

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Β' ΦΑΣΗ

«ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ»

Ιούνιος 2003

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ / ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	3
1.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ Α' ΦΑΣΗΣ: ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΚΑΙ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΦΕΡΟΥΣΑΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ	3
1.1.1 Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ. ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ	3
1.1.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	6
1.1.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ / ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΟΧΩΝ	8
1.1.4 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΦΕΡΟΥΣΑΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	13
1.1.5 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	20
1.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ-ΣΤΟΧΟΙ-ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	23
1.2.1 ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	23
1.2.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ .	26
1.3 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	28
1.3.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ	28
1.3.2 ΠΡΟΤΥΠΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ-ΣΕΝΑΡΙΑ ΑΝΑ ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ	31
1.4 ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ	40
2. ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΦΟΡΕΩΝ	51
2.1 Ο ΘΕΣΜΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	51
2.2 ΚΑΘΟΡΙΣΜΕΝΟΙ ΔΗΜΟΣΙΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΓΙΑ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΟΥ Γ' ΚΠΣ	54
2.3 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΦΟΡΕΩΝ	67
3. ΑΞΟΝΕΣ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ	76
3.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ..	76
3.2 ΠΕΔΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ & ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ	78
3.2.1 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ	78
3.2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	79

3.2.3	ΕΙΔΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΜΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ	81
3.3	ΜΟΡΦΕΣ ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ	82
3.4	ΚΟΙΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΦΟΡΕΩΝ	90
4.	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΗΣ	91
4.1	ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 1: ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ, ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ / ΜΕΓΕΘΥΝΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ	92
4.2	ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 2: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	106
4.3	ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 3: ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ	126
4.4	ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 4: ΑΝΑΠΤΥΞΗ / ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΤΕΧΝΙΚΩΝ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	143
4.5	ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 5: ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	157
4.6	ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 6: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	165
5.	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	183
5.1	ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	183
5.2.	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΝΟΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	186
5.3.	ΤΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ	188
5.3.1	Ο ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ (ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΘΕΣΗ) ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	188
5.3.2	ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΑΙ Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ	192
5.3.3	ΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΚΑΙ ΤΗ ΣΥΝΑΚΟΛΟΥΘΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	193
5.3.4	ΟΡΓΑΝΩΣΗ, ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΙΚΗ ΑΝΑΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	195
5.3.5	ΕΛΕΓΧΟΣ	197
5.3.6	ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΟΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ MARKETING PLAN ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	197

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:

ΕΠΙΚΑΙΡΟΠΟΙΗΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ 1.42 έως 1.45 της Α' ΦΑΣΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ / ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα μελέτη, της οποίας η δεύτερη φάση εκπόνησης παρουσιάζεται στο παρόν τεύχος, έχει ανατεθεί στη σύμπραξη των μελετητών Αλ. Κοτζαμπόπουλου και Γ. Παυλάκη, ύστερα από ανοικτό διαγωνισμό, στο πλαίσιο εκπόνησης αντίστοιχων μελετών για όλες τις Περιφέρειες της Χώρας.

Σύμφωνα με τις προδιαγραφές, η μελέτη εκπονήθηκε σε δύο φάσεις.

Η πρώτη φάση αναφέρεται στη διάγνωση του δυναμικού της τουριστικής ανάπτυξης Πελοποννήσου και η δεύτερη φάση αναφέρεται στις προτάσεις για τη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας.

Όπως προαναφέρθηκε, το τεύχος αυτό αναφέρεται στην δεύτερη (Β') φάση εκπόνησης της μελέτης και περιλαμβάνει τα εξής κεφάλαια:

- Καθορισμός στρατηγικής βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης
- Προτεραιότητες και άξονες παρέμβασης των δημόσιων φορέων
- Άξονες δράσεις και μορφές κινητοποίησης των φορέων του ιδιωτικού τομέα
- Προτεινόμενο πρόγραμμα δράσης
- Στρατηγική Marketing και επικοινωνιακή στρατηγική

Για την εκπόνηση της Β' φάσης της μελέτης, προκειμένου να εξειδικευθούν περαιτέρω οι προδιαγραφές, σε ορισμένα κρίσιμα σημεία, έγιναν συναντήσεις του συντονιστή της μελέτης και του επιστημονικού υπεύθυνου, με τα αρμόδια στελέχη του ΕΟΤ.

Οι επιλογές και η ανάλυση της Β' Φάσης βασίσθηκαν στα συμπεράσματα και τις ποσοτικές εκτιμήσεις της Α' Φάσης, καθώς και σε υπάρχουσες μελέτες, σχετικές με τον τουρισμό ή / και το σύνολο της Περιφέρειας Πελοποννήσου γενικά, ενώ παράλληλα σε πολλές περιπτώσεις αντλήθηκαν τα αναγκαία στοιχεία από τους αρμόδιους τοπικούς φορείς. Οι βασικές επιλογές τουριστικής ανάπτυξης συζητήθηκαν με τον Γενικό Γραμματέα της Περιφέρειας, τους Νομάρχες, τους Εκπροσώπους των ΤΕΔΚ και με συλλογικούς φορείς εκπροσώπησης επιχειρηματιών που σχετίζονται με την τουριστική δραστηριότητα.

Η ομάδα μελέτης θέλει να ευχαριστήσει τα αρμόδια στελέχη του ΕΟΤ και ιδιαίτερα την κ. Ελισάβετ Χατζηνικολάου και τον κ. Αλέξη Χατζηδάκη για τις διευκρινίσεις και την άποψη συνεργασία τους και βοήθεια / υποστήριξη που προσέφεραν στην ομάδα μελέτης, καθώς επίσης θέλει να ευχαριστήσει και όλους εκείνους που συνέβαλαν στην εξασφάλιση των αναγκαίων στοιχείων.

ΟΜΑΔΑ ΜΕΛΕΤΗΣ

Ανάδοχοι: ΣΥΜΠΡΑΤΤΟΝΤΕΣ ΜΕΛΕΤΗΤΕΣ Α. ΚΟΤΖΑΜΠΟΠΟΥΛΟΣ - Γ.ΠΑΥΛΑΚΗΣ

Εκπρόσωπος: Γ. Παυλάκης, Οικονομολόγος

Συντονιστής της Μελέτης: Γ. Παυλάκης

Επιστημονικός Υπεύθυνος της Μελέτης: Α. Κοτζαμπόπουλος

Μέλη της Ομάδας Μελέτης:

- α) Ελευθερία Ρώμα, Μηχανικός Χωροταξίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης
- β) Θωμαΐς Σταφυλά, Οικονομολόγος, Περιφερειακή Ανάπτυξη
- γ) Γιώργος Νικολάου, Οικονομολόγος, Περιφερειακή Ανάπτυξη
- δ) Κλειώ Συρμακέση, Μηχανικός Χωροταξίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης

Ειδικοί Επιστημονικοί Συνεργάτες:

- α) Πάρις Τσάρτας, Οικονομολόγος, Περιφερειολόγος, ειδικός σε θέματα Τουριστικής Ανάπτυξης
- β) Μάριος Σωτηριάδης, Ειδικός στο Τουριστικό Marketing
- γ) Γιάννης Καρανίκας, Αρχιτέκτονας-Μηχανικός, ειδικός σε θέματα Χωροταξίας – Πολεοδομίας

Ειδικός Σύμβουλος:

Μάκης Ζαχαράτος, Οικονομολόγος, ειδικός σε θέματα Τουριστικού Σχεδιασμού και Τουριστικού Marketing

ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

- α) Κωνσταντίνος Κατσιγιάννης, Πρόεδρος της Επιτροπής Παρακολούθησης και Παραλαβής
- β) Ιωάννης Πετρόγιαννης, μέλος της Επιτροπής Παρακολούθησης και Παραλαβής
- γ) Σπήλιος Σπηλιόπουλος, μέλος της Επιτροπής Παρακολούθησης και Παραλαβής
- δ) Αλέξης Χατζηδάκης, μέλος της Επιτροπής Παρακολούθησης και Παραλαβής
- ε) Ελισσάβετ Χατζηνικολάου, μέλος της Επιτροπής Παρακολούθησης και Παραλαβής

1. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

1.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ Α' ΦΑΣΗΣ: ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΚΑΙ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΦΕΡΟΥΣΑΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ

1.1.1 Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ. ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου καταλαμβάνει το νότιο τμήμα της ηπειρωτικής Ελλάδας. Αποτελείται από τους νομούς Αργολίδας, Αρκαδίας, Κορινθίας, Λακωνίας και Μεσσηνίας. Στα δυτικά, βρέχεται από το Ιόνιο Πέλαγος και συνορεύει με την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Ανατολικά βρέχεται από το Μυρτώο Πέλαγος και βορειοανατολικά συνορεύει με την Περιφέρεια Αττικής.

Έδρα της Περιφέρειας είναι η Τρίπολη, πρωτεύουσα του Νομού Αρκαδίας.

Η έκταση της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανέρχεται σε 15.490 τ.χλμ. καλύπτοντας το 11,7% της συνολικής έκτασης της χώρας. Το ανάγλυφο της Περιφέρειας χαρακτηρίζεται από έντονες αντιθέσεις, καθώς ο κεντρικός της όγκος είναι γενικά ορεινός, ενώ στις παραθαλάσσιες περιοχές σχηματίζονται αρκετές πεδιάδες. Οι ακτές της Περιφέρειας εκτείνονται σε 1.200 χλμ. και παρουσιάζουν αρκετή ποικιλομορφία.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου με πληθυσμό 632.955 κατοίκους, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της απογραφής του 2001, παρουσιάζει πληθυσμιακή πυκνότητα 40,9 κατοίκους ανά τ. Χλμ. Πρόκειται για μια από τις πιο αραιοκατοικημένες περιφέρειες της χώρας, καθώς η πυκνότητα αυτή είναι σημαντικά χαμηλότερη από την πυκνότητα σε επίπεδο χώρας, η οποία διαμορφώνεται στους 82,90 κατοίκους ανά τ. Χλμ.

Οι μεγάλες κοινωνικοοικονομικές και γεωπολιτικές διεθνείς ανακατατάξεις που πραγματοποιήθηκαν κατά την παρελθούσα πενταετία επηρέασαν κατά ένα βαθμό το κοινωνικοοικονομικό ιστό της Περιφέρειας Πελοποννήσου, στο βαθμό που αυτοί οι παράγοντες επηρεάζουν την Ελληνική Παραγωγική / οικονομική δραστηριότητα.

Η διεθνοποίηση των αγορών, καθώς και η αλλαγή καταναλωτικού προτύπου των κατοίκων της Πελοποννήσου λόγω βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου, είχαν σαν

αποτέλεσμα, παραδοσιακά προϊόντα που στήριζαν ή/και συνεχίζουν να στηρίζουν σε μεγάλο βαθμό τον παραγωγικό ιστό της Περιφέρειας, να κινδυνεύουν να υποκατασταθούν από αντίστοιχα εισαγόμενα. Παράλληλα, οι παραγωγικές μονάδες της Περιφέρειας δεν κατόρθωσαν να επωφεληθούν από τα νέα δεδομένα, κερδίζοντας νέες αγορές εντός και εκτός Ελληνικού, Ευρωπαϊκού ή Διεθνούς χώρου.

Επιπρόσθετα, οι δυσκολίες που, μέχρι το τέλος της δεκαετίας του '90, αντιμετώπιζε η Χώρα, ως προς όλους σχεδόν τους μακροοικονομικούς δείκτες και η σχετική αδυναμία σύγκλισης της οικονομίας ως προς εκείνες των Ευρωπαϊών Εταίρων, είχε αναπόφευκτα αρνητικές επιπτώσεις και στη Περιφέρεια Πελοποννήσου.

Εκτός των παραπάνω, τόσο ως αίτιο όσο και ως αιτιατό, στη διαμόρφωση του παραγωγικού προτύπου και του αναπτυξιακού χαρακτήρα της Περιφέρειας, έχουν συμβάλει αρνητικά οι δημογραφικές εξελίξεις που έχουν συντελεστεί τις τελευταίες δεκαετίες. Επιπρόσθετα, η πληθυσμιακή αποψίλωση και η αποδυνάμωση της παραγωγικής βάσης που αυτή συνεπάγεται, συνδυάζεται με ένα χαμηλού επιπέδου εργατικό δυναμικό και με σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ ανδρών και γυναικών σε ό,τι αφορά στη θέση στην αγορά εργασίας.

Σε ακολουθία των προαναφερόμενων δυσμενών πληθυσμιακών εξελίξεων, οι θέσεις απασχόλησης στην Περιφέρεια παρουσίασαν μείωση. Η κατά παραγωγικό τομέα διάρθρωση της απασχόλησης καταδεικνύει, διαχρονικά, ενδυνάμωση του τριτογενή τομέα σε βάρος των άλλων δύο βασικών τομέων της οικονομίας. Παρόλα αυτά, η απασχόληση στον πρωτογενή τομέα παραμένει περισσότερο διογκωμένη, ως ποσοστό της συνολικής απασχόλησης, σε σύγκριση με την αντίστοιχη απασχόληση σε εθνικό επίπεδο, ενώ αντίθετα το αντίστοιχο προϊόν παραμένει χαμηλό, με τάσεις συρρίκνωσης.

Η διάρθρωση της απασχόλησης αντικατοπτρίζει παράλληλα, τη γενικότερη διάρθρωση της παραγωγικής δραστηριότητας της Περιφέρειας, η οποία διατηρεί το χαρακτήρα του παραδοσιακού αναπτυξιακού προτύπου, με χαμηλό επίπεδο εκσυγχρονισμού και διαφοροποίησης της παραγωγικής / οικονομικής βάσης της, γεγονός που δημιουργεί κινδύνους περαιτέρω αποδυνάμωσης και συρρίκνωσης των παραγωγικών / οικονομικών δραστηριοτήτων. Το φαινόμενο αυτό είναι εντονότερο στον ήδη ισχνό μεταποιητικό τομέα της Περιφέρειας, αλλά και στον

παραδοσιακό και με χαμηλή παραγωγικότητα/ αποδοτικότητα αγροτικό της τομέα, ενώ στον Τουριστικό τομέα το φαινόμενο αυτό αμβλύνεται σε κάποιο βαθμό.

Από την άλλη μεριά, οι εξελίξεις και οι διαρθρωτικές αλλαγές που σημειώνονται στην Ελληνική Οικονομία (οι οποίες από τη σκοπιά της μεσομακροπρόθεσμης μακροοικονομικής πολιτικής, δημιουργούν θετικές προοπτικές), αναμένεται να επηρεάσουν θετικά την οικονομία και το παραγωγικό πρότυπο της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Οι εξελίξεις αυτές αφορούν τόσο στον πρωτογενή τομέα, όσο και στις τουριστικές δραστηριότητες, τομείς από τους οποίους εξαρτάται κατά σημαντικό βαθμό η οικονομία και κοινωνία της Περιφέρειας Πελοποννήσου, αφού μέχρι σήμερα στηρίζεται στον Αγροτικό Τομέα, ενώ προοπτικά κατευθύνεται προς ένα νέο μοντέλο Τουριστικής Ανάπτυξης, που απαιτεί έντονες παρεμβάσεις με Δημόσιες Δαπάνες για προσέλκυση ιδιωτικών κεφαλαίων και επενδυτικών πρωτοβουλιών.

Η καίρια γεωφυσική θέση της Πελοποννήσου, η οποία επηρεάζει την αναπτυξιακή της προοπτική, καθιστώντας την κόμβο επικοινωνίας της Ελλάδας και της Ευρώπης, με τις Χώρες της Μέσης Ανατολής και με την Κύπρο, αλλά και η γειτνίασή της με το μητροπολιτικό κέντρο της Χώρας, σε συνδυασμό με τα πλούσια συγκριτικά πλεονεκτήματά της, δημιουργούν σημαντικές θετικές προοπτικές ανάπτυξής της πάνω σε νέες παραγωγικές και οικονομικές βάσεις, με κυρίαρχο στοιχείο τον τουρισμό, εκτός των μέχρι σήμερα παραδοσιακών παραγωγικών της δραστηριοτήτων.

Τέλος, στη διαμόρφωση του αναπτυξιακού προφίλ της Περιφέρειας Πελοποννήσου, σημαντική ήταν η επίδραση των έργων που υλοποιήθηκαν κατά τη Β' Προγραμματική Περίοδο, τόσο στο πλαίσιο των παρεμβάσεων του ΠΕΠ 1994-1999, όσο και στο πλαίσιο παρεμβάσεων του Εθνικού Σκέλους του Β' ΚΠΣ, των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών και του Ταμείου Συνοχής, καθώς και παρεμβάσεων χρηματοδοτούμενων από Δημόσια Εθνικά Κονδύλια από το ΠΔΕ. Ειδικότερα, στο πλαίσιο του ΠΕΠ Πελοποννήσου 1994-1999 επετεύχθη:

- ♦ ουσιαστική αναβάθμιση των τεχνικών υποδομών και ιδιαίτερα των οδικών αξόνων
- ♦ σημαντικά έργα προστασίας και ανάδειξης βασικών στοιχείων του φυσικού, πολιτιστικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος
- ♦ αναβάθμιση των τουριστικών ανωδομών και των ειδικών τουριστικών υποδομών της Περιφέρειας

Σε συνέχεια και ενδυνάμωση της αναπτυξιακής διαδικασίας της Περιφέρειας Πελοποννήσου στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ, σε τομεακό και περιφερειακό επίπεδο, προγραμματίζεται η ολοκλήρωση σημαντικών έργων υποδομής περιφερειακής ή/και διαπεριφερειακής σημασίας, τα οποία αναμένεται να έχουν θετικές επιπτώσεις στις τουριστικές ροές προς την Περιφέρεια Πελοποννήσου. Χαρακτηριστικά αναφέρονται η ζεύξη Ρίου - Αντιρίου, ο Προαστιακός Σιδηρόδρομος Αθήνας - Κορίνθου, η Πολιτιστική Ολυμπιάδα, οι Ενδοπεριφερειακοί Οδικοί Άξονες που θα διασυνδέσουν επαρκώς το γεωγραφικό χώρο της Πελοποννήσου και μακροπρόθεσμα η ολοκλήρωση της Ιονίας Οδού που θα συνδέει την Ηγουμενίτσα με την Καλαμάτα. Παράλληλα όμως, σημαντικά αναμένεται να είναι τα έργα προστασίας του περιβάλλοντος, με τη διαχείριση στερεών και υγρών αποβλήτων / απορριμμάτων, ενώ οι ενέργειες / έργα / δράσεις ανάπτυξης / ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, θα διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

1.1.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

Ο τουριστικός τομέας είναι για την Περιφέρεια Πελοποννήσου η δραστηριότητα στην οποία σχεδιάζεται να στηρίξει την αναπτυξιακή της προοπτική, παρά τη σχετικά χαμηλή σημερινή συμμετοχή στην οικονομική δραστηριότητα της Περιφέρειας.

Είναι γεγονός ότι οι εκτεταμένοι και ποικιλόμορφοι τουριστικοί πόροι της Περιφέρειας αποτέλεσαν πλουτοπαραγωγική πηγή για τους κατοίκους της, από τις αρχές του 1960. Η τουριστική ανάπτυξη ξεκίνησε πρώτα από τους Νομούς Κορινθίας και Αργολίδας. Ο πρώτος παρουσίασε αυξημένη ζήτηση του παραλιακού χώρου για παραθεριστική κατοικία, λόγω του ότι αποτελεί περιαστική περιοχή της Αττικής και ο δεύτερος δέχτηκε, από τις πρώτες περιοχές της Χώρας, τουριστικές εισροές. Έτσι οι δύο αυτοί Νομοί ξεκίνησαν την τουριστική τους δραστηριότητα δύο δεκαετίες νωρίτερα από τους άλλους, με αποτέλεσμα να εμφανίζονται τώρα σχετικά κορεσμένοι τουριστικά, ιδιαίτερα σε ορισμένες μικροπεριοχές τους, ενώ άλλοι Νομοί εμφανίζουν ελάχιστη τουριστική δραστηριότητα. Αυτό είναι ένα στοιχείο χωροταξικής ανισότητας όσον αφορά στην τουριστική ανάπτυξη, που εμπειρικά εκφράζεται σε διαφοροποιημένα μεγέθη υποδομής, πληρότητας και τουριστικής δραστηριότητας μεταξύ των Νομών της Περιφέρειας.

Έχοντας υπόψη τα παραπάνω στοιχεία και με βάση τη σημερινή κατάσταση, η Περιφέρεια δέχεται μόνο το 6,4% των αφίξεων τουριστών επί του συνόλου της Χώρας, ποσοστό ελάχιστο, το οποίο δεν αντιστοιχεί / ανταποκρίνεται, ούτε στην έκταση ούτε στους τουριστικούς πόρους της Περιφέρειας. Το ποσοστό των διανυκτερεύσεων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου είναι ακόμη μικρότερο από το ποσοστό αφίξεων (3,7% επί του συνόλου της Χώρας), γεγονός που καταδεικνύει τη μικρή μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών στην Περιφέρεια.

Από την ανάλυση των στοιχείων του Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, φαίνεται ότι η συγκεκριμένη περιοχή, ενώ έχει πλούσιους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, παρουσιάζει περιορισμένη τουριστική κίνηση. Συγκριτικά με την υπόλοιπη Ελλάδα, προσελκύει μικρούς αριθμούς επισκεπτών, ιδιαίτερα αλλοδαπών και υστερεί σημαντικά στον αριθμό διανυκτερεύσεων τόσο συνολικά, όσο και κατ' άτομο. Η Περιφέρεια προσελκύει τουρισμό διακοπών μόνο σε μικρό αριθμό συγκεκριμένων σημείων. Ο μεγάλος όγκος επισκεπτών πραγματοποιούν ολιγοήμερες επισκέψεις που συναρτώνται κύρια με συγκεκριμένα μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους (αλλοδαποί) ή με τουρισμό Σαββατοκύριακου (ημεδαποί). Σημαντική μείωση του αλλοδαπού τουρισμού στην Περιφέρεια παρατηρήθηκε κατά την περίοδο 1985 - 2001, με μικρές τάσεις ανάκαμψης μετά το 1999, ενώ ο εγχώριος τουρισμός παρουσίασε σχετική αύξηση.

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Περιφέρεια ως προς την τουριστική δραστηριότητα, εντείνονται λόγω της σχετικά χαμηλής ποιότητας των καταλυμάτων και της περιορισμένης διάρκειας τουριστικής σαιζόν. Τα χαμηλής ποιότητας καταλύματα (ξενοδοχεία Γ' τάξης, τα οποία αποτελούν το 51,8% του συνόλου των καταλυμάτων της Περιφέρειας το 2001) που κυριαρχούν στην Περιφέρεια, όπως εξάλλου και στο σύνολο της χώρας, πολλαπλασιάζουν τις γενικές αρνητικές τάσεις του τουρισμού στην Περιφέρεια. Οι κατηγορίες αυτές τείνουν να προσελκύσουν πολύ μικρότερο αριθμό αλλοδαπών τουριστών.

Γενικά η Περιφέρεια στερείται ξενοδοχειακής υποδομής στις υψηλές τάξεις τουριστικών καταλυμάτων, με αποτέλεσμα να προσελκύει κυρίως μεσαία προς χαμηλά εισοδήματα επισκεπτών.

Οι διαφορές ανάμεσα στους πέντε Νομούς της Περιφέρειας ως προς την ποσότητα και την ποιότητα της ξενοδοχειακής υποδομής είναι μεγάλες, με επακόλουθη την ανισομερή κατανομή των επισκεπτών και του παραγόμενου εισοδήματος στις επιμέρους περιοχές της.

Χαρακτηριστικό της τουριστικής δραστηριότητας στη Περιφέρεια Πελοποννήσου, το οποίο προσδιορίζει αφενός το πρόβλημα στασιμότητας και ισχνότητας, αφετέρου τη - σε λανθάνουσα κατάσταση - δυναμική της τουριστικής δραστηριότητας στη Περιφέρεια, είναι το γεγονός ότι η μέχρι προ ολίγων ετών τουριστική δραστηριότητα της Περιφέρειας στηριζόταν σε μεγάλο βαθμό από την Αργολίδα και κατά δεύτερο λόγο από τον Νομό Κορινθίας, ενώ οι υπόλοιποι νομοί παρουσίαζαν πολύ χαμηλή τουριστική δραστηριότητα. Κατά τα τελευταία χρόνια όμως η τουριστική δραστηριότητα στην Αργολίδα φθίνει έντονα και στην Κορινθία παραμένει σχεδόν στάσιμη. Αντίθετα στους υπόλοιπους νομούς ιδιαίτερα στην Μεσσηνία παρατηρείται σημαντική άνοδο, παραμένοντας όμως ακόμα σε χαμηλά επίπεδα. Η σύνθεση αυτών των καταστάσεων και εξελίξεων δημιουργεί μία συνολικότερη κατάσταση στην Περιφέρεια στασιμότητας ή/και μείωσης της τουριστικής δραστηριότητας.

Άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο οικολογικός, ο χιονοδρομικός, ο εξειδικευμένος πολιτιστικός, ο ορειβατικός και ο αθλητικός διαφόρων τύπων, είναι νέες εν δυνάμει μορφές τουρισμού, οι οποίες ατονούν μέχρι σήμερα, αλλά αναμένεται να διευρύνουν τις επιλογές των τουριστών, δρώντας θετικά υπέρ της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου και της διεύρυνσης / μεγέθυνσης της τουριστικής δραστηριότητας της Περιφέρειας.

1.1.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ / ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

Η ταξινόμηση / κατηγοριοποίηση της τυπολογίας των περιοχών βασίσθηκε στην εξέταση των αναλυτικών στοιχείων προσφοράς και ζήτησης σε επίπεδο τουριστικού τόπου. Τα στοιχεία αυτά ομογενοποιήθηκαν και συγκεντρώθηκαν για εξήντα επτά (67) Δήμους και στη συνέχεια αξιολογήθηκαν και ταξινομήθηκαν, καταρχάς, ως προς δύο βασικές κατηγορίες:

- Τουριστικής Έντασης, με διάκριση ανάμεσα σε:
 - Θύλακες ώριμης ανάπτυξης
 - Ζώνες δυναμικές
 - Περιοχές αναξιοποίητες
- Χωροθέτησης, με διάκριση ανάμεσα σε:
 - Παραθαλάσσιες περιοχές
 - Αστικές περιοχές
 - Ορεινές περιοχές

Ακολουθώντας, μέσα στην κάθε επιμέρους σύνθετη κατηγορία έγινε πρόσθετη διάκριση, κατά αντιστοιχία με επιμέρους ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά της τουριστικής προσφοράς και της ζήτησης, όπως:

α. Χαρακτηριστικά Προσφοράς

- α1. Τύπος Τουριστικής Προσφοράς: Ξενοδοχεία – Ενοικιαζόμενα Δωμάτια- Παραθεριστικές Κατοικίες.
- α2. Μέγεθος και Οργάνωση Ξενοδοχείων: Μεγάλες μονάδες υψηλών προδιαγραφών, είτε Μικρές Μονάδες οργανωμένες σε οικογενειακά πρότυπα εκμετάλλευσης.
- α3. Ποιότητα Καταλυμάτων: Κατηγορία, Ηλικία Ξενοδοχειακού Εξοπλισμού.

β. Τάσεις και χαρακτηριστικά της Τουριστικής Ζήτησης

- β1. Μέση Διάρκεια Παραμονής: Παραθεριστικός Τουρισμός ή Επισκέπτες
- β2. Διάρκεια Τουριστικής Περιόδου και Εποχικότητα του Τουρισμού
- β3. Αναλογία Ελλήνων- Ξένων: Διεθνής/ Εσωτερικός τουρισμός
- β4. Τρόπος διακίνησης τουρισμού
- β5. Σχέση και εξάρτηση με Αθήνα

Από τη σύνθεση των παραπάνω παραμέτρων προέκυψε σε επίπεδο Περιφέρειας η κατηγοριοποίηση/ τυπολογία των τουριστικών περιοχών που ακολουθεί:

A. Θύλακες ώριμης Ανάπτυξης

A1. Αστικές περιοχές

- Ναύπλιο
- Λουτράκι

Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της τυπολογίας είναι η ισχυρή εξάρτηση από την Αθήνα, η μονομερής εξάρτηση της οικονομίας από τον τουρισμό, η αστική τουριστική ανάπτυξη μεγάλης έντασης με επάρκεια εξυπηρετήσεων και Υποδομών, η σύνθεση της τουριστικής ζήτησης: τουρισμός διημέρευσης- Σαββατοκύριακου που διαχέεται σε όλο το χρόνο, αλλά και παραθεριστικός (κυρίως στο Λουτράκι). Επιμέρους Διακρίσεις εδράζονται στην εξειδίκευση της κάθε ζώνης:

- Το Ναύπλιο αποτελεί σημαντικό πολιτιστικό κέντρο και καθεαυτό και σε ότι αφορά τους πολιτιστικούς πόρους της Αργολίδας, εντασσόμενο στα μείζονα δίκτυα περιήγησης της χώρας. Κύριο χαρακτηριστικό της τουριστικής προσφοράς είναι η κυριαρχία Ξενοδοχειακών μονάδων, υψηλής σχετικά κατηγορίας, αλλά μικρού μεγέθους αστικού τύπου.
- Το Λουτράκι συνδέεται με ιαματικό και παραθεριστικό τουρισμό και δευτερευόντως, με την παρουσία του Καζίνο. Κύριο χαρακτηριστικό της τουριστικής προσφοράς είναι ο μεγάλος αριθμός Ξενοδοχειακών κλινών, σε συνδυασμό με εξαιρετικά εκτεταμένη παραθεριστική κατοικία.

A2. Παραθαλάσσιες περιοχές (μη αστικές)

Διακρίνονται τρεις επιμέρους τυπολογίες τουριστικής ανάπτυξης:

α. Αμιγής τουριστική αγορά: Ξενοδοχειακές κλίνες και Ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Το βασικό χαρακτηριστικό αυτής της τυπολογίας είναι ο αμιγής παραθεριστικός τουρισμός εποχικού χαρακτήρα, ενώ η Μέση Διάρκεια Παραμονής είναι μεγαλύτερη από 4-5 ημέρες.

Οι περιοχές αυτές διακρίνονται σε δύο τύπους:

I. Τύπου Α' που περιλαμβάνει μόνο μια περιοχή:

- Πόρτο Χέλι- Ερμιόνη

Η ζώνη αυτή είναι η μοναδική περιοχή της Περιφέρειας που χαρακτηρίζεται από μεγάλες μονάδες- μεγάλη Μέση Διάρκεια Παραμονής, ενώ είναι μεγάλη και η κυριαρχία των Αλλοδαπών Τουριστών και μάλιστα οργανωμένου Τουρισμού. Παράλληλα στην περιοχή αναπτύσσεται και ένα σχετικά εκτεταμένο δίκτυο παραθεριστικής κατοικίας.

II. Τύπου Β' που περιλαμβάνει τις παρακάτω περιοχές:

- Τολό- Ασίνη- Δρέπανο
- Γύθειο- Μαυροβούνι- Νεοχώρι
- Καρδαμύλη- Στούπα

Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της τυπολογίας σε ότι αφορά την τουριστική προσφορά είναι η κυριαρχία των οικογενειακού τύπου μικρών Μονάδων (μείγμα μικρών Ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων Δωματίων), η μικρότερη σχετικά Μέση

Διάρκεια Παραμονής και η κυριαρχία των Ελλήνων τουριστών. Οι ξένοι τουρίστες αποτελούν την μειοψηφία και είναι μεμονωμένοι αυτοδιακινούμενοι.

β. Μονεμβασία

Αποτελεί διακριτή τυπολογία περιοχής πολύ έντονης ανάπτυξης τουρισμού επισκεψιμότητας, μικρής διάρκειας παραμονής σε μικρές ξενοδοχειακές μονάδες, σε συνδυασμό με έντονη παραθεριστική κατοικία εκτός του κάστρου.

γ. Έντονη παραθεριστική κατοικία μέσα και γύρω από Ημιαστικά κέντρα που περιλαμβάνει τις παρακάτω περιοχές:

- Ξυλόκαστρο- Μελίσσι- Συκιά- Κιάτο - Βραχάτι
- Άγιοι Θεόδωροι

Βασικό χαρακτηριστικό των περιοχών αυτών είναι η έντονη ανάπτυξη Παραθεριστικής και Β' Κατοικίας, με σχετικά περιορισμένη παρουσία παραδοσιακής ξενοδοχειακής συγκέντρωσης, στο πλαίσιο μιας αστικής ανάπτυξης γύρω από ημιαστικά κέντρα και ισχυρής εξάρτησης από την Αθήνα.

B. Δυναμικές Ζώνες

B1. Αστικές περιοχές:

- Σπάρτη
- Καλαμάτα

Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της τυπολογίας είναι η ύπαρξη ικανής τουριστικής δραστηριότητας εποχικού χαρακτήρα και αφετέρου η διάχυση της τουριστικής ανάπτυξης είτε, στην περίπτωση της Καλαμάτας, σε μια ευρύτερη παραθαλάσσια ζώνη στον Μεσσηνιακό Κόλπο (Βέργα, Αβία, Μικρή Μαντινεία και Παραλιακή Ζώνη Μεσσήνης) είτε, στην περίπτωση της Σπάρτης, σε μια ευρύτερη ορεινή ζώνη γύρω από το Μυστρά.

B2. Παραθαλάσσιες μη Αστικές

Οι περιοχές αυτές παρουσιάζουν τα εξής βασικά κοινά χαρακτηριστικά: σε ότι αφορά στην προσφορά, είναι ζώνες ικανής συγκέντρωσης τουριστικής δραστηριότητας με μικρές μονάδες ξενοδοχείων, πολλά ενοικιαζόμενα Δωμάτια και ικανή συγκέντρωση Παραθεριστικής κατοικίας, ενώ σε ότι αφορά στη ζήτηση χαρακτηρίζεται από εποχικό τουρισμό, κυρίως παραθεριστικό, την κυριαρχία του Ελληνικού τουρισμού αλλά και ξένων, κατά κανόνα Μεμονωμένων Τουριστών.

Τέλος οι περιοχές αυτές παρουσιάζουν διαχρονική βελτίωση Δεικτών, χωρίς να εντοπίζονται φαινόμενα κορεσμού και έντονων επιπτώσεων.

- Παλιά- Νέα Επίδαυρος
- Άστρος- Τυρός- Λεωνίδιο
- Ίσθμια- Σολυγία (Κόρφος, Σοφικό)- Σαρωνικός (Γαλατάκι)
- Νεάπολη- Ελαφώνησος
- Δυρός- Αερόπολη- Οίτυλο
- Πύλος- Μεθώνη- Φοινικούντας
- Πεταλίδι- Κορώνη- Αίπεια

Σημειώνεται ότι υφίστανται επιμέρους διακρίσεις μεταξύ των περιοχών αυτών όπως για παράδειγμα η υψηλή επισκεψιμότητα και η σχετικά χαμηλή μέση διάρκεια παραμονής στην Επίδαυρο, στην Πύλο, στη Μεθώνη, είτε η παρουσία οργανωμένου τουρισμού σε σχετικά μεγάλες μονάδες στα Ίσθμια.

B3. Ορεινές Ζώνες

- α. Περιοχές γνωστές, δυναμικές, αυθύπαρκτες π.χ. Γορτυνία- Βόρεια Μαντινεία
- β. Περιοχές δυναμικές ενταγμένες σε δίκτυα περιήγησης- διημέρευσης- επίσκεψης π.χ. Μυστράς, Μάνη.
- γ. Περιοχές δυναμικές εξαρτώμενες από παράλια π.χ. Ορεινή Δυτική Κορινθία, Ανατολική Αρκαδία (Αγ. Πέτρος, Καστάνιτσα., Κοσμάς)

Γ. Αναξιοποίητες περιοχές

Γ1. Παραθαλάσσιες

Βασικό χαρακτηριστικό αυτών των περιοχών είναι το χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης, η δυσκολία πρόσβασης, η περιορισμένη τουριστική δραστηριότητα, το χαμηλό επίπεδο αξιοποίησης των τουριστικών πόρων, (των φυσικών, κυρίως, αλλά και των πολιτιστικών).

- Κότρωνας- Κοκκάλα
- Ελίκια (Αρχάγγελος)
- Γερολιμένας- Βάθεια
- Κιτριές Αβίας
- Άγιος Φωκάς- Καστανιά- Βελανίδια- Αγ. Νικόλαος
- Μαραθούπολη- Φιλιατρά- Κυπαρισσία- Καλό Νερό

Γ2. Ορεινές περιοχές αναξιοποίητες με δυνατότητες θεματικού τουρισμού

- α. Ορεινού, περιβαλλοντικού- οικολογικού, π.χ. Φαλαισία, Ανατολική Λακωνία, (Ζάρακας), τμήμα της Βόρειας Μεσσηνίας, Κορινθία (Στυμφαλία)
- β. Περιοχές σε δρόμους του κρασιού (Νεμέα, Μαντινεία)

1.1.4 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΦΕΡΟΥΣΑΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**1.1.4.1 Επιλογή των περιοχών ΦΙΤΑ**

Με βάση την προηγηθείσα ανάλυση για την τυπολογία περιοχών, η επιλογή περιοχών ΦΙΤΑ, εστίασε μόνο σε ζώνες υψηλής τουριστικής φόρτισης, ενσωματώνοντας και την προσφορά κλινών σε ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Τα στοιχεία αυτά αξιολογήθηκαν με βάση τους δύο παρακάτω δείκτες τουριστικής έντασης.

Ο **Δείκτης 1**, Τουριστικής Εξειδίκευσης, αποτυπώνει τον αριθμό κλινών/1.000 κατοίκους ανά Δήμο. Επιλέγησαν και ιεραρχήθηκαν οι 22 Δήμοι με τη μεγαλύτερη τιμή για περαιτέρω έρευνα.

Ο **Δείκτης 2**, Τουριστικής Συγκέντρωσης, αποτυπώνει την απόλυτη συγκέντρωση κλινών. Η ποσοτική κατάταξη βασίσθηκε στη μέση τιμή των κλινών ανά Δήμο και στη τυπική απόκλιση από την μέση τιμή.

Στη συνέχεια επελέγησαν για περαιτέρω έρευνα εκείνοι οι Δήμοι που αποτελούσαν την τομή των δύο κατατάξεων και σε κάθε περίπτωση οι έξι (6) Δήμοι με πολύ υψηλή Τουριστική Συγκέντρωση. Με βάση τα παραπάνω, η ανάλυση συμπεριέλαβε για περαιτέρω εξέταση με την κατάλληλη ομαδοποίηση τις εξής ομάδες Δήμων, ή μεμονωμένους Δήμους:

- Ναυπλίων (και Νέας Τίρυνθας) - Ασίνης
- Ερμιόνης - Κρανιδίου
- Απόλλωνος - Βόρειας Κυνουρίας
- Λουτρακίου- Περαιχώρας
- Αγ. Θεοδώρων
- Σικυώνων - Ξυλοκάστρου - Άσσου - Βόχας
- Γυθείου
- Βοϊών- Ελαφονήσου
- Μονεμβασιάς

- Λεύκτρου
- Αιπείας - Κορώνης - Πεταλιδίου
- Πύλου - Μεθώνης

Οι περιοχές αυτές αξιολογήθηκαν και ως προς μια σειρά άλλων δεικτών. Οι δείκτες αυτοί είναι:

- α. Σύνολο Διανυκτερεύσεων (Ξενοδοχεία + Campings – Ενοικιαζόμενα δωμάτια- Παραθεριστικές κατοικίες).

Σημείωση

Για τις διανυκτερεύσεις σε Ενοικιαζόμενα Δωμάτια και Παραθεριστικές Κατοικίες έγιναν εκτιμήσεις της Ομάδας Μελέτης.

- β. Κλίνες / Έκταση (Ha)
γ. Διανυκτερεύσεις / Έκταση (Ha)
δ. Σύνολο Παραθεριστών Αιχμής / Μόνιμο Πληθυσμό

Τελικά, από την ανάλυση, επελέγησαν για εκτίμηση της Φέρουσας Ικανότητας οκτώ (8) Δήμοι και δεκαεπτά (17) Δημοτικά Διαμερίσματα, τα οποία ζωνοποιήθηκαν σε έξι (6) περιοχές, με βάση τα παρακάτω ποσοτικά χαρακτηριστικά:

1. Περιοχή Ναυπλίου - Ασίνης

Ο Δήμος Ασίνης εμφανίζει την μεγαλύτερη τουριστική εξειδίκευση και συγκέντρωση. Ειδικότερα το Τολό εμφανίζει μια από τις υψηλότερες σχέσεις πληθυσμού αιχμής προς μόνιμο πληθυσμό, καθώς και πολύ υψηλή σχέση κλινών/Ha, Διανυκτερεύσεις/ Ha και Διανυκτερεύσεις/ 1.000 κατοίκους.

Σε ότι αφορά το Ναύπλιο εμφανίζει την υψηλότερη σχέση κλίνες/ Ha.

2. Περιοχή Κρανιδίου- Ερμιονίδας

Εμφανίζει πολύ υψηλή τουριστική συγκέντρωση και εξειδίκευση και ειδικότερα στη Θερμησία και στο Πόρτο Χέλι.

Ειδικότερα στο Πόρτο Χέλι εμφανίζονται πολύ υψηλοί οι παρακάτω δείκτες: Διανυκτερεύσεις/1.000 κατοίκους, Διανυκτερεύσεις/ Ha και κλίνες/ Ha, καθώς και η σχέση πληθυσμού αιχμής/ μόνιμο πληθυσμό.

3. Περιοχή Δήμου Απόλλωνος

Εμφανίζει υψηλούς δείκτες τουριστικής εξειδίκευσης, αλλά σχετικά χαμηλό δείκτη τουριστικής συγκέντρωσης. Αυτό ερμηνεύεται από το χαμηλό πληθυσμιακό μέγεθος της περιοχής.

4. Περιοχή Λουτρακίου Περαιώρας

Εμφανίζει πολύ υψηλό δείκτη τουριστικής συγκέντρωσης. Επιπρόσθετα, δεδομένου ότι αποτελεί αστικό κέντρο, πολύ υψηλή κρίνεται η τιμή του δείκτη τουριστικής εξειδίκευσης και του δείκτη Πληθυσμού Αιχμής προς Μόνιμο Πληθυσμό.

5. Περιοχή Γυθείου - Νεοχωρίου

Εμφανίζει σχετικά υψηλούς δείκτες τουριστικής συγκέντρωσης και εξειδίκευσης, αλλά υπολείπεται των άλλων περιοχών που εξετάζονται.

6. Περιοχή Λεύκτρου

Εμφανίζει πολύ υψηλό δείκτη τουριστικής συγκέντρωσης, με δεδομένο το μικρό πληθυσμιακό μέγεθος και υψηλό δείκτη τουριστικής εξειδίκευσης.

Εμφανίζει επίσης πολύ υψηλές τιμές του δείκτη κλίνες/ Ha (κυρίως η Στούπα) και πολύ υψηλό δείκτη Πληθυσμού Αιχμής προς Μόνιμο Πληθυσμό.

Εντέλει οι επιλεγείσες περιοχές καλύπτουν ένα φάσμα διαφορετικής τυπολογίας τουριστικών περιοχών με βάση κριτήρια όπως:

- Ύπαρξη ισχυρού Αστικού Τουριστικού Κέντρου σε περιοχές ισχυρής εξάρτησης από Αθήνα (Ναύπλιο, Λουτράκι).
- Σύνθεση τουριστικής επισκεψιμότητας: Πολιτιστικός Τουρισμός και Παραθερισμός (Ναύπλιο- Ασίνη).
- Αμιγώς Τουριστικοί Τόποι, Αυτάρκειες (Κρανίδι- Ερμιονίδα).
- Απομονωμένες μικρές Περιοχές παραθερισμού ενδονομαρχιακής σημασίας (π.χ. Τυρός).
- Περιοχή Παραθερισμού γύρω από τουριστικό Ημιαστικό κέντρο (Γύθειο).
- Περιοχή Παραθερισμού με ιδιαίτερη συγκέντρωση σε ενοικιαζόμενα Δωμάτια (Λεύκτρο).

1.1.4.2 Η Μεθοδολογία εκτίμησης ΦΙΤΑ**1.1.4.2.1 Μεθοδολογικές Παρατηρήσεις**

Κατά την εκπόνηση της Α' Φάσης της Μελέτης επισημάνθηκαν τα παρακάτω:

- α. Η προσπάθεια ποσοτικοποίησης δεικτών ή παραμέτρων για τη μέτρηση της Φέρουσας Ικανότητας μιας περιοχής, προκειμένου να τεθούν όρια τουριστικής

δραστηριότητας ενέχει υψηλό βαθμό δυσκολίας, σχετικά χαμηλό βαθμό αξιοπιστίας και κινδύνους διαμόρφωσης λανθασμένων πολιτικών για πολλούς λόγους, όπως:

- Οι ποσοτικοί προσδιορισμοί επιβάλλουν εξαιρετικά μεγάλη προσοχή στην εκτίμηση τους και προϋποθέτουν έρευνα και τεκμηρίωση που εξ αντικειμένου υπερβαίνει τα όρια ανάλυσης της παρούσας μελέτης.
- Οι δείκτες διαφοροποιούνται σημαντικά ανάλογα με τα ιδιαίτερα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά της κάθε ζώνης και της φύσης του τουρισμού.
- Τα μεγέθη επηρεάζονται πολύ σημαντικά από την επιλογή του χωρικού επιπέδου αναφοράς.
- Δεν υπάρχουν αποδεκτοί δείκτες αναφοράς, ούτε στη βιβλιογραφία, ούτε στο θεσμικό χωροταξικό, οικονομικό- τουριστικό πλαίσιο της χώρας.
- Η ίδια η έννοια της χωρητικότητας έχει εξ αντικειμένου δυναμικό και όχι στατικό χαρακτήρα.
- Τέλος, σύμφωνα με τις ισχύουσες θεωρητικές απόψεις, η ΦΙΤΑ αποτελεί εργαλείο για τη διαμόρφωση ενδεικτικού πλαισίου άσκησης πολιτικής και όχι αποτρεπτικό ή περιοριστικό εργαλείο.

β. Με βάση τους προαναφερόμενους περιορισμούς η ανάλυση βασίσθηκε:

- Σε επιλεκτική ποσοτικοποίηση κάποιων παραμέτρων- δεικτών όπου ήταν εφικτό.
- Στη σύγκριση με αντίστοιχους δείκτες σε επίπεδο Νομού και Περιφέρειας, των Ζωνών μεταξύ τους, καθώς και με χαρακτηριστικά άλλων τουριστικών περιοχών της χώρας.
- Στην παράθεση κρίσιμων παραμέτρων για την εκτίμηση της ΦΙΤΑ, των οποίων αναδεικνύεται η ποιοτική τους διάσταση.
- Στην ανάδειξη των πλέον κρίσιμων δεικτών για την μέτρηση της ΦΙΤΑ ανά περιοχή και στην αξιολόγηση-εκτίμηση της υπάρχουσας, αλλά και της προβλεπόμενης κατάστασης.

γ. Κατά την άποψη της Ομάδας Μελέτης, η συστηματική παρακολούθηση των δεικτών και των παραμέτρων που προτείνονται για ικανό χρόνο, μέσα από την ανάπτυξη ενός συστήματος τεκμηρίωσης, είναι προϋπόθεση για να γίνουν αξιόπιστες ποσοτικές εκτιμήσεις και να παρακολουθείται διαχρονικά η Φέρουσα Ικανότητα της κάθε περιοχής.

1.1.4.2.2 Εξειδίκευση Μεθοδολογίας

Για την ανάλυση της αξιολόγησης της Φέρουσας Ικανότητας των επιλεγμένων περιοχών εξετάσθηκαν πέντε (5) βασικές ενότητες Παραμέτρων που εξειδικεύονται ως εξής:

α. Δείκτες Τουριστικής Έντασης

Οι Δείκτες αυτοί είναι: κλίνες / 1.000 κατοίκους, παραθεριστική κατοικία / 1.000 κατοίκους, κλίνες / Ha, Διανυκτερεύσεις / 1.000 κατοίκους και ο λόγος του εκτιμηθέντος πληθυσμού αιχμής προς τον μόνιμο πληθυσμό.

β. Δείκτες Τουριστικής Λειτουργικότητας και επίδοσης

Αποτυπώνουν την μέση ετήσια πληρότητα και την πληρότητα αιχμής.

γ. Δείκτες Χωρητικότητας

Εξετάσθηκαν οι παρακάτω επιμέρους δείκτες- παράμετροι:

Χωρητικότητα ακτών

Ακολουθήθηκε ποσοτική διαδικασία εκτίμησης σύμφωνα με πρότυπα του ΥΠΕΧΩΔΕ.

Χωρητικότητα Γης

Με βάση στοιχεία και δεδομένα της Χωροταξικής Μελέτης της Περιφέρειας, επί τόπου πληροφορίες και δείκτες τουριστικής πυκνότητας, προέκυψε μια ενδεικτική αξιολόγηση και σχετική στάθμιση / κατάταξη των πιέσεων στις χρήσεις γης.

Χωρητικότητα / δυναμικότητα Ειδικών Τουριστικών Υποδομών και Τεχνικών Υποδομών

Έγινε ποιοτική αξιολόγηση και σχετική κατάταξη με βάση την ένταση του προβλήματος

δ. Ανθρώπινο Δυναμικό

Έγινε συνολική σχετική αξιολόγηση με βάση την επάρκεια ή μη του εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού.

ε. Δείκτες Επιπτώσεων

Εξετάσθηκαν και αξιολογήθηκαν με βάση τη διαβάθμιση της έντασης του προβλήματος οι επιπτώσεις ως προς :

- Το Φυσικό ή Αστικό Περιβάλλον, κατά περίπτωση εξεταζόμενης περιοχής
- Κοινωνικούς και Πολιτιστικούς παράγοντες

1.1.4.3 Βασικά συμπεράσματα ανά Ζώνη ΦΙΤΑ

Περιοχή Ι: Ναύπλιο - Ασίνη

- α. Η περιοχή παρουσιάζει έντονη τουριστική δραστηριότητα και οι σχετικοί δείκτες έχουν υψηλές τιμές.
- β. Η Φέρουσα Ικανότητα της περιοχής ως προς την χωρητικότητα των τουριστικών ανωδομών, τους φυσικούς πόρους και την απασχόληση δείχνει περιθώρια περαιτέρω αύξησης της τουριστικής δραστηριότητας.
- γ. Η Φέρουσα Ικανότητα ως προς τις τεχνικές υποδομές στην περιοχή του Ναυπλίου δεν αντιμετωπίζει πρόβλημα, αλλά στην Ασίνη αγγίζει τα όρια της αντοχής της και θα πρέπει να ληφθούν μέτρα σχεδιασμού στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ.
- δ. Στις χρήσεις γης αντιμετωπίζονται πιέσεις κυρίως στην περιοχή του Τολού.

Περιοχή ΙΙ: Κρανίδι - Ερμιόνη

- α. Η περιοχή χαρακτηρίζεται από έντονες ποσοτικές πιέσεις τουριστικής προσφοράς και οι σχετικοί δείκτες έχουν υψηλές τιμές.
- β. Απαιτείται άμεση αναβάθμιση-εκσυγχρονισμός, αλλά και επιλεκτική αύξηση της τουριστικής προσφοράς, σε συγκεκριμένες μικροπεριοχές του ευρύτερου συγκεκριμένου χώρου.
- γ. Έντονες πιέσεις σε χρήσεις γης εντοπίζονται κυρίως στο Πορτοχέλι.
- δ. Οι ειδικές Τουριστικές Υποδομές κρίνονται επαρκείς.
- ε. Οι Τεχνικές Υποδομές δεν εξυπηρετούν με επάρκεια τον πληθυσμό αιχμής και απαιτούνται μέτρα σχεδιασμού και ανάλογες δημόσιες επενδύσεις.
- στ. Τέλος, δεν καταγράφονται απαγορευτικές / αρνητικές επιπτώσεις στο Φυσικό Περιβάλλον με εξαίρεση τη θαλάσσια ρύπανση στο Πορτοχέλι.

Περιοχή ΙΙΙ: Τυρός

- α. Η περιοχή δεν δέχεται έντονες πιέσεις από την τρέχουσα, ούτε την προβλεπόμενη δραστηριότητα.
- β. Έχει επαρκείς Τουριστικές Ανωδομές.
- γ. Υπάρχουν πιέσεις στη διαθεσιμότητα γης και απαιτούνται μέτρα χωροταξικού / πολεοδομικού σχεδιασμού.

- δ. Δεν αντιμετωπίζονται προβλήματα ουσιαστικά στις Τεχνικές Υποδομές, με μερική εξαίρεση το πρόβλημα της αποχέτευσης.
- ε. Υπάρχει πρόβλημα εξειδικευμένου επιχειρηματικού εργατικού δυναμικού.
- στ. Δεν αντιμετωπίζονται προβλήματα με τους φυσικούς πόρους και την κοινωνική αποδοχή.

Περιοχή IV: Λουτράκι - Περαχώρα

- α. Η περιοχή δέχεται ιδιαίτερες πιέσεις που ενδεχομένως υπερβαίνουν τα όρια αντοχών βασικών παραμέτρων.
- β. Δεν υπάρχει πρόβλημα επάρκειας τουριστικών Ανωδομών και Ειδικών Τουριστικών Υποδομών.
- γ. Εντοπίζονται πιέσεις από την οργανωμένη και μη οργανωμένη ανάπτυξη παραθεριστικής κατοικίας στην Περαχώρα και αστικών πιέσεων στο Λουτράκι.
- δ. Εντοπίζονται πιέσεις στην χωρητικότητα των ακτών.
- ε. Υπάρχει επάρκεια σε Τεχνικές Υποδομές
- στ. Δεν καταγράφονται ιδιαίτερες επιπτώσεις στο Φυσικό Περιβάλλον.

Περιοχή V: Γυθείο

- α. Η περιοχή εμφανίζει τάσεις τουριστικής μεγέθυνσης την τελευταία δεκαετία.
- β. Δεν αντιμετωπίζεται πρόβλημα ως προς τις τουριστικές ανωδομές και τη χωρητικότητα των ακτών.
- γ. Αντιθέτως εμφανίζεται έντονο πρόβλημα ως προς την επάρκεια των Τεχνικών Υποδομών, το οποίο πρέπει να αντιμετωπισθεί για να μην αποτελέσει ανασταλτικό παράγοντα περαιτέρω ανάπτυξης.
- δ. Επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον καταγράφονται ως προς τη θαλάσσια ρύπανση στην περιοχή πλησίον της πόλης του Γυθείου.

Περιοχή VI: Λεύκτρο

- α. Η περιοχή εμφανίζει τάσεις τουριστικής ανάπτυξης την τελευταία δεκαετία.
- β. Εντοπίζεται μικρό πρόβλημα επάρκειας στις Τουριστικές Ανωδομές.
- γ. Εμφανίζεται πρόβλημα επάρκειας στις Τεχνικές Υποδομές, με εξαίρεση την Ύδρευση.
- δ. Εντοπίζεται έντονο πρόβλημα διαθεσιμότητας γης και χρήσεων.
- ε. Δεν αντιμετωπίζονται ουσιαστικές επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον και στην κοινωνική αποδοχή του τουρισμού από την τοπική κοινωνία.

1.1.5 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Από την αναλυτική εξέταση της τουριστικής δραστηριότητας στο μικροεπίπεδο όλων των τουριστικών περιοχών, αναδείχθηκαν οι βασικές μορφές τουρισμού που συγκροτούν την τουριστική ζήτηση στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

- α) Τουρισμός πολιτιστικός που απαντάται σε όλη την Πελοπόννησο με αιχμή τις παρακάτω περιοχές:
- την Αργολίδα (Ναύπλιο, Άργος, Μυκήνες, Επίδαυρος) αλλά και τη Λακωνία (Μάνη, Μυστράς, Μονεμβασιά),
 - τη Μεσσηνία (Πύλος, Μεθώνη, Κορώνη, Μάνη),
 - την Κορινθία (Κόρινθος, Ίσθμια, Νεμέα) και την Αρκαδία (Μαντινεία, Ηραία, Μεγαλόπολη),
- όπου τα κύρια χαρακτηριστικά είναι η χαμηλή εποχικότητα, η μεγάλη αναλογία ξένων, ο τουρισμός Σαββατοκύριακου, η μικρή /μέση διάρκεια παραμονής, η ένταξη σε τουριστικά δίκτυα περιήγησης της Περιφέρειας και της χώρας.
- β) Τουρισμός παραθεριστικός / εποχικός, υψηλών σχετικά απαιτήσεων σε μεγάλες οργανωμένες ομάδες που συναντάται στην Αργολίδα (Δίδυμα- Πορτοχέλι- Ερμιόνη- Θερμησία) και στην Κορινθία (Λουτράκι - Ίσθμια).
- γ) Τουρισμός παραθεριστικός / εποχικός, σχετικά ανοργάνωτος που βασίζεται στο οικογενειακό πρότυπο, στη λειτουργία πολλών μικρών μονάδων και ενοικιαζόμενων Δωματίων και απαντάται σε όλη την Πελοπόννησο, Αργολίδα, (Ζώνη Τολό- Ασίνη- Δρέπανο), Αρκαδία (Τυρός, Λεωνίδιο, Άστρος), στη Μεσσηνία (Πεταλίδι, Αιπεία) και στη Λακωνία (Νεάπολη, Ελαφώνησος).
- δ) Τουρισμός παραθεριστικής κατοικίας αστικής ανάπτυξης, με περιορισμένη ξενοδοχειακή υποδομή που απαντάται κυρίως στην Κορινθία (Ζώνη Βραχατίου- Ξυλοκάστρου, Αγίων Θεοδώρων αλλά και στο Λουτράκι Περαχώρας).
- ε) Ημεδαπός παραθεριστικός τουρισμός με φτωχά τουριστικά χαρακτηριστικά, όπως μικρή συγκέντρωση κλινών σε μικρά τουριστικά καταλύματα και ενοικιαζόμενα δωμάτια και παραθεριστική κατοικία νόμιμη και παράνομη, που απαντάται στη ζώνη του Ιονίου (Κυπαρισσία, Φιλιατρά, Γαργαλιάνοι κλπ).
- στ) Ειδικός τουρισμός στην περιοχή του Λουτρακίου, τα χαρακτηριστικά του οποίου προσδιορίζονται από τα ιαματικά λουτρά και το καζίνο.
- ζ) Συνεδριακός τουρισμός, που απαντάται κυρίως στο Ναύπλιο και στην Καλαμάτα.
- η) Ορεινός και εναλλακτικός τουρισμός, που συναντάται κυρίως στην ορεινή Αρκαδία και στην Κορινθία αλλά και στη Λακωνία και τη Μεσσηνία.

