



**ΑΝΟΙΚΤΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

**ΤΙΤΛΟΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ
*Ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΚΑΙ Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ***

**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ
ΓΕΩΡΓΟΠΟΥΛΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΘΑΛΑΣΣΙΝΟΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ**

ΑΘΗΝΑ, ΜΑΪΟΣ, 2014

Περιεχόμενα

| | |
|---|-----------|
| Περίληψη | 3 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ | 8 |
| 1.1 Εισαγωγή-ορισμός τουρισμού..... | 8 |
| 1.2 Ιστορική αναδρομή του τουρισμού..... | 9 |
| 1.3 Βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού | 10 |
| 1.4 Κατηγορίες/είδη τουρισμού | 11 |
| 1.4.1 Μαζικός-ατομικός..... | 11 |
| 1.4.2 Εισερχόμενος - εγχώριος-εξερχόμενος | 12 |
| 1.5 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού | 13 |
| 1.5.1 Αγροτουρισμός | 13 |
| 1.5.2 Θρησκευτικός | 13 |
| 1.5.3 Μορφωτικός | 13 |
| 1.5.4 Αθλητικός..... | 14 |
| 1.5.5 Επαγγελματικός..... | 14 |
| 1.5.6 Θεραπευτικός | 14 |
| 1.5.7 Περιηγητικός/τουρισμός περιπέτειας..... | 14 |
| 1.5.8 Οικοτουρισμός..... | 14 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ..... | 16 |
| 2.1 Η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού | 16 |
| 2.2 Παράγοντες που συνέβαλαν στην εξέλιξη του τουρισμού | 17 |
| 2.3 Επιπτώσεις του φαινομένου του τουρισμού | 18 |
| 2.3.1 Επιπτώσεις στην οικονομία | 18 |
| 2.3.2 Επιπτώσεις στην κοινωνία..... | 19 |
| 2.3.3 Επιπτώσεις στο περιβάλλον | 20 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.4 | Διεθνείς οργανισμοί σχετικοί με τον τουρισμό..... | 21 |
| 2.5 | Ανάλυση του κλάδου σε παγκόσμιο επίπεδο Διεθνείς και Ευρωπαϊκές τάσεις..... | 23 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | | 27 |
| 3.1 | Ο τουρισμός στην Ελλάδα | 27 |
| 3.2 | Ελληνικός τουρισμός και ανταγωνιστικότητα..... | 30 |
| 3.3 | SWOT ANALYSIS του ελληνικού τουρισμού | 35 |
| 3.3.1 | Πλεονεκτήματα..... | 35 |
| 3.3.2 | Μειονεκτήματα..... | 36 |
| 3.3.3 | Ευκαιρίες | 37 |
| 3.3.4 | Απειλές..... | 37 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ | | 39 |
| 4.1 | Παγκόσμια οικονομική κρίση | 39 |
| 4.2 | Ελληνική οικονομική κρίση..... | 42 |
| 4.3 | Παγκόσμια οικονομική κρίση και διεθνής τουρισμός..... | 46 |
| 4.4 | Παγκόσμια οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός | 51 |
| 4.5 | Η εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας | 56 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..... | | 60 |
| 5.1 | Στρατηγική και στόχοι για τον Ελληνικό Τουρισμό..... | 60 |
| 5.2 | Νέα είδη τουρισμού και επενδυτικές ευκαιρίες | 61 |
| 5.3 | Ελληνικός τουρισμός και εκπαίδευση | 65 |
| 5.4 | Προτάσεις ανάπτυξης | 65 |
| Επίλογος | | 68 |
| Βιβλιογραφία | | 71 |

Περίληψη

Η τεράστια άνοδος του τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες, τον έχει καταστήσει δικαιολογημένα σε έναν από τους δυναμικότερους τομείς της διεθνούς οικονομίας. Οι λόγοι αυτής της αλματώδους ανάπτυξης ήταν η εξέλιξη της τεχνολογίας, η βελτίωση των μέσων μαζικής μεταφοράς και οι αλλαγές που παρουσιάζονταν στην κοινωνία, με τη μετάβαση από τη μία δεκαετία στην επόμενη. Επιπλέον, οι έντονες διαφοροποιήσεις αλλά και η συνεχής ανάδειξη νέων προορισμών, συνέβαλαν με τη σειρά τους θετικά στους υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης του διεθνούς τουρισμού.

Στη σύγχρονη εποχή, κάνουμε λόγο για ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο της εποχής που αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του παγκόσμιου εμπορίου, με τις τουριστικές εισπράξεις να κατέχουν σημαντικό μερίδιο και να συναγωνίζονται εκείνες που προέρχονται από τις εξαγωγές καυσίμων, χημικών και προϊόντων της αυτοκινητοβιομηχανίας.¹

Ειδικότερα για την Ελληνική οικονομία, έχει μεγάλη σπουδαιότητα καθώς επηρεάζει θετικά το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, τις επενδύσεις και την απασχόληση ενώ συγχρόνως περιορίζει το έλλειμμα στο ισοζύγιο των πληρωμών. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η εκτεταμένη ακτογραμμή και το φυσικό περιβάλλον είναι ορισμένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που καθιστούν τη χώρα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Ταυτόχρονα, ο τουρισμός μαζί με την ναυτιλία αποτελούν τους πιο εξωστρεφείς τομείς της ελληνικής οικονομίας². Συγκεκριμένα, ο τουρισμός, συνεισφέρει το 16,4% στο ΑΕΠ, απασχολεί έναν στους 5 εργαζόμενους της χώρας ενώ τέλος καλύπτει το 51,2% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου.

Η εκδήλωση και η εξάπλωση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης το 2008 είχε σημαντικότερες επιπτώσεις σε όλους τους τομείς δραστηριοτήτων των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η πτώση των σχετικά υψηλών ρυθμών ανάπτυξης, η αύξηση της ανεργίας και η μείωση της παραγωγής, μαρτυρούσαν την ύφεση στην οποία είχε περιέλθει η οικονομία και την υποβάθμιση του βιοτικού επιπέδου ζωής. Όπως ήταν αναμενόμενο, η

¹ UNWTO (2008)

² IOBE (2012)

πτώση των εισοδημάτων και ο περιορισμός της αγοραστική δύναμης των καταναλωτών για αγορά τουριστικών πακέτων, έπληξε τον τουρισμό σε παγκόσμιο και εγχώριο επίπεδο.

Οι δυσμενείς επιπτώσεις υπέδειξαν την ανάγκη για υιοθέτηση δράσεων στην κατεύθυνση προσαρμογής ενός νέου αναπτυξιακού μοντέλου. Το μοντέλο αυτό θα πρέπει να δίνει έμφαση αφενός στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της χώρας που την κάνουν να ξεχωρίζουν και αφετέρου στην τόνωση της εξωστρέφειας και των επενδύσεων. Ο τομέας του τουρισμού καλείται να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας με τη δραστηριοποίηση στα πλαίσια ενός ανταγωνιστικού περιβάλλοντος δηλαδή αυτό της Μεσογείου αλλά και με την ανάδειξη νέων προορισμών.

Σκοπός της παρούσας εργασίας, είναι να αναλυθεί ο τουριστικός τομέας σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο εξετάζοντας τις επιπτώσεις που υπέστη εξαιτίας της οικονομικής κρίσης. Έτσι λοιπόν, στο πρώτο κεφάλαιο, θα προσεγγίσουμε θεωρητικά τον τουρισμό, διατυπώνοντας τον ορισμό και κάνοντας μία ιστορική αναδρομή ενώ συγχρόνως θα αναλύσουμε διεξοδικότερα τα βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού καθώς και τα είδη και τις μορφές του. Επίσης, θα παραθέσουμε και τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία θα μας απασχολήσουν κατά τη διάρκεια εκπόνησης της μελέτης.

Προχωρώντας στο δεύτερο κεφάλαιο, γίνεται λόγος για τον διεθνή τουρισμό, την ανάπτυξή του με το πέρασμα των δεκαετιών και τους παράγοντες που συνέβαλαν προς αυτή την κατεύθυνση. Ο σύνθετος χαρακτήρας του τουριστικού τομέα επιδρά όπως είναι λογικό σε όλα τα επίπεδα της οικονομίας, κοινωνικό, πολιτισμικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό. Τις επιπτώσεις αυτές καλούμαστε να αναλύσουμε στο συγκεκριμένο κεφάλαιο.

Εν συνεχεία, στο κεφάλαιο τρία, θα αναφερθούμε διεξοδικότερα στον ελληνικό τουρισμό αναλύοντας στατιστικά στοιχεία που αφορούν το μερίδιο αγοράς, τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις και τις τουριστικές εισπράξεις, ενώ θα κάνουμε και μία ανάλυση SWOT εξετάζοντας ο ελληνικό τουριστικό προϊόν και συγκεκριμένα τις ευκαιρίες, τις απειλές, τα αδύνατα και δυνατά σημεία του τουρισμού στην Ελλάδα.

Στο κεφάλαιο τέσσερα, εξετάζεται η οικονομική κρίση του 2008 και οι αιτίες που οδήγησαν σε αυτήν. Αφού λοιπόν κατανοήσουμε τη διεθνή χρηματοπιστωτική κρίση, θα επικεντρωθούμε στις συνέπειες που είχε στο διεθνή και ελληνικό τουρισμό. Για τον σκοπό αυτό, θα χρησιμοποιήσουμε δευτερογενή στατιστικά στοιχεία από τους διεθνείς και εγχώριους οργανισμούς τουρισμού και θα οδηγηθούμε σε σύγκριση αυτών εστιάζοντας στα έτη πριν και μετά το 2008, χρονιά που εκδηλώθηκε η κρίση. Επιπλέον, θα πραγματοποιηθεί αναλυτικότερη έρευνα για την εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας και τις επιπτώσεις που δέχθηκε από την κρίση.

Κλείνοντας, στο κεφάλαιο πέντε, γίνεται αναφορά στα μέτρα και τις προτάσεις που έχουν ληφθεί για την ενίσχυση της τουριστικής βιομηχανίας αλλά και τις περαιτέρω επενδυτικές ευκαιρίες που υπάρχουν και που πρέπει να αξιοποιηθούν, με την εφαρμογή κατάλληλων μέτρων από την πλευρά των κυβερνήσεων.

Abstract

The tremendous growth of global tourism last decades, has made him justifiably one of the most dynamic sectors of the world economy. The reasons for this rapid development were the evolution of technology, the improvement of public transport and the shift in society that happened with the transition from one decade to the next. Moreover, the strong differences but also the continuous emergence of new destinations, contributed in turn to positive growth rates of international tourism .

In nowadays when we talk about tourism, we refer to a social, cultural and economic phenomenon. It seems to be an integral part of world trade, with tourism receipts to hold major share and compete those from exports of fuels, chemicals and automotive products.

Especially for the Greek economy, has great importance as it affects positively the GDP, investments and employment and although it limits the deficit in the balance of payments. The rich cultural heritage, extensive coastline and the natural environment are some of the comparative advantages that make the country the most important tourism destinations worldwide. At the same time, tourism along with shipping are the most extroverted of the Greek economy sectors. Specifically, tourism, contributes 16.4% to GDP, employs one in five workers in the country and end covers 51.2% of the trade deficit.

The occurrence and spread of the global financial crisis in 2008 had a major impact in all sectors of the EU Member States. The fall of the relatively high growth rates, the rise of unemployment and decline of outputs, testified recession which had fallen into the economy and the deterioration of living standards of life. As expected, the fall in incomes and limited the purchasing power of consumers to buy package tours, affecting tourism globally and domestically.

The adverse effects identified the need to adopt measures towards adaptation of a new development model. This model should emphasize both the particular characteristics of the country that make it stand out and also to stimulate openness and investment. The tourism sector has an important role in the economic development of the Greek economy with the

activation in a competitive environment namely that of the Mediterranean and the emergence of new destinations.

The purpose of this paper is to analyze the phenomenon of tourism domestically and globally, examining the impact of the economic crisis. So, in the first chapter, we will make a throwback to the development of tourism while formulating and defining and then we will analyze in detail the main characteristics of tourism as well as the types and forms of this. Also, we will describe and research questions that will occupy by the study.

Moving into the second chapter we will talk about the global growth of tourism with the passage of decades and the factors that contributed towards this direction. The complexity of the tourism phenomenon affects in all levels such as economy, society, culture and environment. These effects we will analyze in this chapter.

Subsequently, in chapter three, we will refer in more detail in the Greek tourism analyzing statistical data on market share, international tourist arrivals and tourism receipts, and also we will make a brief SWOT analysis examining the opportunities, threats, strengths and weaknesses points of tourism in Greece.

Chapter four examines the economic crisis of 2008 and the causes that led to it. Since the understanding of international financial crisis, we will focus on the effects that had on global and Greek tourism. For this purpose, we will use the secondary statistics from international and domestic tourist organizations and will lead to a comparison of these focusing on the years before and after 2008, the year the crisis began. In addition, we performed a more detailed investigation of the evolution of hotel capacity in the country and the impact of the crisis accepted.

Finally, chapter five, refer to measures and proposals that have been taken to strengthen the tourism industry and further investment opportunities which should be exploited through appropriate measures on the part of governments.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Εισαγωγή-ορισμός τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί ένα κοινωνικό, οικονομικό και πολιτισμικό φαινόμενο της σημερινής εποχής. Η ραγδαία άνοδος που έχει σημειώσει τα τελευταία χρόνια με αφετηρία τον 20^ο αιώνα έχει συμβάλει στη σταδιακή αλλαγή της μορφής και του σκοπού του τουρισμού³.

Στην παλιά εποχή, το ταξίδι και η μετακίνηση από τον μόνιμο τόπο κατοικίας σε έναν άλλον αποτελούσε προνόμιο των πλουσίων, ενώ ως κύρια αιτία θεωρούνταν η περιέργεια για τη γνωριμία και την επαφή με άλλους πολιτισμούς. Ωστόσο, η βελτίωση στους τομείς της τεχνολογίας και των μεταφορών, η πραγματοποίηση υπερατλαντικών ταξιδιών και η χρήση των αεροπλάνων μετέτρεψαν τον τουρισμό από είδος πολυτελείας σε κοινωνικό αγαθό που απευθύνεται πλέον σε όλους.

Επιπλέον, η μεγάλη προσφορά των τουριστικών πακέτων και των υπηρεσιών που παρέχονται από τα μέσα του 20^ο αιώνα σε συνδυασμό με τις οικονομικές και κοινωνικές μεταβολές που πραγματοποιήθηκαν με το πέρασμα των ετών, προσέδωσαν μία άλλη μορφή στον τουρισμό, αυτή του μαζικού τουρισμού. Έτσι λοιπόν, εκτός από την περιήγηση έρχεται να προστεθεί πλέον και η ανάγκη των ατόμων για ξεκούραση και ψυχαγωγία. Οι λόγοι που συντέλεσαν προς αυτή την κατεύθυνση είναι οι άδειες διακοπών που παρέχονται στην εργασία, η ευκολία στις μετακινήσεις λόγω της εξέλιξης των μέσων μεταφοράς, η παγκοσμιοποίηση και η πληθώρα των τουριστικών πακέτων με τιμές προσιτές για όλα τα κοινωνικά στρώματα.

Δικαιολογημένα λοιπόν ο τουρισμός θεωρείται ως ένας από τους σημαντικότερους οικονομικούς τομείς σε παγκόσμιο επίπεδο. Το στοιχείο αυτό προκύπτει από την θετική επίδραση που έχει στα έσοδα και στο ισοζύγιο πληρωμών του εκάστοτε κράτους καθώς και στην αύξηση της απασχόλησης και των επενδύσεων. Το γεγονός ότι αλληλεπιδρά με άλλους

³ Ζαχαράτος, Τσάρτας (2003)

τομείς και επιφέρει συνέπειες σε όλα τα πεδία έχει προκαλέσει το έντονο ενδιαφέρον των επιστημόνων και των πολιτικών οι οποίοι έχουν στραφεί στην ανάλυση του τουρισμού και στη σωστή εκμετάλλευσή του ώστε να χρησιμοποιηθεί ως μέσο κοινωνικής ευημερίας.

Παρά τη δυσκολία της εννοιολογικής προσέγγισης του τουρισμού εξαιτίας των συνεχών μεταβολών που υφίσταται, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού αναφέρει πως πρόκειται για ένα σύνολο δραστηριοτήτων που πραγματοποιούν οι άνθρωποι κατά την μετακίνηση από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σε έναν άλλον και τη διαμονή τους σε αυτόν για μικρό χρονικό διάστημα, για λόγους επαγγελματικούς, ψυχαγωγικούς και πνευματικής καλλιέργειας. Επίσης, αφορά στην προσπάθεια προσέλκυσης και παραμονής των τουριστών σε έναν τόπο.

1.2 Ιστορική αναδρομή του τουρισμού

Ο τουρισμός και η ανάγκη του ανθρώπου να γνωρίσει νέους τόπους και πολιτισμούς συναντάται πρώτη φορά στην Αρχαιότητα εξελίσσεται κατά τον Μεσαίωνα και την Αναγέννηση υιοθετώντας τα στοιχεία και τις αλλαγές που σημειώνονται με το πέρασμα των ετών και καταλήγει στη σημερινή μορφή η οποία παρουσιάζεται εντελώς διαφορετική της αρχικής. Κύριο και κοινό γνώρισμα κάθε εποχής αποτελεί η μετακίνηση των ατόμων.

Κατά την Αρχαιότητα ο κύριος λόγος του ταξιδιού ήταν η ανάπτυξη εμπορικών δραστηριοτήτων και η ανακάλυψη νέων πολιτισμών. Αποτελούσε προνόμιο κυρίως των αριστοκρατικών τάξεων, ενώ η έλλειψη υποδομών και συγκοινωνιακών μέσων δημιουργούσαν σοβαρά προβλήματα στις θαλάσσιες και χερσαίες μεταφορές. Οι πρώτες προσπάθειες διεξαγωγής ταξιδιών παρατηρούνται στις περιοχές της Μεσοποταμίας και της Αιγύπτου από εμπόρους της εποχής. Έτσι λοιπόν, σημειώνεται η πρώτη μορφή επικοινωνίας ανάμεσα σε πολιτισμούς με διαφορετική κουλτούρα και θρησκεία (Τσάρτας, Ζαχαράτος, 2003).

Προχωρώντας στον Μεσαίωνα οι μετακινήσεις έγιναν ιδιαίτερα επικίνδυνες εξαιτίας των δυσμενών συνθηκών και των ληστειών που επικρατούσαν. Τα περισσότερα ταξίδια ήταν θρησκευτικού χαρακτήρα αφού σημειώνονταν από τους προσκυνητές και είχαν ως αντικείμενο την παρακολούθηση διαφόρων θρησκευτικών εκδηλώσεων και εορτών. Την

εποχή αυτή έχουμε τις Σταυροφορίες και την ανάπτυξη του πρώτου τουριστικού πακέτου εκ μέρους των Ενετών. Πρόκειται για μία οργανωμένη μορφή ταξιδιού που αφορά τους Αγίους Τόπους και παρέχει μία σειρά υπηρεσιών όπως είναι η διατροφή, η μετακίνηση και η διαμονή. Άλλα χαρακτηριστικά του Μεσαίωνα αποτελούν η έκδοση διαβατηρίου υπό την άδεια του βασιλιά και η συγγραφή των πρώτων βιβλίων με θέμα τα ταξίδια και τις περιπλανήσεις (Τσάρτας, Ζαχαράτος, 2003).

Στην Αναγέννηση, η ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων, η χρήση του σιδηρόδρομου, η ανακάλυψη της πυξίδας, η ραγδαία ανάπτυξη και βελτίωση των μέσων μεταφοράς και οι τέχνες συνέβαλαν θετικά στην εξέλιξη του τουρισμού. Πλέον τα ταξίδια δεν αποτελούν προνόμιο μόνο των πλουσίων ενώ οι λόγοι του ταξιδιού ενισχύονται από εμπορικούς σε αναψυχής, θεραπευτικούς-υγείας και περιήγησης-γνωριμίας με νέους τόπους. Τα τελευταία ταξίδια, δηλαδή αυτά των περιηγητών λάμβαναν χώρα κυρίως στην Ελλάδα και στη Μέση Ανατολή (Σιμόπουλος 1994). Οι περιηγητές με τη σειρά τους επιδίδονταν στη συγγραφή βιβλίων όπου αποτύπωναν τις εντυπώσεις που είχαν αποκομίσει και παρείχαν χρήσιμες πληροφορίες δίνοντας με αυτόν τον τρόπο σημαντική ώθηση στην ανάπτυξη της τουριστικής βιβλιογραφίας.

Τέλος, η μεγάλη σπουδαιότητα που αποκτούσε σταδιακά ο τουρισμός αναδεικνύοντάς τον ως εξέχουσα οικονομική δραστηριότητα, επέφερε όπως ήταν λογικό ουσιαστικές μεταβολές σε κοινωνικοοικονομικό επίπεδο. Επιπροσθέτως, η Βιομηχανική Επανάσταση μετέβαλε τη δομή των κοινωνιών καθώς παρατηρήθηκε έντονη κινητικότητα και στροφή προς τα τουριστικά επαγγέλματα λόγω των μεγάλων εσόδων που προσφέρονταν από αυτά.

