



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: Διασυννοριακή συνεργασία στον τομέα του τουρισμού. Η περίπτωση της Ελλάδος και της Τουρκίας



ΔΙΔΑΣΚΩΝ : Τερκενλή Θεανώ.

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ (Α.Μ. 24300002)

ΧΙΟΣ, ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2004

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο</u>	
“ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΟ ΑΙΓΑΙΟ: ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΤΟΥΡΚΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ”	7
1.1 Οι διαφορές και οι ελληνικές θέσεις.....	7
1.2 Η υφαλοκρηπίδα.....	9
1.3 Η αιγιαλίτιδα ζώνη.....	13
1.4 Ο εναέριος χώρος.....	18
1.5 Η στρατιωτικοποίηση των νήσων του Ανατολικού Αιγαίου.....	19
1.6 Ο έλεγχος της εναέριας κυκλοφορίας και ο επιχειρησιακός έλεγχος του ΝΑΤΟ.....	22
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο</u>	
“ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΚΙΑΣ”	25
2.1 Ο τουρισμός στην Ελλάδα.....	25
2.2 Ο ρόλος του τουρισμού στην ελληνική οικονομία.....	27
2.3 Τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη.....	28
2.4 Ο τουρισμός στην Τουρκία.....	30
2.5 Γεωγραφικές τουριστικές Περιοχές-Περιφέρειες.....	32
2.6 Ανάλυση Γεωγραφικών Σχημάτων-Τουριστικών Περιοχών.....	33
2.6.1 Θράκη και περιοχή Μαρμαρά.....	33
2.6.2 Η περιοχή του Αιγαίου.....	34
2.6.3 Η περιοχή της Μεσογείου θάλασσας και όρων Ταύρου.....	35
2.6.4 Η περιοχή της Κεντρικής Μικράς Ασίας.....	36
2.6.5 Η περιοχή του Εύξεινου Πόντου και Βόρειες Επαρχίες της Μικράς Ασίας.....	37
2.6.6 Η περιοχή της Ανατολικής Μικράς Ασίας.....	37
2.6.7 Η περιοχή της Νοτιο-ανατολικής Μικράς Ασίας.....	37
2.7 Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Τουρκία.....	39
2.8 Ανάλυση ζήτησης.....	41

2.8.1 Αφίξεις Διανυκτερεύσεις.....	42
2.8.2 Ανάλυση προσφοράς καταλυμάτων.....	43
2.8.3 Διάρκεια παραμονής.....	44
2.9 Δομές Οργάνωσης και Πολιτικής του Τουρισμού.....	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

“ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΚΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ

ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ”	48
3.1 Εισαγωγή.....	48
3.2 Ο Τουρισμός στο βορειοανατολικό Αιγαίο.....	50
3.3 Ο Τουρισμός στα Μικρασιατικά παράλια.....	54
3.4 Αναγκαιότητα και δυνατότητες ελληνοτουρκικής τουριστικής συνεργασίας στην περιοχή του βορειοανατολικού Αιγαίου και Μικρασιατικών παραλίων.....	57
3.5 Διασυνοριακή συνεργασία στη διοίκηση του τουριστικού μάρκετινγκ.....	59
3.6 Συνεργασία στη στρατηγική ανάπτυξης του μάρκετινγκ μεταξύ Ελλάδος και Τουρκίας.....	62
3.6.1 Διείδυση στην αγορά.....	63
3.6.2 Στρατηγική ανάπτυξης της αγοράς.....	67
3.6.3 Συνεργασία στη βελτίωση των προϊόντων και στρατηγικές διαφοροποίησης.....	69
3.7 Συμφωνία για τουριστική συνεργασία ανάμεσα σε ΣΕΤΕ (Ελλάδα) και TURSAB (Τουρκία).....	72
3.8 Συμφωνία μεταξύ της ελληνικής Δημοκρατίας και της Δημοκρατίας της Τουρκίας για συνεργασία στον τομέα του τουρισμού.....	74
3.9 Διασυνοριακή συνεργασία Ελλάδος – Τουρκίας. Όρια και δυσκολίες.....	78
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	80
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	87
ΠΙΝΑΚΕΣ	89

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η τουριστική βιομηχανία, στις αρχές του νέου αιώνα, αναπτύσσεται σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό από κάθε αισιόδοξη πρόβλεψη. Το έτος 2000 οι άνθρωποι βρίσκουν πολύ περισσότερους λόγους από ποτέ για να ταξιδέψουν στο εξωτερικό. Ωθούμενος από μια δυνατή παγκόσμια οικονομία και ειδικών εκδηλώσεων όπως ο εορτασμός της νέας χιλιετίας, οι Ολυμπιακοί αγώνες, το ευρωπαϊκό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου, το καθολικό Ιωβηλαίο, ο παγκόσμιος τουρισμός αυξήθηκε κατά το έτος 2000 κατά 7,4%, ποσοστό που αποτελεί το μεγαλύτερο της τελευταίας δεκαετίας και σχεδόν το διπλάσιο από το προηγούμενο έτος.

Σχεδόν 50 εκατομμύρια περισσότερα ταξίδια πραγματοποιήθηκαν κατά το έτος 2000, ανεβάζοντας το συνολικό αριθμό των διεθνών αφίξεων στο ρεκόρ των 698 εκατομμυρίων, σύμφωνα με τα στοιχεία που έδωσε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού. Τα έσοδα από τον παγκόσμιο τουρισμό έφτασαν τα 476 δισεκατομμύρια \$, 4.5% περισσότερο από το 1999. Όλοι οι τουριστικοί προορισμοί κατά το έτος 2000 είχαν κατά πολύ περισσότερες αφίξεις, παρ' όλα αυτά οι περιοχές που συνεχίζουν να παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη τουριστική ανάπτυξη είναι οι περιοχές της ανατολικής Ασίας και του Ειρηνικού.

Όσον αφορά την πρόσφατη ανάπτυξη του τουρισμού, αυτό που προκύπτει είναι ότι ο τουρισμός ακόμα μπορεί να θεωρείται ως η πιο σημαντική βιομηχανία σε πολλές περιοχές και ιδιαίτερα στις παραμεθόριες. Αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό ζήτημα των συνοριακών περιοχών και άρα έναν «ανεξερεύνητο» παράγοντα ο οποίος μπορεί να φέρει την ειρήνη και την κοινωνικό-οικονομική ανάπτυξη στις γειτονικές χώρες.

Συνεπώς, ο τουρισμός επιδρά κατά ποικίλους τρόπους, άμεσα ή έμμεσα, στην ανάπτυξη των χωρών σε οικονομικό και κοινωνικο-πολιτισμικό επίπεδο, καθώς και στις σχέσεις μεταξύ παραμεθωρίων περιοχών. Αυτό μπορεί να γίνει πιο ξεκάθαρο εάν αναφέρουμε ότι η μετακίνηση τουριστών μεταξύ γειτονικών χωρών αναπτύσσεται σε πολύ πιο γρήγορους ρυθμούς από κάθε άλλη δραστηριότητα.

Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι περισσότεροι μελετητές αυτού του ζητήματος, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός θα ωφεληθεί ακόμα περισσότερο από την παγκόσμια «ενοποίηση», το «άνοιγμα» των συνόρων, τη διαδικασία της παγκοσμιοποίησης, από την πλευρά των προσπαθειών προώθησης του, την ελευθερία των ανθρώπων να ταξιδεύουν όπου επιθυμούν και στην ελευθερία πρόσβασης στην πληροφορία και στα τουριστικά προϊόντα.

Σύμφωνα με αυτή την άποψη, οι παγκόσμιοι τουριστικοί οργανισμοί έχουν επιδοθεί σε μια προσπάθεια να μειώσουν τους περιορισμούς των συνόρων για την διευκόλυνση των διεθνών και διασυνοριακών μετακινήσεων. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός τουρισμού ανέλαβε επίσης πρωτοβουλίες, μέσω των τοπικών του επιτροπών, ώστε να εξαλείψει τα εμπόδια προς τις διεθνείς μετακινήσεις, συμπεριλαμβάνοντας και τις υπερβολικές συνοριακές διατυπώσεις.

Υπάρχει επίσης πληθώρα συγγραμμάτων η οποία να σχετίζεται με τις διάφορες πλευρές της διασυνοριακής επιρροής πάνω στην τουριστική ανάπτυξη, περιλαμβάνοντας οικονομικά θέματα, πολιτικά ζητήματα, σχέσεις μεταξύ των γειτονικών χωρών, οι διάφορες αλλαγές του τοπίου μεταξύ των δύο πλευρών και το σύνολο των πόρων και τον σχεδιασμό των υποδομών.

Ωστόσο, παρά τις αλλαγές που παρατηρούνται σήμερα στις λειτουργίες των πολιτικών συνόρων, οφειλόμενες στον τουρισμό καθώς και σε άλλες αιτίες, η χρονική στιγμή που θα καταργηθούν εντελώς ακόμα φαίνεται ότι μπορεί να γίνει μέσα από την εξέλιξη η οποία απαιτεί πολύ χρόνο. Εντωμεταξύ, απαιτούνται πολύ περισσότερες μελέτες και έρευνες πάνω στο θέμα του διασυνοριακού-αιφορικού τουρισμού, καθώς οι γνώσεις μας και το ενδιαφέρον μας πάνω στο ζήτημα μόλις τώρα ξεκινά.

Οποσδήποτε, η περισσότερη γνώση πάνω στο θέμα του κατά πόσο ο τουρισμός επηρεάζει τις γειτονικές κοινωνίες, επηρεάζοντας ειδικά την τουριστική ανάπτυξη, την πολιτιστική συμπεριφορά και τις επεμβάσεις στο περιβάλλον, απαιτείται μαζί με περισσότερες μελέτες και έρευνες έτσι ώστε να καταδειχτεί ο βαθμός στον οποίο, στην εποχή της

παγκοσμιοποίησης, εάν τα σύνορα πραγματικά δημιουργούν θέλητρα, όρια ή οποιοδήποτε άλλο είδος εμποδίου.

Η ολοένα αυξανόμενη ένταση του ανταγωνισμού έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη συνεργασιών σε πολλά επίπεδα. Μετά τις συνέργιες του ιδιωτικού τομέα, η τάση γίνεται εμφανής στο επίπεδο δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και προεκτείνεται στις συνεργασίες μεταξύ δημόσιου και δημόσιου σε υπερεθνικό επίπεδο.

Η διαφήμιση και προβολή είναι η δράση η οποία συσπειρώνει τις περισσότερες δυνάμεις. Η συνεργασία δημόσιων και ιδιωτικών φορέων σε εθνικό επίπεδο, διευρύνεται συνεχώς, με τον ιδιωτικό τομέα να αυξάνει τη λειτουργική και οικονομική συνεισφορά του. Αυτό όμως που ξεχωρίζει τα τελευταία χρόνια, είναι οι προσπάθειες κοινής προβολής υπερεθνικών προορισμών. Σε πρόσφατη World Travel Market, το Χονγκ-Κονγκ, η Σιγκαπούρη και η Ταϊλάνδη εμφανίστηκαν μαζί στο ίδιο περίπτερο με τίτλο “Together in Asia”. Στην Αφρική, η Μοζαμβίκη, η Ζανζιβάρη και η Ουγκάντα εμφανίζονται μαζί στις μπροσούρες των Tour Operator. Η RETOSA (Regional Tourism Organization for Southern Africa με 14 χώρες-μέλη), προχωρεί σε νέο branding για την περιοχή. Στη Νότια Ασία, το SAARC (South Asia Association for regional Cooperation) προχώρησε στη δημιουργία του South Asian Travel & Tourism Exchange (SATTE) για να προωθήσει ολόκληρη την περιοχή σαν ένα προορισμό. Στη Μέση Ανατολή, έχουμε το παράδειγμα της Red Sea Riviera που προωθείται από κοινού από το Ισραήλ, την Ιορδανία και την Αίγυπτο. Τέλος, στην Αμερική, 28 κρατίδια της Καραϊβικής δημιούργησαν το Caribbean Coalition for Tourism, το δε Μεξικό και η Κούβα, εκτός από τη σημαντική βελτίωση των μεταξύ τους συγκοινωνιών, προβάλλονται από κοινού σε multideestination programs.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο **ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΟ ΑΙΓΑΙΟ: ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙ** **ΤΟΥΡΚΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ**

1.1. Οι διαφορές και οι ελληνικές θέσεις

Στο Αιγαίο οι κύριες και πλέον δυσεπίλυτες διαφορές (επειδή άπτονται της κυριαρχίας ή/και της ασφάλειας των δύο χωρών) συμπεριλαμβάνουν:

- A. τα κυριαρχικά δικαιώματα της υφαλοκρηπίδας του Αιγαίου
- B. το θέμα των ορίων της αιγιαλίτιδας ζώνης (χωρικών υδάτων)
- Γ. τα όρια του εναέριου χώρου

Δ. τη στρατικοποίηση των νήσων του ανατολικού Αιγαίου, ζήτημα που τίθεται αφ' εαυτού ή σε συνδυασμό με την τουρκική στρατιά του Αιγαίου. Στις παρεπόμενες διαφορές, που δεν αφορούν την κυριαρχία και είναι πιο εύκολα επιλύσιμες, αν λυθούν οι κύριες διαφορές, περιλαμβάνονται:

Ε. ο επιχειρησιακός έλεγχος της στρατιωτικής και πολιτικής αεροπλοΐας ή περιοχή πληροφόρησης πτήσεων(FIR: Flight Information Region) που ορίζεται από τον ICAO και

ΣΤ. ο επιχειρησιακός έλεγχος του NATO στο Αιγαίο.

Για την αντιμετώπιση των διαφορών στο Αιγαίο, έχουν επικρατήσει από το 1974 μέχρι σήμερα στην ελληνική εξωτερική πολιτική δύο κυρίως πολιτικές σε κυβερνητικό επίπεδο: η απόρριψη οποιασδήποτε συζήτησης για τα θέματα αυτά και η ειρηνική επίλυση δια της δικαστικής οδού.

Η απορριπτική στάση, που είχε επικρατήσει τη δεκαετία του 1980, φέρει τη σφραγίδα του Ανδρέα Παπανδρέου. Στηρίζεται στη θέση ότι δεν υπάρχουν καν διαφορές προς επίλυση. Το σκεπτικό στο οποίο βασίζεται είναι ότι οποιαδήποτε διαδικασία επίλυσης, ακόμη και η δικαστική οδός, θα είναι επιζήμια, μιας και η Ελλάδα δεν ζητάει τίποτα από την Τουρκία στο Αιγαίο. Αντίθετα με αυτή, δεν είναι αναθεωρητική. Η θέση αυτή, όπως φάνηκε, δε διευκόλυνε τη βελτίωση του κλίματος μεταξύ των δύο

χωρών ούτε βέβαια εξαφάνισε ως δια μαγείας τις διαφορές. Επιπλέον, εμφάνισε την Ελλάδα αρνητική και αδιάλλακτη και έδωσε επιπλέον την εντύπωση ότι η Αθήνα δεν ήταν τόσο βέβαιη για το δίκαιο των θέσεων της στα θέματα του Αιγαίου. Πάνω απ' όλα όμως, η θέση αυτή πόλωσε ιδιαίτερα το κλίμα, με τη διπλωματική αντιπαράθεση που εγκαινιάστηκε σε όλα τα διεθνή fora και κυρίως με το κλείσιμο, με ελληνική πρωτοβουλία, της ευρωπαϊκής προοπτικής της Τουρκίας που, ειδικά τότε, αποτελούσε φλέγον ζήτημα για την Άγκυρα.

Ωστόσο, η αδιαλλαξία δεν ήταν χρήσιμη μόνο για τον «πατριωτισμό των μπαλκονιών» . Έχει τη σημασία της ως αρχική διαπραγματευτική θέση και αναδεικνύει μια βασική πτυχή των ζητημάτων στο Αιγαίο η οποία τα κάνει να διαφέρουν από το Κυπριακό: στο Αιγαίο η Τουρκία επιδιώκει την αλλαγή. Έτσι η Τουρκία δηλώνει ότι το Κυπριακό δεν υφίσταται ως διαφορά, ενώ η Ελλάδα ότι μόνο εκεί βρίσκεται η διαφορά. Το ακριβώς αντίθετο συμβαίνει βέβαια με το Αιγαίο. Όμως, είτε το θέλουμε είτε όχι, διαφορές υπάρχουν από τη στιγμή που υπάρχει αντικείμενο διαφοράς , ένα σοβαρό ζήτημα στο οποίο η διαφωνία δηλητηριάζει τις ομαλές σχέσεις μεταξύ των δύο χωρών. Πιο πρακτικά, διαφορά υπάρχει εάν ένα από τα δύο μέρη θεωρεί καλώς ή κακώς, ότι υφίσταται διένεξη και επιζητεί αλλαγή της υπάρχουσας κατάστασης που θεωρεί απαράδεκτη ή άδικη.

Η νομική προσέγγιση, που επικράτησε επί των κυβερνήσεων της Νέας Δημοκρατίας στη δεκαετία του 1970 και του 1990 και πιο πρόσφατα επί κυβερνήσεως Σημίτη, πρεσβεύει ότι οι διαφορές στο Αιγαίο είναι νομικής υφής και αφορούν κυρίως το θέμα της υφαλοκρηπίδας. Το σκεπτικό εδώ είναι ότι τα νομικά εργαλεία, δηλαδή το υπάρχον διεθνές δίκαιο και η διαδικασία του Διεθνούς Δικαστηρίου της Χάγης, εξασφαλίζουν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα ελληνικά συμφέροντα και κυριαρχικά δικαιώματα στο Αιγαίο. Αν και τα ελληνικά νομικά επιχειρήματα δεν είναι τόσο αδιάσειστα όσο γενικά θεωρείται, η τοποθέτηση αυτή είναι λογική ως «πρώτη γραμμή άμυνας», εφόσον η χώρα στα θέματα του Αιγαίου τάσσεται υπέρ του υπάρχοντος καθεστώτος(εννοείται και με τις επιπλέον δυνατότητες που τις δίνονται

από το δίκαιο της θάλασσας, δηλαδή τα 12 ναυτικά μίλια αιγιαλίτιδας ζώνης. Την ύπαρξη υφαλοκρηπίδας των νησιών κλπ).

Αξίζει να επισημάνουμε ότι η κυβέρνηση του 1975 κινήθηκε με στόχο τη Χάγη και αρχικά μάλιστα είχε βρει ανταπόκριση από τη μη πολιτική κυβέρνηση της Τουρκίας υπό τον καθηγητή Irmak. Ωστόσο, ο εφήμερος Τούρκος πρωθυπουργός δεν μπόρεσε να προχωρήσει μπροστά στη δριμύτατη κριτική που υπέστη από το σύνολο σχεδόν του πολιτικού κόσμου της Τουρκίας: κατηγορήθηκε ότι ξεπουλάει τη χώρα του, όπως ακούγεται κατά κόρον σε τέτοιες περιπτώσεις και στην Ελλάδα. Τα επόμενα έτη, ο πρωθυπουργός της Ελλάδας Κωνσταντίνος Καραμανλής και ο ομόλογος του της Τουρκίας Σουλεϊμάν Ντεμιρέλ, συμφώνησαν να λύσουν τα ελληνοτουρκικά προβλήματα με ειρηνικό τρόπο και διαπραγματεύσεις, με εξαίρεση την υφαλοκρηπίδα που δέχθηκαν να την παραπέμψουν στη Χάγη. Τώρα ήταν η σειρά του Ντεμιρέλ να υποστεί οξεία κριτική από την αντιπολίτευση, με κύριο πρωταγωνιστή τον Μπουλέντ Ετζεβίτ. Όταν οι προσπάθειες της κυβέρνησης Καραμανλή για παραπομπή στη Χάγη δε στέφθηκαν με επιτυχία έγινε μονομερής προσφυγή από την Ελλάδα, σε μια προσπάθεια να συρθεί εκεί η Τουρκία παρά τη θέληση της. Η Ελλάδα επικαλέσθηκε το Ανακοινωθέν των Βρυξελλών καθώς και μία μάλλον ξεπερασμένη διεθνής συμφωνία, τη Γενική Πράξη της Γενεύης για την Ειρηνική Επίλυση των διαφορών του 1928, στην οποία είχαν προσχωρήσει τότε οι δύο χώρες.

Το Διεθνές Δικαστήριο απέρριψε την αίτηση με το αιτιολογικό ότι δεν διαπίστωνε βούληση για εκδίκαση από την τουρκική πλευρά. Η απόφαση της Χάγης ήταν δικαιολογημένη όχι μόνο νομικά αλλά και ουσιαστικά διότι δε σύρεται κανείς στη Χάγη χωρίς τη θέληση του. Η Αθήνα έμεινε με την παρηγοριά ότι κέρδισε ένα πόντο αφού το δικαστήριο αποφάνθηκε ότι το θέμα ήταν όντως νομικής υφής και θα μπορούσε να επιλυθεί μέσω αυτής της διαδικασίας (αν και αυτό ήταν περιττό, γιατί ο νομικός χαρακτήρας των θεμάτων αυτών είναι γενικά αποδεκτός).

Η κυβέρνηση Καραμανλή έχοντας να αντιμετωπίσει τις πολεμικές ιαχές του Ανδρέα Παπανδρέου, προσέφυγε και στο Συμβούλιο

Ασφαλείας του ΟΗΕ. Η απόφαση του Συμβουλίου Ασφαλείας, ένα μνημείο προσεκτικής και καλοζυγισμένης απόφασης, νομιμοποιεί τόσο τη διαδικασία της διαπραγμάτευσης όσο και τη δικαστική οδό, με αποτέλεσμα να θριαμβολογήσουν και οι δύο πλευρές. Με βάση αυτήν την απόφαση, πάντως, οι δύο πλευρές ξεκίνησαν διάλογο και διαπραγματεύσεις που απ' ότι φαίνεται είχαν οδηγήσει σε ορισμένα απτά θετικά αποτελέσματα. Με άλλα λόγια η κυβέρνηση Καραμανλή δεν απέρριπτε ούτε φοβόταν το διάλογο και τις διαπραγματεύσεις και μάλιστα λίγα χρόνια μετά την εισβολή στην Κύπρο και την κρίση με το Σισμίκ-Χόρα, ήταν όμως προσεκτική, συνετή και χρησιμοποιούσε χαμηλούς τόνους και κινούνταν σε επίπεδο γενικών γραμματέων του Υπουργείου Εξωτερικών.

Η πορεία αυτή ανεκόπη αιφνιδίως με την άνοδο στην εξουσία της κυβέρνησης του Ανδρέα Παπανδρέου, που πάγωσε όλες τις διαδικασίες, χωρίς να καταφέρει βέβαια τίποτα με την ενέργεια αυτή παρά μόνο την τόνωση της εθνικής υπερηφάνειας και την άνοδο της δημοτικότητας του. Στη δεκαετία του 1990 και μέχρι σήμερα η ελληνική πλευρά κινείται με βάση τη γραμμή της δικαστικής επίλυσης του ζητήματος, ενώ η Τουρκία φαίνεται ακόμη πιο αποφασισμένη για την ανάγκη πολιτικής επίλυσης.

1.2. Η υφαλοκρηπίδα

Το ζήτημα της υφαλοκρηπίδας αφορά την οριοθέτηση των εκατέρωθεν κυριαρχικών δικαιωμάτων μεταξύ των δύο παράκτιων χωρών στο Αιγαίο Πέλαγος. Το ζήτημα παραμένει εκκρεμές τουλάχιστον από το 1974 και δεν έχει επιλυθεί με τους καθιερωμένους τρόπους που χρησιμοποιούνται μεταξύ παράκτιων χωρών. Οι διαφορές που αφορούν υφαλοκρηπίδες μεταξύ παράκτιων χωρών επιλύονται και έχουν επιλυθεί οριστικά, με τρεις τρόπους: (α) με διακρατική συμφωνία κατόπιν διαπραγματεύσεων μεταξύ των παράκτιων χωρών που μπορεί σε ένα πρώτο στάδιο να συμπεριλαμβάνει εμπλοκή τρίτου μέρους, δηλαδή μεσολάβηση, συνδιαλλαγή ή καλές υπηρεσίες, (β) με δικαστική απόφαση του Διεθνούς Δικαστηρίου της Χάγης ή διαιτητικού

δικαστηρίου ή (γ) με συνδυασμό των δύο αυτών διαδικασιών, δηλαδή των πολιτικών και δικαστικών μορφών ειρηνικής διευθέτησης των διαφορών.

Το θέμα της υφαλοκρηπίδας εμφανίστηκε ως διένεξη στα μέσα της δεκαετίας του 1970, καθυστερημένα δηλαδή, αν σκεφτεί κανείς ότι η διαφορά προϋπήρχε, αφού δεν είχε επιλυθεί οριστικά με τους τρόπους που αναφέρθηκαν. Κατά την ελληνική άποψη, το θέμα το έθεσε πρώτη η Τουρκία με το ερευνητικό της σκάφος Σισμίκ-1 (Χόρα) το 1976. Κατά την τουρκική άποψη, η υπόθεση ξεκινάει νωρίτερα, με τις έρευνες στις οποίες είχε προβεί η Ελλάδα κατά τις αρχές της δεκαετίας του 1970 σε περιοχές της ανοικτής θάλασσας. Και δεν χωράει αμφιβολία ότι το εναρκτήριο λάκτισμα προέρχεται από την ελληνική χουντική πλευρά. Στη συνέχεια, στα πρώτα χρόνια της μεταπολίτευσης, έγινε αποδεκτό ότι υπάρχει διαφορά, η κύρια στο Αιγαίο, που μπορεί να επιλυθεί με τη διαδικασία και απόφαση του Διεθνούς Δικαστηρίου της Χάγης.

Όσον αφορά το θέμα της επιχειρηματολογίας των δύο πλευρών. Η Ελλάδα υποστηρίζει (α) ότι τα νησιά έχουν υφαλοκρηπίδα με βάση το Διεθνές Δίκαιο, (β) ότι για την οριοθέτηση της η πιο κατάλληλη μέθοδος είναι η μέση γραμμή μεταξύ των ελληνικών νησιών του ανατολικού Αιγαίου και των τουρκικών παραλίων (και όχι δηλαδή μεταξύ των ηπειρωτικών ακτών των δύο χωρών) και (γ) ότι στα θέματα της υφαλοκρηπίδας, όπως και σε άλλα θέματα του δικαίου της θάλασσας όπου η Τουρκία δεν είναι κράτος-μέρος των αντίστοιχων συνθηκών (Σύμβαση Γενεύης για την υφαλοκρηπίδα του 1958 και Σύμβαση για το Δίκαιο της θάλασσας, Μοντέγκο Μπέι του 1982), ισχύουν οι σχετικοί κανόνες ως μέρος του γενικού εθιμικού διεθνούς δικαίου.

