



**ΑΝΟΙΚΤΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**

**ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ**

**«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**

**«ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ»**

**ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ**

**Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**ΣΤΑ**

**ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ**

**ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΗ:**

**ΧΑΤΖΗΩΑΝΝΙΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:  
ΠΑΡΔΑΛΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΜΑΙΟΣ, 2014**



ΑΝΟΙΚΤΟ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΚΥΠΡΟΥ

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**

**ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ**

**«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**

**«ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ»**

## **ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ**

**Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**ΣΤΑ**

**ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ**

ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΗ:

**ΧΑΤΖΗΩΑΝΝΙΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

**ΠΑΡΔΑΛΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΜΑΙΟΣ, 2014

## Περιεχόμενα

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b>	7
<b>ABSTRACT</b>	8
<b>ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ</b>	9
<b>ΠΙΝΑΚΕΣ</b>	10
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΓΕΝΙΚΑ</b>	11
1.1 Εισαγωγή	11
1.2 Προσδιορισμός του προβλήματος	11
1.3 Σκοπός της διατριβής	11
1.4 Περιγραφή μεθοδολογίας και προσέγγισης του θέματος	12
1.5 Αναγκαιότητα και σπουδαιότητα του θέματος	12
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΟΡΙΣΜΟΙ</b>	14
2.1 Τουρισμός και ορισμοί	14
2.2 Σύνοψη	17
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ</b>	18
3.1 Τουρισμός την αρχαιότητα	18
3.2 Τουρισμός το Μεσαίωνα	18
3.3 Τουρισμός την Αναγέννηση και το 19 <sup>ο</sup> αιώνα	19
3.4 Τουρισμός τον 20 <sup>ο</sup> αιώνα	19
3.5 Σύνοψη	20
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>	21
4.1 Διάκριση τουρισμού διεθνώς	21
4.2 Άλλες διακρίσεις τουρισμού	21
4.3 Τουρίστες και εκδρομείς	22
4.4 Σύνοψη	22
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ</b>	23
5.1 Ανάγκη για σχεδιασμό	23
5.2 Τι περιλαμβάνει ο σχεδιασμός	23
5.3 Τουριστικός σχεδιασμός και κράτος	24
5.4 Τουριστικός σχεδιασμός και πεδία πολιτικής δράσης	25
5.5 Τουρισμός και ανάπτυξη	26
5.6 Βιώσιμη ανάπτυξη	28

5.7 Σύνοψη	29
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ</b>	<b>30</b>
6.1 Συστατικά τουριστικού προϊόντος	30
6.2 Τουριστικό προϊόν και 21 <sup>ος</sup> αιώνας	32
6.3 Τουριστικά κίνητρα	33
6.3.1. Κατηγορίες	33
6.4 Κλάδοι που συνθέτουν ένα ταξίδι	35
6.5 Τουριστική ζήτηση	35
6.6 Τουριστική προσφορά	38
6.7 Εναλλακτικός τουρισμός	39
6.7.1 Κυριότερες μορφές	40
6.8 Σύνοψη	42
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ</b>	<b>44</b>
7.1 Τουριστική κίνηση διαχρονικά	44
7.2 Τουρισμός και συνάλλαγμα	48
7.3 Τουρισμός και ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών	49
7.4 Τουρισμός και κατανάλωση	49
7.5 Τουρισμός και κράτος	49
7.6 Τουρισμός και φορολογικά έσοδα	50
7.7 Τουρισμός και κοινωνικές σχέσεις	50
7.8 Επιδράσεις οικονομικού περιβάλλοντος για τις τουριστικές επιχειρήσεις	51
7.9 Σύνοψη	51
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΑΔΑ</b>	<b>53</b>
8.1 Ελληνικός τουρισμός	53
8.1.1 Κύρια συστατικά	54
8.2 Αφίξεις ξένων στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια	54
8.3 Εξέλιξη τουρισμού και ελληνική οικονομία	55
8.4 Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία	56
8.5 Διαχρονική εξέλιξη τουρισμού στο ΑΕΠ	59
8.6 Τουρισμός και ΑΕΠ	60
8.7 Η εξέλιξη των τουριστικών εισπράξεων από το συνάλλαγμα	61
8.8 Τουρισμός και απασχόληση στην Ελλάδα	62
8.9 Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία	65

8.10 Αρνητικές επιπτώσεις τουρισμού	69
8.10.1. Τουρισμός και αύξηση τιμών	70
8.10.2. Τουρισμός και εγκληματικότητα	70
8.10.3. Τουρισμός και χωρητικότητα	71
8.10.4. Τουρισμός και ευρώ	71
8.10.5. Τουρισμός και πολιτισμός-περιβάλλον	72
8.11 Σύνοψη	72
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ</b>	74
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	76
<b>ΠΗΓΕΣ ΙΝΤΕΡΝΕΤ</b>	80
<b>ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ</b>	80

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Στο σύγχρονο χρηματοοικονομικό περιβάλλον, οι διακυμάνσεις στις οικονομίες των κρατών παγκοσμίως είναι πολύ μεγάλες με αποτέλεσμα να προκύπτουν και συνεχώς διαφορετικά πεδία για έρευνα και μελέτη. Ένα από τα θέματα παγκόσμιου ενδιαφέροντος είναι ο τουρισμός και αυτό θα μας απασχολήσει στη συγκεκριμένη διατριβή. Στην περίοδο που ζούμε που χαρακτηρίζεται από τη μεγάλη οικονομική κρίση που ξέσπασε το 2008 στις ΗΠΑ, τα κράτη, εναποθέτουν τις ελπίδες τους στον τουρισμό, καθώς τα οφέλη του είναι τεράστια και αποτελεί έναν από τους βασικούς άξονες στήριξης των κρατών στις δύσκολες εποχές που ζούμε. Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή σκοπό έχει να παρουσιάσει τον τουρισμό και τις επιδράσεις του στα δημοσιονομικά μεγέθη.

Ο τουρισμός για την ελληνική οικονομία αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της και από αυτόν παράγεται ένα πολύ σημαντικό ποσοστό του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος, ενώ προσφέρει θέσεις εργασίας στις μέρες που η ανεργία έχει φτάσει σε πολύ υψηλά νούμερα. Ο τουρισμός είναι ένας από τους λίγους, αν όχι ο δυναμικότερος, αναπτυσσόμενος τομέας της οικονομίας μας. Μετά από συγκέντρωση και παρουσίαση ποσοτικών δεδομένων διαπιστώνουμε ότι η εξέλιξη του τουρισμού από τα αρχαία χρόνια είναι τεράστια, και έχει φτάσει στη σημερινή του μορφή που είναι ο μαζικός τουρισμός, ενώ η ανάγκη του ανθρώπου για προστασία του περιβάλλοντος και φυγή από τον συνηθισμένο τύπο τουρισμού έχει αναπτύξει πλήθος εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ακόμη διαπιστώνουμε τα οφέλη του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο και εξετάζοντας τον τουρισμό και τις επιδράσεις του στην ελληνική οικονομία καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως ο τουρισμός σαφώς και επηρεάστηκε εν μέσω οικονομικής κρίσης, ωστόσο οι θετικές επιδράσεις του είναι αναμφισβήτητα πιο πολλές από τις αρνητικές.

## **ABSTRACT**

In the contemporary financial environment, fluctuations in the economies of the member countries are remarkable worldwide, as a consequence different fields of research and study are constantly being generated. This study will focus on tourism which is one of the topics of global interest. Since the period we are living is characterized by a great economic crisis that appeared in the U.S. in 2008, the member countries are pinning their hopes on tourism, as its benefits are huge and it is one of the main pillars supporting the countries in the difficult times we live. This study aims to present tourism and its effects on public finances.

Tourism for the Greek economy is one of the most important sectors, and produces a very significant proportion of the Gross National Product. At the same time it offers job opportunities, which is very important especially nowadays that unemployment has reached very high numbers. Tourism is one of the few, if not the most dynamic, growing sectors of our economy. After compiling and presenting quantitative data we found that the evolution of tourism since ancient times is huge, and has reached its present form which is mass tourism. Moreover, the human need for environmental protection and escape from the ordinary types of tourism has developed a number of alternative forms of tourism. Furthermore, taking into account the benefits of tourism globally and examining tourism and its effects on the Greek economy, we concluded that tourism is clearly affected by the economic crisis, but the positive effects are undoubtedly more numerous than the negative.



## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Παρδάλη Δημήτριο, χάρη στην πολύτιμη βοήθεια του οποίου μπόρεσα να ολοκληρώσω με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την μεταπτυχιακή μου διατριβή.

Παράλληλα νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και ιδιαίτερα τον αδερφό μου Νίκο, για την υπομονή και τη στήριξη τους, ώστε να καταφέρω να φέρω εις πέρας τη συγγραφή της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής.

## ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1: Πεδία Κρατικής Παρέμβασης στον Τουριστικό Σχεδιασμό	25
Πίνακας 2: Αρνητικές επιπτώσεις ανάπτυξης τουρισμού	28
Πίνακας 3: Το Τουριστικό Σύστημα του Leiper	31
Πίνακας 4: Τα τουριστικά κίνητρα	34
Πίνακας 5: Ο Νόμος της τουριστικής ζήτησης	37
Πίνακας 6: Η τουριστική προσφορά	39
Πίνακας 7: Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού	42
Πίνακας 8: Εξέλιξη διεθνών αφίξεων	44
Πίνακας 9: Διεθνείς αφίξεις τουριστών παγκοσμίως	45
Πίνακας 10: Ποσοστά μεταβολών αφίξεων ανά ήπειρο	45
Πίνακας 11: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις ανά ήπειρο σε εκατομμύρια	46
Πίνακας 12: Παγκόσμια κατάταξη βάσει των διεθνών αφίξεων 2007-2012	47
Πίνακας 13: Αφίξεις επισκεπτών ξένων στην Ελλάδα μεταξύ 2000 και 2010.	54
Πίνακας 14: Τουριστικές εισπράξεις σε μεσογειακούς προορισμούς ως % του ΑΕΠ κατά Μ.Ο.: 2005-2010	56
Πίνακας 15: Οικονομικές επιπτώσεις τουρισμού	57
Πίνακας 16: Μορφές επίδρασης από την ανάπτυξη του τουρισμού για την οικονομία	58
Πίνακας 17: Συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ, άμεσες τουρ. Εισπράξεις και σειρά κατάταξης Ελλάδος	60
Πίνακας 18: Κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάσει διεθνών τουριστικών εισπράξεων 2007-2012.	62
Πίνακας 19: Συνολική απασχόληση στον τουρισμό 2002-2012	65
Πίνακας 20: Βασικότερα μεγέθη	65
Πίνακας 21: Δείκτες απόδοσης	67

# **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> : ΓΕΝΙΚΑ**

## **1.1 Εισαγωγή**

Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί σε κυρίαρχη δύναμη για τα περισσότερα ανεπτυγμένα κράτη, με σημαντικές οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικό-πολιτικές επιδράσεις, γεγονός που τον έχει καταστήσει ύψιστο πολιτικό φαινόμενο (Richter 1983<sup>1</sup>). Αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες, αν αναλογιστεί κανείς τον αριθμό των τουριστών που μετακινούνται, τις συναλλαγματικές εισπράξεις και τα άτομα που απασχολεί, ενώ γίνεται κατανοητό το μέγεθος της αλλά και το πόσο σημαντική είναι. Στην παρούσα διατριβή θα προσπαθήσουμε να αποδείξουμε, πως η ανάπτυξη του τουρισμού έχει και θετικές αλλά και αρνητικές επιπτώσεις, τόσο σε εθνικό, όσο και σε περιφερειακό επίπεδο, με μεγάλη επίδραση στην απασχόληση και σημαντικό ρόλο στην εισροή συναλλάγματος και στο ΑΕΠ της χώρας μας.

## **1.2 Προσδιορισμός του προβλήματος**

Παρατηρείτε μια ραγδαία αύξηση του τουρισμού τον 21<sup>ο</sup> αιώνα παρά τα μεγάλα προβλήματα της εποχής (τρομοκρατικές επιθέσεις στο Λονδίνο και Η.Π.Α, οικονομική κρίση, γρίπη χοίρων-πτηνών και τρελών αγελάδων, ιός H1N1, κ.α.). Με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου, την ανάπτυξη στον κλάδο των αερομεταφορών και την ανάγκη των ανθρώπων για φυγή από τα καθημερινά τους προβλήματα, παρατηρείται μια άνθηση στη ζήτηση και προσφορά του τουρισμού. Λαμβάνοντας υπ' όψιν τα τεράστια προβλήματα που δημιουργήθηκαν από την ανικανότητα ελέγχου και αξιοποίησης του μαζικού τουρισμού δημιουργήθηκε η ανάγκη για εναλλακτικές μορφές τουρισμού φιλικές προς το περιβάλλον και κυρίως προς την πολιτιστική κληρονομιά.

## **1.3 Σκοπός της διατριβής**

Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους παγκόσμιους τουριστικούς προορισμούς. Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους στην ελληνική οικονομία. Συνέχεια γίνεται λόγος για τον τουρισμό και πως αυτός αποτελεί ένα από τα κυριότερα κλειδιά για την άνθηση της οικονομίας της χώρας μας. Σκοπός της συγκεκριμένης διατριβής είναι να δούμε πώς κινείται ο τουρισμός στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Τι αντίκτυπο έχει στην

---

<sup>1</sup> Richter I.k. (1983), "Tourism politics and political science: a case of not benign neglect", *Annals of tourism research*, 10 (3) : 313-335.

οικονομία της χώρας μας το κεφάλαιο τουρισμός, που καθημερινά σχεδόν γίνεται λόγος για αυτόν. Έτσι, στην παρούσα εργασία θα επιχειρήσουμε να αναδείξουμε τη συμβολή του τουρισμού στα δημοσιονομικά μεγέθη της χώρας.

#### **1.4 Περιγραφή μεθοδολογίας και προσέγγισης του θέματος**

Για τη συγγραφή της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής πραγματοποιήσαμε μια βιβλιογραφική και αρθρογραφική ανασκόπηση ενώ παράλληλα πραγματοποιήσαμε συγκέντρωση των ποσοτικών στοιχείων από έγκυρες και αναγνωρισμένες πηγές (ΠΟΤ, ΣΕΤΕ, ΙΟΒΕ, ΤτΕ, ΕΟΤ κ.α.) και κάναμε παρουσίαση αυτών των στοιχείων τα οποία προέρχονται από το εγχώριο και το διεθνές περιβάλλον. Στα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που μας απασχόλησαν στη συγκεκριμένη διατριβή ήταν η σχέση ανάμεσα στον τουρισμό και στα δημοσιονομικά μεγέθη, κατά πόσο επηρεάζει ο τουρισμός αυτά τα μεγέθη αλλά και πώς μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη τοπικών οικονομιών.

#### **1.5 Αναγκαιότητα και σπουδαιότητα του θέματος**

Στη σημερινή εποχή με την οικονομική κρίση, κρίνεται απαραίτητο δράσεις με σκοπό την εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων της χώρας και στροφή στις επενδύσεις. Ο τομέας του τουρισμού αναμένεται να αποκτήσει πιο ενεργό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας εν μέσω βέβαια και της ανάπτυξης άλλων χωρών.

Η αναγκαιότητα και ταυτόχρονα η σπουδαιότητα της συγκεκριμένης διατριβής βρίσκεται στο γεγονός πως το συγκεκριμένο θέμα είναι ιδιαίτερα χρήσιμο και επίκαιρο αν αναλογιστεί κανείς πως εν μέσω οικονομικής κρίσης ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους κυριότερους άξονες τόνωσης της οικονομίας της χώρας μας. Όμως για να συνεχίσει να αποτελεί έναν από τους πυλώνες τόνωσης της ελληνικής οικονομίας, θα πρέπει, η όποια τουριστική ανάπτυξη να γίνεται με σεβασμό στην ιστορία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον της Ελλάδος.

Στις μέρες μας, στην πιο δύσκολη, αναμφίβολα, φάση της ελληνικής οικονομίας, ο τουρισμός αποτελεί ένα βασικό κομμάτι στην προσπάθεια ανάπτυξής της. Συνεισφέρει σημαντικά στο ακαθάριστο εθνικό προϊόν, στην απασχόληση και τις επενδύσεις, αλλά ταυτόχρονα έχει και σημαντική προσφορά στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών. Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς παγκοσμίως λόγω του κλίματος, της θέσης, της πλούσιας αρχαιολογικής, πολιτιστικής και καλλιτεχνικής κληρονομιάς, της κατάλληλης υποδομής, και της φυσικής της ομορφιάς, τα οποία είναι και μερικά μόνο από τα πλεονεκτήματα έναντι

άλλων χωρών. Για την Ελλάδα ο τουρισμός αποτελεί την ταχύτερη αναπτυσσόμενη δραστηριότητά της, με πολλές ανεκμετάλλευτες δυνατότητες. Οι επιπτώσεις στην οικονομία, την κοινωνία, όπως και στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον είναι πολλές.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> : ΟΡΙΣΜΟΙ**

### **2.1 Τουρισμός και ορισμοί**

Ο τουρισμός, αναμφίβολα, αποτελεί ένα μοναδικό φαινόμενο με το οποίο έχουν ασχοληθεί πολλοί επιστήμονες από διαφορετικά πεδία κατά το παρελθόν. Το τουριστικό φαινόμενο σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996)<sup>2</sup>, συνδέεται με πολλές επιστήμες όπως τη γεωγραφία, την ψυχολογία, την ιστορία, την οικολογία, και τέλος τις οικονομικές και πολιτικές επιστήμες. Η φύση του τουρισμού και οι θετικές ή και αρνητικές επιδράσεις που μπορεί να επιφέρει σε μια χώρα υποδοχής, έχει οδηγήσει σε μια πληθώρα ορισμών του φαινομένου, ωστόσο μέχρι σήμερα δεν μπορούμε να πούμε ότι υπάρχει ένας μόνο γενικά αποδεκτός ορισμός. Ακριβή ορισμό της λέξης «τουρισμός» είναι δύσκολο να δοθεί καθώς το κίνητρο του τουρίστα διαφέρει κάθε φορά. Η ραγδαία αύξηση των τουριστικών μετακινήσεων τον 20<sup>ο</sup> αιώνα με σκοπό την αναψυχή αλλά και οι σημαντικές επιπτώσεις στις οικονομίες των κρατών υποδοχής κυρίως, δημιούργησε την ανάγκη καταγραφής ενός κοινά αποδεκτού ορισμού. Για κάποιους, ο τουρισμός αποτελεί ένα ταξίδι αναψυχής, για άλλους απλά μια ανθρώπινη επιθυμία ή δραστηριότητα, ενώ για κάποιους άλλους ο τουρισμός έχει μετατραπεί σε κοινωνική ανάγκη και κοινωνικό φαινόμενο (Ζαχαράτος 2000<sub>α</sub>).

Κατά περίπτωση οι διαφορετικοί ορισμοί αντιστοιχούν στην προσέγγιση της επιστήμης που εξετάζει τον τουρισμό (Κοινωνιολογία, Γεωγραφία, Οικονομία, Ανθρωπολογία κ.α.) όσο και από τους οργανισμούς που ασχολούνται με τον τουρισμό. Πολλοί οργανισμοί (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών, Σ.Ε.Τ.Ε., IOBE κ.α.) κατά καιρούς προσπάθησαν να δώσουν τον ορισμό της λέξης «τουρισμός», αλλά οι προσπάθειές τους βρήκαν εμπόδιο στο σκοπό του ταξιδιού και τη διάρκεια παραμονής. Έτσι θα μπορούσαμε να ορίσουμε τη λέξη τουρισμό ως *«το γεγονός εκείνο που συμβαίνει όταν ένα άτομο αλλάζει φυσικό περιβάλλον (αλλαγή παραστάσεων) και ρυθμό ζωής. Μπορεί να χαρακτηριστεί ότι είναι ένα πολυσύνθετο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο και πραγματοποιείται όταν συναντιέται η ανθρώπινη θέληση με το ταξίδι. Η σύμπτωση αυτή παρέχει ικανοποίηση σε ψυχοσωματικές ανάγκες και πνευματικές περιέργειες μέσα από μια συνειδητή και αποκλειστικά για το σκοπό αυτό πρόσκαιρη μετακίνηση και παραμονή των ατόμων σε ξένο γεωγραφικό χώρο όπου*

---

<sup>2</sup> Τσάρτας Π. (1996) *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, Εξάντας: Αθήνα.

αναπτύσσονται πλήθος δραστηριοτήτων αναψυχής και ψυχαγωγίας στο πλαίσιο πάντα του ελεύθερου χρόνου τους (Λαγός 2005)<sup>3</sup>».

Σύμφωνα με τους Hunziger & Krapf (1942), το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού και της παραμονής των ξένων σε έναν τόπο διαφορετικό από εκείνον της μόνιμης κατοικίας τους και δεν έχουν σκοπό κερδοφορίας, ονομάζεται «τουρισμός». Ήταν και ο πρώτος ορισμός της λέξης τουρισμός που έτυχε μεγάλης αποδοχής και έδειχνε τις σχέσεις που δημιουργούνται μεταξύ των τουριστών και του τοπικού πληθυσμού. Δεν αναφερόταν μόνο στα οικονομικά αποτελέσματα που εμπειρείχε ο τουρισμός αλλά και στις σχέσεις (όπως κοινωνικές) που δημιουργούνταν από τη μετακίνηση και την προσωρινή παραμονή του ατόμου σε χώρο πέρα από τη μόνιμη κατοικία του.

Οι Burkart & Medlik (1981), χώρισαν τους διάφορους ορισμούς σε δύο κύριες κατηγορίες:

- α) τους εννοιολογικούς ορισμούς, που επιχειρούν να δώσουν το θεωρητικό πλαίσιο με τα βασικά χαρακτηριστικά του τουριστικού φαινομένου αλλά και τα στοιχεία που το κάνουν ξεχωριστό από άλλα συγγενή φαινόμενα, και,
- β) τους τεχνικούς ορισμούς, που προσφέρουν τα στοιχεία για ανάλυση του τουριστικού φαινομένου από στατιστική σκοπιά.

Από τις πρώτες προσπάθειες σύνταξης ενός κοινά αποδεκτού ορισμού αποτελεί σύμφωνα με τον Gartner (2001), αυτή της League of Nations Committee of Statistical Experts (Επιτροπή Ειδικών Στατιστικών της Λεγεώνας των Εθνών) όπου ορίζει ως τουρίστα κάθε άτομο που επισκέπτεται μια χώρα και παραμένει σε αυτή τουλάχιστον 24 ώρες, ενώ από την άλλη ορίζει εκδρομέα το άτομο που παραμένει σε μια χώρα λιγότερο από 24 ώρες.

Κατά τον Matley (1976), τουρισμός είναι ένα ταξίδι αναψυχής, το οποίο περιλαμβάνει το δυναμικό του στοιχείο, που είναι η μετάβαση από και προς έναν προορισμό και το στατικό του στοιχείο, που περιλαμβάνει τις δραστηριότητες αναψυχής, ενώ πολλοί συγγραφείς επισημαίνουν την ανθρώπινη διάσταση του τουριστικού φαινομένου που προκύπτει από την ανάγκη του ατόμου να κάνει ένα ταξίδι, εκτός του τόπου της μόνιμης κατοικίας του χωρίς ωστόσο να έχει καταναγκαστικό χαρακτήρα (Gartner 2001, Gee et al., 2001, Gilbert 1990, Jovicic 1988).

---

<sup>3</sup> Λαγός Δ. (2005), *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Κριτική.

Ο τουρισμός συνδέεται με τον ελεύθερο χρόνο και τις δραστηριότητες που είναι διαφορετικές από την ρουτίνα. Σύμφωνα με τον Pigram (1985), ο τουρισμός αποτελεί υποσύνολο της αναψυχής ενώ αντίθετα η Murphy (1987), θεωρεί πως η αναψυχή είναι βασικό συστατικό του τουρισμού.

Σύμφωνα με τους Mitchell & Murphy (1991), ο τουρισμός αποτελεί δραστηριότητα στον ελεύθερο χρόνο του ατόμου και ορίζουν ως τουριστική ζήτηση την πρόθεση του ατόμου να εκμεταλλευτεί τις όποιες ευκαιρίες αναψυχής του παρουσιαστούν σε διαφορετικό τόπο από αυτόν της μόνιμης κατοικίας του. Ωστόσο αναφέρουν ότι *«δε δύναται να μελετούμαι τον τουρισμό μόνο από τη πλευρά της τουριστικής ζήτησης καθ' ότι υπάρχει και η τουριστική προσφορά που συνδέεται με τη διερεύνηση του τόπου υποδοχής αλλά και της χωρικής τους διασύνδεσης»*. Δηλαδή ο τουρισμός πραγματοποιείται στον τόπο προέλευσης, στον τόπο προορισμού αλλά και στη χωρική διασύνδεση αυτών των δύο, μέσω της οποίας γίνεται εφικτή η τουριστική κατανάλωση.