1.3 Βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού

Όπως αναφέρθηκε ο τουρισμός συνίσταται στην μετακίνηση δηλαδή στο ταξίδι που πραγματοποιείται είτε ομαδικά είτε ατομικά και στη διαμονή σε έναν νέο τόπο για τουλάχιστον εικοσιτέσσερις ώρες. Απαραίτητη προϋπόθεση για την πραγματοποίηση του ταξιδιού είναι η αγορά του τουριστικού πακέτου (Mill, Morisson, 1985). Λέγοντας **τουριστικό πακέτο** εννοούμε ένα σύνολο από υπηρεσίες που παρέχονται από τα ταξιδιωτικά γραφεία στους τουρίστες και περιλαμβάνουν τον προορισμό, την μεταφορά, τη διαμονή, τις

δραστηριότητες στον τόπο επίσκεψης και φυσικά την τιμή που πρέπει να πληρώσει ο τουρίστας προκειμένου να αγοράσει και να χρησιμοποιήσει το πακέτο.

Το **τουριστικό προϊόν** είναι ένα μείγμα υπηρεσιών, υλικών αγαθών και φυσικών στοιχείων. Οι δραστηριότητες που προσφέρονται στον τουρίστα σε συνδυασμό με την εικόνα που έχει σχηματίζει για τον τόπο προορισμού αποτελούν τα δύο σημαντικότερα στοιχεία που δύναται να επηρεάσουν την τελική του επιλογή. Επίσης, ιδιαίτερης σπουδαιότητας κρίνεται και η τιμή του τουριστικού προϊόντος καθώς το συνολικό κόστος που καλείται να πληρώσει ο τουρίστας επιδρά εξίσου σημαντικά στην απόφαση για την αγορά του πακέτου ή όχι.

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να αναφερθούμε σε μία άλλη έννοια σε αυτή του **τουρίστα**⁴. Έχει επικρατήσει ως τουρίστας να αποκαλείται εκείνος που επισκέπτεται και διαμένει σε έναν τόπο για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα για λόγους επαγγελματικούς, αναψυχής, ψυχολογικούς, καθώς και για μία σειρά από άλλες δραστηριότητες που μπορεί να σχετίζονται με σπουδές, προσωρινή παραμονή και άλλα.

Προχωρώντας την ανάλυση, γίνεται λόγος για την **τουριστική βιομηχανία** την οποία συνθέτουν όλες οι τουριστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον κλάδο της οικονομίας με σκοπό να παράγουν και να προσφέρουν υπηρεσίες στους τουρίστες. Η βιωσιμότητα των υπαρχουσών εταιρειών και οργανισμών αλλά και η δημιουργία νέων επηρεάζονται από την τουριστική ζήτηση που προσδιορίζεται από τους τουρίστες και την τουριστική προσφορά που εξαρτάται από τις επιχειρήσεις που λειτουργούν ήδη στον κλάδο⁵.

1.4 Κατηγορίες/είδη τουρισμού

Τα ποικίλα τουριστικά κίνητρα και οι δραστηριότητες που χαρακτηρίζουν τον τουρισμό έχουν οδηγήσει στη δημιουργία διαφόρων ειδών του συγκεκριμένου φαινομένου με τις σημαντικότερες από αυτές να είναι οι εξής:⁶

1.4.1 Μαζικός-ατομικός

⁴ Κατσιώνης, 2001

⁵ Εξαρχος, Καραγιάννης (2006)

⁶ Καλτσιδόπουλος, 2005

Μαζικός τουρισμός είναι αυτός που χαρακτηρίζεται από το στοιχείο της ομαδικότητας. Με άλλα λόγια, η μετακίνηση πραγματοποιείται πάντα σε ομάδες, για σκοπούς διασκέδασης και ψυχαγωγίας μέσω συγκεκριμένων τουριστικών πακέτων που προσφέρονται από τα αρμόδια γραφεία.

Ατομικός είναι ο τουρισμός που σχεδιάζεται και οργανώνεται κατά κύριο λόγο από τους τουρίστες, περιλαμβάνει συνήθως ιδιωτικά μέσα μεταφοράς και γίνεται κυρίως για την περιήγηση σε έναν άλλον τόπο και πολιτισμό.

1.4.2 Εισερχόμενος - εγχώριος-εξερχόμενος

Ο **εισερχόμενος** τουρισμός πραγματοποιείται από τους μη μόνιμους κατοίκους μίας χώρας και εντός των γεωγραφικών ορίων της.

Ο **εγχώριος** τουρισμός πραγματοποιείται από τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας και εντός των γεωγραφικών ορίων της.

Ως **εξερχόμενος** τουρισμός καλείται εκείνος που πραγματοποιείται από τους μόνιμους κατοίκους μίας χώρας, οι οποίοι μετακινούνται προσωρινά σε έναν άλλον τόπο, στο εξωτερικό της χώρας, για τουριστικούς σκοπούς ικανοποιώντας έτσι τις τουριστικές τους επιθυμίες.

Οι ανωτέρω κατηγορίες θα μπορούσαν να συνδυαστούν και ομοδοποιηθούν ως εξής⁷:

- ❖ **Εσωτερικός** τουρισμός, που περιλαμβάνει τον «εγχώριο τουρισμό» και τον «εισερχόμενο» τουρισμό.
- ❖ **Εθνικός** τουρισμός, που περιλαμβάνει τον «εγχώριο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο» τουρισμό.
- ❖ **Διεθνής** τουρισμός, που περιλαμβάνει τον «εισερχόμενο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο» τουρισμό.

1.4.3 Συνεχής- εποχιακός

Συνεχής τουρισμός ονομάζεται εκείνος που διαρκεί όλο τον χρόνο και δεν επηρεάζεται από εξωτερικούς παράγοντες όπως είναι οι κλιματολογικές συνθήκες.

Αντιθέτως, ιδιαίτερο χαρακτηριστικό γνώρισμα του **εποχιακού** τουρισμού είναι η προσωρινότητά του και η διακοπή των δραστηριοτήτων του εξαιτίας των μεταβολών των κλιματολογικών συνθηκών. Κατ' επέκταση δεν διαρκεί όλη τη περίοδο του χρόνου αλλά μερικούς μόνο μήνες.

⁷

www.sete.gr

1.5 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Οι αυξανόμενες ανάγκες των τουριστών και οι συνεχώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις που δημιουργούνται από εποχή σε εποχή είχαν ως αποτέλεσμα τη διαφοροποίηση του προφίλ του τουρίστα και την αναζήτηση νέων μορφών τουρισμού⁸.

Στη σύγχρονη εποχή που διανύουμε, ο τουρίστας δεν ικανοποιείται μόνο με την ηρεμία και την χαλάρωση από την ρουτίνα της καθημερινότητάς του, αλλά αναζητά και ψάχνει για νέες πρωτόγνωρες εμπειρίες και δραστηριότητες που έχει να του προσφέρει ο τόπος προορισμού. Έτσι λοιπόν, με τον εναλλακτικό τουρισμό τα άτομα αναζητούν για έναν διαφορετικό τρόπο διακοπών που συνδυάζει τα χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος με εκείνα της τοπικής κοινωνίας.

1.5.1 Αγροτουρισμός

Αναπτύσσεται κατά κύριο λόγο σε περιοχές αγροτικές εφόσον στόχος του τουρίστα είναι να γνωρίσει από κοντά την αγροτική ζωή και να μνηθεί σε αυτόν τον τρόπο ζωής. Προς την επίτευξη αυτού του σκοπού, φιλοξενείται σε αγροκτήματα και συμμετέχει ενεργά στις αγροτικές δραστηριότητες ενώ υπάρχει και η περίπτωση ο τουρίστας να θέλει απλά και μόνο να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές και να έρθει κοντά στη φύση.

1.5.2 Θρησκευτικός

Πρόκειται για τουρισμό μικρής χρονικής διάρκειας και αφορά μετακινήσεις που γίνονται για τη συμμετοχή σε διάφορες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή την επίσκεψη σε ιερούς τόπους. Μπορεί να αναπτυχθεί καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και είναι εφικτό να εκτείνεται τόσο στα γεωγραφικά πλαίσια μίας χώρας όσο και εκτός των συνόρων αυτής. Στις μέρες μας υπάρχει πληθώρα τουριστικών πακέτων σε προσιτές τιμές που αναπτύσσονται γι' αυτόν τον σκοπό και απευθύνονται σε όλους τους τουρίστες.

1.5.3 Μορφωτικός

⁸ Σωτηριάδης, Φαρσάρη, 2009

Βασικό κίνητρο του τουρίστα στον μορφωτικό τουρισμό, αποτελεί η ανάγκη και η επιθυμία για τη γνωριμία διαφορετικών πολιτιστικών εκδηλώσεων. Ο πολιτισμός, η παράδοση, τα ήθη και έθιμα ενός τόπου αποτελούν κινητήρια δύναμη για την πραγματοποίηση του ταξιδιού. Εκτός από τη συμμετοχή και την παρακολούθηση σε πολιτισμικές εκδηλώσεις και εορτές το άτομο απολαμβάνει και άλλες υπηρεσίες του τουριστικού προϊόντος δηλαδή διαμονή, ψυχαγωγία, μετακίνηση.

1.5.4 Αθλητικός

Βασικό αντικείμενο του συγκεκριμένου τουρισμού είναι η ανάπτυξη αθλητικών δραστηριοτήτων για επαγγελματικούς ή μη σκοπούς.

1.5.5 Επαγγελματικός

Υπάρχει όταν γίνεται μετακίνηση ενός ατόμου ή και μίας ομάδας ατόμων από τον μόνιμο τόπο κατοικίας σε έναν άλλον αποκλειστικά και μόνο για επαγγελματικούς σκοπούς. Ωστόσο δεν αποκλείεται να συνδυαστεί και σαν μορφή ψυχαγωγίας με τη συμμετοχή βέβαια του τουρίστα σε ποικίλες δραστηριότητες.

1.5.6 Θεραπευτικός

Είναι γνωστός και ως τουρισμός της υγείας. Αποτελεί εναλλακτική μορφή και προσπαθεί να συμβάλει στην αποκατάσταση, βελτίωση και πρόληψη κάποιου σωματικού ή ψυχικού προβλήματος υγείας. Εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τους φυσικούς πόρους που διαθέτει κάθε τόπος και απευθύνεται κατά κύριο λόγο στα άτομα τρίτης ηλικίας χωρίς να συνεπάγεται ταυτόχρονα τον αποκλεισμό των νεαρών ατόμων από την χρήση του.

1.5.7 Περιηγητικός/τουρισμός περιπέτειας

Είναι ίσως η πιο ενδιαφέρουσα μορφή τουρισμού καθώς συνδυάζει την εξερεύνηση νέων τόπων με τη ψυχαγωγία. Συνήθως τα άτομα συμμετέχουν σε πρωτοποριακές και ενδιαφέρουσες δραστηριότητες οι οποίες απαιτούν καλή φυσική κατάσταση από τους τουρίστες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η πεζοπορία.

1.5.8 Οικοτουρισμός

Αφορά κυρίως στη σωστή διαχείριση και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και αναπτύσσεται σε περιοχές που παρουσιάζουν ενδιαφέρον από πλευράς οικολογικής.

Κλείνοντας το πρώτο κεφάλαιο με την ανάλυση στην εισαγωγή του τουρισμού και τις βασικές έννοιες που συνδέονται μαζί του, όπως αυτές του τουρίστα, του τουριστικού πακέτου και των ειδών του τουρισμού, θα παραθέσουμε τα ερευνητικά μας ερωτήματα πάνω στα οποία θα διεξαχθεί η υπόλοιπη μελέτη. Αναλυτικότερα, στοχεύουμε να μελετήσουμε και να δώσουμε απαντήσεις στα ακόλουθα:

- ✚ Ποια η πορεία του διεθνούς τουρισμού τα τελευταία χρόνια και ποιοι παράγοντες συνέβαλαν στην εξέλιξή του;
- ✚ Ποιες είναι οι επιπτώσεις του τουρισμού στο οικονομικό, κοινωνικό, πολιτισμικό και περιβαλλοντικό περιβάλλον;
- ✚ Έχει μόνο θετικές ή συνοδεύεται και από αρνητικές επιπτώσεις για τα προαναφερθέντα πεδία;
- ✚ Ποια είναι τα κύρια χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού;
- ✚ Πως θα χαρακτηρίζαμε τον ελληνικό τουρισμό με κριτήριο την ανταγωνιστικότητα και σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες;
- ✚ Ποιες είναι οι ευκαιρίες, οι απειλές, τα δυνατά και αδύνατα σημεία του ελληνικού τουριστικού φαινομένου σύμφωνα με την ανάλυση SWOT;
- ✚ Πως η παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 επηρέασε τις τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις σε παγκόσμιο και εγχώριο επίπεδο;
- ✚ Ποια είναι πορεία του ελληνικού ξενοδοχειακού δυναμικού και κατά πόσο αυτή επηρεάστηκε ή όχι από την παγκόσμια κρίση;
- ✚ Ποιες προτάσεις και τι διαρθρωτικές ενέργειες σχεδιάζουν να εφαρμόσουν οι αρμόδιοι πολιτικοί φορείς της χώρας;
- ✚ Ποιες είναι οι προτάσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για την αντιμετώπιση της κρίσης και την εξασφάλιση της ανοδικής πορείας του τουρισμού;

Όλα τα παραπάνω συνθέτουν τα βασικά ερωτήματα που θα μας απασχολήσουν κατά τη διάρκεια διεξαγωγής της έρευνάς μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού

Η ανάπτυξη του τουρισμού και ειδικότερα του διεθνούς έχει λάβει τεράστιες διαστάσεις τα τελευταία χρόνια εντυπωσιάζοντας ακόμα και τους ειδικούς επιστήμονες. Αυτή επιδιώχθηκε τόσο από τις αναπτυγμένες χώρες όσο και από τις αναπτυσσόμενες εξαιτίας των μεγάλων ωφελειών που προκύπτουν από τον τουρισμό.

Ωστόσο, η μεγάλη και συστηματική προσφορά τουριστικών προϊόντων στα άτομα χρονολογείται μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και συγκεκριμένα από το 1950 όπου ο διεθνής μαζικός αλλά και ατομικός τουρισμός σημειώνει μεγάλη άνοδο με αποτέλεσμα να θεωρείται ως μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες του κόσμου. Για παράδειγμα σε χώρες όπως η Ελβετία και η Αυστραλία, η προσέλκυση και η υποδοχή ξένων επισκεπτών αποτελεί τη σημαντικότερη οικονομική τους δραστηριότητα.

Μεταπολεμικά, ο διεθνής τουρισμός αλλάζει σταδιακά μορφή αποκτώντας περισσότερο μαζικό χαρακτήρα ενώ παράλληλα γίνεται ακόμη πιο προσιτός και δημοκρατικός για όλα τα κοινωνικά στρώματα. Έτσι λοιπόν, παρέχεται η δυνατότητα στους ανθρώπους να ταξιδεύουν ώστε να ξεκουράζονται και να γνωρίζουν νέους τόπους και λαούς. Η συνειδητοποίηση των οικονομικών ωφελειών που μπορούν να προκύψουν από τον τουρισμό οδήγησαν τις κυβερνήσεις των χωρών, στη λήψη κατάλληλων μέτρων για την προσέλκυση ξένων επισκεπτών. Την εποχή αυτή αρχίζει να παρατηρείται έντονη κρατική παρέμβαση η οποία στοχεύει στην ενίσχυση της ανάπτυξης του τουρισμού μέσω της υλοποίησης έργων τουριστικής υποδομής, χρηματοδοτήσεων και παροχής κινήτρων. Το γεγονός αυτό αποσκοπούσε στη διαμόρφωση της τουριστικής βιομηχανίας ως μία δυναμική εξελισσόμενη οικονομική δραστηριότητα από την οποία θα προέκυπταν ευεργετικές επιδράσεις σε όλους τους τομείς της οικονομίας τόσο σε επίπεδο εγχώριο όσο και σε διεθνές.

2.2 Παράγοντες που συνέβαλαν στην εξέλιξη του τουρισμού

Η συνεχής ανάπτυξη του τουρισμού και οι αλλαγές στην μορφή του κατά τη διάρκεια των ετών αναδεικνύουν πως πρόκειται για ένα σύνθετο φαινόμενο που επηρεάζεται από τις εκάστοτε κοινωνικές, πολιτικές, τεχνολογικές και οικονομικές αλλαγές. Οι λόγοι που συνέβαλαν στην αλματώδη άνοδο της τουριστικής βιομηχανίας ήταν οι ακόλουθοι:

α) Η ανάπτυξη των μέσων συγκοινωνίας

Η εξέλιξη και η ανακάλυψη νέων μέσων μεταφοράς κατέστησαν το ταξίδι πιο άνετο και γρήγορο ακόμη και στις πιο δύσβατες και απομακρυσμένες περιοχές της γης. Τα μεγάλα και άνετα κρουαζιερόπλοια καθώς και ο εκσυγχρονισμός των αεροπλάνων και η επέκταση των οδικών δικτύων, μετέτρεψαν το ταξίδι σε μία ευχάριστη διαδικασία για τους τουρίστες. Επιπλέον, οι αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους ενίσχυσαν ακόμη περισσότερο την ανάπτυξη του τουρισμού αφού πλέον η πραγματοποίηση ενός ταξιδιού είναι φτηνότερη και προσιτό σε όλους, με αποτέλεσμα να μην θεωρείται αποτελεί προνόμιο των πλουσίων όπως παλιά.

β) Το διαδίκτυο και η ανάπτυξη της πληροφορίας

Η σωστή και οργανωμένη ενημέρωση των ατόμων σε συνδυασμό με τον όγκο των πληροφοριών που μπορεί να αναζητήσει και να βρει ο υποψήφιος τουρίστας μέσω του διαδικτύου καθιστούν πολύ πιο εύκολη την οργάνωση ενός ταξιδιού. Μέσω της χρήσης του internet υπάρχει η δυνατότητα σύγκρισης και ελέγχου των τιμών αλλά και εύρεσης του κατάλληλου προορισμού. Οι πληροφορίες που παρέχονται στο διαδίκτυο ανανεώνονται συνεχώς, ενώ παράλληλα ο αναγνώστης-τουρίστας είναι σε θέση να ανατρέξει σε διάφορους ιστότοπους όπου είναι αναρτημένες οι κριτικές και απόψεις άλλων τουριστών. Έτσι λοιπόν, ο επισκέπτης μπορεί εάν επιθυμεί να διαμορφώσει μόνος του ένα τουριστικό πακέτο γρήγορα και εύκολα ή να επιλέξει ένα έτοιμο συγκρίνοντας τιμές ανά τουριστικά γραφεία.

γ) Κοινωνικοοικονομικές αλλαγές

Η αναδιάρθρωση της οικονομίας σε συνδυασμό με το άνοιγμα των αγορών και την παγκοσμιοποίηση του 21^{ου} αιώνα είχαν ως αποτέλεσμα την άρση εμποδίων στις μετακινήσεις προσώπων, αγαθών και κεφαλαίων και την αλλαγή του γεωπολιτικού χάρτη. Νέοι τουριστικοί προορισμοί όπως η Κίνα και η Ινδία ξεπροβάλλουν και συγκεντρώνουν έντονο ενδιαφέρον από τους ξένους επισκέπτες. Επιπλέον η άνοδος του εισοδήματος δημιουργεί συνεχώς νέους εν δυνάμει τουρίστες. Σημαντικές είναι επίσης και οι αλλαγές που

σημειώνονται στις αξίες, τα ήθη και τις αρχές της κοινωνίας με φυσικό επακόλουθο τη διερεύνηση των οριζόντων και την καλύτερη κατανόηση και δεκτικότητα των ξένων λαών.

δ) Εξέλιξη της τεχνολογίας

Η εφαρμογή και η χρήση νέων μορφών τεχνολογίας και πληροφοριακών συστημάτων αποδείχθηκε χρήσιμη τόσο για την εξέλιξη των μεταφορικών μέσων αφού πλέον χρησιμοποιούνται σύγχρονοι και ασφαλέστεροι πλοηγοί όσο και για την ανάπτυξη μίας νέας μορφής εμπορίου αυτής του e επιχειρείν παρέχοντας αυτονομία και ευελιξία στον μελλοντικό τουρίστα και συρρικνώνοντας τον παραδοσιακό ρόλο των ταξιδιωτικών γραφείων.

2.3 Επιπτώσεις του φαινομένου του τουρισμού

Η δυναμική του τουρισμού και η σύνδεσή του με διάφορες οικονομικές δραστηριότητες αποδεικνύουν την σπουδαιότητα των επιπτώσεων της τουριστικής εξέλιξης στην χώρα υποδοχής. Η ανάπτυξη του τουρισμού συνεπάγεται επιδράσεις οι οποίες μπορούν να συντελέσουν στην αύξηση της οικονομικής ευημερίας γενικότερα. Για να είναι αποδοτικός ο τουρισμός θα πρέπει να οργανώνεται σωστά και κατάλληλα έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η αρμονική αλληλεπίδραση με τους υπολοίπους τομείς (Τσάρτας 1995).

2.3.1 Επιπτώσεις στην οικονομία

✓ Δημιουργία θέσεων εργασίας

Η ανάπτυξη του τουρισμού συνδράμει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που στόχο έχουν να καλύψουν τις πρόσκαιρες ανάγκες οι οποίες ανακύπτουν κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου. Με αυτόν τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα ακόμη στα ανειδίκευτα άτομα αλλά και στις ειδικές ομάδες του πληθυσμού που είναι οι νέοι και οι γυναίκες, να απασχοληθούν κάποιους μήνες τον χρόνο αποκτώντας χρηματικές μονάδες και εργασιακή εμπειρία. Όμως, η εποχικότητα που χαρακτηρίζει αυτές τις θέσεις εργασίας, δημιουργεί αβεβαιότητα για το μέλλον χωρίς παράλληλα να αντιμετωπίζει αποτελεσματικά την ανεργία.

