιχειρησιακό πρόγραμμα)

### **Νομός Λευκάδας**

Στη Λευκάδα η εικόνα εμφανίζεται όμοια με την αντίστοιχη στην Κέρκυρα. Όπως παρατηρούμε στον πίνακα, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων ανήκουν στον τριτογενή τομέα παραγωγής (54,0%), με το δευτερογενή να ακολουθεί (12,7%) και τον πρωτογενή να έπεται με 1,4%. Αξιοσημείωτος είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων που δεν γνωρίζουμε τον κλάδο δραστηριοποίησής τους, οι οποίες φτάνουν τις 920, ήτοι το 32,0% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων στην Περιφέρεια.

**Πίνακας 13: Αριθμός επιχειρήσεων στο νομό  
Λευκάδας ανά τομέα παραγωγής για το 2001**

| ΝΟΜΟΣ<br>ΛΕΥΚΑΔΑΣ  | ΑΡΙΘΜΟΣ<br>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | % ΕΠΙ ΤΟΥ<br>ΣΥΝΟΛΟΥ ΤΗΣ<br>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ |
|--------------------|-------------------------|-----------------------------------------|
| ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ         | 39                      | 1,4                                     |
| ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ       | 366                     | 12,7                                    |
| ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ         | 1.554                   |                                         |
| ΑΓΝΩΣΤΟΣ<br>ΚΛΑΔΟΣ | 920                     | 32,0                                    |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>      | <b>2.879</b>            | <b>100,0</b>                            |

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001

**Διάγραμμα 4: Διάρθρωση επιχειρήσεων Ν.  
Λευκάδας ανά τομέα παραγωγής**



Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001

Η γεωργία με την κτηνοτροφία και την αλιεία αποτελούν τους τομείς δραστηριότητας των επιχειρήσεων του πρωτογενή τομέα παραγωγής.

Ο δευτερογενής τομέας κυριαρχείται από την παρουσία επιχειρήσεων που ανήκουν στους κλάδους των κατασκευών και της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών. Συγκεκριμένα, οι δύο αυτοί κλάδοι συγκεντρώνουν το 84,4% των επιχειρήσεων του δευτερογενή τομέα και έχουν τζίρο ίσο με το 94,2% του τζίρου των επιχειρήσεων στον τομέα της μεταποίησης.

Οι κλάδοι με τη μεγαλύτερη συγκέντρωση των επιχειρήσεων στον τομέα των υπηρεσιών είναι του λιανικού εμπορίου, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών: επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης και των ξενοδοχείων-εστιατορίων, οι οποίοι συγκεντρώνουν το 71,0% των επιχειρήσεων του τριτογενή τομέα και το 67,5% του συνολικού τζίρου.

#### **Νομός Κεφαλληνίας και Ιθάκης**

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται ο αριθμός των επιχειρήσεων που συγκεντρώνεται σε κάθε τομέα παραγωγής στο νομό Κεφαλληνίας. Η υπερσυγκέντρωση των επιχειρήσεων στον τομέα των υπηρεσιών είναι εμφανής, καθώς συγκεντρώνεται το 73,4%, ήτοι 2.983 επιχειρήσεις.

**Πίνακας 14: Αριθμός επιχειρήσεων στο νομό Κεφαλληνίας ανά τομέα παραγωγής, 2001**

| ΝΟΜΟΣ<br>ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ | ΑΡΙΘΜΟΣ<br>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | % ΕΠΙ ΤΟΥ<br>ΣΥΝΟΛΟΥ ΤΗΣ<br>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ |
|----------------------|-------------------------|-----------------------------------------|
| ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ           | 185                     | 4,5                                     |
| ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ         | 792                     | 19,5                                    |
| ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ           | 2.983                   | 73,4                                    |
| ΑΓΝΩΣΤΟΣ<br>ΚΛΑΔΟΣ   | 106                     | 2,6                                     |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>        | <b>4.066</b>            | <b>100,0</b>                            |

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001

**Διάγραμμα 5: Διάρθρωση επιχειρήσεων Ν. Κεφαλληνίας ανά τομέα παραγωγής**



Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001

Ο τουρισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομική ζωή και στο νομό Κεφαλληνίας, καθώς οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των ξενοδοχείων-εστιατορίων αποτελούν το 29,3% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων του νομού και διενεργούν το 15,7% του συνολικού τζίρου. Σημαντικός κλάδος για τον τριτογενή τομέα είναι και ο κλάδος του λιανικού εμπορίου, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσυκλετών: επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης, στον οποίο υπάρχουν 730 επιχειρήσεις, ήτοι το 18,0% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων στο νομό και διενεργούν το 35,4% του συνολικού τζίρου. Επίσης, σημαντικός εμφανίζεται και ο κλάδος των κατασκευών με 567 επιχειρήσεις (13,9%). ( Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, περιφερειακό επιχειρησιακό πρόγραμμα).

## Νομός Ζακύνθου

Παρατηρώντας τα δεδομένα των πινάκων βλέπουμε πως ο πρωτογενής τομέας συγκεντρώνει μόλις 19 επιχειρήσεις επί συνόλου 5.220 επιχειρήσεων στο νομό Ζακύνθου. Στην αντίπερα όχθη βρίσκεται ο τριτογενής τομέας όπου συγκεντρώνονται 4.200 επιχειρήσεις, δηλαδή το 80,5% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων. Από αυτές οι 1.898 αφορούν τον κλάδο των ξενοδοχείων-εστιατορίων και οι 1.109 τον κλάδο του λιανικού εμπορίου, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών: επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης.

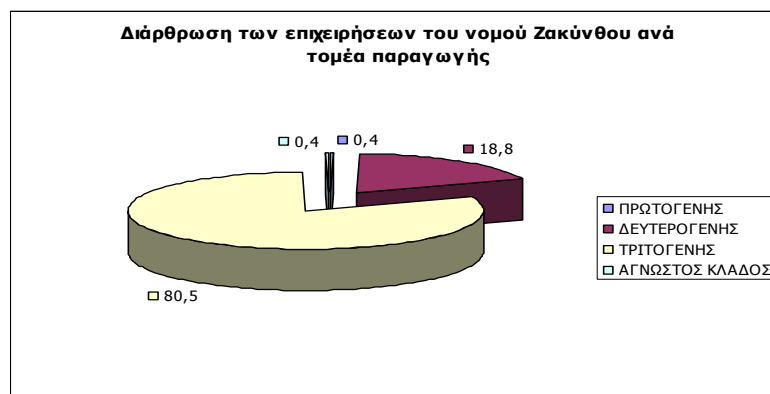
Στο δευτερογενή τομέα κυριαρχεί, όπως ήταν αναμενόμενο ο κλάδος των κατασκευών με 684 επιχειρήσεις και 23,15 εκατομμύρια € τζίρο, ενώ σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων (94) διαθέτει και ο κλάδος της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών.

### Πίνακας15: Αριθμός επιχειρήσεων στο νομό Ζακύνθου ανά τομέα παραγωγής για το 2001

| ΝΟΜΟΣ<br>ΖΑΚΥΝΘΟΥ | ΑΡΙΘΜΟΣ<br>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | % ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ<br>ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ |
|-------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ        | 19                      | 0,4                                  |
| ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ      | 980                     | 18,8                                 |
| ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ        | 4.200                   | 80,5                                 |
| ΑΓΝΩΣΤΟΣ ΚΛΑΔΟΣ   | 21                      | 0,4                                  |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>     | <b>5.220</b>            | <b>100,0</b>                         |

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001

### Διάγραμμα 6: Διάρθρωση Επιχειρήσεων Ν. Ζακύνθου ανά τομέα Παραγωγής



Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001

Τα βασικά χαρακτηριστικά - προβλήματα της Περιφέρειας όσον αφορά στον τουριστικό τομέα, που αναπόφευκτα προσδιορίζουν την κατεύθυνση και το περιεχόμενο της αναπτυξιακής στρατηγικής, σύμφωνα με τον περιφερειάρχη Ιονίων Νήσων Σ. Βόσδο, είναι τα παρακάτω:

- Μεγάλη ανισοκατανομή του τουρισμού ενδοπεριφερειακά, όπου παρά τις μικρές απώλειες, το μεγαλύτερο αριθμό τουριστών προσελκύει ο νομός Κέρκυρας
- Μεγάλος αριθμός ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων και δωματίων που αποτελούν ανασχετικό παράγοντα στην προσπάθεια αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος. Παρατηρείται επίσης μεγάλος αριθμός ξενοδοχειακών μονάδων με μικρό αριθμό δωματίων.
- Μικρός αριθμός διανυκτερεύσεων συγκρινόμενος με τον αριθμό των αφίξεων
- Μέση πληρότητα των ξενοδοχείων χαμηλή - κυμαίνεται γύρω στο 60%.
- Χαμηλές δαπάνες ανά τουρίστα και σχετικά μειούμενες.
- Μεγάλη εποχικότητα αφίξεων – διανυκτερεύσεων. Αν και η Ελλάδα έχει σχεδόν διπλάσια εποχικότητα στον τουρισμό από το μέσο όρο των κύριων ανταγωνιστριών Μεσογειακών χωρών, όπως είναι η Ισπανία και η Ιταλία, η εποχικότητα στα Ιόνια Νησιά υπερβαίνει σαφώς την αντίστοιχη της χώρας.
- Υψηλή συγκέντρωση του τουρισμού στους θερινούς μήνες, γεγονός το οποίο δημιουργεί πρόβλημα υπερφόρτωσης των υποδομών και αυξάνει τις πιθανότητες υποβάθμισης του περιβάλλοντος, ενώ μειώνει περαιτέρω τη μέση δαπάνη ανά τουρίστα.
- Συστηματικά μεγάλη εξάρτηση του τουρισμού της Περιφέρειας από δυο ευρωπαϊκές χώρες και τους εκεί δραστηριοποιούμενους tour operators. Οι τουρίστες που προέρχονται από Αγγλία και Γερμανία αντιπροσωπεύουν το 72% στο σύνολο των αφίξεων της Περιφέρειας. Διαχρονικά, το ποσοστό αυτό δε μεταβάλλεται ουσιαστικά. Είναι φανερό ότι η αναβάθμιση του τουρισμού της Περιφέρειας προϋποθέτει εξασθένιση της εξάρτησης από τις ανωτέρω χώρες – προορισμού.
- Βασικό εμπόδιο για την αναβάθμιση και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος αποτελεί επίσης η ανεπάρκεια υποδομών για εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ειδικότερα του πολιτιστικού, θαλάσσιου, συνεδριακού και χειμερινού τουρισμού, ενώ

και η υποδομή του παραδοσιακού τουρισμού απαιτεί ευρεία συντήρηση και αναβάθμιση.

### **3.1.2 ΥΠΟΔΟΜΕΣ – ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ**

Το θέμα της προσπελασιμότητας τόσο σε δίκτυα μεταφορών και επικοινωνίας, όσο και σε υποδομές και υπηρεσίες επηρεάζει σημαντικά την ελκυστικότητα ενός τόπου, με επιπτώσεις στην εγκατάσταση ανθρώπων και δραστηριοτήτων.

Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων λόγω του νησιωτικού της χαρακτήρα αντιμετωπίζει ορισμένα ειδικά προβλήματα. Τα ειδικά αυτά προβλήματα δεν αποτελούν έκφραση της συγκυρίας αλλά έχουν δομικό χαρακτήρα και επομένως μονιμότητα και απορρέουν από τις συνθήκες απομόνωσης, τη μικρή κλίμακα, τους σχετικά περιορισμένους πόρους, την πληθυσμιακή διακύμανση κ.ά.

Λόγω της μεγάλης προσέλευσης τουριστών κυρίως κατά τους θερινούς μήνες, το διάστημα αυτό εμφανίζονται ανεπάρκειες σε συγκεκριμένες υποδομές, όπως είναι η ύδρευση και η αποχέτευση με δυσμενείς επιπτώσεις στο περιβάλλον και στην ποιότητα ζωής των κατοίκων και των επισκεπτών.

Βασική προτεραιότητα παραμένει η εξασφάλιση ευνοϊκών συνθηκών ενδο-περιφερειακής σύνδεσης (χερσαίος-θαλάσσιος άξονας B-N) αναγκαίας εκτός των άλλων και για την τόνωση της συνεκτικότητά τους, καθώς και η βελτίωση των συνθηκών προσέγγισης των αστικών κ.ά. κέντρων της.

Τα Ευρωπαϊκά προγράμματα και, κυρίως, το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΠΕΠ), που αποτελεί και το βασικότερο χρηματοδοτικό εργαλείο για την Περιφέρεια μας, ως γνωστό δεν προβλέπουν τυπική κατανομή των κονδυλίων, όπως το πρόγραμμα “ΘΗΣΕΑΣ” που κατανέμει τους πόρους του, με βάση πληθυσμιακά και χωροταξικά κριτήρια.

Στον τομέα της ύδρευσης, για το ΠΕΠ η Ζάκυνθος έρχεται δεύτερη σε εντάξεις, μετά την Κέρκυρα με πολύ μικρή διαφορά. Στον τομέα των λιμενικών έργων υπερτερεί η Κεφαλονιά, ενώ στον τομέα των αερομεταφορών, που αποτελούν καθοριστικό παράγοντα για τον τουρισμό, η Ζάκυνθος έρχεται πρώτη σε χρηματοδοτήσεις. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

#### **Μεταφορές**

Το οδικό δίκτυο που συνδέει τους οικισμούς των διαφόρων νησιών της Περιφέρειας, έχει περίπου τα ίδια χαρακτηριστικά σ’ όλους τους νομούς. Χαρακτηρίζεται κυρίως από δευτερεύον επαρχιακό δίκτυο με εξαίρεση τον οδικό άξονα Κέρκυρας - Παλαιοκαστρίτσας στην Κέρκυρα,

Ζακύνθου-Κερίου στην Ζάκυνθο και Αργοστολίου-Σάμης στην Κεφαλονιά που έχουν ενταχθεί στο εθνικό οδικό δίκτυο. Τα έργα του οδικού δικτύου που ολοκληρώθηκαν σε προηγούμενα προγράμματα, αφορούσαν κυρίως διαπλατύνσεις, βελτιώσεις οδικής ασφάλειας και μικρά τμήματα νέων χαράξεων.

Ο αριθμός λιμανιών στην Περιφέρεια κρίνεται επαρκής τόσο ως προς τον αριθμό όσο και ως προς την χωροθέτησή τους. Λιμάνια διαθέτουν όλες οι πρωτεύουσες των νησιών αλλά και μικρότερες πόλεις, έτσι ώστε να είναι εφικτή τη σύνδεση κάποιων νησιών μεταξύ τους αλλά και με την Ηπειρωτική Ελλάδα. Το σημαντικότερο πρόβλημα της λιμενικής υποδομής είναι ότι δεν διαθέτει επαρκείς και κατάλληλες συμπληρωματικές εγκαταστάσεις που είναι απαραίτητες για την παροχή υπηρεσιών ποιότητας ως προς τη διακίνηση επιβατών και εμπορευμάτων.

Παρά την ύπαρξη επαρκούς λιμενικής υποδομής ο τομέας των μεταφορών υστερεί και δεν έχει αναπτυχθεί ένα οργανικό σύστημα θαλασσίων, χερσαίων και αεροπορικών μεταφορών. Επισημαίνεται ότι η συγκοινωνιακή σύνδεση μεταξύ των νησιών είναι ανεπαρκής.

Αεροδρόμια διαθέτουν όλες οι πρωτεύουσες των νομών πλην της Λευκάδας. Ο Κρατικός Αερολιμένας Κέρκυρας «Ιωάννης Καποδίστριας» αποτελεί ένα διεθνές αεροδρόμιο χωροθετημένο πολύ κοντά στην πόλη της Κέρκυρας. Τα αεροδρόμια της Κεφαλληνίας ( 9 χλμ. ΝΑ του Αργοστολίου ) και της Ζακύνθου (στην περιοχή Καλαμάκι, σε απόσταση 5 χλμ. από την πόλη) είναι επίσης σημαντικά αεροδρόμια τα οποία δέχονται διεθνείς πτήσεις. Ο Νομός Λευκάδας δεν διαθέτει αεροδρόμιο αλλά εξυπηρετείται από το αεροδρόμιο του Ακτίου, το οποίο απέχει 18 χλμ. από την πόλη και είναι και στρατιωτικό. Τα ποσοστά των δρομολογίων εξωτερικού είναι πολύ περισσότερα σε σχέση με του εσωτερικού σε όλα τα αεροδρόμια. Επίσης ο αριθμός των έκτακτων δρομολογίων που αφορούν πτήσεις charters είναι εμφανώς μεγαλύτερος των τακτικών δρομολογίων και υποδηλώνει οργανωμένα τουριστικά «πακέτα». Επίσης, τα τελευταία χρόνια λειτουργεί ενδοπεριφερειακή αεροπορική γραμμή που συνδέει με σταθμούς τα αεροδρόμια Κέρκυρας, Ακτίου, Κεφαλληνίας και Ζακύνθου, με δρομολόγια δύο φορές τη βδομάδα με επέκταση προς Αθήνα και Θεσσαλονίκη, ενώ πρόσφατα έχουν αναπτυχθεί οι γραμμές Κέρκυρα-Πάτρα, Κέρκυρα-Ιωάννινα και Κέρκυρα-Παξοί με την χρήση υδροπλάνων. Τέλος, η Περιφέρεια διαθέτει 4 ελικοδρόμια στα μικρά νησιά Ερείκουσα, Οθωνοί, Παξοί (στα διοικητικά όρια της Κοινότητας Γαΐου) και στην Ιθάκη. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

### **Αποχέτευση**

Το πρόβλημα της αποχέτευσης παραμένει έντονο στις πόλεις Κέρκυρα, Λευκάδα, Αργοστόλι,

Ληξούρι και Ζάκυνθο αν και τα τελευταία χρόνια τα έργα που έχουν υλοποιηθεί έχουν αμβλύνει σημαντικά το πρόβλημα και ήδη υπάρχουν εγκαταστάσεις βιολογικών καθαρισμών λυμάτων στις πρωτεύουσες των νομών και σε κάποιες τουριστικές περιοχές. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

### **Υγεία- Πρόνοια**

Οι κοινωνικές υποδομές, στην υγεία, την πρόνοια και την εκπαίδευση, αποτελούν στοιχείο απαραίτητο για τη συγκράτηση του μόνιμου πληθυσμού, αλλά και την εξυπηρέτηση σε ένα βαθμό του εποχιακού.

Ο εκσυγχρονισμός τους σε υποδομές και εξοπλισμούς παραμένει σε σημαντικό βαθμό ζητούμενο και προτεραιότητα. Στον τομέα της Πρόνοιας η συνέχιση της ενίσχυσης κοινωνικών προγραμμάτων κρίνεται απαραίτητη και αναγκαία, θα πρέπει να συμπληρωθεί με υποδομές φιλοξενίας και δημιουργικής απασχόλησης ατόμων ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων (ηλικιωμένοι, ΑΜΕΑ κ.ά.).

Οι Νομοί της ΠΙΝ καλύπτονται υγειονομικά με τη λειτουργία 5 Γενικών Νοσοκομείων (Γ.Ν.) στις έδρες των νομών και στο Ληξούρι, ενός Ειδικού Νοσοκομείου (Ψυχιατρικό Νοσοκομείο Κέρκυρας – Ψ.Ν.Κ.), 8 Κέντρων Υγείας (Κ.Υ.), (ΕΣΥΕ 2003), και 55 Περιφερειακών Ιατρείων (Π.Ι.). (Επιχειρησιακό Σχέδιο ΠΕΣΥΠ Ιονίων Νήσων, 2003) .

Όσον αφορά τα Κ.Υ. και Π.Ι. και λαμβάνοντας υπόψη τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Περιφέρειας, φαίνεται ότι είναι ικανοποιητικά χωροθετημένα. Ορισμένα από τα Κ.Υ. (π.χ. Ιθάκης, Παξών, Βασιλικής, Σάμης) παρουσιάζουν ελλείψεις ως προς τον αριθμό και το είδος των εργαστηρίων τους, με αποτέλεσμα να υπάρχει ανάγκη διακομιδής των ασθενών σε άλλες περιοχές ή ακόμα και άλλα νησιά για τη διεξαγωγή εξετάσεων. Η ενίσχυση της λειτουργίας των Κ.Υ. αναμένεται ότι θα συμβάλλει και στην αποσυμφόρηση των εξωτερικών ιατρείων των Γενικών Νοσοκομείων ενώ ταυτόχρονα η ενδυνάμωση της προληπτικής ιατρικής θα επιτρέψει τη μείωση της ζήτησης υπηρεσιών υγείας. (Επιχειρησιακό Σχέδιο ΠΕΣΥΠ Ιονίων Νήσων, 2003).

Σε κάθε περίπτωση, τα Νομαρχιακά Νοσοκομεία της Περιφέρειας δεν είναι αρκετά εξοπλισμένα και ειδικευμένα για να καλύψουν όλες τις ανάγκες των ασθενών, με αποτέλεσμα να είναι απαραίτητες οι διακομιδές προς μεγαλύτερα θεραπευτήρια (Ιωάννινα, Πάτρα, Αθήνα).Υπό κατασκευή βρίσκονται τα νέα Νομαρχιακά Νοσοκομεία Κερκύρας και Ζακύνθου.

Όσον αφορά τις υπόλοιπες δομές υγείας στην Περιφέρεια, οι υπηρεσίες ψυχικής υγείας

που επικεντρώνονται στην Κέρκυρα, μεταρρυθμίζονται σταδιακά, με βάση το σχέδιο από-ασυλοποίησης «ΨΥΧΑΡΓΩΣ» και μέρος τους ενσωματώνεται στο γενικό σύστημα υγείας (ψυχιατρικά τμήματα και ψυχιατρικά εξωτερικά ιατρεία στα Γενικά Νοσοκομεία), ενώ παράλληλα αναπτύσσονται και λειτουργούν αποκεντρωμένες υπηρεσίες ψυχικής υγείας, με στόχο την κάλυψη των σχετικών αναγκών σε τοπικό επίπεδο, καθιστώντας τα άτομα που πάσχουν ενεργά μέλη των οικογενειών και των κοινοτήτων στις οποίες ανήκουν. (Επιχειρησιακό Σχέδιο ΠΕΣΥΠ Ιονίων Νήσων, 2003).

### **Εκπαίδευση**

Οι υποδομές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης κρίνονται ικανοποιητικές. Στην περιφέρεια υπάρχουν κυρίως δημόσια εκπαιδευτήρια στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση, με πολύ λίγες ιδιωτικές μονάδες.

Επίσης έχουμε πανεπιστημιακά τμήματα στον νομό Κερκύρας και τμήματα ΤΕΙ στους νομούς Ζακύνθου κ Κεφαλλονιάς. Επίσης στον Νομό Ζακύνθου λειτουργεί και ένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών.

Σημαντικός στόχος όσον αφορά την εκπαίδευση, αποτελεί η ολοκλήρωση των παρεμβάσεων ώστε το εκπαιδευτικό σύστημα της Περιφέρειας να ενταχθεί στο σύνολό του στην εποχή των νέων τεχνολογιών και της πληροφορικής, της δικτύωσης και των ανταλλαγών.

Διαφορετικού μεγέθους, αλλά ίδιας κατεύθυνσης είναι οι ανάγκες του επεκτεινόμενου Ιονίου Πανεπιστημίου και των ΤΕΙ. Επιπρόσθετα, με την ανάπτυξη των κατάλληλων διασυνδέσεων και γενικά την προώθηση μιας «εξωστρεφούς» πολιτικής, το Πανεπιστήμιο μπορεί να καταστεί σημαντικός πόλος έλξης. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

### **Επικοινωνίες**

Η υστέρηση που υπήρχε στον συγκεκριμένο τομέα έχει εξαλειφθεί με τα έργα που έχουν πραγματοποιηθεί, αλλά οι προκλήσεις εξακολουθούν να είναι σημαντικές για το μέλλον. Σύμφωνα με τις τάσεις τα έργα θα συνεχίσουν με γοργούς ρυθμούς επενδύσεων στον εκσυγχρονισμό των δικτύων και στις παρεχόμενες συμβατικές και νέες υπηρεσίες.

Οι υποδομές επικοινωνιών στην Περιφέρεια κρίνονται ως ικανοποιητικές. Ο εκσυγχρονισμός της τηλεπικοινωνιακής υποδομής θεωρείται απαραίτητος και αποτελεί βασική επιλογή επειδή σε αυτόν στηρίζεται η ηλεκτρονική διοικητική διαδίκτυωση της Περιφέρειας και όλες οι εξειδικευμένες διαδίκτυώσεις που θα εξυπηρετούν τους παραγωγικούς τομείς, αλλά και την βελτίωση της ποιότητας ζωής, όπως η τηλεϊατρική, και η τηλεεκπαίδευση, που συμβάλλουν στην μείωση της περιφερειακότητας. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

## **Έρευνα – Τεχνολογία**

Παρά τη λειτουργία του Ιόνιου Πανεπιστημίου τα τελευταία δεκαπέντε έτη και την λειτουργία δύο τμημάτων ΤΕΙ στο νομό Κεφαλληνίας και ενός τμήματος στον νομό Ζακύνθου, ο τομέας έρευνας και τεχνολογίας είναι ουσιαστικά ανύπαρκτος στην Περιφέρεια. Ρεαλιστική προοπτική θεωρείται η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών στην αντιμετώπιση πρακτικών προβλημάτων, όπως η τηλεϊατρική και τηλεεκπαίδευση σε περιφερειακό δίκτυο, καλύπτοντας τις ανάγκες μικρών και μεγάλων νησιών. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

## **Πολιτισμός**

Στην Περιφέρεια Ιονίων νήσων υπάρχουν ιδιαίτεροι και αξιόλογοι πολιτιστικοί πόροι και αρχαιολογικοί χώροι, οι οποίοι χαρακτηρίζουν τα Ιόνια Νησιά και δεν έχουν ακόμη αξιοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό, όπως φρούρια, κάστρα, ιστορικά κέντρα, μουσεία, μνημεία, παραδοσιακοί οικισμοί, κ.λ.π. Το φυσικό κάλλος και η μοναδικότητα των παραλίων συμβάλλουν επίσης ώστε τα Ιόνια νησιά να αποτελούν μοναδικούς χώρους έλξης τουριστών στην Μεσόγειο και στην Ευρώπη γενικότερα.

Τα Ιόνια νησιά συγκροτήθηκαν σε Περιφέρεια κυρίως λόγω της κοινής πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς και ταυτότητάς τους. Το στοιχείο αυτό αποτελεί αφετηρία σχεδιασμού για την προστασία του πολιτισμού των νησιών στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης. Συνολικά για το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον κρίνεται σκόπιμο να προωθηθούν οδικά και λιμενικά έργα που θα συμβάλλουν στην διασύνδεση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, αλλά και έργα διαμορφώσεων και ανάδειξης των πόρων αυτών καθώς και έργα αναστηλώσεων των μνημείων σε κάθε νησί. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων)

## **Περιβάλλον**

Οι ανάγκες ορθολογικής διαχείρισης του φυσικού περιβάλλοντος στα Ιόνια Νησιά πηγάζουν από την ύπαρξη οικολογικά ευαίσθητων περιοχών (κόλπος Λαγανά, Εθνικός Δρυμός Αίνου) και από το γεγονός ότι το ελκυστικό φυσικό περιβάλλον αποτελεί παράγοντα ανάπτυξης του τουρισμού. Οι πιέσεις στο περιβάλλον οφείλονται κυρίως στην τουριστική και οικιστική ανάπτυξη συγκεκριμένων οικιστικών κέντρων όπου δημιουργούνται αυξημένες απαιτήσεις στη διαχείριση αποβλήτων. Το 1999 ιδρύθηκε το Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Ζακύνθου (Ε.Θ.Π.Ζ.) στο νότιο τμήμα της Ζακύνθου (ΦΕΚ 906 Δ, 22/12/99) και περιλαμβάνει την θαλάσσια έκταση του κόλπου του Λαγανά, τις παραλίες ωτοκίας της θαλάσσιας χελώνας και μία ζώνη γης που περιβάλλει αυτές, τον υγρότοπο της λίμνης Κεριού και τις νήσους

Στροφάδες. Διοικείται από έναν φορέα διαχείρισης. (Ιστοσελίδα Εθνικού Θαλάσσιου Πάρκου Ζακύνθου).

Η προστασία και η διαχείριση του περιβάλλοντος πρέπει να έχει προεξέχουσα θέση σε επίπεδο πολιτικής στο χώρο της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων, η οποία έχει πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Η κήρυξη προστασίας κάποιων περιοχών δεν αρκεί, αν δεν συνοδεύεται από την διαχείρισή τους η οποία αιτεί πρωτοβουλίες περιφερειακής εμβέλειας και τοπικές πρωτοβουλίες. Στην Περιφέρεια έχουν ενταχθεί στο πρόγραμμα Natura 2000 οι εξής περιοχές:

- Κόλπος Λαγανά Ζακύνθου και νησίδες Μαραθονήσι και Πελούζο
- Νήσοι Στροφάδες
- Καλόν Όρος Κεφαλληνίας
- Εθνικός Δρυμός Αίνου
- Εσωτερικό αρχιπέλαγος Ιονίου (θαλάσσια περιοχή Μεγανησίου, Καλάμου, Καστού, Αρκουδίου, Ατόκου και Εχινάδων νήσων)
- Παράκτια θαλάσσια ζώνη από Αργοστόλι έως Βλαχάτα (Κεφαλληνία)
- Λιμνοθάλασσα Αντινιώτη (Κέρκυρα)
- Λιμνοθάλασσα Κορισσίων (Κέρκυρα)
- Αλυκές Κέρκυρας
- Νήσοι Παξοί και Αντίπαξοι
- Παράκτια θαλάσσια ζώνη από Κανόνι έως Μεσογγή (Κέρκυρα)
- Παράκτια θαλάσσια ζώνη από Παλαιοκαστρίτσα έως Γλυφάδα (Κέρκυρα)
- Λιμνοθάλασσα στενών Λευκάδας (Παλιώνης-Αβλιμών) και Αλυκές Λευκάδας
- Περιοχή Χορτάτων (Λευκάδα)

(Πρόγραμμα NATURA 2000).

Παρά τον υψηλό δείκτη βροχοπτώσεων η Περιφέρεια παρουσιάζει σοβαρή ανεπάρκεια σε υδάτινους πόρους, η οποία οφείλεται σε γεωλογικά κυρίως αίτια.

Η προστασία του περιβάλλοντος πρέπει να ανταποκριθεί στην προστασία των νερών, του εδάφους και ταυτόχρονα πρέπει να προωθηθούν έργα υποδομής, όπως η κατασκευή βιολογικών καθαρισμών, τα αποχετευτικά δίκτυα και η κατασκευή ΧΥΤΑ. Με δεδομένο ότι στην Περιφέρεια η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος ταυτίζεται με την βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού, θα πρέπει να δοθεί ειδική προτεραιότητα στην κατασκευή

βιολογικών καθαρισμών στους παραλιακούς τουριστικούς οικισμούς όπου παρουσιάζεται μεγάλη πληθυσμιακή πυκνότητα στις περιόδους αιχμής.

Η Κέρκυρα και η Ζάκυνθος είναι οι πιο οργανωμένες περιοχές από άποψη αποχετευτικών δικτύων. Βασική επιλογή θα πρέπει να είναι η συνέχιση των έργων αποχέτευσης κατ' αρχήν σε όλες τις παραλιακές τουριστικές περιοχές. Παράλληλα, για την προστασία του περιβάλλοντος θα πρέπει όλοι οι βιολογικοί καθαρισμοί να αποκτήσουν αντίστοιχες μονάδες υποδοχής βοθρολυμάτων ως τελικό αποδέκτη.

Όσον αφορά τις υποδομές διαχείρισης απορριμμάτων η τάση αντιμετώπισης του ευαίσθητου αυτού τομέα έχει ήδη θετική έκβαση με περιορισμένα όμως δείγματα εφαρμογής, λόγω της αδυναμίας υιοθέτησης των προτάσεων χωροθέτησης των ΧΥΤΑ που απορρέει από την σύγκρουσή τους με τις τουριστικές δραστηριότητες. Ταυτόχρονα η ανάπτυξη του τουρισμού απαιτεί προστασία του περιβάλλοντος σε όλους τους τομείς και επομένως στην διαχείριση απορριμμάτων η οποία πρέπει να προωθηθεί με πιο ολοκληρωμένο τρόπο καθώς και με μορφές προσαρμοσμένες στην κλίμακα του νησιωτικού χώρου που είναι κατακερματισμένος και διαθέτει ίσως περιορισμένο αριθμό περιοχών που πληρούν τις προϋποθέσεις υποδοχής ΧΥΤΑ. Επίσης η ανακύκλωση που συμπεριλαμβάνεται στην ολοκληρωμένη διαχείριση των απορριμμάτων στην περίπτωση της Ζακύνθου θα πρέπει να υιοθετηθεί και από τους υπόλοιπους νομούς ως κατάλληλη μέθοδος σε νησιωτικές περιοχές. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων)

## 3.2 ΟΙ ΝΟΜΟΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

### 3.2.1. ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ

#### Κέρκυρα



Το καταπράσινο νησί της Κέρκυρας, με την απaráμιλλη φυσική ομορφιά, την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και τη σύγχρονη τουριστική υποδομή, είναι το γνωστότερο νησί του Ιονίου. Η Κέρκυρα είναι το δεύτερο σε μέγεθος νησί του Ιονίου πελάγους με έκταση περίπου 592 τ.χλμ. και πλούσια ακτογραμμή μήκους 217 χλμ.

Πρωτεύουσα του νησιού η πανέμορφη Κέρκυρα, μια από τις ωραιότερες πόλεις

της Ελλάδας. Το μυθικό νησί των Φαιάκων είναι ένα πραγματικό στολίδι των Επτανησίων αλλά και ένα από τα ωραιότερα νησιά της Ελλάδας συνδυάζοντας καταπράσινα βουνά και ατέλειωτες αμμουδερές παραλίες.

Η Κέρκυρα, διεθνές τουριστικό κέντρο, συνδυάζει άριστα την ξεκούραση με τη διασκέδαση και την έντονη νυχτερινή ζωή. Το νησί ζει στους δικούς του ρυθμούς, γεμάτους ποίηση και μουσική αλλά παράλληλα ανταποκρίνεται με την τουριστική του υποδομή στις απαιτήσεις και του πιο δύσκολου επισκέπτη.

Η Ολυμπιακή Αεροπορία όπως και άλλες ιδιωτικές αεροπορικές εταιρίες συνδέουν καθημερινά την Κέρκυρα με την Αθήνα και την Θεσσαλονίκη. Το αεροδρόμιο βρίσκεται 3 χιλιόμετρα νότια της πόλης. Πολλές πτήσεις charters γίνονται τους μήνες αιχμής από διάφορες ευρωπαϊκές πόλεις. Υπάρχει ακόμη αεροπορική σύνδεση με τα υπόλοιπα νησιά του Ιονίου. Η Κέρκυρα συνδέεται με φέρι μπόουτ, με Πάτρα, Ηγουμενίτσα, Παξούς, Σαγιάδα Θεσπρωτίας και Ιταλία (Μπρίντιζι, Μπάρι, Ανκόνα, Βενετία). (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων)

### **Παξοί**

Το μικρότερο από τα γνωστά νησιά του Ιονίου. Οι Παξοί είναι τόσο μικροί σε επιφάνεια, που μπορεί κανείς να τους περπατήσει από άκρη σε άκρη.

Κατοικημένοι από την αρχαιότητα οι Παξοί, υπήρξαν πάντοτε συνδεδεμένοι με την Κέρκυρα.

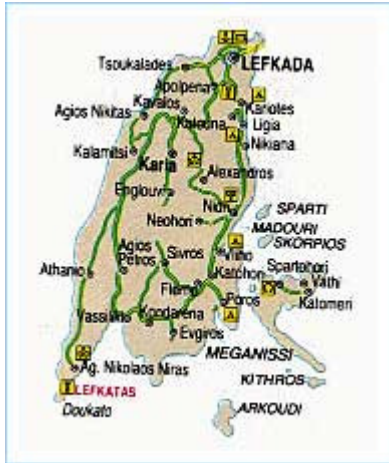
Στους Παξούς φθάνει κανείς με πλοίο από την Πάτρα, τα Σύβοτα (Μούρτος) Θεσπρωτίας, την Ηγουμενίτσα, την Πάργα και με λεωφορεία από την Αθήνα μέσω Συβότων. Τοπική σύνδεση υπάρχει με τους Αντίπαξους, την Κέρκυρα και την Πάργα.

Από τις 13.318 επιχειρήσεις που λειτουργούν στο νομό, η συντριπτική πλειοψηφία, (81%), δραστηριοποιείται στον τριτογενή τομέα. Πιο αναλυτικά, ο κλάδος των ξενοδοχείων-εστιατορίων συγκεντρώνει το 36,1% των επιχειρήσεων του τριτογενή τομέα και το 24,3% του τζίρου και ακολουθούν οι κλάδοι του λιανικού εμπορίου, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών: επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης με 28,3% και 29,8% και των άλλων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με 7,0% και 3,4% αντίστοιχα.

Στο δευτερογενή τομέα κυριαρχούν οι επιχειρήσεις του κατασκευαστικού τομέα με ποσοστό 52,1% και τζίρο 40,9%, ενώ σημαντικός εμφανίζεται και ο κλάδος της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών με 275 επιχειρήσεις (13,3%) και τζίρο 19,32 εκατομμύρια € (22,1%).

Στον πρωτογενή τομέα αξιοσημείωτη είναι η λειτουργία 22 επιχειρήσεων επί συνόλου 65 στον κλάδο της αλιείας και της ιχθυοκαλλιέργειας, οι οποίες διενεργούν το 53,2% του συνολικού τζίρου των επιχειρήσεων στον πρωτογενή τομέα. (Περιφέρεια Ιονίων Νήσων). (Πηγή: Αριθμός επιχειρήσεων και τζίρος αυτών στο νομό Κερκύρας κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ 2003) για το 2001, ΕΣΥΕ).

### 3.2.2. ΝΟΜΟΣ ΛΕΥΚΑΔΑΣ



Η Λευκάδα είναι μοναδικό νησί και ξεχωρίζει από όλα τα νησιά του Ιονίου για την εύκολη πρόσβαση που διαθέτει. Από τη στεριά τη χωρίζει διώρυγα και την ενώνει γέφυρα συνεχούς ροής.

Τα γύρω νησάκια, το νησί του μεγιστάνα Ωνάση Σκορπιός, το Σκορπίδι και πιο πέρα το νησί του ποιητή Αριστοτέλη Βαλαωρίτη η Μαδουρή, το Μεγανήσι, η Σπάρτη, ο Κάλαμος, ο Καστός, η Θηλειά και ο Κυθρός, συμπληρώνουν την εικόνα της.

Πρωτεύουσα είναι η πόλη της Λευκάδας, με τα χαρακτηριστικά ξυλόδετα πολύχρωμα κτίρια και τη μοναδική της λιμνοθάλασσα, που φιλοξενεί σπάνια είδη πτηνών και προστατεύεται από τη σύμβαση Ramsar αλλά και από το Υπουργείο Πολιτισμού για την αμμουδιά της, που έχει αναγνωριστεί ως ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Στη Λευκάδα, στο ημιορεινό χωριό Μαραντοχώρι, υπάρχει λίμνη απaráμιλλης ομορφιάς με αετούς και πολλά είδη αρπακτικών πουλιών.

Η μουσική έπαιξε από παλιά σπουδαίο ρόλο στη ζωή των Λευκαδιτών. Πρώτη από όλη την Ελλάδα η Λευκάδα απόκτησε Φιλαρμονική. Η λαϊκή της μουσική επηρεάστηκε από την Ηπειρωτική μουσική έχει δεχθεί όμως και τις επιδράσεις της Δύσης με τις καντάδες, τις όπερες και τις κορώνες.

Η Λευκάδα διαθέτει ολοκληρωμένη τουριστική υποδομή και άριστες υπηρεσίες υποδοχής των ξένων, που κατακλύζουν το νησί κάθε καλοκαίρι. Έχει όμως αποφύγει την παγίδα της άναρχης δόμησης. Φρόντισε να διατηρήσει το αυθεντικό της χρώμα συνδυάζοντας το με τη σύγχρονη τουριστική εξέλιξη. Η πόλη της Λευκάδας συγκεντρώνει όλες τις υπηρεσίες που απαιτούνται για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Εδώ διεξάγεται το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Ταχύπλοων Σκαφών FORMULA III, με παγκόσμια συμμετοχή και απήχηση.

Η μεταφορά στο νησί μπορεί να πραγματοποιηθεί με αεροπλάνο από την Αθήνα προς το Άκτιο, που απέχει 18 χλμ. από την πόλη της Λευκάδας. Υπάρχει ακόμη αεροπορική σύνδεση του Άκτιου με Κέρκυρα, Κεφαλονιά, Ζάκυνθο και Σητεία.

Στη Λευκάδα η εικόνα εμφανίζεται όμοια με την αντίστοιχη στην Κέρκυρα. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων ανήκουν στον τριτογενή τομέα παραγωγής (54,0%), με το δευτερογενή να ακολουθεί (12,7%) και τον πρωτογενή να έπεται με 1,4%. Αξιοσημείωτος είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων που δεν γνωρίζουμε τον κλάδο δραστηριοποίησής τους, οι οποίες φτάνουν τις 920, ήτοι το 32,0% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων στην Περιφέρεια. Η γεωργία με την κτηνοτροφία και την αλιεία αποτελούν τους τομείς δραστηριότητας των επιχειρήσεων του πρωτογενή τομέα παραγωγής.

Ο δευτερογενής τομέας κυριαρχείται από την παρουσία επιχειρήσεων που ανήκουν στους κλάδους των κατασκευών και της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών. Συγκεκριμένα, οι δύο αυτοί κλάδοι συγκεντρώνουν το 84,4% των επιχειρήσεων του δευτερογενή τομέα και έχουν τζίρο ίσο με το 94,2% του τζίρου των επιχειρήσεων στον τομέα της μεταποίησης.

Οι κλάδοι με τη μεγαλύτερη συγκέντρωση των επιχειρήσεων στον τομέα των υπηρεσιών είναι του λιανικού εμπορίου, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών: επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης και των ξενοδοχείων-εστιατορίων, οι οποίοι συγκεντρώνουν το 71,0% των επιχειρήσεων του τριτογενή τομέα και το 67,5% του συνολικού τζίρου. (Πηγή: Αριθμός επιχειρήσεων και τζίρος αυτών (σε εκατομμύρια €) στο νομό Λευκάδας κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ 2003) για το 2001, ΕΣΥΕ)

### 3.2.3. ΝΟΜΟΣ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ ΚΑΙ ΙΘΑΚΗΣ

#### Κεφαλονιά



Η Κεφαλονιά, η μεγαλύτερη νήσος του Ιονίου πελάγους βρίσκεται στην είσοδο του Πατραϊκού κόλπου ανάμεσα από τη Ζάκυνθο και τη Λευκάδα. Δίπλα της βρίσκεται η Ιθάκη, το νησί που έχει συνδέσει το όνομα του με τον περιπλανώμενο Οδυσσέα. Τα δυο νησιά αποτελούν το Νομό Κεφαλονιάς -Ιθάκης, με πρωτεύουσα το Αργοστόλι. Η Κεφαλονιά νησί ορεινό, με κυρίαρχο τον Αίνο, έναν από τους

δέκα ελληνικούς δρυμούς που αποτελεί και τον κύριο κορμό της.

Η γεωγραφική θέση του νησιού, με τις διάφορες επιδράσεις που δέχθηκε κατά καιρούς από τους δυτικούς κατακτητές, σε συνδυασμό με την βαθιά ελληνικότητα και την βυζαντινή παράδοση, δημιούργησαν ένα ιδιότυπο πολιτισμό, που παρά τις φυσικές καταστροφές που δέχθηκε το νησί, διατηρείται και διαφυλάσσεται αναλλοίωτος.

Σήμερα η Κεφαλονιά έχει μπει σε έναν έντονο ρυθμό ανάπτυξης. Κατασκευάζονται έργα, με κυρίαρχα αυτά της Μαρίνας Αργοστολίου και της λιμνοθάλασσας του Κουτάβου. Δημιουργείται πανεπιστημιούπολη, και Τ.Ε.Ι., ενώ σύγχρονες παρεμβάσεις γίνονται για την ανάδειξη χώρων μεγάλου ιστορικού ενδιαφέροντος. Οι φυσικές ομορφιές και ο μοναδικός πολιτισμός της, ελκύουν κάθε χρόνο πολλούς Έλληνες και ξένους τουρίστες.