Η συσχέτισή τους με τις βασικές τουριστικές ενότητες ανά τυπολογία περιοχής παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.1. που ακολουθεί.

Η επεξεργασία των προτάσεων του Προγράμματος Δράσης θα εστιάσει σε αυτές τις τουριστικές ενότητες, εξειδικεύοντας όπου είναι δυνατό και σκόπιμο ανά ειδική μορφή τουρισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1
ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΑΝΑ ΕΝΤΑΣΗ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΙΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Α/Α	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΑΝΑ ΕΝΤΑΣΗ ΤΟΥΡΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	ΕΙΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ						ΠΕΡΙΟΧΗ ΦΙΤΑ
		ΠΑΡΑΘΑΛΑΣΣΙΟΣ (ΜΑΖΙΚΟΣ ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΣ)	ΟΡΕΙΝΟΣ	ΠΟΛΙΤΙ-ΣΤΙΚΟΣ	ΕΙΔΙΚΟΣ	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΗΜΜΕΡΕΥΣΗΣ	ΠΑΡΑ-ΘΕΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑ	
1	ΘΥΛΑΚΕΣ ΩΡΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ							
1.1	ΑΣΤΙΚΕΣ							
1	ΝΑΥΠΛΙΟ	✓		✓		✓	✓	•
2	ΛΟΥΤΡΑΚΙ	✓			✓	✓	✓	•
1.2	ΠΑΡΑΘΑΛΑΣΣΙΕΣ (ΜΗ ΑΣΤΙΚΕΣ)							
1	ΠΟΡΤΟ ΧΕΛΙ	✓					✓	•
2	ΕΡΜΙΟΝΗ	✓					✓	•
3	ΤΟΛΟ	✓						•
4	ΑΣΙΝΗ	✓						•
5	ΔΡΕΠΑΝΟ	✓						•
6	ΓΥΘΕΙΟ	✓						•
7	ΜΑΥΡΟΒΟΥΝΙ	✓					✓	•
8	ΝΕΟΧΩΡΙ	✓					✓	•
9	ΚΑΡΔΑΜΥΛΗ	✓					✓	•
10	ΣΤΟΥΠΑ	✓					✓	•
11	ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ	✓		✓		✓		
12	ΞΥΛΟΚΑΣΤΡΟ						✓	
13	ΜΕΛΙΣΣΙ						✓	
14	ΣΥΚΙΑ						✓	
15	ΚΙΑΤΟ						✓	
16	ΒΡΑΧΑΤΙ						✓	
17	ΑΓ. ΘΕΟΔΩΡΟΙ					✓	✓	
2	ΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ/ΖΩΝΕΣ							
2.1	ΑΣΤΙΚΕΣ / ΠΕΡΙΑΣΤΙΚΕΣ							
1	ΣΠΑΡΤΗ-ΟΡΕΙΝΗ ΖΩΝΗ ΜΥΣΤΡΑ	✓		✓	✓			
2	ΚΑΛΑΜΑΤΑ	✓		✓	✓			
2.2	ΠΑΡΑΘΑΛΑΣΣΙΕΣ (ΜΗ ΑΣΤΙΚΕΣ)							
1	ΠΑΛΑΙΑ-ΝΕΑ ΕΠΙΔΑΥΡΟΣ	✓		✓				
2	ΑΣΤΡΟΣ-ΤΥΡΟΣ-ΛΕΩΝΙΔΙΟ	✓						•
3	ΙΣΘΜΙΑ-ΚΟΡΦΟΣ-ΣΟΦΙΚΟ-ΓΑΛΑΤΑΚΙ	✓						
4	ΝΕΑΠΟΛΗ-ΕΛΑΦΟΝΗΣΟΣ	✓						
5	ΔΙΡΟΣ-ΑΡΕΟΠΟΛΗ-ΟΙΤΥΛΟ	✓		✓				
6	ΠΥΛΟΣ-ΜΕΘΩΝΗ-ΦΟΙΝΙΚΟΥΝΤΑ	✓						
7	ΠΕΤΑΛΙΔΙ-ΚΟΡΩΝΗ-ΑΙΠΕΙΑ	✓						
8	ΠΑΡΑΘΑΛΑΣΣΙΑ ΖΩΝΗ ΒΕΡΓΑΣ, ΑΒΙΑΣ, ΜΙΚΡΗΣ ΜΑΝΤΙΝΕΙΑΣ, ΜΕΣΣΗΝΗΣ	✓						
2.3	ΟΡΕΙΝΕΣ							
1	ΓΟΡΤΥΝΙΑ-ΒΟΡΕΙΑ ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ		✓					
2	ΟΡΕΙΝΗ ΔΥΤΙΚΗ ΚΟΡΙΝΘΙΑ		✓					
3	ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΑΡΚΑΔΙΑ (ΑΓ. ΠΕΤΡΟΣ, ΚΑΣΤΑΝΙΤΣΑ, ΚΟΣΜΑΣ)		✓					
3	ΑΝΑΞΙΟΠΟΙΗΤΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ/ΖΩΝΕΣ							
3.1	ΠΑΡΑΘΑΛΑΣΣΙΕΣ (ΜΗ ΑΣΤΙΚΕΣ)							
1	ΚΟΤΡΩΝΑΣ-ΚΟΚΚΑΛΑ							
2	ΕΛΙΚΑ-ΑΡΧΑΓΓΕΛΟΣ							
3	ΓΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ-ΒΑΘΕΙΑ	✓		✓				
4	ΑΓΙΟΣ ΦΩΚΑΣ-ΚΑΣΤΑΝΙΑ-ΒΕΛΑΝΙΔΙΑ-ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΣ							
5	ΜΑΡΑΘΟΠΟΛΗ-ΦΙΛΙΑΤΡΑ-ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑ-ΚΑΛΟ ΝΕΡΟ							
3.2	ΟΡΕΙΝΕΣ							
1	ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΛΑΚΩΝΙΑ		✓					
2	ΒΟΡΕΙΑ ΜΕΣΣΗΝΙΑ		✓					
3	ΣΤΥΜΦΑΛΙΑ		✓					
4	ΝΕΜΕΑ		✓					
5	ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ		✓		✓			

1.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ – ΣΤΟΧΟΙ – ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

1.2.1 ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Στο πλαίσιο του νέου Στρατηγικού Σχεδίου Οικονομικής Ανάπτυξης της χώρας μας, όπως αυτό εκφράζεται μέσα από το Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΚΠΣ) 2000-2006 και τα επιμέρους Τομεακά και Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, τίθεται ως ένας από τους βασικούς στόχους, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Τα βασικά στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη στο ΚΠΣ για την διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης είναι:

- Η αναγνώριση των ευκαιριών ανάπτυξης (όπως αυτές προκύπτουν από αποτελέσματα ερευνών, μελετών, ερευνών αγοράς, μελετών που αφορούν τους φυσικούς πόρους κ.α.)
- Η ανάπτυξη των κατάλληλων υποδομών (αεροδρόμια, λιμάνια, οδικοί άξονες, υδάτινο δυναμικό, ενέργεια κ.α.)
- Η ανάπτυξη του κατάλληλου νομικού πλαισίου για τις οικονομικές δραστηριότητες (προσέλκυση ξένων επενδύσεων, τραπεζικό σύστημα κ.α.)
- Η ανάπτυξη προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης με στόχο την αύξηση του επιπέδου γνώσης (κατάκτηση ενός προκαθορισμένου επιπέδου) και των δεξιοτήτων για τα απαιτούμενα επαγγέλματα.
- Η προώθηση συγκεκριμένων ειδών επενδύσεων μέσω προτάσεων που διατυπώνονται από τους ίδιους τους ιδιώτες και παρέχοντας βοήθεια για την ανάπτυξη των σχεδίων (προγράμματα παροχής κινήτρων, φορολογικές ελαφρύνσεις κ.α.)
- Η επίτευξη της βέλτιστης χρήσης των πόρων μέσω χωροταξικών σχεδίων και κανονισμών.

Λαμβάνοντας υπόψη όλες αυτές τις παραμέτρους σχεδιάσθηκε σε μακροοικονομικό επίπεδο η στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας με σημαντικότερο στόχο, όπως αυτός προκύπτει από τα σχετικά κείμενα του Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση του τουριστικού τομέα, όπως προκύπτει ως ανάγκη με βάση την παραπάνω διαδικασία που αναφέρεται στα προγραμματικά κείμενα της χώρας για την τρέχουσα προγραμματική περίοδο.

«Η χώρα μας θεωρείται αναγνωρισμένος τουριστικός προορισμός, κατατάσσεται στη 16η θέση σύμφωνα με διεθνή συγκριτικά κριτήρια και παρόλα τα διαρθρωτικά προβλήματα (μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, σχετικά χαμηλή ποιότητα

προσφερόμενων υπηρεσιών, εποχικότητα κ.α), παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη τόσο σε τοπικό, όσο και σε περιφερειακό επίπεδο».

Με βάση την παραπάνω διατύπωση, στο πλαίσιο της τρίτης προτεραιότητας του Γ' ΚΠΣ που αφορά στην «*βελτίωση της ανταγωνιστικότητας με στόχο την αειφόρο ανάπτυξη*» τίθενται οι στόχοι για την προώθηση, αντίστοιχα, της αειφόρου ανάπτυξης του τουρισμού, οι οποίοι αναφέρονται:

- στην ήπια διαχείριση των φυσικών πόρων
- στον εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων
- στην βελτίωση του ανθρώπινου δυναμικού και
- στην εκμετάλλευση των νέων τεχνολογιών

Οι βασικές προτεραιότητες που τίθενται στο γενικό κείμενο του Γ' ΚΠΣ και στο αντίστοιχο Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα», μέσω του οποίου θα υλοποιηθούν σε εθνικό επίπεδο οι στόχοι για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, είναι:

α) Η αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Στόχος είναι η αναβάθμιση και η διατήρηση ενός υψηλού επιπέδου ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις σε όλους τους τομείς που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, campings, μικρομεσαίες επιχειρήσεις του τουρισμού).

Προσδιορίζεται δε ότι η χορήγηση ενισχύσεων για νέες ξενοδοχειακές κλίνες θα γίνεται με βάση τη φέρουσα ικανότητα των τουριστικών περιοχών και έμφαση θα δίνεται στην αναβάθμιση των υφιστάμενων τουριστικών μονάδων και όχι στην δημιουργία νέων.

β) Ο εμπλουτισμός και η σύνθεση του τουριστικού προϊόντος.

Ο εμπλουτισμός και η ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος επιχειρούνται μέσω δράσεων που αφορούν στην δημιουργία κατάλληλης υποδομής, για την ανάπτυξη κυρίως θεματικών μορφών τουρισμού και την οργάνωση συγκεκριμένων προϊόντων για εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες θα αναληφθούν από ιδιώτες επενδυτές, βάσει του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου.

γ) Η μείωση της εποχικότητας.

Εκτιμάται και στοχεύεται ότι η ποιοτική και ποσοτική αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών και η δημιουργία νέων συμπληρωματικών υπηρεσιών και

δραστηριοτήτων θα συμβάλουν στην μείωση της εποχικότητας προσελκύοντας, τουριστική ζήτηση πέραν της θερινής περιόδου.

δ) Η ενίσχυση της προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Η συστηματική προώθηση και προβολή του Τουριστικού Προϊόντος αποτελεί βασική προτεραιότητα στο πλαίσιο ενός διαρκούς και εντεινόμενου διεθνούς ανταγωνισμού. Η πολιτική αυτή θα στηριχθεί στο Πρόγραμμα Marketing της χώρας και αφορά τόσο την προβολή περιοχών (περιφέρειες, νομοί), όσο και προϊόντων τουρισμού.

Βασικοί στόχοι είναι αφενός η προσέλκυση εξειδικευμένων και ποιοτικών "ομάδων-στόχων" της αγοράς, αφετέρου η άμβλυνση της εποχικότητας, μέσω της αύξησης της ζήτησης για δραστηριότητες εκτός καλοκαιρινής περιόδου. Στο πλαίσιο αυτό, βασικής σημασίας είναι η προώθηση νέων τουριστικών προορισμών στο συνολικά προβαλλόμενο τουριστικό προϊόν της χώρας.

ε) Η αναδιάρθρωση της αρχικής και επαγγελματικής κατάρτισης στον τομέα του τουρισμού.

Η υλοποίηση όλων των προαναφερόμενων στόχων και προτεραιοτήτων προϋποθέτουν το κατάλληλο εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, προκειμένου να προσφερθούν ποιοτικές υπηρεσίες και ταυτόχρονα να ικανοποιηθούν οι υψηλές απαιτήσεις ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος ειδικών δραστηριοτήτων και ενδιαφερόντων. Η αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων του τουριστικού τομέα, μέσω της διαμόρφωσης ενός Σχεδίου Δράσης για την εκπαίδευση και την κατάρτισή του, παράλληλα με την αύξηση της απασχόλησης εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, ενισχύουν / αναβαθμίζουν το τουριστικό προϊόν και εξυπηρετούν το στόχο της μείωσης της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας.

Η υλοποίηση των στόχων της τουριστικής ανάπτυξης με έμμεσο αλλά ουσιαστικό τρόπο πραγματοποιείται και μέσα από δράσεις και ενέργειες άλλων Τομεακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.

Δράσεις όπως η αναβάθμιση οικιστικών συνόλων, η οργάνωση της διαχείρισης του χώρου, η αντιμετώπιση της θαλάσσιας ρύπανσης, ο καθαρισμός των παραλιών (με έμφαση αυτών που επισκέπτονται οι τουρίστες), η διατήρηση - βελτίωση του φυσικού τοπίου, η καλή διαχείριση προστατευόμενων περιοχών, θα υλοποιηθούν από το Ε.Π. «Περιβάλλον» και θα συμβάλουν σημαντικά στην αειφόρο τουριστική ανάπτυξη και στην αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, με έμφαση στο θαλάσσιο και οικολογικό τουρισμό.

Παράλληλα, ενέργειες που αφορούν στην αξιοποίηση και προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και υλοποιούνται από το Ε.Π. «Πολιτισμός» εξυπηρετούν το στόχο του εμπλουτισμού του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, αφού η χώρα μας είναι πλούσια σε πολιτιστικά στοιχεία.

Επιπρόσθετα, μέσω του Ε.Π. «Κοινωνία της Πληροφορίας» και των δράσεων που αφορούν στη χρήση τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνίας τόσο από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του τουρισμού, όσο και από λοιπούς κεντρικούς και τοπικούς φορείς μπορούν να αναληφθούν σημαντικές πρωτοβουλίες δράσεων που ανταποκρίνονται στο στόχο της αναβάθμισης των προσφερόμενων υπηρεσιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και στην προβολή του τουριστικού προϊόντος της χώρας.

1.2.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Η τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου όπως προσδιορίζεται στο Επιχειρησιακό της Πρόγραμμα για την περίοδο 2000-2006, ακολουθεί και εξειδικεύει περαιτέρω τους βασικούς στόχους που προβλέπονται στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ.

Ειδικότερα, η εξειδίκευση της στρατηγικής αναφέρεται στους παρακάτω στόχους:

α) Εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση της υποδομής των τουριστικών καταλυμάτων

Προβλέπεται ουσιαστικός εκσυγχρονισμός των τουριστικών καταλυμάτων, αλλά μικρής κλίμακας αύξηση των τουριστικών κλινών, βάσει της φέρουσας ικανότητας των τουριστικών περιοχών, με έμφαση στον δημιουργία μονάδων υψηλής τάξης και ποιότητας και ταυτόχρονα αξιοποίηση των παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτισμάτων με την μετατροπή τους σε τουριστικά καταλύματα.

β) Δημιουργία και βελτίωση των υποδομών για την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού

Τα φυσικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά της Περιφέρειας Πελοποννήσου εξασφαλίζουν όλες τις προϋποθέσεις για την αποτελεσματική σύνδεση των υφιστάμενων τουριστικών δραστηριοτήτων με νέες μορφές όπως ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας και άθλησης, ο θρησκευτικός τουρισμός και ο

οικοτουρισμός. Η δημιουργία υποδομών θεματικού τουρισμού συμβάλλει στην άμβλυνση της εποχικότητας, δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και αναβαθμίζει / εμπλουτίζει το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας.

γ) Εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση της διοικητικής / διαχειριστικής λειτουργίας του συνόλου των τουριστικών επιχειρήσεων

Πρόκειται για δράσεις που αφορούν στον εκσυγχρονισμό της οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων με την εφαρμογή καινοτομιών, την ανάπτυξη συστημάτων διασφάλισης ποιότητας (ISO, HACCP), την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και της ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων, την δικτύωση με εσωτερικά και διεθνή επιχειρηματικά δίκτυα και άλλες ενέργειες οι οποίες έχουν στόχο να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα και να αναβαθμίσουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

δ) Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού

Για την υποστήριξη ενός υψηλού επιπέδου ποιότητας τουριστικού προϊόντος απαραίτητη είναι η βελτίωση του ανθρώπινου δυναμικού στον τουριστικό τομέα, μέσω δράσεων κατάρτισης.

Για την επίτευξη της υλοποίησης των παραπάνω στόχων και των επιμέρους δράσεων του Επιχειρησιακού Προγράμματος της Περιφέρειας Πελοποννήσου σχεδιάζεται η δημιουργία και η λειτουργία μηχανισμού υποστήριξης, τόσο των τουριστικών επιχειρήσεων, όσο και των τοπικών φορέων, καθώς και προβολής του τουριστικού προϊόντος.

Παράλληλα, η υλοποίηση δράσεων που αφορούν σε ολοκληρωμένες παρεμβάσεις αναστήλωσης, προστασίας, ανάδειξης και εξασφάλισης της επισκεψιμότητας των αρχαιολογικών χώρων, των μνημείων, του συνόλου των πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας αποτελούν σημαντική παρέμβαση για την ανάπτυξη του τουρισμού.

Στο πλαίσιο της στρατηγικής για την οικονομική ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου προβλέπονται δράσεις που αφορούν στην βελτίωση των μεταφορικών υποδομών (οδικές, σιδηροδρομικές, λιμενικές), στην αναβάθμιση των αστικών, ημιαστικών και ορεινών περιοχών (αναπλάσεις, προστασία φυσικού περιβάλλοντος), στην ενίσχυση δράσεων για την ανάπτυξη της πολυδραστηριότητας με έμφαση σε τουριστικές δραστηριότητες ή την σύνδεσή τους με αυτές, οι οποίες είτε άμεσα, είτε έμμεσα συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού.

1.3 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

1.3.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

Η προτεινόμενη στρατηγική συνάδει με τους στόχους της Περιφερειακής Πολιτικής. Οι στόχοι αυτοί ανά κατηγορία περιοχών εξειδικεύονται ως ακολούθως:

A. Θύλακες ώριμης ανάπτυξης

Στους θύλακες ώριμης ανάπτυξης, κύριο χαρακτηριστικό είναι ο μαζικός, κυρίως θαλάσσιος αλλά και ο πολιτιστικός τουρισμός, καθώς και η έντονη σχετικά παρουσία παραθεριστικής κατοικίας. Χαρακτηριστικά αυτής της κατηγορίας των περιοχών είναι οι πιέσεις που δέχονται λόγω της αυξημένης τουριστικής κίνησης και ο σχετικός κορεσμός που έχει επέλθει σε κάποιες παραμέτρους, με παράλληλη υποβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών υποδομών και των προσφερόμενων υπηρεσιών. Στις περιοχές αυτές οι επιμέρους στόχοι της τουριστικής ανάπτυξης είναι οι ακόλουθοι:

A1. Αναβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών υποδομών

Είναι συχνό φαινόμενο σε περιοχές αυτού του τύπου να υπάρχει μία σταδιακή - αλλά σε μεγάλη έκταση- υποβάθμιση των υποδομών λόγω της μαζικής και όχι υψηλών προδιαγραφών τουριστικής ζήτησης, δημιουργώντας ένα φαύλο κύκλο περαιτέρω τουριστικής υπανάπτυξης και «γήρανσης» των περιοχών αυτών. Η αναβάθμιση των προσφερομένων υποδομών αποτελεί, άρα, βασική παράμετρο στην προσπάθεια να αποφευχθούν φαινόμενα περαιτέρω συρρίκνωσης της στοχευόμενης ποιοτικής και ποσοτικής ζήτησης. Η βελτίωση συνεπάγεται, αφενός εκσυγχρονισμό, αφετέρου επέκταση στην προσφορά νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

A2. Εμπλουτισμός και αναδιάρθρωση των βασικών χαρακτηριστικών του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και διάχυση της ανάπτυξης

Ο μαζικός οργανωμένος τουρισμός διακοπών, ο παραθερισμός και ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελούν τρεις βασικούς τύπους τουρισμού, οι οποίοι συγκροτούν την ζήτηση και αντίστοιχα διαμορφώνουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες αυτών των περιοχών. Η προσπάθεια όμως να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν οι τουριστικές δραστηριότητες σε αυτές τις περιοχές της Περιφέρειας Πελοποννήσου στον εντεινόμενο ανταγωνισμό, επιβάλλει την αναβάθμιση και αναδιάρθρωση της τουριστικής δραστηριότητας, με επέκταση σε νέους τύπους ανάπτυξης (π.χ. συνεδριακός τουρισμός, οργανωμένος θαλάσσιος τουρισμός, θαλάσσια sports

κ.λπ.) ή με συνεργασίες με γειτονικές περιοχές για τη διάχυση της ανάπτυξης – του συνολικά προσφερόμενου τουριστικού τους προϊόντος, ώστε να είναι μακροπρόθεσμα βιώσιμο.

A3. Δυναμική προώθηση της διαφημιστικής τους εικόνας

Οι περιοχές αυτές, αν και παραδοσιακά γνωστές, με μια πιθανά υποβαθμισμένη σταδιακά εικόνα, δεν έχουν μία επαρκή και κυρίως μία δυναμική διαφημιστική προβολή, κυρίως για τα θετικά τους σημεία, τόσο στο εσωτερικό όσο και στις διεθνείς αγορές. Το γεγονός αυτό έχει αναμφίβολα συμβάλει στην υποβάθμιση της ποιότητας της ζήτησης με αρνητικά αποτελέσματα και στην προσφορά. Εκ των πραγμάτων η αναβάθμιση και η διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος αυτών των περιοχών πρέπει να υποστηριχθεί με μία δυναμική προώθηση της διαφημιστικής τους εικόνας στις διεθνείς και στην εθνική αγορά.

B. Δυναμικές Ζώνες

Πρόκειται για περιοχές με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης, αλλά και ελλείψεις στον σχεδιασμό και τον προγραμματισμό αυτής της ανάπτυξης. Το κύριο χαρακτηριστικό των περιοχών αυτών είναι η μέχρι σήμερα χαμηλή ανάπτυξη μαζικού, κυρίως θαλάσσιου, αλλά και πολιτιστικού τουρισμού, η ένταση των οποίων όμως δεν έχει επιφέρει κάποιας μορφής κορεσμό στις εν λόγω περιοχές. Στις περιοχές αυτές οι επιμέρους στόχοι για την τουριστική ανάπτυξη είναι οι ακόλουθοι:

B1. Συγκρότηση των βασικών χαρακτηριστικών του τουριστικού προϊόντος

Τα πολλαπλά και ποικίλα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά και οι αντίστοιχα διαφορετικοί τύποι προσφερόμενων τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών δημιουργούν μία πολυσυλλεκτική αλλά συγχρόνως και ασαφή εικόνα των βασικών χαρακτηριστικών αυτών των περιοχών. Προκειμένου να εστιασθεί σε συγκεκριμένο τύπο τουριστικής ανάπτυξης η όλη προσπάθεια, θα πρέπει να επιλεγούν τα πλέον πρόσφορα κατά περίπτωση χαρακτηριστικά του προϊόντος και να ενισχυθούν ώστε ανάλογα να επιδιωχθεί η προσέλκυση των αντίστοιχων "ομάδων-στόχων" μέσω του μάρκετινγκ από τη διεθνή και εθνική ζήτηση (π.χ. σχετικών με τις Ειδικές Μορφές Τουρισμού).

B2. Σχεδιασμός και Προγραμματισμός της βιώσιμης ανάπτυξης

Σε συνέχεια της παραπάνω αναφερόμενης διαδικασίας, για αυτού του είδους τις περιοχές, θα πρέπει να ενισχυθούν οι αναπτυξιακές διαδικασίες, αλλά και οι

συνέργιες, οι οποίες έχουν ως κοινό στόχο μία σχεδιασμένη και προγραμματισμένη ανάπτυξη στις περιοχές αυτές. Στην αντίθετη περίπτωση είναι ορατός ο κίνδυνος να αυξηθούν άμεσα οι πιέσεις και οι εντάσεις στον χώρο, με αποτέλεσμα να υπάρχουν επιπτώσεις παρόμοιες με αυτές του άναρχου και ανοργάνωτου μαζικού τουρισμού.

B3. Επιλεκτικό Μάρκετινγκ με βάση προτεραιότητες της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

Θα πρέπει να υπάρχουν συγκεκριμένες προτεραιότητες στο Μάρκετινγκ, οι οποίες θα συμβάλουν στην προσέλκυση δυναμικών ομάδων πελατών με στόχο, αφενός, τη βιώσιμη ανάπτυξη και αφετέρου, την ποιοτική ζήτηση. Τέτοιες περιπτώσεις ομάδων πελατών για τις περιοχές αυτές είναι: ο εσωτερικός τουρισμός, ο παραθερισμός, οι τουρίστες του πολιτιστικού τουρισμού, ο οικογενειακός παραθεριστικός τουρισμός.

Γ. Αναξιοποίητες περιοχές

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη ενός σημαντικού αριθμού αναξιοποίητων περιοχών (ορεινών και παραθαλάσσιων), με σημαντικές προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης, εφόσον υπάρξουν οι κατάλληλες ενέργειες. Το κύριο χαρακτηριστικό των περιοχών αυτών είναι το πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και η μικρή παρουσία ή παντελής απουσία τουριστικών υποδομών.

Οι επιμέρους στόχοι κατά περίπτωση είναι:

Γ1. Η προώθηση ενός βιώσιμου προτύπου τουριστικής ανάπτυξης με έμφαση στον εναλλακτικό τουρισμό

Οι περιοχές αυτές διαθέτουν πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους, αλλά χαρακτηρίζονται, είτε από δυσκολίες πρόσβασης, είτε από γεωγραφική απομόνωση, είτε τέλος, από την έλλειψη υποδομών υψηλών προδιαγραφών. Στο πλαίσιο αυτό είναι σημαντικό το προτεινόμενο μοντέλο ανάπτυξης να λάβει υπόψη τις προδιαγραφές και τα χαρακτηριστικά της ποιοτικής κλασικής τουριστικής δραστηριότητας, στις περιπτώσεις των παραθαλάσσιων περιοχών καθώς και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, σε ορεινές / εσωτερικές περιοχές, η ανάπτυξη των οποίων συμβάλλει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Γ2. Έμφαση στην προστασία του πολιτιστικού, καθώς και του δομημένου και φυσικού περιβάλλοντος

Οι περιοχές αυτές διαθέτουν πλούσιους πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς πόρους, οι οποίοι θα πρέπει, αφενός να αναδειχθούν και να αξιοποιηθούν, αφετέρου να προστατευθούν. Έχει αποδειχθεί από τη διεθνή εμπειρία, άλλωστε, ότι η πολιτική προστασίας τέτοιων περιοχών, αφενός συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη του συνόλου μιας Περιφέρειας και αφετέρου προσελκύει ποιοτικούς εναλλακτικούς τουρίστες, αλλά και τουρίστες από γειτονικές παραθεριστικές περιοχές, οι οποίοι έρχονται εδώ, έστω για μικρότερο χρονικό διάστημα.

Γ3. Συγκρότηση μιας διαφημιστικής εκστρατείας, η οποία να προβάλλει το πρότυπο του εναλλακτικού τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός ως τουριστικό προϊόν έχει τις ειδικές ομάδες-στόχους, στις οποίες απευθύνεται και οι οποίες τον επιλέγουν. Οι περιοχές αυτές θα αποκτήσουν ένα ικανοποιητικό επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης μόνον εφόσον γίνουν προσπάθειες για προσέλκυση αυτών των ομάδων-στόχων. Κατά συνέπεια, στο πλαίσιο του Μάρκετινγκ της Περιφέρειας θα πρέπει να υπάρξει εξειδικευμένη προβολή των πόρων αυτών των περιοχών.

Γ4. Η χωροθέτηση νέων τουριστικών υποδομών

Η επιλεκτική χωροθέτηση νέων τουριστικών υποδομών σε κάποιες αναξιποίητες περιοχές πρέπει να εξετασθεί σοβαρά μετά από τον κατάλληλο χωροταξικό, αναπτυξιακό και τουριστικό σχεδιασμό.

1.3.2 ΠΡΟΤΥΠΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ-ΣΕΝΑΡΙΑ ΑΝΑ ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

1.3.2.1 Μεθοδολογία για την κατάρτιση των σεναρίων της προτεινόμενης τουριστικής ανάπτυξης

Οι διαδικασίες και τα πρότυπα ανάπτυξης, τόσο της Περιφέρειας Πελοποννήσου συνολικά, όσο και των επιμέρους τουριστικών περιοχών της, σε σχέση με το σημερινό επίπεδο ανάπτυξης και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής, ποικίλουν σημαντικά, τόσο από πλευράς δυνατότητας, όσο και από πλευράς σκοπιμότητας.

Για κάθε είδος / κατηγορία / τύπο τουριστικής περιοχής μπορούν να υπάρξουν περισσότερα του ενός σενάρια ανάπτυξης, τα οποία όμως προσδιορίζονται από

ποικίλες παραμέτρους, που με τη σειρά τους καθορίζουν το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Με δεδομένο όμως ότι η στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας έχει καθορισθεί στο πλαίσιο του αναπτυξιακού σχεδιασμού για αυτή την προγραμματική περίοδο και η οποία συμβαδίζει με τη γενικότερη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της Χώρας, η επιλογή του καταλληλότερου σεναρίου ανά κατηγορία / τυπολογία τουριστικής περιοχής είναι σχεδόν προκαθορισμένη, αποσκοπώντας στην ήπια, ορθολογική, αειφόρο και λελογισμένη τουριστική ανάπτυξη με βασικές παραμέτρους την προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, στην παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών, καθώς και στην ανάπτυξη συμπληρωματικών ως προς τον τουρισμό δραστηριοτήτων.

Με βάση τα παραπάνω, η κατάρτιση των σεναρίων τουριστικής ανάπτυξης γίνεται ανά τυπολογία τουριστικής ενότητας, όπως αυτή έχει συγκροτηθεί και παρουσιαστεί στην Α' φάση της παρούσας μελέτης καθώς και στο κεφάλαιο 1.3.1 του παρόντος τεύχους.

Για το σχεδιασμό μιας μήτρας (ενός Πίνακα) προκειμένου να επιλεγεί το κατάλληλο σενάριο ανάπτυξης ανά τυπολογία περιοχής, λαμβάνονται υπόψη οι παρακάτω παράγοντες, που θεωρούνται σημαντικοί:

α) Οι στρατηγικοί στόχοι για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Οι βασικοί στόχοι για κάθε τουριστική περιοχή, στο πλαίσιο της ευρύτερης τυπολογίας όπου αυτή εντάσσεται, παρουσιάστηκαν στο Κεφάλαιο 1.3.1.

β) Η διατήρηση και προστασία της φυσιογνωμίας των περιοχών.

γ) Η διατήρηση, η διεύρυνση ή η αλλαγή του βασικού τουριστικού προτύπου.

Με βάση τους στρατηγικούς στόχους που έχουν τεθεί για κάθε κατηγορία περιοχής, επιλέγεται διαφορετική στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης, σε σχέση με τη διατήρηση του υφιστάμενου τουριστικού προτύπου ή τη διεύρυνση και αλλαγή του.

Αφού γίνει η κατάρτιση των σεναρίων, τα σενάρια αξιολογούνται με βάση το κατά πόσο μπορούν να συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί για κάθε περιοχή, ούτως ώστε να γίνει η τελική επιλογή του πλέον κατάλληλου σεναρίου.

Κατόπιν τούτων, ακολουθεί η παρουσίαση των σεναρίων ανά κατηγορία περιοχής.

1.3.2.2 Παρουσίαση, αξιολόγηση και επιλογή σεναρίου ανά τυπολογία περιοχής

Σύμφωνα με τα όσα έχουν προαναφερθεί, ανά τυπολογία περιοχής επιλέγονται κάποια από τα ακόλουθα σενάρια τουριστικής ανάπτυξης, ως πλέον κατάλληλα και αξιολογούνται ως προς τους στόχους που έχουν τεθεί.

Σενάριο 1ο: Εξέλιξη / προβολή υφιστάμενων τάσεων ανάπτυξης

Σενάριο 2ο: Ενίσχυση της βιωσιμότητας του βασικού προτύπου ανάπτυξης μέσω της αναβάθμισης και του εμπλουτισμού του και της υιοθέτησης κανονιστικών πλαισίων ελέγχου και ρύθμισης της ανάπτυξης

Σενάριο 3ο: Ριζική διαφοροποίηση προτύπων ανάπτυξης / προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος

Σενάριο 4ο: Έλεγχος της ανάπτυξης με περιβαλλοντικά κριτήρια αξιοποίησης των πόρων

Σενάριο 5ο: Εφαρμογή κανόνων αυστηρής προστασίας

Για κάθε τυπολογία τουριστικής περιοχής, μπορούν να εξετασθούν ορισμένα από τα παραπάνω σενάρια, ως ρεαλιστικά και με βάση τους προαναφερόμενους στόχους επιλέγεται ως καταλληλότερο ένα από αυτά.

A. ΘΥΛΑΚΕΣ ΩΡΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Με βάση τα χαρακτηριστικά των περιοχών που εντάσσονται σε αυτήν την τυπολογία και σύμφωνα με τη μεθοδολογία κατάρτισης των σεναρίων, για τους θύλακες ώριμης ανάπτυξης επιλέγονται τρία σενάρια.

Το πρώτο σενάριο υιοθετεί τη λογική της εξέλιξης της περιοχής με βάση τις υπάρχουσες τάσεις. Στην περίπτωση αυτή, καθοριστικό ρόλο διαδραματίζει η τουριστική αγορά, δηλαδή η προσφορά και ζήτηση για το τουριστικό προϊόν των περιοχών.

Το σενάριο αυτό θεωρείται ότι δεν μπορεί να συμβάλει στην επίτευξη των στρατηγικών στόχων που έχουν τεθεί για αυτή την κατηγορία περιοχών, αλλά και της Περιφέρειας γενικότερα, καθώς κάποιες περιοχές έχουν υποστεί έντονο κορεσμό, με τη μεγέθυνση μιας «γηνράσκουσας» και υποβαθμισμένης ποιοτικά τουριστικής δραστηριότητας, ενώ κάποιες άλλες αναμένεται να κορεστούν αν η τουριστική ανάπτυξη ακολουθήσει τα ίδια πρότυπα και τον ίδιο ρυθμό.

Στο δεύτερο σενάριο η επίτευξη των στρατηγικών στόχων γίνεται, μέσω της αντιμετώπισης των αδυναμιών των περιοχών, διατηρώντας το ίδιο τουριστικό πρότυπο. Στο πλαίσιο του σεναρίου αυτού λαμβάνουν χώρα δυναμικές θεσμικές ρυθμίσεις για την επίλυση των προβλημάτων του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (περιβαλλοντικές, χωροταξικές κλπ.) που έχει προκαλέσει η μέχρι σήμερα τουριστική ανάπτυξη και παράλληλα για τον έλεγχο της περαιτέρω ανάπτυξης, ενώ λαμβάνουν χώρα παρεμβάσεις για τη διατήρηση, αναβάθμιση και ήπια ενίσχυση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος, όπως βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών, υποστηρικτικά έργα για τη βελτίωση των βασικών / τεχνικών υποδομών, έργα για την προστασία και αναβάθμιση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, με λελογισμένη και αυστηρά προγραμματισμένη και ελεγχόμενη αύξηση της τουριστικής προσφοράς σε κλίνες και λοιπές υπηρεσίες υψηλού ποιοτικού επιπέδου.

Το τρίτο σενάριο περιλαμβάνει παρεμβάσεις οι οποίες αφορούν αφενός στην αναδιάρθρωση του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή στο «άνοιγμα» προς νέες μορφές τουρισμού, (ειδικού και εναλλακτικού) με παράλληλη προστασία και αναβάθμιση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος, τόσο σε σχέση με το περιβάλλον ως τουριστικού πόρου όσο και σε σχέση με τις τουριστικές υποδομές αυτές καθαυτές. Πρόκειται για το πλέον δυναμικό σενάριο, όπου επιδιώκεται η εκ των έσω ριζική ανακατανομή πόρων και δυνάμεων των τουριστικών περιοχών, προς μια νέα κατεύθυνση τουριστικής δραστηριότητας, ξένη προς τα μέχρι σήμερα δεδομένα της κάθε περιοχής.

Τα σενάρια παρουσιάζονται συνοπτικά στον Πίνακα που ακολουθεί:

ΣΕΝΑΡΙΑ	1ο σενάριο	2ο σενάριο	3ο σενάριο
	<i>Σενάριο των τάσεων</i>	<i>Σενάριο της διατήρησης & αναβάθμισης του τουριστικού προτύπου</i>	<i>Σενάριο της αλλαγής του τουριστικού προτύπου</i>
ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ	Ίδιος ρυθμός τουριστικής ανάπτυξης	Θεσμικές ρυθμίσεις για την προστασία του περιβάλλοντος	Θεσμικές ρυθμίσεις για την προστασία του περιβάλλοντος
	Οι περιοχές αφήνονται να λειτουργήσουν με βάση την αγορά	Ήπιες παρεμβάσεις για τη διατήρηση και ενίσχυση του υφιστάμενου τουριστικού προτύπου	Ενίσχυση παρεμβάσεων για την ανάπτυξη νέων / ειδικών μορφών τουρισμού
	Ίδιο τουριστικό πρότυπο	Προβολή του τουριστικού προϊόντος	Προβολή του νέου τουριστικού προϊόντος
		Ρυθμίσεις προστασίας	

Στην περίπτωση των τουριστικών περιοχών που ανήκουν στην κατηγορία των θυλάκων ώριμης ανάπτυξης, το πρώτο σενάριο απορρίπτεται για τους λόγους που προαναφέρθηκαν. Παράλληλα όμως, θα πρέπει να απορριφθεί και το τρίτο σενάριο, το οποίο προβλέπει ριζική αναδιάρθρωση του υφιστάμενου τουριστικού προτύπου με την επιλογή μιας εντελώς νέας κατεύθυνσης της τουριστικής δραστηριότητας. Η απόρριψη του σεναρίου αυτού οφείλεται στο γεγονός ότι σε μια τέτοια περίπτωση, απαξιώνεται ένα πολύ μεγάλο μέρος του μέχρι σήμερα επενδεδυμένου κεφαλαίου, αδρανοποιείται η μέχρι σήμερα ελκυστικότητα και προβολή της περιοχής και τέλος, απαξιώνεται η μέχρι σήμερα εμπειρία και οι δεξιότητες του ανθρώπινου δυναμικού της περιοχής, το οποίο έχει προσανατολισθεί σε ένα συγκεκριμένο τύπο τουριστικής επιχειρηματικότητας.

Κατόπιν τούτων, είναι προφανές ότι το καταλληλότερο προς επιλογή σενάριο είναι το δεύτερο, το οποίο αξιοποιεί τις μέχρι σήμερα θετικές παραμέτρους τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής, ενώ αναβαθμίζει τις υποδομές και τις προσφερόμενες υπηρεσίες, προστατεύοντας και βελτιώνοντας το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, δημιουργώντας μια βελτιωμένη εικόνα της περιοχής για προσέλκυση υψηλού επιπέδου τουριστών, με στόχο την αναβάθμιση αλλά και διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής. Είναι εμφανές επίσης, ότι συμπληρωματικά προς τις δράσεις / παρεμβάσεις που προβλέπονται στο δεύτερο σενάριο, εφαρμόζονται και παρεμβάσεις του πέμπτου σεναρίου, ήτοι εφαρμογή κανόνων αυστηρής προστασίας των τουριστικών πόρων της περιοχής σε περίπτωση περιοχών ή υποπεριοχών που παρατηρείται υψηλός κίνδυνος κορεσμού ή απαξίωσης των πόρων λόγω υπέρμετρης τουριστικής δραστηριότητας.

B. ΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ/ ΖΩΝΕΣ

Σύμφωνα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και με τη μεθοδολογία κατάρτισης των σεναρίων, για τις δυναμικές περιοχές / ζώνες εξετάζονται τέσσερα σενάρια:

Στο πλαίσιο του πρώτου σεναρίου όπως και στην προηγούμενη κατηγορία, οι περιοχές ακολουθούν τον μέχρι σήμερα ισχύοντα ρυθμό τουριστικής ανάπτυξης, διατηρώντας παράλληλα το ίδιο τουριστικό πρότυπο. Στην περίπτωση αυτή, σημαντικός είναι ο ρόλος της αγοράς, η οποία ρυθμίζει από μόνη της την τουριστική ανάπτυξη των συγκεκριμένων περιοχών. Το σενάριο αυτό δεν θεωρείται ικανό να συμβάλει στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί για τις περιοχές αυτής της κατηγορίας, καθώς αν αφεθούν οι τάσεις της αγοράς να ρυθμίσουν την τουριστική ανάπτυξη, οι περιοχές πιθανότατα να μην αξιοποιήσουν αποτελεσματικά τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν και να συνεχίσουν να

λειτουργούν στο ασαφές τουριστικό πρότυπο που τις χαρακτηρίζει, παραμένοντας ευάλωτες στον έντονο ανταγωνισμό άλλων περιοχών, εντός Περιφέρειας ή / και εκτός Περιφέρειας / Χώρας, οι οποίες λαμβάνουν δραστικά μέτρα τουριστικής ανάπτυξης.

Στο δεύτερο σενάριο η επίτευξη των στρατηγικών στόχων και η εξασφάλιση της βιωσιμότητας του τουρισμού επιδιώκονται μέσω της ενίσχυσης και αναβάθμισης του ισχύοντος τουριστικού προτύπου, όπως διαμορφώνεται αυτό για κάθε περιοχή. Παράλληλα, έμφαση δίνεται στον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης, μέσω θεσμικών κυρίως παρεμβάσεων, οι οποίες θα είναι ικανές να ελέγξουν και να προσανατολίσουν την τουριστική ανάπτυξη.

Το τρίτο σενάριο περιλαμβάνει παρεμβάσεις οι οποίες αφορούν αφενός στην αναδιάρθρωση του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή στο «άνοιγμα» προς νέες μορφές τουρισμού, (ειδικού και εναλλακτικού) με παράλληλη προστασία και αναβάθμιση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος, τόσο σε σχέση με το περιβάλλον ως τουριστικού πόρου όσο και σε σχέση με τις τουριστικές υποδομές αυτές καθαυτές. Πρόκειται για το πλέον δυναμικό σενάριο, όπου επιδιώκεται η εκ των έσω ριζική ανακατανομή πόρων και δυνάμεων των τουριστικών περιοχών, προς μια νέα κατεύθυνση τουριστικής δραστηριότητας, ξένη προς τα μέχρι σήμερα δεδομένα της κάθε περιοχής.

Το τέταρτο σενάριο αφορά κυρίως σε ορεινές περιοχές και προβλέπει τον έλεγχο της ανάπτυξης με περιβαλλοντικά κριτήρια.

Η παρουσίαση των τεσσάρων σεναρίων για τις δυναμικές περιοχές γίνεται στον Πίνακα που ακολουθεί:

ΣΕΝΑΡΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ	1ο σενάριο	2ο σενάριο	3ο σενάριο	4ο σενάριο
	Σενάριο των τάσεων	Σενάριο της διατήρησης και αναβάθμισης του τουριστικού προτύπου	Σενάριο της αλλαγής του τουριστικού προτύπου	Έλεγχος ανάπτυξης με περιβαλλοντικά κριτήρια
	Ίδιος ρυθμός ανάπτυξης	Θεσμικές ρυθμίσεις για τον έλεγχο και προσανατολισμό της ανάπτυξης	Θεσμικές ρυθμίσεις για τον έλεγχο και προσανατολισμό της ανάπτυξης	Θεσμικές ρυθμίσεις για τον έλεγχο της ανάπτυξης
	Οι περιοχές αφήνονται να λειτουργήσουν με βάση την αγορά	Δυναμική ενίσχυση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος	Εμπλουτισμός και διεύρυνση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος	Παρεμβάσεις χαμηλής έντασης
	Ίδιο τουριστικό πρότυπο	Προβολή του υφιστάμενου προϊόντος	Προβολή του νέου προϊόντος	

Προκειμένου να επιτευχθούν οι τεθέντες στόχοι τουριστικής ανάπτυξης των περιοχών αυτών της Περιφέρειας, σε συνδυασμό με τη γενικότερη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου, ως καταλληλότερο σενάριο είναι το δεύτερο, εκείνο δηλαδή που αναφέρεται στην ενίσχυση της βιωσιμότητας του βασικού προτύπου ανάπτυξης, με αναβάθμιση και εμπλουτισμό του ισχύοντος έστω τουριστικού προϊόντος, αξιοποιώντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα κάθε περιοχής και υιοθετώντας παράλληλα κανόνες ρύθμισης της τουριστικής δραστηριότητας με στόχο την προστασία, βελτίωση και ανάδειξη / αξιοποίηση των υφιστάμενων φυσικών και πολιτιστικών πόρων κάθε περιοχής.

Παράλληλα όμως, ανάλογα με την περιοχή και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της, θα πρέπει να εφαρμοσθούν μέρος / συνιστώσες του τρίτου αλλά και του τέταρτου σεναρίου, οι οποίες αναφέρονται αντίστοιχα στη μερική διαφοροποίηση του τουριστικού προτύπου, με εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, μέσω της ανάπτυξης νέων συμπληρωματικών τουριστικών δραστηριοτήτων και με έλεγχο / ρύθμιση της τουριστικής ανάπτυξης, μέσω εφαρμογής / θέσπισης περιβαλλοντικών κριτηρίων αξιοποίησης των φυσικών και πολιτιστικών πόρων κάθε περιοχής.

Γ. ΑΝΑΞΙΟΠΟΙΗΤΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ/ ΖΩΝΕΣ

Οι περιοχές αυτές διαφοροποιούνται σε σχέση με τις δύο προηγούμενες κατηγορίες, καθώς πρόκειται στην ουσία για περιοχές (ορεινές ή παραθαλάσσιες) που χαρακτηρίζονται από ελάχιστη παρουσία ή παντελή απουσία τουριστικής δραστηριότητας. Εδώ, βασικός στόχος είναι η διαφύλαξη του χαρακτήρα των περιοχών αυτών και η ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων με την αξιοποίηση των ιδιαίτερων συγκριτικών της πλεονεκτημάτων. Ως εκ τούτου, εξετάζονται τρία σενάρια:

Το πρώτο σενάριο, όπως και στις δύο προηγούμενες κατηγορίες περιοχών, διατηρεί τις υπάρχουσες τάσεις, οι οποίες όμως δεν φαίνεται να προάγουν την τουριστική αξιοποίηση των περιοχών. Η τουριστική αγορά, για διάφορους λόγους, δεν παρουσιάζει ζήτηση για τις περιοχές αυτές, που στην πραγματικότητα δεν έχουν αναπτύξει τουριστική δραστηριότητα.

Το δεύτερο σενάριο υιοθετεί ένα ήπιο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης, με σεβασμό στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους των περιοχών αυτών. Ειδικότερα, περιλαμβάνει θεσμικές ρυθμίσεις για τον έλεγχο και προσανατολισμό της τουριστικής ανάπτυξης και στην ουσία προλαμβάνει και προσδιορίζει το τουριστικό πρότυπο, ενώ παράλληλα ενσωματώνει τη στήριξη και ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού, με παρεμβάσεις για μικρής κλίμακας τουριστικές υποδομές. Στην περίπτωση αυτή, προκειμένου οι συγκεκριμένες περιοχές να αποκτήσουν μια δυναμική τουριστικής ανάπτυξης, απαιτείται η έντονη δραστηριοποίηση των δημόσιων φορέων για ενίσχυση / δημιουργία των κατάλληλων βασικών υποδομών, την εφαρμογή κινήτρων κινητοποίησης του ιδιωτικού τομέα για ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, με παράλληλες ρυθμιστικές / θεσμικές και διοικητικές παρεμβάσεις για προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων των περιοχών αυτών.

Η εφαρμογή του τρίτου σεναρίου περιλαμβάνει επιλεκτικές έντονες παρεμβάσεις τουριστικής ανάπτυξης τόσο στις παραθαλάσσιες περιοχές, όσο και στις ορεινές, η κλίμακα και η ένταση των οποίων θα προσδιορισθεί στο πλαίσιο ενός ολοκληρωμένου χωροταξικού, αναπτυξιακού και τουριστικού σχεδιασμού. Οι παρεμβάσεις αυτές θα προσδιορίσουν εκ νέου την αναπτυξιακή κατεύθυνση των περιοχών αυτών, αναπροσανατολίζοντας πιθανά το όποιο τουριστικό ή αναπτυξιακό πρότυπο διαφαίνεται.

Τα σενάρια για τις αναξιοποίητες περιοχές παρουσιάζονται συνοπτικά στον Πίνακα που ακολουθεί:

ΣΕΝΑΡΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ	1ο σενάριο	2ο σενάριο	3ο σενάριο
	Σενάριο των τάσεων	Σενάριο της διαφύλαξης και διατήρησης του χαρακτήρα των περιοχών	Επιλεκτικές παρεμβάσεις τουριστικής ανάπτυξης
	Ίδιος ρυθμός ανάπτυξης	Θεσμικές ρυθμίσεις για τον έλεγχο και προσανατολισμό της ανάπτυξης	Χωροταξικός και τουριστικός σχεδιασμός
	Οι περιοχές αφήνονται να λειτουργήσουν με βάση την αγορά	Ενίσχυση ήπιων παρεμβάσεων για δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού	Νέες τουριστικές υποδομές
		Προβολή του τουριστικού προϊόντος	Προβολή του νέου τουριστικού προϊόντος

Κατόπιν αυτών, για την τουριστική ανάπτυξη αυτής της τυπολογίας περιοχών της Περιφέρειας Πελοποννήσου, το πλέον κατάλληλο είναι το δεύτερο σενάριο, τουλάχιστον για τις περισσότερες περιοχές, με εφαρμογή έντονων παράλληλων παρεμβάσεων για προώθηση / ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας μέσα στο πλαίσιο του μέχρι σήμερα αναπτυξιακού προτύπου των περιοχών αυτών, σύμφωνα με τα συγκριτικά πλεονεκτήματα καθεμιάς από αυτές, με παράλληλα αυστηρά μέτρα ρύθμισης και ελέγχου της αναπτυξιακής διαδικασίας.

Σε ειδικές περιπτώσεις μπορεί να εφαρμοσθεί το τρίτο σενάριο με επιλογή τέτοιων δράσεων σημαντικής έντασης, οι οποίες διαφοροποιούν ριζικά το μέχρι σήμερα αναπτυξιακό πρότυπο των συγκεκριμένων περιοχών.

1.4 ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Με βάση τους γενικούς στόχους που τίθενται τόσο σε εθνικό, όσο και σε περιφερειακό επίπεδο και τον προσδιορισμό των ειδικών στόχων ανά κατηγορία περιοχής όπως αναλύθηκε στην προηγούμενη ενότητα (1.3) οι Άξονες Δράσης και τα Μέτρα Πολιτικής του τουρισμού για την Περιφέρεια Πελοποννήσου παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.2. και διαμορφώνονται αναλυτικά ως εξής:

1. Αναβάθμιση, Διεύρυνση / Μεγέθυνση της Τουριστικής Προσφοράς

Στο πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής το τουριστικό προϊόν αντιπροσωπεύεται από την τουριστική προσφορά της συγκεκριμένης περιοχής, δηλαδή το σύνολο των τουριστικών πόρων που τη χαρακτηρίζουν, όπως οι τουριστικές υποδομές, οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι, το ανθρώπινο δυναμικό κ.λπ.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου παρουσιάζει πολλές και σημαντικές δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης λόγω του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου που διαθέτει. Ο συνδυασμός της θάλασσας και των φυσικών τοπίων με τα πλούσια αρχαιολογικά, ιστορικά και άλλα πολιτιστικά μνημεία αποτελούν τους παράγοντες προσέλκυσης και μετακίνησης του τουρίστα προς την Περιφέρεια. Παρ' όλα αυτά τα σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτει, ο τουρισμός στην Περιφέρεια δεν έχει αναπτυχθεί στο βαθμό που θα μπορούσε. Αυτό ανάμεσα σε άλλα οφείλεται:

- α. στο χαμηλό επίπεδο της ξενοδοχειακής υποδομής, το οποίο σε κάποιες περιοχές υποβαθμίζεται περαιτέρω τα τελευταία χρόνια,
- β. στην έλλειψη υπηρεσιών υψηλής ποιότητας προς τους τουρίστες, και
- γ. στην ύπαρξη πολλών αναξιοποίητων περιοχών, τόσο στον ορεινό, όσο και στον παραθαλάσσιο χώρο.

Παράλληλα, η απουσία καλής οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων και η έλλειψη επαρκώς εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού επιβαρύνουν επιπλέον την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος.

Με βάση τα παραπάνω προβλήματα και την γενικότερη τουριστική στρατηγική σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, μέσω του πρώτου Άξονα επιχειρείται η

αναβάθμιση, η διεύρυνση αλλά και η μεγέθυνση της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Πελοποννήσου, μέσω:

- α. της αναβάθμισης και του εκσυγχρονισμού των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων (ξενοδοχεία Γ' τάξης, ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα, κάμπινγκς κ.α.) με την αναβάθμιση τους σε ανώτερη κατηγορία.
- β. της δημιουργίας νέων τουριστικών καταλυμάτων υψηλής ποιότητας, ειδικά στις περιοχές με χαρακτηριστικά δυναμικής τουριστικής ανάπτυξης.
- γ. της ενίσχυσης της μετατροπής των παραδοσιακών και αρχιτεκτονικών κτισμάτων που παρουσιάζουν ενδιαφέρον σε τουριστικά καταλύματα υψηλής ποιότητας με έμφαση στις ορεινές περιοχές που παρουσιάζουν ιδιαίτερα αρχιτεκτονικά στοιχεία και αξιόλογα φυσικά χαρακτηριστικά.
- δ. με την ενσωμάτωση επιπρόσθετων υπηρεσιών, την εισαγωγή και χρήση νέων τεχνολογιών, τη δημιουργία αναγκαίων έργων για την προστασία του περιβάλλοντος, τη χρήση συστημάτων ποιότητας και ελέγχου των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Παράλληλα, στο πλαίσιο του άξονα επιδιώκεται η ενίσχυση του συνόλου των τουριστικών επιχειρήσεων (πλην ξενοδοχείων) που δραστηριοποιούνται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου με δράσεις που αφορούν, στον εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού τους, στην αναβάθμιση των υπηρεσιών τους μέσω της υιοθέτησης συστημάτων διασφάλισης ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και ελέγχου αυτών, της χρήσης νέων τεχνολογιών, της ανταλλαγής και διάδοσης καλών πρακτικών μέσω δικτυώσεων ή χρήσης άλλων μεθόδων όπως συναντήσεις, ημερίδες και συνέδρια και της εκπόνησης μελετών για εντοπισμό των αναγκών τους και την προσαρμογή τους στα νέα διεθνή δεδομένα. Όλα τα παραπάνω συνθέτουν ένα πλέγμα αξιοποιήσιμων δυνατοτήτων για την αναβάθμιση του προσφερόμενου προϊόντος και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό, αλλά και διεθνές επίπεδο.

Η επίτευξη των παραπάνω στόχων μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσα από εξειδικευμένα Μέτρα Πολιτικής. Ειδικότερα προβλέπεται:

- Η ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για τη δημιουργία υψηλής ποιότητας τουριστικών καταλυμάτων.
- Η ενίσχυση του εκσυγχρονισμού και της αναβάθμισης των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων.
- Η ενθάρρυνση και ενίσχυση της μετατροπής παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα.

- Η ενίσχυση της αναβάθμισης της οργάνωσης και λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων.

Τα Μέτρα Πολιτικής του Άξονα βρίσκονται σε άμεση συνάφεια με τους στόχους, τόσο της εθνικής, όσο και της περιφερειακής στρατηγικής που αναφέρονται στην αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, μέσω της δημιουργίας και του εκσυγχρονισμού των τουριστικών καταλυμάτων και της αναβάθμισης των τουριστικών επιχειρήσεων.

2. Προώθηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Η αντίληψη που υπήρχε την περασμένη δεκαετία για την ικανοποίηση των βασικών αναγκών του τουρίστα (διανυκτέρευση και διατροφή) δεν ισχύει πια. Η τουριστική μετακίνηση πραγματοποιείται συχνά και για έναν συγκεκριμένο σκοπό έτσι ώστε ο τουρίστας αφενός επωφελείται από τους τουριστικούς πόρους της συγκεκριμένης περιοχής, αφετέρου επιθυμεί την πραγματοποίηση μιας σειράς ειδικών δραστηριοτήτων.

Η ανάπτυξη κυρίως των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, λόγω των πλούσιων πόρων που διαθέτει η Περιφέρεια Πελοποννήσου, μπορεί να αποτελέσει βασικό στοιχείο της τουριστικής προσφοράς είτε συμπληρώνοντας το προϊόν που ήδη υπάρχει (π.χ. θαλάσσιος τουρισμός), είτε δημιουργώντας ένα αυτοδύναμο προϊόν, μέσω της δημιουργίας κατάλληλων υποδομών (π.χ. οικολογικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας, συνεδριακός τουρισμός).

Στόχος των δράσεων του Άξονα είναι η προώθηση των ειδικών μορφών τουρισμού και η ενσωμάτωσή τους στο υφιστάμενο προϊόν. Η πραγματοποίηση του στόχου αυτού μπορεί να επιτευχθεί μέσω της δημιουργίας κατάλληλων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού, όπως για παράδειγμα υποδομές για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας (ιαματικά κέντρα, κέντρα υγείας), του επαγγελματικού τουρισμού (συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα), του εναλλακτικού τουρισμού (αγροτουριστικές μονάδες, ορειβατικά ή περιπατητικά μονοπάτια, οικοτουρισμός), του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων (ανάπτυξη του τουρισμού γκολφ, του τουρισμού περιπέτειας, άθλησης). Η υλοποίηση αυτών των δράσεων μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε από δημόσιους φορείς, είτε από ιδιώτες επενδυτές.