✓ Ισοζύγιο πληρωμών

Το ισοζύγιο πληρωμών μιας χώρας είναι συνήθως ελλειμματικό καθώς εμφανίζει τις συναλλαγές με τις υπόλοιπες χώρες. Προκειμένου να προσδιοριστεί το αποτέλεσμα πρέπει να γίνει σύγκριση των εσόδων με τα έξοδα καθώς και διαχωρισμός των επιδράσεων που προέρχονται από τους μόνιμους κατοίκους και τους ξένους επισκέπτες. Τα έσοδα στο ισοζύγιο μιας χώρας αντικατοπτρίζουν τις πωλήσεις υπηρεσιών και αγαθών σε ξένο νόμισμα.

Κατ' επέκταση η προώθηση και η ανάπτυξη του τουρισμού συμβάλει προς αυτή την κατεύθυνση.

✓ **Αύξηση στα κρατικά έσοδα**

Η προσέλκυση και η αύξηση των επενδύσεων και η δημιουργία νέων τουριστικών επιχειρήσεων ενισχύουν τα έσοδα του κράτους μέσα από την επιβολή φόρων. Επίσης οι νέες θέσεις εργασίας που δημιουργούνται αυξάνουν την καταναλωτική δαπάνη και με της σειρά τους προσφέρουν επιπλέον έσοδα στο κράτος από τη φορολόγησή τους⁹.

✓ **Πληθωριστικές πιέσεις**

Όσο πιο αναπτυγμένη τουριστικά είναι μία περιοχή τόσο περισσότερη ζήτηση έχει με αποτέλεσμα να γίνεται ανταγωνιστικότερη και να αυξάνει τις τιμές της όπως π.χ. αυτές των οικοπέδων γης που προσφέρει. Επίσης, η μεγαλύτερη αύξηση της ζήτησης συγκριτικά με την αύξηση της προσφοράς συνεπάγεται επιπλέον κόστος διαβίωσης για τους μόνιμους κατοίκους μιας περιοχής εξ' αιτίας των πληθωριστικών πιέσεων που ανακύπτουν.

✓ **Άνιση ανάπτυξη**

Η ανάπτυξη του τουρισμού έχει σαν αποτέλεσμα την κινητικότητα σε επαγγελματικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό και τη διακοπή ή τον παραγκωνισμό άλλων ειδών εργασίας. Το γεγονός αυτό επιδρά αρνητικά σε τομείς όπως είναι η γεωργία, η κτηνοτροφία καθώς ολόένα και περισσότεροι κάτοικοι μιας περιοχής εγκαταλείπουν τις δουλειές τους προκειμένου να ασχοληθούν με τη βιομηχανία του τουρισμού.

2.3.2 Επιπτώσεις στην κοινωνία¹⁰

✓ **Συγκράτηση του πληθυσμού στα αστικά κέντρα**

Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και η αύξηση του εισοδήματος συντελούν στην κοινωνική συνοχή και στην αποφυγή της διαρροής του πληθυσμού σε μεγάλα αστικά κέντρα.

✓ **Πλησίασμα των λαών**

Μέσω του τουρισμού τα άτομα έχουν τη δυνατότητα να ταξιδέψουν και να γνωρίσουν νέους λαούς. Η επαφή και η συναναστροφή με διαφορετικές κουλτούρες και πολιτισμούς καλλιεργεί το αίσθημα της κατανόησης και μειώνει συγχρόνως τις προκαταλήψεις και τους ρατσισμούς.

✓ **Αλλαγές στα ήθη, έθιμα και στις παραδόσεις**

⁹ Παυλόπουλος, 1999

¹⁰ Τσάρτας, 2008

Η ανάπτυξη του τουρισμού σε μία χώρα υποδοχής μπορεί να επιφέρει σημαντικές αλλαγές στο σύστημα αξιών της τοπικής κοινωνίας. Οι ντόπιοι κάτοικοι μιας περιοχής στην προσπάθειά τους να γίνουν αρεστοί και να προσελκύσουν όλο και περισσότερους τουρίστες δε διστάζουν να μιμηθούν και να υιοθετήσουν τη συμπεριφορά των ξένων επισκεπτών αλλοιώνοντας έτσι τη δική τους γηγενή ταυτότητα.

✓ **Έξαρση αρνητικών κοινωνικών φαινομένων**

Έχει παρατηρηθεί πως ο τουρισμός οδηγεί στην εξάπλωση και στη μετάδοση μιας σειράς σεξουαλικών νοσημάτων ενώ συνάμα ενισχύει την εγκληματικότητα, την πορνεία, τον τζόγο και τη διακίνηση των ναρκωτικών ουσιών. Η σταδιακή και βαθμιαία αύξηση αυτών των φαινομένων έχει προκαλέσει την ανησυχία των εποπτικών αρχών, εγείροντας ερωτήματα σχετικά με την αντιμετώπιση και την εξάλειψη των δυσμενών αυτών επιπτώσεων.

✓ **Διατήρηση και προβολή της εθνικής κληρονομιάς**

Μέσω της τουριστικής ανάπτυξης οι κάτοικοι ενός τόπου υποδοχής μπορεί να ευαισθητοποιηθούν και να ενδιαφερθούν για τα ιστορικά μνημεία που διαθέτουν συμβάλλοντας έτσι στη συντήρησή τους και στην προβολή προς τα έξω. Επιπλέον, σε αρκετές περιπτώσεις αποτελεί την κινητήρια δύναμη για την αναβίωση παλαιών τοπικών εθίμων, τεχνών και παραδοσιακών δραστηριοτήτων.

✓ **Εμπορευματοποίηση παραδοσιακών δραστηριοτήτων και προϊόντων**

Οι ντόπιοι στην προσπάθειά τους να προσελκύσουν ξένους επισκέπτες, ξεχνούν τις προσωπικές σχέσεις και βάζουν πάνω από όλα το εμπορικό-οικονομικό συμφέρον. Κατά' επέκταση βλέπουν τους τουρίστες ως αγοραστές και αντίστοιχα οι τελευταίοι θεωρούν τους μόνιμους κατοίκους ως εμπόρους. Οι διάφορες τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις, τα τοπικά προϊόντα και τα χειροτεχνήματα μετατρέπονται σε εμπορικά προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται έναντι αντιτίμου ως δείγμα της τοπικής πολιτισμικής παράδοσης.

2.3.3 Επιπτώσεις στο περιβάλλον

✓ **Οικολογική ευαισθησία και προστασία βιοτόπων-τόπων**

Το φυσικό περιβάλλον μίας περιοχής είναι εκείνο που επηρεάζει την προσέλκυση των τουριστών σε αρκετά μεγάλο βαθμό. Συνεπώς, η ευαισθητοποίηση και η εφαρμογή στρατηγικών για την προστασία του περιβάλλοντος αποτελούν αναγκαία στοιχεία για την ομαλή εξέλιξη του τουρισμού.

Σε ότι αφορά στο τεχνητό-δομημένο περιβάλλον υποστηρίζεται πως ο τουρισμός συμβάλει στη διατήρηση των τουριστικών εγκαταστάσεων και στην προστασία των αρχαιολογικών τόπων και μνημείων.

✓ **Ακαταλόγιστη χρήση πόρων**

Η υπερβολική κατανάλωση των διαθέσιμων φυσικών πόρων όπως είναι το νερό δημιουργεί προβλήματα και ειδικά στις νησιωτικές περιοχές. Επιπροσθέτως η άσκοπη και υπερβολική κατανάλωση ενέργειας όπως της ηλεκτρικής, εγκυμονεί σοβαρούς κινδύνους για το περιβάλλον.

✓ **Καταστροφές και μόλυνση στο περιβάλλον**

Δεν είναι λίγοι οι ασυνείδητοι τουρίστες που κάνουν χρήση μίας παραλίας προκαλώντας μολύνσεις και σκουπίδια στο περιβάλλον. Ακόμη και από την πλευρά των τουριστικών επιχειρήσεων και συγκεκριμένα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων παρατηρείται το ίδιο φαινόμενο καθώς ολοένα και περισσότερες εδαφικές εκτάσεις καταπατώνται για την ανέγερση νέων τουριστικών μονάδων φιλοξενίας και εστίασης.

2.4 Διεθνείς οργανισμοί σχετικοί με τον τουρισμό

Τα περισσότερα κράτη στον κόσμο έχουν αναθέσει την πολιτική του τουρισμού σε ειδικούς οργανισμούς οι οποίοι ποικίλουν ανάλογα με την κυβερνητική δομή και τις οικονομικές θεωρήσεις των χωρών που εκπροσωπούν¹¹. Η εμφάνιση των πρώτων εθνικών οργανισμών τουρισμού ξεκίνησε ήδη από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα σε διάφορες χώρες με τη δημιουργία των ακόλουθων οργανισμών:

- Συνομοσπονδία Γερμανικών Συνδέσμων Μεταφορών (1902)
- Σύνδεσμος για τις ταξιδιωτικές Μεταφορές στη Νορβηγία (1903)
- Εθνική Υπηρεσία Τουρισμού στη Γαλλία (1910)
- Βασιλική Επιθεώρηση του Τουρισμού στην Ισπανία (1911)
- Εθνική Υπηρεσία Τουρισμού στο Υπουργείο Ανάπτυξης στην Πορτογαλία (1911)
- Γενικός Ολλανδικός Σύλλογος για την προώθηση του Ολλανδικού Τουρισμού (1917)
- Υπηρεσία Τουρισμού στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας (1918)
- Ελβετικό Κέντρο Μεταφορών στην Ελβετία (1919)
- Εθνικός Σύνδεσμος Τουριστικών Επαγγελματιών στην Ιταλία (1919)

¹¹ “Πολιτική και κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης”, Ζαχαράτος, Τσάρτας, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

- Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού στην Ουγγαρία (1920)
- Υπηρεσία Τουρισμού στο Υπουργείο Εμπορίας και Βιομηχανίας στη Γιουγκοσλαβία (1920)
- Σωματείο Τουρισμού στη Δανία (1923)
- Touring club στην Τουρκία (1924)
- Ανώτατο Συμβούλιο Τουρισμού στο Βέλγιο (1925)
- Κεντρικό Σωματείο Τουρισμού στη Λετονία (1929)
- Σύνδεσμος Τουρισμού της Μεγάλης Βρετανίας στην Αγγλία (1929)

Όλοι οι παραπάνω οργανισμοί ανάλογα με την χώρα στην οποία εδρεύουν και δραστηριοποιούνται, έχουν υποστεί διάφορες αλλαγές με το πέρασμα των ετών τόσο θεσμικού όσο και διοικητικού χαρακτήρα. Ωστόσο, εκτός από τους εθνικούς οργανισμούς ιδρύθηκαν και παγκόσμιοι οργανισμοί τουρισμού οι οποίοι στοχεύουν στον συντονισμό και την ενίσχυση του τουριστικού φαινομένου μέσω της συνεργασίας των εθνών. Τέτοιοι είναι οι εξής:

- ✓ Alliance Internationale du Tourisme (1919)
- ✓ Conseil Central du Tourisme Internationale (1925)
- ✓ Union Internationale des Organes Officiels de Propagande Touristique εξελίχθηκε στον σημερινό Organisation Mondiale du Tourisme (Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού)
- ✓ Eurostat
- ✓ World Tourism Travel Council

Ο χαρακτήρας των συγκεκριμένων οργανισμών μπορεί να είναι κρατικός, ημι-κρατικός, κερδοσκοπικού ή και ιδιωτικού τύπου όπως για παράδειγμα επαγγελματικές ενώσεις, επιμελητήρια και άλλα.

Οι οργανισμοί τουρισμού στοχεύουν όπως ειπώθηκε και προηγουμένως στην ανάπτυξη και την προώθηση του τουριστικού φαινομένου. Συνεπώς, οι αρμοδιότητες που τους ανατίθενται έχουν να κάνουν με την λεπτομερή καταγραφή, αξιολόγηση και εποπτεία των τουριστικών πόρων της εκάστοτε χώρας, με τον σχεδιασμό ενός εθνικού σχεδίου τουρισμού σε συνεργασία και με άλλους αρμόδιους εθνικούς φορείς, με τον έλεγχο της τουριστικής παραγωγής, τη διαμόρφωση και την εφαρμογή ενός εθνικού σχεδίου τουριστικού marketing καθώς και τη συγκρότηση και την εφαρμογή της τουριστικής νομοθεσίας φροντίζοντας παράλληλα για τον συνεχή εκσυγχρονισμό.

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονισθεί πως δεν υπάρχει ένα σταθερό πρότυπο που να αναφέρεται στους οργανισμούς τουρισμού από άποψη θεσμικής υπόστασης και δομής, με αποτέλεσμα η οργάνωση και η διοικητική δομή να διαφέρουν από χώρα σε χώρα λαμβάνοντας υπόψη κάθε φορά το εκάστοτε συνταγματικό και πολιτικό πλαίσιο κάτω από το πρίσμα του οποίου θα λειτουργούν.

2.5 Ανάλυση του κλάδου σε παγκόσμιο επίπεδο Διεθνείς και Ευρωπαϊκές τάσεις

Ο τουρισμός αποτελεί αναμφίβολα σημαντική οικονομική δραστηριότητα που αναπτύσσεται με ταχύτατους ρυθμούς σε όλες πλέον τις χώρες του κόσμου ακόμη και στις αναπτυσσόμενες. Αποτελεί κυρίαρχη δραστηριότητα σε αρκετές από αυτές και έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις σε όλους τους τομείς της οικονομίας συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στην ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα των κρατών.

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων τριάντα ετών έχει παρουσιάσει αξιοσημείωτη άνοδο ξεπερνώντας σε παγκόσμια κλίμακα ακόμα και τον όγκο των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινήτων, εξακολουθώντας να συνεισφέρει θετικά σε διάφορους τομείς μίας χώρας υποδοχής και παραμένοντας ταυτόχρονα βασική πηγή εισοδήματος σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες.

Αναλυτικότερα και σύμφωνα με τις έρευνες και τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, οι αριθμοί που έχουν προκύψει από την μελέτη του τουρισμού είναι ενδεικτικοί του μεγέθους της συμβολής του. Επομένως για την χρονική περίοδο 1950-2013 έχουμε τα ακόλουθα (www.sete.gr)

- ✚ Μέχρι το 1950 οι 15 δημοφιλέστεροι προορισμοί, απορροφούσαν το 88% των παγκόσμιων αφίξεων, με το ποσοστό να μειώνεται στο 75% το 1970 και στο 57% το 2005 με αποτέλεσμα την ομοιόμορφη κατανομή των ωφελειών του παγκόσμιου τουρισμού ακόμη και στις αναπτυσσόμενες χώρες.

- ✚ Από το 1952-2005 σημειώνεται αύξηση των τουριστικών αφίξεων περίπου 6,5 ανά έτος με αποτέλεσμα ο αριθμός των ταξιδιωτών να εκτοξευθεί από 25 σε 806 εκατομμύρια. Παράλληλα, ο ρυθμός αύξησης του εισοδήματος άγγιζε το 11,2% κάνοντας την παγκόσμια οικονομία να αγγίξει τα 680 δις δολάρια το 2005.

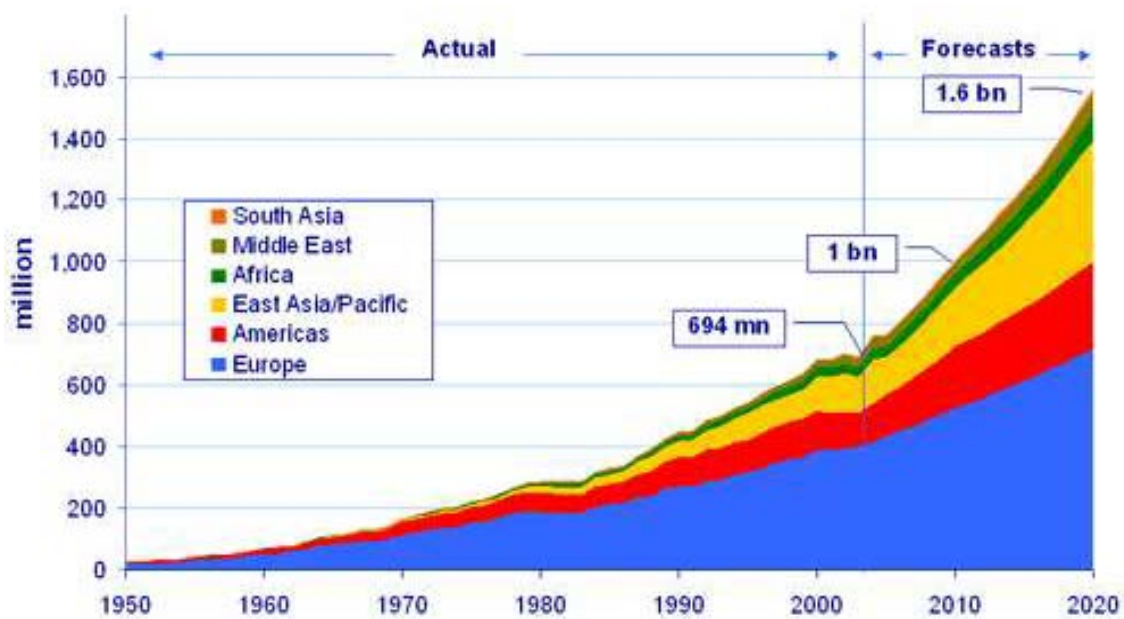
- ✚ Το 2006 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 842 εκατομμύρια σημειώνοντας αύξηση 4,6% συγκριτικά με το προηγούμενο έτος.
- ✚ Το 2007 υπήρξε το τέταρτο συνεχόμενο έτος σταθερής μεγέθυνσης της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας η οποία παρουσιάζεται ως ευπροσάρμοστη τις ενδεχόμενες κρίσεις που προκύπτουν.
- ✚ Το 2008 σημειώθηκαν 924 εκατομμύρια αφίξεις τουριστών παγκοσμίως. Όμως η παγκόσμια οικονομική κρίση που είχε ξεσπάσει οδήγησε σε αντικρουόμενα αποτελέσματα καθώς το πρώτο εξάμηνο του 2008 σημειώθηκε άνοδος της τάξεως 5% ενώ κατά τη διάρκεια του δεύτερου εξαμήνου, δηλαδή από τον Ιούλιο και ύστερα, παρατηρήθηκε πτώση 1% γεγονός που τόνιζε την υπάρχουσα χρηματοοικονομική κρίση, την αύξηση της τιμής του πετρελαίου και τις έντονες διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών. Αντίθετα με την Ευρώπη και την Ασία που σημείωσαν μείωση 3% της ανάπτυξης του τουρισμού το τελευταίο εξάμηνο, η Αμερική, η Αφρική και η Μέση Ανατολή παρουσίασαν θετικά αποτελέσματα κατά τη διάρκεια του δεύτερου εξαμήνου.
- ✚ Το 2009 οι παγκόσμιες αφίξεις μειώθηκαν κατά 4,3% σε σχέση με το 2008, φτάνοντας συγκεκριμένα τα 880 εκατομμύρια. Η μείωση αυτή οφείλεται στα αρνητικά αποτελέσματα των 3 πρώτων τριμήνων του 2009 (-10%, -7% και -2% αντίστοιχα), ενώ το τελευταίο τρίμηνο υπήρξε μικρή βελτίωση (+2%) σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2008. Η Ασία και η Μέση Ανατολή ήταν οι περιοχές που σημείωσαν τη μεγαλύτερη ανάκαμψη με θετικά αποτελέσματα το δεύτερο εξάμηνο του 2009. Το πρώτο εξάμηνο αποδείχθηκε ιδιαίτερος δύσκολο για όλους τους προορισμούς και ειδικά για την Ευρώπη (-10%) ενώ η μόνο περιοχή που φαίνεται να παρουσίασε άνοδο είναι η Αφρική (+3%).
- ✚ Το 2010 σημειώθηκαν 940 εκατομμύρια αφίξεις παγκοσμίως εκδηλώνοντας έτσι μία αύξηση 6,6% σε σχέση με το 2009. Η αύξηση αυτή ήταν αποτέλεσμα της ανάκαμψης και των θετικών τιμών που σημείωσαν όλες οι περιοχές κατά τη διάρκεια του έτους 2010. Ειδικότερα, η Μέση Ανατολή και η Ασία σημείωσαν την μεγαλύτερη αύξηση με ποσοστά 14% και 12,7% αντίστοιχα και έπειτα ακολούθησαν η Αφρική, Αμερική και Ευρώπη με 7%, 6,5% και 3,3%.