Η μετάβαση είναι εύκολη καθώς υπάρχουν δρομολόγια από πολλά λιμάνια που την ενώνουν με την Ελλάδα και τα γύρω νησιά. Υπάρχει συνεχής σύνδεση με Λευκάδα, Αιτωλοακαρνανία, Ιθάκη, Πάτρα, Κυλλήνη, Ζάκυνθο. Καθημερινή αεροπορική σύνδεση με Αθήνα . Αεροπορική σύνδεση με τα υπόλοιπα Ιόνια Νησιά. (Περιφέρεια Ιονίων Νήσων)

### **Ιθάκη**

Βρίσκεται βορειανατολικά της Κεφαλονιάς, στην οποία ανήκει διοικητικά και χωρίζεται με στενό διάυλο πλάτους 3.5 χλμ. Νησί πασίγνωστο σε όλο τον κόσμο από τον πολυμήχανο Ομηρικό Οδυσσέα, σύμβολο της νοσταλγίας και της αγάπης για την «πατρίδα». Η Ιθάκη είναι νησί σπάνιας ομορφιάς με χαρακτηριστική εναλλαγή άγριας και ήμερης φύσης και συνεχείς εναλλαγές στο τοπίο. Πρωτεύουσα είναι το Βαθύ.

Με φέρι μπόουτ εκτελούνται δρομολόγια όλο το χρόνο, από την Πάτρα για το Βαθύ Ιθάκης, μέσω Σάμης Κεφαλονιάς. Καθημερινά δρομολόγια εκτελούνται επίσης και από τον Αστακό Αιτωλοακαρνανίας για τον Πισαετό Ιθάκης.

Όπως βλέπουμε από τον παρακάτω πίνακα, ο τουρισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομική ζωή και στο νομό Κεφαλληνίας, καθώς οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των ξενοδοχείων-εστιατορίων αποτελούν το 29,3% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων του νομού και διενεργούν το 15,7% του συνολικού τζίρου. Σημαντικός κλάδος για τον τριτογενή τομέα είναι και ο κλάδος του λιανικού εμπορίου, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών: επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης, στον οποίο υπάρχουν 730 επιχειρήσεις, ήτοι το 18,0% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων στο νομό και διενεργούν το 35,4% του συνολικού τζίρου. Επίσης, σημαντικός εμφανίζεται και ο κλάδος των κατασκευών με 567 επιχειρήσεις

(13,9%). (ΕΣΥΕ, Αριθμός επιχειρήσεων και τζίρος αυτών (σε εκατομμύρια €) στο νομό Κεφαλληνίας κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ 2003) για το 2001)

### 3.2.4.NΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ



Το νοτιότερο νησί του Ιονίου πελάγους, φημίζεται για τα σμαραγδένια του νερά. Νησί πλούσιο με αγροτική παραγωγή στηριγμένη κυρίως στη καλλιέργεια της ελιάς, εσπεριδοειδών και σταφίδας, έχει ανεπτυγμένο τουρισμό και πλούσια παράδοση. Πρωτεύουσα είναι η αρχοντική πόλη της Ζακύνθου, χτισμένη στη νοτιοανατολική πλευρά με επιβλητικά

κτίρια, ονομαστές εκκλησίες και όμορφες πλατείες.

Πατρίδα του Διονυσίου Σολωμού, του εθνικού ποιητή της Ελλάδας, του Κάλβου και του Ξενόπουλου, η Ζάκυνθος είχε και συνεχίζει να διατηρεί ένα σπουδαίο πολιτισμό. Η επιρροή της Βενετίας μαζί με την Ελληνική παράδοση δημιούργησαν τη χαρακτηριστική Ζακυνθινή κουλτούρα. Εδώ έχουν αναπτυχθεί όλες οι μορφές της τέχνης . Η σχέση των Ζακυνθινών με τη μουσική ξεκινά από τα πανάρχαια χρόνια, με τη λατρεία του θεού της μουσικής, Απόλλωνα. Στην Ενετοκρατία αναπτύχθηκε η περίφημη Ζακυνθινή καντάδα που φθάνει μέχρι σήμερα. Στη Ζάκυνθο ιδρύθηκε η πρώτη μουσική σχολή της Ελλάδας και από εδώ κατάγονται πολλοί μουσικοί με διεθνή αναγνώριση. Μεγάλη ανάπτυξη έχει και το θέατρο, από την εποχή των Ιταλών. Η σάτιρα στις Ομιλίες, ένα είδος λαϊκής επιθεώρησης όπως και η όπερα, κλασσικό ιταλικό είδος έχουν μεγάλη απήχηση ακόμα και σήμερα στο νησί.

Στη Ζάκυνθο ο τουρισμός αναπτύσσεται σταδιακά. Μικρές ξενοδοχειακές μονάδες πνιγμένες στο πράσινο, δένουν αρμονικά με τη φύση δημιουργώντας ένα άνετο και πολιτισμένο περιβάλλον. Το οδικό δίκτυο προσφέρεται για εξερευνήσεις. Σ' αυτό το νησί θα χαρείτε την αρμονία που γεννά η συμφωνία του ανθρώπου με τη φύση. Στη Ζάκυνθο η ευαισθησία των κατοίκων για το περιβάλλον έχει διατηρήσει μεγάλες εκτάσεις αναλλοίωτες. Φροντίζοντας να μη διαταράξουν το οικοσύστημα βοήθησαν να διαιωνίζονται σπάνια είδη θαλάσσιας πανίδας. Εδώ ζει η γνωστή χελώνα της Μεσογείου Carreta-carreta, που για εκατομμύρια χρόνια χρησιμοποιεί τις νότιες παραλίες της Ζακύνθου ως τόπο

αναπαραγωγής της. Το ίδιο και ένα άλλο σπάνιο είδος φώκιας, η Monachus-monachus, που απαντιέται στις νοτιοδυτικές ακτές του νησιού.

Με αεροπλάνο σε μία ώρα, από την Αθήνα. Οι πτήσεις εκτελούνται δύο φορές την ημέρα. Το αεροδρόμιο απέχει 6 χιλιόμετρα από την πόλη. Η Ζάκυνθος συνδέεται απευθείας με πολλές ευρωπαϊκές πόλεις με διεθνείς πτήσεις τσάρτερ. Με πλοίο, μέσω της γραμμής των φέρι μπόουτ, από την Κυλλήνη. Η Ζάκυνθος συνδέεται το καλοκαίρι κατευθείαν με Ιταλία, τρεις φορές την εβδομάδα. Επίσης συνδέεται τοπικά με τα γύρω νησιά, με την Κεφαλονιά και την Πελοπόννησο. Τα δρομολόγια είναι καθημερινά όλο το χρόνο. Υπάρχει αεροπορική σύνδεση με τα υπόλοιπα νησιά του Ιονίου. (Ιστοσελίδα Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Ζακύνθου).

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:**

#### **ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ- ΕΙΔΙΚΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Παρά την «περιμετρικότητά» και επιπρόσθετα τη «νησιωτικότητά» της που στη νέα ευρωπαϊκή και μεσογειακή γεωγραφία εκτός από αδυναμίες προσφέρουν και ευκαιρίες, είναι εφικτός ο στόχος να καταστεί η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων ένας διεθνής προορισμός βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, υπό την προϋπόθεση ότι θα προωθήσει μια σύνθετη πολιτική με κινητήρια δύναμη έναν αναμορφωμένο τουριστικό τομέα, ο οποίος θα έχει έντονα τα στοιχεία της διαφοροποίησης, ικανό να διαμορφώνει το παρόν αξιοποιώντας το παρελθόν και με θετικές πρόνοιες για το μέλλον.

#### **4.1 Τα Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα (1986-1992)**

Τα **Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα (1986-1992)**, αφορούσαν χωρικές ενότητες ευρύτερες των σημερινών Περιφερειών. Στην ίδια ενότητα περιελάμβαναν τα Ιόνια Νησιά, την Ήπειρο και την Αιτωλοακαρνανία, καθώς και την Πελοπόννησο, περιοχή με μεγάλες εσωτερικές διαφορές. Λογικά, αυτό είχε αντίκτυπο στη στοχοθέτησή τους, η οποία προσδιοριζόταν από τους εξής άξονες στρατηγικής:

- Παγιοποίηση και προσαρμογή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του γεωργικού τομέα στις απαιτήσεις της αγοράς (με αρδευτικά δίκτυα, τεχνική βοήθεια, κατάρτιση, έρευνα και υποδομές)
- Ολοκληρωμένη ανάπτυξη εσωτερικών περιοχών και νησιών (με τεχνική βοήθεια, αρδευτικά-δασικά-αγροτική οδοποιία-ύδρευση, αγροτουρισμό-βιοτεχνία, ενίσχυση ΜΜΕ, κατάρτιση)

- Προστασία και ανάπτυξη θαλάσσιων πόρων και πόρων αλιείας (αλιευτικά καταφύγια, υδατοκαλλιέργειες, κατάρτιση)
- Ενθάρρυνση της ανάπτυξης του τουρισμού (αύξηση δυναμικότητας στις λιγότερο αναπτυγμένες και τις ορεινές περιοχές, αξιοποίηση πολιτιστικών πόρων, κατάρτιση, περιβαλλοντικές δράσεις)
- Ενίσχυση-εκσυγχρονισμός της βιομηχανίας και του ενεργειακού τομέα (βελτίωση της διαχείρισης και του τεχνολογικού επιπέδου των επιχειρήσεων, παραγωγή, μεταφορά, διανομή ενέργειας)
- Βελτίωση υποδομών (εκσυγχρονισμό λιμένων, αεροδρομίων και οδικού δικτύου, υποδομές ύδρευσης-αποχέτευσης, εκπαίδευσης, υγείας κλπ)

Παρά τον ολοκληρωμένο χαρακτήρα του προγράμματος και τη συμπλήρωση του τότε νομαρχιακού προγραμματισμού υποδομών με νέου τύπου δράσεις, η ευρύτατη περιοχή κάλυψης σε συνδυασμό με τους διατιθέμενους πόρους, η έντονη εσωτερική διαφοροποίηση στα επίπεδα ανάπτυξης και η απουσία έως τότε διανομαρχιακής συνεργασίας σε θέματα ανάπτυξης, οδήγησαν τουλάχιστον όσον αφορά το χώρο της σημερινής Περιφέρειας Ιονίων Νήσων σε «σημειακές» παρεμβάσεις, περιορισμένης σχετικά εμβέλειας που αντικειμενικά δεν μπόρεσαν να εξυπηρετήσουν ικανοποιητικά τους φιλόδοξους στρατηγικούς στόχους, παρότι άφησαν ορισμένα σημαντικά έργα. (ΜΟΠ 1986- 1992, Περιφέρεια Ιονίων Νήσων).

#### **4.2 Α΄ ΠΕΠ (1989-1993)**

Το Α΄ ΠΕΠ (1989-1993) για την προώθηση των στόχων του διαρθρωνόταν σε 4 άξονες προτεραιότητας που αφορούσαν:

1. τις υποδομές ΕΤΠΑ (μεταφορές, τουρισμός, αλιεία, πολιτισμός, υγεία, εκπαίδευση, περιβάλλον κλπ)
2. το Γεωργικό τομέα (αποκατάσταση ζημιών από πυρκαγιές, δασικά, αγροτική οδοποιία, μετεγκαταστάσεις)
3. την Επαγγελματική κατάρτιση (στους 3 τομείς παραγωγής και την τοπική ανάπτυξη)
4. το Ειδικό Αναπτυξιακό Πρόγραμμα της Τοπικής Αυτοδιοίκησης (οδοποιία, περιβάλλον, κοινωνικές υποδομές, τουρισμός)

Η στοχοθέτηση του Α΄ ΠΕΠ ουσιαστικά ήταν προσαρμοσμένη στους οριζόντιους σκοπούς των Διαρθρωτικών Ταμείων που το χρηματοδοτούσαν, ενώ δευτερευόντως καταβαλλόταν προσπάθεια εξυπηρέτησης μιας καθαρά περιφερειακής στρατηγικής. Η εφαρμογή του οδήγησε στην υλοποίηση πλήθους μικρής εμβέλειας έργων προσαρμοσμένων σε τοπικές

ανάγκες, πολλά από τα οποία ολοκληρώθηκαν λειτουργικά μέσω του Β' ΠΕΠ και κατά συνέπεια αμφισβητείται η συμβολή τους στην επίτευξη κάποιων σαφώς προσδιορισμένων κεντρικών στόχων. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων, Α' ΠΕΠ)

#### **4.3 Β' ΠΕΠ (1994-1999)**

Η αναπτυξιακή στρατηγική του **Β' ΠΕΠ (1994-1999)**, προωθήθηκε με διπλάσιους πόρους έναντι του Α' ΠΕΠ, ενώ το πρόγραμμα διαρθρώνονταν σε 6 άξονες προτεραιότητας που αφορούσαν:

1. Την ορθολογική ανάπτυξη του τουρισμού (μεταφορές, περιβάλλον, πολιτισμός, εναλλακτικές μορφές και λοιπές ενέργειες τουρισμού)
2. Την ανάπτυξη του παραγωγικού ιστού και των αγροτικών χώρων (αγροτική οδοποιία, μετεγκαταστάσεις, δασικά, αρδευτικά, αλιεία, βιομηχανία, κτηνοτροφία)
3. Την ποιότητα ζωής (βασικές υποδομές μεταφορών & περιβάλλοντος, υγεία-πρόνοια, πολιτισμός, υποδομές μικρών νησιών)
4. Την αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού (υποδομές εκπαίδευσης, κατάρτιση, καταπολέμηση αποκλεισμού από την αγορά εργασίας)
5. Το Ειδικό Αναπτυξιακό Πρόγραμμα της Τοπικής Αυτοδιοίκησης (υποδομές, περιβάλλον, στήριξη τοπικής οικονομίας) και
6. Την ολοκλήρωση έργων του Α' ΠΕΠ

Παρά το διπλασιασμό των πόρων και τις ορθές στρατηγικές στοχεύσεις, γενική διαπίστωση είναι ότι η εφαρμογή του Προγράμματος δεν επηρέασε σημαντικά και προς την επιθυμητή κατεύθυνση και βαθμό, βασικά χαρακτηριστικά της φυσιογνωμίας της Περιφέρειας. Η ανισοβαρής κατανομή των πόρων υπέρ των κλασσικών υποδομών και σε βάρος δράσεων στήριξης των παραγωγικού ιστού, κάλυψε μεν υπαρκτές ανάγκες, αλλά δεν αποτέλεσε ικανή συνθήκη για την επίτευξη σημαντικού και κυρίως βιώσιμου και ανταγωνιστικού αναπτυξιακού αποτελέσματος. (Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων, Β' ΠΕΠ)

#### **4.4 ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ 3ου Κ.Π.Σ. 2000-2006**

Γενικός στρατηγικός στόχος του **Γ' ΠΕΠ (2000-2006)** είναι «η ενίσχυση των συγκριτικών της πλεονεκτημάτων με έμφαση στην προστασία του περιβάλλοντος και στη συνοχή του νησιωτικού χώρου». Η επίτευξή του επιδιώκεται μέσω της:

- 1 Ποιοτικής αναβάθμισης και διαφοροποίησης των τουριστικών υπηρεσιών και των λοιπών παραγωγικών δραστηριοτήτων (τουριστικές υποδομές, ενίσχυση τουριστικών και βιοτεχνικών ΜΜΕ, πολιτισμός).
- 2 Μείωσης της περιφερειακότητας και του ελλείμματος υποδομής (μεταφορές, υγεία-

πρόνοια, εκπαίδευση).

- 3 Αναβάθμισης και προστασίας του αστικού-ημιαστικού περιβάλλοντος (μεταφορές, περιβάλλον, πιλοτικές εφαρμογές ολοκληρωμένων δράσεων στον αστικό-τουριστικό χώρο)
- 4 Αειφόρου ανάπτυξης της Υπαίθρου (υποδομές υπαίθρου, αγροτική υποδομή, εκσυγχρονισμός γεωργικών εκμεταλλεύσεων, προστασία δασών και οικοσυστημάτων, μετεγκαταστάσεις, αρδευτικά & αποστραγγιστικά, αλιεία, πιλοτικές εφαρμογές ολοκληρωμένων δράσεων στην ύπαιθρο)
- 5 Ενίσχυσης του ανθρώπινου δυναμικού (κατάρτιση, ολοκληρωμένες δράσεις από πλευράς ανθρώπινου δυναμικού, ενίσχυση της γυναικείας απασχόλησης)
- 6 Ανάπτυξης και προστασίας των Μικρών Νησιών (μεταφορές, τουρισμός, αλιεία, περιβάλλον).

Βασικά χαρακτηριστικά του νέου προγραμματισμού είναι πέραν των σημαντικά αυξημένων πόρων, η περισσότερο εξειδικευμένη ανά τομέα παραγωγής και ανά ειδική εδαφική περιοχή στόχευση, η μεγαλύτερη εμπλοκή του ιδιωτικού τομέα και οι πολλές «νέου τύπου» δράσεις. Από την έως σήμερα πορεία υλοποίησης επιβεβαιώνεται η ανταπόκριση του ιδιωτικού τομέα, ενώ δυσκολίες ή καθυστερήσεις παρατηρούνται στην υλοποίηση δράσεων όπως η καινοτομία, οι νέες τεχνολογίες και οι ολοκληρωμένες δράσεις.

Πέραν των Περιφερειακών Προγραμμάτων έχουν υλοποιηθεί και υλοποιούνται δράσεις στα πλαίσια Τομεακών Προγραμμάτων, Κοινοτικών Πρωτοβουλιών (κυρίως διαπεριφερειακή συνεργασία, LEADER, EQUAL κ.ά.) και του Ταμείου Συνοχής (έργα Περιβάλλοντος). (Ετήσια έκθεση επιχειρηματικότητας ιονίων νήσων 2005).

Βασική προτεραιότητα στον τομέα του περιβάλλοντος για την περίοδο 2000 - 2006 ήταν να εναρμονισθεί η Περιφέρεια, όπως και η χώρα, με την Κοινοτική νομοθεσία (οδηγίες 271/91 για τα απόβλητα, 889/91 για τα επικίνδυνα απορρίμματα, 31/99 για τους ΧΥΤΑ, 442/75 όπως έχει τροποποιηθεί με την 156/97 για τα στερεά απόβλητα και την οδηγία πλαίσιο για τα νερά του Σεπτεμβρίου 2000) και τις διεθνείς υποχρεώσεις όσον αφορά την αειφόρο ανάπτυξη. Η σχετική παρέμβαση αφορά τόσο την φυσική και πολιτιστική κληρονομιά, όσο και το δομημένο περιβάλλον, ιδιαίτερα στα μεγάλα αστικά συγκροτήματα.

Οι επενδύσεις στον τομέα των υποδομών στηρίζονταν σε μια ολοκληρωμένη εθνική περιβαλλοντική πολιτική, η οποία είχε σαν πρακτική εφαρμογή την αρχή "ο ρυπαίνων πληρώνει". Η αρχή αυτή εφαρμόζεται κατ'εξοχήν στις περιβαλλοντικές υποδομές και τις

υποδομές ενέργειας. Η συνδρομή των διαρθρωτικών ταμείων στις εν λόγω υποδομές θα πρέπει ως εκ τούτου να αντανακλά την εφαρμογή της ως άνω αρχής.

Οι δομές λειτουργίας και διαχείρισης των περιβαλλοντικών υποδομών (διαχείριση στερεών και υγρών αποβλήτων, κλπ) αποτελούσαν αναπόσπαστο μέρος του προγραμματισμού και της μελέτης του έργου. Η εξασφάλιση λειτουργίας του έργου ήταν ένα από τα κριτήρια επιλογής του.

Στη στρατηγική διαχείρισης στερεών αποβλήτων είχε συμπεριληφθεί προληπτική δράση για τη μείωση του όγκου των αποβλήτων και την ενθάρρυνση της ανάκτησης και της ανακύκλωσης. Όλες οι δράσεις που αφορούν τα στερεά απόβλητα θα βασίζονται στον νομαρχιακό/περιφερειακό σχεδιασμό ο οποίος θα είναι σύμφωνος με τον εθνικό σχεδιασμό διαχείρισης των στερεών αποβλήτων. Ένας μηχανισμός Τεχνικής υποστήριξης προβλέπεται για τα στερεά απόβλητα και τα λύματα

Ως προς την εφαρμογή των οδηγιών 79/409/ΕΟΚ (πηtnά) και 92/43/ΕΟΚ ειδικότερα δε, σε ότι αφορά τα έργα που θα μπορούσαν να επηρεάσουν σημαντικά περιοχές που είναι ενταγμένες στο δίκτυο NATURA 2000 δεδομένου ότι ο σχετικός κατάλογος των περιοχών αυτών έχει ήδη κοινοποιηθεί στην Επιτροπή, οι εθνικές αρχές δεσμεύονται να μη επιτρέψουν την υποβάθμιση της κατάστασης των εν λόγω περιοχών στο πλαίσιο της υλοποίησης των παρεμβάσεων των διαρθρωτικών Ταμείων. Επίσης, οι διαχειριστικές αρχές υποβάλλουν στην Επιτροπή πληροφορίες για τα μέτρα που έχουν λάβει ώστε να αποφευχθεί η υποβάθμιση των περιοχών που χρήζουν προστασίας κατά την ένταξη και εκτέλεση των σχετικών έργων.

Οι παραπάνω αναφερθέντες στρατηγικοί στόχοι θα μπορούσαν να υλοποιηθούν με ολοκληρωμένες παρεμβάσεις στα πλαίσια των κατωτέρω γενικά αναφερομένων δράσεων :

1. Λειτουργική ολοκλήρωση έργων του Β' Π.Ε.Π. ώστε να αποδώσουν τα αναμενόμενα αποτελέσματα για τα οποία σχεδιάσθηκαν.
2. Διαμόρφωση στοιχειώδους εσωτερικής οικονομικής σχέσης μεταξύ των Νησιών του Ιονίου σε διακριτούς τομείς όπως του τουρισμού, του εμπορίου και των Τεχνολογιών Πληροφορικής - Επικοινωνιών, παράλληλα με την ενίσχυση των υφισταμένων οικονομικών δεσμών με τους νομούς της Ηπειρωτικής Ελλάδος, και την εξωστρέφεια της Οικονομίας της Περιφέρειας.

3. Αντιμετώπιση της ανεργίας μέσω της ανάπτυξης νέων θέσεων εργασίας στους τομείς του τουρισμού, του πολιτισμού, της κοινωνικής οικονομίας και των τεχνολογιών αιχμής.
4. Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις στον πρωτογενή τομέα με παράλληλο προσανατολισμό προς την ποιοτική αναβάθμιση.
5. Προστασία του περιβάλλοντος και ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων της Περιφέρειας με ήπιες μορφές παρέμβασης και ειδικό νομικό καθεστώς διαχείρισης.
6. Ανάδειξη της φυσικής, πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς καθώς και της αρχιτεκτονικής ταυτότητας των Ιονίων με την προώθηση έργων περιφερειακής διάστασης στους παραπάνω τομείς (αναπλάσεις, αποκαταστάσεις αναπαλαιώσεις, προβολή και πληροφοριακή διασύνδεση).
7. Εκσυγχρονισμός και επιλεκτικές παρεμβάσεις διαρθρωτικού χαρακτήρα στους παραγωγικούς τομείς προς την κατεύθυνση της ισόρροπης ανάπτυξης και συμπληρωματικότητάς τους που θα συμβάλλουν θετικά στην ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης και την άρση των ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων (Παράκτιες περιοχές – Ενδοχώρα).
8. Ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων Υπηρεσιών στον τομέα της Υγείας και Πρόνοιας για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής.
9. Ολοκλήρωση και βελτίωση των υποδομών εκπαίδευσης. Εισαγωγή των νέων τεχνολογιών.
10. Ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού με ιδιαίτερη έμφαση στην άρση των ανισοτήτων, στην καινοτομία και στις νέες τεχνολογίες.

(Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, Νοέμβριος 2004, «Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ιονίων Νήσων 2000-2006».)

#### **4.4.1. ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΤΑ ΤΟΜΕΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ- ΑΞΟΝΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ**

Με βάση τους στρατηγικούς αναπτυξιακούς στόχους και έχοντας πρόσθετα υπόψη τις γενικότερα απαραίτητες παρεμβάσεις για κάλυψη των άμεσων αναγκών της Περιφέρειας διαρθρώθηκε το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα σύμφωνα με τους κατωτέρω 6 Βασικούς Αξόνες Προτεραιότητας, πλέον του άξονα της Τεχνικής Βοήθειας :

1. Ποιοτική αναβάθμιση και αξιοποίηση των τουριστικών υπηρεσιών και των λοιπών παραγωγικών δραστηριοτήτων.
2. Μείωση της περιφερειακότητας και του ελλείμματος υποδομής.

3. Αναβάθμιση και προστασία του αστικού και ημιαστικού περιβάλλοντος.
4. Αειφόρος ανάπτυξη της υπαίθρου.
5. Ενίσχυση του ανθρώπινου δυναμικού.
6. Ειδικές δράσεις για την ανάπτυξη και προστασία των μικρών νησιών.
7. Τεχνική βοήθεια για την εφαρμογή του Επιχειρησιακού Προγράμματος.

Για την επίτευξη των στόχων κάθε άξονα προτεραιότητας του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος, προβλέπονται συγκεκριμένα Μέτρα μέσα στα οποία θα ενταχθούν τα αντιστοιχούντα έργα και ενέργειες, ώστε να δομηθεί ένα συνεκτικό Αναπτυξιακό Πρόγραμμα. (Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, Νοέμβριος 2004, «Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ιονίων Νήσων 2000-2006»).

#### **4.4.1.a ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 1: ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΛΟΙΠΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ.**

##### **➤ ΜΕΤΡΟ 1.1: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ**

###### **• ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ.**

Το μέτρο περιελάμβανε επιλεκτικές επεμβάσεις για την δημιουργία - βελτίωση - ολοκλήρωση τουριστικών υποδομών που εξυπηρετούν τις ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες τουριστικές περιοχές της Περιφέρειας. Ειδικότερα περιελάμβανε επεμβάσεις σε δημόσιους χώρους εξυπηρέτησης τουριστών (με πιθανή συνεκμετάλλευση με ιδιώτες), επιλεκτικές παρεμβάσεις σε τουριστικούς οικισμούς, παράκτιες και μη παράκτιες τουριστικές περιοχές για την εξυπηρέτηση των τουριστών και την ανάδειξη του περιβάλλοντος ως τουριστικού πόρου και τη δημιουργία υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού (θαλάσσιος, εναλλακτικός). (Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, Νοέμβριος 2004, «Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ιονίων Νήσων 2000-2006»).

###### **• ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ.**

Στόχος του Μέτρου ήταν η αναβάθμιση του τουριστικού τομέα της Περιφέρειας, μέσω της βελτίωσης των υποδομών που εξυπηρετούν άμεσα τον τομέα, με σκοπό την ποιοτική διαφοροποίηση του προσφερόμενου προϊόντος, τη μείωση της εποχικότητας και την προσέλκυση επενδυτών στις νέες μορφές τουρισμού και τουριστών υψηλού εισοδήματος.

###### **• ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ**

1. Δημιουργία - βελτίωση εγκαταστάσεων και επεμβάσεις σε δημόσιους χώρους εξυπηρέτησης τουριστών.
2. Ολοκλήρωση – Δημιουργία κύριων και υποστηρικτικών Λιμενικών υποδομών κρουαζιεροπλοίων.
3. Δημιουργία Λιμένων εξυπηρέτησης τουριστικών σκαφών μικρής κλίμακας
4. Ολοκλήρωση λιμένων εξυπηρέτησης τουριστικών σκαφών μεγάλης κλίμακας (Μαρίνες) με ιδιωτική συμμετοχή. (Έργα γέφυρες Β' ΠΕΠ)
5. Υποδομές και δράσεις για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών Τουρισμού
6. Επιλεκτικές παρεμβάσεις σε τουριστικούς οικισμούς, παράκτιες και μη τουριστικές περιοχές για την ανάδειξη του περιβάλλοντος ως τουριστικού πόρου.

(Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, Νοέμβριος 2004, «Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ιονίων Νήσων 2000-2006»).

## ➤ **ΜΕΤΡΟ 1.2: ΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΜΕ**

### • **ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ.**

Το μέτρο ενισχύει την αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό των ξενοδοχείων και των τουριστικών καταλυμάτων, καθώς και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών ΜΜΕ, κυρίως με δράσεις που σχετίζονται με Τεχνολογίες Πληροφορικής & Επικοινωνίας .

### • **ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ.**

Στόχος του μέτρου ήταν η προώθηση της επιχειρηματικότητας και η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της τοπικής οικονομίας, μέσω του εκσυγχρονισμού του τουριστικού τομέα, με σκοπό τη δημιουργία θετικών πολλαπλασιαστικών επιδράσεων στο περιφερειακό επίπεδο .

### • **ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ**

1. Εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών μονάδων με εφαρμογή των κινήτρων του Αναπτυξιακού Νόμου
2. Εκσυγχρονισμός-αναβάθμιση ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς και των τουριστικών καταλυμάτων με εφαρμογή των κινήτρων του Κανονισμού 70/2001 (ή άλλου Καθεστώτος Ενίσχυσης)

3. Βελτίωση ανταγωνιστικότητας ξενοδοχειακών μονάδων καθώς και των τουριστικών καταλυμάτων μέσω δράσεων ΤΠΕ, με εφαρμογή των κινήτρων του Κανονισμού 70/2001 (ή άλλου Καθεστώτος Ενίσχυσης).

(Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, Νοέμβριος 2004, «Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ιονίων Νήσων 2000-2006»).

#### ➤ **ΜΕΤΡΟ 1.3: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ**

##### • **ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ.**

Το Μέτρο περιελάμβανε ενέργειες τουριστικής προβολής των Ιονίων Νήσων, όπως συμμετοχή σε εκθέσεις, συνέδρια, εκδηλώσεις τουριστικού ενδιαφέροντος, παραγωγή και διακίνηση έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού τουριστικής διαφήμισης και προβολής, δημιουργία και καθιέρωση μόνιμων περιφερειακών συνεδρίων και εκδηλώσεων αναγνωρισμένου διεθνούς κύρους και συμμετοχής.

##### • **ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ.**

Στόχος του Μέτρου ήταν η αναβάθμιση του τουριστικού τομέα της Περιφέρειας, μέσω της προβολής των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των νησιών, με σκοπό την προσέλκυση ποιοτικού τουρισμού, επενδύσεων σε νέες μορφές εναλλακτικού τουρισμού και την ανάπτυξη και διαφοροποίηση εν γένει του τουριστικού προϊόντος.

##### • **ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ**

1. Ενέργειες τουριστικής προβολής Περιφέρειας
2. Ενέργειες τουριστικής προβολής Νομών

(Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, Νοέμβριος 2004, «Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ιονίων Νήσων 2000-2006»).

#### ➤ **ΜΕΤΡΟ 1.4: ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

##### • **ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ.**

Το μέτρο περιελάμβανε δράσεις αποκατάστασης και ανάδειξης των μνημείων και ιστορικών αρχιτεκτονικών συνόλων της Περιφέρειας, συντήρηση και ανάδειξη ιστορικού και αρχαιολογικού υλικού, Μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, διοργάνωση συνεδρίων περιφερειακής/εθνικής/διεθνούς εμβέλειας με αντικείμενο την επτανησιακή τέχνη και δημιουργία, καθώς και έργα υποδομών στήριξης της ειδικής θεατρικής και μουσικής παράδοσης των Ιονίων. Τέλος περιελάμβανε έργα δημιουργίας μέσων και πολυμέσων για την διάχυση και διακίνηση της πολιτιστικής πληροφορίας.

- **ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ.**

Το μέτρο στόχευε στην ανάδειξη και διατήρηση του πολιτισμού και της πολιτιστικής φυσιογνωμίας όλων των Ιονίων νησιών, ώστε αυτό το συγκριτικό πλεονέκτημα της περιφέρειας να αναβαθμιστεί και να αξιοποιηθεί περαιτέρω.

- **ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ**

1. Αποκατάσταση και ανάδειξη της ιστορικής και μνημειακής κληρονομιάς.
2. Διασύνδεση των μνημείων και πολιτιστικών χώρων (π.χ. ιστορικές και πολιτιστικές διαδρομές.)
3. Υποδομές και ανάδειξη του ιστορικού και αρχαιικού υλικού της Π.Ι.Ν
4. Υποδομές και στήριξη της θεατρικής και μουσικής πολιτιστικής παράδοσης.
5. Έργα Μουσείων
6. Έργα ανάδειξης και ενοποίησης αρχαιολογικών χώρων
7. Αξιοποίηση παραδοσιακών αρχιτεκτονικών συνόλων και κτιρίων
8. Διοργάνωση συνεδρίων περιφερειακής/εθνικής/διεθνούς εμβέλειας με αντικείμενο την επτανησιακή τέχνη και δημιουργία

(Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, Νοέμβριος 2004, «Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ιονίων Νήσων 2000-2006»).

#### **4.5 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 2000- 2006 ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΞΟΝΑ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 1**

Η βελτίωση της ποιότητας της τουριστικής και των λοιπών παραγωγικών δραστηριοτήτων αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επίτευξη του στρατηγικού στόχου της ΠΠΝ και επιδιώκεται μέσω παρεμβάσεων για:

- Βελτίωση και αναβάθμιση τουριστικών υποδομών της Περιφέρειας όπως τουριστικά λιμάνια, παράκτιοι και λοιποί χώροι τουριστικού ενδιαφέροντος. Ειδικότερα τα πρώτα αποτελούν βάση για την παραπέρα ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού.
- Εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων τουριστικών επιχειρήσεων (ξενοδοχείων και λοιπών τουριστικών καταλυμάτων).
- Αναβάθμιση των πολιτιστικών υποδομών και μνημείων με στόχο την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς σε πόλο έλξης τουρισμού.

- Εκσυγχρονισμό του παραγωγικού δυναμικού και δημιουργία υποδομών εγκατάστασης επιχειρήσεων του δευτερογενή τομέα, καθώς και αξιοποίηση της έρευνας και των νέων τεχνολογιών.

Ειδικότερα, στο πλαίσιο του Άξονα έχουν σχεδιαστεί και υλοποιούνται μεταξύ άλλων τα παρακάτω:

- Μία σημαντική Μαρίνα και τρία τουριστικά λιμάνια,
- Σημαντικές παρεμβάσεις στις παραλίες σε μήκος 16 χλμ.
- Παρεμβάσεις σε θέατρα (3) , μουσεία (1) και αρχαιολογικούς χώρους (10)
- Εκσυγχρονισμός 4.000 ξενοδοχειακών κλινών και 7.000 κλινών τουριστικών καταλυμάτων
- Ενίσχυση 109 μεταποιητικών επιχειρήσεων

(Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, Νοέμβριος 2004, *«Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ιονίων Νήσων 2000-2006»*).

#### **4.6 ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ»**

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» (ΕΠΑΝ) του Υπουργείου Ανάπτυξης, είναι ένα από τα σημαντικότερα προγράμματα του Γ΄ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (2000- 2006) και περιλαμβάνει ένα σύνολο δράσεων με στρατηγικό στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας και την επίτευξη της κοινωνικής και οικονομικής σύγκλισης της Χώρας μας, με τις υπόλοιπες αναπτυγμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το ΕΠΑΝ συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ).

Μέχρι το τέλος του 2007, στο πλαίσιο του ΕΠΑΝ, στο σύνολο της Περιφέρειας των Ιονίων Νήσων, εγκρίθηκαν 1.328 σχέδια επιχειρήσεων, συνολικού προϋπολογισμού 138 εκατ. ευρώ.

Στην Περιφέρεια των Ιονίων Νήσων υποστηρίχθηκαν από το ΕΠΑΝ επιχειρήσεις σε όλους τους κλάδους, εκσυγχρονίστηκαν ποιοτικά τουριστικές και βιομηχανικές υποδομές, ενισχύθηκαν νέοι και γυναίκες επιχειρηματίες και καταρτίστηκαν εργαζόμενοι, άνεργοι και επιχειρηματίες. (Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, Ειδική γραμματεία για την ανταγωνιστικότητα, *Επιχειρησιακό πρόγραμμα , «Ανταγωνιστικότητα»*, Απρίλιος 2008).

### ➤ **Ενίσχυση Επιχειρήσεων**

Σύμφωνα με τα μέχρι στιγμής διαθέσιμα στοιχεία, το Ε.Π.ΑΝ. στήριξε και ενθάρρυνε έμπρακτα την επιχειρηματικότητα παρέχοντας ενισχύσεις σε νέες και υφιστάμενες επιχειρήσεις για την ανάπτυξή τους

(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, Ειδική γραμματεία για την ανταγωνιστικότητα, *Επιχειρησιακό πρόγραμμα , «Ανταγωνιστικότητα»*, Απρίλιος 2008).

### ➤ **Ενίσχυση επιχειρηματικότητας ειδικών ομάδων πληθυσμού**

Πολύ σημαντική είναι η ενίσχυση για έναρξη επιχειρηματικότητας 55 γυναικών, 91 νέων και 9 ατόμων με αναπηρίες. Στον τομέα της έναρξης επιχειρηματικότητας οικογενειών με τρία παιδιά και άνω, καθώς και στους ΡΟΜ εγκρίθηκαν συνολικά 30 προτάσεις.

(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, Ειδική γραμματεία για την ανταγωνιστικότητα, *Επιχειρησιακό πρόγραμμα , «Ανταγωνιστικότητα»*, Απρίλιος 2008).

### ➤ **Ποιοτικός εκσυγχρονισμός της τουριστικής υποδομής**

Αναβαθμίστηκαν 722 καταλύματα, εκσυγχρονίστηκαν 16 μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και επιχειρήσεις camping και ενισχύθηκαν για την υλοποίηση επιχειρηματικών σχεδίων 54 ΜΜΕ όλων των κλάδων του τουριστικού τομέα. Επιπλέον, ιδρύθηκε μια ξενοδοχειακή μονάδα και μια μονάδα ειδικής τουριστικής υποδομής εκσυγχρονίστηκε, ενώ έγιναν παρεμβάσεις ανάδειξης των κάστρων της Κασσιόπης και της Άσσου.

Επίσης, κατασκευάστηκε το αγκυροβόλιο τουριστικών σκαφών στις Μπενίτσες, Νομού Κέρκυρας, δυναμικότητας 96 θέσεων ελλιμενισμού, ένα σημαντικό έργο τουριστικής υποδομής στο Νομό, καθώς προσελκύει μεγάλο αριθμό τουριστικών σκαφών.

Ενισχύθηκαν 37 επιχειρήσεις για τη διάδοση και καθιέρωση της ελληνικής κουζίνας και την ενίσχυση των επιχειρήσεων για την απόκτηση σήματος ΕΟΤ για την ελληνική κουζίνα.

(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, Ειδική γραμματεία για την ανταγωνιστικότητα, *Επιχειρησιακό πρόγραμμα , «Ανταγωνιστικότητα»*, Απρίλιος 2008).

### ➤ **Ιδιωτικές ενεργειακές επενδύσεις**

Παράλληλα, χρηματοδοτήθηκαν 7 έργα εξοικονόμησης ενέργειας, συμπαραγωγής θερμότητας - ηλεκτρισμού και ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (αιολικά πάρκα, μικρά υδροηλεκτρικά, βιομάζα, ηλιακά, φωτοβολταϊκά).

Τα Προγράμματα Κατάρτισης- Μετεκπαίδευσης εργαζομένων, αυτοαπασχολούμενων και

εποχιακά ανέργων εμπειροτεχνών στόχευαν στην ανάπτυξη εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, ικανού να προσφέρει τουριστικές υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, καθώς επίσης και στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού.

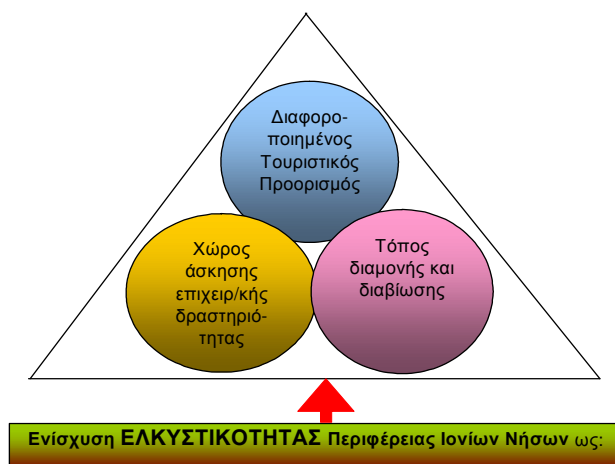
(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, Ειδική γραμματεία για την ανταγωνιστικότητα, *Επιχειρησιακό πρόγραμμα* , «Ανταγωνιστικότητα», Απρίλιος 2008).

#### 4.7 ΠΕΠ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ 2007- 2013

Απώτερος στόχος είναι να καταστεί η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων ένας διεθνής προορισμός με χαρακτηριστικά βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Προϋπόθεση για την επίτευξη του παραπάνω στόχου είναι η βελτίωση και ενίσχυση της ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ της Περιφέρειας, ως προορισμού επισκεπτών, ως χώρου άσκησης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, και ως τόπου διαμονής και διαβίωσης. Οι τρεις αυτές ενότητες – επιμέρους στόχοι δεν είναι εντελώς ανεξάρτητοι μεταξύ τους, αλλά σε σημαντικό βαθμό αλληλο-συμπληρώνονται και αλληλο-καλύπτονται.

(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007).



ΓΡΑΦΗΜΑ 1: Γενικός – ειδικοί στόχοι πολιτικής ΠΕΠ Ιονίων Νήσων 2007-2013

##### 4.7.1. ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η απειλούμενη σήμερα ανταγωνιστικότητα της Περιφέρειας οφείλεται κυρίως στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού ως μη διαφοροποιημένου επί δεκαετίες προϊόντος, τη

στιγμή που νέα πρότυπα τείνουν να επικρατήσουν διεθνώς και αναδύονται συνεχώς νέοι ανταγωνιστές.

Η έως σήμερα πολιτική με κατεύθυνση τη διαφοροποίηση του προϊόντος περιορίστηκε στη δημιουργία υποδομών για την προώθηση του θαλάσσιου τουρισμού (Μαρίνες, τουριστικά αγκυροβόλια).

Προτεραιότητα πλέον αποτελεί η διακριτή προσπάθεια εμπλουτισμού του συνολικού τουριστικού προϊόντος με νέες, εναλλακτικές δυνατότητες προσαρμοσμένες στην τοπική ταυτότητα και ιδιαιτερότητα (θεματικός και εναλλακτικός τουρισμός). Η ποικιλία των δυνατών επιλογών μπορεί να προσφέρει την απαραίτητη ευελιξία, διαφοροποίηση και αναγνωρισιμότητα, παράγοντες που επηρεάζουν την περιφερειακή ανταγωνιστικότητα.

Το φυσικό περιβάλλον με τις ποικίλες εναλλαγές (η χλωρίδα και ιδιαίτερα οι ελαιώνες, τα τοπία, οι ακτές και η θάλασσα, τα οικοσυστήματα), μαζί με το πλούσιο πολιτισμικό απόθεμα, υλικό και άυλο (μνημεία και ιστορικά οικιστικά σύνολα, έθιμα και παραδόσεις, γαστρονομία, πλούσια ιστορία, σύγχρονες μορφές πολιτισμού), αξιοποιούμενα με σύνεση συνθέτουν μια νέα περιφερειακή ταυτότητα και αποτελούν την αναγκαία και ικανή βάση για μια διαφοροποιημένη τουριστική και γενικά τοπική ανάπτυξη. Η έως σήμερα παρεμβάσεις σε μνημεία, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους δεν έχει ενταχθεί σε ένα γενικότερο πλαίσιο πολλαπλής αξιοποίησης.

Η εναλλακτική θεώρηση της τουριστικής οικονομίας (εναλλακτικός τουρισμός), υπό τις επικρατούσες συνθήκες και ορισμένες προϋποθέσεις, όπως η χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών εμπεριέχει στοιχεία καινοτομίας.

Παράλληλα και σε συνδυασμό, η αυξανόμενη ζήτηση για τοπικά, παραδοσιακά, ποιοτικά προϊόντα ευνοεί προσπάθειες ενίσχυσης του αναπροσανατολισμού της τοπικής αγροτικής παραγωγής (γεωργικής, αλιευτικής και κτηνοτροφικής) σε προϊόντα υψηλής ζήτησης και προστιθέμενης αξίας. Η στροφή αυτή παρέχει καθιστά αναγκαία την ενθάρρυνση της διεύρυνσης της παραγωγικής βάσης του δευτερογενή τομέα, με αιχμή τις ΜΜΕ μεταποίησης, τυποποίησης και συσκευασίας τοπικών προϊόντων του πρωτογενή και όχι μόνο τομέα και με κατεύθυνση τόσο την «εσωτερική» όσο και την ευρύτερη αυτής τουριστική αγορά.