Αρκετοί πάλι ορίζουν τον τουρισμό ως βιομηχανία υπηρεσιών, δηλαδή μια πηγή τελικής ζήτησης υπηρεσιών που παρέχονται από τους επιμέρους κλάδους, όπως οι μεταφορές, τα κέντρα διασκέδασης, οι μονάδες διαμονής, τα εστιατόρια, τα εμπορικά μαγαζιά, τα μεταφορικά μέσα, τους χώρους αθλητισμού κ.α. (Papadopoulos & Mirza 1985, Smith 1988). Είναι παρόμοια, σύμφωνα με αυτούς, με μια βιομηχανία υλικών προϊόντων καθώς περιέχει και αυτή διαδικασίες διοίκησης, χρηματοδότησης, παραγωγής, μάρκετινγκ και καταλήγουν ότι ο τουρισμός αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες παγκοσμίως. Από την άλλη έχουμε και τους επικριτές αυτής της άποψης που υποστηρίζουν ότι δε δύναται να ορίσουμε τον τουρισμό σαν μια βιομηχανία, αλλά μόνο τους τουρίστες ως καταναλωτές πολλών διαφορετικών βιομηχανικών τομέων εξαιτίας της επίσκεψης των τουριστών σε πολλά μνημεία και αξιοθέατα και της χρήσης διαφορετικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών (Medlik 1996). Ακόμη σύμφωνα με τους Mill & Morrison (1992), ο τουρισμός ορίζεται η δραστηριότητα που περιλαμβάνει ότι σχετίζεται με την προετοιμασία, την πραγματοποίηση, την παραμονή και επιστροφή στον τόπο κατοικίας αλλά και τις αναμνήσεις του ταξιδιού.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ο ορισμός της λέξης περιλαμβάνει ένα πλήθος δραστηριοτήτων. Συγκεκριμένα σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ ο τουρισμός αποτελείται από δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν σε διαφορετικούς τόπους από αυτούς της μόνιμης κατοικίας τους και του συνήθους περιβάλλοντος τους, (πρέπει να σημειωθεί πως δεν περιλαμβάνονται ταξίδια ρουτίνας τακτικά εντός των περιοχών της συνηθισμένης διαμονής



του ατόμου) για λόγους αναψυχής, επιχειρηματικούς, επαγγελματικούς, θεραπευτικούς, θρησκευτικούς, συνεδριακούς κ.α. και για διάρκεια όχι μεγαλύτερη του ενός έτους. Γενικότερα σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ ο τουρισμός συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, αύξηση επενδύσεων, μεγέθυνση της οικονομίας και άνοδο του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων. Ακόμη ένας σημαντικός ορισμός που δόθηκε ήταν αυτός του Βαρβαρέσου (1998), που ορίζει τον τουρισμό σαν το σύνολο των σχέσεων που προέρχονται από την επικοινωνία των τουριστών με τους προμηθευτές, τις τουριστικές επιχειρήσεις ακόμη και με τις κυβερνήσεις των χωρών υποδοχής.

## **2.2 Σύνοψη**

Η πλειοψηφία των ορισμών όπως παρατηρούμε αναφέρει την μετακίνηση του ατόμου και την προσωρινή του διαμονή σε χώρα-τόπο εκτός της μόνιμης κατοικίας του. Παρατηρώντας την ελληνική είτε την ξένη βιβλιογραφία παρατηρούμε πως ο τουρισμός αποτελεί δραστηριότητα απόκτησης νέων εμπειριών μέσα από κάποιον ταξιδιωτικό προορισμό. Ακόμη, φαίνεται πως ο τόπος προορισμού και αυτός της προέλευσης των τουριστών, δημιουργούν σχέσεις αλληλεπίδρασης και αλληλεξάρτησης και έτσι πρέπει να υπάρχει ένα πλαίσιο κανονισμών, συμφωνιών και συνεργασιών μεταξύ τους.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> : ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ**

### **3.1 Τουρισμός την αρχαιότητα**

Από την αρχαιότητα λοιπόν, είναι γνωστή η ανάγκη του ανθρώπου να εξερευνήσει καινούργιες περιοχές, να βρει άλλους ανθρώπους, να ανταλλάξει προϊόντα πρώτης ανάγκης ή ακόμα και να παρακολουθήσει θρησκευτικές τελετές. Στην Ελλάδα από τα παλιά χρόνια η λατρεία των θεών του Ολύμπου και πιο συγκεκριμένα η μετακίνηση στους τόπους λατρείας αποτελούσε μορφή τουρισμού. Τα Ολύμπια προς τιμήν του θεού Δία που γίνονταν κάθε τέσσερα χρόνια στην Πελοπόννησο, ή το μαντείο της Δωδώνης και των Δελφών, αποτελούσε μεγάλη θρησκευτική γιορτή και θρησκευτικούς τόπους αντίστοιχα, όπου πολλοί πιστοί πήγαιναν από όλο τον κόσμο. Κατά τη ρωμαϊκή εποχή τα ταξίδια ήταν πιο ασφαλή, καθώς το ρωμαϊκό ναυτικό, φημιζόταν για τη δύναμή του και είχε καταφέρει να πολεμήσει την πειρατεία, ενώ ο στρατός, φρόντιζε στη στεριά οι δρόμοι να είναι ελεύθεροι για διακίνηση και εμπόριο τροφίμων και λοιπών υλικών. Γνωστή έγινε και στους ρωμαίους η λουτροθεραπεία, καθώς διέθεταν αρκετές ιαματικές πηγές και συνδύαζαν τη θεραπεία, με επισκέψεις σε γύρω περιοχές για λόγους αναψυχής ή ακόμη και για λόγους μόρφωσης καθώς κοντά στα λουτρά λειτουργούσαν βιβλιοθήκες και μουσεία. Στην αρχαία Ελλάδα ήταν πολύ σημαντική η φιλοξενία ενός ταξιδιώτη. Όταν έφτανε στον τελικό του προορισμό ο ταξιδιώτης, έπρεπε να νιώθει ασφαλής και σίγουρος ότι θα έβρισκε στέγη, κάτι το οποίο επίτασσε ο Δίας ως προστάτης των ξένων (Λαγός 2005).

### **3.2 Τουρισμός το Μεσαίωνα**

Κατά το μεσαίωνα παρατηρείται μια αυξητική τάση στις μετακινήσεις οι οποίες σχετίζονται αρκετά με το προσκύνημα στους Άγιους Τόπους, το οποίο αποτέλεσε το επίκεντρο του τουρισμού, ενώ οι ταξιδιώτες από όλο τον κόσμο δεν αντιμετώπιζαν πρόβλημα στέγης και τροφής καθώς η εκκλησία παρακινούσε τους πιστούς να φιλοξενούν τους ταξιδιώτες. Σημαντικό επίσης ρόλο κατά το μεσαίωνα διαδραμάτισαν οι σταυροφορίες, κύριο μέλημα των οποίων ήταν η επαναφορά της ηρεμίας στους δρόμους με προορισμό τους Αγίους Τόπους, οι οποίοι είχαν καταληφθεί από άραβες μουσουλμάνους (Λαγός 2005).

### **3.3 Τουρισμός την Αναγέννηση και τον 19<sup>ο</sup> αιώνα**

Την περίοδο της αναγέννησης σημαντικό τουριστικό προϊόν αποτελούν οι τέχνες και οι ανακαλύψεις καινούργιων χωρών. Μεγάλοι καλλιτέχνες όπως ο Νταβίντσι και ο Μικελάντζελο άφησαν τεράστια κληρονομιά με βασικό χρηματοδότη την εκκλησία. Κατά το 19<sup>ο</sup> αιώνα εφευρέσεις όπως η πυξίδα, αλλά και η εξέλιξη των πλοίων ώθησαν τους ανθρώπους να εξερευνήσουν τον άγνωστο μέχρι τότε παγκόσμιο χάρτη μέσω των ωκεανών. Η εξέλιξη του σιδηρόδρομου και του αυτοκινήτου αποτέλεσαν τη βάση για εμπορική ανάπτυξη αλλά ταυτόχρονα και για τουριστική κίνηση. Η σύνδεση τουρισμού με τα μέσα μεταφοράς ήταν πλέον γεγονός. Τα τουριστικά καταλύματα εκσυγχρονίστηκαν, προσέφεραν πλέον ανέσεις πολυτελείας και δυνατότητες για ψυχαγωγία, ακολουθώντας τις εξελίξεις στις μεταφορές και τις επικοινωνίες. Σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος αποτέλεσε ο Thomas Cook γνωστός και ως ο πρώτος τουριστικός πράκτορας που απευθύνθηκε αρχικά στην υψηλή κοινωνία με προσφορά πακέτου ξενοδοχείου, ξεναγήσεων και διατροφής αλλά γρήγορα επεκτάθηκε και στη μεσαία τάξη (Λαγός 2005).

### **3.4 Τουρισμός τον 20<sup>ο</sup> αιώνα**

Ο 20<sup>ος</sup> αιώνας χαρακτηρίστηκε από τεράστια ανάπτυξη στον τουρισμό με την πραγματοποίηση υπερατλαντικών ταξιδιών, με την ευρεία χρήση του αεροπλάνου και του αυτοκινήτου για πιο κοντινές αποστάσεις αλλά ταυτόχρονα είχαμε και τους δύο παγκόσμιους πολέμους που επηρέασαν αρνητικά την εξέλιξη του τουρισμού. Η κατασκήνωση-κάμπινγκ έγινε δημοφιλής οικονομικός εναλλακτικός τουρισμός που υπάρχει και στις μέρες μας ενώ τη δεκαετία του 1990 οι πληρωμένες διακοπές για τους ανθρώπους έγιναν πραγματικότητα. Πλέον ο τουρισμός αποτελεί και πηγή απόκτησης συναλλάγματος, δημιουργεί συνέχεια νέες θέσεις εργασίας και φέρνει εισόδημα στις χώρες υποδοχής τουριστών. Οι άνθρωποι πέρα από τις βασικές τους ανάγκες έχουν και την ανάγκη πραγματοποίησης ενός ταξιδιού για αναψυχή, ξεκούραση ή ακόμη και ανάγκη παρακολούθησης ενός μεγάλου αθλητικού γεγονότος. Την αρχή της δεκαετίας του 1970 παρατηρούμε την ίδρυση ενός σημαντικού πλήθους περιοδικών (Tourism Review 1972, Annals of Tourism Research 1974, Tourism Recreation Research 1976, Tourism Management 1979) για τον τουρισμό το οποίο υποδεικνύει τη σοβαρότητα με την οποία άρχισαν να αντιμετωπίζουν τον τουρισμό οι επιστήμονες (Λαγός 2005).

### **3.5 Σύνοψη:**

Παρατηρήσαμε πιο πάνω πως από την αρχαιότητα υπήρχε η ανάγκη στον άνθρωπο να εξερευνήσει καινούργιες περιοχές, να γνωρίσει άλλους ανθρώπους για ανταλλακτικούς σκοπούς τότε, να παρακολουθήσει μια θρησκευτική τελετή. Στα επόμενα χρόνια και συγκεκριμένα κατά το μεσαίωνα, την αναγέννηση και το 19<sup>ο</sup> αιώνα είδαμε πως με τις ταχύτερες εξελίξεις στις αερομεταφορές και τις αυτοκινητοβιομηχανίες, οι μετακινήσεις έγιναν πιο εύκολες με αξιοσημείωτο το έργο του Thomas Cook ως του πρώτου *τουριστικού πράκτορα*. Τέλος κατά τον 20<sup>ο</sup> αιώνα παρατηρήσαμε πλέον την ανάγκη του ανθρώπου να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι για διάφορους σκοπούς ενώ με την ίδρυση ενός σημαντικού πλήθους περιοδικών γίνεται κατανοητή η σημασία που αποκτά ο τουρισμός και η σημασία που πλέον δίνει ο άνθρωπος σε αυτή τη μεγάλη βιομηχανία.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> : ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

### **4.1 Διάκριση τουρισμού διεθνώς**

Σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ., διεθνώς τον τουρισμό τον διακρίνουμε σε:

- Εγχώριο, που αναφέρεται μόνο σε κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν μόνο μέσα σε αυτή,
- Εξερχόμενο, που αφορά τους κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν με προορισμό εκτός της χώρας τους,
- Εισερχόμενο, που αφορά τους ξένους (αλλοδαπούς) κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν σε μια δεδομένη χώρα.

Διεθνής είναι ο εισερχόμενος και ο εξερχόμενος τουρισμός μαζί, εσωτερικός τουρισμός είναι ο εγχώριος και ο εισερχόμενος τουρισμός μαζί και εθνικός τουρισμός είναι ο εγχώριος και εξερχόμενος τουρισμός.

### **4.2 Άλλες διακρίσεις τουρισμού**

Σύμφωνα με το Λαγό (2005) ο τουρισμός κατηγοριοποιείται σε τρεις γενικές μορφές:

- Αρχικά αναφέρεται ο μαζικός τουρισμός που περιλαμβάνει την πλειοψηφία των τουριστών που αναζητούν ταξίδι με σκοπό την αναψυχή, τη διασκέδαση και ξεκούραση σε προορισμούς, με ήλιο κατά βάση
- παράλληλα υπάρχει ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων που περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό τουριστών οι οποίοι έχουν συγκεκριμένους σκοπούς πραγματοποίησης του ταξιδιού τους (θρησκευτικό, επαγγελματικό, υγείας, συνεδριακό, εκπαιδευτικό) ενώ έχουμε και,
- τον εναλλακτικό τουρισμό που γίνεται δημοφιλής τα τελευταία χρόνια και περιλαμβάνει ένα πλήθος διαφορετικών μορφών τουρισμού από το συνηθισμένο όπως αγροτουρισμός, ορεινός, χειμερινός, περιπέτειας, και επιλέγουν οι άνθρωποι που επιθυμούν να περάσουν εναλλακτικά τις διακοπές τους. Ωστόσο όπως επισημαίνεται ο μαζικός τουρισμός σιγά-σιγά αρχίζει να φθίνει καθώς παρουσιάζονται προβλήματα στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον όπως ομαδικότητα, διεθνισμός και μαζικότητα ενώ από την άλλη βρίσκει άνθηση η ζήτηση για εναλλακτικό τουρισμό με συνέπεια βέβαια αύξηση της ανταγωνιστικότητας, της ποιοτικής αναβάθμισης του

τουρισμού, και της ορθολογικότερης χρονικά κατανομής της τουριστικής ζήτησης που έχει και σαν επακόλουθο τη δημιουργία και ανάπτυξη καινούργιων τουριστικών προορισμών.

### **4.3 Τουρίστες και εκδρομείς**

Όσον αφορά τους ταξιδιώτες σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ. είναι αυτοί που πραγματοποιούν ένα ταξίδι για οποιοδήποτε σκοπό, πέρα από αυτόν της εργασίας, μεταξύ δύο τόπων, είτε εντός της χώρας τους, είτε στο εξωτερικό. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επισκέπτες που ταξιδεύουν για μικρότερο από 12 μηνών διάστημα. Στους επισκέπτες τώρα περιλαμβάνονται

- οι τουρίστες και
- οι εκδρομείς.

Οι εκδρομείς μένουν στον τόπο προορισμού τους λιγότερο από 24 ώρες και περιλαμβάνονται σε αυτούς επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, μέλη πληρωμάτων και διασυνοριακοί αγοραστές. Αντίθετα τουρίστες είναι αυτοί που μένουν στον τόπο προορισμού τους τουλάχιστον 24 ώρες με διάφορους σκοπούς όπως αναψυχής, διακοπών, επαγγελματικούς και επιχειρηματικούς σκοπούς, θρησκεία, άθληση, υγεία-θεραπεία. Ωστόσο υπάρχουν κατηγορίες ταξιδιωτών που δεν περιλαμβάνονται ούτε στους τουρίστες ούτε στους εκδρομείς και τέτοιοι είναι τα μέλη των ενόπλων δυνάμεων, οι νομάδες και οι διασυνοριακοί εργαζόμενοι, οι πρόσφυγες, οι μετανάστες, οι διπλωμάτες. Είναι σημαντική η διάκριση ανάμεσα σε τουρίστες και εκδρομείς καθώς οι εκδρομείς δε διανυκτερεύουν, ωστόσο χρησιμοποιούν κατά το πλείστον εστιατόρια, μπαρ, καταστήματα, συγκοινωνίες, επισκέψεις σταδίων κτλ. Η ταξινόμηση τουριστών και εκδρομέων είναι αναγκαία για να διαπιστωθούν και να εξεταστούν και τα τουριστικά κίνητρα αλλά και να μελετηθεί ποιοτικά και ποσοτικά η τουριστική ζήτηση που καθορίζει την τουριστική αγορά και την τουριστική ανάπτυξη της κάθε περιοχής.

### **4.4 Σύνοψη**

Είδαμε στο κεφάλαιο αυτό τη διάκριση του τουρισμού διεθνώς σε εγχώριο, εξερχόμενο και εισερχόμενο ενώ σαφής έγινε και η κατηγοριοποίηση του τουρισμού σε μαζικό, ειδικών ενδιαφερόντων και εναλλακτικό. Τέλος αναλύσαμε τη διαφορά που υπάρχει ανάμεσα στον τουρίστα όπου μένει σε έναν τόπο τουλάχιστον 24 ώρες και στους εκδρομείς όπου μένουν σε έναν τόπο λιγότερο από 24 ώρες.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup> : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ**

### **5.1 Ανάγκη για σχεδιασμό**

Ο σχεδιασμός του τουρισμού αντανακλάται στο σημαντικό αριθμό σχεδίων ανάπτυξης που πραγματοποιήθηκαν από το 1950 και μετά (Pearce 1991<sup>4</sup>). Όπως είδαμε στην ιστορική εξέλιξη, ο τουρισμός παλαιότερα αποτελούσε απλά ένα περιηγητικό ταξίδι, αργότερα μεταλλάχθηκε σε ταξίδι αναψυχής των κοινωνικά προνομιούχων τάξεων και τον 20<sup>ο</sup>-21<sup>ο</sup> αιώνα έχει μεταλλαχτεί σε ταξίδι διακοπών και κοινωνικό αγαθό της ευρύτερης αστικής τάξης. Στη μέχρι τώρα εξέλιξη του τουρισμού παρατηρούμε τη θεσμικά καθορισμένη μηνιαία διακοπή της εργασίας με αποδοχές, τις ταχύτατες αλλαγές στον κλάδο των αερομεταφορών, την κοινωνική διεύρυνση της κατανομής του εισοδήματος, την αύξηση του διαθέσιμου ελεύθερου χρόνου των ευρύτερων κοινωνικών στρωμάτων, και κατανοούμε την ανάγκη για σχεδιασμό στον τουρισμό (Hall 2000, Williams & Shaw 1998). Η σημασία αλλά και η αναγκαιότητα του σχεδιασμού του τουριστικού προϊόντος προκλήθηκε ως απαίτηση να λειτουργήσει η χώρα υποδοχής ως οικονομικός και κοινωνικός χώρος για προσφορά υπηρεσιών και προϊόντων σε μια διαρκώς αυξημένη τουριστική ζήτηση η οποία προκαλείται από τα εκατομμύρια τουριστών που οδεύουν σε μια χώρα υποδοχής (Ζαχαράτος 2000β). Η συνεχιζόμενη αύξηση των τουριστικών κρατήσεων αλλά και η επακόλουθη αρνητική επίπτωση από την αλόγιστη χρήση των τουριστικών πόρων επιτάσσουν τη δημιουργία τουριστικού σχεδιασμού (Ανδριώτης 2005).

### **5.2 Τι περιλαμβάνει ο σχεδιασμός**

Ο τουριστικός σχεδιασμός περιλαμβάνει ένα σύνολο από διαδικασίες και ενέργειες που πρέπει να συνδυαστούν για να προκύψουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Η σύνθετη μορφή του τουρισμού απαιτεί ο σχεδιασμός του, να πραγματοποιηθεί με τη συνεργασία πολλών επιστημονικών κλάδων και ένα τουριστικό σχέδιο πρέπει να είναι διεπιστημονικό. Ο τουριστικός σχεδιασμός πρέπει να λαμβάνει υπ' όψιν του και τα επιμέρους στοιχεία του ταξιδιού, δηλαδή, το ταξίδι σε έναν προορισμό, την παραμονή του τουρίστα ακόμη και τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται εκεί (Mathieson & Wall 1982<sup>5</sup>). Ο τουριστικός σχεδιασμός είναι αποτελεσματικός μόνο όταν είναι πραγματοποιήσιμος. Δεν αρκούν μόνο

---

<sup>4</sup> Pearce D. (1991), *Tourist Development*, 3rd edn, Harlow: Longman.

<sup>5</sup> Mathieson A. & Wall G. (1982), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Harlow: Longman.

σχέδια και μελέτες, καθώς αυτά είναι μόνο τα εργαλεία ή οι προϋποθέσεις που χρειάζονται. Για να γίνει ένας σχεδιασμός χρειάζονται αποφάσεις για μια συγκεκριμένη διαδικασία και ένας συγκεκριμένος τρόπος για να μπορούν να εφαρμοστούν οι αποφάσεις (Μπεριάτος 1985, Williams 1998). Ο τουριστικός σχεδιασμός είναι αποτυχημένος εάν βασίζεται σε διεθνείς μελέτες, καθότι η μοναδικότητα του τουριστικού φαινομένου σε κάθε προορισμό και οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ της κουλτούρας των ντόπιων και των τουριστών, χρειάζονται πολλές μελέτες τοπικού χαρακτήρα όπου οι συγκρίσεις μεταξύ τους να προσφέρουν χρήσιμα συμπεράσματα (Jafari 1990).

### **5.3 Τουριστικός σχεδιασμός και κράτος**

Μέσα στα βασικά έργα παρέμβασης του κράτους στον τουριστικό σχεδιασμό, αποτελεί η ανάπτυξη των οδικών δικτύων, δίκτυα ύδρευσης, τηλεπικοινωνιών και ηλεκτροδότησης, ενώ άξιο αναφοράς είναι η παρέμβαση του ελληνικού κράτους στην κατασκευή ή χρηματοδοτική υποστήριξη ξενοδοχειακών μονάδων και εγκαταστάσεων (Konsolas & Zacharatos 2000, Chiotis & Coccossis 1992). Έτσι ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης μέσω του κρατικού παρεμβατισμού αντιμετωπίζεται και ως σχέδιο ενίσχυσης επενδύσεων σε υποδομές που θα επηρέαζαν θετικά το ΑΕΠ, την απασχόληση και το ισοζύγιο πληρωμών μέσω του συναλλάγματος των τουριστών (Μπριασούλη 2000<sup>6</sup>).

Η μελέτη, η διερεύνηση και η διάθεση του τουριστικού προϊόντος αλλά και των επιδράσεων αυτού στην κοινωνία και κυρίως στην οικονομία των χωρών υποδοχής δεν δύναται να ακολουθήσει αφηρημένες και γενικές γραμμές. Είναι απαραίτητο να προσαρμοστεί στα χαρακτηριστικά του κάθε κράτους από τη στιγμή μάλιστα που τον 21<sup>ο</sup> αιώνα οι χώρες κατατάσσουν τον τουρισμό μεταξύ των κύριων τομέων της οικονομίας τους. Είναι απαραίτητο να επισημανθεί πως ο σχεδιασμός για το τουριστικό προϊόν αποτελεί βασικό εργαλείο για την ανάπτυξη (Παπαδασκαλόπουλος & Χριστοφάκης 2002). Ωστόσο σύμφωνα με τους Roweis & Scott (1981), οι παρεμβάσεις του κράτους στο σχεδιασμό δεν ακολούθησαν ποτέ ένα συνεχή ρυθμό αλλά αντιθέτως χαρακτηρίζονται από διακυμάνσεις. Ακόμη σύμφωνα με τους Lickorish & Jenkins (2004<sup>7</sup>), ο ρόλος του κράτους στον τουριστικό σχεδιασμό συνδέεται με τους στόχους αλλά και τη φιλοσοφία της πολιτικής της εκάστοτε

---

<sup>6</sup> Μπριασούλη Ε. (2000), *Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης: Χαρακτηριστικές Προσεγγίσεις*, στο Τσάρτας Π. (επιμ.), *Τουριστική Ανάπτυξη – Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις*, Εξάντας: Αθήνα, σελ. 123-148.

<sup>7</sup> Lickorish L.J. & Jenkins C.L. (2004) *Μια Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Τσάρτας Π. (επιμ.), Κριτική: Αθήνα.



κυβέρνησης. Στις περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες η τουριστική ανάπτυξη γίνεται βασικό εργαλείο της οικονομικής ανάπτυξης των χωρών αυτών. Το 1990 πραγματοποιήθηκε ένα από τα σημαντικότερα συνέδρια που αφορούν τον τουριστικό σχεδιασμό και μερικά από τα θέματα που συζητήθηκαν ήταν α) η ανάπτυξη φιλικών προς το περιβάλλον μορφών τουρισμού, β) η ανάγκη συνεργασίας ιδιωτικού και δημόσιου τομέα στη διαδικασία κατάρτισης και εφαρμογής τουριστικών σχεδίων και τέλος γ) η καταγραφή ζωνών για σχεδιασμό των χρήσεων της γης (Gunn 1994).

#### **5.4 Τουριστικός σχεδιασμός και πεδία πολιτικής δράσης**

Την τελευταία δεκαετία ο τουριστικός σχεδιασμός πραγματοποιείται με σκοπό την παρακίνηση δυνητικών επενδυτών στο χώρο του τουρισμού με προκαθορισμένες επενδυτικές προτάσεις, στις οποίες περιλαμβάνονται προβλέψεις για τις τουριστικές αφίξεις, με στόχο να επιτευχθούν οι στόχοι του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης (Ζαχαράτος 2000<sup>8</sup>).