- ✚ Το 2011 σημειώθηκαν 983 εκατ. αφίξεις τουριστών παγκοσμίως, 43 εκατ. περισσότερες σε σχέση με τις αφίξεις του 2010 σημειώνοντας έτσι αύξηση 4,6%. Η αύξηση αυτή οφείλεται στα θετικά αποτελέσματα που παρουσίασαν οι περισσότερες περιοχές κατά τη διάρκεια του έτους. Αναλυτικότερα, η Ευρώπη παρουσίασε τη μεγαλύτερη αύξηση στα νούμερα των διεθνών αφίξεων 6,2%. Ακολούθησαν η Ασία με 6,1%, Αμερική με 3,9% και Αφρική με 0,4% ενώ η Μέση Ανατολή παρουσίασε μείωση των διεθνών αφίξεων της τάξεως 7%.
- ✚ Το 2012 ξεπέρασε το 1 δις σε παγκόσμια; Αφίξεις, συνεχίζοντας την ανοδική του πορεία και σημειώνοντας αύξηση 4% συγκριτικά με το 2011. Η Ασία παρουσίασε τη μεγαλύτερη αύξηση στα νούμερα των διεθνών αφίξεων (+7,1%). Ακολούθησαν Αφρική (+5,4%), Αμερική (+4,1%) και Ευρώπη (+3,6%), με την περιοχή της Μέσης Ανατολής να παρουσιάζει μείωση των διεθνών αφίξεων (-5,3%).
- ✚ Το 2013 ο τουρισμός συνεχίζει την ανάπτυξή του και αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση των διεθνών αφίξεων μεταξύ 3-4%.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων της τάξης του 4,1% με ορίζοντα το 2020. Συνεπώς, οι διεθνείς αφίξεις αναμένεται ως τότε να ξεπεράσουν το 1,5 δις ταξιδιωτών. Μάλιστα στην Ευρώπη αναμένεται οι διεθνείς αφίξεις να ξεπεράσουν τα 717 εκατομμύρια το 2020. Έτσι παρά την ταυτόχρονη άνοδο νέων προορισμών η Ευρώπη θεωρείται σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού πρωταρχικό προορισμός και στο μέλλον, αντιπροσωπεύοντας την μεγαλύτερη τουριστική αγορά προέλευσης.

Ωστόσο, αν και σε παγκόσμιο επίπεδο ο τουρισμός αναμένεται να αυξάνεται, δε θα λέγαμε ότι ισχύει το ίδιο και για όλες τις περιοχές του πλανήτη καθώς κάποιοι προορισμοί αναπτύσσονται ταχύτερα και ορισμένοι άλλοι όχι. Καθοριστικό παράγοντα παίζει και η δυνατότητα αλλά και η ευελιξία των χωρών ώστε να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα της εποχής υιοθετώντας αποτελεσματικές στρατηγικές που θα αφορούν τη βιώσιμη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση των ανισοτήτων του πλούτου και την ορθή κατανομή και διαχείριση των φυσικών πόρων.

Διάγραμμα 1.1: Η δυναμική του παγκόσμιου τουρισμού



Πηγή: UNWTO (ΠΟΤ), 2008 Tourism 2020 Vision

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς τόσο στη Μεσόγειο όσο και παγκοσμίως. Η απογείωση για την τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας τοποθετείται στις αρχές της δεκαετίας του '50. Ωστόσο, οι προσπάθειες που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια '60 για την ενίσχυση του τουρισμού προσέκρουσαν σε αρκετές δυσκολίες καθώς υπήρχαν ελάχιστα διαθέσιμα κεφάλαια που μπορούσαν να επενδυθούν γι' αυτόν τον σκοπό. Κύριο μέλημα των αρμόδιων φορέων ήταν να επωφεληθεί η Ελλάδα από την άφιξη των διεθνών τουριστών στοιχείο που δεν επιτεύχθηκε επακριβώς καθώς δεν αξιοποιήθηκαν σωστά όλες οι δυνατότητες που προσφέρει η χώρα. Ωστόσο, οι αλλαγές που επέφερε στην κοινωνία, το περιβάλλον και την οικονομία γενικότερα, έκανε πολλούς ερευνητές να στραφούν στη μελέτη του τουρισμού.

Σήμερα, ο τουρισμός είναι ιδιαίτερα σημαντικός για την οικονομία της Ελλάδας καθώς σύμφωνα με τα στοιχεία¹² που υπάρχουν φαίνεται πως το 2012 συνέβαλε στο 16,4 του ΑΕΠ ενώ η συνολική απασχόληση στον τουριστικό τομέα έφτασε τις 688.800 θέσεις εργασίας καλύπτοντας το 18,3% των απασχολούμενων.

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2012 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 23η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2013, καταλαμβάνει την 32η θέση μεταξύ 140 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 96^η θέση.

Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.

Το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) μιας οικονομίας χρήζει ιδιαίτερης σημασίας καθώς αποτελεί δείκτη ευημερίας της χώρας. Ουσιαστικά πρόκειται για το σύνολο των αγαθών και

¹²

www.sete.gr

των υπηρεσιών που παράγονται από μία οικονομία σε μία δεδομένη χρονική περίοδο. Παρατηρώντας τον πίνακα 3.1 σχετικά με τη συνεισφορά της τουριστικής βιομηχανίας στο ΑΕΠ, διαπιστώνουμε πως από το 2008 η συμβολή άρχισε να μειώνεται σταδιακά εξαιτίας της οικονομικής ύφεσης την οποία υφίστατο η χώρα. Παρόλα αυτά το 2012 σημειώθηκε άνοδος που έφτασε το 16,4% του ΑΕΠ και αποτέλεσε ενθαρρυντικό στοιχείο για τα επόμενα έτη.

Εν συνεχεία, το φαινόμενο της ανεργίας θα λέγαμε ότι αποτελεί από τα πιο σημαντικά προβλήματα που καλείται να αντιμετωπίσει κάθε χώρα όπως βέβαια και η Ελλάδα. Από το 2008 και έπειτα η εκδήλωση της χρηματοοικονομικής κρίσης είχε αρνητικό αντίκτυπο στην απασχόληση των ατόμων καθώς ο ρυθμός ανεργίας ολοένα και μεγάλωνε, με τις επιρρεπείς ομάδες των νέων και των γυναικών, να πλήττονται περισσότερο. Ένας ισχυρός βιομηχανικός τομέας συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων έστω και εποχικών λύνοντας προσωρινά το πρόβλημα της ανεργίας. Παρατηρώντας τα στοιχεία του πίνακα 3.2 παρατηρούμε πως από το 2005 έως το 2012 τα άτομα που απασχολούνταν στον τουριστικό τομέα, μειώθηκαν σημαντικά από 855.100 που ήταν το 2005 σε 688.800 το 2012. Βεβαίως αυτή η πτωτική τάση ήταν αποτέλεσμα της κρίσης και σίγουρα δεν είναι δυνατό να παραβλέψουμε το στοιχείο πως ακόμη και σήμερα ο τουρισμός συνεχίζει να απασχολεί το ανθρώπινο δυναμικό της χώρας, όμως από την άλλη πλευρά θα πρέπει να ληφθούν μέτρα και να υιοθετηθούν στρατηγικές που θα προωθήσουν την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, με απώτερο στόχο την απολαβή των ωφελειών στο σύνολο της οικονομίας.

Πίνακας 3.1: Τουρισμός και ΑΕΠ 2005-2012

| Έτος | % συμμετοχή τουριστικής οικονομίας στο ΑΕΠ |
|-------------|---|
| 2005 | 17,6% |
| 2006 | 17,8% |
| 2007 | 17,5% |
| 2008 | 16,8% |
| 2009 | 15,9% |
| 2010 | 16,0% |
| 2011 | 15,8% |
| 2012 | 16,4% |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος και του World Travel & Tourism Council, Απρίλιος 2013

Πίνακας 3.2: Τουρισμός και απασχόληση 2005-2012

| Έτος | Συνολική απασχόληση (σε χιλιάδες) |
|-------------|--|
| 2005 | 855,1 |
| 2006 | 885,6 |
| 2007 | 878,2 |
| 2008 | 854,4 |
| 2009 | 798,6 |
| 2010 | 786,0 |
| 2011 | 720,6 |
| 2012 | 688,8 |

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

Πίνακας 3.3.: Βασικά μεγέθη Ελληνικού τουρισμού 2012

| Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2012 | |
|---|---|
| Συμμετοχή στο ΑΕΠ | 16,4% [WTTC] |
| Συμμετοχή στην απασχόληση | 18,3% της συνολικής απασχόλησης [WTTC] |
| Συνολική Απασχόληση | 688.800 [WTTC] |
| Έσοδα | 10,4 δισ. € (συμπεριλαμβανομένων των εισπράξεων κρουαζιέρας) [ΤτΕ] |
| Αφίξεις Αλλοδαπών | 16,9 εκατ. (συμπεριλαμβανομένων των αφίξεων κρουαζιέρας) |
| Μέση κατά κεφαλή δαπάνη | 616 € (συμπεριλαμβανομένων των ποσών κρουαζιέρας) |
| Μερίδιο Αγοράς | 1,5% Παγκόσμια, 2,9% Ευρώπη |
| Εποχικότητα | 56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο – Σεπτέμβριο |
| Συγκέντρωση Προσφοράς | 66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ] |
| Ξενοδοχειακή Υποδομή | 9.670 ξενοδοχεία / 771.271 κλίνες [ΞΕΕ] |
| Τop 5 αγορές | Γερμανία (2.108.787), Ην. Βασίλειο (1.920.794), ΠΓΔΜ (1.300.000), Γαλλία (977.376), Ρωσία (874.787) [ΤτΕ] |
| Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών) | Αθήνα (2.651.062), Ηράκλειο (2.067.475), Ρόδος (1.593.298), Θεσσαλονίκη (901.573), Κέρκυρα (824.000) [ΕΛ.ΣΤΑΤ.] |

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

3.2 Ελληνικός τουρισμός και ανταγωνιστικότητα

Με τον όρο ανταγωνιστικότητα νοείται η ικανότητα μιας χώρας να παράγει πλούτο, να αξιοποιεί το ανθρώπινο δυναμικό της και να εκμεταλλεύεται τα πλεονεκτήματά της προκειμένου να εξασφαλίζει ανάπτυξη και να επιτυγχάνει έσοδα. Όμως, προκειμένου να γίνεται λόγος για σωστό ανταγωνισμό θα πρέπει η χώρα να λειτουργεί υπό συνθήκες ελεύθερου ανταγωνισμού.

Σκοπός κάθε τουριστικής οικονομίας είναι να μεγιστοποιηθούν τα έσοδα και να αυξηθούν οι θέσεις εργασίας. Τα έσοδα διαμορφώνονται από το γινόμενο των αφίξεων με τη διάρκεια

παραμονής και με τη κατά κεφαλήν δαπάνη. Όσο μεγαλύτερη είναι η τουριστική περίοδος, τόσο περισσότερα είναι τα έσοδα και οι θέσεις εργασίας που προκύπτουν. Για να έχουμε αυξημένη ανταγωνιστικότητα στο τουριστικό προϊόν, θα πρέπει οι παραπάνω δείκτες να εμφανίζουν άνοδο.¹³

Από τον παρακάτω πίνακα 3.4 φαίνεται πως η Ελλάδα καταλάμβανε την 24^η θέση στην γενική κατάταξη ανταγωνιστικότητας το 2009. Σχετικά με την μέση κατά κεφαλήν δαπάνη, κατατάσσεται στην 15^η θέση με 1.019 USD ανά τουρίστα.

¹³ Τσάρτας (2010)

Πίνακας 3.4: Τουριστική κατάταξη των χωρών 2009

| Κατ άτα ξη | Χώρα | Αφίξεις (σε 000) | Έσοδα (σε εκατ. USD) | ΜΚΔ | Πληθυσμ ός (σε εκατ.) | Έσοδα ανά κάτοικο (USD) | κατά κεφαλή ΑΕΠ (USD) | Έσοδο ανά κάτοικο ως % του κατά κεφαλή ΑΕΠ |
|------------------|--------------|---------------------|----------------------------|--------------------|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------------|---|
| | | (1) | (2) | (3) = (2) : (1) | (4) | (5) = (2) : (4) | (6) | (7) = (5) : (6) |
| 1 | Ελβετία | 8.448 | 12.182 | 1.442 | 7,3 | 1.669 | 58.507 | 2,9% |
| 2 | Αυστρία | 20.766 | 18.887 | 910 | 8,2 | 2.303 | 45.268 | 5,1% |
| 3 | Γερμανία | 24.425 | 36.029 | 1.475 | 82,7 | 436 | 40.156 | 1,1% |
| 4 | Γαλλία | 81.900 | 54.228 | 662 | 60,9 | 890 | 42.591 | 2,1% |
| 5 | Καναδάς | 17.931 | 15.486 | 864 | 32,9 | 471 | 43.650 | 1,1% |
| 6 | Ισπανία | 59.193 | 57.795 | 976 | 43,6 | 1.326 | 33.028 | 4,0% |
| 7 | Σουηδία | 5.224 | 12.002 | 2.297 | 9,1 | 1.319 | 49.978 | 2,6% |
| 8 | ΗΠΑ | 55.986 | 96.712 | 1.727 | 303,9 | 318 | 45.435 | 0,7% |
| 9 | Αυστραλία | 5.064 | 22.298 | 4.403 | 20,6 | 1.082 | 44.126 | 2,5% |
| 10 | Σιγκαπούρη | 7.957 | 8.664 | 1.089 | 4,4 | 1.969 | 36.659 | 5,4% |
| 11 | Μεγάλη | 30.871 | 37.669 | 1.220 | 60,0 | 628 | 46.740 | 1,3% |
| 12 | Χονγκ Κονγκ | 17.154 | 13.766 | 802 | 7,2 | 1.912 | 28.778 | 6,6% |
| 13 | Ολλανδία | 11.008 | 13.305 | 1.209 | 16,4 | 811 | 47.390 | 1,7% |
| 14 | Δανία | 4.716 | 6.220 | 1.319 | 5,5 | 1.131 | 56.727 | 2,0% |
| 15 | Φινλανδία | 3.519 | 2.838 | 806 | 5,3 | 535 | 46.491 | 1,2% |
| 16 | Ισλανδία | 1.054 | 633 | 601 | 0,3 | 2.110 | 67.333 | 3,1% |
| 17 | Πορτογαλία | 12.321 | 10.132 | 822 | 10,6 | 956 | 21.075 | 4,5% |
| 18 | Ιρλανδία | 8.332 | 6.066 | 728 | 4,3 | 1.411 | 60.744 | 2,3% |
| 19 | Νορβηγία | 4.290 | 4.377 | 1.020 | 4,7 | 931 | 82.872 | 1,1% |
| 20 | Νέα Ζηλανδία | 2.466 | 5.400 | 2.190 | 4,1 | 1.317 | 31.390 | 4,2% |
| 21 | Κύπρος | 2.416 | 2.685 | 1.111 | 0,8 | 3.356 | 26.625 | 12,6% |
| 22 | Βέλγιο | 7.045 | 10.880 | 1.544 | 10,5 | 1.036 | 43.267 | 2,4% |
| 23 | Λουξεμβούργο | 917 | 4.001 | 4.363 | 0,5 | 8.002 | 99.000 | 8,1% |
| 24 | Ελλάδα | 15.230 | 15.513 | 1.019 | 11,2 | 1.385 | 28.018 | 4,9% |
| ... | | | | | | | | |
| 34 | Κροατία | 9.307 | 9.254 | 994 | 4,6 | 2.012 | 11.152 | 18,0% |
| ... | | | | | | | | |
| 56 | Τουρκία | 22.248 | 18.487 | 831 | 75,2 | 246 | 8.767 | 2,8% |
| ... | | | | | | | | |
| 64 | Αίγυπτος | 10.610 | 9.303 | 877 | 76,9 | 121 | 1.664 | 7,3% |

Πηγή: SETE, 2009 (Επεξεργασία στοιχείων "The Travel and Tourism Competitiveness Report", World Economic Forum, 2009).

Οι κυριότεροι ανταγωνιστές του ελληνικού τουρισμού είναι η Ισπανία, η Τουρκία, η Πορτογαλία, η Αίγυπτος, η Κροατία και η Κύπρος. Στην παγκόσμια κατάταξη βάσει των τουριστικών εισπράξεων για το έτος 2012 φαίνεται και από τον πίνακα 3.5 πως η Ισπανία κατείχε τη δεύτερη θέση, η Τουρκία την 12^η, η Πορτογαλία την 28^η, η Αίγυπτος την 32^η, η Κροατία την 33^η ενώ η Κύπρος δεν ήταν καν μέσα την πενήντάρα. Η Ελλάδα συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της βρισκόταν στην 23^η θέση.

Στην παγκόσμια κατάταξη ως προς τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις το 2012 η Ελλάδα βρισκόταν στην 17^η θέση ενώ οι δύο ανταγωνιστές της Ισπανία και Τουρκία, βρισκόταν στην 4^η και 6^η θέση αντιστοίχως.

Τέλος, η θέση της Ελλάδας στην κατάταξη παγκόσμιας ανταγωνιστικότητας το 2012 είναι η 32^η ενώ η Ισπανία και η Κύπρος καταλαμβάνουν την 4^η και 29^η θέση αντίστοιχα.

Πίνακας 3.5: Θέση ανταγωνιστών στην παγκόσμια κατάταξη βάσει τουριστικών εισπράξεων 2011-2012

| Χώρα | Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις (σε δις) | | Παγκόσμια κατάταξη | |
|-------------------|--|------|--------------------|------|
| | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 |
| Ισπανία | 59,9 | 55,9 | 2 | 2 |
| Τουρκία | 25,1 | 25,7 | 12 | 12 |
| Πορτογαλία | 11,3 | 11,1 | 25 | 28 |
| Αίγυπτος | 8,7 | 9,9 | 33 | 32 |
| Κροατία | 9,2 | 8,8 | 31 | 33 |
| Κύπρος | 2,6 | 2,6 | >50 | >50 |

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

Πίνακας 3.6: Μερίδιο αγοράς ανταγωνιστών βάσει τουριστικών εισπράξεων 2011-2012

| Χώρα | Μερίδιο στην Ευρώπη | | Μερίδιο στον κόσμο | |
|-------------------|----------------------------|-------------|---------------------------|-------------|
| | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 |
| Ισπανία | 12,8% | 12,2% | 5,8% | 5,2% |
| Τουρκία | 0,6% | 0,6% | 0,3% | 0,2% |
| Πορτογαλία | 5,4% | 5,6% | 2,4% | 2,4% |
| Αίγυπτος | 1,9% | 2,2% | 0,8% | 0,9% |
| Κροατία | 2,0% | 1,9% | 0,9% | 0,8% |

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

Πίνακας 3.7: Επιδόσεις των ανταγωνιστών το 2012

| Ανταγωνιστές | | | | | |
|--|----------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Δείκτες Απόδοσης 2012 | Ισπανία | Κύπρος | Τουρκία | Αίγυπτος | Κροατία |
| Κατάταξη - Διεθνείς Αφίξεις | 4η | κάτω από την 50η | 6η | 22η | 26 ^η |
| Κατάταξη - Έσοδα | 2η | κάτω από την 50η | 12η | 32η | 33 ^η |
| Διεθνείς Αφίξεις 2012 (εκατ.) | 57,7 | 2,5 | 35,7 | 11,2 | 10,4 |
| % μεταβολή αφίξεων 2000 - 2012 | 24,4% | -7,4% | 271,9% | 119,6% | 96,2% |
| Έσοδα - 2012 δις USD | 55,9 | 2,6 | 25,7 | 9,9 | 8,8 |
| % μεταβολή εσόδων 2000-2012 | 86,3% | 36,8% | 238,2% | 130,2% | 214,3% |
| Μέση κατά κεφαλή Δαπάνη ανά ταξίδι σε USD | 969 | 1.040 | 720 | 884 | 846 |
| Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε Αφίξεις | 5,6% | 0,2% | 3,4% | 1,1% | 1,0% |
| Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε Έσοδα | 5,2% | 0,2% | 2,4% | 0,9% | 0,8% |

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

3.3 SWOT ANALYSIS του ελληνικού τουρισμού

Η ανάλυση S.W.O.T η οποία είναι γνωστή από τη βιβλιογραφία του Μάρκετινγκ, αποτελεί μια ολοκληρωμένη διαδικασία εντοπισμού των αδύνατων και δυνατών σημείων του τουριστικού προϊόντος, τα οποία θα χρησιμοποιηθούν στη συνέχεια για την κατάστρωση των αναγκαίων Σχεδίων Μάρκετινγκ με απώτερο στόχο τη διαφοροποίηση και την προώθηση του προϊόντος¹⁴. Η διαδικασία αυτή επρόκειτο να ωφελήσει την χώρα σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

3.3.1 Πλεονεκτήματα

- Γεωγραφική ποικιλία με νησιά, θάλασσες, βουνά
- Ευχάριστο μεσογειακό κλίμα με ζεστό καλοκαίρι και ήπιους χειμώνες

¹⁴ Κουζέλης (2002)

- Μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά με φημισμένες τοποθεσίες, αρχαιολογικά μνημεία και ιστορικούς τόπους
- Η Ελλάδα είναι εύκολα προσπελάσιμη με πτήσεις charter οι οποίες χαρακτηρίζονται από χαμηλότερο κόστος από ότι οι κανονικές
- Τα καλά επίπεδα επαναλαμβανόμενου τουρισμού στα οποία μπορούν να στηριχθούν οι στρατηγικές του μάρκετινγκ εκμεταλλευόμενες τους ισχυρούς δεσμούς με τους πελάτες.
- Στο ελληνικό τουριστικό προϊόν μπορεί να γίνει διαφήμιση mouth to mouth καθώς ένας μεγάλος αριθμός τουριστών που έχει επισκεφθεί την χώρας μας, λειτουργούν ως μέσο διαφήμισης σε φίλους και γνωστούς, προτείνοντας την ως ιδανικό προορισμό διακοπών.
- Υπάρχουν σημαντικά περιθώρια βελτίωσης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στοχεύοντας σε νέες αγορές όπως είναι η Κίνα.
- Οι νέοι τρόποι προβολής του τουριστικού προϊόντος που βασίζεται στην τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς.