Παράλληλα η ενίσχυση και η βελτίωση των αναγκαίων τουριστικών υποδομών όπως τα χιονοδρομικά κέντρα, οι μαρίνες, τα αγκυροβόλια βοηθούν περαιτέρω την

ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού, όπως ο χιονοδρομικός, ο ιστιοπλοϊκός (yachting) εμπλουτίζοντας επιπλέον το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας.

Προϋπόθεση για την ανάπτυξη των νέων αυτών μορφών τουρισμού είναι καταρχήν η ευαισθητοποίηση των ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων προκειμένου να γνωρίσουν τις νέες μορφές τουρισμού και να αξιοποιήσουν τα πλεονεκτήματά τους, η ενίσχυση των ιδιωτών επενδυτών / επιχειρήσεων για ανάληψη πρωτοβουλίας εφαρμογής και υλοποίησης των ειδικών μορφών τουρισμού και η προώθησή τους μέσω της προσέλκυσης ειδικών ομάδων τουρισμού ή «ομάδων-στόχου».

Ειδικότερα τα Μέτρα Πολιτικής που υλοποιούν τους στόχους του εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος αφορούν στα εξής:

- Στην ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού.
- Στην ανάπτυξη των δημόσιων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού.
- Στην ευαισθητοποίηση, ενημέρωση και υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού.

Οι στόχοι που τίθενται στον δεύτερο Άξονα Δράσης και στα αντίστοιχα Μέτρα Πολιτικής που υιοθετούνται, ανταποκρίνονται στους στόχους τόσο της εθνικής, όσο και της περιφερειακής πολιτικής που αναφέρονται στον εμπλουτισμό, στην σύνθεση και στην διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στη βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Ταυτόχρονα, επιτυγχάνεται ο στόχος της μείωσης της εποχικότητας του προσφερόμενου προϊόντος, μέσω της δημιουργίας προϋποθέσεων για κατανάλωση ετερογενών τουριστικών προϊόντων, τα οποία ανταποκρίνονται σε ειδικά ενδιαφέροντα / ειδικές ομάδες - στόχους που ενεργοποιούνται με βάση τα κίνητρά τους και τα οποία μπορούν να καταναλωθούν καθ' όλη την διάρκεια του έτους και δεν περιορίζονται στην κλασσική τουριστική περίοδο που χαρακτηρίζει τη χώρα μας, αλλά και την Περιφέρεια Πελοποννήσου.

3. Ρύθμιση της Ανάπτυξης και Προστασία και Ανάδειξη των Τουριστικών Πόρων

Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι αποτελούν βασικά στοιχεία που προσελκύουν τους τουρίστες να παραμείνουν σε μία περιοχή για να περάσουν τις διακοπές τους. Εννοιολογικά το προσφερόμενο αυτό προϊόν χαρακτηρίζεται ως «πρωτογενές» και περιλαμβάνει κάθε φυσικό στοιχείο (π.χ. θάλασσα, ακτές, κλίμα, περιοχές με ιδιαίτερο φυσικό ενδιαφέρον – υδροβιότοποι κ.α.), ανθρώπινη δραστηριότητα ή προϊόν της ανθρώπινης δραστηριότητας (πολιτισμός, μνημεία, μουσεία, ήθη και έθιμα, παραδοσιακοί οικισμοί κ.α.) που είναι σε θέση να προκαλέσουν την τουριστική μετακίνηση.

Η τουριστική ανάπτυξη μέσω ενεργειών και παρεμβάσεων ρύθμισης και μέσω της διατήρησης και ανάδειξης των πόρων αυτών σε συνδυασμό με τις κατάλληλες δράσεις προβολής θα επιτύχουν τους στόχους της αειφόρου διαχείρισης, του εμπλουτισμού της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος και της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

Στόχος του Άξονα είναι να προβλεφθούν όλα τα αναγκαία μέτρα, θεσμικά και διοικητικά, για την προστασία αλλά και την ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, μέσω δράσεων όπως η θεσμοθέτηση προστατευόμενων περιοχών, η κήρυξη παραδοσιακών οικισμών, ο προσδιορισμός των κατάλληλων φορέων για την διαχείριση των φυσικών πόρων ή την εκμετάλλευση των πολιτιστικών πόρων, ο καθορισμός απαιτούμενων προδιαγραφών για τον τρόπο ανάδειξης των πόρων αυτών. Επιπρόσθετα η εκπόνηση μέτρων σχεδιασμού και χωροταξίας που αφορούν στο δομημένο περιβάλλον, διαχειριστικών σχεδίων και μελετών, αναπτυξιακών μελετών ή/και περιβαλλοντικών μελετών ενισχύουν επιπρόσθετα τους στόχους του Άξονα.

Η ενίσχυση δράσεων υπέρ της προστασίας και ανάδειξης των πόρων που παρουσιάζουν τουριστικό ενδιαφέρον είτε από δημόσιους φορείς, είτε από ιδιώτες επενδυτές αποτελούν το σημαντικότερο παράγοντα για την διατήρηση του «υγιούς περιβάλλοντος», το οποίο αποτελεί σήμερα την σημαντικότερη μεταβλητή της τουριστικής ανάπτυξης. Μέσω του παρόντος Άξονα προτείνεται η ενεργοποίηση δημόσιων επενδύσεων για την προστασία και ανάδειξη συγκεκριμένων φυσικών τόπων και μνημείων της φύσης, του δασικού πλούτου και της παραλιακής ζώνης, καθώς και η προστασία και αξιοποίηση πολιτιστικών μνημείων και τόπων με ιστορικό ενδιαφέρον, τα οποία αποτελούν σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα

για την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας. Προς την αυτή κατεύθυνση προβλέπεται η ενίσχυση και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας για την ανάληψη δράσεων προστασίας ιδιωτικών δασών, αποκατάστασης αξιόλογων ιδιωτικών ιστορικών κτισμάτων ή μνημείων και την αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος της Περιφέρειας και των κατά τόπου περιοχών.

Με βάση τα όσα αναλύθηκαν παραπάνω διατυπώνονται Μέτρα Πολιτικής για την προστασία και την ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων τα οποία αφορούν στα εξής:

- Στην εκπόνηση των αναγκαίων μελετών ρύθμισης και ελέγχου της ανάπτυξης και στη λήψη των απαιτούμενων θεσμικών και διοικητικών ρυθμίσεων.
- Στην χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών πόρων.
- Στην χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων
- Στην ενίσχυση ενεργειών και πρωτοβουλιών για την προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων.

Ο σχεδιασμός και η στρατηγική του συγκεκριμένου Άξονα Δράσης για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας Πελοποννήσου, ως προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα, εξυπηρετεί τους στόχους της εθνικής και περιφερειακής στρατηγικής και σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες δράσεις και μέτρα που προβλέπονται να εφαρμοστούν, ενισχύουν την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας.

4. Ανάπτυξη / Βελτίωση Βασικών Τεχνικών, Κοινωνικών Υποδομών και Υπηρεσιών

Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι θα στερούνταν τουριστικής χρησιμότητας εάν δεν υπήρχε η δυνατότητα καταρχήν μετακίνησης προς αυτούς και κατά δεύτερο «διευκόλυνσης», δηλαδή κάλυψης βασικών αναγκών (διαμονή-διατροφή) και δευτερογενών αναγκών - αλλά εξίσου σημαντικών - (μετακινήσεις, αστικές υποδομές, κοινωνικές υποδομές, επικοινωνίες, γραφεία πληροφόρησης / εξυπηρέτησης, κ.α.). Η «δευτερογενής» τουριστική προσφορά αποτελεί δυναμικό στοιχείο του τουριστικού συστήματος και ενεργοποιεί θετικά την τουριστική ζήτηση.

Για παράδειγμα το μεταφορικό δίκτυο (δρόμοι, λιμάνια, σιδηροδρομικές και άλλες μεταφορές), τα δίκτυα ύδρευσης, ηλεκτροδότησης, αποχέτευσης, συλλογής

απορριμμάτων, οι τηλεπικοινωνίες και τα ταχυδρομεία, οι διοικητικές υπηρεσίες, οι υπηρεσίες ασφάλειας και το σύστημα υγείας διευκολύνουν και επιτρέπουν σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων, χωρίς κατά ανάγκη να αναφέρονται σε αυτές. Κρίνονται όμως απαραίτητες για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και γίνονται επιτακτικές σε περιοχές όπου παρουσιάζονται περίοδοι αιχμής της τουριστικής δραστηριότητας.

Στόχος του τέταρτου Άξονα Δράσης είναι η κάλυψη των ελλείψεων που παρουσιάζουν οι τεχνικές και κοινωνικές υποδομές της Περιφέρειας που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό και η κάλυψη της ανεπάρκειας παροχής βασικών υπηρεσιών προς τον τουρίστα / επισκέπτη.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών μετακινείται προς και μέσα στην Περιφέρεια οδικώς. Η βελτίωση του εθνικού αλλά κυρίως του επαρχιακού οδικού δικτύου που συνδέει τους τουριστικούς πόρους αποτελεί βασικό παράγοντα τουριστικής ανάπτυξης. Η συμπλήρωση και ενίσχυση των λιμενικών και σιδηροδρομικών μεταφορών, η σύνδεση και η εύκολη πρόσβαση προς και από τους τουριστικούς πόρους βελτιώνουν την ελκυστικότητα του προσφερόμενου προϊόντος και επιτυγχάνουν τη συγκέντρωση μεγαλύτερου αριθμού τουριστών.

Παράλληλα η βελτίωση των αστικών υποδομών και η αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων, όπως προαναφέρθηκαν και παραπάνω, ιδιαίτερα στις περιοχές με αυξημένη τουριστική κίνηση στις περιόδους αιχμής, θεωρείται απαραίτητη προκειμένου ο τουρίστας να νιώθει ότι περιβάλλεται από ένα ποιοτικό τρόπο ζωής και ταυτόχρονα η ζώνη ή περιοχή υποδοχής να μπορεί να «ανεχθεί» το βάρος και να εξυπηρετήσει τον μεγάλο αριθμό τουριστών χωρίς την δημιουργία δυσφορίας στους κατοίκους. Με τον τρόπο αυτό είναι δυνατό να επιτευχθεί η σύζευξη των σχέσεων μεταξύ των δύο κοινοτήτων (τουριστών και ντόπιου πληθυσμού), η οποία αποτελεί βασικό παράγοντα προσέλκυσης του τουρίστα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα των πρόσφατων ερευνών για την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής.

Προς την ίδια κατεύθυνση και με στόχο την προσφορά καλών υπηρεσιών στους τουρίστες σχεδιάζεται η ενίσχυση των κοινωνικών υπηρεσιών με έμφαση στον τομέα της υγείας (πρωτοβάθμια), στον τομέα των διοικητικών υπηρεσιών (ταχυδρομείο, τουριστική αστυνομία κ.α.) και στην δημιουργία συγκοινωνιακών δικτύων και συνδέσεων (μεταφορικών, ακτοπλοϊκών, σιδηροδρομικών) για την εύκολη πρόσβαση στους τουριστικούς πόρους. Επιπρόσθετα, με στόχο την εξυπηρέτηση του τουρίστα προβλέπεται η δημιουργία και η ανάπτυξη συστημάτων

πληροφόρησης και σταθμών αυτοεξυπηρέτησης σε κομβικά σημεία της Περιφέρειας.

Οι στόχοι του Άξονα αναμένεται να υλοποιηθούν μέσω ειδικότερων Μέτρων Πολιτικής που αφορούν:

- Στη ενίσχυση της βελτίωσης των μεταφορικών υποδομών.
- Στην ενίσχυση της βελτίωσης των αστικών τεχνικών υποδομών.
- Στην αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων.
- Στην ενίσχυση της βελτίωσης των κοινωνικών υποδομών.
- Στην ενίσχυση της βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Η ενίσχυση των βασικών τεχνικών και κοινωνικών υποδομών και υπηρεσιών αποτελούν βασικό παράγοντα της τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου και εξυπηρετούν το σύνολο των στόχων που τίθενται στην εθνική και περιφερειακή τουριστική πολιτική.

5. Προβολή και Προώθηση του Τουριστικού Προϊόντος

Η βελτίωση της εικόνας της Περιφέρειας Πελοποννήσου ως τουριστικού προϊόντος αποτελεί στόχο του πέμπτου Άξονα Δράσης της στρατηγικής για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Η αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του περιφερειακού τουριστικού προϊόντος, η διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς με βάση τις τάσεις της ζήτησης, όπως διαμορφώνονται ανταγωνιστικά σε εθνικό, αλλά κυρίως σε διεθνές επίπεδο, ο προσδιορισμός και η προσέλκυση νέων ή αποδοτικότερων αγορών και ομάδων – στόχου, η τόνωση του εσωτερικού τουρισμού, η ενθάρρυνση της συμμετοχής των τοπικών ή/και επαγγελματικών φορέων αποτελούν επιμέρους στόχους του Άξονα.

Η υλοποίηση των παραπάνω στόχων μπορεί να επιτευχθεί μέσω της κατάρτισης ενός στρατηγικού σχεδίου προβολής τόσο σε βραχυχρόνιο, όσο και σε μακροχρόνιο επίπεδο, όπου αξιοποιώντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα θα ορίσει τις ομάδες – στόχο και τα χαρακτηριστικά τους, προκειμένου να τις συνδέσει με το συγκεκριμένο προσφερόμενο προϊόν ανά περιοχή υποδεικνύοντας τις επιμέρους δράσεις και ενέργειες προβολής (εκδόσεις, διαφημιστικές καμπάνιες, διοργάνωση εκδηλώσεων – εκθέσεων κ.λπ.).

Η ενίσχυση της συμμετοχής των φορέων και των μηχανισμών της Περιφέρειας που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και των αντίστοιχων δράσεων προβολής θα συμβάλλουν επιπρόσθετα στην διαμόρφωση της στρατηγικής μάρκετινγκ και στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού.

Τα Μέτρα Πολιτικής που προβλέπεται να προωθήσουν την διαδικασία προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας αναφέρονται στα εξής:

- Στον σχεδιασμό της στρατηγικής για την προβολή / προώθηση του τουριστικού προϊόντος.
- Στην ενίσχυση και ανάπτυξη φορέων και μηχανισμών προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος.
- Στην ενίσχυση δράσεων προβολής / προώθησης του τουριστικού προϊόντος.

Ο στόχος του Άξονα βρίσκεται σε άμεση συνέργια με τους στόχους και την στρατηγική που τίθενται από τα εθνικά και περιφερειακά όργανα και αναφέρονται στην ενίσχυση της προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με στόχο την προσέλκυση νέων τουριστών και κυρίως την μείωση της εποχικότητας.

6. Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και προώθηση της απασχόλησης

Η αύξηση της απασχολησιμότητας και της προσαρμοστικότητας του εργατικού δυναμικού, μέσω της βελτίωσης και της προσαρμογής των δεξιοτήτων τους στις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται, τόσο στον τουριστικό τομέα, όσο και στους τομείς του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος και η προώθηση τους σε νέες θέσεις εργασίας αποτελούν στόχο του τελευταίου Άξονα Δράσης.

Η κατάρτιση, τόσο των εργαζομένων και των αυτοαπασχολουμένων, όσο και των ανέργων με ενδιαφέρον και γνώση για τον τουριστικό τομέα και η προώθηση στην απασχόληση εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού ικανού να ανταποκριθεί στις υψηλές απαιτήσεις του αναβαθμισμένου μοντέλου που επιχειρείται να αναπτυχθεί στη Περιφέρεια Πελοποννήσου, ενισχύει το στόχο της ποιοτικής αναβάθμισης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Ταυτόχρονα, η ενδυνάμωση του ανθρώπινου δυναμικού μέσω δράσεων κατάρτισης (εργαζομένων, αυτοαπασχολουμένων και ανέργων) σε αντικείμενα που αφορούν τις ειδικές μορφές τουρισμού και η προώθηση των ανέργων σε νέες θέσεις που θα δημιουργηθούν από την υλοποίηση των αντίστοιχων έργων

αποσκοπούν σε καλύτερες προσφερόμενες υπηρεσίες ενδυναμώνοντας το εργατικό δυναμικό και διευκολύνοντας την πρόσβασή του στην τουριστική αγορά εργασίας.

Η συμβολή εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού θεωρείται απαραίτητη για την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και επιτυγχάνεται μέσω δράσεων κατάρτισης σε αντίστοιχα θεματικά αντικείμενα. Προβλέπεται τόσο η κατάρτιση των εργαζομένων σε τουριστικές επιχειρήσεις, φορείς του δημοσίου τομέα (π.χ. Δήμοι, Νομαρχίες), σε άλλα συλλογικά όργανα ή οργανώσεις που δραστηριοποιούνται στους αντίστοιχους τομείς του τουρισμού, όσο και ανέργων. Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας ως εκροή της υλοποίησης των έργων που αφορούν στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και η στελέχωσή τους με ικανό / εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί επίσης στόχο του Άξονα.

Επίσης η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας μέσω των δράσεων της αυτοαπασχόλησης στους επιμέρους κλάδους του τουρισμού σε συνδυασμό με την κατάρτισή τους σε αντίστοιχα πεδία θα ενισχύσει περαιτέρω την ποιοτική αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Οι στόχοι του Άξονα αναμένεται να υλοποιηθούν μέσω δύο Μέτρων Πολιτικής. Ειδικότερα προβλέπεται:

1. Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού.
2. Προώθηση των ανέργων σε δράσεις απασχόλησης.

Τα Μέτρα Πολιτικής του συγκεκριμένου Άξονας Δράσης βρίσκονται σε άμεση συνάφεια με τους στόχους και της εθνικής και της περιφερειακής στρατηγικής που αφορούν στην αναδιάρθρωση της αρχικής και επαγγελματικής κατάρτισης, μέσω των δράσεων κατάρτισης και προώθησης της απασχόλησης στον τομέα του τουρισμού.

Οι προτεινόμενοι Άξονες Δράσης και τα Μέτρα Πολιτικής της τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου, όπως έχει ήδη προαναφερθεί, παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.2 της παρούσας ενότητας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2
ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Α/Α ΑΞΟΝΑ	ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ	Α/Α ΜΕΤΡΟΥ	ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ
1	Αναβάθμιση, Διεύρυνση / Μεγέθυνση της Τουριστικής Προσφοράς	1	Ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για τη δημιουργία/ίδρυση υψηλής ποιότητας/τάξης τουριστικών καταλυμάτων
		2	Ενίσχυση του εκσυγχρονισμού και της αναβάθμισης των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων
		3	Ενθάρρυνση και ενίσχυση της μετατροπής παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα
		4	Ενίσχυση της αναβάθμισης της οργάνωσης και λειτουργίας όλων των τουριστικών επιχειρήσεων
2	Προώθηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού	1	Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού
		2	Ανάπτυξη δημοσίων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού
		3	Ευαισθητοποίηση / ενημέρωση και υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού
3	Ρύθμιση της Ανάπτυξης και Προστασία & Ανάδειξη των Τουριστικών Πόρων	1	Μελέτες - Θεσμικές και διοικητικές ρυθμίσεις
		2	Χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών πόρων
		3	Χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων
		4	Ενίσχυση ενεργειών και πρωτοβουλιών για την προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων
4	Ανάπτυξη / Βελτίωση Βασικών Τεχνικών, Κοινωνικών Υποδομών και Υπηρεσιών	1	Ενίσχυση της βελτίωσης των μεταφορικών υποδομών
		2	Ενίσχυση της βελτίωσης των βασικών τεχνικών αστικών υποδομών
		3	Αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων
		4	Ενίσχυση της βελτίωσης των κοινωνικών υποδομών
		5	Ενίσχυση της βελτίωσης των υπηρεσιών
5	Προβολή και Προώθηση του Τουριστικού Προϊόντος	1	Σχεδιασμός της στρατηγικής για την προβολή / προώθηση του τουριστικού προϊόντος
		2	Ενίσχυση / Ανάπτυξη Φορέων / Μηχανισμών Προβολής και Προώθησης του Τουριστικού Προϊόντος
		3	Ενίσχυση δράσεων προβολής / προώθησης του τουριστικού προϊόντος
6	Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και προώθηση της απασχόλησης	1	Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού
		2	Προώθηση της απασχόλησης των ανέργων

2. ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΦΟΡΕΩΝ

2.1 Ο ΘΕΣΜΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Στο πλαίσιο του κεφαλαίου αυτού, θα εξεταστεί ο ρόλος που διαδραματίζουν οι φορείς του Δημοσίου στον τομέα του τουρισμού, τόσο όσον αφορά στη χάραξη τουριστικής πολιτικής όσο και όσον αφορά στην ανάληψη δράσης για την τουριστική ανάπτυξη.

Πρωταρχικό ρόλο στη χάραξη πολιτικής για τον τουρισμό, έχει το Υπουργείο Ανάπτυξης και ο ΕΟΤ.

Το Υπουργείο Ανάπτυξης είναι το αρμόδιο Υπουργείο για θέματα τουρισμού, με κύριο στόχο το σχεδιασμό και την άσκηση τουριστικής πολιτικής. Οι κύριες λειτουργίες που καλείται να ασκήσει έγκεινται στην εποπτεία, το συντονισμό και την υποστήριξη των ακόλουθων Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου:

- Του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)
- Του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδας (Ξ.Ε.Ε.)
- Του Οργανισμού Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο.Τ.Ε.Κ.) όπως μετονομάστηκε η Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών (ΣΤΕ)

Αν και το Υπουργείο Ανάπτυξης διαθέτει οργανισμό ο οποίος προβλέπει υπηρεσίες και αρμοδιότητες στον τομέα του τουρισμού, στην πράξη το σύνολο σχεδόν της διοικητικής παρέμβασης στο χώρο του τουρισμού, ασκείται από τον ΕΟΤ, σκοπός του οποίου είναι η οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του Ελληνικού Τουρισμού.

Οι αρμοδιότητες του Οργανισμού αφορούν στους ακόλουθους τομείς:

- ♦ Κανονιστικές / νομοθετικές ρυθμίσεις, δηλαδή κίνητρα για επενδύσεις, τεχνικές προδιαγραφές για καταλύματα, προδιαγραφές για τη λειτουργία τουριστικών και ναυλομεσιτικών γραφείων, προδιαγραφές για ειδικές τουριστικές υποδομές κλπ.
- ♦ Τουριστικό σχεδιασμό, δηλαδή χάραξη και εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής και διαχείριση των πόρων της Ε.Ε.
- ♦ Ανάπτυξη της τουριστικής υποδομής και ανωδομής
- ♦ Διαχείριση τουριστικών εγκαταστάσεων
- ♦ Επιχορηγήσεις
- ♦ Προβολή

- ♦ Κατάρτιση και εκπαίδευση
- ♦ Έρευνα και εκπόνηση μελετών
- ♦ Οργάνωση Κοινωνικού τουρισμού
- ♦ Διεθνείς σχέσεις
- ♦ Διοργάνωση πολιτιστικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων

Η πολιτική τουριστικής ανάπτυξης του Υπουργείου Ανάπτυξης και ως εκ τούτου και του ΕΟΤ για την τρέχουσα Προγραμματική Περίοδο 2000-2006, εκφράζεται μέσω του τομεακού προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» και τους σχετικούς Άξονες και Μέτρα, όπως παρουσιάζονται στη συνέχεια του κεφαλαίου.

Σε Περιφερειακό επίπεδο, η εφαρμογή της τουριστικής στρατηγικής γίνεται από την Περιφέρεια Πελοποννήσου και τις αρμόδιες υπηρεσίες της και εκφράζεται μέσω του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος (Π.Ε.Π.) Πελοποννήσου 2000-2006. Για την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου ακολουθούνται και εξειδικεύονται περαιτέρω οι στόχοι που έχουν τεθεί σε Εθνικό επίπεδο.

Όπως αναφέρθηκε στο Κεφάλαιο 1.2, η στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας εστιάζεται στη δημιουργία προϋποθέσεων για συμπληρωματικές τουριστικές δραστηριότητες, όπως μεταξύ ορεινού / θεματικού τουρισμού με θαλάσσιο τουρισμό και μεταξύ τουριστικών δραστηριοτήτων με άλλες παραγωγικές / οικονομικές δραστηριότητες.

Η αναπτυξιακή κατεύθυνση της Περιφέρειας Πελοποννήσου τείνει προς την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων με διεύρυνση και αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας, όπως αποτυπώνεται στον τρίτο άξονα προτεραιότητας του Επιχειρησιακού της Προγράμματος, που παρουσιάζεται στη συνέχεια του κεφαλαίου.

Επιπρόσθετα, τα Τομεακά Προγράμματα «Περιβάλλον» και «Πολιτισμός» των αντίστοιχων Υπουργείων, συμβάλουν έμμεσα αλλά με ουσιαστικό τρόπο στην άσκηση της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης.

Το Υπουργείο Περιβάλλοντος διαδραματίζει πρωταρχικής σημασίας ρόλο όσον αφορά στην προστασία του περιβάλλοντος, τόσο σε σχέση με τους θεσμικούς μηχανισμούς όσο και με τα έργα προστασίας και αποκατάστασης του περιβάλλοντος που υλοποιεί. Ως εκ τούτου, η δράση του φορέα σχετίζεται έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη, για την οποία διαγράφονται κατευθυντήριες γραμμές μέσα στο γενικότερο πλαίσιο για την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη, η οποία αποτελεί στόχο του Γ' ΚΠΣ.

Η στρατηγική του Υπουργείου Περιβάλλοντος για την Προγραμματική Περίοδο 2000-2006, υλοποιείται μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Περιβάλλον», η συνοπτική παρουσίαση του οποίου γίνεται στο αμέσως επόμενο κεφάλαιο.

Το Υπουργείο Πολιτισμού διαδραματίζει επίσης κυρίαρχο ρόλο στον τομέα της τουριστικής ανάπτυξης, καθώς η πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί βασικό παράγοντα προσέλκυσης του τουριστικού ενδιαφέροντος στη χώρα. Ο πλούτος των μνημείων, των αρχαιολογικών χώρων και διαδρομών, αποτελεί αυτοτελές έρεισμα για την ανάπτυξη υψηλής ποιότητας και δωδεκάμηνης διάρκειας πολιτιστικού τουρισμού, τόσο στα μεγάλα αστικά κέντρα όσο και στην περιφέρεια. Η στρατηγική του Υπουργείου Πολιτισμού για την τρέχουσα Προγραμματική Περίοδο, θα υλοποιηθεί μέσα από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Πολιτισμός» καθώς και από έργα και ενέργειες που θα ενταχθούν στα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, στο Ε.Π «Κοινωνία της Πληροφορίας», το Ε.Π «Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση» καθώς και τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες. Συνοπτική παρουσίαση των σχετικών Προτεραιοτήτων του Ε.Π Πολιτισμός γίνεται στο αμέσως επόμενο κεφάλαιο.

Πρέπει στο σημείο αυτό να επισημανθεί ότι, με δεδομένη τη στρατηγική που έχει υιοθετηθεί σε εθνικό επίπεδο στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ περί «βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας με στόχο την αειφόρο ανάπτυξη», οι δράσεις που σχετίζονται, είτε άμεσα, είτε έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη, διέπουν την πολιτική ενός μεγάλου αριθμού δημοσίων φορέων, πλην των προαναφερθέντων. Ανάμεσα σε αυτούς διακρίνονται το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων, το Υπουργείο Εσωτερικών Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, το Υπουργείο Γεωργίας με τις αντίστοιχες δράσεις που υλοποιούνται, τόσο στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού του Προγράμματος «Αγροτική Ανάπτυξη - Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου», όσο και στο πλαίσιο της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας «Leader +», το Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών καθώς και τα Υπουργεία Δημόσιας Τάξης και Υγείας Πρόνοιας.

2.2 ΚΑΘΟΡΙΣΜΕΝΟΙ ΔΗΜΟΣΙΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΓΙΑ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΟΥ Γ' ΚΠΣ

Με βάση τα προαναφερθέντα για τους Φορείς του Δημοσίου που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη, στην Ενότητα αυτή θα γίνει αναφορά στους σχετικούς Άξονες Προτεραιότητας, στα Μέτρα και τις Δράσεις καθώς και στους φορείς που ορίζονται ως Τελικοί Δικαιούχοι από τα Επιχειρησιακά Προγράμματα του Γ' ΚΠΣ και ειδικότερα από το Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα» και το ΠΕΠ «Πελοποννήσου». Επιπρόσθετα, γίνεται αναφορά σε Άξονες και σε Προτεραιότητες των Τομεακών Προγραμμάτων «Περιβάλλον» και «Πολιτισμός», τα οποία είτε άμεσα, είτε έμμεσα συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη.

Στους Πίνακες 2.1 και 2.2, που παρατίθενται στη συνέχεια του κειμένου, έχει γίνει επιλογή των Μέτρων σύμφωνα με τις επιμέρους δράσεις που προβλέπονται ενδεικτικά σε κάθε Μέτρο των δύο Επιχειρησιακών Προγραμμάτων «Ανταγωνιστικότητα» και «Πελοποννήσου», τα οποία βρίσκονται σε άμεση συνέργια με την ανάπτυξη του τουρισμού.

Α. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα»

Στρατηγικός στόχος του Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα», είναι η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού, μέσω της αναβάθμισης και του εκσυγχρονισμού των προσφερόμενων υπηρεσιών και της αντιμετώπισης της εποχικότητας των τουριστικών δραστηριοτήτων στη χώρα.

Ο στόχος αυτός αναμένεται να επιτευχθεί μέσω δύο κυρίως αξόνων προτεραιότητας:

♦ Άξονας 2: Στήριξη και ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας

Στον Άξονα αυτό, όσον αφορά στον τομέα του τουρισμού, επιδιώκεται η αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών που αφορά σε όλους τους τομείς που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν και στη διατήρηση του επιπέδου της ποιότητας αυτής, μέσω του ολοκληρωμένου εκσυγχρονισμού των εγκαταστάσεων και της οργάνωσης των αντίστοιχων επιχειρήσεων. Το Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα» δεν θα χρηματοδοτήσει δημιουργία νέων ξενοδοχειακών κλινών. Η διάθεση ενισχύσεων σε νέες ξενοδοχειακές κλίνες, ακόμη και όταν καλύπτεται από αμιγώς εθνικούς πόρους ή από τα ΠΕΠ, πραγματοποιείται και θα συνεχίσει να πραγματοποιείται μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου. Οι σχετικές δράσεις για

εκσυγχρονισμό του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος περιλαμβάνονται στο Μέτρο 2.2, με τελικούς δικαιούχους το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών και Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης (ΕΦΔ) με βάση το σχεδιασμό, τις προδιαγραφές, την παρακολούθηση και τον έλεγχο του ΕΟΤ. Παράλληλα, στο Μέτρο 2.5 του ίδιου Άξονα, περιλαμβάνονται δράσεις για τον οργανωτικό εκσυγχρονισμό των ΜΜΕ, οι οποίες συμβάλλουν στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, με Τελικό Δικαιούχο τη Γ.Γ. Βιομηχανίας και Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης.

♦ Άξονας 5: Διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος-προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού

Μέσω του συγκεκριμένου Άξονα επιδιώκεται η υλοποίηση των προτεραιοτήτων που τίθενται στο Γ' ΚΠΣ και αναφέρονται στον εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος, στην ενίσχυση της προσπάθειας για την προβολή της Χώρας και στη μείωση της εποχικότητας που παρουσιάζει ο συγκεκριμένος τομέας.

Στον Άξονα αυτό περιλαμβάνονται όλες οι δράσεις που στοχεύουν στη διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, μέσω της ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού, καθώς και στην εξειδικευμένη προβολή για την προσέλκυση ειδικών τμημάτων της ζήτησης και τη χρονική ανακατανομή της. Οι δράσεις που υλοποιούν τους στόχους του Άξονα περιλαμβάνονται στα Μέτρα 5.1, 5.2 και 5.3.

Οι Δημόσιοι φορείς που έχουν οριστεί ως Τελικοί Δικαιούχοι για τις δράσεις των Μέτρων αυτών είναι:

- το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών για το Μέτρο 5.1 και τις δράσεις που σχετίζονται με ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για ειδικές τουριστικές υποδομές,
- ο ΕΟΤ σε συνεργασία με το Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων για τις Δημόσιες επενδύσεις (δίκτυα πολιτιστικού τουρισμού) του Μέτρου 5.2 και Ενδιάμεσοι Φορείς Διαχείρισης για τις ιδιωτικές επενδύσεις του ίδιου Μέτρου,
- όσον αφορά στις δράσεις προβολής του τουριστικού προϊόντος του Μέτρου 5.3, Τελικός Δικαιούχος είναι ο ΕΟΤ.

♦ Άξονας 8: Ανθρώπινοι Πόροι

Εκτός όμως από τα Μέτρα και τις σχετικές δράσεις των Αξόνων Προτεραιότητας που αναφέρθηκαν, εξίσου σημαντική και ουσιαστική για την επίτευξη των στόχων του Ε.Π. σε σχέση με τον τουρισμό, είναι η συμβολή του Άξονα 8 «Ανθρώπινοι Πόροι» και ειδικότερα του Μέτρου 8.1 «Εκπαίδευση και κατάρτιση στον τομέα του τουρισμού».

Μέσω του Άξονα αυτού, επιδιώκεται, για τον τομέα του Τουρισμού, η εφαρμογή της προτεραιότητας που τίθεται στο Γ' ΚΠΣ και αναφέρεται στην αναδιάρθρωση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης. Στο σχετικό Μέτρο περιλαμβάνονται όλες οι δράσεις που αφορούν στο ανθρώπινο δυναμικό και στοχεύουν στην υλοποίηση της επιδιωκόμενης μέσω του ΕΠΑΝ βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού.

Ως Τελικοί Δικαιούχοι των δράσεων του Μέρους 8.1 έχουν οριστεί:

- η Γ.Γ Τουρισμού του ΥΠΑΝ για τις δράσεις που αφορούν σε ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας και σε δημοσιότητα,
- ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο.Τ.Ε.Κ.) για όλες τις δράσεις κατάρτισης,
- Ενδιάμεσος Φορέας Διαχείρισης για τη δράση που αφορά στην κατάρτιση των εργαζομένων στις επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου.

Στον Πίνακα 2.1 που έπεται, παρατίθενται όλα τα Μέτρα και οι δράσεις των Αξόνων Προτεραιότητας που προαναφέρθηκαν. Επιπρόσθετα, συμπεριλαμβάνονται ο Άξονας 1 «Βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος», ο οποίος στα Μέτρα 1.3 και 1.4 περιλαμβάνονται δράσεις που σχετίζονται με την απλοποίηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και με τη δημιουργία δομών στήριξης των ΜΜΕ και ο Άξονας 3 «Προώθηση της επιχειρηματικής αριστείας», όπου μέσω του Μέρους 3.2 ενισχύει τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και ειδικότερα την προώθηση της επιχειρηματικής αριστείας στις τουριστικές επιχειρήσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1
ΜΕΤΡΑ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ Ε.Π. "ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ"
ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΜΕΣΗ Ή ΕΜΜΕΣΗ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σελ 1 - 57

Σελ 2 -58

Β. Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Πελοποννήσου

Για την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας Πελοποννήσου, το ΠΕΠ Πελοποννήσου εξειδικεύει τους σχετικούς στόχους του ΚΠΣ, ως εξής:

- ♦ εκσυγχρονισμό και αναβάθμιση της υφιστάμενης τουριστικής υποδομής
- ♦ δημιουργία και βελτίωση των υποδομών για την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού
- ♦ εκσυγχρονισμό και αναβάθμιση των τουριστικών επιχειρήσεων
- ♦ ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού

Οι στόχοι αυτοί αναμένεται να επιτευχθούν κυρίως μέσω του τρίτου Άξονα Προτεραιότητας του ΠΕΠ για την «Ενίσχυση και αναβάθμιση της τουριστικής δραστηριότητας». Παράλληλα όμως, προκειμένου να βελτιωθεί η ελκυστικότητα της Περιφέρειας ως τουριστικού προορισμού γενικότερα, είναι απαραίτητη η υλοποίηση παρεμβάσεων στο πλαίσιο και των λοιπών Αξόνων /Μέτρων του ΠΕΠ, όπως παρατίθενται στον Πίνακα 2.2 που έπεται. Επιπρόσθετα, αναγκαία θεωρείται η ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού της Περιφέρειας για την υποστήριξη ενός νέου, υψηλής ποιότητας τουριστικού προϊόντος.

Ακολουθεί συνοπτική παρουσίαση του Άξονα 3 και των καθορισμένων ως Τελικών Δικαιούχων Δημοσίων Φορέων, όπως ορίζονται στο Συμπλήρωμα Προγραμματισμού του ΠΕΠ Πελοποννήσου.

♦ Άξονας 3: Ενίσχυση και αναβάθμιση της τουριστικής δραστηριότητας.

Στον Άξονα αυτό εξειδικεύεται η στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας, η οποία εστιάζεται στον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση των τουριστικών καταλυμάτων, στην μικρής κλίμακας αύξηση των τουριστικών κλινών σε περιοχές της Περιφέρειας που διαπιστώνεται έλλειψη τέτοιων υποδομών, στην προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων και των μνημείων φυσικού κάλλους, στη δημιουργία και βελτίωση των υποδομών για την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού, στον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση της οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων, με την εφαρμογή καινοτομιών και τέλος, στη δημιουργία μηχανισμών υποστήριξης του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας. Οι καθορισμένοι, από το Συμπλήρωμα Προγραμματισμού του ΠΕΠ, ως Τελικοί Δικαιούχοι, Δημόσιοι Φορείς είναι:

- Το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών, η Περιφέρεια Πελοποννήσου με τις αρμόδιες υπηρεσίες για τις ιδιωτικές τουριστικές υποδομές του Μέτρου 3.1
- Η Περιφέρεια Πελοποννήσου, το Υπουργείο Πολιτισμού με τις αντίστοιχες Εφορίες και τα εποπτευόμενα ΝΠΙΔ, η Τοπική και Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση και

οι αντίστοιχοι φορείς της για τις δράσεις προστασίας και ανάδειξης πόρων του πολιτιστικού περιβάλλοντος και των μνημείων φυσικού κάλλους του Μέτρου 3.2

- Το Υπουργείο Ανάπτυξης, οι αρμόδιες υπηρεσίες της Περιφέρειας Πελοποννήσου και Κοινωνικοί Εταίροι, όπως το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο και η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων για τις δράσεις εκσυγχρονισμού και την αναδιοργάνωση των τουριστικών επιχειρήσεων του Μέτρου 3.3
- Η Διεύθυνση Σχεδιασμού και Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου για τη δημιουργία μηχανισμών υποστήριξης του τουριστικού προϊόντος, που περιλαμβάνονται στο Μέτρο 3.4.

Στον Πίνακα 2.2 που έπεται, παρατίθενται τα Μέτρα και οι δράσεις του Άξονα 3 αλλά και όλων των υπολοίπων Αξόνων που σχετίζονται με τη βελτίωση των βασικών τεχνικών και κοινωνικών υποδομών (Άξονες 1, 2 & 4) καθώς και του Άξονα 5 και ειδικότερα του Μέτρου 5.1 για την κατάρτιση ανέργων και την προώθησή τους σε νέες θέσεις εργασίας στους τομείς του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, που συμβάλλουν με έμμεσο αλλά ουσιαστικό τρόπο στην τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2
ΜΕΤΡΑ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ Π.Ε.Π. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΜΕΣΗ Ή
ΕΜΜΕΣΗ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σελ 1 -61

Σελ 2 -62

Σελ 3 - 63

Γ. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Περιβάλλον"

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Περιβάλλον» (ΕΠΠΕΡ) αποτελεί για την περίοδο 2000-2006 τον κορμό μιας συνολικής παρέμβασης, με στόχο την περιβαλλοντική αναβάθμιση και τη δημιουργία των απαραίτητων προϋποθέσεων για την υλοποίηση και εφαρμογή των αρχών της αειφόρου και βιώσιμης ανάπτυξης.

Σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη, το Υπουργείο Περιβάλλοντος, μέσω του Επιχειρησιακού του Προγράμματος, δύναται να «προσανατολίσει» και να ελέγξει την τουριστική αναπτυξιακή διαδικασία, μέσω:

- ♦ της θεσμοθέτησης Ειδικών Φορέων Διαχείρισης Προστατευόμενων περιοχών,
- ♦ της εγκαθίδρυσης ολοκληρωμένου καθεστώτος προστασίας, διοίκησης και διαχείρισης επιλεγμένων περιοχών Natura και της εκπόνησης σχεδίων δράσης για ιδιαίτερα απειλούμενα είδη της χλωρίδας και πανίδας,
- ♦ της πιλοτικής εφαρμογής δράσεων προστασίας και διαχείρισης οικοσυστημάτων και Τοπίων Ιδιαίτερου φυσικού κάλλους,
- ♦ της εκπόνησης και εφαρμογής χωροταξικών σχεδίων σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, καθώς και σε ζώνες που απαιτούνται ειδικές χωρικές παρεμβάσεις,
- ♦ της εκπόνησης και εφαρμογής (θεσμοθέτησης) μελετών πολεοδομικού σχεδιασμού.

Παρά το γεγονός της έμμεσης σχέσης τους με τον τουρισμό, οι θεσμικές και διοικητικές παρεμβάσεις θεωρούνται εξαιρετικά σημαντικές για την αναπτυξιακή διαδικασία, η οποία ενσωματώνει την τουριστική δραστηριότητα. Οι σχετικές παρεμβάσεις περιλαμβάνονται στους Άξονες 7 και 8 του ΕΠΠΕΡ και ειδικότερα:

- Στο Μέτρο 7.1 «Χωροταξία-Πολεοδομία» του Επιχειρησιακού Προγράμματος περιλαμβάνονται ρυθμίσεις για την εκπόνηση και εφαρμογή του χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού, μέσω των ακόλουθων δράσεων:
 - Χωροταξικός σχεδιασμός εθνικού επιπέδου.
 - Χωροταξικός σχεδιασμός περιφερειακού επιπέδου.
 - Μηχανισμοί ελέγχου και υποστήριξης του χωροταξικού σχεδιασμού.
 - Πολεοδομικές μελέτες.
 - Σχέδια Χωρικής και Οικιστικής Οργάνωσης Ανοικτής Πόλης (ΣΧΟΟΑΠ) και Γενικά Πολεοδομικά Σχέδια (ΓΠΣ) σύμφωνα με τον Ν. 2508/97.

Οι καθορισμένοι ως Τελικοί Δικαιούχοι Δημόσιοι Φορείς για τις δράσεις του Μέτρου 7.1 είναι το ΥΠΕΧΩΔΕ, η Περιφέρεια, η Νομαρχιακή και Τοπική Αυτοδιοίκηση, ΝΠΔΔ εποπτευόμενα από το ΥΠΕΧΩΔΕ, η ΔΕΠΟΣ Α.Ε., η ΕΑΧΑ Α.Ε.

- Στο Μέτρο 8.1 «Προστασία και διαχείριση βιοτόπων-οικοτόπων, προστασία ειδών, περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους», αποτυπώνεται η πολιτική που αφορά στη διαχείριση προστατευόμενων περιοχών. Στο πλαίσιο του Μέτρου αυτού επιδιώκεται η συνολική και ολοκληρωμένη προστασία, διαχείριση και οργάνωση προστατευόμενων φυσικών περιοχών του Εθνικού Δικτύου NATURA 2000, η ολοκληρωμένη διαχείριση προστατευόμενων ειδών, δασικών και άλλων σημαντικών οικοσυστημάτων, τοπίων ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, η προστασία των εδαφών από τη διάβρωση και ερημοποίηση καθώς και η προστασία των υδατικών πόρων από την υφαλμύρωση.

Οι δράσεις που θα υλοποιηθούν στο πλαίσιο του Μέτρου, για την επίτευξη των γενικών και ειδικότερων στόχων αναφέρονται στα εξής:

- Εκπόνηση Ειδικών Περιβαλλοντικών Μελετών / Σχεδίων Διαχείρισης / Μελετών Φορέων Διαχείρισης.
- Οργάνωση Φορέων Διαχείρισης περιοχών αρθ.15 Ν.2742/99.
- Σύστημα παρακολούθησης ποιότητας περιβάλλοντος.
- Εγκατάσταση παρατηρητηρίων, φυλακίων και περιπτέρων ενημέρωσης.
- Έργα αναβάθμισης και προστασίας περιβάλλοντος.
- Έργο παροχής υπηρεσιών αναφορικά με τις προστατευόμενες περιοχές.
- Ενέργειες ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης.
- Κέντρα πληροφόρησης.
- Σήμανση προστατευόμενων ζωνών.
- Διαδρομές ερμηνείας περιβάλλοντος.
- Έργα προστασίας και διαχείρισης ειδών (π.χ. έργα προστασίας βιοτόπων εκτός προστατευόμενων περιοχών).
- Διαχείριση και ανάδειξη βιοτόπων (ολοκλήρωση δράσεων του Β' ΚΠΣ).
- Χαρτογράφηση περιοχών (ολοκλήρωση δράσεων του Β' ΚΠΣ).

Οι Τελικοί Δικαιούχοι ανάλογα με τη φύση και το είδος της πράξης μπορεί να είναι το ΥΠΕΧΩΔΕ, η Περιφέρεια, καθώς και η Νομαρχιακή και Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Δ. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Πολιτισμός"

Όσον αφορά στον τομέα του Πολιτισμού, η αναπτυξιακή στρατηγική του Υπουργείου Πολιτισμού επιδιώκει:

- ♦ Την προστασία-ανάδειξη της Πολιτιστικής Κληρονομιάς και την ανάπτυξη του σύγχρονου πολιτισμού.
- ♦ Την ισόρροπη περιφερειακή ανάπτυξη τόσο στους όρους της προσφοράς, όσο και στη ζήτηση πολιτισμικών αγαθών και υπηρεσιών, λαμβανομένων υπόψη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και αναγκών.

Το Ε.Π «Πολιτισμός» μέσω του οποίου υλοποιείται η στρατηγική του Υπουργείου Πολιτισμού για την Προγραμματική Περίοδο 2000-2006, παρόλο που δεν περιλαμβάνει Άξονες / Μέτρα και δράσεις που να σχετίζονται άμεσα με την τουριστική δραστηριότητα, περιλαμβάνει δράσεις που θα υλοποιηθούν στο πλαίσιο της πρώτης Προτεραιότητας για την «Προστασία και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς», οι οποίες αναμένεται να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στον τομέα του τουρισμού, λόγω της αύξησης της ελκυστικότητας του τουριστικού προϊόντος, ιδίως όσον αφορά σε ομάδες-στόχους, οι οποίες επισκέπτονται τη χώρα με κίνητρο τον πολιτιστικό τουρισμό. Σημαντικές προοπτικές στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού δημιουργούνται, εξάλλου, από την καθιέρωση του θεσμού της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας και τη διοργάνωσή της από τη χώρα μας, γεγονός που έχει συμπεριληφθεί στους στόχους του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Πολιτισμός» και ως εκ τούτου, διέπει όλες τις ενέργειες / έργα που εντάσσονται στο Πρόγραμμα.

2.3 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΦΟΡΕΩΝ

Στο σημείο αυτό θα παρουσιαστούν οι μορφές παρέμβασης των φορέων του Δημόσιου τομέα σε «τομείς» ή κατηγορίες δράσεων ανά Άξονα Δράσης και Μέτρο Πολιτικής του προτεινόμενου Προγράμματος Δράσης, όπως παρουσιάστηκε στο Κεφάλαιο 1.4.

Οι φορείς του Δημόσιου τομέα μπορούν να αντιμετωπιστούν από δύο διαφορετικές σκοπιές: α) αφενός, ως φορείς αρμόδιοι για το Σχεδιασμό ή/και την Εξειδίκευση της εφαρμογής των δράσεων και β) αφετέρου, ως αποδέκτες των δράσεων.

Α) Όσον αφορά στους Δημόσιους Φορείς ως φορείς αρμόδιους για το Σχεδιασμό ή την Εξειδίκευση της εφαρμογής, οι εμπλεκόμενοι φορείς είναι κατά κύριο λόγο φορείς σε Κεντρικό και σε Περιφερειακό επίπεδο και δευτερευόντως, φορείς σε Τοπικό επίπεδο.

Σε κεντρικό επίπεδο πρωτεύοντα ρόλο διαδραματίζει το Υπουργείο Ανάπτυξης και ο ΕΟΤ. Ο ρόλος του Οργανισμού είναι ταυτόχρονα επιτελικός και ρυθμιστικός, καθώς, αφενός, λαμβάνει ενεργό δράση στην εκπόνηση σχεδίων και μελετών για την προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης (π.χ. σχεδιασμός στρατηγικής προβολής), αφετέρου συμμετέχει στη διαδικασία κατάρτισης και εφαρμογής θεσμικών ρυθμίσεων.

Ως ο καθ' ύλην αρμόδιος φορέας - σε κεντρικό επίπεδο - για το σχεδιασμό και την εφαρμογή της τουριστικής στρατηγικής, το Υπουργείο Ανάπτυξης δύναται να εμπλακεί σε δράσεις, τόσο για την αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς και την προώθηση των ειδικών μορφών τουρισμού, όσο και σε δράσεις για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, αλλά και για την προβολή του τουριστικού προϊόντος και την ανάπτυξη των δεξιοτήτων και την προώθηση της απασχόλησης στον τομέα του τουρισμού. Οι δράσεις αυτές ενσωματώνονται στους Άξονες Δράσης 1, 2, 3, 5 και 6 και στα αντίστοιχα Μέτρα Πολιτικής του Προγράμματος Δράσης. Εξαίρεση αποτελεί ο Άξονας 4 για την «Ανάπτυξη / βελτίωση των βασικών τεχνικών, κοινωνικών υποδομών και υπηρεσιών», όπου ο πλέον αρμόδιος φορέας για το σχεδιασμό και την εξειδίκευση των δράσεων, είναι η Περιφέρεια Πελοποννήσου.

Εκτός από το Υπουργείο Ανάπτυξης, στην κατάρτιση της τουριστικής στρατηγικής εμπλέκονται και άλλα Υπουργεία, όπως το Υπ.ΟΙ.Ο, το ΥΠΕΧΩΔΕ, το Υπουργείο Πολιτισμού, το Υπουργείο Γεωργίας, το Υπουργείο Εργασίας και ο ΟΑΕΔ, ενώ δευτερεύοντα ρόλο διαδραματίζει το Υπουργείο Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης

και Αποκέντρωσης, το Υπουργείο Δημόσιας Τάξης και το Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών. Ειδικότερα:

- Το Υπ.ΟΙ.Ο το οποίο διαδραματίζει πρωτεύοντα ρόλο στην ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων, δύναται να εμπλακεί σε όλα τα Μέτρα Πολιτικής του Προγράμματος Δράσης που αφορούν στο σχεδιασμό για τη δημιουργία νέων και αναβάθμιση των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων, όσο και για τη δημιουργία υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού (Άξονες Δράσης 1 και 2).
- Το ΥΠΕΧΩΔΕ δύναται να εμπλακεί στο σχεδιασμό των δράσεων σε σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος, είτε σε θεσμικό επίπεδο είτε σε επίπεδο ενεργών παρεμβάσεων, οι οποίες, στο πλαίσιο του προτεινόμενου Προγράμματος Δράσης, περιλαμβάνονται στον τρίτο Άξονα Δράσης.
- Το Υπουργείο Πολιτισμού δύναται να εμπλακεί στο σχεδιασμό της στρατηγικής για την ανάδειξη του πολιτιστικού περιβάλλοντος (Άξονας Δράσης 3).
- Το Υπουργείο Εργασίας κατέχει κυρίαρχη θέση στο σχεδιασμό της πολιτικής για την κατάρτιση και προώθηση της απασχόλησης. Ως εκ τούτου, δύναται να εμπλακεί στις δράσεις που ενσωματώνονται στα Μέτρα Πολιτικής που σχετίζονται με την ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και την προώθηση της απασχόλησης (Άξονας Δράσης 6).
- Το Υπουργείο Γεωργίας με τις αντίστοιχες δράσεις που υλοποιούνται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού του Προγράμματος, αλλά και μέσω της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Leader +, διαδραματίζει ενεργό ρόλο στον τομέα της υποστήριξης και ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού (κυρίως των εναλλακτικών μορφών τουρισμού), στον τομέα της προστασίας και ανάδειξης του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, καθώς και στον τομέα της προώθησης του τουριστικού προϊόντος (μέσω δράσεων του Leader +) . Στο πλαίσιο του προτεινόμενου Προγράμματος Δράσης, σχετικές δράσεις περιλαμβάνονται στους Άξονες 2, 3 και 5 και στα σχετικά Μέτρα Πολιτικής.
- Τα Υπουργεία Εσωτερικών, Δημόσιας Τάξης και Μεταφορών-Επικοινωνιών είναι αρμόδια για το σχεδιασμό των δράσεων σε σχέση με την παροχή υπηρεσιών εξυπηρέτησης και επικοινωνίας. Ως εκ τούτου, τα πεδία του Προγράμματος Δράσης, στο σχεδιασμό των οποίων δύναται να εμπλακούν, ενσωματώνονται στον Άξονα 4 και στα αντίστοιχα Μέτρα Πολιτικής.

Σε περιφερειακό επίπεδο, κυρίαρχο ρόλο στο σχεδιασμό των δράσεων και στην εξειδίκευση της εφαρμογής τους, διαδραματίζει η Περιφέρεια Πελοποννήσου και οι κατά περίπτωση αρμόδιες υπηρεσίες της (Διεύθυνση Σχεδιασμού και Ανάπτυξης, Διεύθυνση Τουρισμού, Διεύθυνση Δημοσίων Έργων, Διεύθυνση Δασών κλπ).

Η τουριστική πολιτική της Περιφέρειας Πελοποννήσου υλοποιείται μέσω της Διεύθυνσης Τουρισμού, η οποία αποτελείται από 2 τμήματα, τουριστικών εγκαταστάσεων, επιθεώρησης και ελέγχου και τουριστικής ανάπτυξης και προβολής. Η στελέχωση της Δ/νσης είναι ανεπαρκής, υπάρχουν 3 άτομα έναντι 20 που προβλέπονται.

Σε σχέση με τις αρμοδιότητες της υπηρεσίας ιδιαίτερη αδυναμία παρουσιάζεται στην κάλυψη των αναγκών επιθεώρησης και ελέγχου των τουριστικών εγκαταστάσεων και επιχειρήσεων λόγω της έλλειψης προσωπικού.

Επίσης στο πλαίσιο της υλοποίησης και εφαρμογής των επιχειρησιακών προγραμμάτων Leader + και ΟΠΑΑΧ του Υπουργείου Γεωργίας, δεδομένου του μεγάλου ενδιαφέροντος των ιδιωτών επενδυτών για την υλοποίηση επιχειρηματικών σχεδίων (έχουν υποβληθεί 250 επενδύσεις που αφορούν στον τουριστικό τομέα), η Δ/νση προβλέπει καθυστέρηση κατά την φάση της αξιολόγησής τους λόγω της απουσίας κατάλληλου στελεχιακού εξειδικευμένου δυναμικού.

Παρά όλα αυτά η Διεύθυνση καταβάλει μεγάλες προσπάθειες και δραστηριοποιείται έντονα στην προβολή του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας συμμετέχοντας σε ετήσια βάση σε 4 εκθέσεις του εξωτερικού (Βερολίνο, Λονδίνο, Μιλάνο, Άμστερνταμ) και σε 2 του εσωτερικού (Φιλοξένια στη Θεσσαλονίκη και Τουριστικό Σαλόνι στον Πειραιά). Επίσης συμμετέχει ενεργά στο ετήσιο Συνέδριο για τον τουρισμό που διοργανώνει η εφημερίδα Express στη Πελοπόννησο.

Οι Νομαρχιακές Επιτροπές Τουριστικής Προβολής (ΝΕΤΠ) έχουν συγκροτηθεί σε όλες τις Νομαρχίες, και παρόλο που η στελέχωσή τους δεν κρίνεται πάντα επαρκής, παρακολουθούν τις εξελίξεις και τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνει η Περιφέρεια στον τουριστικό τομέα, δραστηριοποιούνται σε ότι αφορά την προβολή των τουριστικών πόρων του νομού τους, εκδίδουν γενικά και ειδικά έντυπα, αφίσες και παράγουν οπτικοακουστικό υλικό, όπως ντοκυμαντέρ. Επίσης διοργανώνουν ειδικές εκδηλώσεις και προσκλήσεις, ενδεικτικά αναφέρεται η διοργάνωση από την ΝΕΠΤ Μεσσηνίας ειδικής πρόσκλησης 35 δημοσιογράφων από διάφορες χώρες που στόχο έχει την προβολή του τουριστικού προϊόντος του νομού. Τέλος κατά περίπτωση συμμετέχουν σε εκθέσεις και συνέδρια σε τοπικό, περιφερειακό, αλλά και εθνικό επίπεδο.

Στο πλαίσιο αυτό, η Περιφέρεια Πελοποννήσου δύναται να εμπλακεί σε όλους τους Άξονες Δράσης και τα Μέτρα Πολιτικής του Προγράμματος Δράσης, ως ο πλέον

αρμόδιος φορέας για το σχεδιασμό, αλλά και την εφαρμογή, της αναπτυξιακής τουριστικής ανάπτυξης.

Τέλος, η δραστηριοποίηση φορέων, τόσο σε κεντρικό, όσο και σε τοπικό επίπεδο για τον σχεδιασμό και την εξειδίκευση των δράσεων που αφορούν στην προστασία και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, την προώθηση και προβολή του τουριστικού προϊόντος, αλλά και την ενίσχυση των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και την προώθηση στην απασχόληση, αποτελεί σημαντική παράμετρο συμμετοχής και υποστήριξης της συνολικότερης στρατηγικής για την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας.

Οι φορείς που δύναται να δραστηριοποιηθούν στους τομείς αυτούς είναι σύλλογοι, σωματεία, επιμελητήρια, ομοσπονδίες, ΜΚΟ κλπ. Παρά το γεγονός ότι δεν αποτελούν φορείς του δημοσίου τομέα συνιστούν τη μοναδική δυνατότητα εκπροσώπησης όσων δραστηριοποιούνται σε τοπικό επίπεδο και συμβάλλουν στην περιφερειακή ανάπτυξη.