*Πίνακας 1: Πεδία Κρατικής Παρέμβασης στον Τουριστικό Σχεδιασμό*

<b>Πεδία δράσης</b>	<b>Παρεμβατικά εργαλεία</b>
<b>Ανάπτυξη και Σχεδιασμός Τουριστικής Δραστηριότητας</b>	Χρηματοδοτικά μέτρα όπως η ανάπτυξη δικτύων και εργαλεία όπως κίνητρα, φοροαπαλλαγές, δάνεια και επιχορηγήσεις με στόχο την ενίσχυση της τουριστικής δραστηριότητας.
<b>Ανάπτυξη και Σχεδιασμός Αγοράς</b>	Μηχανισμοί και διάφορα εργαλεία προώθησης και ανάπτυξης της αγοράς, με στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας στον τουρισμό.
<b>Φυσικός Σχεδιασμός Τουριστικών Προορισμών</b>	Σχεδιασμός του τουριστικού χώρου και των συστατικών του στοιχείων (υλικό-τεχνική υποδομή, τουριστική ανωδομή, κ.α.)
<b>Διαχείριση των Επιδράσεων της</b>	Ανάπτυξη εργαλείων διαχείρισης των κοινωνικό-πολιτιστικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών συνεπειών

<sup>8</sup> Ζαχαράτος Γ.Α. (2000β), *Τουριστική Πολιτική*, Σημειώσεις Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών: Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού, Πανεπιστήμιο Αιγαίου: Χίος.

<b>Τουριστικής Ανάπτυξης</b>	της τουριστικής δραστηριότητας.
<b>Μηχανισμοί Διαλόγου &amp; Συνεργασίας</b>	Διάλογος και συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων για ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών.
<b>Διαχείριση των Κρίσεων</b>	Προσπάθεια άμεσης επίλυσης των τυχόν προβλημάτων που προκύψουν για να συνεχίσει η ανάπτυξη μέσω του τουρισμού.

Πηγή: (Dredge & Jenkins 2007).

Τα τοπικά προγράμματα για ανάπτυξη προσφέρουν αναμφίβολα συμμετοχή των τοπικών φορέων στη χάραξη των στόχων, καλύτερη γνώση των τοπικών ιδιομορφιών και που πρέπει να επικεντρωθεί η ανάπτυξη. Ωστόσο τα σχέδια αυτά σε τοπικό επίπεδο αντιμετωπίζουν και αρκετά προβλήματα μερικά από τα οποία είναι η αδυναμία εξοικονόμησης πόρων –πιο δύσκολα απ’ ότι σε ευρύτερη κλίμακα-, και η αδυναμία συντονισμού των επιμέρους τοπικών διαμερισμάτων καθώς όλοι θέλουν να λύσουν τα δικά τους προβλήματα χωρίς κανένα ενδιαφέρον για γειτονικές περιοχές. Παράλληλα το μοντέλο ανάπτυξης του 21<sup>ου</sup> αιώνα ευνόησε τα μεγάλα αστικά κέντρα και έτσι παρά τα σημαντικά και μεγάλα έργα τους, τα προβλήματα σε νησιά συνεχίζουν να υπάρχουν. Τα μεν αναπτυγμένα συνεχίζουν την διαδρομή τους στον τουριστικό χώρο με τα προβλήματα να τους ακολουθούν και στα υπόλοιπα παρατηρούμε απλώς τεράστια προβλήματα. Ο τουρισμός αποτελεί μια βιομηχανία που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέσο για την επίτευξη ορισμένων στόχων. Σημαντικά στοιχεία είναι το μάρκετινγκ και η προώθηση για τον τουριστικό σχεδιασμό. Μέσω του μάρκετινγκ εισάγονται καινούργιες έννοιες όπως αυτή του πολλαπλασιαστή και το μοντέλο εισροών-εκροών με σκοπό την εξεύρεση των καλύτερων τρόπων μέτρησης για το κατά πόσο μπορεί να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου ο τουρισμός (Williams 2009).

## **5.5 Τουρισμός και ανάπτυξη**

Η λέξη ανάπτυξη στον τουρισμό είναι αναμφίβολα μια περίπλοκη διαδικασία με αποτέλεσμα να υφίστανται και διαφορετικές θεωρητικές προσεγγίσεις του όρου ανάπτυξη η οποία σαφώς συμβαδίζει ανάλογα τον αναλυτή εκείνο ή εκείνων που κάνουν την έρευνα. Σύμφωνα με τον Hettne (1990), στη διάρκεια των θεωρητικών προσεγγίσεων της ανάπτυξης, η έννοια ολοένα και πιο σύνθετη γίνεται και επομένως η απάντηση στο ερώτημα «τι θεωρείται ανάπτυξη;»

φαίνεται να μην υπάρχει. Ακόμη υποστηρίζει πως η έννοια της ανάπτυξης συνήθως εντάσσεται σε προσεγγίσεις κοινωνικών αλλαγών. Άλλοι αναφέρουν ότι «η ανάπτυξη είναι ένας όρος ιστορικός, σύνθετος και αντιφατικός και αποτελεί το κεντρικό χαρακτηριστικό της ανθρώπινης εξέλιξης, το οποίο δεν μπορεί να περιγραφεί απλά με έναν αριθμό χαρακτηριστικών» (Johnston et al., 1998<sup>9</sup>).

Η εξέλιξη των θεωρητικών προσεγγίσεων για την ανάπτυξη του τουρισμού ταυτίστηκαν με την περίοδο μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο και με την άνοδο του μαζικού τουρισμού. Ο τουρισμός εξισώθηκε κατά τη δεκαετία του 1960 με τη σχολή του εκσυγχρονισμού, η οποία με τη σειρά της συνδέθηκε με την κενυσιανή θεωρία και με την αντίληψη για υψηλά επίπεδα κρατικού παρεμβατισμού. Η ανάπτυξη μιας περιοχής μετριέται με ποσοτικούς όρους όπως το κατά κεφαλήν εισόδημα και η κοινωνική ανάπτυξη μετριέται με τα ποσοστά βασικής εκπαίδευσης, πρόσβασης στις υπηρεσίες υγείας και ιδιοκτησία καταναλωτικών αγαθών. Η ανάπτυξη του τουρισμού έχει πολλές φορές συνδεθεί μέσα από έρευνες για τις θετικές επιπτώσεις στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ωστόσο υπάρχουν και αρκετές αρνητικές επιπτώσεις σύμφωνα και με τον πίνακα 2. Θεωρείται το βασικό εργαλείο για την αύξηση του ισοζυγίου πληρωμών, του ΑΕΠ της χώρας, την απασχόληση καθώς επίσης συμβάλει και στη μεταφορά κεφαλαίου από τις αναπτυγμένες στις αναπτυσσόμενες χώρες (Telfer 2002<sup>10</sup>). Επιπρόσθετα για τη θεωρητική προσέγγιση της λέξης «τουριστική ανάπτυξη» πρέπει να διερευνηθούν και οι συνέπειες που παρατηρούνται από τις αλλαγές των εκάστοτε κυβερνήσεων, τις αποφάσεις αυτών, καθώς και οι πιέσεις που δέχονται αυτές από τους διεθνείς οργανισμούς (ΔΝΤ και Παγκόσμια Τράπεζα). Τα διαρθρωτικά προγράμματα τα οποία υπέγραψαν πολλές κυβερνήσεις, επέβαλλαν τη σταδιακή ιδιωτικοποίηση των εμπορικών στοιχείων των κρατών, με αντάλλαγμα βέβαια την χρηματική υποστήριξη, με σκοπό την τόνωση και αναδιάρθρωση της οικονομίας (Lickorish & Jenkins 2004). Η ναυτιλία μαζί με τον τουρισμό χαρακτηρίζονται από μια αναπτυξιακή πορεία στην Ελλάδα και βοηθούν κατά πολύ στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας (Μυλωνόπουλος 2005).

---

<sup>9</sup> Johnston R.J., Gregory D. & Smith D.M. (1998), *The Dictionary of Human Geography* (3rd ed.) Oxford: Basil Blackwell.

<sup>10</sup> Telfer D. (2002), *Tourism and Regional Development Issues*, in Sharpley R. & Telfer D. J. (eds) *Tourism and Development: Concepts and Issues*, London: Channel View Publication, 81-111.

Πίνακας 2 : Αρνητικές επιπτώσεις ανάπτυξης τουρισμού

ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ
Αναπτύσσει εποχικά προβλήματα
Απειλεί τη σύνθεση της οικογένειας
Προκαλεί ανεπανόρθωτες καταστροφές στο περιβάλλον
Εμπορευματοποιεί τη θρησκεία, τον πολιτισμό και τις τέχνες
Προκαλεί πληθωρισμό
Προκαλεί ανισορροπία οικονομικής ανάπτυξης

Πηγή: (Lickorish and Jenkins, 2004).

## **5.6 Βιώσιμη ανάπτυξη**

Από τη δεκαετία του 1980 η προστασία του περιβάλλοντος έχει αποκτήσει σημαντικό ενδιαφέρον όταν γίνεται λόγος για τουριστική ανάπτυξη. Φαίνεται πως ο τουρισμός έχει συνδεθεί με τις εναλλακτικές θεωρητικές προσεγγίσεις και κυρίως με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης. Με τη λέξη περιβάλλον εννοείται πέρα από τους φυσικούς πόρους (έδαφος, νερό, χλωρίδα, πανίδα) και όλα τα στοιχεία που συνθέτουν το φυσικό και ανθρωπογενές πλαίσιο διαβίωσης του πληθυσμού μιας περιοχής (WCED 1987, Krippendorf, 1991). Η συνεχής προσπάθεια διαφύλαξης του περιβάλλοντος που έλκει και αναπτύσσει τον τουρισμό, δεν μπορεί παρά να αποτελεί συνεχή και επίμονη αποκλειστική φροντίδα για να συνεχίζει να εξασφαλίζει τα θετικά του αποτελέσματα. Το βάρος πέφτει οπότε σε σωστό σχεδιασμό και σωστή πολιτική διαχείριση του τουριστικού προϊόντος με στόχο την μεγιστοποίηση των ωφελειών και την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων. Γίνεται λόγος για τον βιώσιμο τουρισμό που θεωρείται κάθε μορφή ανάπτυξης τουριστικών δραστηριοτήτων η οποία εξασφαλίζει διατήρηση και ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, μακροχρόνια προστασία αυτών και μια οικονομική ανάπτυξη στους κατοίκους της

περιοχής. Ο βιώσιμος τουρισμός και η ανάπτυξή του έγκειται στην εξασφάλιση της δυνατότητας του χώρου υποδοχής να υποστηρίζει τόσο στο παρόν όσο και στο μέλλον την τουριστική δραστηριότητα και να παρέχει στους κατοίκους οφέλη ίδια και καλύτερα από τα σημερινά (Κοκκώσης, Κυρατσούλης & Μέξα, 2000).

## **5.7 Σύνοψη**

Με τους ταχύτατους ρυθμούς εξέλιξης γενικότερα και ειδικότερα όσον αφορά τον τουρισμό, παρατηρήσαμε πως υπάρχει η ανάγκη για τουριστικό σχεδιασμό μετά από την παρατήρηση για αρνητικές επιπτώσεις έπειτα από την αλόγιστη χρήση τουριστικών προϊόντων. Ωστόσο όλες οι μελέτες και οι προτάσεις πρέπει να είναι εφαρμόσιμες, λαμβάνοντας υπ' όψιν όλες τις παραμέτρους ενός ταξιδιού, αλλά και την μοναδικότητα του κάθε τόπου και τα ιδιαίτερα ξεχωριστά χαρακτηριστικά του. Ακόμη αναλύσαμε τα διάφορα παρεμβατικά έργα του κράτους στον τουριστικό σχεδιασμό, τα διάφορα πεδία πολιτικής δράσης του τουριστικού σχεδιασμού όπως επίσης και τα διάφορα προβλήματα που αντιμετωπίζει ένας τοπικός τουριστικός σχεδιασμός. Τέλος αναλύσαμε την έννοια της λέξης τουριστική ανάπτυξη και πιο συγκεκριμένα την τουριστική ανάπτυξη με γνώμονα το περιβάλλον (βιώσιμη ανάπτυξη) που σα σκοπό έχει τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των ντόπιων κατοίκων, την παροχή υψηλής ποιότητας εμπειριών στους τουρίστες και τη διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος για να συνεχίζει να υπάρχει, να αναπτύσσεται και να εξελίσσεται.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup> : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ**

Το τουριστικό προϊόν είναι ένα σύνθετο προϊόν το οποίο περιλαμβάνει υλικά αγαθά (φαγητά, ποτά), άυλες υπηρεσίες (ξενοδοχείο, μεταφορές τουριστών) αλλά και φυσικά στοιχεία (ήλιος, θάλασσα, κλίμα).

### **6.1 Συστατικά τουριστικού προϊόντος**

Το συνολικό τουριστικό προϊόν αποτελείται από:

- α) τις ομορφιές του τόπου προορισμού που μπορεί να είναι ιστορικά μνημεία φυσικά τοπία ή ο τρόπος ζωής,
- β) την προσβασιμότητα του τόπου προορισμού που σχετίζεται με το κατά πόσο εύκολα, γρήγορα αλλά και οικονομικά μπορεί να φτάσει ο τουρίστας στον προορισμό του, πόσες εναλλακτικές επιλογές έχει,
- γ) τις διευκολύνσεις του τόπου προορισμού προκειμένου να απολαύσει ο τουρίστας τις ομορφιές του τόπου, που σχετίζεται με το α),
- δ) την εικόνα του προορισμού που εκφράζει τις παραστάσεις που διαμορφώνουν οι τουρίστες σχετικά με το που θα παν, τι θα δουν και τι θα κάνουν. Από την στιγμή που αξιολογηθούν όλα αυτά οι τουρίστες αποφασίζουν και το ταξίδι τους και
- ε) την τιμή του τουριστικού προϊόντος δηλαδή το συνολικό κόστος μετακίνησης, διαμονής, διατροφής και συμμετοχής σε δραστηριότητες. Το τουριστικό προϊόν αποτελείται από επί μέρους συστατικά στοιχεία που όταν συνδυαστούν απαρτίζουν το γνωστό τουριστικό πακέτο. Τα βασικά στοιχεία ενός τουριστικού πακέτου είναι ο προορισμός, η διαμονή, το μεταφορικό μέσο, η διατροφή και οι μετακινήσεις.

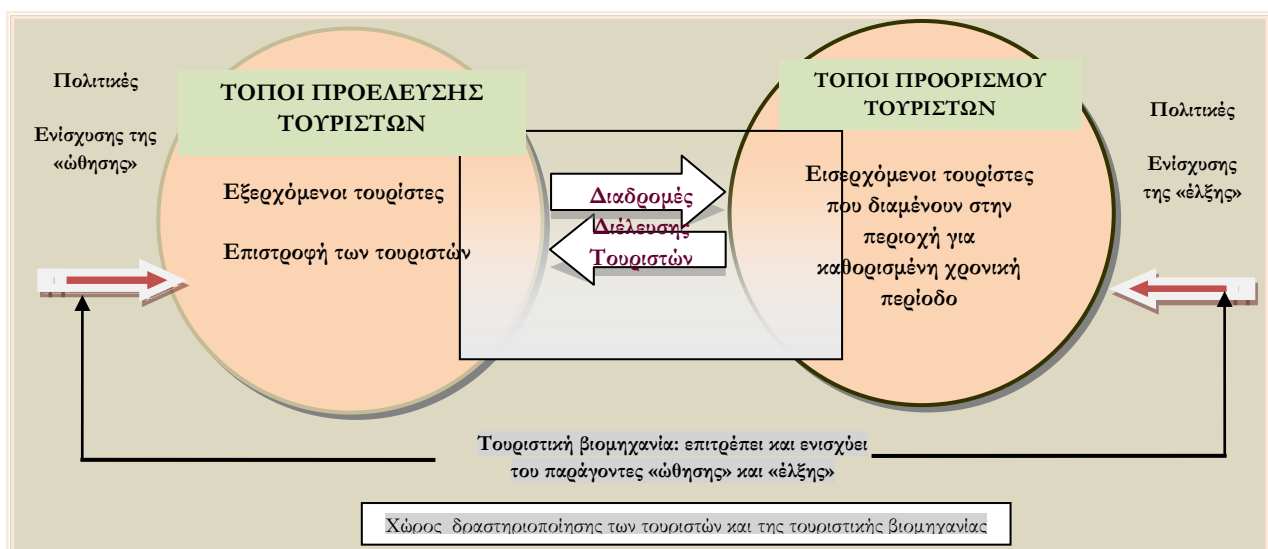
Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η έρευνα του Leiper (1979<sup>11</sup>), που υποστηρίζει πως το τουριστικό προϊόν αποτελείται από ένα σύνολο στοιχείων. Πιο συγκεκριμένα αναφέρει τον κύριο εκφραστή του συστήματος που είναι ο τουρίστας, τον χώρο προέλευσης, τον χώρο προορισμού, τη διαδρομή, και την τουριστική βιομηχανία. Ο χώρος προέλευσης δείχνει την αγορά τουριστών και παρέχει την ώθηση για την πραγματοποίηση του ταξιδιού. Μέσα σε αυτόν τον χώρο γίνεται η έρευνα, ο προγραμματισμός και η αναχώρηση του ταξιδιού. Ο τόπος προορισμού αποτελεί το μέρος όπου ο τουρίστας θα ζήσει αυτό που ονομάζεται «τουριστική εμπειρία» με ότι συνεπάγεται αυτό. Η διαδρομή δεν περιλαμβάνει μόνο το

---

<sup>11</sup> Leiper N. (1979), "The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry", Annals of Tourism Research (vol. 6, no. 4), 404.

μικρό διάστημα και τον τρόπο που θα φτάσει ο τουρίστας στον προορισμό αλλά και τις ενδιάμεσες περιοχές που θα επισκεφτεί καθοδόν. Τέλος, η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει ένα σύνολο επιχειρήσεων και οργανισμών που εμπλέκονται στη διανομή του τουριστικού προϊόντος. Από εστιατόρια και κέντρα διασκέδασης μέχρι αεροπορικές εταιρείες και γραφεία ταξιδιωτικά. Ο ίδιος σημειώνει λίγο αργότερα «πως τουρισμός είναι μια δραστηριότητα ανθρώπινη που περιλαμβάνει συμπεριφορές τουριστών, ιδέες που διαμορφώνουν τις συμπεριφορές αυτές και όλες εκείνες τις συλλογικές ή ατομικές δραστηριότητες στις οποίες επιδίδονται οι τουρίστες». Πρόκειται ουσιαστικά για μια βιομηχανοποιημένη και εμπορευματοποιημένη δραστηριότητα (Leiper 1990).

Πίνακας 3: Το Τουριστικό Σύστημα του Leiper



Πηγή: Προσαρμογή από Leiper N. (1979), "The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry," *Annals of Tourism Research* (vol. 6, no. 4), 404

Είδαμε ότι τον 20<sup>ο</sup> αιώνα οι επιστήμονες αναγνώρισαν τη σπουδαιότητα του τουρισμού καθώς αναγνωρίστηκε η σχέση του τουρισμού με τον ελεύθερο χρόνο και τις δραστηριότητες που μπορούν να γίνουν στον ελεύθερο χρόνο καθώς παράγουν κατανάλωση και κέρδος στη σύγχρονη κοινωνία. Σύμφωνα με τους Ioannides & Debbage (1998), η μελέτη του τουρισμού προσφέρει μια πιο σφαιρική αντίληψη αναφορικά με την κοινωνική και οικονομική δομή και διάρθρωση ενός τόπου καθώς τουρισμός και ελεύθερος χρόνος συσχετίζονται με ευρύτερα κοινωνικό-οικονομικά θέματα όπως η εμπορευματοποίηση του χώρου και των χρήσεων της γης και η παγκοσμιοποίηση.

Από τις αρχές μάλιστα του 20<sup>ου</sup> αιώνα όπως σημειώνει ο Butler (2004), πραγματοποιούνται μελέτες με επίκεντρο τον τουρισμό, την αναψυχή και τον ελεύθερο χρόνο και αναλύουν και περιγράφουν μοντέλα προσφοράς και ζήτησης. Στη Γαλλία κυρίως τη δεκαετία του 1960 πραγματοποιήθηκαν αρκετές μελέτες που ενδεχομένως οφειλόταν στη μεγάλη αναγνώριση του τουρισμού ως παράγοντα για την οικονομική ανάπτυξη των γαλλικών Άλπεων και ο αντίκτυπός τους στη φυσική και πολιτιστική σημασία του τοπίου (Knafou et al. 1997). Χαρακτηριστικά αναφέρεται από τον Derriau (1961), πως ο τουρισμός παρείχε περισσότερο εισόδημα από το εισόδημα που προσέφεραν παραδοσιακοί κλάδοι της οικονομίας στη Γαλλία και αυτό ήταν που ανάγκασε στην ουσία μελετητές εκεί να ασχοληθούν με τον τουρισμό.

## **6.2 Τουριστικό προϊόν και 21<sup>ος</sup> αιώνας.**

Ο τουρισμός τον 21<sup>ο</sup> αιώνα αναμφίβολα εξελίσσεται και όπως επισημαίνουν οι (Ζαχαράτος 2000<sub>α</sub>, Page 2003) δεν έχει όρια. Πλέον είναι παγκόσμιο φαινόμενο και επηρεάζει άμεσα το περιβάλλον στο οποίο πραγματοποιείται, τους ανθρώπους που συμμετέχουν, τις οικονομίες των χωρών και τον τουρίστα που καταναλώνει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Ολοένα και περισσότεροι κλάδοι εντάσσουν τον τουρισμό στα πεδία έρευνας και μελέτης τους.

Με την έλευση του μαζικού τουρισμού παρατηρούμε όλο και περισσότερους μελετητές να ασχολούνται με το φαινόμενο του τουρισμού καθώς είναι ο σημαντικότερος παράγοντας που επέφερε αλλαγές στις περισσότερες ευρωπαϊκές πόλεις.

Είναι πολύ δύσκολο να προσδιοριστεί ο τουρισμός ως αυτόνομος παραγωγικός τομέας λόγω της πολυπλοκότητας της τουριστικής δραστηριότητας τόσο όσον αφορά την τουριστική ζήτηση όσο και την τουριστική προσφορά. Η μέτρηση και ο προσδιορισμός των επιδράσεων του τουρισμού στην οικονομία μιας χώρας είναι δύσκολος και αυτό γίνεται αντιληπτό αν αναλογιστούμε ότι στους περισσότερους εθνικούς λογαριασμούς ο τουρισμός περιλαμβάνεται ως οικονομικός κλάδος μαζί με τις υπηρεσίες, αλλά και πόσες μικρομεσαίες επιχειρήσεις υπάρχουν που είναι αδύνατο η συλλογή πληροφοριών από αυτές. Για το λόγο αυτό τη δεκαετία του 1960 η επιστήμη του τουρισμού προτείνει την ολιστική προσέγγιση του *δορυφορικού λογαριασμού τουρισμού* που στόχο έχει να περιγράψει τη δομή της τουριστικής δραστηριότητας μιας χώρας, να μετρήσει το οικονομικό μέγεθος και τη συνεισφορά της, αλλά και να κάνει συλλογή πληροφοριών αναγκαίων για να συσχετιστεί ο τουρισμός με άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας. Ο δορυφορικός λογαριασμός είναι μια μέθοδος για να εκτιμά τις επιπτώσεις του τουρισμού σε σχέση με άλλους οικονομικούς



κλάδους και επιτρέπει συγκρίσεις αφού μπορεί να συνδεθεί με τους πίνακες εισροών-εκροών της οικονομίας. Χρησιμοποιεί τα υπάρχοντα οικονομικά στοιχεία και ενσωματώνει τον τουρισμό σε ένα αποδεκτό διεθνές σύστημα λογαριασμών. Ωστόσο οι πληροφορίες που χρησιμοποιεί δεν είναι συχνά σωστά συλλεγμένες, ενώ έχει και υψηλό κόστος. Η βάση του δορυφορικού λογαριασμού είναι να συγκεντρώνει όλα τα συστατικά στοιχεία του τουρισμού και να υπάρχει μια σύνδεση μεταξύ της ζήτησης για τουριστικά προϊόντα, με την προσφορά τουριστικών προϊόντων από τις βιομηχανίες με σκοπό να βοηθήσουν σε μελέτες και στην ανάπτυξη αυτού (Λαγός 2005).

### **6.3 Τουριστικά κίνητρα**

Οι άνθρωποι πέρα από την κάλυψη βασικών τους αναγκών όπως διατροφή, διαμονή, ένδυση κ.τ.λ., έχουν και άλλες ανάγκες όπως η πραγματοποίηση ενός ταξιδιού μακριά από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους με σκοπό την ξεκούραση, την αναψυχή, την θεραπευτική προσφορά, την παρακολούθηση ενός αθλητικού γεγονότος κ.τ.λ.. Ένα άτομο προσπαθεί να ικανοποιήσει την ανάγκη για ταξίδι έχοντας κάποιο σκοπό-κίνητρο. Μέσα από αυτά ενεργοποιείται το άτομο και πραγματοποιεί ταξίδια.

#### **6.3.1. Κατηγορίες**

Τα τουριστικά κίνητρα μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

1. Φυσικά, τα οποία είναι για αναψυχή, για σωματική αναγέννηση, για υγεία,
2. Ψυχολογικά, τα οποία περιλαμβάνουν χαλάρωση, φυγή από καθημερινότητα,
3. Προσωπικά, τα οποία περιλαμβάνουν την επιθυμία του ατόμου να αναγνωριστεί από άλλους,
4. Διαπροσωπικά, που περιλαμβάνουν επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς,
5. Επαγγελματικά, τα οποία περιλαμβάνουν ταξίδια με επαγγελματικό σκοπό και συμμετοχή σε συνέδρια,
6. Πνευματικά, τα οποία περιλαμβάνει ταξίδια για να γνωρίσει κανείς άλλους πολιτισμούς,
7. Κοινωνικά, τα οποία περιλαμβάνουν συμμετοχή σε κοινωνικές εκδηλώσεις όπως γάμοι,
8. Πολιτιστικά, που περιλαμβάνουν ταξίδια με σκοπό να γνωρίσει κανείς τα ήθη και έθιμα του τόπου που επισκέπτεται,
9. Εκπαιδευτικά, που περιλαμβάνουν επισκέψεις σε ιστορικά μνημεία,

10. Θρησκευτικά, που περιλαμβάνουν ταξίδια με σκοπό την επίσκεψη σε τόπους λατρείας εκκλησίες και μοναστήρια,
11. Ψυχαγωγικά, που περιλαμβάνουν ταξίδια με σκοπό την παρακολούθηση ενός αθλητικού γεγονότος
12. Περιβαλλοντικά, που περιλαμβάνουν ταξίδια με σκοπό να συναντήσει κανείς ένα περιβάλλον διαφορετικό από το δικό του και τέλος,
13. Κλιματολογικά, που είναι ταξίδια με σκοπό την επίσκεψη σε διαφορετικό κλίμα από αυτό της μόνιμης κατοικίας.