3.3.2 Μειονεκτήματα

- ✚ Ανεπαρκής προστασία του φυσικού περιβάλλοντος
- ✚ Αυξημένη εποχικότητα που εστιάζει στους θερινούς μήνες κατά κύριο λόγο
- ✚ Χαμηλός βαθμός διαφοροποίησης του προσφερόμενου προϊόντος
- ✚ Αδυναμίες στο σύστημα μεταφορών όπως καθυστερήσεις πτήσεων, ελλείψεις στα αεροδρόμια, χαμηλή ποιότητα μέσων μαζικής μεταφοράς στην επικράτεια
- ✚ Σημαντικές στερήσεις στην προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς
- ✚ Αυξημένη αδυναμία του τουριστικού ελληνικού προϊόντος για αποκόμιση μεγαλύτερου μεριδίου στις Ευρωπαϊκές αγορές και παράλληλη διείδυση σε νέες αναδυόμενες αγορές όπως είναι η Κίνα, η Πολωνία και η Ινδία
- ✚ Οργανωτικές αδυναμίες του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού οι οποίες αντικατοπτρίζονται στις αδυναμίες αποτελεσματική προώθησης του τουριστικού προϊόντος καθώς και αδυναμία συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων
- ✚ Έλλειψη συστηματικής έρευνας και ανατροφοδότησης για ενέργειες που αφορούν τον τουρισμό

3.3.3 Ευκαιρίες

Παρά τα αδύνατα σημεία του ελληνικού τουρισμού έχει διαπιστωθεί πως υπάρχουν σημαντικές προοπτικές βελτίωσης και προώθησης του τουριστικού προϊόντος.

Αναλυτικότερα:

- Χρηματοδότηση έργων υποδομής και επιχειρήσεων μέσω προγραμμάτων ΕΣΠΑ με στόχο την ενίσχυση του προϊόντος.
- Δημιουργία μιας βιώσιμης και δυναμικής τουριστικής υποδομής σε νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως είναι ο συνεδριακός, ο τουρισμός γκολφ, ο θαλάσσιος, η πεζοπορία και άλλα. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να επιτευχθεί άμβλυνση της εποχικότητας που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουρισμό.
- Σημαντικά στοιχεία της Ελλάδας που είναι ο ήλιος και η θάλασσα θα πρέπει να προβληθούν με τον καλύτερο τρόπο ενισχύοντας έτσι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της χώρας.
- Επίσης, ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δοθεί και στην πολιτιστική κληρονομιά που διαθέτει ο τόπος αξιοποιώντας κάθε αρχαιολογικό χώρο και μετατρέποντάς τον σε πόλο έλξης για τους ξένους επισκέπτες.
- Μέσω ενός αποτελεσματικού σχεδίου μάρκετινγκ μπορεί να δοθεί η κατάλληλη ώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις εν δυνάμει αγορές που είναι η Κίνα, η Ινδία και άλλες, ενώ ταυτόχρονα μπορεί να συμβάλει ώστε να αποκτηθεί μεγαλύτερο μερίδιο στην ευρωπαϊκή και αμερικανική αγορά.
- Αύξηση της δυνατότητας άμεσης πρόσβασης στον καταναλωτή μέσω διαδικτύου για την ενημέρωση σχετικά με το ελληνικό τουριστικό προϊόν.
- Η εμφάνιση νέων αγορών πέρα από εκείνες που παραδοσιακά τροφοδοτούν τον ελληνικό τουρισμό.

3.3.4 Απειλές

Οι σημαντικότερες απειλές του ελληνικού τουρισμού είναι οι ακόλουθες¹⁵:

- ✚ Τιμολογιακή πολιτική. Οι κύριοι ανταγωνιστές της Ελλάδας που είναι η Τουρκία, Κύπρος και άλλες χώρες της Μεσογείου, έχουν κατορθώσει να πετύχουν συνδυασμό καλής ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρουν σε σχετικά καλές τιμές. Προκειμένου λοιπόν, η Ελλάδα να μπορέσει να ανταγωνιστεί τα υπόλοιπα μέρη της Μεσογείου αλλά και τον διεθνή τουριστικό ανταγωνισμό, που συνεχώς αυξάνεται,

¹⁵ Κουζέλης (2002)

οφείλει να εφαρμόσει μέτρα που θα της εξασφαλίσουν μία καλή σχέση τιμής-ποιότητας.

- ✚ Η αδυναμία προσαρμογής των στελεχών που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό τουριστικό τομέα, καθιστά αδύναμη την χώρα να ανταπεξέλθει στις υψηλές και μεταβαλλόμενες απαιτήσεις των τουριστών με αποτέλεσμα οι τελευταίοι να επιλέγουν άλλα μέρη για τουρισμό. Γίνεται επομένως σαφές πως πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία στην ανάπτυξη της εκπαίδευσης στον τουρισμό.
- ✚ Η ανάπτυξη του μαζικού πληθυσμού έχει οδηγήσει στην έντονη εξάρτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος από τους τουριστικούς πράκτορες (tour operators) προσφέροντας έτοιμα πακέτα διακοπών σε χαμηλές τιμές, δίνοντας έτσι την εικόνα ενός φτηνού μαζικού τουρισμού. Κρίνεται λοιπόν αναγκαία η αποδέσμευση από τους συγκεκριμένους ταξιδιωτικούς οργανισμούς ή σε περίπτωση που αυτό δεν μπορεί να επιτευχθεί θα πρέπει να υπάρξει συνεργασία με τους αρμόδιους ελληνικούς φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

4.1 Παγκόσμια οικονομική κρίση

Η χρηματοοικονομική κρίση που ξεκίνησε από την αγορά των στεγαστικών δανείων χαμηλής εξασφάλισης (sub-primes loans) των ΗΠΑ το καλοκαίρι του 2007 επεκτάθηκε γρήγορα σε όλο τον κόσμο. Τα συγκεκριμένα δάνεια χορηγούνταν χωρίς εγγυήσεις σε οικογένειες με χαμηλή πιστοληπτική ικανότητα και σε αρκετές περιπτώσεις μη ευκατάστατες. Ωστόσο, η φούσκα των κατοικιών εισέβαλε και σε άλλες αγορές όπου διαπραγματεύονταν προϊόντα που προέρχονταν από τιτλοποιήσεις στεγαστικών δανείων δημιουργώντας περαιτέρω προβλήματα στη λειτουργία και τη σταθερότητα των τραπεζών¹⁶.

Η άνοδος των επιτοκίων που σημειώθηκε καθιστούσε αδύνατη την αποπληρωμή των δανείων εκ μέρους των δανειοληπτών ενώ παράλληλα τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα χρειαζόταν άμεσα ρευστότητα ώστε να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις τους και να ανταποκριθούν στις εγγυήσεις που είχαν δώσει. Γι' αυτό τον λόγο οι τράπεζες στράφηκαν στην κατάσχεση των κατοικιών με απώτερο σκοπό την πώλησή τους και την αποκόμιση ρευστών διαθεσίμων. Το γεγονός αυτό όπως ήταν αναμενόμενο οδήγησε σε περαιτέρω μείωση των τιμών στον κτηματομεσιτικό κλάδο αλλά και σε παράλληλη μείωση των ομολόγων που βασίζονταν σε ενυπόθηκα δάνεια θέτοντας σε κίνδυνο τη σταθερότητα του χρηματοπιστωτικού συστήματος.

Δυστυχώς όμως σε αυτή την ήδη υπάρχουσα οικονομική ύφεση ήρθε να προστεθεί το 2008 και το κλείσιμο μίας εκ των μεγαλύτερων επενδυτικών τραπεζών της Lehman Brothers. Η τελευταία σημείωσε σημαντικές απώλειες το δεύτερο τρίμηνο του 2008 που άγγιζαν τα 2,8 δις δολάρια και έτσι αναγκάστηκε να πουλήσει ένα μέρος του ενεργητικού της προκειμένου να επιβιώσει. Ωστόσο, η συνεχής υποχώρηση της μετοχής της που είχε φτάσει το 73% και η αδυναμία της κορεάτικης τράπεζας Korea Development Bank να αγοράσει την Lehman τον Αύγουστο του 2008, συνέβαλαν στην αντίστροφη μέτρηση της κατάρρευσης της τελευταίας.

¹⁶ Eurobank Research (2009)

Έτσι λοιπόν τη Δευτέρα 15 Σεπτεμβρίου του 2008 κατατέθηκε αίτηση πτώχευσης από την Lehman Brothers¹⁷ δηλώνοντας χρέος 768 δις. δολάρια.

Η αναταραχή που επικρατούσε στις αγορές και η έλλειψη ρευστότητας έγιναν αμέσως αντιληπτές στους χρηματιστηριακούς δείκτες των ανεπτυγμένων χωρών ενώ πολλά χρηματιστήρια παρέμειναν κλειστά εξαιτίας των μεγάλων απωλειών που είχαν υποστεί. Σημαντικοί κλάδοι της οικονομίας όπως ο κατασκευαστικός, ο εμπορικός, ο τραπεζικός δέχθηκαν σοβαρές και ανεπανόρθωτες ζημιές οι οποίες είχαν ως φυσικό επακόλουθο την αύξηση της ανεργίας, την μείωση του ΑΕΠ παγκοσμίως και την υποτίμηση των νομισμάτων¹⁸.

Όπως ήταν αναμενόμενο η χρηματοπιστωτική κρίση που είχε εκδηλωθεί στις ΗΠΑ επεκτάθηκε ήδη από τον Νοέμβρη του 2008 στην Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ιαπωνία και εν συνεχεία σε ολόκληρο τον κόσμο. Κρίθηκε λοιπόν αναγκαία η συνεργασία των χωρών σε παγκόσμιο επίπεδο προκειμένου να ληφθούν μέτρα για την αντιμετώπισή της. Τα μέτρα αυτά αν και ποικίλουν από χώρα σε χώρα έχουν ως κοινό στόχο την προσέλκυση των ξένων επενδύσεων, την αντιμετώπιση της ανεργίας και φυσικά την εξασφάλιση και τη βελτίωση της ρευστότητας.

¹⁷ Λίτσης (2009)
¹⁸ Τραυλός (2008)

Πίνακας 4.1: Μεταβολές στον ρυθμό ανάπτυξης και στα ποσοστά ανεργίας λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης

| | Ρυθμός Ανάπτυξης | | | | |
|-------------------------|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2014 |
| Παγκόσμια Οικονομία | 5,20% | 3,00% | -1,10% | 3,10% | 4,50% |
| Ανεπτυγμένες Οικονομίες | 2,70% | 0,60% | -3,40% | 1,30% | 2,40% |
| ΗΠΑ | 2,10% | 0,40% | -2,70% | 1,50% | 2,10% |
| Ευρωζώνη | 2,70% | 0,70% | -4,20% | 0,30% | 2,10% |
| ΕΕ | 3,10% | 1,00% | -4,20% | 0,50% | n.a |
| | | | | | |
| Βραζιλία | 5,70% | 5,10% | -0,70% | 3,50% | 3,70% |
| Ρωσία | 8,10% | 5,60% | -7,50% | 1,50% | 5,00% |
| Ινδία | 9,40% | 7,30% | 5,40% | 6,40% | 8,10% |
| Κίνα | 13,00% | 9,00% | 8,50% | 9,00% | 9,50% |
| | | | | | |
| Ιαπωνία | 2,30% | -0,70% | -5,40% | 1,70% | 1,80% |
| | | | | | |
| Ελλάδα | 4,00% | 2,90% | -0,80% | -1,00% | 1,90% |

Πηγή: ΔΝΤ, World Economic Outlook, Οκτ.09.

| Ποσοστό ανεργίας, % του εργατικού δυναμικού | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| ΗΠΑ | 4,60% | 5,80% | 9,30% | 10,10% |
| Ευρωζώνη | 7,40% | 7,50% | 10,00% | 12,00% |
| ΕΕ | 7,50% | 7,50% | 9,50% | 10,70% |
| | | | | |
| Ρωσία | 5,60% | 5,60% | 7,20% | 6,80% |
| Κίνα | 4,00% | 4,20% | | |
| Ιαπωνία | 3,90% | 4,00% | 5,20% | 5,70% |
| | | | | |
| Ελλάδα | 8,30% | 7,70% | 9,50% | 10,30% |

Πηγές: OECD Economic Outlook, no 85. Στοιχεία για την Κίνα και την Ρωσία: European Commission, European Economic Forecast, Νοεμ. 09

Σχεδόν όλες οι χώρες αντέδρασαν γρήγορα μειώνοντας τα επιτόκια και υιοθετώντας στρατηγικές που αφορούσαν την ενίσχυση της ρευστότητας μέσω εγγυήσεων που δόθηκαν στις εμπορικές τράπεζες, μέσω της ενίσχυσης της κεφαλαιακής τους βάσης και μέσω της απομάκρυνσης απαξιωμένων στοιχείων του ενεργητικού τους. Συγχρόνως εφαρμόστηκαν μέτρα επεκτατικής δημοσιονομικής πολιτικής που στόχο είχαν την ενίσχυση των επιχειρήσεων και των νοικοκυριών που είχαν πληγεί από την κρίση.

Αν και πολλοί ερευνητές συσχετίζουν την κρίση του 2008 με εκείνη του 1929 η οποία είχε χαρακτηριστεί ως *‘Μεγάλη Ύφεση’* ωστόσο δε θα λέγαμε ότι πρόκειται για ίδιες περιπτώσεις. Σίγουρα και οι δύο οφείλονται στις φούσκες που προκλήθηκαν στις αγορές και στο συστημικό κίνδυνο που αυτές εγκυμονούσαν, όμως η δημοσιονομική και νομισματική πολιτική που ακολουθήθηκε το 2008 ήταν εντελώς αντίθετη από εκείνη που εφαρμόστηκε για την αντιμετώπιση της κρίσης του 1929.

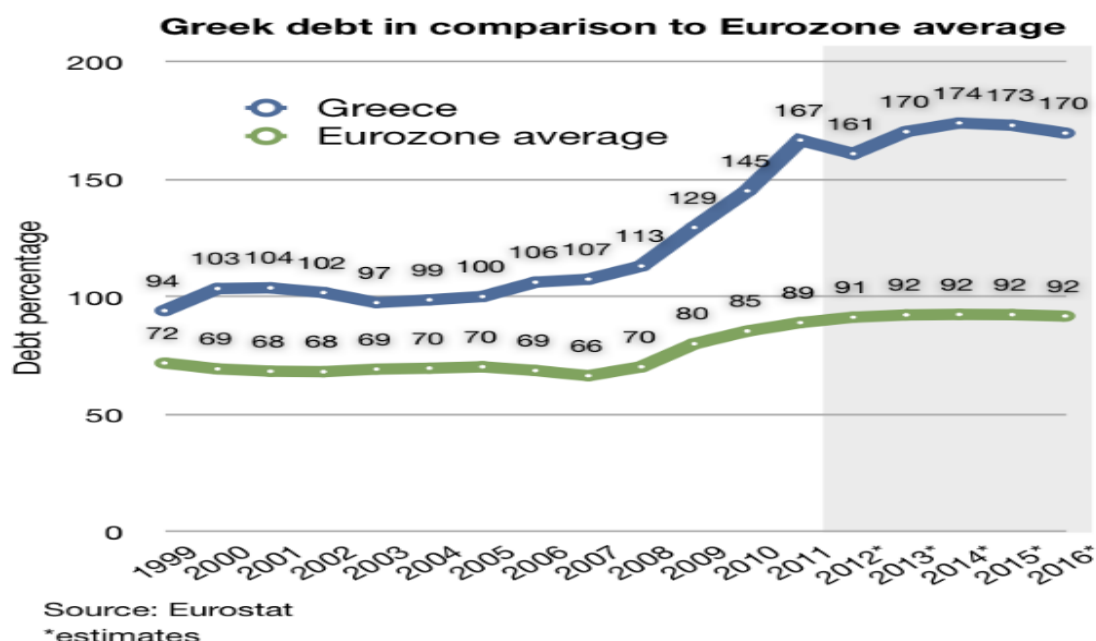
4.2 Ελληνική οικονομική κρίση

Το δημόσιο χρέος αποτελούσε πάντα το σημαντικότερο πρόβλημα της ελληνικής οικονομίας. Ως δημόσιο χρέος ορίζεται το σύνολο των χρηματικών μονάδων που οφείλει ο ευρύτερος τομέας του Δημοσίου στους δανειστές του. Με άλλα λόγια αναφέρεται στον υφιστάμενο δανεισμό του Δημοσίου σε μία δεδομένη χρονική στιγμή. Ωστόσο, τα κράτη μπορούν να χρησιμοποιήσουν και άλλους πόρους για την χρηματοδότησή τους, όπως τη φορολογία και την έκδοση χρήματος.

Ήδη από το 1974 η Ελλάδα άρχισε να δανείζεται τεράστια ποσά προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες που υπήρχαν χωρίς όμως κανένα αποτέλεσμα. Η αδυναμία διαχείρισης του χρέους συνεχίστηκε από τη δεκαετία του '80 μέχρι και σήμερα συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στη συνεχή διόγκωση του δημόσιου χρέους. Οι μακροοικονομικές ανισορροπίες της Ελλάδας γίνονται φανερές από τη συνεχή επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξης αλλά και από τα ελλείμματα στο ισοζύγιο των τρεχουσών συναλλαγών¹⁹.

¹⁹ Eurobank Research (2009)

Διάγραμμα 4.1: Η πορεία του χρέους ως ποσοστό του ΑΕΠ



Επίσης, η διαστρέβλωση των πραγματικών στοιχείων που αφορούσαν την ελληνική οικονομία και οι αποκαλύψεις για το δημοσιονομικό έλλειμμα που ήρθαν στο φως της δημοσιότητας το 2009 οδήγησαν σε μείωση της αξιοπιστίας της χώρας στις διεθνείς αγορές. Εξίσου σημαντικό πρόβλημα ήταν το γεγονός ότι η Ελληνική Οικονομία στηρίχθηκε κατά κύριο λόγο σε τομείς που πλήττονται άμεσα από την κρίση όπως σε αυτούς της κατασκευής και της ναυτιλίας.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία λειτούργησαν αποσταθεροποιητικά για την χώρα και την κατέστησαν ευάλωτη στους εξωτερικούς παράγοντες της διεθνούς κρίσης περιορίζοντας έτσι σημαντικά την ανάπτυξή της. Έγινε επομένως σαφές, πως η κρίση στην Ελλάδα επρόκειτο να είχε μεγαλύτερο βάθος και διάρκεια συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι προσπάθειες και οι ενέργειες των αρμόδιων φορέων για μείωση των δαπανών και για εξασφάλιση χαμηλότερων επιτοκίων δανεισμού δυστυχώς δεν είχαν την επιθυμητή ανταπόκριση. Αντιμέτωπη λοιπόν με τον κίνδυνο στάσης πληρωμών του Δημοσίου αλλά και με την αδυναμία διαχείρισης της υπάρχουσας κατάστασης, κρίθηκε αναγκαία η επιτήρηση της Ελλάδας από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Έτσι λοιπόν, στις 23 Απριλίου το 2010 κατέφυγε στον μηχανισμό υποστήριξης ο οποίος συγκροτούνταν από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο και

την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Ως απαραίτητη προϋπόθεση για την εξασφάλιση και την παροχή στις χρηματοδότησης εκ μέρους των δανειστών ήταν το μνημόνιο. Ουσιαστικά πρόκειται για ένα πλάνο δράσης που έπρεπε να ακολουθήσει η Ελλάδα με σκοπό τη δημοσιονομική τακτοποίηση, την αποκατάσταση τη εμπιστοσύνης και την έξοδο στις αγορές.

Οι δανειακές συμβάσεις που υπογράφηκαν από την Ελλάδα από τον Μάιο του 2010 και ύστερα είχαν μια σειρά επιπτώσεων στο Εργατικό Δίκαιο της χώρας. Μια σειρά γεγονότων οδήγησαν στην ανάγκη η χώρα να αιτηθεί διμερή δάνεια τον Απρίλιο του 2010 από τα υπόλοιπα Κράτη Μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σε αυτή την κίνηση προέβη για να καλύψει τις τρέχουσες οικονομικές ανάγκες του ελλειμματικού Ελληνικού κράτους επειδή το κόστος δανεισμού από τις αγορές έφτασε σε απαγορευτικά επίπεδα την άνοιξη του 2010.

Τρεις είναι οι βασικοί λόγοι που οδήγησαν την δημοσιονομική κατάσταση της χώρας σε αυτό το επίπεδο:

α) Οι δαπάνες

β) Τα έσοδα και

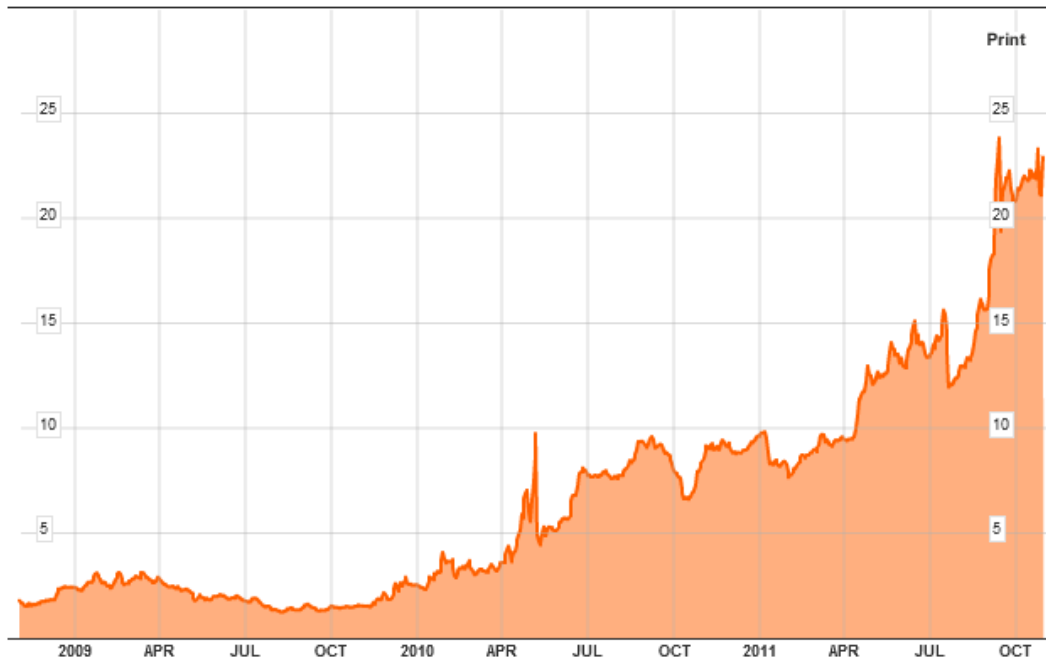
γ) Η ύφεση στην οποία είχε ήδη εισέλθει η Ελλάδα από το 2007.