Η Τουρκία αντιτείνει ότι το θέμα είναι κυρίως πολιτικό. Όχι γιατί δε διαθέτει νομική πτυχή αλλά επειδή οι υφιστάμενοι κανόνες δε δημιουργούν το κατάλληλο πλαίσιο για να επιλυθεί η διαφορά με δίκαιο τρόπο. Με άλλα λόγια, μια νομική επίλυση θα ήταν σε βάρος μιας δίκαιης λύσης. Αντίθετα, με την οδό των διαπραγματεύσεων θα ληφθούν υπόψη τόσο οι νομικές όσο και οι πολιτικές πτυχές της διαφοράς. Θα ήταν έτσι δυνατό να βρεθεί μια ικανοποιητική λύση και για τις δύο πλευρές που θα συμβάδιζε περισσότερο με τη δικαιοσύνη. Η Τουρκία

χρησιμοποιεί και νομική επιχειρηματολογία, ενώ ειδικά κατά τη δεκαετία του 1970 δε φαινόταν να αποκλείει τελείως τη δικαστική επίλυση. Τα νομικά επιχειρήματα της Τουρκίας συνίστανται στα εξής: (α) τα νησιά του ανατολικού Αιγαίου είναι γεωλογική-φυσική προέκταση της Ανατολίας, αποτελούν εξάρσεις του βυθού πάνω στη φυσική προέκταση του τουρκικού εδάφους και, ως εκ τούτου, δε δικαιούνται υφαλοκρηπίδας, (β) «ειδικές συνθήκες» (special circumstances): τα νησιά του ανατολικού Αιγαίου βρίσκονται τόσο κοντά στα τουρκικά παράλια ώστε δε θα μπορούσε να ισχύσει η μέση γραμμή γιατί αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα η Τουρκία, η ετέρα παράκτια χώρα του Αιγαίου, με μεγάλο «μέτωπο» στη θάλασσα, να βρεθεί με μηδαμινή υφαλοκρηπίδα, κάτι το προδήλως άδικο, (γ) υπό αυτές τις ειδικές συνθήκες η μέση γραμμή, αν εφαρμοσθεί, θα πρέπει να είναι το μέσον μεταξύ των ηπειρωτικών εδαφών Ελλάδας και Τουρκίας, (δ) το Αιγαίο λόγω της διαμόρφωσης του και των νήσων του αποτελεί ημίκλειστη θάλασσα που χρήζει ειδικών ρυθμίσεων και (ε) για την ίδια δεν ισχύουν οι κανόνες που αφορούν υφαλοκρηπίδες, μιας και δεν αποτελεί κράτος-μέρος των σχετικών διεθνών συμβάσεων. Τέλος, η Τουρκία υποστηρίζει ότι, υπό τις συνθήκες αυτές, η εφαρμοστέα διαδικασία πρέπει να βασίζεται στην αρχή της ευθυδικίας, η οποία όχι μόνο προβλέπεται από το Διεθνές Δικαστήριο ως εναλλακτική οδός για την επίλυση διαφορών αλλά έχει επιπλέον χρησιμοποιηθεί σε περιπτώσεις υφαλοκρηπίδων (π.χ. στη χάραξη της υφαλοκρηπίδας της Βόρειας Θάλασσας).

Μια άλλη θεμελιώδης πλευρά του ζητήματος της υφαλοκρηπίδας είναι οι ζωτικές ανάγκες που διακυβεύονται ή πιστεύουν οι δύο χώρες ότι διακυβεύονται και οι συναφείς φόβοι τους. Για την Αθήνα η κύρια ανησυχία είναι ο εγκλωβισμός των νήσων του ανατολικού Αιγαίου από την τουρκική υφαλοκρηπίδα, κάτι που θα σήμαινε μη απρόσκοπτη επικοινωνία και δυσχερή πρόσβαση στα ελληνικά νησιά. Μπορεί βέβαια ο έλεγχος της υφαλοκρηπίδας να μην αποτελεί καθεαυτού κυριαρχία αλλά «κυριαρχικά δικαιώματα», νομικά δηλαδή κάτι λιγότερο, αλλά η διαφορά δεν είναι στην ουσία τόσο μεγάλη ή ευδιάκριτη και πάντως είναι ακατανόητη στους μη νομικούς. Επίσης υπάρχει ο φόβος ότι η τουρκική

υφαλοκρηπίδα μπορεί να αποτελέσει εφελτήριο για «έρπουσα κυριαρχία» της Τουρκίας και επί των νήσων του ανατολικού Αιγαίου ή περιορισμένη ελληνική κυριαρχία, αν όχι *de jure* πάντως *de facto*. Αν μάλιστα δει κανείς τα πράγματα και με βάση την επικρατούσα στην Ελλάδα άποψη ότι πρόκειται για δόλια στρατηγική ενσωμάτωσης των νήσων του ανατολικού Αιγαίου, τότε αντιλαμβάνεται το εύρος των ελληνικών ενδοιασμών για την διαδικασία των διαπραγματεύσεων ή την αποδοχή της αρχής της ευθυδικίας. Αντίθετα, πολύ πιο ασφαλής θεωρείται η δικαστική διαδικασία της Χάγης μετά από συνομολόγηση κατάλληλου συνυποσχετικού, που οπωσδήποτε θα αποκλείει τον εγκλωβισμό των νήσων. Γίνεται βέβαια αντιληπτό από τους Έλληνες νομικούς και διπλωμάτες που γνωρίζουν τα πράγματα ότι δεν μπορεί να υπερισχύσει η Ελλάδα κατά κράτος, μια και η Τουρκία είναι η άλλη παράκτια χώρα με εκτεταμένη ακτογραμμή στο Αιγαίο.

Από την πλευρά της η Άγκυρα δεν μπορεί να ανεχθεί να γίνει στην ουσία το Αιγαίο «ελληνική λίμνη». Γι' αυτό δε δέχεται την υιοθέτηση της μέσης γραμμής μεταξύ των νήσων του ανατολικού Αιγαίου και της τουρκικής ακτής. Στην περίπτωση αυτή η προς διευθέτηση υφαλοκρηπίδα θα ήταν αμελητέα και το Αιγαίο θα γινόταν πράγματι ελληνικό. Αν μάλιστα η αιγιαλίτιδα ζώνη επεκτεινόταν στα δώδεκα ναυτικά μίλια, για την Ελλάδα θα λυνόταν αυτόματα και το θέμα της υφαλοκρηπίδας: η Ελλάδα θα είχε κυριαρχικά δικαιώματα στο 63,9% του συνόλου της υφαλοκρηπίδας του Αιγαίου. Μια τέτοια εξέλιξη είναι προφανές ότι θα αποτελούσε μεγάλο πλήγμα για την Τουρκία, όχι μόνο οικονομικά αλλά και συμβολικά, από πλευράς γοήτρου, κάτι που έχει πολύ μεγάλη σημασία γι' αυτήν.

1.3. Η αιγιαλίτιδα ζώνη

Με βάση τη Συνθήκη της Λοζάννης η έκταση της αιγιαλίτιδας ζώνης (χωρικών υδάτων) στο Αιγαίο Πέλαγος ήταν στα τρία ναυτικά μίλια. Η επέκταση στα έξι ναυτικά μίλια έγινε από την Ελλάδα το 1936, μετά την υπογραφή της Συνθήκης του Μοντρέ, χωρίς να φέρει αντίρρηση η

Τουρκία, η οποία μάλιστα δεν ακολούθησε την Ελλάδα, αλλά προέβη στην επέκταση μετά από τριάντα χρόνια, το 1964.

Το ζήτημα της ελληνοτουρκικής διαφοράς ως προς την αιγιαλίτιδα ζώνη προκύπτει κυρίως από το ενδεχόμενο η Ελλάδα να επεκτείνει τα χωρικά της ύδατα στο Αιγαίο από τα έξι ναυτικά μίλια στα δώδεκα. Πρόκειται για δυνατότητα που της δίδεται σαφώς από τη Σύμβαση για το Δίκαιο της Θάλασσας (1982), που στην περίπτωση αυτή συνιστούσε κωδικοποίηση προϋπάρχοντος διεθνούς εθίμου. Αν δηλαδή η Ελλάδα απεμπολήσει αυτό το δικαίωμα, το θέμα κανονικά δεν θα υφίσταται. Αλλά αυτό δεν έχει συμβεί και η Ελλάδα «επιφυλάσσεται να προχωρήσει, με μονομερή εσωτερική πράξη (όπως έχει το δικαίωμα), στη διεύρυνση, όταν κρίνει τη στιγμή κατάλληλη».

Πέρα από αυτήν τη δυνητική νομικά διαφορά, που είναι από τις πιο σοβαρές στο Αιγαίο, υπάρχει και η εκκρεμότητα της μη ύπαρξης ή μη οριοθέτησης των θαλάσσιων συνόρων των δύο χωρών από τον Έβρο ως το Καστελόριζο και κυρίως στο βόρειο μέρος, από τις εκβολές του Έβρου ως τη Σάμο-Ικαρία. Η περιοχή των Δωδεκανήσων είναι σχετικά πιο σαφώς οροθετημένη με διακρατικές συμφωνίες μεταξύ Ιταλίας και Τουρκίας το 1932. Το ζήτημα περιπλέκεται και από το γεγονός ότι η Αθήνα ακολουθεί τη μέθοδο της χάραξης των χωρικών υδάτων με βάση τη φυσική ακτογραμμή και μόνο σε ότι αφορά τους κόλπους ακολουθεί τις ευθείες γραμμές, αλλά μόνο ως το εύρος των δέκα ναυτικών μιλίων. Αντίθετα, η Τουρκία ακολουθεί τις ευθείες γραμμές και όχι τη φυσική ακτογραμμή και στους κόλπους το εύρος φτάνει τα εικοσιτέσσερα ναυτικά μίλια.

Τι θα σήμαινε όμως η διεύρυνση; Με την επέκταση στα δώδεκα ναυτικά μίλια, η Ελλάδα σχεδόν θα διπλασίαζε την κυριαρχία της στα ύδατα του Αιγαίου: από το 35% σήμερα (με τα έξι ναυτικά μίλια) θα έφτανε στο 63,9%. Για την Τουρκία η αντίστοιχη αύξηση, με την επέκταση στα δώδεκα μίλια, θα ήταν μηδαμινή, από το 8,8% στο 10% των υδάτων. Επίσης, με την διεύρυνση, η ανοικτή θάλασσα στο Αιγαίο θα περιοριζόταν από το 56% μόλις στο 26,1%. Το Αιγαίο θα καθίστατο σχεδόν κλειστή ελληνική θάλασσα αφού θα υπήρχε αδιατάραχη

συνέχεια χωρικών υδάτων από το Σούνιο ως τα Δωδεκάνησα και την Κρήτη. Η Τουρκία θα είχε μόνο δύο στενά ανοίγματα προς την ανοικτή θάλασσα, μεταξύ Λέσβου και Χίου και Χίου και Σάμου, τα οποία όμως θα της επέτρεπαν μόνο μια σύντομη διέλευση γιατί, στη συνέχεια, θα βρισκόταν στην ανάγκη να περάσει και πάλι από ελληνικά χωρικά ύδατα αν ήθελε να πλεύσει προς τη Μεσόγειο ή στο Μαρμαρά. Ο μόνος τρόπος για να φτάσει στα Στενά θα ήταν να πάει ακτή-ακτή με διάφορες στροφές ως τον προορισμό της αντί της συντομότερης ευθείας γραμμής. Θα έπρεπε δηλαδή η Τουρκία σε όλες τις περιπτώσεις να διέρχεται υπό καθεστώς αβλαβούς διέλευσης.

Οι συνέπειες αυτές έχουν οδηγήσει την Τουρκία στο να δηλώσει ότι η τυχόν επέκταση είναι ανεπίτρεπτη καθώς η μία παράκτια χώρα θα εγκλώβιζε συνολικά την άλλη. Ο δε περιορισμός της ελευθερίας των θαλασσών δεν πλήττει μόνο την ίδια αλλά και τη διεθνή ναυσιπλοΐα (πράγμα, σημειωτέον, που όντως ισχύει). Υποστηρίζεται επίσης ότι χρειάζεται τουλάχιστον αυτές τις τρεις διεξόδους στην ανοικτή θάλασσα που μέχρι σήμερα διαθέτει, τόσο για προφανείς εμπορικούς και οικονομικούς λόγους, όσο και για λόγους αμυντικούς. Η Τουρκία προβάλλει και άλλα επιχειρήματα, που την εποχή του Ψυχρού Πολέμου δεν φαινόταν και τόσο εξωπραγματικά. Για παράδειγμα, τη θα συνέβαινε αν η Ελλάδα γινόταν εχθρική χώρα, μέλος εχθρικού συνασπισμού (που παραλίγο να συμβεί το 1946-48) ή την κατακτούσε μια άλλη προφανώς επιθετική χώρα όπως το 1941; Όσο για την αρχική επέκταση από τα τρία στα έξι μίλια στην οποία προέβη η Ελλάδα το 1936, η Τουρκία δεν αντέδρασε γιατί κατά την εποχή εκείνη δεν είχε αναπτύξει τις θαλάσσιες και εναέριες συγκοινωνίες της. Η Τουρκία υποστηρίζει επίσης ότι η διεύρυνση στα δώδεκα ναυτικά μίλια δεν είναι υποχρεωτική για τα κράτη, αλλά ένδειξη της *maximum* δυνατής διεύρυνσης που επιτρέπεται και επικαλείται το γεγονός ότι δεν έχει εφαρμοστεί από όλες τις χώρες. Το Αιγαίο ως ημίκλειστη θάλασσα είναι κατεξοχήν ακατάλληλο για εφαρμογή των δώδεκα μιλίων. Και καταλήγει στη θέση ότι η διεύρυνση στα δώδεκα μίλια θα συνιστούσε κατάχρηση δικαιώματος από την πλευρά της Ελλάδας, ενώ επιπλέον δε θα τηρούσαν η διάταξη περί

συνεργασίας των παράκτιων χωρών σε θέματα άσκησης των δικαιωμάτων τους και στην εκπλήρωση των υποχρεώσεων που απορρέουν από το δίκαιο της θάλασσας. Στη νομική αυτή επιχειρηματολογία έχει βέβαια προσθέσει και μία απειλή, το περίφημο *casus belli*, ότι τυχόν επέκταση συνιστά αιτία πολέμου.

Η Ελλάδα υποστηρίζει ότι το δικαίωμα της επέκτασης είναι απόλυτο, μπορεί να εφαρμοστεί με μονομερή εσωτερική πράξη, δεσμεύει δε και την Τουρκία μια και αποτελούσε και πριν από την κωδικοποίηση διεθνές έθιμο. Το νέο δίκαιο της θάλασσας δε μιλάει για εξαιρέσεις και διαφοροποίηση «κατά περίπτωση, ανάλογα με τις συνθήκες που υπάρχουν σε κάθε θάλασσα». Όσο για τις ημίκλειστες θαλάσσιες περιοχές, το δίκαιο της θάλασσας δεν αποδέχεται την καθιέρωση ειδικών καθεστώτων γι' αυτές. Η μόνη σχετική επιταγή είναι η πρόταση συνεργασίας για ορισμένα θέματα σε ότι αφορά τις παράκτιες χώρες. Υποστηρίζεται όμως ότι η διατύπωση είναι συγκριτικά ήπια κι εμφανίζεται περισσότερο ως έκφραση ευχής και όχι ως εγγραφή συγκεκριμένης υποχρέωσης (αναγράφεται *should*, δηλαδή θα πρέπει», αντί του υποχρεωτικού *shall* ή *will* που συνηθίζεται στο συμβατικό δίκαιο), και πάντως η Τουρκία δεν είναι συμβαλλόμενο κράτος στη Σύμβαση του Δικαίου της Θάλασσας του 1982. Χρησιμοποιείται επίσης καμιά φορά και το ατυχές επιχείρημα ότι η Τουρκία έχει επεκτείνει τα χωρικά της ύδατα στη Μαύρη Θάλασσα και στα νότια παράλια της στη Μεσόγειο. Προβάλλεται ακόμη το επιχείρημα ότι η Ελλάδα, ως ναυτική χώρα, ενδιαφέρεται κατεξοχήν για την ελευθερία της ναυσιπλοΐας και θα ήταν για αυτήν αδιανόητο να θέσει όρια στην αβλαβή διέλευση στην περίπτωση που θα επέκτεινε την αιγιαλίτιδα ζώνη της στα δώδεκα μίλια. Τέλος, η Ελλάδα υποστηρίζει ότι δεν έχει μέχρι σήμερα προβεί στην επέκταση για λόγους προαγωγής των φιλικών σχέσεων μεταξύ των δύο κρατών.

Από πλευράς ουσίας πάντως, δε χωράει αμφιβολία ότι μια διεύρυνση θα έθιγε τα συμφέροντα της Τουρκίας κατά τρόπο καιρικό, εγκλωβίζοντας την τελείως. Ως εκ τούτου η Τουρκία θεωρεί ότι το ζήτημα αυτό είναι το σημαντικότερο από τις διαφορές στο Αιγαίο και αποτελεί

την πρώτη της προτεραιότητα στη λίστα των διαφορών. Απ' ότι φαίνεται δε, καμία τουρκική κυβέρνηση δε θα μπορούσε να σηκώσει το βάρος της απώλειας των τριών διαδρομών που διαθέτει τώρα η χώρα στην ανοικτή θάλασσα. Η αβλαβής διέλευση από χωρικά ύδατα ενέχει, σημειωτέον, «δεσμεύσεις για το διερχόμενο πλοίο ή αεροπλάνο, τις οποίες δεν θα είχε, αν ίσχυε η ελευθερία των θαλασσών». Πρέπει, μεταξύ άλλων, η διέλευση να είναι συνεχής, ταχεία και να μη θέτει σε κίνδυνο την ειρήνη, τη δημόσια τάξη και την ασφάλεια της παράκτιας χώρας, πράγμα που σημαίνει ότι δεν επιτρέπονται μια σειρά από ενέργειες όπως η αλιεία, η έρευνα, οι παρεμβολές στις τηλεπικοινωνίες κλπ. Με άλλα λόγια η παράκτια χώρα μπορεί να δημιουργήσει, αν θέλει, προβλήματα στον διερχόμενο σε μια σειρά από θέματα. Επιπλέον, όπως παρατηρεί ο αναλυτής Andrew Wilson, το να έχουν οι Τούρκοι πρόσβαση στα λιμάνια τους μόνο μέσα από ελληνικά χωριά ύδατα είναι «παρακινδυνευμένο» αλλά και «εξευτελιστικό» για μια χώρα που θεωρεί ότι συμμετέχει με τη θέληση της, στο δυτικό και ευρωπαϊκό γίγνεσθαι ως ισότιμο μέλος. Σε κάθε περίπτωση πάντως, το τουρκικό *casus belli* βαραίνει πολύ την ατμόσφαιρα. Όχι μόνο αντιβαίνει προς το θεμελιώδη κανόνα του διεθνούς δικαίου περί μη χρήσης ή απειλής βίας, αλλά επιπλέον θυμίζει «αυτοκρατορική συμπεριφορά παλαιότερων αιώνων». Όσο κι αν θεωρηθεί ρητορική έκφραση, που καταδεικνύει απλώς με τον πιο ξεκάθαρο και ωμό τρόπο το ζωηρό ενδιαφέρον της Τουρκίας για το θέμα αυτό, ή λεονταρισμός για εσωτερική κατανάλωση (στους Τούρκους όπως και στους Έλληνες ή τους Σέρβους οι παλικαρισμοί παραμένουν πολύ δημοφιλείς), το *casus belli* εμφανίζει την Τουρκία ως επιθετική και «μη δυτική» στη συμπεριφορά της. Υπ' αυτή την έννοια πιο πολύ προσφέρει υπηρεσίες στο εθνικιστικό λόμπι της Ελλάδας και της Κύπρου.

Η Αθήνα, από την πλευρά της, είναι εύλογο να μην είναι έτοιμη να απεμπολήσει ένα δικαίωμα που της δίδεται ξεκάθαρα από το διεθνές δίκαιο και μάλιστα να το κάνει μονομερώς, τσάμπα, σε ένδειξη καλής θέλησης, χωρίς τουλάχιστον απτά και άξια λόγου ανταλλάγματα από πλευράς της Άγκυρας. Επιπλέον, το δικαίωμα αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει πολύτιμο χαρτί σε μια συνολικότερη διαπραγμάτευση για το

Αιγαίο, όταν οι σχέσεις πράγματι ομαλοποιηθούν και διαφανούν σοβαρές προοπτικές λύσεων.

1.4. Ο εναέριος χώρος

Για τον εναέριο χώρο ισχύουν σε γενικές γραμμές τα ίδια προβλήματα όπως και με την αιγιαλίτιδα ζώνη. Στην περίπτωση όμως αυτή η Ελλάδα παρουσιάζει το ανορθόδοξο καθεστώς να έχει εναέριο χώρο μεγαλύτερο και όχι τον ίδιο με τα χωρικά της ύδατα. Μάλλον πρόκειται για παγκόσμια πρωτοτυπία. Η διεύρυνση του εναέριου χώρου στα δέκα μίλια (από τα τρία που προέβλεπε η Συνθήκη της Λοζάννης) έλαβε χώρα το 1931 (Νόμος 5017) και είχε γίνει τότε αποδεκτή από την Τουρκία, σε μια εποχή φιλικών σχέσεων μεταξύ των δύο χωρών, όταν η εναέρια κυκλοφορία, πολιτική και στρατιωτική ήταν αμελητέα.

Από το 1975 εμφανίστηκαν οι πρώτες αμφισβητήσεις από πλευράς Τουρκίας που από λεκτικές έγιναν στη συνέχεια και έμπρακτες, με υπερπητήσεις τουρκικών πολεμικών αεροπλάνων στα επιπλέον τέσσερα μίλια, προκειμένου να αμφισβητηθεί και στην πράξη το καθεστώς αυτό. Τα τουρκικά επιχειρήματα βασίζονται στο υπάρχον διεθνές δίκαιο, στη Σύμβαση των Παρισίων για την εναέρια κυκλοφορία του 1919 και στη Σύμβαση του Σικάγου του 1944. Για τον εναέριο χώρο ισχύει και ο εθνικός κανόνας ότι συνιστά το χώρο που υπέρκειται του εδάφους και της αιγιαλίτιδας ζώνης ενός κράτους. Επίσης, η Τουρκία υποστηρίζει ότι η Ελλάδα έχει προβεί σε κατάχρηση δικαιώματος και ότι αυτό το κάνει μάλιστα σε συνδυασμό με τον επιχειρησιακό έλεγχο του Αιγαίου., τον οποίο τον χειρίζεται σαν να της δίνει κυρίαρχο δικαίωμα σε όλο το Αιγαίο.

Η Ελλάδα υπερασπίζεται αυτό το ανορθόδοξο καθεστώς με τρία κυρίως επιχειρήματα. Πρώτον, ότι το καθεστώς είχε γίνει ρητά δεκτό από την Τουρκία το 1931 και δεν είχε ενοχλήσει επί σχεδόν μισό αιώνα. Μεταπολεμικά μάλιστα η Τουρκία επανέλαβε την αποδοχή του καθεστώτος αυτού όταν συμφώνησε να δοθεί ο επιχειρησιακός έλεγχος στην Αθήνα, βεβαιώνοντας μάλιστα τότε ότι δε σκοπεύει να παραβιάσει τα δέκα μίλια του εναέριου χώρου. Δεύτερον, ότι η ανεμπόδιστη αυτή

εφαρμογή επί σχεδόν μισό αιώνα έχει δημιουργήσει ένα είδους τοπικού διεθνούς εθίμου στην περιοχή. Τρίτον, ότι ο εναέριος χώρος συνιστά στην ουσία μια δεύτερη αιγιαλίτιδα ζώνη που δεν ξεπερνάει το όριο των δώδεκα μιλίων, που ισχύει για ορισμένες ανάγκες (αεροπλοΐα και αστυνόμευση). Με βάση το τελευταίο επιχείρημα δηλώνει ότι ίσως η πιο ενδεδειγμένη λύση θα ήταν να επεκταθεί και η λοιπή αιγιαλίτιδα ζώνη από τα έξι στα δέκα μίλια.

Τα ελληνικά επιχειρήματα μπορεί να μην στερούνται ευρηματικότητας, αλλά η έλλειψη αντιστοιχίας εναέριου χώρου και αιγιαλίτιδας ζώνης δεν παύει να μην συμβαδίζει με το διεθνές δίκαιο, που τόσο επικαλείται η Αθήνα σε άλλα θέματα. Επίσης, τα περί κατάχρησης δικαιώματος φαίνεται ότι έχουν κάποια βάση. Από την άλλη, είναι κατανοητό η Ελλάδα να μην μπορεί να απεμπολήσει εύκολα ένα δικαίωμα που απολαμβάνει για μισό αιώνα. Άλλωστε, πως θα δικαιολογούσε στην ευέξαπτη ελληνική κοινή γνώμη τη μείωση της κυριαρχίας της, όσο και αν η αναντιστοιχία αντιβαίνει προς τα διεθνή νομικά κείμενα; Επιπλέον, το θέμα διαθέτει αναμφισβήτητη διαπραγματευτική χρησιμότητα σε ένα ευρύτερο πακέτο λύσεων. Όσο για την Τουρκία, το γεγονός ότι φτάνει στο σημείο να παραβιάζει τον ελληνικό εναέριο χώρο, πράγμα που οδηγεί σε επικίνδυνες πτήσεις-αναχαιτίσεις, μπορεί να αποτελεί δείγμα για το ότι το ζήτημα την πονάει και ότι η Ελλάδα δεν βρίσκεται στο πλαίσιο της διεθνούς νομιμότητας σε αυτό το θέμα. Ωστόσο πρόκειται για άκρως ανησυχητικό και καταδικαστέο, απροκάλυπτο δείγμα εκθροικής συμπεριφοράς.

1.5. Η στρατιωτικοποίηση των νήσων του ανατολικού Αιγαίου

Η στρατιωτικοποίηση των νήσων του ανατολικού Αιγαίου αφορά τρεις κατηγορίες νησιών. Την πρώτη αποτελούν η Λήμνος και η Σαμοθράκη, η δεύτερη περιλαμβάνει τη Λέσβο, τη Χίο, τη Σάμο και την Ικαρία και η τρίτη τα Δωδεκάνησα.