Η εμπειρία απέδειξε ότι ο έλεγχος της τουριστικής ανάπτυξης σε ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς ήταν και παραμένει μια δύσκολη υπόθεση. Η έως σήμερα προσπάθεια εστιάζεται μεμονωμένες παρεμβάσεις αναβάθμισης (αναπλάσεις ακτών, πεζοδρομήσεις, αναπλάσεις ορισμένων υπο-περιοχών.) Οι τουριστικές περιοχές, με διαφορετικής έντασης

χαρακτηριστικά, από τις αναπτυσσόμενες τουριστικά έως τις κορεσμένες, αντιμετωπίζουν συνολικότερα προβλήματα, πιέσεις και δυσλειτουργίες που χρήζουν ολοκληρωμένης αντιμετώπισης με ανάπλαση και αναπροσαρμογή της φυσιογνωμίας τους, στα πλαίσια μιας σαφούς ιεράρχησης.

Η οργανωμένη προσπάθεια προβολής και προώθησης των τοπικών προϊόντων (περιλαμβανομένου του εμπλουτισμένου τουριστικού), αλλά και περιοχών και της ίδιας της Περιφέρειας ως σύνολο, συνοδευόμενη από τις αναγκαίες εκθεσιακές υποδομές και εκμεταλλευόμενη τις σύγχρονες τεχνολογίες, αποτελεί απαραίτητο συμπλήρωμα της τοπικής αναπτυξιακής πολιτικής. Η πιστοποίηση των παραγόμενων προϊόντων και των παρεχόμενων υπηρεσιών σε συνδυασμό με τη δυνατότητα ενσωμάτωσης στοιχείων της τοπικής παράδοσης στην παραγωγική διαδικασία, αυξάνει την περιφερειακή προστιθέμενη αξία.

Η λειτουργία Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων στην Περιφέρεια, είναι ένας παράγοντας που δεν έχει στην ουσία αξιοποιηθεί προς όφελος της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας. Η ανάπτυξη των κατάλληλων διασυνδέσεων και γενικά η προώθηση μιας «εξωστρεφούς» πολιτικής μπορεί να καταστήσει το Πανεπιστήμιο πόλο έλξης συναφών δραστηριοτήτων και επισκεπτών, με ενδιαφέροντα σχετιζόμενα ιδιαίτερα με τους τομείς του Πολιτισμού και της Ιστορίας, που συνάδουν με το γενικότερο προφίλ της Περιφέρειας, αλλά και την επιδιωκόμενη διαφοροποίηση της παραγωγικής της βάσης. Σε πρώτη φάση, η προώθηση συνεργασιών μεταξύ τοπικών και δια-περιφερειακών πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών φορέων και των Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων μπορεί να αποφέρει χρήσιμα αποτελέσματα στους τομείς του Πολιτισμού, της ΚτΠ, των βιοκαλλιεργειών κ.ά.

Η υλοποίηση των παραπάνω προϋποθέτει την ύπαρξη του κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού. Η διαφοροποίηση της παραγωγικής βάσης καθιστά αναγκαία την κατάλληλη εξειδίκευση των προσόντων του ενεργού ανθρώπινου δυναμικού και την ενθάρρυνση ανάληψης συγκεκριμένων πρωτοβουλιών για τη δημιουργία απασχόλησης και αυτό-απασχόλησης στους νέους τομείς (εναλλακτικός τουρισμός, νέες τεχνολογίες, πολιτισμός, περιβάλλον κ.ά.). Το μοντέλο των ολοκληρωμένων παρεμβάσεων με τη μορφή των Τοπικών Πρωτοβουλιών Απασχόλησης που περιλαμβάνουν δράσεις Συμβουλευτικής υποστήριξης – Κατάρτισης - Προώθησης στην Απασχόληση είναι το πλέον κατάλληλο για την προώθηση των παραπάνω πολιτικών, χωρίς να αποκλείονται και μεμονωμένου τύπου δράσεις (π.χ. Κατάρτιση εργαζομένων – ανέργων).

Βασικό στοιχείο της ελκυστικότητας ενός προορισμού είναι οι δυνατότητες και ευκολίες προσέγγισης και μετακίνησης. Ο νησιωτικός χαρακτήρας γενικά, δημιουργεί δυσκολίες πρόσβασης και σε αρκετές περιπτώσεις συνθήκες σχετικής απομόνωσης, που μεταφράζονται σε κόστος οικονομικό και χρονικές υστερήσεις και αποτρέπουν τη λειτουργία της Περιφέρειας ως ενιαίο σύνολο. Αποτελεί θετικό παράγοντα το γεγονός της σύμπτωσης των κυριότερων πυλών προσέγγισης τουριστών επισκεπτών με αυτές της μετακίνησης κατοίκων και προϊόντων.

Επιπλέον, λόγω της γεωγραφικής τους θέσης, τα νησιά προσφέρονται για την εξέλιξή τους σε κομβικό σημείο ανάπτυξης σύγχρονων συστημάτων και υποδομών προώθησης της θαλάσσιας ασφάλειας στο ευρύτερο θαλάσσιο χώρο, σε αντιστοιχία με τον ιστορικό τους ρόλο ως ενδιάμεσοι σταθμοί της διεθνούς ναυσιπλοΐας και σε συνδυασμό με την προβλεπόμενη δημιουργία του θαλάσσιου άξονα μεταφορών Αδριατικής – Ιονίου – Μ. Ανατολής, αναβαθμίζοντας το ρόλο τους στο θαλάσσιο χώρο Αδριατικής – Ιονίου, ενδυναμώνοντας με τον τρόπο αυτό την ελκυστικότητά τους ως προορισμός επισκεπτών και χώρος μόνιμης διαβίωσης.

Το νέο, διεθνές και περιφερειακό περιβάλλον, επιβάλλει στα Ιόνια νησιά την ταχεία αλλαγή προσανατολισμού, από την επιμέρους αναφορά κάθε νησιού στην απέναντι ακτή, στην περιφερειακή ολοκλήρωση και τη διεκδίκηση ενός ρόλου, προσδιορισμένου από τη γεωγραφική τους θέση στον άξονα Αδριατικής-Ιονίου.

Η επιδιωκόμενη αναβάθμιση της περιοχής σε διεθνούς εμβέλειας προορισμό βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, περνάει μέσα από την ανάπτυξη τοπικών και ευρύτερων διαπεριφερειακών συνεργασιών σε θέματα που πρωτίστως αφορούν τον τουρισμό, τις μεταφορές, την προστασία του περιβάλλοντος και της κοινής πολιτιστικής κληρονομιάς, την επιχειρηματική συνεργασία, αλλά και την ανταλλαγή εμπειριών σε θέματα αιχμής όπως η πρόληψη και διαχείριση φυσικών κινδύνων, οι καινοτόμες πρωτοβουλίες, οι νέες τεχνολογίες, οι δικτυώσεις και άλλες μορφές πολυμερούς συνεργασίας. Οι πόλεις με την ιδιαίτερη ταυτότητα και τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα είναι σε θέση να συμβάλλουν στην επίτευξη τέτοιων συνεργασιών. (Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007).

#### **4.7.2 ΧΩΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ**

Γενικά, οι περιορισμοί που απορρέουν από το νησιωτικό χαρακτήρα της Περιφέρειας δεν ευνοούν «εκτατικού» τύπου οικονομικές δραστηριότητες, σε μακροπρόθεσμη βάση.

Έτσι, παρόλο που η περιοχή στηριζόμενη κατά κύριο λόγο στην προωθητική δύναμη του τουρισμού κατέστη ένας διεθνώς αναγνωρίσιμος προορισμός, όντας υποχρεωμένη να προσαρμοστεί στις απαιτήσεις του μαζικού τουρισμού, νοιώθει να περιορίζεται η δυναμική της για το μέλλον, ενώ ταυτόχρονα αρχίζει να υφίσταται τις συνέπειες και πιέσεις της «εκτατικού» τύπου ανάπτυξης, τόσο στο οικονομικό όσο και στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον.

Η παραγωγική αυτή μονομέρεια, από κοινού με άλλους παράγοντες που απορρέουν από τη νησιωτικότητα και τους περιορισμούς του χώρου, περιόρισε το ενδιαφέρον αλλά και τις δυνατότητες για τις υπόλοιπες παραγωγικές συνιστώσες, ιδιαίτερα τον πρωτογενή τομέα, οι οποίες παραδοσιακά ασκούσαν έναν σημαντικό συμπληρωματικό ρόλο.

Η έως σήμερα πολιτική στον τομέα του τουρισμού πέρασε από τη φάση της ραγδαίας και χωρίς σχέδιο επέκτασης για την ανταπόκριση από πλευράς ανωδομών στην ταχύτατα αυξανόμενη ζήτηση των προηγούμενων δεκαετιών, στη φάση των βελτιωτικών παρεμβάσεων για τον περιορισμό των αρνητικών συνεπειών. Στο δευτερογενή τομέα το ενδιαφέρον επικεντρώθηκε στον εκσυγχρονισμό υφιστάμενων και τη δημιουργία νέων μικρο-μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων, ιδιαίτερα στη μεταποίηση, ενώ στον πρωτογενή τομέα, παρά τις βελτιωτικές προσπάθειες με υποδομές (αλιευτικά καταφύγια, αρδευτικά, αγροτική οδοποιία) συνεχίζουν να επικρατούν οι παραδοσιακές συνθήκες καλλιέργειας.

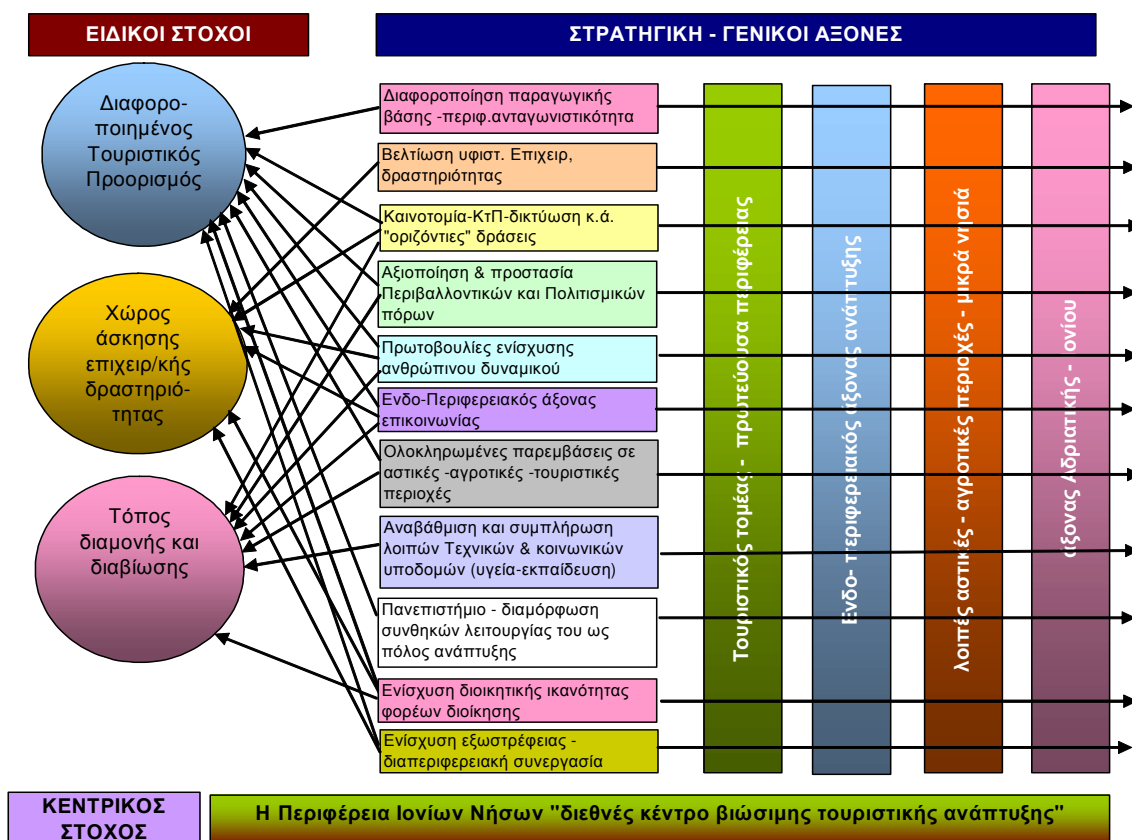
Προτεραιότητα για την υφιστάμενη τουριστική δραστηριότητα αποτελεί η συνέχιση της ποιοτικής αναβάθμισης και του εκσυγχρονισμού του υπάρχοντος επιχειρηματικού δυναμικού, καθώς και η ένταξη του μεγάλου αριθμού καταλυμάτων σε ένα αναβαθμισμένο τουριστικό σύνολο.

Η τουριστική αγορά δημιουργεί ευκαιρίες για την επέκταση των μεταποιητικών κυρίως δραστηριοτήτων που συνδέονται ή κινούνται ανάμεσα από τον πρωτογενή και τον τουριστικό τομέα. Η ενίσχυση των μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων, τόσο για τη δημιουργία, όσο και για τον εκσυγχρονισμό τους, προσφέρει προστιθέμενη αξία και δημιουργεί απασχόληση.

Είναι γνωστό, ότι η έλλειψη ικανότητας για καινοτομία σε περιφερειακό επίπεδο συνδέεται κυρίως με τη βραδύτητα της υιοθέτησης των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ), (3η Έκθεση για την Οικονομική και Κοινωνική Συνοχή της Ε.Ε.). Η υπάρχουσα τηλεπικοινωνιακή υποδομή βάσης για την ανάπτυξη σύγχρονων εφαρμογών καλύπτει κυρίως τις πρωτεύουσες των 4 νομών, όμως υπάρχει προγραμματισμός από πλευράς Ο.Τ.Ε.

για την παραπέρα ανάπτυξή της, αφού θεωρείται ότι θα υπάρξει αυξημένη επιχειρηματική ζήτηση.

«Οριζόντιες» πολιτικές, όπως η προώθηση του τεχνολογικού εκσυγχρονισμού, η δημιουργία διασυνδέσεων καθώς και συνθηκών μεταφοράς και ενθάρρυνσης της εισαγωγής καινοτόμων πρακτικών κυρίως στην παραγωγική και γενικότερα λειτουργική αλυσίδα των επιχειρήσεων, (π.χ. δημιουργία Κέντρου Καινοτομίας, Έρευνας & Επιχειρηματικότητας), στη βάση ενός στρατηγικού σχεδίου για την προώθηση της Καινοτομίας, η προώθηση εφαρμογών που σχετίζονται με τις ΤΠΕ (ευρυζωνικά δίκτυα, κλπ), η ενίσχυση δομών υποστήριξης των ΜΜΕ, καθώς και η προώθηση “ενδο” και “δια”- κλαδικών συνεργασιών με τη συμμετοχή ερευνητικών και πανεπιστημιακών κέντρων, η συμμετοχή σε ευρύτερα δίκτυα, αποτελούν προτεραιότητες που τονώνουν την ανταγωνιστικότητα του παραγωγικού συστήματος, εισάγοντας τη γνώση στον παραγωγικό ιστό. Το φάσμα των πολιτικών αυτών κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικό για το μέλλον της Περιφέρειας, παρά τις σημαντικές δυσκολίες που φαίνεται να συναντάει σε πρώτη τουλάχιστον φάση η πρακτική υιοθέτησή τους.



ΓΡΑΦΗΜΑ 2: Στόχοι, Στρατηγική και Άξονες Πολιτικής 2007-2013

Ο εκσυγχρονισμός των υπαρχουσών επιχειρηματικών δομών προϋποθέτει την αναβάθμιση μέσω της βελτίωσης, των δεξιοτήτων, του εργατικού δυναμικού. Κυρίως μέσω δράσεων συμβουλευτικής υποστήριξης, κατάρτισης εργαζομένων και ανέργων και προώθησης στην απασχόληση σε τομείς όπως ο τουρισμός και οι νέες τεχνολογίες, δημιουργείται το απαραίτητο συμπλήρωμα παρεμβάσεων.

(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007).

#### **4.7.3 ΧΩΡΟΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΒΙΩΣΗΣ**

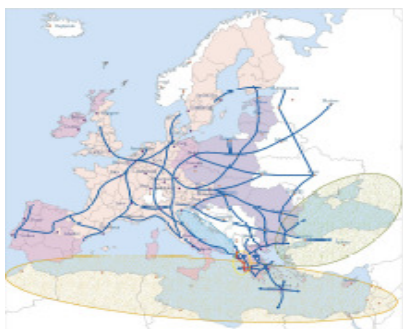
Βιώσιμη ανάπτυξη των νησιών σημαίνει όχι μόνο ανάπτυξη με σεβασμό στις φυσικές και πολιτισμικές ιδιαιτερότητες του κάθε νησιού, αλλά εξασφάλιση των προϋποθέσεων για την κοινωνική ευημερία του νησιωτικού πληθυσμού. Είναι σημαντικό το γεγονός ότι αρκετά ζητήματα που άπτονται της διαβίωσης του τοπικού πληθυσμού, ταυτόχρονα αφορούν και τους επισκέπτες τουρίστες, γεγονός που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη σε κάθε σχεδιασμό.

Το θέμα της προσπελασιμότητας στην περίπτωση των Ιόνιων Νησιών αφορά περισσότερο του ενός επίπεδα. Από τη δυνατότητα πρόσβασης των μικρότερων νησιών στα μεγαλύτερα από τα οποία εξαρτώνται και όλων μαζί στις απέναντι ηπειρωτικές ακτές, στο περισσότερο περίπλοκο ζήτημα της ενδο-περιφερειακής επικοινωνίας που συνήθως απαιτεί το συνδυασμό περισσότερων μέσων και έως την πιο σύνθετη περίπτωση που έχει να κάνει με την «εμπλοκή» της Περιφέρειας στους μεγάλους άξονες μεταφορών, λόγω της γεωγραφικής της θέσης.

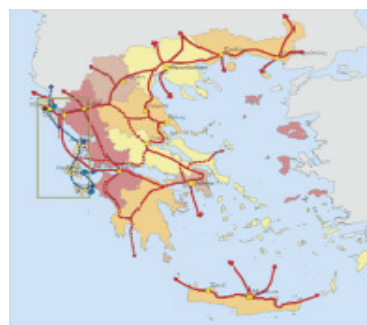
Η έως σήμερα υλοποιούμενη πολιτική μάλλον επικεντρώθηκε στο πρώτο επίπεδο, με τη δημιουργία λιμενικών υποδομών είτε ενδο-νομαρχιακής (μικρά με μεγάλα νησιά) εμβέλειας είτε για τη διασύνδεση με τις απέναντι ηπειρωτικές ακτές. Στις εναέριες μεταφορές επεκτάθηκαν και βελτιώθηκαν αεροδρόμια των 3 νομών (πλην Λευκάδας), ενώ κατασκευάστηκαν ελικοδρόμια στα Μικρά Νησιά, τα οποία μη έχοντας ενταχθεί σε ένα ενιαίο λειτουργικό σύστημα, παραμένουν αναξιοποίητα. Όσον αφορά τις χερσαίες υποδομές μεταφορών, εκ του αποτελέσματος προκύπτει ότι η προσπάθεια εστιάστηκε σε βελτιωτικού χαρακτήρα και τοπικής εμβέλειας παρεμβάσεις, που σε ορισμένες περιπτώσεις παραμένουν ανολοκλήρωτες. Η ενδο-περιφερειακή επικοινωνία εξυπηρετείται βασικά από τους παράλληλους ηπειρωτικούς δρόμους σε συνδυασμό με θαλάσσιες συνδέσεις και το κόστος παραμένει σημαντικό.

Βασική προτεραιότητα για την Περιφέρεια παραμένει η εξασφάλιση ευνοϊκών συνθηκών ενδο-περιφερειακής σύνδεσης και προσέγγισης των αστικών κ.ά. κέντρων , αναγκαίων εκτός των άλλων και για την τόνωση της συνεκτικότητάς της. Η γεωγραφική τοποθέτηση των νησιών σε σειρά από Β προς Ν, ευνοεί τον συνδυασμό χερσαίων (που ταυτόχρονα θα εξυπηρετούν και την ενδο-νομαρχιακή επικοινωνία και τη σύνδεση με τις 4 πρωτεύουσες) και θαλάσσιων αξόνων, που σε συνδυασμό με την σχεδιαζόμενο Δυτικό οδικό Άξονα (Ιόνια Οδό) και τις πρόσφατα ολοκληρωθείσες ζεύξεις Ακτίου και Ρίου θα προσφέρουν εναλλακτικές λύσεις για την ενδο-περιφερειακή κυκλοφορία. Η υλοποίηση της Ιόνιας Οδού και των προσβάσεων από την πλευρά του Ιονίου προς αυτήν, καθώς και η ολοκλήρωση του παραλιακού οδικού άξονα (τμήμα Ηγουμενίτσα-Πρέβεζα), αποτελούν ζωτική προτεραιότητα τόσο για την ενδο-περιφερειακή, όσο και την διαπεριφερειακή σύνδεση με τον υπόλοιπο ελλαδικό χώρο. Επιπλέον, ο σχεδιαζόμενος θαλάσσιος άξονας Αδριατικής-Ιονίου -Κύπρου και η ολοκλήρωση της Εγνατίας οδού θα βελτιώσουν τις συνθήκες και θα αυξήσουν την κυκλοφορία στην περιοχή.

(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007).



**ΧΑΡΤΗΣ 1:** Η θέση της Π.Ι.Ν. στον ευρύτερο Ευρωπαϊκό χώρο



**ΧΑΡΤΗΣ 2:** Η θέση της Π.Ι.Ν. στον Ελλαδικό χώρο

#### **4.8 ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ**

Η εξειδίκευση της Αναπτυξιακής Στρατηγικής είναι συνυφασμένη με το πρότυπο ανάπτυξης που αρμόζει στη συγκεκριμένη περίπτωση, που αφενός θα προωθεί την εξωστρέφεια μέσω δυναμικών πόλων ευρύτερης επιρροής, αφετέρου δε θα αξιοποιεί όλα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα σε χωρικό κυρίως επίπεδο («εσωτερικές» μικρο-περιφέρειες με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά), με στόχο μια ολοκληρωμένη και

ισόρροπη κατά το δυνατόν ανάπτυξη και θα βασίζεται στα δεδομένα της νέας γεωγραφίας (μείωση χρόνου μεταφοράς, βελτίωση προσπελασιμότητας κ.ά.), στην ενσωμάτωση «εξωτερικών» οικονομιών (νέες τεχνολογίες και καινοτομία κ.ά.), στην ανάπτυξη νέων προωθητικών δραστηριοτήτων (ειδικές μορφές τουρισμού κ.ά.) και πρώτα από όλα στην εξασφάλιση συνθηκών αειφορίας. Πρόκειται ουσιαστικά για την υιοθέτηση μιας σύνθετης πολιτικής συνδυασμένης πολιτικότητας και ολοκληρωμένης τοπικής ανάπτυξης με χαρακτηριστικά αειφορίας.

Κατόπιν αυτών, ο βασικός αναπτυξιακός και συνάμα στρατηγικός στόχος της Περιφέρειας Ιόνιων Νησιών εξειδικεύεται στους παρακάτω γενικούς και ειδικότερους στόχους, η επίτευξη των οποίων προϋποθέτει τη συνδυασμένη αξιοποίηση περιφερειακών και τομεακών μέσων και πόρων. (Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007).

#### **A. Ανάπτυξη ενεργητικού ρόλου στον ευρύτερο χώρο Αδριατικής & Ιονίου για την εδραίωση της κεντρικότητας**

- Ο γενικός αυτός στόχος που κατεξοχήν εκφράζει την προσπάθεια εξωστρέφειας της Περιφέρειας, θα επιδιωχθεί να υλοποιηθεί εξολοκλήρου στο πλαίσιο της «εδαφικής συνεργασίας» (διασυνοριακά-διακρατικά-διαπεριφερειακά προγράμματα).

#### **B. Διαφοροποίηση και ποιοτική αναβάθμιση του παραγωγικού συστήματος για την ενίσχυση της Περιφερειακής Ανταγωνιστικότητας.**

- Βελτίωση και εμπλουτισμός του συνολικού τουριστικού προϊόντος με νέες και εναλλακτικές δυνατότητες προσαρμοσμένες στην τοπική ταυτότητα και ιδιαιτερότητα, ιδίως μέσω της ήπιας αξιοποίησης των φυσικών και πολιτισμικών πόρων και αποθεμάτων (συνδυασμός δράσεων ΠΕΠ και ΤΕΠ).
- Ενίσχυση και υποστήριξη του αναπροσανατολισμού της τοπικής αγροτικής και αλιευτικής δραστηριότητας (μέσω ΕΣΣΑΑ και ΕΣΣΑΑΛ), καθώς και συνέχιση του εκσυγχρονισμού και της υποστήριξης του υφιστάμενου παραγωγικού συστήματος με οριζόντιες δράσεις (μέσω ΤΕΠ).
- Οργανωμένη προσπάθεια αναβάθμισης, πιστοποίησης, τυποποίησης αλλά και προβολής -προώθησης τοπικών προϊόντων, υπηρεσιών και περιοχών, αλλά και της ίδιας της Περιφέρειας ως σύνολο (μέσω ΠΕΠ).
- Διασφάλιση των προϋποθέσεων υποστήριξης της επιδιωκόμενης βελτίωσης και

διαφοροποίησης του τοπικού παραγωγικού συστήματος, μέσω της ενίσχυσης των προσόντων και των δεξιοτήτων του ενεργού ανθρώπινου δυναμικού και γενικά τη διευκόλυνση της ισότιμης πρόσβασης στην απασχόληση (κυρίως μέσω ΤΕΠ), καθώς και την αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού-δομών στην δημόσια διοίκηση (μέσω ΤΕΠ).

- Τόνωση της ανταγωνιστικότητας της Περιφέρειας με την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών και της καινοτομίας στην παραγωγική διαδικασία (συνδυασμός δράσεων ΠΕΠ και ΤΕΠ), καθώς και η δημιουργία δομών και η ενίσχυση δραστηριοτήτων έρευνας και μεταφοράς τεχνογνωσίας (μέσω ΤΕΠ).

#### Γ. Βελτίωση της ποιότητας ζωής και διαφύλαξη του περιβαλλοντικού πόρου για την τόνωση της περιφερειακής ελκυστικότητας.

- Βελτίωση της αποδοτικότητας της εκπαίδευσης μέσω της συμπλήρωσης και ολοκλήρωσης των σχετικών υποδομών σε όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης συμπεριλαμβανομένης της δια βίου μάθησης και της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης και της συνέχισης των απαιτούμενων παρεμβάσεων για τον σύγχρονο εργαστηριακό και τεχνολογικό εξοπλισμό τους (κυρίως μέσω ΠΕΠ) και οριζόντιες δράσεις (μέσω ΤΕΠ)
- Διασφάλιση ασφαλούς περιβάλλοντος διαμονής και διαβίωσης ιδιαίτερα δε των γυναικών και των ευπαθών κοινωνικών ομάδων, μέσω της βελτίωσης των υποδομών υγείας και της συμπλήρωσης των υποδομών πρόνοιας (μέσω ΠΕΠ), καθώς και της ενίσχυσης της λειτουργίας δομών που αφορούν ευπαθείς κοινωνικές ομάδες (μέσω ΠΕΠ και ΤΕΠ).
- Προστασία και διαφύλαξη του περιβαλλοντικού πόρου μέσω της βιώσιμης διαχείρισης των υδάτινων πόρων, των στερεών απορριμμάτων και υγρών αποβλήτων (συνδυασμός δράσεων ΠΕΠ και ΤΕΠ), καθώς και της πρόληψης περιβαλλοντικών κινδύνων (κυρίως μέσω ΤΕΠ)
- Διασφάλιση ενεργειακής επάρκειας και προώθηση φυλικών προς το περιβάλλον μορφών και τεχνικών εξοικονόμησης ενέργειας, καθώς και δράσεις αντιμετώπισης των κλιματικών αλλαγών (μέσω ΤΕΠ)
- Χωροταξικός και πολεοδομικός σχεδιασμός τοπικής κλίμακας (κυρίως μέσω ΠΕΠ)
- Αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στην κατεύθυνση της παροχής αναβαθμισμένων υπηρεσιών προς τον πολίτη και γενικότερα βελτίωση της διοικητικής ικανότητας σε θέματα ποιότητας ζωής (μέσω ΤΕΠ)

Δ. Βελτίωση της γενικής προσπελασιμότητας για την ενίσχυση της περιφερειακής συνοχής και ανταγωνιστικότητας

- Δημιουργία και λειτουργία ενός ασφαλούς, γρήγορου και άνετου ενδοπεριφερειακού άξονα με συνδυασμό των συστημάτων μεταφοράς, που θα ενισχύει την «εξωτερική» και «εσωτερική» προσπελασιμότητά της, εντάσσοντας τα (προς βελτίωση) αεροδρόμια - λιμάνια - βασικό οδικό δίκτυο, σε ένα ενιαίο πλαίσιο (συνδυασμός δράσεων ΠΕΠ και ΤΕΠ)

Ε. Προώθηση της «πολικής» και «ενδογενούς» τοπικής ανάπτυξης για την ενίσχυση του δυναμισμού και τη βελτίωση της χωρικής συνοχής της Περιφέρειας.

- Ενίσχυση της ελκυστικότητας πόλεων, παράκτιων ζωνών, της ενδοχώρας και των Μικρών Νησιών μέσω της εφαρμογής προγραμμάτων ολοκληρωμένης προσέγγισης και ανάπτυξης με περιβαλλοντική και λειτουργική διάσταση, στα πλαίσια μιας σαφούς ιεράρχησης των χωρικών προτεραιοτήτων (μέσω ΠΕΠ και συμπληρωματικά μέσω ΤΕΠ, καθώς και ΕΣΣΑΑ - ΕΣΣΑΑΛ για την αγροτική ενδοχώρα και τα Μικρά Νησιά)

(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007).

**4.9. ΈΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ (Ε&Α), ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ (ΚτΠ)**

Στις σύγχρονες συνθήκες, η τόνωση της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας συνδέεται άμεσα και καθοριστικά με τη διαφοροποίηση, την ποιότητα και την αναζήτηση διακριτού ρόλου, γεγονός που υπό τις παρούσες συνθήκες θα πρέπει να βαδίζει παράλληλα με τον περιορισμό των αρνητικών φαινομένων από τις έως σήμερα διαμορφούμενες τάσεις. Στόχος του περιφερειακού προγραμματισμού και σημαντική μεσοπρόθεσμη προτεραιότητα αποτελούν:

«αφενός η προσπάθεια εμπλουτισμού του συνολικού και ιδιαίτερα τουριστικού προϊόντος με νέες και εναλλακτικές δυνατότητες προσαρμοσμένες στην τοπική ταυτότητα και ιδιαιτερότητα, που μπορούν να προσφέρουν την απαραίτητη ευελιξία, διαφοροποίηση και αναγνωρισιμότητα, αφετέρου δε και συμπληρωματικά, η συνέχιση της προσπάθειας ποιοτικής αναβάθμισης και εκσυγχρονισμού του υφιστάμενου παραγωγικού δυναμικού».

**Ειδικοί Στόχοι:**

- Η ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας με την προώθηση ειδικών

μορφών τουρισμού, την ποιοτική της αναβάθμιση , την ενσωμάτωση προτύπων ποιότητας και γενικά την λελογισμένη επέκταση και τον εκσυγχρονισμό της

- Η ενίσχυση των επιχειρήσεων για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών
- Η ενθάρρυνση για την ενσωμάτωση καινοτόμων πρακτικών και αντιλήψεων στην επιχειρηματική δραστηριότητα
- Ο εμπλουτισμός παρεμβάσεων ολοκληρωμένου χαρακτήρα για την υποστήριξη της χωρικής συνοχής

Ειδικότερα όσον αφορά τον τομέα του τουρισμού:

α. όπως εκτενώς περιγράφεται παραπάνω, η συνολική στρατηγική της Περιφέρειας εστιάζει στην ενίσχυση του τομέα αυτού, ενώ και οι υπόλοιποι τομείς δρούν υποστηρικτικά στην κατεύθυνση υλοποίησης του αναπτυξιακού οράματος (προορισμός βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης).

β. η τόνωση της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας επιχειρείται κυρίως με την ποιοτική αναβάθμιση και τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, που αναμένεται να επιτευχθεί μέσω:

- της ποιοτικής αναβάθμισης του τουριστικού επιχειρηματικού δυναμικού (εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων και πιστοποίηση προσαρμογή στη βάση τοπικών ή άλλων προτύπων ποιότητας),
- της διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, μέσω της προώθησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ειδικές μορφές τουρισμού, αλλά και της δημιουργίας της αναγκαίας βάσης υποδομής για ειδικές μορφές τουρισμού
- της καινοτόμου προσέγγισης για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και της διευρυμένης χρήσης των νέων τεχνολογιών (με εστίαση στη διάχυση «καλών πρακτικών» από την έως σήμερα εμπειρία της Περιφέρειας σε θέματα καινοτομίας, καθώς και στην αναζήτηση πρόσθετων καινοτόμων δράσεων για την αναβάθμιση κυρίως των τουριστικών υπηρεσιών)
- της χωρικής προσέγγισης με την προώθηση ολοκληρωμένων παρεμβάσεων πιλοτικού χαρακτήρα στον τουριστικά αναπτυγμένο παράκτιο χώρο για την ανάσχεση των αρνητικών επιπτώσεων και την αναβάθμισή του.

γ. το ως άνω πλαίσιο περιφερειακής στρατηγικής για τον τουρισμό, συνάδει πλήρως με την εθνική στρατηγική για τον τομέα (ΕΣΠΑ και Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού 2004- 2010) και ενώ δρα συμπληρωματικά στην υλοποίηση του τομεακού Πρόγραμμα (ΤΕΠ) «Ανταγωνιστικότητα & Επιχειρηματικότητα», με

οριζόντιες δράσεις επέκτασης, διεύρυνσης, αναβάθμισης και διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος (ενίσχυση επιχειρηματικότητας, δημιουργία υποδομών, προβολή)

#### **4.10 ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ**

##### **4.10.1 ΓΕΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ**

Βιώσιμη ανάπτυξη είναι η ανάπτυξη με σεβασμό στις φυσικές και πολιτισμικές ιδιαιτερότητες, που εξασφαλίζει τις προϋποθέσεις για την κοινωνική ευημερία του τοπικού πληθυσμού. Απαραίτητο δε συστατικό της είναι η διασφάλιση μιας χωρικής ισορροπίας ανάμεσα σε βασικές κατηγορίες περιοχών με ιδιαιτερότητες και χαρακτηριστικά προβληματικότητας και δυναμισμού.

Τα Ιόνια Νησιά λόγω των ιδιαίτερων κλιματολογικών τους συνθηκών περιλαμβάνουν σημαντικά και ενδιαφέροντα φυσικά οικοσυστήματα και τοπία ιδιαίτερου κάλλους, καθώς και αξιόλογα στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς, που μέσω μιας ορθολογικής και ήπιας τουριστικής αξιοποίησής τους είναι δυνατόν να επιφέρουν πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα.

Στον τομέα της περιβαλλοντικής προστασίας, η αντιμετώπιση της διαχείρισης των απορριμμάτων αναγκαστικά, γίνεται σε επίπεδο νομού και στη λογική αυτή κινείται ο περιφερειακός σχεδιασμός. Ειδικότερα, ο Σχεδιασμός αυτός (ΠΕΣΔΑ) προβλέπει την αναγκαία συμπλήρωση με ΧΥΤΑ, ΣΜΑ, καθώς και την αξιοποίηση ανακυκλώσιμων υλικών. Όσον δε αφορά την επεξεργασία των υγρών αποβλήτων, ήδη καλύπτονται οι επιτακτικές υποχρεώσεις για δευτεροβάθμια βιολογική επεξεργασία, χωρίς βεβαίως να έχει εκλείψει το πρόβλημα. Η νησιωτικότητα δημιουργεί ποικίλους ποσοτικούς και ποιοτικούς περιορισμούς στους υδάτινους πόρους, ενώ το ζήτημα της διαχείρισής τους υπό αυτές τις συνθήκες αποκτάει ιδιαίτερη σημασία. Τέλος, το πλούσιο περιβάλλον και η γενικότερη γεωομορφολογική συγκρότηση δημιουργούν την ανάγκη πρόληψης και προστασίας από σχετικούς κινδύνους.

Οι κοινωνικές υποδομές και οι συναφείς προσφερόμενες υπηρεσίες, αποτελούν σημαντικό παράγοντα συγκράτησης και έλξης για την ανθρώπινη διαβίωση και δραστηριότητα. Οι Νομοί της Περιφέρειας καλύπτονται υγειονομικά από νοσοκομειακές υποδομές που έχουν γενικά ικανοποιητική διασπορά και χωροθέτηση, εικόνα που διαφοροποιείται έντονα κατά την τουριστική περίοδο, οπότε η πληρότητα αγγίζει τα μέγιστα όρια.

Όμως, πέραν από την οικονομική και κοινωνική, η χωρική διάσταση αποκτάει ιδιαίτερο ενδιαφέρον γιατί στην ουσία εμπεριέχει διαφόρους τύπους δυνατοτήτων και ανισοτήτων.

Έτσι, η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και ελκυστικότητας των πόλεων και των τουριστικών κέντρων, οφείλει να έχει ως απαραίτητο συμπλήρωμα μια νέα σχέση πόλεως-υπαίθρου, με κατεύθυνση τη διαφοροποίηση και γενικά την αναβάθμιση της ενδοχώρας, ιδιαίτερα δε των μειονεκτικών και απομονωμένων περιοχών.

Η έως σήμερα πολιτική, παρότι στη στόχευσή της (ιδιαίτερα κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο) εμπεριέχει το στοιχείο της διασύνδεσης της τουριστικής ανάπτυξης με την αξιοποίηση των περιβαλλοντικών (οικοσυστήματα) και πολιτιστικών πόρων (κληρονομιά, σύγχρονος πολιτισμός), δεν έχει διασφαλίσει την αναγκαία διαλειτουργικότητα και την αξιοποίησή τους σε ένα ενιαίο πλαίσιο. Πέραν αυτού, έχει αποφέρει ορισμένες σημαντικές παρεμβάσεις στον τομέα των περιβαλλοντικών υποδομών. Στον τομέα της υγείας οι παρεμβάσεις που έχουν ξεκινήσει, δεν έχουν επί σειρά ετών ολοκληρωθεί, ενώ όσον αφορά την εκπαίδευση, έχουν καταβληθεί σημαντικές προσπάθειες συμπλήρωσης και ανανέωσης των σχολικών υποδομών, χωρίς όμως να έχουν καλυφθεί οι ανάγκες. Τέλος, όσον αφορά τη χωρική διάσταση, για πρώτη φορά κατά την προγραμματική περίοδο 2000- 2006 υλοποιούνται πιλοτικού χαρακτήρα προγράμματα ολοκληρωμένης παρέμβασης και χωρικής προσέγγισης για τις αστικές περιοχές και την ενδοχώρα. Τέλος, χωρίς την διάσταση μιας συνεκτικής παρέμβασης, επιχειρείται μια πολύπλευρη και διακριτή προσπάθεια στήριξης των Μικρών Νησιών.

(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007).

#### **4.10.2 ΣΤΟΧΟΙ ΜΕΤΡΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Συνήθως ο νησιωτικός χώρος χαρακτηρίζεται από στενότητα φυσικών και άλλων πόρων, όμως αρκετές φορές ο περιορισμός αυτός συνοδεύεται από μοναδικότητα και ποικιλία, στοιχεία που συνδυαζόμενα με μια λελογισμένη προσπάθεια αξιοποίησης, μετατρέπουν την έλλειψη σε ευκαιρία και πλεονέκτημα. Παράλληλα όμως, στα νησιά περισσότερο από ότι αλλού, η ένταση της οικονομικής δραστηριότητας συνοδεύεται από πιέσεις ή τάσεις υποβάθμισης του περιβάλλοντος και φθοράς της φυσικής κληρονομιάς, στη δε περίπτωση της έντονης τουριστικής ανάπτυξης και από κινδύνους αλλοίωσης της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας.

Η ανεπάρκεια (ποιοτική ή/και ποσοτική) των κοινωνικών υποδομών (υγείας, πρόνοιας, εκπαίδευσης κλπ) και της προσφοράς των συναφών υπηρεσιών αποτελεί λόγο εγκατάλειψης, ή έστω εσωτερικής μετακίνησης προς το πλησιέστερο αστικό κέντρο.

Γενικά η εγκατάσταση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, υποδομών και υπηρεσιών επηρεάζει τη δομή και λειτουργία του χώρου και η συγκέντρωση ορισμένων χαρακτηριστικών και λειτουργιών προσδιορίζει τύπους ανάπτυξης. Ταυτόχρονα η χωρίς μέριμνα εξέλιξη των ζητημάτων που άπτονται του χώρου οδηγεί σε εκτροπές και δημιουργεί ανισότητες που προστίθενται στις οικονομικές και κοινωνικές.

Στόχος του περιφερειακού προγραμματισμού και σημαντική μεσοπρόθεσμη προτεραιότητα αποτελεί:

*«αφενός η ανάδειξη και η συνετή αξιοποίηση τόσο του φυσικού περιβάλλοντος με τις ποικίλες εναλλαγές, όσο και σε συνδυασμό με το πλούσιο πολιτισμικό απόθεμα, υλικό και άυλο, ώστε να αποτελέσουν την αναγκαία και ικανή βάση για μια διαφοροποιημένη τοπική ανάπτυξη και αφετέρου η διασφάλιση υψηλού επιπέδου κοινωνικών υπηρεσιών και περιβαλλοντικής προστασίας, στοιχείων που συμβάλλουν αποφασιστικά στη βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης και ευημερίας, όλα αυτά σε συνδυασμό με την δημιουργία των προϋποθέσεων για μια νέα, δυναμική και μη ανταγωνιστική σχέση πόλεων και ενδοχώρας, που να διασφαλίζει την αξιοποίηση του χώρου ως αναπτυξιακού πόρου».*

Επιμέρους ειδικοί στόχοι είναι:

- Δημιουργία της απαραίτητης (**περιβαλλοντικής, πολιτιστικής κ.ά.**) βάσης για την προώθηση της διαφοροποίησης του περιφερειακού συστήματος, με την ανάπτυξη ήπιων, εναλλακτικών και ποιοτικών δραστηριοτήτων
- Προώθηση του **χωρικού σχεδιασμού**
- Προώθηση της **προστασίας του φυσικού** κυρίως **περιβάλλοντος**
- Ποιοτική και ποσοτική βελτίωση των **κοινωνικών υποδομών** (εκπαίδευσης και υγείας-πρόνοιας), μέσω των οποίων παρέχονται οι αντίστοιχες υπηρεσίες
- Η βελτίωση της διαβίωσης ευπαθών κοινωνικών ομάδων για την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και την καταπολέμηση της φτώχειας
- Υλοποίηση **παρεμβάσεων ολοκληρωμένου χαρακτήρα** για την υποστήριξη της χωρικής συνοχής

(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007).

#### **4.10.3 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΩΝ:**

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων θα πρέπει να υλοποιηθούν παρεμβάσεις οι

οποίες θα λειτουργήσουν συμπληρωματικά προς τις βασικές παρεμβάσεις που θα προωθηθούν από τα αντίστοιχα Τομεακά και άλλα Προγράμματα.

Ειδικότερα, όσον αφορά:

#### **A. Τουρισμό– Πολιτισμό**

- Προώθηση σχεδίων προστασίας, ανάδειξης και ήπιας αξιοποίησης περιοχών που χαρακτηρίζονται για τη μοναδικότητά τους ως οικοσυστήματα, τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και γενικά ως στοιχεία της φυσικής κληρονομιάς, περιλαμβανομένου του αγροτικού τοπίου
- Παρεμβάσεις σε περιοχές NATURA ή εθνικώς προστατευόμενες περιοχές οι οποίες ΔΕΝ υπόκεινται σε διαχείριση από Φορέα Διαχείρισης ή άλλο οργανωτικό σχήμα διαχείρισης ή σε περιοχές ιδιαίτερου οικολογικού ενδιαφέροντος που δεν υπόκεινται στις προηγούμενες κατηγορίες, αλλά εμπίπτουν στην περιοχή δικαιοδοσίας τους, συμπεριλαμβανομένης της ενημέρωσης-ευαισθητοποίησης σε τοπικό επίπεδο
- Ανάδειξη κυρίως της πολιτιστικής (μνημειακής, αρχαιακής και άυλης) κληρονομιάς με την προώθηση σχεδίων διατήρησης, προστασίας και ήπιας αξιοποίησής της και συμπληρωματικά, ανάδειξη του σύγχρονου τοπικού πολιτισμού (υλικού και άυλου) βασικά μέσω της υποστήριξης της καθιέρωσης σημαντικών πολιτιστικών γεγονότων με αντικείμενο την επτανησιακή τέχνη και δημιουργία, των καθιερωμένων πολιτιστικών συνόλων συμπεριλαμβανομένης της συμπλήρωσης της πολιτιστικής υποδομής.
- Συνδυασμένη και εξειδικευμένη προβολή και δικτύωση<sup>18</sup>, διασφάλιση συνθηκών εύκολης πρόσβασης και επισκεψιμότητας και οργάνωση θεματικών διαδρομών, με σκοπό την αξιοποίησή της περιβαλλοντικής και πολιτιστικής κληρονομιάς
- Λοιπές δράσεις για τη βελτίωση τουριστικών και πολιτιστικών υπηρεσιών

#### **B. Περιβαλλοντική προστασία**

Λειτουργική ολοκλήρωση των δράσεων του Γ' Π.Ε.Π. ώστε να αποδώσουν τα αναμενόμενα αποτελέσματα για τα οποία σχεδιάστηκαν

- Ολοκλήρωση και συμπλήρωση περιβαλλοντικών υποδομών αποχέτευσης και επεξεργασίας υγρών αποβλήτων, με προτεραιότητα στις παράκτιες τουριστικές περιοχές και λοιπά σημαντικά κέντρα της ενδοχώρας, που δεν εμπίπτουν στην προτεραιότητα -Γ- και γενικά στις προτεραιότητες της Οδηγίας 91/271

- Υλοποίηση του περιφερειακού σχεδιασμού διαχείρισης των στερεών αποβλήτων, με τη συμπλήρωση των υποδομών σε ΧΥΤΑ και σταθμούς μεταφόρτωσης για την εξυπηρέτηση των απομακρυσμένων περιοχών, σε συνδυασμό με την περιβαλλοντική αποκατάσταση ΧΑΔΑ και δράσεις ευαισθητοποίησης-ενημέρωσης του κοινού σε τοπικό επίπεδο
- Εμπλουτισμός και βελτίωση υδάτων για ύδρευση, ολοκλήρωση και εκσυγχρονισμός των δικτύων άντλησης και διανομής πόσιμου νερού, με προτεραιότητα στις περιοχές που αντιμετωπίζουν αυξημένα προβλήματα
- Δράσεις για την πρόληψη και προστασία από κινδύνους που αφορούν το γενικότερο περιβάλλον
- Χωροταξικός και πολεοδομικός σχεδιασμός τοπικής κλίμακας

(Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007).