Συγκεκριμένα, ακολουθήθηκε μια σειρά αδύναμων πολιτικών εσόδων και χαλαρής φορολογικής διαχείρισης η οποία σε συνδυασμό, με την χαλαρή πειθαρχία παρακολούθησης και ελέγχου των δαπανών οδήγησε σε μια επιδεινούμενη δημοσιονομική κατάσταση. Πιο συγκεκριμένα, τα έσοδα μειώθηκαν αισθητά ενώ οι δαπάνες αυξήθηκαν σημαντικά, ιδιαίτερα για μισθούς και επιδόματα.²⁰

Όμως η εκτίναξη των spreads του ελληνικού δημοσίου πυροδοτήθηκε από την συνειδητοποίηση ότι το αποτέλεσμα για το δημοσιονομικό έλλειμμα και το δημόσιο χρέος για το 2008 και το 2009 ήταν σημαντικά χειρότερο από αυτό που είχε ανακοινώσει η προηγούμενη κυβέρνηση.

²⁰ Κρούγκμαν, 2009

Εικόνα 4.2: Πορεία του ελληνικού κόστους δανεισμού 2009-2011(spreads)



Πηγή: Ναυτεμπορική

Και έτσι οδηγηθήκαμε σε απώλεια της εμπιστοσύνης των αγορών προς την Ελλάδα, με αποτέλεσμα τις υποβαθμίσεις των κυβερνητικών ομολόγων από τους οίκους αξιολόγησης, τους επενδυτές που άρχισαν να υπαναχωρούν από τα ελληνικά ομόλογα, πιέζοντας έτσι τις αποδόσεις τους και τελικά σε αύξηση του κόστους χρηματοδότησης και μείωση της ανάπτυξης και της απασχόλησης.

Κατ' επέκταση στις τράπεζες εμφανίστηκαν τα εξής σημάδια²¹:

- α)** Τα επισφαλή δάνεια αυξάνονται και
- β)** το κόστος δανεισμού στη διατραπεζική αγορά έχει αυξηθεί.

Αποτελέσματα στους δείκτες το 2009:

- α)** Το πραγματικό ΑΕΠ της Ελλάδας μειώθηκε κατά 2% .
- β)** Το έλλειμμα εκτινάχθηκε στο εκτιμώμενο 15,4 % του ΑΕΠ.
- γ)** Το δημόσιο χρέος αυξήθηκε σε πάνω από 127,1 % του ΑΕΠ .
- δ)** Το σύνολο των δαπανών για τόκους για το εξωτερικό χρέος αυξήθηκε σε πάνω από 5% του ΑΕΠ .

²¹ ΕΒΕΑ, 2013

Όλες οι χώρες ανά τον κόσμο επηρεάστηκαν και κυρίως αυτές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, απλά άλλες σε μικρότερο και άλλες σε μεγαλύτερο βαθμό. Σίγουρα όμως, θα λέγαμε πως εκείνες που επλήγησαν περισσότερο είναι οι οικονομίες των λεγόμενων PIGS, δηλαδή της Πορτογαλίας, Ισπανίας, Ελλάδας και Ιταλίας. Κατ' επέκταση οι τελευταίες χρήζουν ιδιαίτερης σημασίας καθώς πρέπει να ληφθούν μέτρα που θα στοχεύουν στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και την αύξηση της παραγωγικότητάς τους.

4.3 Παγκόσμια οικονομική κρίση και διεθνής τουρισμός

Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί αναμφίβολα σημαντική πηγή συναλλαγματικών εσόδων για πολλές χώρες και κυρίως για τις αναπτυσσόμενες ενώ παράλληλα δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας συμβάλλει στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος, στη βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών και στην οικονομία γενικότερα μέσω των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων που προκαλεί. Σημαντικό είναι επίσης και το γεγονός πως συνδράμει στη σύσφιξη των σχέσεων μεταξύ των λαών, στην ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου, στην προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς αλλά και στην προώθηση της ανταγωνιστικότητας των χωρών μέσω της βελτίωσης των υποδομών.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας, η ανακάλυψη νέων μεταφορικών μέσων και η απόκτηση περισσότερου διαθέσιμου χρόνου για ψυχαγωγία και διακοπές συνέβαλαν στο να αυξηθεί η εμβέλεια του διεθνούς τουρισμού ολοένα και περισσότερο εκτινάσσοντας τα επίπεδα των τουριστικών αφίξεων και των εσόδων που προέρχονταν από αυτές σε πολύ υψηλές τιμές.²²

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού που παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί, προκύπτει πως το 2004 χαρακτηρίζεται ως η χρονιά ρεκόρ καθώς οι αφίξεις των τουριστών σε διεθνές επίπεδο έφτασαν τα 764 εκατομμύρια στοιχείο που αποδεικνύεται από την ανοδική μεταβολή που άγγιξε το 10,9%. Προχωρώντας, παρατηρούμε πως από το 2005 έως το 2008 ο ρυθμός μεταβολής των τουριστικών αφίξεων άρχισε να μειώνεται σταδιακά με μόνη εξαίρεση το 2007 που σημείωσε άνοδο με ρυθμός μεταβολής 6,7% ενώ το 2009 παρατηρήθηκε αρνητικός ρυθμός οι διεθνείς αφίξεις έπεσαν στα 885 εκατομμύρια σημειώνοντας αρνητικό ρυθμό μεταβολής ίσος με 3,6%. Επομένως, γίνεται αντιληπτό πως οι δυσμενείς συνέπειες της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης είναι πλέον εμφανής και στον τουρισμό. Ωστόσο, τα μέτρα που λήφθηκαν σε συνδυασμό με την άμεση κινητοποίηση και τη συνεργασία των αρμόδιων φορέων σε διεθνές επίπεδο είχαν ως αποτέλεσμα την ανατροπή των αρνητικών τιμών και την ταυτόχρονη άνοδο του τουρισμού

²² Ηγουμενάκης (2000)

σημειώνοντας άνοδο 7,2% το 2010. Τις επόμενες δύο χρονιές 2011 και 2012 σημειώθηκε μείωση στη μεταβολή όμως και πάλι οι ρυθμοί μεταβολής ήταν θετικοί και κυμάνθηκαν περίπου στα ίδια επίπεδα με ποσοστά 4,8% και 4,0% αντίστοιχα.

Συνεχίζοντας την ανάλυσή μας από τον πίνακα 4.3 προκύπτει πως η Ασία και ο Ειρηνικός σημείωσαν τον υψηλότερο ρυθμό μεταβολής της τάξεως 7,6% το 2012 συγκριτικά με το 2011, συγκεντρώνοντας διεθνείς τουριστικές αφίξεις ίσες με 233,6 εκατομμύρια. Δεύτερη σε ανοδικό ρυθμό μεταβολής ίσο με 6,07% ήταν η Αφρική με 52,4 εκατομμύρια αφίξεις ενώ ακολούθησαν η Αμερική και η Ευρώπη με αντίστοιχες μεταβολές 4,55% και 3,45%. Παρά το γεγονός ότι η Ευρώπη δεν είχε τον υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης το 2012, παρατηρούμε ωστόσο, πως εξακολουθεί να συγκεντρώνει τον μεγαλύτερο αριθμό τουριστικών αφίξεων σε σχέση με τις άλλες ηπείρους, φτάνοντας τα 534,2 εκατομμύρια διεθνών αφίξεων.

Τέλος, στον πίνακα 4.4 παρουσιάζεται η παγκόσμια κατάταξη βάσει των διεθνών τουριστικών αφίξεων το 2012. Στην κορυφή της πρώτης δεκάδας βρίσκεται η Γαλλία με 83 εκατομμύρια τουριστικές αφίξεις, ενώ ακολουθούν οι ΗΠΑ και η Κίνα με 67 και 57,7 εκατομμύρια. Η Ελλάδα όπως φαίνεται από τα στοιχεία, δε βρίσκεται μέσα στις πρώτες 10 χώρες αλλά κατέχει την 17^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη σημειώνοντας 15,5 εκατομμύρια αφίξεις κατά τη διάρκεια του 2012.

Πίνακας 4.3: Διαχρονική εξέλιξη διεθνών αφίξεων παγκοσμίως 2000-2012

| Κόσμος | Διεθνείς Αφίξεις (σε εκατομ.) | Μεταβολές |
|---------------|--------------------------------------|------------------|
| 2000 | 677,0 | |
| 2001 | 684,1 | 1,0% |
| 2002 | 702,6 | 2,7% |
| 2003 | 689,0 | -1,9% |
| 2004 | 764,0 | 10,9% |
| 2005 | 807,0 | 5,6% |
| 2006 | 842,0 | 4,3% |
| 2007 | 898,0 | 6,7% |
| 2008 | 918,0 | 2,2% |
| 2009 | 885,0 | -3,6% |
| 2010 | 949,0 | 7,2% |
| 2011 | 995,0 | 4,8% |
| 2012 | 1.035,0 | 4,0% |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού

Πίνακας 4.4: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις ανά ήπειρο το 2012

| Προορισμός | Διεθνείς αφίξεις (σε εκατομ.) | Μεταβολές (2012/2011) |
|---------------------------|--------------------------------------|------------------------------|
| Ευρώπη | 534,2 | 3,45% |
| Ασία και Ειρηνικός | 233,6 | 7,06% |
| Αμερική | 163,1 | 4,55% |
| Αφρική | 52,4 | 6,07% |
| Μέση Ανατολή | 52,0 | -5,28% |
| Σύνολο | 1.035 | 4,02% |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού

Πίνακας 4.5: Παγκόσμια κατάταξη βάσει διεθνών αφίξεων το 2012

| Θέση 2012 (World Ranking) | Χώρα | Διεθνείς αφίξεις (σε εκατομ.) |
|----------------------------------|--------------|--------------------------------------|
| 1 | Γαλλία | 83,0 |
| 2 | ΗΠΑ | 67,0 |
| 3 | Κίνα | 57,7 |
| 4 | Ισπανία | 57,7 |
| 5 | Ιταλία | 46,4 |
| 6 | Τουρκία | 35,7 |
| 7 | Γερμανία | 30,4 |
| 8 | Ην. Βασίλειο | 29,3 |
| 9 | Ρωσία | 25,7 |
| 10 | Μαλαισία | 25,0 |

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

Έχοντας κάνει λόγο για τουριστικές αφίξεις και την μεταβολή που αυτές υπέστησαν κατά τη διάρκεια της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, δε θα ήταν δυνατό να μην αναφερθούμε και στα νούμερα των τουριστικών εισπράξεων που αντιπροσωπεύουν διεθνώς.

Έτσι λοιπόν, με βάση τον πίνακα 4.5 παρατηρούμε πως από το 2005 έως το 2008 έχουμε υψηλές μεταβολές στις τουριστικές εισπράξεις σημειώνοντας το 2007 ανοδικό ρυθμό ίσο με 15,3%. Προχωρώντας στο 2009, τα έσοδα από τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις αγγίζουν παγκοσμίως τα 856 δις σημειώνοντας αρνητικά ρυθμό μεταβολής ίσο με 9,3% παγκοσμίως. Ο αρνητικός αντίκτυπος της οικονομικής κρίσης του 2008 αποτυπώνεται πλέον στα έσοδα από τον τουρισμό, υπογραμμίζοντας ότι οι χρηματικές μονάδες που δύναται να δαπανήσουν οι επισκέπτες κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού, έχουν μειωθεί σημαντικά.

Ωστόσο, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, οι συντονισμένες ενέργειες που έγιναν σε παγκόσμιο επίπεδο βοήθησαν ώστε να σημειωθεί άνοδος στον τουρισμό, εκτοξεύοντας τις τουριστικές εισπράξεις στα 1042 δισεκατομμύρια σύμφωνα με τον πίνακα 4.5 ενώ συγχρόνως σημειώθηκε θετική μεταβολή της τάξεως του 12%. Στα ίδια περίπου επίπεδα παρέμειναν οι τουριστικές εισπράξεις και το 2012 παρουσιάζοντας μικρή μεταβολή ίση με 3,2%.

Σχετικά με την παγκόσμια κατάταξη των χωρών με κριτήριο τα τουριστικά έσοδα και όπως προκύπτει άλλωστε από τον πίνακα 4.6, οι ΗΠΑ βρίσκονται στην κορυφή του κόσμου,

λαμβάνοντας εισπράξεις από τον διεθνή τουρισμό ίσες με 126,2 δισεκατομμύρια, έπειτα ακολουθεί η Ισπανία με 55,9 δις και εν συνεχεία η Γαλλία. Παρόλο που η Γαλλία ήταν πρώτη στην κατάταξη των διεθνών τουριστικών αφίξεων το 2012, τα έσοδα όμως που σημείωσε από αυτές και τα οποία ανέρχονταν σε 53,6 δις της έδωσαν την τρίτη θέση στην παγκόσμια κατάταξη με βάση τις τουριστικές εισπράξεις. Η Ελλάδα δε θα λέγαμε ότι είχε ανάλογη άνοδο και απολαβές όπως οι προαναφερθέντες χώρες, αφού κατείχε την 23 θέση με τα τουριστικά έσοδα να φτάνουν τα 12,9 δισεκατομμύρια.

Πίνακας 4.6: Διαχρονική εξέλιξη διεθνών τουριστικών εισπράξεων παγκοσμίως 2005-2012

| Κόσμος | Τουριστικές εισπράξεις (σε δις.) | Μεταβολές |
|---------------|---|------------------|
| 2005 | 680 | |
| 2006 | 746 | 9,7% |
| 2007 | 860 | 15,3% |
| 2008 | 944 | 9,8% |
| 2009 | 856 | -9,3% |
| 2010 | 930 | 8,6% |
| 2011 | 1042 | 12,0% |
| 2012 | 1075 | 3,2% |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού

Πίνακας 4.7: Παγκόσμια κατάταξη βάσει διεθνών τουριστικών εισπράξεων το 2012

| Θέση 2012 (World Ranking) | Χώρα | Διεθνείς εισπράξεις (σε δις.) |
|----------------------------------|--------------|--------------------------------------|
| 1 | ΗΠΑ | 126,2 |
| 2 | Ισπανία | 55,9 |
| 3 | Γαλλία | 53,6 |
| 4 | Κίνα | 50,0 |
| 5 | Μακάο | 43,7 |
| 6 | Ιταλία | 41,2 |
| 7 | Γερμανία | 38,1 |
| 8 | Ην. Βασίλειο | 36,6 |
| 9 | Χόνγκ Κόνγκ | 32,1 |
| 10 | Αυστραλία | 31,5 |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού

4.4 Παγκόσμια οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός

Τα σημάδια παθογένειας του ελληνικού τουρισμού υπήρχαν πολύ πριν την εκδήλωση της παγκόσμια οικονομικής κρίσης. Αυτό συνέβαινε διότι η χώρα αντιμετώπιζε επί σειρά δεκαετιών σημαντικά διαρθρωτικά προβλήματα τα οποία δεν είχε καταφέρει να επιλύσει με αποτέλεσμα να πλήττεται συνεχώς η ανταγωνιστικότητά της συγκριτικά με τους νέους ανταγωνιστές της Μεσογείου.

Ένα επιπλέον στοιχείο που συνέβαλε αρνητικά στο τουριστικό φαινόμενο της Ελλάδας ήταν η συνεχής υποτίμηση των νομισμάτων σε χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης με συνέπεια να γίνεται ολοένα και ακριβότερο το ελληνικό τουριστικό προϊόν σε σχέση με εκείνο των ανταγωνιστών.

Επιπροσθέτως, η εποχικότητα που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουρισμό είναι άλλο ένα στοιχείο που με τη σειρά του οδηγεί στην αναστολή της ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας. Ο βασικός πυλώνας στον οποίο στηρίζεται η τουριστική δραστηριότητα της χώρας είναι

αυτός των καλοκαιρινών διακοπών σε παραθαλάσσιες και νησιωτικές περιοχές και γι' αυτό τον λόγο μάλιστα αναφέρονται συχνά από τους μελετητές ως διακοπές ήλιου και θάλασσας.²³

Όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά σε συνδυασμό με την μακροχρόνια έλλειψη πολιτικής και στρατηγικής για τον Ελληνικό τουρισμό οδήγησαν σε παρατεταμένη κρίση και πτωτική πορεία σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς της χώρας με ακόμα μεγαλύτερη πτώση των τουριστικών εσόδων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού παρατηρούμε πως οι τουριστικές εισπράξεις στην Ελλάδα παρουσίασαν μία πρώτη μείωση κατά το έτος 2007 της τάξεως 0,33% συγκριτικά με το 2006. Ωστόσο η μεγαλύτερη μεταβολή και μάλιστα αρνητική, σημειώνεται το 2009 όπου τα έσοδα μειώθηκαν από 11.635,90 εκατομμύρια που ήταν το 2008 σε 10.400,20 εκατομμύρια ευρώ γεγονός που συνεχίστηκε το 2010. Η κατάσταση ευτυχώς άλλαξε το 2011 προς το καλύτερο σημειώνοντας άνοδο 9,30% με ετήσιες διεθνείς τουριστικές αφίξεις ίσες με 10.504,70 εκατομμύρια ευρώ. Η ανοδική πορεία εξακολούθησε και το 2012.

Αναλύοντας τον πίνακα 4.8 διαπιστώνουμε για ακόμη μία φορά τις αρνητικές επιπτώσεις της κρίσης στον ελληνικό τουρισμό καθώς το μερίδιο που κατείχε η Ελλάδα βάσει των τουριστικών εισπράξεων, άρχισε να μειώνεται σταδιακά τόσο σε επίπεδο Ευρώπης όσο και σε παγκόσμιο, κατέχοντας ποσοστά 2,8% και 1,2% αντίστοιχα το 2012, ενώ το 2007 είχε ποσοστά που έφταναν τα 3,6% και 1,8%.

²³ Κουζέλης (2002)

Πίνακας 4.8: Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις 2005-2012 για την Ελλάδα

| Έτος | Εκατ. σε ευρώ | Μεταβολές |
|-------|---------------|-----------|
| 2005 | 10.729,50 | 3,69% |
| 2006 | 11.356,70 | 5,85% |
| 2007 | 11.319,20 | -0,33% |
| 2008 | 11.635,90 | 2,80% |
| 2009 | 10.400,20 | -10,62% |
| 2010 | 9.611,30 | -7,59% |
| 2011 | 10.504,70 | 9,30% |
| 2012* | 10.442,50 | |

* Προσμετρούνται και οι εισπράξεις κρουαζιέρας
Πηγή: ΣΕΤΕ, , επεξεργασία στοιχείων Τράπεζας της Ελλάδος

**Πίνακας 4.9: Μερίδιο αγοράς ελληνικού τουρισμού βάσει των τουριστικών εισπράξεων
2007-2012**

| Έτος | Μερίδιο στην Ευρώπη | Μερίδιο στον κόσμο |
|------|---------------------|--------------------|
| 2012 | 2,8% | 1,2% |
| 2011 | 3,1% | 1,4% |
| 2010 | 3,1% | 1,4% |
| 2009 | 3,5% | 1,7% |
| 2008 | 3,6% | 1,8% |
| 2007 | 3,6% | 1,8% |

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

Σε δεύτερο στάδιο προκειμένου να έχουμε μια πιο σφαιρική εικόνα της επίδρασης της παγκόσμιας κρίσης στον ελληνικό τουρισμό θα αναλύσουμε και τα στοιχεία των διεθνών αφίξεων. Επομένως, παρατηρούμε από τον πίνακα 4.9 πως οι αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα μειώθηκαν σημαντικά κατά τη διάρκεια των 2009 και 2010 σημειώνοντας αρνητικές μεταβολές. Όμως, στη συνέχεια το 2011 βελτιώθηκαν και παρατηρήθηκε αύξηση των διεθνών τουριστών με αποτέλεσμα το 2013 να έχει σημειωθεί αξιοσημείωτη μεταβολή της τάξεως του 18,68% ως προς το καλύτερο και με τουρίστες που έφτασαν τις 20.111.406.

Ως προς το μερίδιο που κατέχει η Ελλάδα στη βιομηχανία του τουρισμού διαπιστώνεται από τα στοιχεία που παρατίθενται στον πίνακα 4.10 πως από το 2005-2011 κατείχε περίπου ποσοστό 3,3% στην Ευρώπη και 1,7% στον κόσμο ενώ το 2012 τα ποσοστά μειώθηκαν σε 2,9% και 1,5% αντίστοιχα.