*Πίνακας 4 : Τα τουριστικά κίνητρα*

<b>ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ</b>	ΦΥΣΙΚΑ
	ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΑ
	ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ
	ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΑ
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ
	ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ
	ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ
	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ
	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ
	ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΑ
	ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΑ
	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ
	ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΑ

Πηγή: (Λαγός 2005)

## **6.4 Κλάδοι που συνθέτουν ένα ταξίδι**

Οι κυριότεροι παραγωγικοί κλάδοι που συνθέτουν ένα ταξίδι και με τους οποίους θα πρέπει ο κάθε τουρίστας να ασχοληθεί είτε πριν είτε κατά τη διάρκεια του ταξιδιού είναι:

- α) ο κλάδος των μεταφορικών μέσων (οδικώς, σιδηροδρομικώς, αερομεταφορών, θαλάσσια) συμπεριλαμβανομένου και των ενοικιάσεων αυτοκινήτων,
- β) ο κλάδος της εστίασης που περιλαμβάνει, εστιατόρια, καφετέριες, ταβέρνες, μπαρ κτλ,
- γ) ο κλάδος των θεαμάτων που περιλαμβάνει τα σχετικά με διασκέδαση και ψυχαγωγία εκθέματα,
- δ) ο κλάδος των υπηρεσιών φιλοξενίας που περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών μονάδων που παρέχουν υπηρεσίες φιλοξενίας και τέλος
- ε) ο κλάδος των ενδιάμεσων φορέων που περιλαμβάνει ταξιδιωτικά γραφεία και tour operators.

Η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει ένα πλήθος από στοιχεία τα οποία σε αρμονική συνεργασία μεταξύ τους πετυχαίνουν πολλά οφέλη στην οικονομία της χώρας. Αυτά είναι τα καταλύματα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, ξενώνες), οι μεταφορικές επιχειρήσεις (αεροπορικές εταιρείες, ναυτιλιακές, ενοικίασης αυτοκινήτων), επισιτιστικές επιχειρήσεις (εστιατόρια, ταβέρνες, καφετέριες), τουριστικά γραφεία (ενεργούν αντί του ταξιδιώτη και οργανώνουν το ταξίδι του-έκδοση εισιτηρίων, κράτηση αεροπορική, εξασφάλιση αυτοκινήτου ενοικιαζόμενου-), εγκαταστάσεις αναψυχής (πάρκα, μουσεία, μνημεία), ενδιάμεσες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τουρισμό (καταστήματα σουβενίρ, φωτογραφεία στον τόπο προορισμού), υπηρεσίες υποστήριξης (Ε.Ο.Τ., Υπηρεσίες πληροφοριών στα λιμάνια, υπηρεσίες ξεναγήσεων) (Λαγός 2005).

## **6.5 Τουριστική ζήτηση**

Ο όρος τουριστική ζήτηση αναφέρεται στην ποσότητα του τουριστικού προϊόντος που ένα άτομο ή ένα σύνολο ατόμων θέλει και μπορεί να αγοράσει σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο και με συγκεκριμένη τιμή. Οι τουρίστες με την κατανάλωση τουριστικών προϊόντων προσδοκούν την ικανοποίηση κάποιων αναγκών ή επιθυμιών τους και αυτό φυσικά εξαρτάται και από το εισόδημά τους. Σε περίπτωση που οι τιμές των τουριστικών προϊόντων ανέβουν, ο τουρίστας θα κοιτάξει να αντικαταστήσει το τουριστικό προϊόν με κάποιο άλλο υποκατάστατο που θα τον συμφέρει πιο πολύ. Η τουριστική ζήτηση αποτελεί το στοιχείο

πάνω στο οποίο θα βασιστούν αποφάσεις των επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό (ταξιδιωτικά γραφεία, αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία, ναυτιλιακές γραμμές, κτλ.). Η επιτυχία ή η αποτυχία των περισσότερων επιχειρήσεων τουρισμού εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την κατάσταση της τουριστικής ζήτησης ή από την αδυναμία κάλυψης της ζήτησης της αγοράς. Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί πως οι ακριβείς προβλέψεις της τουριστικής ζήτησης θα βοηθήσουν τις εκάστοτε κυβερνήσεις στη διαμόρφωση κατάλληλων στρατηγικών (Λαζαρίδης και Παπαδόπουλος 2005<sup>12</sup>).

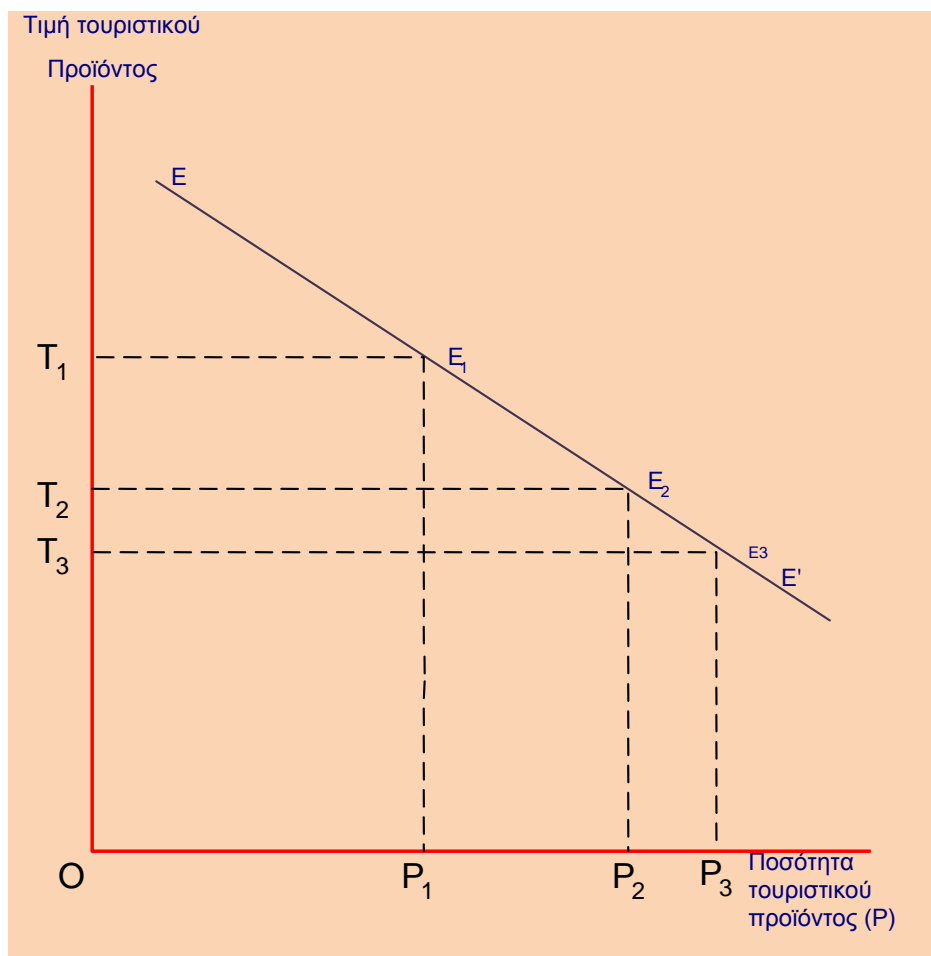
Το τουριστικό προϊόν είναι ένα πολύπλοκο προϊόν στο οποίο εμπλέκονται πολλοί και διαφορετικοί κλάδοι της οικονομίας. Τα συστατικά του, είναι μια μίξη από αγαθά, υπηρεσίες και φυσικά στοιχεία: ξενοδοχεία, εστιατόρια, μέσα μεταφοράς και επικοινωνίας, ανθρωπίνι πόροι, ταξιδιωτικά γραφεία, ξεναγοί, τραπεζικά υποκαταστήματα μέσα σε ξενοδοχεία, κρουαζιερόπλοια, διερμηνείς κ.α. Υπάρχουν πάρα πολλοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό και επηρεάζουν κάθε φορά την επιλογή για τουρισμό όπως ελεύθερος χρόνος, εισόδημα, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, κλιματικές συνθήκες, χαρακτηριστικά της χώρας προορισμού. Ακόμη θα πρέπει να σημειωθεί πως η τουριστική ζήτηση δημιουργείται σε αρκετές περιοχές κάτω από πολλούς παράγοντες η επίδραση των οποίων έχει σχέση με τον τόπο προέλευσης και προορισμού των τουριστών. Αυτοί είναι οικονομικοί παράγοντες, (τιμές τουριστικών προϊόντων, λοιπών προϊόντων και υπηρεσιών, κατανομή εισοδήματος, πληθωρισμός, συναλλαγματικές ισοτιμίες, καταναλωτικές συνήθειες), ψυχολογικοί παράγοντες (ανάγκη ξεκούρασης, εκπλήρωση επιθυμιών, γόητρο, ενίσχυση οικογενειακών δεσμών), κοινωνικοί (πρόωρη συνταξιοδότηση, διαθέσιμος ελεύθερος χρόνος, εργασία και των δυο στην οικογένεια, μείωση της εβδομαδιαίας εργασίας), πολιτικοί (στρατιωτικές συγκρούσεις, πολιτικές αλλαγές, πολιτικές σχέσεις μεταξύ της χώρας αφετηρίας και προορισμού), εξωτερικοί (ασφαλής μετακίνηση τουριστών, τρομοκρατικές επιθέσεις, θέμα υγείας τουριστών), πολιτιστικοί (επίσκεψη σε μουσεία, μνημεία, ήθη και έθιμα, θρησκευτικές γιορτές), θεσμικοί (συντάξεις, πληρωμένες άδειες, ελευθερία αερομεταφορών, διεθνείς σχέσεις χωρών), τεχνολογικοί (εξέλιξη και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, είσοδος ιντερνέτ και έμμεσου τρόπου διαφήμισης μέσω αυτού), δημογραφικοί (ηλικία, φύλο, τόπος κατοικίας, αύξηση εργαζομένων γυναικών) (Λαγός 2005).

---

<sup>12</sup> Λαζαρίδης Ι. και Παπαδόπουλος Δ., (2005), *Χρηματοοικονομική Διοίκηση*, Θεσσαλονίκη, ISBN, σελ.33-40.

Η ζήτηση όπως ορίζεται από τη μικροοικονομική είναι «η δύναμη που ενεργοποιεί την επιχειρηματική δραστηριότητα για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που απαιτούνται για την ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών, με αντάλλαγμα την κατάλληλη αμοιβή» (Λαγός 2005). Σύμφωνα με το νόμο της τουριστικής ζήτησης όσο αυξάνει η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα. Η εξαρτημένη μεταβλητή, η ζητούμενη ποσότητα δηλαδή ενός τουριστικού προϊόντος, υπολογίζεται στον οριζόντιο άξονα και η ανεξάρτητη μεταβλητή στον κάθετο άξονα που είναι η τιμή του τουριστικού προϊόντος (Mankiw 2002<sup>13</sup>).

Πίνακας 5 : Ο Νόμος της τουριστικής ζήτησης



Πηγή: (Λαγός 2005)

<sup>13</sup> Mankiw, G. N., 2002, Μακροοικονομική θεωρία, Εκδόσεις Gutenberg (ελλ. μτφ. Σταματάκης, Ν.), τόμ. Α', Αθήνα.

Στην τουριστική ζήτηση παρατηρούμε τρεις κατηγορίες:

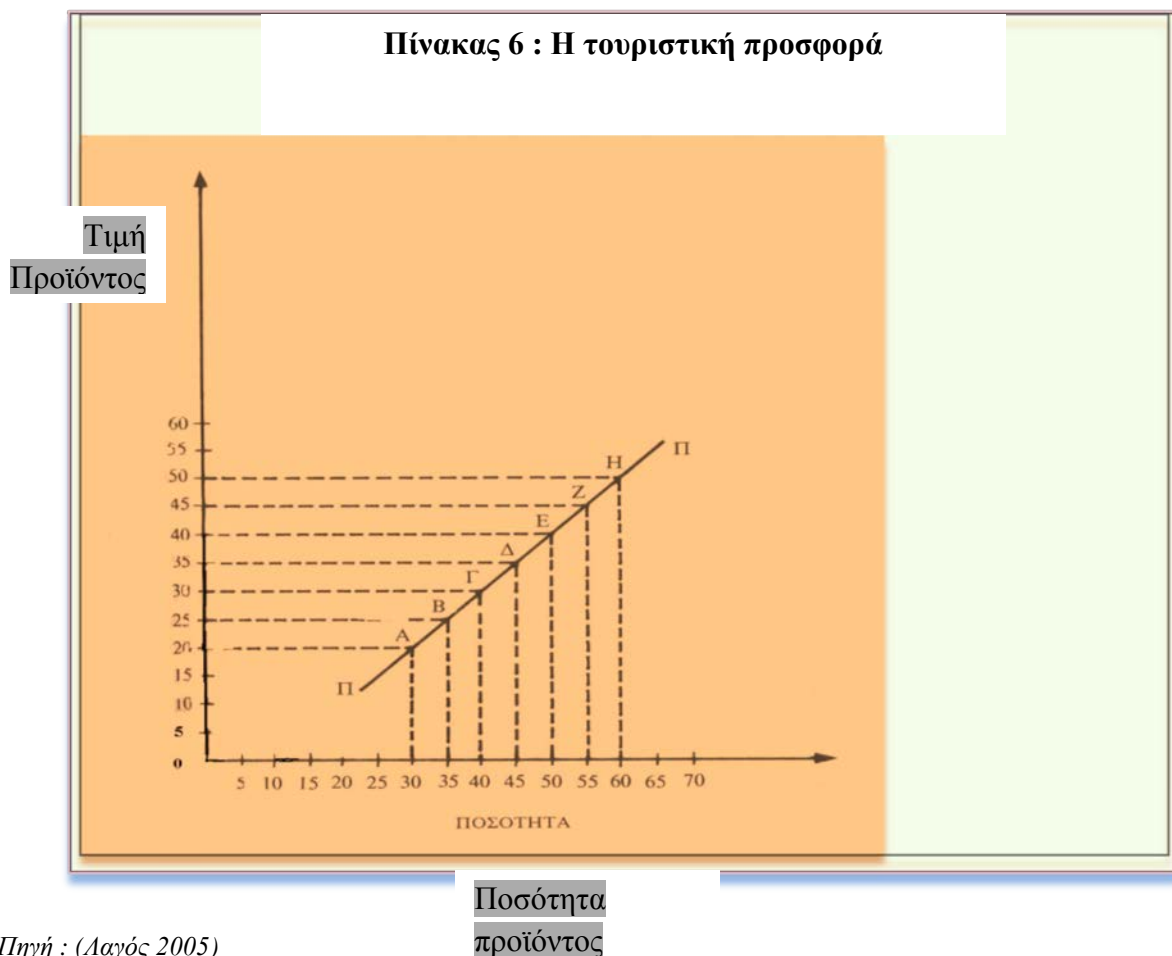
1. υπάρχει η πραγματική τουριστική ζήτηση που αναφέρεται στα άτομα εκείνα τα οποία θέλουν και μπορούν να ταξιδέψουν και τελικά πραγματοποιούν το ταξίδι τους χρησιμοποιώντας διάφορα αγαθά και υπηρεσίες,
2. υπάρχει η δυνατή τουριστική ζήτηση στην οποία περιλαμβάνονται τα άτομα εκείνα τα οποία θέλουν και μπορούν να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι αλλά τελικά δεν το πραγματοποιούν λόγω χρονικών ή χρηματικών περιορισμών και τέλος,
3. υπάρχει και η αναβληθείς τουριστική ζήτηση που αναφέρεται σε άτομα τα οποία θέλουν και μπορούν να ταξιδέψουν αλλά δε το πραγματοποιούν είτε λόγω έλλειψης διευκολύνσεων είτε λόγω άγνοιας ευκαιριών.

## **6.6 Τουριστική προσφορά**

Για την παραγωγή του τουριστικού προϊόντος χρειάζεται η χρήση διαφόρων παραγωγικών συντελεστών μερικοί από τους οποίους είναι η εργασία και το κεφάλαιο. Με τον όρο τουριστική προσφορά εννοούμε την ποσότητα των τουριστικών προϊόντων που προσφέρονται σε μια αγορά σε συγκεκριμένη τιμή. Τα τουριστικά προϊόντα έχουν στόχο την ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των τουριστών. Από την πλευρά της προσφοράς, η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ είναι εμφανής. Υπάρχει μεγάλη άνθηση επιχειρήσεων και επαγγελμάτων, μεγάλων τουριστικών μονάδων και συγκροτημάτων, εστιατορίων, τουριστικά γραφεία, θαλάσσιες εγκαταστάσεις, καταστήματα λαϊκής τέχνης, και η ευημερία κάποιων περιοχών βασίζεται αποκλειστικά και μόνο στον τουρισμό.

Με τον όρο τουριστική προσφορά αναφερόμαστε σε όλα εκείνα τα στοιχεία τα οποία θα προσελκύσουν τον τουρίστα σε έναν τόπο και θα του σχηματίσουν είτε θετική είτε αρνητική εικόνα για έναν τόπο. Βασικές προϋποθέσεις για να επισκεφτεί κάποιος τουρίστας μια χώρα είναι πρώτα απ' όλα οι υπηρεσίες που προσφέρονται στη χώρα αυτή, συμπεριλαμβανομένου υποδομές, δίκτυα μεταφοράς, ιστορικά μνημεία, κλίμα. Ουσιαστικά είναι η ποσότητα των τουριστικών προϊόντων που είναι διατεθειμένοι οι κάτοχοί τους να πωλήσουν σε συγκεκριμένη τιμή σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Η τουριστική προσφορά ποικίλει λόγω του χαρακτήρα του τουρισμού και μπορεί άλλοτε να είναι αγαθά, άλλοτε υπηρεσίες και άλλοτε φυσικοί πόροι. Σύμφωνα με τον νόμο της τουριστικής προσφοράς όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή ενός προϊόντος τόσο μεγαλύτερη είναι και η ποσότητα που προσφέρει η

επιχείρηση στην αγορά, ενώ όταν η τιμή μειώνεται τόσο μειώνεται και η προσφερόμενη ποσότητα στην αγορά (Λαγός 2005).



Είδαμε ότι η τιμή είναι αυτή που καθορίζει την αύξηση ή μείωση της παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος, όσον αφορά την τουριστική προσφορά ωστόσο, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά όπως:

- α) οι αλλαγές στην τεχνολογία,
- β) οι τιμές των ανταγωνιστικών προϊόντων,
- γ) οι προσδοκίες των παραγωγών,
- δ) οι πιθανές αυξήσεις του κόστους παραγωγής λόγω μεταβολών στις τιμές και,
- ε) οι στόχοι των τουριστικών επιχειρήσεων.

### **6.7 Εναλλακτικός τουρισμός**

Με τον παγκοσμιοποιημένο πλέον χαρακτήρα του τουρισμού εισήλθαν στην αγορά καινούργια προϊόντα και νέοι τουριστικοί προορισμοί οι οποίοι μέχρι πριν λίγα χρόνια δεν ήταν καθόλου γνωστοί. Η εμφάνιση νέων μορφών τουρισμού γνωστές και ως εναλλακτικός

τουρισμός έχει στόχο να προσεγγίσει τον τουρίστα και να προσπαθήσει να του ικανοποιήσει τις επιθυμίες του. Η μεταβολή στη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος επηρεάζεται άμεσα από τις μεταβολές στις τιμές του προϊόντος όσο και από τις μεταβολές που δέχεται ο τουρίστας στο εισόδημά του.

Οι διάφορες μορφές τουρισμού προκύπτουν από τα κίνητρα και τις ανάγκες που κάθε φορά θέλει να ικανοποιήσει ο τουρίστας. Είδαμε πως τα άτομα ταξιδεύουν είτε για λόγους αναψυχής, επαγγελματικούς, φιλικούς ή οικογενειακούς, για λόγους υγείας είτε γιατί θέλουν απλά την αναψυχή τους και να διασκεδάσουν φεύγοντας από την καθημερινή ρουτίνα. Ο τουρισμός διαχωρίζεται σε δύο μεγάλες κατηγορίες: Ο κλασσικός τουρισμός που περιέχει και τη μεγαλύτερη μάζα τουριστών, αφορά τον παραδοσιακό τρόπο για διακοπές και οι τουρίστες αναζητούν κυρίως ξεκούραση και διασκέδαση. Από την άλλη ο εναλλακτικός τουρισμός όπου οι άνθρωποι ενδιαφέρονται για ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών από το συνηθισμένο. Οι εναλλακτικές μορφές του τουρισμού χαρακτηρίζονται από ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου στη ζήτηση και από την ανάπτυξη μια συγκεκριμένης υποδομής σε περιοχές που σκοπεύει στην εξυπηρέτηση των τουριστών κάθε μορφής (Τσάρτας 1996).

Ο εναλλακτικός τουρισμός έρχεται αντιμέτωπος με το μαζικό τουρισμό κύρια χαρακτηριστικά του οποίου είναι η μαζικότητα, η περιβαλλοντική επιβάρυνση, η μείωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και στόχο έχει μόνο τη μεγιστοποίηση του κέρδους, σε βάρος πολλές φορές των τοπικών κοινωνιών, του περιβάλλοντος και της οικονομίας. Στον εναλλακτικό τουρισμό συμβάλλουν κυρίως αυτοί που έχουν σα βασικό τους μέλημα την προστασία του περιβάλλοντος και τη διαφύλαξη της πολιτιστικής τους κληρονομιάς. Κάθε εναλλακτική μορφή τουρισμού έχει ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό με το οποίο παίρνει και την ονομασία του. Στην πλειοψηφία τους οι εναλλακτικές μορφές απαιτούν την ενεργό συμμετοχή του τουρίστα στις όποιες δραστηριότητες. *«Ο εναλλακτικός τουρισμός δημιουργήθηκε για την ικανοποίηση συγκεκριμένων αναγκών των τουριστών με ειδικά ενδιαφέροντα και έτσι δημιουργήθηκαν ομάδες με κοινά ενδιαφέροντα»* (Βελισσαρίου 2000).

### **6.7.1. Κυριότερες μορφές**

Μια από τις βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι ο κοινωνικός τουρισμός που αφορά φτηνές διακοπές για άτομα χαμηλού εισοδηματικού επιπέδου, ανέργους και πολύτεκνους με διάρκεια διακοπών λίγες μέρες και κατά την χαμηλή τουριστική περίοδο. Οι επιπτώσεις είναι πολύ σημαντικές καθώς δίνεται η δυνατότητα σε άτομα τα οποία δεν



μπορούσαν πριν να ταξιδέψουν χωρίς τη βοήθεια κάποιου τέτοιου προγράμματος. Μέσα από τέτοιου είδους διακοπές δημιουργούνται σχέσεις μεταξύ των δικαιούχων.

Μια άλλη μορφή είναι ο αθλητικός τουρισμός στον οποίο οι τουρίστες επισκέπτονται τις χώρες με σκοπό την παρακολούθηση κυρίως κάποιου αθλητικού γεγονότος όπως ολυμπιακοί αγώνες, διεθνή τουρνουά τένις, ακόμη και υποβρύχιες εξερευνήσεις σε εξωτικά μέρη.

Ο συνεδριακός τουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει συνέδρια, συσκέψεις, διεθνείς συναντήσεις από οργανώσεις, και ο οποίος αναζητά συνήθως καταλύματα πολυτελείας. Στοιχείο απαραίτητο για να επιτευχθεί ο συνεδριακός τουρισμός είναι η απευθείας μετάβαση στη χώρα προορισμού, λόγω και του ότι είναι μικρής διάρκειας, συνήθως 2-4 ημέρες, να είναι ασφαλής προορισμός και φυσικά η ύπαρξη ενός αξιόπιστου οργανωτή όπως και κατάλληλες αίθουσες και συνεδριακά κέντρα με εύκολη πρόσβαση σε αυτά. Για την Ελλάδα ο συνεδριακός τουρισμός δεν είχε μεγάλη ανάπτυξη και όπως έδειξαν μελέτες η Αθήνα συγκεντρώνει το 40% περίπου της συνολικής συνεδριακής κίνησης τα τελευταία χρόνια, ενώ το υπόλοιπο 60% μοιράζεται σε Δωδεκάνησα, Κρήτη και Μακεδονία. Οι σημαντικότερες περίοδοι για τον συνεδριακό τουρισμό είναι Απρίλιος μέχρι Ιούνιο και μετά ακολουθεί Αύγουστος μέχρι το Σεπτέμβριο ενώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι συμμετέχοντες είναι κυρίως υψηλόβαθμα στελέχη επιχειρήσεων και σπαταλούν αρκετά χρήματα κατά τη διάρκεια της παραμονής τους (Αθανασίου 2001, Λαγός 2005).

Σημαντική εναλλακτική μορφή τουρισμού αποτελεί και ο τουρισμός με κρουαζιέρες ειδικά για την Ελλάδα που η θέση της στη μεσόγειο είναι πολύ σημαντική. Ωστόσο θα λέγαμε πως η ανάπτυξη της κρουαζιέρας αντιμετωπίζει πολλά γραφειοκρατικά προβλήματα.