Β) Η δραστηριοποίηση των φορέων του Δημοσίου ως αποδέκτες των δράσεων, εμπλέκει και τα τρία επίπεδα εκπροσώπησης τους, κεντρικό, περιφερειακό και τοπικό.

Σε κεντρικό επίπεδο, το Υπουργείο Ανάπτυξης κατέχει σημαντική θέση, έχοντας εκτελεστικό ρόλο, κυρίως μέσω του ΕΟΤ. Πεδία παρέμβασης για το Υπουργείο Ανάπτυξης και τον ΕΟΤ αποτελεί ο τομέας των ειδικών μορφών τουρισμού, ενώ σημαντικό πεδίο δράσης αποτελεί και ο τομέας της προβολής του τουριστικού προϊόντος (Άξονες Δράσης 2 και 5). Παράλληλα, το ΥΠΑΝ δραστηριοποιείται και στον τομέα της κατάρτισης, κυρίως στελεχών φορέων, μέσω του Οργανισμού Εκπαίδευσης και Επαγγελματικής Κατάρτισης (Άξονας Δράσης 6).

Σε κεντρικό επίπεδο, δύναται να δραστηριοποιηθούν ακόμα:

- το ΥΠΕΧΩΔΕ, στον τομέα των θεσμικών ρυθμίσεων και διοικητικών μηχανισμών καθώς και στον τομέα της υλοποίησης δράσεων για την προστασία του περιβάλλοντος, αλλά και έργων βασικών υποδομών, όπως οι μεταφορές (Άξονες Δράσης 3 και 4).
- Το Υπουργείο Πολιτισμού, στον τομέα των δράσεων προστασίας και ανάδειξης των πολιτιστικών πόρων (Άξονας Δράσης 3)
- το Υπ. Εργασίας και ο ΟΑΕΔ, στον τομέα της υλοποίησης δράσεων κατάρτισης ανέργων και εργαζομένων, καθώς και στην προώθηση της απασχόλησης (Άξονας Δράσης 6)
- το Υπουργείο Γεωργίας, στον τομέα των επενδύσεων για την υποστήριξη των ειδικών μορφών τουρισμού, στον τομέα της ανάδειξης του φυσικού και

πολιτιστικού περιβάλλοντος και, τέλος, στον τομέα της ανάληψης δράσης για την προβολή του τουριστικού προϊόντος (κυρίως μέσω του Leader +). (Άξονες Δράσης 2, 3 και 5).

- το ΥΠΕΣΔΔΑ, στον τομέα της παροχής υπηρεσιών στον τομέα της πληροφόρησης και αυτοεξυπηρέτησης τουριστών (Άξονας Δράσης 4)
- το Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας, στη δημιουργία / βελτίωση υποδομών υγείας (Άξονας Δράσης 4).
- Το Υπουργείο Δημόσιας Τάξης και το Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών, στον τομέα της Οργάνωσης των υπηρεσιών εξυπηρέτησης των τουριστών και της επικοινωνίας, μέσω του θεσμού της Τουριστικής Αστυνομίας και των ΕΛ.ΤΑ, αντίστοιχα (Άξονας Δράσης 4).

Σε περιφερειακό επίπεδο, τον πλέον ενεργό ρόλο διαδραματίζει η Περιφέρεια Πελοποννήσου και οι κατά περίπτωση αρμόδιες υπηρεσίες της (Διεύθυνση Σχεδιασμού και Ανάπτυξης, Διεύθυνση Τουρισμού, Διεύθυνση Δημοσίων Έργων, Διεύθυνση Τεχνικών Υπηρεσιών και Τεχνική Υπηρεσία Δήμων και Κοινοτήτων, Διεύθυνση Δασών κλπ).

Τα δυνητικά πεδία παρέμβασης της Περιφέρειας Πελοποννήσου, ως αποδέκτη των Μέτρων Πολιτικής, περιλαμβάνονται σ' όλους τους Άξονες Δράσης, πλην του πρώτου Άξονα, αφού οι δράσεις που περιλαμβάνονται σε αυτόν αποτελούν πεδίο παρέμβασης ιδιωτών επενδυτών. Ειδικότερα, η Περιφέρεια έχει τη δυνατότητα να εμπλακεί:

- στην υλοποίηση έργων ειδικών μορφών τουρισμού (Άξονας Δράσης 2),
- στη διαδικασία θεσμοθέτησης προστατευόμενων περιοχών και στη διαχείρισή τους, μέσω του προσδιορισμού αρμόδιων φορέων καθώς και στη θεσμοθέτηση μηχανισμών και στην υλοποίηση δράσεων για την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (Άξονας Δράσης 3),
- στην ενίσχυση και βελτίωση των βασικών τεχνικών και κοινωνικών υποδομών περιβάλλοντος (Άξονας Δράσης 4),
- στο σχεδιασμό και παράλληλα στην υλοποίηση της προβολής του τουριστικού προϊόντος (Άξονας Δράσης 5),
- στη βελτίωση των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και στην προώθηση της απασχόλησης στον τομέα του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (Άξονας Δράσης 6),

Τέλος, οι φορείς της Νομαρχιακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης διαδραματίζουν ενεργό ρόλο ως αποδέκτες των ενεργειών του Προγράμματος Δράσης. Εμπλέκονται κυρίως:

- στη δημιουργία / αναβάθμιση τουριστικών καταλυμάτων (Επιχειρήσεις της Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Άξονας Δράσης 1),
- στην υλοποίηση έργων ειδικών μορφών τουρισμού (Άξονας Δράσης 2)
- στη διαδικασία θεσμοθέτησης προστατευόμενων περιοχών καθώς και στην υλοποίηση δράσεων για την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (Άξονας Δράσης 3)
- στην ενίσχυση και βελτίωση των βασικών τεχνικών και κοινωνικών υποδομών (Άξονας Δράσης 4)
- στην προβολή του τουριστικού προϊόντος (Άξονας Δράσης 5)

Στον Πίνακα 2.3 καταγράφεται το σύνολο των Φορέων που εμπλέκονται τόσο στον σχεδιασμό και την εξειδίκευση του προτεινόμενου Προγράμματος Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου, όσο και στην υλοποίηση και εφαρμογή του.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3
ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΑΝΑ ΑΞΟΝΑ ΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ
ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Σελίδες 3 / 73, 74, 74

3. ΑΞΟΝΕΣ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ

3.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Στο κεφάλαιο αυτό της μελέτης θα παρουσιαστούν οι κατηγορίες ιδιωτών επενδυτών καθώς και των αρμόδιων φορέων εκπροσώπησής τους που δραστηριοποιούνται ή δύναται να δραστηριοποιηθούν σε επενδύσεις και δράσεις που αφορούν στην τουριστική δραστηριότητα. Διακρίνονται κατά βάση τρεις (3) κατηγορίες:

- ♦ Επαγγελματικοί και συλλογικοί φορείς
- ♦ Επιχειρήσεις
- ♦ Ειδικοί φορείς και μη κυβερνητικές οργανώσεις

1. Οι επαγγελματικοί και συλλογικοί φορείς

Σε Πανελλαδικό επίπεδο δραστηριοποιείται μια πλειάδα φορέων, ως εκπρόσωποι διαφόρων επαγγελμάτων που σχετίζονται με τον τουρισμό. Η σημασία της ύπαρξης των φορέων αυτών, εκτός από το ρόλο τους ως εκπρόσωποι των επαγγελματιών του τουρισμού, έγκειται στο ρόλο που διαδραματίζουν, σε κεντρικό επίπεδο κυρίως, όσον αφορά στο σχεδιασμό της στρατηγικής για τον τουρισμό. Οι σημαντικότεροι από αυτούς είναι οι εξής:

- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο.
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (ΠΟΞ).
- Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Ενοικιαζομένων Δωματίων & Διαμερισμάτων Ελλάδος (ΣΕΕΔΔΕ).
- Πανελλήνια Ένωση Ιδιοκτητών Camping.
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Επιχειρήσεων Τουρισμού.
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Σύνδεσμος Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων Ελλάδος.
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξεναγών (Π.Ο.Ξεν.)

Εκτός από τους προαναφερθέντες φορείς, υπάρχει ακόμα ένα πλήθος Συλλογικών Φορέων, οι οποίοι όμως δεν κρίνεται σκόπιμο να αναφερθούν στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης.

Σε τοπικό επίπεδο δραστηριοποιούνται κυρίως τα μέλη των Συλλογικών Φορέων που προαναφέρθηκαν, όπως οι Τοπικές Ενώσεις Ξενοδόχων, οι οποίες είναι μέλη της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων. Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου λειτουργούν τέσσερις (4) Τοπικές Ξενοδοχειακές Ενώσεις, μέλη της ΠΟΞ:

- Τοπική Ένωση Νομού Αρκαδίας στην Τρίπολη
- Τοπική Ένωση Νομού Αργολίδας στην Ερμιόνη-Πορτοχέλι
- Τοπική Ένωση Νομού Κορινθίας στο Λουτράκι
- Τοπική Ένωση Νομού Μεσσηνίας στην Καλαμάτα

Παράλληλα σε τοπικό επίπεδο δραστηριοποιούνται σύλλογοι και ομοσπονδίες επιχειρήσεων ενοικιαζομένων δωματίων και διαμερισμάτων, οι οποίοι ανήκουν στη ΣΕΕΔΔΕ.

2. Επιχειρήσεις

- ♦ Ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις, στις οποίες διακρίνονται:
 - Ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια & διαμερίσματα, camping.
 - Επιχειρήσεις εστίασης, διασκέδασης, λιανικού εμπορίου τουριστικών ειδών, επιχειρήσεις μεταφορικών υπηρεσιών κλπ.
- ♦ Επιχειρήσεις ειδικών μορφών τουρισμού.
- ♦ Τουριστικά πρακτορεία.
- ♦ Tour Operators.

3. Ειδικόι φορείς και μη κυβερνητικές οργανώσεις

- ♦ Ειδικόι φορείς, οι οποίοι μπορεί να είναι φορείς που σχετίζονται με ειδικές μορφές τουρισμού ή έχουν ειδικά ενδιαφέροντα που σχετίζονται με τον τουρισμό. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται φορείς που δραστηριοποιούνται στον τομέα του κοινωνικού τουρισμού, όπως ασφαλιστικοί οργανισμοί που οργανώνουν προγράμματα που απευθύνονται στους ασφαλισμένους τους, η εκκλησία για τον θρησκευτικό τουρισμό, ειδικοί φορείς για απόλυτα ειδικευμένες δραστηριότητες (π.χ. ορειβατικοί σύλλογοι) κλπ.
- ♦ Οικολογικές, περιβαλλοντικές & πολιτιστικές οργανώσεις. Οι οργανώσεις αυτές έχουν έμμεση σχέση με την τουριστική ανάπτυξη, καθώς δρουν στον τομέα του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, ο οποίος αποτελεί στην ουσία τουριστικό πόρο.

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου δραστηριοποιούνται επτά (7) χιονοδρομικοί και ορειβατικοί σύλλογοι και δεκατρείς (13) οικολογικές, περιβαλλοντικές και πολιτιστικές οργανώσεις (σύλλογοι, εταιρίες, σύνδεσμοι, ενώσεις).

3.2 ΠΕΔΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ & ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ

3.2.1 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ

Τα πεδία παρέμβασης και δραστηριοποίησης των επαγγελματικών και συλλογικών φορέων, παρουσιάζουν μια σχετική ποικιλομορφία, ανάλογα με το φορέα. Στο σημείο αυτό θα γίνει αναφορά στα πεδία δράσης, που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη, μερικών από τους σημαντικότερους φορείς που δραστηριοποιούνται σε κεντρικό επίπεδο, του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου, της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων και της Συνομοσπονδίας Επιχειρηματιών Ενοικιαζόμενων Δωματίων και Διαμερισμάτων Ελλάδος (Σ.Ε.Ε.Δ.Ε.).

Οι φορείς αυτοί, εκτός από την υποστήριξη που παρέχουν στα μέλη τους (π.χ. σύσταση ταμείων κλπ), αναλαμβάνουν σημαντική δράση στον τομέα της προώθησης - προβολής του τουριστικού προϊόντος, στη διεθνή συνεργασία καθώς και στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πρωτοβάθμιων μελών τους, μέσω δράσεων όπως:

- ♦ Ενημέρωση σχετικά με ζητήματα και εξελίξεις που αφορούν στα μέλη τους.
- ♦ Οργάνωση επιμορφωτικών σεμιναρίων.
- ♦ Συνεργασία με ξενοδοχειακές οργανώσεις του εξωτερικού.
- ♦ Οργάνωση ξενοδοχειακών εκθέσεων στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό και συμμετοχή σε αυτές.
- ♦ Οργάνωση τοπικών ή πανελλήνιων συνεδρίων ξενοδοχειακού ενδιαφέροντος.

Το πλέον σημαντικό όμως πεδίο στο οποίο δραστηριοποιούνται οι φορείς, σε κεντρικό επίπεδο κυρίως, είναι αφενός, ο τομέας της χάραξης της στρατηγικής για τον τουρισμό, αφετέρου, η ενεργός συμμετοχή κάποιων από αυτούς, ως Τελικοί Δικαιούχοι, σε διάφορα Επιχειρησιακά Προγράμματα του Γ' ΚΠΣ, κυρίως Περιφερειακά, όπως το ΠΕΠ Πελοποννήσου.

Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΞΕΕ), η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (ΠΟΞ) και η Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Ενοικιαζόμενων Δωματίων και Διαμερισμάτων (ΣΕΕΔΕ) είναι οι Συλλογικοί Φορείς που θεωρούνται από τους σημαντικότερους στη χάραξη της τουριστικής στρατηγικής:

- ♦ Αφενός, τόσο το ΞΕΕ όσο, και η ΠΟΞ και η ΣΕΕΔΕ συμμετέχουν στο σχεδιασμό της τουριστικής στρατηγικής, σε θέματα όπως η πολιτική που ακολουθείται για τις ενισχύσεις των ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων.
- ♦ Αφετέρου, τόσο το ΞΕΕ, όσο και η ΠΟΞ είναι Τελικοί Δικαιούχοι δράσεων για τον εκσυγχρονισμό και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών

επιχειρήσεων και για την προβολή του τουριστικού προϊόντος, στο πλαίσιο του ΠΕΠ Πελοποννήσου. Παράλληλα, οι φορείς αυτοί δύνανται να λειτουργήσουν και ως αποδέκτες των σχετικών δράσεων.

Σε τοπικό επίπεδο, όπως αναφέρθηκε και στο Κεφάλαιο 3.1, δραστηριοποιούνται οι Τοπικές Ενώσεις Ξενοδόχων και οι κατά τόπους Ομοσπονδίες Ενοικιαζόμενων Δωματίων και Διαμερισμάτων, η δράση των οποίων όμως δεν είναι ιδιαίτερα έντονη, καθώς δεν αναλαμβάνουν δράση αυτεπάγγελα και δραστηριοποιούνται μόνο κατόπιν αιτήματος της ΠΟΞ και της ΣΕΕΔΕ, κυρίως στον τομέα της ενημέρωσης των μελών τους και δευτερευόντως της προβολής του τουριστικού προϊόντος της περιοχής τους.

Από τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι οι Επαγγελματικοί και Συλλογικοί Φορείς Τουρισμού δραστηριοποιούνται ενεργά κυρίως σε Κεντρικό επίπεδο, συμμετέχοντας τόσο στη χάραξη της στρατηγικής στον τομέα του τουρισμού και στην υλοποίηση δράσεων που προάγουν την τουριστική ανάπτυξη των κατά τόπους περιοχών, όπως η Περιφέρεια Πελοποννήσου, όσο και στον τομέα της προώθησης και προβολής του τουριστικού προϊόντος και στην επιμόρφωση και ενημέρωση των μελών τους, ενώ η κινητοποίησή τους είναι λιγότερο έντονη σε τοπικό επίπεδο.

3.2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Οι ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις, όπως και όλες οι επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, δρουν με στόχο το κέρδος. Για την επίτευξη του στόχου αυτού οι επιχειρήσεις:

- Εκσυγχρονίζονται / επεκτείνονται για να είναι ανταγωνιστικές.
- Αναλαμβάνουν επενδυτικούς κινδύνους για νέες δραστηριότητες.
- Διαμορφώνουν ελκυστικά καινοτομικά προϊόντα.
- Προωθούν και προβάλλουν το προϊόν τους.
- Εκπαιδεύουν και παρέχουν υψηλού επιπέδου κατάρτιση στους εργαζομένους τους.

Ως εκ τούτου, προκύπτει ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε ένα ευρύ φάσμα, με αφετηρία την επενδυτική δραστηριότητα και το κέρδος, είτε σε υφιστάμενες, είτε σε νέες υποδομές και υπηρεσίες (π.χ. επένδυση στις νέες μορφές τουρισμού). Παράλληλα, δραστηριοποιούνται στον τομέα της προβολής

του τουριστικού προϊόντος, ενώ οι επιχειρήσεις του κλάδου που δημιουργούν μεγάλες οικονομίες κλίμακας δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στον τομέα της ανάπτυξης των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού τους.

Όσον αφορά στα τουριστικά γραφεία, τα οποία αποτελούν ένα ιδιαίτερα σημαντικό υποσύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων, δραστηριοποιούνται, μεταξύ των άλλων, σε:

- ♦ Διαμεσολάβηση για την οργάνωση πάσης φύσεως συνεδρίων.
- ♦ Κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών και περιηγήσεων εντός ή εκτός της χώρας.
- ♦ Μεσολάβηση για την ενοικίαση καταλύματος και τη διασφάλιση σίτισης, αναψυχής, ψυχαγωγίας και μέσων διακίνησης.
- ♦ Μεσολάβηση για έκδοση εισιτηρίων παντός μεταφορικού μέσου.
- ♦ Παροχή κάθε υπηρεσίας που έχει άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό, όπως η προβολή τουριστικών μονάδων, η διάθεση εισιτηρίων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων διενεργούμενων από τον ΕΟΤ ή άλλους φορείς.

Ως εκ τούτου, ο ρόλος των τουριστικών γραφείων, εκτός από την παροχή υπηρεσιών σε όσους ενδιαφέρονται να ταξιδέψουν, με κίνητρο οποιασδήποτε μορφής τουρισμό (αναψυχής, επαγγελματικό, ιαματικό κλπ), είναι η προώθηση και προβολή του τουριστικού προϊόντος.

Οι tour operators ή «κατασκευαστές ταξιδιών» με τους τοπικούς αντιπροσώπους τους, αποτελούν επίσης μια ιδιαίτερη αλλά πολύ σημαντική κατηγορία τουριστικών επιχειρήσεων, που λειτουργούν σε ανώτερο επίπεδο από τα γραφεία ταξιδιών, όσον αφορά στο θέμα της οργάνωσης ενός τουριστικού ταξιδιού, καθώς είναι αυτοί που «κατασκευάζουν» ή «δημιουργούν» τους τελικούς τουριστικούς προορισμούς, τους οποίους προετοιμάζουν πριν την έναρξη της ζήτησης. Προκειμένου να προκύψει το «οργανωμένο» ταξίδι ως τελικός προορισμός, ο tour operator υποχρεούται, άμεσα ή έμμεσα, να προγραμματίσει, να προετοιμάσει, να προβάλει και να προωθήσει, να κάνει κρατήσεις και να εκτιμήσει το κόστος μιας περιήγησης, κατά την οποία η μεταφορά συμψηφίζεται με μια σειρά άλλων υπηρεσιών (τουριστικό κατάλυμα, αναψυχή κλπ) και η οποία είναι προγραμματισμένη για μια ή περισσότερες ημερομηνίες σε ένα συγκεκριμένο προορισμό.

Ως εκ τούτου, οι tour operators, εκτός από το ρόλο τους ως οργανωμένης τουριστικής επιχείρησης, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην προβολή του τουριστικού προϊόντος, μέσω της «δημιουργίας» ελκυστικών τελικών τουριστικών προορισμών.

3.2.3 ΕΙΔΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΜΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

Όπως αναφέρθηκε στην Ενότητα 3.1, ειδικοί φορείς αναλαμβάνουν δράση σε εξειδικευμένα πεδία, συντελώντας στην προβολή του τουριστικού προϊόντος με έμφαση στις ειδικές μορφές τουρισμού, με στόχο την προώθηση ενός νέου τουριστικού προτύπου και την προβολή νέων τουριστικών προορισμών. Αναλαμβάνουν ενεργό δράση μέσω της συμμετοχής τους σε έργα / ενέργειες για την προστασία και αναβάθμιση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, καθώς και στην οργάνωση και προβολή ειδικών μορφών τουρισμού.

Όσον αφορά στις μη κυβερνητικές οργανώσεις, όπως προαναφέρθηκε, δραστηριοποιούνται σε πεδία τα οποία σχετίζονται έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη, κυρίως σε σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος αλλά και την προβολή των τουριστικών προορισμών, μέσω της διοργάνωσης εκδηλώσεων. Ειδικότερα, ο ρόλος και η δράση που αναλαμβάνουν, εντοπίζεται στα ακόλουθα πεδία:

- ♦ Ενημέρωση για οικολογικά και περιβαλλοντικά προβλήματα (π.χ. διοργάνωση εκδηλώσεων, δημιουργία έντυπου ενημερωτικού υλικού κλπ).
- ♦ Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, εκθέσεων τοπικής εμβέλειας κλπ.
- ♦ Συμβολή στην επίλυση οικολογικών και πολιτιστικών προβλημάτων. Ενεργός δράση στην προστασία του περιβάλλοντος (π.χ. καθαρισμός ακτών, αντιμετώπιση πυρκαγιών, προσφυγή στο ΣτΕ για παρεμβάσεις που θέτουν σε κίνδυνο το περιβάλλον κλπ).
- ♦ Περιβαλλοντική εκπαίδευση.
- ♦ Διαχείριση πολιτιστικών και περιβαλλοντικών υποδομών.

3.3 ΜΟΡΦΕΣ ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ

Στην παρούσα ενότητα τίθεται το ερώτημα, ποιες είναι οι δυνατότητες κινητοποίησης των επιχειρήσεων και γενικότερα των φορέων του ιδιωτικού τομέα σε «τομείς» ή κατηγορίες δράσεων όπως αυτές προτείνονται στο Πρόγραμμα Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου;

Όπως προκύπτει από τη διάρθρωση του Προγράμματος Δράσης, οι φορείς του ιδιωτικού τομέα δύνανται να εμπλακούν ανά Άξονα Δράσης και Μέτρο Πολιτικής ως εξής:

i) Άξονας Δράσης 1: Αναβάθμιση, διεύρυνση / μεγέθυνση του τουριστικού προϊόντος

Στον άξονα αυτό είναι πολύ σημαντική η δυνατότητα κινητοποίησης και συμμετοχής των φορέων του ιδιωτικού τομέα, κατά κύριο λόγο των επιχειρήσεων. Όπως φαίνεται και στον Πίνακα 3.1 που παρατίθεται στο τέλος του Κεφαλαίου, οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι δυνατό να εμπλακούν σε δράσεις που αφορούν σε όλα τα Μέτρα Πολιτικής του Άξονα 1, οι οποίες αφορούν σε:

- ♦ Ιδιωτικές επενδύσεις για τη δημιουργία νέων καταλυμάτων υψηλής ποιότητας.
- ♦ Εκσυγχρονισμό και αναβάθμισης των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων.
- ♦ Επενδύσεις για τη μετατροπή παραδοσιακών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα.
- ♦ Αναβάθμιση της οργάνωσης και της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων.

Στο πλαίσιο των προαναφερθέντων Μέτρων Πολιτικής και των σχετικών δράσεων, οι ιδιωτικοί φορείς και στη συγκεκριμένη περίπτωση, οι ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις, μπορούν να εμπλακούν πραγματοποιώντας επενδύσεις είτε για τη δημιουργία νέων καταλυμάτων, για τον εκσυγχρονισμό / αναβάθμιση της υφιστάμενης τουριστικής υποδομής και για τη μετατροπή παραδοσιακών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα, είτε για τον εκσυγχρονισμό / αναβάθμιση του εξοπλισμού τους.

Παράλληλα, εκτός από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις, στον τομέα του εκσυγχρονισμού των τουριστικών καταλυμάτων καθώς και στον τομέα της οργάνωσης της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων, μπορούν να εμπλακούν και Ειδικοί φορείς, οι οποίοι σχετίζονται με παροχή εξειδικευμένων τουριστικών υπηρεσιών.

Οι ενισχύσεις αυτές μπορούν να γίνουν μέσω του Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα» και ειδικότερα μέσω του Μέτρου 2.2 όπου προβλέπεται:

- Δράση 2.2.1: ποιοτικός εκσυγχρονισμός των ξενοδοχείων και των κάμπινγκ Γ' τάξης και άνω, μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου 2601/98 και αναμένεται να ενισχυθούν 18.000 κλίνες σε εθνικό επίπεδο.
- Δράσης 2.2.2: ο ποιοτικός εκσυγχρονισμός των ξενοδοχείων, των κάμπινγκ και των ενοικιαζομένων επιπλωμένων δωματίων και διαμερισμάτων που δεν εντάσσονται στον Αναπτυξιακό Νόμο και αναμένεται να ενισχυθούν 47.000 κλίνες.
- Δράσης 2.2.3: επιχειρηματικά σχέδια ΜΜΕ όλων των κλάδων του τουριστικού τομέα με στόχο την ενίσχυση 5.000 μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Εκτιμάται ότι, από τους προβλεπόμενους στόχους του ΕΠΑΝ κατά αναλογία στην Περιφέρεια Πελοποννήσου αναμένεται να εκσυγχρονισθούν περίπου:

- 1.100 κλίνες στο πλαίσιο του Αναπτυξιακού Νόμου (δράση 2.2.1), μέχρι σήμερα έχουν ενταχθεί στην Περιφέρεια Πελοποννήσου 2 επενδύσεις συνολικού προϋπολογισμού 2 εκατ. ευρώ για τον εκσυγχρονισμό 693 κλινών.
- 2.800 κλίνες στο πλαίσιο της δράσης 2.2.2. Μέχρι σήμερα έχουν ενταχθεί 45 επενδυτικά σχέδια συνολικού προϋπολογισμού 1,5 εκατ. ευρώ.
- Αντίστοιχα από την δράση 2.2.3 εκτιμάται ότι θα ενισχυθούν 300 μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Επίσης το Μέτρο 2.5 του ΕΠΑΝ ενισχύει μέσω της δράσης 2.5.2 τον οργανωτικό εκσυγχρονισμό των ΜΜΕ του τουριστικού τομέα ως προς την εξασφάλιση μιας σειράς συστημάτων πιστοποίησης, διασφάλιση ποιότητας, περιβαλλοντική διαχείριση, υγιεινή και ασφάλεια, ανάλυση επικινδυνότητας – κρίσιμα σημεία ελέγχου. Προβλέπεται η ενίσχυση 1.500 ΜΜΕ όλων των κλάδων του δευτερογενή και τριτογενή τομέα Εκτιμάται από την δράση να ενισχυθούν 50 επιχειρήσεις του τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

Επιπρόσθετα οι ιδιωτικές επιχειρήσεις ενισχύονται μέσω του ΠΕΠ Πελοποννήσου. Ειδικότερα:

- μέσω του Μέτρου 3.1 προβλέπεται ο εκσυγχρονισμός και η βελτίωση 1.600 κλινών (είτε μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου, είτε εκτός) και η δημιουργία 900 νέων κλινών. Μέχρι σήμερα έχουν ενταχθεί συνολικά 7 επενδύσεις (3 αφορούν σε εκσυγχρονισμό ξενοδοχειακής μονάδας και, 4 σε μετατροπή παραδοσιακών κτιρίων σε τουριστικά καταλύματα) συνολικού αριθμού 568 κλινών.

- Μέσω του Μέτρου 3.3 προβλέπεται η ενίσχυση του εκσυγχρονισμού της λειτουργίας 100 μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων.

Κατά την περίοδο 1998–2002 μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου ενισχύθηκαν 21 επενδύσεις εκσυγχρονισμού ξενοδοχειακών μονάδων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου συνολικής 1.950 κλινών και συνολικού Π/Υ 15,61 εκατ. ευρώ με επιδότηση 3,9 εκατ. ευρώ (ή μέση επιδότηση 25%), έναντι 423 επενδύσεων, δυναμικότητας 59.722 κλινών, συνολικού ύψους 339,7 εκατ. ευρώ που ενισχύθηκαν στο σύνολο της χώρας.

Διαπιστώνεται ότι μέσου του Αναπτυξιακού Νόμου στην Περιφέρεια σε σύγκριση με το σύνολο της χώρας ενισχύθηκε το 5% των επενδύσεων που αντιστοιχεί στο 3,6% των κλινών που εκσυγχρονίζονται και στο 4,6% της επενδυτικής δαπάνης.

Όσον αφορά την ίδρυση νέων μονάδων στον αναπτυξιακό νόμο το αντίστοιχο διάστημα εντάχθηκε μόνο μία επένδυση συνολικής δυναμικότητας 48 κλινών και Π/Υ 997,8 χιλ ευρώ έναντι 34 επενδύσεων συνολικής δυναμικότητας 2.327 κλινών συνολικού Π/Υ 45,08 εκατ. ευρώ.

ii) Άξονας Δράσης 2: Προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού

Σημαντική είναι η εμπλοκή των φορέων του ιδιωτικού τομέα και σε αυτόν τον Άξονα, ο οποίος περιλαμβάνει Μέτρα Πολιτικής για την ενίσχυση των ειδικών μορφών τουρισμού. Στην περίπτωση αυτή, οι ιδιωτικοί φορείς έχουν τη δυνατότητα να εμπλακούν στην πραγματοποίηση επενδύσεων σε υποδομές για τις νέες μορφές τουρισμού, καθώς και στον τομέα της ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης των τουριστικών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, η ανά Μέτρο Πολιτικής κινητοποίηση / εμπλοκή των ιδιωτικών φορέων διαμορφώνεται ως εξής:

- ♦ Στην ανάπτυξη των υποδομών και στην ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού, συμμετέχουν όλες οι ιδιωτικές επιχειρήσεις καθώς και οι Ειδικοί Φορείς που δραστηριοποιούνται ή επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στο πεδίο του θεματικού τουρισμού.
- ♦ Στον κρίσιμο τομέα της ευαισθητοποίησης των τουριστικών επιχειρήσεων για τις ειδικές μορφές τουρισμού, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι συλλογικοί / επαγγελματικοί φορείς, όπως το ΞΕΕ αλλά και Ειδικοί φορείς, οι οποίοι μπορούν να αναλάβουν τη διοργάνωση ημερίδων, συνεδρίων κλπ με στόχο την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των μελών τους (ξενοδοχείων, επιχειρήσεων κλπ).

Στο Συμπλήρωμα Προγραμματισμού του ΠΕΠ Πελοποννήσου / Μέτρο 3.1 αναφέρονται δράσεις ενίσχυσης εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής αλλά δεν εξειδικεύονται αντίστοιχοι δείκτες.

Βέβαια τέτοιου είδους δράσεις προβλέπει και το ΕΠΑΝ / Μέτρο 5.1, στο οποίο έχει ενταχθεί ήδη ένα Συνεδριακό Κέντρο στο Κρανίδι (Ν. Αργολίδας) συνολικού ύψους 6,5 εκατ. ευρώ, δυναμικότητας 500 συνέδρων.

iii) Άξονας Δράσης 3: Προστασία και ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων

Στον Άξονα 3 και στο σχετικό Μέτρο Πολιτικής το οποίο ενισχύει ενέργειες και πρωτοβουλίες για την προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, μπορούν να δραστηριοποιηθούν τόσο οι ιδιωτικές επιχειρήσεις, όσο και οι σχετικοί Ειδικοί Φορείς, π.χ. φορείς για τον ειδικό / εναλλακτικό τουρισμό, πολιτιστικοί σύλλογοι κλπ. επιχειρήσεις ΟΤΑ. Στο πλαίσιο αυτό, η ενεργοποίηση των ιδιωτών μπορεί να γίνει τόσο στην οργάνωση δικτύων και δραστηριοτήτων π.χ. στον τομέα του παραδοσιακού και σύγχρονου πολιτισμού, όσο και στη διατήρηση / ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού αποθέματος, όπως προκύπτει από την εξειδίκευση του Προγράμματος Δράσης.

iv) Άξονας Δράσης 5: Προβολή και Προώθηση του Τουριστικού Προϊόντος

Στον Άξονα αυτό υπάρχουν πολλές δυνατότητες για ανάληψη δράσης και για κινητοποίηση των φορέων του ιδιωτικού τομέα, καθώς η ενίσχυση των δράσεων προβολής παρέχει πολλές δυνατότητες για κινητοποίηση όλων των ιδιωτικών επιχειρήσεων και φορέων.

Ειδικότερα, όσον αφορά στις ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις, κυρίαρχο ρόλο διαδραματίζουν τα τουριστικά γραφεία και οι tour operators, οι οποίοι, λόγω του αντικειμένου τους, μπορούν να προωθήσουν το τουριστικό προϊόν μέσω του ηλεκτρονικού τύπου, μέσω δημιουργίας δικτυακών τόπων ή και ειδικών πακέτων τουριστικών προϊόντων κλπ.

Σημαντική εμπλοκή στον τομέα της προβολής μπορούν να έχουν και όλοι οι υπόλοιποι ιδιωτικοί φορείς, όπως οι συλλογικοί / επαγγελματικοί φορείς, οι οποίοι μπορούν να αναλάβουν δράση στον τομέα της προώθησης του τουριστικού προϊόντος, μέσω π.χ. εκδόσεων πληροφόρησης και ενημέρωσης, διοργάνωσης εκθέσεων και ενημερωτικών εκδηλώσεων κλπ.

Οι ειδικοί φορείς και οι μη κυβερνητικές οργανώσεις, τέλος, μπορούν επίσης να κινητοποιηθούν στον τομέα της τουριστικής προβολής, τόσο μέσω της διοργάνωσης εκθέσεων και τοπικών εκδηλώσεων π.χ. πολιτιστικών εκδηλώσεων

όσο και μέσω της διάδοσης της δράσης τους από τον ηλεκτρονικό τύπο, από δικτυακούς τόπους κλπ.

Σύμφωνα όμως με τοπικές εκτιμήσεις και πληροφορίες καταγράφεται πολύ μικρό ενδιαφέρον συμμετοχής ιδιωτικού τομέα τόσο στο περιφερειακό σχέδιο Μάρκετινγκ και στους θεσμούς / δομές που θα το στηρίζουν, όσο και σε τοπικά σχέδια Μάρκετινγκ, μέσω ανάλογων πρωτοβουλιών συλλογικών φορέων και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Εξαίρεση αποτελεί το ενδιαφέρον που εκδηλώνεται από μεγάλους επιχειρηματικούς ομίλους και το επιλεκτικό ενδιαφέρον του ιδιωτικού τομέα κάποιων περιοχών που αποτελούν ένα εξωστρεφές κομμάτι του τουρισμού της Περιφέρειας, όπως για παράδειγμα της Στούπας και του Τολου, που εκδηλώνουν κάποιο ενδιαφέρον για την συμμετοχή τους σε εκθέσεις προβολής.

Το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στην εξατομικευμένη προβολή της κάθε επιχείρησης μέσω της έκδοσης εντύπων, συμμετοχής σε εκθέσεις, δημιουργίας δικτυακών τόπων προβολής μέσω της αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών και του Προγράμματος της Κοινωνίας της Πληροφορίας.

ν) Άξονας Δράσης 6: Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και προώθηση της απασχόλησης

Στο πλαίσιο των Μέτρων Πολιτικής και των δράσεων του Άξονα, ο ιδιωτικός τομέας μπορεί να αναλάβει δράση αφενός στον τομέα της κατάρτισης εργαζομένων (ενδοεπιχειρησιακή κατάρτιση), πεδίο στο οποίο δραστηριοποιούνται ή δύναται να δραστηριοποιηθούν τόσο οι ιδιωτικές επιχειρήσεις, όσο και οι συλλογικοί φορείς εκπροσώπησής τους (συννομοσπονδίες, ομοσπονδίες, επιμελητήρια), αφετέρου στην προώθηση στην απασχόλησης, με βάση τις δυνατότητες που δίνονται από το Προγραμματικό Πλαίσιο για την επιδότηση νέων θέσεων εργασίας.

Ειδικότερα, όσον αφορά στην κατάρτιση, η κινητοποίηση του ιδιωτικού τομέα έγκειται κατά κύριο λόγο στη διοργάνωση επιμορφωτικών σεμιναρίων για την κατάρτιση των εργαζομένων των επιχειρήσεων στον τομέα της οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων, στις ειδικές μορφές τουρισμού, στη διαχείριση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος ως τουριστικού πόρου κλπ.

Η εμπλοκή του ιδιωτικού τομέα στην υλοποίηση του Προγράμματος Δράσης, όπως προκύπτει από την προηγούμενη ανάλυση, είναι ιδιαίτερα σημαντική. Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις κυρίως και δευτερευόντως οι Συλλογικοί και οι Ειδικοί Φορείς, δύναται

να κινητοποιηθούν σε όλους τους Άξονες του Προγράμματος Δράσης, πλην του τέταρτου που αφορά στην ανάπτυξη και βελτίωση των βασικών τεχνικών και κοινωνικών υποδομών και υπηρεσιών και ο οποίος περιλαμβάνει ενέργειες οι οποίες θα υλοποιηθούν αποκλειστικά με Δημόσιες επενδύσεις.

ανά Άξονα Δράσης και Μέτρο Πολιτικής του Προγράμματος Δράσης, όπως παρουσιάστηκε στο Κεφάλαιο 1.4. Η, ανά Άξονα Δράσης και Μέτρο Πολιτικής, εμπλοκή των ιδιωτικών φορέων, ως αποδέκτες των δράσεων, παρουσιάζεται στον Πίνακα 3.1 που παρατίθεται στο τέλος του κεφαλαίου.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1
ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΑΝΑ ΑΞΟΝΑ ΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

ΣΕΛ 1 - 88

ΣΕΛ 2 - 89

3.4 ΚΟΙΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΦΟΡΕΩΝ

Στο πλαίσιο του προτεινόμενου Προγράμματος Δράσης και με βάση τα όσα αναφέρθηκαν για τους άξονες παρέμβασης των φορέων του Δημοσίου και για τις μορφές κινητοποίησης των ιδιωτικών φορέων και των συλλογικών φορέων εκπροσώπησής τους, προκύπτει ένας μεγάλος αριθμός κοινών πεδίων δράσης και συνεργασίας.

Με βάση τους Άξονες Δράσης του Προγράμματος, διαπιστώνεται ότι εκτός από τον τέταρτο Άξονα Δράσης, ο οποίος αφορά σε αμιγώς Δημόσιες επενδύσεις, όλοι οι υπόλοιποι Άξονες εμπλέκουν φορείς τόσο του Δημοσίου όσο και του Ιδιωτικού τομέα και εμπεριέχουν κοινά πεδία δράσης. Ειδικότερα:

- Στο πλαίσιο των τριών πρώτων Αξόνων Δράσης όπου προτείνεται η ανάπτυξη δημόσιων και η ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων, η κοινή δράση Δημοσίου και Ιδιωτικού τομέα αφορά σε όλες τις προτεινόμενες κατηγορίες ενεργειών / έργων, η υλοποίηση των οποίων απαιτεί ιδιωτικά κεφάλαια, σε ιδιοκτησίες του Δημοσίου. Κατηγορίες σχετικών ενεργειών / έργων είναι, η δημιουργία νέων / αναβάθμιση των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων, η δημιουργία υποδομών για ειδικές μορφές τουρισμού, καθώς και οι υποδομές για την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.
- Στον πέμπτο Άξονα Δράσης, όπου, στο πλαίσιο του Προγράμματος Δράσης, προτείνεται η προβολή και προώθηση του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας, δύναται να συνεργαστούν οι αρμόδιοι Δημόσιοι φορείς (π.χ. ΕΟΤ, Περιφέρεια Πελοποννήσου) με τους συλλογικούς / επαγγελματικούς φορείς εκπροσώπησης του ιδιωτικού τομέα (επιμελητήρια, συνομοσπονδίες κλπ).
- Τέλος, στο πλαίσιο του έκτου Άξονα Δράσης, η κοινή δράση του Δημοσίου και Ιδιωτικού τομέα δύναται να συμπεριλάβει τόσο την ανάπτυξη των δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού, με τη συνεργασία του ΟΑΕΔ και των συλλογικών / επαγγελματικών φορέων εκπροσώπησης των ιδιωτικών επιχειρήσεων, όσο και την προώθησή τους στην απασχόληση, με τη συνεργασία του ΟΑΕΔ και των ιδιωτικών επιχειρήσεων, οι οποίες θα προσφέρουν τις νέες θέσεις εργασίας.

4. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΗΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται αναλυτικά τα περιεχόμενα των Μέτρων Πολιτικής ανά Άξονα Δράσης του προτεινόμενου Προγράμματος Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου, όπως αυτό παρουσιάστηκε συνοπτικά στην Ενότητα 1.4 του Κεφαλαίου 1.

Τα προτεινόμενα Μέτρα Πολιτικής εφαρμόζονται με μία σειρά επιμέρους ενεργειών και έργων που σκοπό έχουν την επίτευξη των στόχων ανά Άξονα Δράσης και σε γενικό επίπεδο την υποστήριξη και την αναβάθμιση του τουριστικού τομέα της Περιφέρειας. Ειδικότερα ανά Μέτρο Πολιτικής αναφέρονται οι στόχοι του, κατηγορίες έργων και ενεργειών που περιλαμβάνονται σε αυτό, οι τελικοί δικαιούχοι και οι δυνητικοί αποδέκτες των έργων/ενεργειών.

Επιπρόσθετα, προσδιορίζεται ο βαθμός προτεραιότητας υλοποίησης κάθε κατηγορίας έργου / ενέργειας, σύμφωνα με την αναπτυξιακή σκοπιμότητα, αλλά και την εφικτότητα υλοποίησης σε σχέση με τους διατιθέμενους πόρους και την διοικητική ή/και τεχνική ωριμότητα κάθε κατηγορίας έργου / ενέργειας. Στη συνέχεια προσδιορίζεται ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα με βάση τις ανάγκες που προκύπτουν για την εφαρμογή / υλοποίηση ενός μέτρου ή ειδικότερα μιας κατηγορίας ενέργειας / έργου και τον βαθμό ωριμότητάς τους και σε συνάρτηση με τους διατιθέμενους πόρους.

Κατά συνέπεια, δεδομένου ότι η τρέχουσα προγραμματική περίοδος καλύπτεται από την εφαρμογή των δράσεων του Γ' ΚΠΣ, ο χρονικός προγραμματισμός των επιμέρους κατηγοριών έργων και ενεργειών που προτείνονται στα αντίστοιχα Μέτρα Πολιτικής διακρίνεται σε βραχυχρόνιο επίπεδο από το 2003 μέχρι το 2008, περίοδος υλοποίησης του Γ' ΚΠΣ και, μακροπρόθεσμα μετά το 2008.

Επίσης, με βάση τα περιεχόμενα και τους πόρους που διατίθενται μέσω των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του Γ' Κ.Π.Σ. προσεγγίζονται οι πηγές χρηματοδότησης και ο ενδεικτικός προϋπολογισμός για κάθε μέτρο πολιτικής, (σχετικοί Πίνακες 4.1 και 4.2 στο τέλος του Κεφαλαίου).

Τέλος, οι επιπτώσεις και τα αποτελέσματα που προβλέπεται να επιφέρουν, σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, οι προτεινόμενες δράσεις της τουριστικής ανάπτυξης αναλύονται περιγραφικά και αποσκοπούν στην αξιολόγηση / εκτίμηση της αποτελεσματικότητας που αναμένεται να έχουν τα συγκεκριμένα Μέτρα Πολιτικής.

4.1 ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 1: ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ, ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ / ΜΕΓΕΘΥΝΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Μέσω του πρώτου Άξονα Δράσης στοχεύεται η αναβάθμιση, η διεύρυνση και η μεγέθυνση της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Πελοποννήσου, εξυπηρετώντας ειδικότερους αναπτυξιακούς στόχους όπως:

- Ανάπτυξη υψηλής τάξης τουριστικών καταλυμάτων, για παροχή υψηλής ποιότητας υποδομών και προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Ορθολογική και με ελεγχόμενη χωροταξική κατανομή αύξηση του αριθμού των τουριστικών κλινών υψηλής τάξης, με παράλληλη προσφορά υψηλής ποιότητας συνοδευτικών / συμπληρωματικών υπηρεσιών.
- Αύξηση της μέσης ετήσιας πληρότητας των τουριστικών καταλυμάτων.
- Αναβάθμιση της ποιότητας και διεύρυνση του αντικειμένου των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών στο σύνολο της Περιφέρειας.
- Αύξηση της εξωστρέφειας του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας.
- Ορθολογική αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς της Περιφέρειας.
- Ενδυνάμωση και μεγέθυνση της τουριστικής δραστηριότητας της Περιφέρειας.

Η επίτευξη των παραπάνω στόχων μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσα από την εφαρμογή επιμέρους Μέτρων Πολιτικής, τα οποία είναι τα ακόλουθα:

1. Η ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για τη δημιουργία / ίδρυση υψηλής ποιότητας / τάξης τουριστικών καταλυμάτων.
2. Η ενίσχυση του εκσυγχρονισμού και της αναβάθμισης των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων.
3. Η ενθάρρυνση και ενίσχυση της μετατροπής παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα.
4. Η ενίσχυση της αναβάθμισης της οργάνωσης και λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων.

Ειδικότερη ανάλυση των Μέτρων Πολιτικής γίνεται στη συνέχεια.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 1.1: Ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για τη δημιουργία / ίδρυση υψηλής ποιότητας / τάξης τουριστικών καταλυμάτων**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Στόχος του Μέτρου είναι η δημιουργία / ίδρυση ή/και επέκταση τουριστικών καταλυμάτων υψηλής τάξης, στις περιοχές όπου δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς ο τουρισμός και υπάρχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα και δυνατότητες για ανάπτυξη με βάση τη φέρουσα ικανότητα που διαθέτουν.

Η ποσοτική και ποιοτική αναδιάρθρωση και αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς στο πεδίο των τουριστικών καταλυμάτων συμβάλει στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, στην προσέλκυση υψηλού εισοδηματικού επιπέδου τουριστών, στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης και στην ισόρροπη χωροταξική κατανομή της.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την επίτευξη των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής προβλέπεται η ενίσχυση της δημιουργίας νέων ξενοδοχειακών μονάδων μέσης / ικανής κλίμακας, ή/και επέκταση μικρών υφιστάμενων μονάδων, οι οποίες θα πρέπει να διατηρούν την ευελιξία προσαρμογής της λειτουργίας τους, στα εκάστοτε δεδομένα της ζήτησης, προσφέροντας υψηλής ποιότητας υπηρεσίες.

Η ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων προβλέπεται να πραγματοποιηθεί μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου Ν. 2601/98 και αφορά σε ξενοδοχεία πολυτελείας, Α' και Β' τάξης για την ανέγερση των κτιριακών εγκαταστάσεων, την προμήθεια του αναγκαίου εξοπλισμού, την ενσωμάτωση επενδύσεων εξοικονόμησης ενέργειας, προστασίας του περιβάλλοντος, ασφάλειας των πελατών και του προσωπικού, την χρήση και εφαρμογή νέων τεχνολογιών (δικτύωση με τους πελάτες μέσω δημιουργίας δικτυακού τόπου) και την ανάπτυξη συστημάτων διασφάλισης της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Σε ιδιαίτερες δε περιπτώσεις, όπου το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον το επιτρέπει ή και το επιβάλλει, αντί ξενοδοχειακών μονάδων ή ενοικιαζομένων δωματίων προτείνεται η ίδρυση / δημιουργία ή/και εκσυγχρονισμός και επέκταση υψηλής κατηγορίας camping.

Για την εφαρμογή του μέτρου απαιτείται η συνεργασία των αρμόδιων φορέων, προκειμένου να ορισθούν οι τουριστικές περιοχές (ζώνες), οι οποίες, με βάση την ικανότητα υποδοχής, δηλαδή με βάση την ορθολογικά εκτιμώμενη ΦΙΤΑ

προσφέρονται για μεγέθυνση της τουριστικής προσφοράς, ήτοι για μεγαλύτερο αριθμό κλινών.

Ενδεικτικά οι περιοχές οι οποίες μπορούν να δεχθούν μεγαλύτερο αριθμό κλινών, υψηλής όμως τάξης, είναι εκείνες της ευρύτερης παραθαλάσσιας ζώνης του Μεσσηνιακού κόλπου και της Λακωνίας και οι παραθαλάσσιες μη αστικές περιοχές που περιλαμβάνονται στις δυναμικές ζώνες, καθώς και στις αναξιοποίητες περιοχές, όπως αναφέρονται στο Κεφάλαιο 1.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των ενεργειών/ έργων / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής, δύναται να είναι:

1. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου (Δ/νση Ανάπτυξης και Σχεδιασμού).
2. Το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών (Δ/νση Ιδιωτικών Επενδύσεων).

Δυνητικοί Αποδέκτες

Δυνητικοί αποδέκτες των δράσεων του Μέτρου Πολιτικής είναι οι επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις του Μέτρου μπορούν να χρηματοδοτηθούν, είτε από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Περιφέρειας Πελοποννήσου, είτε από τον Αναπτυξιακό Νόμο 2601/98.

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων από τις παραπάνω πηγές, ο εκτιμώμενος προϋπολογισμός των προτεινόμενων έργων/ενεργειών του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής ενδεικτικά ανέρχεται σε 25 εκατομμύρια ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Με δεδομένη την ανάγκη αναβάθμισης και μεγέθυνσης της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας, οι προτεινόμενες ενέργειες του Μέτρου θεωρούνται άμεσης προτεραιότητας και μπορούν να ενταχθούν στα ανάλογα προγράμματα και να υλοποιηθούν κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο (2003-2008).

Η επιλεκτική αύξηση των κλινών πρέπει να αποτελέσει στόχο πολιτικής και της επόμενης προγραμματικής περιόδου (2007-2013).

Επιπτώσεις

Από την υλοποίηση των δράσεων του μέτρου αναμένονται σημαντικές θετικές επιπτώσεις στον κοινωνικοοικονομικό ιστό της Περιφέρειας μετά την ολοκλήρωση της υλοποίησης των έργων (επενδύσεων).

Εκτιμάται:

- Αύξηση της απασχόλησης μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας που θα απαιτηθούν για την λειτουργία των νέων τουριστικών μονάδων.
- Αύξηση του ακαθάριστου περιφερειακού προϊόντος, τόσο από την εισροή μεγαλύτερου αριθμού τουριστών υψηλής εισοδηματικής τάξης, όσο και από την παραγωγή μεγαλύτερου αριθμού προϊόντων / υπηρεσιών που απαιτούνται για την κάλυψη των αναγκών των τουριστών.
- Αναδιάρθρωση του συνολικού παραγωγικού ιστού της Περιφέρειας προς την κατεύθυνση εκσυγχρονισμού και εξωστρέφειας.
- Ο βέλτιστος σχεδιασμός ανάπτυξης τουριστικών υποδομών και η λήψη αναγκαίων (περιοριστικών / προληπτικών) μέτρων προστασίας του περιβάλλοντος οδηγεί σε ουδέτερες επιπτώσεις ως προς το φυσικό περιβάλλον, ενώ αναβαθμίζει το ανθρωπογενές / οικιστικό περιβάλλον.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 1.2: Ενίσχυση του εκσυγχρονισμού και της αναβάθμισης των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων.**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Σε αρκετές περιοχές της Περιφέρειας το τουριστικό προϊόν είναι υποβαθμισμένο τόσο σε επίπεδο υποδομών, όσο και υπηρεσιών λόγω της επί μακρό χρόνο λειτουργίας ενός φαύλου κύκλου μαζικής και όχι υψηλών προδιαγραφών τουριστικής ζήτησης, με περαιτέρω υποβάθμιση (γήρανση) των υποδομών και υποβάθμιση του περιβάλλοντος και των προσφερόμενων υπηρεσιών. Ως εκ τούτου η αναβάθμιση και ο εκσυγχρονισμός των προσφερόμενων υποδομών και υπηρεσιών αποτελεί βασική προϋπόθεση για την ανακοπή της φθίνουσας τουριστικής δραστηριότητας και τη βελτίωση του επιπέδου της ποιότητας της τουριστικής ζήτησης.

Μέσω, λοιπόν, του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής στοχεύεται η ποιοτική αναβάθμιση των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων της Περιφέρειας Πελοποννήσου και η αναζωογόνηση «γηρασμένων» τουριστικών περιοχών, με στόχο την προσέλκυση τουριστών υψηλής εισοδηματικής τάξης, την αύξηση της πληρότητας και τη διάχυση της ανάπτυξης σε ευρύτερα χωρικά επίπεδα της Περιφέρειας.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Η ενίσχυση των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων αφορά στον ποιοτικό εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού, στην αναβάθμισή τους (αλλαγή κατηγορίας τάξης, κατάταξη σε κατηγορίες αστέρων για τα κύρια καταλύματα ή κλειδιών για τα μη κύρια ή συμπληρωματικά καταλύματα), στην διεύρυνση των παρεχόμενων υπηρεσιών με ενσωμάτωση νέων εξυπηρετήσεων και στην χρήση των νέων τεχνολογιών για την αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών στους τουρίστες.

Για την εφαρμογή των δράσεων του Μέτρου Πολιτικής προβλέπονται δύο κατηγορίες ενεργειών οι οποίες συνδέονται με το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο των ενισχύσεων.

- Η πρώτη κατηγορία αφορά στην ενίσχυση του εκσυγχρονισμού των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων, τα οποία μπορούν να ενταχθούν στον Αναπτυξιακό Νομό 2601/98 και αναφέρονται σε κύρια καταλύματα (ξενοδοχεία) και μη κύρια καταλύματα (camping) άνω της Γ' τάξης. Οι δράσεις αυτές προβλέπεται να ενισχυθούν από το Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα» του Υπουργείου Ανάπτυξης και ειδικότερα του Μέτρου 2.2 / Δράση 2.2.1 που αναφέρεται στον

ποιοτικό εκσυγχρονισμό των ξενοδοχείων και των κάμπινγκ Γ' τάξης και άνω μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου 2601/98 και από το ΠΕΠ Πελοποννήσου μέσω του Μέτρου 3.1, το οποίο αναφέρεται στην ενίσχυση ιδιωτικών τουριστικών υποδομών για ποιοτικό εκσυγχρονισμό των καταλυμάτων που εντάσσονται στον Α.Ν.

- Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει ενισχύσεις για τον εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων που ανήκουν, είτε σε κύρια, είτε σε συμπληρωματικά – μη κύρια καταλύματα (Δ' και Ε' τάξης) χωρίς δυνατότητα ένταξης στον Αναπτυξιακό Νόμο. Οι μονάδες αυτές καλύπτουν μεγάλο ποσοστό της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Πελοποννήσου και ο εκσυγχρονισμός τους αποτελεί βασικό όρο για μία ολοκληρωμένη και αποτελεσματική τουριστική ανάπτυξη. Η δράση αυτή μπορεί να χρηματοδοτηθεί από το Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα» μέσω του Μέτρου 2.2 / Δράση 2.2.2 που αναφέρεται στον ποιοτικό εκσυγχρονισμό των ξενοδοχείων, των κάμπινγκς και των ενοικιαζομένων επιπλωμένων δωματίων και διαμερισμάτων που δεν εντάσσονται στον Αναπτυξιακό Νόμο. Επίσης οι δράσεις αυτές μπορούν να ενισχυθούν από το ΠΕΠ Πελοποννήσου μέσω του Μέτρου 3.1 το οποίο συμπεριλαμβάνει ενισχύσεις ιδιωτικών τουριστικών επενδύσεων εκτός Α.Ν, των οποίων ο επιλέξιμος Π/Υ μπορεί να κυμαίνεται μεταξύ 30-150 χιλ. ευρώ.

Παρεμβάσεις αναβάθμισης και εκσυγχρονισμού των τουριστικών καταλυμάτων απαιτούνται κυρίως στους θύλακες ώριμης τουριστικής ανάπτυξης, όπως για παράδειγμα στην περιοχή του Ναυπλίου, στο Λουτράκι - Αγ. Θεοδώρους και στην ευρύτερη περιοχή του Πόρτο Χελιού – Ερμιονίδας, χωρίς αυτό να εξαιρεί από αυτή τη διαδικασία περιοχές δυναμικές όπως η Σπάρτη, η Καλαμάτα, οι ορεινές ζώνες του Μυστρά και της Μάνης, στις οποίες μπορεί παράλληλα να αυξηθεί ο αριθμός υψηλής τάξης κλινών.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των ενεργειών/ έργων / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής, δύναται να είναι:

1. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου (Δ/ση Ανάπτυξης και Σχεδιασμού).
2. Το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών (Δ/ση Ιδιωτικών Επενδύσεων).
3. Το Υπουργείο Ανάπτυξης / ΕΟΤ.
4. Οι Ενδιάμεσοι Φορείς Διαχείρισης.

Δυνητικοί Αποδέκτες

Αποδέκτες των δράσεων του Μέτρου Πολιτικής είναι οι ιδιωτικές επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου στον τομέα της κατάλυσης / διανυκτέρευσης ή/και Ειδικοί Φορείς που ασχολούνται με την τουριστική δραστηριότητα.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι προτεινόμενες δράσεις / ενέργειες για την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να χρηματοδοτηθούν, τόσο από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου, όσο και από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της «Ανταγωνιστικότητας» του Υπουργείου Ανάπτυξης.

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων από τις παραπάνω πηγές, ενδεικτικά εκτιμώμενος συνολικός προϋπολογισμός του Μέτρου ανέρχεται σε 20 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Με βάση τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν ορισμένες τουριστικές περιοχές της Περιφέρειας και ως εκ' τούτου τους στόχους που τίθενται, αλλά και την εξειδίκευση που έχει ήδη γίνει από τους αρμόδιους φορείς σχεδιασμού θα πρέπει η υλοποίηση των έργων του Μέτρου να είναι άμεση.

Βέβαια στο πλαίσιο της μακροπρόθεσμης πολιτικής περί ποιοτικής αναβάθμισης του συνόλου των τουριστικών καταλυμάτων της Περιφέρειας και με βάση τα αποτελέσματα των ενισχύσεων της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου η διαδικασία εκσυγχρονισμού και αναβάθμισης των τουριστικών υποδομών είναι συνεχής και επεκτείνεται πέραν μιας προγραμματικής περιόδου.