#### **4.10.4 ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ:**

Η υλοποίηση των προβλεπόμενων παρεμβάσεων αναμένεται να έχει θετικά αποτελέσματα και πιθανόν ορισμένες αρνητικές συνέπειες.

##### Ειδικότερα:

- η δημιουργία βάσης για τον εμπλουτισμό και τη διαφοροποίηση του τοπικού παραγωγικού συστήματος, θα συμβάλλει γενικά στην τόνωση της τοπικής οικονομίας και στη δημιουργία νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, με συνέπεια την ενίσχυση της οικονομικής συνοχής.
- Η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος από τις πιέσεις των ανθρωπογενών δραστηριοτήτων αφενός δημιουργεί ένα αναβαθμισμένο περιβάλλον για την επιχειρηματική δραστηριότητα και αφετέρου συμβάλλει στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των μόνιμων κατοίκων και επισκεπτών.
- Η βελτίωση των κοινωνικών υποδομών συμβάλλει στην αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και στην άρση των συνθηκών αποκλεισμού ευπαθών κοινωνικών ομάδων και έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός περιεκτικού και ασφαλούς κοινωνικού χώρου.
- Σε χωρικό επίπεδο, η προώθηση πολύπλευρων παρεμβάσεων που αφορούν είτε τους δυναμικούς πόλους (αστικούς και τουριστικούς) είτε το ενδογενές τοπικό δυναμικό

(αγροτική ενδοχώρα, μικρά νησιά) συμβάλλει στην εδαφική συνοχή της Περιφέρειας, δημιουργώντας προϋποθέσεις άρσης μειονεκτικών χαρακτηριστικών και αξιοποίησης του τοπικού δυναμισμού.

Ως πιθανές αρνητικές συνέπειες και εφόσον δεν ληφθούν οι αναγκαίες πρόνοιες, μπορεί μεταξύ άλλων να είναι : Η ένταση των «εσωτερικών» χωρικών ανισορροπιών, εφόσον η ενίσχυση της πολικότητας (δυναμικοί τομείς της οικονομίας, άξονας Β-Ν, αστικά και τουριστικά κέντρα) αποβεί δυσανάλογη με την προσπάθεια ενδογενούς ανάπτυξης και χωρικής διάχυσης των ωφελειών (εναλλακτικές δραστηριότητες, ενδοχώρα, μικρά νησιά). (Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007).

#### **4.11 ΕΠΑΝ Π**

Στο νέο Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» (ΕΠΑΝ Π), του Υπουργείου Ανάπτυξης, της Προγραμματικής Περιόδου 2007- 2013, έχουμε δράσεις ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, της καινοτομίας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων και ολοκλήρωσης του ενεργειακού συστήματος της Χώρας, με κεντρικό αναπτυξιακό στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

Ο κεντρικός αναπτυξιακός στόχος εξειδικεύεται σε τρεις στρατηγικούς στόχους:

- την επιτάχυνση της μετάβασης στην οικονομία της γνώσης,
- την ανάπτυξη υγιούς και αειφόρου επιχειρηματικότητας και τη διασφάλιση των φυσικών, και οργανωτικών προϋποθέσεων που την εξυπηρετούν και
- την ενίσχυση της ελκυστικότητας της Ελλάδας ως τόπου ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, με σεβασμό στο περιβάλλον και την αειφορία.

##### **4.11.1 ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΠΑΝ Π**

- **Η δημιουργία και αξιοποίηση της καινοτομίας, υποστηριζόμενης από έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη.** Προκειμένου να ενισχυθεί η Έρευνα, η Τεχνολογία και η Καινοτομία θα δημιουργηθούν Εθνικοί Πόλοι Έρευνας & Ανάπτυξης, Περιφερειακοί Πόλοι Καινοτομίας και καινοτομικοί συνεργατικοί σχηματισμοί (clusters) σε πεδία αιχμής, δίκτυα ΜΜΕ και φορέων παροχής τεχνολογικών υπηρεσιών. Θα υποστηριχθούν επιχειρήσεις υψηλής έντασης γνώσης, καθώς και συνεργασίες παραγωγικών και Ερευνητικών & Τεχνολογικών φορέων.

- **Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας.** Θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, στον τομέα της μεταποίησης, του τουρισμού, του εμπορίου, του πολιτισμού, καθώς και ειδικών ομάδων πληθυσμού, όπως νέοι, γυναίκες, κ.α. Τελικός στόχος είναι η παραγωγική αναβάθμιση της Περιφέρειας και της Χώρας με προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας, με ποιότητα, περιβαλλοντική ευαισθησία, ενσωμάτωση γνώσης και καινοτομία, που θα είναι ανταγωνιστικά στις διεθνείς αγορές.
- **Η βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.** Προωθείται η υποστήριξη του θεσμικού περιβάλλοντος για τις επιχειρήσεις, μέσω της αναβάθμισης και απλούστευσης του κανονιστικού πλαισίου, της ανάπτυξης ενός ενιαίου και δικτυακού συστήματος δομών στήριξης τους και της δημιουργίας θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων. Παράλληλα, προωθείται η συμπλήρωση και αναβάθμιση υποδομών για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα και η αξιοποίηση του φυσικού και πολιτιστικού αποθέματος. Τέλος, μέσω του ΕΠΑΝ II ενισχύονται δράσεις για την προστασία του καταναλωτή και τη βελτίωση των μηχανισμών εποπτείας της αγοράς κ.α.
- **Η ολοκλήρωση του ενεργειακού συστήματος της Χώρας.** Βασική επιδίωξη αποτελεί η εξασφάλιση του ενεργειακού εφοδιασμού της Χώρας μέσω της προώθησης της χρήσης φυσικού αερίου, της ολοκλήρωσης και του εκσυγχρονισμού του ηλεκτρικού δικτύου της Χώρας, της διείσδυσης των ανανεώσιμων πηγών για την εξοικονόμηση ενέργειας και της ορθολογικής διαχείρισης των φυσικών πόρων.

Στις προτεραιότητες του ΕΠΑΝ II συγκαταλέγεται και η αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού, υλοποιώντας προγράμματα κατάρτισης επιχειρηματιών, εργαζομένων, ερευνητών, καθώς και απασχολούμενων στον τουριστικό τομέα.

Η Περιφέρεια των Ιονίων Νήσων διαθέτει τα εχέγγυα, ώστε να έχει μία σημαντική συμμετοχή στο νέο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα». (Υπουργείο Ανάπτυξης, ειδική γραμματεία για την Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα», Απρίλιος 2008 Περιφέρεια Ιονίων Νήσων)

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΖΑΚΥΝΘΟΥ**

### **5.1 ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ**

Ο **Νομός Ζακύνθου** περιλαμβάνει το νησί της Ζακύνθου, τις Νησίδες Στροφάδια (2.531 τετραγωνικά χιλιόμετρα) και τα Νησιά Πελούζο και Μαραθωνήσι (0.989 τετραγωνικά χιλιόμετρα) και είναι ο τρίτος σε έκταση και ο νοτιότερος από τους τέσσερις Νομούς της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων (Π.Ι.Ν.) με 405.600 τ.μ. που αντιστοιχεί στο 17,58% της έκτασης της ΠΙΝ και στο 0,31% της έκτασης της χώρας, ενώ το μήκος του είναι περίπου 125 χμ.

Ο Τουρισμός αποτελεί σήμερα δυναμικό οικονομικό τομέα και θεμελιώδη παράγοντα για την Οικονομία του Νησιού.

Από την ανάλυση των στοιχείων τουριστικής ανάπτυξης της Ζακύνθου κατά τη δεκαετία του '90 προκύπτει ότι:

- α) Υπερδιπλασιάστηκαν οι κλίνες σε ξενοδοχειακά καταλύματα. Το 1990 ήταν 6,428 κλίνες ενώ το 1999 ήταν 14,421 κλίνες.
- β) Οι δ ανυκτερεύσεις αλλοδαπών αυξήθηκαν 22,5 φορές. Το 1990 ήταν 76.238 ενώ το 1999 ήταν 1,712,907.
- γ) Οι διανυκτερεύσεις ημεδαπών παρέμειναν στάσιμες παρουσιάζοντας μάλιστα μια μικρή κάμψη. Το 1990 ήταν 367,465 ενώ το 1999 ήταν 223.158.

Όπως βλέπουμε παρατηρείται μια γρήγορη ανάπτυξη του Τουρισμού. Η ανάπτυξη αυτή αύξησε το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων του νησιού . Από την άλλη πλευρά όμως αυτή η απότομη ανάπτυξη λόγω της μη ετοιμότητας του Νησιού σε πολλές περιπτώσεις οδήγησε σε μονομέρειες και υπερβολές αλλά και καθυστερήσεις αδικαιολόγητες. Δεν είχαν προβλεφθεί σε επίπεδο Νομού πολιτικές διαχείρισης του νερού, των φυσικών πόρων, των συγκοινωνιών. Επίσης δε χαράχτηκαν έγκαιρα πολιτικές διαχείρισης των αστικών και αγροβιοτεχνικών αποβλήτων. (Ιστοσελίδα Συνεταιριστικής Αυτοδιοικητικής Ζακύνθου).

Η έλλειψη μακροχρόνιας χωροταξικής και οικιστικής πολιτικής καθώς επίσης και η απουσία κτηματολογίου οδήγησαν σε συσσώρευση τουριστικών καταλυμάτων και χώρων εξυπηρέτησης των τουριστών που προσβάλλουν πολλές φορές την αισθητική και τη φυσιογνωμία του Νησιού. Επίσης πρέπει να παρατηρήσουμε – και ως ένα βαθμό είναι φυσιολογικό – ότι η τουριστική υποδομή δημιουργήθηκε μόνο στις παράκτιες περιοχές της Ζακύνθου. Αυτή η εξέλιξη με τη σειρά κατέστησε τον τουρισμό στη Ζάκυνθο εποχιακό.

### **ΠΙΝΑΚΑΣ 16: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ – ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ**

| ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ                               | 1990    | 1991    | 1992    | 1993    | 1994    | 1995    | 1996    | 1997    | 1998     | 1999     |
|-----------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|
| Κλίνες σε<br>ξενοδοχειακά<br>καταλύματα | 6,428   | 6,865   | 7,979   | 8,855   | 9,052   | 1,269   | 11,855  | 12,554  | 13,320   | 14,421   |
| Διανυκτερεύσεις<br>αλλοδαπών            | 76,238  | 98,889  | 114,311 | 436,273 | 523,664 | 640,544 | 417,772 | 622,851 | 1546,969 | 1712,907 |
| Διανυκτερεύσεις                         | 367,465 | 482,068 | 514,791 | 123,232 | 135,672 | 115,299 | 121,300 | 131,668 | 196,779  | 223,158  |

#### ΠΗΓΕΣ:

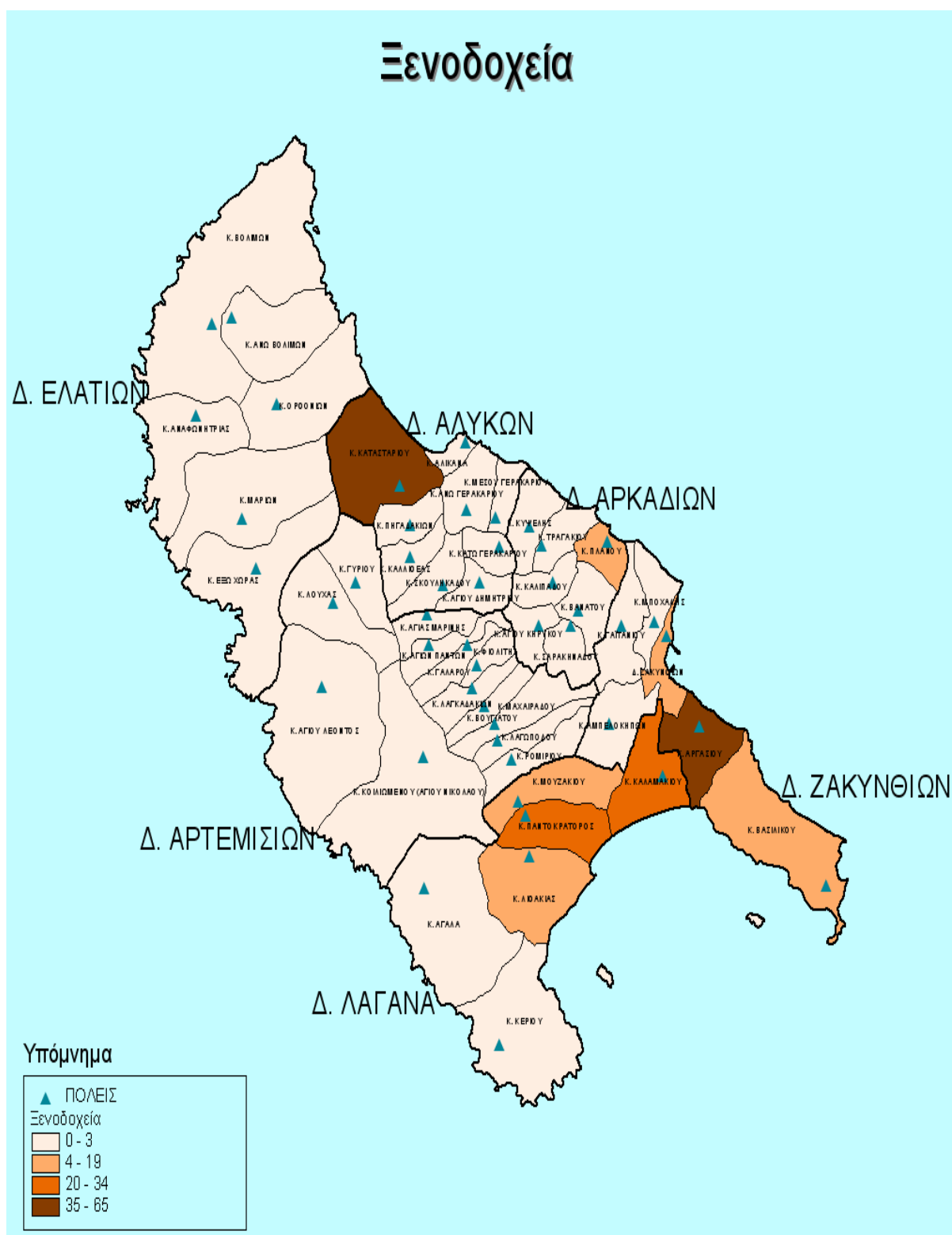
1. Περιοδικό «ΕΠΙΛΟΓΗ»-Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ- Ετήσια Έκδοση 1994
2. Περιοδικό «ΕΠΙΛΟΓΗ»-ΟΙ ΝΟΜΟΙ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ – Ετήσια Έκδοση 2000

Ήδη διαφαίνονται σημάδια κόπωσης και κορεσμού στο σύστημα. Ο συμβατικός τουρισμός στην παράκτια Ζάκυνθο την περίοδο αιχμής είναι αρκετά ανεπτυγμένος και υπάρχουν μόνο μικρά περιθώρια για την παραπέρα ανάπτυξη του. Υπάρχουν όμως περιθώρια ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως είναι ο Αγροτουρισμός. Αυτές οι μορφές μπορούν να αναπτυχθούν στην ενδοχώρα και όχι κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου. Για να προχωρήσουν όμως χρειάζονται κίνητρα. Επίσης είναι αναγκαίο να αναδειχθεί και να προβληθεί η πολιτιστική ταυτότητα του Νησιού, να προβληθούν οι παραδοσιακοί οικισμοί της Ορεινής Περιοχής και τα πολιτιστικά της μνημεία.

Στις περιοχές με ξενοδοχεία έχουμε ανάπτυξη και τουριστικών υπηρεσιών που χρησιμοποιούν ενοικιαζόμενα δωμάτια. Οι πιεσμένες περιοχές πρέπει να υποστηριχθούν ώστε να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που προσφέρονται ενώ παράλληλα θα πρέπει να γίνουν ενέργειες για να διοχετευθεί ο τουρισμός προς το υπόλοιπο τμήμα του νησιού.

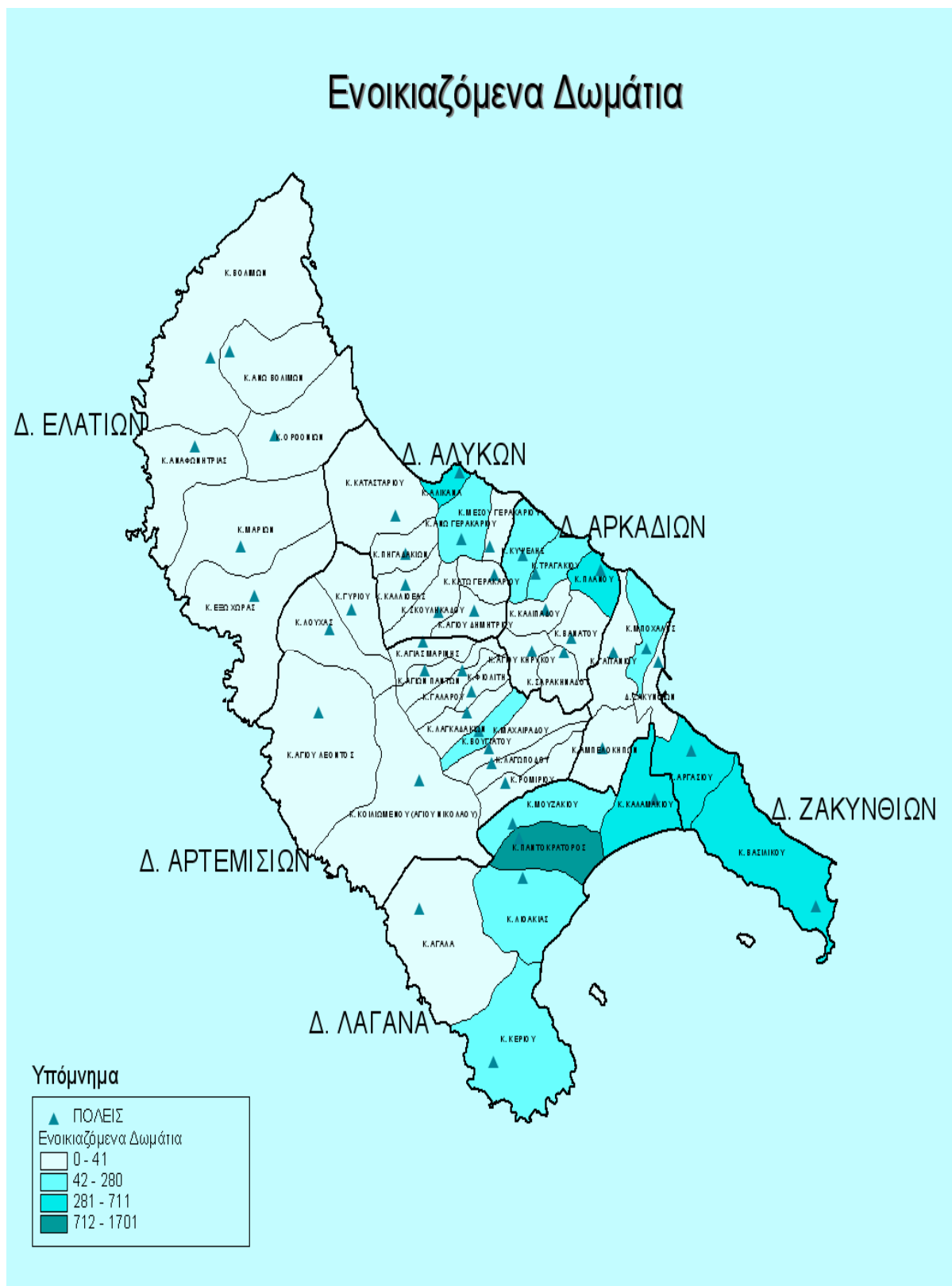
(Ιστοσελίδα Συνεταιριστικής Αυτοδιοικητικής Ζακύνθου, [www.sazae.gr](http://www.sazae.gr) )

### Χάρτης 3: Ξενοδοχεία στο Ν. Ζακύνθου



Πηγή: Συνεταιριστική Αυτοδιοικητική Ζακύνθου ([www.sazae.gr](http://www.sazae.gr))

**Χάρτης 4: Ενοικιαζόμενα Δωμάτια Νομού Ζακύνθου**



Πηγή: Συνεταιριστική Αυτοδιοικητική Ζακύνθου ([www.sazae.gr](http://www.sazae.gr))

**Πίνακας 17. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΝΟΜΟΥ ΖΑΚΥΝΘΟΥ**

|                          | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ | ΚΛΙΝΕΣ |
|--------------------------|--------------|--------|
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ               | 226          | 20376  |
| ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ<br>ΔΩΜΑΤΙΑ | 1402         | 20140  |
| ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΕΣ ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ    | 38           | 354    |
| CAMPINGS                 | 5            |        |

Πηγή: Διεύθυνση Τουρισμού Π.Ι.Ν., 2006

**Πίνακας 18: Λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις, Νομός Ζακύνθου 2006**

| ΛΟΙΠΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ        | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ |
|----------------------------|--------------|
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ         | 71           |
| ΤΕΟΜ                       | 8            |
| ΠΟΥΑΜΑΝ                    | 41           |
| ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΙΣ<br>ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ | 57           |
| ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΙΣ ΜΟΤΟ           | 19           |
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ      | 10           |

Πηγή: Διεύθυνση Τουρισμού Π.Ι.Ν., 2006

**Πίνακας 19: Κλαδική διάρθρωση των ιδιωτικών επιχειρήσεων στο νομό Ζακύνθου**

| Κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας                                                                                | Αριθμός επιχειρήσεων | Ποσοστό |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------|
| Μεταποιητικές βιομηχανίες                                                                                        | 173                  | 3,8%    |
| Κατασκευές                                                                                                       | 511                  | 11,3%   |
| Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή αυτοκινήτων οχημάτων, μοτοσικλετών και ειδών προσωπικής ή οικιακής χρήσης | 1.621                | 35,9%   |
| Ξενοδοχεία και εστιατόρια (μετακίνηση και επιχειρήσεις αναψυχής)                                                 | 1.860                | 41,2%   |
| Μεταφορές, αποθήκευση, επικοινωνίες                                                                              | 174                  | 3,9%    |
| Διαχείριση ακίνητης περιουσίας, εκμισθώσεις και εμπορικές δραστηριότητες                                         | 170                  | 3,8%    |
| Σύνολο                                                                                                           | 4.511                | 100,0%  |

Πηγή: Έρευνα ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε 2006

Στις 4.511 επιχειρήσεις του νομού απασχολούνται 10.077 εργαζόμενοι, εκ των οποίων 60,8% άνδρες και 39,2% γυναίκες. Οι γυναίκες δραστηριοποιούνται κυρίως στις εμπορικές επιχειρήσεις και στα ξενοδοχεία και εστιατόρια. Η πλειονότητα των εργαζομένων του νομού απασχολούνται σε τουριστικές επιχειρήσεις (που συγκεντρώνει, συγκριτικά με το σύνολο της χώρας, τριπλάσιο ποσοστό απασχόλησης). Η απασχόληση στα ξενοδοχεία – εστιατόρια και στο εμπόριο είναι συχνότερη στο νομό Ζακύνθου συγκριτικά με το μέσο όρο της χώρας, ενώ το μερίδιο όλων των άλλων κλάδων στην κατανομή της απασχόλησης στο νομό υπολείπεται αισθητά του αντίστοιχου στο σύνολο της χώρας. Όπως και σε άλλες νησιωτικές περιοχές της Ελλάδας, στο νομό Ζακύνθου η οικονομική δραστηριότητα είναι προσανατολισμένη στον τουρισμό και στις υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να παρουσιάζεται το φαινόμενο η απασχόληση σε όλο το δευτερογενή (ιδιωτικό) τομέα να είναι γύρω στο 10%, ενώ στον τριτογενή να ανέρχεται αντίστοιχα στο 90%. Η διάρθρωση της απασχόλησης στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας παρατίθεται στον πίνακα 19.

(Ερευνα Παρατηρητήριο απασχόλησης ερευνητική πληροφορική Α.Ε. 2006)

**Πίνακας 20: Διάρθρωση της απασχόλησης των ιδιωτικών επιχειρήσεων στο νομό Ζακύνθου κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας**

| Κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας                                                                                   | Αριθμός εργαζομένων | Ποσοστό |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------|
| Μεταποιητικές βιομηχανίες                                                                                           | 211                 | 2,1%    |
| Κατασκευές                                                                                                          | 682                 | 6,8%    |
| Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών και ειδών προσωπικής ή οικιακής χρήσης | 3.537               | 35,1%   |
| Ξενοδοχεία και εστιατόρια (μετακίνηση και επιχειρήσεις αναψυχής)                                                    | 5.111               | 50,7%   |
| Μεταφορές, αποθήκευση, επικοινωνίες                                                                                 | 196                 | 1,9%    |
| Διαχείριση ακίνητης περιουσίας, εκμισθώσεις και εμπορικές δραστηριότητες                                            | 341                 | 3,4%    |
| Σύνολο                                                                                                              | 10.077              | 100,0%  |

Πηγή: Έρευνα ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε 2006

Εδώ παρουσιάζουμε την επαγγελματική διάρθρωση της απασχόλησης το 2006, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των υπευθύνων των ιδιωτικών επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των μελετών αυτών, στο νομό Ζακύνθου αναμένεται αύξηση της απασχόλησης που αφορά τον κλάδο του χονδρικού και λιανικού εμπορίου. Στον σημαντικότερο (και όσον αφορά στον αριθμό επιχειρήσεων, αλλά ακόμη περισσότερο όσον αφορά στο μερίδιό του στην απασχόληση) κλάδο του νομού, δηλαδή τα ξενοδοχεία και εστιατόρια, αναμένονται αναδιαρθρώσεις στις επιχειρήσεις του νομού. Στους υπόλοιπους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας του νομού φαίνεται να υπάρχει στασιμότητα ως προς τις μεταβολές της απασχόλησης τα επόμενα έτη. Στο σύνολο της οικονομίας του νομού, η κατάσταση που παρουσιάζεται είναι ελαφρώς δυσμενέστερη από την κατάσταση που παρουσιάζεται για το σύνολο της χώρας. (Παρατηρητήριο Απασχόλησης Ερευνητική Πληροφορική Α.Ε., Διεύθυνση Ερευνών και Μελετών)

## **5.2 ΥΠΟΔΟΜΕΣ**

### **5.2.1 ΥΓΕΙΑ – ΠΡΟΝΟΙΑ**

Στον νομό Ζακύνθου υπάρχει ένα Γενικό Νομαρχιακό Νοσοκομείο το οποίο βρίσκεται στην πόλη της Ζακύνθου, αν και πρόκειται να μεταφερθεί σύντομα σε νέες κτιριακές εγκαταστάσεις στην περιοχή Γαϊτανίου, η οποία ανήκει και αυτή στον Δήμο Ζακυνθίων. Επίσης υπάρχουν 2 Κέντρα Υγείας, 1 στον Δήμο Αλυκών (Καταστάρι) και 1 πολυδύναμο Κέντρο Υγείας στον Δήμο Ελατίων (Βολίμες) και 10 αγροτικά ιατρεία.

Φυσικά εκτός από τις δημόσια παρεχόμενες ιατρικές υπηρεσίες, υπάρχουν πολλά ιδιωτικά ιατρεία που καλύπτουν σχεδόν όλες τις ιατρικές ειδικότητες.

### **5.2.2 ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ**

Το πυκνό και σχετικά ικανοποιητικό δίκτυο είναι κατασκευασμένο γύρω από την πόλη της Ζακύνθου και κυρίως στις παραλιακές περιοχές.

Οι μεταφορές στο νησί γίνονται από αστική συγκοινωνία στους δήμους αλλά και ΚΤΕΛ τα οποία πραγματοποιούν συχνά δρομολόγια, κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες που η ζήτηση είναι αυξημένη, προς όλα τα χωριά και τους δήμους του νησιού. (Συνεταιριστική Αυτοδιοικητική Ζακύνθου ([www.sazae.gr](http://www.sazae.gr))).

### **5.2.3 ΠΑΙΔΕΙΑ**

Στο νησί υπάρχουν δημόσια σχολεία πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ΤΕΛ, ΤΕΕ, 1 πρότυπο μουσικό γυμνάσιο και ένα σχολείο περιβαλλοντικής εκπαίδευσης. Επίσης λειτουργεί τα τελευταία χρόνια και μια σχολή ΤΕΙ με κατεύθυνση περιβαλλοντική, ενώ σε

συνεργασία με σχολές της Κέρκυρας, των Ιωαννίνων και της Πάτρας, λειτουργεί και ένα πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών, το οποίο έχει την έδρα του στην Ζάκυνθο. (Συνεταιριστική Αυτοδιοικητική Ζακύνθου ([www.sazae.gr](http://www.sazae.gr))).

#### **5.2.4 ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ**

Η Ζάκυνθος είναι τόπος με έντονο θρησκευτικό χαρακτήρα. Οι περισσότερες χριστιανικές γιορτές στο νησί διατηρήθηκαν ανέπαφα στο πέρασμα του χρόνου. Οι λιτανείες εξακολουθούν να γοητεύουν με το τελετουργικό και την επισημότητα τους, ντόπιους και ξένους, που συγκεντρώνονται κάθε χρόνο στη Ζάκυνθο για να παραστούν στις μεγάλες γιορτές.

Στην Ζάκυνθο, όπως σε όλα τα Επτάνησα με την επιρροή του μεγάλου βενετσιάνικου καρναβαλιού, οι απόκριες γιορτάζονται με πολύ κέφι, μασκαράτες, χορούς και τραγούδια στη μέση των δρόμων. Μέχρι τις αρχές του αιώνα μας, τις απόκριες άνοιγαν οι καρβακίνες (λαϊκά κέντρα) που γέμιζαν νέους και «μάσκαρες» (γυναίκες μεταμφιεσμένες με μάσκες) που ξεφάντωναν. Τόσο οι αρχοντοπούλες όσο και οι γυναίκες του λαού φορούσαν «μουζέτα» ή «μορέτες» (μάσκες), που αγόραζαν από τους γυρολόγους

Στη Ζάκυνθο κάθε χρόνο διοργανώνονται πολλές εκδηλώσεις κυρίως πολιτιστικού χαρακτήρα. Η ιστορία του νησιού, με τις εναλλασσόμενες κατακτήσεις από ευρωπαϊκούς λαούς, έπαιξε ρόλο στην πολιτιστική ταυτότητα τόσο της Ζακύνθου όσο και των επτανήσων γενικότερα. Στη Ζάκυνθο άνθισε ιδιαίτερα το θέατρο ιδίως μετά την εγκατάσταση στο νησί Κρητικών μετά την καταστροφή του Χάνδακα (του σημερινού Ηρακλείου). Μαζί με τους Κρητικούς ήρθε ο πολιτισμός αυτών των ανθρώπων, που είχαν μεγάλη κλίση στη μουσική και στον έμμετρο λόγο. Χαρακτηριστικό της ανάμειξης των δύο λαών αποτελούν οι Ομιλίες, το λαϊκό θέατρο, αν και οι ερευνητές δεν έχουν ακόμη καταλήξει για το εάν οι ομιλίες προϋπήρχαν των Κρητικών. (Συνεταιριστική Αυτοδιοικητική Ζακύνθου ([www.sazae.gr](http://www.sazae.gr))).

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΖΑΚΥΝΘΟΥ**

#### **6.1 ΕΡΓΑΛΕΙΑ - ΜΕΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ**

Οι κατηγορίες ενεργειών τουριστικής προβολής (εξωτερικού, εσωτερικού) της Ζακύνθου, αλλά και της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων γενικότερα, που πραγματοποιούνται τα τελευταία 5 χρόνια μπορούν να ομαδοποιηθούν σε δύο γενικές κατηγορίες:

1. Άμεση προβολή, δηλαδή

- Στρατηγική Διαφήμισης στις τουριστικές αγορές
- Δημιουργία Τουριστικού Προφίλ τουριστικού προορισμού.
- Δημιουργία Διαφημιστικής Καμπάνιας για εξωτερικό, εσωτερικό.

## 2. Έμμεση προβολή, δηλαδή

- Στρατηγική Δημόσιων Σχέσεων
- Χειρισμός Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης εξωτερικού, εσωτερικού

Τόσο η άμεση, όσο και η έμμεση τουριστική προβολή έχουν σαν στόχο:

1. Την τουριστική παρουσίαση της Ζακύνθου και των Ιονίων Νήσων γενικότερα
2. Την παρουσίαση και προβολή των δυνητικών εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Οικοτουρισμός, Γαστρονομικός, Πολιτιστικός τουρισμός, Θρησκευτικός τουρισμός, θαλάσσιος κ.λπ.)
3. Την παρουσίαση και διαφήμιση των παραδοσιακών τοπικών προϊόντων και των επιχειρήσεων που τα παράγουν
4. Την παρουσίαση και διαφήμιση όλων των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών, καθώς και των ελεύθερων επαγγελματιών
5. Την παρουσίαση και διαφήμιση των τουριστικών καταλυμάτων (ξενοδοχεία, πανσιόν, επιπλωμένα διαμερίσματα, camping κ.α.)
6. Την παρουσίαση πληροφοριών τύπου Τηλεφωνικού Καταλόγου (White Pages) και Χρυσού Οδηγού (Yellow Pages)
7. Την παρουσίαση ανακοινώσεων των τοπικών φορέων (π.χ. των Επιμελητηρίων, των Δήμων και Κοινοτήτων κ.λπ.), αλλά και των επιχειρήσεων (π.χ. των Ξενοδοχείων) για ειδικές εκδηλώσεις
8. Τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη CD ROMs
9. Τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη παρουσιάσεων στο World Wide Web
10. Τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη εφαρμογών πολυμέσων (multimedia)
11. Την «έξυπνη» διάθεση των ανωτέρω σε επιλεγμένο κοινό-στόχο.

Λόγω της δυναμικής του τουριστικού προϊόντος, η προβολή του αναδεικνύεται σε εργαλείο – κλειδί του τουριστικού μάρκετινγκ, καλύπτοντας ευρύ κατάλογο δραστηριοτήτων και παραμέτρων, οικονομικών και αμιγώς τουριστικών. Ο ρόλος της προβολής στον τουρισμό είναι αναλογικά ίδιος με την προώθηση των πωλήσεων. Για το σκοπό αυτό επιδιώκεται ο θετικός επηρεασμός του «καταναλωτικού» κοινού. (Ιστοσελίδα Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Ζακύνθου).

## 6.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

- Επιβεβαίωση και ενίσχυση των **θετικών εντυπώσεων** των δυνητικών επισκεπτών για το τουριστικό προϊόν
- Δημιουργία **νέων τύπων συμπεριφοράς** των επισκεπτών ως προς το τουριστικό προϊόν και
- Αλλαγή μιας πιθανής αρνητικής εικόνας του τουριστικού προϊόντος σε ορισμένες ομάδες επισκεπτών

Στον τουριστικό τομέα χρησιμοποιούνται όλα τα μέσα προβολής και διαφήμισης που παρατίθενται στον πίνακα 21 με στόχο την ενίσχυση της εικόνας της «μοναδικότητας» και των χαρακτηριστικών του διαφημιζόμενου τουριστικού προϊόντος.

### **Πίνακας 21: ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

| ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ                                          | ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΠΡΟΒΟΛΗΣ                                                                           |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Διαφημιστικά Μέσα                                      | Έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος, διαφημιστικοί πίνακες, διαδίκτυο, τουριστικοί οδηγοί, βιβλία, μπροσούρες |
| Δημόσιες σχέσεις                                       | Κάθε είδους προβολή που εμφανίζεται ως μη πληρωμένη καταχώρηση                                           |
| Προσωπικές Πωλήσεις                                    | Επαγγελματικές συναντήσεις, τουριστικά εργαστήρια, τηλεφωνικές επαφές με τουριστικούς πράκτορες, κ.ο.κ.  |
| Προώθηση Πωλήσεων                                      | Βραχυπρόθεσμα κίνητρα αύξησης των πωλήσεων π.χ. δωρεάν προσφορές καταλυμάτων                             |
| Εκπτώσεις τιμολογίων                                   | Προσφορές μειωμένων τιμών                                                                                |
| Κανάλια Διανομής                                       | Χρησιμοποίηση κάθε καναλιού διανομής, ακόμα και μέσω διαδικτύου                                          |
| Ταξίδια Γνωριμίας                                      | Προσφορά ταξιδιών γνωριμίας σε τουριστικούς πράκτορες, δημοσιογράφους, κ.α.                              |
| Εκθέσεις                                               | Συμμετοχή σε τουριστικά shows                                                                            |
| Εκδόσεις Διαφημιστικών εντύπων και ηλεκτρονικού υλικού | Έκδοση ενημερωτικών εντύπων και βιβλίων, cd-roms, video, DVD, κ.ά.                                       |
| Διαφημιστικές Επιδείξεις στα Σημεία Πωλήσεων           | Έκθεση κάθε μέσου φωτογραφίας που δημιουργεί εικόνα του τουριστικού προϊόντος                            |

Η τουριστική προβολή αποτελεί μια διαδικασία επικοινωνίας με τη χρησιμοποίηση πολλών καναλιών. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι αντιδράσεις των καταναλωτών είναι πρακτικά άπειρες. Όντως, για πολλούς καταναλωτές ο τουρισμός είναι μια υπηρεσία, η οποία απαιτεί σημαντική προσοχή επειδή συνδέεται με προσωπικές τους στιγμές που θα πρέπει να είναι ευχάριστες. Συνεπώς, η διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος πρέπει να τονίζει κάτι που οι καταναλωτές δεν είχαν προηγουμένως αντιληφθεί, αλλά και να συνεχίζει να προκαλεί ευνοϊκή διάθεση απέναντι του για μεγάλο χρονικό διάστημα μετά την καταχώρηση της.

(Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, 2007, «*Η διαφημιστική Δαπάνη για τον τουρισμό, Σύνοψη Συμπερασμάτων 2007*»).

### **6.3 ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΕΛΕΥΤΑΙΩΝ ΧΡΟΝΩΝ**

(Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, 2007, «*Η διαφημιστική Δαπάνη για τον τουρισμό, Σύνοψη Συμπερασμάτων 2007*»).

Η διαφήμιση είναι μια οικονομική δραστηριότητα με σημαντική συμβολή στη διαμόρφωση της κερδοφορίας μιας οικονομικής μονάδας, αφού μπορεί να επηρεάσει τη συμπεριφορά του καταναλωτή. Ειδικός χειρισμός απαιτείται στην περίπτωση του τουριστικού προϊόντος, δεδομένου ότι ως υπηρεσία η αξιολόγηση της ποιότητας και της ποσότητάς της ενέχει πολλά στοιχεία υποκειμενισμού. Ένα άλλο χαρακτηριστικό αυτού του προϊόντος είναι το γεγονός ότι στη διαφήμισή του πρέπει να συμμετέχει ενεργώς η Πολιτεία, διότι αφενός πρόκειται για εθνικό προϊόν, και αφετέρου διότι έτσι επιτυγχάνεται ο συντονισμός των αναγκαίων ενεργειών.

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι έντασης καλοκαιρινών διακοπών, όπως και εκείνα των κυριότερων ανταγωνιστών του. Τα δυνατά του σημεία είναι η καλή του εικόνα στο εξωτερικό, οι τακτικοί καταναλωτές τους, ο υψηλός βαθμός ικανοποίησής τους, η προφορική του διαφήμιση, κ.ά. Στα ασθενή του σημεία περιλαμβάνονται τα κενά της υποδομής της χώρας, η δυσκολία περαιτέρω διείσδυσης στις αγορές της Δυτικής Ευρώπης και Αμερικής και η αξιοποίηση των αναδυομένων αγορών προέλευσης, η ανυπαρξία συστηματικού τουριστικού μάρκετινγκ και οι γραφειοκρατικές ακαμψίες του ΕΟΤ.

Η μέχρι σήμερα διαφημιστική προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος δεν φαίνεται να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των καιρών. Παρότι οι ελληνικές διαφημιστικές δαπάνες ύψους 26,8 εκατ. USD κατά μέσο όρο τη δεκαετία του 1990 (ή το 18,7% του συνολικού προϋπολογισμού του ΕΟΤ) δεν υστερούσαν εκείνα των ανταγωνιστών τους, φαίνεται ότι δεν είχαν και τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα, καθώς η κατανομή τους μεταξύ των διατιθεμένων μέσων προβολής δεν ήταν και η

ενδεδειγμένη. Μάλιστα, κατά την τριετία 1998-2000 συρρικνώθηκαν στα 12,4 εκατ. USD. Έναντι αυτού του ποσού οι Ιταλοί δαπανούσαν 13,2 εκατ. USD (ή το 57,8% του προϋπολογισμού τους), οι Πορτογάλοι 30,8 εκατ. USD (ή το 83,7% του προϋπολογισμού τους) και οι Τούρκοι 22,8 εκατ. USD (ή το 36,1% του προϋπολογισμού τους).

Η μέτρηση της αποδοτικότητας των διαφημιστικών δαπανών γίνεται με τον υπολογισμό δύο δεικτών: του δ1 που μετρά τις διαφημιστικές δαπάνες ανά άφιξη, και του δ2 που υπολογίζει τις εισπράξεις ταξιδιωτικού συναλλάγματος ανά μονάδα διαφημιστικής δαπάνης. Οι ελληνικές επιδόσεις δεν ήταν ικανοποιητικές, αφού την επταετία 1991-97 κατά μέσο όρο η ελληνική πλευρά δαπάνησε 2,9 USD ανά άφιξη, έναντι 0,5 USD της Ιταλίας, 1,9 USD της Ισπανίας, 3,4 USD της Πορτογαλίας και 3,5 USD της Τουρκίας. Αλλά και στις εισπράξεις υπήρξε υστέρηση, όπως δείχνουν οι σχετικοί δείκτες. Έτσι, η Ελλάδα εισέπραξε 179,9 USD ανά μονάδα διαφημιστικής δαπάνης, έναντι 2.186,2 USD της Ιταλίας, 305,0 USD της Ισπανίας, 132,2 USD της Πορτογαλίας και 191,1 USD της Τουρκίας. Βεβαίως, κατά την τριετία 1998-2000 η ψαλίδα με την Ισπανία και την Πορτογαλία έκλεισε, αλλά με δραστική μείωση των διαφημιστικών δαπανών και όχι με ουσιαστική βελτίωση της τουριστικής κίνησης. (Οι δαπάνες ανά άφιξη περιορίστηκαν σε 1,7 USD, ενώ οι εισπράξεις ανά 1 USD διαφημιστικής δαπάνης αυξήθηκαν σε 462,2 USD).