Πολύ σημαντικός κλάδος για την ελληνικό τουρισμό είναι ο θρησκευτικός τουρισμός καθότι η Ελλάδα περιλαμβάνει πληθώρα εκκλησιών και μοναστήρια. Ο μοναχισμός αποτελεί ατραξιόν του τόπου μας καθώς κατά το πλείστον είναι σε φανταστικά φυσικά τοπία. Ο θρησκευτικός τουρισμός περιλαμβάνει από τη μία τους προσκυνητές τουρίστες που επισκέπτονται την χώρα μας με αποκλειστικό σκοπό τη θρησκεία και από την άλλη τους τουρίστες που ναι μεν επισκέπτονται κάποιο τόπο θρησκευτικό αλλά δεν είναι και ο αποκλειστικός σκοπός του ταξιδιού τους. Ωστόσο εδώ θα πρέπει να επισημανθεί ότι θα πρέπει να αναπτυχθεί και ο θρησκευτικός τουρισμός και για άλλα δόγματα ακόμη και για άλλες θρησκείες.

Ένας πολύ σημαντικός εναλλακτικός τουρισμός είναι ο θεραπευτικός-ιαματικός τουρισμός καθώς η Ελλάδα διαθέτει πολλές φυσικές πηγές με θεραπευτικές ιδιότητες που ήταν γνωστές

από τα αρχαία χρόνια. Τα νερά αυτών των πηγών έχουν πολύ υψηλή θερμοκρασία, είτε έχουν συστατικά που βοηθούν τη θεραπεία ασθενειών. Τέλος μπορούμε να βάλουμε στην κατηγορία και τον εσωτερικό τουρισμό που στην Ελλάδα συμβαίνει με σκοπό την επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς που μένουν σε κάποιο άλλο τόπο πέρα από τον τόπο κατοικίας των τουριστών. Συγκεντρωτικά όλες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού φαίνονται στον πίνακα 7.

*Πίνακας 7 : Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού*

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
<ul style="list-style-type: none"><li>• Αθλητικός</li><li>• Θαλάσσιος</li><li>• Οικοτουρισμός</li><li>• Πολιτιστικός</li><li>• Ορεινός</li><li>• Χειμερινός</li><li>• Περιπέτειας</li><li>• Ορειβατικός</li><li>• Αγροτουρισμός</li><li>• Υπαίθρου</li><li>• Περιηγητικός</li><li>• Κοινωνικός</li><li>• Υγείας</li><li>• Εκπαιδευτικός</li><li>• Θρησκευτικός</li><li>• Συνεδριακός</li></ul>

*Πηγή : (Λαγός 2005)*

## **6.8 Σύνοψη**

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύσαμε το τουριστικό προϊόν, τι περιλαμβάνει αυτό, καθώς και κάποιες μελέτες που έγιναν μέχρι σήμερα διαπιστώνοντας τη σημαντικότητα του τουρισμού και τις τεράστιες οικονομικές ωφέλειες που προσφέρει. Στη συνέχεια είδαμε τα διάφορα κίνητρα που έχει κάποιος για να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι ενώ αναλύσαμε τόσο την τουριστική ζήτηση όσο και την τουριστική προσφορά με τους παράγοντες που τις

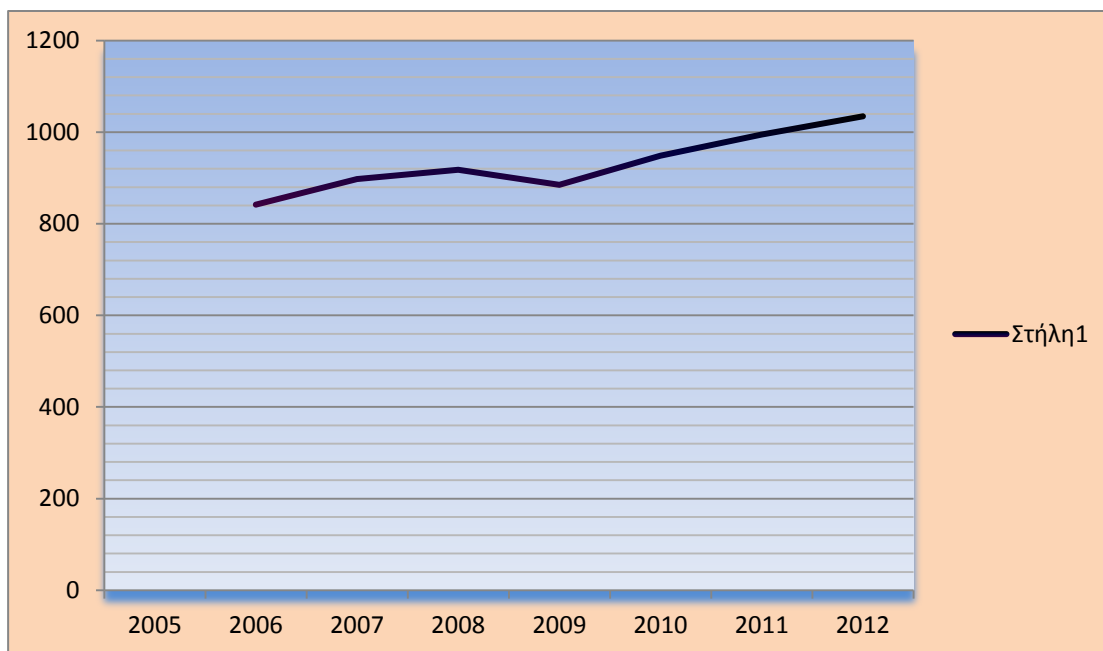
επηρεάζουν. Τέλος έγινε μια αναφορά στον εναλλακτικό τουρισμό και αναλύσαμε τις σημαντικότερες μορφές του.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7<sup>ο</sup> : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

### 7.1 Τουριστική κίνηση διαχρονικά

Η τουριστική δραστηριότητα ξεπερνάει σε όγκο ακόμα και αυτή των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινητοβιομηχανιών, και για πολλές χώρες είναι η βασική πηγή εισοδήματος. Από το 1952 μέχρι το 2005 ο ρυθμός αύξησης των τουριστών παγκοσμίως ήταν ίσος με 6,5% το έτος με αποτέλεσμα από τα 25 εκατομμύρια τουρίστες που ήταν το 1952 να έχουμε αύξηση στα 806 εκατομμύρια. Ακόμη μέχρι το 1950 οι σημαντικότεροι τουριστικοί προορισμοί άγγιζαν το 88% των παγκόσμιων αφίξεων ενώ το 1970 έπεσε στο 75% και το 2005 στο 57% που οφείλεται σε καινούργιους προορισμούς. Στον πίνακα 8 φαίνεται η διαχρονική εξέλιξη διεθνών αφίξεων κάθε χρονιά με τον κάθετο άξονα να είναι οι διεθνείς αφίξεις σε εκατομμύρια.

Πίνακας 8: Εξέλιξη διεθνών αφίξεων



Πηγή : ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού

Μέσα σε αυτή την περίοδο, ο ρυθμός αύξησης του εισοδήματος άγγιζε το 11,2% φτάνοντας την παγκόσμια οικονομία στα 680 δις δολάρια το 2005. Το 2006 οι αφίξεις έφτασαν τα 842 εκατομμύρια συνεχίζοντας τον ρυθμό αύξησης στο 4,3% σε σχέση με το 2005, ενώ παρόμοιο ρυθμό αύξησης παρουσιάζει και το 2007. Αντίθετα το 2008 ήταν η χρονιά της μεγάλης οικονομικής κρίσης και ο τουρισμός δεν μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστος. Όπως βλέπουμε

και στον πίνακα 9 σημειώθηκαν 918 εκατ. αφίξεις παγκοσμίως σημειώνοντας μια μικρή αύξηση με βάση το 2007 ίση με 2,2% ωστόσο αυτή οφείλεται στο πρώτο εξάμηνο του 2008 καθώς στο δεύτερο, υπάρχει απότομη πτώση εξαιτίας της αστάθειας που εμφάνιζε η παγκόσμια οικονομία μέσω της χρηματοοικονομικής κρίσης κυρίως, της αύξησης της τιμής πετρελαίου και των προϊόντων και λόγω έντονων διακυμάνσεων στις συναλλαγματικές ισοτιμίες.

*Πίνακας 9: Διεθνείς αφίξεις τουριστών παγκοσμίως*

ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΑ	ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΦΙΞΕΙΣ (ΕΚΑΤ.)	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
2005	807	5,6%
2006	842	4,3%
2007	898	6,7%
2008	918	2,2%
2009	885	-3,6%
2010	949	7,2%
2011	995	4,8%
2012	1035	4%

*Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού*

Πιο συγκεκριμένα όπως φαίνεται και στα στοιχεία του πίνακα 10 στην Ευρώπη και την Ασία παρατηρείται μείωση -4,3% και -1,63% στις αφίξεις, στην Αμερική -4,26% ενώ η Αφρική παρουσιάζει αύξηση 3,38%.

*Πίνακας 10 : Ποσοστά μεταβολών αφίξεων ανά ήπειρο*

ΉΠΕΙΡΟΣ	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
Ευρώπη	0,31%	-4,31%	4,77%	6,34%	3,45%
Ασία	1,15%	-1,63%	13,25%	6,39%	7,06%
Αμερική	2,78%	-4,26%	6,28%	3,59%	4,55%
Αφρική	2,78%	3,38%	8,71%	-1%	6,07%
Μέση Ανατολή	21,05%	-5,07%	11,07%	-5,67%	-5,28%

ΣΥΝΟΛΟ	2,23%	-3,59	7,23%	4,85%	4,02%
ΚΟΣΜΟΣ					

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού

Η αρνητική πτώση των παγκόσμιων αφίξεων στον τουρισμό συνεχίστηκε μέχρι το πρώτο μισό του 2009 όπου το ποσοστό μείωσης ήταν της τάξης του -3,6% σε σχέση με το 2008 φτάνοντας τα 885 εκατομμύρια τουρίστες. Η μείωση οφείλεται κυρίως στα πρώτα τρίμηνα του έτους με μειώσεις -10%, -7% και -2%, ενώ παρατηρείται μικρή αύξηση στο τρίτο τρίμηνο της τάξης του 2%. Ειδικά για την Ευρώπη το πρώτο εξάμηνο ήταν πολύ δύσκολο με μείωση 10% ενώ η Αφρική παρουσίασε μια αύξηση στις αφίξεις τουριστών ίση με 3%. Το 2010 παρατηρούμε την πρώτη χρονιά αύξησης των αφίξεων παγκοσμίως μετά τη χρονιά της έξαρσης της οικονομικής κρίσης με το νούμερο των 949 εκατομμυρίων να δείχνει και την αύξηση κατά 7,2% που επετεύχθη με βάση το 2009. Μεγάλη αύξηση εμφανίζει η μέση ανατολή με ποσοστό 11,07% και τη μεγαλύτερη η Ασία 13,25%, η Αφρική και Αμερική με ποσοστά που αγγίζουν το 8,71% και 6,28% αντίστοιχα, και τέλος η Ευρώπη με ποσοστό 4,77%. Το 2011 οι αφίξεις έφτασαν τα 995 εκατομμύρια τουρίστες παγκοσμίως σημειώνοντας αύξηση 4,8%. Πιο συγκεκριμένα στην Ευρώπη παρατηρείται αύξηση 6,34% ενώ η Ασία και Αμερική με ποσοστά 6,39% και 3,59% αντίστοιχα και την περιοχή της μέσης ανατολής να παρουσιάζει σημαντική μείωση των διεθνών αφίξεων της τάξης του -5,67%. Ενώ όπως βλέπουμε στον πίνακα 11 το 2012 για πρώτη φορά σπάει το φράγμα του 1 δις αφίξεων συνεχίζοντας την ανάκαμψη του, με τη μεγαλύτερη αύξηση να εμφανίζει η Ασία, η Αφρική με ποσοστά 7,06% και 6,07% αντίστοιχα και να ακολουθούν Αμερική και Ευρώπη με ποσοστά 4,55% και 3,45% αντίστοιχα, ενώ τη μεγαλύτερη μείωση εμφανίζει και πάλι η μέση ανατολή με ποσοστό -5,28%. Το 2013 ο τουρισμός παρουσιάζει μια αύξηση της τάξης του 3-4% και σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ. προβλέπεται μέση ετήσια αύξηση κατά 4,1% με σκοπό το 2020 οι παγκόσμιες αφίξεις να φτάσουν και να ξεπεράσουν το 1,5 δις τουριστών.

Πίνακας 11 : Διεθνείς τουριστικές αφίξεις ανά ήπειρο σε εκατομμύρια

ΉΠΕΙΡΟΣ	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ευρώπη	482,9	484,4	463,5	485,6	516,4	534,2
Ασία	182	184,1	181,1	205,1	218,2	233,6
Αμερική	144	148	141,7	150,6	156	163,1
Αφρική	43,2	44,4	45,9	49,9	49,4	52,4
Μέση	45,6	55,2	52,4	58,2	54,9	52

Ανατολή						
ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΜΟΣ	898	918	885	949	995	1.035

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού

Την περίοδο της οικονομικής κρίσης οι τουρίστες θα προτιμήσουν χώρες με ευνοϊκή συναλλαγματική ισοτιμία ενώ σίγουρα θα μειώσουν τη διάρκεια παραμονής τους. Λόγω της οικονομικής κρίσης αλλά και της εμφάνισης του Ιού Η1Ν1 παρατηρήθηκε μια μείωση σημαντική στις αφίξεις. Παράλληλα στην Αφρική βλέπουμε μια ανάπτυξη που οφείλεται κυρίως στο μουντιάλ ποδοσφαίρου που διοργανώθηκε εκεί ενώ πιστεύετε πως το ίδιο θα συμβεί και στη Βραζιλία με τη διοργάνωση του μουντιάλ ποδοσφαίρου το 2014 και των ολυμπιακών αγώνων του 2016. Στον πίνακα 12 εμφανίζονται οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις και η θέση της Ελλάδος είναι αξιοσημείωτη (17) το 2012 σε σχέση με τις γειτονικές χώρες Ιταλία (5) και Τουρκία (6).

Πίνακας 12 : Παγκόσμια κατάταξη βάσει των διεθνών αφίξεων 2007-2012

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ (ΕΚΑΤ.)							
ΘΕΣΗ	ΧΩΡΑ	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	ΓΑΛΛΙΑ	80,9	79,2	76,8	77,6	81,6	83
2	Η.Π.Α	56	57,9	55	60	62,7	67
3	ΚΙΝΑ	54,7	53	50,9	55,7	57,6	57,7
4	ΙΣΠΑΝΙΑ	58,7	57,2	52,2	52,7	56,2	57,7
5	ΙΤΑΛΙΑ	43,7	42,7	43,2	43,6	46,1	46,4
6	ΤΟΥΡΚΙΑ	22,2	25	25,5	31,4	34,7	35,7
7	ΓΕΡΜΑΝΙΑ*	24,4	24,9	24,2	26,9	28,4	30,4
8	ΗΝ.ΒΑΣ.	30,9	30,1	28,2	28,3	29,3	29,3
9	ΡΩΣΙΑ	20,6	21,6	19,4	20,3	22,7	25,7
10	ΜΑΛΑΙΣΙΑ	21	22,1	23,6	24,6	24,7	25

11	ΑΥΣΤΡΙΑ*	20,8	21,9	21,4	22	23	24,2
12	ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ	17,2	17,3	16,9	20,1	22,3	23,8
13	ΜΕΞΙΚΟ	21,4	22,6	22,3	23,3	23,4	23,4
14	ΟΥΚΡΑΝΙΑ	23,1	25,4	20,8	21,2	21,4	23
15	ΤΑΥΛΑΝΔΗ	14,5	14,6	14,1	15,9	19,2	22,4
16	ΚΑΝΑΔΑΣ	17,9	17,1	15,7	16,2	16	16,3
<b>17</b>	<b><u>ΕΛΛΑΔΑ</u></b>	<b><u>16,2</u></b>	<b><u>15,9</u></b>	<b><u>14,9</u></b>	<b><u>15</u></b>	<b><u>16,4</u></b>	<b><u>15,5</u></b>
18	ΠΟΛΩΝΙΑ	15	13	11,9	12,5	13,4	14,8
19	ΣΑΟΥΔ. ΑΡΑΒΙΑ	11,5	14,8	10,9	10,9	17,5	13,7
20	ΜΑΚΑΟ	12,9	10,6	10,4	11,9	12,9	13,6
21	ΟΛΛΑΝΔΙΑ*	11	10,1	9,9	10,9	11,3	11,7
22	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	10,6	12,3	11,9	14,1	9,5	11,2
23	ΚΟΡΕΑ**	6,4	6,9	7,8	8,8	9,8	11,1

\* Τα στοιχεία για τη Γερμανία, την Αυστρία και την Ολλανδία αφορούν σε αφίξεις στα συλλογικά τουριστικά καταλύματα.

\*\* Αφίξεις τουριστών και ημερήσιων επισκεπτών στα σύνορα.

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2013)

## **7.2 Τουρισμός και συνάλλαγμα**

Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες πηγές συναλλάγματος. Οι εισπράξεις που προέρχονται από το συνάλλαγμα (το ξένο νόμισμα) είναι απαραίτητες προκειμένου να πραγματοποιηθούν διεθνείς πληρωμές καθώς πολλές διεθνείς συναλλαγές αποτιμώνται σε ξένο νόμισμα. Όταν παραδείγματος χάριν μια ευρωπαϊκή χώρα εισάγει διάφορα προϊόντα, το νόμισμα στο οποίο συναλλάσσεται δεν είναι το ευρώ αλλά το δολάριο. Χώρες επομένως που δεν έχουν νόμισμα διεθνώς αναγνωρισμένο έχουν ανάγκη από ξένο συνάλλαγμα για να πραγματοποιήσουν τις συναλλαγές τους. Παλαιότερα η Ελλάδα της δραχμής που δεν ήταν αναγνωρισμένη στο εξωτερικό είχε μεγαλύτερη ανάγκη για ξένο συνάλλαγμα. Ωστόσο από τη στιγμή που η Ελλάδα έγινε μέλος της ευρωζώνης όπου το κοινό νόμισμα είναι το ευρώ



μειώθηκε η ανάγκη της για ξένο συνάλλαγμα. Ωστόσο, αυτό δε σημαίνει πως η Ελλάδα δεν χρειάζεται τις συναλλαγματικές εισπράξεις από τον τουρισμό καθώς το δολάριο εξακολουθεί και υπερισχύει στις διεθνείς αγορές (Λαγός 2005).

### **7.3 Τουρισμός και ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών**

Ο τουρισμός επηρεάζει το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της χώρας. Αποτελεί μια απεικόνιση των εισπράξεων και δαπανών μιας χώρας σε σχέση με άλλες. Οι εισπράξεις και οι δαπάνες πραγματοποιούνται μεταξύ των ανθρώπων που κατοικούν σε μια χώρα και ανθρώπων που κατοικούν εκτός της χώρας αυτής. Κάνει μια καταγραφή λοιπόν το ισοζύγιο αυτό, τις πραγματικές ροές αγαθών και υπηρεσιών, που αντιπροσωπεύουν το εμπόριο με άλλες χώρες όπως επίσης και τις κινήσεις κεφαλαίου μέρος των οποίων αποτελούν οι τουριστικές εισπράξεις. Στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών περιλαμβάνονται δαπάνες όπως μια τουριστική διαφήμιση στο εξωτερικό, οι αμοιβές σε συνάλλαγμα αλλοδαπού εργαζόμενου, οι προμήθειες σε τουριστικούς πράκτορες στο εξωτερικό, η επαγγελματική κατάρτιση στο εξωτερικό. Όλες αυτές επηρεάζουν αρνητικά το ισοζύγιο γιατί είναι εκροές ενώ αντίθετα εισροές χαρακτηρίζονται οι όποιες αγορές πραγματοποιούν οι τουρίστες χρησιμοποιώντας υπηρεσίες ή τουριστικά προϊόντα και πληρώνουν με χρήματα που έχουν μετατρέψει σε εθνικό νόμισμα (Λαγός 2005).

### **7.4 Τουρισμός και κατανάλωση**

Ο τουρισμός ασκεί θετικές επιδράσεις στην κατανάλωση. Μέσα από αυτή οι άνθρωποι ικανοποιούν τις επιθυμίες τους. Ωστόσο συνδέεται άμεσα με την τιμή και με το διαθέσιμο εισόδημα καθώς όσο παραπάνω έχουν τόσο πιο πολύ είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν. Από την άλλη υπάρχουν και κάποιες παραδόσεις και συνήθειες σε ορισμένα κράτη που όσο και να αυξηθεί το εισόδημα δεν θα καταναλώσουν παραπάνω, όπως για παράδειγμα στην Ιαπωνία που κατεξοχήν ο κόσμος της αποταμιεύει, μια αύξηση του εισοδήματος απλά θα αυξήσει την αποταμίευσή τους και όχι την κατανάλωση τους σε αντίθεση με την Αμερική που κατ' εξοχήν είναι υπερκαταναλωτική χώρα και μια αύξηση του εισοδήματος θα αυξήσει ανάλογα και την κατανάλωση (Λαγός 2005).

### **7.5 Τουρισμός και κράτος**

Μέσα από τον τουρισμό ένα κράτος μπορεί να ωφεληθεί καθώς είναι σημαντική η συμβολή στη μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων των χωρών υποδοχής. Ορισμένες περιοχές που είναι ανεπτυγμένες έχουν υψηλά επίπεδα απασχόλησης και εμφανίζονται υψηλά εισοδήματα

ενώ κάποιες άλλες όχι τόσο. Ο τουρισμός συμβάλλει στη περιφερειακή ανάπτυξη, καθώς προσελκύοντας τουρίστες οι οποίοι ξοδεύουν χρήματα, βελτιώνονται οι συνθήκες διαβίωσης με τις διάφορες επενδύσεις που πραγματοποιούνται και βελτιώνεται η ανεργία. Χωρίς τον τουρισμό πολλές περιοχές θα είχαν ερημώσει και ο πληθυσμός θα πήγαινε προς τα μεγάλα αστικά κέντρα ελπίζοντας σε μια καλύτερη ζωή. Ο τουρισμός ωστόσο αντιστέκεται σε αυτό και προσφέρει θέσεις εργασίας και περιφερειακή ανάπτυξη. Στα αναπτυγμένα νησιά παραμένει ο πληθυσμός και δεν μεταναστεύει αλλά παρατηρείται και μια αυξανόμενη τάση από εποχιακούς εργαζόμενους. Μέσω του τουρισμού αναπτύσσονται οι υποδομές και είναι συχνό να παρατηρούμε μεγάλα εμπορικά κέντρα στον χώρο που υπάρχει τουριστική ανάπτυξη. Ωστόσο πολλές φορές αυτό έχει αρνητική επίπτωση στο περιβάλλον. Μέσω των θέσεων εργασίας που προσφέρουν παρεμφερείς επιχειρήσεις που δρουν με βάση το τουριστικό προϊόν συμβάλλουν στο να παραμένει ο πληθυσμός στην περιφέρεια (Λαγός 2005).

## **7.6 Τουρισμός και φορολογικά έσοδα**

Ακόμη μια επίδραση του τουρισμού είναι στα έσοδα από φόρους που παίρνει το κράτος. Είτε από φόρο εισοδήματος, είτε από φόρο κατανάλωσης, είτε γενικά από φόρους που επιβάλλονται κατά την εισαγωγή προϊόντων. Οι άνθρωποι πληρώνουν φόρο για να μείνουν σε ένα κατάλυμα, για να κλείσουν ένα εισιτήριο, για να περάσουν έναν δρόμο (διόδια). Όσον αφορά την φορολογία στην Ελλάδα οι εισπράξεις είναι 1,4 δισεκατομμύρια ευρώ έσοδα από την έμμεση φορολογία δηλαδή 5% των συνολικών της εσόδων μόνο από τον τουρισμό (Λαγός 2005).

## **7.7 Τουρισμός και κοινωνικές σχέσεις**

Μια ακόμα επίπτωση του τουρισμού είναι οι κοινωνικές σχέσεις που μπορεί να δημιουργηθούν ανάμεσα στους ντόπιους και τους τουρίστες. Ανταλλάσσουν ιδέες, τρόπο ζωής και συνήθειες και μπορεί να υιοθετηθεί μια ξένη ιδέα που μπορεί να αφορά τη διατροφή, το ντύσιμο ή την ψυχαγωγία. Η πολιτιστική επίπτωση που μπορεί να έχει ο τουρισμός είναι γνωστή αν αναλογιστούμε πως μέσα από την επικοινωνία, τη συζήτηση και την ανταλλαγή απόψεων των ντόπιων με τους τουρίστες, μαθαίνουν έναν άλλο τρόπο σκέψης για αντιμετώπιση προβλημάτων ενώ μπορεί να επιδιώξουν την εκμάθηση μιας ξένης γλώσσας για καλύτερη επικοινωνία και είναι γνωστό πως η εκμάθηση γλώσσας προσφέρει και μελέτη του πολιτισμού μιας χώρας (Λαγός 2005).