Επιπτώσεις

Οι αναμενόμενες επιπτώσεις από την επιτυχή εφαρμογή και υλοποίηση του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής αναμένονται να είναι θετικές ως προς:

- Την αύξηση της απασχόλησης στον τουριστικό κλάδο, αλλά και στο σύνολο της παραγωγικής δραστηριότητας από την αναζωογόνηση των οικονομικών δραστηριοτήτων σε πολλές φθίνουσες τουριστικές περιοχές.
- Την αύξηση του ακαθάριστου περιφερειακού προϊόντος από την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού και υψηλότερου εισοδηματικού επιπέδου τουριστών και την διάχυση της ανάπτυξης και αύξηση των παραγωγικών / οικονομικών δραστηριοτήτων τόσο σε άλλους τομείς, όσο και στην ευρύτερη περιοχή των τουριστικών τόπων.

- Την αναβάθμιση της εικόνας των συγκεκριμένων περιοχών και βελτίωση του βαθμού ελκυστικότητας και εξωστρέφειας της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 1.3: Ενθάρρυνση και ενίσχυση της μετατροπής παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Η ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς επιχειρείται και μέσω της ενθάρρυνσης και της ενίσχυσης για την μετατροπή αξιόλογων παραδοσιακών ή άλλων αρχιτεκτονικών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα. Στόχος του Μέτρου είναι η μεγέθυνση του τουριστικού προϊόντος με την δημιουργία νέων κλινών σε παραδοσιακά κτίσματα με υψηλής ποιότητας προσφερόμενες υπηρεσίες, ειδικά σε περιοχές που χαρακτηρίζονται από σημαντικούς και αξιόλογους αρχιτεκτονικούς / οικιστικούς πόρους, διατηρώντας την πολιτιστική κληρονομιά με την οικονομική αξιοποίηση της.

Οι προβλεπόμενες δράσεις αποσκοπούν στην ήπια τουριστική ανάπτυξη με μικρής κλίμακας παρεμβάσεις που δεν θα επιβαρύνουν το οικιστικό περιβάλλον, αλλά θα το αναβαθμίσουν και δη θα το προστατεύσουν.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την επίτευξη των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής προβλέπεται η ενθάρρυνση και ενίσχυση της μετατροπής παραδοσιακών – αρχιτεκτονικών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα. Οι δράσεις της κατηγορίας αυτής αφορούν, τόσο στην ενίσχυση κτιριακών εγκαταστάσεων και προμήθειας του αναγκαίου εξοπλισμού, όσο και σε επενδύσεις που αφορούν στη ποιοτική αναβάθμιση των υπηρεσιών μέσω της εισαγωγής και χρήσης νέων τεχνολογιών και της διεύρυνσης των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Η ενίσχυση της μετατροπής παραδοσιακών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα μπορεί να ενισχυθεί και να υλοποιηθεί μέσω των ενισχύσεων του Αναπτυξιακού Νόμου 2601/98, καθώς και μέσω των Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Αγροτικής Ανάπτυξης / Άξονας Προτεραιότητας 7 / Μέτρο 7.9 που αναφέρεται στην ενίσχυση των τουριστικών δραστηριοτήτων μεταξύ των άλλων και σε παραδοσιακούς ξενώνες ή/και του Leader + / Μέτρο 1.2. Επισημαίνεται ότι μέσω των δύο παραπάνω προγραμμάτων προβλέπονται ενισχύσεις για μικρές επενδύσεις που στόχο έχουν την συμπλήρωση της οικονομικής δραστηριότητας των κατοίκων ορεινών και απομακρυσμένων περιοχών.

Η χρηματοδότηση των δράσεων του παρόντος Μέτρου Πολιτικής προβλέπεται και από το Μέτρο 3.1: «Ανάπτυξη ιδιωτικών τουριστικών υποδομών» του ΠΕΠ Πελοποννήσου στο πλαίσιο του οποίου αναμένεται να δοθεί προτεραιότητα στην

αξιοποίηση παραδοσιακών και αξιόλογων αρχιτεκτονικών κτισμάτων με την μετατροπή τους σε τουριστικά καταλύματα υψηλής ποιότητας.

Αντίστοιχες δράσεις μπορούν να χρηματοδοτηθούν και από το Μέτρο 2.2.4 του ΠΕΠ Πελοποννήσου που αναφέρεται σε ολοκληρωμένες παρεμβάσεις ανάπτυξης των μειονεκτικών περιοχών.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των ενεργειών/ έργων / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής, δύναται να είναι:

1. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου (Δ/ση Ανάπτυξης και Σχεδιασμού).
2. Το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών (Δ/ση Ιδιωτικών Επενδύσεων).
3. Το Υπουργείο Ανάπτυξης / ΕΟΤ.
4. Οι Ενδιάμεσοι Φορείς Διαχείρισης.

Δυνητικοί Αποδέκτες

Αποδέκτες των επιμέρους ενεργειών του Μέτρου είναι οι ιδιωτικές επιχειρήσεις, καθώς και οι Επιχειρήσεις της Τοπικής Αυτοδιοίκησης που στους σκοπούς και στις δράσεις τους αναφέρεται η εκμετάλλευση τουριστικών μονάδων.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις του μέτρου προβλέπεται να χρηματοδοτηθούν από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου, από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα του Υπουργείου Γεωργίας «Αγροτική Ανάπτυξη και Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου», όσον αφορά στις περιοχές που εφαρμόζονται Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου (ΟΠΑΑΧ) και από την Κοινοτική Πρωτοβουλία «Leader +».

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων από της παραπάνω πηγές εκτιμάται ότι ο συνολικός προϋπολογισμός του Μέτρου μπορεί να ανέλθει σε 8 εκατ. ευρώ, για την τρέχουσα προγραμματική περίοδο.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Στο πλαίσιο της ανάγκης αναβάθμισης και της διεύρυνσης της τουριστικής προσφοράς και σε σχέση με το μικρό σχετικά χρονικό διάστημα που απαιτείται για την υλοποίηση των δράσεων αυτών, η ενίσχυσή τους μπορεί να πραγματοποιηθεί σε ένα μεγάλο βαθμό στο πλαίσιο της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου.

Επιπτώσεις

Οι αναμενόμενες επιπτώσεις από την υλοποίηση των δράσεων του Μέτρου αναμένεται να είναι θετικές. Ειδικότερα προβλέπεται:

- Αύξηση της απασχόλησης από την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που θα προκύψουν μετά την υλοποίηση των ανωτέρω έργων.
- Αύξηση του ακαθάριστου προϊόντος, ιδιαίτερα στις περιοχές που αναμένεται να δημιουργηθούν νέα καταλύματα, μέσω της προσέλκυσης μεγαλύτερου αριθμού τουριστών.
- Αναβάθμιση και βελτίωση του οικιστικού περιβάλλοντος μέσω της αξιοποίησης των παραδοσιακών κτιρίων.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 1.4: Ενίσχυση της αναβάθμισης της οργάνωσης και λειτουργίας όλων των τουριστικών επιχειρήσεων**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Το Μέτρο αποσκοπεί στην ενίσχυση των ιδιωτικών επιχειρήσεων όλων των κλάδων του τουριστικού τομέα, με εξαίρεση αυτών που ανήκουν στο τομέα της κατάλυσης / διανυκτέρευσης, μέσω δράσεων αναδιοργάνωσης της λειτουργίας, χρήσης και εφαρμογής νέων τεχνολογικών μεθόδων, δικτύωσης και συνεργασίας με άλλες επιχειρήσεις, εκπόνησης αναγκαίων μελετών για την βελτίωση ή/και ανάπτυξη νέων υπηρεσιών.

Στόχος του Μέτρου είναι να συμπεριλάβει στο πλαίσιο των ενισχύσεων ολοκληρωμένες προτάσεις, οι οποίες θα βελτιώσουν συνολικά τις προσφερόμενες υπηρεσίες, θα αυξήσουν την ανταγωνιστικότητα και θα συμβάλουν στην δημιουργία ενός σύγχρονου τουριστικού επιχειρηματικού ιστού στην Περιφέρεια.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Οι δράσεις που ενισχύονται από το παρόν Μέτρο Πολιτικής αφορούν στην αναβάθμιση και στον εκσυγχρονισμό των χώρων και του εξοπλισμού των υφιστάμενων τουριστικών επιχειρήσεων, όσο και στην υλοποίηση επενδύσεων που βελτιώνουν την οργάνωση, μειώνουν το λειτουργικό κόστος και μεγεθύνουν την αποδοτικότητά τους.

Ειδικότερα θα ενισχυθούν δράσεις που αφορούν στην ανάπτυξη συστημάτων διασφάλισης ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, την εφαρμογή συστημάτων ηλεκτρονικού εμπορίου και ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων για την βελτίωση της συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων, την δικτύωση με διεθνή δίκτυα με στόχο την προβολή και την ανταλλαγή καλών πρακτικών, την δημιουργία δικτυακών τόπων για άμεση πληροφόρηση και εξυπηρέτηση των πελατών, την συμμετοχή ή/και οργάνωση εκθέσεων με σκοπό την ενίσχυση των συνεργασιών και την προβολή τους σε εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο, την εκπόνηση των αναγκαίων μελετών και επιχειρηματικών σχεδίων για την βελτίωση και ανάπτυξη της επιχείρησης.

Οι δράσεις του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής μπορούν να ενισχυθούν από το Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα» και ειδικότερα μέσω του Μέτρου 2.2 / Δράση 2.2.3 που αναφέρεται σε επιχειρηματικά σχέδια ΜΜΕ όλων των κλάδων του τουριστικού τομέα, καθώς και μέσω του Μέτρου 2.5 / Δράση 2.5.2 που αναφέρεται στον

οργανωτικό εκσυγχρονισμό των ΜΜΕ μεταξύ άλλων και του τουρισμού, κυρίως ως προς την εξασφάλιση ενεργειών πιστοποίησης υφιστάμενων ΜΜΕ.

Επίσης οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να ενισχυθούν στο πλαίσιο εφαρμογής του Μέτρου 3.3 του ΠΕΠ Πελοποννήσου, το οποίο αναφέρεται στην ενίσχυση του εκσυγχρονισμού της λειτουργίας των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων.

Τέλος, στο πλαίσιο του Ε.Π. «Κοινωνία της Πληροφορίας» και από το Μέτρο 3.2 ενισχύονται επιχειρήσεις του τουρισμού για την εισαγωγή τους στην ψηφιακή οικονομία (ηλεκτρονικό εμπόριο και βελτίωση της διαχείρισης της πληροφορίας).

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των ενεργειών/ έργων / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής, δύναται να είναι:

1. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου (Δ/νση Ανάπτυξης και Σχεδιασμού).
2. Το Υπουργείο Ανάπτυξης / ΕΟΤ.
3. Ενδιάμεσος Φορέας Διαχείρισης.
4. Φορείς εκπροσώπησης των τουριστικών επιχειρήσεων / ΞΕΕ, ΠΟΞ.

Δυνητικοί Αποδέκτες

Αποδέκτες των ενεργειών του Μέτρου είναι το σύνολο των ιδιωτικών επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα (τουριστικά γραφεία, κέντρα εστίασης και διασκέδασης, επιχειρήσεις τροφοδοσίας / catering, επιχειρήσεις μεταφορικών υπηρεσιών, επιχειρήσεις οργάνωσης και προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών, όπως γραφεία οργάνωσης ειδικών πακέτων τουριστικών υπηρεσιών, γενικά το σύνολο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο τομέα του τουρισμού), καθώς και ειδικοί φορείς που ασχολούνται με αντικείμενα της τουριστικής δραστηριότητας.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις του μέτρου προβλέπεται να χρηματοδοτηθούν από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου, από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» του Υπουργείου Ανάπτυξης και από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Κοινωνία της Πληροφορίας».

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων ο προβλεπόμενος προϋπολογισμός του Μέτρου εκτιμάται ότι θα ανέλθει σε 21 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Για την επιτάχυνση της αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας απαιτούνται άμεσες ενέργειες εκσυγχρονισμού της οργάνωσης και λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων, έστω και σε μικρή σχετικά κλίμακα κατ' αρχήν. Στη συνέχεια όμως και σε βάθος χρόνου μιας δεκαετίας θα πρέπει να εκσυγχρονισθεί οργανωτικά και λειτουργικά το σύνολο της τουριστικής δραστηριότητας στη Περιφέρεια.

Ως εκ' τούτου η εφαρμογή των παραπάνω δράσεων και η υλοποίησή τους μπορεί να πραγματοποιηθεί τόσο στο πλαίσιο της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου, όσο και σε ευρύτερη κλίμακα, την επόμενη προγραμματική περίοδο (2007-2013).

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την υλοποίηση των έργων του Μέτρου θα είναι σημαντικά θετικές και ειδικότερα αναφέρονται:

- Στον εκσυγχρονισμό ενός μεγάλου μέρους της οικονομικής δραστηριότητας της Περιφέρειας.
- Στην μεταστροφή της οικονομίας της Περιφέρειας προς την κατεύθυνση ενός σύγχρονου τομέα υπηρεσιών.
- Στην διεύρυνση των παραγωγικών δραστηριοτήτων και στην εξωστρέφεια της οικονομίας της Περιφέρειας με ανάλογες επιπτώσεις στην απασχόληση και στο ακαθάριστο προϊόν της.

4.2 ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 2: ΠΡΩΘΗΣΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Προτεραιότητα του παρόντος Άξονα Δράσης είναι η προώθηση των ειδικών μορφών τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, μέσω της δημιουργίας έργων υποδομής και της ανάπτυξης δράσεων ευαισθητοποίησης και προβολής.

Οι ειδικότεροι στόχοι που εξυπηρετεί ο Άξονας αναφέρονται:

- Στην διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας με νέα προϊόντα.
- Στην δημιουργία προϋποθέσεων για αναβάθμιση της ελκυστικότητας συγκεκριμένων περιοχών.
- Στη σύνδεση της τουριστικής κατανάλωσης με την εγχώρια παραγωγή.
- Στην προσέλκυση ειδικών ομάδων – στόχου τουριστών.
- Στην αύξηση της τουριστικής κίνησης προς την Περιφέρεια.
- Στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Βασική παράμετρος ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού σε μία περιοχή είναι η ύπαρξη αντίστοιχων / ανάλογων πόρων. Ως εκ' τούτου οι περιοχές της Περιφέρειας Πελοποννήσου στις οποίες απευθύνονται τα Μέτρα Πολιτικής του παρόντος Άξονα είναι, κυρίως, εκείνες στις οποίες εμφανίζονται αυτοί οι πόροι, με πρόσθετη προσπάθεια ενίσχυσης της δικτύωσης αυτών των περιοχών για τη δημιουργία ενός πλέγματος συμπληρωματικών τουριστικών δραστηριοτήτων σε ευρύτερες περιοχές της Περιφέρειας.

Επιδίωξη του παρόντος Άξονα είναι, μέσω των έργων και των δράσεων που πρόκειται να αναπτυχθούν, η προσφορά να καθορίσει τη ζήτηση.

Οι κατηγορίες / είδη νέων μορφών τουρισμού στις οποίες μπορεί να δραστηριοποιηθεί η επιχειρηματική βάση της Περιφέρειας Πελοποννήσου είναι οι εξής:

α) Θαλάσσιος Τουρισμός

Με δεδομένο το μεγάλο μήκος ακτογραμμών της Περιφέρειας και της ύπαρξης πλούσιων φυσικών και πολιτιστικών πόρων κατά μήκος ή/και πλησίων των ακτογραμμών, η ανάπτυξη της θαλάσσιας περιήγησης με μικρά κρουαζιερόπλοια ή με ιδιωτικά τουριστικά σκάφη, μπορεί να αποτελέσει ένα νέο τουριστικό προϊόν. Παράλληλα η ενίσχυση της δημιουργίας ή της βελτίωσης των υφιστάμενων μαρίνων και των τουριστικών αγκυροβολίων που διαθέτει η Περιφέρεια μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό πόλο ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού.

β) Επαγγελματικός / Συνεδριακός Τουρισμός

Ένα μεγάλο ποσοστό τουριστών-επισκεπτών συνδυάζει την μετακίνησή του προς έναν τόπο λόγω κάποιου επαγγελματικού κινήτρου. Διακρίνονται τα εξής επιμέρους είδη τουρισμού που συνθέτουν τον συνεδριακό τουρισμό:

- Ο επιστημονικός / συνεδριακός τουρισμός.
- Ο τουρισμός εκθέσεων.
- Ο τουρισμός σεμιναρίων.

γ) Τουρισμός Αναψυχής

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται, πέραν της «κλασικής» ζήτησης για θαλάσσιο τουρισμό και τουρισμό διασκέδασης, νέες συμπληρωματικές μορφές, οι οποίες αναπτύσσονται με ήπιο τρόπο και αξιοποιούν τα υπάρχοντα συγκριτικά πλεονεκτήματα. Ειδικότερα στην κατηγορία αυτή μπορούν να συμπεριληφθούν:

- Ο πολιτιστικός / παραδοσιακός τουρισμός. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου χαρακτηρίζεται από σημαντικό αριθμό πολιτιστικών δραστηριοτήτων ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, οι οποίες προσελκύουν μεγάλο ποσοστό τουριστών. Η αξιοποίηση και η ανάδειξη των παραδοσιακών στοιχείων μιας περιοχής μέσω οργανωμένων εκδηλώσεων και φεστιβάλ συντελούν στην τουριστική ανάπτυξη με ήπιο και συμβατό τρόπο ως προς την λειτουργία του χώρου. Η οργάνωση αυτών των εκδηλώσεων μπορεί να πραγματοποιηθεί από ειδικά γραφεία «οργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων», τα οποία παράλληλα θα προωθήσουν και θα προβάλλουν τον πολιτισμό της κάθε περιοχής.
- Ο θρησκευτικός / προσκυνηματικός τουρισμός. Η μορφή αυτή αφορά στην οργάνωση και προβολή αξιόλογων θρησκευτικών μνημείων, μοναστηριών ή άλλων ιστορικών χώρων που σχετίζονται με την θρησκευτική παράδοση, μέσω της δημιουργίας ειδικών διαδρομών, βασικών υποδομών και υπηρεσιών για την βελτίωση της επισκεψιμότητας τους, ή/και της δημιουργίας καταλυμάτων σε μοναστηριακούς χώρους.
- Ο γαστρονομικός τουρισμός ή τουρισμός γευσιγνωσίας. Οι δράσεις αυτής της μορφής τουρισμού αφορούν στην οργάνωση και προβολή των ειδικών προϊόντων ποιότητας, ονομασίας προέλευσης ή άλλων μοναδικών προϊόντων που παράγονται σε συγκεκριμένες περιοχές μέσω ειδικών διαδρομών όπως για παράδειγμα «ο δρόμος του κρασιού», όπου ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει, να γευθεί και να συμμετάσχει στην διαδικασία της παραγωγής, να παρακολουθήσει κατά την διάρκεια των διακοπών του ειδικά σεμινάρια για τον τρόπο παρασκευής ενός προϊόντος. Τα διεθνή συμπεράσματα περί μεσογειακής διατροφής είναι γνωστά, και ως

εκ τούτου η προβολή της τοπικής γαστρονομίας μέσω της ενίσχυσης επιχειρήσεων για την ανάδειξη παραδοσιακών φαγητών και εδεσμάτων μπορεί να αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης για πολλούς τουρίστες. Ειδικότερα πρέπει να αναφερθεί το πρόγραμμα «Οι δρόμοι του λαδιού και της ελιάς», το οποίο ξεκίνησε με πρωτοβουλία του Προέδρου του Επιμελητηρίου Καλαμάτας και βρήκε συμπαραστάτη και αρωγό την ελληνική πολιτεία, ενώ επιπρόσθετα ενισχύεται από το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου (FEMO), από το Δίκτυο Ελαιοπαραγωγών Πόλεων Ελλάδος (ΔΕΠΕ) το οποίο έχει την συμπαράσταση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και άλλων εθνικών, ιδιωτικών ή/και συνεταιριστικών φορέων των χωρών της Μεσογείου.

Στόχος της προσπάθειας αυτής είναι η προώθηση των ευεργετικών προϊόντων της ελιάς στη διατροφή, η τόνωση του εμπορίου του ελαιολάδου και η τουριστική προβολή των ελαιοπαραγωγών περιοχών στις μεγάλες διεθνείς αγορές, μέσω της διοργάνωσης ενός πολυήμερου ταξιδιού / οδοιπορικού¹.

Επιπρόσθετα στο πλαίσιο της προώθησης του πολιτισμού της ελιάς ιδρύθηκε από το Πολιτιστικό Τεχνολογικό Ίδρυμα της ΕΤΒΑ το «Μουσείο της Ελιάς και του Ελληνικού Λαδιού» (ΜΕΕΛ) στη Σπάρτη. Στεγάζεται στο παλιό εργοστάσιο της Ηλεκτρικής Εταιρείας στο κέντρο της πόλης, το οποίο παραχωρήθηκε από τον Δήμο για το σκοπό αυτό και ανακαινίστηκε εξ' ολοκλήρου. Στο μουσείο δίνονται πληροφορίες σχετικά με την καλλιέργεια της ελιάς τόσο στη Πελοπόννησο (κυρίως στις περιοχές της Λακωνίας και της Μεσσηνίας), όσο και στον ευρύτερο ελλαδικό και μεσογειακό χώρο και παρουσιάζεται η τεχνολογία της εξαγωγής του λαδιού από την αρχαιότητα μέχρι τον 20 αιώνα, η χρήση του λαδιού στη φαρμακευτική, η φυτολογία

¹ Το 4ο οδοιπορικό ξεκίνησε και φέτος από την Μεσσηνία διανύοντας 16.000 χλμ. γύρω από την Μεσόγειο, περνώντας από 15 χώρες. Η προσπάθεια αυτή φιλοδοξεί φέτος να ανακηρυχθεί ως η 4η Πολιτιστική Διαδρομή στον κόσμο από την Unesco.

Στο πλαίσιο του οδοιπορικού προγραμματίζονται και γίνονται συναντήσεις με τοπικούς φορείς της κάθε χώρας, επιμελητήρια, δήμους, συνεταιρισμούς, πανεπιστήμια, κυβερνητικές και μη κυβερνητικές οργανώσεις και υπογράφονται πρωτόκολλα συνεργασίας, διοργανώνονται ενημερωτικές συναντήσεις και πολιτιστικές - ψυχαγωγικές δραστηριότητες.

Φέτος με σκοπό την επίτευξη των στόχων του οδοιπορικού και την καλύτερη εξυπηρέτηση των οδοιπόρων συμμετέχει ένα όχημα το οποίο έχει διαμορφωθεί σε κινούμενο κέντρο δραστηριοτήτων. Περιλαμβάνει ένα εκθεσιακό χώρο βιβλιοθήκη, ξενώνα, χώρο υποδοχής και το σημαντικότερο ένα μικρό «Μουσείο Ελιάς».

του ελαιόλαδου και η σαπωνοποιία μέσα από ένα πλούσιο υλικό που καλύπτει εκθέματα, φωτογραφίες, μακέτες, κείμενα, χάρτες κ.λπ.

- Ο τουρισμός περιήγησης, αποτελεί μία δραστηριότητα, η οποία επιχειρεί στο πλαίσιο της αναψυχής να συνδυάσει διάφορες μορφές τουρισμού, κυρίως τις προαναφερόμενες. Μέσω του τουρισμού περιήγησης ο τουρίστας καλείται να γνωρίσει της περιοχή που επέλεξε να περάσει τις διακοπές, τα ήθη και τα έθιμα, την ιστορία του τόπου, τα προϊόντα, τα μνημεία που υπάρχουν, τους ανθρώπους στο πλαίσιο μιας οργανωμένης διαδρομής, η οποία μπορεί να γίνει είτε με κάποιο μεταφορικό μέσο είτε μέσω ενός μονοπατιού πεζοπορίας.

δ) Τουρισμός Υγείας

Η χρήση των λουτρών ως μέσου για την καλή υγεία, την ευεξία και τη θεραπεία διαφόρων ασθενειών αποτελεί παράγοντα μετακίνησης προς ένα τόπο και είναι μία τουριστική δραστηριότητα με σημαντικά οικονομικά και κοινωνικά οφέλη. Η κατηγορία αυτή μπορεί να διακριθεί στις παρακάτω ειδικές μορφές ως εξής:

- Ο ιαματικός τουρισμός που απευθύνεται κυρίως στην τρίτη ηλικία με προληπτική ή κατασταλτική εφαρμογή θεραπείας, η οποία συντελείται από την υφιστάμενη σύσταση της συγκεκριμένης ιαματικής πηγής.
- Ο θεραπευτικός τουρισμός (θαλασσοθεραπεία κ.λπ.) που εκτός των ιαματικών πηγών περιλαμβάνει και άλλες μορφές θεραπείας όπως εισπνοθεραπεία, κινησιοθεραπεία κ.α.
- Ο τουρισμός υγιεινής και φυσικής διαβίωσης που συμπεριλαμβάνει πολλές διαφορετικές δραστηριότητες, όπως γυμναστική, υγιεινή διατροφή, φυσική διαβίωση και απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες.

Η ανάπτυξη ενός σύγχρονου τουρισμού υγείας προϋποθέτει την κατάρτιση ενός σχεδίου δράσης σε συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς, την Τοπική Αυτοδιοίκηση και των φορέων της ιδιωτικής πρωτοβουλίας για την αποφυγή αποσπασματικών ενεργειών.

ε) Εναλλακτικός Τουρισμός

Εννοιολογικά η πρώτη διατύπωση που δόθηκε για αυτή τη μορφή τουρισμού αφορούσε τα τουριστικά προϊόντα τα οποία προσανατολίζονται σε περιβαλλοντικά προϊόντα, συνδυάζοντας την παραμονή στη φύση με την παράλληλη άσκηση δραστηριοτήτων. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου χαρακτηρίζεται από μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης, καθώς όλο και μεγαλύτερη μερίδα τουριστών αναζητά

ήσυχια μέρη κοντά στη φύση, όπου διατηρούνται ακόμη στοιχεία του παραδοσιακού τρόπου ζωής.

Οι επιμέρους κατηγορίες που συνθέτουν τον εναλλακτικό τουρισμό αφορούν:

- Στον ορεινό - οικολογικό τουρισμό. Η ειδική αυτή μορφή τουρισμού ξεκίνησε από τους ορειβάτες, αλλά με την πάροδο του χρόνου και την διάδοσή του προσέλκυσε μεγάλη μερίδα τουριστών. Η πραγματοποίησή του απαιτεί την δημιουργία των απαραίτητων εγκαταστάσεων, δηλαδή καταφυγίων, σε ορεινούς όγκους όπου προβλέπεται η ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού.
- Στον περιπατητικό τουρισμό ο οποίος αναφέρεται κυρίως στην δημιουργία μονοπατιών, την σύνδεσή τους με το ευρωπαϊκό μονοπάτι E4 ή με άλλα εθνικά μονοπάτια 32 και 33, παραδοσιακούς οικισμούς, σημεία ιστορικής σημασίας, τουριστικές εγκαταστάσεις, καταφύγια, οικισμούς στους πρόποδες των βουνών και μέσα μεταφοράς για την διακίνηση των τουριστών. Η δημιουργία τους μπορεί να αφορά σε μονοπάτια μεγάλων διαδρομών όποτε απαιτείται η σύνδεση τους με κάποιο οικισμό ή καταφύγιο, και σε μονοπάτια μικρών ημερήσιων διαδρομών.
- Στον αγροτουρισμό. Αποτελεί μία νέα μορφή τουρισμού που συνδυάζει την παραμονή και την ανάπτυξη δραστηριοτήτων στον αγροτικό χώρο. Η παραμονή σε αγροτικές περιοχές προσελκύει όλο και μεγαλύτερη μερίδα τουριστών. Η προώθηση και η ανάπτυξη του αγροτουρισμού αφορά στην ενίσχυση για την δημιουργία αγροτουριστικών καταλυμάτων από αγρότες ως συμπληρωματική δραστηριότητα, ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο το εισόδημά τους, σε περιοχές όπου το περιβάλλον δεν έχει αλλοιωθεί από άλλες τουριστικές παρεμβάσεις.
- Στο χειμερινό τουρισμό. Η ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού αναφέρεται στην ανάπτυξη και τον συνδυασμό διαφορετικών δραστηριοτήτων, όπως η δημιουργία μικρών καταλυμάτων ή η μετατροπή παραδοσιακών κτιρίων σε καταλύματα κυρίως σε ορεινούς οικισμούς, η δημιουργία τουριστικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη φύση και τον παραδοσιακό τρόπο ζωής, όπως ο αγροτουρισμός, καθώς και η ανάπτυξη του χιονοδρομικού τουρισμού. Η σύνθεση όλων των παραπάνω, ή/και μέρους αυτών, δημιουργούν ένα νέο τουριστικό προϊόν που στόχο έχει την άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής περιόδου.

στ) Τουρισμό Ειδικών Ενδιαφερόντων ή Κινήτρων.

Σ' αυτή την κατηγορία μπορούν να συμπεριληφθούν όλες εκείνες οι δραστηριότητες που αλλάζουν τον κλασσικό τρόπο των διακοπών των τουριστών,

οι οποίοι θέλουν να συμμετάσχουν ή να δοκιμάσουν κάποιου είδους περιπέτεια ή επιλέγουν ένα συγκεκριμένο τρόπο διακοπών λόγω ειδικών κινήτρων. Ενδεικτικά μπορούν να συμπεριληφθούν:

- Η δημιουργία γυπέδων γκολφ προσελκύει υψηλής εισοδηματικής τάξης τουρίστες. Η δημιουργία τους μπορεί να ενισχυθεί από τον Αναπτυξιακό Νόμο 2601/98.
- Η δημιουργία χιονοδρομικών κέντρων αποτελεί ειδική μορφή τουρισμού και κυρίως ανταποκρίνεται σε ειδικές ομάδες τουριστών.
- Η δημιουργία προπονητικών κέντρων για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού αποτελεί επίσης ειδική μορφή τουρισμού. Η ενίσχυση της δημιουργίας μικρής κλίμακας τέτοιου είδους κέντρων μπορεί να αποτελέσει σημαντική πηγή τουριστικού εισοδήματος για την Περιφέρεια.
- Η ανάπτυξη αθλητικού τουρισμού, ο οποίος περιλαμβάνει μεταξύ των άλλων καταδύσεις, ψάρεμα, κατασκήνωση, αεροπτερισμό, ράφτιγκ, καγιάκ αναρρίχηση (αναρριχητικά πεδία ή διαδρομές), MotoCross αποτελεί ειδική μορφή τουρισμού και προσελκύει ειδικές ομάδες - στόχου.

ζ) Οργανωμένος Τουρισμός.

Σε αυτή την ειδική μορφή τουρισμού ο τουρίστας συναντά πολλά και διαφορετικά πράγματα σε ένα συγκεκριμένο χωρικά οριζόμενο χώρο. Καλύπτει τις βασικές του ανάγκες, αναπτύσσει και συμμετέχει σε δραστηριότητες, αναπαύεται και ξεκουράζεται μέσα σε ένα χώρο για κάποιο χρονικό διάστημα, χωρίς να επιθυμεί ιδιαίτερα την έξοδό του από αυτόν. Η κάλυψη αυτής της μορφής τουρισμού κυρίως γίνεται μέσα από τα οργανωμένα Hotel Clubs ή οργανωμένα χωριά που ενδιαφέρονται κυρίως για την ψυχαγωγία των πελατών τους, από οργανωμένες περιοχές (π.χ. ΠΟΤΑ) που συμπεριλαμβάνουν και άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο συνεδριακός ή ο τουρισμός υγείας ή γκολφ.

Η συνεργασία και η ανάπτυξη του κοινωνικού διαλόγου μεταξύ των μηχανισμών υποστήριξης σε περιφερειακό επίπεδο των επαγγελματικών φορέων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και των ιδιωτών επενδυτών μπορεί να επιτύχει το στόχο της οργάνωσης και ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού. Προς την κατεύθυνση της ευαισθητοποίησης – ενημέρωσης και ανάπτυξης του κοινωνικού διαλόγου προτείνεται ειδικό Μέτρο Πολιτικής (Μέτρο 2.3).

Προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος του εμπλουτισμού και της διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος μέσω αυτών των μορφών, χωρίς τις «παρενέργειες» της μαζικότητας, της προχειρότητας και της κακής οργάνωσης και διαχείρισης

κρίνεται σκόπιμη η εκπόνηση ειδικής μελέτης *«Ανάπτυξης, οργάνωσης και υλοποίησης ειδικών μορφών τουρισμού ανά τουριστική περιοχή στην Περιφέρεια Πελοποννήσου»*.

Η ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού όπως παρουσιάσθηκαν παραπάνω μπορεί να επιτευχθεί μέσα από τα ακόλουθα Μέτρα Πολιτικής, τα οποία ανταποκρίνονται στους στόχους του Άξονα Δράσης και αφορούν:

- Στην ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού.
- Στην ανάπτυξη των δημόσιων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού.
- Στην ευαισθητοποίηση, ενημέρωση και υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού.

Στη συνέχεια αναλύονται τα Μέτρα Πολιτικής και οι επιμέρους κατηγορίες έργων και ενεργειών.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 2.1: Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Στόχος του Μέτρου είναι η διαφοροποίηση και ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας μέσω της προώθησης νέων θεματικών, ειδικών ή εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με την ενίσχυση ανάλογων ιδιωτικών επενδυτικών σχεδίων.

Οι νέες αυτές μορφές τουρισμού λειτουργούν, είτε συμπληρωματικά ως προς το υφιστάμενο / προσφερόμενο τουριστικό προϊόν μιας περιοχής, είτε ως αυτοδύναμο προϊόν σε δυναμικές ειδικές ζώνες τουρισμού.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Σύμφωνα με τη γενική κατάταξη των ειδικών μορφών τουρισμού, βάσει των κινήτρων που ενεργοποιούν τα άτομα να μετακινηθούν και να καταναλώσουν τα ιδιαίτερα τουριστικά προϊόντα, υιοθετούνται αντίστοιχες μορφές τουρισμού, οι οποίες θα μπορούσαν να αναληφθούν από ιδιώτες επενδυτές.

Μέσω του Μέτρου αναμένεται να ενισχυθούν ιδιωτικές επενδύσεις για την υλοποίηση δράσεων εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος με νέες μορφές τουρισμού. Οι ενισχύσεις αναφέρονται τόσο στην κατασκευή των απαραίτητων έργων υποδομής και την προμήθεια του αναγκαίου εξοπλισμού, όσο και στην προβολή και προώθησή τους. Κατά περίπτωση δε ορισμένα είδη επενδύσεων νέων μορφών τουρισμού μπορούν να συνοδεύονται από δημιουργία ή/και εκσυγχρονισμό κλινών.

Ενδεικτικά το παρόν Μέτρο Πολιτικής μπορεί να εφαρμοσθεί με τις παρακάτω κατηγορίες ενεργειών.

- Θαλάσσιος Τουρισμός.

Για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού προβλέπεται η ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου 2601/98 για την δημιουργία νέων λιμένων αναψυχής (μαρίνες) ή τον εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα.

Σύμφωνα με την μελέτη ΕΣΥΛΑ έχει προβλεφθεί η δημιουργία νέων λιμένων αναψυχής στα Λουτρά Ωραίας Ελένης, καθώς και η αναβάθμιση και ο εκσυγχρονισμός σε υπάρχοντες λιμένες. Ενδεικτικά αναφέρουμε μερικές περιοχές που μπορούν σε πρώτη φάση να αναπτυχθούν προς την κατεύθυνση του

θαλάσσιου τουρισμού, όπως το Ναύπλιο, η Επίδαυρος, η Νεάπολη, το Πόρτο Χέλι, το Γύθειο.

Όσον αφορά την προτεινόμενη από το ΕΣΥΛΑ μαρίνα στα Λουτρά της Ωραίας Ελένης στη Κορινθία - Σαρωνικός σύμφωνα με πληροφορίες που συνελλέγησαν δεν έχουν ξεκινήσει οι διαδικασίες που προβλέπονται από το θεσμικό πλαίσιο.

Η Μαρίνα Καλαμάτας λειτουργεί κάτω από ιδιωτικό καθεστώς εκμετάλλευσης, έχει δυναμικότητα 255 σκάφη (με μέγιστο μήκος 30 μέτρα) και παρέχει όλες τις απαραίτητες χερσαίες εξυπηρετήσεις, ηλεκτρικό, νερό, τηλέφωνο, τουαλέτες, ντουζ, πλυντήρια, ασφάλεια καθ' όλη την διάρκεια του 24ώρου, ιατρείο, super market και γραφείο ανταλλαγής συναλλάγματος.

Όσον αφορά την Μαρίνα Πύλου σύμφωνα με το Master Plan προβλέπεται η δημιουργία 257 θέσεων ελλιμενισμού και η διαχείριση – εκμετάλλευση από ιδιώτη επενδυτή. Μέχρι σήμερα έχουν πραγματοποιηθεί μόνον τα λιμενικά έργα (κρηπιδώματα, λιμενοβραχίονες κ.λπ.), ενώ οι χερσαίες εγκαταστάσεις προβλέπεται να γίνουν από ιδιώτη επενδυτή, μετά από σχετική εκδήλωση ενδιαφέροντος των Ελληνικών Τουριστικών Ακινήτων Α.Ε.

Όσον αφορά στη Μονεμβασιά, κατόπιν αιτήματος του Δήμου, έχει χωροθετηθεί μαρίνα δυναμικότητας 110 θέσεων με φορέα διαχείρισης τον Δήμο και έχουν γίνει κάποια λιμενικά έργα από το Β' ΚΠΣ. Δεδομένων των δυσκολιών της χρηματοδότησης από το Γ' ΚΠΣ αντιμετωπίζεται το ενδεχόμενο είτε της συμμετοχής ιδιώτη για την ολοκλήρωση των έργων και την λειτουργία της, είτε της μετατροπής της σε τουριστικό καταφύγιο.

Όσον αφορά τα υπάρχοντα καταφύγια στο Πόρτο Χέλι και στην Ερμιόνη λειτουργούν ως άτυπα τουριστικά καταφύγια και χαρακτηρίζονται από έλλειψη ουσιαστικών υποδομών. Υπάρχει αίτημα των τοπικών αρχών για την θεσμοθέτηση τους και την προώθηση της διαδικασίας υλοποίησης των αναγκαίων έργων.

Στο Γύθειο δεν υπάρχει σήμερα χωροθετημένο τουριστικό καταφύγιο. Επίσης προωθείται άμεσα από τον ΕΟΤ τουριστικό καταφύγιο στην Επίδαυρο και βρίσκεται σε εξέλιξη η διαδικασία χωροθέτησης.

Τέλος, στην Κοκκάλα Λακωνίας προωθείται αίτημα του Δήμου Κότρωνα για τουριστικό καταφύγιο.

- Επαγγελματικός / Συνεδριακός Τουρισμός.

Η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού μπορεί να επιτευχθεί με την ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για την δημιουργία ή τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση συνεδριακών κέντρων, την συμπλήρωση με συνεδριακές εγκαταστάσεις εντός ξενοδοχείων, τα οποία παρέχουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, την δημιουργία ειδικών εκθεσιακών κέντρων και χώρων μικρής σχετικά κλίμακας. Οι δράσεις αυτές μπορούν να ενισχυθούν και να υλοποιηθούν σύμφωνα με τις διατάξεις του Αναπτυξιακού Νόμου 2601/98.

Ενδεικτικά συνεδριακοί χώροι μπορούν να δημιουργηθούν στα μεγάλα αστικά κέντρα όπως το Ναύπλιο, η Καλαμάτα και το Λουτράκι, αλλά και σε μικρότερα τουριστικά κέντρα όπως η Ερμιονίδα και το Πόρτο Χέλι, τα οποία πληρούν τις απαιτήσεις των σχετικών προδιαγραφών για την δημιουργία τους, όπως βασικές τεχνικές αλλά και κοινωνικές υποδομές, ικανό αριθμό κλινών για την φιλοξενία των συνέδρων - τουριστών.

- Τουρισμός Αναψυχής.

Στη κατηγορία αυτή μπορούν να ενταχθούν ολοκληρωμένα σχέδια / προτάσεις από ιδιώτες επενδυτές, οι οποίοι έχουν ως στόχο να αναπτύξουν σε μία περιοχή ένα πλέγμα ήπιων μορφών τουριστικής δραστηριότητας.

Οι προτάσεις των επενδυτών μπορούν να αφορούν σε μία ή και περισσότερες μορφές τουρισμού όπως αυτές αναλύθηκαν παραπάνω.

Οι δράσεις που μπορούν να ενισχυθούν αφορούν στην διοργάνωση πολιτιστικών ή παραδοσιακών εκδηλώσεων, στην διάδοση και δημιουργία συγκεκριμένης κουζίνας ανά περιοχή ή ανά προϊόν, στην ενίσχυση και προβολή των θρησκευτικών μνημείων της Περιφέρειας, στην δημιουργία πακέτων περιήγησης σε σημαντικές ιστορικές ή παραδοσιακές περιοχές, στην έκδοση ειδικών ενημερωτικών εντύπων, χαρτών ή άλλων ενεργειών που συμβάλλουν στην διάδοση των παραπάνω δράσεων.

- Τουρισμός Υγείας.

Η ανάπτυξη των νέων αυτών τουριστικών προϊόντων μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω της ενίσχυσης των ιδιωτικών επενδύσεων από τον Αναπτυξιακό Νόμο 2601/98 για την δημιουργία σύγχρονων κέντρων υγείας (λουτροθεραπείας, θαλασσοθεραπείας, φυσικής διαβίωσης κ.α.) ή με την δημιουργία μικρότερων μονάδων που να καλύπτουν ειδικότερες ανάγκες, σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, έτσι ώστε να είναι ανταγωνιστικά και να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της διεθνούς ζήτησης.

Η δημιουργία υποδομών τουρισμού υγείας συντελεί στην επίτευξη του στόχου της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, αφού η λειτουργία αυτών των υποδομών καλύπτει το σύνολο του έτους.

Η δημιουργία κέντρων υγείας που υποδέχονται τουρίστες υψηλό εισοδηματικό επίπεδο μπορεί να πραγματοποιηθεί σε περιοχές όπου χαρακτηρίζονται ως θύλακες ώριμης τουριστικής ανάπτυξης μέσω εκσυγχρονισμού κατάλληλων υποδομών, σε δυναμικές περιοχές ακόμα και σε αναξιποίητες στο πλαίσιο αυστηρού χωροταξικού σχεδιασμού.

- Εναλλακτικός Τουρισμός.

Με βάση την ανάλυση που μόλις προηγήθηκε διαπιστώνεται ότι η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού μπορεί να πραγματοποιηθεί συνδυαστικά και με άλλες μορφές τουρισμού έτσι ώστε σε μία περιοχή να παρέχονται πολλές διαφορετικές δυνατότητες αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου του τουρίστα ανάλογα με τα ενδιαφέροντά τους.

Μέσω του παρόντος Μέτρου ενισχύεται η διαχείριση, η λειτουργία, η αξιοποίηση και η προώθηση (π.χ. έκδοση χαρτών, οδηγών κ.λπ.) των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως μονοπάτια, ορεινά καταφύγια κ.λπ., καθώς και η δημιουργία αγροτουριστικών καταλυμάτων.

- Τουρισμό Ειδικών Ενδιαφερόντων ή Κινήτρων.

Οι δράσεις που μπορούν να αναληφθούν από ιδιώτες επενδυτές είναι η δημιουργία γηπέδων γκολφ, χιονοδρομικών κέντρων, προπονητικών κέντρων, οι οποίες ενισχύονται μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου 2601/98. Παράλληλα η δημιουργία υποδομών για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού σε συνδυασμό με τα φυσικά συγκριτικά πλεονεκτήματα της Περιφέρειας, μπορεί να επιτευχθεί μέσω της ιδιωτικής πρωτοβουλίας.

Για παράδειγμα ο εκσυγχρονισμός και η ανάπτυξη του χιονοδρομικού κέντρου στο οροπέδιο της Οστρακίνας στο Μαίναλο σε συνδυασμό με την παροχή υπηρεσιών εστίασης / διανυκτέρευσης και την ανάπτυξη επιπλέον τουριστικών δραστηριοτήτων μπορεί να συντελέσει στην ανάπτυξη του χιονοδρομικού τουρισμού και του χειμερινού εν γένει.

Ο εκσυγχρονισμός του Σανατορίου της Βυτίνας σε αθλητικό – προπονητικό κέντρο δημιουργεί τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη της ειδικής αυτής μορφής τουρισμού με την προσέλκυση ειδικών ομάδων – στόχου τουριστών.

Σε ότι αφορά στις άλλες μορφές θα μπορούσαν ενδεικτικά να αναφερθούν η δυνατότητα ανάπτυξης αεροπερισμού στην Μεσσηνία, καταδύσεων στην Μεσσηνία – Λακωνία, MotoCross στην Μεγαλόπολη, ράφτιγκ στην Αρκαδία κ.λπ.

- Οργανωμένος Τουρισμός.

Η ανάπτυξη οργανωμένων τουριστικών περιοχών ενισχύεται από τον Αναπτυξιακό Νόμο και μπορεί να πραγματοποιηθεί από ιδιώτες επενδυτές.

Η ενίσχυση τέτοιων μεγάλων μονάδων παροχής τουριστικού προϊόντος μπορεί να αναπτυχθεί στην Περιφέρεια, ειδικότερα σε περιοχές όπου υπάρχει δυνατότητα τουριστικής ανάπτυξης από άποψη «πόρων», πλούσιοι φυσικοί πόροι, αναγκαίες τεχνικές και κοινωνικές υποδομές, ανθρώπινο δυναμικό και ταυτόχρονα δεν χαρακτηρίζονται από κορεσμό.

Ήδη βρίσκεται σε φάση σχεδιασμού η ΠΟΤΑ στην Μεσσηνία, η οποία αποτελεί σημαντική οργανωμένη τουριστική υποδομή και ανωδομή.

Η Περιοχή Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ) στη Μεσσηνία αποτελεί μία πρότυπη παρέμβαση ανάπτυξης του τουρισμού στη χώρα μας, έργο εθνικής σημασίας, το οποίο θα αποτελέσει ένα ιδιαίτερα ποιοτικό και διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν.

Το εγχείρημα σχεδιάστηκε αρχικά στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Τουρισμός – Πολιτισμός» / Μέτρο 1.4 του Β' ΚΠΣ όπου και συμπεριλήφθη η δημιουργία Περιοχών Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ) σε ιδιωτικές εκτάσεις (αρχικά είχε προβλεφθεί να γίνουν μόνο σε δημόσιες εκτάσεις). Κατά την υλοποίηση του Ε.Π. και μετά από σχετική πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος εντάχθηκε αρχικά στο Ε.Π. (7/1997) η ΠΟΤΑ Μεσσηνίας, αλλά μέχρι 31/12/1999 δεν κατέστη δυνατή η ανάληψη νομικών δεσμεύσεων και ως εκ' τούτου αποφασίσθηκε η συνέχιση του έργου κατά την νέα προγραμματική περίοδο και η ένταξή του στο Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα» / Μέτρο 5.1 του Γ' Κ.Π.Σ., όπου όμως εκκρεμεί ο προσδιορισμός του προϋπολογισμού του έργου.

Η ΠΟΤΑ καταλαμβάνει έκταση 4.000 στρεμ. στις περιοχές / ζώνες Ρωμανός - Πύλος - Ριζόμυλος, εκκρεμεί η απόκτηση του συνόλου των αναγκαίων εδαφικών εκτάσεων στη θέση Ριζόμυλος. Αρχικά είχε προβλεφθεί σε τέσσερις περιοχές αλλά λόγω κάποιων δυσκολιών που αφορούσαν σε ειδικές περιβαλλοντικές ρυθμίσεις η ΠΟΤΑ οριοθετήθηκε στις τρεις προαναφερόμενες περιοχές.

Το επενδυτικό σχέδιο περιλαμβάνει ένα ολοκληρωμένο σύμπλεγμα υποδομών με ξενοδοχειακά συγκροτήματα (4 και 5 αστέρων), υποδομές εστίασης - διασκέδασης, αθλοπαιδιών, γήπεδα γκολφ, συνεδριακό κέντρο, κέντρο θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπευτήριο, εμπορικά κέντρα, λουτρικές εγκαταστάσεις κ.λπ. Σύμφωνα με το γενικό σχεδιασμό υπολογίζεται ότι σε πρώτη φάση θα δημιουργηθούν 4.500 κλίνες και σε δεύτερη φάση 3.000 κλίνες, ενώ η συνολική απασχόληση προβλέπεται να είναι της τάξης των 2.000 ατόμων.

Έχει υπογραφεί η ΚΥΑ για την οριοθέτηση της ΠΟΤΑ (ΦΕΚ 887/22-10-01), στην οποία περιλαμβάνονται οι επιτρεπόμενες χρήσεις γης, μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος και άλλες ειδικότερες διατάξεις και εκκρεμεί η απόφαση χωροθέτησης.

Ο επενδυτής κατά πληροφορίες εκπονεί τις προβλεπόμενες από τον νόμο μελέτες και μετά την ολοκλήρωση τους θα ξεκινήσει η διαδικασία των αναγκαίων αδειοδοτήσεων.

Για την προώθηση του έργου απαιτείται η ολοκλήρωση βασικών έργων υποδομής όπως δίκτυα αποχέτευσης και ύδρευσης, καθώς και κάποιες αναγκαίες οδικές ρυθμίσεις που άπτονται των αρμοδιοτήτων της Περιφέρειας και του ΥΠΕΧΩΔΕ.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των ενεργειών/ έργων / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής, δύναται να είναι:

1. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου (Δ/νση Ανάπτυξης και Σχεδιασμού).
2. Το Υπουργείο Ανάπτυξης / ΕΟΤ, σε συνεργασία με άλλους αρμόδιους φορείς όπως το Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων.
3. Οι Ενδιάμεσοι Φορείς Διαχείρισης.

Δυνητικοί Αποδέκτες

Δυνητικοί αποδέκτες των δράσεων του Μέτρου είναι οι επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, καθώς και οι Επιχειρήσεις της Τοπικής Αυτοδιοίκησης όπου στους σκοπούς και στις δράσεις της αναφέρεται η εκμετάλλευση τουριστικών δραστηριοτήτων.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι προτεινόμενες δράσεις / ενέργειες για την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής μπορούν κατά περίπτωση να χρηματοδοτηθούν από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου, από τα Επιχειρησιακά Προγράμματα του Υπουργείου Ανάπτυξης «Ανταγωνιστικότητα» και του Υπουργείου Γεωργίας «Αγροτική Ανάπτυξη - Ανασυγκρότηση της Υπαιθρου» στο πλαίσιο της εφαρμογής των Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Αγροτικής Ανάπτυξης και από την Κοινοτική Πρωτοβουλία «Leader +».

Με βάση τους διατιθέμενους πόρους από τις παραπάνω πηγές χρηματοδότησης εκτιμάται ότι ο συνολικός προϋπολογισμός μπορεί να προσεγγίσει τα 22 εκατ. ευρώ².

² Το κονδύλι αυτό ενσωματώνει ένα κόστος της τάξης 8-10 εκατ. ευρώ για την Α' φάση ανάπτυξης της ΠΟΤΑ Μεσσηνίας.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Η προώθηση των ειδικών ή νέων μορφών τουρισμού θεωρείται σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη ενός νέου τουριστικού προτύπου που επιχειρείται να διαμορφωθεί στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, απαιτείται όμως μεγαλύτερη εξειδίκευση του σχεδιασμού, της εφαρμογής και του τρόπου υλοποίησης.

Σύμφωνα με το πλάνο των ενισχύσεων που προβλέπονται για τις δράσεις των ειδικών μορφών τουρισμού προβλέπεται κατά ένα μέρος η υλοποίησή τους, αλλά κυρίως η προετοιμασία τους και η ωρίμανση τους στην τρέχουσα προγραμματική περίοδο, ενώ το μεγαλύτερο μέρος εφαρμογής και υλοποίησής τους κατά την επόμενη προγραμματική περίοδο.

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την ανάπτυξη των ειδικών ή νέων μορφών τουρισμού αναμένεται να επιδράσουν σημαντικά στον κοινωνικοοικονομικό ιστό της Περιφέρειας. Ειδικότερα προβλέπεται:

- Αύξηση των θέσεων απασχόλησης της Περιφέρειας που θα δημιουργηθούν από την υλοποίηση των έργων των νέων μορφών τουρισμού.
- Αύξηση του περιφερειακού και τοπικού ακαθάριστου προϊόντος από την εισροή μεγαλύτερου αριθμού τουριστών, οι οποίοι θα μετακινηθούν προς την Περιφέρεια για να αξιοποιήσουν τον ελεύθερο χρόνο χρησιμοποιώντας τις νέες μορφές τουρισμού που θα αναπτυχθούν και από την δημιουργία παράπλευρων οικονομικών δραστηριοτήτων για την κάλυψη άλλων αναγκών του τουρίστα / επισκέπτη.
- Η ανάπτυξη ορισμένων μορφών, όπως η ανάπτυξη μονοπατιών σε ορεινούς όγκους, αναμένεται να είναι θετική ως προς την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων ιδιαίτερα σε περιοχές που χαρακτηρίζονται από μαρασμό.
- Οι επιπτώσεις ως προς το περιβάλλον αναμένεται να είναι ανάλογα των είδους του τουρισμού ουδέτερες ως αρνητικές, ιδιαίτερα με την ανάπτυξη μεγάλων τουριστικών μονάδων.
- Ιδιαίτερα θετικές επιπτώσεις διακρίνονται στον τομέα της ισότητας των ευκαιριών εφόσον δίνεται η δυνατότητα σε μεγάλο αριθμό ατόμων που χαρακτηρίζονται από αποκλεισμό από την αγορά εργασίας (γυναίκες) να ενισχυθούν για την δημιουργία δικής τους οικονομικής δραστηριότητας.
- Μετασχηματισμός της οικονομικής / παραγωγικής βάσης της Περιφέρειας με αύξηση της εξωστρέφειάς της, της αναγνωρισιμότητάς της ως ιδιαίτερου

προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος – τόπου και η ισόρροπη ενδοπεριφερειακή ανάπτυξη με ενδυνάμωση των εσωτερικών ζωνών της.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 2.2: Ανάπτυξη δημόσιων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Το δεύτερο Μέτρο Πολιτικής του παρόντος Άξονα δράσης βρίσκεται σε άμεση συνέργια με τους στόχους και τις επιδιώξεις του προηγούμενου Μέτρου που αφορά στην ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού από ιδιώτες επενδυτές. Η ενίσχυση των δημόσιων υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού θα πραγματοποιηθεί για την εφαρμογή του παρόντος Μέτρου Πολιτικής αποσκοπεί στην διαφοροποίηση και στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και στη δημιουργία προϋποθέσεων προσέκλυσης ιδιωτικών επενδύσεων αντίστοιχης κατεύθυνσης με στόχο την άμβλυνση της εποχικότητας της ζήτησης και της διεύρυνσης της τουριστικής προσφοράς.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Όπως προαναφέρθηκε στο εν λόγω Μέτρο προβλέπεται η ενίσχυση υποδομών νέων ή ειδικών μορφών τουρισμού από δημόσιους φορείς.

Ενδεικτικά οι κατηγορίες των έργων και των ενεργειών που μπορούν να εξειδικευθούν στο παρόν Μέτρο αναφέρονται τόσο στην ενίσχυση της συμπλήρωσης του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος όσο και στην δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων που μπορούν να λειτουργήσουν αυτοδύναμα.

Ειδικότερα στο παρόν Μέτρο Πολιτικής μπορεί να συμπεριληφθεί η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού, μέσω της δημιουργίας ή/και της συμπλήρωσης των βασικών υποδομών για αύξηση του αριθμού των θέσεων ελλιμενισμού των υφιστάμενων αγκυροβολίων/τουριστικών καταφυγίων, όπως έχουν ήδη προσδιορισθεί στη μελέτη για τον σχεδιασμό του Εθνικού Συστήματος Λιμένων Αναψυχής (ΕΣΥΛΑ).

Η διερεύνηση της δυνατότητας συμπλήρωσης με νέα τουριστικά αγκυροβόλια τα οποία δεν προσδιορίζονται στο ΕΣΥΛΑ και αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης του θαλάσσιου τουρισμού, θα πρέπει να αποτελέσει μακροχρόνιο στόχο της τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Επίσης, η ενίσχυση δράσεων που αφορούν στην βελτίωση της επισκεψιμότητας και της προβολής των τουριστικών πόρων μπορούν να αναληφθούν από Δημόσιους Φορείς. Ανά κατηγορία ειδικής μορφής τουρισμού ή/και τουριστικής υποδομής οι Δημόσιοι Φορείς δύναται να βελτιώσουν την εικόνα για παράδειγμα των πολιτιστικών μνημείων, των αξιόλογων παραδοσιακών τόπων, των ορεινών όγκων.

Ιδιαίτερα, όσον αφορά στην ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού, όπου το θεσμικό πλαίσιο σχετικά με την συμμετοχή της ιδιωτικής πρωτοβουλίας δεν έχει ακόμη ολοκληρωθεί, κρίνεται στη φάση αυτή η υλοποίηση τέτοιου είδους παρεμβάσεων από Δημόσιους Φορείς.

Στο πλαίσιο της κινητοποίησης του ιδιωτικού τομέα η Ειδική Επιτροπή Αναμόρφωσης της νομοθεσίας για τις Ιαματικές Πηγές κατά την σύνταξη του νομοσχεδίου, το οποίο θα ανταποκρίνεται στις νέες απαιτήσεις των τουριστών, περιλαμβάνει σχετική διάταξη για την προσέλκυση ιδιωτικών επενδυτών, δίνοντας κίνητρα για την ανάπτυξη υπηρεσιών ιαματικού – θερμαλιστικού τουρισμού στις τουριστικές εγκαταστάσεις μέχρι και πέντε αστέρων.

Ήδη στο Λουτράκι έχει δρομολογηθεί η διαδικασία παραχώρησης και αναβάθμισης των ιαματικών πηγών από ιδιώτες επενδυτές.

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης του οικολογικού εναλλακτικού τουρισμού προβλέπεται η ενίσχυση της δημιουργίας μονοπατιών και ειδικών διαδρομών σε ορεινούς όγκους, ιδιαίτερα σε περιοχές που χαρακτηρίζονται από αξιόλογα φυσικά χαρακτηριστικά. Επίσης η δημιουργία καταφυγίων μπορεί να γίνει από δημόσιο φορέα π.χ. τους ΟΤΑ, ενώ η διαχείριση / λειτουργία να δωθεί είτε σε ιδιωτικούς φορείς / επιχειρήσεις, είτε σε Δημοτικές Επιχειρήσεις που σκοπός τους είναι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής τους.