Με τη χρησιμοποίηση στατιστικών στοιχείων που κάλυπταν την περίοδο 1982-2000, διενεργήθη εκτεταμένη οικονομετρική διερεύνηση της επίδρασης που πιθανόν έχει η διενέργεια διαφημιστικών δαπανών επί του όγκου των πωλήσεων του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Ένα πρώτο εύρημα της σχετικής ανάλυσης ήταν εκείνο, σύμφωνα με το οποίο η διαφημιστική δαπάνη για την προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος δρα ευεργετικά επί των πωλήσεων του. Διαπιστώθηκε, όμως, ότι η δράση της δεν είναι άμεση, αλλά σε βάθος χρόνου. Τα ουσιαστικά αποτελέσματα της διαφημιστικής προβολής επέρχονται μετά παρέλευση διετίας από τη διενέργεια της δαπάνης (περί το 58%), ενώ το 95% της δυνητικής επίδρασης επί των πωλήσεων επιτυγχάνεται μετά παρέλευση επταετίας. Το φαινόμενο αποδόθηκε τόσο στη χρονική υστέρηση αφομοίωσης του διαφημιστικού μηνύματος από τους καταναλωτές, όσο και στην πειθαρχία που εμφανίζουν οι βορειοευρωπαίοι τουρίστες στον προγραμματισμό των διακοπών τους.

Ένα δεύτερο εύρημα ήταν η διαπίστωση ότι οι εισπράξεις τουριστικού συναλλάγματος

προσφέρονται περισσότερο των αφίξεων ως μέσο μέτρησης του μεγέθους παραγωγής του τουριστικού προϊόντος.

Ένα τρίτο εύρημα ήταν η ανάπτυξη δυναμικών δεικτών μέτρησης της αποδοτικότητας της διαφημιστικής δαπάνης.

Ένα τέταρτο, τέλος, εύρημα ήταν ο αριθμητικός προσδιορισμός του ύψους της αναγκαίας διαφημιστικής δαπάνης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Αυτό προσδιορίστηκε στο διάστημα των 20 με 48 εκατ. USD, αυξομειούμενο ανά διετία. Από τη διενεργηθείσα προσομοίωση προέκυψε ότι με μέση ετήσια διαφημιστική δαπάνη ύψους 35 εκατ. USD, είναι εφικτή η βελτίωση των εισπράξεων τουριστικού συναλλάγματος σε σημαντικό βαθμό.

Για να αποκτήσει μονιμότερο χαρακτήρα η παρατηρηθείσα βελτίωση της αποδοτικότητας της διαφήμισης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, αλλά και για να προσεγγιστεί η υπολογισθείσα αύξηση των εισπράξεων τουριστικού συναλλάγματος, είναι αναγκαία η λήψη ορισμένων μέτρων. Τα κυριότερα εξ αυτών είναι τα ακόλουθα:

- Πρέπει να επιδιωχθεί η αύξηση των τύπων του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει η χώρα μας, ώστε να αμβλυνθεί η εποχικότητά του.
- Πρέπει να επιδιωχθεί η καλύτερη αξιοποίηση των ευρωπαϊκών και αμερικανικών υποαγορών.
- Πρέπει να υιοθετηθεί στρατηγική μάρκετινγκ βασισμένη σε συνεχή και συστηματική προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με σταθερό διαφημιστικό μήνυμα (slogan).
- Η διαφημιστική δαπάνη πρέπει να κατανέμεται κατά 50% στη διαφήμιση και κατά το υπόλοιπο 50% στις διάφορες προωθητικές ενέργειες (π.χ. συνεργασία με μεγάλους tour operators).
- Τα στελέχη των δημοσίων υπηρεσιών που ασχολούνται με τον τουρισμό πρέπει να επιλεγούν και να εκπαιδευτούν κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να γίνουν καλοί πωλητές του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Στο πλαίσιο αυτό πρέπει να επανεξεταστεί ο ρόλος των γραφείων εξωτερικού του ΕΟΤ.
- Η έναρξη της διαφημιστικής εκστρατείας πρέπει να γίνεται έγκαιρα και με διετή ορίζοντα, αφού η έρευνα έδειξε ότι τότε κορυφώνεται η δράση της. (Ο μακροχρόνιος ορίζοντας προσδιορίστηκε σε επταετή).
- Το ύψος της διαφημιστικής δαπάνης πρέπει, ανά διετία, να αυξομειώνεται μεταξύ

20 και 48 εκατ. USD, με μέση ετήσια διαφημιστική δαπάνη ύψους 35 εκατ. USD, περίπου.

- Η αποδοτικότητα της διαφημιστικής δαπάνης πρέπει να επιδιώκεται με αύξηση της τουριστικής κίνησης και όχι με τη μείωση των διαφημιστικών δαπανών, και
- Η χρηματοδότηση της διαφημιστικής δαπάνης μπορεί, εν μέρει, να γίνει και από την Τοπική Αυτοδιοίκηση, με τη διάθεση ενός ποσοστού των φορολογικών της εσόδων από την τουριστική δραστηριότητα (π.χ. το 10%). Ο τοπικός, όμως, φόρος πρέπει να γενικευθεί και να μειωθεί ως ποσοστό.

Η υιοθέτηση του παραπάνω συνόλου των μέτρων μπορεί να βοηθήσει αποτελεσματικά στην ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού από απόψεως ζήτησεως. Η ορθολογική ανάπτυξη, ωστόσο, θα απαιτήσει την εφαρμογή σειράς άλλων μέτρων, ώστε η ανάπτυξη να συμβαδίζει με βελτίωση της αποτελεσματικότητας των διατιθεμένων πόρων και προστασία των στοιχείων που εξασφαλίζουν την μακροπρόθεσμη διατήρηση του φυσικού-πολιτιστικού συγκριτικού πλεονεκτήματος που διαθέτει η χώρα.

(Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, 2007, «*Η διαφημιστική Δαπάνη για τον τουρισμό, Σύνοψη Συμπερασμάτων 2007*»).

#### **6.4 ΕΘΝΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ**

Η έλλειψη εθνικής πολιτικής υπέρ των νησιών δεν βοήθησε στην αντιμετώπιση των προβλημάτων του τουρισμού. Οι όποιες ειδικές ρυθμίσεις εφαρμόστηκαν κατά καιρούς αφορούσαν το σύνολο των παραμεθόριων προβληματικών περιοχών της χώρας χωρίς να αντιμετωπίζουν τα ειδικά προβλήματα της νησιωτικότητας.

Τα μέτρα αυτά στόχευαν κυρίως στη μείωση του κόστους λειτουργίας των επιχειρήσεων με επιδοτήσεις είτε του λειτουργικού κόστους τους είτε της εγκατάστασης νέων (δωρεάν επιχορηγήσεις). Σε μικρότερο βαθμό τα μέτρα αφορούσαν τη μείωση του κόστους ζωής των κατοίκων (μείωση ΦΠΑ, πρόσθετο αφορολόγητο όριο). Τα μέτρα αυτά έχουν χαρακτηριστεί ανεπαρκή από τους τοπικούς πολιτικούς και επαγγελματικούς φορείς για να υπερκαλύψουν τις επιπτώσεις της νησιωτικότητας.

Στον τουριστικό τομέα σημειώνονται συγκέντρωση σε ορισμένα νησιά, άναρχη ανάπτυξη και υποβάθμιση των περιοχών αυτών, μονόπλευρη ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, έλλειψη προβολής και οργάνωσης του τουριστικού προϊόντος, συνεχής αύξησης της προσφοράς κλινών (ιδιαίτερα σε αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα) με αποτέλεσμα τον αυξημένο ανταγωνισμό και τις χαμηλές τιμές, ελλείψεις στις υποδομές και χαμηλές υπηρεσίες από κράτος και επιχειρήσεις. Όλα τα παραπάνω δεν επέτρεψαν στον τουρισμό να

διαδραματίσει έναν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη των νησιών, έστω και αν θεωρείται το συγκριτικό τους πλεονέκτημα.

Η υποβάθμιση του ρόλου που διαδραματίζει το ανθρώπινο δυναμικό στην διαδικασία ανάπτυξης σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο μέχρι πρόσφατα, είχε ως αποτέλεσμα να μην δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στη κατάρτιση του. Το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης που παρουσιάζεται σήμερα εμποδίζει την εφαρμογή των καινοτόμων δράσεων που είναι αναγκαίες, ενώ το σύστημα κατάρτισης που αναπτύχθηκε με βάση τις χρηματοδοτήσεις της ΕΕ δεν είναι αποτελεσματικό. Παράλληλα η κρατική πολιτική έρευνας και μεταφοράς τεχνολογίας και τεχνογνωσίας είναι συγκεντρωτική και ανεπαρκής για να επιφέρει την αναγκαία διάχυση των γνώσεων και των εφαρμογών τους στη περιφέρεια.

Η έλλειψη υποδομών και κατάλληλων υπηρεσιών σε μια κοινωνία με συνεχώς αυξανόμενες και διαφοροποιούμενες ανάγκες δεν μπορεί παρά να ενισχύει την τάση συγκέντρωσης των δυναμικότερων στοιχείων του πληθυσμού και των επιχειρηματιών μακριά από την περιφέρεια

Πολύ μικρή σημασία έχει αποδοθεί μέχρι σήμερα στους μηχανισμούς που δημιουργούν θετικό ή αρνητικό αναπτυξιακό κλίμα στη Περιφέρεια. Ιδιαίτερα στις περιφέρειες εκείνες - μεταξύ των οποίων και οι νησιωτικές- που μετά από μια παρατεταμένη περίοδο εγκατάλειψης αντιμετωπίζουν αντικειμενικά προβλήματα δραστηριοποίησης.

Η πολιτική ανάπτυξης μαζικού τουρισμού στην οποία στηρίχτηκε τις τρεις τελευταίες δεκαετίες η ανατροπή των αρνητικών οικονομικών και δημογραφικών εξελίξεων στα νησιά, δεν έχει μακροχρόνια προοπτική. Οι φυσικοί και ο πολιτιστικοί πόροι στους οποίους στηρίζεται σήμερα θα έχουν καταναλωθεί, και η μόνη διέξοδος για τους νησιώτες θα είναι και πάλι η φυγή.

Η ανάλυση των ιδιαιτεροτήτων των νησιών καταδεικνύει ότι η ενιαία και ομοιόμορφη πολιτική που ασκήθηκε τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο δεν ήταν η κατάλληλη για να αντιμετωπίσει το πρόβλημα της υπανάπτυξης στο νησιωτικό χώρο. Η διερεύνηση των αρχών που θα πρέπει να διέπουν μια στρατηγική ανάπτυξης, θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις ιδιαιτερότητες αυτές και τους περιορισμούς που επιβάλλουν.

Οι αλλαγές που έχουν συντελεστεί τις τελευταίες δεκαετίες επιτρέπουν την μείωση της βαρύτητας των χαρακτηριστικών της νησιωτικότητας. Ιδιαίτερα αναφέρουμε:

- τις τεχνολογικές αλλαγές στους τομείς των τηλεπικοινωνιών και της πληροφόρησης που επιτρέπουν να επανεκτιμηθεί η βαρύτητα αρχών όπως οι οικονομίες κλίμακας

και οι οικονομίες συγκέντρωσης όσον αφορά στην οργάνωση του χώρου και της παραγωγικής διαδικασίας.

- τις άλλες τεχνολογικές αλλαγές (ανάπτυξη νέων μορφών ενέργειας, τεχνολογίες μερικής υποκατάστασης φυσικών πόρων, πρόοδος στο τομέα των μεταφορών κλπ) που περιορίζουν τις επιπτώσεις που προέρχονται από το μικρό μέγεθος και την απομόνωση των νησιών.
- το κυρίαρχο ρόλο που διαδραματίζουν σήμερα οι υπηρεσίες στο σχηματισμό του εθνικού πλούτου γεγονός που απελευθερώνει τα νησιά από τους περιορισμούς που επιβάλλει η έλλειψη επαρκών φυσικών πόρων.
- τις αλλαγές που καταγράφονται σχετικά με τις ανθρώπινες επιδιώξεις υπέρ ποιοτικών στόχων όπως η διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος, η προτίμηση για προϊόντα "υγιεινά", μη μαζικής παραγωγής και υψηλής ποιότητας, η διάθεση ανακάλυψης τοπικών πολιτισμών, η βελτίωση του πλαισίου της καθημερινής ζωής με στροφή προς τις μικρές κλίμακες.
- την ενίσχυση του περιφερειακού και τοπικού επιπέδου ως του κατάλληλου επιπέδου λήψης αποφάσεων

Η ανάδειξη της αειφορίας ως στρατηγικού στόχου ανάπτυξης για τον 21 αιώνα, επιτρέπει στα νησιά να αξιοποιήσουν τα μειονεκτήματα που δημιουργούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους ως πλεονεκτήματα. Η επιλογή της ποιότητας έναντι της ποσότητας στην αξιοποίηση των συγκριτικών τους πλεονεκτημάτων φαίνεται να είναι ο μόνος δρόμος ο οποίος θα επιτρέψει στα νησιά να ξεπεράσουν τη σημερινή τους υστέρηση και να ατενίσουν με ελπίδα το μέλλον.

Οι αρχές που πρέπει να χαρακτηρίζουν τη στρατηγική ανάπτυξης των νησιών με στόχο την αειφορία είναι:

- η προώθηση παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών χαμηλής ελαστικότητας ζήτησης, υψηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας, που ενσωματώνουν χαρακτηριστικά στοιχεία του κάθε νησιωτικού χώρου και όχι προϊόντων μαζικής παραγωγής τα οποία δεν θα κατορθώσουν να είναι ανταγωνιστικά στην ευρύτερη αγορά,
- ο προσδιορισμός των ορίων (φέρουσα ικανότητα) για τη διατήρηση των ισορροπιών στα νησιωτικά οικοσυστήματα είτε αυτά αφορούν τις φυσικές διαδικασίες, είτε την αναπαραγωγή του οικονομικού και του κοινωνικού ιστού,
- η προσέλκυση δραστηριοτήτων έρευνας και επιστημονικής ανάπτυξης, που είναι απαραίτητη για την παραγωγή και διάδοση της γνώσης και την προώθηση

καινοτομιών σε όλο το φάσμα της οικονομικής, διοικητικής και κοινωνικής ζωής των νησιών,

- η ανασυγκρότηση του κοινωνικού ιστού και η εξομάλυνση της πυραμίδας ηλικιών με παράλληλη ποιοτική αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού,
- η διατήρηση και η αξιοποίηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς
- η αξιοποίηση της τεχνολογίας των επικοινωνιών για τη βελτίωση της παροχής υπηρεσιών σε επιχειρήσεις και τοπικό πληθυσμό, συγχρόνως με την ανάδειξη του νησιού ως της βασικής διοικητικής μονάδας
- η διαφοροποίηση των παρεμβάσεων, ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του καθενός νησιού, ή ομάδας νησιών και η προσαρμοστικότητα τους ώστε να λαμβάνουν υπόψη τις εξωτερικές αλλαγές.

(Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, 2007, «*Η διαφημιστική Δαπάνη για τον τουρισμό, Σύνοψη Συμπερασμάτων 2007*»).

## **6.5 ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ**

Τα κύρια οχήματα διοχέτευσης του διαφημιστικού μηνύματος είναι η διαφήμιση (έντυπη και ηλεκτρονική), οι δημόσιες σχέσεις, οι προωθητικές ενέργειες, η πληροφόρηση του κοινού και η έρευνα αγοράς. Από αυτά, το πλέον ευρέως χρησιμοποιούμενο παγκοσμίως είναι η διαφήμιση με ποσοστό 40%. Ακολουθούν οι προωθητικές ενέργειες με 34,5% και οι δημόσιες σχέσεις με 9,8% (Βλ. Πίνακα). Παρεμφερή είναι τα ποσοστά προτίμησης και στην Ευρώπη.

Σε αντίθεση με την Ελλάδα, η Ιταλία έδειξε σταθερή προτίμηση στις προωθητικές ενέργειες και την πληροφόρηση του κοινού, αφού μέσω αυτών των διαύλων διοχέτευσε το 84,9% των διαφημιστικών της δαπανών ετησίως. Η Ισπανία και η Πορτογαλία έδειξαν εξισορροπητικές τάσεις μεταξύ της διαφήμισης και των προωθητικών ενεργειών, αν και οι δεύτερες είχαν ελαφρό προβάδισμα έναντι των πρώτων.

Στην Ισπανία, μάλιστα, η τάση υπήρξε αυξητική υπέρ των προωθητικών ενεργειών. Τέλος, η Τουρκία προτίμησε τη διαφήμιση, χωρίς να αγνοήσει και τις προωθητικές ενέργειες, έστω και με κάποια ελαφρά πτωτική τάση.

Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι οι άμεσα ανταγωνίστριες μιας χώρας, σε αντίθεση με την Ελλάδα, δεν έδωσαν έμφαση στις δημόσιες σχέσεις, αλλά προτίμησαν τις προωθητικές ενέργειες. Εδώ, περιλαμβάνονται ενέργειες, όπως η διοργάνωση τουριστικών εκθέσεων και σεμιναρίων, οι συναντήσεις γνωριμίας διαφόρων στελεχών, η υπογραφή συμφωνιών συνεργασίας κ.ο.κ. Αν κρίνουμε από τα αποτελέσματα της όλης προσπάθειας, μπορούμε να

πούμε ότι μάλλον δικαιώθηκαν οι επιλογές τους. Το ευρωπαϊκό καταναλωτικό κοινό δείχνει μεγαλύτερη ευαισθησία σε αυτού του είδους την προσέγγιση, παρά στη γενική διαφήμιση. Τούτο πρέπει να θεωρηθεί απόρροια του υψηλού μορφωτικού του επιπέδου, καθώς και της προτίμησής του στην υψηλή ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Φαίνεται λοιπόν, ότι για την αποτελεσματική προώθηση των πωλήσεων του τουριστικού προϊόντος στην ευρωπαϊκή αγορά, η πλέον ενδεδειγμένη μέθοδος είναι εκείνη της δραστηριοποίησης των στελεχών των ΝΤΟ κατά τα πρότυπα του ιδιωτικού τομέα. Είναι προφανές ότι στην Ευρώπη η διαφημιστική καταχώριση μόνο επικουρικά μπορεί να λειτουργήσει, ενώ η κύρια προσπάθεια πρέπει να επικεντρωθεί στη σύναψη συμφωνιών πώλησης πακέτων τουριστικών υπηρεσιών με τους μεγάλους τουριστικούς πράκτορες (tour operators). Άλλωστε, αυτοί είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν και κατευθύνουν τις μεγάλες μάζες των καταναλωτών του τουριστικού προϊόντος. Επομένως, για την αποτελεσματικότερη προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, τόσο τα στελέχη του ΕΟΤ όσο και των συμπληρωματικών Φορέων και Αρχών πρέπει να μετατραπούν σε καλούς πωλητές. Αντίστοιχα, η δομή των γραφείων του εξωτερικού πρέπει να αλλάξει ριζικά και η ποιοτική σύνθεση του προσωπικού να αναπροσαρμοσθεί για την εξυπηρέτηση της νέας στρατηγικής.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τρόπος διανομής των κονδυλίων στους διαύλους διοχέτευσης των διαφημιστικών μηνυμάτων. Με άλλα λόγια, είναι χρήσιμη και η εξέταση της ποσοστιαίας κατανομής των διαφημιστικών δαπανών στα διαφημιστικά κανάλια. Στον παρακάτω πίνακα παρέχεται η σχετική κατανομή των ελληνικών δαπανών για την υπό εξέταση χρονική περίοδο. Διαπιστώνουμε ότι το 63% των διαφημιστικών δαπανών διοχετεύτηκε μέσω των διαφημιστικών εταιρειών, ενώ το 18% σε διάφορα έντυπα για τακτικές ή έκτακτες καταχωρήσεις. Διαπιστώνεται επίσης ότι η σχετική κατανομή εμφανίζει έντονες διακυμάνσεις, σε διαχρονική βάση. Κάτι τέτοιο, όμως, πιθανόν και να λειτουργεί αρνητικά επί της αποτελεσματικότητας της διαφημιστικής προσπάθειας, αφού ακυρώνει τον παράγοντα της συνέπειας και συνέχειας στην παρουσίαση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

(Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, 2007, «*Η διαφημιστική Δαπάνη για τον τουρισμό, Σύνοψη Συμπερασμάτων 2007*»).

**Πίνακας 22: Κατανομή διαφημιστικών δαπανών κατά μέσο επικοινωνίας**

| Κατανομή Διαφημιστικών Δαπανών κατά Μέσο Επικοινωνίας (%) |           |      |      |      |      |      |      |                  |      |      |      |      |      |      |            |      |      |      |      |      |      |
|-----------------------------------------------------------|-----------|------|------|------|------|------|------|------------------|------|------|------|------|------|------|------------|------|------|------|------|------|------|
|                                                           | Διαφήμιση |      |      |      |      |      |      | Δημόσιες Σχέσεις |      |      |      |      |      |      | Λοιπά Μέσα |      |      |      |      |      |      |
|                                                           | 1991      | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1991             | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1991       | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 |
| <b>Ελλάς</b>                                              | 84,9      | 80,3 | 82,0 | 68,0 | 69,4 | 57,2 | 42,6 | 13,6             | 17,7 | 18,0 | 32,0 | 30,6 | 42,8 | 57,4 | 1,5        | 2,0  |      |      |      |      |      |
| <b>Ιταλία</b>                                             | 7         | 7,2  | 7,1  | 17,5 | 25,0 | 22,6 |      | 4,0              | 4,0  | 3,6  | 2,2  | 2,9  | 1,3  | 1,3  | 89,0       | 88,8 | 89,3 | 78,9 | 72,1 | 77,4 | 98,7 |
| <b>Ισπανία</b>                                            | 51,9      | 49,0 | 48,2 | 44,0 | 45,9 | 41,3 | 42,5 |                  |      | 0,4  |      |      | 0,8  | 0,4  | 48,1       | 51,0 | 51,4 | 56,0 | 54,1 | 57,9 | 57,1 |
| <b>Πορτογαλία</b>                                         | n.a       | n.a  | n.a  | 36,3 | 31,6 | 53,3 | 45,8 | n.a              | n.a  | n.a  | 1,3  | 2,6  | 1,4  | 2,8  | n.a        | n.a  | n.a  | 62,4 | 65,8 | 45,3 | 51,4 |
| <b>Τουρκία</b>                                            | 75,9      | 48,1 | 81,6 | 93,1 | 83,6 | 80,2 | n.a  | 4,4              | 1,4  | 1,4  | 1,4  | 6,9  | 2,7  | n.a  | 19,7       | 50,5 | 17,0 | 5,5  | 9,5  | 17,1 | n.a  |

## **6.6 ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

### **6.6.1 Βέλτιστες πρακτικές τουριστικής ανάπτυξης**

Είναι γνωστό σήμερα ότι το μαζικό είδος τουρισμού έχει ολοκληρωθεί και διαφαίνονται σημάδια κόπωσης. Για τούτο, πολλές χώρες έχουν προχωρήσει στην εισαγωγή νέων τουριστικών προϊόντων, με στόχο τη διασφάλιση και ενδυνάμωση των μεριδίων τους στην αγορά. Στην Μεσογειακή Ευρώπη, πλέον αποτελεσματικές σε αυτή τη προσπάθεια φαίνεται ότι είναι πόλεις της Ιταλίας που έχουν κατορθώσει μεγαλύτερη διασπορά τουριστικών δραστηριοτήτων, την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο συνεδριακός, ο ορεινός κ.α. Με τον τρόπο αυτό αμβλύθηκε σημαντικά η εποχικότητα της ζήτησης του ιταλικού τουριστικού προϊόντος. (Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, 2000, «*Αναπτυξιακή Φυσιогνωμία της ΠΙΝ, 2000*»).

Τα διαφημιστικά μέσα που χρησιμοποιούν, σε γενικό πλαίσιο, οι ελληνικές αρχές είναι η διαφήμιση και οι δημόσιες σχέσεις, σε αντίθεση με τους ανταγωνιστές που δίνουν έμφαση στις προωθητικές ενέργειες και την πληροφόρηση του κοινού. Κρίνοντας από την επιτυχία των τελευταίων, προκύπτει ότι οι προωθητικές ενέργειες των ελληνικών αρχών πρέπει να επεκταθούν και σε άλλες μορφές δράσης, όπως η συμμετοχή των στελεχών της Περιφέρειας σε τουριστικές εκθέσεις και συνέδρια, οι επαφές τους με μεγάλους ταξιδιωτικούς πράκτορες, και, γενικά, η λειτουργία τους με κριτήρια ιδιωτικού τομέα.

(Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, 2000, «*Αναπτυξιακή Φυσιогνωμία της ΠΙΝ, 2000*»).

### **6.6.2 Επιλογές τουριστικής ανάπτυξης**

Είναι γνωστό ότι με τον όρο «τουριστικό προϊόν» νοείται ένα σύνολο επιμέρους τύπων τουρισμού. Έτσι, έχουμε τουρισμό ηλίου και θάλασσας, περιηγητικό τουρισμό, οικολογικό τουρισμό, αθλητικό τουρισμό, τουρισμό πόλεων, συνεδριακό τουρισμό, επιχειρηματικό τουρισμό κ.ο.κ.

Ο τουρισμός ηλίου και θάλασσας είναι οι καλοκαιρινές διακοπές των τουριστών σε παραθαλάσσιες περιοχές. Ο περιηγητικός τουρισμός περιλαμβάνει δραστηριότητες περιήγησης. Ο τουρισμός των πόλεων είναι εκείνη η δραστηριότητα που περιηγεί τους τουρίστες στα αξιοθέατα μιας συγκεκριμένης πόλης. Με τον οικολογικό τουρισμό, οι ενδιαφερόμενες ομάδες τουριστών απολαμβάνουν τα φυσικά τοπία που δεν έχουν επηρεαστεί από τις σύγχρονες παραγωγικές δραστηριότητες. Ο αθλητικός ασχολείται με την ικανοποίηση αθλητικών παραγόντων. Ο συνεδριακός τουρισμός αναφέρεται στη

διοργάνωση και στήριξη συνεδρίων, ενώ ο επιχειρηματικός έχει ως αντικείμενο την κάλυψη των αναγκών όσων μετακινούνται για επιχειρηματικούς λόγους. Το τουριστικό προϊόν Ιονίων Νήσων επικεντρώνεται στον μαζικό οργανωμένο τουρισμό διακοπών, καθώς και στον περιηγητικό. (Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, 2000, «Αναπτυξιακή Φυσιογνωμία της ΠΙΝ, 2000»).

**Πίνακας 23: ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ**  
**(Ποσοστιαία κατανομή)**

| ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ |             |
|-------------------------------------------|-------------|
| Ήλιος και Θάλασσα                         | 50%         |
| Περιηγητικός Τουρισμός                    | 10%         |
| Τουρισμός Πόλεων                          | 10%         |
| Οικολογικός τουρισμός                     | 4%          |
| Θρησκευτικός τουρισμός                    | 22%         |
| Λοιπά είδη τουρισμού                      | 4%          |
| <b>Σύνολο</b>                             | <b>100%</b> |

Πηγή: ΕΟΤ, 2002

Η εν λόγω τοπολογία δικαιολογείται απόλυτα από το κλίμα και τον πολιτισμικό πλούτο της Περιφέρειας. Επίσης, δικαιολογεί την έντονη εποχικότητα και τις έμμεσες συνέπειες στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών επισκέπτεται την Περιφέρεια για τη θάλασσα και τον ήλιο εγκυμονεί κινδύνους διότι εγκλωβίζει την τουριστική βιομηχανία. Ο κύκλος ζωής αυτού του τουρισμού έχει ολοκληρωθεί. Απαιτείται άμεση διασπορά τουριστικών δραστηριοτήτων με στόχο την εισαγωγή νέων προϊόντων. Για να επιτευχθεί αυτό, θα πρέπει να υπάρξει οργανωτική ωριμότητα και σχεδιασμός για την εισαγωγή νέων μεριδίων στην αγορά. Η τουριστική οικονομική ανάπτυξη αποτέλεσε και συνεχίζει να αποτελεί εμπόδιο στον παραπάνω στόχο. Η ανάγκη για άμεσα οικονομικά οφέλη διαμόρφωσαν μια ελλιπή και μονόπλευρη προβολή της Περιφέρειας. Αντίθετα η προβολή θα πρέπει να στοχεύει σε μακροπρόθεσμα αποτελέσματα.

(Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, 2000, «Αναπτυξιακή Φυσιογνωμία της ΠΙΝ, 2000»).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΖΗΤΗΣΗ- ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΖΑΚΥΝΘΟΥ**

### **7.1 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΖΑΚΥΝΘΟ**

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία (ΕΣΥΕ, ΕΟΤ) η πλειονότητα των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα προέρχεται από χώρες της Ευρώπης (90,03%), το 2,21% από την Αμερικανική Ήπειρο, είναι χαρακτηριστικό μάλιστα ότι μόλις το 1,61% προέρχεται από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ). Από την Ασία προέρχεται το 3,33%, με το 2,0% περίπου από την Τουρκία και το Ισραήλ.

Η μεγαλύτερη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος προέρχεται από το Ηνωμένο Βασίλειο (20,43%) και τη Γερμανία (17,65%).

Από τα στοιχεία του Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου, η προέλευση των τουριστών είναι από τις παρακάτω χώρες: Αγγλία, Αυστρία, Βέλγιο, Γερμανία, Γιουγκοσλαβία, Δανία, Ελβετία, Ιρλανδία, Ισραήλ, Ιταλία, Νορβηγία, Ολλανδία, Ουγγαρία, Πολωνία, Ρουμανία, Σλοβακία, Σλοβενία, Σουηδία, Τσεχία.

Ενδεικτικά παρουσιάζουμε τους παρακάτω πίνακες στους οποίους φαίνονται οι χώρες από τις οποίες προέρχονται κυρίως οι τουρίστες του νομού Ζακύνθου για τα έτη 2007 και 2008 για τον μήνα Αύγουστο, που είναι από τους πιο τουριστικούς μήνες του χρόνου.

**Πίνακας 24: ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΑΠΟ 1-8-2007 ΕΩΣ 31-8-2007 Στην Ζάκυνθο**

| <b>Α/Α</b> | <b>ΧΩΡΑ</b>   | <b>ΑΡΙΘΜΟΣ<br/>ΚΙΝΗΣΕΩΝ<br/>(Α/ΦΗ)</b> | <b>ΑΦΙΞΕΙΣ<br/>(ΕΠΙΒΑΤΕΣ)</b> | <b>ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ<br/>(ΕΠΙΒΑΤΕΣ)</b> |
|------------|---------------|----------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| 1          | Αγγλία        | 616                                    | 61507                         | 64101                             |
| 2          | Αυστρία       | 76                                     | 5852                          | 6224                              |
| 3          | Βέλγιο        | 28                                     | 1288                          | 1405                              |
| 4          | Γαλλία        | 2                                      | 0                             | 7                                 |
| 5          | Γερμανία      | 32                                     | 2432                          | 2367                              |
| 6          | Γιουγκοσλαβία | 16                                     | 826                           | 917                               |
| 7          | Δανία         | 17                                     | 1541                          | 1383                              |
| 8          | Ελβετία       | 50                                     | 3469                          | 3794                              |
| 9          | Ελλάδα        | 170                                    | 2535                          | 2829                              |
| 10         | Ιρλανδία      | 44                                     | 4021                          | 4248                              |
| 11         | Ισραήλ        | 8                                      | 613                           | 636                               |

|    |          |      |        |        |
|----|----------|------|--------|--------|
| 12 | Ιταλία   | 64   | 2247   | 2280   |
| 13 | Κύπρος   | 10   | 896    | 952    |
| 14 | Νορβηγία | 8    | 816    | 840    |
| 15 | Ολλανδία | 64   | 4477   | 5076   |
| 16 | Ουγγαρία | 28   | 1757   | 1901   |
| 17 | Πολωνία  | 16   | 1557   | 1642   |
| 18 | Ρουμανία | 18   | 582    | 554    |
| 19 | Σλοβακία | 24   | 1415   | 1543   |
| 20 | Σλοβενία | 24   | 1306   | 1436   |
| 21 | Σουηδία  | 31   | 2324   | 2938   |
| 22 | Τσεχία   | 94   | 6819   | 6899   |
| 23 | ΣΥΝΟΛΟ   | 1440 | 108280 | 113972 |

Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Πίνακας 25: ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΑΠΟ 1-8-2007 ΕΩΣ 31-8-2007 Στην Ζάκυνθο**

| Α/Α | ΧΩΡΑ          | ΑΡΙΘΜΟΣ<br>ΚΙΝΗΣΕΩΝ<br>(Α/ΦΗ) | ΑΦΙΞΕΙΣ<br>(ΕΠΙΒΑΤΕΣ) | ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ<br>(ΕΠΙΒΑΤΕΣ) |
|-----|---------------|-------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| 1   | Αγγλία        | 570                           | 55018                 | 57844                     |
| 2   | Αυστρία       | 64                            | 5335                  | 5521                      |
| 3   | Βέλγιο        | 28                            | 1373                  | 1450                      |
| 4   | Γερμανία      | 32                            | 2711                  | 2678                      |
| 5   | Γιουγκοσλαβία | 32                            | 1703                  | 1815                      |
| 6   | Δανία         | 30                            | 2140                  | 2202                      |
| 7   | Ελβετία       | 46                            | 3218                  | 3473                      |
| 8   | Ελλάδα        | 100                           | 1989                  | 2106                      |
| 9   | Ιρλανδία      | 46                            | 4089                  | 4410                      |
| 10  | Ιταλία        | 16                            | 657                   | 600                       |
| 11  | Κύπρος        | 8                             | 591                   | 757                       |
| 12  | Νορβηγία      | 10                            | 653                   | 690                       |
| 13  | Ολλανδία      | 62                            | 4820                  | 5321                      |
| 14  | Ουγγαρία      | 36                            | 2233                  | 2376                      |
| 15  | Πολωνία       | 32                            | 2909                  | 2975                      |
| 16  | Ρουμανία      | 24                            | 1436                  | 1440                      |
| 17  | Ρωσία         | 12                            | 700                   | 705                       |
| 18  | Σλοβακία      | 24                            | 1417                  | 1563                      |
| 19  | Σλοβενία      | 24                            | 1055                  | 1172                      |
| 20  | Σουηδία       | 28                            | 2321                  | 2630                      |
| 21  | Τσεχία        | 106                           | 7654                  | 7927                      |
| 22  | Φιλανδία      | 8                             | 634                   | 638                       |
| 23  | ΣΥΝΟΛΟ        | 1338                          | 104656                | 110293                    |

Τα σκήπτρα κρατάει η Αγγλική και Ολλανδική αγορά και ακολουθεί η αγορά της Τσεχίας, της Αυστρίας και της Γερμανίας.

Επίσης πολύ σημαντικό μερίδιο των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται την Ζάκυνθο προέρχονται από την Ιταλία και οι οποίοι χρησιμοποιούν περισσότερο πλοία για την μεταφορά τους.

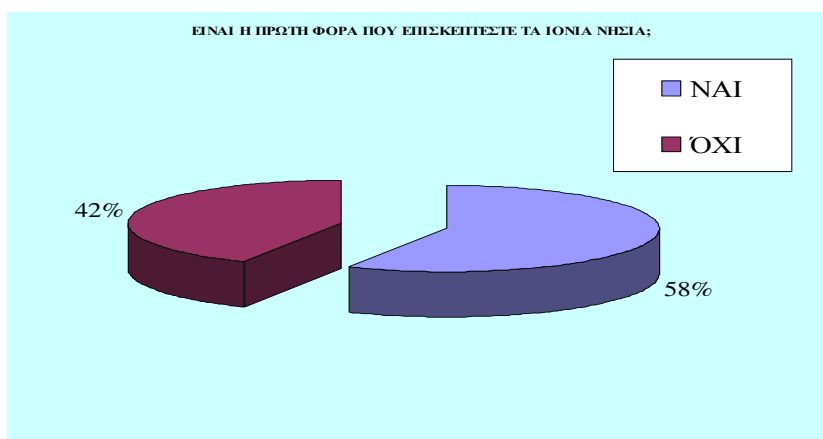
Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της ETIN Α.Ε. για τον τουρισμό στα ιόνια νησιά, στοιχεία της έρευνας παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα, τα ακόλουθα συμπεράσματα διεξήχθησαν αναφορικά με τη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας:

|                                    |                                                                                              |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ΕΡΕΥΝΑ:</b>                     | ETIN Α.Ε.<br><br>ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΑ ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ                                            |
| <b>ΧΡΟΝΟΣ:</b>                     | ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ 2003                                                                               |
| <b>ΤΟΠΟΣ:</b>                      | ΣΕ ΟΛΑ ΤΑ ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ<br><br>(ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ, ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ, ΕΝΟΙΚ.<br>ΔΩΜΑΤΙΑ, ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ) |
| <b>ΔΕΙΓΜΑ:</b>                     | 1.500 ΑΤΟΜΑ (ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΑΙ<br>ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ)                                                       |
| <b>ΤΡΟΠΟΣ:</b>                     | ΓΡΑΠΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ                                                                        |
| <b>ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ<br/>ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ:</b> | Κος Κούρκουλος (Corfu Imperial)<br><br>Γ. Ζορκάδης (ETIN)                                    |
| <b>ΠΟΙΟΙ<br/>ΒΟΗΘΗΣΑΝ:</b>         | Σπ. Μίχας (Πρόεδρος Διευθυντών<br>Ξενοδοχείων Κέρκυρας)<br><br>Π. Σκληρός (ETIN)             |

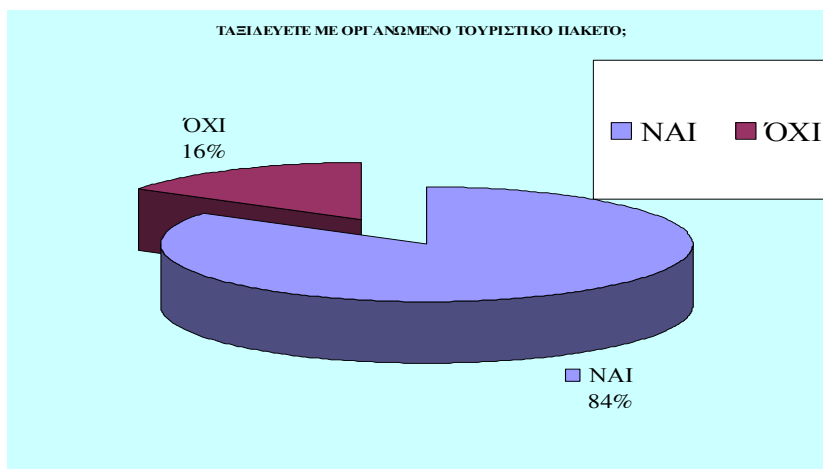
**Διάγραμμα 7: Λόγος ταξιδιού**



**Διάγραμμα 8: Αποτύπωση επανάληψης επίσκεψης στην ΠΙΝ**



**Διάγραμμα 9: Τρόπος ταξιδιού επισκεπτών ΠΙΝ**

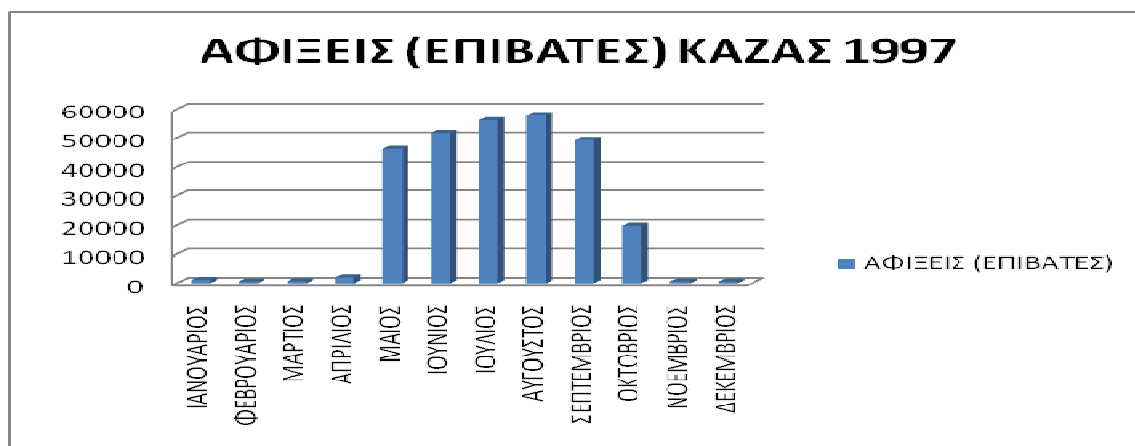


## 7.2 ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ

Ένα άλλο χαρακτηριστικό του τουριστικής ζήτησης που συνάγεται από την ανάλυση των στοιχείων είναι η εποχικότητά της. Η εποχή όπου παρατηρείται η μεγαλύτερη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος είναι μεταξύ των μηνών Ιουνίου – Σεπτεμβρίου με υψηλά ποσοστά συμμετοχής των μηνών Ιουλίου και Αυγούστου. Τα στοιχεία των παρακάτω διαγραμμάτων απεικονίζουν ανάγλυφα τη συγκεκριμένη παραδοχή.

Η συγκεκριμένη εικόνα που παρουσιάζει η ζήτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος διέπεται από το πρότυπο «Ηλιος-θάλασσα» το οποίο προωθείται μέσω μονοδιάστατων επιλογών σε αντίθεση με την επιθυμητή ένταξη του παραπάνω δίπτυχου στο πολιτισμικό απόθεμα και συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας (μαζικός – παραθεριστικός τουρισμός). Αντίστοιχα συμπεράσματα σχετικά με την εποχικότητα της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος από αλλοδαπούς τουρίστες συνάγονται από τις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα ανά μήνα, όπου διαφαίνεται η σταδιακή άνοδος των διανυκτερεύσεων με αποκορύφωση τον Αύγουστο για να αρχίσει να φθίνει από τον Σεπτέμβριο και μετά.