Η Λήμνος και η Σαμοθράκη, μαζί με τις νήσους Ίμβρο, Τένεδο και Λαγούσες που περιήλθαν στην Τουρκία με τη Συνθήκη της Λοζάννης,

προβλεπόταν να παραμείνουν αποστρατικοποιημένες μαζί με την περιοχή των Στενών βάσει του άρθρου 4 της συνθήκης της Λοζάννης για τα Στενά (1923). Στη συνέχεια όμως, με τη Συνθήκη του Μοντρέ (1936), που έλαβε χώρα με τουρκική πρωτοβουλία, σε προσυεννόηση με τη Βρετανία και την Ελλάδα, το καθεστώς αποστρατιωτικοποίησης, που δεν επέτρεπε στην Τουρκία να στρατιωτικοποιήσει τα Στενά, άλλαξε. Η Συνθήκη του Μοντρέ διευκρινίζει ότι αντικαθιστά το σχετικό καθεστώς της προηγούμενης συνθήκης για τα Στενά αλλά αναφέρεται ρητά μόνο στις νήσους υπό τουρκική κυριαρχία. Η μη αναφοράς στις δύο ελληνικούς νήσους έχει οδηγήσει την Τουρκία να αμφισβητήσει το δικαίωμα της Ελλάδας να στρατιωτικοποιήσει τη Λήμνο και τη Σαμοθράκη, θέμα που θέτει από το 1969 και έπειτα.

Δίχως άλλο η έλλειψη μνείας στη Συνθήκη του Μοντρέ αποτέλεσε παράλειψη και σφάλμα της ελληνικής αντιπροσωπείας, για το οποίο ευθύνεται η τότε κυβέρνηση του Ι. Μεταξά. Ωστόσο τα ελληνικά νομικά επιχειρήματα σε αυτή την περίπτωση φαίνονται μάλλον ισχυρά. Η Ελλάδα υποστηρίζει ότι η νέα Συνθήκη αντικατέστησε την προηγούμενη, κάτι το οποίο αναφέρεται ρητά στη Συνθήκη του Μοντρέ. Κανονικά μια μεταγενέστερη συνθήκη για το ίδιο θέμα και από τα ίδια κράτη-μέρη αντικαθιστά από μόνη της την προηγούμενη, με βάση το γενικό νομικό κανόνα *lex posterior derogat priori*. Στις συεννοήσεις που είχαν γίνει πριν από τη διάσκεψη μεταξύ Άγκυρας και Αθήνας, η Τουρκία είχε προφορικά και γραπτά τονίσει την ταυτόχρονη απαλλαγή από το καθεστώς αποστρατιωτικοποίησης τόσο των δικών της όσο και των ελληνικών νήσων. Η σχετική βούληση προκύπτει και από τις δηλώσεις του Έλληνα αντιπροσώπου, καθηγητή Νικολάου Πολίτη, στη διάσκεψη, καθώς και από τις αντίστοιχες δηλώσεις των εκεί Τούρκων ομολόγων του. Η παραδοχή και ερμηνεία αυτή γίνεται ακόμη πιο ισχυρή, αφού, κατά τη διάρκεια της κύρωσης της Συνθήκης του Μοντρέ στη Μεγάλη Τουρκική Εθνοσυνέλευση, ο Τούρκος Υπουργός Εξωτερικών Αράς την αποδέχθηκε ρητά, παρουσία μάλιστα του πρωθυπουργού Ισμέτ Ινονού. Επίσης η ελληνική πλευρά επισημαίνει και ένα ακόμη στοιχείο, ότι σε συνέχεια της υιοθέτησης της Συνθήκης η Ελλάδα προέβη τότε σε

στρατιωτική κατάληψη της νήσου, δηλαδή ενάσκησε αμέσως τα δικαιώματα της χωρίς να υπάρξει τότε αρνητική τουρκική αντίδραση.

Η τουρκική πλευρά αντιτείνει ότι η μη αναφορά, τη στιγμή κατά την οποία υπάρχει αναφορά στα τουρκικά νησιά στο Μοντρέ, υποδηλώνει ότι για τις δύο ελληνικές νήσους συνεχίζει να ισχύει το καθεστώς της Λοζάννης. Επίσης, ότι η Συνθήκη του Μοντρέ έγινε με σκοπό να απαλλαγεί η Τουρκία από δουλείες σε βάρος της ασφάλειας και της κυριαρχίας της και όχι μια συνολική αποστρατιωτικοποίηση. Θεωρεί τη δήλωση του Αράς χωρίς νομική ισχύ, απλώς ως χειρονομία καλής θέλησης προς την Ελλάδα, σε μια εποχή που οι σχέσεις των δύο χωρών ήταν θερμές. Κι ότι πάντως το καθεστώς της επαναστρατιωτικοποίησης ισχύει μόνο εάν οι σχέσεις μεταξύ των δύο χωρών παρέμεναν φιλικές, πράγμα που, ως γνωστόν δε συνέβη, οπότε ισχύει η αρχή *rebus sic stantibus* (τα συμπεφωνημένα ισχύουν μόνο εάν οι συνθήκες δεν έχουν αλλάξει ριζικά). Η Τουρκία φαίνεται ότι επιπλέον έχει την εντύπωση πως τα νησιά δεν στρατιωτικοποιήθηκαν αμέσως μετά τη συνθήκη αλλά στη δεκαετία του 1960, δηλαδή ότι η Ελλάδα δεν άσκησε το όποιο δικαίωμα νόμιζε πως είχε, κάτι που θα έδινε την ευκαιρία στην Τουρκία να της το αρνηθεί τότε. Γίνεται επίσης κατάλληλη χρήση μιας απαντητικής διακοίνωσης της Ελλάδας το 1969, σε σχετική διαμαρτυρία της Τουρκίας, στην οποία αναγράφεται ότι η Ελλάδα δεν παραβαίνει τις υποχρεώσεις περί μη στρατιωτικοποίησης στα νησιά αυτά. Άρα δηλαδή, λέει η Τουρκία, η Ελλάδα θεωρεί ότι έχει τέτοια υποχρέωση.

Σε ότι αφορά τη δεύτερη ομάδα νησιών (Λέσβος, Χίος, Σάμος, Ικαρία), κανονικά ισχύει μέχρι σήμερα το άρθρο 13 της Συνθήκης της Λοζάννης περί μερικής αποστρατιωτικοποίησης. Η Ελλάδα άρχισε να παραβαίνει το άρθρο αυτό στα μέσα της δεκαετίας του 1960, στρατιωτικοποιώντας τα νησιά πέραν των ορίων. Στις σχετικές ωστόσο διαμαρτυρίες της Τουρκίας, το 1969 και το 1970, ισχυριζόταν ότι δεν είχε υπερβεί τα επιτρεπτά όρια, κάτι που φάνηκε να ικανοποιεί την Άγκυρα.

Σε αντίθεση με την προηγούμενη περίπτωση νησιών, η τουρκική θέση φαίνεται εδώ να είναι μάλλον πιο ισχυρή από την ελληνική. Η

ελληνική πλευρά κραδαίνει ένα βασικό επιχείρημα, ότι ασκεί το αναφαίρετο δικαίωμα στην αυτοάμυνα της, με δεδομένη την απειλητική στάση της Τουρκίας, με την εισβολή και κατοχή της Κύπρου, το *casus bellii* επικρέμαται απειλητικό και τη σύσταση της 4^{ης} τουρκικής στρατιάς («Στρατιά του Αιγαίου»), που προφανώς στρέφεται εναντίον της και την απειλεί.

Σε ότι αφορά τα Δωδεκάνησα, οι σχετικές διατάξεις περί αποστρατιωτικοποίησης υπάρχουν στη Συνθήκη των Παρισίων (1947), με την οποία οι δεκατέσσερις (και όχι δώδεκα) νήσοι παραχωρήθηκαν από την ηττημένη Ιταλία στην Ελλάδα. Στη συνθήκη αυτή κράτη-μέρη είναι, εκτός από την Ελλάδα και την Ιταλία, οι κύριοι νικητές του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, αλλά όχι η Τουρκία μια και δεν είχε λάβει μέρος στον πόλεμο. Η ελληνική επιχειρηματολογία, εκτός από τα περί δικαιώματος στην αυτοάμυνα, είναι ότι η συμφωνία δεν περιλαμβάνει την Τουρκία ως ενδιαφερόμενο μέρος. Πρόκειται για περίπτωση *res inter alios acta* (πράξη άλλων που αφορά αυτούς και μόνο), που δε δίνει στην Τουρκία το δικαίωμα να προβάλει αιτιάσεις ή διαμαρτυρίες. Οι υποχρεώσεις απορρέουν μόνο για τους υπογράψαντες. Επιπλέον η Ελλάδα υποστηρίζει ότι πρόκειται για συνθήκη σε βάρος ηττημένου που έγινε στο πλαίσιο της σύγκρουσης Ανατολής-Δύσης, μπροστά στο φόβο η Σοβιετική Ένωση να ζητήσει αγκυροβόλια και στρατιωτική παρουσία στην περιοχή.

1.6. Ο έλεγχος της εναέριας κυκλοφορίας και ο επιχειρησιακός έλεγχος του ΝΑΤΟ

Ο ICAO (Διεθνής Οργανισμός Πολιτικής Αεροπορίας) διακρίνει το σύνολο της υδρογείου σε «περιοχές πληροφοριών πτήσης» (FIR: Flight Information Regions). Στόχος είναι η ασφάλεια των πτήσεων και ο έλεγχος από μια χώρα ενός διεθνούς εναέριου χώρου, χωρίς αυτό να συνιστά άσκηση κυριαρχίας ή δικαίωμα σε ανάλογη επέκταση του εναέριου χώρου της. Πρόκειται μόνο για ζώνες αρμοδιότητας χάριν μιας διεθνούς λειτουργίας, που είναι η ασφάλεια των πτήσεων.

Στο πλαίσιο αυτού του διεθνούς καθεστώτος, στο Κέντρο Έλεγχου των Αθηνών έχει ανατεθεί ο έλεγχος της διεθνούς εναέριας κυκλοφορίας μέχρι το σημείο που συναντάται στα δυτικά με το ιταλικό FIR, στα νότια με τα αντίστοιχα της Λιβύης, της Αιγύπτου και της Κύπρου και στα ανατολικά με το τουρκικό, μεταξύ τουρκικής ακτής στο Αιγαίο και ελληνικών νήσων του ανατολικού Αιγαίου, δηλαδή σχεδόν όλο το Αιγαίο. Η αρμοδιότητα αυτή είχε οριστεί από τον ICAO το 1952 χωρίς αμφισβήτηση από πλευράς της Τουρκίας ή άλλου κράτους. Η Τουρκία άρχισε να αμφισβητεί το καθεστώς αυτό από τον Αύγουστο του 1974, προσπαθώντας να εδραιώσει μέση γραμμή στο Αιγαίο μεταξύ των δύο περιοχών πληροφόρησης πτήσεων, κάτι που οδήγησε στον αποκλεισμό όλων των διεθνών πτήσεων πάνω από το Αιγαίο ως το 1980. Η Τουρκία τελικά δεν πέτυχε την αναθεώρηση του καθεστώτος και οι πτήσεις αποκαταστάθηκαν στα μέσα του 1980. Ωστόσο η διαφορά δεν έχει εκλείψει εντελώς, μια και η Τουρκία δεν έχει αποσύρει το σχετικό αίτημα της για αναθεώρηση προς τον ICAO, ενώ ταυτόχρονα αμφισβητεί το FIR Αθηνών παραβιάζοντας το περιοδικά με τα πολεμικά της αεροσκάφη.

Η Τουρκία ζητάει να εξασφαλίσει τον επιχειρησιακό έλεγχο του μισού Αιγαίου ή, εναλλακτικά, να επιτύχει συνυπευθυνότητα. Το κίνητρο της, πέρα από το να προσθέσει μια κόμη διαφορά στο Αιγαίο για μελλοντική διαπραγμάτευση, φαίνεται να είναι το ότι πιστεύει πως η Ελλάδα, μέσω του επιχειρησιακού της ελέγχου, προσπαθεί να καταστήσει το Αιγαίο ελληνική θάλασσα και ελληνικό εναέριο χώρο. Το σκεπτικό της Τουρκίας στηρίζεται σε αιτιάσεις σε βάρος της Ελλάδας που συνιστούν, κατ' αυτήν, σαφή περίπτωση «κατάχρησης δικαιώματος». Συγκεκριμένα, η Τουρκία κατηγορεί την Ελλάδα ότι αποφασίζει μονομερώς χωρίς να προηγείται συνεννόηση με το τουρκικό FIR, για νέους διεθνείς αεροδιάδρομους, με κριτήριο όχι της πραγματικές ανάγκες της αεροπλοΐας αλλά για να παρεμποδίσει την έξοδο τουρκικών αεροσκαφών. Επίσης την κατηγορεί ότι κλείνει μονομερώς εκτεταμένες περιοχές του διεθνούς εναέριου χώρου για ασκήσεις της ελληνικής πολεμικής αεροπορίας, ότι ορίζει υπερβολικά χαμηλά και πολύ ψηλά το

ελάχιστο και το μέγιστο αντίστοιχα, διαφόρων αεροδιαδρόμων με στόχο να περιορίσει τη χρήση του εναέριου χώρου, κ.α.

Σε ότι αφορά τον επιχειρησιακό, εναέριο κυρίως, έλεγχο του ΝΑΤΟ, η Ελλάδα είχε μέχρι το 1974, μέχρι δηλαδή που αποχώρησε από το στρατιωτικό σκέλος της συμμαχίας (σε ένδειξη διαμαρτυρίας για την τουρκική εισβολή στην Κύπρο), την αρμοδιότητα του ελέγχου των αεροπορικών επιχειρήσεων που λάμβαναν χώρα στο πλαίσιο του ΝΑΤΟ. Με την επιστροφή της Ελλάδας στο στρατιωτικό σκέλος, η Τουρκία δε δέχθηκε το προηγούμενο καθεστώς και το θέμα παραμένει εκκρεμές ως προς τα όρια ευθύνης της αεράμυνας (Ηρακλείδης Α., «Η Ελλάδα και ο εξ Ανατολών κίνδυνος»,2001)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΚΙΑΣ

2.1. Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία της ΕΣΥΕ και τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 2002 η Ελλάδα με 14.179.999 αφίξεις αλλοδαπών ταξιδιωτών στα σύνορα καταλαμβάνει την 15η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών υποδοχής, σημειώνοντας αύξηση +0,87% έναντι του 2001.

Οι αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών το 2002 ήταν μειωμένες κατά -3,72% έναντι του 2001 και αποτέλεσαν το 73,61% του συνόλου των αφίξεων. Επίσης μειωμένες εμφανίστηκαν οι αφίξεις θαλασσίως κατά -1,38%, ενώ οι αφίξεις οδικώς παρουσίασαν αύξηση κατά +16,52%, οφειλόμενη σε μεγάλο βαθμό στους ταξιδιώτες προερχόμενους από την Αλβανία.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΣΥΕ για τις διανυκτερεύσεις στις ξενοδοχειακές μονάδες, το 2001 πραγματοποιήθηκαν

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1. Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα της Ελλάδος ανά μήνα

	ΕΤΟΣ					ΜΕΤΑΒΟΛΗ	
	1998	1999	2000	97/96	98/97	99/98	00/99
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	1.005.719	1.066.084	1.083.222	9,12%	6,22%	6,00%	1,61%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	998.977	1.060.008	1.152.805	0,57%	7,00%	6,11%	8,75%
ΜΑΡΤΙΟΣ	1.273.310	1.448.624	1.482.823	9,56%	-7,04%	13,77%	2,36%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	2.905.546	2.864.693	3.120.457	2,03%	2,95%	-1,41%	8,93%
ΜΑΙΟΣ	6.229.116	6.617.666	6.662.277	12,63%	5,17%	6,24%	0,67%
ΙΟΥΝΙΟΣ	7.530.343	8.342.167	8.363.722	10,46%	6,42%	10,78%	0,26%
ΙΟΥΛΙΟΣ	9.872.757	10.723.835	10.693.171	13,03%	9,66%	8,62%	-0,29%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	11.661.790	11.805.077	12.240.681	13,90%	7,20%	1,23%	3,69%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	8.224.367	8.756.290	8.875.517	11,85%	5,14%	6,47%	1,36%
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	4.640.619	5.234.218	5.296.163	7,44%	4,99%	12,79%	0,67%
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	1.175.950	1.245.219	1.238.787	7,85%	5,62%	5,89%	-0,52%
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	1.030.948	1.093.021	1.120.278	29,91%	-2,35%	6,02%	2,49%
ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ	56.549.442	60.256.902	61.302.903	11,30%	5,97%	6,56%	1,74%

*** Προσωρινά Στοιχεία**

Πηγή: Ε.Ο.Τ.

συνολικά 61.567.209 διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών (αύξηση 0,43% έναντι του 2000). Οι έλληνες εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό μέγεθος της ζήτησης, δεδομένου ότι πραγματοποίησαν 14.983.243 διανυκτερεύσεις, ενώ οι αλλοδαποί 46.636.293.

Οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες κατά το 2002 έφθασαν τα 10.285 εκ. ευρώ, παρουσιάζοντας ελαφρά μείωση κατά -2,8% έναντι του 2001, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος. Με βάση τον σχετικό πίνακα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα κατατάσσεται έτσι στην 10η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων.

Το ενεργό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας το 2003 είναι 628.170 κλίνες σε 330.970 δωμάτια που ανήκουν συνολικά σε 8.550 ξενοδοχειακές μονάδες. Υπάρχουν ακόμη 30.241 θέσεις κατασκήνωσης και 1.005 οικίσκοι σε 352 κάμπινγκς, που μπορούν να φιλοξενήσουν άλλα 93.738 άτομα.

Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα εκτιμάται ότι ανέρχεται περίπου στο 10% της συνολικής απασχόλησης (6,1% άμεση - 3,9 έμμεση).

2.2. Ο ρόλος του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Σήμερα ο τουρισμός αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα για την παγκόσμια οικονομία και ιδιαίτερα για την Ελλάδα, εάν λάβουμε υπ' όψιν μας την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της χώρας, το φυσικό και δομημένο περιβάλλον, καθώς και την μακρά παράδοση πάνω στη φιλοξενία.

Ο τουρισμός για την ελληνική οικονομία εξελίχθηκε σε βασικό παράγοντα εξαγωγών κυρίως μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου μαζί με τον τομέα των μεταφορών. Γι' αυτό τον λόγο, οι επιπτώσεις του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, κοινωνία και στο περιβάλλον, θα πρέπει να θεωρούνται πολύ σημαντικές.

Η σημαντικότητα του τουρισμού για την ελληνική οικονομία φαίνεται μέσα από πολλούς οικονομικούς δείκτες. Ενδεικτικά μπορούμε να αναφέρουμε μερικούς από αυτούς. Οι τουριστικές εισπράξεις (5,186 εκ. \$ για το έτος 1998) αντιστοιχούν στο 7% του συνολικού Α.Ε.Π., ενώ καλύπτουν το 29,3% από το ισοζύγιο πληρωμών, καθώς και το 39,8% των εξαγωγών.

Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα εκτιμάται ότι φτάνει στο 10% της συνολικής απασχόλησης στην Ελλάδα, ένα από τα μεγαλύτερα ποσοστά στην Ευρωπαϊκή Ένωση μετά την Ισπανία και την Πορτογαλία.

Ωστόσο, η εξάρτηση της ελληνικής οικονομίας από τον τουρισμό, δείχνει ακριβώς το πόσο ευάλωτη είναι από εξωτερικούς παράγοντες όπως οι διακυμάνσεις της παγκόσμιας τουριστικής ζήτησης και το γεγονός ότι είναι επιτακτική ανάγκη για κατάλληλη οργάνωση και μακροχρόνια αποδοτικότητα του τουριστικού τομέα.

Αυτή ακριβώς η ευπάθεια, μπορεί να ειπωθεί επίσης και στην αποτυχία του ελληνικού τουρισμού να δημιουργήσει δίκτυα συνεργασίας με άλλους παράγοντες της οικονομίας και ιδιαίτερα με τον αγροτικό τομέα και τις μικρές βιοτεχνίες, παράγοντες οι οποίοι συνήθως είναι πολλοί σημαντικοί για την ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών και κυρίως των νησιών (Parpairis D.-Tosun Cevat "Cross-Border Collaboration and Cooperation for a Sustainable Tourism Development: The Case of Greece and Turkey").

2.3. Τουρισμός και Περιφερειακή ανάπτυξη

Η περιφερειακή κατανομή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στο χρόνο και στο χώρο, στο σύνολο της χώρας, δεν μπορεί να θεωρηθεί ως επιτυχής. Αυτό φαίνεται πολύ καθαρά από την κατανομή των διανυκτερεύσεων, ή από την κατανομή των τουριστικών καταλυμάτων.

Σύμφωνα, με το συνολικό αριθμό των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία, από ξένους και εγχώριους τουρίστες το 1998, χαρακτηρίζονται από μια υψηλή συγκέντρωση σε λίγες μόνο περιοχές. Σ' ένα σύνολο διανυκτερεύσεων 60,256,902 σε ξενοδοχεία, το 70% καταγράφηκαν σε 4 μόλις περιοχές (Νησιά του Αιγαίου 30%, Κρήτη 22%, Αττική/ Αθήνα 7% και Ιόνια νησιά 10%), ενώ 8 άλλες περιοχές κατέλαβαν το υπόλοιπο 30%.

Παρόμοια, η γεωγραφική κατανομή των ξενοδοχειακών κλινών χαρακτηρίζεται από ένα υψηλό δείκτη συγκέντρωσης σε μερικές μόνο περιοχές. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του έτους 1998, σχεδόν το 60% των κλινών εντοπίζονται σε τρεις (3) μόνο περιοχές (Κρήτη 19,71%, Νότιο Αιγαίο 17,80% και Αθήνα 13,33%), ενώ οι περισσότερες τουριστικές περιοχές κυμαίνονται στο ποσοστό κάτω του 5% και μόνο τέσσερις (4) περιοχές μεταξύ του 9% και 6%.

Ανάλογα, με την υπάρχουσα κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας κατά περιοχή, καθώς και τα προβλήματα της εποχικότητας, της προσπελασιμότητας και της μείωσης του αριθμού των ξένων τουριστών, η ανάγκη να επιτευχθεί μια καλύτερη κατανομή στο χρόνο και στον χώρο, καθώς και καλύτερη χρήση του περιβάλλοντος, απαιτεί τη δημιουργία ενός νέου τουριστικού μοντέλου και την υιοθέτηση νέων πολιτικών έτσι ώστε να οδηγήσουν σε μια προοπτική ανάπτυξης.

Οι νέες πολιτικές θα πρέπει να στοχεύουν ακριβώς στο να αναβαθμίσουν το υπάρχον τουριστικό προϊόν, ως προς την ποιότητα, να γίνει καλύτερη κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας προς όφελος των περιοχών αυτών που παρουσιάζουν μικρότερη ένταση και να «χτίσουν» μια νέα στρατηγική-αγοράς έτσι ώστε να μεγιστοποιήσουν τη

ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΚΙΑΣ

χρήση και τα οφέλη της υπάρχουσας αλλά και της νέας υποδομής των τουριστικών καταλυμάτων (Parpairis D.-Tosun Cevat “Cross-Border Collaboration and Cooperation for a Sustainable Tourism Development: The Case of Greece and Turkey”).

2.4. Ο τουρισμός στην Τουρκία

Τα τελευταία δεκαπέντε τουλάχιστον χρόνια έχει γίνει αισθητή μια μείωση του ρυθμού της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας μας. Τα αίτια έχουν αποδοθεί σε ενδογενείς και εξωγενείς του ελληνικού τουρισμού παράγοντες. Μεταξύ των εξωγενών παραγόντων ιδιαίτερη θέση κατέχει ο ανταγωνισμός. Ανταγωνισμός από τους μακρινούς προορισμούς της Ασίας και της Κεντρικής Αμερικής αλλά και από το Μεσογειακό χώρο.

Οι μεσογειακές χώρες, παραδοσιακός προορισμός τουριστών απ' όλο τον κόσμο και ιδιαίτερα από τη Βόρεια Ευρώπη, προσφέρουν πλέον περισσότερες δυνατότητες επιλογών για τους τουρίστες, αφού εκτός των καθιερωμένων προορισμών, Ισπανία, Ελλάδα, Ιταλία, Αίγυπτος, έχουμε τη σχετικά πρόσφατη ανάπτυξη του Μαρόκου, της Τυνησίας και της Τουρκίας.

Πέρα από τον ιδιαίτερο πολιτικό και ιστορικό ανταγωνισμό που υφίσταται μεταξύ Ελλάδος και Τουρκίας, ας δούμε τη συμβαίνει σε τουριστικό επίπεδο.

Αν εξετάσουμε τον ανταγωνισμό με τη βιομηχανική προσέγγιση, τότε ανταγωνιστής θεωρείται ο οποιοσδήποτε παράγει το ίδιο προϊόν και είναι αλήθεια ότι το τουριστικό προϊόν της Τουρκίας παρουσιάζει πάρα πολλές ομοιότητες με τον ελληνικό.

Αν προσεγγίσουμε τον ανταγωνισμό από την πλευρά του μάρκετινγκ, ανταγωνιστής θεωρείται αυτός που είτε απευθύνεται στο ίδιο τμήμα της αγοράς είτε ικανοποιεί παρεμφερείς ανάγκες των καταναλωτών.

Οι ανάγκες για αλλαγή περιβάλλοντος, ξεκούραση, ήλιο, θάλασσα, νέες εμπειρίες, προφανώς καλύπτονται και από τους δύο προορισμούς. Αν σε αυτό προσθέσουμε και τη σχεδόν ίδια χρόνο-απόσταση από τις χώρες-πηγές των τουριστών, τότε είναι προφανές ότι οι ομοιότητες του τουριστικού προϊόντος των δύο χωρών είναι πολλές. Τελευταίο, αλλά πολύ σημαντικό, είναι η ποιοτική υστέρηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και η αντίστοιχα χαμηλή τιμολόγηση του, που έχουν ως

ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΚΙΑΣ

αποτέλεσμα να απευθύνονται και οι δύο χώρες σε τουρίστες με το ίδιο περίπου διαθέσιμο εισόδημα για διακοπές.