Ενδεικτικά οι δράσεις που μπορούν να υλοποιηθούν από τους Δημόσιους Φορείς είναι οι εξής:

- Ενίσχυση και δημιουργία τουριστικών αγκυροβολίων.
- Ενίσχυση, βελτίωση και ανάπτυξη των ιαματικών πηγών.
- Δημιουργία μονοπατιών και καταφυγίων σε ορεινούς όγκους.
- Βελτίωση της επισκεψιμότητας των τουριστικών πόρων.
- Προβολή των τουριστικών πόρων.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) και Δυνητικοί Αποδέκτες των Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι και ταυτόχρονα Δυνητικοί Αποδέκτες των ενεργειών / έργων / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέρους Πολιτικής, δύνανται να είναι:

1. Οι Περιφερειακές Υπηρεσίες Δημοσίων Έργων
2. Οι Υπηρεσίες της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης
3. Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης

4. Ο ΕΟΤ σε συνεργασία με άλλους αρμόδιους φορείς, όπως το Υπουργείο Πολιτισμού.
5. Ιερές Μητροπόλεις

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις του Μέτρου μπορούν να χρηματοδοτηθούν από Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου και από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα του Υπουργείου Ανάπτυξης «Ανταγωνιστικότητα» ή/και από αμιγώς εθνικά κονδύλια.

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων ο εκτιμώμενος προϋπολογισμός του Μέτρου ανέρχεται σε 6,2 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Η ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού αποτελεί βασική προτεραιότητα για την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας. Με βάση τα διατιθέμενα χρηματοδοτικά μέσα και την ωριμότητα των δράσεων που αφορούν στην ενίσχυση για την ανάπτυξης των ορεινών όγκων, της βελτίωσης της επισκεψιμότητας και προβολής των τουριστικών πόρων η υλοποίηση τους μπορεί σε κάποιο βαθμό να πραγματοποιηθεί κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο. Οι λοιπές ανάγκες π.χ. σε τουριστικά αγκυροβόλια μαζί με τις δράσεις που αφορούν τον ιαματικό τουρισμό (συνυπολογίζοντας τον μικρό αριθμό ιαματικών πηγών της Περιφέρειας και τον χαμηλό βαθμό ωρίμανσης των δράσεων αυτών), μπορούν να προγραμματισθούν για την επόμενη χρονική περίοδο.

Επιπτώσεις

Θετικές αναμένεται να είναι οι επιπτώσεις από την δημιουργία των παραπάνω έργων. Ειδικότερα προβλέπεται:

- Αύξηση των θέσεων απασχόλησης που θα δημιουργηθούν μετά την υλοποίηση των έργων των ειδικών μορφών τουρισμού.
- Αύξηση του περιφερειακού και τοπικού ακαθάριστου προϊόντος της Περιφέρειας.
- Η ανάπτυξη ορισμένων μορφών, όπως η ανάπτυξη μονοπατιών σε ορεινούς όγκους ή τουριστικών αγκυροβολίων, αναμένεται να είναι θετική ως προς την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων ιδιαίτερα σε περιοχές που χαρακτηρίζονται από μαρασμό.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 2.3: Ευαισθητοποίηση / ενημέρωση και υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Στο πλαίσιο της υλοποίησης των παραπάνω δύο Μέτρων Πολιτικής που αφορούν στην ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού το παρόν Μέτρο αποσκοπεί στην ευαισθητοποίηση και ενημέρωση των φορέων υλοποίησης σχετικά με τις ειδικές μορφές τουριστικής ανάπτυξης.

Στόχος είναι η διάχυση όλων των πληροφοριών στην τοπική οικονομία για τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την ανάληψη τέτοιων δραστηριοτήτων ως προς την οικονομική μεγέθυνση των ιδίων των επιχειρήσεων, αλλά κυρίως ως προς την εφαρμογή ενός νέου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, το οποίο θα υποστηρίζεται από ήπιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού μικρής ή μεγάλης έντασης.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής προβλέπεται η υλοποίηση επιμέρους κατηγοριών ενεργειών οι οποίες αφορούν:

- Στην ενημέρωση / πληροφόρηση των ιδιωτών / επενδυτών για την ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σχετικών με την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού, τις προβλεπόμενες ενισχύσεις, τον τρόπο υλοποίησης και διαχείρισης, τα αναμενόμενα οφέλη.
- Στην ενημέρωση των δημόσιων φορέων, ιδιαίτερα των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των αντίστοιχων Δημοτικών Επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού για την οργάνωση και διαχείριση ειδικών μορφών τουρισμού, με έμφαση στις εναλλακτικές μορφές.
Η ενημέρωση των παραπάνω μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω συναντήσεων και ημερίδων, όπου ανάλογα με το ενδιαφέρον που θα εκδηλωθεί μπορεί να αφορά σε γενικά ή ειδικότερα θέματα.
- Στην ευαισθητοποίηση των τουριστικών επιχειρήσεων για τις νέες μορφές τουρισμού που πρόκειται να αναπτυχθούν στην Περιφέρεια, την δυνατότητα προσέλκυσης νέων ομάδων – στόχου και την διαμόρφωση της ζήτησης με βάση το τουριστικό πρότυπο της κάθε περιοχής.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των ενεργειών/ έργων / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής, δύναται να είναι:

1. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου / Δ/νση Ανάπτυξης και Σχεδιασμού.
2. Το Υπουργείο Ανάπτυξης μέσω του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού.

Δυνητικοί Αποδέκτες

Δυνητικοί αποδέκτες των ενεργειών του Μέτρου είναι η Περιφέρεια Πελοποννήσου, οι Νομαρχιακές και Τοπικές Αυτοδιοικήσεις της Περιφέρειας, οι Επιχειρήσεις των ΟΤΑ, Συλλογικοί Φορείς και Επιμελητήρια που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις του Μέτρου μπορούν να χρηματοδοτηθούν, είτε από Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου, είτε από αμιγώς εθνικούς πόρους του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων.

Με βάση τους διατιθέμενους πόρους και το είδος των δράσεων ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου ανέρχεται σε 1,5 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Η αναγκαιότητα της υλοποίησης των δράσεων αυτών θεωρείται κρίσιμη για την εφαρμογή και υλοποίηση των έργων των ειδικών μορφών τουρισμού και ως εκ τούτου τίθενται ως άμεση προτεραιότητα. Η υλοποίηση αφορά σε μικρό χρονικό διάστημα με μικρό χρηματοδοτικό βάρος στο σύνολο του προτεινόμενου Προγράμματος Δράσης και μπορεί να πραγματοποιηθεί κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο.

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την υλοποίηση αυτών των ενεργειών θεωρούνται πολύ σημαντικές για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του στην προσέλκυση ειδικών ομάδων – στόχου που προβλέπεται να μετακινηθούν στις τουριστικές περιοχές της Περιφέρειας.

4.3 ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 3: ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ

Ο γενικός-στρατηγικός στόχος του Άξονα Δράσης είναι, όπως αναφέρεται στο Κεφάλαιο 1.4, η ρύθμιση της ανάπτυξης και η προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Οι ειδικοί / επιμέρους στόχοι του Άξονα, αναφέρονται στα εξής:

- Ορθολογική διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης
- Εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, μέσω της αξιοποίησης των φυσικών και πολιτιστικών πόρων για την ανάπτυξη ειδικών / εναλλακτικών μορφών τουρισμού
- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, ούτως ώστε η τουριστική δραστηριότητα να καλύπτει και τη χειμερινή περίοδο
- Συμβολή στη διαμόρφωση ενός νέου αναπτυξιακού μοντέλου στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, στο πλαίσιο του οποίου, η προστασία του περιβάλλοντος και η ενίσχυση της τουριστικής δραστηριότητας, αποτελούν δύο από τις βασικές παραμέτρους.
- Προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων

Οι στόχοι του Άξονα θα υλοποιηθούν μέσω των ακόλουθων Μέτρων Πολιτικής:

1. Μελέτες-Θεσμικές και διοικητικές ρυθμίσεις.
2. Χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών πόρων.
3. Χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων.
4. Ενίσχυση των ενεργειών και πρωτοβουλιών για την προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων.

Στη συνέχεια, ακολουθεί η εξειδίκευση των Μέτρων Πολιτικής σε ενδεικτικές κατηγορίες έργων και ενεργειών.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 3.1: Μελέτες-Θεσμικές και διοικητικές ρυθμίσεις**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Στόχος του Μέτρου είναι ο εξορθολογισμός της τουριστικής ανάπτυξης για την ενίσχυση της βιωσιμότητας του τουριστικού μοντέλου της Περιφέρειας σε ένα πλαίσιο αειφόρου ανάπτυξης και διαχείρισης.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Στο πλαίσιο του Μέτρου αυτού περιλαμβάνονται οι παρακάτω κατηγορίες ενεργειών:

3.1.1 Μελέτες ρύθμισης και ελέγχου της ανάπτυξης.

Οι μελέτες αυτές έχουν ως αντικείμενο τον προγραμματισμό της ανάπτυξης αυτών των περιοχών και της ρύθμισης των χρήσεων γης. Κατά περίπτωση μπορεί να είναι:

α) Μελέτες Χωροταξικού και Πολεοδομικού Σχεδιασμού

- Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης (ΕΠΧΣΑΑ). Προτεραιότητα πρέπει να δοθεί στις παραλιακές ζώνες με υψηλές τουριστικές φορτίσεις και συγκρούσεις χρήσεων γης οι οποίες έχουν αλλοιώσει τον χαρακτήρα τους, όπως είναι για παράδειγμα οι περιοχές: Καρδαμύλη - Στούπα, Τολό - Ασίνη - Δρέπανο, Λουτράκι-Περαχώρας, Κρανίδι - Ερμιονίδα, Νεάπολη - Ελαφώνησος κ.λπ..

Κατά δεύτερο λόγο, μπορούν να εκπονηθούν ανάλογες μελέτες σε περιοχές δυναμικές προκειμένου να αντιμετωπισθούν αποτελεσματικά ανάλογα προβλήματα που μελλοντικά θα προκύψουν π.χ.: Άστρος - Λεωνίδιο, Πύλος - Μεθώνη, Πεταλίδι Αιπεία, Σολυγεία - Σαρωνικός.

- Μελέτες για περιοχές ειδικών χωρικών παρεμβάσεων. Μπορούν να εκπονηθούν για μικρές περιοχές που συγκροτούν ενότητες δυνάμει αξιοποιήσιμες. Επίσης κρίνονται χρήσιμες για περιοχές μεγάλης παραγωγικής εγκατάλειψης και υψηλής ανεργίας (βλ. ζώνη Μεγαλόπολης).
- Γενικά Πολεοδομικά Σχέδια, εκπόνηση νέων ή επικαιροποίηση των υφιστάμενων.

Πρέπει να εκπονηθούν κατά προτεραιότητα σε παράλιους δήμους τουριστικών περιοχών όπως η ζώνη του Κορινθιακού και του Ιονίου.

- Σχέδια Οικιστικής Οργάνωσης Ανοικτής Πόλης (ΣΧΟΟΑΠ).
Εναλλακτικά, προτεραιότητα πρέπει να δοθεί στην εκπόνηση ΣΧΟΟΑΠ σε περιοχές τουριστικής ανάπτυξης γύρω από ημιαστικά κέντρα όπως Μονεμβασιά, Γύθειο - Μαυροβούνι, Κρανίδι - Ερμιόνη, Πύλος.
- Σχέδια Ολοκληρωμένων Αστικών Παρεμβάσεων (ΣΟΑΠ).
Έχουν ήδη υποβληθεί 10 ανάλογα σχέδια στην Περιφέρεια Πελοποννήσου και είναι στη διαδικασία έγκρισης ορισμένων από αυτά.
- Κυκλοφοριακές Μελέτες, κατά προτεραιότητα:
 - στις περιοχές υψηλών φορτίσεων που παρουσιάζουν σήμερα πρόβλημα (όπως είναι για παράδειγμα οι περιοχές: Καρδαμύλη-Στούπα, Λουτράκι, Κιάτο - Ξυλόκαστρο, Περιφερειακός Καλαμάτος κ.λπ.)
 - επίσης για άξονες διαπεριφερειακής σημασίας για τη σύνδεση των τουριστικών πόρων της Πελοποννήσου.

β) Περιβαλλοντικές Μελέτες

- Ειδικές Περιβαλλοντικές Μελέτες, πρέπει να εκπονηθούν σε ζώνες υψηλής προστασίας όπως είναι οι περιοχές Natura ή οι βιότοποι Corine και κατά προτεραιότητα σε ανάλογες περιοχές των θυλάκων ώριμης τουριστικής ανάπτυξης.
- Σχέδια και προγράμματα διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών και δασών, εξειδικευμένες μελέτες για τη διαχείριση επισκεπτών και μελέτες φέρουσας ικανότητας για περιοχές όπου απαιτείται οικολογική διαχείριση των πόρων (ευαίσθητα οικοσυστήματα, δάση, φαράγγια)
- Μελέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων στο πλαίσιο μεγάλων παρεμβάσεων όπως η ΠΟΤΑ Μεσσηνίας.

γ) Μελέτες στον τομέα του Πολιτισμού

- Μελέτες καταγραφής, προσδιορισμού και αξιολόγησης των πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας, με εκτίμηση των δυνατοτήτων αποκατάστασης, ανάδειξης και αξιοποίησής τους.

δ) Αναπτυξιακές Μελέτες

- Μελέτες εξειδίκευσης της τουριστικής ανάπτυξης, όπως :
 - Μελέτες Αξιοποίησης Ορεινών Όγκων για Θεματικό Τουρισμό π.χ. στρατηγικό και επιχειρησιακό σχέδιο για την αναβάθμιση του Χιονοδρομικού Οστρακίνας.
 - Μελέτες Αξιοποίησης Ιαματικών Πηγών
 - Μελέτη δυνατοτήτων αξιοποίησης καταδυτικού τουρισμού π.χ. στην Μεσσηνία αλλά και άλλων ειδικών μορφών τουρισμού σε διάφορες περιοχές
 - Εξειδικευμένες μελέτες χωροθέτησης μεγάλων τουριστικών υποδομών
 - Μελέτες ανάδειξης, οργάνωσης και προβολής δικτύων συνδυασμένων μορφών ορεινού και θεματικού τουρισμού όπως: δρόμοι του κρασιού και πολιτισμός, ορεινός τουρισμός και περιπέτεια, κ.λπ.
- Μελέτες Σκοπιμότητας Κόστους-Οφέλους για μεγάλα έργα τουριστικής υποδομής, όπως:
 - Αναβάθμιση χιονοδρομικών κέντρων.
 - Δημιουργία μαρίνων.
 - Δημιουργία Περιοχών Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ). κ.λπ.

3.1.2 Θεσμικές ρυθμίσεις.

- α) Θεσμοθέτηση Προστατευόμενων Περιοχών και περιοχών φυσικού κάλλους που περιλαμβάνει:
 - Θεσμοθέτηση Διαχειριστικών Σχεδίων προστατευόμενων περιοχών.
 - Θεσμοθέτηση νέων περιοχών π.χ. όπως ο ορεινός όγκος του Ταΰγετου στην Μεσσηνία.
- β) Θεσμοθέτηση του Πλαισίου Χωροταξικού και Πολεοδομικού Σχεδιασμού
- γ) Θεσμοθέτηση Πολιτιστικών Πόρων, όπως:
 - Κήρυξη οικισμών ως παραδοσιακών.
 - Κήρυξη κτισμάτων υψηλής αισθητικής και ιστορικής σημασίας ως παραδοσιακών και διατηρητέων.
 - Κήρυξη μνημείων, ιστορικών συνόλων κλπ.

3.1.3 Ίδρυση Φορέων.

- α) Φορείς Διαχείρισης Προστατευόμενων Φυσικών Περιοχών.
- β) Φορείς εκμετάλλευσης Φυσικών και Πολιτιστικών Πόρων.
- γ) Φορείς προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας (βλ. και Μέτρο Πολιτικής 5.2).

Τελικοί Δικαιούχοι έργων / ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των έργων / ενεργειών / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να είναι:

- Η Περιφέρεια Πελοποννήσου και οι αρμόδιες Διευθύνσεις.
- Το Υπουργείο Πολιτισμού.
- Το Υπουργείο Περιβάλλοντος Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων.

Δυνητικοί Αποδέκτες

Δυνητικοί αποδέκτες και φορείς υλοποίησης των επιμέρους ενεργειών μπορούν να είναι οι αρμόδιες Διευθύνσεις της Περιφέρειας Πελοποννήσου, του Υπ.Πο. του ΥΠΕΧΩΔΕ, καθώς και η Νομαρχιακή και Τοπική Αυτοδιοίκηση, Συλλογικοί Φορείς και Ιδιώτες.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις του μέτρου προβλέπεται ενδεικτικά να χρηματοδοτηθούν από τα Επιχειρησιακά Προγράμματα του Υπουργείου Πολιτισμού «Πολιτισμός», του ΥΠΕΧΩΔΕ «Περιβάλλον» και από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Περιφέρειας Πελοποννήσου, αλλά και από αμιγώς εθνικούς πόρους.

Ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 5 εκ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Οι προτεινόμενες παρεμβάσεις και ενέργειες θα επαναπροσδιορίσουν το πλαίσιο άσκησης της τουριστικής πολιτικής και θα επιφέρουν εξορθολογισμό της τουριστικής ανάπτυξης. Με αυτή την έννοια, η σημασία τους είναι προφανής και δεδομένου ότι συνίστανται κυρίως σε μελέτες και θεσμικές ρυθμίσεις, χαμηλού σχετικά προϋπολογισμού, μπορούν σε μεγάλο βαθμό με βάση τις προτεραιότητες που τίθενται, να υλοποιηθούν εντός της τρέχουσας Προγραμματικής Περιόδου (2003-2008).

Επιπτώσεις

- Εξορθολογισμός της τουριστικής δραστηριότητας σε ένα πλαίσιο αειφόρου ανάπτυξης και διαχείρισης.
- Ενίσχυση της μεσομακροπρόθεσμης βιωσιμότητας του τουριστικού μοντέλου.
- Προστασία των φυσικών, ανθρωπογενών και πολιτιστικών πόρων.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 3.2: Χρηματοδότηση και ενίσχυση δημοσίων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών πόρων**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Η αξιοποίηση του φυσικού πλούτου για την ενίσχυση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Πελοποννήσου αποτελεί βασικό στοιχείο του αναπτυξιακού της μοντέλου, στο πλαίσιο του οποίου, ο τουρισμός και το περιβάλλον κατέχουν εξέχουσα θέση. Στο πλαίσιο του Μέτρου αυτού, θα πραγματοποιηθούν ενέργειες για την προστασία και ανάδειξη των φυσικών πόρων της Περιφέρειας, οι οποίες θα υλοποιηθούν μέσω δημοσίων επενδύσεων.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την επίτευξη των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής, προβλέπονται ενδεικτικά οι παρακάτω κατηγορίες ενεργειών / έργων:

α) Προστασία και ανάδειξη / αξιοποίηση μνημείων της φύσης NATURA 2000 καθώς και Τοπίων Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους, Υδροβιότοπων κλπ.

Αξιόλογα μνημεία της φύσης υπάρχουν σε όλους τους Νομούς της Περιφέρειας, (κυρίως στο Νομό Μεσσηνίας, ο οποίος συγκεντρώνει το μεγαλύτερο αριθμό περιοχών του δικτύου NATURA 2000), ενώ αξιόλογοι υδροβιότοποι καθώς και Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους υπάρχουν σε όλους τους Νομούς της Περιφέρειας, όπως έχει παρουσιαστεί αναλυτικά στην Α' Φάση της μελέτης.

Ειδικότερα, με βάση τα διαχειριστικά σχέδια που θα έχουν εκπονηθεί, προβλέπονται έργα όπως παρατηρητήρια, σημάνσεις, θέσεις θέας, διάνοιξη μονοπατιών κ.λπ.

β) Δημιουργία / βελτίωση διαδρομών πρόσβασης σε μνημεία της φύσης.

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός περιοχών που παρουσιάζουν φυσιολατρικό ενδιαφέρον και που, στο πλαίσιο της τουριστικής αξιοποίησης των πόρων της, είναι σκόπιμο να αναδειχθούν, μέσω της δημιουργίας προσβάσεων (χώρων στάθμευσης, μικρών δρόμων, οδών πρόσβασης κλπ).

γ) Παρεμβάσεις στην παραλιακή ζώνη της Περιφέρειας.

- Διαμόρφωση / αξιοποίηση παραλιακών ζωνών, ανάδειξη ακτών κ.λπ.
- Έργα προστασίας των ακτών από διαβρώσεις.

Λόγω του ανάγλυφού της, η Περιφέρεια Πελοποννήσου διακρίνεται από μεγάλου μήκους ακτογραμμή και από μεγάλο αριθμό παραλιών, που χρήζουν προστασίας ή / και ανάδειξης, με έμφαση πρωταρχικά στο Νομό Αργολίδας και ακόλουθα στους

Νομούς Λακωνίας, Μεσσηνίας, Κορινθίας και τέλος στο Νομό Αρκαδίας, ο οποίος έχει το μικρότερο μήκος ακτογραμμής, σε σχέση με τους υπόλοιπους νομούς της Περιφέρειας.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) και Δυνητικοί Αποδέκτες Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των έργων / ενεργειών / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να είναι:

1. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου με τις αρμόδιες υπηρεσίες της
2. Το ΥΠΕΧΩΔΕ
3. Η Νομαρχιακή και Τοπική Αυτοδιοίκηση
4. Ομάδες Τοπικής Δράσης Leader +

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις στο πλαίσιο του παρόντος Μέτρου Πολιτικής μπορούν να χρηματοδοτηθούν από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Στην περίπτωση όπου οι παρεμβάσεις προστασίας / ανάδειξης του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος είναι ή μπορεί να θεωρηθούν «εθνικής σημασίας», δυνητική πηγή χρηματοδότησης είναι το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Περιβάλλον» του ΥΠΕΧΩΔΕ. Επιπρόσθετα, οι δράσεις για τη δημιουργία / βελτίωση των διαδρομών πρόσβασης σε μνημεία της φύσης μπορούν να χρηματοδοτηθούν από την Κοινοτική Πρωτοβουλία Leader+, ή από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα του Υπουργείου Γεωργίας (Ο.Π.Α.Α.Χ.).

Με βάση τη διαθεσιμότητα των πόρων ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 15 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Η σημασία των παρεμβάσεων για την προστασία και αξιοποίηση του φυσικού περιβάλλοντος, μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, είναι προφανής. Ως εκ τούτου, οι συγκεκριμένες παρεμβάσεις κρίνονται πρώτης προτεραιότητας.

Προτεραιότητα πρέπει να δοθεί ειδικά στις δυναμικές τουριστικές περιοχές και τις περιβαλλοντικά ευαίσθητες περιοχές του ορεινού και του παραθαλάσσιου χώρου. Μάλιστα, δεδομένου του soft χαρακτήρα τους και του χαμηλού σχετικά προϋπολογισμού τους, ένα μεγάλο μέρος αυτών των δράσεων μπορούν σε

σημαντικό βαθμό να υλοποιηθούν κατά την τρέχουσα Προγραμματική Περίοδο 2003-2008.

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την υλοποίηση των δράσεων του Μέτρου είναι θετικές για:

- Το φυσικό περιβάλλον, το οποίο αναμένεται να προστατευθεί, να αναβαθμιστεί και να αναδειχθεί σε όλη την Περιφέρεια, με έμφαση στις δυναμικές και τις περιβαλλοντικά ευαίσθητες περιοχές.
- Την τουριστική οικονομία της Περιφέρειας, καθώς μέσω του εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος θα αυξηθεί η τουριστική κίνηση και θα επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος
- Το ακαθάριστο περιφερειακό προϊόν και την απασχόληση

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 3.3: Χρηματοδότηση και ενίσχυση δημόσιων παρεμβάσεων για την προστασία και ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Η αξιοποίηση του πολιτιστικού πλούτου ο οποίος συνιστά ένα από τα πλέον σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα της Περιφέρειας Πελοποννήσου αποτελεί σήμαση όρο της τουριστικής ανάπτυξης, δεδομένου ότι στο πλαίσιο του αναπτυξιακού της μοντέλου η σύνδεση τουρισμού και πολιτισμού αποτελεί βασική προτεραιότητα. Στο πλαίσιο του Μέτρου αυτού, θα πραγματοποιηθούν ενέργειες για την προστασία και ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας, καθώς και την αναβάθμιση των πολιτιστικών υποδομών, οι οποίες θα υλοποιηθούν μέσω δημοσίων επενδύσεων.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την επίτευξη των στόχων του Προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής προβλέπονται ενδεικτικά οι παρακάτω κατηγορίες έργων / ενεργειών:

α) Συντήρηση, ανάδειξη και προβολή των μνημείων και αρχαιολογικών χώρων της Περιφέρειας, τα οποία υπάρχουν, σε μεγάλη έκταση και αριθμό, σε όλους τους Νομούς. Η δράση αυτή αφορά τόσο σε υπάρχουσες γνωστές υποδομές όσο και σε νέες, όπως το Αρχαιολογικό Πάρκο της Μεσσήνης, τον Αρχαιολογικό Χώρο της Μεγαλόπολης, της Κορίνθου κ.λπ.

β) Εκσυγχρονισμός και δημιουργία μουσείων

- αρχαιολογικών όπως της Ισθμίας,
- βυζαντινών,
- λαογραφικών όπως το μουσείο παραδοσιακών επαγγελμάτων στην Στυμφαλία ή το μουσείο της ελιάς στην Σπάρτη.

γ) Παρεμβάσεις σε ιστορικούς οικισμούς, ανάπλαση ιστορικών κέντρων

Στην Περιφέρεια υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός θεσμοθετημένων παραδοσιακών οικισμών, κυρίως στους Νομούς Λακωνίας, Μεσσηνίας και Αρκαδίας όπου, στο πλαίσιο του Μέτρου, μπορούν να γίνουν παρεμβάσεις αξιοποίησης και ανάδειξης τους. Παράλληλα, από τις δυνατότητες που παρέχονται στο πλαίσιο του ίδιου Μέτρου Πολιτικής, μπορούν να επωφεληθούν περιοχές που διαθέτουν ιστορικά στοιχεία στον οικιστικό ιστό τους π.χ. Ναύπλιο, Κόρινθος, Πύλος κλπ., με στόχο την προβολή των ιστορικών χώρων και μνημείων της Περιφέρειας.

δ) Δημιουργία / βελτίωση διαδρομών με ιστορικό ενδιαφέρον ή διαδρομών πρόσβασης σε μνημεία του πολιτισμού

Στην Περιφέρεια υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός περιοχών που παρουσιάζουν ιστορικό / πολιτιστικό ενδιαφέρον και που, στο πλαίσιο της τουριστικής αξιοποίησης των πόρων της, είναι σκόπιμο να αναδειχθούν. Χαρακτηριστικά αναφέρεται η περίπτωση της «Κοντοπορείας», ιστορικής διαδρομής σύνδεσης Κορίνθου –Μυκηνών, στον ορεινό χώρο Αργολίδας-Κορινθίας, ενώ πλήθος ακόμα τέτοιων διαδρομών υπάρχουν σε όλους τους Νομούς της Περιφέρειας.

Παράλληλα, πρέπει να αναβαθμιστεί η προσπελασιμότητα και η στάθμευση με μικρές υποδομές στους πολιτιστικούς πόρους της Περιφέρειας.

ε) Βελτίωση, ανάδειξη και αξιοποίηση των κάστρων και σπηλαίων

Σε όλους τους Νομούς της Περιφέρειας και ιδιαίτερα στους Νομούς Λακωνίας και Μεσσηνίας, υπάρχει αξιόλογος πλούτος τόσο σε σπήλαια όσο και σε κάστρα (τα οποία έχουν υψηλό τουριστικό ενδιαφέρον), που στις περισσότερες περιπτώσεις δεν έχουν αξιοποιηθεί επαρκώς π.χ. Κάστρο Μεθώνης, Ακροκόρινθος, και Σπήλαια Καστανιάς στη Λακωνία, Ερμή στην Κορινθία καθώς και τα Σπήλαια της Μεσσηνίας κλπ.

στ) Βελτίωση, ανάδειξη και αξιοποίηση των αξιόλογων στοιχείων του οικιστικού περιβάλλοντος

Η διάσωση, ανάδειξη και αξιοποίηση στοιχείων και τεκμηρίων της αγροτικής παράδοσης, όπως, νερόμυλοι, βρύσες, γεφύρια, πεζούλες, κλπ., προάγουν αισθητικά τον αγροτικό χώρο και ενισχύουν την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας.

ζ) Δημιουργία δικτύων πολιτιστικών στοιχείων και διαδρομών πολιτιστικού τουρισμού

Στο πλαίσιο αυτής της ενέργειας, προτείνονται δράσεις ανάδειξης και ένταξης στο τουριστικό προϊόν αξιόλογων στοιχείων της πολιτιστικής κληρονομιάς, μέσω της ένταξης σε δίκτυα ή / και μέσω της χάραξης πολιτιστικών διαδρομών. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου διαθέτει πληθώρα σημαντικών και χαρακτηριστικών πολιτιστικών στοιχείων, των οποίων η σπουδαιότητα δικαιολογεί την ένταξη σε δίκτυα εθνικής σημασίας. Ανάμεσα σε αυτά, τα σημαντικότερα εντοπίζονται στο Νομό Αργολίδας, στην περιοχή Ναυπλίου-Επιδαύρου, στη Μεσσηνιακή και Λακωνική Μάνη, στη Μονεμβασία, στην Πύλο αλλά και σε άλλες περιοχές, όπως στην Αρχαία Νεμέα, στην Αρχαία Κόρινθο και στα Ίσθμια, ενώ σημαντικά στοιχεία

πολιτιστικού πλούτου, όπως παραδοσιακοί οικισμοί, αρχαιολογικοί χώροι, βυζαντινά μνημεία κλπ, υπάρχουν και στο Νομό Αρκαδίας.

Τέλος, η σημασία της δημιουργίας διευρυμένων πολιτιστικών δικτύων στην Περιφέρεια με την περιοχή της Ολυμπίας, παρά το γεγονός ότι δεν βρίσκεται εντός των διοικητικών της ορίων, κρίνεται σημαντική από όλους τους τουριστικούς παράγοντες της Περιφέρειας.

Οι παρεμβάσεις στο πλαίσιο του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής θα υποστηριχθούν από μια σειρά ενεργειών όπως: ανάπτυξη υπηρεσιών πληροφόρησης και ενημέρωσης του κοινού, ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων, πολιτιστικών εκδηλώσεων, υλοποίηση δράσεων ενημέρωσης του κοινού για την πολιτιστική κληρονομιά κλπ. Ως εκ τούτου, οι ενέργειες του Μέτρου βρίσκονται σε άμεση συνέργια με τις δράσεις των Μέτρων Πολιτικής για την ενίσχυση των ενεργειών και πρωτοβουλιών του ιδιωτικού τομέα για την ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, των Μέτρων Πολιτικής για την ενίσχυση των ειδικών μορφών τουρισμού, καθώς και των σχετικών Μέτρων Πολιτικής για την κατάρτιση στον τομέα των φυσικών και πολιτιστικών πόρων και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) και Δυνητικοί Αποδέκτες Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των έργων / ενεργειών / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να είναι:

- Η Περιφέρεια Πελοποννήσου με τις αρμόδιες υπηρεσίες της
- Ο ΕΟΤ σε συνεργασία με το Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων
- Το Υπουργείο Πολιτισμού
- Εποπτευόμενοι φορείς από το Υπουργείο Πολιτισμού (ΝΠΔΔ, ΝΠΙΔ)
- Η Νομαρχιακή και Τοπική Αυτοδιοίκηση
- Ομάδες Τοπικής Δράσης Leader +

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις στο πλαίσιο του Μέτρου Πολιτικής έχουν ως δυνητικές πηγές χρηματοδότησης το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου, το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» του Υπουργείου Ανάπτυξης, το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Πολιτισμός» του Υπουργείου Πολιτισμού, καθώς και την Κοινοτική Πρωτοβουλία Leader +.

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων, ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 25 εκατ. ευρώ.

Είναι προφανές ότι το σύνολο των σχετικών αναγκών δεν μπορεί να εκτιμηθεί αλλά υπερβαίνει σημαντικά την τρέχουσα διαθεσιμότητα των πόρων.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Η σημασία της προστασίας και ανάδειξης του πολιτιστικού περιβάλλοντος της Περιφέρειας, ως παράμετρο του αναπτυξιακού και τουριστικού της μοντέλου, είναι δεδομένη. Ως εκ τούτου, οι δράσεις αυτές θεωρούνται πρώτου βαθμού προτεραιότητας.

Σε συνάρτηση με την διαθεσιμότητα των πόρων κατά την τρέχουσα Προγραμματική Περίοδο 2003-2008, οι σχετικές δράσεις πρέπει να υλοποιηθούν σε ένα πλαίσιο ιεράρχησής τους, με κριτήρια όπως η ωριμότητά τους, η σκοπιμότητά τους, οι συνέργιες που δημιουργούν, οι πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις που έχουν κλπ.

Οι σχετικές δράσεις πρέπει να αποτελέσουν στόχο υψηλής προτεραιότητας στο πλαίσιο και της επόμενης προγραμματικής περιόδου.

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την υλοποίηση των δράσεων του Μέτρου είναι θετικές ως προς:

- Το πολιτιστικό περιβάλλον, το οποίο θα προστατευθεί και θα αναδειχθεί σε όλη την Περιφέρεια, με έμφαση στις περιοχές που έχουν αναξιοποίητο πολιτιστικό πλούτο.
- Την οικονομία της Περιφέρειας, καθώς θα αυξηθεί η τουριστική κίνηση και ως εκ τούτου, το ακαθάριστο περιφερειακό προϊόν και η απασχόληση.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 3.4: Ενίσχυση ενεργειών και πρωτοβουλιών για την προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Το Μέτρο στοχεύει στην αξιοποίηση των στοιχείων του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος για την ενίσχυση της τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Πελοποννήσου, μέσω ενεργειών και πρωτοβουλιών, κυρίως των επιχειρήσεων και φορέων του ιδιωτικού τομέα.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Στο πλαίσιο της επίτευξης των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής μπορούν να περιληφθούν οι ακόλουθες κατηγορίες έργων / ενεργειών:

α) Υποστήριξη επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα αλλά και μη κερδοσκοπικών φορέων για την αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος.

α1) Ενίσχυση και καθιέρωση διαφόρων πολιτιστικών δράσεων και πρωτοβουλιών, όπως:

- Μουσικές εκδηλώσεις, π.χ. Ναύπλιο, Κόρινθος
- Χορευτικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ, documenter, π.χ. Καλαμάτα
- Εικαστικά, π.χ. Κόρινθος
- Θεατρικές εκδηλώσεις, π.χ. Σπάρτη στη Λακωνία, Λύκαια στην Αρκαδία κλπ
- Αθλητικές εκδηλώσεις, π.χ. Αρχαία Λύκαια στην Αρκαδία.

α2) Προγράμματα αξιοποίησης στοιχείων του παραδοσιακού πολιτισμού και της ελληνικής τέχνης, πεδία στα οποία όλοι οι Νομοί της Περιφέρειας Πελοποννήσου διαθέτουν ιδιαίτερα πλούσιο υπόβαθρο.

α3) Προγράμματα διάσωσης και καθιέρωσης της ελληνικής κουζίνας, διάδοσης και χορήγησης σήματος γνησιότητας ελληνικής κουζίνας, καθώς και προγράμματα για την ένταξη παραδοσιακών αγροτικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας.

β) Αποκατάσταση ιδιωτικών κτιρίων και μνημείων.

- Στο πλαίσιο εφαρμογής των Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου (Ο.Π.Α.Α.Χ.) και των Ο.Π.Α.Ασ. Περιοχών του Υπουργείου

Γεωργίας και της Περιφέρειας Πελοποννήσου και ειδικότερα στο πλαίσιο του Μέτρου «Ανακαίνιση και ανάπτυξη χωριών», ενισχύονται μελέτες και έργα αποκατάστασης ιδιωτικών κτιρίων³.

- Επίσης, στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Πολιτισμός» (Μέτρο 1.2), μετά από κατάλληλη νομοθετική ρύθμιση, δύναται να περιληφθούν έργα και ενέργειες για την προστασία και ανάδειξη ιδιωτικών μνημείων, με στόχο την απόδοση σε αυτά πολιτιστικής χρήσης⁴.
- Αξιοποίηση στοιχείων αγροτικής ιστορίας και παράδοσης, όπως προβιομηχανικά κτίσματα, μύλοι (αλευρόμυλοι, νερόμυλοι) και γενικότερα κτίσματα που σχετίζονται με παραδοσιακές αγροτικές ασχολίες, όπως υφαντήρια χαλιών, νεροτριβές κλπ., στο πλαίσιο των παρεμβάσεων σε περιοχές ΟΠΑΑΧ ή / και Leader +.

Η δυνατότητα ενίσχυσης της προστασίας ιδιωτικών μνημείων στο πλαίσιο των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων της τρέχουσας Προγραμματικής Περιόδου, είναι πολύ σημαντική για την Περιφέρεια Πελοποννήσου, η οποία διαθέτει ένα αξιόλογο πολιτιστικό απόθεμα. Σε όλους τους Νομούς της Περιφέρειας και κυρίως στους Νομούς Αρκαδίας, Λακωνίας και Μεσσηνίας, υπάρχει ένας πολύ σημαντικός αριθμός θεσμοθετημένων παραδοσιακών οικισμών, είτε από το ΥΠΕΧΩΔΕ είτε από το Υπουργείο Πολιτισμού, στους οποίους υπάρχουν κτίσματα που χρήζουν παρεμβάσεων, ούτως ώστε, αφενός να διατηρηθούν ως πολιτιστικό απόθεμα, αφετέρου να αποτελέσουν πόλο έλξης τουριστικής κίνησης.

γ) Προστασία και ανάδειξη ιδιωτικών δασών.

Τέλος, στο πλαίσιο του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής, μπορούν να ενισχυθούν ενέργειες για την προστασία και ανάδειξη ιδιωτικών δασών, ενέργεια η οποία μπορεί να χρηματοδοτηθεί από εθνικούς πόρους ή από πόρους της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

³ Απαραίτητη προϋπόθεση για την ενίσχυση αυτής της δράσης είναι τα κτίρια να είναι χαρακτηρισμένα ως παραδοσιακά και διατηρητέα, ή να πρόκειται για αξιόλογα κτίσματα παραδοσιακού αρχιτεκτονικού σχεδιασμού και μόνο στην περίπτωση που αυτά εντάσσονται στο συνολικό πλαίσιο ανάπλασης και ανάδειξης του οικισμού, όπως αυτό αποτυπώνεται σε σχετική μελέτη ανάπλασης και ανάδειξης του οικισμού, η οποία θα εκπονηθεί πριν την έναρξη υλοποίησης των ανωτέρω εργασιών. Στις επιλέξιμες δαπάνες για την υλοποίηση του Μέτρου εντάσσονται δαπάνες για μελέτες, για κατασκευές και για εξοπλισμό.

⁴ Στο πλαίσιο των δράσεων αυτών είναι δυνατό να παρέχονται επιχορηγήσεις ή άλλα οικονομικά κίνητρα σε κυρίως ή νομείς κτιρίων που ευρίσκονται σε οικισμούς με παραδοσιακό χαρακτήρα, για την ανακατασκευή τους και τη διατήρηση των αρχιτεκτονικών, ιστορικών, καλλιτεχνικών και κατασκευαστικών στοιχείων τους, για απόδοση σε αυτά πολιτιστικής χρήσης.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των έργων / ενεργειών / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να είναι:

- Η Περιφέρεια Πελοποννήσου με τις αρμόδιες υπηρεσίες της
- Ενδιάμεσος Φορέας Διαχείρισης για τις ιδιωτικές επενδύσεις του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα»
- Το Υπουργείο Γεωργίας / Διεύθυνση Προγραμματισμού για τις ιδιωτικές επενδύσεις του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Αγροτική Ανάπτυξη-Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου»
- Το Υπουργείο Πολιτισμού
- Εποπτευόμενοι φορείς από το Υπουργείο Πολιτισμού (ΝΠΔΔ, ΝΠΙΔ)
- Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα (ιδρύματα, σύλλογοι, μη κυβερνητικές οργανώσεις) για τις δράσεις που μπορούν να χρηματοδοτηθούν από το Ε.Π. «Πολιτισμός»
- Τοπικές Ομάδες Δράσης Leader +
- Η Νομαρχιακή και Τοπική Αυτοδιοίκηση
- Επιμελητήρια και Σύλλογοι

Δυνητικοί Αποδέκτες

Το Υπουργείο Πολιτισμού και οι εποπτευόμενοι από αυτό φορείς, οι Τοπικές Ομάδες Δράσης Leader +, οι Νομαρχιακές και Τοπικές Αυτοδιοικήσεις και τέλος, ιδιώτες, συλλογικοί φορείς, όπως επιμελητήρια και σύλλογοι, ιδρύματα και ΜΚΟ.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις στο πλαίσιο του Μέτρου μπορούν να χρηματοδοτηθούν από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» του Υπουργείου Ανάπτυξης, το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου καθώς και από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Αγροτική Ανάπτυξη και Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου» του Υπουργείου Γεωργίας, από την Κοινοτική Πρωτοβουλία Leader +, ενώ η δράση που αφορά στην ενίσχυση ιδιωτικών δασών θα χρηματοδοτηθεί είτε από εθνικούς πόρους είτε από πόρους της Περιφέρειας.

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων, ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 4,5 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Η σημασία της προστασίας, ανάδειξης και αξιοποίησης των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας, ως παράμετρο του αναπτυξιακού και τουριστικού της μοντέλου, ιδίως με την κινητοποίηση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, είναι δεδομένη. Ως εκ τούτου, οι σχετικές δράσεις θεωρούνται πρώτης προτεραιότητας.

Στο πλαίσιο της διαθεσιμότητας των πόρων κατά την τρέχουσα Προγραμματική Περίοδο 2003-2008, θα πρέπει να υλοποιηθούν σε ένα πλαίσιο ιεράρχησής τους, με κριτήρια όπως ο ολοκληρωμένος χαρακτήρας τους, η ωριμότητά τους, οι πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις που θα έχουν κλπ.

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την υλοποίηση των δράσεων του Μέτρου αναμένεται να γίνουν αισθητές:

- Στην ανάδειξη και ενίσχυση του παραδοσιακού και του σύγχρονου πολιτισμού.
- Στην αναβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος.
- Στην οικονομία, καθώς αναμένεται να αυξηθεί το ακαθάριστο περιφερειακό προϊόν και η απασχόληση, ως συνέπεια της αύξησης της τουριστικής κίνησης.

4.4. ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 4: ΑΝΑΠΤΥΞΗ / ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΤΕΧΝΙΚΩΝ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Ο γενικός-στρατηγικός στόχος του Άξονα Δράσης είναι, όπως αναφέρεται στο Κεφάλαιο 1.4, η κάλυψη των ελλείψεων που παρουσιάζουν οι τεχνικές και κοινωνικές υποδομές της Περιφέρειας, έτσι ώστε να εξυπηρετηθούν επαρκώς οι ανάγκες των κατοίκων της και οι ανάγκες των επισκεπτών / τουριστών σε βασικές υπηρεσίες.

Οι ειδικοί / επιμέρους στόχοι του Άξονα, αναφέρονται στα εξής:

- Βελτίωση της ποιότητας του εθνικού και κυρίως του επαρχιακού δικτύου που συνδέει τους τουριστικούς πόρους μεταξύ τους αλλά και με τις πρωτεύουσες των νομών
- Συμπλήρωση και ενίσχυση των λιμενικών και σιδηροδρομικών μεταφορών για ευκολότερη πρόσβαση προς την Περιφέρεια
- Βελτίωση των συνθηκών διαμονής των τουριστών, μέσω της βελτίωσης της λειτουργικότητας και παράλληλα των κοινωνικών υπηρεσιών, που παρέχονται από τα οικιστικά σύνολα
- Βελτίωση των υπηρεσιών πληροφόρησης και εξυπηρέτησης των τουριστών

Οι στόχοι του Άξονα θα υλοποιηθούν μέσω των ακόλουθων Μέτρων Πολιτικής:

1. Ενίσχυση της βελτίωσης των μεταφορικών υποδομών
2. Ενίσχυση της βελτίωσης των βασικών τεχνικών αστικών υποδομών
3. Αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων
4. Ενίσχυση της βελτίωσης των κοινωνικών υποδομών
5. Ενίσχυση της βελτίωσης των υπηρεσιών

Στη συνέχεια, ακολουθεί η εξειδίκευση των Μέτρων Πολιτικής σε ενδεικτικές κατηγορίες έργων και ενεργειών.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 4.1: Ενίσχυση της βελτίωσης των μεταφορικών υποδομών**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Βασικός στόχος του Μέτρου είναι η κάλυψη των αναγκών της Περιφέρειας σε χερσαίες και λιμενικές μεταφορικές υποδομές, με έμφαση στις οδικές, δεδομένης της ευρείας χρήσης των οδικών αξόνων από τους επισκέπτες της Περιφέρειας.

Η βελτίωση των μεταφορικών υποδομών της Περιφέρειας σχετίζεται αφενός, με τη διασφάλιση ευκολότερης πρόσβασης προς αυτήν, αφετέρου με τη βελτίωση της σύνδεσης των τουριστικών πόρων μεταξύ τους. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να υλοποιηθούν παρεμβάσεις βελτίωσης των οδικών και παράλληλα των λιμενικών και σιδηροδρομικών μεταφορών.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την επίτευξη των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής, προβλέπονται ενδεικτικά οι παρακάτω κατηγορίες έργων:

α) Έργα οδοποιίας σε τμήματα των εθνικών και επαρχιακών οδών.

Τα έργα αυτά περιλαμβάνουν:

- δημιουργία / βελτίωση τμημάτων των εθνικών οδών που παρατηρούνται προβλήματα
- βελτιώσεις στο επαρχιακό δίκτυο, τόσο στη συμβολή του με το εθνικό δίκτυο όσο και στη σύνδεση των τουριστικών πόρων μεταξύ τους.

Στο πλαίσιο των παρεμβάσεων αυτών, προτεραιότητα θα πρέπει να δοθεί σε περιοχές που το επαρχιακό / ορεινό δίκτυο δεν είναι εκτεταμένο, όπως το επαρχιακό δίκτυο του Νομού Λακωνίας, το ορεινό δίκτυο των Νομών Αρκαδίας και Κορινθίας και δευτερευόντως το ορεινό δίκτυο του Νομού Μεσσηνίας. Παράλληλα, θα πρέπει να διασφαλιστεί η ικανοποιητική σύνδεση της πρωτεύουσας των Νομών με τους πολιτιστικούς πόρους καθώς και των πόρων μεταξύ τους, με έμφαση στους Νομούς Αρκαδίας και Λακωνίας, αλλά και στο Νομό Μεσσηνίας, νομοί στους οποίους εντοπίζονται και τα περισσότερα προβλήματα.

β) Έργα στο σιδηροδρομικό δίκτυο.

Ο στόχος των παρεμβάσεων αυτών είναι να αποτελέσει ο σιδηρόδρομος ανταγωνιστικό μέσο μεταφοράς. Το σιδηροδρομικό δίκτυο της Περιφέρειας Πελοποννήσου, το οποίο διατρέχει τους Νομούς Αργολίδας, Κορινθίας, Αρκαδίας και Μεσσηνίας, είναι εν γένει πεπαλαιωμένο και παρουσιάζει σημαντικά προβλήματα και ως εκ τούτου χρήζει παρεμβάσεων σε πολλές περιοχές.

Τα έργα αυτά περιλαμβάνουν:

- Διαπλάτυνση & βελτίωση χάραξης στη σιδηροδρομική γραμμή
- Παρεμβάσεις για την ασφάλεια και τη βελτίωση των ισόπεδων διαβάσεων

Τέλος, ειδική αναφορά πρέπει να γίνει στην ανάγκη ολοκλήρωσης μέχρι το 2004 του Προαστιακού Σιδηροδρόμου Αθηνών - Κορίνθου.

γ) Επέκταση / Βελτίωση των υφιστάμενων έργων λιμενικής υποδομής, όπως προβλήτες, μόλοι, κρηπιδώματα κλπ ή / και κατασκευή νέων.

Οι σχετικές παρεμβάσεις θα γίνουν σε λιμάνια που εξυπηρετούν κυρίως επιβατική κίνηση, καθώς τα λιμάνια που εξυπηρετούν σκάφη αναψυχής (μαρίνες) περιλαμβάνονται σε άλλο Μέτρο του Προγράμματος Δράσης. Προτεραιότητα θα πρέπει να δοθεί στο λιμάνι του Γυθείου, διερευνητέα στο πεδίο αυτό είναι η συστηματοποίηση της σύνδεσης με την Κρήτη και τις Κυκλάδες ενώ, σε δεύτερη προτεραιότητα, παρεμβάσεις, μικρότερης κλίμακας πρέπει να γίνουν σε λιμάνια τουριστικών περιοχών όπως π.χ. στη Νεάπολη, στο Πορτοχέλι, στη Μονεμβασιά, στο Λεωνίδιο.

δ) Εκπόνηση προαπαιτούμενων για την υλοποίηση των παραπάνω έργων, μελετών (μελέτες σκοπιμότητας, κόστους-ωφέλειας, περιβαλλοντικές, βιωσιμότητας κλπ).

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) και Δυνητικοί Αποδέκτες Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των έργων / ενεργειών / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να είναι:

1. Περιφερειακές υπηρεσίες δημοσίων έργων
2. ΥΠΕΧΩΔΕ
3. Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση
4. Τοπική Αυτοδιοίκηση
5. ΔΕΗ
6. ΟΣΕ
7. Λιμενικά Ταμεία

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις που εντάσσονται στο πλαίσιο του Μέτρου Πολιτικής, όπως ενδεικτικά αναφέρθηκαν παραπάνω, δύναται να χρηματοδοτηθούν από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου.

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων, ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 42 εκατ. ευρώ.

Το σύνολο των εκτιμώμενων αναγκών δεν μπορεί να προϋπολογισθεί αλλά υπερβαίνει την διαθεσιμότητα των πόρων.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Οι προτεινόμενες ενέργειες του Μέτρου είναι πρώτου βαθμού προτεραιότητας.

Κατά συνέπεια, θα πρέπει να ενταχθούν και να υλοποιηθούν κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο (2003-2008), σε ένα πλαίσιο ιεράρχησής τους, με κριτήρια όπως οι συνέργιες που δημιουργούν, η ωριμότητα, οι πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις που έχουν (για παράδειγμα η βελτίωση των οδικών προσβάσεων σε πολιτιστικούς πόρους κλπ).

Αναμένεται ότι για την έναρξη της υλοποίησης των έργων θα απαιτηθεί ένα εύλογο χρονικό διάστημα, στο οποίο θα λάβουν χώρα οι διαδικασίες ωρίμανσης, κατά κύριο λόγο οι απαραίτητες μελέτες.

Οι υποδομές θα πρέπει να αποτελέσουν στόχο υψηλής προτεραιότητας και στο μακροπρόθεσμο επίπεδο 2007-2013.

Επιπτώσεις

Η υλοποίηση των δράσεων του Μέτρου αναμένεται να έχει τις ακόλουθες επιπτώσεις:

- Βελτίωση των μεταφορικών υποδομών, ομογενοποίηση του χώρου της περιφέρειας και ευκολότερη πρόσβαση στους τουριστικούς πόρους.
- Αύξηση της τουριστικής κίνησης και μέσω των πολλαπλασιαστικών οφελών που θα επιφέρει στην οικονομία της Περιφέρειας, αύξηση του ακαθάριστου περιφερειακού προϊόντος και της απασχόλησης.
- Οι επιπτώσεις στο περιβάλλον αναμένονται ουδέτερες, σε ένα πλαίσιο υλοποίησης των δράσεων που θα περιλαμβάνει μέτρα σχεδιασμού και πρόληψης.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 4.2: Ενίσχυση της βελτίωσης των βασικών τεχνικών αστικών υποδομών**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Το Μέτρο αποσκοπεί στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των τουριστών κατά τη διαμονή τους στις τουριστικές περιοχές, είτε στον αστικό, είτε στον αγροτικό χώρο, μέσω της βελτίωσης των βασικών αστικών υποδομών, στους τομείς της ύδρευσης, αποχέτευσης και διαχείρισης απορριμμάτων.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την υλοποίηση των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής προβλέπονται ενδεικτικά οι παρακάτω κατηγορίες έργων:

α) Δίκτυα ύδρευσης.

- Βελτίωση υφιστάμενων δικτύων ύδρευσης.
- Κατασκευή νέων δικτύων ύδρευσης.

Προβλήματα στο δίκτυο ύδρευσης παρουσιάζονται κυρίως στις ορεινές και απομακρυσμένες περιοχές, καθώς και σε περιοχές που συγκεντρώνουν αυξημένη τουριστική κίνηση και παρουσιάζουν προβλήματα παλαίωσης του δικτύου, όπως συμβαίνει στις περιοχές της παράλιας ζώνης του Νομού Αρκαδίας και της Μεσσηνίας, π.χ. Λεύκτρο.

β) Δίκτυα αποχέτευσης.

- Βελτίωση / επέκταση υφιστάμενων δικτύων αποχέτευσης
- Κατασκευή νέων δικτύων αποχέτευσης.

Παρεμβάσεις για την επέκταση / δημιουργία δικτύου αποχέτευσης είναι αναγκαίες κατά προτεραιότητα σε περιοχές όπως η Ερμιόνη στο Νομό Αργολίδας, η ευρύτερη περιοχή του Ναυπλίου, η τουριστική ζώνη του Νομού Αρκαδίας που περιλαμβάνει τον Τυρό μέχρι το Παράλιο Άστρος και το Λεωνίδιο και τους οικισμούς της ευρύτερης περιοχής, ενώ ελλιπές είναι το αποχετευτικό δίκτυο στην περιοχή του Γυθείου, στην ευρύτερη περιοχή του Λουτρακίου όπου κυριαρχεί η παραθεριστική κατοικία (πλην της πόλης του Λουτρακίου οι υπόλοιπες περιοχές καλύπτονται από βόθρους), καθώς και στη ζώνη Στούπας-Καρδαμύλης του Νομού Μεσσηνίας η οποία δέχεται έντονες φορτίσεις, ιδιαίτερα κατά την αιχμή της τουριστικής περιόδου.

Παρεμβάσεις στο αποχετευτικό δίκτυο είναι, τέλος, απαραίτητες στις ορεινές περιοχές της Περιφέρειας, οι οποίες όμως μπορεί να θεωρηθούν παρεμβάσεις

δεύτερης προτεραιότητας, λόγω των χαμηλών τουριστικών φορτίσεων που δέχονται οι περιοχές αυτές.

γ) Βελτίωση υφιστάμενων Εγκαταστάσεων Επεξεργασίας Λυμάτων.

Ανάγκη για επέκταση ή αποτελεσματική λειτουργία υφιστάμενων μονάδων Επεξεργασίας Λυμάτων, φαίνεται να παρουσιάζουν κυρίως οι περιοχές οι οποίες δέχονται έντονες φορτίσεις κατά την τουριστική περίοδο και ιδίως κατά την αιχμή της, όπως η περιοχή της Επιδαύρου, του Κρανιδίου, η ευρύτερη περιοχή της Ασίνης (Τολό, Δρέπανο), της Κορίνθου, της Μονεμβασιάς, του Γυθείου και τέλος της Πύλου και των Φιλιατρών.

δ) Δημιουργία χώρων ελεγχόμενης διάθεσης απορριμμάτων.

Η παρέμβαση αυτή είναι απαραίτητη σε όλες τις περιοχές όπου τώρα γίνεται ανεξέλεγκτη απόρριψη. Προτεραιότητα πρέπει να δοθεί ειδικότερα σε περιοχές όπου παρατηρείται υψηλή τουριστική προσέλευση, όπως οι τουριστικές περιοχές του Νομού Αργολίδας, με έμφαση στην ευρύτερη περιοχή του Ναυπλίου και στην περιοχή Πορτοχελίου-Ερμιόνης, στην παραλιακή ζώνη του Νομού Αρκαδίας (Τυρός, Παράλιο Άστρος), στην παραλιακή ζώνη του Νομού Κορινθίας η οποία δέχεται έντονες πιέσεις λόγω της παραθεριστικής κατοικίας, στη ζώνη Στούπας-Καρδαμύλης καθώς και σε ολόκληρη τη ζώνη του Μεσσηνιακού κόλπου, εκατέρωθεν της Καλαμάτας και, τέλος, σε όλες τις περιοχές που βρίσκονται στο παράλιο μέτωπο του Ιονίου (Πύλος, Φιλιατρά, Γαργαλιάνοι, Κυπαρισσία).

ε) Εκπόνηση προσपाιούμενων για την υλοποίηση των παραπάνω έργων, μελετών (μελέτες σκοπιμότητας, κόστους-ωφέλειας, περιβαλλοντικές, βιωσιμότητας κλπ).

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) και Δυνητικοί Αποδέκτες Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των έργων / ενεργειών / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να είναι:

1. Η Περιφέρεια με τις αρμόδιες υπηρεσίες της
2. Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση
3. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση
4. Δημοτικές Επιχειρήσεις
5. Αναπτυξιακοί Σύνδεσμοι Δήμων

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις του Μέτρου που αφορούν σε παρεμβάσεις στον τομέα της διαχείρισης και διάθεσης στερεών απορριμμάτων και υγρών αποβλήτων, καθώς και σε υποδομές ύδρευσης, μπορούν να χρηματοδοτηθούν από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου.

Με βάση τους διαθέσιμους πόρους, ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 20 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Οι προτεινόμενες ενέργειες του Μέτρου είναι πρώτου βαθμού προτεραιότητας.

Οι ανάγκες που διαγνώστηκαν δεν είναι εύκολο να κοστολογηθούν αλλά σε κάθε περίπτωση υπερβαίνουν τη διαθεσιμότητα των πόρων της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου. Κατά συνέπεια, κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο (2003-2008), θα πρέπει να ενταχθούν και να υλοποιηθούν σε ένα πλαίσιο ιεράρχησής τους, με κριτήρια όπως η ένταση του προβλήματος, ο εξυπηρετούμενος πληθυσμός, οι πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις στην τουριστική ανάπτυξη που θα έχουν κλ.π.