**Διάγραμμα 10: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 1997**



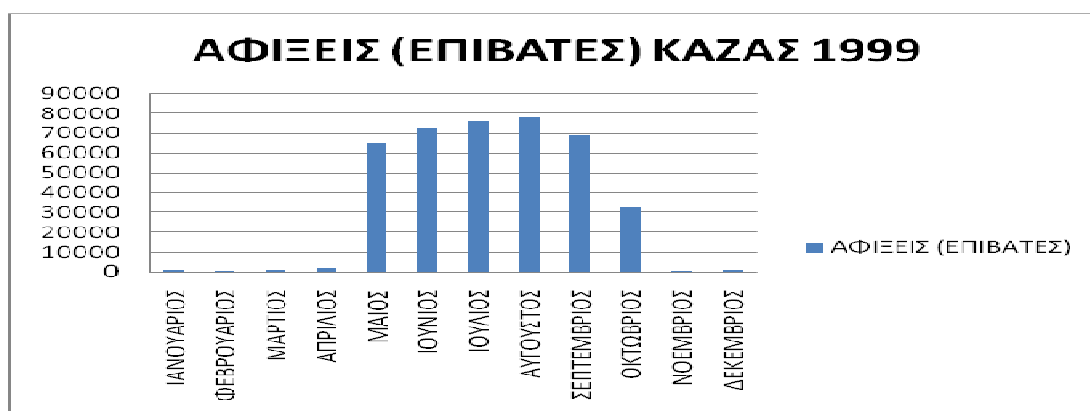
Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Διάγραμμα 11: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 1998**



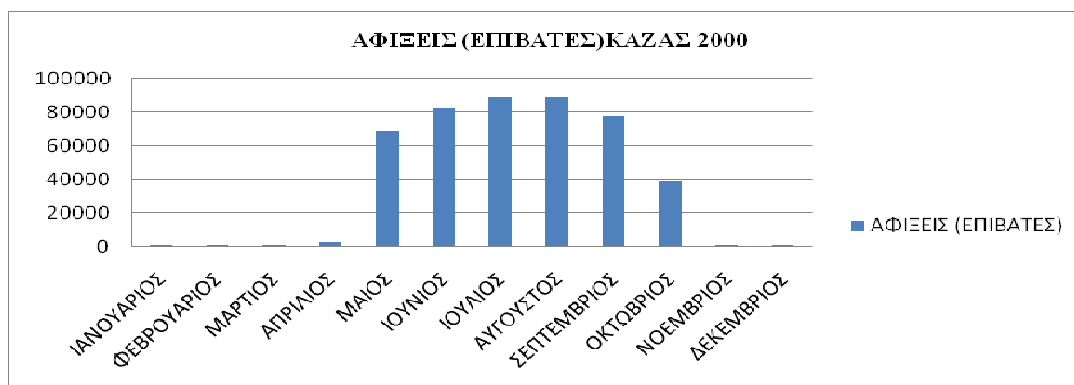
Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Διάγραμμα 12: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 1999**

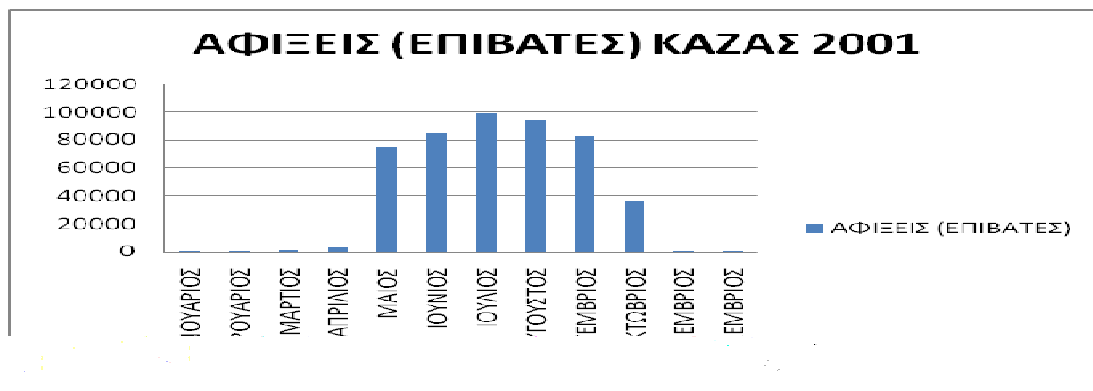


Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Διάγραμμα 13: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 2000**

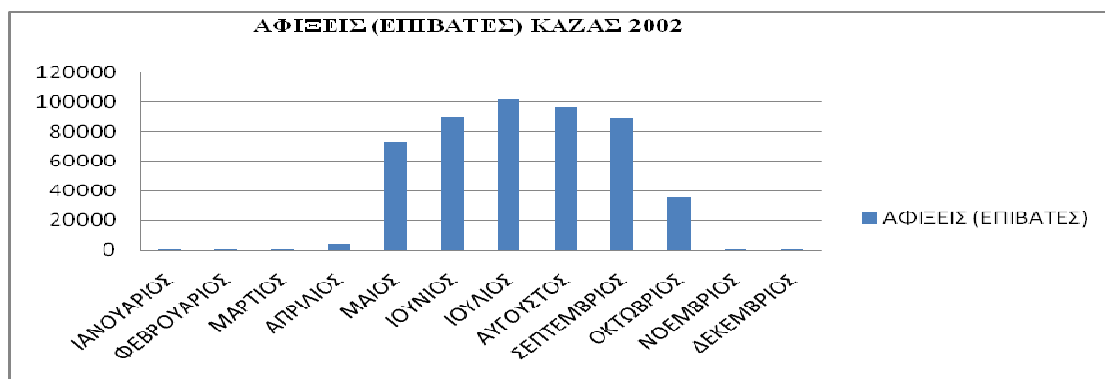


**Διάγραμμα 14: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 2001**



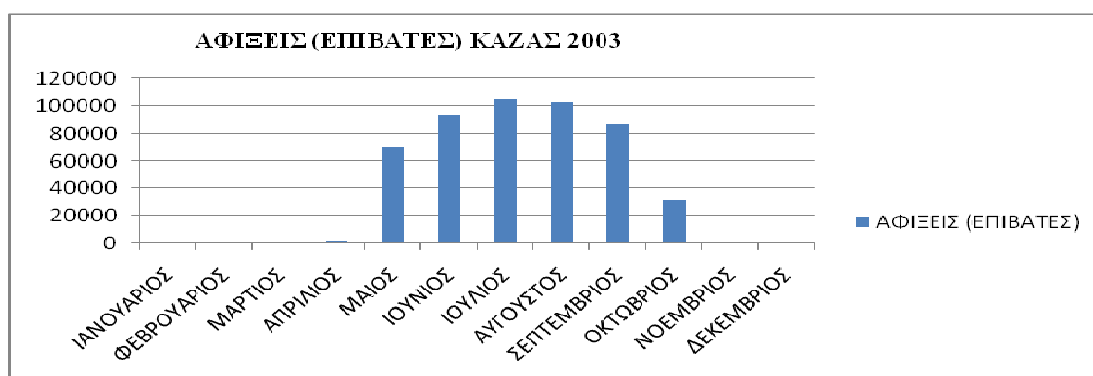
Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Διάγραμμα 15: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 2002**



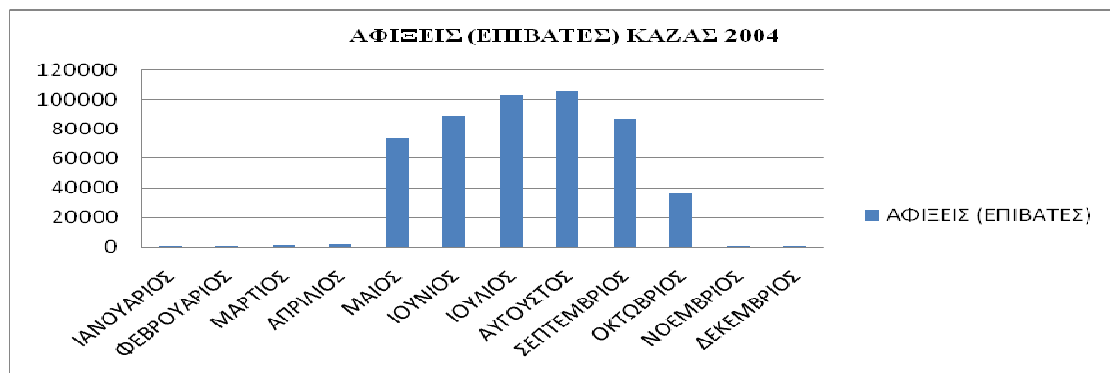
Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Διάγραμμα 16: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 2003**



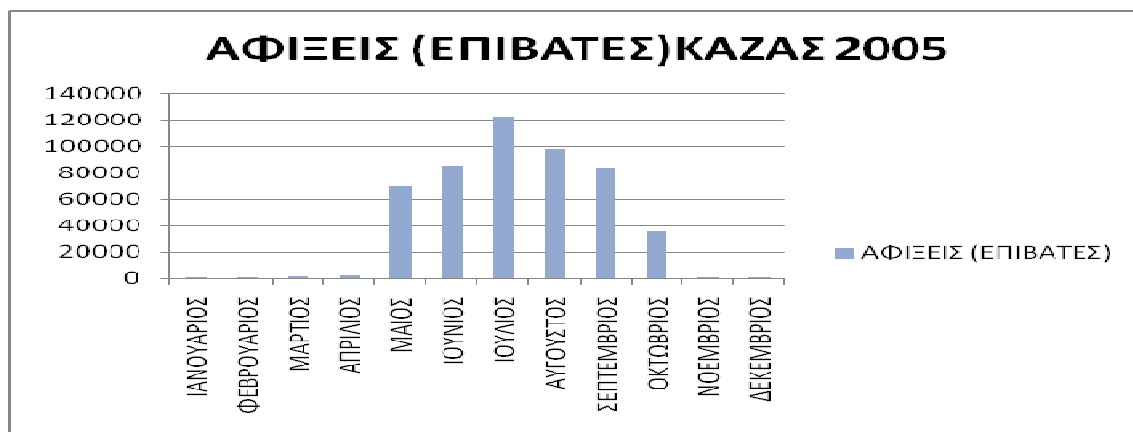
Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Διάγραμμα 17: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 2004**



Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Διάγραμμα 18: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 2005**



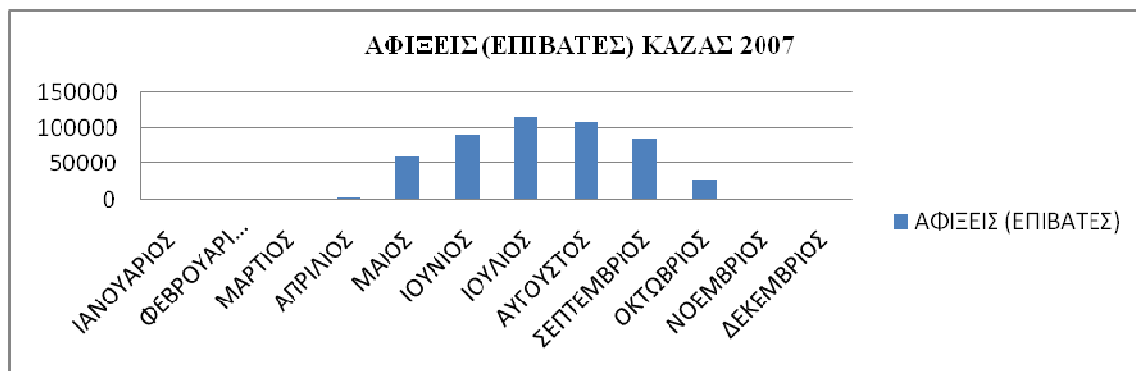
Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Διάγραμμα 19: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 2006**



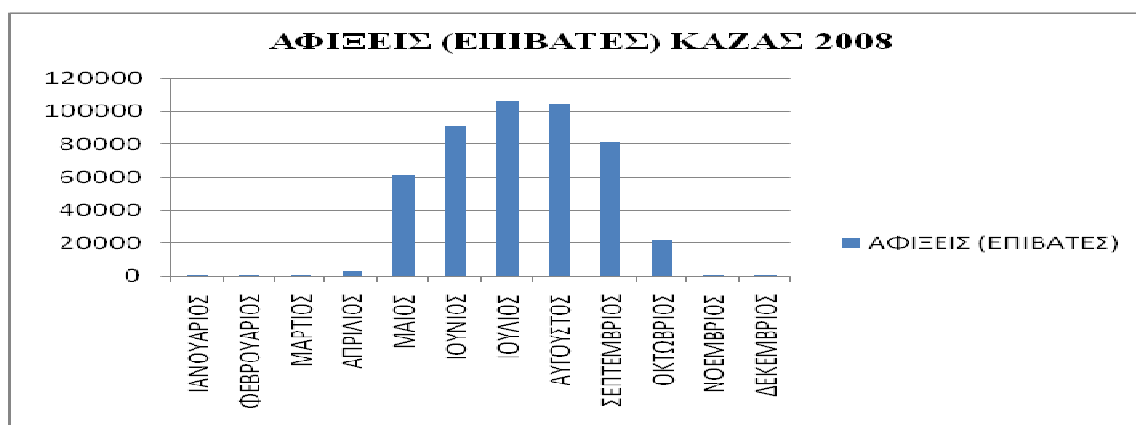
Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Διάγραμμα 20: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 2007**



Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

**Διάγραμμα 21: Αφίξεις Κρατικού Αερολιμένα Ζακύνθου το έτος 2008**



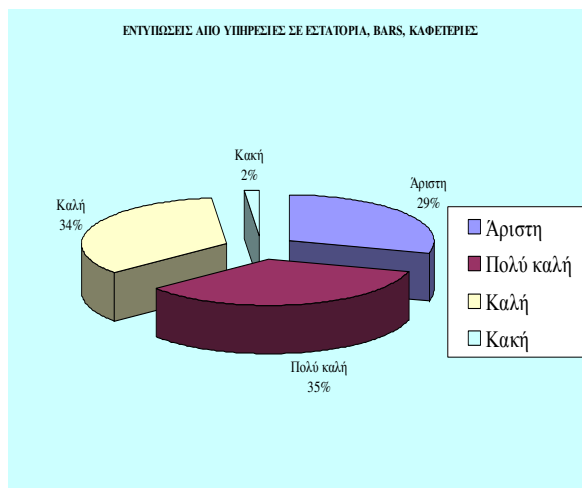
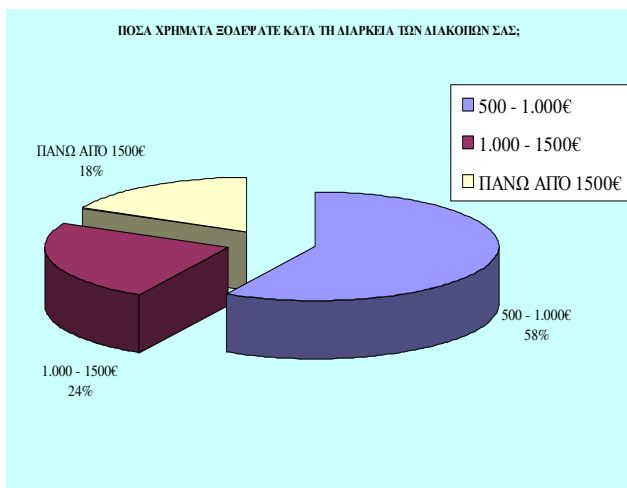
Πηγή: ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ,

### **7.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΥΨΗΛΟΤΕΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ**

Από τα στοιχεία των ξενοδόχων αλλά και του κλάδου εστιατορίων και εμπορικών τουριστικών καταστημάτων, όπως παρουσιάζεται στο παρακάτω διάγραμμα, παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των τουριστών που επισκέπτονται την Ζάκυνθο δεν ξοδεύουν πάνω από 1000 ευρώ κατά την διάρκεια της παραμονής τους στο νησί.

Αυτό καταδεικνύει το οικονομικό επίπεδο των τουριστών του νησιού, το οποίο είναι ιδιαίτερος χαμηλό. Φυσικά για το γεγονός αυτό δεν πρέπει να κατηγορούμε μόνο τους τουριστικούς πράκτορες, οι οποίοι «φτιάχνουν» φτηνά πακέτα και έτσι γεμίζει το νησί με φτωχό τουρισμό. Έχει γίνει πλέον κατανοητό και από τους τοπικούς παράγοντες ότι το

πρόβλημα είναι βαθύτερο. Δεν φταίει ίσως η ζήτηση, αλλά κυρίως φταίει το τι προσφέρει η τουριστική αγορά της Ζακύνθου στον επισκέπτη και εν τέλει τι είδους επισκέπτες προσελκύει.



Η εξάρτηση του Ζακυνθινού τουριστικού προϊόντος από λίγες μόνο χώρες, η εποχικότητα (μόνο για καλοκαιρινές διακοπές) και ο μαζικός χαρακτήρας του τουρισμού (φθηνός τουρισμός), δεν μεγιστοποιεί τα οφέλη που θα μπορούσε από την προσέλκυση αλλοδαπών τουριστών στο νησί.

Το συμπέρασμα αυτό ενισχύεται και από τα ταξιδιωτικά πακέτα που διαθέτουν οι οργανωτές ταξιδιών στο εξωτερικό που είναι σχεδιασμένα για συγκεκριμένη παραμονή: 7, 10, 14 και 21 ημερών, σύμφωνα με στοιχεία από τους συλλόγους ξενοδόχων της Ζακύνθου. Οι αλλοδαποί τουρίστες, που προτίμησαν αυτές τις διάρκειες ταξιδιών, αποτελούσαν το 72% του συνόλου των τουριστών που ήρθαν την περίοδο 2007-2008. Η πιο δημοφιλής διάρκεια είναι των 14 ημερών που την προτίμησαν το 40% των αλλοδαπών τουριστών. Αν προσθέσουμε και την προτίμηση των 15 ημερών (μισός μήνας) του 4,3% τότε η δημοφιλής αυτή διάρκεια αγγίζει το 43%. Ακολουθεί το πακέτο των 7 ημερών που το προτίμησαν το 25% των τουριστών. Εξίσου δημοφιλές είναι και το δεκαήμερο, το οποίο περιλαμβάνει δύο Σαββατοκύριακα. Η μέση παραμονή για την περίοδο εξέτασης ανέρχεται στις 12,29 ημέρες.

Οι ξένοι έρχονται στην Ζάκυνθο για θερινές διακοπές. Το 85% των αλλοδαπών τουριστών “κατανάλωσαν” θάλασσα και ήλιο. Η δεύτερη πιο δημοφιλής δραστηριότητα ήταν το

φαγητό εκτός του χώρου διαμονής που αντιστοιχεί σε ένα ποσοστό της τάξης του 74%. Το 36% των αλλοδαπών τουριστών είχαν προ-αγοράσει τα τρία ημερήσια φαγητά (πρωινό, γεύμα και δείπνο) στη χώρα προέλευσης που αντιστοιχεί στο ποσοστό των τουριστών που δεν βγήκαν εκτός του ξενοδοχείου τους. Παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των αλλοδαπών τουριστών που ήρθαν στην Ζάκυνθο ανάλογα με τη χώρα προέλευσης τους. Για παράδειγμα, οι Βρετανοί τουρίστες τρώνε και εκτός του καταλύματός τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι οι Βρετανοί τουρίστες διαμένουν σε καταλύματα χαμηλών κατηγοριών που δεν διαθέτουν τέτοιες υπηρεσίες, δηλαδή τρία ημερήσια φαγητά. Τα στοιχεία επιβεβαιώνουν την κοινή αντίληψη ότι οι τουρίστες από τις ΗΠΑ συμμετέχουν σε δραστηριότητες με μεγάλη προστιθέμενη αξία για την τοπική οικονομία. Οι τουρίστες από τις ΗΠΑ και την Ιταλία έχουν την πρωτιά στα ψώνια, στη νυχτερινή διασκέδαση και στο φαγητό. Τα στοιχεία του εισοδήματος δείχνουν ότι αυτές οι διαφοροποιήσεις μπορεί να οφείλονται στο υψηλότερο εισόδημα των τουριστών που έρχονται στην Ζάκυνθο από τις ΗΠΑ και την Ιταλία σε σχέση με τουρίστες άλλων χωρών.

## **7.4 ΤΡΟΠΟΙ ΑΦΙΞΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ**

### **7.4.1 ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ**

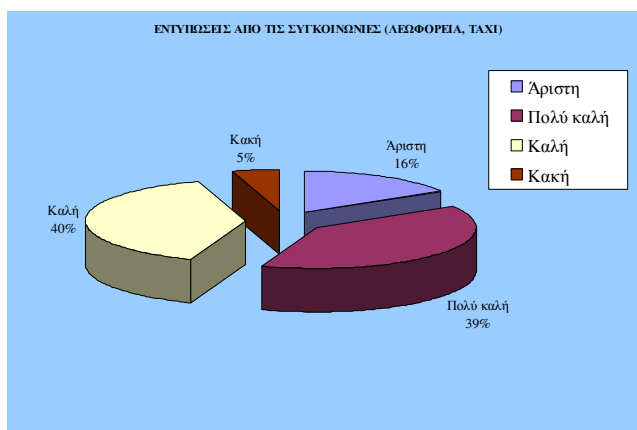
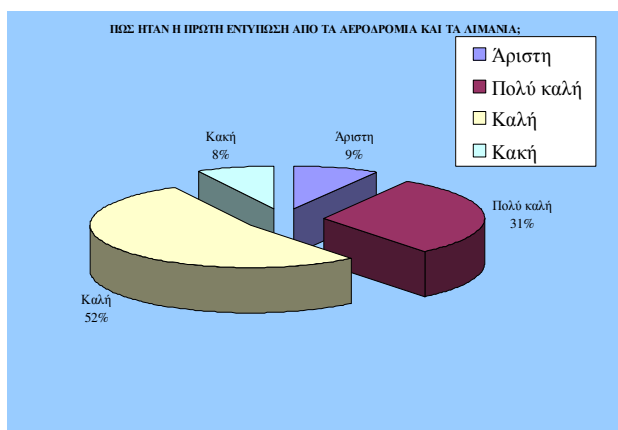
Οι Σταθμοί εισόδου στο Νομό Ζακύνθου είναι το λιμάνι του νησιού και το αεροδρόμιο. Οι υποδομές είναι ικανοποιητικές, αν και θα μπορούσαν ακόμη να γίνουν έργα ώστε να βελτιωθούν οι παρεχόμενες υπηρεσίες και να γίνει πιο εύκολη η εξυπηρέτηση του κοινού. Το 2007 παραδόθηκε το καινούριο κτήριο του κρατικού αερολιμένα Ζακύνθου, γιατί η κατάσταση στο προηγούμενο κτήριο είχε αρχίσει να γίνεται ασφυκτική τους μήνες αιχμής της τουριστικής περιόδου, και οι παρεχόμενες υπηρεσίες εκ των πραγμάτων ήταν πολύ χαμηλής ποιότητας, με αποτέλεσμα να δυσανασχετούν τουρίστες και τουριστικοί πράκτορες.

Όσον αφορά στο λιμάνι της Ζακύνθου γίνονται διάφορες εργασίες για να βελτιωθούν οι υπάρχουσες υποδομές, αλλά και για να δημιουργηθεί μια μαρίνα που θα μπορεί να φιλοξενήσει επαρκή αριθμό ιδιωτικών σκαφών, πράγμα που θα ευνοήσει ολόκληρο το νησί, μια και συνήθως αυτού του είδους ο τουρισμός είναι και πιο οικονομικά εύρωστος και έτσι βελτιώνεται και τονώνεται η τουριστική οικονομία του νησιού.

#### 7.4.2 ΜΕΣΑ ΑΦΙΞΕΩΝ

Ποσοστιαία, η πρώτη επιλογή των αλλοδαπών τουριστών, ως προς το μέσο μεταφοράς είναι οι αεροπορικές συγκοινωνίες. Η συμμετοχή του αεροπλάνου αυξάνεται σταθερά λόγω και της απελευθέρωσης των αεροπορικών συγκοινωνιών και της μείωσης των ναύλων, ενώ μειώνεται αντίστοιχα η συμμετοχή των άλλων μέσων μεταφοράς. Επιπλέον, η μεγάλη χρήση της των αεροπορικών μεταφορών οφείλεται και στη δράση των τουριστικών πρακτόρων.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί ότι εξαιτίας της γεωγραφικής θέσης του νησιού και της «απομόνωσής» του από τα κράτη μέλη της ΕΕ το αεροπλάνο ως μέσο μεταφοράς αποτελεί την καλύτερη δυνατή επιλογή για τις μετακινήσεις από και προς την Ζάκυνθο. Το γεγονός αυτό κάνει επιτακτική την ανάγκη ποιοτικής αναβάθμισης και τον εκσυγχρονισμό των υπηρεσιών αερομεταφοράς καθώς και τη μείωση του κόστους τους το οποίο αποτελεί «κρίσιμη μεταβλητή» στη διαμόρφωση ανταγωνίσιμων τουριστικών πακέτων.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

### ΣΥΝΘΕΤΙΚΗ ΔΙΑΓΝΩΣΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ

#### 8.1 ΔΥΝΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ (S.W.O.T. Analysis) (Περιφέρεια Ιονίων Νήσων)

Η ανταγωνιστικότητα ενός τουριστικού προϊόντος προσδιορίζεται από τον υφιστάμενο συσχετισμό μεταξύ των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων του. Η σχετική ανάλυση είναι γνωστή στη βιβλιογραφία ως «ανάλυση SWOT». Η ανάλυση αποτελεί μια ολοκληρωμένη διαδικασία εντοπισμού των ασθενών και ισχυρών σημείων του προϊόντος. Η ανάλυση SWOT εφαρμοσμένη στο τουριστικό προϊόν Ιονίων Νήσων, φαίνεται στον παρακάτω πίνακα.

### S.W.O.T. Ανάλυση του Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

#### Πλεονεκτήματα – Δυνατά σημεία

- Η ΠΙΝ διαθέτει έναν ισχυρό προωθητικό και διεθνώς αναγνωρίσιμο τομέα (τουρισμός) με περιθώρια περαιτέρω βελτίωσης, προς τον οποίο λειτουργούν συμπληρωματικά οι άλλες οικονομικές δραστηριότητες
- Δεν έχει ακόμη επηρεασθεί από τα προβλήματα και τις επιβαρύνσεις άλλων καθιερωμένων τουριστικών προορισμών.
- Δεν έχει κορεσθεί
- Διατηρεί χαρακτηριστικά που μπορούν να προσελκύσουν ειδικές κατηγορίες επισκεπτών (περιηγητικός τουρισμός, θρησκευτικός, τουρισμός υγείας, διατροφής, αθλητικός τουρισμός, κα).
- Λιμενικές και τηλεπικοινωνιακές υποδομές που διευκολύνουν την πρόσβαση και την επικοινωνία
- Πλούσιοι φυσικοί πόροι, η προστασία και αξιοποίηση των οποίων αποτελεί κοινό σημείο ευρύτερου ενδιαφέροντος

#### Αδύνατα σημεία

- Απουσία ανταγωνιστικότητας και συγκρισιμότητας του τουριστικού προορισμού σε σχέση με άλλους νέους ή καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς που αναφέρονται στις συγκεκριμένες τουριστικές αγορές
- Κακή και ερασιτεχνική ποιότητα παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών από όλο φάσμα του τουριστικού κυκλώματος
- Ανεπαρκής διαχείριση κοινής πολιτισμικής κληρονομιάς
- Απουσία επαγγελματικής εκπαίδευσης στον τουρισμό βασισμένης στα διεθνή πρότυπα
- Ανυπαρξία συστηματικού και συνεχούς τουριστικού μάρκετινγκ σε βάθος χρόνου κατά τρόπο σταθερό
- Εποχική ενασχόληση με τον τουρισμό που τοποθετεί το ενδιαφέρον για βελτίωση σε δεύτερη μοίρα σε όλο το τουριστικό κύκλωμα
- Ποιοτικές κυρίως ελλείψεις σε βασικές υποδομές (π.χ. οδική ασφάλεια, χερσαίες λιμενικές υποδομές,

### S.W.O.T. Ανάλυση του Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

- Παρθένες παραλίες και θάλασσα
- Διαθέτει χαρακτηριστικά πάνω στα οποία μπορεί να παρουσιασθεί στις τουριστικές αγορές ένα ελκυστικό τουριστικό προϊόν για το άμεσο μέλλον (π.χ. διακοπές σε ποιοτικές περιοχές, οικογενειακός τουρισμός, κα).
- Πλούσιο παρελθόν ανθρώπινου κεφαλαίου που αξίζει να μελετηθεί και να αναδειχθεί (ιστορία, ήθη παραδόσεις και έθιμα)
- Σημαντική πολυ-πολιτισμική κληρονομιά, ιδιαίτερα στο μεσογειακό χώρο, η ανάδειξη της οποίας αποτελεί σημείο κοινού ενδιαφέροντος
- Ο αναπτυγμένος τουριστικός τομέας που συμβάλλει στη δημιουργία και συντήρηση θέσεων εργασίας είτε με άμεσο είτε με έμμεσο τρόπο.
- Λειτουργία Πανεπιστημίου-ακού Ιδρύματος και ΤΕΙ, με τμήματα που αφορούν την ιστορία, τη μουσική, την ΚτΠ, τις βιοκαλλιέργειες κλπ

καλύτερος σχεδιασμός -ανάγκη εκσυγχρονισμού εκπαιδευτικών και υγειονομικών υποδομών κλπ).

- Ανεπάρκεια και ελλειμματικότητα σε υδάτινους πόρους και ιδιαίτερα όσον αφορά την ποιότητά τους, πρόβλημα που εντείνεται και από την έλλειψη πολιτικών διαχείρισης
- Ο εδαφικός κατακερματισμός δεν επιτρέπει τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας όσον αφορά τις τεχνικές και κοινωνικές υποδομές
- Διαρροή μέρους του παραγόμενου από τον τουρισμό εισοδήματος είτε εξαιτίας της λειτουργίας ξένων με τον τόπο επενδυτών , είτε λόγω χαμηλής τοπικής προστιθέμενης αξίας, είτε λόγω της προσφοράς «πακέτων» διακοπών κλπ
- Προβληματική από πλευράς χρόνου και κόστους ακτοπλοϊκή και χερσαία «εσωτερική» συγκοινωνιακή σύνδεση
- Αυξημένα προβλήματα κυκλοφορίας και προσπέλασης κύριων αστικών κέντρων

### S.W.O.T. Ανάλυση του Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

- Οι γενικότερες συνθήκες απομόνωσης που απορρέουν από τη νησιωτική δομή της ΠΙΝ, οι οποίες αποκτούν εντονότερο χαρακτήρα στην περίπτωση των Μικρών Νησιών της
- Τα **Μικρά Νησιά** της Π.Ι.Ν. αντιμετωπίζουν σε υπερθετικό βαθμό τα προβλήματα που απορρέουν από τη νησιωτικότητα (απομόνωση, περιορισμένοι πόροι και υποδομές, περιορισμένες ευκαιρίες κλπ)
- Η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας με έντονους ρυθμούς και χωρίς πρόβλεψη για την αντιμετώπιση συνακόλουθων προβλημάτων (ρύπανση, υπεράντληση ύδατος, αλλαγές στο φυσικό περιβάλλον κλπ)
- Θαλάσσια ρύπανση από την αυξανόμενη κινητικότητα σκαφών και πλοίων στο θαλάσσιο διάυλο Αδριατικής-Ιονίου

### SWOT Ανάλυση του Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

#### Ευκαιρίες

- Ιδανικό χρονικό διάστημα (περίοδος τουριστικής ύφεσης) για ανασυγκρότηση στον χώρο του τουρισμού.
- Η γεωγραφική αυτή περιοχή διαθέτει όλα εκείνα τα στοιχεία που είναι σε θέση να στηρίζουν μια υγιή τουριστική ανάπτυξη με βάση τα διεθνή πρότυπα.
- Η κεντρική γεωγρα-φική θέση της Περιφέρειας στον άξονα Αδριατικής – Ιονίου, ο οποίος προβλέπεται να ενισχυθεί ως άξονας θαλάσσιων μεταφορών και ταυτόχρονα η γεωγραφική της χωρο-θέτηση με κατεύθυνση κεντρικές πύλες (Πάτρα - Ηγουμενίτσα)
- Ύπαρξη λιμενικών υποδομών σε όλες τις πρωτεύουσες των νομών της ΠΙΝ, αλλά και σε μικρότερες πόλεις που διευκολύνουν τη σύνδεση των νησιών μεταξύ τους, αλλά και με την ηπειρωτική Ελλάδα και Ιταλία
- Η παρατεταμένη περίοδος τουριστικής ύφεσης έχει συντελέσει στο να αποθαρρυνθούν οι περιστασιακοί

#### Απειλές

- Το μοντέλο του μαζικού τουρισμού έχει αγγίξει τα όριά του. Η έντονη εποχικότητα σε συνδυασμό με την ενδο-περιφερειακή ανισοκατανομή, τη χαμηλή δαπάνη ανά τουρίστα και τη μικρή πληρότητα, επιδρούν αρνητικά στο τοπικό εισόδημα
- Το μικρό χρονικό διάστημα που απομένει για να παρουσιαστεί ο τουριστικός προορισμός ανταγωνιστικός
- Ο ίδιος ο ανταγωνισμός των Μεσογειακών κυρίως νησιωτικών τουριστικών προορισμών που επιταχύνουν τις προσπάθειές τους για την κατάκτηση σημαντικού μεριδίου αγοράς.
- Η εμπλοκή συναρμόδιων φορέων και οργανισμών κυρίως του δημόσιου τομέα στα έργα τουριστικής ανάπτυξης.
- Η τιμολογιακή πολιτική. Τα τελευταία έτη ένας αριθμός ανταγωνιστών, εντός και εκτός περιοχής Μεσογείου, έχουν βελτιώσει θεαματικά την

### SWOT Ανάλυση του Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

επιχειρηματίες του τουριστικού κυκλώματος, οπότε το οποιοδήποτε μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης να εφαρμοστεί στο άμεσο μέλλον από ευσυνείδητους τουριστικούς επιχειρηματίες και όχι ευκαιριακούς

- Η φιλελευθεροποίηση των αγορών της Κεντρ. και Αν. Ευρώπης, σε συνδυασμό με την επέκταση της Ε.Ε. δημιουργεί πρόσθετη τουριστική ζήτηση (σχετικά χαμηλού εισοδηματικού επιπέδου πρώτη φάση)
- Η φύση του προϊόντος είναι μοναδική, κατά ιδανικό τρόπο ήλιο, θάλασσα, πολιτισμική κληρονομιά και φιλόξενη διάθεση.
- Η εικόνα των Ιονίων Νήσων στο εξωτερικό είναι θετική. Αυτό προκύπτει από τη συνεκτίμηση διαφόρων στοιχείων, όπως το γεγονός ότι θεωρείται ασφαλής ταξιδιωτικός προορισμός, κατάλληλος τόπος για οικογένειες και ότι έχει συγκεκριμένη προσωπικότητα
- Σχετική ποσοτική επάρκεια σε σύγκριση με τον

ποιότητα του τουριστικού τους προϊόντος χωρίς να αυξήσουν τις τιμές.

- Ο ρόλος των τουριστικών πρακτόρων (tour operators). Είναι γνωστό ότι η τουριστική κίνηση καθορίζεται από τους tour operators. Επομένως, είναι αναγκαία η συνεργασία της περιφέρειας με αυτούς τους ταξιδιωτικούς οργανισμούς σε μεγαλύτερο βαθμό από το σημερινό.
- Ο επαγγελματισμός των τοπικών επιχειρηματιών. Καθώς αυξάνεται ο ανταγωνισμός, ολοένα και περισσότερο καθίσταται φανερή η ανάγκη επίτευξης υψηλότερου επιπέδου επαγγελματισμού από το σημερινό. Πρέπει να γίνει αντιληπτό, ότι η επιβίωση του τουρισμού εξαρτάται από την οργάνωση, τη σοβαρότητα, την ταχύτητα αντίδρασης, την ύπαρξη και πιστή εφαρμογή των σχεδίων μάρκετινγκ.
- Η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος στη διεθνή αγορά συνεχίζει να στηρίζεται στις

### SWOT Ανάλυση του Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

εθνικό μέσο όρο, σε βασικές υποδομές (μεταφορές, υγεία, εκπαίδευση)

- Η εμβάθυνση της ευρω-μεσογειακής συνεργασίας και σε θέματα αειφόρου τουρισμού στα πλαίσια της Νέας Μεσογειακής Πολιτικής της Ε.Ε.
- Διεθνώς αυξημένη ζήτηση για τοπικά προϊόντα ποιότητας και εναλλακτικό τουρισμό, που επιτρέπουν τον αναπροσανατολισμό του γεωργικού και τη διαφοροποίηση του τουριστικού τομέα
- Η υλοποίηση σημαντικού μεγέθους μεταφορικών έργων σε γειτονικές περιφέρειες της ηπειρωτικής χώρας (Εγνατία οδός, Λιμάνι Ηγουμενίτσας, γέφυρα Ρίου, υποθαλάσσια ζεύξη Ακτίου, Ιόνια Οδός) προσφέρουν ευκαιρίες και διευκολύνσεις στην Π.Ι.Ν.
- Η δημιουργία του άξονα θαλάσσιων μεταφορών Αδριατικής-Ιονίου (έως την Κύπρο)
- Η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και επικοινωνιών μπορεί να συμβάλει στη μείωση της απομόνωσης και στη διεύρυνση της γεωγραφικής κάλυψης των δραστηριοτήτων (τηλεϊατρική)

χαμηλές τιμές και στο μαζικό του χαρακτήρα. Βέβαια, η ένταξη της χώρας στη «ζώνη του ευρώ» έχει δυσμενείς επιπτώσεις όσον αφορά το κόστος των υπηρεσιών.

- Υπερβολική εξειδίκευση της παραγωγικής βάσης στον τριτογενή τομέα και κυρίως στον τουρισμό, ο οποίος συνεχίζει να εξαρτάται υπερβολικά από δύο ευρωπαϊκές χώρες (Μ. Βρετανία και Γερμανία)
- Χωρίς την κατάλληλη πρόνοια, η λειτουργία των γειτονικών μεγάλων θαλάσσιων και χερσαίων αξόνων μεταφοράς, αντί για θετικές, μπορεί να έχει αρνητικές (ή ουδέτερες) επιπτώσεις στην ΠΙΝ
- Οι επιπτώσεις στο επίπεδο και τον τρόπο ζωής από τις δυσκολίες προσπέλασης και τις ελλείψεις σε υποδομές, διευκολύνουν την πληθυσμιακή εκροή, ιδιαίτερα στα Μικρά Νησιά και την ενδοχώρα της ΠΙΝ

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9**

### **ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ**

#### **9.1 ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

Το τουριστικό προϊόν της Ζακύνθου αλλά και της περιφέρειας συνολικά θα πρέπει να επαναπροσδιορισθεί με κριτήρια σύγχρονα που θα ακολουθούν την τουριστική της στρατηγική για την επόμενη τουλάχιστον 5ετία. Ο συνδυασμός ήλιος – θάλασσα πλέον δεν διαθέτει από μόνος του την δύναμη για να προσελκύσει τουριστικές αγορές και πολλές φορές τις αποπροσανατολίζει γιατί δεν αφορά και δεν εξειδικεύει αποκλειστικά σε έναν προορισμό. Συνεπώς κριτήρια ή καλύτερα συστατικά όπως ο πολιτισμός, η παράδοση, η αρχιτεκτονική κληρονομιά, η ιστορία, η γαστρονομία, η ποιότητα στην διαμονή, οι ειδικές παροχές τουριστικών υπηρεσιών με την ευρεία έννοια, κ.α. μπορούν να συνθέσουν το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας και της Ζακύνθου ειδικότερα. Στο σημείο αυτό κρίσιμο και χρήσιμο είναι να ορίσουμε τι εννοούμε ή τι θα πρέπει να περιμένει ο επισκέπτης από τον προορισμό που για παράδειγμα προβάλλει στο τουριστικό του προϊόν την ποιότητα στην διαμονή ή την γαστρονομία, την παράδοση, κλπ. Αυτό γιατί η εμπειρία και η πρακτική έχει αποδείξει ότι όταν προβάλλουμε υπέρμετρα κάτι που δεν το διαθέτουμε έτσι όπως το ερμηνεύει ο επισκέπτης, τότε αντί για προβολή πετυχαίνουμε την δυσφήμιση.

##### **9.1.1 ΦΥΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ / ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Σταδιακά παρατηρείται ότι τα διεθνή πρότυπα αλλάζουν και ένα συνεχώς αυξανόμενο μερίδιο τουριστικής αγοράς στρέφεται στις ειδικές μορφές τουρισμού, στις οποίες το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και η εξατομίκευση των διακοπών αποτελούν νέους θεμέλιους λίθους για την ανάπτυξη μίας περιοχής. Την εξέλιξη αυτή της τουριστικής ζήτησης, επηρεάζουν άμεσα η άνοδος του επιπέδου των κοινωνικών στρωμάτων, μέσα από την εκπαίδευση, τα Μ.Μ.Ε και αφετέρου η αλλαγή του προτύπου ζωής μέσα από την καθιέρωση νέων δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου όπως άσκηση, άθληση, μάθηση, ανακάλυψη, κοινωνικές σχέσεις κλπ. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως πολιτιστικός τουρισμός, υπαίθριος, πόλεων, εκπαιδευτικός, φυσιογνωμικός, αγροτικός, αθλητικός, ορειβατικός και περιπατητικός αλλά και θαλάσσιος χωρίς να υποκαθιστούν τον μαζικό λειτουργούν συμπληρωματικά εμπλουτίζουν, διευρύνουν και προβάλλουν το τουριστικό προϊόν προς την νέα αυξανόμενη ζήτηση. Η νέα αυτή πολιτισμική διάσταση μπορεί να αναδειχτεί μέσα από πλαίσια οργάνωσης

και δραστηριοτήτων, σε ένα νέο ρόλο δικτύου προς την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, της προβολής του Νομού διεθνώς και να δημιουργήσει ένα καινούργιο φορέα στην αγορά.

### **Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού**

Έμφαση θα πρέπει να δοθεί στον συνεδριακό τουρισμό. Περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη θεματική αγορά ή τουριστική δραστηριότητα ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μια μικρογραφία του απόλυτα οργανωμένου τουρισμού (αεροπλάνο, γκρουπ, ξενοδοχείο, ομαδική διακίνηση, ξενάγηση, διασκέδαση, κτλ.). Μπορεί ο χρόνος παραμονής στο πλαίσιο ενός συνεδρίου να είναι μικρότερος του χρόνου παραμονής ενός απλού τουρίστα, όμως στα βασικά σημεία τα δύο πρόσωπα δεν διαφέρουν στις απαιτήσεις τους, αφού ο σύνεδρος δεν παύει να είναι και τουρίστας. ( Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Αθανασίου Λ., «Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα», Αρ. Μελέτης 13, Απρίλιος 2002).

Το είδος του συνεδριακού τουρισμού θα πρέπει να αποτελέσει βασική προτεραιότητα στις πολιτικές διεύρυνσης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, δεδομένου ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει πολύ σημαντικά πλεονεκτήματα. Αποδίδει κατά κεφαλή το διπλάσιο περίπου εισόδημα από το μαζικό τουρισμό. Κοινό χαρακτηριστικό εκείνων που συμμετέχουν σε συνεδριακές εκδηλώσεις είναι το υψηλό τους μορφωτικό και εισοδηματικό επίπεδο. Πέρα από τη συνεδριακή δραστηριότητα αυτή καθ' αυτή, έχουν ποικίλα ενδιαφέροντα για ενεργητικό τουρισμό, στην ικανοποίηση των οποίων επιδίδονται πριν και μετά τα συνέδρια (pre and post conference activities). Στα ενδιαφέροντα αυτά συγκαταλέγονται κρουαζιέρες, ναυταθλητισμός, τουρισμός περιπέτειας, γαστρονομικές και οινικές αναζητήσεις κοκ. Ο συνεδριακός τουρισμός παράλληλα, συνδυάζεται απαραίτητα με την περιήγηση αξιοθέατων και αρχαιολογικών χώρων, γεγονός που ενδιαφέρει αφού οι πολιτισμικοί πόροι της Ζακύνθου αποτελούν σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα, και συνεπάγεται έσοδα για τις επιχειρήσεις που συμπληρώνουν την τουριστική προσφορά.

Είναι γεγονός ότι από μέρους των τουριστών συνεδρίου σχεδόν κατά κανόνα αναζητούνται τα εθνικά και τοπικά στοιχεία τα οποία διαφοροποιούν την παραμονή στην Ζάκυνθο από την παραμονή σε κάποια άλλη πόλη της Ιταλίας, για παράδειγμα. Ένας τουριστικός προορισμός οφείλει να ανταποκρίνεται αναλόγως στις απαιτήσεις των συνέδρων. Ακόμη και για λίγες μέρες παραμονής, η αίσθηση της Ζακύνθου πρέπει να είναι καταλυτική για τις γενικότερες αναμνήσεις των επισκεπτών από τις χώρες του εξωτερικού, ώστε ένα συνέδριο να λειτουργεί ως αφορμή για «κλείσιμο διακοπών».

Επιπλέον, η αρνητική ιδιαιτερότητα της εποχικότητας δύναται να καταπολεμηθεί με την ανάπτυξη του συγκεκριμένου τουριστικού κλάδου. Η συνεδριακή δραστηριότητα προσφέρεται ιδιαίτερα για δωδεκάμηνο τουρισμό. Εν μέρει και σε συνδυασμό με άλλα συνθετικά στοιχεία της τουριστικής προσφοράς, ενισχύει την προσπάθεια για τη δημιουργία χειμερινών προγραμμάτων, τα οποία ενεργοποιούν ξενοδοχειακές και άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις.

Δεν αρκεί όμως μόνο η αναγνώριση των πλεονεκτημάτων. Βασική κινητοποίηση θα μπορούσε να θεωρηθεί η δημιουργία συνεδριακών χώρων σε ξενοδοχειακές μονάδες, ειδικά διαμορφωμένους για να μπορούν να φιλοξενήσουν αριθμό μικρών έως μεσαίου μεγέθους συνεδριακών εκδηλώσεων. Βέβαια για τη σωστή εφαρμογή του συνεδριακού τουρισμού χρειάζεται να αποκτηθεί και η κατάλληλη γνώση, εξειδικευμένα στελέχη τα οποία θα εκπαιδευτούν μέσω σχετικών προγραμμάτων.

Γίνεται εύκολα κατανοητό γιατί ο συνεδριακός τουρισμός είναι τόσο ισχυρός και σπουδαίος. Τα χαρακτηριστικά του εξυπηρετούν άψογα τους στόχους της τουριστικής προβολής. Μπορεί να ενισχύσει τις τουριστικές περιοχές που είναι ανεπτυγμένες ή υπό ανάπτυξη. Μπορεί να προσελκύσει τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης, αλλά και τουρίστες με ενδιαφέρον για την τουριστική ταυτότητα της Ζακύνθου.

### **Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού**

Από τη σκοπιά της ζήτησης και προσφοράς θαλασσίου τουρισμού αξιόλογη θέση κατέχουν στη Μεσόγειο, η Γαλλία, η Ιταλία, η Ισπανία, η Ελλάδα και η Τουρκία. Η Μεσόγειος (βόρεια και νότια παράλια) αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους, από άποψη διακινούμενων μεγεθών, γεωγραφικούς χώρους κρουαζιέρων. Η Μεσόγειος, ως κοιτίδα τόσων πολιτισμικών και συγχρόνως ως θαλάσσια λεκάνη με μοναδικά παράλια και χιλιάδες νησιά, από πολύ νωρίς προσέλκυσε το ενδιαφέρον για θαλάσσιες περιηγήσεις. Η σημερινή κρουαζιέρα συνδυάζει ένα μεγάλο μέρος της γνωστής «τουριστικής αλυσίδας»: μεταφορά, διαμονή, εστίαση, αναψυχή – διασκέδαση, μορφωτικές και αθλητικές δραστηριότητες και αποτελεί από μόνη της ένα ιδιόμορφο «προορισμό». Τα κυκλώματα των κρουαζιέρων της Μεσογείου απευθύνονται στις αγορές – πηγές της Βόρειας, Κεντρικής, αλλά και Νότιας Ευρώπης και κυρίως στις μακρινές εκτός Ευρώπης αγορές. Τα κυκλώματα αυτά περιλαμβάνουν περισσότερο από μία χώρες, συμπεριλαμβανόμενων των χωρών του μεσογειακού νότου. (Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστοσελίδα Περιφέρεια Ιονίων Νήσων).