Από όλα τα παραπάνω λοιπόν καθίσταται σαφές πως ο τουρισμός στην Ελλάδα επηρεάστηκε όπως ήταν αναμενόμενο από την χρηματοοικονομική κρίση του 2008 ωστόσο οι κινήσεις και τα μέτρα που λήφθηκαν συνέβαλαν στη σταδιακή βελτίωσή του ενώ συγχρόνως διατυπώθηκαν και νέες προτάσεις και πεδία στα οποία μπορεί να επεκταθεί ο τουρισμός με θετικές μελλοντικές επιδράσεις στο σύνολο της οικονομίας.

Πίνακας 4.10: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα 2006-2013

| Έτος | Αφίξεις (χωρίς οικονομικούς μετανάστες) | Μεταβολή |
|--------------|--|-----------------|
| 2006 | 15.226.241 | 5,82% |
| 2007 | 16.165.265 | 6,17% |
| 2009 | 15.938.806 | -1,40% |
| 2009 | 14.914.537 | -6,43% |
| 2010 | 15.007.493 | 0,62% |
| 2011 | 16.427.247 | 9,46% |
| 2012 | 16.946.543 | - |
| 2013* | 20.111.406 | 18,68% |

*Προσμετρούνται και οι αφίξεις κρουαζιέρας, οι οποίες για το 2012 ανέρχονται συνολικά σε: 1.428.921 και για το 2013 σε 2.191.855

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, Τράπεζα της Ελλάδος

**Πίνακας 4.11: Μερίδιο αγοράς ελληνικού τουρισμού βάσει των τουριστικών αφίξεων
2005-2012**

| Έτος | Μερίδιο Ελλάδας στην Ευρώπη | Μερίδιο Ελλάδας στον κόσμο |
|-------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 2005 | 3,2% | 1,8% |
| 2006 | 3,3% | 1,8% |
| 2007 | 3,3% | 1,8% |
| 2008 | 3,3% | 1,7% |
| 2009 | 3,2% | 1,7% |
| 2010 | 3,1% | 1,6% |
| 2011 | 3,2% | 1,7% |
| 2012 | 2,9% | 1,5% |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και National Statistical Institute of Bulgaria

4.5 Η εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας

Οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και υποδομές σε μία περιοχή υποδηλώνουν την τουριστική ανάπτυξη και κατ' επέκταση τονίζουν τη σημαντικότητα του ξενοδοχειακού κλάδου στην τουριστική βιομηχανία.

Στην Ελλάδα ο τομέας και η δυναμική των ξενοδοχειακών μονάδων έχει δεχθεί πολλές αλλαγές με το πέρασμα των ετών. Χαρακτηριστικό γνώρισμα του κλάδου αποτελούν οι διαφοροποιήσεις που υφίστανται μεταξύ ξενοδοχείων που βρίσκονται σε παραθαλάσσιες περιοχές με εκείνα που βρίσκονται σε ορεινά μέρη. Οι διαφορές αυτές εντοπίζονται διότι υπάρχει τάση για προώθηση του μαζικού τουρισμού με αποτέλεσμα να επωφελούνται περισσότερο οι περιοχές που διαθέτουν θάλασσα.

Ωστόσο και οι ορεινές περιοχές μπορούν με τις κατάλληλες στρατηγικές να αναπτύξουν τον τουρισμό επενδύοντας σε εναλλακτικές μορφές. Προς αυτή την κατεύθυνση στρέφονται και

οι πολιτικές που ακολουθούνται τα τελευταία χρόνια και οι οποίες στοχεύουν στη σταδιακή μετατροπή των παραδοσιακών καταλυμάτων σε σύγχρονα ξενοδοχεία, περιορίζοντας με αυτόν τον τρόπο την υπερβολική συγκέντρωση στις αναπτυγμένες περιοχές²⁴.

Τέλος, μία ακόμη αλλαγή που σημειώθηκε στον ελληνικό ξενοδοχειακό τομέα είναι τα κριτήρια κατάταξης. Μέχρι πρότινος τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα κατατάσσονταν σε κατηγορίες με βάση την κατασκευή τους. Τελευταία όμως έχει εκφρασθεί η επιθυμία από τους αρμόδιους φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό να χρησιμοποιείται η παροχή των υπηρεσιών ως βασικός παράγοντας κατάταξης των ξενοδοχείων μετατρέποντας τις κατηγορίες σε αστέρια.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που προκύπτουν από τον πίνακα 4.11 κατά τη διάρκεια των 2006-2012 παρατηρούμε πως σημειώθηκε μεγάλη εξέλιξη στα ξενοδοχειακά καταλύματα όλων των ειδών στοιχείο που ήταν αρκετά ενθαρρυντικό για την ανάπτυξη του τουρισμού.

Πίνακας 4.12: Διαχρονική εξέλιξη ξενοδοχειακών μονάδων, δωματίων, κλινών 2006-2012

| Έτος | Μεταβολή | Δωμάτια | Μεταβολή | Κλίνες |
|-------------|----------|---------|----------|---------|
| 2006 | 0,83% | 364.179 | 1,52% | 693.252 |
| 2007 | 1,05% | 367.992 | 1,05% | 700.933 |
| 2008 | 1,93% | 375.067 | 1,92% | 715.857 |
| 2009 | 1,85% | 383.008 | 2,12% | 732.279 |
| 2010 | 1,81% | 397.660 | 3,83% | 763.407 |
| 2011 | -0,86% | 397.322 | -0,08% | 763.668 |
| 2012 | 0,23% | 400.433 | 0,78% | 771.271 |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος

²⁴ Eurobank, 2008

Συνεχίζοντας την ανάλυσή μας από τους πίνακες 4.12 και 4.13 διαπιστώνουμε πως παρά το γεγονός ότι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων των τουριστών αυξήθηκε από 55.264.093 που ήταν το 2005 σε 70.847.874 το 2011 ωστόσο η πληρότητα στα ξενοδοχειακά καταλύματα παρουσίασε μείωση για κάθε μήνα από το 2011 στο 2012.

**Πίνακας 4.13: Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ
2005-2011**

| Έτος | Σύνολο διανυκτερεύσεων (σε νύχτες) | Μεταβολή |
|-------------|---|-----------------|
| 2005 | 55.264.093 | 5,16% |
| 2006 | 57.796.551 | 4,58% |
| 2007 | 65.420.236 | 13,19% |
| 2008 | 65.624.563 | 0,31% |
| 2009 | 66.022.270 | 0,61% |
| 2010 | 66.800.371 | 1,18% |
| 2011 | 70.847.874 | 6,06% |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής

Πίνακας 4.14: Πληρότητα στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου κατά μήνα για το 2011 και το 2012

| Μήνας | 2011 | 2012 |
|--------------------|-------------|-------------|
| Ιανουάριος | 19,9 | 17,0 |
| Φεβρουάριος | 20,7 | 17,1 |
| Μάρτιος | 23,1 | 20,1 |
| Απρίλιος | 23,8 | 18,6 |
| Μάιος | 40,5 | 34,1 |
| Ιούνιος | 60,7 | 53,2 |
| Ιούλιος | 70,3 | 64,1 |
| Αύγουστος | 73,6 | 68,0 |
| Σεπτέμβριος | 59,2 | 55,1 |
| Οκτώβριος | 30,6 | 26,6 |
| Νοέμβριος | 17,6 | 16,3 |
| Δεκέμβριος | 18,3 | 17,5 |

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

5.1 Στρατηγική και στόχοι για τον Ελληνικό Τουρισμό

Τον Ιούλιο του 2012 το Υπουργείο Τουρισμού ανακοίνωσε τις δράσεις που θα ακολουθήσει προκειμένου να αποτρέψει περαιτέρω απώλειες από τον ελληνικό τουρισμό. Αυτό το σχέδιο ανάπτυξης που επρόκειτο να έχει χρονικό ορίζοντα περίπου μία δεκαετία στοχεύει στα ακόλουθα:

- 1) Προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις αγορές υψηλού ενδιαφέροντος και ταυτόχρονη μέριμνα για βελτίωση της εικόνας και της θέσης στις διεθνείς αγορές.
- 2) Έμφαση στον κοινωνικό τουρισμό αναθερμαίνοντας με αυτόν τον τρόπο και τον εσωτερικό τουρισμό.
- 3) Δρομολόγηση της θεσμοθετημένης κοινής εταιρείας marketing με την ταυτόχρονη σύμπραξη του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.
- 4) Ανασυγκρότηση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και του Υπουργείου Τουρισμού ώστε να λειτουργήσουν αποτελεσματικά.
- 5) Επιτάχυνση και απλοποίηση ως προς τη διαδικασία έκδοσης κάρτας visa.
- 6) Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και μείωση της εποχικότητας μέσω της προσέλευση ξένων τουριστών.
- 7) Περαιτέρω βελτίωση και αναβάθμιση των εγκαταστάσεων και των υπηρεσιών όπως είναι το οδικό δίκτυο, τα λιμάνια, τα μέσα μαζικής μεταφοράς και άλλα.
- 8) Σύναψη συμφωνίας κοινωνικής ειρήνης.
- 9) Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, επρόκειτο να προχωρήσουν στη σύσταση εταιρείας marketing με απώτερο σκοπό την εφαρμογή μιας σταθερής και μακροχρόνιας πολιτικής ως προς την προώθηση του τουρισμού.
- 10) Αξιοποίηση των κονδυλίων του ΕΣΠΑ και σε νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως είναι ο ιατρικός, ο ιαματικός, ο συνεδριακός και άλλα.
- 11) Αναθεώρηση του χωροταξικού σχεδιασμού ανάλογα με τις δυνατότητες και τις ανάγκες της εκάστοτε περιοχής.

- 12) Εξέλιξη του τουριστικού μοντέλου ήλιος και θάλασσα με σκοπό την αντιμετώπιση της εποχικότητας και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού προϊόντος.
- 13) Ιδιαίτερη έμφαση στην εκπαίδευση των στελεχών που ασχολούνται με τον τουρισμό και ριζικό επανασχεδιασμό των αρμόδιων φορέων.

5.2 Νέα είδη τουρισμού και επενδυτικές ευκαιρίες

Η Ελλάδα διαθέτει περισσότερα από 15.000 χιλιόμετρα παραλίας, 190.000 ακτές και 6.000 μεγάλα και μικρά νησιά. Οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να ανακαλύπτουν ποικίλες επιλογές σε τομείς όπως είναι η ιστιοπλοΐα και οι αποδράσεις που παρουσιάζουν νέες ευκαιρίες σε εξειδικευμένες και ελκυστικές αγορές.

Το μεσογειακό κλίμα της Ελλάδας την καθιστά ιδανικό προορισμό καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Η σπουδαιότητα του τουρισμού για την Ελλάδα είναι υψίστης σημασίας καθώς σήμερα έχει εξελιχθεί σε μία από τις πιο κερδοφόρες βιομηχανίες της ελληνικής οικονομίας. Ωστόσο, οι δυνατότητές της δεν έχουν αξιοποιηθεί πλήρως καθώς υπάρχουν εναλλακτικές μορφές που προσφέρονται για επενδυτικές ευκαιρίες. Οι μορφές αυτές του τουρισμού είναι οι ακόλουθες²⁵:

Αγροτουρισμός

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον των τουριστών για την αειφόρο ανάπτυξη και τις οικολογικές πρακτικές, έχει οδηγήσει στην εξέλιξη του αγροτουρισμού. Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού επικεντρώνεται στην ανάπτυξη της σχέσης μεταξύ των ανθρώπων και του περιβάλλοντος. Αποτελεί σημαντικό οικονομικό παράγοντα για τις απομακρυσμένες περιοχές της περιφέρειας ενώ μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης για τους επισκέπτες σε τοπικές γιορτές και εκδηλώσεις. Η Ελλάδα προσφέρει πληθώρα ευκαιριών και δυνατοτήτων σε αυτή την αναπτυσσόμενη αγορά.

Τουρισμός Υγείας

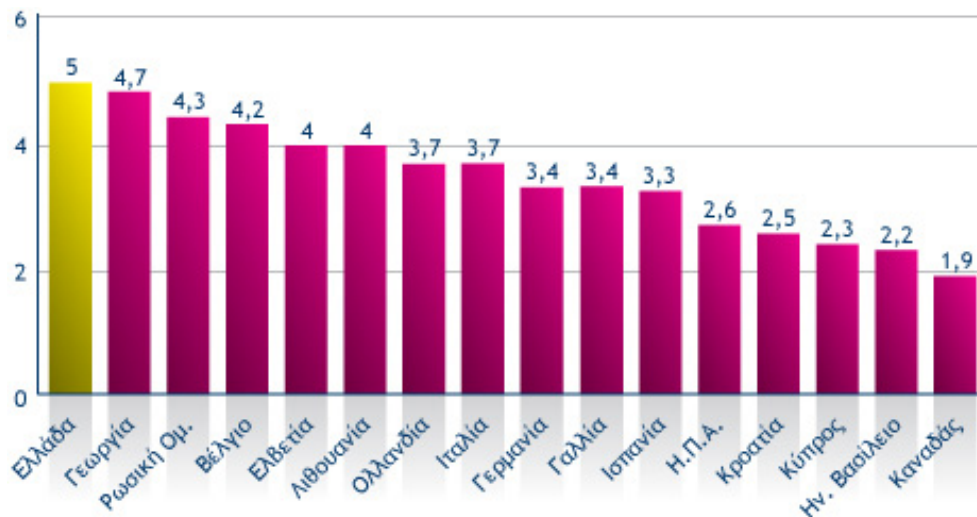
Το γεγονός ότι λαμπροί έλληνες επιστήμονες από τον χώρο της υγείας εξειδικεύονται στα καλύτερα πανεπιστήμια της Ευρώπης και της Βορείου Αμερικής, οδηγεί στην κατάταξη της Ελλάδας στην 14^η θέση του παγκόσμιου συστήματος υγείας σύμφωνα με έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού που έγινε το 2010. Τομείς όπως η πλαστική

²⁵

www.investingreece.gov.gr

χειρουργική, τα κέντρα αποτοξίνωσης και οι κλινικές γονιμότητας, γνωρίζουν ιδιαίτερη επιτυχία στον ελληνικό τουρισμό υγείας.

Πίνακας 5.1 Αναλογία Γιατρών ανά 1.000 άτομα

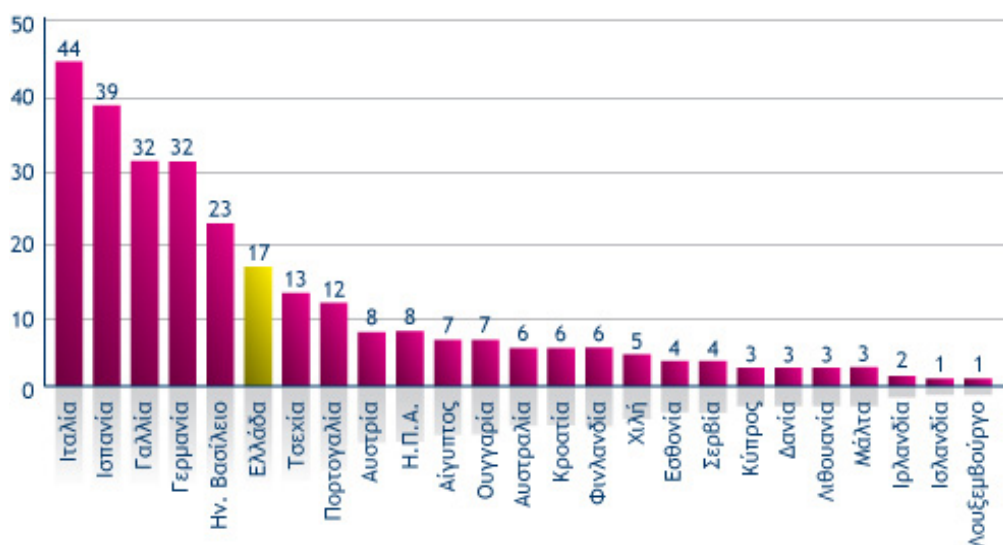


Πηγή: World Travel & Tourism Competitiveness Report 2010

Θρησκευτικός τουρισμός

Η θρησκευτική κληρονομιά της Ελλάδας προσελκύει επισκέπτες από όλο τον κόσμο, οι οποίοι επισκέπτονται εκκλησίες και μοναστήρια σε όλη τη χώρα που συχνά βρίσκονται σε περιοχές με εξαιρετικά τοπία. Ο θρησκευτικός τουρισμός συνδυάζει πνευματικά, πολιτισμικά και ιστορικά θέματα και παράλληλα αναδεικνύει την εθνική ταυτότητα της Ελλάδας. Εκτός από τα ταξίδια σε Χριστιανικά Ορθόδοξα μοναστήρια, όπως του Όρους Άθως και των Μετεώρων, οι επισκέπτες έρχονται στην Ελλάδα για να θαυμάσουν και να μελετήσουν τα μοναδικά Βυζαντινά και μετα-Βυζαντινά αριστουργήματα, όπως εικόνες και εικονογραφίες, μωσαϊκά, τοιχογραφίες και ιερά. Τόποι θρησκευτικής λατρείας, από μικρές εκκλησίες σε νησιά έως επιβλητικοί ναοί, αποτελούν θρησκευτική κληρονομιά αιώνων, της οποίας ο πλούτος χαίρει ευρέος σεβασμού.

Πίνακας 5.2 : Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτισμικής Κληρονομιάς



Πηγή: World Travel & Tourism Competitiveness Report 2010

Οικοτουρισμός

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), στην έννοια του «οικοτουρισμού» περιλαμβάνονται «όλες τις μορφές τουρισμού όπου το βασικό κίνητρο του τουρίστα είναι η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης, και που είναι μορφές που προκαλούν τις ελάχιστες επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον και την πολιτιστική κληρονομιά». Είναι ένα πεδίο σύνδεσης του τουρισμού με την αειφόρο η αλλιώς βιώσιμη ανάπτυξη. Η Ελλάδα με τα μαγευτικά τοπία της και ένα πλήθος μοναδικών οικοσυστημάτων όπως οι προστατευόμενες περιοχές Ramsar, αγροτικά τοπία, επιβλητικά βουνά και αμόλυντα ποτάμια, παρέχει μοναδικές ευκαιρίες για την ανάπτυξη οικοτουριστικών εμπειριών.

Αθλητικός τουρισμός

Ο τρόπος που πραγματοποίησε του Ολυμπιακούς Αγώνες το 2004 είναι ικανός για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, προσφέροντας στους τουρίστες που είναι λάτρεις των σπορ, ποικίλες δραστηριότητες, απολαμβάνοντας ταυτόχρονα μαγευτικές παραλίες και θαυματικά τοπία.

Είναι ένας συνδυασμός αθλητικών δραστηριοτήτων και ταξιδιού και περιλαμβάνει τόσο τον χειμερινό – ορεινό τουρισμό (χιονοδρομία, ορειβασία, καγιάκ κανό, ραφτιγκ, πεζοπορία) όσο και τον καλοκαιρινό – παράκτιο τουρισμό (ιστιοπλοΐα, καταδύσεις, ιστιοσανίδα, αλεξίπτωτο

πλαγιάς, γκολ, κατασκήνωση), οι οποίες δεν έχουν ανταγωνιστικό χαρακτήρα και βάση τους έχουν την αναψυχή μέσα από την άθληση.

Εκτός όμως από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, μεγάλες επενδυτικές ευκαιρίες προκύπτουν και από²⁶:

❖ Τα συνεδριακά κέντρα

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί παγκοσμίως την πιο αναπτυγμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού με ποσοστό που ξεπερνάει το 5%. Η γεωγραφική θέση, οι θαυμάσιες τοποθεσίες και οι συνεδριακές εγκαταστάσεις με μοναδικά μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, την καθιστούν ιδανικό προορισμό για τη διεξαγωγή συνεδρίων. Σήμερα, διαθέτει περισσότερα από 50 συνεδριακά κέντρα και 300 ξενοδοχεία με πλήρεις συνεδριακές εγκαταστάσεις.

❖ Το γκολφ

Το γκολφ αποτελεί έναν από τους πιο υποσχόμενους τομείς της ελληνικής οικονομίας, με τεράστιες δυνατότητες εξέλιξης και πολλές επενδυτικές ευκαιρίες. Σήμερα υπάρχουν πέντε γήπεδα γκολφ 18 οπών, σε σύγκριση με τα 250 γήπεδα γκολφ στην Ισπανία και τα 50 περίπου γήπεδα γκολφ στην Πορτογαλία.

❖ Τις μαρίνες

Η ζήτηση για τουριστικές μαρίνες στην Ελλάδα συνεχώς αυξάνεται με αποτέλεσμα οι ευκαιρίες στον συγκεκριμένο κλάδο να διευρύνονται. Το 2008 το μέγεθος της αγοράς των ελληνικών τουριστικών λιμένων ήταν 30 εκατομμύρια ευρώ. Οι μαρίνες της Ελλάδας, προκειμένου να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό και στις απαιτήσεις των τουριστών, οφείλουν να προσαρμοστούν και να αναβαθμιστούν.