Οι ευρύτερες ανάγκες πρέπει να καλυφθούν στην επόμενη προγραμματική περίοδο.

Επιπτώσεις

Από την υλοποίηση των δράσεων του Μέτρου αναμένεται να επέλθουν αλλαγές που επηρεάζουν άμεσα το φυσικό και αστικό περιβάλλον και έμμεσα την κοινωνικοοικονομική κατάσταση της Περιφέρειας:

- Στον τομέα του φυσικού περιβάλλοντος αναμένονται θετικές επιπτώσεις από την ορθολογική και ολοκληρωμένη διαχείριση των απορριμμάτων και αποβλήτων.
- Θετικές επιπτώσεις αναμένονται, έμμεσα, στο ακαθάριστο περιφερειακό προϊόν και στην απασχόληση, οι οποίες θα προέλθουν από την αύξηση της τουριστικής κίνησης και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη που θα επέλθουν στην οικονομία της Περιφέρειας.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 4.3: Αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Το Μέτρο στοχεύει στην αναβάθμιση της λειτουργικότητας των οικιστικών συνόλων, με έμφαση στα αστικά και ημιαστικά κέντρα που, ενδεχομένως, αντιμετωπίζουν τα περισσότερα προβλήματα. Ο απώτερος στόχος του Μέτρου είναι η αισθητική και ταυτόχρονα λειτουργική βελτίωση των οικιστικών συνόλων, ούτως ώστε να διευκολύνονται οι συνθήκες διαμονής των τουριστών στις τουριστικές περιοχές της Περιφέρειας.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την υλοποίηση των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής προβλέπονται ενδεικτικά οι παρακάτω κατηγορίες έργων:

α) Αξιοποίηση-διαμόρφωση κοινοχρήστων χώρων και ειδικότερα:

- κατασκευή πεζοδρομίων
- πεζοδρόμηση δρόμων
- δημιουργία ποδηλατοδρόμων
- διαμόρφωση – ανάπλαση πλατειών

Αυτού του τύπου οι παρεμβάσεις μπορούν να εφαρμοστούν σε όλα τα αστικά τουριστικά κέντρα, όπως το Ναύπλιο, το Λουτράκι, το Άργος, η Καλαμάτα και τα ημιαστικά τουριστικά κέντρα με έντονη τουριστική κίνηση, όπως η Μονεμβασία, το Πορτοχέλι, η Ερμιόνη, το Γύθειο, η Πύλος καθώς και σε άλλες τουριστικές περιοχές της Περιφέρειας.

β) Παρεμβάσεις για την αποτελεσματική διακίνηση / μετακίνηση των τουριστών και ειδικότερα:

- Δημιουργία χώρων στάθμευσης μέσα στον οικιστικό ιστό
- Δημιουργία χώρων στάθμευσης και επιβίβασης σε σταθμούς τραίνων και λεωφορείων
- Συγκοινωνιακές-κυκλοφοριακές ρυθμίσεις.

Οι παρεμβάσεις αυτού του τύπου είναι κατά προτεραιότητα, απαραίτητες για τις περιοχές που αποτελούν συγκοινωνιακούς κόμβους εξυπηρέτησης της τουριστικής κίνησης και όπου ήδη διαφαίνονται προβλήματα αποτελεσματικής εξυπηρέτησης των διακινούμενων τουριστών, αλλά και όσων διαμένουν στις περιοχές αυτές. Ενδεικτικά αναφέρονται η Κόρινθος, το Λουτράκι, το Ναύπλιο, το Άργος, η Τρίπολη, η Σπάρτη, η Καλαμάτα, η Πύλος.

γ) Εκπόνηση προαπαιτούμενων για την υλοποίηση των παραπάνω έργων, μελετών, με έμφαση στις συγκοινωνιακές / κυκλοφοριακές μελέτες.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) και Δυνητικοί Αποδέκτες Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των έργων / ενεργειών / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να είναι:

1. Η Περιφέρεια με τις αρμόδιες υπηρεσίες της (Διεύθυνση Τεχνικών Υπηρεσιών, Τεχνική Υπηρεσία Δήμων και Κοινοτήτων κλπ)
2. Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση
3. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις του Μέτρου μπορούν να χρηματοδοτηθούν από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου.

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων, ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 7 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Οι παρεμβάσεις της πρώτης ενέργειας θεωρούνται Β' προτεραιότητας, ενώ οι δράσεις των συγκοινωνιακών και κυκλοφοριακών ρυθμίσεων θεωρούνται πρώτης προτεραιότητας.

Στο πλαίσιο της τρέχουσας διαθεσιμότητας των πόρων λόγω του χαμηλού σχετικά κόστους που απαιτείται για την υλοποίησή τους, ένα μεγάλο μέρος των αναγκών αυτών μπορεί να υλοποιηθεί κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο 2003-2008.

Επιπτώσεις

Η υλοποίηση των δράσεων του συγκεκριμένου Μέτρου πολιτικής θα έχει τις ακόλουθες επιπτώσεις:

- Την αισθητική και λειτουργική βελτίωση των αστικών και ημιαστικών τουριστικών κέντρων και την αύξηση της ελκυστικότητάς τους και, κατά συνέπεια, την ενίσχυση της τουριστικής κίνησης προς αυτές τις περιοχές.
- Εμμέσως στην οικονομία της Περιφέρειας, με την αύξηση του ακαθάριστου περιφερειακού προϊόντος και της απασχόλησης

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 4.4: Ενίσχυση της βελτίωσης των κοινωνικών υποδομών**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου παρουσιάζεται έλλειμμα στον τομέα των κοινωνικών υποδομών, κυρίως στην ύπαιθρο, το οποίο είναι απαραίτητο να καλυφθεί, προκειμένου να διασφαλιστεί ένα ικανοποιητικό επίπεδο παρεχόμενων υπηρεσιών κατά την εκεί διαμονή των τουριστών.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την υλοποίηση των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής προβλέπεται μια κατηγορία ενέργειας:

Αναβάθμιση της λειτουργίας των κέντρων υγείας και των αγροτικών ιατρείων και ειδικότερα:

Στο πλαίσιο της παρέμβασης αυτής και σε συνδυασμό με τις ευρύτερες ανάγκες των κατοίκων, οι περιοχές που βρίσκονται σε πρώτη προτεραιότητα είναι αυτές που δέχονται μεγάλο αριθμό επισκεπτών ή που βρίσκονται στην εμβέλεια γειτονικών τουριστικών προορισμών, όπως το Τολό και το Κρανίδι στο Νομό Αργολίδας, το Άστρος και το Λεωνίδιο στο Νομό Αρκαδίας, το Λουτράκι και το Ξυλόκαστρο στο Νομό Κορινθίας, το Γύθειο και η Αρεόπολη στο Νομό Λακωνίας, οι Γαργαλιάνοι, η Κυπαρισσία, η Πύλος, η Μεσσήνη και τα Φιλιατρά στο Νομό Μεσσηνίας.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) και Δυνητικοί Αποδέκτες Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των έργων / ενεργειών / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να είναι:

1. Το Υπουργείο Υγείας-Πρόνοιας
2. Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση
3. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Τα έργα που εντάσσονται στο συγκεκριμένο Μέτρο Πολιτικής μπορούν να χρηματοδοτηθούν από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου.

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων, ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 3 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Οι προτεινόμενες ενέργειες του Μέτρου είναι δεύτερου βαθμού προτεραιότητας.

Σε συνάρτηση με τη διαθεσιμότητα των πόρων, πρέπει να ενταχθούν και να υλοποιηθούν κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο (2003-2008) με κριτήρια την ένταση του προβλήματος και του αριθμού του δυνητικά εξυπηρετούμενου πληθυσμού.

Επιπτώσεις

- Βελτίωση της ποιότητας ζωής.
- Η βελτίωση των υποδομών υγείας αποτελεί σημαντική παράμετρο για την παροχή ικανοποιητικών υπηρεσιών στους τουρίστες κατά τη διαμονή τους στις τουριστικές περιοχές της Περιφέρειας και συντελεί έμμεσα στην ελκυστικότητα των τουριστικών περιοχών και μακροπρόθεσμα στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 4.5: Ενίσχυση της βελτίωσης των υπηρεσιών**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Ο στόχος του Μέτρου αυτού είναι διττός: αφενός, το Μέτρο αποσκοπεί στην παροχή ικανοποιητικών εξυπηρετήσεων σε θέματα επικοινωνίας και ασφάλειας των τουριστών κατά τη διαμονή τους στις τουριστικές περιοχές της Περιφέρειας, αφετέρου, αποσκοπεί στη δημιουργία κέντρων εξυπηρέτησης και συστημάτων αυτοεξυπηρέτησης των τουριστών, προκειμένου να αποκτήσουν πληροφόρηση για τους τουριστικούς πόρους, τις υποδομές και τις εξυπηρετήσεις της περιοχής που έχουν επισκεφθεί.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την υλοποίηση των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής προβλέπονται ενδεικτικά οι παρακάτω κατηγορίες έργων και ενεργειών:

α) Δημιουργία Κέντρων Πληροφόρησης τουριστών.

Τα Κέντρα Πληροφόρησης μπορούν να δημιουργηθούν σε αστικές / ημιαστικές περιοχές-κόμβους τουριστικής κίνησης, και θα παρέχουν πληροφόρηση για την ευρύτερη τουριστική ζώνη σε νομαρχιακό ή / και διανομαρχιακό επίπεδο, σε περιοχές όπως το Λουτράκι, η Κόρινθος, το Ναύπλιο, το Άργος, το Πορτοχέλι, η Τρίπολη, το Άστρος, το Λεωνίδιο, η Σπάρτη, το Γύθειο, η Μονεμβασία, η Αρεόπολη, η Καλαμάτα, η Πύλος, τα Φιλιατρά κλπ.

β) Δημιουργία υποδομών αυτοεξυπηρέτησης τουριστών.

Οι υποδομές αυτοεξυπηρέτησης (π.χ. touchscreens, τουριστικά infopoints), μπορούν να δημιουργηθούν σε ένα δίκτυο περιοχών που θα περιλαμβάνει τόσο τα αστικά / ημιαστικά κέντρα, όσο και τις ορεινές αλλά και τις αναξιοποίητες περιοχές της Περιφέρειας, με στόχο την προβολή και ανάδειξή τους.

γ) Σχεδιασμός ενός λειτουργικού δικτύου συγκοινωνιών για την εύκολη και γρήγορη μετακίνηση των τουριστών.

Η δράση αυτή θα βρει εφαρμογή σε όλους τους δημόσιους φορείς που δραστηριοποιούνται στον τομέα των μεταφορών, όπως οι οργανισμοί οδικών συγκοινωνιών, τα Λιμεναρχεία και ο ΟΣΕ, σε νομαρχιακό και διανομαρχιακό επίπεδο, ούτως ώστε να λειτουργήσει αποτελεσματικά ο θεσμός των συνδυασμένων μεταφορών.

δ) Οργάνωση του δικτύου παροχής υπηρεσιών στον τομέα της επικοινωνίας.

Η δράση αυτή αναφέρεται στην ύπαρξη αποτελεσματικού δικτύου που θα μπορεί να εγγυηθεί την υψηλή και σταθερή ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, οργανισμών και φορέων που δραστηριοποιούνται στον τομέα της επικοινωνίας, όπως ο ΟΤΕ και τα ΕΛ.ΤΑ. Στον τομέα αυτό απαιτείται η «δικτύωση» αλλά και η άμεση εξυπηρέτηση από τα δίκτυα επικοινωνίας, όλων των περιοχών της Περιφέρειας, με προτεραιότητα στις τουριστικές, αλλά και στις ορεινές και αναξιοποίητες, οι οποίες αποτελούν εν δυνάμει τουριστικούς πόρους.

ε) Σχεδιασμός και αποτελεσματική οργάνωση των υπηρεσιών που παρέχουν οι κατά τόπους υπηρεσίες Τουριστικής Αστυνομίας, με έμφαση στις εν δυνάμει τουριστικές περιοχές και σε αυτές που δεν έχουν ακόμα αξιοποιηθεί.στ) Ανάπτυξη υπηρεσιών και προϊόντων με καινοτόμο και επικοινωνιακό χαρακτήρα, που θα συνδέουν τον Πολιτισμό με τον Τουρισμό (ψηφιακά προϊόντα και ηλεκτρονικές εκδόσεις με πολιτιστικό περιεχόμενο, νέοι και βελτιωμένοι κόμβοι πολιτιστικής πληροφόρησης κλπ). Βλ. και Μέτρο 5.3.**Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) και Δυνητικοί Αποδέκτες Έργων / Ενεργειών**

Τελικοί Δικαιούχοι των έργων / ενεργειών / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να είναι:

1. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου με τις αρμόδιες υπηρεσίες της
2. Το Υπουργείο Ανάπτυξης
3. Το Υπουργείο Δημόσιας Τάξης
4. Τα ΕΛ.ΤΑ
5. Ο ΟΤΕ
6. Οι Συλλογικοί και Επαγγελματικοί Φορείς
7. Η Κ.Τ.Π Α.Ε

Ενδεικτικός προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις στο πλαίσιο του Μέτρου μπορούν να χρηματοδοτηθούν είτε από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου, είτε από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Κοινωνία της Πληροφορίας» ή ακόμα και από εθνικούς πόρους.

Με βάση τη διαθεσιμότητα των πόρων, ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 17 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας, και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Οι προτεινόμενες ενέργειες του Μέτρου είναι πρώτου βαθμού προτεραιότητας. Δεδομένου του soft χαρακτήρα τους και του χαμηλού σχετικά προϋπολογισμού τους, μπορούν ανάλογα με τον βαθμό ωριμότητάς τους να ενταχθούν και να υλοποιηθούν σε ένα μεγάλο βαθμό κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο (2003-2008).

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την υλοποίηση των δράσεων του Μέτρου Πολιτικής είναι θετικές ως προς:

- Το επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Τον τομέα της οικονομίας, καθώς η βελτίωση του επιπέδου των παρεχόμενων υπηρεσιών θα λειτουργήσει θετικά υπέρ της αύξησης της τουριστικής κίνησης και ειδικότερα, υπέρ της προσέλκυσης υψηλού επιπέδου τουριστών και ως εκ τούτου, θα συμβάλει στην αύξηση του ακαθάριστου περιφερειακού προϊόντος και της απασχόλησης.

4.5 ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 5: ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Ο γενικός-στρατηγικός στόχος του Άξονα Δράσης είναι, όπως αναφέρεται στο Κεφάλαιο 1.4, η βελτίωση της εικόνας της Περιφέρειας ως τουριστικού προορισμού και η προβολή των, σε μεγάλο βαθμό, άγνωστων τουριστικών πόρων που διαθέτει. Οι ειδικοί / επιμέρους στόχοι του Άξονα, αναφέρονται στα εξής:

- Αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του περιφερειακού τουριστικού προϊόντος.
- Διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς, με βάση τις ανταγωνιστικές τάσεις σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.
- Προσέλκυση νέων / αποδοτικότερων αγορών και καθορισμός ομάδων – στόχου.
- Τόνωση του εσωτερικού τουρισμού.
- Ενθάρρυνση της συμμετοχής των τοπικών ή / και επαγγελματικών φορέων.

Οι στόχοι του Άξονα θα υλοποιηθούν μέσω των ακόλουθων Μέτρων Πολιτικής:

1. Σχεδιασμός στρατηγικής προβολής.
2. Ενίσχυση / ανάπτυξη φορέων / μηχανισμών προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος.
3. Ενίσχυση δράσεων προβολής.

Στη συνέχεια, ακολουθεί η εξειδίκευση των Μέτρων Πολιτικής σε ενδεικτικές κατηγορίες έργων και ενεργειών.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 5.1: Σχεδιασμός της στρατηγικής για την προβολή / προώθηση του τουριστικού προϊόντος**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Το Μέτρο αποσκοπεί στο σχεδιασμό της στρατηγικής για την προβολή της Περιφέρειας και για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της. Ο στόχος του Μέτρου είναι διττός: αφενός, το Μέτρο αποβλέπει στην ενίσχυση της παρουσίας της Περιφέρειας στις τουριστικές αγορές, μέσω της ορθολογικής, αποτελεσματικής και οργανωμένης προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος της, αφετέρου, αποσκοπεί στη δημιουργία των απαραίτητων προϋποθέσεων και στην ανάληψη των αναγκαίων δράσεων για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την υλοποίηση των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής ενισχύονται οι παρακάτω κατηγορίες ενεργειών:

- Marketing plans για προβολή της Περιφέρειας ή περιοχών της, καθώς και για προβολή θεματικών τουριστικών προϊόντων, στο πλαίσιο μιας «γεωγραφικής» στρατηγικής και ταυτόχρονα στρατηγικής προσανατολισμού του τουριστικού προϊόντος.
- Μελέτες / έρευνες αγοράς για την ενίσχυση της Περιφέρειας στις τουριστικές αγορές της, τη στροφή προς νέες αγορές ή τμήματα αγορών, τον εντοπισμό των κατηγοριών-στόχων δυνητικών τουριστών.
- Ειδικές μελέτες Marketing στις μεγάλες αγορές και αναγνώριση στοιχείων που συνδέονται με τα προγράμματα των tour operators, τις προτιμήσεις του κοινού, την ανταγωνιστικότητα των τιμών, άλλους προσορισμούς που προσφέρουν παραπλήσιο τουριστικό προϊόν, τα δίκτυα πώλησης και διανομής κλπ
- Marketing plan για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι της δράσης μπορεί να είναι:

- Το Υπουργείο Ανάπτυξης μέσω του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού

Δυνητικοί Αποδέκτες

Δυνητικοί αποδέκτες των δράσεων είναι, είτε η Περιφέρεια Πελοποννήσου, μέσω των αρμόδιων υπηρεσιών της, είτε το Υπουργείο Ανάπτυξης, μέσω του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις στο πλαίσιο του Μέτρου μπορούν να χρηματοδοτηθούν από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» του Υπουργείου Ανάπτυξης.

Με βάση τη διαθεσιμότητα των πόρων, ο ενδεικτικός προϋπολογισμός ανέρχεται σε 0,7 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Ο σχεδιασμός της στρατηγικής του Marketing Plan είναι πρώτης προτεραιότητας και πρέπει να υλοποιηθεί μέχρι το 2004.

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την υλοποίηση των δράσεων του Μέτρου αναμένεται να γίνουν αισθητές:

- Στην ενίσχυση του τουρισμού καθώς η οργανωμένη προβολή του τουριστικού προϊόντος αναμένεται να λειτουργήσει θετικά ως προς την προσέλκυση τουριστών.
- Στην οικονομία της Περιφέρειας και στην απασχόληση.
- Στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

**ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 5.2: Ενίσχυση / ανάπτυξη φορέων / μηχανισμών
προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος****Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Στόχος του Μέτρου είναι η ενεργοποίηση των υφιστάμενων φορέων και μηχανισμών ή η ίδρυση / δημιουργία νέων φορέων / μηχανισμών, οι οποίοι θα προβάλουν ή θα συμβάλουν στην προβολή του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Στο πλαίσιο του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής περιλαμβάνεται:

- α) Η ενεργοποίηση των υφιστάμενων φορέων της Περιφέρειας ή η δημιουργία / σύσταση νέων φορέων, αν αυτό κρίνεται απαραίτητο, οι οποίοι αφενός, θα συμμετάσχουν ενεργά στο σχεδιασμό της τουριστικής προβολής, αφετέρου θα αναλάβουν την υλοποίηση των δράσεων προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος. Στην περίπτωση της σύστασης νέου φορέα, προτείνεται η συνεργασία των αρμόδιων υπηρεσιών του Δημόσιου Τομέα (π.χ. Διεύθυνση τουρισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου), των υπηρεσιών της Τοπικής και Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης καθώς και των Δημοτικών επιχειρήσεων, με τις επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, camping, εμπορικά καταστήματα, εταιρίες μέσων μεταφοράς, εταιρίες ενοικιάσεως αυτοκινήτων κλπ), ή / και με τους συλλογικούς φορείς εκπροσώπησής τους (ομοσπονδίες, επιμελητήρια κλπ). Επιπρόσθετα αρμοδιότητα του φορέα κρίνεται σκόπιμο να είναι και η δυνατότητα ουσιαστική στήριξη των τουριστικών ΜΜΕ, ούτως ώστε να προβάλουν το προϊόν τους.
- β) Ενίσχυση κλαδικών ή τοπικών έργων παροχής καινοτόμων υπηρεσιών σε τουριστικές ΜΜΕ (κυρίως υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου π.χ. e-marketplaces, ηλεκτρονικές εκθέσεις κλπ) από τους αρμόδιους Φορείς του Δημοσίου ή άλλους κοινωνικούς, συλλογικούς και επαγγελματικούς φορείς, ούτως ώστε οι τουριστικές επιχειρήσεις να προβάλουν το τουριστικό προϊόν τους.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι των έργων / ενεργειών / δράσεων που περιλαμβάνονται και εξυπηρετούν την εφαρμογή του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής δύναται να είναι:

1. Το Υπουργείο Ανάπτυξης
2. Το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών
3. Συλλογικοί φορείς και Επαγγελματικές Οργανώσεις
4. Η ΚΤΠ Α.Ε.

Δυνητικοί Αποδέκτες

Οι δυνητικοί αποδέκτες των δράσεων μπορεί να είναι είτε οι επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, οι συλλογικοί φορείς εκπροσώπησής τους και επαγγελματικές οργανώσεις, ειδικοί φορείς καθώς και μη κυβερνητικές οργανώσεις, είτε φορείς του Δημόσιου τομέα, ήτοι οι αρμόδιες υπηρεσίες της Περιφέρειας, καθώς και οι υπηρεσίες της Νομαρχιακής και Τοπικής αυτοδιοίκησης.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι προτεινόμενες ενέργειες στο πλαίσιο του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής, όσον αφορά στην οργάνωση και ενίσχυση των δομών στήριξης των επιχειρήσεων, μπορούν να χρηματοδοτηθούν από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Κοινωνία της Πληροφορίας».

Ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 2 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Οι προτεινόμενες ενέργειες του Μέτρου είναι πρώτου βαθμού προτεραιότητας, καθώς η υλοποίησή τους θα συμβάλει ουσιαστικά στην τουριστική ανάπτυξη. Δεδομένου μάλιστα του soft χαρακτήρα τους και του χαμηλού σχετικά προϋπολογισμού τους πρέπει και μπορούν να ενταχθούν και να υλοποιηθούν κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο και μέχρι το 2005, κυρίως όσον αφορά την οργάνωση των φορέων, ενώ η ενίσχυση των τουριστικών επιχειρήσεων με δράσεις και ενέργειες προβολής των προϊόντων τους, επιβάλλεται να συνεχισθεί και πέραν της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου.

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την υλοποίηση των δράσεων του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής αναμένεται να είναι θετικές ως προς:

- Την ενίσχυση της προβολής / προώθησης του τουριστικού προϊόντος.
- Μεσοπρόθεσμα, ως προς την οικονομία της Περιφέρειας και την απασχόληση, καθώς οι δράσεις στο πλαίσιο του Μέτρου αναμένεται να συμβάλουν στην ενίσχυση της τουριστικής ζήτησης.
- Τη αποδοτικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων, με βραχυπρόθεσμο και κυρίως μακροπρόθεσμο αντίκτυπο στον παραγωγικό ιστό.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 5.3: Ενίσχυση δράσεων προβολής / προώθησης του τουριστικού προϊόντος**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Το Μέτρο αυτό, σε συνέχεια των προηγούμενων Μέτρων Πολιτικής του Άξονα, αποσκοπεί στην ενίσχυση των δράσεων προβολής, με τη συνέργια των φορέων του δημοσίου και των επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα. Ο στόχος του Μέτρου είναι διττός, καθώς αποσκοπεί αφενός, στην αποτελεσματική οργάνωση της προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας, αφετέρου στην υποστήριξη και υποβοήθηση των τουριστικών επιχειρήσεων για καλύτερη / αποτελεσματικότερη οργάνωση και ανάπτυξη των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Για την επίτευξη των στόχων του προτεινόμενου Μέτρου Πολιτικής ενισχύονται οι παρακάτω κατηγορίες ενεργειών:

- Γενικές και ειδικές εκδόσεις πληροφόρησης (χάρτες, έντυπο και οπτικοακουστικό υλικό, φυλλάδια, αφίσες, εγχειρίδια των τουριστικών πρακτόρων)
- Ενέργειες προώθησης-διαφήμισης μέσω του ηλεκτρονικού τύπου (ραδιόφωνο, τηλεόραση)
- Δημιουργία δικτυακού τόπου προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας
- Διοργάνωση τοπικών εκθέσεων για την προβολή του τουρισμού / συμμετοχή σε εκθέσεις εθνικής και διεθνούς εμβέλειας

Παράλληλα, στο πλαίσιο του Μέτρου μπορούν να συμπεριληφθούν οι παρακάτω ενέργειες, οι οποίες δεν υπόκεινται σε κάποιο καθεστώς ενίσχυσης, μπορούν όμως να χρηματοδοτηθούν από πόρους των ιδιωτικών επιχειρήσεων ή από πόρους της Περιφέρειας και των Τοπικών Αυτοδιοικήσεων:

- Τηλεφωνικές γραμμές παροχής πληροφοριών
- Ειδικές ενέργειες προώθησης, οι οποίες μπορούν να συνοδεύουν τη συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις και μπορεί να αφορούν φεστιβάλ γαστρονομίας, παραδοσιακούς χορούς, ρεσιτάλ και συναυλίες

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι της δράσης μπορεί να είναι:

- Η Περιφέρεια Πελοποννήσου με τις αρμόδιες υπηρεσίες της
- Το Υπουργείο Ανάπτυξης και ειδικότερα ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
- Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση
- Η Τοπική Αυτοδιοίκηση
- Συλλογικοί φορείς (επιμελητήρια, σύλλογοι, ομοσπονδίες κλπ)

Δυνητικοί Αποδέκτες

Δυνητικοί αποδέκτες των δράσεων προβολής μπορεί να είναι είτε Δημόσιοι φορείς, όπως υπηρεσίες της Περιφέρειας, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, οι αρμόδιες υπηρεσίες της Νομαρχιακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης, επιχειρήσεις των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης, είτε ιδιωτικές επιχειρήσεις ή / και συλλογικοί φορείς εκπροσώπησης του ιδιωτικού τομέα, όπως Επιμελητήρια, Ομοσπονδίες, Σύλλογοι, αλλά και μη κυβερνητικές οργανώσεις, αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρίες, ειδικοί φορείς (π.χ. εκκλησία) κλπ.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις στο πλαίσιο του Μέτρου μπορούν να χρηματοδοτηθούν από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» του Υπουργείου Ανάπτυξης, από το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου, ενώ, παράλληλα, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα καθώς και οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης ή /και η Περιφέρεια, οι οποίοι μπορούν να στηρίξουν τις δράσεις προβολής με ίδιους πόρους.

Με βάση τη διαθεσιμότητα των πόρων ο ενδεικτικός προϋπολογισμός του Μέτρου Πολιτικής ανέρχεται σε 2,6 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Οι κατηγορίες έργων και πράξεων είναι πρώτης προτεραιότητας και θα πρέπει να υλοποιηθούν, τόσο κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο 2003-2008, όσο και για την επόμενη, προκειμένου το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας να κατέχει εξέχουσα θέση στην τουριστική αγορά, τόσο σε εθνικό επίπεδο, όσο και σε διεθνές.

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την υλοποίηση των δράσεων του Μέτρου αναμένεται να γίνουν αισθητές:

- Στην ενίσχυση και αναβάθμιση της τουριστικής ζήτησης μέσω της στοχευμένης προβολής του τουριστικού προϊόντος
- Στην οικονομία της Περιφέρειας, καθώς η αυξημένη τουριστική κίνηση θα επηρεάσει θετικά το ακαθάριστο περιφερειακό προϊόν, τόσο ως άμεσα προερχόμενο από την τουριστική δραστηριότητα, όσο και ως έμμεσα προερχόμενο από τα πολλαπλασιαστικά οφέλη της στην οικονομία της Περιφέρειας
- Στις θέσεις απασχόλησης που αναμένεται να δημιουργηθούν, ως συνέπεια της αύξησης της τουριστικής κίνησης που θα προέλθει από την προβολή του τουριστικού προϊόντος, και των ευρύτερων επιπτώσεων του τουρισμού στον οικονομικό-παραγωγικό ιστό της Περιφέρειας.

4.6 ΑΞΟΝΑΣ ΔΡΑΣΗΣ 6: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Μέσω του τελευταίου Άξονα Δράσης του Προγράμματος της Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας επιχειρείται η ανάπτυξη και η βελτίωση των δεξιοτήτων του ανθρώπινου Δυναμικού και η προώθηση του σε ανάλογες / αντίστοιχες θέσεις απασχόλησης.

Ειδικότερα συμβάλλει στην επίτευξη των παρακάτω στόχων:

- Βελτίωση των επαγγελματικών δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού του τουριστικού τομέα.
- Ενθάρρυνση της προσαρμοστικότητας των εργαζομένων στα νέα δεδομένα της τουριστικής αγοράς.
- Αύξηση της απασχολησιμότητας του εργατικού δυναμικού
- Προώθηση της απασχόλησης με στόχο την μείωση της ανεργίας.
- Προώθηση των ίσων ευκαιριών για πρόσβαση στην αγορά εργασίας.

Ο φορέας που έχει την ευθύνη για την αρχική και την συνεχιζόμενη (δια βίου) επαγγελματική κατάρτιση σε θέματα τουρισμού είναι ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΟΤΕΚ – πρώην Σχολή Τουριστικών Επιχειρήσεων) με μικρή, μέχρι πρόσφατα, δυνατότητα ευελιξίας στα νέα ζητούμενα της αγοράς.

Ως εκ' τούτου για την υλοποίηση των ενεργειών κατάρτισης προαπαιτείται η αναγνώριση των μελλοντικών αναγκών για ανθρώπινο δυναμικό στον τομέα του τουρισμού, η οποία θα προκύψει από την αναμενόμενη ανάπτυξη και την αύξηση του τουρισμού στην Περιφέρεια.

Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση / πραγματοποίηση ερευνών για το υπάρχον εργατικό δυναμικό (συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια, άλλοι μέθοδοι έρευνας), η διεξαγωγή ερευνών για τον εντοπισμό των χαρακτηριστικών του εργατικού δυναμικού (εμπειρία, δεξιότητες κ.λπ.), η ανάλυση των στοιχείων και η επεξεργασία των αποτελεσμάτων, η δημιουργία ενός συστήματος συγκέντρωσης αλλά και αναθεώρησης όλων των στατιστικών στοιχείων του εργατικού δυναμικού σε συνδυασμό με την αξιολόγηση της αναμενόμενης ανάπτυξης και διεύρυνσης του τουριστικού τομέα (αύξηση των ξενοδοχείων, νέες τουριστικές υπηρεσίες από επιχειρήσεις ή φορείς) θα είναι σε θέση να προβλέψουν τις μελλοντικές ανάγκες για εργατικό δυναμικό και τα απαραίτητα πεδία κατάρτισης για κάθε κλάδο του τουριστικού τομέα.

Επιπρόσθετα, η συνδρομή των συλλογικών φορέων του τουρισμού και των αρμόδιων διοικητικών οργάνων για την κατάρτιση, συνδυάζοντας τις ήδη διαπιστωμένες ανάγκες ανθρώπινου δυναμικού ή αυτές που θα προκύψουν από τη σχετική μελέτη θα βοηθήσει επιπρόσθετα στην προσέγγιση νέων θεματικών αντικειμένων του τουρισμού.

Τα ειδικότερα Μέτρα Πολιτικής που συμβάλλουν στη επίτευξη των παραπάνω στόχων του Άξονα Δράσης είναι τα εξής:

1. Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού.
2. Προώθηση της απασχόλησης των ανέργων.

Στη συνέχεια παρατίθεται αναλυτικά στοιχεία ανά Μέτρο Πολιτικής.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 6.1: Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Στόχος του συγκεκριμένου Μέτρου Πολιτικής είναι η αύξηση της απασχολησιμότητας και της προσαρμοστικότητας του εργατικού δυναμικού, ιδιαίτερα των νέων και των γυναικών, μέσω της βελτίωσης και της προσαρμογής των δεξιοτήτων τους στις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται τόσο στον τουριστικό τομέα όσο και στους τομείς του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Μέσω του παρόντος Μέτρου Πολιτικής προβλέπονται ενέργειες κατάρτισης που αφορούν στους παρακάτω τομείς:

- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων. Ενισχύονται δράσεις κατάρτισης που αφορούν στην χρήση και εφαρμογή των νέων τεχνολογιών, στην εφαρμογή νέων μεθόδων παραγωγικής διαδικασίας και οργάνωσης της εργασίας που στόχο έχουν την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα, επιχειρήσεις κατάλυσης / διανυκτέρευσης, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, κέντρα εστίασης και άλλες.
- Εφαρμογή και υλοποίηση ειδικών μορφών τουρισμού. Η εξειδίκευση και αναβάθμιση των υπηρεσιών που προσφέρονται από το ανθρώπινο δυναμικό, ανά ειδική μορφή τουρισμού, όπως αυτές αναμένεται να αναπτυχθούν και να δημιουργηθούν από τα αντίστοιχα Μέτρα του Προγράμματος, αναμένεται να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της ζήτησης για τις νέες αυτές μορφές και να βελτιώσει συνολικά το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν.
- Η ανάπτυξη και αναβάθμιση των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού στους τομείς της προστασίας, ανάδειξης και διαχείρισης του φυσικού περιβάλλοντος και των πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας αποτελεί στόχο του Μέτρου.

Οι ενέργειες κατάρτισης αφορούν στις ακόλουθες ομάδες του εργατικού δυναμικού.

- Άνεργοι.
- Εργαζόμενοι επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα.
- Αυτοαπασχολούμενοι που δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού.
- Στελέχη Φορέων που ασχολούνται με τη διαχείριση των τουριστικών προϊόντων ή των τουριστικών πόρων.

- Στελέχη των ΟΤΑ και των Νομαρχιών που ασχολούνται με τουριστικές υπηρεσίες.

Ενδεικτικά αναφέρονται πεδία κατάρτισης που αφορούν στο μάρκετινγκ των τουριστικών επιχειρήσεων, σε επιχειρηματικά θέματα, σε νέες τεχνολογίες και εφαρμογής αντίστοιχων συστημάτων, όπως η οργάνωση δικτυακού τόπου και ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας και περιβαλλοντικής διαχείρισης ξενοδοχειακών μονάδων και τουριστικών επιχειρήσεων.

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης των ειδικών μορφών τουρισμού μπορούν να προσεγγισθούν αντικείμενα κατάρτισης σε θέματα όπως γευσιγνωσίας, συνοδών ή οδηγών βουνού, στελεχών ομάδων διάσωσης, ανάπτυξης αγροτουρισμού, διοίκησης μονάδων τουρισμού υγείας, συνεδριακών κέντρων και άλλα τα οποία θα προκύψουν ανάλογα με την ειδική μορφή τουρισμού που πρόκειται να εφαρμοστεί.

Επιπρόσθετα στον τομέα του περιβάλλοντος αναμένεται να υλοποιηθούν ενέργειες κατάρτισης στους τομείς της φύλαξης ευαίσθητων οικολογικά περιοχών, προστασία και διαχείριση δασικών περιοχών, αποκατάσταση, ανάδειξη και προστασία φυσικών οικοτόπων και βιοτόπων.

Αντίστοιχα στο τομέα των πολιτιστικών πόρων μπορούν να υλοποιηθούν ενέργειες κατάρτισης που αφορούν στην συντήρηση, αναστήλωση, προστασία των μνημείων, στην διαχείριση, ανάδειξη, προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, στην ανάπτυξη πολιτιστικών προϊόντων με την χρήση των νέων τεχνολογιών, στον σχεδιασμό, την οργάνωση και υλοποίησης πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Η κατάρτιση των παραπάνω μπορεί να πραγματοποιηθεί, είτε από τα Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΚΕΚ) που έχουν πιστοποιηθεί στα αντίστοιχα θεματικά πεδία (τουρισμός, οικονομία και διοίκηση, πληροφορική, περιβάλλον και πολιτισμός), είτε από τον ΟΤΕΚ.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικοί Δικαιούχοι της δράσης μπορεί να είναι:

1. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου (Δ/ση Ανάπτυξης και Σχεδιασμού).
2. Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης / ΟΤΕΚ.
3. Το Υπουργείο Εργασίας & Κ.Α.

Δυνητικοί Αποδέκτες

Δυνητικοί αποδέκτες των ενεργειών κατάρτισης είναι ο ΟΚΕΤ και τα Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΚΕΚ).

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις του Μέτρου μπορούν να χρηματοδοτηθούν από Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου και από τα Επιχειρησιακά Πρόγραμμα του Υπουργείου Ανάπτυξης και του Υπουργείου Εργασίας, «Ανταγωνιστικότητα» και «Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση» αντίστοιχα. Ο εκτιμώμενος προϋπολογισμός του Μέτρου μπορεί να ανέλθει σε 6 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Η ανάπτυξη και η βελτίωση των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την ποιοτική ανάπτυξη του τουρισμού και ως εκ τούτου άμεση προτεραιότητα στον σχεδιασμό και την υλοποίηση αντίστοιχων προγραμμάτων.

Με δεδομένη την έμφαση που δίνεται στο ανθρώπινο δυναμικό, τις εκτιμηθείσες ανάγκες για κατάρτιση και την διαθεσιμότητα των πόρων προβλέπεται η υλοποίηση των ενεργειών κατάρτισης να πραγματοποιείται, τόσο κατά την τρέχουσα, όσο και κατά την νέα προγραμματική περίοδο.

Επιπτώσεις

Οι επιπτώσεις από την υλοποίηση αυτών των ενεργειών θεωρούνται πολύ σημαντικές για την ανάπτυξη και βελτίωση του ανθρώπινου δυναμικού αλλά και της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών από τις επιχειρήσεις, αλλά και τους ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς του τουριστικού τομέα.

Ειδικότερα, θετικές αναμένεται να είναι οι επιπτώσεις όσον αφορά:

- Στην βελτίωση της απασχολησιμότητας του εργατικού δυναμικού που δραστηριοποιείται στον τουριστικό τομέα.
- Στην ανάπτυξη των νέων τουριστικών δραστηριοτήτων, ειδικότερα αυτών που βρίσκονται σε άμεση συνέργια με την ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού.
- Στην αύξηση της πολυαπασχόλησης και στην ενίσχυση του εισοδήματος.
- Στην αναζωογόνηση των εσωτερικών ζωνών της Περιφέρειας που χαρακτηρίζονται ως δυναμικές περιοχές τουριστικής ανάπτυξης μέσω της αναβάθμισης του ανθρώπινου δυναμικού που προσφέρει τουριστικές υπηρεσίες.
- Στην προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

ΜΕΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ 6.2: Προώθηση της απασχόλησης των ανέργων**Στόχοι του Μέτρου Πολιτικής**

Στόχος του Μέτρου είναι η προώθηση των ανέργων σε δράσεις που αφορούν την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα όπως η ενίσχυση των επιχειρήσεων με κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό, η δημιουργία νέων επιχειρήσεων ειδικά για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού και η στελέχωση των φορέων διαχείρισης και προστασίας του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Το Μέτρο συνεργεί υπέρ της μείωσης της ανεργίας που εντοπίζεται στην Περιφέρεια και ειδικότερα στον τομέα του τουρισμού και την ενίσχυση των οικονομικών δραστηριοτήτων με το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό.

Ενδεικτικές κατηγορίες έργων / ενεργειών

Οι δράσεις της προώθησης στην απασχόληση αφορούν στις εξής κατηγορίες:

- Ενίσχυση της επιδότησης της απασχόλησης μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας και την πρόσληψη ανέργων σε επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα.
- Ενίσχυση της επιδότησης ανέργων για την απόκτηση εργασιακής εμπειρίας σε συγκεκριμένες τουριστικές επιχειρήσεις με στόχο την δημιουργία συνθηκών μόνιμης απασχόλησης.
- Ενίσχυση της επιδότησης της αυτοαπασχόλησης, της ενθάρρυνσης των ανέργων για την δημιουργία της δικής τους επιχείρησης.

Οι παραπάνω δράσεις αναμένεται να υλοποιηθούν από τον Οργανισμό Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ) σε συνεργασία με την Περιφέρεια προκειμένου να διαπιστωθούν οι ανάγκες και οι απαιτήσεις της οικονομίας της Περιφέρειας για εργατικό δυναμικό.

Η προώθηση των ανέργων σε δράσεις απασχόλησης που αφορούν στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας θα γίνει στο πλαίσιο της εξατομικευμένης παρέμβασης μέσω των Κέντρων Προώθησης της Απασχόλησης (ΚΠΑ) που δραστηριοποιούνται στην Περιφέρεια (ΚΠΑ Καλαμάτας, Κορίνθου, Ναυπλίου, Σπάρτης, Τρίπολης).

Ειδικότερα στον τομέα του περιβάλλοντος προτείνεται η προώθηση των ανέργων σε Δημοτικές Επιχειρήσεις, Φορείς Διαχείρισης, Αναπτυξιακές Εταιρείες και άλλες Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις για την προστασία και διαχείριση της φύσης μέσω των μηχανισμών και των συστημάτων διαχείρισης. Επίσης προτείνεται η ενίσχυση της απόκτησης εργασιακής εμπειρίας ανέργων στον καθαρισμό και την διαχείριση ακτών.

Στον τομέα του πολιτισμού προτείνεται η απόκτηση εργασιακής εμπειρίας ανέργων στους τομείς της συντήρησης μνημείων, ευρημάτων και έργων τέχνης, της αναστήλωσης και ανάδειξης μνημείων, αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, της διαχείρισης πολιτιστικών πόρων. Η ενίσχυση της απασχόλησης ανέργων μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο του πολιτισμού, όπως προστασία, συντήρηση, αναστήλωση μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, κατασκευής και εμπορίας αντιγράφων πολιτιστικών στοιχείων, παραδοσιακών κατασκευών κ.α. αποτελεί επιμέρους ενέργεια για την ενίσχυση της απασχόλησης στην Περιφέρεια.

Τελικοί Δικαιούχοι (Φορείς Υλοποίησης) Έργων / Ενεργειών

Τελικός Δικαιούχος των δράσεων του Μέτρου είναι ο Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ).

Δυνητικοί Αποδέκτες

Δυνητικοί αποδέκτες των ενεργειών κατάρτισης είναι είτε οι ιδιωτικές επιχειρήσεις για τις δράσεις της δημιουργίας των νέων θέσεων απασχόλησης και της απόκτησης εργασιακής εμπειρίας, είτε οι ίδιοι οι άνεργοι για τις δράσεις της αυτοαπασχόλησης.

Ενδεικτικός Προϋπολογισμός και Πηγές Χρηματοδότησης

Οι δράσεις του Μέτρου μπορούν να χρηματοδοτηθούν από Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Πελοποννήσου, από τα Επιχειρησιακά Πρόγραμμα του Υπουργείου Ανάπτυξης και του Υπουργείου Εργασίας, «Ανταγωνιστικότητα» και «Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση» αντίστοιχα.

Με βάση την διαθεσιμότητα των πόρων ο εκτιμώμενος προϋπολογισμός του Μέτρου ανέρχεται σε 5 εκατ. ευρώ.

Βαθμός προτεραιότητας και ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης / εφαρμογής

Με δεδομένη την έμφαση που δίνεται στην ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού, τόσο από τον σχεδιασμό της εθνικής στρατηγικής, όσο και της περιφερειακής, οι δράσεις προώθησης της απασχόλησης αποτελούν σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης της Περιφέρειας.

Με δεδομένο ότι από διοικητικής και τεχνικής ωριμότητας αυτές οι δράσεις δεν απαιτούν μεγάλο χρονικό διάστημα και γενικότερα υπάρχει ωρίμανση των αντίστοιχων υπηρεσιών και διαθέσιμοι χρηματοδοτικοί πόροι, η εφαρμογή τους μπορεί να ξεκινήσει κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο.

Επιπτώσεις

Από την υλοποίηση των ενεργειών της προώθησης των ανέργων σε δράσεις απασχόλησης προβλέπονται θετικές επιπτώσεις:

- Ως προς την μείωση της ανεργίας ιδιαίτερα στον τομέα του τουρισμού. Οι επιπτώσεις αναμένεται να ενισχυθούν επιπλέον με την διατήρηση των θέσεων αυτών.
- Ως προς την αύξηση του ποσοστού απασχόλησης της Περιφέρειας.
- Ως προς την ενδυνάμωση του κλάδου και την αύξηση του ακαθάριστου προϊόντος και του εισοδήματος.

Πίνακας 4.1 σελ

Πίνακας 4.2

5. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

5.1 ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η μεγάλη μεταπολεμική ανάπτυξη του διεθνούς και εσωτερικού Τουρισμού συντέινει στην ένταση του διεθνούς και του εσωτερικού ανταγωνισμού και κατέστησε τη σημασία του Μάρκετινγκ γενικά αποδεκτή από όλο το φάσμα του τουριστικού παραγωγικού κυκλώματος. Στη θεωρία και πράξη διακρίνονται δύο αντιλήψεις - στρατηγικές του Μάρκετινγκ.

Σύμφωνα με την πρώτη αντίληψη το Μάρκετινγκ στον τουρισμό τότε μόνον μπορεί να χρησιμοποιηθεί με τις επιθυμητές στοχοθετήσεις, όταν θεωρήσει κανείς τον τόπο, την περιοχή ή τη χώρα τουριστικής υποδοχής ως ενιαία τουριστική επιχειρησιακή οντότητα.

Αυτό σημαίνει ότι ο τουρίστας κατά τη διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού και της παραμονής του στον τόπο προορισμού, δεν αγοράζει ένα μόνον προϊόν, αλλά μια ολόκληρη σειρά από διαφορετικά προϊόντα που όλα μαζί συνθέτουν στην ουσία τις διακοπές του.

Την πραγματοποίηση αυτού του Τουριστικού Μάρκετινγκ θα πρέπει να αναλάβει θεσμός υπερβατικός των επιμέρους ιδιωτικών-επιχειρηματικών συμφερόντων της συγκεκριμένης περιοχής, ο οποίος θα σχεδιάσει και θα λειτουργήσει ένα Σχέδιο Μάρκετινγκ επωφελεία όλων των τουριστικών συμφερόντων στον χώρο προορισμού.

Η δεύτερη αντίληψη κατά βάση αναφέρεται στο « Ξενοδοχειακό Μάρκετινγκ» και εκτείνεται τις τελευταίες δύο δεκαετίες και σε άλλης μορφής επιχειρήσεις του τουριστικού κυκλώματος (Πρακτορεία, Εστίαση, Μεταφορές κ.α.».

Τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια, από τα μέσα της δεκαετίας του '80 και εντεύθεν, τόσο η θεωρητική συζήτηση όσο και η τρέχουσα πρακτική αντιμετώπιση δείχνουν ότι η σωστή στρατηγική μάρκετινγκ για μια περιοχή και τις υφιστάμενες σε αυτήν επιχειρήσεις είναι μια επάλληλη εφαρμογή Σχεδίων Μάρκετινγκ, όπου τα επιμέρους επιχειρηματικά σχέδια προϋποθέτουν και λογικά εντάσσονται στο γενικότερο

Σχέδιο Τουριστικού Μάρκετινγκ μιας περιοχής συγκρατώντας το καθένα ξεχωριστά τις ιδιαιτερότητες του προϊόντος του και του ανταγωνιστικού περιβάλλοντός του.

Ένα σχέδιο Μάρκετινγκ για μια Περιφέρεια πρέπει να λαμβάνει υπόψη του τα ακόλουθα:

- ♦ Την ισχυροποίηση του ρόλου των Μ.Μ.Ε., του Internet και του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στον τουριστικό τομέα που διαφοροποιούν τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρίστα - καταναλωτή ο οποίος έχει πολλές ατομικές επιλογές τουριστικής μετακίνησης και υψηλή πληροφόρηση για συγκριτική αξιολόγηση είτε μεταξύ διαφορετικών επιχειρήσεων είτε μεταξύ διαφορετικών περιοχών.

Στο πλαίσιο αυτό η λειτουργία του μάρκετινγκ και της έρευνας αγοράς είναι ουσιώδης στην αναζήτηση των «ομάδων-στόχων» (target groups) οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν την δυνητική πελατεία της περιοχής σε σταθερότερη και επαναλαμβανόμενη χρονικά βάση.

- ♦ Το σχέδιο Μάρκετινγκ πρέπει να αποδίδει αναλυτικά τα στοιχεία και τη δομή της συνολικής τουριστικής εικόνας της περιοχής και όχι να τονίζει τα πλεονεκτήματα μιας επιμέρους χωρικής μονάδας έναντι άλλων. Η προβολή μιας επιμέρους χωρικής μονάδας αποτελεί καθήκον φορέων που λειτουργούν σε διοικητικά κατώτερο και σχετικά πιο χωροκοινωνικά συγκεκριμένο επίπεδο, όπως π.χ. σε Νομαρχιακό και Δημαρχιακό επίπεδο.
- ♦ Με δεδομένο τον υψηλό βαθμό τυποποίησης, η τιμή του ταξιδιού αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιλογής ενός προορισμού και διαμορφώνεται εν πολλοίς εκτός του τόπου υποδοχής.
- ♦ Ο προσδιορισμός της υπάρχουσας θέσης μιας περιοχής ή ενός τόπου στη τουριστική αγορά (π.χ. νεοεισερχόμενος ή γνωστός προορισμός), καθορίζει το μέγεθος, την ένταση και τους μηχανισμούς αξιολόγησης και ανατροφοδότησης του, έτσι και αλλιώς, κυλιόμενου χαρακτήρα του Τουριστικού Μάρκετινγκ κάθε συγκεκριμένου χώρου υποδοχής και συνακόλουθα το απορρέον κόστος. Το κόστος του μάρκετινγκ συγκρινόμενο με το αναμενόμενο όφελος, αποτελεί έναν καθοριστικό παράγοντα για την πραγματοποίηση και την έκταση πραγματοποίησης του Σχεδίου Μάρκετινγκ.

- ♦ Τη συσχέτιση των Σχεδίων Μάρκετινγκ με τον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης και πολιτικής. Στην περίπτωση λοιπόν, του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής ή περιφέρειας, όλα τα επιμέρους οικονομικά, κοινωνικά και ειδικότερα τουριστικά συμφέροντα οφείλουν να υποστηριχθούν άνευ διακρίσεων κάτω από τον κοινό στόχο της αύξησης της τουριστικής ζήτησης για την συγκεκριμένη περιοχή, μέσω της παρέμβασης του κεντρικού ή του τοπικού κράτους, που ασκεί τουριστική πολιτική. Ο ρόλος της τουριστικής πολιτικής είναι σημαντικός, ιδιαίτερα από τη στιγμή που ο τουριστικός σχεδιασμός αποδέχτηκε ως βασική στοχοθέτηση την «αειφόρο» τουριστική ανάπτυξη, με ότι αυτό συνεπάγεται για οικονομικο-κοινωνικές ισορροπίες και συναινέσεις.
- ♦ Την σύνδεση των επιμέρους Σχεδίων Μάρκετινγκ με το συνολικό σχέδιο της Περιφέρειας. Η συνολική, για μια περιοχή, προσπάθεια του Τουριστικού Μάρκετινγκ κατ' ουδένα λόγον δεν αναιρεί την αναγκαιότητα των επιμέρους επιχειρηματικών σχεδίων μάρκετινγκ για τη προώθηση ενός εκάστου τουριστικού προϊόντος. Αυτά θα πρέπει να συνδέονται με το συνολικό τουριστικό σχέδιο και να συνιστούν υποστηρικτικά στοιχεία της όλης προσπάθειας.

5.2. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΝΟΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η πραγματοποίηση ενός σχεδίου μάρκετινγκ συνιστά την «εκ των ων ουκ άνευ συνθήκη» για την πολιτική προώθησης κάθε τουριστικού προϊόντος.

Η δύναμη και η ένταση του ανταγωνισμού αυξάνει, καθώς μεγάλες εταιρείες αποκτούν συνεχώς τουριστικές επιχειρήσεις κάθετου και οριζόντιου χαρακτήρα στα πλαίσια του τουριστικού κυκλώματος, με τελικό αποτέλεσμα την αύξηση της ολιγοπωλειακής δομής της τουριστικής αγοράς. Επίσης, διάφοροι τουριστικοί οργανισμοί, προκειμένου να αυξήσουν το μερίδιο της αγοράς τους σε διεθνές επίπεδο, σχηματίζουν συμμαχίες και συνεργασίες στρατηγικής σημασίας στον τομέα της φιλοξενίας και των ταξιδιών. Έτσι, τα εθνικά σύνορα χάνουν τη σπουδαιότητά και τον προστατευτικό τους χαρακτήρα.

Από την άλλη μεριά η αλληλεξάρτηση εντείνεται συνεχώς, καθώς ένας μεγάλος αριθμός τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών διέπονται από όλο και πιο ισχυρές αμοιβαίες σχέσεις για την εξυπηρέτηση των αναγκών των τουριστών καταναλωτών, καταργώντας de facto και de jure τα διασυνοριακά εμπόδια.

Με βάση τα αναφερόμενα κυρίαρχα χαρακτηριστικά στοιχεία που διέπουν τη τουριστική αγορά σήμερα, το Σχέδιο Μάρκετινγκ της Περιφέρειας Πελοποννήσου, οφείλει να στηρίζεται και συνακόλουθα να παρέχει σε συνεχή βάση ένα πολύτιμο απόθεμα πληροφοριών, προκειμένου να υποστηρίξει την περιφερειακή τουριστική πολιτική σε ένα μεταβαλλόμενο και έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Παράλληλα, οφείλει για λόγους αξιοπιστίας της χρησιμότητάς του να προσφέρει τις ακόλουθες δυνατότητες:

- τη συσχέτιση των δραστηριοτήτων με τις στοχευόμενες αγορές, χρησιμοποιώντας μια τμηματοποιημένη στρατηγική μάρκετινγκ.
- τη συνέπεια των στόχων και των προτεραιοτήτων ως προς τις στοχευόμενες αγορές.
- την χρήση κοινών σημείων αναφοράς σε στοιχεία τουριστικής προσφοράς ως κοινή βάση του Σχεδίου Μάρκετινγκ, για να διευκολύνουν τον συντονισμό των προσπάθειών όσων εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας.
- την απλοποίηση στην καταμέτρηση και τον υπολογισμό της επίτευξης των στόχων του μάρκετινγκ, βοηθώντας έτσι στην συνεχή αξιολόγηση και ανατροφοδότηση του σχεδίου.

- τη συνέχεια στο μακροπρόθεσμο σχεδιασμό, η οποία διασφαλίζεται δια μέσου της δημιουργίας οργανικών δεσμών μεταξύ του βραχυπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού.

Όλα τα πιο πάνω θα πρέπει να εντάσσονται και να εξυπηρετούν τρεις βασικές αρχές που οφείλουν να διέπουν την όλη Πολιτική Μάρκετινγκ (δηλαδή και το Σχέδιο και την πραγματοποίησή του) για την Περιφέρεια Πελοποννήσου:

- α) Η όλη υποδομή πληροφοριών του Σχεδίου Μάρκετινγκ πρέπει να εξασφαλίζει την συνεχή επικαιροποίηση και εμπλουτισμό.
- β) Το θεσμικό πλαίσιο εφαρμογής πρέπει να διασφαλίζει τη συνέχεια του τουριστικού μάρκετινγκ για την περιφέρεια.
- γ) Τόσο ο σχεδιασμός όσο και η εφαρμογή του μάρκετινγκ για την περιφέρεια θα πρέπει να κινηθούν με υπερβατική λογική ως προς τα επιμέρους τουριστικά συμφέροντα της περιοχής.

5.3. ΤΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

5.3.1 Ο ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ (ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΘΕΣΗ) ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

Η διαμόρφωση ενός Σχεδίου Μάρκετινγκ μπορεί να υποστηριχθεί με τη βοήθεια ενός σταυροειδούς πίνακα μεταξύ των κωδικοποιημένων περιοχών της περιφέρειας και των αναπτυγμένων ή των εν δυνάμει αναπτυσσόμενων μορφών τουρισμού, που κατασκευάσαμε σύμφωνα με τα δεδομένα στοιχεία της μελέτης.

Η μεθοδολογία που ακολουθείται επιτρέπει τη διαδικασία σύνθεσης για τον προσδιορισμό του τουριστικού προϊόντος της περιοχής μελέτης στα πολλαπλά και επάλληλα επίπεδα γεωμορφολογικής υφής αλλά και χωροταξικής δομής.

Ο αναφερόμενος πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει ορισμένα χαρακτηριστικά που κατά την άποψή μας επιτρέπουν μεθοδολογικά να συμπτύξουμε την όλη ανάλυση της περιοχής και να συνθέσουμε με τον τρόπο αυτόν τη δομή του τουριστικού της προϊόντος:

- A. Η οριζόντια διάρθρωση του πίνακα δείχνει την δομή της τουριστικής δραστηριότητας ανά ενεργοποιούμενη μορφή τουρισμού, δηλαδή MT_i με $i=1,2,3,\dots,n$, μορφές τουρισμού όπως, Μαζικός Τουρισμός, Θαλάσσιος, Επαγγελματικός, Συνεδριακός, Αγροτουρισμός, Πολιτιστικός, Τουρισμός Υγείας και Αθλητικός, Ορεινός, Τουρισμός διημέρευσης, Οικολογικός τουρισμός - Περιβαλλοντικός τουρισμός, Αστικός τουρισμός.
- B. Η κάθετη διάρθρωση του πίνακα εκφράζει την ταξινόμηση των περιοχών της περιφέρειας σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση της μελέτης σε δύο βασικές κατηγορίες, ανάλογα με την τουριστική ένταση και τη χωροθέτηση και τις επιμέρους κατηγοριοποιήσεις αυτών αφενός σε σχέση με την πρώτη κατηγορία ως θύλακες ώριμης τουριστικής ανάπτυξης, δυναμικές περιοχές, αναξιοποίητες περιοχές και αφετέρου σε σχέση με τη δεύτερη ως παραθεριστικές περιοχές, αστικές περιοχές, ορεινές περιοχές καθώς και τους συσχετισμούς μεταξύ τους.