Έχει διαπιστωθεί ότι:

- οι κρουαζιέρες αποτελούν μια «πρώτη γεύση» του κάθε προορισμού και συχνά οδηγούν σε επαναλαμβανόμενα ταξίδια στο προορισμό αυτό
- η αναμενόμενη ανοδική πορεία των κρουαζιέρων διεθνώς αντανakλάται και στην αύξηση των κλινών
- ενισχύουν την διάδοση των επικοινωνιακών πολιτικών της κάθε περιφέρειας

Η περιφέρεια Ιονίων Νήσων ενδείκνυται για θαλάσσιο τουρισμό όπως και οι περισσότερες Ελληνικές Περιφέρειες. Στο θαλάσσιο τουρισμό περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, οι κρουαζιέρες, οι ενοικιάσεις σκαφών αναψυχής αλλά και οι παραθαλάσσιες ή θαλάσσιες δραστηριότητες – αθλήματα. Οι υπάρχουσες υποδομές στην Ζάκυνθο χρήζουν σημαντικής βελτίωσης και το πρόγραμμα ιδιωτικοποίησης των μαρίνων και των ακτών που είναι σε εξέλιξη δρα θετικά προς αυτήν την κατεύθυνση. Δεδομένου της γεωγραφικής θέσης του νησιού και της έντονης ελκυστικότητας της Ιόνιου ως προορισμός για κρουαζιέρες, εστιασμένες πολιτικές για την ανάπτυξη των κρουαζιέρων ως προσφερόμενο τουριστικό προϊόν από την Ελλάδα θα προσέδιδαν μία ακόμη προσοδοφόρα διάσταση στην υφιστάμενη τουριστική προσφορά. Άλλωστε, η μέση ημερήσια δαπάνη τουριστών κρουαζιέρας σε κάποιο σταθμό, ακόμα και όταν αυτός δεν αποτελεί τον τελικό προορισμό, είναι ιδιαίτερα υψηλή.

(Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

#### **Η ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού**

Μια νέα μορφή αναπτυσσόμενου τουρισμού είναι ο θεματικός τουρισμός. Είναι η αναζήτηση δρωμένων ή χώρων και γενικότερα «θεμάτων» από συγκεκριμένους επισκέπτες οι οποίοι ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για αυτά τα θέματα. Μια σύντομη παρουσίαση τέτοιων θεμάτων μπορεί να αναφερθεί σε εκδηλώσεις όπως «οίνος και πολιτισμός» και έχουν θέμα το κρασί και την συνολική παρουσίασή του σαν μέσο ανάπτυξης τόσο οικονομικά όσο και πολιτισμικά. Αυτά τα θέματα είναι πραγματικά πόλοι έλευσης στην περιοχή ειδικών τουριστών - επισκεπτών (επιστήμονες, φοιτητές κλπ) οι οποίοι αναζητούν την σφαιρικότερη γνώση και τον εμπλουτισμό των εμπειριών τους στα συγκεκριμένα θέματα.

(Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

#### **Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού**

Ο Πολιτιστικός τουρισμός απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες και κατηγορίες τουριστών, από τον ειδικευμένο επιστήμονα, έως τον απλό άνθρωπο. Η μορφή αυτή Τουρισμού, αναδεικνύεται και λειτουργεί, μέσα από τον σεβασμό της ιδιαίτερης κουλτούρας κάθε λαού και του πολιτιστικού ιστορικού και φυσικού περιβάλλοντος στο οποίο ζει και δημιουργεί.

(Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

### **Η ανάπτυξη του περιηγητικού τουρισμού**

Η επιθυμία φυγής του σύγχρονου τουρίστα από τα αστικά κέντρα και η αναζήτηση δρόμων και τρόπων απόδρασης από την καθημερινότητα και την ρουτίνα, δίνουν στην περιοχή των Ιονίων Νήσων ένα συγκριτικό πλεονέκτημα, αφού η φυσική ομορφιά της είναι πραγματικά μοναδική, προσφέροντας στους επισκέπτες ώρες ξεγνοιασιάς και ψυχικής ευφορίας. Ο πλούσιος υδάτινος πλούτος, οι πανέμορφοι κάμποι και οι ολόδροσες πηγές είναι πραγματικά πόλος έλξης για όποιον επιθυμεί να γνωρίσει την ελληνική φύση σε όλο της το μεγαλείο. Η διαφορετικότητα των εναλλακτικών δραστηριοτήτων που προσφέρει η περιοχή είναι τόσο μεγάλη και πολυσύνθετη που αναγάγει το νησί σε ένα κέντρο ανάπτυξης του περιηγητικού τουρισμού.

Προφανώς ο τουρισμός αυτής της μορφής δεν στοχεύει να καταργήσει τον υφιστάμενο μαζικό τουρισμό, αλλά να λειτουργήσει συμπληρωματικά προς αυτόν παρασύροντας τον σε μια ποιοτική αναβάθμιση που θα έχει και ανάλογα θετικά οικονομικά αποτελέσματα. Η αναβάθμιση αυτή θα διαφοροποιήσει σταδιακά και τη πελατεία. Ο τουρίστας στον οποίο στοχεύει η προσπάθεια αυτή δεν είναι αυτός που κάνει την επιλογή του αποκλειστικά με βάση τη χαμηλότερη τιμή, αλλά με την ικανοποίηση των ενδιαφερόντων του. Δεν στοχεύει μόνο στο τουρίστα πακέτου, αλλά και στον μεμονωμένο πελάτη που θα έρθει να ανακαλύψει το τόπο.

Οι πόροι που μπορούν να αξιοποιηθούν μέσα από αυτής της μορφής το τουρισμό καλύπτουν όλα τα πεδία, από την αξιοποίηση υπαρχόντων κτιρίων για τη δημιουργία καταλυμάτων με χαρακτήρα ή άλλων κοινόχρηστων χώρων, μέχρι τη διεύρυνση της αγοράς για τα τοπικά προϊόντα μέσα από την ανακάλυψη της τοπικής κουζίνας. Άλλωστε τα συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα που προτείνονται στη συνέχεια δεν αποτελούν παρά έναν ενδεικτικό κατάλογο πιθανών προϊόντων, που στηρίζονται κυρίως στα ενδιαφέροντα των συγκεκριμένων ανθρώπων που τα δούλεψαν. (Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

Οι ποικίλες διαδρομές, οι επισκέψεις και η επιτόπια ανάλυση οδήγησαν σε πέντε τουριστικά προϊόντα, όπου καθένα εστιάζεται σε μια θεματική - ιδιαίτερο γνώρισμα του νησιού. Ακολουθώντας μια θεματική διαδρομή, ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να συνδυάσει διακοπές με μάθηση, ανακαλύπτοντας τις φυσικές ομορφιές και την πολιτισμική κληρονομιά, σ' ένα ξεκούραστο αλλά και αυθεντικό χώρο.

Τα πέντε τουριστικά προϊόντα - θεματικές είναι τα εξής:

1. Το νερό: Αναφέρεται στις τρεις μορφές νερού που συναντάμε στην Ζάκυνθο: το ζεστό, το γλυκό και το αλμυρό.

Οι διαδρομές των θερμών πηγών και των ιαματικών παραλιών, που βρίσκονται διάσπαρτα είτε απομονωμένα, δίνουν τη δυνατότητα προσέγγισης μιας διαφορετικής γεωργίας, μιας διαφοροποιημένης αρχιτεκτονικής των χωριών και των πόλεων (νεοκλασικά κτίρια, αγροικίες, εργαστήρια κλπ).

Οι ακτές που εκτείνονται προσφέρονται για περίπατους, ενώ οι ασφαλείς και ήρεμοι κόλποι με πλούσιο βυθό για καταδύσεις και σχολές θαλάσσιων σπορ.

## 2. Η Ιστορία

Η Ζάκυνθος παρουσιάζει το μοναδικό πλεονέκτημα να συγκεντρώνει στη μικρή της έκταση αξιοθέατα και μνημεία όλων των ιστορικών περιόδων. Μέσα από τις διαδρομές που προτείνονται μπορεί κανείς να ξετυλίξει το νήμα της ιστορίας από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Η ιστορική προσέγγιση γίνεται, λοιπόν, η αφορμή για ανακάλυψη του τόπου και για διακοπές.

Οι κύριες δραστηριότητες που προτείνονται είναι επισκέψεις:

1. μνημείων (βυζαντινές-παλαιοχριστιανικές εκκλησίες, κάστρα),
2. μουσείων
3. τόπων υψηλής αρχιτεκτονικής αξίας (παραδοσιακοί οικισμοί, κτίρια- πύργοι, τα νεοκλασικά κτίρια),
4. τόπων παραδοσιακών δραστηριοτήτων
5. αγορά παραδοσιακών προϊόντων

Το τουριστικό αυτό προϊόν επιτρέπει, όχι μόνο την αξιοποίηση των ποικίλων πόρων των νησιών, αλλά και την προστασία τους, όπως και την αναγνώριση της αξίας της ιστορίας και των μνημείων του τόπου από τους ίδιους τους κατοίκους.

### 3. Η φυσική επιλογή

Η ποικιλότητα των φυσικών τοπίων, της χλωρίδας και της πανίδας και οι εντυπώσεις που αφήνουν στις πέντε αισθήσεις, είναι ο οδηγός αυτού του τουριστικού προϊόντος. Οι διαδρομές για την ανακάλυψη του τοπίου και του πολιτισμού μέσω των αισθήσεων επικεντρώνονται:

- α) στην παράκτια ζώνη (θαλάσσια ζωή, άγνωστες παραλίες, θερμές πηγές)
- β) στο βουνό (πανοραμικές θέες, άγρια χλωρίδα, φρούτα και ξηροί καρποί - γεύσεις/αρώματα)
- γ) στους ελαιώνες (αυθεντικό αγροτικό τοπίο, γεύσεις και αρώματα - ήχος της ηρεμίας)
- δ) στο πευκοδάσος (άρωμα του πεύκου, επιβλητικές θέες)
- ε) στους βιότοπους, παράκτιες ζώνες, στους ξηρικούς κάμπους, για να ακούσεις και να παρατηρήσεις τα πουλιά, να μυρίσεις το γλυκάνισο, να απολαύσεις τη θέα των κόλπων, τη ποικιλία των δένδρων και θάμνων

### 4. Περίπατος στον Πολιτισμό

Το νησί αποτελεί από μόνο του τοπίο ζωντανού πολιτισμού. Σπάνια μνημεία, μοναδικά μουσεία, τοπικές γιορτές και πανηγύρια, θεατρικές ομάδες, καλλιτεχνικές καταβολές. Η παράδοση και ο πολιτισμός, μπορούν να αναδειχθούν αξιοποιώντας τα μέσα από έναν διαφορετικό τουρισμό. Τουρισμό που θα απευθύνεται σε επισκέπτες που ενδιαφέρονται να έρθουν σε επαφή με το ντόπιο πληθυσμό, να ανακαλύψουν τη φυσική και πολιτισμική κληρονομιά, να τη προστατέψουν και να συμβάλλουν στη διαίωνισή της. Οι διαδρομές και δραστηριότητες αυτού του τουριστικού προϊόντος επικεντρώνονται στη Τέχνη και το Περιβάλλον σαν δύναμη δημιουργίας και πηγή πολιτισμού.

Τα πιο πάνω τουριστικά προϊόντα, οι διαδρομές και οι δραστηριότητες, μπορούν να εφαρμοσθούν άμεσα, χωρίς να χρειάζονται μεγάλες υποδομές. Μικρές μόνο επεμβάσεις είναι αναγκαίες, όπως π.χ. βελτίωση της σήμανσης τόπων, μνημείων και περιπατητικών μονοπατιών, βελτίωση του συστήματος καθαρισμού και αποκομιδής σκουπιδιών σε δρόμους και περιοχές με αξιοθέατα, ανακαινίσεις κτιρίων.

Όμως η προώθηση τους χρειάζεται ενιαία, αλλά ευέλικτη τουριστική, αλλά και γενικότερα αναπτυξιακή στρατηγική, με κοινούς μη αλληλοσυγκρουόμενους στόχους, γεγονός που απαιτεί συνεργασία και συντονισμό των δημόσιων φορέων, των επιχειρηματιών αλλά και του πληθυσμού γενικότερα. (Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

### **Η ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού**

Η ενέργεια των ιαματικών νερών κατά τους ειδικούς για την θεραπεία διαφόρων παθήσεων είναι φαρμακοδυναμική, θερμική, βιολογική και ραδιενεργή.

Στην σημερινή εποχή η "Λουτροθεραπεία" εξελίσσεται και λαμβάνει τη μορφή του «Ιαματικού Τουρισμού» ο δε ασθενής γίνεται σταδιακά και Τουρίστας. Η επαναληπτική μορφή που έχει η Υδροθεραπεία (ορισμένος αριθμός λούσεων σε ορισμένο χρονικό διάστημα), για να ολοκληρωθεί η θεραπεία, θέτει στη διάθεση του ασθενούς πολύ χρόνο και για άλλες δραστηριότητες. Έτσι δημιουργήθηκαν τα θέρετρα του Ιαματικού Τουρισμού (SPAS) που συνδυάζουν εκτός της υγείας και την ψυχαγωγία. Ο Τουρισμός Υγείας ο οποίος συνεχώς εξελίσσεται, σε πολλές Ευρωπαϊκές χώρες περιλαμβάνει όλες τις υπηρεσίες που έχουν σχέση με την υγεία όπως τον Ιατρικό έλεγχο, την ειδική διαιτητική, την θεραπεία με βιταμίνες, τις βοτανοθεραπείες, τη γυμναστική, τις ειδικές θεραπείες όπως αντικαπνιστική, θεραπεία τον άγχους, ψυχοθεραπεία, κινησιοθεραπεία, χαλάρωση, εκμάθηση ύπνου, έρευνα της σωστής γραμμής του σώματος αισθητική κ.λ.π. Πρέπει λοιπόν να υπάρξουν όλες οι εγκαταστάσεις και να αναπτυχθούν και να επεκταθούν οι δραστηριότητες των τουριστικών θερέτρων, ώστε το προσφερόμενο προϊόν, εκτός της θεραπείας να έχει ως σκοπό περισσότερο την ξεκούραση- αναψυχή ώστε να έχουμε κέντρα Τουρισμού Υγείας.

Ο ιαματικός τουρισμός είναι δυνατό να αποτελέσει και μέσο ξεκούρασης, αναζωογόνησης και ανανέωσης εκτός από μέσο θεραπείας. Έτσι από κοινού ο θερμαλισμός η κλιματοθεραπεία, η θαλασσοθεραπεία και η πηλοθεραπεία που έχουν μεγάλη σχέση μεταξύ τους μπορούν να αποτελέσουν σημαντικές μορφές τουρισμού. Η Ζάκυνθος μπορεί να αναπτυχθεί και να εξελιχθεί σε κέντρο τουρισμού υγείας δηλαδή σε κέντρο θεραπείας που να είναι και κέντρο αναψυχής και ηρεμίας για όλες τις ηλικίες για περισσότερους μήνες του έτους, αφού οι περισσότερες περιοχές του νησίου οι οποίες διαθέτουν τέτοιου είδους φυσικό πλεονέκτημα, βρίσκονται κοντά στη θάλασσα και έχουν καλό κλίμα, βασικά στοιχεία για ποικίλες εφαρμογές στη θαλασσοθεραπεία και την κλιματοθεραπεία. Η βελτίωση των εγκαταστάσεων με σύγχρονη υποδομή και εξοπλισμό είναι αναγκαία για την πλήρη αξιοποίηση των ιαματικών ιδιοτήτων των νερών των πηγών. Ταυτόχρονα, η ένταξη των πηγών σε ένα πλέγμα ποικίλων εγκαταστάσεων που να συνδιάζουν και άλλες δραστηριότητες (αθλητισμός για όλες τις ηλικίες, πολιτιστικά, εγκαταστάσεις αναψυχής για νέους και παιδιά, πάρκα πρασίνου)

επιτυγχάνει την ανάδειξη των περιοχών αυτών σε παραθεριστικά κέντρα τουρισμού μακράς παραμονής και όλων των ηλικιών.

Επομένως βασικός σκοπός των αναπτυξιακών σχεδιασμών του τομέα του τουρισμού θα πρέπει να είναι η προσέλκυση επενδύσεων, ώστε να αναπτυχθούν σύγχρονα κέντρα τουρισμού υγείας, όπως γίνεται με ταχείς ρυθμούς στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Τα κέντρα αυτά προσφέρονται για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών του τουριστικού προϊόντος και παρουσιάζουν τελευταία αυξημένη ζήτηση. (Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστοσελίδα Περιφέρειας Ιονίων Νήσων).

### **9.1.2 ΥΠΟΔΟΜΕΣ**

#### **Δημιουργία «Τουριστικού Παρατηρητηρίου»**

Στόχος του Τουριστικού Παρατηρητηρίου/ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ θα είναι όχι η στατιστική παρακολούθηση των μεταβολών των τουριστικών μεγεθών της Περιφέρειας, αλλά η πρόληψη, προετοιμασία και άμβλυνση αρνητικών εξελίξεων που θα επηρεάσουν τον τουρισμό στην περιοχή.

Το Τουριστικό Παρατηρητήριο / Κέντρο Πληροφόρησης και Προβολής με αποκεντρωμένα Γραφεία (ένα σε κάθε νησί) θα μπορούσε να ενισχύσει αλλά και να παρακολουθήσει τις όποιες πρωτοβουλίες που θα υποστηριχθούν από τα Διαρθρωτικά Ταμεία. Ένα τέτοιο Κέντρο Πολιτιστικής Πληροφόρησης θα μπορούσε να επιτρέψει μια μεγαλύτερη διασπορά της πληροφορίας και να ενθαρρύνει περαιτέρω τη δικτύωση των τοπικών παραγόντων μέσω της χρήσης αναβαθμισμένων επικοινωνιακών υπηρεσιών και προσδιορίζοντας τα τεχνικά μέσα που χρειάζονται για να επιτευχθεί η μέγιστη διασπορά στο ελάχιστο δυνατό κόστος.

### **9.2 ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ**

#### **9.2.1 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ / ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ**

Είναι κοινό μυστικό ότι στην Ζάκυνθο, όπως και στα περισσότερα τουριστικά μέρη της χώρας μας, ο σχεδιασμός των ξενοδοχειακών και τουριστικών καταλυμάτων είναι πολύ πρόχειρος και δεν δίνεται η βαρύτητα που χρειάζεται, έτσι ώστε ο επισκέπτης να μένει τελικά ευχαριστημένος από την διαμονή του.

Οι ξενοδόχοι πρέπει να προχωρήσουν σε ανακαινίσεις, όπου αυτό είναι εφικτό, ή σε δημιουργία τέτοιων μονάδων που να εξυπηρετούν πλήρως τον επισκέπτη για όλες του τις ανάγκες, π.χ. αίθουσες γυμναστικής, spas, πισίνες, καταστήματα κλπ.

### 9.2.2 ΥΠΟΔΟΜΕΣ

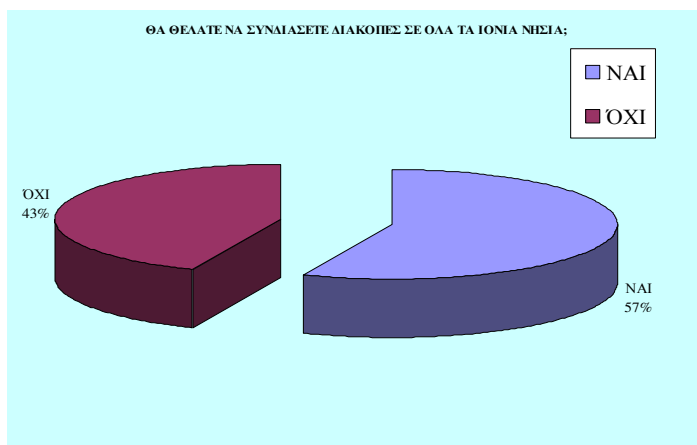
Προτεραιότητα που συνδέεται άμεσα με την τοπική οικονομία είναι η αναβάθμιση και ήπια αξιοποίηση των περιβαλλοντικών πόρων (οικοσυστήματα κλπ), ενώ αναγκαία είναι και η συνέχιση της δημιουργίας αποχετευτικών συστημάτων και ΒΙΟ.ΚΑ. σε περιοχές που αντιμετωπίζουν ιδιαίτερες πιέσεις.

Η ολοκλήρωση του σχεδιασμού για ΧΥΤΑ παραμένει σημαντική προτεραιότητα και θα πρέπει να ενσωματώνει προγράμματα ανακύκλωσης, προκειμένου να παρατείνεται χρονικά η διάρκεια λειτουργίας των ΧΥΤΑ. Η δημιουργία οργανωμένων χώρων για οχλούσες δραστηριότητες του πρωτογενή και δευτερογενή τομέα και γενικότερα η χωροθέτηση τέτοιων δραστηριοτήτων συμβάλλει αποφασιστικά στην άμβλυνση των πιέσεων.

Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και ελκυστικότητας των πόλεων, των τουριστικών περιοχών και της ενδοχώρας, που συμβάλλει στην τόνωση της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας, προϋποθέτει την αναβάθμιση και έως ένα βαθμό τη διαφοροποίηση των λειτουργιών τους. Λαμβάνοντας υπόψη τα διαφορετικά χαρακτηριστικά και τις ανάγκες, κρίνεται σημαντική η επέκταση της εφαρμογής προγραμμάτων ολοκληρωμένης προσέγγισης και ανάπτυξης (περιβαλλοντική και λειτουργική), στα πλαίσια μιας σαφούς ιεράρχησης χωρικών προτεραιοτήτων.

Ο χωροταξικός και πολεοδομικός σχεδιασμός, που καθορίζει το ρόλο των αστικών κέντρων, και τις σχέσεις πόλεων – υπαίθρου, και τη χωρική εγκατάσταση δραστηριοτήτων, αποτελεί αναγκαίο εργαλείο για την υλοποίηση στρατηγικών επιλογών. Το πρόσφατα θεσμοθετημένο Χωροταξικό Σχέδιο της Περιφέρειας, πρέπει να εξειδικευτεί σε νομαρχιακό και τοπικό επίπεδο, ενώ οι σύγχρονες ανάγκες των πόλεων και αρκετών τουριστικών κέντρων απαιτούν την προώθηση πολεοδομικών σχεδίων.

Η δημιουργία οργανωμένων χώρων για ειδικές (π.χ. καινοτόμες) ή οχλούσες δραστηριότητες



και γενικότερα η χωροθέτηση τέτοιων δραστηριοτήτων συμβάλλει, εκτός από την στήριξη της επιχειρηματικότητας και στην άμβλυνση των πιέσεων προς το περιβάλλον.

Η πρόληψη και διαχείριση περιβαλλοντικών κινδύνων με διαπεριφερειακή (θαλάσσια ασφάλεια) και ενδοπεριφερειακή (σεισμικότητα, λοιποί φυσικοί κίνδυνοι) αναφορά, με την οργάνωση και ανάπτυξη κατάλληλων συστημάτων και υποδομών, αποτελεί πεδίο δραστηριοποίησης με ιδιαίτερη σημασία για τα Ιόνια Νησιά, αναβαθμίζοντας το ρόλο τους στο θαλάσσιο χώρο Αδριατικής – Ιονίου και ενδυναμώνοντας την ελκυστικότητά τους ως προορισμός επισκεπτών και χώρος μόνιμης διαβίωσης.

### **Ο τομέας του περιβάλλοντος**

Ο τομέας του περιβάλλοντος, εμφανίζει δύο όψεις: της ανάδειξης και αξιοποίησης αλλά και της πρόληψης – προστασίας από φυσικούς κινδύνους μαζί με την άρση των συνεπειών από τις πιέσεις της οικονομικής κυρίως δραστηριότητας. Η έως σήμερα πολιτική έχει αποφέρει ορισμένες σημαντικές παρεμβάσεις στους τομείς των αποχετευτικών συστημάτων με έμφαση σε τουριστικές περιοχές και στα αστικά κέντρα-πρωτεύουσες των νομών. Ο σχεδιασμός και η παρέμβαση στο θέμα της οργανωμένης διάθεσης των απορριμμάτων συντελούνται αναγκαστικά σε νομαρχιακό επίπεδο και έχουν αποφέρει τη λειτουργία ΧΥΤΑ στους 3 από τους 4 νομούς (πλην Λευκάδας). Παρόλα αυτά το πρόβλημα παραμένει, αφενός γιατί ο υπάρχον αριθμός ΧΥΤΑ δεν είναι επαρκής και αφετέρου γιατί η χωρητικότητα και η διάρκεια «ζωής» τους είναι πεπερασμένη. Όσον αφορά την αντιμετώπιση άλλου είδους πιέσεων προς το περιβάλλον, τα μέτρα δασοπροστασίας επεκτείνονται με σταθερούς ρυθμούς, ενώ τα κίνητρα για μετεγκαταστάσεις οχλουσών δραστηριοτήτων (κτηνοτροφικές μονάδες, βιοτεχνίες κλπ) δεν έχουν ακόμη την απαιτούμενη ανταπόκριση.

Ειδικότερα, όσον αφορά τις θαλάσσιες μεταφορές και ιδιαίτερα την ακτοπλοΐα (που θα παρέχει κάθετες συνδέσεις στους υπό διαμόρφωση παράλληλους ενδο-περιφερειακό και Δυτικό Άξονες κυκλοφορίας) ο αναγκαίος εκσυγχρονισμός των μέσων, που θα συμβάλλει στην ταχύτερη διακίνηση, αποτελεί μια σημαντική διάσταση, συμπληρωματική των υποδομών.

Πέραν αυτών, οι φυσικές και γεωλογικές συνθήκες και πραγματικότητες καθιστούν απαραίτητη την ανάληψη πρωτοβουλιών όσον αφορά την πρόληψη και διαχείριση κινδύνων που αφορούν τόσο τον θαλάσσιο, όσο και τον χερσαίο χώρο των νησιών και σχετίζονται με τη σεισμικότητα, τον κίνδυνο από πιθανή ευρεία θαλάσσια ρύπανση και άλλες φυσικές καταστροφές (πυρκαγιές κλπ), που ενδυναμώνουν την ελκυστικότητά τους ως χώρος μόνιμης διαβίωσης.

Η νησιωτικότητα δημιουργεί περιορισμούς όσον αφορά τους υδάτινους πόρους, κυρίως εξαιτίας γενικότερων λόγων , όπως η ελλιπής διαχείριση, η αλλαγή του καταναλωτικού προτύπου και η αυξημένη εποχική ζήτηση. Οι περιορισμοί αυτοί είναι τόσο ποσοτικοί ( π.χ. για τη γεωργική δραστηριότητα) όσο και ποιοτικοί (κατανάλωση πόσιμου νερού) και ποικίλουν σε ένταση από νησί σε νησί. Έως σήμερα δόθηκε έμφαση αρχικά στην αξιοποίηση του υδροφόρου ορίζοντα και στη συνέχεια στη βελτίωση των δικτύων διανομής νερού. Όμως σημαντικά προβλήματα που σχετίζονται με τη βελτίωση δικτύων και την ποιότητα του πόσιμου νερού παραμένουν. Μερικά σημαντικά έργα επίγειας αποθήκευσης (λιμνοδεξαμενές) που έχουν πραγματοποιηθεί παραμένουν χωρίς αξιοποίηση αφού δεν έχουν υλοποιηθεί συμπληρωματικά έργα διανομής.

Πέραν από τη βασική ανάγκη για τη συνολική διαχείριση των υδάτινων πόρων, η συλλογή επιφανειακών νερών ή/και η μεταφορά νερού καλής ποιότητας, σε συνδυασμό με την ολοκλήρωση της βελτίωσης των δικτύων προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν οι απώλειες, αλλά και η υλοποίηση των απαραίτητων για την αξιοποίηση των λιμνοδεξαμενών έργων, αποτελούν βασικές προτεραιότητες στον τομέα αυτό.

### **Κοινωνικές Υποδομές**

Οι κοινωνικές υποδομές, στην υγεία, την πρόνοια, την εκπαίδευση, τον πολιτισμό και γενικά η ευκολότερη πρόσβαση του πολίτη σε δημόσιου χαρακτήρα υπηρεσίες , αποτελούν στοιχείο απαραίτητο για τη συγκράτηση του μόνιμου πληθυσμού, αλλά και την εξυπηρέτηση σε ένα βαθμό του εποχιακού (υποδομές υγείας). Η επάρκεια και η ποιότητά τους αποτελεί σημαντικό παράγοντα συγκράτησης και έλξης για την ανθρώπινη διαβίωση και δραστηριότητα.

Οι συνήθεις δείκτες των εκπαιδευτικών υποδομών δείχνουν ένα ικανοποιητικό επίπεδο. Παρόλα αυτά υπάρχουν κενά που μόνο μέσα από ένα μακρόπνοο σχεδιασμό όσον αφορά τη χωροθέτηση των υποδομών μπορούν να αντιμετωπιστούν, αλλά και ανάγκες που ξεφεύγουν από τις παραδοσιακού τύπου εκπαιδευτικές υποδομές. Η ύπαρξη και λειτουργία του Ιονίου Πανεπιστημίου, καθώς και τμημάτων ΤΕΙ, παρά τα σημαντικά βήματα που έχουν συντελεστεί, συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν προβλήματα (στέγασης, εξοπλισμού κλπ).

Σημαντικό στόχο όσον αφορά την εκπαίδευση, αποτελεί η ολοκλήρωση των παρεμβάσεων ώστε το εκπαιδευτικό σύστημα της Περιφέρειας να ενταχθεί στο σύνολό του στην εποχή των νέων τεχνολογιών και της πληροφορικής, της δικτύωσης και των ανταλλαγών. Η αναγκαία συμπλήρωση των εκπαιδευτικών υποδομών με σχολικά συγκροτήματα α'βάθμιας, β'βάθμιας

και δια βίου εκπαίδευσης, πλήρως εξοπλισμένα (βιβλιοθήκες, υποδομές Πληροφορικής, εργαστήρια) προϋποθέτει έναν λεπτομερή νομαρχιακό σχεδιασμό. Διαφορετικού μεγέθους, αλλά ίδιας κατεύθυνσης είναι οι ανάγκες του επεκτεινόμενου Ιονίου Πανεπιστημίου και των ΤΕΙ.

Στον τομέα της υγείας οι παρεμβάσεις που έχουν ξεκινήσει, αλλά δεν έχουν επί σειρά ετών ολοκληρωθεί αφορούν τη βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό των νοσοκομειακών και των υποδομών πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας φροντίδας. Στον τομέα της Πρόνοιας, ιδιαίτερα σημαντική αποδεικνύεται η λειτουργία μεγάλου αριθμού προγραμμάτων κοινωνικής πρόνοιας για παιδιά, ηλικιωμένους, ακόμη και αν ο πρωταρχικός τους στόχος που ήταν η ώθηση της γυναικείας απασχόλησης δεν επετεύχθη στον επιθυμητό βαθμό, ενώ αξιοσημείωτη είναι η δημιουργία μονάδων που αφορούν παιδιά και ηλικιωμένους.

Όσον αφορά τις υποδομές υγείας, ο εκσυγχρονισμός τους σε υποδομές και εξοπλισμούς παραμένει σε σημαντικό βαθμό ζητούμενο και προτεραιότητα. Στον τομέα της Πρόνοιας η συνέχιση της ενίσχυσης κοινωνικών προγραμμάτων που κρίνεται απαραίτητη και αναγκαία, θα πρέπει να πραγματοποιηθεί με τρόπο που να διασφαλίζει στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό την απελευθέρωση γυναικείου χρόνου, άρα και δυνατότητες συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας. Τέλος ειδική μέριμνα θα πρέπει να υπάρξει για υποδομές φιλοξενίας και δημιουργικής απασχόλησης ατόμων ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων (ηλικιωμένοι, ΑΜΕΑ κ.ά.).

Οι αυξημένες ανάγκες υποδομών σε όλους τους παραπάνω τομείς λόγω της εποχικής αύξησης του πληθυσμού κατά τους θερινούς μήνες, καθιστά επιτακτική την ανάγκη προώθησης της συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα στην κατασκευή και λειτουργία υποδομών με στόχο την αύξηση των διαθέσιμων πόρων και τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Η πολιτιστική δραστηριότητα, πέραν από αναγκαία και δημιουργική ενασχόληση της τοπικής κοινωνίας, προσθέτει υπό προϋποθέσεις αξία στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν. Στον τομέα του σύγχρονου Πολιτισμού προωθούνται ορισμένες παρεμβάσεις σε υποδομές που σχετίζονται κυρίως με τη θεατρική δραστηριότητα, αλλά εδώ η κύρια ευθύνη ανήκει στην ατομική και συλλογική πρωτοβουλία των τοπικών κοινωνιών όσον αφορά τη διοργάνωση πολιτιστικών γεγονότων ποιότητας.

Το κύριο βάρος της πολιτικής οφείλει να επικεντρωθεί στην επιλεκτική στήριξη ποιοτικών διοργανώσεων και εκδηλώσεων και πρωτοβουλιών που προάγουν τον τοπικό πολιτισμό,

προσελκύουν το ευρύτερο ενδιαφέρον και προβάλλουν την περιφερειακή ταυτότητα και καλλιτεχνική-δημιουργική ικανότητα και πρωτοβουλία. Την ίδια κατεύθυνση οφείλει να ακολουθεί και η κάλυψη των αναγκών σε υποδομές .

Η αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες διευκολύνει την αντιμετώπιση προβλημάτων που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος, τη διαχείριση της κυκλοφορίας και στάθμευσης στα αστικά κέντρα, την αναβάθμιση των υπηρεσιών εκπαίδευσης και κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού, αλλά και την εξασφάλιση πρόσβασης σε βασικές υπηρεσίες υγείας σε κατοίκους απομονωμένων περιοχών (Μικρά νησιά, ορεινές περιοχές κλπ) και συνεισφέρει στη δημιουργία ενός καινοτόμου πλαισίου αντιμετώπισής τους.

Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα της Περιφέρειας που σχετίζεται άμεσα με τη συγκράτηση πληθυσμού είναι η δυνατότητα απασχόλησης, η οποία εκτός από οικονομικό αποτελεί και σύνθετο κοινωνικό πρόβλημα. Η δυνατότητα εποχιακής απασχόλησης και πολύ-απασχόλησης καλύπτει έως ένα βαθμό το πρόβλημα, το οποίο στην ουσία παραμένει σημαντικό και επικεντρώνεται στους νέους, τις γυναίκες, στις ειδικές ομάδες, και στα άτομα με μεσαίο επίπεδο εκπαίδευσης. Δράσεις συμβουλευτικής υποστήριξης και στοχευμένης κατάρτισης όσον αφορά τις κοινωνικές ομάδες, σε συνδυασμό με μέτρα προώθησης στην απασχόληση σε τομείς όπως ο πολιτισμός, το περιβάλλον, οι νέες τεχνολογίες, ο κοινωνικός τομέας κ.ά. , είναι δυνατό να συμβάλουν στον περιορισμό του προβλήματος.

Η συνέχιση της ενίσχυσης δομών κοινωνικής μέριμνας (προγράμματα φροντίδας παιδιών και ηλικιωμένων) πέραν από το αναμφισβήτητες θετικές κοινωνικές επιπτώσεις στο τομέα της πρόνοιας, συνεισφέρουν στη διευκόλυνση των γυναικών για τη δημιουργία ή εξεύρεση απασχόλησης.

Η αυξανόμενη και συνεχής εισροή οικονομικών μεταναστών δημιουργεί κινδύνους μεγέθυνσης του κοινωνικού αποκλεισμού και προσθέτει ανάγκες ενσωμάτωσης στην τοπική οικονομία και κοινωνία, που μπορούν να αντιμετωπιστούν με δράσεις συμβουλευτικής υποστήριξης, προ-κατάρτισης και κατάρτισης.

Η λειτουργική αναβάθμιση και ενίσχυση του ρόλου των αστικών-ημιαστικών περιοχών<sup>1</sup> ενισχύει την περιφερειακή ανταγωνιστικότητα. Ιδιαίτερα, η πόλη της Κέρκυρας που εκτός από πρωτεύουσα της Περιφέρειας αποτελεί διεθνώς αναγνωρισμένο τουριστικό κέντρο, με

---

<sup>1</sup> Κέρκυρα, Λευκίμμη, Λευκάδα, Αργοστόλι, Ληξούρι, Ζάκυνθος

κατάλληλες πολιτικές αναβάθμισης και ενίσχυσης μπορεί να παίξει το ρόλο του πόλου για ολόκληρη την Περιφέρεια. Η θέση των πρωτευουσών των 4 νομών, σε συνδυασμό με τη γεωγραφική τοποθέτησή τους στο αναγκαίο άξονα ενδο-περιφερειακής επικοινωνίας Β-Ν, υπό προϋποθέσεις είναι δυνατό να αναβαθμίσει τον άξονα επικοινωνίας σε αναπτυξιακό άξονα-κορμό της Περιφέρειας.

Ο στόχος αυτός προϋποθέτει την υλοποίηση ολοκληρωμένων πολιτικών αναβάθμισης και λειτουργικής ενδυνάμωσης των αστικών κέντρων στην κατεύθυνση των ήδη υλοποιούμενων πιλοτικών, προκειμένου να αξιοποιηθεί η παρουσία τριτογενών δραστηριοτήτων και υποδομών με ιδιαίτερη έμφαση στον τουρισμό, το αναξιοποίητο μνημειακό και ιστορικό περιβάλλον, και να αντιμετωπιστούν στοιχεία υποβάθμισης και πίεσης στο επίπεδο και τις συνθήκες διαβίωσης

Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και ελκυστικότητας των πόλεων έχει ως απαραίτητο συμπλήρωμα μια νέα σχέση πόλεως-υπαίθρου, με κατεύθυνση τη διαφοροποίηση και γενικά την αναβάθμιση του αγροτικού χώρου. Η ύπαιθρος της Περιφέρειας και τα μικρότερα νησιά της, με την πολυ-δραστηριότητα, τις παραδοσιακές οικονομικές δομές, το πλούσιο φυσικό της περιβάλλον, το αξιόλογο οικιστικό της δίκτυο, αλλά και τα προβλήματα απομόνωσης, ελλείψεων σε υποδομές και τάσεων εγκατάλειψης από το ανθρώπινο δυναμικό της, στα πλαίσια μιας αξιολόγησης και ιεράρχησης των χωρικών προτεραιοτήτων, χρήζουν παρεμβάσεων ολοκληρωμένης αναβάθμισης και υποστήριξης με οδηγό τα ήδη υλοποιούμενα πιλοτικά προγράμματα Ολοκληρωμένης Ανάπτυξης του Αγροτικού Χώρου<sup>2</sup>.

Γενικότερα, ο χωροταξικός και πολεοδομικός σχεδιασμός, που καθορίζει το ρόλο των αστικών κέντρων, τις σχέσεις πόλεων – υπαίθρου, τη χωρική εγκατάσταση δραστηριοτήτων και γενικά την αξιοποίηση του χώρου ως αναπτυξιακού πόρου, αποτελεί αναγκαίο εργαλείο για την υλοποίηση των στρατηγικών επιλογών. Οι έως σήμερα προσπάθειες χαρακτηρίζονται από υπερβολικά αργούς ρυθμούς ολοκλήρωσης και θεσμικής κατοχύρωσης. Το πρόσφατα θεσμοθετημένο Χωροταξικό Σχέδιο της Περιφέρειας, πρέπει να εξειδικευτεί σε νομαρχιακό

---

<sup>2</sup> Οι προτεινόμενες πολιτικές ολοκληρωμένης παρέμβασης σε αστικές, τουριστικές, αγροτικές περιοχές είναι ευνόητο ότι ενσωματώνουν στοιχεία των «τομεακών» πολιτικών που έχουν παραπάνω προσδιοριστεί.

και τοπικό επίπεδο, ενώ οι σύγχρονες ανάγκες των πόλεων και αρκετών τουριστικών κέντρων απαιτούν την προώθηση πολεοδομικών σχεδίων.

Τέλος, η λειτουργία της δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης αποτελεί σημαντική και κρίσιμη παράμετρο για την υλοποίηση της αναπτυξιακής στρατηγικής της Περιφέρειας. Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν συντελεστεί καθοριστικά βήματα στην κατεύθυνση της αποκέντρωσης και από-συγκέντρωσης πόρων και αρμοδιοτήτων και της δημιουργίας πολιτικά αυτοδύναμων τοπικών και περιφερειακών δομών και οργάνων σχεδιασμού και άσκησης πολιτικής και διοίκησης. Επίσης, μέσω διαφόρων προγραμμάτων επιδιώχθηκε ο λειτουργικός εκσυγχρονισμός των δημόσιων υπηρεσιών (κατάρτιση προσωπικού, εισαγωγή Η/Υ, δημιουργία ΚΕΠ κ.ά.).

Παρόλα αυτά τα γνωστά γενικά προβλήματα (γραφειοκρατία, εμπλοκή αρμοδιοτήτων, ανεπάρκεια πόρων, ελλείψεις προσωπικό, μη εφαρμογή σύγχρονων διοικητικών εργαλείων και συστημάτων αξιολόγησης κ.ά.) σε μεγάλο βαθμό παραμένουν και όσον αφορά την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων επιβαρύνονται με πρόσθετες δυσκολίες εξαιτίας των προβλημάτων επικοινωνίας και προσπέλασης. Η συνεχής κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού όλων των βαθμίδων σε «οριζόντια» και εξειδικευμένα αντικείμενα, σε συνδυασμό με την καλύτερη αξιοποίησή του εκτιμάται ότι θα συμβάλει στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Ιδιαίτερη προτεραιότητα αποτελεί η ευρεία εισαγωγή και αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και των Πληροφοριακών Συστημάτων, με κατεύθυνση αφενός την εύρυθμη εσωτερική λειτουργία των δημοσίων υπηρεσιών και τη δικτύωση – επικοινωνία με άλλες τοπικές υπηρεσίες και αφετέρου την ταχύτερη και από απόσταση εξυπηρέτηση των Πολιτών και των Επιχειρήσεων. Η δικτύωση, συνεργασία και δημιουργία κοινών, κατάλληλα στελεχωμένων και εξοπλισμένων υπηρεσιών από πλευράς ΟΤΑ, ειδικά στον τομέα σχεδιασμού και υλοποίησης του αναπτυξιακού προγραμματισμού θα συμβάλλει στην καλύτερη αξιοποίηση των πόρων. Πιλοτικές και καινοτόμες ενέργειες στους τομείς αυτούς θα πρέπει με κάθε τρόπο να ενθαρρυνθούν, σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.

### **9.2.3 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

#### **1. Προβολή τοπικής κουζίνας**

Ένας βασικός στόχος της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων που τα τελευταία χρόνια χρήζει αναβάθμιση, αλλά και ένα αξιόλογο τουριστικό προϊόν για το οποίο πρέπει να γίνει ειδική αναφορά είναι η τοπική παραδοσιακή κουζίνα. Είναι γεγονός τα νησιά της Περιφέρειας έχουν

το συγκριτικό πλεονέκτημα μιας ιδιόμορφης και ιδιαίτερα εκλεκτής γαστρονομίας. Για το λόγο αυτό η διάδοση και η καθιέρωση του κρίνεται απαραίτητο εργαλείο προβολής της Περιφέρειας. Για τη σωστή και πετυχημένη αναγνώριση της στο ευρύ κοινό θα πρέπει να τηρηθούν οι ακόλουθοι όροι:

- Εφαρμογή και τήρηση των κανόνων υγιεινής των τροφίμων
- Στην ταχύρυθμη εκπαίδευση των επιχειρηματιών σε θέματα τροφίμων

## **2. Ο θρησκευτικός τουρισμός**

Ο θρησκευτικός – προσκυνηματικός τουρισμός είχε καταγραφεί από πολύ παλιά ως ένας από τους σημαντικότερους λόγους δημιουργίας ροής πληθυσμού από ορισμένες περιοχές σε κάποιες άλλες. Με την έννοια αυτή η προσκυνηματική διάθεση ή η διάθεση προς επίσκεψη άλλων χωρών ή η παρακολούθηση εκδηλώσεων λατρείας αντιμετωπίζεται ως μία μορφή τουριστικής δραστηριότητας.

### **9.2.4 ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ**

#### **Διαφημιστική παρουσία**

Θεωρείται το ιδανικό εργαλείο προβολής γιατί διαθέτει αμεσότητα και επικεντρώνεται απόλυτα στον στόχο. Είναι όμως ένα ακριβό εργαλείο προβολής εξαιτίας κυρίως της αγοράς των μέσων που θα χρησιμοποιηθούν για την διαφημιστική καμπάνια (τηλεόραση, περιοδικός τύπος, κλπ), καθώς επίσης και για το κόστος παραγωγής της διαφήμισης. Στον τουρισμό κατ' αναλογία χρησιμοποιείται επιλεκτικά από μεγάλους σε δύναμη και όγκο οργανισμούς και τουριστικές επιχειρήσεις (αλυσίδες ξενοδοχείων, μεγάλους tour operators, κλπ).