2.5. Γεωγραφικές-Τουριστικές Περιοχές-Περιφέρειες

Η Τουρκία διακρίνεται γεωγραφικά σε επτά (7) μεγάλες τουριστικές περιοχές-περιφέρειες, που είναι οι εξής:

1. Θράκη και περιοχή του Μαρμαρά
2. Περιοχή του Αιγαίου
3. Περιοχή της Μεσογείου και Ταύρος
4. Κεντρική Ανατολία (Μ. Ασία)
5. Περιοχή ακτών του Ευξείνου Πόντου
6. Ανατολική Μικρά Ασία (Ανατολία)
7. Νοτιο-ανατολική Μικρά Ασία (Ανατολία)

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2. Αριθμός νόμιμων καταλυμάτων κατά γεωγραφική περιοχή
(31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1997)

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ		ΚΛΙΝΕΣ	
	#	%	#	%
Μαρμαράς	448	23.18	64 051	20.44
Αιγαίο	599	30.99	96 105	30.68
Μεσόγειος	530	27.42	112.125	35.79
Κεντρική Ανατολία	168	8.69	23 561	7.52
Μαύρη Θάλασσα	94	4.86	8 780	2.80
Ανατολική Ανατολία	49	2.53	4 734	1.51
Νοτιοανατολική Ανατολία	45	2.33	3 942	1.26
Σύνολο	1 933	100.00	313 298	100.00

Πηγή: Τουρκικός Οργανισμός Τουρισμού.

Από τις παραπάνω περιφέρειες, αυτές που παρουσιάζουν το κυριότερο ενδιαφέρον από γεωγραφικής και τουριστικής πλευράς, είναι οι τρεις πρώτες αναφερόμενες δυτικές περιοχές, δηλαδή αυτές που βρίσκονται προς τις ακτές της Μεσογείου και όπου δίδεται η μεγαλύτερη σημασία προς τουριστική ανάπτυξη, αλλά υπάρχει και το προσφορότερο έδαφος γι' αυτό. Για τους παραπάνω λόγους, οι περιοχές αυτές είναι και οι κύρια εξεταζόμενες διερευνούμενες από πλευράς τουριστικής ανάπτυξης.

2.6. Ανάλυση Γεωγραφικών Σχημάτων-Τουριστικών Περιοχών / Περιφερειών

2.6.1. Θράκη και περιοχή Μαρμαρά

Είναι η περιοχή της Ευρωπαϊκής Τουρκίας, η Ανατολική Θράκη, η ευρύτερη περιοχή της Κωνσταντινούπολης και περιλαμβάνει τη θάλασσα του Μαρμαρά (Προποντίδα), την περιοχή των Δαρδανελίων (Ελλήσποντος), το Βόσπορο και τις ακτές της Ευρωπαϊκής Τουρκίας που βρέχονται από τον Εύξεινο Πόντο (Μαύρη θάλασσα).

Είναι από τις σημαντικότερες τουριστικές περιοχές της χώρας και πόλος έλξης της τουριστικής ζήτησης, λόγω της ύπαρξης εδώ της Κωνσταντινούπολης και της ευρύτερης περιοχής της, η οποία συγκεντρώνει πλήθος ενδιαφερόντων εκδηλώσεων, οικονομικών δραστηριοτήτων, με πλούσιο ιστορικό και πολιτισμικό παρελθόν και πλήθος τουριστικών αξιοθέατων. Η Κωνσταντινούπολη, πρώην πρωτεύουσα της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας μέχρι το 1923, είναι ουσιαστικά η πόλη, που λόγω και της εξαιρετικής της θέσης και της γειτνίασης της σαν πλησιέστερη πόλη στην Ευρώπη, συγκεντρώνει τα μεγαλύτερα ποσοστά οικονομικών, εμπορικών, μεταφορικών, τραπεζικών δραστηριοτήτων, καθώς και κοινωνικών, πολιτιστικών, συνεδριακών, αθλητικών, κ.λ.π. εκδηλώσεων.



Η ίδια περιφέρεια της Θράκης και του Μαρμαρά περιλαμβάνουν ακόμη:

- Την Ανδριανούπολη
- Την Σιληβρία
- Την Νικομήδεια

- Την Νίκαια Βιθυνίας
- Την Προύσα
- Την Πάνορμο και τα νησιά της θάλασσας του Μαρμαρά
- Το Τσανάκαλε και τη Χερσόνησο της Καλλίπολης
- Την αρχαία Τροία και άλλους τόπους οι οποίοι προσφέρουν αξιόλογα μέρη για να επισκεφτεί κανείς και να διαμείνει.

Οι μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται εδώ είναι ο εμπορικός τουρισμός, ο τουρισμός πόλεων, ο συνεδριακός, ο εκθεσιακός, ο μορφωτικός, ο τουρισμός θερινών διακοπών στα παράλια και όπου υπάρχουν οι ανάλογες υποδομές.

2.6.2. Η Περιοχή του Αιγαίου

Η εν λόγω περιφέρεια καταλαμβάνει τα δυτικά παράλια της Μικράς Ασίας και είναι η καθαυτού τουριστική περιοχή της χώρας, διαθέτοντας πολυάριθμους τόπους θερινού τουρισμού, αλλά και πληθώρα ιστορικών και αρχαιολογικών τόπων και μνημείων.

Αυτή η περιφέρεια μπορεί να διαιρεθεί γεωγραφικά σε 4 επί μέρους περιοχές, οι οποίες είναι:

- α) Οι βόρειες ακτές του Αιγαίου, (Πέργαμος, Αϊβαλί)
- β) Η πόλη της Σμύρνης και η περιφέρεια της, (Φώκαια, Τσεσμές)
- γ) Οι νότιες ακτές γύρω από την Έφεσο, (Κουσάντασι, Αϊδίνιο)
- δ) Τα τουριστικά λιμάνια της Αλικαρνασσού και της Μαρμαρίδος.

Κέντρο της περιοχής είναι η πόλη της Σμύρνης με 2.500.000 περίπου κατοίκους, που έχει καταστεί σε αξιόλογο εμπορικό, βιομηχανικό, εκθεσιακό και τουριστικό κέντρο λόγω κυρίως του λυμένου της. Επίσης σημαντικό τουριστικό λιμάνι, κυρίως για τα κρουαζιερόπλοια είναι το Κουσάντασι.

Καθ' όλο το μήκος των ακτών προς νότο, έχουν γίνει πολυάριθμες ξενοδοχειακές μονάδες, τουριστικές εγκαταστάσεις, τουριστικά χωριά, κ.λ.π. καταλύματα που προσελκύουν κάθε χρόνο μεγάλο αριθμό ξένων αλλά και εγχώριων τουριστών. Μόνο το αρχαιολογικό χώρο της Εφέσου,

υπολογίζεται ότι επισκέπτονται ετησίως περί τα 2 εκατομμύρια ξένοι τουρίστες.

Οι μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται στην εκτεταμένη περιοχή του Αιγαίου, είναι ο τουρισμός θερινών διακοπών και αναψυχής στα παραθεριστικά κέντρα, στις εκτεταμένες παραλίες, ο μορφωτικός-αρχαιολογικός τουρισμός στις ιστορικές πόλεις της περιοχής και ο θαλάσσιος τουρισμός.

Η τουριστική περιφέρεια του Αιγαίου διαθέτει συνολικά 90.000 περίπου κλίνες και οι διανυκτερεύσεις το έτος 1995 ανήλθαν στις 6.400.000, εκ των οποίων το 80% περίπου από ξένους τουρίστες.

2.6.3. Η περιοχή της Μεσογείου θάλασσας και όρων Ταύρου

Η περιφέρεια αυτή περιλαμβάνει τα νότια παράλια της Μικράς Ασίας, δηλαδή απέναντι από τη νήσο Ρόδο και προς τα ανατολικά μέχρι τα σύνορα με τη Συρία (Αλεξανδρέττα-Ισκεντερούν).

Πρόκειται για μια πολύ εκτεταμένη παραλιακή περιοχή στη νότια Ανατολία επί των ακτών της Μεσογείου, η οποία τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί πολύ από τουριστικής πλευράς με επίκεντρο την Αττάλεια και η οποία περιλαμβάνει την «Παραλία Τυρκουάζ», από το θαυμάσιο χρώμα της θάλασσας στην περιοχή. Εδώ υπάρχουν 3 διεθνή αεροδρόμια (Νταλαμάν, Αττάλειας και Αδάνων).

Είναι μια περιοχή η οποία αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς αλλά χωρίς σχεδιασμό, εξ' ου και οι μαζικές νέες κατασκευές, τεράστια ξενοδοχεία διακοπών, χωρίς έλεγχο. Παρ' όλα αυτά είναι μια περιοχή που διαφημίζεται πολύ στο εξωτερικό και συγκεντρώνει πολλές προτιμήσεις για θερινές διακοπές και αναψυχή.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Μεσογειακής ακτής είναι το μεγαλύτερο της Τουρκίας και η περιοχή διαθέτει συνολικά 96.000 κλίνες περίπου, οι διανυκτερεύσεις έφτασαν τα 11.200.000 το 1995, κατέχοντας την πρώτη θέση σε όλη τη χώρα. Εξ' αυτών το 85% περίπου είναι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών.

Οι μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται εδώ είναι ο τουρισμός θερινών διακοπών και αναψυχής στα πολυάριθμα ξενοδοχειακά

συγκροτήματα, παραθεριστικά κέντρα και τουριστικά χωριά της περιοχής, σε συνδυασμό με επισκέψεις σε αρχαιολογικούς τόπους-ιστορικές πόλεις και ο θαλάσσιος τουρισμός.

2.6.4. Η περιοχή της Κεντρικής Μικράς Ασίας

Η περιοχή αυτή είναι το κέντρο της χώρας και εδώ βρίσκεται η πρωτεύουσα Άγκυρα.

Τα κεντρικά υψίπεδα της Ανατολίας προσφέρουν ένα διαφορετικό τοπίο από τις προηγούμενες περιοχές. Υπάρχουν πολλοί ποταμοί, αλμυρές λίμνες και ηφαιστιογενή βουνά. Το κλίμα είναι τυπικά ηπειρωτικό, με θερμά καλοκαίρια και βαρείς χειμώνες.



Εδώ επίσης έχουμε την ύπαρξη προϊστορικών πολιτισμών. Επίσης υπάρχουν αρχαίες ρωμαϊκές πόλεις (Άγκυρα, Καισαρεία, Δορύλαιο), καθώς και βυζαντινές και οθωμανικές (Ικόνιο, Νιγδη, Καισαρεία). Ακόμα στην περιοχή βρίσκονται οι λόφοι και οι κοιλάδες της Καππαδοκίας, με τις φημισμένες μονές και εκκλησίες, τα σπήλαια και τις υπόγειες πόλεις.

Η Κεντρική Ανατολία διαθέτει 22.000 κλίνες περίπου (η 4^η στη χώρα) και σ' αυτήν είχαμε 2.400.000 διανυκτερεύσεις κατά το 1995, οι περισσότερες των οποίων ήταν από εσωτερικούς επισκέπτες (70%).

Οι μορφές τουρισμού που συναντώνται εδώ είναι ο εκδρομικός τουρισμός, ο εμπορικός, ο φυσιολατρικός και ο αρχαιολογικός τουρισμός.

2.6.5. Η περιοχή του Εύξεινου Πόντου και Βόρειες Επαρχίες της Μικράς Ασίας

Η περιοχή αυτή καταλαμβάνει όλη περίπου, την βόρεια ακτογραμμή της χώρας στον Εύξεινο Πόντο, που φτάνει μέχρι τα σύνορα της Γεωργίας και έχει μήκος 1.100 χλμ. Κατά μήκος των ακτών σχηματίζονται πολλές κοιλάδες και λεκάνες και στην περιοχή υπάρχουν πολλές βροχοπτώσεις ειδικά το φθινόπωρο και το χειμώνα και για το λόγο αυτό υπάρχει άφθονη βλάστηση.

Η τουριστική υποδομή της περιοχής είναι σχετικά μικρή, συγκρινόμενη με τις προηγούμενες και τα καταλύματα εδώ διαθέτουν 7.500 κλίνες περίπου. Σύνολο διανυκτερεύσεων 760.000, εκ των οποίων το 85% ημεδαποί.

Οι μορφές τουρισμού που συναντώνται στην περιοχή είναι ο εμπορικός, ο εκδρομικός και ο φυσιολατρικός τουρισμός.

2.6.6. Η περιοχή της Ανατολικής Μικράς Ασίας

Είναι η ανατολικότερη περιοχή της Τουρκίας, με πολύ ορεινά εδάφη, σε συνέχεια των κεντρικών υψιπέδων και με ηφαιστειογενή βουνά (Αραράτ 5.137 μ.). Εδώ βρίσκεται η λίμνη Βαν, η μεγαλύτερη της χώρας σε υψόμετρο 1.648 μ.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό ανέρχεται σε 4.500 κλίνες περίπου και διανυκτερεύσεις το 1995 ήταν 350.000 (80% ημεδαποί).

Μορφές τουρισμού της περιοχής είναι ο ορεινός, ο φυσιολατρικός και ο εξερευνητικός.

2.6.7. Η περιοχή της Νοτιο-ανατολικής Μικράς Ασίας

Είναι η τελευταία περιοχή της χώρας που συνορεύει με την Συρία. Η περιοχή έχει ξηρό κλίμα, με πολύ ζεστά καλοκαίρια. Οι κάτοικοι είναι κυρίως γεωργοί και κτηνοτρόφοι, αλλά η περιοχή εδώ είναι οικονομικά σημαντική για τη χώρα, λόγω της ύπαρξης του πετρελαίου.

ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΚΙΑΣ

Το ξενοδοχειακό δυναμικό ανέρχεται σε 3.300 κλίνες και οι διανυκτερεύσεις το 1995 έφτασαν τις 340.000, που το μεγαλύτερο μέρος τους ήταν από εγχώριους τουρίστες.

2.7. Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Τουρκία

Ένας από τους κύριους παράγοντες της οικονομικής ανάπτυξης της Τουρκίας τα τελευταία 15 χρόνια είναι ο τουρισμός. Τα μεγάλα έργα υποδομής στις μεταφορές και τις επικοινωνίες, έχοντας λάβει τον τουρισμό κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού τους, έχουν δημιουργήσει μια μοντέρνα υποδομή, η οποία σε συνδυασμό με τα έργα ειδικής τουριστικής υποδομής προσπαθεί να ικανοποιήσει τις αυξημένες απαιτήσεις της σύγχρονης τουριστικής ζήτησης.

Το 1995, περίπου 8 εκατομμύρια αλλοδαποί τουρίστες επισκέφτηκαν την Τουρκία δαπανώντας περί τα 5 δις δολάρια. Συγκρίνοντας με το 1985, όπου οι τουρίστες ήταν 2,6 εκατομμύρια και οι συναλλαγματικές εισπράξεις 1,5 δις δολάρια, αντιλαμβάνεται κανείς την ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού στην γείτονα χώρα.

Όμως, τα οικονομικά οφέλη από την τουριστική ανάπτυξη είχαν σημαντικό κόστος. Η σχετική πολιτική σταθερότητα στη δεκαετία του '80 και η αναπτυξιακή οικονομική πολιτική που τη συνόδευσε, βοήθησαν τον τουρισμό. Έμφαση, μαζί με ισχυρά οικονομικά κίνητρα, δόθηκε στην αύξηση της τουριστικής προσφοράς, κύρια των καταλυμάτων. Όμως, η ανάπτυξη αυτή δεν ήταν ελεγχόμενη με αποτέλεσμα την συγκέντρωση των τουριστικών δραστηριοτήτων σε λίγες παραθαλάσσιες περιοχές και την σημαντική επιβάρυνση του περιβάλλοντος.

Αν και τα προβλήματα αυτά έχουν αναγνωρισθεί από την τουρκική κυβέρνηση κι έχουν επισημανθεί από τουρίστες, tour operator, κ.λπ., είναι δύσκολο να αντιστραφούν οι αρνητικές συνέπειες της γρήγορης και ανεξέλεγκτης ανάπτυξης, παρά την πρόθεση της κυβέρνησης για βιώσιμη και περιβαλλοντικά φιλική ανάπτυξη.

Η Τουρκία έχει μια πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά και ήταν ένας παραδοσιακός προορισμός για τους πρωτοπόρους περιηγητές μιας και ήταν και είναι η γέφυρα μεταξύ Ευρώπης και Ασίας. Η μεγάλη γεωγραφική της έκταση και τα 8.372 χλμ. ακτών, σε συνδυασμό με την ποικιλία του κλίματος έδωσαν την πρώτη ώθηση στον τουρισμό που χρονολογείται στην δεκαετία του '60.

ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΚΙΑΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3. Έσοδα από τον Τουρισμό σαν ποσοστό του ΑΕΠ και των
Εξαγωγών, 1985-95

Έτος	Έσοδα (US\$mn)	Έσοδα ΑΕΠ	σαν ποσοστό: εξαγωγών
1985	1482,0	2,8	18,6
1986	1215,0	2,1	16,3
1987	1721,1	2,0	16,9
1988	2335,3	2,6	20,2
1989	2556,5	2,3	22,0
1990	3225,0	2,3	22,0
1991	2654,0	1,8	19,5
1992	3639,0	2,4	24,7
1993	3959,0	2,2	25,7
1994	4321,0	3,3	23,9
1995	4957,0	3,0	22,9

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Τουρκίας

2.8. Ανάλυση ζήτησης

Οι σχετικά πρόσφατες επιτυχίες του τουρκικού τουρισμού χαρακτηρίζονται από τους υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης σε σχέση τόσο με άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Μεταξύ 1991 και 1995, οι αφίξεις αυξήθηκαν με ρυθμό 8,9% κατ' έτος, ενώ η αντίστοιχη αύξηση στις ευρωπαϊκές και παγκόσμιες αυξήσεις ήταν 4,2 και 5,2 αντίστοιχα. Σε ότι αφορά τις εισπράξεις, τα έσοδα της Τουρκίας σημείωσαν μέση ετήσια άνοδο της τάξης του 16,5%, ενώ για την Ευρώπη και τον κόσμο οι αντίστοιχοι ρυθμοί ήταν 8,0 και 8,6%.

Το πρώτο πενταετές αναπτυξιακό πλάνο για την τουρκική οικονομία στις αρχές της δεκαετίας του '60 συμπεριέλαβε τις εισπράξεις από τουρισμό. Ο απολογισμός μιας σειράς αναπτυξιακών σχεδίων μέχρι το 1996, δείχνει ότι ενώ τα αναμενόμενα έσοδα ήταν 33,2 δις δολάρια, το ποσό που τελικά εισπράχθηκε ξεπέρασε τα 35,1 δις δολάρια. Επίτευγμα πραγματικά εντυπωσιακό αν λάβουμε υπόψη μας ότι οι κυβερνητικές προβλέψεις συνήθως υπερεκτιμούν τα οποιαδήποτε έσοδα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.4. Στόχοι προγραμμάτων Τουριστικής Ανάπτυξης και Έσοδα από τον Τουρισμό 1963-95

Σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης	Έσοδα-Στόχος (US\$mn)	Πραγματοποιηθέντα Έσοδα (US\$mn)	Επιτυχία (%)
Πρώτο πενταετές (1963-67)	139,0	55,1	39,6
Δεύτερο πενταετές (1969-72)	422,0	278,9	66,1
Τρίτο πενταετές (1973-77)	669,9	951,5	142,0
Τέταρτο Πενταετές (1978-83)	2418,1	1770,1	73,2
Πέμπτο Πενταετές (1984-89)	3388,2	9329,9	275,4
Έκτο Πενταετές (1990-94)	21702,3	17798,0	82,0
1995	4500,0	4957,0	110,2
Σύνολα	33239,5	35141,5	105,7

Πηγές: Τουρκικό Υπουργείο Οικονομικών (1963-78)

Κεντρική τράπεζα Τουρκίας (1979-95)

Σε ετήσια βάση παρατηρείται μια επιβράδυνση του ρυθμού αύξησης των εισπράξεων κατά τα τελευταία χρόνια. Μεταξύ 1990 και 1995 τα έσοδα αυξήθηκαν 54% (9% σε ετήσια βάση), ενώ την προηγούμενη πενταετία η αύξηση ήταν της τάξης του 118% (17% ετησίως). Αυτό βέβαια μπορεί να θεωρηθεί σαν αναμενόμενο, δεδομένου ότι όσο ωριμάζει ένας τουριστικός προορισμός τόσο μειώνονται οι αρχικοί υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης.

2.8.1. Αφίξεις-Διανυκτερεύσεις

Ο παρακάτω πίνακας δείχνει την ταχεία ανάπτυξη της Τουρκίας σαν διεθνούς τουριστικού προορισμού. Στην δεκαετία 1985-95 ετέθη στόχος για αύξηση των αφίξεων 288% και τελικά επετεύχθη αύξηση περίπου 195%. Αν δεχθούμε ότι η απόκλιση είναι σημαντική, δεν θα πρέπει να παραβλέψουμε ότι στο διάστημα αυτό είχαμε Τσερνομπίλ και Πόλεμο στον Κόλπο. Σε κάθε περίπτωση όμως, η από 2,6 εκατομμύρια τουρίστες το 1985 αύξηση σε 7,7 εκατομμύρια το 1995 είναι καλή επίδοση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.5. Στόχοι αφίξεων και πραγματοποιηθείσες αφίξεις, 1985-95.

Έτος	Στόχοι αφίξεων (‘000)	Πραγματοποιηθείσες αφίξεις (‘000)	Επιτυχία (%)
1985	2,000,0	2,614,9	130,7
1986	2,800,0	2,391,1	85,4
1987	2,800,0	2,885,5	103,1
1988	3,000,0	4,172,7	139,1
1989	4,600,0	4,459,2	96,9
1990	5,100,0	5,389,3	105,7
1991	4,260,0	5,517,9	119,4
1992	7,500,0	7,076,6	94,4
1993	7,000,0	6,500,6	92,9
1994	8,000,0	6,670,6	83,4
1995	7,750,0	7,726,9	99,7

Πηγή: Τουρκικό Υπουργείο Τουρισμού

Αν διαιρέσουμε τον πίνακα σε δύο περιόδους, παρατηρούμε ότι ο ρυθμός αύξησης των αφίξεων μεταξύ 1990 και 1995 είναι 43%, σημαντικά μικρότερος από το 106% της περιόδου 1985-90. Επίσης από 1992 και έπειτα οι αφίξεις υπολείπονται σημαντικά των στόχων. Το γεγονός αυτό δημιουργεί ερωτηματικά για το αν μπορεί η Τουρκία να διατηρήσει τους ρυθμούς ανάπτυξης που είχε στο τέλος της δεκαετίας του '80 και παράλληλα ωθεί την κυβέρνηση να προσανατολίζεται στην ποιοτική ανάπτυξη του τουρισμού και σε μορφές τουρισμού με μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία.

2.8.2. Ανάλυση προσφοράς καταλυμάτων

Το 1995 η Τουρκία είχε 1793 μονάδες με 293.000 κλίνες καταγεγραμμένες επίσημα κα με άδεια του Υπουργείου Τουρισμού. Στην πενταετία 1990-95, ο αριθμός των νόμιμων καταλυμάτων αυξήθηκε περίπου 42%, των δε κλινών κατά 65%. Παράλληλα το μέσο μέγεθος των καταλυμάτων αυξήθηκε από 137 σε 160 κλίνες ανά μονάδα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.6. Νόμιμα καταλύματα και κλίνες, 1990-95

Έτος	Αριθμός καταλυμάτων	% διαφορά από προηγούμενο έτος	Κλίνες	% διαφορά από προηγούμενο έτος
1990	1.260	-	173.227	-
1991	1.404	11,4	200.678	15,8
1992	1.498	6,7	219.940	9,6
1993	1.581	5,5	235.238	7,0
1994	1.728	9,3	265.136	12,7
1995	1.793	3,8	286.463	8,0

Πηγή: Στατιστικό Δελτίο Καταλυμάτων, Υπουργείο Τουρισμού

Μεταξύ 1990 και 1995, στο γενικό σύνολο παρατηρείται μια σημαντική αύξηση των ξενοδοχείων 5 και 4 αστέρων της τάξεως του 126% και 100% αντίστοιχα.

Οι τάσεις αυτές δείχνουν την πολιτική της Κυβέρνησης να ενισχύσει την ανάπτυξη ποιοτικών καταλυμάτων, προσδοκώντας να προσελκύσει τουρίστες υψηλότερης εισοδηματικής στάθμης. Το 1995,

περισσότερο από το 47% των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών πραγματοποιήθηκε σε ξενοδοχεία 5 και 4 αστέρων, έναντι ποσοστού 37% το 1993.

Εκτός από τα καταλύματα που λειτουργούν με άδεια του Υπουργείου Τουρισμού, υπάρχουν και άλλα που υπάγονται στην Τοπική Αυτοδιοίκηση. Αυτά είναι για το 1995, 8.403 μονάδες με 356.115 κλίνες. Γεωγραφικά συγκεντρώνονται κατά 75% στις περιοχές του Μαρμαρά, καθώς και στις παραλίες του Αιγαίου και της Μεσογείου, απευθύνονται κύρια στον εσωτερικό τουρισμό μιας και το 85% των διανυκτερεύσεων πραγματοποιούνται από Τούρκους.

Επίσης θα πρέπει να αναφέρουμε τον σημαντικό τομέα του γιώτινγκ. Οι κρουαζιέρες με τα “Guler” είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς. Το 1994 υπήρχαν επίσημα 144 επίσημες εταιρείες γιώτινγκ, εκμεταλλευόμενες 959 σκάφη που διέθεταν 8.000 κλίνες.