Είναι προφανές ότι η κάθετη σύμπτυξη του πίνακα και η οριζόντια ανάγνωση αυτής δίνουν τη δομή του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας ως χωρικού συνόλου σε σχέση με τις εμφανείς ή τις εμφανώς ενεργοποιούμενες μορφές τουρισμού, ενώ η οριζόντια σύμπτυξη του πίνακα και η κάθετη ανάγνωσή της δίνουν τη δομή του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας σε σχέση με την ένταση της

τουριστικής ανάπτυξης στην γενικότερη ακτογραμμή, στον ορεινό όγκο και στους αστικούς σχηματισμούς.

Η ανάλυση των τουριστικών πόρων και της υφιστάμενης τουριστικής προσφοράς, που πραγματοποιείται στον ακόλουθο πίνακα, σε περιοχές της περιφέρειας που προσδιορίστηκαν με συγκεκριμένα κριτήρια αξιολόγησης, σύμφωνα με το κεφάλαιο 3.6. της Α' Φάσης (και συνοπτικά παρουσιάζεται στο κεφάλαιο 1.1. της Β' Φάσης), δίνει τη δυνατότητα για τον προσδιορισμό του τουριστικού προϊόντος και των μορφών τουρισμού που δυνάμει αναπτύσσονται στην Πελοπόννησο.

Ο οργανωμένος παραθεριστικός τουρισμός ενεργοποιείται σε παραθαλάσσιες περιοχές, θύλακες ώριμης ανάπτυξης, που χαρακτηρίζονται από αμιγή εποχική τουριστική αγορά για μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και συγκροτήματα ενοικιαζομένων δωματίων και έντονη παρουσία αλλοδαπών τουριστών. Στον τύπο αυτό ανήκει κυρίως η περιοχή Πόρτο Χέλι- Ερμιόνη στην Αργολίδα.

Άλλες περιοχές υψηλής τουριστικής έντασης και συγκέντρωσης, όπως, Τολό- Ασίνη- Δρέπανο, Γύθειο- Μαυροβούνι- Νεοχώρι, Καρδαμύλη και Στούπα, χαρακτηρίζονται από οικογενειακού τύπου μικρές μονάδες με μικρό αριθμό ξένων τουριστών και κυριαρχία ημεδαπού τουρισμού, οι οποίοι είναι άτομα μεμονωμένα διακινούμενοι.

Παραθεριστικός τουρισμός αναπτύσσεται και σε δυναμικές ζώνες, στις οποίες συγκαταλέγονται οι περιοχές, Παλιά-Νέα Επίδαυρος, Άστρος- Τυρός – Λεωνίδιο, Ίσθμια- Σολυγία (Κόρφος, Σοφικό)- Σαρωνικός (Γαλατάκι), Νεάπολη – Ελαφώνησος, Δυρός – Αερόπολη –Οίτυλο, Πύλος – Μεθώνη – Φοινικούντα, Πεταλίδι- Κορώνη – Αιπεία. Στις περιοχές αυτές, η υπεροχή του εσωτερικού τουρισμού είναι έντονη, με εξαίρεση κυρίως την παρουσία οργανωμένου διεθνούς τουρισμού σε μεσαίες ξενοδοχειακές μονάδες στα Ίσθμια.

Στην κατηγορία των αναξιοποίητων περιοχών, οι οποίες παρόλο που διακρίνονται για την ύπαρξη πλούσιων πολιτιστικών και φυσικών πόρων, δεν συνιστούν γνωστούς προορισμούς και δεν είναι ενταγμένες στις προτεραιότητες της εθνικής και περιφερειακής πολιτικής, ανήκουν οι περιοχές Κιτριές Αβίας στο Μεσσηνιακό Κόλπο, Κότρωνας – Κοκκάλα στο Δυτικό Λακωνικό κόλπο, Ελίκια – Αρχάγγελος στον Ανατολικό Λακωνικό Κόλπο, Γερολιμένας – Βάθεια στην Νοτιοδυτική Λακωνία, Άγιος Φωκάς - Καστανιά - Βελανιδιά - Αγ. Νικόλαος στην Νοτιοανατολική

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1
ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΑΝΑ ΕΝΤΑΣΗ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΙΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Α/Α	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΑΝΑ ΕΝΤΑΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	ΕΙΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ						ΠΕΡΙΟΧΗ ΦΙΤΑ
		ΠΑΡΑΘΑΛΑΣΣΙΟΣ (ΜΑΖΙΚΟΣ ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΣ)	ΟΡΕΙΝΟΣ	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ	ΕΙΔΙΚΟΣ	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΗΜΕΡΕΥΣΗΣ	ΠΑΡΑ-ΘΕΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑ	
1	ΘΥΛΑΚΕΣ ΩΡΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ							
1.1	ΑΣΤΙΚΕΣ							
1	ΝΑΥΠΛΙΟ	✓		✓		✓	✓	•
2	ΛΟΥΤΡΑΚΙ	✓			✓	✓	✓	•
1.2	ΠΑΡΑΘΑΛΑΣΣΙΕΣ (ΜΗ ΑΣΤΙΚΕΣ)							
1	ΠΟΡΤΟ ΧΕΛΙ	✓					✓	•
2	ΕΡΜΙΟΝΗ	✓					✓	•
3	ΤΟΛΟ	✓						•
4	ΑΣΙΝΗ	✓						•
5	ΔΡΕΠΑΝΟ	✓						•
6	ΓΥΘΕΙΟ	✓						•
7	ΜΑΥΡΟΒΟΥΝΙ	✓					✓	•
8	ΝΕΟΧΩΡΙ	✓					✓	•
9	ΚΑΡΔΑΜΥΛΗ	✓					✓	•
10	ΣΤΟΥΠΑ	✓					✓	•
11	ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ	✓		✓		✓		
12	ΕΥΛΟΚΑΣΤΡΟ						✓	
13	ΜΕΛΙΣΣΙ						✓	
14	ΣΥΚΙΑ						✓	
15	ΚΙΑΤΟ						✓	
16	ΒΡΑΧΑΤΙ						✓	
17	ΑΓ. ΘΕΟΔΩΡΟΙ					✓	✓	
2	ΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ/ΖΩΝΕΣ							
2.1	ΑΣΤΙΚΕΣ / ΠΕΡΙΑΣΤΙΚΕΣ							
1	ΣΠΑΡΤΗ-ΟΡΕΙΝΗ ΖΩΝΗ ΜΥΣΤΡΑ	✓		✓	✓			
2	ΚΑΛΑΜΑΤΑ	✓		✓	✓			
2.2	ΠΑΡΑΘΑΛΑΣΣΙΕΣ (ΜΗ ΑΣΤΙΚΕΣ)							
1	ΠΑΛΑΙΑ-ΝΕΑ ΕΠΙΔΑΥΡΟΣ	✓		✓				
2	ΑΣΤΡΟΣ-ΤΥΡΟΣ-ΛΕΩΝΙΔΙΟ	✓						•
3	ΙΣΘΜΙΑ-ΚΟΡΦΟΣ-ΣΟΦΙΚΟ-ΓΑΛΑΤΑΚΙ	✓						
4	ΝΕΑΠΟΛΗ-ΕΛΑΦΟΝΗΣΟΣ	✓						
5	ΔΙΡΟΣ-ΑΡΕΟΠΟΛΗ-ΟΙΤΥΛΟ	✓		✓				
6	ΠΥΛΟΣ-ΜΕΘΩΝΗ-ΦΟΙΝΙΚΟΥΝΤΑ	✓						
7	ΠΕΤΑΛΙΔΙ-ΚΟΡΩΝΗ-ΑΙΠΕΙΑ	✓						
8	ΠΑΡΑΘΑΛΑΣΣΙΑ ΖΩΝΗ ΒΕΡΓΑΣ, ΑΒΙΑΣ, ΜΙΚΡΗΣ ΜΑΝΤΙΝΕΙΑΣ, ΜΕΣΣΗΝΗΣ	✓						
2.3	ΟΡΕΙΝΕΣ							
1	ΓΟΡΤΥΝΙΑ-ΒΟΡΕΙΑ ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ		✓					
2	ΟΡΕΙΝΗ ΔΥΤΙΚΗ ΚΟΡΙΝΘΙΑ		✓					
3	ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΑΡΚΑΔΙΑ (ΑΓ. ΠΕΤΡΟΣ, ΚΑΣΤΑΝΙΤΣΑ, ΚΟΣΜΑΣ)		✓					
3	ΑΝΑΞΙΟΠΟΙΗΤΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ/ΖΩΝΕΣ							
3.1	ΠΑΡΑΘΑΛΑΣΣΙΕΣ (ΜΗ ΑΣΤΙΚΕΣ)							
1	ΚΟΤΡΩΝΑΣ-ΚΟΚΚΑΛΑ							
2	ΕΛΙΚΑ-ΑΡΧΑΓΓΕΛΟΣ							
3	ΓΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ-ΒΑΘΕΙΑ	✓		✓				
4	ΑΓΙΟΣ ΦΩΚΑΣ-ΚΑΣΤΑΝΙΑ-ΒΕΛΑΝΙΔΙΑ-ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΣ							
5	ΜΑΡΑΘΟΠΟΛΗ-ΦΙΛΙΑΤΡΑ-ΚΥΠΑΡΙΣΣΙΑ-ΚΑΛΟ ΝΕΡΟ							
3.2	ΟΡΕΙΝΕΣ							
1	ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΛΑΚΩΝΙΑ		✓					
2	ΒΟΡΕΙΑ ΜΕΣΣΗΝΙΑ		✓					
3	ΣΤΥΜΦΑΛΙΑ		✓					
4	ΝΕΜΕΑ		✓		✓			
5	ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ		✓		✓			

Λακωνία, Μαραθόπολη – Φιλιατρά- Κυπαρισσία – Καλό Νερό στο Ιόνιο.

Ο ορεινός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί και να αποτελέσει κυρίαρχο τουριστικό πρότυπο στις περιοχές της Ορεινής Βόρειας Κυνουρίας, της Ορεινής Γορτυνίας και της Μαντινείας στην Αρκαδία. Στις ορεινές ζώνες, μπορούμε επίσης να διακρίνουμε αναξιοποίητες περιοχές στις οποίες μπορούν να αναπτυχθούν μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως ο Ζάρακας στη Λακωνία, το τμήμα της Βόρειας Μεσσηνίας, η Στυμφαλία στην Κορινθία καθώς και περιοχές σε δρόμους του κρασιού (Νεμέα, Μαντινεία), οι οποίες παρέχουν δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με αναφορά στο περιβάλλον και στα προϊόντα που παράγονται σε αυτές.

Στην περιφέρεια Πελοποννήσου σε όλους τους Νομούς η ύπαρξη πολιτιστικών πόρων είναι εμφανής και διάχυτη και αποτελεί σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης τουριστικού ρεύματος για πολλαπλούς προορισμούς επίσκεψης και ενδιάμεσους σταθμούς διημέρευσης. Κλασικό παράδειγμα αποτελεί ο Νομός Αργολίδας, όπου τα πολιτιστικά στοιχεία στις περιοχές Ναύπλιο, Άργος, Μυκήνες, Επίδαυρος επιτρέπουν την ανάπτυξη και την προώθηση ενός ευρύτερου πολιτιστικού δικτύου που θα περιλαμβάνει τόσο τους αναφερόμενους τόπους, όσο και τις μεταξύ τους διαδρομές συμπεριλαμβανομένων και των όμορων περιοχών, που διαθέτουν ένα μεγάλο αριθμό πολιτιστικών και αρχαιολογικών σημείων.

Στους Νομούς Μεσσηνίας και Λακωνίας μπορούμε να διακρίνουμε περιοχές – τόπους πολιτιστικής και ιστορικής αξίας με υψηλό βαθμό επισκεψιμότητας, όπως η Μεθώνη, η Πύλος, η Κορώνη, η Μονεμβασιά, ο Μυστράς και η Μάνη.

Η ύπαρξη αστικών τουριστικών κέντρων στο Ναύπλιο και το Λουτράκι ενισχύεται κατά μεγάλο μέρος από την Αθήνα, η οποία δημιουργεί τις προϋποθέσεις για τουρισμό διημέρευσης (κυρίως Σαββατοκύριακα), καθ' όλο το έτος.

Ειδικότερα, στο Λουτράκι Περαχώρας είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι, ο τουρισμός που αναπτύσσεται, παρουσιάζει χαρακτηριστικά πολύ σύνθετα: ανάπτυξη και παραθεριστικού τουρισμού σε ξενοδοχεία και αυτοεξυπηρετούμενα διαμερίσματα, ανάπτυξη ιαματικού τουρισμού και τουρισμού με βάση την ύπαρξη του μεγάλου καζίνο της περιοχής.

Τέλος, ο τουρισμός παραθεριστικής κατοικίας αστικής ανάπτυξης με συγκριτικά περιορισμένη ξενοδοχειακή υποδομή, αναπτύσσεται στον Νομό Κορινθίας, και ιδιαίτερα στις περιοχές Βραχάτι, Ξυλόκαστρο, Αγ. Θεόδωροι και Περαχώρα Λουτρακίου.

5.3.2 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΑΙ Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ

Θεωρητικά οι βασικές μεταβλητές τμηματοποίησης της αγοράς, για ένα τουριστικό προϊόν καθορίζονται για να εξετάσουν τα χαρακτηριστικά των καταναλωτών (consumer characteristics) και αφορούν:

- τη γεωγραφική διάσταση του τουριστικού προϊόντος, σύμφωνα με τα φυσικά χαρακτηριστικά και σημεία έλξης, η οποία καθορίζει την τμηματοποίηση της αγοράς των καταναλωτών τουριστών και επιτρέπει τον καθορισμό του καταναλωτικού πεδίου, στο οποίο απευθύνεται το τουριστικό προϊόν.
- τη δημογραφική, όπου η αγορά διαιρείται σε ομάδες με βάση κάποιες δημογραφικές μεταβλητές που επιτρέπουν τη διάκριση ομάδων καταναλωτών. Η σύνδεση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά είναι απαραίτητη προκειμένου να γνωρίζουμε το μέγεθος της αγοράς-στόχου και τα μέσα που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την προσέγγισή της.
- την ψυχογραφική, όπου οι αγοραστές διαιρούνται σε διαφορετικές ομάδες με βάση τον τρόπο ζωής και /ή τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας.

Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που σχετίζονται με τον αγροτουρισμό, τον ορεινό, τον περιβαλλοντικό, τον οικολογικό σε διάφορες περιοχές της Πελοποννήσου και η προώθηση της περαιτέρω ανάπτυξής τους θα μπορούσαν να βασιστούν σε τέτοιου είδους δημογραφικά και ψυχογραφικά στοιχεία.

- την τμηματοποίηση με βάση τη συμπεριφορά, όπου οι τουρίστες καταναλωτές ομαδοποιούνται σε ομάδες με βάση τις γνώσεις τους, τη στάση τους, τη χρησιμοποίηση ή την ανταπόκρισή τους σε κάποιο προϊόν. Οι μεταβλητές που έχουν σχέση με τη συμπεριφορά αποτελούν σημαντικά στοιχεία εκκίνησης για τον προσδιορισμό και τη δημιουργία τμημάτων αγοράς.

Η τμηματοποίηση της αγοράς επιδιώκει την βελτίωση της στοχευτικής ακρίβειας με την οποία επιδιώκεται να προωθηθεί το τουριστικό προϊόν και κινείται σε ένα από τα ακόλουθα τέσσερα επίπεδα:

- α) Το Μάρκετινγκ Τμήματος, το οποίο απευθύνεται σε ένα τμήμα αγοράς, που αποτελεί μια μεγάλη προσδιορίσιμη ομάδα, σε σχέση με τις επιθυμίες, την αγοραστική δύναμη και στάση, τις συνήθειες κ.λπ.
- β) Το Μάρκετινγκ Φωλεάς που προϋποθέτει τη διαίρεση ενός τμήματος σε υπο-τμήματα.

- γ) Το τοπικό Μάρκετινγκ σύμφωνα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες τοπικών είτε περιφερειακών ομάδων πελατών.
- δ) Το ατομικό Μάρκετινγκ οδηγεί σε «τμήματα του ενός πελάτη», «μάρκετινγκ μαζικής προσαρμοστικότητας στις ανάγκες του πελάτη» και υποβοηθείται από την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και των μέσων άμεσης επικοινωνίας.

Οι πρώτες δύο περιπτώσεις καθώς, υπό άλλο πρίσμα, και η τέταρτη περίπτωση τμηματοποίησης αφορούν και εφαρμόζονται συνήθως από μεγάλης κλίμακας διεθνείς τουριστικές επιχειρήσεις.

Η τρίτη περίπτωση, του τοπικού Μάρκετινγκ είναι αυτή που εξαιτίας των διαστάσεων και της συνθετότητας των κινήτρων, προσομοιάζει με τη λογική, τις διαστάσεις και τη συνθετότητα του τουριστικού προϊόντος μιας περιφέρειας, όπως της Πελοποννήσου, που περικλείει ένα μεγάλο αριθμό επιμέρους τουριστικών προϊόντων του «μαζικού μάρκετινγκ»

Με βάση τη διεθνή μέχρι σήμερα εμπειρία θεωρούμε ότι η πλέον χρήσιμη διαδικασία για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος μιας περιφέρειας, είναι η διαδικασία του *μαζικού μάρκετινγκ*, στο οποίο πραγματοποιείται μαζική παραγωγή, διανομή και προώθηση του τουριστικού προϊόντος σε αντίστοιχα μεγάλες μάζες τουριστών – καταναλωτών με το χαμηλότερο κόστος ανά μονάδα οφέλους.

Βέβαια, είναι προφανές, ότι η αύξηση του αριθμού των διαφημιστικών μέσων και των καναλιών διανομής εξωθεί σε τμηματοποιημένες λογικές, λειτουργία όμως που θα πρέπει να αναλαμβάνεται από κατώτερες διοικητικές αρχές και επομένως με χωρικά πιο συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα.

5.3.3 ΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΚΑΙ ΤΗ ΣΥΝΑΚΟΛΟΥΘΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το θεσμικό πλαίσιο για την τουριστική ανάπτυξη της υπό μελέτη περιφέρειας, που απορρέει από το χωρικό-διοικητικό επίπεδο στο οποίο αναφέρεται το Πρόγραμμα Τουριστικής Ανάπτυξης της περιοχής περιλαμβάνει αφενός κεντρικούς φορείς και αρχές του κράτους, όπως:

- Υπουργείο Ανάπτυξης
- Ε.Ο.Τ.
- ΥΠΕΧΩΔΕ

- Υπ. Γεωργίας
- Υπ. Πολιτισμού

και αφετέρου περιφερειακούς και τοπικούς φορείς και αρχές όπως:

- Περιφέρεια Πελοποννήσου
- Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις (Κορινθίας, Αργολίδας, Αρκαδίας, Λακωνίας, Μεσσηνίας)
- Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- Επιχειρησιακές μορφές των φορέων τοπικής αυτοδιοίκησης (πχ. Εταιρίες Τοπικής Ανάπτυξης κάθε μορφής και χαρακτήρα)

Το θεσμικό πλαίσιο για το σχεδιασμό και την εφαρμογή της Στρατηγικής Μάρκετινγκ, ανεξαρτήτως της όποιας κεντρικής υποστήριξης, θα πρέπει σύμφωνα με την πρόσφατη περιφερειοποίηση αρμοδιοτήτων του κεντρικού κράτους, μεταξύ των οποίων και βασικά στοιχεία της τουριστικής πολιτικής , να συνιστά αρμοδιότητα των φορέων της δεύτερης ομάδας, με άκρως συντονιστικό και συνθετικό ρόλο της Διοίκησης της Περιφέρειας Πελοποννήσου.

Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση του Προγράμματος Μάρκετινγκ θα πρέπει να συνοδεύονται από τα ακόλουθα:

- α) Από έναν πολυμερή θεσμό για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής. Ο θεσμός αυτός , προτείνεται να έχει τη δοκιμασμένη μορφή του Γαλλικού "Maison de France" σε περιφερειακό επίπεδο με τη συμμετοχή, εκτός των εκπροσώπων των φορέων της δεύτερης ομάδας και των εκπροσώπων των τουριστικών επαγγελματικών φορέων της περιφέρειας. Ένας τέτοιος θεσμός λειτουργώντας σε μόνιμη βάση θα διασφαλίζει τη σταθερή σώρευση γνώσης, πληροφοριών καθώς και επικαιροποίησης αυτών για αξιόπιστη εκτέλεση σχεδιασμού και υλοποίησης των εκάστοτε Σχεδίων Μάρκετινγκ, ανεξαρτήτως της εναλλαγής των φορέων σύνταξης των.
- β) Να χρηματοδοτείται με χρονικό ορίζοντα δύο τουλάχιστον ετών με ανάλογες ως προς την εκπροσώπηση κλείδες συμμετοχής, σύμφωνα με μια σχετική προς την ακόλουθη διαδικασία επιμερισμού του ετήσιου κόστους:

- Περιφέρεια Πελοποννήσου – συντελεστής συμμετοχής **Π**

- Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις (Κορινθίας, Αργολίδας, Αρκαδίας, Λακωνίας, Μεσσηνίας) -- συντελεστής συμμετοχής για όλους τους Νομούς μαζί $N = \Pi/2$.
- Δήμοι -- συντελεστής συμμετοχής για όλους τους Δήμους $\Delta = [\Pi/2] \times (\pi) + [\Pi/2] \times (\kappa)$ όπου (π) εκφράζει το πληθυσμιακό ποσοστό των Δήμων στο σύνολο του πληθυσμού των Νομού και (κ) εκφράζει το ποσοστό των διαθέσιμων κλινών των Δήμων στο σύνολο των διαθέσιμων κλινών των Νομών.
- Επαγγελματικοί φορείς των Νομών -- συντελεστής συμμετοχής για όλους τους επαγγελματικούς φορείς Ε.

Το σύνολο της συμμετοχής των επαγγελματικών φορέων για την περιφέρεια θα καθορίζεται σε ετήσια βάση από τους ίδιους και θα συνιστά το ισόποσο που θα πρέπει να δαπανήσει η περιφέρεια. Είναι προφανές ότι ο καθορισμός της συμμετοχής στην ετήσια δαπάνη για την προώθηση του τουρισμού της περιφέρειας, των φορέων που θα συνεργάζονται στο αναφερόμενο σχήμα, θα καθοριστεί με εσωτερικές διεργασίες των ενδιαφερομένων.

Επομένως, ένα Πρόγραμμα Μάρκετινγκ της Περιφέρειας Πελοποννήσου, πρέπει να είναι αποτέλεσμα συνέργειας, ώστε να αποτελεί ένα συγκερασμό των στρατηγικών επιλογών των Ν. Αυτοδιοικήσεων που συναποτελούν την περιφέρεια. Είναι σημαντικό να τονισθεί ότι στο πρόγραμμα αυτό, σύμφωνα με τα προηγουμένως αναφερόμενα, θα συμπεριλαμβάνονται και οι διαφορετικές απόψεις των επιμέρους συμμετεχόντων Φορέων (Ιδιωτικών, Κρατικών, ΟΤΑ), οι οποίοι εμπλέκονται στις διαδικασίες της ανάπτυξης και της προβολής του τουριστικού προϊόντος σε επίπεδο περιφέρειας.

5.3.4 ΟΡΓΑΝΩΣΗ, ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΙΚΗ ΑΝΑΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η οργάνωση, εφαρμογή και η αξιολογική ανατροφοδότηση του Προγράμματος Μάρκετινγκ δεν αποτελούν ξεχωριστές και απόλυτα διακριτές λειτουργίες. Και οι τρεις αυτές φάσεις συνιστούν διαδικασίες συνέργειας, οι οποίες αναπτύσσονται μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων τόσο στην τουριστική ανάπτυξη της περιφέρειας, όσο και στην οργανωτική δομή που απαιτείται, για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος στους τελικούς αποδέκτες.

Ιδιαίτερα, η ανατροφοδότηση, βασικό στοιχείο ενός κυλιόμενου και συνεχώς αξιολογήσιμου προγράμματος είναι μια διαδικασία, κατά την οποία όλες οι φάσεις – από το Σχεδιασμό μέχρι την αξιολόγηση – εμπλουτίζονται με νέα δεδομένα, τα οποία επηρεάζουν την προσφορά και τη ζήτηση της περιοχής, καθώς και τις γενικότερες διαδικασίες της τουριστικής ανάπτυξης.

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, είναι το θεσμικό πλαίσιο που θα καθορίσει την επιτυχία ενός Προγράμματος Μάρκετινγκ. Για τους λόγους αυτούς, έχουμε προτείνει το θεσμικό αυτό πλαίσιο να αντανakλά τη γαλλική εμπειρία στη μορφή του θεσμού της «Maison de France».

Η υποστήριξη του Προγράμματος Μάρκετινγκ αναφέρεται τόσο στις διαδικασίες σχεδιασμού, όσο και στην οργάνωση, παρακολούθηση και προώθηση του προγράμματος. Και στις δύο περιπτώσεις απαιτείται ικανή υλικοτεχνική υποδομή και –κυρίως– ανθρώπινο δυναμικό, το οποίο να διαθέτει την κατάλληλη τεχνογνωσία, ώστε να διατηρηθεί υψηλό επαγγελματικό επίπεδο στη διεξαγωγή και εφαρμογή του Προγράμματος Μάρκετινγκ.

Η ύπαρξη ευρύτερης πληροφόρησης των δημοσίων και ιδιωτικών φορέων, που εμπλέκονται στη διαδικασία της σχεδίασης του Προγράμματος αυτού, συνιστά απαραίτητο στοιχείο του Φορέα ή της Υπηρεσίας, η οποία αναλαμβάνει το Πρόγραμμα.

Η ύπαρξη θεσμού θα διασφαλίζει τη συνέχεια και τη συνέπεια της όποιας από τρίτους εκάστοτε πραγματοποιημένης μελέτης μάρκετινγκ. Δηλαδή, δεν αρκεί η πραγματοποίηση μιας μελέτης, που έτσι και αλλιώς είναι στατικού χαρακτήρα, εάν δεν υφίσταται ένας θεσμός σε μόνιμη βάση να ενεργοποιεί σε δυναμική κατεύθυνση τα δεδομένα της όποιας μελέτης.

Στην περίπτωση της Πελοποννήσου μπορεί, επίσης, να θεωρηθεί απολύτως απαραίτητη η διενέργεια μιας εμπειρικής έρευνας π.χ. για τα χαρακτηριστικά και τις επιλογές των ημεδαπών τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή. Μια τέτοια έρευνα θα πρέπει να επαναλαμβάνεται τουλάχιστον ανά δύο έως τρία έτη στις πύλες εισόδου της Πελοποννήσου, π.χ. Εθνική Οδός Αθηνών-Κορίνθου.

5.3.5 ΕΛΕΓΧΟΣ

Ο Έλεγχος θα πρέπει να πραγματοποιείται σε δύο στάδια. Το πρώτο αφορά τη διάρκεια του σχεδιασμού, της οργάνωσης και της προώθησης του Προγράμματος Μάρκετινγκ και το δεύτερο, που θα ακολουθεί μετά την εφαρμογή του προγράμματος θα συνιστά ουσιαστικά μια διαδικασία αξιολόγησης των αποτελεσμάτων, τα οποία προέκυψαν από την εφαρμογή του Προγράμματος Μάρκετινγκ. Αυτή η τελευταία διαδικασία αρχίζει τουλάχιστον 6 μήνες έως 1 χρόνο μετά την εφαρμογή του προγράμματος και γίνεται μέσω ανάλυσης δεικτών (πχ. Αφίξεις, Διανυκτερεύσεις, Έσοδα κλπ.) απλών ή σύνθετων καθώς και μέσω διενέργειας ερευνών αγοράς πχ. σε τουρίστες για τους τρόπους επιρροής τους και την διαδικασία επιλογής του ταξιδιού στην συγκεκριμένη περιοχή.

5.3.6 ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΟΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ MARKETING PLAN ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

5.3.6.1 Εισαγωγή - Διευκρινίσεις - Περιορισμοί

Τα πλαίσια μέσα στα οποία θα πρέπει να κινείται ένα επιχειρησιακό πλάνο προβολής του τουρισμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου, στηρίζεται στις εξής παραδοχές και περιορισμούς:

- α. Είναι προφανές και επιστημονικά τεκμηριωμένο ότι ένα MARKETING PLAN έχει ως κύριο αντικείμενο και σκοπό να μεταφράσει σε συγκεκριμένες ενέργειες προβολής μία αποφασισθείσα πολιτική προβολής ενός τουριστικού προϊόντος ή προορισμού.
Δεν είναι δυνατόν να έχει τη φιλοδοξία να συμβάλει στην αντιμετώπιση των βασικών και χρόνιων προβλημάτων του τουρισμού μιας περιφέρειας. Αυτά είναι **αντικείμενο και στόχοι αναπτυξιακών προγραμμάτων και δράσεων**. Προφανώς, πρέπει να υφίσταται συνάφεια και συμβατότητα μεταξύ των δύο, Αναπτυξιακό Πρόγραμμα και Σχέδιο Προβολής, στο βαθμό που είναι συμπληρωματικά και αλληλοϋποστηριζόμενα.
- β. Στο τουριστικό marketing προβάλλουμε ένα προϊόν ή ένα τουριστικό προορισμό. Στην προκειμένη περίπτωση έχουμε να **προβάλουμε ένα προορισμό**. Πιο συγκεκριμένα: ο βασικός στόχος είναι να πείσουμε τον

ξένο ή έλληνα ενδιαφερόμενο για διακοπές και περιήγηση, ότι ο προορισμός ΠΕΛΟΠΟΝΗΣΟΣ είναι ο καταλληλότερος για να πραγματοποιήσει το ταξίδι και τις διακοπές του. Συνεπώς, προβάλλουμε ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ για να τον πείσουμε να έρθει και, εφόσον η απόφασή του είναι ευνοϊκή, στη συνέχεια θα επιλέξει την περιοχή, το πρακτορείο ταξιδιών, το κατάλυμα, το γραφείο ενοικίασης αυτοκινήτων που θα τον εξυπηρετήσουν.

γ. Εάν ένας στόχος – όπως αυτός θα εκφράζεται μέσα από τον αναπτυξιακό σχεδιασμό και την πολιτική marketing – είναι η προβολή και προώθηση τουριστικών προϊόντων, γενικών και ειδικών, θα πρέπει να σχεδιαστούν σε συνεργασία με τις ιδιωτικές επιχειρήσεις (παραγωγούς και ενδιάμεσους) τα κατάλληλα **ολοκληρωμένα τουριστικά προϊόντα ή δίκτυα** (product / network planning and development). Αυτό είναι απαραίτητο, ιδιαίτερα για τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, γιατί:

- μία επιχείρηση από μόνη της δεν είναι σε θέση να καλύψει πλήρως τις τουριστικές ανάγκες μίας ομάδας τουριστών ή πελατείας στόχου (target group)
- θα επιτρέψει την καλύτερη τοποθέτηση (positioning) και προώθηση
- θα εξασφαλίσει τη μέγιστη δυνατή αποτελεσματικότητα των ενεργειών και δράσεων marketing.

δ. Σημαντικοί περιορισμοί:

Σημαντικοί περιορισμοί αποτελούν ο χρονικός ορίζοντας και ο προϋπολογισμός marketing για την προγραμματική περίοδο μέχρι το 2006.

- Θα πρέπει να είναι σαφώς προσδιορισμένο το χρονικό διάστημα που θα καλύπτει το πλάνο marketing.
- Διαθέσιμα κονδύλια: ξεκάθαρος και καθορισμένος θα πρέπει να είναι επίσης ο διαθέσιμος προϋπολογισμός για την τουριστική προβολή της περιφέρειας με χρονικό ορίζοντα 5ετίας. Θα πρέπει να δοθούν έγκαιρα απαντήσεις σε ερωτήματα, όπως:
 - το ύψος του προϋπολογισμού προβολής
 - η δημόσια χρηματοδότηση και η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα
 - οι φορείς χρηματοδότησης και διαχείρισης.

Οι απαντήσεις στα παραπάνω θέματα προσδιορίζουν σε μεγάλο ποσοστό τη δομή και το περιεχόμενο των ενεργειών προβολής της Πελοποννήσου ως τουριστικού προορισμού.

Ωστόσο, σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να επιδιωχθεί **η πλήρης αξιοποίηση του ήδη υφιστάμενου υλικού προβολής** της περιοχής, εφόσον βέβαια κρίνεται κατάλληλο.

Τέλος, οφείλουμε να υπογραμμίσουμε ότι το όποιο πρόγραμμα προβολής οριστικοποιηθεί θα πρέπει να λειτουργεί **συμπληρωματικά** και όχι ανταγωνιστικά προς τα άλλα προγράμματα marketing τα οποία πραγματοποιούνται ή σχεδιάζονται από άλλους φορείς, δημόσιους και ιδιωτικούς.

Βασικός άξονας και γνώμονας των παραπάνω είναι η μέγιστη δυνατή αποτελεσματικότητα των ενεργειών / δράσεων προβολής.

5.3.6.2 Μεθοδολογική προσέγγιση εκπόνησης του έργου

Για την ορθολογική εκπόνηση ενός κατάλληλου και αποτελεσματικού Σχεδίου Προβολής θα εφαρμοστεί η στρατηγική – ολοκληρωμένη μεθοδολογία marketing, η οποία αποτελείται από δύο φάσεις:

- **πρώτη φάση:** η **στρατηγική ανάλυση marketing**, με μία ολοκληρωμένη καταγραφή, ανάλυση και αξιολόγηση όλων των παραμέτρων, στοιχείων και χαρακτηριστικών που συνθέτουν την τουριστική δραστηριότητα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου (προσφορά και ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών).
- **δεύτερη φάση:** η **εκπόνηση του επιχειρησιακού σχεδίου προβολής**, με τους στόχους, τη στρατηγική επίτευξης των στόχων, τις δραστηριότητες προβολής, τις τεχνικές και τα εργαλεία προβολής και προώθησης σε χρονικό προγραμματισμό (εκστρατεία προβολής με χρονοδιάγραμμα) και εκτίμηση του απαραίτητου προϋπολογισμού.

Η παραπάνω μεθοδολογία marketing επιβάλλει τα εξής βήματα:

- Περιγραφή του αναπτυξιακού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος της τουριστικής δραστηριότητας της περιφέρειας.
- Ανάλυση της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών
- Ανάλυση και αξιολόγηση των χαρακτηριστικών και συστατικών στοιχείων του τοπικού τουριστικού προϊόντος (προορισμός: Πελοπόννησος)
- Προσδιορισμός και περιγραφή του υφιστάμενου και του προβλεπόμενου ανταγωνιστικού περιβάλλοντος για τον προορισμό «Πελοπόννησος».

- Ανάλυση πλεονεκτημάτων και αδυναμιών σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Περιγραφή μέσων και τεχνικών ανάδειξης των ισχυρών σημείων και των πλεονεκτημάτων, μέσω του προγράμματος προβολής.
- Ανάλυση των χαρακτηριστικών της αγοράς και των επισκεπτών
- Επιλογή των αγορών-τμημάτων πελατείας που ενδιαφέρουν την περιοχή, και στις οποίες στοχεύει το πρόγραμμα marketing.
- Επιλογή των στόχων και της στρατηγικής προώθησης και προβολής
- Καθορισμός των μέσων και τεχνικών προώθησης και προβολής
- Διατύπωση προτάσεων που θα συνεισφέρουν στα ακόλουθα:
 - την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των προγραμματιζόμενων ενεργειών πολιτικής που αφορούν την τουριστική ανάπτυξη
 - την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, και
 - τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των ενεργειών marketing (προώθηση και προβολή) του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας, από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

Το προβλεπόμενο χρονικό διάστημα εφαρμογής του Marketing Plan πρέπει να είναι τουλάχιστον 3 χρόνια. Συνεπώς, θα πρέπει να προσεγγίσουμε το όλο έργο σύμφωνα με τη θεώρηση του στρατηγικού σχεδιασμού και να συνδεθεί απόλυτα με την περιφερειακή αναπτυξιακή πολιτική έτσι ώστε να είναι συμβατό με τις αναπτυξιακές κατευθύνσεις και άξονες. Προς την κατεύθυνση αυτή, θα συνεισφέρει η εφαρμογή της τεχνικής ανάλυσης SWOT (Strengths - Weaknesses - Opportunities - Threats).

Στη συνέχεια παρουσιάζονται:

- Το αντικείμενο και οι στόχοι του έργου
- Η μεθοδολογία ανάπτυξης των επιμέρους σταδίων εκπόνησης του Marketing Plan (οι φάσεις υλοποίησης του έργου) για το τουριστικό προϊόν της Πελοποννήσου.

5.3.6.2.1 Στόχοι και αντικείμενο του έργου

Οι κύριοι στόχοι του έργου είναι:

- α. Η ανάλυση και αξιολόγηση:
 - της τρέχουσας ζήτησης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών
 - της υφιστάμενης κατάστασης και των τάσεων της τρέχουσας προσφοράς

- το βαθμό ανταγωνιστικότητας της περιφέρειας ως τουριστικού προορισμού, σε σύγκριση με τα αντίστοιχα προϊόντα των ανταγωνιστικών προορισμών, αλλά και με τις δεδομένες νέες τάσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς.
- β. Η εκπόνηση ενός σχεδίου Marketing και Επικοινωνίας για το τουριστικό προϊόν της Πελοποννήσου (Marketing Plan). Το σχέδιο αυτό θα στοχεύει:
- Στον επηρεασμό και την αύξηση της τουριστικής ζήτησης για το τουριστικό προϊόν της περιοχής, που όπως αναφέρθηκε στην εισαγωγή, είναι «Ο ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ».
- Πρέπει να σημειωθεί ότι η εξειδίκευση των κινήτρων των δυνητικών επισκεπτών, όσον αφορά τους λόγους προτίμησης του τουριστικού προϊόντος της περιοχής (παραθερισμός στην παραλιακή ζώνη, πολιτιστικός τουρισμός, οικοτουρισμός, επαγγελματικός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, αθλητικός τουρισμός κλπ), μπορεί να χρησιμεύσει ως στοιχείο διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος των επιμέρους περιοχών της περιφέρειας. Το τουριστικό προϊόν δηλαδή είναι ενιαίο, είναι ο «Προορισμός Πελοπόννησος» και διαφοροποιείται ανάλογα με τη «χρήση» του από τους δυνητικούς πελάτες – επισκέπτες: Πελοπόννησος για παραθερισμό και αναψυχή, Πελοπόννησος για πολιτιστικές δραστηριότητες, για συνέδρια, για αθλητικό τουρισμό, για αγροτουρισμό, κλπ.
- Στην ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης και στην αύξηση της κατά κεφαλήν ημερήσιας τουριστικής δαπάνης.
 - Στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της περιφέρειας και των επιμέρους τουριστικών προορισμών της.
- γ. Η δυνατότητα άμεσης χρήσης του σχεδίου Marketing για την προβολή της περιφέρειας ως μείζονος τουριστικού προορισμού, λόγω του ρόλου της ως της κυριότερης πύλης της χώρας προς και από την Ευρώπη.
- δ. Η ενίσχυση της δυνατότητας της περιφέρειας να προσελκύει επισκέπτες για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα στη διάρκεια του έτους (επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου), μέσω της προώθησης των ειδικών μορφών τουρισμού και της εν γένει προβολής της στις μεγάλες τουριστικές αγορές, και ιδιαίτερα στις αγορές που θα υποδειχθούν μέσω του Marketing Plan.
- ε. Η διατύπωση μιας μεσοπρόθεσμης διαφημιστικής πλατφόρμας.

στ. Η διατύπωση προτάσεων για την επιλογή στρατηγικών διείσδυσης σε νέες αγορές.

Το βασικό μέσο επίτευξης των παραπάνω στόχων είναι το Επιχειρησιακό Σχέδιο Marketing, έργο το οποίο πρέπει να εκπονηθεί ως ακολούθως.

5.3.6.2.2. Φάσεις υλοποίησης του έργου

Η υλοποίηση του έργου θα γίνει σε δύο φάσεις που θα έχουν συνολική διάρκεια 10-12 μήνες.

Α' ΦΑΣΗ: Ανάλυση της τρέχουσας θέσης της Περιφέρειας ως τουριστικού προορισμού.

Περιλαμβάνει την ανάλυση και αξιολόγηση όλων των υφιστάμενων πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών που αφορούν τη σύνθεση και τα χαρακτηριστικά της προσφοράς και της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Πελοποννήσου (ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία).

Η πρώτη φάση του έργου περιλαμβάνει λοιπόν μία **Ανάλυση δεδομένων (Desk Research)** και **Έρευνα Αγοράς (Market Research)** και την **SWOT Analysis**. Η τελευταία θα εντοπίσει τα πλεονεκτήματα της Περιφέρειας ως τουριστικού προορισμού και τις βασικές αδυναμίες της (αδυναμίες στο επίπεδο της συνολικής τουριστικής προσφοράς και ειδικής τουριστικής υποδομής, αλλά και στις αγορές ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών). Οι ευκαιρίες που προβάλλουν για την Πελοπόννησο (π.χ. το δυναμικό ζήτησης, η προσφορά, η τουριστική εικόνα) και τέλος οι απειλές (π.χ. ο διεθνής ανταγωνισμός και η ανάπτυξη / ωρίμανση της αγοράς, η κατάσταση στις αγορές-πηγές τουριστικών ροών, η μη έγκαιρη προσαρμογή των επιχειρήσεων στις ανταγωνιστικές συνθήκες).

Το τελικό αποτέλεσμα / προϊόν αυτής της φάσης θα είναι ένα τεύχος το οποίο θα περιλαμβάνει:

- Μία πλήρη και συνθετική ανάλυση και αξιολόγηση όλων των συστατικών στοιχείων της προσφοράς και ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών στην Περιφέρεια.
- Την αποτύπωση των αναπτυξιακών κατευθύνσεων της Περιφέρειας

- Τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της τουριστικής δραστηριότητας, ως επίσης και τις ευκαιρίες και τις απειλές που υφίστανται ή προβλέπεται να δημιουργηθούν στο ανταγωνιστικό περιβάλλον.
- Τα πορίσματα των σχετικών αναλύσεων
- Τέλος, την αναγκαία στρατηγική marketing, όπως αυτή προκύπτει από τις παραπάνω αναλύσεις και πλαίσια.

Β' ΦΑΣΗ: Επιλογή της μεθοδολογίας και των μέσων και των διαδικασιών προβολής και προώθησης της Πελοποννήσου ως τουριστικού Προορισμού.

Η δεύτερη φάση έχει ως αντικείμενο την επεξεργασία και εκπόνηση του κατάλληλου Σχεδίου Marketing και Επικοινωνίας για την τουριστική προσφορά της Πελοποννήσου και τα επί μέρους ειδικά τμήματα της (segments – target groups). Προφανώς, το επιχειρησιακό σχέδιο marketing θα βασίζεται στα πορίσματα των αναλύσεων της Α' φάσης. Οι στόχοι του Σχεδίου Marketing είναι οι ακόλουθοι:

- Αύξηση της ζήτησης των διαφόρων τουριστικών προϊόντων της περιφέρειας (παραθεριστικός τουρισμός και ειδικές – εναλλακτικές μορφές τουρισμού).
- Προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού.
- Αναβάθμιση του profile των επισκεπτών.
- Ποιοτική αναβάθμιση της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών.
- Αύξηση της κατά κεφαλήν ημερήσιας δαπάνης και
- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της περιφέρειας και των επιμέρους τουριστικών προορισμών της.

Οι παραπάνω στόχοι θα επιτευχθούν μέσω του κατάλληλου Marketing Plan, στο οποίο θα περιλαμβάνονται τα ακόλουθα συστατικά στοιχεία:

- Διατύπωση μεσομακροπρόθεσμης στρατηγικής marketing
- Επιλογή στρατηγικών αγοράς, ανάλογα με τους επιδιωκόμενους στόχους.
- Επιλογή στρατηγικών επιχειρησιακής δραστηριότητας (marketing strategies)
- Σαφής προσδιορισμός της τουριστικής εικόνας προς προβολή (image)
- Καθορισμό κατευθύνσεων για τη βελτίωση της τοποθέτησης (positioning)
- Διατύπωση της κατάλληλης επικοινωνιακής πολιτικής (integrated communication).
- Διαμόρφωση του κατάλληλου μείγματος προώθησης του τουρισμού της περιφέρειας (promotion mix).

Με βάση τα παραπάνω, η δεύτερη φάση περιλαμβάνει τις ακόλουθες δραστηριότητες:

- α. Διατύπωση και εξειδίκευση της επιχειρησιακής στρατηγικής, των μέσων και των τεχνικών που θα χρησιμοποιηθούν για τη βελτίωση και τη διατήρηση της θέσης της Πελοποννήσου ως τουριστικού προορισμού, στο πλαίσιο του ανταγωνιστικού της περιβάλλοντος.
- β. Διατύπωση προτάσεων για την υιοθέτηση στρατηγικής διείσδυσης και σταθεροποίησης σε νέες αγορές.
- γ. Προτάσεις για την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, των προγραμματιζόμενων ενεργειών πολιτικής ή ειδικών προγραμμάτων που αφορούν την τουριστική ανάπτυξη και την αύξηση της αποτελεσματικότητας της εφαρμογής του marketing plan για την προβολή της Πελοποννήσου.

Πιο αναλυτικά το Marketing Plan για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της θα περιλαμβάνει τις εξής ενότητες:

- α. Ανάλυση αγοράς (Χαρακτηριστικά Ελλήνων και Ξένων επισκεπτών)
- β. Ανάλυση τάσεων ανταγωνισμού (Τάσεις προσφοράς, Τάσεις ζήτησης, Προσδιορισμός των χαρακτηριστικών της πελατείας – στόχου)
- γ. Επιχειρησιακό Πλάνο **MARKETING**: Ο σχεδιασμός marketing λαμβάνει σοβαρά υπόψη του όλους τους παραμέτρους που επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα προβολής του τουριστικού προορισμού **"Πελοπόννησος"**. Ουσιαστικά ο σχεδιασμός μπορεί να θεωρηθεί ως ένας τρόπος εξασφάλισης ότι όλα τα στοιχεία marketing mix συνδυάζονται κατά τον πιο αποδοτικό και αποτελεσματικό τρόπο, με βάση τους διαθέσιμους πόρους. Αποτελεί λοιπόν μία ολοκληρωμένη προσέγγιση (integrated approach). Τα στοιχεία του **marketing mix** είναι:
 - σχεδιασμός προϊόντος
 - διανομή-διάθεση (κανάλια διάθεσης)
 - στρατηγική προβολής
 - τιμολόγηση.

Τα συστατικά στοιχεία σχεδιασμού marketing και το αντίστοιχο περιεχόμενο τους παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ
Στόχοι marketing	Σαφής προσδιορισμός των στόχων για τη χρονική περίοδο 2003-2006 Βραχυπρόθεσμοι στόχοι Μεσοπρόθεσμοι στόχοι Με ιεράρχηση προτεραιοτήτων
Επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής	Η στρατηγική προβολής του τουριστικού προϊόντος της μπορεί να είναι εναλλακτικά ή σε συνδυασμό: Στρατηγική έλκυσης (pulling strategy) Στρατηγική ώθησης (pushing strategy)
Επιλογή CONCEPT	Σαφής προσδιορισμός της κεντρικής – βασικής ιδέας (concept) του σχεδίου προβολής και προώθησης
Επιλογή επικοινωνιακού μηνύματος και στρατηγικής	Διατύπωση του μηνύματος ή μηνυμάτων επικοινωνίας (slogans), με προσανατολισμό προς στον καταναλωτή-τουρίστα.
Σχεδιασμός του promotion mix	Ένα προσεκτικό μείγμα (δοσολογία) όλων των στοιχείων του μείγματος προβολής, απόλυτα συντονισμένα. Επιλογή του κατάλληλου μείγματος προβολής για την επίτευξη των στόχων marketing. Καθορισμός των μέσων και εργαλείων, τεχνικών στις διάφορες δραστηριότητες του marketing.
Κατάρτιση χρονοδιαγράμματος ενεργειών προβολής	Εκπόνηση της εκστρατείας προβολής, με τη χρήση των διαφόρων τεχνικών και εργαλείων marketing την κατάλληλη χρονική περίοδο, σε ετήσια βάση
Εκτίμηση προϋπολογισμού προβολής	Εκτίμηση του κόστους των διαφόρων ενεργειών προβολής και προώθησης και προσδιορισμός των πηγών χρηματοδότησης

Με βάση τα παραπάνω τεκμηριωμένα επιστημονικά από τη διεθνή βιβλιογραφία και εμπειρία, η **Φάση Β'** του έργου περιλαμβάνει ένα πλήρες **Επιχειρησιακό Σχέδιο Marketing** για την Περιφέρεια Πελοποννήσου τετραετούς διάρκειας, βασισμένο στα συμπεράσματα της Α' φάσης, που να καλύπτει τον εισερχόμενο τουρισμό (αλλοδαπούς τουρίστες) και την εσωτερική αγορά (ημεδαπούς τουρίστες).

Προφανώς, η βασική στρατηγική επίτευξης των στόχων θα αποτελεί μια πολιτική ανάπτυξης βασισμένη στην ποιότητα, που θα καταστήσει την Πελοπόννησο και τους επιμέρους προορισμούς περισσότερο ελκυστικούς στις ομάδες – στόχους. Η βασική μακροπρόθεσμη στρατηγική της περιφέρειας θα πρέπει να είναι μια σαφής Στρατηγική Αναβάθμισης και Τοποθέτηση στην Αγορά (Positioning)

Η Β' Φάση, σύμφωνα με τη **μεθοδολογική προσέγγιση επιχειρησιακού marketing**, θα περιλαμβάνει όλα τα παραπάνω περιγραφέντα συνοπτικά στοιχεία σχεδιασμού, με τις ακόλουθες δραστηριότητες.

Β ΦΑΣΗ	
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
Επιλογή των αγορών-τμημάτων πελατείας προσέλκυσης	Σαφή market objectives ανά χώρα προέλευσης τουριστών και τμήμα αγοράς. Πληθυσμιακούς στόχους (target groups), στους οποίους απευθυνόμαστε ανά χώρα και τμήμα αγοράς.
Επιλογή των στόχων και της στρατηγικής προβολής	Διατύπωση μακροπρόθεσμης στρατηγικής marketing Επιλογή στρατηγικής επιχειρησιακής δραστηριότητας
Διατύπωση Image της περιφέρειας	Καθορισμός ενός βασικού Concept
Καθορισμός κατευθύνσεων Positioning και Market Identity	Προτάσεις επικοινωνιακής στρατηγικής Προτάσεις για slogan (μηνύματα επικοινωνίας)
Καθορισμός των μέσων και τεχνικών προβολής (promotion mix)	Ένα λειτουργικό επιχειρησιακό σχέδιο προβολής. Όλα τα εργαλεία / τεχνικές μέσα στα πλαίσια μίας ορθολογικής και ολοκληρωμένης προσέγγισης, έτσι ώστε να έχουμε την μέγιστη αποτελεσματικότητα.
Διατύπωση προτάσεων για συμπληρωματικά / υποστηρικτικά μέτρα	Οργανωτικά: Συνεργασία των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων σε θέματα προβολής μέσω των αντίστοιχων Ν.Ε.Τ.Π. Η συνένωση των δυνάμεων για εξασφάλιση της μέγιστης δυνατής αποτελεσματικότητας. Εάν κριθεί απαραίτητο η σύσταση ενός οργανωτικού φορέα προβολής της περιφέρειας. Υποστηρικτικά: πλήρης αξιοποίηση του ήδη υφιστάμενου υλικού προβολής

Το τελικό αποτέλεσμα / προϊόν της δεύτερης φάσης θα **είναι ένα ολοκληρωμένο και πλήρες Επιχειρησιακό Σχέδιο marketing, πλήρως λειτουργικό και άμεσα εφαρμόσιμο**. Στο Τεύχος αυτό θα περιλαμβάνονται, εκτός του παραπάνω, ένα συγκεκριμένο και εξειδικευμένο Χρονοδιάγραμμα ενεργειών προβολής και εκτίμηση του αναγκαίου Προϋπολογισμού.

5.3.6.3 Βασικά στοιχεία ενός Marketing Plan για την Περιφέρεια Πελοποννήσου

5.3.6.3.1 Στόχοι

- Ενίσχυση, αναβάθμιση και διαφοροποίηση της τουριστικής ζήτησης

- Μείωση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης
- Βελτίωση των βασικών τουριστικών δεικτών όπως:
 - Αύξηση της μέσης διαμονής των τουριστών στην Πελοπόννησο
 - Αύξηση της κατά κεφαλήν Δαπάνης των τουριστών
 - Αύξηση της ξενοδοχειακής πληρότητας

5.3.6.3.2 Αιχμές επικοινωνιακής στρατηγικής

- Η τουριστικά και χωροθετικά καλή τοποθεσία της Πελοποννήσου ως δυτικής πύλης εισόδου στην Ελλάδα από την Ευρώπη.
- Η πολυμορφία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της Πελοποννήσου.
- Η δυνατότητα ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού.
- Η συντελεσθείσα αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και η σημαντική βελτίωση των υποδομών κυρίως των οδικών.

5.3.6.3.3. Βασικοί επιχειρησιακοί στόχοι

- Προσέλκυση ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών υψηλής εισοδηματικής τάξης.
- Αναβάθμιση της εικόνας και της ελκυστικότητας της Περιφέρειας ως προορισμού τουρισμού αναψυχής - παραθεριστικού, πολιτιστικού και εναλλακτικού τουρισμού.
- Προβολή των στοιχείων που διαφοροποιούν την περιοχή και αυξάνουν την ανταγωνιστικότητά της.

5.3.6.3.4. Χώρες στόχοι της επικοινωνιακής πολιτικής ανά είδος τουρισμού

Η τουριστική προβολή της περιφέρειας θα πρέπει να εστιάζει σε συγκεκριμένες χώρες - αγορές, ο τουρισμός των οποίων έχει χαρακτηριστικά και απαιτήσεις που αντιστοιχούν στο τουριστικό προϊόν της Πελοποννήσου.

Προνομιακές χώρες προέλευσης τουρισμού μπορούν να χαρακτηρισθούν αφενός οι χώρες από τις οποίες προέρχεται σήμερα μεγάλο μέρος του εισερχόμενου ελληνικού τουρισμού και αφετέρου χώρες με δυνατότητες ανάπτυξης τουριστικών ροών προς την Ελλάδα.

Συνοπτικά, η τουριστική προβολή θα πρέπει να εστιάζει στις παρακάτω αγορές - χώρες:

α. Ελληνικός Τουρισμός

Ένα σημαντικό ποσοστό της αύξησης της τουριστικής ζήτησης μπορεί να προέλθει μέσα από την ίδια τη χώρα μας. Ο ελληνικός τουρισμός μπορεί να καλύψει με δυναμικό τρόπο όλα τα είδη τουρισμού που αναπτύσσονται στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

β. Ευρωπαϊκός Τουρισμός

Σχεδόν όλες οι ευρωπαϊκές χώρες αποτελούν χώρες πρώτης προτεραιότητας καθώς:

- Είναι χώρες "γειτονικές" για τις οποίες η Ελλάδα θεωρείται ασφαλής προορισμός.
- Η τουριστική κινητικότητα από τις χώρες αυτές παραμένει σχετικά μεγάλη και δεν επηρεάζεται τόσο πολύ από διεθνή γεγονότα.
- Η χρήση του ευρώ έχει καταργήσει το κόστος συναλλαγματικής μετατροπής και επιτρέπει την ευκολία σύγκρισης τιμών.

Οι χώρες αυτές κατά σειρά προτεραιότητας είναι:

β1. Γαλλία - Γερμανία - Ιταλία - Αγγλία

Αποτελούν τις κατεξοχήν χώρες τουριστικής ζήτησης για την Περιφέρεια Πελοποννήσου. Η στρατηγική σ' αυτές τις χώρες θα πρέπει να επικεντρωθεί στον τουρισμό αναψυχής, στον παραθεριστικό τουρισμό και στον πολιτιστικό τουρισμό αλλά και σε μορφές τουρισμού περιήγησης και εναλλακτικού τουρισμού (κυρίως οι Γερμανοί).

β2. Σκανδιναβικές χώρες και Κεντρική Ευρώπη

Είναι χώρες με υψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα και υψηλή κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη. Η στρατηγική πρέπει να επικεντρωθεί στον παραθεριστικό και τον πολιτιστικό τουρισμό.

β3. Χώρες πρώην Ανατολικής - Κεντρικής Ευρώπης

Κρίνονται δυναμικές αγορές, με έμφαση στον παραθεριστικό και δευτερευόντως στον πολιτιστικό τουρισμό.

γ. ΗΠΑ

Οι ΗΠΑ μπορούν να συμβάλουν στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης στη χώρα μας. Η προβολή πρέπει να εστιάσει στον πολιτιστικό τουρισμό και σε ειδικές μορφές τουρισμού σε συνδυασμό με υψηλού επιπέδου υπηρεσίες.

δ. Ιαπωνία

Θα μπορούσε υπό όρους να αποτελέσει χώρα ενδιαφέροντος για τον ελληνικό τουρισμό λόγω του υψηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος και των υψηλών προδιαγραφών υπηρεσιών τουρισμού που απαιτούνται. Η έμφαση είναι στον πολιτιστικό τουρισμό σε συνδυασμό με αναψυχή.

5.3.6.3.5 Ομάδες - Στόχοι

- α. Τουρίστες Υψηλής Εισοδηματικής Τάξης
- β. Οικογένειες
- γ. Τουρίστες μέσης ηλικίας τουρίστες (50 έως 65 ετών) και τρίτης ηλικίας
- δ. Νέοι
- ε. Κοινωνικός Τουρισμός

5.3.6.3.6 Επικοινωνιακή πολιτική

- α. Διαφήμιση με χρήση όλων των δυνατών Μέσων
- β. Δημόσιες Σχέσεις
- γ. Κοινά Εξειδικευμένα Προωθητικά Προγράμματα με Tour Operators
- δ. Εκθέσεις - Συνέδρια - Εκδηλώσεις
- ε. Διαδίκτυο κ.λπ.

5.	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	183
5.1	<u>ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</u>	183
5.2.	<u>ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΝΟΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</u>	186
5.3.	<u>ΤΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ</u>	188
5.3.1	<i>Ο ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ (ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΘΕΣΗ) ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ</i>	188
5.3.2	<i>ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΑΙ Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ</i>	192
5.3.3	<i>ΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΚΑΙ ΤΗ ΣΥΝΑΚΟΛΟΥΘΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....</i>	193
5.3.4	<i>ΟΡΓΑΝΩΣΗ, ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΙΚΗ ΑΝΑΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</i>	195
5.3.5	<i>ΕΛΕΓΧΟΣ</i>	197
5.3.6	<i>ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΟΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ MARKETING PLAN ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ</i>	197
	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ.....	206