Η διαφημιστική δαπάνη για την προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος δρα ευεργετικά επί των πωλήσεων του. Όμως η δράση της δεν είναι άμεση, αλλά σε βάθος χρόνου. Τα ουσιαστικά αποτελέσματα της διαφημιστικής προβολής επέρχονται μετά προέλευσης διετίας από τη διενέργεια της δαπάνης (περί το 58%), ενώ το 95% της δυνατικής επίδρασης επί των πωλήσεων επιτυγχάνεται μετά προέλευσης επταετίας. Το φαινόμενο αυτό αποδίδεται στη χρονική υστέρηση αφομοίωσης του διαφημιζόμενου μηνύματος.

Με τη διαφημιστική του παρουσία στο εξωτερικό ο Ε.Ο.Τ. αποβλέπει στην δημιουργία ευνοϊκού κλίματος για τον Ελληνικό Τουρισμό στο σύνολο του και όχι για συγκεκριμένες περιοχές. Από την επιρροή και το θετικό κλίμα που θα δημιουργηθεί από την εθνική προβολή, θα επωφεληθεί περισσότερο εκείνη η περιοχή η οποία θα προσπαθήσει να κερδίσει το ενδιαφέρον του κοινού, με μια δική της διαφημιστική – προωθητική παρουσία στην αγορά.

Η διαφημιστική παρουσία των νησιών του Ιονίου αποτελεί το καλύτερο μέσο προβολής, αντίδρασης κατά τη μείωση της ζήτησης στην τουριστική προσφορά και επιρροής των tour operators. Είναι γεγονός ότι το αποτέλεσμα μιας διαφημιστικής καμπάνιας δεν μπορεί να καταγραφεί και να εκφρασθεί σε αριθμούς παρά μονό μετά το πέρασμα τουλάχιστον επτά χρόνων. Αυτό δεν θέτει την αποτελεσματικότητα της διαφήμισης υπό αμφισβήτηση, απλώς αποτελεί βασικό κριτήριο επιλογής των πιο διάφανων μέσων που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της αγοράς. Η απήχηση του διαφημιστικού μέσου στο τουριστικό κοινό αποτελεί το βασικό κριτήριο αξιολόγησης του.

Η επιλογή των διαφημιστικών μέσων είναι ένας ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας. Είναι γεγονός ότι η απήχηση του διαφημιστικού μέσου στην αγορά, και στο τουριστικό κοινό, πρέπει να αποτελεί το βασικό κριτήριο αξιολόγησης του. Επιλέγοντας τις περιοχές ανάλογα με το τουριστικό τους δυναμικό και χρησιμοποιώντας σε κάθε μια από αυτές τα μέσα με την μέγιστη απήχηση επιτυγχάνεται το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα και περιορίζεται και η διασπάθιση των χρημάτων της διαφήμισης.

#### **Δημόσιες σχέσεις**

Είναι ένα ειδικό «εργαλείο» προβολής που απαιτεί όμως και εξειδικευμένη χρήση. Απαιτεί συγκεκριμένα ένα ολοκληρωμένο στρατηγικό σχέδιο για την επίτευξη των στόχων που έχει προσδιορίσει εκ των προτέρων ο τουριστικός προορισμός. Είναι εργαλείο που αν υπάρξει σωστός χειρισμός μπορεί να αποτελέσει την αιχμή του δόρατος της προβολής για ένα προορισμό και μάλιστα με χαμηλό κόστος σε σχέση με την άμεση διαφήμιση. Μία στρατηγική δημοσίων σχέσεων για έναν σύγχρονο τουριστικό προορισμό θα πρέπει να στηρίζεται στην άριστη γνώση και την εμπειρία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, το lobbying, την διοργάνωση ειδικών προωθητικών εκδηλώσεων, κλπ. Ένας σημαντικός τομέας στον χώρο των Δημοσίων Σχέσεων είναι οι σχέσεις με τον εξειδικευμένο τουριστικό τύπο των τουριστικών αγορών. Άλλος είναι ο σχεδιασμός των ενεργειών έμμεσης προβολής (below the line activities), που ενισχύουν την εικόνα του τουριστικού προορισμού. Όλες οι ενέργειες των δημοσίων σχέσεων, όπως και οι υπόλοιπες λειτουργούν συμπληρωματικά με την διαφήμιση για την επίτευξη του επιθυμητού για τον τουριστικό προορισμό αποτελέσματος.

#### **Θεματική Ιστοσελίδα**

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια αυξητική τάση χρήσης του διαδικτύου ειδικά στον τομέα της παροχής υπηρεσιών και συγκεκριμένα στον τουρισμό. Επιπλέον το διαδίκτυο χρησιμοποιείται

και στην πληροφόρηση για έναν ή περισσότερους τουριστικούς προορισμούς, αλλά και για την παροχή τουριστικών υπηρεσιών (e-bookings). Θα πρέπει όμως να λαμβάνεται υπόψη ότι στο διαδίκτυο δεν υπάρχει η εξακρίβωση της αλήθειας των πληροφοριών (validation) γεγονός που συχνά δημιουργεί προβλήματα αξιοπιστίας προς τον δέκτη της πληροφόρησης – υποψήφιο επισκέπτη. Ένας σύγχρονος και ανταγωνιστικός τουριστικός προορισμός θα πρέπει ένα από τα μέσα προβολής που θα χρησιμοποιήσει να είναι και το διαδίκτυο. Σήμερα η Νέα Τεχνολογία που αφορά το διαδίκτυο προσφέρει επιπλέον εργαλεία (features) κυρίως σε θέματα διαδραστικότητας (interactive). Αποτέλεσμα είναι η άμεση, «ζωντανή» και σε βάθος πληροφόρηση του χρήστη για θέματα που τον ενδιαφέρουν και τον βοηθούν στην επιλογή ενός τουριστικού προορισμού.

Η ευρύτερη τάση μεταβίβασης αρμοδιοτήτων στον Πρώτο και Δεύτερο Βαθμό Αυτοδιοίκησης, αντικατοπτρίζεται και στον τομέα του Τουρισμού. Οι ίδιες οι Περιφέρειες είναι σε πλεονεκτικότερη θέση, έναντι της κεντρικής διοίκησης, να καθορίσουν τη βέλτιστη στρατηγική μέσα από την οποία θα επιτευχθεί η μέγιστη ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας. Η επιμέρους περιφερειακή στρατηγική οφείλει να λάβει υπόψη της και να συνδυαστεί με τις ευρύτερες εξελίξεις και το στρατηγικό σχεδιασμό σε κεντρικό επίπεδο. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται ο ολοκληρωμένος και συνεκτικός χαρακτήρας της προώθησης του τουρισμού, με θετικά αποτελέσματα και για την Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Στην κατεύθυνση αυτή αναδεικνύεται η αναγκαιότητα ολοκληρωμένης επικοινωνιακής πολιτικής για τον τουρισμό σε Περιφερειακό Επίπεδο. Στην εποχή της μετάβασης στην Κοινωνία της Πληροφορίας, η διαπίστωση αυτή έχει ξεχωριστή διάσταση, καθώς νέες μεταβλητές μεταβάλλουν σταδιακά τον τρόπο επικοινωνιακής ανάδειξης του τουριστικού προϊόντος. Η ενδυνάμωση της χρήσης και αξιοποίηση του διαδικτύου, αν συνδυαστούν με τις πρόσφατες τεχνολογικές εξελίξεις, καθώς και η διάδοση των ευρυζωνικών δικτύων, προσφέρουν μοναδικές ευκαιρίες για την αναμόρφωση της επικοινωνιακής πολιτικής για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος. Κατά συνέπεια, η ανάπτυξη σύγχρονων και ελκυστικών διαδικτυακών πυλών, σε συνδυασμό με τη στήριξη της χρήσης του διαδικτύου για ζητήματα τουριστικής προβολής, θεωρείται επιβεβλημένη.

Γίνεται αντιληπτό ότι θα πρέπει να επιτευχθεί σημαντική πρόοδος και να ξεπεραστούν οι υφιστάμενες αδυναμίες που επικεντρώνονται κυρίως στην αποσπασματική αξιοποίηση της νέας τεχνολογίας και του διαδικτύου για την προώθηση της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων ως

τόπου προορισμού. Δικτυακοί τόποι όπως είναι ο <http://www.ionianislands.gr/> μπορούν να αποτελέσουν το εφαλτήριο για τη δημιουργία μιας ενοποιημένης πλατφόρμας, στην οποία θα περιέχονται πληροφορίες για το σύνολο του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας και ταυτόχρονα θα υπάρχει διέξοδος στο Site ΕΟΤ για την προώθηση του εγχώριου τουριστικού προϊόντος.

Στη βάση των παραπάνω, καθίσταται σαφές ότι η ηλεκτρονική προβολή του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας, δύναται να χρησιμοποιηθεί στη στρατηγική της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος και την ευρύτερη προώθησή του και μάλιστα, με επιθετικό επικοινωνιακό χαρακτήρα. Η ανάδειξη της Δικτυακής Πύλης της Περιφέρειας σε «πολυκαναλικό και αμφίδρομο επικοινωνιακό εργαλείο» προτείνεται να ολοκληρωθεί σε δύο φάσεις:

- Στην **πρώτη**, αναπτύσσεται το ΟΠΣ της Δικτυακής Πύλης, το οποίο «τροφοδοτεί» τον ενιαίο δικτυακό τόπο δυναμικών σελίδων, της Περιφέρειας, με στοιχεία, πληροφορίες κτλ. Ταυτόχρονα θα είναι συμβατό με το αντίστοιχο ΟΠΣ της Δικτυακής Πύλης του ΕΟΤ, ενώ θα πρέπει να διερευνηθεί η πιθανότητα χρήσης και αξιοποίησης της αντίστοιχης τεχνολογικής πλατφόρμας του ΕΟΤ, ώστε να επιτευχθούν οικονομίες κλίμακας και μέγιστη συμβατότητα. Ο δικτυακός τόπος της τουριστικής προβολής της Περιφέρειας είναι πολύγλωσσος, σύγχρονος και αφορά μόνο στη συστηματική, πλήρη και σύγχρονη πληροφόρηση προς τους δυνητικούς επισκέπτες της Περιφέρειας. Παρέχει πληροφορίες και ικανοποιεί απαιτήσεις του (Ελληνα και μη) πολίτη ή του επιχειρηματία ή του ερευνητή, όπως άλλωστε συμβαίνει διεθνώς. Το ΟΠΣ του Δικτυακού Τόπου της Περιφέρειας υποστηρίζει αυτά τα ζητήματα με σαφώς διαφορετική διαχείριση στοιχείων και πληροφορίας από αυτή που διακρίνει τις υφιστάμενες προσπάθειες, περιλαμβάνει δε, πολλές διαφορετικές εφαρμογές σε ενιαία τεχνολογική πλατφόρμα, πάντοτε συμβατές με το ΟΠΣ του Δικτυακού Τόπου Διεθνούς Προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος που αναπτύσσεται από τον ΕΟΤ (MIS, workflow, document management, knowledge management, Εργαλεία Β.Ι., e-content).
- Στη **δεύτερη** φάση, αναπτύσσεται εξελιγμένη «**τεχνολογική πλατφόρμα**» (**e business**), ώστε να καταστεί εφικτή η δυναμική, **πολυκαναλική** και συνεχής διασύνδεση των ενδιαφερομένων να επενδύσουν τις διακοπές τους στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, με όλους όσους δραστηριοποιούνται και προσφέρουν το ελληνικό τουριστικό προϊόν

(ξενοδοχεία, ακτοπλοϊκές και αεροπορικές εταιρείες, πάσης φύσεως ιδιωτικές επιχειρήσεις, αρχές, ενώσεις κτλ.). Με τον τρόπο αυτό στην ουσία καταργούνται τα φυσικά και χρονικά όρια και καθίσταται δυνατή η διεκπεραίωση συναλλαγών σε πραγματικό χρόνο, γεγονός που αναμένεται να ωφελήσει σημαντικά τον ελληνικό τουρισμό, πέρα από τη σημερινή «μαζικοποιημένη» του μορφή.

Ειδικότερα, η ανάπτυξη του δικτυακού τόπου θα πρέπει να προσφέρει το μέγιστο επιθυμητό αποτέλεσμα και να προσεγγίσει αποτελεσματικά οποιονδήποτε τον επισκέπτεται, είτε πρόκειται για φορέα που δραστηριοποιείται στον τομέα του τουρισμού, είτε πρόκειται για απλό χρήστη, δυνητικό επισκέπτη της χώρας μας στην περίοδο των διακοπών του. Κατά συνέπεια θα πρέπει η προσπάθεια αναβάθμισης να κινηθεί σε τρεις άξονες:

- ✓ **Αισθητική αναβάθμιση**
- ✓ **Εμπλουτισμός περιεχομένου**
- ✓ **Ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών**

Για την αποτελεσματική ανάπτυξη του Δικτυακού Τόπου για την προώθηση του Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων, σημαντική είναι η αρωγή, τόσο σε τεχνογνωσία και ωρίμανση όσο και σε χρηματικές ροές. Ειδικότερα, στο πλαίσιο του Παραδοτέου για τη μετάβαση της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων στην ΚτΠ και στον **Άξονα Παρέμβασης 4.1** προβλέπεται η ανάπτυξη και προώθηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν και της διασύνδεσης των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο σε επίπεδο Περιφέρειας.

### **9.3. ΤΟΜΕΙΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ**

#### **9.3.1 ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ**

##### **Εκθέσεις**

Είναι ένα ειδικό μέσο προβολής κυρίως για τους επαγγελματίες του τουρισμού και το γενικά το τουριστικό κύκλωμα του τουριστικού προορισμού. Συνήθως πραγματοποιούνται στις μεγάλες τουριστικές αγορές και προσελκύουν όλους σχεδόν τους σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς. Υπάρχουν οι εκθέσεις του εσωτερικού (εντός του τουριστικού προορισμού) που κυρίως πραγματοποιούνται για την προσέλκυση εσωτερικού τουρισμού και οι διεθνείς εκθέσεις τουρισμού που όπως αναφέρθηκε πραγματοποιούνται στις μεγάλες τουριστικές αγορές. Η συμμετοχή στις εκθέσεις τουρισμού θα πρέπει να διέπεται από ένα σκεπτικό και μια στρατηγική ακόμη και για κάθε τουριστική αγορά. Θα πρέπει να τίθενται στόχοι από την συμμετοχή καθώς επίσης να προετοιμάζεται ειδικό, πολύγλωσσο προωθητικό υλικό (έντυπο,

οπτικοακουστικό). Ένας σημαντικός παράγοντας επιτυχίας στις εκθέσεις τουρισμού ειδικά τις διεθνείς είναι η οργάνωση παράλληλων ειδικών εκδηλώσεων, καθώς επίσης και η στελέχωση των εκθεσιακών περιπτέρων με εξειδικευμένο προσωπικό.

Το «Τουριστικό Πανόραμα» που είναι μία από τις δύο μεγάλες ελληνικές τουριστικές εκθέσεις αποτελεί μια δραστηριότητα που αναπτύσσεται σταθερά, έχοντας μάλιστα το προνόμιο να απευθύνεται στο πολυπληθές κοινό του λεκανοπεδίου της Αττικής, πράγμα που την καθιστά ελκυστική για τους επαγγελματίες και τους φορείς των διαφόρων επιπέδων της τοπικής αυτοδιοίκησης. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό επίσης ότι το «Τουριστικό Πανόραμα» αρχίζει να ξεπερνά την εσωστρέφεια του και να προκαλεί το ευρύτερο ενδιαφέρον με διεθνείς συμμετοχές» προσφέροντας την ευκαιρία στους επαγγελματίες και στην τοπική αυτοδιοίκηση να αναδείξουν το προϊόν τους και την περιοχή τους και στους επισκέπτες του τη δυνατότητα να ανακαλύψουν τη γνωστή και άγνωστη Ελλάδα και νέους ταξιδιωτικούς προορισμούς.

#### **ΚΡΙΣΙΜΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ (C.S.F.)**

Πρωταρχική παραδοχή πρέπει να αποτελέσει το γεγονός ότι η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων επιβάλλεται να υποστεί αναγκαίες προσαρμογές και τροποποιήσεις έτσι ώστε να καταφέρει να αναδειχθεί στο ιδιαίτερα ανταγωνιστικό τουριστικό τοπίο. Η προώθηση του επιδιωκόμενου νέου προφίλ πρέπει να υλοποιηθεί στα πλαίσια εστιασμένων πολιτικών και κρατικών τουριστικών φορέων.

- ✓ Ζωτικής σημασίας στην επίτευξη αποτελεσματικότητας είναι η επιστράτευση πέραν των συνήθων διαφημιστικών οδών, σύγχρονων τεχνολογιών, και ιδιαίτερα του διαδικτύου, που διασφαλίζουν ταχύτητα, αμεσότητα και άμεση πρόσβαση στα δεδομένα προβολής
- ✓ Μέριμνα πρέπει να ληφθεί για τη στήριξη σειράς φορέων εμπλεκόμενων στην προώθηση του τουριστικού προϊόντος με την παροχή συμβουλευτικής υποστήριξης αναφορικά με την οργάνωση τους
- ✓ Να παρουσιαστεί έντονα το συγκριτικό πλεονέκτημα ότι η Περιφέρεια είναι ιδιαίτερα ασφαλής προορισμός
- ✓ Να προωθηθεί ο τόπος σαν ένα σύγχρονο και καλά οργανωμένο προορισμό
- ✓ Σημαντικό είναι να εμπλουτιστεί η τουριστική εικόνα, που έως και σήμερα προωθείται στις αγορές – στόχους, με τις ελκυστικές εικόνες των εναλλακτικών προορισμών και

δραστηριοτήτων που προσφέρονται και να μην περιορίζεται στα γνωστά «Ηλιος και Θάλασσα» και «Θρησκευτικός τουρισμός»

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Τα προβλήματα που επιλεκτικά αναφέρθηκαν, θα πρέπει να υπογραμμιστεί ότι καθίστανται δυσκολότερα εξαιτίας των διαφορετικών προσεγγίσεων, εκτιμήσεων και απόψεων που προβάλλουν διαφορετικές ομάδες συμφερόντων σε σχέση με την αποτελεσματικότητα των μέσων σχεδιασμού και διαχείρισης των ευαίσθητων, φυσικών και πολιτιστικών πόρων. Αρκετοί προτρέπουν σε ριζοσπαστικές αλλαγές προκειμένου να ξεπεραστεί το αναποτελεσματικό διαχειριστικό σχέδιο, ενώ άλλοι προσβλέπουν σε μια δυναμική εξέλιξη.

Γίνεται έτσι φανερό πως οι Μελέτες από μόνες τους δεν μπορούν να βοηθήσουν, εάν παράλληλα δεν προχωρήσουν όλες εκείνες οι διαδικασίες που διασφαλίζουν βιώσιμη ανάπτυξη, αντικειμενική προεπιλογή επιμέρους δραστηριοτήτων και χωροθετήσεων με κριτήρια περιβαλλοντικά, κοινωνικοοικονομικά αλλά και αισθητικά - πολιτιστικά.

Τα μεγάλα και μικρά έργα που συνοδεύουν την τουριστική ανάπτυξη απαιτούν μεθοδολογία επιλογής, καταλληλότητα χώρου, επιλεξιμότητα εναλλακτικών λύσεων, και διαχειριστική συνεκτικότητα. Αυτό μας οδηγεί στην αναζήτηση ενός οργανισμού για το σχεδιασμό μακροπρόθεσμης περιβαλλοντικής και πολιτιστικής τουριστικής πολιτικής, με την αναγκαία επιστημονική τεκμηρίωση και την ανεξάρτητη λειτουργική και θεσμική κατοχύρωση, έτσι ώστε το πρόβλημα των μεγάλων έργων υποδομής και το αντίστοιχο της τουριστικής ανάπτυξης να μην θεωρείται συγκυριακό.

Η αδράνεια απέναντι στους κινδύνους της καταστροφής του περιβάλλοντος, ιδιαίτερα του παραμεθόριου, ορεινού και παράκτιου, δεν νοείται πλέον. Συνακόλουθα η προτεινόμενη απαίτηση της βιώσιμης ανάπτυξης θα πρέπει να αποτελεί την κατευθυντήρια πολιτική, καθώς παράλληλα με την επιδιωκόμενη προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (προϋπόθεση ύπαρξης και του τουρισμού) επιτυγχάνεται ταυτόχρονα η συνέχιση - διατήρηση της εξελικτικής διαδικασίας και του κύκλου ζωής του τουρισμού και του περιβάλλοντος.

Η συμμετοχή μας στην Ευρωπαϊκή Ένωση μας δίνει την επιλογή να διαμορφώσουμε το τουριστικό προϊόν μας, έτσι ώστε να διασφαλίσουμε διαχρονική και ποιοτική αντοχή, κάτι που ο πολιτιστικός - οικολογικός τουρισμός ασφαλώς εξασφαλίζει, με την προϋπόθεση

φυσικά, ότι δεν θα επαναληφθούν τα σφάλματα που συναντάμε ήδη σε άλλες μεσογειακές αλλά και πολλές, δυστυχώς, ελληνικές περιοχές.

Οι επιπτώσεις της διεθνούς χρηματοπιστωτικής κρίσης άρχισαν πλέον να φαίνονται ευκρινώς και στην πραγματική οικονομία. Η αβεβαιότητα και η ανασφάλεια έχει ήδη εγκατασταθεί σε όλους μας. Εκείνο που περιμένει απάντηση είναι πόσο βαθιά και ποιας διάρκειας θα είναι η κρίση και οι συνεπακόλουθες δυσμενείς επιπτώσεις.

Ο τομέας του τουρισμού άρχισε να δέχεται τις πρώτες επιπτώσεις της κρίσης. Με εξαίρεση την Τουρκία και την Κροατία, σε όλες τις ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών μειώθηκαν την περίοδο Ιανουαρίου – Οκτωβρίου 2008. Το ύψος της μείωσης είναι περίπου το ίδιο για Ελλάδα και Ισπανία (-1,4% και -1,3% αντίστοιχα), ενώ ελαφρά χαμηλότερα ήταν για την Ιταλία (-1,0%) και την Κύπρο (-0,6%). (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Αθήνα, 20 Νοεμβρίου 2008, Δελτίο Τύπου, «ΕΠΙΔΟΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2008»)

Η παραπάνω εξέλιξη των αεροπορικών αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μας επηρεάστηκε από την αρνητική πορεία των τελευταίων τριών μηνών (Αύγουστος–Οκτώβριος). Ωστόσο, η παραπάνω αρνητική πορεία των αεροπορικών αφίξεων θα αμβλυνθεί λίγο από την εκτιμώμενη αύξηση των αφίξεων των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας με άλλα μεταφορικά μέσα, εκτός αεροπλάνου. Θεωρείται πολύ αισιόδοξη η πρόβλεψη να ισχυριστεί κάποιος ότι θα παραμείνουμε στο επίπεδο του 2007, το οποίο ήταν μια καλή χρονιά για τον τουρισμό μας. Θα συνέβαινε αυτό αν η μείωση των αεροπορικών αφίξεων αντισταθμιζόταν με σημαντική αύξηση των αφίξεων με άλλα μεταφορικά μέσα, γεγονός που δεν φαίνεται πιθανόν.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι αποτελεί ιδιαίτερα ανησυχητικό φαινόμενο το γεγονός ότι η επίδοση των κατεξοχήν τουριστικών περιοχών της χώρας μας (Κρήτη, Δωδεκάνησα, Ιόνια Νησιά) ήταν επίσης αρνητική. Τη χειρότερη επίδοση μεταξύ των τριών παραπάνω περιοχών σημείωσαν τα Δωδεκάνησα (-2,0%) και ακολουθούν τα Ιόνια Νησιά (-1,4%) και η Κρήτη (-0,4%). Ωστόσο, θετική πορεία σημείωσαν οι αφίξεις στην Κεφαλονιά (+15,1%), Μύκονο (+3,8%) και Χίο (+22,6%). (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Αθήνα, 20 Νοεμβρίου 2008, Δελτίο Τύπου, «ΕΠΙΔΟΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2008»)

Η παραπάνω πορεία του τουρισμού στέλνει το μήνυμα ότι το 2009 θα είναι μια ακόμη πιο δύσκολη χρονιά. Το πόσο δύσκολη θα είναι θα εξαρτηθεί από το πόσο θα επηρεαστεί από την κρίση το εισόδημα των αλλοδαπών που θέλουν να επισκεφτούν τη χώρα μας και κατά πόσο θα τους επηρεάσει σε αυτή τους την απόφαση. Θα εξαρτηθεί, παράλληλα, και από την αντίδραση του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα στη χώρα μας στην υιοθέτηση μέτρων και πολιτικών, οι οποίες θα ενεργοποιήσουν τις ασφαλιστικές δικλείδες που διαθέτει η κοινωνία και η οικονομία, προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικές επιπτώσεις από την κρίση.

Οι προβλέψεις για το μέλλον του τουρισμού, λόγω της οικονομικής κρίσης που μαστίζει τις ευρωπαϊκές χώρες από τις οποίες αντλούμε πελάτες, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Αυστρία, η Γερμανία, η Ολλανδία, οι Σκανδιναβικές χώρες και οι χώρες του πρώην Ανατολικού μπλοκ, είναι δυσοίωνες.

Οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, η μείωση των αφίξεων, η μείωση των τιμών, ο περιορισμός του χρόνου διακοπών και η μείωση του εισοδήματος είναι τα πέντε “αγκάθια”, με τα οποία θα βρεθεί αντιμέτωπη η τουριστική οικογένεια της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων αλλά και πιο συγκεκριμένα της Ζακύνθου κατά την προσεχή τουριστική περίοδο, η οποία ξεκίνησε το Μάιο του τρέχοντος έτους. “Δεν προσδοκούμε ανάσταση του τουρισμού” δήλωσε, στην εφημερίδα “Ημέρα τση Ζάκυνθος”, ο Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων του Δήμου Ζακυνθίων, Γιάννης Ξένος, ερωτηθείς για τις προβλέψεις του για την προσεχή τουριστική περίοδο. Όπως αποσαφήνισε: *«Η οικονομική ύφεση στη Μεγάλη Βρετανία, από όπου δεχόμαστε το 65% - 70% των τουριστών του νησιού μας, η κρίση και η αβεβαιότητα που επικρατούν, καθώς και υποτίμηση της Αγγλικής λίρας έναντι του ευρώ, οδηγούν τους Βρετανούς στην επιλογή άλλων τουριστικών προορισμών, όπως η Αίγυπτος, η Τυνησία, η Τουρκία και η Βουλγαρία, στις οποίες δεν υπάρχει ευρώ και τους συμφέρει η συναλλαγματική ισοτιμία. Εν τω μεταξύ, οι μεγάλες τουριστικές εταιρείες κάνουν λόγο για κρατήσεις μειωμένες κατά 40% από τη Μεγάλη Βρετανία προς την Ελλάδα, καθώς και 30% - 40% από τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες.*

*Ωστόσο, οι ξενοδόχοι της Ζακύνθου προέβησαν σε προσφορές, μειώνοντας κατά 15% τις τιμές ενοικίασης των δωματίων τους, ως μία κίνηση προσέλκυσης πελατών.*

*Σε ό,τι αφορά τη Ζάκυνθο, οι επιχειρηματίες είναι αντιμέτωποι με μείωση της τάξης του 40% του εισοδήματός τους, πριν ακόμα ξεκινήσει η τουριστική περίοδος, για την οποία οι προβλέψεις είναι εξαιρετικά θλιβερές, διότι υπάρχει ισχυρή εξάρτηση από την παγκόσμια συγκυρία, ενώ δεν*

*έχουμε περιθώρια αντίδρασης, γιατί η κατάσταση στο νησί μας είναι γνωστή και τα προβλήματα χρονίζουν».*

Ο τουρισμός εξελίσσεται σε παράγοντα - κλειδί για την έκταση των επιπτώσεων της διεθνούς κρίσης στην ελληνική οικονομία, η οποία βρίσκεται σε τροχιά επιβράδυνσης, αν και διατηρεί υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Το να προγραμματίζεις διακοπές την εποχή μιας παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, δε θεωρείται και η πρώτη προτεραιότητα των καταναλωτών, ακόμη κι αν αυτοί είναι Γερμανοί, δηλαδή πρωταθλητές στον τουρισμό. Η Διεθνής Έκθεση Τουρισμού (ITB), που έγινε πρόσφατα στο Βερολίνο και η οποία θεωρείται παγκοσμίως η μεγαλύτερη στο είδος της, δεν άφησε επ' αυτού καμία αμφιβολία.

Όπως, μάλιστα, επισημαίνεται σε δημοσίευμα της ιστοσελίδας της Ντόιτσε Βέλε («NB»), κύρια χαρακτηριστικά της ITB ήταν η αβεβαιότητα και η αναμονή στις κρατήσεις. Η «NB» επικαλείται και έρευνα της FUR (εταιρία ερευνών αγοράς για διακοπές και ταξίδια), που κοινοποιήθηκε κατά τη διάρκεια της Έκθεσης και δείχνει ότι ποσοστό 21% των Γερμανών δηλώνουν πως πλήττονται προσωπικά από την κρίση.

Μάλιστα, 15% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι η κρίση έχει επιπτώσεις στο σχεδιασμό των διακοπών. «Εάν τα μέσα ενημέρωσης μεταδίδουν καθημερινά για τράπεζες που είναι σε κρίση και για πακέτα σωτηρίας δισεκατομμυρίων για τη γερμανική οικονομία, αυτό βεβαίως επηρεάζει αρνητικά και την καταναλωτική διάθεση του πληθυσμού», είπε στη «NB» ο πρόεδρος του Συνδέσμου της Γερμανικής Τουριστικής Βιομηχανίας Κλάους Λέπλε.

Η αναμονή και η αναβολή των κρατήσεων με την προσδοκία καλύτερων προσφορών είναι η χαρακτηριστική τάση στη φετινή σεζόν και το μεγαλύτερο πρόβλημα για τους tour operators και τα ξενοδοχεία. Χαρακτηριστική περίπτωση αποτελεί το μεγαλύτερο γραφείο ταξιδιών της Ευρώπης, η γερμανικών συμφερόντων πολυεθνική TUI, η οποία καταγράφει ήδη μείωση του τζίρου των κρατήσεων κατά 11%, σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο.

Σημαντική μείωση καταγράφεται και στον τομέα των επιχειρηματικών ταξιδιών, με συνέπειες και για το προσωπικό που απασχολείται στον κλάδο, είπε - από την πλευρά του - ο Σβεν Ντολίβα, ο εκπρόσωπος της αλυσίδας ξενοδοχείων Grand City.

Υπολογίζοντας τα παραπάνω συμπεράσματα, την ανάλυση του τουριστικού προϊόντος και τους στόχους της τουριστικής προβολής των νησιών της Περιφέρειας και την στρατηγική τουριστικής προβολής του ΕΟΤ και τις πρωτοβουλίες του Υπουργείου Τουρισμού, οι

παρεμβάσεις στις τουριστικές δυνατότητες της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων που κρίθηκαν απαραίτητες για την αναβάθμιση, ανάπτυξη και μεγαλύτερη αξιοποίηση του τουριστικού προϊόντος συνοπτικά είναι:

- ✓ Μεγαλύτερη έμφαση στον συνεδριακό τουρισμό
- ✓ Άμεση διαφήμιση, καμπάνια, έκτακτες καταχωρήσεις
- ✓ Συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού
- ✓ Δημόσιες Σχέσεις
- ✓ Εκδόσεις, Προωθητικό Υλικό
- ✓ Υποστήριξη Διεθνών Συνεδρίων και Εκδηλώσεων
- ✓ Συμμετοχή σε Ευρωπαϊκά και Διεθνή δίκτυα προβολής
- ✓ Ηλεκτρονική Προβολή

Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων ως ενιαίο σύνολο, μπορεί να ωφεληθεί και να παρακολουθήσει τις εξελίξεις στον περίγυρο, εφόσον αξιοποιήσει την κεντρική της θέση. Μόνο τότε διαμορφώνονται οι προϋποθέσεις ώστε η γεωγραφική της θέση να οδηγήσει μέσω διαπεριφερειακών και διασυνοριακών συνεργασιών και δικτυώσεων, στη διεκδίκηση ενός κεντρικού για τα μεγέθη της ρόλου.

Παρά τη «νησιωτικότητά» της που στη νέα ευρωπαϊκή και μεσογειακή γεωγραφία εκτός από αδυναμίες προσφέρει και ευκαιρίες, είναι εφικτός ο στόχος να καταστεί η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων ένας διεθνής προορισμός βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Βασική προϋπόθεση είναι ότι θα προωθήσει μια σύνθετη πολιτική με κινητήρια δύναμη έναν αναμορφωμένο τουριστικό τομέα, ο οποίος θα έχει έντονα τα στοιχεία της διαφοροποίησης. Ο τουριστικός σχεδιασμός πρέπει να είναι ικανός να διαμορφώνει το παρόν αξιοποιώντας το παρελθόν και με θετικές πρόνοιες για το μέλλον.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Α. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία (2007), «*Συνοπτική Στατιστική Επετηρίδα 2007*».
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία (2008), «*Η Ελλάδα με αριθμούς, 2008*», Ενημερωτικό φυλλάδιο.
- Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Ζακύνθου, Φορέας Διαχείρισης, «*Ανακοίνωση δραστηριοτήτων 2008*».
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, «*Αλλοδαπός Τουρισμός: Τάσεις- Προβλέψεις 2007*», Δελτίο Τύπου, 2007.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, «*Αποτελέσματα οικονομικής συγκυρίας για τον τουρισμό*», Ειδική Μελέτη, Οκτώβριος- Νοέμβριος 2008.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, «*Διεθνής οικονομική κρίση και τουρισμός*», Δελτίο τύπου, Αθήνα, 30 Μαρτίου 2009.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, «*Ελληνική Οικονομία και Τουρισμός 2007*», Έκθεση, Τεύχος 24, Νοέμβριος 2007.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, «*Επίδοση του Αλλοδαπού Τουρισμού, Αφίξεις- Συνάλλαγμα, Ιανουάριος- Οκτώβριος 2008*», Δελτίο Τύπου, 2008.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, «*Επίδοση του Ελληνικού Τουριστικού τομέα, Ιανουάριος- Σεπτέμβριος 2008*», Δελτίο Τύπου, 20- 10- 2008.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, «*Το μέγεθος και η δυναμική του τουριστικού τομέα*», Σύνοψη μελέτης.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, 2007, «*Η διαφημιστική Δαπάνη για τον τουρισμό, Σύνοψη Συμπερασμάτων 2007*» .
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Αθανασίου Λ., «*Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα*», Αρ. Μελέτης 13, Απρίλιος 2002.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Αθανασίου Λ., Φεβρουάριος 2007, «*Τουριστική Ανάπτυξη και περιβαλλοντική προστασία*», 2007.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Παπανίκος Γ. Θ., Σεπτέμβριος 2005 «*Οι Ελληνικές τουριστικές Εισπράξεις*», 2005.

- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Πατσουράτης Αθ. Βασίλης, 2008, «Οι επιπτώσεις των δυσμενών γεγονότων στην Τουριστική Οικονομία», 23/1/2008.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Παυλόπουλος Π. Γ., Οκτώβριος 2007, «Μέγεθος, Επιδράσεις και χαρακτηριστικά του Εσωτερικού Τουρισμού, 2007».
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Παυλόπουλος Π. Γ., 3/7/2007, «Τουριστικά καταλύματα Μικρού και Μεσαίου Μεγέθους: Ρόλος, Προοπτικές, Μέτρα», 2007.
- Κωνσταντής Στελούδης, «Στοχευμένη Πολιτική για την Ανάπτυξη του Τουρισμού και μετά το 2007», περιοδικό *Οικονομία*, τεύχος 35, 2007.
- Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, 2000, «Αναπτυξιακή Φυσιογνωμία της ΠΙΝ, 2000».
- Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, 2004, Περιφερειακό Πρόγραμμα Καινοτόμων Ενεργειών 3ι, Δράση 2, «Ενίσχυση Ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων για την αξιοποίηση καινοτόμων ιδεών στον τουριστικό τομέα».
- Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, 2005, «Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας Π.Ι.Ν. 2005»
- Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, Νοέμβριος 2004, «Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ιονίων Νήσων 2000-2006».
- Σκουλάς Ε. Νίκος, «Οι επιπτώσεις της Διεθνούς οικονομικής κρίσης στον Τουρισμό», 1<sup>ο</sup> Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού, Θεσσαλονίκη, 30-31/10/2008.
- Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, 2007, «Ειδικό χωροταξικό πλαίσιο για τον τουρισμό», Αθήνα, 2/5/2007.
- Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, Ειδική γραμματεία για την ανταγωνιστικότητα, *Επιχειρησιακό πρόγραμμα*, «Ανταγωνιστικότητα», Απρίλιος 2008.
- Υπουργείο Χωροταξίας Περιβάλλοντος και Δημοσίων Έργων, *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Προγραμματικής περιόδου 2007-2013 Δυτικής Ελλάδας- Πελοποννήσου- Ιονίων Νήσων*, Αθήνα, Ιούνιος 2007.
- Χαϊκάλη- Χειμαριού Ντιάνα, «Τα αγκάθια και οι πονοκέφαλοι του 2009», Εφημερίδα *Ημέρα τση Ζάκυνθος*, 20/01/2009, Ζάκυνθος.

## **Β. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- «Ελλάδα, ο αντίκτυπος του τουρισμού στην Απασχόληση και την Ανεργία», Φόρουμ για τον τουρισμό, World Travel and Tourism Council, 2006.

## **Γ. ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ**

- [www.alternativegreece.gr](http://www.alternativegreece.gr)
- [www.bankofgreece.gr](http://www.bankofgreece.gr)
- [www.e-ionia.gr](http://www.e-ionia.gr)
- [www.espa.gr](http://www.espa.gr)
- [www.eurobank.gr/research](http://www.eurobank.gr/research)
- [www.eurostat.cec.eu.int](http://www.eurostat.cec.eu.int)
- [www.gnto.gr](http://www.gnto.gr)
- [www.greekinsight.com](http://www.greekinsight.com)
- [www.imerazante.gr](http://www.imerazante.gr)
- [www.info3kps.gr](http://www.info3kps.gr)
- [www.ionianisia.gov.gr](http://www.ionianisia.gov.gr)
- [www.keta-ionion.gr](http://www.keta-ionion.gr)
- [www.nmp\\_zak.org](http://www.nmp_zak.org)
- [www.perifereies.gov.gr](http://www.perifereies.gov.gr)
- [www.saz.gr](http://www.saz.gr)
- [www.statistics.gr](http://www.statistics.gr)
- [www.theodromion.gr](http://www.theodromion.gr)
- [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
- [www.ypes.gr](http://www.ypes.gr)
- [www.zakynthos.org.gr](http://www.zakynthos.org.gr)

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....                                                      | 1  |
| ABSTRACT.....                                                      | 2  |
| ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....                                                      | 3  |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:                                                        |    |
| <u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u> .....                                              | 4  |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2                                                         |    |
| <u>ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</u>                            |    |
| 2.1 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΤΗΝ ΧΩΡΑ ΜΑΣ.....                        | 6  |
| 2.2 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....               | 7  |
| 2.3 ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....             | 15 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:                                                        |    |
| <u>ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΦΥΣΙΟΓΝΩΜΙΑΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ</u>      |    |
| <u>ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ</u>                                                |    |
| 3.1 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ.....                    | 18 |
| 3.1.1 ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ.....                                      | 27 |
| 3.1.2 ΥΠΟΔΟΜΕΣ – ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ.....                                | 37 |
| 3.2 ΟΙ ΝΟΜΟΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ.....                     | 43 |
| 3.2.1. ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ.....                                         | 43 |
| 3.2.2. ΝΟΜΟΣ ΛΕΥΚΑΔΑΣ.....                                         | 45 |
| 3.2.3. ΝΟΜΟΣ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ ΚΑΙ ΙΘΑΚΗΣ.....                           | 46 |
| 3.2.4. ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ.....                                         | 48 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:                                                        |    |
| <u>ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ- ΕΙΔΙΚΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ</u> |    |
| <u>ΤΟΥΡΙΣΜΟ</u>                                                    |    |
| 4.1 ΤΑ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ (1986-1992).....        | 49 |
| 4.2 Α΄ ΠΕΠ (1989-1993).....                                        | 50 |
| 4.3 Β΄ ΠΕΠ (1994-1999).....                                        | 51 |
| 4.4 ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ 3ου Κ.Π.Σ. 2000-2006.....        | 51 |
| 4.4.1 ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΤΑ ΤΟΜΕΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ.....                     | 54 |

|         |                                                                                                                                      |    |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4.1.α | ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 1: ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΛΟΙΠΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ..... | 55 |
| 4.5     | ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 2000-2006 ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΞΟΝΑ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 1.....                              | 58 |
| 4.6     | ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ».....                                                                                  | 58 |
| 4.7     | ΠΕΠ Ιονίων νήσων 2007-2013.....                                                                                                      | 60 |
| 4.7.1   | ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ.....                                                                                          | 60 |
| 4.7.2   | ΧΩΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....                                                                                            | 63 |
| 4.7.3.  | ΧΩΡΟΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΒΙΩΣΗΣ.....                                                                                                    | 66 |
| 4.8     | ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΤΗΝ Π.Ι.Ν.....                                                                                          | 67 |
| 4.9     | ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ.....                                                                       | 70 |
| 4.10    | ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ ΣΤΗΝ Π.Ι.Ν.....                                                                                  | 71 |
| 4.10.1  | ΓΕΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ.....                                                                                                               | 71 |
| 4.10.2  | ΣΤΟΧΟΙ ΜΕΤΡΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....                                                                                          | 73 |
| 4.10.3  | ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΩΝ.....                                                                                              | 74 |
| 4.10.4  | ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....                                                                                                         | 75 |
| 4.11    | ΕΠΑΝ Π.....                                                                                                                          | 76 |
| 4.11.1  | ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΠΑΝ Π.....                                                                                            | 76 |

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:

##### ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΖΑΚΥΝΘΟΥ

|       |                      |    |
|-------|----------------------|----|
| 5.1   | ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ.....  | 78 |
| 5.2   | ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....        | 85 |
| 5.2.1 | ΥΓΕΙΑ – ΠΡΟΝΟΙΑ..... | 85 |
| 5.2.2 | ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ.....    | 85 |
| 5.2.3 | ΠΑΙΔΕΙΑ.....         | 86 |
| 5.2.4 | ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ.....      | 87 |

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6:

##### ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΖΑΚΥΝΘΟΥ

|     |                                           |    |
|-----|-------------------------------------------|----|
| 6.1 | ΕΡΓΑΛΕΙΑ - ΜΕΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ..... | 87 |
|-----|-------------------------------------------|----|

|       |                                                                |    |
|-------|----------------------------------------------------------------|----|
| 6.2   | Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....          | 88 |
| 6.3   | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΕΛΕΥΤΑΙΩΝ ΧΡΟΝΩΝ.....                               | 90 |
| 6.4   | ΕΘΝΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ.....                                         | 93 |
| 6.5   | ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ.....                                      | 96 |
| 6.6   | ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ<br>ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ..... | 99 |
| 6.6.1 | ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....                 | 99 |
| 6.6.2 | ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....                            | 99 |

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7:

### ΖΗΤΗΣΗ- ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΖΑΚΥΝΘΟΥ

|       |                                                 |     |
|-------|-------------------------------------------------|-----|
| 7.1   | ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΖΑΚΥΝΘΟ..... | 101 |
| 7.2   | ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ.....                                | 105 |
| 7.3   | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΥΨΗΛΟΤΕΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ.....   | 110 |
| 7.4   | ΤΡΟΠΟΙ ΑΦΙΞΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ.....                | 112 |
| 7.4.1 | ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ.....                            | 112 |
| 7.4.2 | ΜΕΣΑ ΑΦΙΞΕΩΝ.....                               | 112 |

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8:

### ΣΥΝΘΕΤΙΚΗ ΔΙΑΓΝΩΣΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ

|     |                                                                                   |     |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 8.1 | ΔΥΝΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ<br>(S.W.O.T. Analysis)..... | 113 |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

### ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

|       |                                         |     |
|-------|-----------------------------------------|-----|
| 9.1   | ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....                   | 120 |
| 9.1.1 | ΦΥΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ / ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....   | 120 |
| 9.1.2 | ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....                           | 128 |
| 9.2   | ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ.....                 | 128 |
| 9.2.1 | ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ / ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ..... | 128 |
| 9.2.2 | ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....                           | 129 |

|                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| <b>9.2.3 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....</b>  | <b>135</b> |
| <b>9.2.4 ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ.....</b>     | <b>136</b> |
| <b>9.3. ΤΟΜΕΙΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ.....</b> | <b>140</b> |
| <b>9.3.1 ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ.....</b>     | <b>140</b> |
| <b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>            | <b>142</b> |
| <b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>            | <b>147</b> |