2.8.3. Διάρκεια παραμονής

Η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών στην Τουρκία προφανώς επηρεάζεται από την εποχικότητα του μαζικού τουρισμού και την γεωγραφική περιοχή. Άγγλοι και Σκανδιναβοί παραμένουν περισσότερο, ενώ οι προερχόμενοι από μακρινές χώρες, π.χ. Η.Π.Α., Αυστραλία, Ιαπωνία, κλπ., έχουν σαφώς μικρότερη διάρκεια παραμονής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.7. Μέση διάρκεια παραμονής σε νόμιμα καταλύματα, 1995

Χώρα προέλευσης	Διάρκεια παραμονής (σε ημέρες)	Χώρα προέλευσης	Διάρκεια παραμονής (σε ημέρες)
Αυστραλία	2,84	Κουβέιτ	5,97
Αυστρία	3,34	Λίβανος	2,87
Βέλγιο	3,33	Λιβύη	3,94
Βουλγαρία	2,62	Πακιστάν	3,18
Καναδάς	3,23	Πολωνία	6,08
Ρωσία	2,68	Ρουμανία	3,46
Αίγυπτος	3,01	Σαουδική Αραβία	3,65
Γαλλία	3,01	Σκανδιναβία	7,65
Γερμανία	2,36	Ισπανία	1,88
Ελλάδα	3,43	Ελβετία	4,18
Ουγκαρία	1,86	Συρία	2,39
Ιράν	2,31	Αγγλία	8,22
Ιράκ	3,37	Η.Π.Α.	3,27
Ιταλία	2,12	Σερβία	3,36
Ιαπωνία	3,22	Τουρκία	1,62
Ιορδανία	2,54	Άλλοι	2,44

Πηγή: Στατιστικό Δελτίο Καταλυμάτων, Υπουργείο Τουρισμού

2.9. Δομές Οργάνωσης και Πολιτικής του Τουρισμού

Στην Τουρκία οι αντικειμενικοί στόχοι της πολιτικής του τουρισμού καθορίζονται από πενταετή προγράμματα-σχέδια (πλάνα) το τελευταίο των οποίων, το 7^ο κατά σειρά, είναι αυτό των ετών 1995-1999.

Στην Τουρκία υπάρχει από το 1965 Υπουργείο Τουρισμού και το 1982 κατατέθηκε ο πρώτος νόμος που αφορούσε αποκλειστικά τον τουρισμό με τα σχετικά αναπτυξιακά σχέδια. (Νόμος περί ενθάρρυνσης/ ενίσχυσης του τουρισμού-Tourism Encouragement Law of 1982).

Τα σχέδια αυτά έδιναν έμφαση στην ποσοτική τουριστική ανάπτυξη, τόσο στο επίπεδο της προσφοράς όσο και στο επίπεδο της ζήτησης και ήταν περισσότερο αποτέλεσμα της ανάγκης για συνάλλαγμα, παρά αποτέλεσμα ρεαλιστικού σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης.

Ο βασικός στόχος αυτών των σχεδίων ήταν να διευκολύνουν την πραγματοποίηση επενδύσεων, μέσω της διάθεσης τουριστικών πλουτοπαραγωγικών πηγών, με παράλληλη και κατάλληλη παροχή κινήτρων.

Τα μέτρα τα οποία υποστήριζαν αυτή την πολιτική μπορούν να συνοψισθούν στα εξής:

- α) επενδυτικά κίνητρα και φορολογικές ελαφρύνσεις προς ενθάρρυνση του ιδιωτικού τομέα,
- β) διευκολύνσεις εισροής ξένου κεφαλαίου και επαναπατρισμού κερδών,
- γ) μειωμένες τιμές πρώτων υλών,
- δ) μειωμένη φορολογία για εισαγόμενα υλικά και εξοπλισμό τουριστικών επιχειρήσεων,
- ε) δημιουργία υποδομής, περιλαμβανομένων των μεταφορών,
- στ) επαγγελματική κατάρτιση,
- ζ) διάθεση κρατικών εκτάσεων για τουριστική ανάπτυξη,
- η) χαλαροί περιορισμοί στην απασχόληση αλλοδαπών από ξένες εταιρείες,

θ) προστασία της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς της Τουρκίας, εξασφαλίζοντας «υγιή» τουριστική ανάπτυξη με βάση τις αρχές της περιβαλλοντικής προστασίας,

ι) ελκυστικά πιστωτικά μέτρα.

Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι η πολιτική αυτού του είδους, βοήθησε σημαντικά την Τουρκία στο να επιτύχει αξιοσημείωτη αύξηση, τόσο στη ζήτηση, όσο και στην προσφορά τουριστικών υπηρεσιών. Όμως, σχετικά πρόσφατα αναγνωρίστηκε από πλευράς κυβερνήσεως, ότι η έμφαση που δόθηκε στα γρήγορα συναλλαγματικά έσοδα, είχε αναπόφευκτα και αρνητικές επιπτώσεις.

Το 1989, το Υπουργείο Τουρισμού, έθεσε σε εφαρμογή το Σχέδιο Διεύθυνσης Τουριστικών υποδομών των Ακτών της Μεσογείου και του Αιγαίου (The Mediteranean and Aegean Costline Tourism Infrastructure Management Project – ΑΤΑΚ), έτσι ώστε να καθοριστούν οι ελλείψεις των συστημάτων στην περιβαλλοντική προστασία, όπως παροχή νερού, δίκτυο αποχέτευσης, αποκατάσταση αποβλήτων και να εκτιμηθούν με ακρίβεια οι μελλοντικές ανάγκες αυτών των περιοχών.

Οι εγκαταστάσεις κατά μήκος των ακτών, οργανώθηκαν σε 25 ομάδες και ετοιμάστηκε ένα προκαταρκτικό πραγματοποιήσιμο κεντρικό σχέδιο για κάθε ομάδα. Η κατασκευή των υποδομών είναι σε συνεργασία του υπουργείου τουρισμού και των τοπικών αυτοδιοικήσεων. Το έργο ξεκίνησε με 10 μέρη/τοποθεσίες υψηλών προτεραιοτήτων που επιλέχθηκαν από τις 25 ομάδες. Το πρώτο βήμα της κατασκευής που άρχισε το 1998, χρηματοδοτήθηκε από την Παγκόσμια Τράπεζα. Προβλέφθηκαν ξένες επενδύσεις σε σχέδια υποδομών, ακολουθώντας το μοντέλο Build – Operate – Transfer. Το σχέδιο είναι να δοθεί προτεραιότητα στον ιδιωτικό τομέα και ιδιαίτερα σε ξένες εταιρείες, φέρνοντας δάνεια από τις αντίστοιχες κυβερνήσεις των εταιρειών αυτών.

Στη δεκαετία του '90 μια νέα πολιτική του αειφόρου τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός ή ο ήπιος τουρισμός, άρχισε να επηρεάζει τις θεωρίες του σχεδιασμού. Η πολιτική αυτή έχει μια σαφή στροφή στην άποψη, ότι η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να έχει μακροπρόθεσμα ένα

περιβαλλοντικό προσανατολισμό, να είναι οικονομικά βιώσιμη και ακόμη κοινωνικά αποδεκτή.

Η ενσωμάτωση αυτών των απόψεων, σχεδιάστηκε για να αναπτύξει την περιβαλλοντική συνείδηση και την διαφοροποίηση του τουρισμού με κάθε έννοια, περιλαμβάνοντας τα ίδια τα τουριστικά προϊόντα και την γνώμη των πελατών, στη βάση όλης της χώρας. Η διαφοροποίηση του τουρισμού θα γίνει μέσω της ανάπτυξης πολλαπλών σχεδίων, όπως ιαματικά κέντρα, γιωτ και κέντρα εξειδικευμένων δραστηριοτήτων.

Με την εφαρμογή του νόμου του 1982, 160 τοποθεσίες ορίστηκαν ως τουριστικά κέντρα. Ορισμένες περιοχές της χώρας και ορισμένα τμήματα της βιομηχανίας χρειάζονται ακόμα συγκεκριμένες επενδύσεις και ανάπτυξη. Η Τουρκία έχει αντιληφθεί ότι η πλήρης ανάπτυξη του τουρισμού εξαρτάται από σύγχρονες υποδομές που να συμβιβάζονται με τις διεθνείς προδιαγραφές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΚΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1. Εισαγωγή

Εξετάζοντας τις διασυνοριακές σχέσεις, μεταξύ γειτονικών χωρών, σε κάθε δραστηριότητα, αλλά κυρίως πάνω στον τουρισμό, μπορεί να ισχυριστεί κάποιος ότι η «φύση» των συνόρων είναι σχεδιασμένη με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να περιορίζει στο ελάχιστο την επαφή μεταξύ των γειτονικών κοινωνιών παρά να τις ενώνει. Αυτό σημαίνει, ότι τα σύνορα είναι με τέτοιο τρόπο ορισμένα ώστε να «ελέγχουν» τη ροή ιδεών, αγαθών, υπηρεσιών και ανθρώπων μεταξύ των χωρών.

Παρ' όλα αυτά, το πρόβλημα που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνίες μας, είναι περισσότερο πολύπλοκο και εξαρτάται ιδιαίτερα από τους διεθνείς οργανισμούς και τις κοινές προσπάθειες μεταξύ των γειτονικών χωρών. Η υποβάθμιση του περιβάλλοντος, η απώλεια της υψηλής βιοποικιλότητας, η καταστροφή ευαίσθητων περιβαλλοντικών πηγών, αποτελούν τα κυριότερα και σημαντικότερα προβλήματα, που γι' αυτό το λόγο, θα πρέπει η παγκόσμια κοινότητα να δημιουργήσει ένα νέο μοντέλο σχέσεων μεταξύ των κρατών, έτσι ώστε να υλοποιηθούν οι κοινές πολιτικές για τη βελτίωση του περιβάλλοντος, πάνω στο οποίο στηρίζεται η ανθρωπότητα και ο τουρισμός μπορεί να παίξει ένα πολύ σημαντικό ρόλο.

Πράγματι, ο τουρισμός εξαρτάται από την ποιότητα του περιβάλλοντος και μακροπρόθεσμα μπορεί να γίνει ο τελικός «χαμένος» εάν δεν πραγματοποιηθούν άμεσες ενέργειες που θα αποσκοπούν στη μείωση της επίδρασης του στη φύση και στους ανθρώπους.

Αυτό συνεπάγεται ότι, ο αειφορικός τουρισμός και οι καλύτερες σχέσεις μεταξύ των γειτονικών χωρών, μπορούν να λειτουργήσουν παράλληλα προσφέροντας καλύτερους τρόπους συνεργασίας πάνω στα πεδία της προστασίας των πηγών του περιβάλλοντος και της προώθησης

των τουριστικών ροών, προς όφελος και των γειτονικών χωρών αλλά και της τουριστικής βιομηχανίας γενικότερα.

Ωστόσο, θα πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι, σε πολλές περιπτώσεις η λειτουργία των διεθνών συνόρων ως εμπόδια μειώνεται ραγδαίως και οι παραμεθόριες περιοχές μετατρέπονται σε περιοχές επικοινωνίας και συνεργασίας διαφορετικών συστημάτων.

Μέσα από αυτό το φάσμα αλλαγών σε συμπεριφορές, πολιτικές, και διεθνείς πρακτικές συνεργασίας, δημιουργούνται προσδοκίες, μέσα από την προσπάθεια για έναν βιώσιμο τουρισμό, για τη δημιουργία ενός πιο θετικού κλίματος μεταξύ των δύο γειτονικών χωρών της Ελλάδος και της Τουρκίας.

Πράγματι, ένα από τα πιο καινοτόμα και ιδιαίτερης σημασίας ζητήματα, με ανεξακρίβωτες δυνατότητες για τις γειτονικές κοινωνίες, είναι η ανάπτυξη του παραμεθορίου τουρισμού.

Αναλόγως, η εξέλιξη αυτού του ζητήματος θα πρέπει να είναι, η αναγνώριση κατά προτεραιότητα των περιοχών κοινής δράσεως, πιθανές περιοχές οι οποίες θα αντιμετωπιστούν ως περιοχές πιλοτικών προγραμμάτων και κοινές δραστηριότητες οι οποίες θα αποσκοπούν στην βήμα προς βήμα προσέγγιση, δημιουργώντας τις ιδανικότερες πολιτικές, περιβαλλοντικές, πολιτιστικές, οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες.

Δεδομένου ότι ο τουρισμός αποτελεί σήμερα τον τομέα με τις μεγαλύτερες αναπτυξιακές προοπτικές για τα νησιά του Αιγαίου και ειδικά λόγω υστέρησης, του Βορείου Αιγαίου, είναι σημαντικό να αναλυθούν πρώτα συνοπτικά οι τάσεις και οι συνθήκες στην περιοχή της Μεσογείου, στο Βόρειο Αιγαίο και στα μικρασιατικά παράλια, πριν παρουσιασθούν συγκεκριμένες προτάσεις για ελληνοτουρκική συνεργασία στην περιοχή.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1. Παρουσίαση κοινών δράσεων Ελλάδας-Τουρκίας στην περιοχή του Ανατολικού Αιγαίου / μικρασιατικών παραλίων (Διασυνοριακή Συνεργασία)

Τομέας	Δράσεις-Ενέργειες
Βασικές υποδομές	Λιμάνια, μαρίνες, πύλες εισόδου-επιτήρηση θαλασσιών συνόρων (παράνομη μετανάστευση, λαθρεμπόριο ναρκωτικών), τελωνειακή συνεργασία, επικοινωνίες.
Ναυτιλία	Σύστημα ασφαλείας στις θάλασσες (σύστημα επέμβασης σε περιπτώσεις ατυχημάτων), εξάλειψη εμποδίων ανάμεσα σε λιμάνια, κ.α.
Αλιεία	Πολιτική συντήρησης των πόρων της περιοχής. Εναρμόνιση κανόνων για ελληνικά και τουρκικά σκάφη. Εμπορία. Έρευνα. Στόχος: «Καθαρό Αιγαίο».
Αγροτικός Τομέας	Εμπορία αγροτικών προϊόντων
Ενίσχυση οικονομικής βάσης	Συνεργασία στον τομέα του Τουρισμού-Πολιτισμού. Διασυνοριακή συνεργασία φορέων στήριξης επιχειρηματικής δράσης, κέντρα προώθησης διασυνοριακού εμπορίου, συνεργασία στην έρευνα και τεχνολογία, επιμελητηριακή συνεργασία
Περιβάλλον, ποιότητα ζωής	Διαχείριση και προστασία του περιβάλλοντος. Θαλάσσια πάρκα. Μείωση ρύπανσης μικρασιατικών παραλίων.
Ανθρώπινο δυναμικό	Κατάρτιση σε δράσεις διασυνοριακού χαρακτήρα, συνεργασία μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και ΟΤΑ.

Πηγή: Καζάκος Πάνος-Λιαργκόβας Παν. «Η ελληνοτουρκική Οικονομική Συνεργασία».

3.2. Ο τουρισμός στο Βορειοανατολικό Αιγαίο

Ο τουρισμός στην περιοχή του Βορειοανατολικού Αιγαίου, πράγματι, δεν μπορούμε να πούμε ότι αποτελεί και το σημαντικότερο οικονομικό παράγοντα. Μπορεί μεν να αυξήθηκε τα τελευταία χρόνια, αλλά μικρή ακόμη έχει σημασία σε εθνικό επίπεδο (3% των συνολικών διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα). Βέβαια, αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία για την οικονομία της περιοχής, η οποία χαρακτηρίζεται από μια υποχώρηση του αγροτικού τομέα και κρίση στον μεταποιητικό. Ο τουρισμός προσφέρει σήμερα στην περιοχή μια από τις λίγες βιώσιμες οικονομικές ευκαιρίες, λόγω των γνωστών πλεονεκτημάτων του.

Όμως δεν πρέπει να παραβλέπουμε τις αδυναμίες, τις οποίες επισημαίνουν όλες οι σοβαρές μελέτες και οι οποίες δεν εξαντλούνται στη φτωχή πολλές φορές, υποδομή. Άλλωστε αυτές είναι συνήθως προϊόν της κακής πολιτικής-διοίκησης του τουρισμού. Οι αδυναμίες περιλαμβάνουν:

- Τον προσανατολισμό σε διακοπές χαμηλής τιμής-ποιότητας,

- Την υποβάθμιση του περιβάλλοντος με αντιαισθητικές κατασκευές στις παραλίες και στους τόπους τουριστικού ενδιαφέροντος,
- Την εξάρτηση από τον «τουρισμό της παραλίας», κυρίως μέσω των Tour Operator της Βόρειας Ευρώπης,
- Τη φτωχή διασύνδεση με ιστορικά, πολιτιστικά και άλλα ενδιαφέροντα,
- Υπανάπτυκτα δίκτυα συνεργασίας ανάμεσα σε πάσης φύσεως επιχειρήσεις,
- Σοβαρές υστερήσεις σε επίπεδο ειδικοτήτων, στάσεων, κ.λ.π.

Ο ανταγωνισμός με τα μικρασιατικά παράλια είναι αναπόφευκτος, αλλά όχι απαραίτητα αρνητικός για τη χώρα μας και τα νησιά της. Γενικά, πρέπει να συνηθίσουμε στην ιδέα ότι ζούμε σ' ένα ανταγωνιστικό διεθνές και ευρωπαϊκό περιβάλλον και ότι με μυωπικά διοικητικά μέτρα δεν κερδίζουμε μακροχρόνια τίποτε. Τα τουριστικά ρεύματα δεν ελέγχονται με τον τρόπο αυτό. Πρέπει συνεπώς να εξετάσουμε σοβαρά τις δυνατότητες «διαφοροποίησης» του τουριστικού μας προϊόντος (στο πλαίσιο μιας ποιοτικά διαφορετικής ανάπτυξης) ως του κυριότερου εργαλείου για την επιτυχή αντιμετώπιση του ανταγωνισμού και την ανάπτυξη της συνεργασίας με την απέναντι πλευρά. Η εναλλακτική λύση είναι να εξομοιωθούν οι τουριστικές δομές και υπηρεσίες, να παράγουμε «το ίδιο πράγμα», μόνο που στην περίπτωση αυτή η απέναντι πλευρά θα το παράγει, λόγω επιπέδου ανάπτυξης, φθηνότερα. Η κατάσταση αυτή θα συνιστά μια μόνιμη πηγή φόβων και ένα ανασχετικό για κάθε σοβαρή συνεργασία παράγοντα.

Στα μικρά όμως νησιά η απότομη και απρογραμματίστη ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να έχει περισσότερες αρνητικές και μερικές φορές καταστρεπτικές επιπτώσεις

- Οδηγώντας σε κατάρρευση άλλες παραδοσιακές οικονομικές δραστηριότητες μέσα από δυσδιάκριτους μηχανισμούς,
- Μετασχηματίζοντας τον οικιστικό χώρο με τρόπο που εξαλείφει τη φυσιογνωμία, που διατηρήθηκε για χιλιετηρίδες, μέσα σε λίγες δεκαετίες και μαζί της συγκριτικά πλεονεκτήματα,

- Επιφέροντας έκρηξη των τιμών της γης, πράγμα που σε συνδυασμό με την πολυδιάσπαση της ιδιοκτησίας της γης και το νομικό καθεστώς, γίνεται στη συνέχεια εμπόδιο για οποιονδήποτε γενικότερο σχεδιασμό,
- Κάνοντας ολόκληρες παραλιακές εκτάσεις να κορεσθούν,
- Προκαλώντας ρύπανση του περιβάλλοντος με τη συσσώρευση ξενοδοχειακών συγκροτημάτων, εμφάνιση νέων μορφών θορύβου και ποιοτική υποβάθμιση του τρόπου ζωής των επισκεπτών, αυξάνοντας τις ανισοροπίες ανάμεσα σε υποδομή (δρόμους, αεροδρόμια, ύδρευση,...)και εμπορευματικές υπηρεσίες.

Τυπικό παράδειγμα αποτελεί η Ρόδος, η οποία για όλους αυτούς τους λόγους δικαιολογημένα φοβάται τον τουρκικό ανταγωνισμό και στην οποία συχνά οι φορείς αντιδρούν σπασμωδικά σε κάθε προσπάθεια εξομάλυνσης της συνεργασίας με τα Μικρασιατικά παράλια.

Τα νησιά του Βορείου Αιγαίου βρίσκονται σε συγκριτικά καλύτερη κατάσταση, ακριβώς γιατί ακόμη δεν έχουν ισοπεδωθεί από τον τουρισμό και υφίστανται σε πολύ μικρότερο βαθμό τις αρνητικές παρενέργειες του συνήθους μοντέλου. Υπάρχουν τεράστια περιθώρια μιας ολοκληρωμένης νησιωτικής διοίκησης, η οποία θα έδινε στην οικονομία τους συμπληρωματικό χαρακτήρα και η οποία κατά συνέπεια θα έδινε στα νησιά αυτά σοβαρά συγκριτικά πλεονεκτήματα και θα διευκόλυνε την ελληνοτουρκική συνεργασία.

Η τάση στην μικρασιατική ακτή είναι να δημιουργηθούν κλειστά τουριστικά κέντρα, που συχνά προσφέρουν πλήρη κλίμακα υπηρεσιών στον επισκέπτη («all-round entertainment»), αποκόπτοντας αυτόν και τις μονάδες από τον περίγυρο. Τέτοια κέντρα έρχονται σε αντίθεση με την έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, χαρακτηρίζονται από μεγάλες διακυμάνσεις και πάντως ικανοποιούν άλλου είδους ανάγκες ενός μέρους της τουριστικής ζήτησης από αυτές που ικανοποιεί μια ισορροπημένη ανάπτυξη, στην οποία τουρισμός και λοιπές δραστηριότητες της κοινωνίας δεν είναι ερμητικά διαχωρισμένες, ενώ κυριαρχεί η μικρομεσαία κλίμακα.

Ο μεγάλης κλίμακας και χαμηλού κόστους τουρισμός μπορεί να προσιδιάζει σε ηπειρωτικές περιοχές, αλλά δεν είναι κατάλληλος για τα μικρά νησιά. Τα τελευταία, οφείλουν να ανταγωνίζονται όχι με βάση το χαμηλό κόστος, αλλά την υψηλή ποιότητα και την «ιδιαιτερότητα» του προϊόντος, το οποίο από τη φύση τους προσφέρουν. Το επιχείρημα που προβάλλουμε εδώ συνοψίζεται σε πρόσφατη μελέτη ως εξής:

«Δεδομένου ότι βασικά χαρακτηριστικά των νησιών είναι η μικρή κλίμακα και η απομόνωση, θεωρείται ανεδαφικό να προσπαθήσουν τα νησιά να ανταγωνιστούν τις ηπειρωτικές περιφέρειες εκεί που οι τελευταίες έχουν το σημαντικότερο πλεονέκτημα, δηλαδή την παραγωγή σε μεγάλη κλίμακα και με χαμηλό κόστος εκμεταλλευόμενες τις οικονομίες κλίμακας και τις εξωτερικές οικονομίες που μπορούν να επιτύχουν. Αντίθετα, ο συνδυασμός μονάδων μεσαίας και μικρής κλίμακας με χρήση σύγχρονης και ευέλικτης τεχνολογίας, η εξειδίκευση σε προϊόντα υψηλής ποιότητας που διακρίνονται για την μοναδικότητα τους (εκμετάλλευση των ιδιαιτεροτήτων των νησιών και του γεγονότος ότι τα «νησιωτικά» αλλά και γενικότερα τα «περιφερειακά» προϊόντα περικλείουν το πολιτιστικό στοιχείο και επικαλούνται μια ποιότητα ζωής) και απευθύνονται σε απαιτητικά τμήματα της αγοράς, με προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας και ανελαστικής ζήτησης, μπορούν να αντισταθμίσουν το μειονέκτημα του αναπόφευκτου υψηλού κόστους».

Με βάση τα προηγούμενα, θα έπρεπε λογικά να επιδιωχθεί με κάθε μέσο και με κινητοποίηση των τοπικών δυνάμεων, χωρίς τις οποίες δεν γίνεται τίποτε, η (περαιτέρω) διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με:

- Την ανάπτυξη των αγροτουριστικών δραστηριοτήτων, μέσω των οποίων μπορεί να συνδεθεί καλύτερα η νησιωτική ενδοχώρα με τα παράλια της,
- Την παροχή περισσότερου πολιτισμού (εκδηλώσεις, κ.λπ.),
- Την ενθάρρυνση και αύξηση των δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου (αθλητισμού, κ.λπ.), πράγμα που περιλαμβάνει και το άνοιγμα προς τη Μικρά Ασία,

- Τη δημιουργία υποδομής για εξειδικευμένες υπηρεσίες υψηλής ποιότητας (τηλεργασία, μαρίνες, τουρισμός γιοι, ιαματικά λουτρά, κ.λπ.).

Το πιο σημαντικό είναι η δημιουργία ενός καλού και διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος που θα επιφέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη (Καζάκος Π.-Λιαργκόβας Π., «Η ελληνοτουρκική οικονομική συνεργασία», σελ. 206)

3.3. Ο τουρισμός στα μικρασιατικά παράλια

Στα μικρασιατικά παράλια λειτουργούν ή βρίσκονται υπό κατασκευή οι περισσότερες (σε σύγκριση με άλλες περιοχές της Τουρκίας) τουριστικές μονάδες της γειτονικής χώρας. Αυτό είναι φυσικό, με δεδομένους τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της περιοχής. Ειδικότερα σύμφωνα με τα στοιχεία από την Κωνσταντινούπολη, έως τον Ιούλιο του 1996, στην Τουρκία λειτουργούσαν μονάδες με 128.668 δωμάτια δυναμικότητας 266.637 κλινών. Από αυτές οι περισσότερες λειτουργούν

- στα μικρασιατικά παράλια 539 με 39.950 δωμάτια δυναμικότητας 83.124 κλινών και
- στην περιοχή της Μεσογείου με 448 μονάδες που έχουν 41.936 δωμάτια δυναμικότητας 88.873 κλινών. Επίσης, βρίσκονται υπό κατασκευή 1.550 τουριστικές εγκαταστάσεις με 113.595 δωμάτια δυναμικότητας 238.387 κλινών, εκ των οποίων πάλι οι περισσότερες είναι στα μικρασιατικά παράλια. Θα πρέπει λοιπόν να ληφθεί σοβαρά υπ' όψιν από την τουριστική ηγεσία της χώρας μας ότι η μεγαλύτερη έξαρση στις υπό κατασκευή μονάδες στην Τουρκία παρατηρείται στα μικρασιατικά παράλια.

ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΚΙΑΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2. Τουριστικές εγκαταστάσεις κατά περιοχή Τουρκίας

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΑΡ. ΕΓΚ/ΣΕΩΝ	ΑΡ. ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡ. ΚΛΙΝΩΝ
ΜΑΡΜΑΡΑΣ	440	29.053	58.665
ΜΙΚΡΑΣΙΑΤΙΚΑ ΠΑΡΑΛΙΑ	539	39.950	83.124
ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ	448	41.936	88.873
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΤΟΥΡΚΙΑ	151	10.378	21.007
Μ. ΘΑΛΑΣΣΑ	76	3.550	6.958
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΤΟΥΡΚΙΑ	43	2.188	4.389
Ν. ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΤΟΥΡΚΙΑ	42	1.812	3.521
ΣΥΝΟΛΟ	1.739	128.668	266.637

ΠΗΓΗ: Ελληνικό Προξενείο Κωνσταντινούπολης

Όμως, σύμφωνα με τα στοιχεία του ελληνικού προξενείου στην Κωνσταντινούπολη, ο τουρκικός τουρισμός αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα, παρά τη διαφορετική εικόνα που προσπαθούν να παρουσιάσουν στο εξωτερικό οι Τούρκοι αρμόδιοι του τουριστικού τομέα και την αύξηση των αφίξεων που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια προς τη γειτονική χώρα.