## **7.8 Επιδράσεις οικονομικού περιβάλλοντος για τις τουριστικές επιχειρήσεις**

Το οικονομικό περιβάλλον επιδρά στο κόστος λειτουργίας και παραγωγής μέσω των επιτοκίων, της αγοράς εργασίας, του πληθωρισμού, της πολιτικής της εκάστοτε κυβέρνησης, της ισοτιμίας του εθνικού νομίσματος, της αξίας της γης και των ακινήτων, τους άμεσους και έμμεσους φόρους. Πιο συγκεκριμένα τα επιτόκια επηρεάζουν τις δανειακές υποχρεώσεις των τουριστικών επιχειρήσεων, ο πληθωρισμός επηρεάζει τις τιμές των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, η ισοτιμία του εθνικού νομίσματος αναμφίβολα επηρεάζει το κόστος των εισαγόμενων προϊόντων ενώ από τη μεριά τους, οι φόροι ανεβάζουν και το κόστος στην τιμή των προϊόντων. Η επίδραση στις τουριστικές επιχειρήσεις μέσα από το οικονομικό περιβάλλον γίνεται με δυο τρόπους. Ο ένας είναι η τουριστική ζήτηση και ο άλλος το κόστος λειτουργίας και παραγωγής (Tribe 1997). Η ζήτηση για προϊόντα και υπηρεσίες είναι οι δαπάνες των καταναλωτών, ενώ του κράτους είναι οι πραγματοποιηθείσες επενδύσεις και η ζήτηση για εξαγωγές. Στις δαπάνες των τουριστών βρίσκονται τα χρήματα που ξοδεύει ο τουρίστας για αγορά διάφορων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Οι παράγοντες που καθορίζουν τις δαπάνες αυτές είναι το πραγματικό εισόδημα, που προέρχεται από την εργασία του τουρίστα αλλά και από άλλες παλαιότερες επενδύσεις του, και δείχνει το πόσο μπορεί να ξοδέψει. Το ποσό ωστόσο που τελικά θα ξοδέψει ο τουρίστας επηρεάζεται από τις προσδοκίες του, τις επιθυμίες του, αλλά και από τα επιτόκια. Τα επιτόκια δηλαδή που είναι η επιπλέον αξία που πληρώνει ή κερδίζει κάποιος που δανείζεται ή αποταμιεύει τα χρήματα του σε μια τράπεζα επηρεάζει καθοριστικά το δανεισμό καθώς επίσης και την αποταμίευση των ιδιωτών. Τα υψηλά επιτόκια αποτρέπουν το δανεισμό, με αρνητικές επιπτώσεις στον τουρισμό. Ακόμη τα υψηλά επιτόκια οδηγούν σε μεγαλύτερη αύξηση των αποταμιεύσεων με αποτέλεσμα τη μείωση των δαπανών. Σε χώρες που δέχονται κυρίως ξένους τουρίστες θα πρέπει να τις απασχολεί η κατάσταση που επικρατεί στη χώρα από την οποία έρχονται οι τουρίστες γιατί αν δεν πάει καλά η οικονομία των χωρών προέλευσης των τουριστών θα μειωθεί η ζήτηση με αρνητικές συνέπειες γενικότερα.

## **7.9 Σύνοψη**

Μελετήσαμε αναλυτικά την πορεία των διεθνών αφίξεων τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως με την παρατήρηση ότι τη διετία 2008-2009 ο τουρισμός δεν έμεινε ανεπηρέαστος από την οικονομική κρίση με σαφή μείωση όλων των αφίξεων με ποσοστό συνολικά -3,6%. Πιο συγκεκριμένα η Ευρώπη και η Ασία παρουσιάζουν μείωση -4,3% και -1,63% στις αφίξεις, η Αμερική -4,26% ενώ η Αφρική παρουσιάζει αύξηση 3,38. Αυτό έγκειται και στο γεγονός ότι

εκεί διοργανώθηκε και το μουντιάλ ποδοσφαίρου. Αξιοσημείωτος είναι και ο αριθμός των τουριστών που όπως διαπιστώσαμε το 2012 ξεπέρασε το 1 δις αφίξεων. Στη συνέχεια αναλύσαμε τις επιδράσεις του τουρισμού στην κατανάλωση, στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, στα φορολογικά έσοδα, στο συνάλλαγμα, στις κοινωνικές σχέσεις αλλά και πώς επιδρά το κράτος στο φαινόμενο του τουρισμού.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8<sup>ο</sup> : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΑΔΑ**

### **8.1 Ελληνικός τουρισμός**

Ο τουρισμός όπως μέχρι τώρα έχουμε δει είναι μια σημαντική βιομηχανία με ταχύτετους ρυθμούς αύξησης του κύκλου εργασιών του και όπως θα δούμε παρακάτω με σημαντική επίπτωση στην άνοδο του εθνικού εισοδήματος, την αύξηση της απασχόλησης και της περιφερειακής ανάπτυξης όπως και στη μείωση του ελλείμματος ισοζυγίου πληρωμών μέσω της εισροής συναλλάγματος. Παράλληλα είναι γνωστό πως το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών είναι παραδοσιακά ελλειμματικό. Τα έσοδα από τον τουρισμό στην Ελλάδα αν και υποεκτιμημένα από την τράπεζα της Ελλάδος κατέχουν την πρώτη θέση στο σύνολο των συναλλαγματικών εσόδων και ακολουθούν τα έσοδα από εξαγωγές βιομηχανικών προϊόντων. Ανάμεσα στις διάφορες πηγές συναλλάγματος τα έσοδα από τον τουρισμό είχαν την μεγαλύτερη άνοδο τη δεκαετία του 2000 (Πατσουράτης 2002<sup>14</sup>).

Στην Ελλάδα ο τουρισμός έχει πολυπόικλη μορφή με ορισμένα από τα χαρακτηριστικά του να είναι τα εξής: δραστηριοποιούνται ένα πλήθος τουριστικών στοιχείων με τη συνεργασία των οποίων έχουμε το τουριστικό προϊόν (ξενοδοχεία, τουριστικοί πράκτορες, αεροπορικές εταιρείες, ταξιδιωτικά γραφεία, εστιατόρια) που είναι προς όφελος του τουρίστα καθώς έχει πολλές επιλογές, για τις επιχειρήσεις όμως είναι ένας διαρκής αγώνας στον ανταγωνισμό με σκοπό την βελτιστοποίηση του κέρδους. Ακόμη είναι αδύνατο να προβλεφθεί με επιτυχία η τουριστική ζήτηση σε ένα αβέβαιο οικονομικό περιβάλλον όπως το ελληνικό. Παρατηρείται μεγάλη εποχικότητα στο ελληνικό τουριστικό προϊόν, ενώ τα τελευταία χρόνια παρατηρείται και μεγάλη δραστηριότητα στην εξαγορά και συγχώνευση τουριστικών επιχειρήσεων καθώς δε μπόρεσαν να ακολουθήσουν τις αλλαγές της εποχής στις τεχνολογίες και την προσφορά τουριστικών πακέτων πιο εύκολα και ανά πάσα στιγμή. Η τουριστική μας βιομηχανία αποτελείται από πλήθος μικρομεσαίων επιχειρήσεων οι πιο πολλές από τις οποίες έχουν οικογενειακό χαρακτήρα και λειτουργούν για λίγους μήνες συνήθως καλοκαίρι. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αδυνατούν να αξιοποιήσουν τις νέες τεχνολογίες κυρίως λόγω έλλειψης πόρων για εκσυγχρονισμό με αποτέλεσμα να υστερούν σε επίπεδα οργάνωσης και επικοινωνίας (Πατσουράτης 2002).

---

<sup>14</sup> Πατσουράτης Β.Α. (2002), *Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα*, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), Μελέτες: 12.

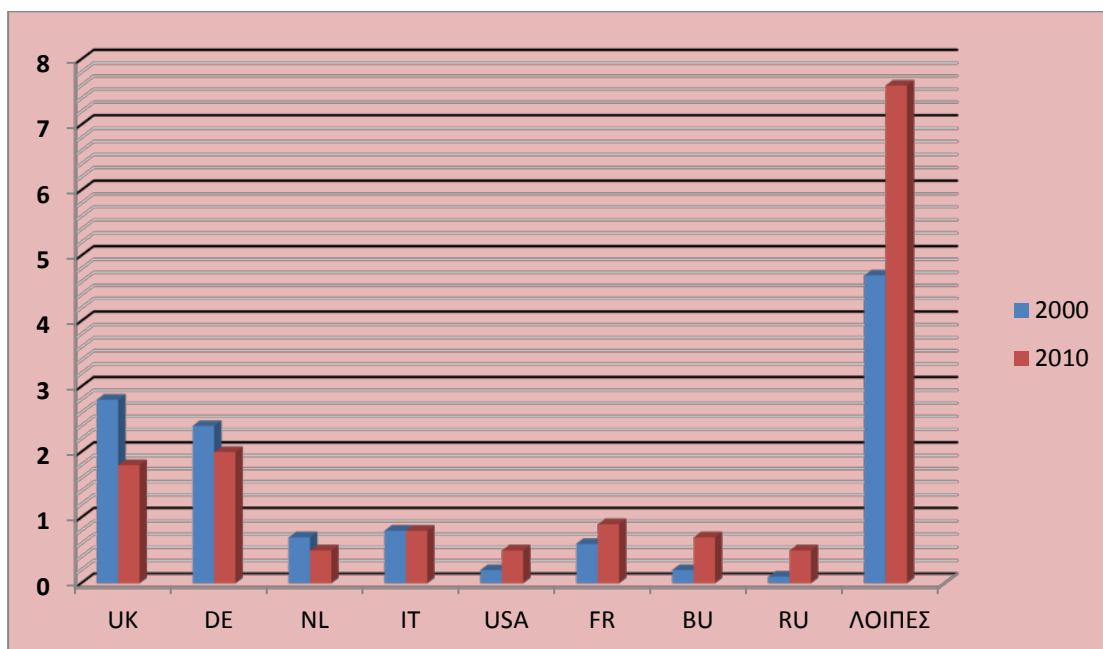
### 8.1.1 Κύρια συστατικά

- Εποχικότητα με περισσότερο από το 60% να πραγματοποιείται μεταξύ Ιουνίου και Σεπτεμβρίου,
- ανισόρροπη κατανομή τουριστικής ανάπτυξης με κυριότερους προορισμούς Αθήνα, Κρήτη, Ρόδο, Κέρκυρα,
- έλλειψη κατάλληλης υποδομής στους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς και
- εξάρτηση σχεδόν πλήρη από το διεθνή τουρισμό που έγκειται στο 77% των συνολικών διανυκτερεύσεων.

### 8.2 Αφίξεις ξένων στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια

Όπως παρατηρούμε στο διάγραμμα, το 2010 το ποσοστό σε κάποιες χώρες που παραδοσιακά είχαμε μεγάλο αριθμό επισκεπτών αρχίζει να μειώνεται ενώ αντίθετα αυξάνει μια καινούργια αγορά τουριστών (Ρωσία) και οι γειτονικές βαλκανικές χώρες, με τις αφίξεις αυτών να αντισταθμίζουν τη μείωση από άλλες παραδοσιακές. Συγκεκριμένα οι αφίξεις από τη Ρωσία δείχνουν έναν αυξητικό ρυθμό με 20% αύξηση την περίοδο 2000-2010.

Πίνακας 13 : Αφίξεις επισκεπτών ξένων στην Ελλάδα μεταξύ 2000 και 2010.



UK: Ην. Βασίλειο, DE: Γερμανία, NL: Ολλανδία, IT: Ιταλία, USA: Η.Π.Α, BU: Βουλγαρία, RU: Ρωσία

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ Επεξεργασία: IOBE

### **8.3 Εξέλιξη τουρισμού και ελληνική οικονομία**

Μέχρι τη δεκαετία του 1980 ο τουρισμός ήταν μια σημαντική πηγή εισροής συναλλάγματος και ανάπτυξης των περιοχών που τότε είχαν πολύ ανεργία αναγκάζοντας το ελληνικό κράτος να διαθέσει σημαντικό μέρος των οικονομικών του όρων σε έργα υποδομής. Μάλιστα χρησιμοποίησε το σλόγκαν «ο τουρισμός δίνει ψωμί σε πληθυσμούς περιοχών που στερούνται πλουτοπαραγωγικών πόρων». Ο σκοπός του ελληνικού κράτους ήταν η ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού με στόχο τη μεγιστοποίηση των συναλλαγματικών εσόδων και ταυτόχρονα την περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας. Γενικότερα ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό μέρος της ελληνικής οικονομίας από το 1950 και έπειτα λόγω του συναλλαγματικού του χαρακτήρα αλλά και λόγω της δυνατότητας χρήσης του τουρισμού για μέσο κοινωνικό-οικονομικής ανάπτυξης.

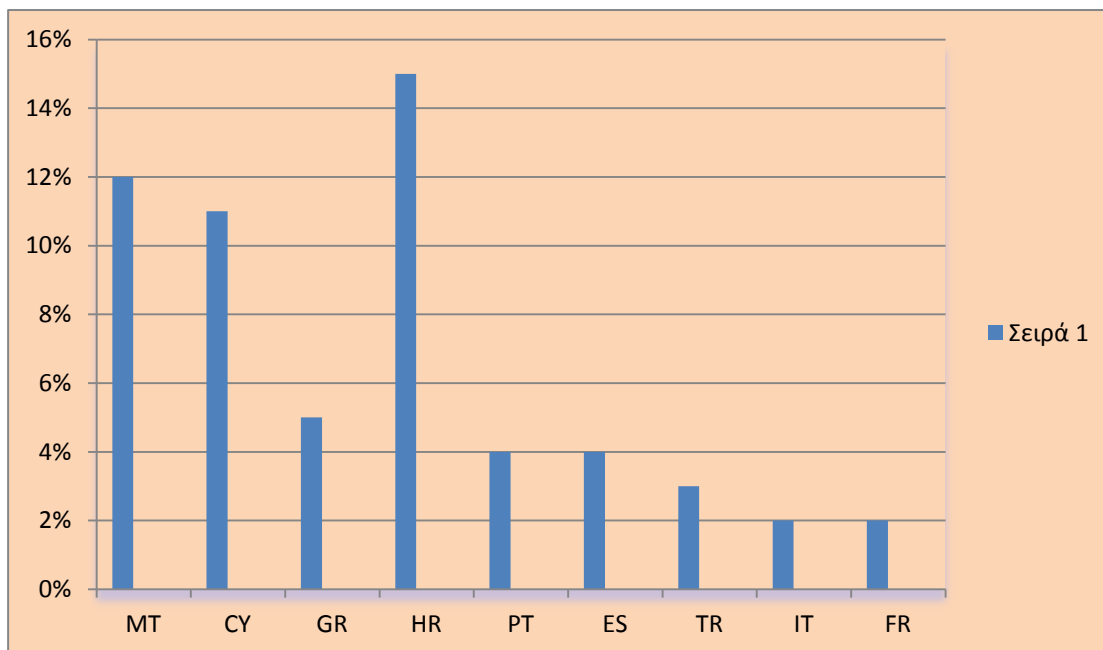
Η δεκαετία του 1980 χαρακτηρίζεται από σημαντικές μειώσεις στις συνολικές επενδύσεις, με τις ιδιωτικές να καταρρέουν και την βιομηχανία να υπολειπεται. Παράλληλα η ξενοδοχειακή ανάπτυξη παρουσιάζει επιβράδυνση που προκύπτει και από τις μειωμένες κρατήσεις αλλά και την γενικότερη ύφεση της ελληνικής οικονομίας. Αργότερα και πιο συγκεκριμένα τη δεκαετία του 1990, παρατηρείται ότι η Ευρώπη αποτελεί το δημοφιλέστερο τουριστικό προορισμό σε παγκόσμιο επίπεδο και το ελληνικό κράτος θέλοντας να αναβαθμίσει το σχεδιασμό για το πολύτιμο τουριστικό προϊόν θεσπίζει θέση υπουργού τουρισμού το 1987, και το 1989 ιδρύθηκε για πρώτη φορά υπουργείο τουρισμού (Λαγός 2005).

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 η ελληνική οικονομία παραμένει σε φάση στάσιμη με μέσο ρυθμό αύξησης του ΑΕΠ 1,2% ετησίως με σημαντικό πρόβλημα τη μείωση των επενδύσεων που παρόλο της ενίσχυσης μέσω του Α' Κ.Π.Σ. το 1989-1993, εμφάνιζαν μειωμένους ρυθμούς. Από τα μέσα του 1990 και μετά παρατηρούμε μια τόνωση της ελληνικής οικονομίας με μέσο ρυθμό ΑΕΠ 3,4% και τις επενδύσεις να αυξάνουν. Η αύξηση των επενδύσεων προέκυψε από την κρατική χρηματοδότηση η οποία άρχισε την εκτέλεση μιας σειράς από μεγάλα έργα (διεθνής αερολιμένας Ελευθέριος Βενιζέλος, μετρό, οδικά δίκτυα και με τη χρηματοδότηση και από το Β' Κ.Π.Σ 1994-1999).

Την περίοδο 1998-2004 η ελληνική οικονομία παρουσιάζει τη σημαντικότερή της άνθιση εξαιτίας μεγάλων και σημαντικών γεγονότων όπως τα μεγάλα έργα υποδομής για τους ολυμπιακούς αγώνες, η ένταξη της Ελλάδος στη ζώνη του ευρώ και η βοήθεια από τα Β' και

Γ' Κ.Π.Σ.. Μεγάλα έργα υποδομής κυρίως στο κέντρο της Αθήνας με σκοπό τη βελτίωση των γενικών έργων υποδομής της χώρας τα οποία λειτούργησαν και σαν συμπληρωματικά στην τουριστική ανάπτυξη. Θα πρέπει να σημειωθεί ωστόσο πως παρόλο που το 2004 χαρακτηρίστηκε από τη διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων, αποδείχτηκε, πως δεν ήταν και η πιο κατάλληλη την περίοδο που η ελληνική οικονομία ακόμα προσπαθούσε να σταθεί στα πόδια της και αυξήθηκε πάρα πολύ το έλλειμμα. Μετά το 2004 στην πενταετία που ακολούθησε παρατηρούμε καλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Η συνεισφορά του τουρισμού, όπως παρατηρούμε και στον πίνακα 14, φαίνεται από τις δαπάνες των τουριστών δηλαδή τις τουριστικές εισπράξεις που αγγίζουν το 5% του ΑΕΠ ποσοστό μεγάλο σε σύγκριση με άλλες εξίσου αναπτυγμένες χώρες τουριστικά όπως η Τουρκία και Ισπανία.

Πίνακας 14 : Τουριστικές εισπράξεις σε μεσογειακούς προορισμούς ως % του ΑΕΠ κατά Μ.Ο.: 2005-2010



MT: Μάλτα, CY: Κύπρος, GR: Ελλάδα, HR: Κροατία, PT: Πορτογαλία, ES: Ισπανία, TR: Τουρκία, IT: Ιταλία, FR: Γαλλία

Πηγή: Eurostat Επεξεργασία: IOBE

#### **8.4 Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία**

Η τουριστική δραστηριότητα επηρεάζει την κοινωνία, τον πολιτισμό, το φυσικό περιβάλλον αλλά και την οικονομία μιας χώρας. Αποτελεί από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες σε αρκετές χώρες και η σημασία του είναι εξίσου ίση με άλλους τομείς της



οικονομίας, όπως της βιομηχανίας, των τραπεζών, του αγροτικού τομέα. Οι οικονομικές επιπτώσεις ωστόσο του τουρισμού διακρίνονται όπως παρατηρούμε στον πίνακα σε θετικές αλλά και αρνητικές. Οι θετικές επιπτώσεις αφορούν βελτίωση σε αρκετά οικονομικά μεγέθη ενώ αντίθετα αρνητικές επιπτώσεις σημαίνει επιδείνωση κάποιων μεγεθών.

*Πίνακας 15 : Οικονομικές επιπτώσεις τουρισμού*

ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΕΙΣΡΟΟΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ</li> <li>• ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ</li> <li>• ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ</li> <li>• ΙΣΟΖ. ΤΡΕΧΟΥΣ. ΣΥΝΑΛΛΑΓ.</li> <li>• ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ</li> <li>• ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤ.</li> <li>• ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ</li> <li>• ΑΥΞΗΣΗ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΜΕΓΑΛΗ ΕΞΑΡΤΗΣΗ</li> <li>• ΠΛΗΘΩΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΓΗΣ</li> </ul>

*Πηγή : (Λαγός 2005)*

Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία διακρίνεται σε:

- άμεση
- έμμεση και
- προκαλούμενη.

Επιχειρήσεις που επηρεάζονται άμεσα από την αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας αντιπροσωπεύουν την άμεση επίδραση από την τουριστική κατανάλωση. Από την αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας επηρεάζονται και οι προμηθευτές κάτω από την ανάγκη για κάλυψη της επιπλέον ζήτησης προϊόντων και αποτελούν την έμμεση επίδραση. Προκαλούμενη τέλος είναι η συνεισφορά στα αποτελέσματα όσον αφορά την απασχόληση, το ΑΕΠ και το ισοζύγιο πληρωμών από τη ζήτηση για υπηρεσίες και αγαθά στην οικονομία, ως αποτέλεσμα της μεταβολής του εισοδήματος των νοικοκυριών.

Πίνακας 16 : Μορφές επίδρασης από την ανάπτυξη του τουρισμού για την οικονομία

ΑΜΕΣΗ	ΕΜΜΕΣΗ	ΠΡΟΚΑΛΟΥΜΕΝΗ
<p>ΚΛΑΔΟΙ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Υπηρεσίες καταλύματος</li> <li>• Λιανικό εμπόριο</li> <li>• Υπηρεσίες εστίασης</li> <li>• Μεταφορές</li> <li>• Ψυχαγωγία</li> </ul> <p>ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μεταφορές</li> <li>• Κατάλυμα</li> <li>• Περιηγήσεις</li> <li>• Διασκέδαση</li> </ul> <p>ΔΑΠΑΝΕΣ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ημεδαποί τουρίστες</li> <li>• Επαγγελματικά ταξίδια</li> <li>• Ιδιωτική- δημόσια επένδυση</li> <li>• Αλλοδαποί τουρίστες</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Επίδραση από προμηθευτές</li> </ul>	<p>ΑΠΟ ΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΤΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Στέγαση</li> <li>• Ένδυση</li> <li>• Διατροφή</li> <li>• Άλλα αγαθά ή υπηρεσίες</li> </ul>

Πηγή : (Λαγός 2005)

Η μελέτη για την επίδραση του τουρισμού στην οικονομία επικεντρώνεται στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία που είναι η διαφορά μεταξύ της αξίας παραγωγής και της συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης. Πρόκειται δηλαδή για το καθαρό κέρδος που μένει στην οικονομία για την πληρωμή εργοδοτικών εισφορών, μισθών, φόρων στην παραγωγή, διανομή μερισμάτων στους μετόχους, καθώς και η συσσώρευση κεφαλαίου για μελλοντικές επενδύσεις. Το άθροισμα της Α.Π.Α. και των έμμεσων φόρων επί των προϊόντων που καταναλώνονται μας κάνουν το ΑΕΠ που παράγεται από κάθε οικονομικής δραστηριότητας κλάδο.

## **8.5 Διαχρονική εξέλιξη τουρισμού στο ΑΕΠ**

Όσον αφορά τη συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος, όπως βλέπουμε και στον πίνακα 17, φτάνει το 16,8% το 2008, ενώ η απασχόληση στον τουρισμό αντιστοιχεί στο 18,75% της συνολικής απασχόλησης δηλαδή 854.400 θέσεις εργασίας. Όπως βλέπουμε και στις συγκρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις και πιο αναλυτικά το 2008 η Ελλάδα ήταν στην 16<sup>η</sup> θέση σε επίπεδο αφίξεων και στην 12<sup>η</sup> σε επίπεδο εσόδων από τον τουρισμό.

Το 2009 η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος φτάνει το 15,9% ενώ η απασχόληση αντιστοιχεί στο 17,7% των απασχολούμενων δηλαδή 798.600. Όπως βλέπουμε και στις συγκρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις και πιο αναλυτικά το 2009 η Ελλάδα ήταν στην 16<sup>η</sup> θέση σε επίπεδο αφίξεων και στην 15<sup>η</sup> σε επίπεδο εσόδων από τον τουρισμό.

Το 2010 η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος φτάνει το 16% ενώ η απασχόληση αντιστοιχεί στο 17,8% των απασχολούμενων δηλαδή 786.000. Όπως βλέπουμε και στις συγκρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις και πιο αναλυτικά το 2010 η Ελλάδα ήταν στην 17<sup>η</sup> θέση σε επίπεδο αφίξεων και στην 21<sup>η</sup> σε επίπεδο εσόδων από τον τουρισμό.

Το 2011 η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος φτάνει το 15,8% ενώ η απασχόληση αντιστοιχεί στο 17,6% των απασχολούμενων δηλαδή 720.600. Όπως βλέπουμε και στις συγκρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις και πιο αναλυτικά το 2011 η Ελλάδα ήταν στην 17 η θέση σε επίπεδο αφίξεων και στην 19 σε επίπεδο εσόδων από τον τουρισμό.

Το 2012 η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος φτάνει το 16,4% ενώ η απασχόληση αντιστοιχεί στο 18,3% των απασχολούμενων δηλαδή 688.800. Όπως βλέπουμε και στις συγκρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις και πιο αναλυτικά το 2012 η Ελλάδα ήταν στην 17 η θέση σε επίπεδο αφίξεων και στην 23 σε επίπεδο εσόδων από τον τουρισμό.