❖ Τα ιαματικά κέντρα και κέντρα θαλασσοθεραπείας

Το αυξημένο ενδιαφέρον και η υιοθέτηση ενός πιο υγιεινού τρόπου ζωής, έχει στρέψει το ενδιαφέρον των ατόμων, σε διάφορες ιαματικές θεραπείες, όπως είναι η θαλασσοθεραπείες. Οι επενδυτές που ασχολούνται με την ανάλυση των ευκαιριών στον συγκεκριμένο κλάδο, διαπιστώνουν πως η Ελλάδα προσφέρεται για την ανάπτυξη των ιαματικών θεραπειών καθώς προσφέρει περισσότερες από 700 θερμοπηγές που έχουν χαρακτηριστεί ως θεραπευτικές. Χαρακτηριστικό επιτυχημένο παράδειγμα, αποτελεί η περίπτωση του Thermae Sylla Spa-Wellness Hotel. Εδρεύει στην ιστορική πόλη της Αιδηψού στην Εύβοια και συγκαταλέγεται

²⁶

www.investingreece.gov.gr

στις 10 καλύτερες θερμές ιαματικές πηγές (thermal spas) στον κόσμο (σύμφωνα με το περιοδικό Conde Nast Traveller).

5.3 Ελληνικός τουρισμός και εκπαίδευση

Η δεκαετία του 80 χαρακτηρίζεται ως η κρίσιμη δεκαετία για την τουριστική εκπαίδευση. Η ύπαρξη πολλών μικρών και μεσαίων τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων άλλαξε το τοπίο στην αγορά δημιουργώντας τις πρώτες σχολές που εξειδικεύονταν στον τουρισμό. Από τότε μέχρι και σήμερα έχουν δημιουργηθεί πολλά τουριστικά προγράμματα κατάρτισης και εκπαίδευσης σε όλο τον κόσμο. Όμως, παρά την πληθώρα των σχολών και των προγραμμάτων αλλά και των σεμιναρίων που προσφέρονται, εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικά προβλήματα και ελλείψεις στα στελέχη του τουρισμού, γεγονός που υπογραμμίζει την αναγκαιότητα εφαρμογής μέτρων και στρατηγικών με σκοπό την επίλυση του προβλήματος.

5.4 Προτάσεις ανάπτυξης

- **Ανάπτυξη Περιφερειακών Αεροδρομίων**

Κρίνεται απαραίτητος ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη όλων των περιφερειακών αεροδρομίων σε μια προσπάθεια να διαμοιραστούν οι τουρίστες σε διάφορα μέρη της Ελλάδας και έτσι να αντιμετωπιστεί ο έντονος συγκεντρωτισμός. Ουσιαστικά η βελτίωση των υποδομών και υπηρεσιών που προσφέρονται στα περιφερειακά αεροδρόμια είναι το ζητούμενο, διότι αυτό θα αποτελέσει το εφαλτήριο για μεγαλύτερη προσέλκυση τουριστών σε μη τουριστικές μέχρι πρότινος περιοχές. Απαιτείται επέκταση των κτιριακών εγκαταστάσεων, καλύτερη διαρρύθμιση του χώρου, αύξηση της επιφάνειας των θέσεων στάθμευσης κ.α., στοιχεία που για κάποιον που ταξιδεύει συχνά είναι μείζον κριτήριο για το αν θα επαναλάβει το ταξίδι του προς τον ίδιο προορισμό ή όχι. Βέβαια, όλα αυτά πρέπει να εκτελεστούν άμεσα, γρήγορα και αποδοτικά και όχι με τις συνήθεις χρονικές αποκλείσεις ετών που δημιουργούν αναστάτωση και εικόνα μιας χώρας που υπολείπεται σοβαρού προγραμματισμού, σχεδιασμού και πλάνου για το μέλλον. Μάλιστα να διευκρινίσουμε ότι δεν απευθυνόμαστε μόνο στην εντύπωση που αποκομίζουν οι αλλοδαποί τουρίστες αλλά και οι ημεδαποί, οι οποίοι έχουν αποδειχτεί με τα χρόνια πιο αυστηροί και καθόλου πρόθυμοι να δώσουν δεύτερες ευκαιρίες.

- **Χορήγηση Visa**

Τα Προξενία θα πρέπει να φροντίσουν το θέμα της γρηγορότερης και λιγότερο δαπανηρής διαδικασίας χορήγησης Visa. Στην ουσία για αυτό θα πρέπει να μεριμνήσει το Υπουργείο Εξωτερικών, το οποίο από την πλευρά του οφείλει να ενισχύσει τον τουρισμό στη χώρα μας μέσω αυτής της πολύ σπουδαίας σε αποτελέσματα κίνησης. Για παράδειγμα οι Ρώσοι που αποτελούν μια αναδυόμενη αγορά του τουριστικού μας προϊόντος τα τελευταία χρόνια δυσκολεύονται να εξασφαλίσουν τη Visa τους για να εισέλθουν στην Ελλάδα, διότι πρώτον Visa centers έχει μόνο στη Μόσχα και στην Αγία Πετρούπολη, δύο πόλεις σημειωτέον με τεράστια χιλιομετρική απόσταση, και δεύτερον δεν υπάρχει καμία διευκόλυνση στην όλη διαδικασία, καθώς η χορήγηση της Visa καθυστερεί πάρα πολύ. Το αποτέλεσμα είναι, σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ, η Ελλάδα να δεχτεί μέσα στο 2007, 257.000 Ρώσους και η Τουρκία να δεχτεί 2.300.000. Η διαφορά ομολογουμένως είναι εντυπωσιακή και ακόμη πιο εντυπωσιακή είναι η έλλειψη οποιασδήποτε μέριμνας επ' αυτού. Καλό, λοιπόν, θα ήταν οι αρμόδιοι φορείς να επιληφθούν αυτού του σοβαρού ζητήματος, λύνοντας αυτό το πρόβλημα γρήγορα και αποτελεσματικά, μιας και η επίλυσή του είναι σχετικά εύκολη.

- **Άρση Cabotage**

Στη χώρα μας η διατήρηση κάποιων προστατευτικών διατάξεων, με αρνητικό αντίκτυπο στη δημιουργία θέσεων εργασίας, έχει καταστήσει ανέφικτη την προσέλκυση κρουαζιερόπλοιων στα ελληνικά λιμάνια. Το πρόβλημα προκύπτει από το γεγονός ότι αν είχαμε λιμάνια υποδοχής (home porting), που σημαίνει στάση των κρουαζιερόπλοιων για 1-2 μέρες πριν και μετά το ταξίδι και κατ' επέκταση καταναλώσεις σε ξενοδοχεία, εστιατόρια, αξιοθέατα κλπ., τα έσοδα σύμφωνα με το ΣΕΤΕ θα ήταν της τάξης του 1 δις € ετησίως και οι θέσεις εργασίας επιπλέον 40.000. Γι' αυτό, διατάξεις τέτοιου τύπου πρέπει να καταργηθούν το συντομότερο διότι όλα τα οικονομικά οφέλη που αναφέραμε παραπάνω θα συνεχίζουν να τα καρπώνονται οι ανταγωνίστριες χώρες, όπως είναι η Τουρκία και η Ιταλία. Η διαιώνιση επιζήμιων για την Ελλάδα νομοθεσιών είναι ίσως ένα από τα βασικότερα μείον που μπορούμε να επισημάνουμε.

- **Ευελιξία Τοπικής Αυτοδιοίκησης:**

Είναι σημαντική η δημιουργία μιας κοινής αναπτυξιακής πολιτικής ανάμεσα στο δημόσιο και στον ιδιωτικό τομέα, κάτι που δυστυχώς δεν συμβαίνει. Η τοπική αυτοδιοίκηση από την πλευρά της δεν έχει αντιληφθεί ότι οφείλει να υιοθετήσει μια πελατοκεντρική προσέγγιση, καθώς πελάτες της είναι οι τουρίστες και οι επιχειρηματίες. Βέβαια, οι τουρίστες δεν είναι ψηφοφόροι της, ούτε κάτοικοι της περιοχής της, όμως είναι αυτοί που κινούν την τοπική

οικονομία, της οποίας τα οφέλη απολαμβάνουν οι ψηφοφόροι της. Με έναν έμμεσο αλλά πολύ αποφασιστικό ρόλο οι επιθυμίες των τουριστών πρέπει να αποτελούν και πυρήνα γύρω από τον οποίο να δραστηριοποιείται. Φαινόμενα που απωθούν τους τουρίστες, όπως είναι η ελλιπής δημόσια καθαριότητα, η ελλιπής σήμανση, η χαμηλή αισθητική των κτιρίων και η ηχορύπανση θα πρέπει να αποτελέσουν τα πρώτα προς επίλυση προβλήματα στην λίστα της ημερήσιας διάταξης. Προς την αντιμετώπιση των επιχειρηματιών από την τοπική αυτοδιοίκηση έχουμε να επισημάνουμε ότι οι γραφειοκρατικές κωλυσιεργίες, όπως είναι οι αδειοδοτήσεις, οι έλεγχοι κλπ. και τα τεράστια δημοτικά τέλη καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ανεξάρτητα από τη πραγματική διάρκεια λειτουργίας μιας επιχείρησης, πλήττουν ανεπανόρθωτα την όποια προσπάθεια σύζευξης σχέσεων μεταξύ ιδιωτικού και δημόσιου φορέα. Η πρωτοβουλία, λοιπόν, πρέπει να έλθει από την πολιτεία, η οποία οφείλει για το καλό του τόπου να χτίσει μια σχέση εμπιστοσύνης και κοινού οράματος, υποκαθιστώντας τη σχέση αντιπαλότητας με σχέση κοινής ωφέλειας.

Επίλογος

Ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας με σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν και την απασχόληση. Το γεγονός αυτό υποδεικνύει το ρόλο που καλείται να διαδραματίσει στην αναπτυξιακή πορεία της οικονομίας και ιδιαίτερα στην υιοθέτηση ενός νέου παραγωγικού προτύπου το οποίο θα στηρίζεται σε μεγαλύτερο βαθμό, στην εξωστρέφεια.

Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, οι ήπιες κλιματολογικές συνθήκες και το φυσικό κάλλος της Ελλάδας έχουν ως αποτέλεσμα η χώρα να συγκαταλέγεται μεταξύ των σημαντικότερων τουριστικών προορισμών παγκοσμίως. Η περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να προσφέρει πολλαπλά οφέλη τα οποία διαχέονται σε ολόκληρη την οικονομία, στηρίζοντας τις παραγωγικές της δομές και την περιφερειακή ανάπτυξη ιδιαίτερα σε περιοχές της χώρας, όπως τις νησιωτικές, όπου οι αναπτυξιακές προοπτικές είναι μικρότερες²⁷.

Η παγκόσμια χρηματοοικονομική κρίση που εκδηλώθηκε το 2008 επηρέασε την ελληνική οικονομία και κατ' επέκταση το διαθέσιμο εισόδημα, με απόρροια αυτού του γεγονότος, τη μείωση των τουριστικών εισπράξεων και αφίξεων σε παγκόσμιο επίπεδο.

Σύμφωνα με την έρευνα που διεξήγαμε και την ανάλυση των δευτερογενών ποσοτικών στοιχείων από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, στα οποία βασιστήκαμε, διαπιστώσαμε τα εξής. Αρχικά, σε διεθνές επίπεδο παρατηρήσαμε πως οι διεθνείς αφίξεις των τουριστών αυξήθηκαν παγκοσμίως από 995 εκατ. που ήταν το 2011 σε 1.035 εκατ. το 2012 σημειώνοντας ανοδική μεταβολή ίση με 4%. Στην παγκόσμια κατάταξη βάσει Διεθνών τουριστικών αφίξεων το 2012, την πρώτη θέση κατείχε η Γαλλία, τη δεύτερη οι ΗΠΑ και την Τρίτη η Κίνα. Η Ελλάδα δεν κατόρθωσε να μπει στη δεκάδα καθώς κατείχε την 17^η θέση.

Ως προς τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις σημειώθηκε άνοδος από 1.042 δις ευρώ το 2011 σε 1.075 δις ευρώ το 2012 καταγράφοντας θετική μεταβολή ίση με 3,2%. Την πρώτη θέση στην παγκόσμια κατάταξη κατείχαν οι ΗΠΑ με 126,2 δις. ευρώ, τη δεύτερη η Ισπανία με 55,9 δις ευρώ και την τρίτη η Γαλλία με 50 δις ευρώ. Η Ελλάδα με βάση τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις βρισκόταν στην 23^η θέση σημειώνοντας μόλις 12,9 δις. ευρώ.

Ο αντίκτυπος της οικονομικής κρίσης είναι πλέον γεγονός, όπως αποδεικνύουν άλλωστε και τα μερίδια αγοράς που είχε η Ελλάδα. Σε ότι αφορά τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις το

²⁷

IOBE (2012)

μερίδιο αγοράς για το 2012 ήταν 2,9% και 1,5% σε Ευρώπη και στον Κόσμο, εμφανώς μειωμένα με τα αντίστοιχα του 2011 που ήταν 3,2% και 1,7%. Με βάσει τις τουριστικές εισπράξεις το ελληνικό μερίδιο μειώθηκε στην Ευρώπη από 3,15 που ήταν το 2011 σε 2,8% το 2012 ενώ σε παγκόσμιο επίπεδο η πτώση που καταγράφηκε ήταν από 1,4% σε 1,2%.

Σχετικά με το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας, οι διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία αυξήθηκαν από 67 εκατ. νύχτες που ήταν το 2010 σε 71 εκατ. νύχτες το 2012. Επιπλέον, θετική μεταβολή σημειώθηκε και στον αριθμό των δωματίων η οποία παρουσίασε αύξηση 0,235 από το 2011 στο 2012 ενώ η αντίστοιχη μεταβολή στις κλίνες ήταν 0,78% από το 2011 στο 2012.

Η δυναμική και η συνεισφορά του τουριστικού τομέα στην εγχώρια αγορά, αλλά και η αλληλεπίδραση με τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας, καθιστούν αναγκαία την υιοθέτηση κατάλληλων στρατηγικών και μέτρων για την προώθηση του τουρισμού. Για το σκοπό αυτό, θα πρέπει να δοθεί έμφαση σε ανεκμετάλλευτους μέχρι σήμερα πόρους-δραστηριότητες που θα ενισχύσουν την τουριστική ζήτηση, όπως επίσης και στην ανάδειξη από την πλευρά των επιχειρήσεων του τουρισμού της σχέσης τιμής και ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Είναι επομένως απαραίτητη, η αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες θα λειτουργήσουν συμπληρωματικά του υφιστάμενου προτύπου γύρω από τον ήλιο και τη θάλασσα, που αποτελεί τον πυλώνα ανάπτυξης του εγχώριου τουριστικού προϊόντος. Σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον, όπως διαμορφώνεται από τις χώρες της Μεσογείου, αλλά και από νέους αναδύμενους προορισμούς, μορφές τουρισμού, όπως ο τουρισμός πόλεων (στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη), ο συνεδριακός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας, σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της κρουαζιέρας μπορούν να βοηθήσουν ουσιαστικά προς την κατεύθυνση αυτή.

Εν κατακλείδι, από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε, παρατηρήθηκε πως η παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008 επηρέασε όπως ήταν αναμενόμενο τον τουριστικό τομέα, καθώς η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών μειώθηκε σημαντικά. Απόρροια αυτού του γεγονότος ήταν να θεωρούνται και πάλι οι διακοπές και το ταξίδι γενικότερα σαν είδος πολυτελείας. Αυτό συμβαίνει κυρίως στα μεσαία στρώματα τα οποία επλήγησαν περισσότερο από την κρίση.

Ωστόσο, η δυναμική του τουριστικού τομέα και η έντονη αλληλεπίδρασή του με άλλους κλάδους της οικονομίας δραστηριοποίησε τα ταξιδιωτικά πρακτορεία προσφέροντας πακέτα διακοπών σε χαμηλές τιμές ενώ χαρακτηριστικό είναι πως και τα ξενοδοχειακά καταλύματα

στην προσπάθειά τους να προσαρμοστούν στην κρίση παρέχουν ικανοποιητικές υπηρεσίες σε προσιτές τιμές ώστε να μπορούν όλα τα κοινωνικά στρώματα να πραγματοποιήσουν έστω και ολιγοήμερες διακοπές.

Στη σημερινή εποχή, οι στάσεις και ο τρόπος ζωής των ατόμων έχει αλλάξει σημαντικά. Μέσα σε αυτό το νέο πλαίσιο έχουν προστεθεί επιπρόσθετες ανάγκες και απαιτήσεις των ατόμων στον τομέα του τουρισμού. Έτσι λοιπόν, τα τελευταία χρόνια, παρατηρούμε μία ροπή προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο συνεδριακός κ.ά. με αποτέλεσμα να κρίνεται πλέον αναγκαία η περαιτέρω επένδυση του τουριστικού τομέα σε αυτές τις μορφές. Με αυτόν τον τρόπο θα μπορέσει να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού τομέα και κυρίως στην Ελλάδα, ενώ συγχρόνως θα δοθεί η δυνατότητα και η ευκαιρία να ανταπεξέλθει στις επιπτώσεις της κρίσης και να σημειώσει και πάλι ανοδική πορεία. Βεβαίως ας μην ξεχνάμε, πως μέσα σε όλα τα μέτρα και τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν απαραίτητο και ίσως καταλυτικό ρόλο διαδραματίζει και η διαφήμιση και το μείγμα μάρκετινγκ που εφαρμόζεται για την προώθηση του τουριστικού τομέα.

Είναι επομένως ιδιαίτερα σημαντική η αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες θα λειτουργήσουν συμπληρωματικά του υφιστάμενου προτύπου γύρω από τον ήλιο και τη θάλασσα, που αποτελεί τον πυλώνα ανάπτυξης του εγχώριου τουριστικού προϊόντος. Σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον, όπως διαμορφώνεται από τις χώρες της Μεσογείου, αλλά και από νέους αναδυόμενους προορισμούς, μορφές τουρισμού, όπως ο τουρισμός πόλεων, ο συνεδριακός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας, σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της κρουαζιέρας μπορούν να βοηθήσουν ουσιαστικά προς την κατεύθυνση αυτή.

Βιβλιογραφία

1. Βαρβαρέσος, Σ., (2004), *Τουρισμός - Οικονομικές προσεγγίσεις*. Εκδόσεις: Προπομπός.
2. Γκίκας Α., Χαρδούβελης, (2006), *Ο ελληνικός τουρισμός στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού*, Eurobank Οικονομία & Αγορές. Τεύχος 8.
3. Ζαχαράτος – Π. Τσάρτας, (2003), *Πολιτική και Κοινωνιολογία της Τουριστικής Ανάπτυξης*», Τόμος Γ', Εκδόσεις Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
4. Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας Π., (1999), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Αθήνα: Εκδόσεις: Interbooks
5. Ηγουμενάκης Ν. (2000), *Προποθέσεις για την χάραξη και την εφαρμογή μιας ρεαλιστικής πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης*, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
6. Ηγουμενάκης, Γ., Ν., Κραβαρίτης, Κ., Ν., (2004), *Τουρισμός, βασικές έννοιες*, 2η έκδοση, Εκδόσεις Προπομπός.
7. Καλτσιδόπουλος, Γ.Δ. (2005), *Τουρισμός: Θεωρητική προσέγγιση*, Ελλήν, Αθήνα
8. Κατσιώνης Χ, Μάδαρος Θ., (2001), *Τουριστικά γραφεία και tour operators*
9. Κρούγκμαν Π. (2009), *Η κρίση του 2008*, ΕΚΔ. Καστανιώτη, Αθήνα
10. Λαγός, Δ., (2005), *Τουριστική Οικονομική*, Εκδόσεις: ΚΡΙΤΙΚΗ.
11. Πανταζίδης, Σ., *Ο Διεθνής τουρισμός στο Ελληνικό ισοζύγιο εξωτερικών συναλλαγών*, «ΣΠΟΥΔΑΙ», Τόμος 47, Τεύχος 3ο-4ο, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
12. Π. Τσάρτας, (2008), *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Εκδόσεις Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
13. Σαρδελής, Παπαντωνίου, (2013), *Κρίση και προοπτικές ανάκαμψης, ανακεφαλαιοποίηση τραπεζών και χρηματοδότηση της οικονομίας*, ΕΒΕΑ
14. ΣΕΤΕ, (1998). *Ο τουριστικός τομέας και τα κοινοτικά πλαίσια στήριξης*, Αθήνα.
15. Σωτηριάδης Μ., Φαρσάρη Ι., (2009), *Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού*, εκδόσεις interbooks
16. Υπουργείο Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας & Ναυτιλίας, (2007), *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα 2007- 2013*.
17. Eurobank EFG, (2008), *Το Διαδίκτυο και ο Ξενοδοχειακός Κλάδος στην Ελλάδα*, Eurobank Research – Οικονομία και Αγορές. Τόμος ΙΙΙ(1), σελ. 1-34.

Ξενογλώσση

- 1) Buhalis, D., (2000), *Marketing the Competitive destination of the future, Tourism Management*. 21. pp.97 - 116.
- 2) Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S., (1997), *Tourism: Principles and Practice* (4th ed.), Essex: Longman.
- 3) Cooper C., Shepherd R. & Westlake J., (1994), *Tourism and hospitality education*, Guildford University of Surrey
- 4) Morrison A., Lynch P., Johns N., (2004), *International tourism networks, International tourism of Contemporary hospitality Management*, Emerald Group Publishing Limited

Πηγές Διαδικτύου

1. <http://www.sete.gr>
2. <http://www.gnto.gov.gr>
3. <http://www.alternativegreece.gr>
4. <http://www.mintour.gov.gr/el/Education/>
5. www.yen.gr
6. www.traveldailynews.gr
7. <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE>
8. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>
9. <http://www.enet.gr>.
10. www.iobe.gr
11. www.uehr.panteion.gr
12. <http://www.capital.gr>
13. www.kathimerini.gr
14. www.investingreece.gov.gr
15. <http://www.helexpo.gr/>