Η κατάσταση των τουρκικών τουριστικών εγκαταστάσεων δεν είναι καθόλου καλή, αφού δεν υπάρχουν τα απαιτούμενα κονδύλια για τον εκσυγχρονισμό των παλαιών μονάδων όπως και για την ολοκλήρωση των.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3. Υπό κατασκευή τουριστικές εγκαταστάσεις κατά περιοχή Τουρκίας

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΑΡ. ΕΓΚ/ΣΕΩΝ	ΑΡ. ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡ. ΚΛΙΝΩΝ
ΜΑΡΜΑΡΑΣ	200	14.698	30.903
ΜΙΚΡΑΣΙΑΤΙΚΑ ΠΑΡΑΛΙΑ	614	45.532	95.714
ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ	437	36.368	76.863
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΤΟΥΡΚΙΑ	97	6.103	12.586
Μ. ΘΑΛΑΣΣΑ	81	3.891	8.068
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΤΟΥΡΚΙΑ	60	3.194	6.534
Ν. ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΤΟΥΡΚΙΑ	61	3.819	7.719
ΣΥΝΟΛΟ	1.550	113.595	238.387

ΠΗΓΗ: Ελληνική Προξενείο Κωνσταντινούπολης

νέων. Επίσης παρά την αύξηση των ξένων τουριστών στην Τουρκία δεν παρατηρείται σημαντική βελτίωση στα έσοδα. Αυτό οφείλεται κυρίως στο

υψηλό ποσοστό του ΦΠΑ (15%), στη μείωση των τιμών διανυκτέρευσης που έχει ως στόχο την προσέλκυση περισσότερων τουριστών καθώς και στην έλλειψη, πλέον, κρατικών κινήτρων.

Η μεγαλύτερη αύξηση στον αριθμό τουριστικών μονάδων στην Τουρκία παρατηρήθηκε κατά την περίοδο 1985-1989 και οφείλεται κυρίως στο σύστημα κινήτρων που εφαρμόστηκε τότε και περιλάμβανε μεταξύ των άλλων δωρεάν παραχώρηση οικοπέδων, μακροπρόθεσμα χαμηλότοκα δάνεια, φοροαπαλλαγές, κ.α. Τη συγκεκριμένη τετραετία δόθηκαν κίνητρα ύψους 422 εκατομμυρίων δολαρίων που είχαν ως αποτέλεσμα να φτάσουν τα έσοδα από τον τουρισμό στην Τουρκία σε 4 δισεκατομμύρια δολάρια. Το 1989, η τουρκική κυβέρνηση σταμάτησε να δίνει κίνητρα για τις τουριστικές επενδύσεις που πραγματοποιούνται στην παραθαλάσσια λωρίδα μεταξύ Δαρδανελίων και Μερσίνης, με αποτέλεσμα πολλοί επενδυτές να στραφούν στη σύναψη δανείων από το εξωτερικό και κυρίως από την Ιαπωνία. Εξαιτίας της κατακόρυφης υποτίμησης της τουρκικής λίρας, οι Τούρκοι επενδυτές δεν μπόρεσαν να εξοφλήσουν τα χρέη τους και πολλές μονάδες δεν αποπερατώθηκαν. Σήμερα υπολογίζεται ότι απαιτούνται περίπου 7,4-8 δισεκατομμύρια δολάρια, για να τεθούν οι εγκαταστάσεις αυτές σε λειτουργία (Καζάκος Π.-Λιαργκόβας Π., «Η ελληνοτουρκική οικονομική συνεργασία», σελ. 210)

3.4. Αναγκαιότητα και δυνατότητες ελληνοτουρκικής τουριστικής συνεργασίας στην περιοχή του Βορειοανατολικού Αιγαίου και Μικρασιατικών παραλίων

Αυτό που προκύπτει από τα προηγούμενα, είναι ότι η ελληνοτουρκική συνεργασία μπορεί (υπό όρους που αφορούν τόσο την πολιτική όσο και το μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης) να αποφέρει σημαντικά οφέλη στον τουρισμό του Βορειοανατολικού Αιγαίου, εάν λάβουμε υπ' όψιν τα εξής:

1. Η απόσταση από τα μικρασιατικά παράλια είναι μικρή και συνεπώς η τακτική σύνδεση με αυτά θα αποτελούσε στοιχείο για την τουριστική ανάπτυξη.
2. Το κόστος των μεταφορών προς τα νησιά είναι πολύ συχνά 30-40% παραπάνω από ότι στην ηπειρωτική χώρα. Μερικές φορές είναι ακόμη και πάνω από 200%. Για παράδειγμα, το κόστος μεταφοράς ενός τόνου μεταξύ Πειραιώς και Λέσβου, που είναι μια θαλάσσια απόσταση 346 χιλ. είναι πάνω από τρεις φορές το κόστος μεταφοράς ενός τόνου οδικώς.
- 3 Οι μεταφορικές δυσκολίες οφείλονται πολλές φορές σε ελλείψεις του συστήματος επικοινωνιών και άλλης υποδομής.

Χωρίς ιδιαίτερες φιλοδοξίες σε αρχικά στάδια, μπορούμε να προτείνουμε ενέργειες και προγράμματα που

- α. διευκολύνουν τη συνεργασία ανάμεσα σε επιχειρηματίες,
- β. διευρύνουν την τουριστική αγορά αυξάνοντας τους προσφερόμενους τουριστικούς και πολιτιστικούς πόρους,
- γ. αποκαθιστούν ιστορικά μνημεία,
- δ. αναδείχνουν και προβάλλουν παραμελημένες ιστορικές περιόδους,
- ε. συνεπάγονται την έκδοση πληροφοριακού υλικού με δίκτυα διαδρομών μέσω προβαλλομένων μνημείων και τόπων της περιοχής,
- στ. διευκολύνουν την προσέλκυση τουριστών από τις όμορες χώρες,

- ζ. αντιμετωπίζουν επιπτώσεις από τις τουριστικές δραστηριότητες,
- η. προάγουν ειδικές μορφές τουρισμού (π.χ. οικοτουρισμός),
- θ. οδηγούν στην καθίδρυση μονιμότερων δομών (τουριστικών γραφείων για πληροφόρηση, οργάνωση εκθέσεων, κ.λ.π.).

Επισημαίνεται ότι παρόμοιες ενέργειες προβλέπονται σε άλλα προγράμματα περιφερειακής-διασυνοριακής συνεργασίας, στα οποία συμμετέχει η Ελλάδα.

Τέλος, είναι πιθανόν ότι, μέσω της διασυνοριακής συνεργασίας, μπορούν να αξιοποιηθούν καλύτερα από τοπικούς (Πανεπιστήμια) και όχι μακρινούς φορείς διεθνείς πρωτοβουλίες που αφορούν τη Μεσόγειο. Πράγματι, στα πλαίσια των περιβαλλοντικών ρυθμίσεων που εξετάζονται και εφαρμόζονται από τους διεθνείς οργανισμούς (Ο.Η.Ε., Ε.Ε., ΟΕCD) υπό μορφή διαφόρων παρεμβάσεων (πενταετές πρόγραμμα για το περιβάλλον, έρευνες περιβαλλοντικών επιπτώσεων, προστασία περιοχών, κ.λ.π.) η περιοχή της Μεσογείου έχει προτεραιότητα, διότι ο κλειστός θαλάσσιος χώρος αποτελεί αποδέκτη ενός τεράστιου όγκου λυμάτων, το φυσικό περιβάλλον είναι ευαίσθητο και θα επιβαρυνθεί ακόμα περισσότερο από την προοπτική ταχείας αύξησης της τουριστικής ζήτησης.

Οι ιδέες που παρουσιάζονται εδώ αναδεικνύουν απλώς τις ευκαιρίες. Οι τοπικοί φορείς πρέπει να εξετάσουν, αν και κατά πόσον ανταποκρίνονται στα πραγματικά τους συμφέροντα και να τις εξειδικεύσουν ώστε να γίνει το επόμενο βήμα που θα είναι η ένταξη τους σε ευρύτερα προγράμματα. Άλλωστε και στο εθνικό επίπεδο, μεγάλοι τουριστικοί φορείς αναλαμβάνουν τολμηρές πρωτοβουλίες που παρακάμπτουν τις πολιτικές αγκυλώσεις ((Καζάκος Π.-Λιαργκόβας Π., «Η ελληνοτουρκική οικονομική συνεργασία», 213).

3.5. Διασυνοριακή Συνεργασία στη Διοίκηση του Τουριστικού Μάρκετινγκ

Είναι γεγονός ότι στις μέρες μας οι τουριστικοί προορισμοί βρίσκονται κάτω από την πίεση του να πετύχουν, καθώς η εξάπλωση της εμπορευματοποίησης και του καταναλωτισμού δημιούργησαν νέους ανταγωνιστικούς τουριστικούς προορισμούς στην τουριστική αγορά. Αυτό προσθέτει μια ιδιαίτερη έμφαση στα όρια της τουριστικής βιομηχανίας. Παρ' όλο που υπάρχουν ήδη εκατοντάδες τουριστικοί προορισμοί στις χώρες της Μεσογείου, η «δίψα» για επιπλέον και/ή για τα ίδια τουριστικά δολάρια πιέζει τους νέους τουριστικούς προορισμούς να ανοίξουν τις «πόρτες» τους στους τουρίστες και στις πολυεθνικές εταιρείες συμπεριλαμβανομένων και των Διεθνών Tour Operator. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, μιας πολύ ανταγωνιστικής αγοράς, η στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να έχει ως γνώμονα το περιβάλλον, καθώς επίσης θα πρέπει να λειτουργεί με τέτοιο τρόπο ώστε να οδηγεί ταυτόχρονα στην καινοτομία και την αποδοτικότητα. Το επιθυμητό είναι αυτή η αειφορική διαφοροποίηση καθώς και τα νέα προϊόντα και οι νέες αντιλήψεις παροχής υπηρεσιών θα δώσουν μια ξεχωριστή ώθηση για τέτοιου είδους προσπάθειες συνεργασίας.

Με άλλα λόγια, η δομή και το σύστημα της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, η διεύρυνση της παγκόσμιας αγοράς και τα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης στην περιοχή της Μεσογείου, δείχνουν ότι οι εναλλακτικές στρατηγικές διοίκησης του μάρκετινγκ είναι απαραίτητες για μία πιο βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Είναι γεγονός ότι η συνεργασία και η κοινοπραξία πάνω στη διοίκηση και το σχεδιασμό του τουριστικού μάρκετινγκ, καθώς και η εφαρμογή και ο έλεγχος σχεδιασμένων προγραμμάτων, μπορεί να δημιουργήσει, να «χτίσει» και να διατηρήσει αμοιβαία οφέλη όχι μόνο για τις χώρες οι οποίες εμπλέκονται πάνω στη συνεργασία και την κοινοπραξία, αλλά επίσης και για τους τουρίστες και όσοι γενικώς εμπλέκονται με το τουριστικό φαινόμενο.

Μέσα από το πεδίο της στρατηγικής διαχείρισης του μάρκετινγκ, χώρες όπως η Τουρκία και η Ελλάδα μπορούν να καθορίσουν και να

εφαρμόσουν μια στρατηγική συνεργασίας και κοινοπραξίας η οποία μπορεί να αυξήσει τη διαπραγματευτική δύναμη και των δύο χωρών απέναντι στους διεθνείς τουριστικούς πράκτορες, την ανταγωνιστικότητα τους απέναντι σε άλλους τουριστικούς προορισμούς και την αποτελεσματικότητά τους πάνω στις προσπάθειες προβολής και μάρκετινγκ. Πραγματικά, η συνεργασία και η κοινοπραξία στη διαχείριση του τουριστικού μάρκετινγκ μπορεί να εφαρμοστεί σε πολλούς τομείς. Όπως αναφέρουν ο Hill και ο Saw (1995), ο συνεταιρισμός πάνω στο μάρκετινγκ είναι μια πολυσύνθετη διαδικασία, η οποία απαιτεί μακροπρόθεσμη στρατηγική, καθώς και σχεδιασμένη τακτική. Ωστόσο, σύμφωνα με τη θεωρία της συνεργασίας, για μια επιτυχή συνεργασία, θα πρέπει τα εμπόδια και οι περιορισμοί που δημιουργούνται, βαθμιαία να εξαλειφθούν.

Το συνεταιρικό μάρκετινγκ αφορά την ανάμιξη δύο ή περισσότερων μερών, ομάδων, εταιρειών, ιδρυμάτων ή οργανισμών ώστε να δημιουργήσουν μια σχέση η οποία μεγιστοποιεί τα αμοιβαία κέρδη και να αυξάνει την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα των εμπλεκόμενων μερών. Το συνεταιρικό μάρκετινγκ μπορεί να αξιοποιηθεί με ποικίλους τρόπους και σε διαφορετικά επίπεδα. Οι παραδοσιακές στρατηγικές του συνεταιρικού μάρκετινγκ είναι βασισμένες πάνω στα διάφορα στοιχεία που συνθέτουν την αγορά όπως τα προϊόντα, ο τόπος, η τιμή και η διαφήμιση. Οι προσπάθειες συνεταιρικού μάρκετινγκ συνδυάζουν πόρους και τις προσπάθειες των μερών να αυξήσουν τα αμοιβαία οφέλη και να μειώσουν το κόστος του μάρκετινγκ.

Με άλλα λόγια, το συνεταιρικό μάρκετινγκ αυξάνει τα πλεονεκτήματα, μειώνει τις αδυναμίες, ελαχιστοποιεί τους κινδύνους και ανοίγει το δρόμο για περισσότερες ευκαιρίες στα εμπλεκόμενα μέρη πάνω στη συνεργασία.

Σε μικρό επίπεδο, οι υποστηρικτές των συνεταιρικών στρατηγικών ισχυρίζονται ότι η συνεργασία και η κοινοπραξία δημιουργούν «συνέργια» η οποία αναφέρεται σε «περιπτώσεις όπου δύο ή περισσότερες δραστηριότητες ή διαδικασίες συμπληρώνουν η μία την άλλη σε τέτοιο βαθμό όπου η επίδραση τους είναι μεγαλύτερη από το άθροισμα των

ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΚΙΑΣ

μερών. Για παράδειγμα, μεγαλύτερα επίπεδα στα έξοδα για το τουριστικό μάρκετινγκ ανά περίοδο μέσω της συνεταιρικής προσπάθειας μπορεί να επιφέρει πιο δυνατή διείσδυση στην αγορά και κατά συνέπεια αύξηση στα τουριστικά έσοδα (Parriris D.-Tosun Cevat “Cross-Border Collaboration and Cooperation for a Sustainable Tourism Development: The Case of Greece and Turkey”).

3.6. Συνεργασία στη Στρατηγική Ανάπτυξης του Μάρκετινγκ Μεταξύ Ελλάδος και Τουρκίας

Το συνεταιρικό μάρκετινγκ μπορεί να αξιοποιηθεί ως εργαλείο πάνω σε αυτό που ονομάζει ο Ansoff “product-market expansion grid”, το οποίο περιλαμβάνει τη διείσδυση στην αγορά, την ανάπτυξη της αγοράς, την ανάπτυξη του προϊόντος και τη διαφοροποίηση του, καθώς οι αναπτυσσόμενες στρατηγικές του μάρκετινγκ μπορούν να αναγνωρίσουν νέες ευκαιρίες αγορών για τουριστικούς προορισμούς.

Η έννοια του “product-market expansion grid” χρησιμοποιήθηκε ως η θεωρητική βάση ανάλυσης του ζητήματος της διασυνοριακής συνεργασίας Ελλάδος-Τουρκίας πάνω στη στρατηγική ανάπτυξης του τουριστικού μάρκετινγκ με ένα πιο συστηματικό τρόπο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4. Στρατηγική Ανάπτυξης Μάρκετινγκ

	Υπάρχοντα προϊόντα	Νέα Προϊόντα
Υπάρχουσες Αγορές	1. Διείσδυση στην Αγορά	3. Ανάπτυξη του προϊόντος
Νέες Αγορές	2. Ανάπτυξη της Αγοράς	4. Διαφοροποίηση

Πηγή: Parpairis D.-Tosun Cevat “Cross-Border Collaboration and Cooperation for a Sustainable Tourism Development: The Case of Greece and Turkey”.

3.6.1 Διείσδυση στην αγορά

Η Τουρκία και η Ελλάδα μπορούν να συνεργαστούν έτσι ώστε να αυξήσουν το μερίδιο της αγοράς που κατέχει το τρέχων τουριστικό τους προϊόν. Μέσα από την έννοια της στρατηγικής ανάπτυξης του μάρκετινγκ και οι δύο χώρες μπορούν να εφαρμόσουν στρατηγική διείσδυσης συνεταιρικού μάρκετινγκ. Μέσα από αυτή την κίνηση μπορούν να πραγματοποιήσουν διάφορες τακτικές. Πρώτον, μπορούν να ενθαρρύνουν τους επισκέπτες τους να αυξήσουν το μέσο όρο διαμονής τους και να αγοράσουν περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες κατά τη διάρκεια της διαμονής τους. Δεύτερον και οι δύο χώρες, μέσα από τον συνεταιρισμό και την κοινοπραξία μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες οι οποίοι έχουν την τάση να επισκεφτούν ανταγωνιστικούς προορισμούς. Τρίτον, μπορούν να πείσουν ενδεχομένως τουρίστες οι οποίοι δεν έχουν επισκεφτεί και τις δύο χώρες και/ή ανταγωνιστικούς προορισμούς, να επισκεφτούν και τις δύο χώρες; ή μια εξ αυτών.

Για την επιτυχή εφαρμογή της στρατηγικής διείσδυσης στην τουριστική αγορά η Ελλάδα και η Τουρκία θα πρέπει να ακολουθήσουν μια σειρά από πολιτικές συνεργασίας και να εφαρμόσουν αναπτυξιακά προγράμματα. Πρώτον, θα πρέπει να προωθήσουν μια ευρεία διαφημιστική καμπάνια για να προσελκύσουν τουρίστες στις τουριστικές τους αγορές τέτοιου κόστους το οποίο θα ήταν απαγορευτικό εάν γινόταν από το κάθε ένα μέρος ξεχωριστά. Μ' αυτόν τον τρόπο θα μπορούν να προωθούν τους προορισμούς τους στις ευρείας κυκλοφορίας εφημερίδες των κυριότερων χωρών αποστολής τουριστών στην Ελλάδα και την Τουρκία. Το γεγονός της τουριστικής έκθεσης "World travel Market" θα πρέπει να ειπωθεί ως μια ευκαιρία να δειχθεί ότι ο επισκέπτης μπορεί να έχει τα πάντα κάνοντας διακοπές συγχρόνως στην Ελλάδα και την Τουρκία. Επίσης, δουλεύοντας μαζί οι δύο χώρες, θα πρέπει να στήσουν ένα σαφώς μεγαλύτερο περίπτερο στις τουριστικές εκθέσεις το οποίο θα ήταν υπερβολικά δαπανηρό εάν στηνόταν από την κάθε μια χώρα χωριστά.

Η Ελλάδα και η Τουρκία θα πρέπει να φτιάξουν μπροσούρες οι οποίες θα προβάλλουν τον ιστορικό, πολιτισμικό και τον οικο-τουρισμό.

Τα διάφορα “facilities” που προσφέρει κάθε χώρα όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια, διασκέδαση, κτλ., θα πρέπει να δίνονται στους τουρίστες σε κάθε τουριστικό κέντρο και των δύο χωρών. Έως τώρα, δεν έχουν εκδώσει τουριστικούς οδηγούς η μία χώρα για την άλλη. Αυτό θα πρέπει να αλλάξει. Επιπλέον, οι γραφειοκρατικές διατυπώσεις που απαιτούνται για την έκδοση της κάρτας εισόδου στη μια ή στην άλλη χώρα θα πρέπει να απλοποιηθούν και το αντίτιμο και οι τοπικοί φόροι θα πρέπει να ελαχιστοποιηθούν ή να παραλείπονται για αυτούς τους τουρίστες οι οποίοι επισκέπτονται συγχρόνως και τις δύο χώρες. Επίσης, οι αερομεταφορές θα πρέπει να επιδοτούνται γι’ αυτούς τους τουρίστες οι οποίοι θα επισκέπτονται και τους δύο προορισμούς σ’ ένα ταξίδι.

Η Τουρκία και η Ελλάδα θα μπορούν να προσφέρουν μέσα από τη συνεργασία περισσότερες παροχές στους ήδη υπάρχοντες αλλά και στους πιθανούς επισκέπτες τους στην τουριστική αγορά. “Voucher” ή ειδικές τιμές καταλυμάτων, εστιατόρια, χειροτεχνήματα, κτλ., κατά τη διάρκεια ειδικών περιόδων του χρόνου θα πρέπει να προσφέρονται σε τουρίστες οι οποίοι προτίθενται να επισκεφτούν και τις δύο χώρες σε ένα ταξίδι, ή τουρίστες οι οποίοι επισκέπτονται τη μια χρονιά τη μία χώρα και την άλλη τη χρονιά που ακολουθεί. Χρησιμοποιώντας μια σειρά από ειδικές τακτικές διείσδυσης στην τουριστική αγορά, οι τουρίστες θα προτιμούν καλύτερα να επισκεφτούν και τις δύο χώρες, παρά κάποιον ανταγωνιστικό προορισμό. Επιπλέον, χρησιμοποιώντας αυτά τα εργαλεία προώθησης των τουριστικών προορισμών, τουρίστες οι οποίοι δεν είχαν σκοπό να κάνουν τουρισμό, μπορεί να παρακινηθούν να επισκεφτούν και τις δύο χώρες ή μία εξ αυτών.

Αυτή η στρατηγική προώθησης και των δυο τουριστικών προϊόντων μοιάζει με το παράδειγμα της “Pizza Hut”, η οποία προσέφερε ένα εκπαιδευτικό κουπόνι μέσα σε κάθε βιντεοκασέτα των κινουμένων σχεδίων Teenage Mutant Ninja Turtles. Η εταιρεία που παρήγαγε τις βιντεοκασέτες πούλησε πολύ περισσότερα αντίτυπα από ότι προσδοκούσε, ενώ παράλληλα η Pizza Hut διένειμε τα κουπόνια της σε περισσότερα από 8 εκατομμύρια νοικοκυριά, δίνοντας της μια πολύ μεγάλη ώθηση στο να αυξήσει τα έσοδα της. Τέτοιου είδους “promotion”

έχει ως “target group” τα παιδιά. Επίσης, έχουν πολύ καλή επιχειρηματική λογική και συχνά έχουν αποτελέσματα όχι μόνο “win-win”, αλλά “win-win-win” μεσάζοντες-πελάτες, μικροπωλητές και τα μέλη του συνεταιρικού μάρκετινγκ διαμοιράζονται τα οφέλη (Magrath 1991). Επιπλέον, η στρατηγική του συνεταιρικού μάρκετινγκ μπορεί να λειτουργήσει καθώς η Ελλάδα και η Τουρκία μπορούν να προπωλήσουν ο ένας στον άλλον το τουριστικό του προϊόν, ενώ οι τελικοί τους πελάτες «τουρίστες» απολαμβάνουν τις διακοπές τους ή τις επισκέψεις τους με διάφορους τρόπους. Εκπρόσωποι του ιδιωτικού τομέα, κυρίως από την τουρκική πλευρά θεωρούν ότι παρά το γεγονός ότι πολλοί τουριστικοί προορισμοί της Μεσογείου έχουν μειώσει τις τιμές τους εξαιτίας της μεγάλης διαπραγματευτικής δύναμης των διεθνών Tour Operator, μέσα από τη συνεργασία και την κοινοπραξία, ειδικά η Ελλάδα και η Τουρκία μπορούν να κάνουν τις τιμές τους πιο ελκυστικές προς τους τελικούς τους αγοραστές.

Πάνω σ’ αυτό, ένας Έλληνας Tour Operator ανέφερε ότι οι Ευρωπαίοι τουρίστες φτάνουν στην Ελλάδα και την Τουρκία μέσω μισθωμένων πτήσεων (charter flights) οι οποίες αποτελούν το φθηνότερο τρόπο μεταφοράς και πολλές φορές επιθυμούν να συνδυάσουν στην επίσκεψη τους και τους δύο προορισμούς. Αυτό όμως δεν μπορεί να λειτουργήσει εξαιτίας των κυβερνητικών κανονισμών και περιορισμών. Πολιτικά, αυτός ο ανταγωνισμός μεταξύ Ελλάδος και Τουρκίας, επίσης φαίνεται μέσω των επιπλέον φόρων που θα πρέπει να πληρώσουν οι επισκέπτες που επιθυμούν να μετακινηθούν από τη μια χώρα στην άλλη μέσω των 5 σημείων εισόδου (Μυτιλήνη-Αϊβαλί, Χίος-Τσεσμές, Σάμος-Κουσάντασι, Κως-Αλικαρνασός, Ρόδος-Μαρμαρίδα). Γενικώς, μπορούμε να κατατάξουμε τους Ευρωπαίους ταξιδιώτες, ως πελάτες χαμηλού εισοδήματος οι οποίοι επιθυμούν να κάνουν φθηνές διακοπές.

Επιπλέον, θα πρέπει να δημιουργηθεί μια κοινή ιστοσελίδα και οι δύο χώρες να μπορούν να συνδέονται η μια με την άλλη. Η ιστοσελίδα θα πρέπει να περιέχει τις παρακάτω πληροφορίες: Διευθύνσεις, τιμές και όλες τις πληροφορίες που αφορούν ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά πρακτορεία και Tour Operators. Δωρεάν τηλεφωνικές γραμμές μέσω των οποίων θα

ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΚΙΑΣ

μπορούν να γίνονται κρατήσεις και στις δύο χώρες. διευθύνσεις σχετικά με δημόσιους, ιδιωτικούς και μη κυβερνητικούς τουριστικούς οργανισμούς. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι και οι δύο χώρες μπορούν να βοηθήσουν η μια την άλλη πάνω στις πωλήσεις καθώς και στη διανομή των πληροφοριών. Σε τελική ανάλυση, μια τέτοια συνεργασία και κοινοπραξία, μπορεί να αυξήσει το μερίδιο και των δύο χωρών που καταλαμβάνουν στην παγκόσμια τουριστική αγορά (Parpairis D.-Tosun Cevat "Cross-Border Collaboration and Cooperation for a Sustainable Tourism Development: The Case of Greece and Turkey").

3.6.2. Στρατηγική ανάπτυξης της αγοράς

Μέσω τις ιδέας της συνεταιρικής στρατηγικής επέκτασης της αγοράς και οι δύο χώρες μπορούν να επεκτείνουν το κομμάτι της αγοράς που καταλαμβάνουν με το να προσφέρουν τα προϊόντα τους σε νέες αγορές ή διαφορετικές κατηγορίες καταναλωτών. Ασφαλώς, υπάρχουν νέες αγορές των οποίων οι απαιτήσεις μπορούν να καλυφθούν από τα προϊόντα που προσφέρουν η Ελλάδα και η Τουρκία.

Αξίζει να αναφερθεί ότι οι υπερπόντιοι ταξιδιώτες που επισκέπτονται είτε την Ελλάδα είτε την Τουρκία και οι οποίοι προέρχονται από χώρες όπως η Αμερική, η Ιαπωνία και η Αυστραλία, κάνουν μια πολύ υψηλή επένδυση. Η αερομεταφορά τους κυμαίνεται μεταξύ \$1,000 - \$2,000 σε αντίθεση με τους Ευρωπαίους ταξιδιώτες που τους στοιχίζει μόνο μερικά δολάρια. Οι κυβερνήσεις θα πρέπει να συνεργαστούν πολύ στενά με τον ιδιωτικό τομέα, ειδικά όσον αφορά την υπερπόντια αγορά έτσι ώστε να προωθήσουν και να προβάλλουν και τους δύο τουριστικούς προορισμούς. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να αποφευχθεί η διπλή σπατάλη χρηματικών πόρων για λόγους προβολής και από τους κυβερνητικούς αλλά και τους ιδιωτικούς οργανισμούς.

Στατιστικά στοιχεία που αναφέρονται στο τουριστικό προφίλ της Ελλάδος και της Τουρκίας, δείχνουν ότι και οι δύο χώρες δεν έχουν προωθήσει αποτελεσματικά το τουριστικό τους προϊόν στις υπερπόντιες τουριστικές αγορές όπως οι Η.Π.Α., η Νότια Αμερική, ο Καναδάς, η Ασία, η Ιαπωνία και η Αυστραλία εξαιτίας του περιορισμένου προϋπολογισμού που μπορούν να διαθέσουν για την προώθηση και προβολή τους και σε κάποια άλλα εμπόδια τα οποία η Ελλάδα και η Τουρκία δεν μπορούν να υπερπηδήσουν χωρίς τη συνεργασία και την κοινοπραξία των δύο χωρών.

Γεγονός είναι ότι, η Ελλάδα και η Τουρκία μπορεί να μην είναι και πάρα πολύ αποτελεσματικοί σε αυτές τις υπερπόντιες αγορές με το να προωθούν τους προορισμούς τους ως έναν ξεχωριστό τουριστικό προορισμό, ακόμα κι αν δεν είχαν περιορισμένο προϋπολογισμό για προβολή, διότι και οι δύο γειτονικές χώρες εμφανίζονται να μην είναι ένας ελκυστικός τουριστικός προορισμός όταν απαιτείται περισσότερο από ένα ταξίδι ή επίσκεψη για το καθένα.

Ως μέρος της στρατηγικής ανάπτυξης του συνεταιρικού μάρκετινγκ, είναι το γεγονός ότι οι πολίτες και των δύο χωρών θα πρέπει να ενθαρρυνθούν να επισκεφτούν ο ένας τη χώρα του άλλου. Αυτό σημαίνει ότι η Ελλάδα και η Τουρκία θα πρέπει να προωθήσουν μαζί την Ελλάδα στους Τούρκους τουρίστες καθώς και την Τουρκία στους Έλληνες τουρίστες. Φυσικά, η τουρκική τουριστική αγορά είναι μια νέα αγορά για την ελληνική τουριστική βιομηχανία και η ελληνική τουριστική αγορά είναι μια νέα αγορά για τον τουρκικό τουριστικό τομέα. Η Τουρκία και η Ελλάδα μπορούν να ακολουθήσουν το παράδειγμα των εστιατορίων του Λος Άντζελες, σε μικρό επίπεδο, στα πλαίσια του μάρκετινγκ υπηρεσιών. Στην περιοχή του Λος Άντζελες όπου υπάρχουν τα καλύτερα εστιατόρια, οι τοπικές gallery διακόσμησαν τους τοίχους των εστιατορίων με πίνακες στους οποίους επάνω αναγραφόταν και η τιμή τους. Μ' αυτόν τον τρόπο της συνεργασίας, ο καλλιτέχνης, η gallery, το εστιατόριο και ο πελάτης επωφελούνται. Η Τουρκία και η Ελλάδα μπορούν να διαφημίσουν και να προωθήσουν ο ένας τον άλλο με παρόμοιο τρόπο. Για παράδειγμα, οι τουριστικοί οργανισμοί σε κάθε χώρα μπορούν να προβάλουν ο ένας τον άλλο.

Για να είναι αποτελεσματική αυτή η τακτική, παρόμοιες πολιτικές θα πρέπει να εφαρμοστούν όπως το να ελαχιστοποιηθούν τα κωλύματα για την εκατέρωθεν μετακίνηση των τουριστών. Για παράδειγμα, οι αερομεταφορές θα πρέπει να επιχορηγούνται ειδικά κατά τη διάρκεια της μη καλοκαιρινής περιόδου. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι ο αριθμός των Τούρκων πολιτών που επισκέφτηκαν την Ελλάδα ήταν μόλις 69,875 το 1998 και ο αριθμός των Ελλήνων που επισκέφτηκαν την Τουρκία την ίδια χρονιά ήταν 173,000.

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω, υπάρχουν μεγάλες ευκαιρίες και αρκετοί λόγοι για την Τουρκία και την Ελλάδα να συνεργαστούν και να συνεταιριστούν έτσι ώστε να διευρύνουν τις τουριστικές τους αγορές σε βραχυχρόνιο αλλά κυρίως σε μακροχρόνιο επίπεδο (Parpairis D.-Tosun Cevat "Cross-Border Collaboration and Cooperation for a Sustainable Tourism Development: The Case of Greece and Turkey").

3.6.3. Συνεργασία στην βελτίωση των προϊόντων και στρατηγικές διαφοροποίησης

Ενώ η στρατηγική ανάπτυξης των προϊόντων αναφέρεται στο να προσφέρεις κάτι το νέο στις ήδη υπάρχουσες αγορές, η στρατηγική της διαφοροποίησης έχει να κάνει με το να παρουσιάζεις νέα προϊόντα σε νέες αγορές. Οι δύο χώρες θα πρέπει να σκεφτούν σοβαρά τις ευκαιρίες που μπορεί να έχουν από τα νέα προϊόντα. Για παράδειγμα, οι Τούρκοι και οι Έλληνες τουριστικοί πράκτορες μπορούν να συνεργαστούν για να φτιάξουν ένα ανταγωνιστικό τουριστικό πακέτο, το οποίο θα περιλαμβάνει πολλά είδη τουρισμού και να ο προωθήσουν στην παγκόσμια αγορά. Πιο συγκεκριμένα, οι τουρίστες μετά την επίσκεψή τους στην Ελλάδα για τη θάλασσα, τον ήλιο και την άμμο (sea, sun, sand), μπορούν να συνδυάσουν και πολιτιστικές επισκέψεις στην Τουρκία ή και το αντίστροφο. Γενικώς, η Τουρκία και η Ελλάδα θα πρέπει να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητα-αξία του τουριστικού τους προϊόντος μέσω της κοινής συνεργασίας, το οποίο θα μειώσει όχι μόνο την εξάρτησή τους από τους διεθνείς τουριστικούς πράκτορες, αλλά επίσης θα αυξήσει την πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων και θα συμβάλει στο να εξαλειφθούν τα προβλήματα της εποχικότητας σε κάποιο βαθμό. Η διαφοροποίηση του προϊόντος μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο το οποίο θα αυξήσει την εμπορευματική δύναμη και των δύο χωρών απέναντι στους διεθνείς τουριστικούς πράκτορες, ενώ παράλληλα μπορεί να συμβάλει σε μια πιο βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Αυτό που θα πρέπει να συγκρατήσουμε είναι ότι το «image» αποτελεί θεμελιώδη στοιχείο του αμαγάλματος του τουριστικού προϊόντος. Πραγματικά, μπορεί να ειπωθεί ότι το «image» είναι αυτό το οποίο αναζητά ο τουρίστας. Αυτό το «image» είναι προϊόν. Αρνητικά γεγονότα όπως πόλεμοι, πολιτικές διαμάχες, τρομοκρατικές ενέργειες, φυσικές καταστροφές, κτλ. μπορούν να οδηγήσουν σε πλήρη αποτυχία όλη την προσπάθεια προβολής ενός τουριστικού προορισμού. Επομένως, ως μέρος της ανάπτυξης του προϊόντος και της στρατηγικής της διαφοροποίησης, η ανάπτυξη και η διαχείριση αυτού του «image»

αποτελεί θεμελιώδη παράγοντα για έναν τουριστικό προορισμό. Κατά συνέπεια, θα πρέπει να δημιουργηθεί και να καθιερωθεί ένα νέο «image» που θα διέπει τις σχέσεις μεταξύ της Ελλάδος και της Τουρκίας. Αυτό το νέο «image» θα πρέπει να έχει μια ευρύτητα και να εμφανίζει στοιχεία όπως καλές και ειρηνικές πολιτικές, πολιτισμικές, κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές σχέσεις μεταξύ των δύο γειτονικών χωρών της Ελλάδος και της Τουρκίας. Επίσης, θα πρέπει να προβληθεί και να προωθηθεί μέσα από ένα πολυδιάστατο μάρκετινγκ, δημοσίων σχέσεων και διπλωματικών συνθημάτων όπως «Αιγαίο, η θάλασσα της ειρήνης», «Ειρήνη στην περιοχή της Μεσογείου», «Η δύναμη της συνεργασίας και της κοινοπραξίας», «Παλαιοί φίλοι και νέοι συνεργάτες», κτλ. Αυτά τα «όμορφα» συνθήματα όμως δεν θα πρέπει να μείνουν μόνο στα χαρτιά αλλά μέσα από ενέργειες και πρωτοβουλίες πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές να γίνουν πράξη. Επίσης, θα πρέπει να προβληθούν από κοινού στοχεύοντας κυρίως στις υπερπόντιες τουριστικές αγορές.

Επιπλέον, η Ελλάδα και η Τουρκία θα πρέπει να συνεργαστούν έτσι ώστε να διοργανώσουν γεγονότα (events) παγκοσμίου ακτινοβολίας όπως μια παγκόσμια έκθεση, ή κάποιο αθλητικό γεγονός, το οποίο σίγουρα θα συμβάλει στο να αναπτυχθεί μια καλύτερη εικόνα προς το εξωτερικό για τις σχέσεις των δύο κρατών και θα αυξήσει την τουριστική ζήτηση και για τις δύο χώρες.

Ως μέρος της προσπάθειας ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος και της στρατηγικής διαφοροποίησης του, καθώς και της προβολής του ειρηνικού πνεύματος που θα διέπει και τις δύο χώρες, κοινά τουριστικά θέλγητρα στις παραμεθώριες περιοχές των γειτονικών χωρών, όπως πολύ-λειτουργικά πάρκα, κέντρα αφορολόγητων ειδών, εμπορικά καταστήματα, διασυνοριακά φυσικά πάρκα, ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, εκδηλώσεις σύσφιξης των καλών σχέσεων μεταξύ των δύο κρατών, κτλ. θα πρέπει να υλοποιηθούν και να διατηρηθούν.

Τα διεθνή σύνορα μπορούν να γίνουν ελκυστικά για αυτή την κατηγορία των τουριστών οι οποίοι θέλουν να «ισχυρίζονται», για λόγους γοήτρου, ότι επισκέφτηκαν αρκετές διαφορετικές χώρες. Από την άλλη

μεριά, ο τουρισμός αγορών σε παραμεθόριες περιοχές έχει γίνει πολύ γνωστός και δημοφιλή τουριστική δραστηριότητα σε όλο τον κόσμο (Jasen-Verbeke 1990; Ryan 1991). Για παράδειγμα, οι διασυνοριακές αγορές καταγράφηκαν ως μια πολύ σημαντική τουριστική δραστηριότητα μεταξύ των χωρών της Δημοκρατίας της Ιρλανδίας και της Βόρειας Ιρλανδίας, της Δανίας και της Γερμανίας, καθώς και του Καναδά και των Η.Π.Α. (Timothy and Butler 1995). Οι παραπάνω διευκολύνσεις (facilities) στις παραμεθόριες περιοχές και η ελαχιστοποίηση των συνοριακών κωλυμάτων, μπορούν να αυξήσουν την ελκυστικότητα των συνόρων της Ελλάδος και της Τουρκίας.

Επιπλέον, τα ιστορικά και πολιτισμικά μνημεία και των δύο χωρών θα πρέπει να αναστηλωθούν χωρίς να χάσουν την ιστορική τους αυθεντικότητα. Αυτά τα ιστορικά και πολιτισμικά μνημεία θα πρέπει να προβάλλονται ως ένα νέο τουριστικό προϊόν προς τους διεθνείς αλλά και στους εγχώριους τουρίστες. Γεγονός είναι ότι, η Ένωση των Τουρκικών Ταξιδιωτικών Πρακτόρων (TURSAB) και το Επιμελητήριο Αρχιτεκτόνων της Τουρκίας, ξεκίνησαν μια προσπάθεια αναστήλωσης και επιδιόρθωσης των ιστορικών και πολιτισμικών μνημείων της ανατολικής Τουρκίας στο Kaya Koy. Το Υπουργείο Πολιτισμού της Τουρκίας έχει ήδη εγκρίνει αυτή την πρωτοβουλία και συμμετέχει ενεργά (Parpairis D.-Tosun Cevat "Cross-Border Collaboration and Cooperation for a Sustainable Tourism Development: The Case of Greece and Turkey").

3.7. Συμφωνία για Τουριστική Συνεργασία ανάμεσα σε ΣΕΤΕ (Ελλάδα) και TURSAB (Τουρκία)

Χαρακτηριστικό παράδειγμα στον τομέα που μας ενδιαφέρει και που αφορά την περιοχή του Αιγαίου, είναι η συμφωνία που υπογράφηκε στην Αθήνα στις 8 Μαΐου 1996 από τον Πρόεδρο των εν Ελλάδι Τουριστικών Ταξιδιωτικών Γραφείων κ. Τάκη Αντωνίου και τον Πρόεδρο του Συνδέσμου Τουριστικών Γραφείων της Τουρκίας (TURSAB) κ. Talha Camas.

Στο κείμενο της Συμφωνίας Συνεργασίας οι δύο πλευρές, αφού είχαν αναγνωρίσει ότι οι διμερείς σχέσεις στον πολιτικό τομέα είναι εξαιρετικά ευμετάβλητες και ασκούν αρνητική επίδραση στις τουριστικές δραστηριότητες των δύο χωρών, δεσμεύτηκαν να προσφύγουν στις Κυβερνήσεις τους, παροτρύνοντας τις τελευταίες να αποφεύγουν στάσεις και ενέργειες που δημιουργούν εντάσεις.

Για την αντιμετώπιση των εκκρεμών προβλημάτων και την προώθηση των διμερών σχέσεων στον τουρισμό, αποφάσισαν τη σύσταση Μικτής Επιτροπής η οποία θα αναζητά λύσεις προς το αμοιβαίο όφελος, ενώ επιπρόσθετα θα ασκήσει την επιρροή της στις αντίστοιχες Κυβερνήσεις και Οργανισμούς των δύο χωρών.

Προς τον σκοπό της αναβάθμισης των διμερών τουριστικών σχέσεων, οι δύο ενώσεις αποφάσισαν να αναλάβουν πρωτοβουλία για την ανάπτυξη των σχέσεων μεταξύ των μελών τους, καθώς και μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων των χωρών τους.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των Τούρκων ταξιδιωτικών πρακτόρων, κατά την υπογραφή της σχετικής διμερούς συμφωνίας συνεργασίας, το 1995 είχαν επισκεφτεί την Ελλάδα περισσότεροι από 200,000 Τούρκοι τουρίστες και 130,000 Έλληνες την Τουρκία αντίστοιχα, ενώ ο στόχος των δύο πλευρών είναι στα επόμενα χρόνια οι αριθμοί αυτοί να διπλασιασθούν.

Στα διμερή προβλήματα καταγράφεται η διατήρηση από την ελληνική πλευρά του μέτρου της βίζας, η οποία ανέρχεται στα 100\$ για

κάθε Τούρκο επισκέπτη, τη στιγμή που οι Έλληνες τουρίστες όταν επισκέπτονται την Τουρκία δεν επιβαρύνονται με αντίστοιχη δαπάνη.

Στην κατεύθυνση της παραπέρα ανάδειξη της περιοχής, δέχτηκαν να καταβάλλουν προσπάθειες για τη δημιουργία ευκαιριών μέσα από την προώθηση από τους τουριστικούς πράκτορες των δύο πλευρών κοινών τουριστικών «πακέτων», απευθυνόμενοι προς τις αγορές τρίτων χωρών. Μάλιστα, σχετικά δεσμεύτηκαν για την αμοιβαία ανταλλαγή τεχνογνωσίας και εμπειρίας σε τουριστικά θέματα, καθώς και για την καθιέρωση κοινής στρατηγικής μάρκετινγκ.

Στον τομέα του ναυτικού τουρισμού και ειδικότερα του γιώτινγκ, αφού παραδέχτηκαν ότι η περιοχή αποτελεί σημαντικό προορισμό ξένων σκαφών, δεσμεύτηκαν για την αμοιβαία προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος του Αιγαίου και της Μεσογείου και την λήψη μέτρων εναντίον της μόλυνσης που προέρχεται από οποιαδήποτε τρίτη χώρα.

Ειδικά για το ζήτημα της προστασίας του θαλάσσιου περιβάλλοντος, οι αντιπροσωπείες των δύο χωρών, που είχαν συναντηθεί στα πλαίσια της Ομάδας Εργασίας για τον Τουρισμό, στην τέταρτη Σύνοδο της Μικτής Οικονομικής Επιτροπής, το Μάιο του 1990 στη Σμύρνη, είχαν προτείνει να προσληφθεί ένας ανεξάρτητος παγκόσμιος οργανισμός αδιαμφισβήτητου κύρους, που θα χορηγούσε στις τουριστικές επιχειρήσεις των δύο χωρών ένα πιστοποιητικό (Καζάκος Π.-Λιαργκόβας Π., «Η ελληνοτουρκική οικονομική συνεργασία», σελ. 89).

3.8. Συμφωνία μεταξύ της Ελληνικής Δημοκρατίας και της Δημοκρατίας της Τουρκίας για συνεργασία στον τομέα του Τουρισμού

Το πιο πρόσφατο δείγμα προσέγγισης και συνεργασίας των δύο κρατών πάνω στον τουρισμό, είναι η Συμφωνία που υπογράφει από τους Υπουργούς Εξωτερικών των δύο χωρών Γεώργιο Παπανδρέου και Ισμαήλ Τζέμ στην Άγκυρα στις 20 Ιανουαρίου 2000.

Η Συμφωνία υπογράφει λαμβάνοντας υπ' όψιν το Καταστατικό του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, καθώς και τις Συστάσεις της Διάσκεψης των Ηνωμένων Εθνών για τον τουρισμό και τα διεθνή ταξίδια, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη το 1963, τις σχετικές διατάξεις της Τελικής Πράξης της Διάσκεψης για την Ασφάλεια και Συνεργασία στην Ευρώπη που πραγματοποιήθηκε στο Ελσίνκι την 1^η Αυγούστου 1975 και τις διατάξεις του Χάρτη των Παρισίων του 1990 για μια Νέα Ευρώπη.

Τα θέματα στα οποία συμφώνησαν οι δύο πλευρές παρουσιάζονται παρακάτω:

ΑΡΘΡΟ 1

Τα Μέρη, στα πλαίσια της Συμφωνίας και σύμφωνα με τη νομοθεσία των χωρών τους, θα επιδιώξουν να αναπτύξουν και να ενισχύσουν τη συνεργασία στον τομέα του τουρισμού μεταξύ των δύο χωρών

ΑΡΘΡΟ 2

Τα Μέρη θα διευκολύνουν την τουριστική κίνηση μεταξύ των δύο χωρών, σύμφωνα με τους αντίστοιχους νόμους και κανονισμούς τους και χωρίς να θίγονται οι διεθνείς τους υποχρεώσεις και θα ενθαρρύνουν τη συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και οργανώσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού. Σ' αυτό το πλαίσιο θα ενθαρρύνονται και θα οργανώνονται αμοιβαίες επισκέψεις, συναντήσεις και σεμινάρια μεταξύ φορέων που λειτουργούν στον τομέα του τουρισμού.

Επιπλέον και προκειμένου να γίνουν αμοιβαίως γνωστοί οι αντίστοιχοι τουριστικοί πόλοι έλξης και τα αξιοθέατα τους, τα Μέρη θα ενθαρρύνουν την τουριστική προβολή μεταξύ των χωρών τους μέσω της ανταλλαγής πληροφοριών και διαφημιστικού υλικού

ΑΡΘΡΟ 3

Τα Μέρη θα γνωστοποιούν το ένα στο άλλο τα κίνητρα για τουριστικές επενδύσεις που προβλέπονται από τους νόμους και κανονισμούς τους και θα πληροφορούν το ένα το άλλο σχετικά με τις υφιστάμενες δυνατότητες για τέτοιες επενδύσεις.

ΑΡΘΡΟ 4

Τα Μέρη θα δώσουν έμφαση στην ανταλλαγή τεχνογνωσίας και πρακτικής εμπειρίας στον τομέα του τουρισμού μεταξύ επιχειρήσεων, οργανώσεων και ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται σ' αυτόν τον τομέα.

ΑΡΘΡΟ 5

Τα Μέρη θα συνεργάζονται για την εξασφάλιση βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και προβολής ειδικών μορφών τουρισμού, όπως ο οικολογικός τουρισμός, ο τουρισμός των νέων, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, κ.λ.π.

ΑΡΘΡΟ 6

Τα Μέρη θα ανταλλάσσουν πληροφορίες και έγγραφα σχετικά με την έρευνα, τις στατιστικές και τη νομοθεσία του τουρισμού.

ΑΡΘΡΟ 7

Τα Μέρη θα συνεργάζονται στον τομέα της επαγγελματικής κατάρτισης. Προς τον σκοπό αυτό, θα εγκαινιάσουν ένα

πρόγραμμα ανταλλαγών μεταξύ των αντίστοιχων φορέων τους που είναι υπεύθυνοι για παρόμοια κατάρτιση.

Αυτό το πρόγραμμα θα περιλαμβάνει εκπαιδευτικά ταξίδια και παρακολούθηση ειδικά δομημένων σεμιναρίων που θα αποσκοπούν στο να προσφέρουν στους συμμετέχοντες γνώσεις για τον τρόπο λειτουργίας των σχετικών κλάδων του τουριστικού τομέα της κάθε χώρας.

ΑΡΘΡΟ 8

Τα Μέρη συμφώνησαν ότι υπάρχει ανάγκη για μία βαθύτερη αμοιβαία πολιτιστική προσέγγιση ως βασικό κίνητρο για τα ταξίδια και τον τουρισμό και δεσμεύονται να ενθαρρύνουν μία παρόμοια προσέγγιση μεταξύ των δύο χωρών. Σ' αυτό το πλαίσιο, θα ενθαρρύνονται, μεταξύ άλλων και θα οργανώνονται πολιτιστικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ που θα αποσκοπούν στην ενίσχυση της αμοιβαίας τουριστικής κίνησης.

ΑΡΘΡΟ 9

Τα Μέρη, προκειμένου να προωθήσουν τη ροή τουριστών από τρίτες χώρες στις χώρες τους, θα ενθαρρύνουν τη διμερή συνεργασία μεταξύ των εκπροσώπων των τουριστικών τομέων των δύο χωρών, συμπεριλαμβανομένου του συντονισμού των δραστηριοτήτων τους στα πλαίσια της Οικονομικής Συνεργασίας του Εύξεινου Πόντου (Ο.Σ.Ε.Π.).

ΑΡΘΡΟ 10

Τα Μέρη θα ενθαρρύνουν τη διμερή συνεργασία στον τομέα του «γιώτινγκ», σύμφωνα με τους αντίστοιχους νόμους και κανονισμούς τους και χωρίς να θίγονται οι διεθνείς τους υποχρεώσεις.

ΑΡΘΡΟ 11

Μία Μικτή Επιτροπή Τουρισμού, αποτελούμενη από ίσο αριθμό εξουσιοδοτημένων εκπροσώπων από κάθε Μέρος, θα κατευθύνει και θα επιβλέπει την εφαρμογή της παρούσας συμφωνίας. Στις συναντήσεις της εν λόγω Μικτής Επιτροπής Τουρισμού μπορούν επίσης να συμμετέχουν εκπρόσωποι του ιδιωτικού τουριστικού τομέα.

Οι συναντήσεις της Επιτροπής θα πραγματοποιούνται εναλλάξ σε κάθε μια από τις δύο χώρες και σε χρόνο που θα συμφωνείται δια της διπλωματικής οδού.

ΑΡΘΡΟ 12

Η Συμφωνία αυτή θα τεθεί σε ισχύ την ημερομηνία κατά την οποία και τα δύο Μέρη θα έχουν γνωστοποιήσει το ένα στο άλλο, δια της διπλωματικής οδού, την ολοκλήρωση των νομικών διατυπώσεων που απαιτούνται σε κάθε χώρα για τη θέση σε ισχύ της Συμφωνίας.

Η Συμφωνία αυτή θα παραμείνει σε ισχύ για μια περίοδο πέντε (5) ετών από την ημερομηνία της θέσης της σε ισχύ και στο εξής θα ανανεώνεται αυτομάτως κάθε φορά για πρόσθετες πενταετείς περιόδους, εκτός αν καταγγελθεί με γνωστοποίηση δια της διπλωματικής οδού από ένα από τα Μέρη τουλάχιστον έξι (6) μήνες πριν από την εκπνοή της κάθε περιόδου.