Πίνακας 17 : Συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ, άμεσες τουρ. Εισπράξεις και σειρά κατάταξης Ελλάδος

<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>% ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΣΤΟ ΑΕΠ</b>	<b>ΑΜΕΣΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (ΕΚΑΤ.ΕΥΡΩ)</b>	<b>ΣΕΙΡΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΑΦΙΞΕΙΣ- ΚΟΣΜΟΣ</b>	<b>ΣΕΙΡΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΑΦΙΞΕΙΣ- ΕΥΡΩΠΗ</b>
<b>2000</b>	<b>16,6</b>	<b>10.061</b>	<b>12</b>	<b>8</b>
<b>2001</b>	<b>17,1</b>	<b>10.580</b>	<b>12</b>	<b>8</b>
<b>2002</b>	<b>16,5</b>	<b>10.285</b>	<b>15</b>	<b>10</b>
<b>2003</b>	<b>15,9</b>	<b>9.495</b>	<b>14</b>	<b>9</b>
<b>2004</b>	<b>16,3</b>	<b>10.348</b>	<b>18</b>	<b>12</b>
<b>2005</b>	<b>17,6</b>	<b>10.730</b>	<b>17</b>	<b>11</b>
<b>2006</b>	<b>17,8</b>	<b>11.357</b>	<b>17</b>	<b>11</b>
<b>2007</b>	<b>17,5</b>	<b>11.319</b>	<b>16</b>	<b>10</b>
<b>2008</b>	<b>16,8</b>	<b>11.636</b>	<b>16</b>	<b>10</b>
<b>2009</b>	<b>15,9</b>	<b>10.400</b>	<b>16</b>	<b>10</b>
<b>2010</b>	<b>16</b>	<b>9.611</b>	<b>17</b>	<b>10</b>
<b>2011</b>	<b>15,8</b>	<b>10.505</b>	<b>17</b>	<b>10</b>
<b>2012</b>	<b>16,4</b>	<b>10.025</b>	<b>17</b>	<b>10</b>

Στα στοιχεία της 3ης στήλης (ΑΜΕΣΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ) υπάρχει στρογγυλοποίηση. Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος, στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής και Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2013).

## **8.6 Τουρισμός και ΑΕΠ**

Ο δυναμικός χαρακτήρας του τουρισμού φάνηκε από τις μελέτες που αφορούσαν και τη συμμετοχή του στο ΑΕΠ της χώρας. Από το παρελθόν, 1960, η συμμετοχή του τουρισμού

στο ΑΕΠ ήταν 2,9% έναντι 18,4% που έφτασε το 1997. Από το 1960 μέχρι το 1997 ο τουρισμός συνέβαλλε κατά 14,8% στη διαμόρφωση της μεταβολής του ΑΕΠ, έναντι 31,4% του συνόλου της δευτερογενούς παραγωγής, 25,4% του αγροτικού τομέα και 20,7% της μεταποιήσεως. Από το 1980 μέχρι το 1997 η συμβολή του αγροτικού τομέα γίνεται αρνητική, του δευτερογενούς 20,4% και του τουρισμού αυξάνεται από 14,8 σε 53,2% ενώ της μεταποιήσεως πέφτει στο 4,6% (Παυλόπουλος 1999<sup>15</sup>). Ενδεικτικά είναι τα αποτελέσματα της έρευνας του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων όπου την 20ετια 1980-1997 παρουσιάζεται αύξηση της απασχόλησης στην τουριστική οικονομία σε 87% έναντι 9,2% τη συνολικής απασχόλησης και η συνεισφορά του τουρισμού στην αύξηση του ΑΕΠ ήταν 53% (Παυλόπουλος 2001). Όσον αφορά την επίδραση στο ΑΕΠ της χώρας τα 2/3 της επίδρασης είναι αποτέλεσμα της ζήτησης για υπηρεσίες καταλύματος και εστίασης γενικότερα, ενώ στον τομέα των μεταφορών η συνεισφορά είναι γύρω στα 3 δις ευρώ με σημαντικότερη εκείνη των θαλάσσιων μεταφορών. Σημαντική επίδραση έχουμε και από τις οδικές μεταφορές και εκτιμάται γύρω στο 7% της άμεσης επίδρασης ενώ και από τις αερομεταφορές έχουμε επίδραση 5%.

### **8.7 Η εξέλιξη των τουριστικών εισπράξεων από το συνάλλαγμα**

Είναι γνωστό πως κάποιες από τις εισπράξεις από το συνάλλαγμα στην Ελλάδα καταχωρούνται σε κατηγορίες άδηλων πόρων. Έτσι τα στατιστικά στοιχεία που εμφανίζει η τράπεζα της Ελλάδος απέχουν από την πραγματικότητα. Κάποιες από τις κατηγορίες που περιλαμβάνουν συνάλλαγμα είναι οι εξής: πληρωμή μέσω πιστωτικών καρτών από τουρίστες που έρχονται από το εξωτερικό, εισπράξεις από ενοικιάσεις σκαφών ή από τουριστικά γραφεία που πραγματοποιούν ταξίδια σε κοντινά νησιά, εισπράξεις που προέρχονται από παράνομα καταλύματα. Αυτά υπολογίστηκαν το 1990 από την επιτροπή και εκτιμήθηκε πως το τουριστικό συνάλλαγμα ήταν 4.639 εκατομμύρια δολάρια έναντι 2.587 που εμφάνιζε η τράπεζα της Ελλάδος. Ωστόσο με την ένταξη της Ελλάδος στο ευρώ υπήρχαν μεγάλα προβλήματα υπολογισμού.

---

<sup>15</sup> Παυλόπουλος Π.Γ. (1999), *Το Μέγεθος και η Δυναμική του Τουριστικού Τομέα*, Αθήνα: ΙΤΕΠ, Μελέτες: 7.

Πίνακας 18 : Κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάσει διεθνών τουριστικών εισπράξεων 2007-2012.

ΕΤΟΣ	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (δισ. USS)	ΣΕΙΡΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ-ΚΟΣΜΟΣ	ΣΕΙΡΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ-ΕΥΡΩΠΗ
2007	15,5	12	8
2008	17,1	19	8
2009	14,5	21	8
2010	12,7	15	10
2011	14,6	12	9
2012	12,9	12	11

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2013)

Φαίνεται ξεκάθαρα το πόσο επηρέασε η κρίση και τον τουρισμό στη χώρα μας καθώς τη διετία 2008-2009 η θέση της χώρας μας βάση των τουριστικών εισπράξεων σε όλο τον κόσμο ήταν 19 και 21 από 12 το 2008. Αυτό φαίνεται και από τα έσοδα βάση των εισπράξεων που απο17,1 δισ USS έπεσε στα 12,7.

## **8.8 Τουρισμός και απασχόληση στην Ελλάδα**

Ένας πολύ σημαντικός κλάδος όπου συμβάλλει ο τουρισμός είναι η απασχόληση. Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην απασχόληση είναι κυρίως θετικές. Ο χώρος του τουρισμού επιλέγεται από πολλούς νέους ασχέτως εάν έχουν σπουδάσει τουριστικά καθώς αυτός προσφέρει κοινωνικές σχέσεις και επαγγελματικές με ξένους αλλά πέρα από αυτά και πολύ καλούς όρους εργασιακούς. Είδαμε πως ο τουριστικός κλάδος είναι κλάδος εντάσεως εργασίας το οποίο σημαίνει πως βασίζεται πρωτίστως στους ανθρώπους και δευτερευόντως στο κεφάλαιο και την τεχνολογία. Στα ξενοδοχεία κυρίως παρατηρείται έντονα το φαινόμενο των προσωπικών σχέσεων κάτι το οποίο δεν μπορεί να επιτύχει η τεχνολογία ακόμα, και τόσο άμεσα το ιντερνετ. Όταν πραγματοποιείται μια επένδυση με σκοπό τη δημιουργία ξενοδοχειακής μονάδας απαιτούνται σημαντικά κεφάλαια, ωστόσο και σημαντικά άτομα που θα βοηθήσουν καταρχήν στην ανέγερση και έπειτα στη στελέχωση της ξενοδοχειακής

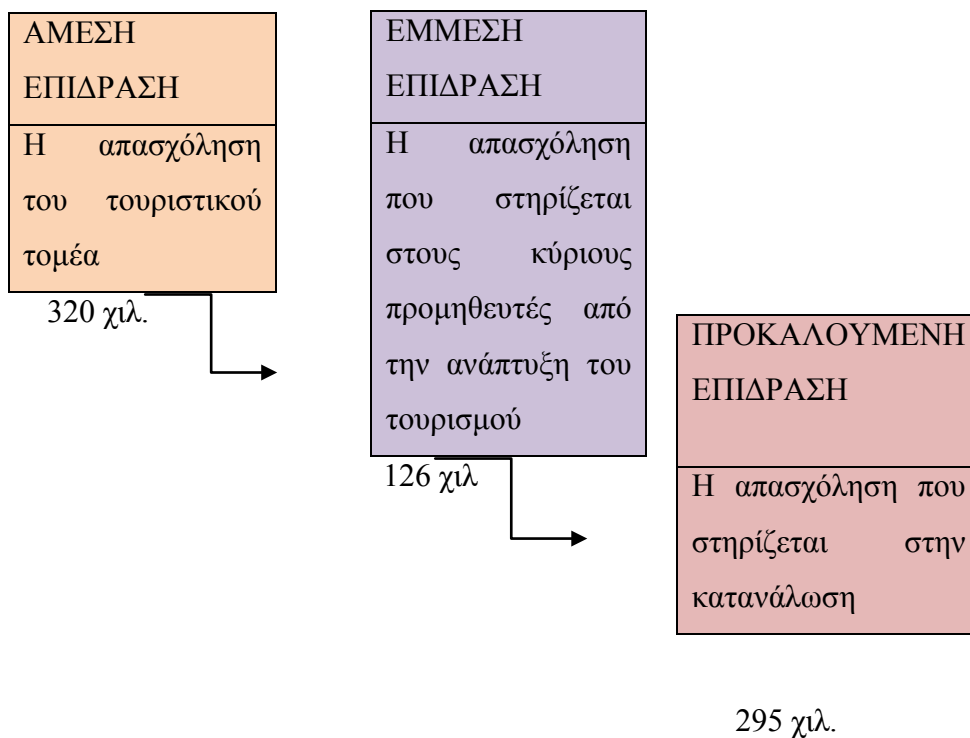
μονάδας. Επιπρόσθετα οι τουρίστες που θα πάνε σε αυτή τη μονάδα όταν θα βγουν να δαπανήσουν έξω από τη μονάδα χρήματα, έμμεσα έτσι απασχολούνται και άλλα άτομα όπως οδηγοί ταξί, καταστηματάρχες τουριστικών ειδών, άτομα που δουλεύουν στα εστιατόρια, γραφεία ενοικιάσεως μεταφορικών μέσων. Μέσα από τον τουρισμό λοιπόν οι τύποι της απασχόλησης είναι η άμεση, η έμμεση και η δευτερογενής (Λαγός 2005).

Ο τουρισμός ωστόσο έχει ανάγκη από εξειδικευμένα άτομα και πολλές φορές αυτό δεν είναι απαραίτητα θετικό για μια χώρα. Πλέον, επιχειρήσεις τουριστικές λόγω της οικονομικής κρίσης προτιμούν αλλοδαπούς εργαζόμενους γιατί αποτελούν φτηνά εργατικά χέρια και αυτό έχει αρνητική επίπτωση στην οικονομία και ανεργία της χώρας στην οποία εδρεύει η τουριστική επιχείρηση. Μέσω του τουρισμού οι επιχειρηματίες μπορούν να πραγματοποιήσουν κέρδη καθώς η ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί κίνητρο για τον επιχειρηματία να πραγματοποιήσει τις όποιες επενδύσεις με σκοπό το κέρδος προσφέροντας θέσεις εργασίας, είτε είναι η δημιουργία ενός καταλύματος, είτε ένα εστιατόριο, μια καφετέρια. Ο τουρισμός μπορεί να επιφέρει και ένα πρόσθετο εισόδημα σε κατοίκους της περιοχής που αναπτύσσεται. Αυτό γιατί για παράδειγμα ένας αγρότης μπορεί παράλληλα να κατέχει ενοικιαζόμενα δωμάτια και να βγάζει έξτρα εισόδημα και από εκεί (Λαγός 2005).

Συγκεκριμένα ο τουρισμός προσφέρει θέσεις έμμεσα καθώς όσον αφορά την απασχόληση επιχειρήσεις που προσφέρουν παρεμφερείς υπηρεσίες τουρισμού προσφέρουν θέσεις. Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ η αύξηση της απασχόλησης λόγω του τουρισμού ήταν 87%. Η συνολική απασχόληση το 2000 ήταν 808.000 άτομα (18% του συνολικού εργατικού δυναμικού) ή με άλλα λόγια ένας στους 5 σήμερα ασχολείται με τον τουρισμό. Πιο αναλυτικά 19.000 άτομα απασχολούνται στα πρακτορεία, 171.000 απασχολούνται στα καταλύματα κάθε μορφής, 29.000 στις μεταφορές και 35.000 άτομα στα συναφή με τον τουρισμό επαγγέλματα. Η μερική απασχόληση στον τουρισμό είναι στα 89.000 άτομα και η έμμεση απασχόληση 464.000. Σύμφωνα με το WTTC η σχέση ανάμεσα στην απασχόληση της οικονομίας και της σχέσης προς την άμεση απασχόληση στον τουρισμό διευρύνεται από 2,64 σε 3 την τριετία 1997-2010. Αυτό συνεπάγεται ότι για κάθε θέση άμεσης απασχόλησης στον τουρισμό δημιουργούνται περίπου 3 θέσεις απασχόλησης στην οικονομία γενικά.

Όσον αφορά το 2011 η άμεση απασχόληση στον τουρισμό εκτιμάται στις 311 χιλιάδες απασχολούμενους, και αντιστοιχεί στο 8% της συνολικής απασχόλησης της χώρας. Οι συνολικές θέσεις εργασίας που δίνει ο τουρισμός τη θερινή περίοδο προσεγγίζουν τις 208χιλιάδες, κατανοώντας επομένως την ανάγκη να επεκταθεί η τουριστική ζήτηση πιο πολύ

από τους καλοκαιρινούς μήνες βλέποντας τα οφέλη που δίνει στην απασχόληση. Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ για κάθε 100 θέσεις άμεσης απασχόλησης στον τουρισμό υποστηρίζονται άλλες 130 θέσεις συνολικά στους κλάδους που αποτελούν τους κύριους προμηθευτές των τουριστικών επιχειρήσεων αλλά και εκείνους που πηγαίνει το εισόδημα των απασχολούμενων στον τουριστικό κλάδο αλλά και στους προμηθευτές αυτού. Είναι πολύ σημαντική η επίδραση του τουρισμού στην έμμεση απασχόληση, τις θέσεις εργασίας δηλαδή που υποστηρίζονται από τους κύριους προμηθευτές των τουριστικών επιχειρήσεων. Το 2010 το σύνολο της έμμεσης απασχόλησης ήταν 126 χιλιάδες ενώ της άμεσης 320 χιλιάδες. Παράλληλα εκτιμάται ότι το εισόδημα που παίρνουν όλοι οι εργαζόμενοι στις τουριστικές επιχειρήσεις και στους κύριους προμηθευτές του τουρισμού πηγαίνει στην κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών με αποτέλεσμα να προκύπτει ότι η καταναλωτική δαπάνη από την πλευρά των νοικοκυριών, υποστηρίζει άλλες 295 χιλιάδες περίπου θέσεις εργασίας.



Για να γίνει κατανοητό το σύνολο των ατόμων που εργάζονται στον τουρισμό παρακάτω στον πίνακα 19 έχουμε τα στοιχεία της δεκαετίας (2002-2012)



Πίνακας 19 : Συνολική απασχόληση στον τουρισμό 2002-2012

ΧΡΟΝΟΣ	*ΑΜΕΣΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ	**ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ
2002	340,9	796,2
2003	327,6	776,3
2004	325,8	785,3
2005	360,9	855,1
2006	371	885,6
2007	365,4	878,2
2008	361,5	854,4
2009	331,9	798,6
2010	345,3	786
2011	329	720,6
2012	330,6	688,8

\* Η Άμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις.

\*\* Η Συνολική απασχόληση ισούται με την άμεση, την έμμεση και την προκαλούμενη απασχόληση.

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του World Travel & Tourism Council, Φεβρουάριος 2013

## **8.9 Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία**

Παρακολουθώντας τα βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού την τριετία 2009-2011 από τους πίνακες 20, 21, παρατηρούμε τα εξής:

Πίνακας 20 : Βασικότερα μεγέθη

<b>ΒΑΣΙΚΟΤΕΡΑ ΜΕΓΕΘΗ 2009</b>						
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	Συνολική απασχόληση	Αφίξεις αλλοδαπών	Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	Συμμετοχή στη συνολική απασχόληση	Ξενοδοχειακή υποδομή	Έσοδα
15,9% (WWTC)	798.600 (WWTC)	14,9 εκ.	697 ευρώ	17,7% (WWTC)	9.554 ξενοδοχεία	10,4 δις ευρώ (ΤτΕ)
<b>ΒΑΣΙΚΟΤΕΡΑ ΜΕΓΕΘΗ 2010</b>						

Συμμετοχή στο ΑΕΠ	Συνολική απασχόληση	Αφίξεις αλλοδαπών	Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	Συμμετοχή στη συνολική απασχόληση	Ξενοδοχειακή υποδομή	Έσοδα
16% (WWTC)	786.000 (WWTC)	15 εκ.	640 ευρώ	17,8% (WWTC)	9.732 ξενοδοχεία	9,6 δις ευρώ (ΤτΕ)
<b>ΒΑΣΙΚΟΤΕΡΑ ΜΕΓΕΘΗ 2011</b>						
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	Συνολική απασχόληση	Αφίξεις αλλοδαπών	Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	Συμμετοχή στη συνολική απασχόληση	Ξενοδοχειακή υποδομή	Έσοδα
15,8% (WWTC)	720.600 (WWTC)	16,4 εκ.	639 ευρώ	17,6% (WWTC)	9.648 ξενοδοχεία	10,5 δις ευρώ (ΤτΕ)

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ., UNWTO, WEF

Η συμμετοχή στο ΑΕΠ κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα ενώ από την άλλη διαπιστώνουμε τη μείωση που παρατηρείται στη συνολική απασχόληση (798.600-720.600) με σταθερά ποσοστά ωστόσο όσον αφορά τη συνολική απασχόληση. Η ανοδική πορεία του τουρισμού για την Ελλάδα φαίνεται και από τις αφίξεις των τουριστών οι οποίοι αυξήθηκαν κατά 1,5 εκατ. περίπου. Παράλληλα παρατηρούμε μια μείωση στον αριθμό των ξενοδοχειακών μονάδων που οφείλεται κυρίως σε συγχωνεύσεις και εξαγορές μικρών ξενοδοχείων από μεγαλύτερα καθώς δεν άντεξαν στις εξελίξεις της κοινωνίας, δεν άντεξαν τον ανταγωνισμό και δεν ήταν προετοιμασμένοι για τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης. Τέλος παρατηρούμε ένα σταθερό ρυθμό εσόδων με ένα ποσό αρκετά σημαντικό για την οικονομία της χώρας μας που δείχνει και την αναγκαιότητα να υπάρχουν επενδύσεις στον τουρισμό για ακόμα μεγαλύτερο κέρδος. Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ στα επίσημα στοιχεία του 2013 ο τουρισμός συνεισφέρει 16,4% στο ΑΕΠ, καλύπτει το 51,2% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου και απασχολεί 1 στους 5 κατοίκους της χώρας, ενώ δημιουργεί και 34 δις ευρώ ζήτηση για την οικονομία μας.

Όσον αφορά κάποιους δείκτες απόδοσης με τους αντίστοιχους των 5 κυριότερων ανταγωνιστών μας στον τουρισμό έχουμε τα στοιχεία του πίνακα 21 για την τριετία 2009-2011 όπου

Πίνακας 21 : Δείκτες απόδοσης

ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ 2009						
	ΚΥΠΡΟΣ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΡΟΑΤΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ
Κατάταξη βάση των διεθνών αφίξεων	Κάτω από την 50 <sup>η</sup> θέση	7 <sup>η</sup>	24 <sup>η</sup>	3 <sup>η</sup>	18 <sup>η</sup>	16 <sup>η</sup>
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε αφίξεις	0,2%	2,9%	1%	5,9%	1,4%	1,7%
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε έσοδα	0,3%	2,5%	1%	6,3%	1,3%	1,7%
Κατάταξη βάση των εσόδων	Κάτω από την 50 <sup>η</sup> θέση	9	30	2	21	15
% μεταβολή αφίξεων 2000-2009	-22,2%	165,6%	64,2%	12,5%	133,3%	20,2%
ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ 2010						
	ΚΥΠΡΟΣ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΡΟΑΤΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ
Κατάταξη βάση των διεθνών αφίξεων	Κάτω από την 50 <sup>η</sup> θέση	7 <sup>η</sup>	26 <sup>η</sup>	4 <sup>η</sup>	18 <sup>η</sup>	17 <sup>η</sup>

Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε αφίξεις	0,2%	2,9%	1%	5,6%	1,5%	1,6%
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε έσοδα	0,2%	2,3%	0,9%	5,7%	1,4%	1,4%
Κατάταξη βάση των εσόδων	Κάτω από την 50 <sup>η</sup> θέση	10	33	2	22	21
% μεταβολή αφίξεων 2000-2010	-18,5%	181,3%	71,7%	13,6%	176,5%	21%
<b>ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ 2011</b>						
	<b>ΚΥΠΡΟΣ</b>	<b>ΤΟΥΡΚΙΑ</b>	<b>ΚΡΟΑΤΙΑ</b>	<b>ΙΣΠΑΝΙΑ</b>	<b>ΑΙΓΥΠΤΟΣ</b>	<b>ΕΛΛΑΔΑ</b>
Κατάταξη βάση των διεθνών αφίξεων	Κάτω από την 50 <sup>η</sup> θέση	6 <sup>η</sup>	24 <sup>η</sup>	4 <sup>η</sup>	26 <sup>η</sup>	17 <sup>η</sup>
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε αφίξεις	0,2%	3%	1%	5,8%	1%	1,7%
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε έσοδα	0,2%	2,2%	0,9%	5,8%	0,8%	1,4%
Κατάταξη	Κάτω	12	32	2	33	19

βάση των εσόδων	από την 50 <sup>η</sup> θέση					
% μεταβολή αφίξεων 2000-2011	-11,1%	205,2%	86,8%	22,2%	86,3%	32,3%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ., UNWTO, WEF

Παρατηρούμε πως η Ελλάδα έχει μια σταθερή σχέση όσον αφορά τις διεθνείς αφίξεις όπως και οι ανταγωνιστές της με εξαίρεση την Αίγυπτο που από μια πολύ καλή θέση το 2009 'πέφτει' κατά 12 θέσεις και αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι μέχρι το 2010 που ακόμα ήταν ασταθές το πολιτικό και οικονομικό σύστημα σε γνωστούς ευρωπαϊκούς προορισμούς, οι τουρίστες προτιμούσαν άλλες χώρες που δεν είχαν επηρεαστεί από την οικονομική κρίση. Σημαντικό ρόλο έπαιξε και η διοργάνωση του μουντιάλ ποδοσφαίρου το 2010 όπου προσέλκυσε τουρίστες από όλο τον κόσμο. Αυτό φαίνεται και από τον δείκτη που μας δείχνει το μερίδιο αγοράς στα παγκόσμια έσοδα που η Ελλάδα και οι ανταγωνιστές της έχουν σταθερό ποσοστό ενώ η Αίγυπτος παρουσιάζει σημαντική μείωση από 1,3% σε 0,8%. Όσον αφορά την κατάταξη βάση των εσόδων στον παγκόσμιο χάρτη θα μπορούσαμε να πούμε ότι και η Ελλάδα χάνει σημαντικά αρκετές θέσεις όπως και η Αίγυπτος. Το ασταθές πολιτικό σκηνικό στη χώρα μας τη διετία 2010-2011 αναμφίβολα έπαιξε αρνητικό ρόλο για τον τουρισμό. Τέλος όσον αφορά τη μεταβολή των αφίξεων παρατηρούμε μια αρνητική συνέχεια μεταβολή στην Κύπρο με δείκτες όμως που φαίνονται να καλυτερεύουν, την Τουρκία και την Κροατία με συνεχώς αυξανόμενη μεταβολή που μάλιστα φτάνει στο 205,2% και 86,8% αντίστοιχα, την Ισπανία και την Ελλάδα να παρουσιάζουν μια αύξηση από 12,5% σε 22,2% και από 20,2% σε 32,3% ενώ αντίθετα από τη χώρα μας και τις 4 προαναφερθείσες χώρες η Αίγυπτος παρουσιάζει σημαντική μείωση από 133,3% το 2009 'πέφτει' στο 86,3%. Γίνεται κατανοητή λοιπόν η ανάγκη για περαιτέρω ανάπτυξη στον τουρισμό για την Ελλάδα καθώς σημαντικοί ανταγωνιστές παρουσιάζουν σημαντικά αυξανόμενους ρυθμούς ανάπτυξης.

### **8.10 Αρνητικές επιπτώσεις τουρισμού**

Ο τουρισμός ωστόσο πέρα από θετικές επιπτώσεις μπορεί να έχει και αρνητικές επιπτώσεις. Περιοχές που βασίζονται μόνο στον τουρισμό χωρίς να ασχολούνται με άλλες δραστηριότητες είναι πιθανόν να πάθουν ισχυρό πλήγμα σε περίπτωση μείωσης της ζήτησης για τουρισμό. Η νησιωτική Ελλάδα πέρα από τα ήδη ανεπτυγμένα νησιά, που έχουν

τουρίστες σχεδόν όλους τους μήνες του χρόνου, υποφέρει, καθώς δεν έχει αναπτύξει κάποιο άλλο τρόπο ώστε να μπορεί να αναπτυχθεί και αναμένει τα έσοδα από τον τουρισμό. Με αβέβαιο το πολιτικό σκηνικό παράλληλα, μια τυχαία ανακοίνωση για σημαντική ασθένεια σε μια χώρα ή μια τρομοκρατική ενέργεια, αυτόματα θα ρίξει τη τουριστική ζήτηση. Η μείωση των δημόσιων δαπανών μαζί με την αύξηση των φόρων έχουν αρνητική επίπτωση στο διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών όπως και αύξηση της ανεργίας με αποτέλεσμα να μειώνουν το ΑΕΠ. Ακόμη το εμπορικό ισοζύγιο ως συνιστώσα του ΑΕΠ εξαρτάται από την ανταγωνιστικότητα της χώρας όπου τα τελευταία χρόνια το εμπορικό ισοζύγιο μένει σε χαμηλά επίπεδα που οφείλεται στη μείωση των εισαγωγών λόγω της ύφεσης της οικονομίας (Λαγός 2005).