3.9. Διασυνοριακή συνεργασία Ελλάδος-Τουρκίας. Όρια και δυσκολίες

Το ερώτημα που ανακύπτει είναι, αν η διασυνοριακή-διαπεριφερειακή συνεργασία χρειάζεται ή προϋποθέτει για να επιτύχει την ύπαρξη ισχυρών τοπικών-περιφερειακών θεσμών συνεργασίας. Τελικές απαντήσεις σε αυτό το ερώτημα δεν υπάρχουν. Η απάντηση εξαρτάται από τις συνθήκες κάτω από τις οποίες προωθείται η συνεργασία του τύπου αυτού. Σε χώρες όπου υπάρχει, για παράδειγμα, μεγάλη πολιτιστική πρωτίστως ομοιογένεια, αναπτύσσονται άτυπες μορφές συνεργασίας ανάμεσα σε διοικητικούς υπαλλήλους, επιχειρηματίες, τοπικές αρχές. Αυτό συμβαίνει π.χ. στις σκανδιναβικές χώρες. Αλλά η περιοχή μας δεν είναι Σκανδιναβία. Εδώ η θεσμοθέτηση προσφέρεται, ακριβώς, γιατί λείπει η οικονομική και πολιτιστική ομοιογένεια, που χαρακτηρίζει άλλες γεωγραφικές περιοχές, οι σχέσεις ανάμεσα στους δύο γείτονες βαρύνονται από την ιστορία τους και η διασυνοριακή-διαπεριφερειακή συνεργασία δεν έχει ακόμα αποκτήσει το δικό της βάρος. Έτσι, θεσμοί και όργανα που καθιερώθηκαν στο πλαίσιο της διασυνοριακής πολιτικής ΕΕ-Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη μπορούν να αποτελέσουν το πρότυπο.

Θα πρέπει να τονιστεί ότι η διασυνοριακή συνεργασία με τα σημερινά δεδομένα και με πανίσχυρη την επιθυμία για εθνική ολοκλήρωση δεν μπορεί να ξεπεράσει ορισμένα όρια. Π.χ.

- δεν είναι δυνατόν να μετατραπούν περιοχές ένθεν και εκείθεν των συνόρων σε μια Ευρωπαϊκή Ένωση σε μικρογραφία, με ελεύθερη διακίνηση των εργαζομένων, των υπηρεσιών, των κεφαλαίων, των εμπορευμάτων,
- δεν είναι επίσης δυνατόν να αναπτυχθούν θεσμοί που διεκδικούν αποκλειστική αρμοδιότητα σε πολλούς τομείς. Στην οικονομία, οι τελικές αρμοδιότητες θα παραμένουν υπόθεση των εθνικών αρχών, όπως δείχνει και η εμπειρία χωρών με παράδοση στη διασυνοριακή συνεργασία.

Στο πλαίσιο της διασυνοριακής συνεργασία πρέπει πάντως οι τοπικοί φορείς να εντοπίζουν και να αξιοποιούν τις προσφερόμενες δυνατότητες και οι εθνικές (ή ενωσιακές) να τις υποστηρίζουν προς την κατεύθυνση αυτή και όχι να τις υποκαθιστούν. Ο πρωτοβουλιακός ρόλος των ιδίων των τοπικών αρχών (δήμων, επιμελητηρίων, κ.λ.π.) είναι κρίσιμος. Σε χώρες όπως η Ελλάδα και η Τουρκία, αυτό θα είναι προϊόν μάθησης μέσω της ίδιας της πράξης.

Γενικά, μια πηγή δυσκολιών είναι συχνά οι διαφορετικές αρμοδιότητες των τοπικών και περιφερειακών αρχών. Το αποτέλεσμα τότε είναι να πολλαπλασιάζονται οι εμπλεκόμενοι «φορείς» και συνεπώς να αυξάνεται το κόστος της συνεργασίας λόγω γραφειοκρατικών εμπλοκών. Την ίδια επίπτωση μπορεί να έχουν τυχόν πραγματοποιούμενες μεταρρυθμίσεις που χρειάζονται χρόνο για να «απορροφηθούν».

Μια δεύτερη πηγή δυσκολιών είναι η χρησιμοποίηση των τοπικών ή περιφερειακών αρχών και της συνεργασίας με ομόλογες των γειτονικών κρατών για πολιτικούς στόχους. Όπως δείχνουν εμπειρίες από το παρελθόν, ορισμένες περιφέρειες μπορεί να έχουν μια «εθνική εντολή», δηλαδή να στοχεύουν μακροχρόνια σε μια αλλαγή των συνόρων.

Για όλους αυτούς τους λόγους, η διαπεριφερειακή-διασυνοριακή συνεργασία θα αναπτυχθεί με σχετική βραδύτητα και μόνο κατά το βαθμό που δε θα καλλιεργούνται αναθεωρητικά σχέδια (Καζάκος Π.-Λιαργκόβας Π., «Η ελληνοτουρκική οικονομική συνεργασία», σελ. 202).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παραπάνω έρευνα παρουσιάζει μια σειρά από παραδείγματα, τα οποία μπορούν να λειτουργήσουν ως πολιτικές για την εφαρμογή συνεταιρικών στρατηγικών πάνω στο τουριστικό μάρκετινγκ. Θα πρέπει να επισημανθεί όμως ότι αυτά τα παραδείγματα δεν μπορούν στο σύνολο τους να εφαρμοστούν.

Κατά πρώτον, παρά το γεγονός ότι η ελληνική και τουρκική κοινωνία συνυπήρχαν για πολλούς αιώνες στο παρελθόν στον ίδιο γεωγραφικό χώρο και υπάρχουν πάρα πολλά παραδείγματα καλής φιλίας και γειτονίας σε τοπικό και ατομικό επίπεδο, οι πολιτικοί και κάποιες μικρές αλλά μεγάλων συμφερόντων ομάδες και από τις δύο πλευρές, σκόπιμα δεν έχουν αφιερώσει χρόνο και κόπο έτσι ώστε να δημιουργήσουν φιλικές σχέσεις μεταξύ των δύο κοινωνιών σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Πολλοί ισχυρίζονται ότι αυτές οι ομάδες αποκομίζουν μεγάλα οφέλη από τη διατήρηση αυτής της διαμάχης μεταξύ των δύο χωρών. Αυτά τα οφέλη δεν είναι κατά ανάγκη οικονομικά, αλλά κοινωνική και πολιτική δύναμη η οποία δημιουργεί τις προϋποθέσεις να αυξήσουν τα οικονομικά τους οφέλη και να ισχυροποιεί τη θέση τους. Αυτό βέβαια δε σημαίνει ότι δεν υπάρχουν πραγματικές διαφορές και διαμάχες μεταξύ της Ελλάδος και της Τουρκίας.

Ωστόσο, το ζήτημα των συνόρων και το κυπριακό δεν θα πρέπει να θεωρούνται και να προβάλλονται ως διαμάχες και ως η συνολική διαφωνία μεταξύ της Ελλάδος και της Τουρκίας. Εξαιτίας της κακής πολιτικής συμπεριφοράς ορισμένων πολιτικών και της έλλειψης πρωτοβουλιών εγκαθίδρυσης ειρηνικών σχέσεων μεταξύ των δύο χωρών, η Ελλάδα και η Τουρκία έχουν χάσει και ακόμα χάνουν πολλά οικονομικά οφέλη τα οποία θα αποκόμιζαν και θα μεγιστοποιούσαν μέσα από τη συνεργασία και των δύο κοινωνιών.

Μία πολύ καλή λύση θα ήταν και οι δύο χώρες να υπέγραφαν μια συνθήκη ειρήνης και αμοιβαίας συνεργασίας, κατά την οποία καμία από τις δύο χώρες δεν θα προκαλούσε πόλεμο για 20 χρόνια και όλα τα ζητήματα και οι διαφορές θα επιλύονταν μέσα από διαπραγματεύσεις και κάτω από την εποπτεία διεθνών οργανισμών όπως είναι το Δικαστήριο της

ΠΙΝΑΚΑΣ 12. Αμυντικές δαπάνες ως ποσοστό του ΑΕΠ και ρυθμοί οικονομικής μεγέθυνσης

	ΣΔ/ΑΕΠ	% μεγέθυνσης
1954-73	4,6	6,9
1974-96	5,8	2,1
1960-69	4,2	7,3
1970-79	5,6	5,4
1980-89	6,2	1,8
1990-96	4,5	1,2

Πηγή: Κόλλιας Χρήστος Γ., «Ελλάδα-Τουρκία: Άμυνα, Οικονομία και Εθνική στρατηγική

Χάγης. Είναι αστρονομικά τα ποσά που διαθέτουν και οι δύο χώρες για εξοπλισμούς, ποσά τα οποία θα μπορούσαν να διατεθούν σε άλλους τομείς όπως η παιδεία, το περιβάλλον, η κοινωνική πρόνοια και η τουριστική ανάπτυξη. Θα πρέπει να δημιουργηθεί μια σχέση μεταξύ των δύο χωρών που θα βασίζεται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη και όχι στο φόβο. Δεν υπάρχει κανένα τοίχος του Βερολίνου μεταξύ της Ελλάδος και της Τουρκίας. Υπάρχει μόνο φόβος και διστακτικότητα.

Παρά το γεγονός ότι και στο παρελθόν αλλά και σήμερα υπήρξαν πολιτικοί οι οποίοι έχουν κάνει σημαντικές προσπάθειες για να βελτιώσουν τις εμπορικές και πολιτικές σχέσεις μεταξύ των δύο γειτονικών χωρών, μεγαλύτερες κοινωνικές ομάδες δεν παρακινήθηκαν από αυτές τις προσπάθειες. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα και οι δύο χώρες να αποτύχουν να δημιουργήσουν καλές σχέσεις μεταξύ τους, πράγμα το οποίο είναι απαραίτητο για τη συνεργασία στο τουριστικό μάρκετινγκ και άλλων συνεταιρικών πρωτοβουλιών. Κάτω από αυτό το πρίσμα, για να δημιουργηθούν ειρηνικές σχέσεις μεταξύ της Ελλάδος και της Τουρκίας, οι πολίτες αυτών των χωρών θα πρέπει να αναπτύξουν καλές οικονομικές

σχέσεις. Δηλαδή η Ελλάδα και η Τουρκία θα πρέπει να πουλάνε και να αγοράζουν περισσότερο η μία από την άλλη. Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολύ ισχυρό εργαλείο για να δημιουργήσει καλύτερους εμπορικούς δεσμούς μεταξύ της Ελλάδος και της Τουρκίας, λόγω της γεωγραφικής θέσης των δύο χωρών και του κοινωνικο- πολιτισμικού υπόβαθρου των δύο κοινωνιών. Η λογική των παραπάνω θέσεων έχει να κάνει με το γεγονός ότι εάν οι επιχειρηματικές ελίτ και των δύο χωρών έχουν να χάσουν πάρα πολλά σε περίπτωση πολέμου ή κάποιου σοβαρού επεισοδίου, θα μπορούν να επηρεάσουν τα κέντρα αποφάσεων και στις δύο χώρες έτσι ώστε να διατηρηθούν οι ειρηνικές σχέσεις, μέσα από τις πελατειακές τους σχέσεις με αυτά τα κέντρα.

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί ένα από τους πιο σημαντικούς δείκτες της ελληνικής και τουρκικής οικονομίας, μέσα από τον οποίο και οι δύο χώρες μπορούν να αρχίσουν συνεταιρικές πρωτοβουλίες. Γι' αυτό το λόγο, μέσα από τα ιδιόμορφα χαρακτηριστικά της τουριστικής βιομηχανίας, όπως είναι η εξάρτηση από τους διεθνείς τουριστικούς πρακτόρους, τα πολύμορφα τουριστικά πακέτα και η ευαισθησία της τουριστικής ζήτησης απέναντι σε πολιτικές διαμάχες, ο κλάδος του τουρισμού φαίνεται να είναι μια καλή ευκαιρία για συνεργασία και συνεταιρισμό μεταξύ των δύο χωρών. Συγκεκριμένα, οι πρωτοβουλίες συνεργασίας πάνω στο τουριστικό μάρκετινγκ, μπορούν να γίνουν η αιτία έτσι ώστε να υπάρξουν και άλλες πρωτοβουλίες συνεργασίας και σε άλλους τομείς της οικονομίας και των δύο χωρών.

Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι χρειάζεται καιρός για να αλλάξει αυτή η αιώνια διαμάχη μεταξύ της Ελλάδος και της Τουρκίας. Γι' αυτό το λόγο, στο ξεκίνημα πρωτοβουλιών συνεργασίας μεταξύ των δύο πλευρών μπορεί να μην υπάρχει και ιδιαίτερη προθυμία από τους κρατικούς μηχανισμούς. Είναι σχεδόν βέβαιο όμως, ότι εάν οι αντιπρόσωποι του ιδιωτικού τομέα στον τουρισμό όπως είναι ο TURSAB και ο HATTA στην Τουρκία και ο ΣΕΤΕ στην Ελλάδα, πιέσουν για πρωτοβουλίες συνεταιρικού μάρκετινγκ στον τουρισμό, θα ακολουθήσουν και οι κρατικοί μηχανισμοί. Για παράδειγμα, ο Υπουργός Εξωτερικών της Τουρκίας Ισμαήλ Τζέμ, είχε δηλώσει ότι ο ιδιωτικός

τομέας πρέπει να προχωρήσει τόσο πολύ στην κοινοπραξία και στον συνεταιρισμό πάνω στα τουριστικά θέματα έτσι ώστε κανένας πολιτικός να μην είναι σε θέση να το σταματήσει.

Δεύτερον, οι εκπρόσωποι του τουρισμού και στις δύο χώρες θα πρέπει να γνωριστούν μεταξύ τους. Θα πρέπει να έρθουν σε επαφή έτσι ώστε να ανταλλάξουν ιδέες για το πώς θα συνεργαστούν με τον καλύτερο τρόπο. Για πολλά χρόνια, εξαιτίας του θερμού πολιτικού κλίματος μεταξύ των δύο χωρών, οι παράγοντες του τουρισμού δεν είχαν την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή και να λύσουν κοινά προβλήματα της τουριστικής βιομηχανίας και των δύο χωρών. Εάν γνωρίσει ο ένας τον άλλο καλύτερα μπορούν να συνεργαστούν ώστε να αυξήσουν τα οφέλη τους από τον τουρισμό. Θα πρέπει να πείσουν τις πολιτικές και στρατιωτικές ηγεσίες των χωρών τους ότι το συμφέρον των λαών τους είναι να ζήσουν μαζί και να συνεργαστούν στην περιοχή της Ανατολικής Μεσόγειου.

Για να είναι βιώσιμη, αποτελεσματική και επιτυχημένη η συνεργασία πάνω στο τουριστικό μάρκετινγκ, θα πρέπει να ιδρυθεί ένας κοινός τουριστικός οργανισμός. Αυτός ο οργανισμός θα πρέπει να λειτουργεί κάτω από την καθοδήγηση των ελληνικών και τουρκικών τουριστικών οργανισμών όπως είναι ο ΣΕΤΕ και ο TURSAB. Αυτός ο οργανισμός μπορεί να ονομάζεται Ελληνο-Τουρκικός Ταξιδιωτικός Σύνδεσμος “Greek-Turkish Travel Association (GTTA)”, ο οποίος θα ασχολείται με θέματα όπως είναι ο σχεδιασμός, το μάρκετινγκ, το περιβάλλον, κτλ., με στόχο την δημιουργία μιας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης μέσα από τη συνεργασία και για τις δύο χώρες. Τα μέλη αυτών των οργανισμών θα πρέπει να στελεχώνουν αυτόν τον κοινό οργανισμό στον οποίο θα πρέπει να οργανώνονται κοινές συναντήσεις έτσι ώστε να θέτονται ζητήματα βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Αυτή η ομάδα των ειδικών θα πρέπει να εργαστεί πάνω στη στρατηγική ανάπτυξης του τουριστικού μάρκετινγκ, περιλαμβάνοντας θέματα όπως είναι η διεύρυνση της τουριστικής αγοράς, η προώθηση του τουριστικού προϊόντος, η δημιουργία μιας καλύτερης εικόνας, κτλ. Η κάθε ομάδα

ειδικών θα πρέπει να ετοιμάζει μια αναφορά πάνω στο αντικείμενο ενδιαφέροντος της και να διανέμεται στους εμπλεκόμενους φορείς.

Τρίτον, αξιόπιστοι και σημαντικοί οικονομικοί πόροι θα πρέπει να διατεθούν για την επιτυχή εφαρμογή των συνεταιρικών στρατηγικών ανάπτυξης της αγοράς. Όπως συμβαίνει σε πολλές μεριές του πλανήτη, πολλές χώρες ήδη συνεργάζονται μεταξύ τους και έχουν δημιουργήσει τοπικούς οργανισμούς οι οποίοι ασχολούνται με την προώθηση των τουριστικών τους προορισμών. Ωστόσο, αυτοί οι οργανισμοί μέχρι σήμερα δεν ήταν τόσο αποτελεσματικοί πάνω στην εφαρμογή ενός δυναμικού και αποτελεσματικού μάρκετινγκ, μιας και οι οικονομικοί πόροι που διατίθενται σε αυτούς είναι περιορισμένοι. Για παράδειγμα, ο Αφρικανικός Ταξιδιωτικός Οργανισμός «Africa Travel Association, (ATA)», δημιουργήθηκε για να αυξήσει την αποτελεσματικότητα των διαφημιστικών προγραμμάτων, δημιουργώντας ένα ηλεκτρονικό δίκτυο διαφήμισης και την προβολή κάποιων video καθώς και την ανάπτυξη προγραμμάτων προώθησης των τουριστικών προορισμών μεγάλου βεληνεκούς τα οποία στηρίζονταν σε οικονομικά κεφάλαια που παρέχονταν από τις συμμετέχοντες χώρες. Κατά κάποιον τρόπο, όπως έχει αναφέρει και ο Πρόεδρος του ATA, Gen. C. Thembo, οι προηγούμενες προσπάθειες του ATA υπήρξαν περισσότερο ρητορικές παρά στην πράξη εφαρμόσιμες. Επίσης, ανέφερε ότι δεν υπήρξε σημαντική επιτυχία πάνω στο μάρκετινγκ εξαιτίας της κακής οικονομικής κατάστασης που βρίσκονται σήμερα οι περισσότερες αφρικανικές χώρες.

Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο, ο Ελληνο- Τουρκικός Ταξιδιωτικός Οργανισμός θα πρέπει να παραδειγματιστεί από τους άλλους οργανισμούς και να δημιουργήσει μια σημαντική πηγή οικονομικών πόρων έτσι ώστε να είναι αποτελεσματική η προσπάθεια προώθησης και των δύο τουριστικών προορισμών και ιδιαίτερα στις υπερπόντιες τουριστικές αγορές.

Τέταρτον, εάν οι προσπάθειες του ιδιωτικού τομέα για συνεργασία και συνεταιρισμό και από τις δύο πλευρές είναι έντονες και μεγάλης οικονομικής σημασίας, αναπόφευκτα αυτό θα οδηγήσει τις κυβερνήσεις

και των δύο χωρών να αναπτύξουν φιλικές και ειρηνικές σχέσεις.. Γεγονός είναι ότι πολλοί πολιτικοί δεν επιθυμούν να πάρουν το ρίσκο και την ευθύνη μιας προσπάθειας συνεργασίας μεταξύ των δύο χωρών εξαιτίας του μεγάλου πολιτικού κόστους που θα υπάρχει σε περίπτωση αποτυχίας. Ωστόσο, εάν πιστέψουν ότι αυτές οι προσπάθειες συνεργασίας θα είναι βιώσιμες και επιτυχής, δεν θα διστάσουν να εκφράσουν ανοικτά την υποστήριξη τους προς αυτές. Επίσης, οι παράγοντες του ιδιωτικού τομέα και οι μη κρατικοί οργανισμοί και από τις δύο χώρες, θα πρέπει να παίξουν έναν ενεργό και καθοδηγητικό ρόλο έτσι ώστε να προωθήσουν τη συνεργασία μεταξύ των δύο χωρών.

Πέμπτον, για πολλά χρόνια η Ελλάδα και η Τουρκία ανταγωνίζονταν για τα ίδια τουριστικά δολάρια και δεν βοηθούσε η μία την άλλη για να αυξήσουν ταυτόχρονα το μερίδιό τους από τις παγκόσμιες τουριστικές εισπράξεις. Αυτό που θα μπορούσαν να κάνουν οι δύο χώρες είναι να προσφέρουν τους τουριστικούς τους προορισμούς ως έναν στους υπερπόντιους τουρίστες, για τους οποίους το ταξίδι σε μία μόνο χώρα στην Ευρώπη ή στη Μέση Ανατολή αποτελεί γι' αυτούς κάτι το μη ελκυστικό. Μ' αυτόν τον τρόπο, καθώς η συνεργασία της Ελλάδος και της Τουρκίας θα αυξάνει τη ζήτηση από τους υπερπόντιους τουρίστες και τη διαπραγματευτική δύναμη των χωρών απέναντι στους διεθνείς Tour Operator λειτουργώντας ως ένας τουριστικός προορισμός, δημιουργώντας μια σειρά από νέες υπηρεσίες και ανέσεις στις ξενοδοχειακές τους εγκαταστάσεις πάνω στα κοινά τους σύνορα, θα έχει ως αποτέλεσμα να αυξηθεί η ζήτηση γι' αυτούς τους προορισμούς και από τα άλλα τμήματα της τουριστικής αγοράς. Επιπλέον, η συνεργασία μπορεί να δημιουργήσει καλύτερες ευκαιρίες και για τις δύο χώρες πάνω στην προστασία των φυσικών, ιστορικών και πολιτισμικών πόρων. Κατά συνέπεια, η διασυνοριακή συνεργασία μεταξύ της Ελλάδος και της Τουρκίας μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη ενός τουριστικού μοντέλου περισσότερο βιώσιμου και για τις δύο χώρες.

Τέλος, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι οι εκπρόσωποι του τουρισμού θα πρέπει να πειστούν ότι δεν μπορούν από μόνοι τους να προσφέρουν τα πάντα, αλλά μόνο μέσα από τη συνεργασία μπορούν να

ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΚΙΑΣ

προσφέρουν νέα τουριστικά προϊόντα όπως θεματικά πάρκα, οικοτουρισμός, τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων, συνδυασμός πολιτισμικού τουρισμού και τουρισμού των τριών S. Θα πρέπει επίσης να γνωρίζουν ότι χωρίς τη συνεργασία είναι σχεδόν αδύνατη η επιτυχία και για τις δύο χώρες απέναντι στις υπερπόντιες τουριστικές αγορές.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Καζάκος, Π. – Λιαργκόβας, Π. (1997), «Η ελληνοτουρκική οικονομική συνεργασία», Εκδόσεις Παπαζήση.

Μούτσογλου, Β. (2000), «Η Τουρκία στο μεταβαλλόμενο διεθνές περιβάλλον και οι ελληνοτουρκικές σχέσεις – Από τη συνάντηση στο Lancaster House στην απόφαση του Ελσίνκι», Εκδόσεις Παπαζήση.

Κόλλιας Χ. Γ., (2000), «Ελλάδα – Τουρκία Άμυνα, Οικονομία και Εθνική Στρατηγική», Εκδόσεις Πατάκη.

Ηρακλείδης Α., (2001), «Η Ελλάδα και ο εξ Ανατολών κίνδυνος», Εκδόσεις Πόλις.

Καζάκος Π. – Λιαργκόβας Π. – Μαριάς Ν. – Μπότσιου Κ. – Πολυχρονάκη Κ., (2001), «Η Ελλάδα και το ευρωπαϊκό μέλλον της Τουρκίας», Εκδόσεις Ι. Σιδέρης.

Βαρβαρέσος Σ., (1998), «Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές», Εκδόσεις Προπομπός.

Αυγερινού – Κολώνια Σ. – Ζαχαράτος Γ. – Ιακωβίδου Ο. – Κοκκώσης Χ. – Κούση Μ. – Μπριασούλη Ε. – Σπιλάνης Γ. – Τσάρτας Π., (2000), «Τουριστική Ανάπτυξη Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις», Εκδόσεις Εξάντας.

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, (1998), «Έρευνα για την τουριστική ανάπτυξη της Τουρκίας».

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, (2000), «Απολογισμός 1999».

ΞΕΝΗ

Parpairis Apostolos D., - Tosun Cevat, (2001), “Cross-Border Collaboration and cooperation for a sustainable tourism development: The case of Greece and Turkey”.

Tourism Management, No.22, (2001), “Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents”, Seyhmus Baloglu, Mehmet Mangaloglu.

Tourism Management, No. 22, (2001), “Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey”, Cevat Tosun.

Tourism Management, No.19, (1998), “A compact econometric model of tourism demand for Turkey”, Sevgin Akis.

ΠΙΝΑΚΕΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2.1. Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα της Ελλάδος ανά μήνα.....	25
2.2. Αριθμός νόμιμων καταλυμάτων κατά γεωγραφική περιοχή (31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1997).....	32
2.3. Έσοδα από τον τουρισμό σαν ποσοστό του ΑΕΠ και των Εξαγωγών, 1985-95.....	40
2.4. Στόχοι Προγραμμάτων Τουριστικής Ανάπτυξης και Έσοδα από τον Τουρισμό 1963-95.....	41
2.5. Στόχοι Αφίξεων και Πραγματοποιηθείσες Αφίξεις 1985-95.....	42
2.6. Νόμιμα καταλύματα και κλίνες 1990-95.....	43
2.7. Μέση διάρκεια παραμονής σε νόμιμα καταλύματα 1995.....	44

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1. Παρουσίαση κοινών δράσεων Ελλάδας-Τουρκίας στην περιοχή του Ανατολικού Αιγαίου / μικρασιατικών παραλίων (Διασυνοριακή Συνεργασία)	50
3.2. Τουριστικές εγκαταστάσεις κατά περιοχή Τουρκίας.....	55
3.3. Υπό κατασκευή τουριστικές εγκαταστάσεις κατά περιοχή Τουρκίας.....	55
3.4. Στρατηγική Ανάπτυξης Μάρκετινγκ.....	62

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

12. Αμυντικές δαπάνες ως ποσοστό του ΑΕΠ και ρυθμοί οικονομικής μεγέθυνσης.....	81
--	----