### **8.10.1. Τουρισμός και αύξηση τιμών**

Το ενδεχόμενο ανόδου των τιμών σε κάποια προϊόντα είναι χαρακτηριστικό γνώρισμα σε μια τουριστική περιοχή. Όταν ο επιχειρηματίας δει το προϊόν του να έχει μεγάλη απήχηση στους τουρίστες ή ακόμα ότι κοντεύει να εξαντληθεί, είναι σύνηθες να αυξήσει τις τιμές με σκοπό να αποθαρρύνει κάποιους ενδιαφερόμενους αγοραστές. Οι επιχειρηματίες βλέποντας και προσδοκώντας το μέγιστο κέρδος πολλές φορές αυξάνουν τις τιμές. Αύξηση τιμών μπορεί να υπάρξει και λόγω αυξήσεων στον εδαφικό χώρο. Όταν υπάρχει αυξανόμενη τουριστική ζήτηση οι ιδιοκτήτες οικοπέδων θα ανεβάσουν τις τιμές με σκοπό να αποκομίσουν όσο το δυνατόν πιο πολλά από κάποιον που θα προσπαθήσει να επενδύσει σε μια ξενοδοχειακή μονάδα. Μια αύξηση των εισοδημάτων επίσης μπορεί να φέρει αύξηση στο τουριστικό προϊόν καθώς πιστεύεται ότι έχει περισσότερα χρήματα να δαπανήσει ο τουρίστας (Λαγός 2005).

### **8.10.2. Τουρισμός και εγκληματικότητα**

Μέσα από το μαζικό τουρισμό ενδέχεται να επηρεαστεί και να αυξηθεί η εγκληματικότητα σε μια περιοχή. Σε περιόδους αυξημένης τουριστικής ζήτησης πολλές φορές διπλασιάζεται ή τριπλασιάζεται ο πληθυσμός και οι αρχές ασφάλειας και τάξης αδυνατούν να ανταπεξέλθουν με επιτυχία στον αυξημένο αυτό αριθμό επισκεπτών για επιβολή της τάξης. Ακόμα σε πολλές περιοχές ορισμένοι καταναλώνουν αλκοόλ παραπάνω από το συνηθισμένο με αποτέλεσμα αύξηση της επιθετικότητας και της εγκληματικότητας (Λαγός 2005).

### **8.10.3. Τουρισμός και χωρητικότητα**

Το θέμα του τουριστικού κορεσμού σχετίζεται με ένα από τα μεγαλύτερα θέματα των τελευταίων δεκαετιών που είναι ο τουρισμός και οι επιδράσεις του στις πολιτιστικό-κοινωνικές αξίες και στο φυσικό περιβάλλον μια χώρας που υποδέχεται τουρίστες. Έγιναν κυρίως μελέτες στο νησιωτικό χώρο που γνώρισε τη μεγαλύτερη ανάπτυξη όσον αφορά τις επιπτώσεις που μπορεί να επιφέρει ο τουρισμός στα τοπικά οικοσυστήματα, τι προκαλούν οι κατασκευές ξενοδοχειακών μονάδων και οι επεκτάσεις των οδικών δικτύων, πόσοι τουρίστες μπορούν να φιλοξενηθούν χωρίς να προκαλέσουν αλλοιώσεις στο περιβάλλον και τη κουλτούρα του τόπου που επισκέπτονται. Σημαντικό μειονέκτημα του ελληνικού τουρισμού είναι η εποχικότητα που τον χαρακτηρίζει και επηρεάζει και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών όπως και η μεγάλη συγκέντρωση σε συγκεκριμένες περιοχές της χώρας. Σε αυτό επηρεάζεται αρνητικά η απασχόληση όπως και η εκπαίδευση του προσωπικού (Carlson 1980<sup>16</sup>).

### **8.10.4. Τουρισμός και ευρώ**

Ακόμη ένα μειονέκτημα ήταν η είσοδος της χώρας μας στο ευρώ καθώς μέχρι τότε η Ελλάδα έπαιζε με το συνάλλαγμα και την υποτίμηση της δραχμής με συνέπεια να φαίνεται η Ελλάδα φθηνός τουριστικός προορισμός. Ωστόσο με την ένταξη της Ελλάδος στο ευρώ δεν είχε περιθώρια να παίξει με τις συναλλαγματικές ισοτιμίες για να γίνει πιο ελκυστική σε επίπεδο τιμών. Από την άλλη βλέπουμε τη γειτονική Τουρκία να αναπτύσσεται ραγδαία έχοντας επενδύσεις σε σημαντικά οδικά έργα και υποδομές για τον τουρισμό τους, έχοντας ευελιξία να μειώνουν τις τιμές. Τα μειονεκτήματα που παρατηρούνται στην ακόμα περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού είναι στο γεγονός ότι η χώρα μας απέχει χιλιομετρικά μεγάλη απόσταση από τις κύριες χώρες των τουριστών με αποτέλεσμα να έχουμε τουρισμό μόνο κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες. Η ανάπτυξη περιφερειακών αεροδρομίων και η προσπάθεια προσέλκυσης περισσότερων αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους θα βοηθούσε σίγουρα. Παράλληλα το ισχυρό μας κοινό νόμισμα επιβαρύνει τις αφίξεις των τουριστών καθώς προτιμούν άλλες περιοχές που έχουν υποστεί σημαντικές υποτιμήσεις των νομισμάτων τους (Λαγός 2005).

---

<sup>16</sup> Carlson A. (1980), *Geographical Research on International and Domestic Tourism*, Journal of Cultural Geography, 149-160.

### **8.10.5. Τουρισμός και πολιτισμός-περιβάλλον**

Μπορεί να υπάρξει πολιτιστική υποβάθμιση του τουρισμού καθώς ενδέχεται οι τουρίστες να προκαλέσουν φθορές σε αρχαιολογικούς χώρους ή μνημεία, με βανδαλισμούς θρησκευτικών χώρων, καθώς είναι εκτός της χώρας τους και πολλές φορές υπό την επήρεια αλκοόλ. Οι νέοι μέσω του μιμητισμού προσπαθούν να αφογκραστούν τρόπο ζωής και παραδόσεις των ξένων, ξεχνώντας όμως αυτές του τόπου τους.

Μεγάλη προσοχή πρέπει να δοθεί στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού καθώς όλη η ανάπτυξη στον τουρισμό έγινε εις βάρος του περιβάλλοντος με σκοπό φυσικά μόνο το κέρδος των επιχειρήσεων και την ευημερία των καταναλωτών. Η δημιουργία αποβλήτων από μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και η ρύπανση τους στα ύδατα, στην ατμόσφαιρα και στο έδαφος, η συνεχής εξόρυξη ορυκτών μετάλλων και καύσιμων, η καταπάτηση δασών με σκοπό το χτίσιμο ξενοδοχειακών μονάδων είναι μερικά μόνο από τις αρνητικές επιπτώσεις. Ρύπανση νερού προκαλείται ακόμη και από τη συχνή πλύση των ρούχων και οικιακών σκευών, ρύπανση του εδάφους προκαλείται από τα στερεά απόβλητα των τουριστών και των τουριστικών μονάδων ενώ ρύπανση της ατμόσφαιρας προκαλείται από την εναέρια αυξανόμενη κυκλοφορία και από τα καυσαέρια των αυτοκινήτων (Λαγός 2005).

Ακόμη στον τουρισμό η μορφή του τζόγου πέρα του ότι ενισχύει την τοπική οικονομία ενδέχεται να προκαλέσει και μεγάλες αρνητικές συνέπειες ακόμη και στους ντόπιους οι οποίοι ενδέχεται να εθιστούν και να χάσουν και ολόκληρες περιουσίες μέσω του τζόγου και των τυχερών παιχνιδιών. Παράλληλα σε περιόδους αιχμής μπορεί να παρουσιαστούν προβλήματα υγείας σε δημόσιους χώρους όπως λιμάνια, αρχαιολογικούς χώρους κυρίως στις τουαλέτες που μπορεί να μεταδοθεί μια ασθένεια λόγω ανεπάρκειας προσωπικού (Λαγός 2005).

### **8.11 Σύνοψη**

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύσαμε τον ελληνικό τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα, αρχικά, είδαμε τα κύρια χαρακτηριστικά του και στη συνέχεια την πορεία των αφίξεων την περίοδο 2000-2010. Εν συνεχεία αναλύσαμε τον τουρισμό και τις θετικές ή αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις που έχει στη χώρα μας όπως επίσης και πως επηρεάζει σημαντικά μεγέθη για την οικονομία μας όπως το ΑΕΠ. Παράλληλα έγινε μεγάλη έρευνα για την εξέλιξη των τουριστικών εισπράξεων τη χρονική περίοδο 2007-2012, και πολύ μεγάλη έρευνα στον τουρισμό και στην απασχόληση μέσω αυτού. Διαπιστώσαμε πως ο τουρισμός προσφέρει θέσεις εργασίας και



μειώνει την ανεργία, με 688.000 απασχολούμενους το 2012. Ακόμη συγκρίναμε βασικά μεγέθη της ελληνικής οικονομίας και κάποιους δείκτες με 5 ανταγωνίστριες χώρες και διαπιστώσαμε ότι η γειτονική Τουρκία αναπτύσσεται με ταχύτατους ρυθμούς όσον αφορά τον τουρισμό και με σαφή ανάγκη και της δικής μας χώρας να πράξει αναλόγως. Από την άλλη αναλύσαμε και τις αρνητικές συνέπειες του τουρισμού στη χώρα μας με σημαντικότερες από αυτές να αποτελούν η άνοδος των τιμών, η εγκληματικότητα, η καταστροφή του περιβάλλοντος και σε κάποιες περιπτώσεις και του πολιτισμού μας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9<sup>ο</sup> : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ**

Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία παρόλο που έχουν και αρνητικές επιπτώσεις, οι περισσότερες είναι θετικές. Αναλύσαμε τις επιπτώσεις του τουρισμού σε βασικά οικονομικά μεγέθη και είδαμε το πόσο σημαντικός είναι. Στην σημερινή εποχή με τα τεράστια οικονομικά προβλήματα της χώρας μας αλλά και όλης της Ευρώπης γενικότερα φαίνεται ο τουρισμός να είναι από τους ελάχιστους κλάδους που ανθεί και που θα πρέπει να δώσουμε ιδιαίτερη προσοχή. Οφείλουμε να στηρίξουμε κάτι το οποίο προσφέρει θετικό πρόσημο στην οικονομία μας με προτάσεις και μελέτες που στόχο θα έχουν να βοηθήσουν μια περαιτέρω ανάπτυξη.

Η μορφή του σημερινού τουρισμού είναι η μεγαλύτερη συχνότητα ταξιδιών αλλά με λιγότερες διανυκτερεύσεις, ανάπτυξη καινούργιων προορισμών, χαμηλά ναύλα σε κόστος και ανταγωνισμός μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών με αποτέλεσμα μειωμένα εισιτήρια, ευρεία χρήση διαδικτύου από τους πελάτες οπότε ο καθένας διαλέγει σύμφωνα με τις ανάγκες του το προϊόν που τις καλύπτει. Ακόμη φαίνεται ότι θα υπάρξουν συγχωνεύσεις των μικρών τουριστικών επιχειρήσεων και θα αναπτυχθούν και άλλο οι αλυσίδες στο χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων.

Η εισαγωγή συναλλάγματος μειώνεται συνέχεια οπότε καταλαβαίνουμε την ανάγκη η Ελλάδα να απευθυνθεί σε άλλες χώρες για προσέλκυση τουριστών αλλά και οι tour operators να βοηθήσουν με εγκατάσταση και σε άλλες περιοχές από τις μέχρι τώρα. Ήδη παρατηρήσαμε να χάνουμε τουρίστες από παραδοσιακές χώρες εισαγωγής ωστόσο μια πολύ μεγάλη 'δύναμη' αντισταθμίζει τις 'χαμένες' αφίξεις (Ρωσία). Η προσέλκυση επενδύσεων και η χαλάρωση των γραφειοκρατικών μεθόδων σε νέες επενδύσεις ίσως αποτελέσουν ένα βήμα για την ανάπτυξη του τουρισμού. Απαιτείται διαρκείς εκσυγχρονισμός στις τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και στροφή σε περιοχές και προϊόντα που μέχρι τώρα δεν έχουν τη ανάλογη απήχηση που έχουν γνωστοί προορισμοί. Νέες και καινοτόμες ιδέες θα βοηθήσουν την ανάπτυξη του τουρισμού όπως hostel, που είναι από τα πιο δημοφιλή στο εξωτερικό ενώ στην Ελλάδα ακόμα όχι τόσο.

Οι περιοχές που αναπτύσσεται ο τουρισμός οφείλουν να είναι καλά προετοιμασμένες γιατί σε περίοδο αιχμής παρατηρούνται πολλά προβλήματα στην ηλεκτροδότηση, τις αποχετεύσεις και τις συγκοινωνίες ενώ το προσωπικό που εργάζεται σε μέσα μεταφοράς κυρίως οφείλει να γνωρίζει ξένες γλώσσες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών.

Ο τουρισμός μπορεί κάλλιστα να συμβάλει ουσιαστικά στην καταπολέμηση της φτώχειας και πείνας όσο και στην ενδυνάμωση της θέσης της γυναίκας στην κοινωνία με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας ενώ κάτω από σωστή διαχείριση στην τουριστική ζήτηση μπορεί να έχουμε σημαντικές θετικές επιπτώσεις στην προστασία του περιβάλλοντος. Είναι πολύ σημαντικό στο μέλλον να μπορεί ο τουρίστας να κάνει μόνος του check in-check out ενώ και η διεθνής διαφήμιση μέσω του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με γνώμονα την ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος κάτι στο οποίο είναι φιλικόι οι ξένοι, θα έδινε μια επιπλέον ώθηση- ανάπτυξη στον τουρισμό. Αν δεν ληφθούν άμεσα μέτρα για τις αυξήσεις στις εξαγωγές, το εμπορικό ισοζύγιο θα παραμείνει ένας παράγοντας μείωσης του ΑΕΠ.

Σε συνέχεια των συμπερασμάτων της παρούσης εργασίας κρίνεται επιτακτική η ανάγκη για δημιουργία οικονομετρικών μοντέλων με σκοπό μια πιο ενδελεχή στατιστική ανάλυση των ποσοτικών οικονομικών μεγεθών με την βοήθεια όλων των διαθέσιμων οικονομετρικών εργαλείων. Ακόμη θα ήταν χρήσιμο να μπορέσει στο μέλλον κάποιος αναλυτής με τη βοήθεια διαφόρων οικονομετρικών εργαλείων να αναλύσει τα στοιχεία της παρούσης εργασίας και να καταλήξει σε χρήσιμα συμπεράσματα.

# **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

## **ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

1. Αθανασίου Λ. (2001), *Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα: Εξελίξεις, Προβλήματα, Δυνατότητες και Πολιτική*, Αθήνα: Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών.
2. Ανδριώτης Κ. (2005), *Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός*, Αθήνα: Σταμούλης.
3. Βαρβαρέσος Σ. (1998), *Τουρισμός η ελληνική πραγματικότητα*, Αθήνα, Προπομπός, σελ.1-253.
4. Βελισσαρίου Ε. (2000), *Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*, Πάτρα: Ε.Α.Π.
5. Ζαχαράτος Γ.Α. (2000α), *Package Tour*, Προπομπός: Αθήνα.
6. Ζαχαράτος Γ.Α. (2000β), *Τουριστική Πολιτική, Σημειώσεις Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών: Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού*, Πανεπιστήμιο Αιγαίου: Χίος.
7. Κοκκώσης Χ., Κυρατσούλης Θ. και Μέξα Α. (2000), *Τουρισμός και Περιβάλλον*, Μυτιλήνη: Εργαστήριο Περιβαλλοντικού Σχεδιασμού, Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
8. Λαγός Δ. (2005), *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Κριτική.
9. Λαζαρίδης Ι. και Παπαδόπουλος Δ., (2005), *Χρηματοοικονομική Διοίκηση*, Θεσσαλονίκη, ISBN, σελ.33-40.
10. Μπεριάτος Η. (1985), *Πολιτικές Διαστάσεις του Χωροταξικού Σχεδιασμού*, Χωροταξικός Προγραμματισμός και σχεδιασμός: ο ρόλος της διοίκησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης, Τεχνικά Χρονικά, ΤΕΕ: Αθήνα, σελ. 16-19.
11. Μπριασούλη Ε. (2000), *Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης: Χαρακτηριστικές Προσεγγίσεις*, στο Τσάρτας Π. (επιμ.), *Τουριστική Ανάπτυξη – Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις*, Εξάντας: Αθήνα, σελ. 123-148.
12. Μυλωνόπουλος Δ. (2005), *Θαλάσσιος τουρισμός*, Αθήνα, Interbooks, σελ. 40-45.
13. Παπαδασκαλόπουλος Δ.Α. και Χριστοφάκης Σ.Μ. (2002), *Περιφερειακός Προγραμματισμός*, Παπαζήση: Αθήνα.
14. Πατσουράτης Β.Α. (2002), *Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα*, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), Μελέτες: 12.
15. Παυλόπουλος Π.Γ. (1999), *Το Μέγεθος και η Δυναμική του Τουριστικού Τομέα*, Αθήνα: ΙΤΕΠ, Μελέτες: 7.

16. Παυλόπουλος Π. (2001), *Θέματα Οικονομικής και Τουριστικής Πολιτικής*, Αθήνα: ΙΤΕΠ.
17. Τσάρτας Π. (1996) *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, Εξάντας: Αθήνα.
18. Τουρισμός & Οικονομία (1992) *Ληξούρι Κεφαλονιάς: Μια καλύτερη Θέση στον ήλιο του Ιονίου*, Ειδικά Θέματα, σελ.146-149.
19. Derruau M. (1961) *Precis de Geographie Humaine*, Paris France, Πρεβελάκης Γ. (μτφ) (1991) *Ανθρωπογεωγραφία*, 2<sup>η</sup> έκδ., Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης: Αθήνα.
20. Gartner W.C. (2001) *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές*, Κορρές Γ. & Δρακόπουλος Σ.Κ. (επιμ.), Έλλην: Αθήνα.
21. Gee C.Y., Makens, J.C. and Choy, D.J.L. (2001), *Τουριστική Βιομηχανία*, Μαυροδόντης Θ. (επιμ.), Έλλην: Αθήνα.
22. Lickorish L.J. & Jenkins C.L. (2004) *Μια Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Τσάρτας Π. (επιμ.), Κριτική: Αθήνα.
23. Mankiw, G. N., 2002, *Μακροοικονομική θεωρία*, Εκδόσεις Gutenberg (ελλ. μτφ. Σταματάκης, Ν.), τόμ. Α', Αθήνα.

## ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Butler R. (2004), *Geographical Research on Tourism, Recreation and Leisure: Origins, Eras and Directions Tourism*, Geographies, Vol. 6, No. 2, pp. 143–162.
2. Burkart A. & Medlik S., (1981), “*Tourism, Past, Present and Future*”, Oxford: Heinemann.
3. Carlson A. (1980), *Geographical Research on International and Domestic Tourism*, Journal of Cultural Geography, pp. 149-160.
4. Chiotis G. & Coccossis H. (1992), *Tourism development and environmental protection in Greece*, in Briassoulis H. & Straaten J. (eds), *Tourism and the Environment. The Regional, Economic, Cultural and Policy Issues, Environment and Assessment*, 2nd ed., vol. 6, Netherlands: Kluwer Academic Publishers, pp. 133-143.
5. Dredge D. & Jenkins J. (2007) *Tourism Planning and Policy*, Wiley Australia Tourism Series, John Wiley & Sons, Australia.

6. Gilbert D.C. (1990), *Conceptual Issues in the Meaning of Tourism*, in Cooper, C.P. (ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, London: Belhaven Press, Vol. 2, pp. 4–27.
7. Gunn C. (1994) *Tourism Planning*, 3rd ed., Washington: Taylor and Francis.
8. Hall C.M. (2000), *Tourism planning, policies, processes and relationships*. England: Prentice Hall.
9. Hettne B. (1990), *Development theory and the three worlds*, New York: Longman.
10. Hunziger W. & Krapf K., (1942), “*Grundriß der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*“, Zürich: Polygraphischer Verlag.
11. Ioannides D. & Debbage K.G. (1998), *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-side Analysis*, London: Routledge.
12. Jafari J. (1990), *Research and Scholarship: the basis of Tourism Education*, *Journal of Tourism Studies*.
13. Johnston R.J., Gregory D. & Smith D.M. (1998), *The Dictionary of Human Geography* (3rd ed.) Oxford: Basil Blackwell.
14. Jovicic Z. (1988), *A Plea for Tourismological Theory and Methodology*, *Revue de Tourisme* 3, pp. 2-5.
15. Knafou R., Bruston, M., Deprest, F., Duhamel, P., Gay, J. & Sacareau, I. (1997), *Une approche géographique du tourisme*, *L'Espace géographique*, 3, pp. 193-204.
16. Konsolas N. & Zacharatos G.A. (2000), *Regionalisation of Tourism Activity in Greece: Problems and Policies*, in Briassoulis H. & Straaten J. (eds), *Tourism and the Environment. The Regional, Economic, Cultural and Policy Issues, Environment and Assessment*, 2nd ed., Netherlands: Kluwer Academic Publishers vol. 6, pp. 319-330.
17. Krippendorf J. (1991), *Towards New Tourism Policies*, in Medlik S., *Managing Tourism*, London: Butterworth - Heinemann, pp. 307-317.
18. Leiper N. (1979), *The Framework of Tourism: Towards a definition of tourism, tourist and the tourist industry*, *Annals of Tourism Research* 6(4), pp. 390-407.
19. Leiper N. (1990), *Partial Industrialization of Tourism Systems*, *Annals of Tourism Research*, 17(4), pp. 600-605.
20. Mathieson A. & Wall G. (1982), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Harlow: Longman.
21. Matley I.M., (1976), “*The Geography of International Tourism*“, Washington: Association of American Geographers, pp. 1-76.

22. Medlik S. (1996), *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*, 2edn., Oxford: Butterworth – Heinemann.
23. Mill, R.C and Morrison, A. M (1992), *The tourism system*, 2η έκδοση, London: Prentice-Hall International.
24. Mitchell L. & Murphy P. (1991), *Geography and tourism*, *Annals of Tourism Research*, 18(1), pp. 6–20.
25. Murphy P. (1987), *Concepts of Leisure*, in Graefe, A. & Parker, S., *Recreation and Leisure: An Introductory Handbook*, Pennsylvania: Venture Publishing, pp. 11-17.
26. Page S. (2003), *Tourism Management, managing for change*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
27. Papadopoulos S.I. & Mirza H. (1985), *Foreign Tourism in Greece: An Economic Analysis*, *Tourism Management*, 6(2), pp. 125-137.
28. Pearce D. (1991), *Tourist Development*, 3rd edn, Harlow: Longman.
29. Pigram J.J. (1985), *Outdoor Recreation and Resource Management*, Buckingham: Croom Helm.
30. Richter I.k. (1983), ‘‘Tourism politics and political science: a case of not benign neglect’’ *Annals of tourism research*, 10 (3), pp. 313-335.
31. Roweis S. & Scott A.J. (1981), *The Urban Land Question*, in Dear M., Scott A.J. (eds), *Urbanization and Urban Planning in Capitalist Society*, London: Methuen, *Urbanization and Urban Planning in Capitalist Society*, London: Methuen, pp. 123-157.
32. Smith S.L.J. (1988), *Defining Tourism: A Supply-Side View*, *Annals of Tourism Research*, 15(2), pp. 179-190.
33. Telfer D. (2002), *Tourism and Regional Development Issues*, in Sharpley R. & Telfer D. J. (eds) *Tourism and Development: Concepts and Issues*, London: Channel View Publication, pp. 81-111.
34. Tribe J., (1997), *The economics of leisure and tourism. Environments, markets and impacts*. Butterworth – Heinemann, pp. 116-125.
35. UN World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism highlights 2008 Edition and World Tourism Barometer (June 2009)*.
36. WCED (World Commission on Environment and Development) (1987) *Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press.
37. Williams A.M. & Shaw G. (eds) (1988), *Tourism and Economic Development: Western European Experiences*, London: Belhaven Press.
38. Williams S. (1998), *Tourism Geography*, London: Routledge.

39. Williams S. (2009), *Tourism geography: a new synthesis*, 2nd ed. Routledge, New York.

## **ΠΗΓΕΣ ΙΝΤΕΡΝΕΤ**

<http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-database>

<http://www.sete.gr>

<http://www2.unwto.org/en>

<http://www.gnto.gov.gr/el>

<http://www.iobe.gr/>

<http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

## **ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ**

ΑΕΠ: Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν

Π.Ο.Τ: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

Κ.Π.Σ: Κοινωνικό πλαίσιο στήριξης

Η.Π.Α.: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

Σ.Ε.Τ.Ε.: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

ΙΟΒΕ : Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών

ΤτΕ : Τράπεζα της Ελλάδος

Ε.Ο.Τ.: Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού