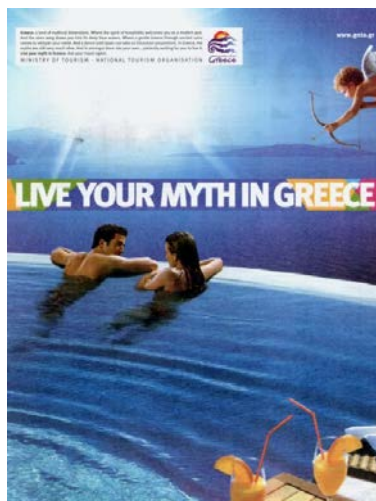


ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

**ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ – ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΑΥΤΟ**



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:

ΤΣΙΩΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ

ΤΣΙΩΝΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:

ΧΑΤΖΗΠΑΝΤΕΛΙΔΟΥ ΜΑΡΙΑ

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2013

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή

Τόπος, Ημερομηνία

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

2. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

3. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

Ο Προϊστάμενος του Τμήματος

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ολοκληρώνοντας την πτυχιακή μας εργασία θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους γονείς μας που μας συμπαραστάθηκαν όλα αυτά τα χρόνια σπουδών μας τόσο ηθικά όσο και οικονομικά.

Επίσης θέλουμε να ευχαριστήσουμε θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτριά μας κ. Χατζηπαντελίδου Μαρία για την υποστήριξή της και για την ευκαιρία που μας έδωσε να ασχοληθούμε με τον τουρισμό της Ελλάδας.

Τέλος, ευχαριστούμε πάρα πολύ όλους τους υπευθύνους των τουριστικών επιχειρήσεων οι οποίοι συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο που τους δόθηκε χωρίς να μας δυσκολέψουν και χάρη των οποίων περατώθηκε η έρευνά μας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	iii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	3
1.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	3
1.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ	5
1.3. Η ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	7
1.4. Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΡΙΣΕΙΣ.....	11
2.1. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ	11
2.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ, ΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΜΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	14
2.3. ΣΧΕΔΙΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΩΝ	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	20
3.1. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	20
3.1.1. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΠΡΟ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ.....	23
3.2. ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	30
3.2.1. ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ.....	32
3.2.2. ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ.....	34
3.2.3. ΑΚΤΟΠΛΟΪΑ –ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ	38
3.2.4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ.....	42
3.3. Η ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	46
3.4. ΚΛΑΔΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	52
3.5. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ... 54	
3.6. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	61
3.7. ΦΟΡΕΙΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	72
4.1. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	72
4.2. Η ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	76

4.3. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	81
4.4. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ.....	85
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο : ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	86
5.1. ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ.....	86
5.2. Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ	88
5.3. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	92
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο : Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΗΜΕΡΑ	97
6.1. ΕΡΕΥΝΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΥΓΚΥΡΙΑΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (ΠΛΗΝ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ) ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ- ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2011.....	97
6.2. ΚΥΡΙΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΥΓΚΥΡΙΑΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	101
6.3. ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	109
6.3.1. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ, ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	110
6.3.2. ΚΥΡΙΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΜΑΣ ΕΡΕΥΝΑ .	127
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	1300
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	136
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄	138

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Έτη με μείωση αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο: ποσοστά σε αύξουσα τάξη μεγέθους.....**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 2: Διάρκεια τουριστικών κρίσεων.....**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 3: Σχέδιο διαχείρισης τουριστικών κρίσεων και καταστροφών **Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 4: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 1980-1999**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 5: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 2000-2007**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 6: Αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 2007-2008. **Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 7: Αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 2007-2008.. **Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 8: Αεροπορικές Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών σε Επιλεγμένα Αεροδρόμια της Χώρας χρονικής περιόδου 2008-2011**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 9: Ξενοδοχειακό δυναμικό χρονικής περιόδου 1996-2011 **Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 10: Κάμπινγκ Ελλάδας χρονικής περιόδου 2010-2011**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 11: Η συμβολή του τουρισμού σε ΑΕΠ, απασχόληση, εμπορικό ισοζύγιο**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 12: Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού έτους 2011 .**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 13: Εξέλιξη πληθυσμού σε επιλεγμένους τουριστικούς νομούς..... **Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 14: Σύνθετος Δείκτης Ευημερίας και Ανάπτυξης (ΣΔΕΑ) σε επίπεδο νομού**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 15: Συγκέντρωση τουριστικής προσφοράς χρονικής περιόδου 2000 και 2009 80

Πίνακας 16: Κλίνες και απασχολούμενοι στα ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα στην Ελλάδα, χρονικής περιόδου 2006-2011**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 17: Προβλέψεις Αλλοδαπών Τουριστικών Αφίξεων ...**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 18: Είδος επιχείρησης.....**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 19: Πόσων αστέρων είναι το ξενοδοχείο σας**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 20: Ποιους μήνες έχετε τη μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών **Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 21: Οι τουρίστες είναι στην πλειοψηφία τους ξένοι ή Έλληνες; **Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 22: Εθνικότητα των ξένων τουριστών.....**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 23: Η Ελλάδα είναι φθηνός τουριστικός προορισμός σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες;.....**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 24: Για πόσες ημέρες σας κάνουν κράτηση οι τουρίστες; .**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 25: Χρησιμοποιείται μεθόδους για να επιμηκύνεται τη διανομή των πελατών σας;**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 26: Η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στην Ελλάδα; **Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 27: Φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του ελληνικού τουρισμού;**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 28: Αιτίες που συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρας μας**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 29: Πώς σας έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 30: Πόσο μειώθηκε ο τζίρος σας σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 31: Κατά πόσο μειώθηκαν οι τουρίστες σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά**Error! Bookmark not defined.**

Πίνακας 32: Πώς βλέπεται το μέλλον του τουρισμού στην χώρα μας **Error! Bookmark not defined.**

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1:Οι βασικές κατηγορίες τουρισμού	9
Διάγραμμα 2: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 1951-2008	23
Διάγραμμα 3: Αφίξεις αλλοδαπών κατά υπηκοότητα περιόδου 2006-2007	27
Διάγραμμα 4: Διάγραμμα επενδύσεων.....	31

Διάγραμμα 5: Αριθμός ελληνικών αερολιμένων σε λειτουργία χρονικής περιόδου 1978-2008.....	35
Διάγραμμα 6: Εξέλιξη επιβατικής κίνησης στους ελληνικούς αερολιμένες χρονικής περιόδου 1978-2008.....	36
Διάγραμμα 7: Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	54
Διάγραμμα 8: Μεταβολή αφίξεων, εσόδων και ΜΚΔ (%), Ελλάδας και ανταγωνιστές, χρονικής περιόδου 2000-2009	77
Διάγραμμα 9: Παγκόσμια κατάταξη βάση αφίξεων (σε εκατ.) 2000 και 2009.....	78
Διάγραμμα 10: Παγκόσμια κατάταξη βάση τουριστικών εισπράξεων, 2000 και 2009	78
Διάγραμμα 11: Εξέλιξη αφίξεων και ξενοδοχειακών κλινών ανά έτος, 2000-2009..	80
Διάγραμμα 12: Εποχικότητα τουριστικής ζήτησης Ελλάδας και Μ.Ο. ανταγωνιστών χρονικής περιόδου 2000 – 2009.....	81
Διάγραμμα 13: Αλλοδαπές Τουριστικές Αφίξεις στην Ελλάδα	94
Διάγραμμα 14: : Εκτιμήσεις των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων για την δραστηριότητά τους το τελευταίο τρίμηνο σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό.....	100
Διάγραμμα 15: Εκτιμήσεις τουριστικών επιχειρήσεων για τη δραστηριότητά τους το τελευταίο τρίμηνο σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό.....	101
Διάγραμμα 16: Εκτιμάται ότι η κατάσταση της επιχείρησής σας κατά το τελευταίο τρίμηνο σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό χρονικό διάστημα.....	102
Διάγραμμα 17: Πώς αξιολογείτε την εξέλιξη της ζήτησης συνολικά στην επιχείρησή σας το τελευταίο τρίμηνο σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό.....	103
Διάγραμμα 18: Πώς αξιολογείτε την εξέλιξη του κύκλου εργασιών στην επιχείρησή σας το τελευταίο τρίμηνο σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό.....	104
Διάγραμμα 19: Πώς εξελίχθηκε τον Οκτώβριο του 2011 η ροή των κρατήσεων στην επιχείρησή σας σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό χρονικό διάστημα.....	105
Διάγραμμα 20: Αυτό το μήνα (Οκτώβριο) πώς εξελίχθηκε η διάρθρωση της πελατείας σας	106
Διάγραμμα 21: Πώς προβλέπεται την εξέλιξη της ζήτησης στην επιχείρησή σας το προσεχές τρίμηνο σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό	107
Διάγραμμα 22: Πώς προβλέπετε την εξέλιξη των τιμών των υπηρεσιών σας το προσεχές τρίμηνο στην επιχείρησή σας σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό	108
Διάγραμμα 23: Είδος επιχείρησης.....	111
Διάγραμμα 24: Πόσων αστέρων είναι το ξενοδοχείο σας.....	112

Διάγραμμα 25: Ποιους μήνες έχετε τη μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών.....	113
Διάγραμμα 26: Οι τουρίστες είναι στην πλειοψηφία τους ξένοι ή Έλληνες;.....	114
Διάγραμμα 27: Εθνικότητα των ξένων τουριστών	115
Διάγραμμα 28: Η Ελλάδα είναι φθηνός τουριστικός προορισμός σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες;.....	116
Διάγραμμα 29: Για πόσες ημέρες σας κάνουν κράτηση οι τουρίστες;	117
Διάγραμμα 30: Χρησιμοποιείται μεθόδους για να επιμηκύνεται τη διανομή των πελατών σας;.....	118
Διάγραμμα 31: Η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στην Ελλάδα;.....	119
Διάγραμμα 32: Φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του ελληνικού τουρισμού;	120
Διάγραμμα 33: Αιτίες που συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρας μας	122
Διάγραμμα 34: Πώς σας έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση	123
Διάγραμμα 35: Πόσο μειώθηκε ο τζίρος σας σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά	124
Διάγραμμα 36: Κατά πόσο μειώθηκαν οι τουρίστες σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά	125
Διάγραμμα 37: Πώς βλέπεται το μέλλον του τουρισμού στην χώρα μας	126

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1: Ταξινόμηση τουριστικών κρίσεων και καταστροφών.....	12
Σχήμα 2: Διαρθρωτική δομή της τουριστικής βιομηχανίας	50
Σχήμα 3: Βασικές έννοιες των στατιστικών του τουρισμού	72

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί για την ελληνική οικονομία έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης και εισροής εσόδων. Η συνεισφορά του στο ΑΕΠ της χώρας μας είναι μεγάλη. Έτσι μπορεί να καταστεί η κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Η πτυχιακή αυτή εργασία έχει ως σκοπό να διερευνήσει το κατά πόσο η παρούσα οικονομική κρίση που μαστίζει την Ελλάδα έχει επηρεάσει τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα. Για να επιτευχθεί αυτός ο σκοπός η εργασία χωρίστηκε σε έξι κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο δίνονται εισαγωγικά στοιχεία για τον τουρισμό, για την εξέλιξη του μέσα στο χρόνο καθώς και για την περιφερειακή του διάσταση ως οικονομική δραστηριότητα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρονται οι τουριστικές κρίσεις και πώς αυτές αντιμετωπίζονται.

Στο τρίτο κεφάλαιο μελετάται ο ελληνικός τουρισμός και συγκεκριμένα η πορεία του στην Ελλάδα. Επίσης διερευνάται εάν αυτός είναι ανταγωνιστικός και παρατίθεται η τουριστική βιομηχανία όπως υπάρχει σήμερα και η λειτουργική διάρθρωσή της, οι κλάδοι της τουριστικής δραστηριότητας, τα είδη του τουρισμού στην Ελλάδα, η ανάπτυξη του Ελληνικού τουρισμού και οι φορείς στήριξής του.

Στο τέταρτο κεφάλαιο μελετούνται τα βασικά στοιχεία του Ελληνικού τουρισμού. Παρατίθενται τα στατιστικά στοιχεία και η ανταγωνιστικότητα του. Επίσης, δίνονται στοιχεία για την απασχόληση και τις θέσεις εργασίας στον κλάδο του τουρισμού.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναφέρονται οι παγκόσμιες και ευρωπαϊκές τάσεις του τουρισμού και μελετώνται οι επιδράσεις που έχει η οικονομική κρίση στον τουρισμό. Τέλος παραθέτονται οι προβλέψεις που υπάρχουν για την εξέλιξη των τουριστικών τάσεων στην Ελλάδα.

Στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο παραθέτουμε αρχικά την έρευνα του Συνδέσμου ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων και του ιδρύματος οικονομικών και βιομηχανικών ερευνών για τη χρονική περίοδο Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου 2011. Επειδή όμως θέλαμε να αποτυπώσουμε τη σημερινή εικόνα των επιπτώσεων στις επιχειρήσεις του τουρισμού πραγματοποιήσαμε μια προσωπική μας έρευνα η οποία και διεξήχθη τη χρονική περίοδο 17

Ιουνίου μέχρι 8 Ιουλίου του 2012. Απευθυνθήκαμε λοιπόν σε 50 επιχειρήσεις, ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και camping των περιοχών Πρεβέζης, Ηγουμενίτσας, Ιωαννίνων, Λευκάδος και Αθήνας πιστεύοντας ότι καλύπτουμε τόσο τη νησιωτική όσο και την ηπειρωτική Ελλάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα του ανθρώπου που πηγάζει από τις φυσικές του ανάγκες και τις ανάγκες γνωριμίας του περιβάλλοντος, της ιστορίας και του πολιτισμού του. Ο τουρισμός εξελίχθηκε σε οικονομική δραστηριότητα, επειδή προσφέρει τις υπηρεσίες που ο καταναλωτής απαιτεί. Ειδικότερα τα τελευταία τριάντα χρόνια η δραστηριότητα αυτή προσλαμβάνει όλο και μεγαλύτερη έκταση στον ευρωπαϊκό χώρο.

Σαν οικονομική δραστηριότητα, ο τουρισμός εξαρτάται όλο και περισσότερο από τις διάφορες πολιτικές και καθιστά αναγκαία την προσαρμογή των πολιτικών για την ανάπτυξή του.

Είναι όμως φυσικό μια τάση που είχε σαν αφετηρία μια φυσική ανάγκη και εξελίχθηκε σε οικονομική δραστηριότητα σταδιακά και με πειραματικές πρωτοβουλίες οι οποίες περιείχαν κινδύνους, να αποτελεί σήμερα σε ευρωπαϊκό επίπεδο αντικείμενο έντονων αντιδικιών και κριτικής εξαιτίας του ανύπαρκτου σχεδιασμού και συντονισμού των διαφόρων πολιτικών.

Ο τουρισμός ενισχύεται ακόμη περισσότερο και εδραιώνεται με την κατοχύρωση των «θεμελιωδών» κοινωνικών δικαιωμάτων»: κατάκτηση του δικαιώματος για διακοπές, καθορισμένες ώρες εργασίας ελεύθερα σαββατοκύριακα κ.λπ. Έτσι τελικά η ανάγκη αυτή προγραμματίζεται και υλοποιείται από τον οργανωμένο τομέα ο οποίος συνιστά ή διατηρεί ανάλογες υπηρεσίες μέσω των οποίων καλύπτει αυτή την ανθρώπινη δραστηριότητα.

Ο θεσμός του τουρισμού δίνει την δυνατότητα στους λαούς να αλληλογνωρισθούν πολιτιστικά, κοινωνικά, γεωγραφικά, κλιματολογικά, ιστορικά, ανθρώπινα. Έτσι στην ενωμένη Ευρώπη, η δραστηριότητα αυτή έχει πρωταρχική σημασία για την αμοιβαία κατανόηση και την αλληλεγγύη που πρέπει να μας χαρακτηρίζει.

Αναλύοντας την προσφορά του τουρισμού και έχοντας υπόψη την οικονομικογεωγραφική κατάσταση της Ενωμένης Ευρώπης, διαπιστώνουμε ότι οι πληθυσμοί των οικονομικά αναπτυγμένων περιοχών, έχουν μεγαλύτερη ποσοστιαία συμμετοχή ως καταναλωτές στη δραστηριότητα αυτή. Οι περιοχές όπου επιλέγουν να παραμείνουν βρίσκονται στη χώρα τους ή σε άλλο μέρος της Κοινότητας ή εκτός αυτής: η παραμονή τους για στατιστικούς λόγους πρέπει να υπερβαίνει τις 24 ώρες.

Ο τουρισμός αποτελεί ένα διεθνές, σύνθετο και πολύπλευρο φαινόμενο, το οποίο προσλαμβάνει μαζικές διαστάσεις κατά το δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα. Όσον αφορά στην Ελλάδα αποτέλεσε από τους προηγούμενους αιώνες, αν όχι από την αρχαιότητα, δημοφιλή τόπο προορισμού περιηγήσεων και ταξιδιών. Εδώ ο τουρισμός αλλοδαπών ως συγκροτημένο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο εμφανίζεται από τη δεκαετία του είκοσι και μετά. Τα μεγέθη, μάλιστα που παρουσίασε ήταν ήδη αξιόλογα ώστε από τότε αποτέλεσε αντικείμενο κρατικής μέριμνας. Η επιταχυνόμενη αύξηση της τουριστικής κίνησης και ο μαζικός χαρακτήρας του φαινομένου διαμορφώνονται στην Ελλάδα κατά τη πρώτη μεταπολιτική περίοδο. Σήμερα μάλιστα ο τουρισμός αναγνωρίζεται ότι αποτελεί μία προσοδοφόρα και ανταγωνιστική δραστηριότητα, η οποία όμως εντάσσεται σε ένα σύνθετο πλέγμα εθνικών και διεθνών παραγόντων, ιδιαίτερα ευαίσθητων στη διεθνή οικονομική και πολιτική συγκυρία.

Οι γενικές τάσεις του ελληνικού τουρισμού είναι μακροχρόνια αυξητικές, ώστε σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού να κατατάσσεται η Ελλάδα, με 12,5 εκατομμύρια τουριστών για το 2009, στην 15^η θέση στον κόσμο και στην 10^η θέση μεταξύ των ευρωπαϊκών προορισμών.

Αυτές οι γενικές τάσεις δεν αναιρούν ωστόσο ορισμένα φαινόμενα αστάθειας, άνισης κατανομής στο χώρο και στο χρόνο με αποτέλεσμα τον κορεσμό και τις πιέσεις στο κοινωνικό, οικιστικό και φυσικό περιβάλλον ορισμένων περιοχών της χώρας. Είναι άλλωστε επανειλημμένες οι επισημάνσεις των επιχειρηματιών του ελληνικού τουρισμού για τα προβλήματα υποβάθμισης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, καθώς και για τα ελλείμματα της γενικής και ειδικής τουριστικής υποδομής.

1.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Ο τουρισμός, παρόλο που στηρίχτηκε από την αρχαιότητα έως σήμερα στον ελεύθερο χρόνο και τη μετακίνηση, εντούτοις παρουσίασε διαχρονικά μια μορφολογική εξέλιξη και μια διευρυνόμενη χωρικά διάρθρωση¹.

Στην αρχαία Ελλάδα και στην αρχαία Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος απεικόνιζε την προέλευση και την τάξη των πολιτών που ήταν ελεύθεροι και οικονομικά εύποροι, απαλλαγμένοι από κάθε εξαναγκαστική απασχόληση. Ωστόσο, ήταν υποχρεωμένοι να ασχολούνται με τα κοινωνικά, ηθικά και πολιτικά αιτήματα που δημιουργούσε η εύρυθμη λειτουργία της πολιτείας. Η εργασία αντίκειται στο πνεύμα της πολιτείας και του πολιτεύματος και εμφανιζόταν ως συναφής με τον απολιτικό χαρακτήρα που έδιναν στον πληβείο. Ο ελεύθερος χρόνος συνδεόταν ουσιαστικά με τις ευγενείς απασχολήσεις και ήταν απόρροια μιας πολιτικής σκέψης που όχι μόνο περιέγραφε, αλλά και οριοθετούσε το τι είναι ελευθερία και τι όχι. Όσοι διέθεταν ελεύθερο χρόνο, δηλαδή αυτοί που ανήκαν στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα, είχαν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε διάφορων τύπων ταξιδιωτικές μετακινήσεις. Μπορούμε να αναφέρουμε, για παράδειγμα, τις διεθνείς ταξιδιωτικές μετακινήσεις για λόγους αναψυχής των αρχαίων Ελλήνων και Ρωμαίων στην Αίγυπτο, καθώς και τις εσωτερικές μετακινήσεις για να παρευρεθούν σε αθλητικούς αγώνες, θεατρικές παραστάσεις, εορτές κ.λπ. Την περίοδο αυτή, η φιλοξενία έχει την ισχύ νόμου. Ο Ηρόδοτος (480-421 π.Χ.) περιγράφει στις περιηγήσεις του γεωγραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά των τόπων που επισκέπτεται και μπορεί να χαρακτηριστεί σύμφωνα με την τουριστική τυπολογία που διαμορφώνεται το 19^ο αιώνα ως «μοντέλο τουρίστα». Αυτή την περίοδο εμφανίζονται τα πρώτα κρατικά πανδοχεία, που παρείχαν δωρεάν τις υπηρεσίες τους στους ταξιδιώτες, καθώς και τα πρώτα πανδοχεία κερδοσκοπικής μορφής. Αρχικά βρίσκονται αυτόνομα κατά μήκος των μεγάλων οδικών αξόνων, ενώ προς το τέλος της αρχαιότητας εμφανίζονται οι πρώτες τάσεις εμπορικοποίησης των ταξιδιωτικών μετακινήσεων.

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, δύο μορφές τουρισμού επικρατούν κατεξοχήν:

- 1) Ο πανεπιστημιακός τουρισμός: Αυτός εμφανίζεται ιδιαίτερα αναπτυγμένος γύρω από τα πανεπιστημιακά κέντρα της Ευρώπης, όπως το Παρίσι, το Μονπελιέ, την Οξφόρδη, το Κέμπριτζ κ.λπ.

¹ Βαρβαρέσος Σ., (2000), «Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές», Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός, σελ. 16-19.

- 2) Ο τουρισμός των μεγάλων θρησκευτικών γεγονότων και εορτών: Στα τέλη του Μεσαίωνα, η ελβετική και γερμανική ξενοδοχεία έχει αποκτήσει μεγάλη φήμη, χάρη προσφερόμενων υπηρεσιών, ενώ στη Γαλλία η γαστρονομία συμβάλλει στην περαιτέρω εξειδίκευση του ξενοδοχειακού προϊόντος συνδέοντας κατ' αυτόν τον τρόπο την παραμονή με την ψυχαγωγία.

Κατά τη διάρκεια της Αναγέννησης, ο τουρισμός εμπλουτίζεται με νέα κίνητρα. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν με κύριο σκοπό την ευχαρίστηση, καθώς και από «διανοουμενίστικη περιέργεια». Στα πλαίσια των εκπαιδευτικών μετακινήσεων των Άγγλων ευγενών, δημιουργούνται στη Γαλλία δύο ειδών περιηγήσεις: η «μικρή περιήγηση» (petit tour), που περιλάμβανε το Παρίσι και τη νοτιοδυτική Γαλλία, και η «μακρά περιήγηση» (grand tour), που, εκτός των παραπάνω, συμπεριλάμβανε τη Βουργουνδία, την νότια και τη νοτιοανατολική Γαλλία.

Το 1800 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά η λέξη tourist, για να χαρακτηρίσει τα άτομα που συμμετείχαν στη μακρά περιήγηση (grand tour). Το 1811 πρωτοεμφανίζεται η λέξη tourism, για να δηλώσει κατά επεξηγηματικό τρόπο την πρακτική του να ταξιδεύει κανείς από ευχαρίστηση.

Μεταξύ 1840 και 1860, τα χαρακτηριστικά του τουρισμού και η κινητικότητα των τουριστών μεταβάλλονται με την ανακάλυψη και την εξάπλωση του σιδηροδρόμου, που υπήρξε και το πρώτο μέσο μαζικής μεταφοράς.

Το 1839 εκδίδονται οι πρώτοι τουριστικοί οδηγοί του «Beadec- ker», οι οποίοι αναφέρονται σ' όλα εκείνα τα στοιχεία που αφορούν την πραγματοποίηση «ενός ταξιδιού στο Ρήνο».

Την ίδια σχεδόν περίοδο, ο J. Murray εκδίδει στην Αγγλία ένα «εγχειρίδιο για ταξιδιώτες στην Ελβετία».

Βασικά, σ' ένα χρονικό διάστημα μικρότερο από μισό αιώνα, ολόκληρη η Ευρώπη διακατέχεται από τον πυρετό της εξάπλωσης των σιδηροδρομικών δικτύων και τον πολλαπλασιασμό των τουριστικών οδηγών.

Το 1841 στην Αγγλία, ο Thomas Cook οργανώνει το πρώτο ταξίδι με οδηγούς, ενώ το 1845 δημιουργεί στο Αέισεστερ το γραφείο ταξιδιών «Thomas Cook & Son», που στη συνέχεια θα ιδρύσει υποκαταστήματα σε 68 χώρες του κόσμου.

Παράλληλα, στα τέλη του αιώνα, παρατηρείται μια χωρίς προηγούμενο ανάπτυξη των ξενοδοχείων πολυτελείας Grand Hotel της Ρώμης το 1893, Ritz του Παρισιού το 1898, Carlton του Λονδίνου το 1898 κ.λπ.

Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, το τουριστικό φαινόμενο μεταβάλλεται. Σ' αυτό συμβάλλουν οι ακόλουθοι λόγοι:

- Η οικονομική συγκυρία της περιόδου 1905 – 1914.
- Ο Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος (1914-18), όπου οι αριστοκράτες και οι μονάρχες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης ουσιαστικά εξαφανίζονται.
- Οι πληθωριστικές τάσεις, που αφανίζουν ολοκληρωτικά τους εισοδηματίες (rentiers), που αποτελούσαν την touristy society του 19^{ου} αιώνα.
- Η οικονομική κρίση του 1929, η οποία καταστρέφει ουσιαστικά τον αριστοκρατικό τουρισμό του 19^{ου} αιώνα.

Ο 19^{ος} αιώνας αποτελεί τη χρονική περίοδο – σταθμό για τη μεταγενέστερη εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου. Οι θεσμικές, οικονομικές, κοινωνικές και τεχνολογικές ανακατατάξεις που επιτελούνται στα πλαίσια της βιομηχανικής επανάστασης προσδιορίζουν όχι μόνο τη μελλοντική μορφολογία του τουρισμού, αλλά συμβάλλουν επίσης στην εμφάνιση των πρώτων τάσεων της μαζικοποίησης και της εμπορικοποίησής του.

1.3. Η ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός μπορεί να ταξινομηθεί σε πολλές κατηγορίες και με πολλά και διαφορετικά κίνητρα. Ωστόσο ο Δημήτριος Λαγός² διακρίνει τον τουρισμό σε:

- 1) Εγχώριο τουρισμό (domestic tourism): είναι ο τουρισμός των κατοίκων μίας χώρας όταν ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής (πχ. ένας Αθηναίος πηγαίνει στην Τρίπολη).

² Λαγός Δ., (2005), «Τουριστική Οικονομική», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική, σελ. 42-43.

- 2) Εξερχόμενο τουρισμό (outbound tourism): αφορά στους μόνιμους κατοίκους μίας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα (πχ. ένας Έλληνας που ταξιδεύει στη Γαλλία).
- 3) Εισερχόμενο τουρισμό (inbound tourism): ο τουρισμός των αλλοδαπών οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα (πχ. ένας Γάλλος που ταξιδεύει στην Ελλάδα).
- 4) Διεθνή τουρισμό (international tourism): το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού.
- 5) Εσωτερικό τουρισμό (internal tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού.
- 6) Εθνικό τουρισμό: (national tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού.

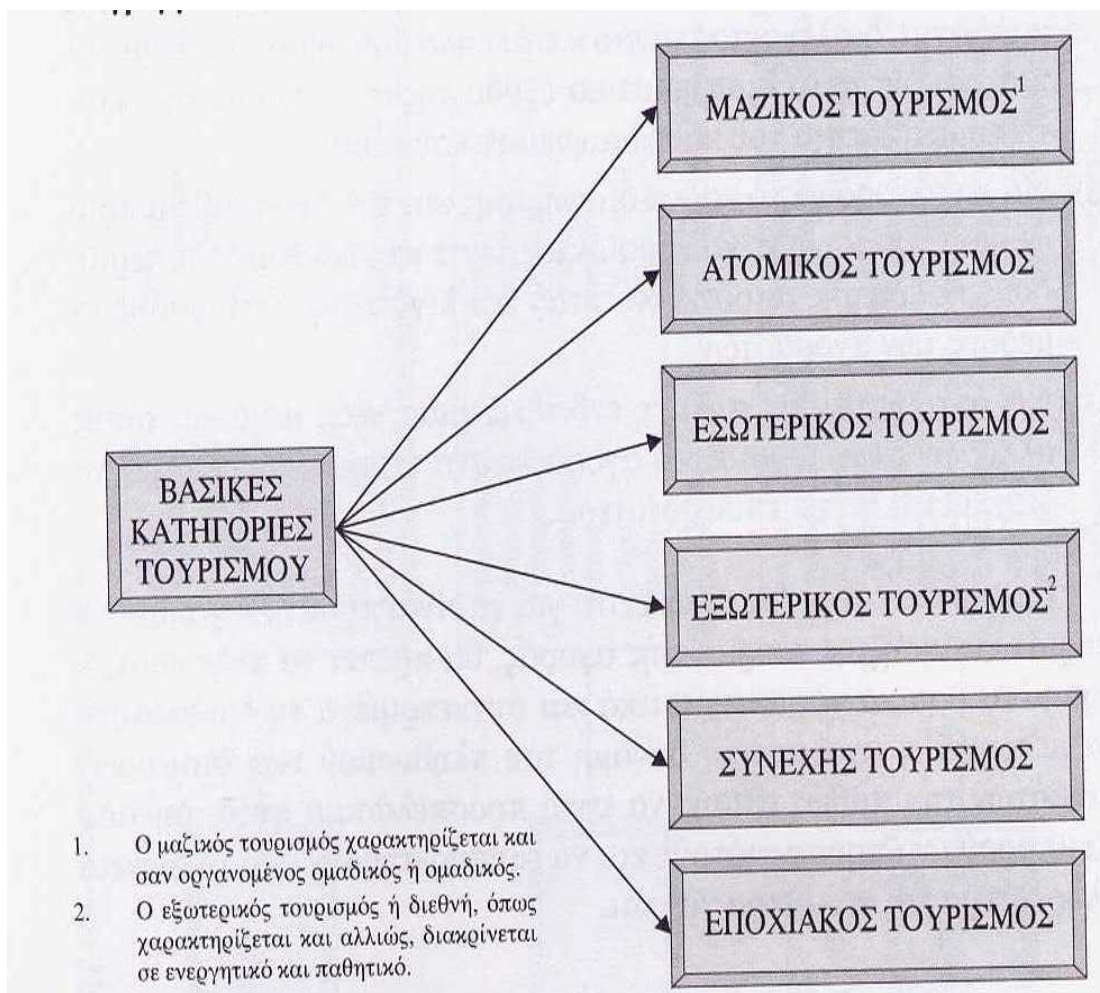
Ωστόσο, η τυποποίηση και η διάκριση του τουρισμού εξαρτάται, κατά κύριο λόγο, από τους παράγοντες που προσδιορίζουν το φαινόμενο. Έτσι σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη Νίκο³, διακρίνεται στις εξής έξι βασικές κατηγορίες, όπως βλέπουμε και από το διάγραμμα 1.

- 1) Μαζικός τουρισμός: χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας, πλην όμως σε καμία περίπτωση δεν συνδέεται αποκλειστικά με τον τουρισμό διακοπών-αναψυχής μακράς διαμονής.
- 2) Ατομικός τουρισμός: χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών.
- 3) Εσωτερικός τουρισμός: πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα πάντα στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτειά της.
- 4) Εξωτερικός τουρισμός: πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή κάποιες άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους και με αυτόν τον τρόπο να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους.

³ Ηγουμενάκης Νίκος και άλλοι, (2000), «Εισαγωγή στον τουρισμό», Αθήνα,, εκδόσεις Interbooks, σελ. 105-111.

- 5) Συνεχής τουρισμός: διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητές του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη τη διάρκεια το χρόνου.
- 6) Εποχιακός τουρισμός: δεν διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό, οι δραστηριότητές του επηρεάζονται αποφασιστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές.

Διάγραμμα 1:Οι βασικές κατηγορίες τουρισμού



ΠΗΓΗ: Ηγουμενάκης Νίκος, (1997), «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', έκδοση Β', Αθήνα, εκδόσεις Interbooks.

1.4. Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Ο τουρισμός ερευνάται ως μια οικονομική δραστηριότητα σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Η περιφερειακή διάσταση του τουρισμού χρήζει ιδιαίτερης προσοχής, εφόσον οι τουριστικές δραστηριότητες ανάλογα με τη χωρική ενότητα (περιφέρεια, νομός, τόπος) παρουσιάζουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι τα εξής:

- Η αναγωγή του τουρισμού σε κύρια οικονομική δραστηριότητα σε ορισμένους τόπους υποδοχής, κυρίως στην παράκτια ζώνη, τον καθιστά δραστηριότητα «πιλότο», με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:
 - σημαντική συμμετοχή στο Α.Ε.Π.
 - μεγάλο αριθμό απασχολουμένων
 - εποχιακή λειτουργία κ.λπ.
- Σε περιοχές όπου ο τουρισμός θεωρείται ως μια περιθωριακή οικονομική δραστηριότητα, αυτός μπορεί να συμβάλει στην καλύτερη χωρική του οργάνωση.
- Σε χωρικές ενότητες όπου ο τουρισμός λειτουργεί συμπληρωματικά σε άλλες δραστηριότητες, μπορεί να χαρακτηριστεί ως παράγοντας αντιθέσεων.

Επιβάλλεται επομένως στα πλαίσια του περιφερειακού σχεδιασμού να λαμβάνεται υπόψη:

- ❖ το μέγεθος του τουριστικού τομέα στην οργάνωση της περιφέρειας
- ❖ η επαγγελματική εκπαίδευση
- ❖ οι οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού
- ❖ οι ανάγκες ενδυνάμωσης των περιφερειακών παραγωγικών μηχανισμών
- ❖ οι τουριστικές ροές που διαμορφώνονται στο εσωτερικό μιας χωρικής ενότητας (περιφέρεια, τόπος) αλλά και εκτός αυτής
- ❖ οι οικονομικές τουριστικές δραστηριότητες
- ❖ οι εναλλακτικές και αειφορικές τουριστικές δραστηριότητες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ

ΚΡΙΣΕΙΣ

2.1. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ

Οι τουριστικές κρίσεις και οι πολιτικές αντιμετώπισής τους, σύμφωνα με τον Παπανίκο Γρ., (2009), έχουν γίνει το αντικείμενο πολλών μελετών, τόσο θεωρητικών όσο και εμπειρικών. Η ανάπτυξη ενός πλαισίου αντιμετώπισης των τουριστικών κρίσεων έχει γίνει από τον Faulkner (2001). Έχουν γίνει αρκετές εμπειρικές μελέτες, οι οποίες αφορούν τόσο χώρες και περιοχές, όσο και συγκεκριμένα διεθνή ή εθνικά γεγονότα κρίσεων και καταστροφών, όπως η τρομοκρατική επίθεση στην Νέα Υόρκη το Σεπτέμβριο του 2001, το SARS το 2003, ο πόλεμος στο Ιράκ το 2003 κ.λπ. Μια πρόσφατη τέτοια εμπειρική διερεύνηση γίνεται από τον Wand (2009), ο οποίος κάνει και μία σχετικά εκτενή αναφορά σε προηγούμενες αντίστοιχες μελέτες.

Η θεωρητική βιβλιογραφία εστιάζει το ενδιαφέρον της περισσότερο:

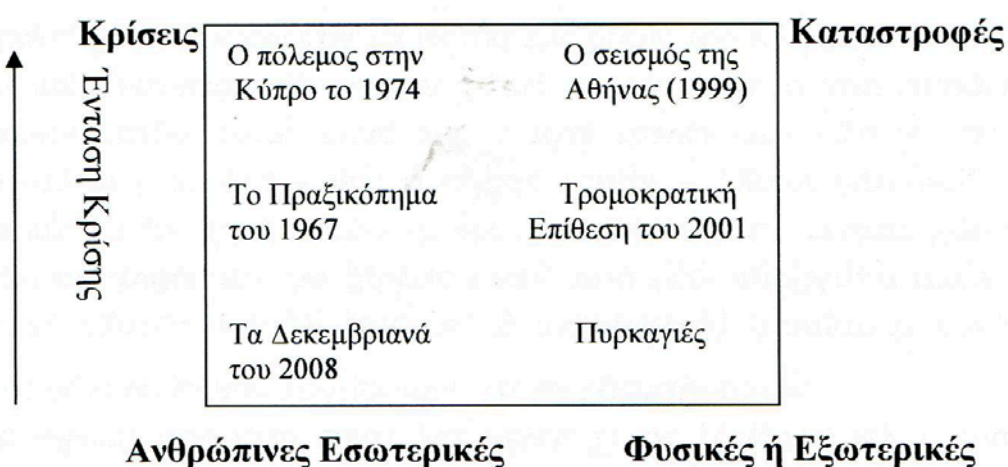
- 1) στον ορισμό των κρίσεων και καταστροφών στον τουριστικό κλάδο, ο οποίος περιλαμβάνει και τους τρόπους μέτρησης των,
- 2) στην κατηγοριοποίηση και ταξινόμηση των τουριστικών κρίσεων και καταστροφών,
- 3) στην ποσοτικοποίηση των επιπτώσεων που κυρίως γίνεται με την χρήση οικονομετρικών υποδειγμάτων και
- 4) στην ανάπτυξη πολιτικών διαχείρισης αυτών των κρίσεων.

Ο Faulkner (1991) διαχωρίζει την τουριστική κρίση από την τουριστική καταστροφή από το βαθμό της συμμετοχής του ανθρώπινου παράγοντα. Κατά τον Faulkner, ο όρος τουριστική κρίση «...θα πρέπει να χρησιμοποιείται να περιγράψει μία κατάσταση που η ρίζα

του προβλήματος, κατά κάποιο τρόπο, είναι αυτοπαθής, λόγω ελλειπών διοικητικών δομών και πρακτικών ή λόγω αποτυχίας προσαρμογής στην αλλαγή».

Τα γεγονότα της Αθήνας το Δεκέμβρη του 2008 και των άλλων ελληνικών μεγαλουπόλεων μπορούν να θεωρηθούν, σύμφωνα με αυτό τον ορισμό, ως τουριστική κρίση. Από την άλλη πλευρά, η τουριστική καταστροφή αφορά δραματικές μεταβολές στον τουρισμό, οι οποίες οφείλονται σε αντικειμενικούς λόγους. Για παράδειγμα, η αναμενόμενη παγκόσμια οικονομική κρίση του 2009 μπορεί να θεωρηθεί ή να αποδειχθεί ότι είναι ένα καταστρεπτικό γεγονός, για το οποίο πολύ λίγα μπορούν να κάνουν οι ελληνικοί φορείς για να το αποτρέψουν. Τουριστικές καταστροφές είναι και οι φυσικές καταστροφές όπως ο σεισμός, οι πυρκαγιές, οι πλημμύρες κ.λπ. Ο Faulkner, μάλιστα, προβαίνει σε σχηματική παρουσίαση των κρίσεων και καταστροφών, σύμφωνα με μία συνεχή κατηγοριοποίηση ανάλογα της έντασης του γεγονότος.

Σχήμα 1: Ταξινόμηση τουριστικών κρίσεων και καταστροφών



ΠΗΓΗ: Παπανίκος Γρ., *Κάμψεις και κρίσεις στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 έως και σήμερα*

Η σχηματοποίηση των κρίσεων και των καταστροφών παρουσιάζεται στο παραπάνω σχήμα χρησιμοποιώντας, όμως, ελληνικά παραδείγματα. Η μία κατηγορία αφορά κατά πόσο η κρίση οφείλεται σε ανθρώπινη παρέμβαση, η οποία θα μπορούσε να αποτραπεί ή είναι μία φυσική καταστροφή που δεν μπορεί να εξαλειφθεί με ανθρώπινη παρέμβαση. Η άλλη κατηγορία αφορά το γεωγραφικό πεδίο αναφοράς. Αν αυτό είναι η Ελλάδα, τότε η

ταξινόμηση πρέπει να περιλαμβάνει και το διαχωρισμό μεταξύ εσωτερικής και εξωτερικής προέλευσης της κρίσης. Η τελευταία μπορεί να οφείλεται σε ανθρώπινη παρέμβαση, αλλά πολύ λίγα μπορούν να γίνουν από την Ελλάδα για να την αποτρέψει. Η τρομοκρατική επίθεση του 2001 στους δίδυμους πύργους είναι ένα ανθρώπινο γεγονός, αλλά για την Ελλάδα έχει την ίδια σημασία που έχει και ένα «φυσικό» γεγονός.

Η ταξινόμηση είναι ενδεικτική και η ένταση της κρίσης από τουριστικής πλευράς μπορεί να αξιολογηθεί είτε εκ των προτέρων είτε εκ των υστέρων. Η εκ των προτέρων αξιολόγηση έχει να κάνει με αυτό καθαυτό το γεγονός. Σύμφωνα με τους Keller & Al-Madhari (1996), κρίση υπάρχει όταν έχουμε 10 νεκρούς, καταστροφές πάνω από ένα εκατομμύρια δολάρια και μετακίνηση από τα σπίτια τους 50 ατόμων. Σύμφωνα με αυτό τον ορισμό, από το 1970 μέχρι το 1996 υπήρξαν 6000 καταστροφές, με τέσσερα εκατομμύρια νεκρούς και πολύ μεγάλο οικονομικό κόστος. Μία κρίση δεν μετουσιώνεται κατά ανάγκη και σε τουριστική κρίση. Η εκ των υστέρων αξιολόγηση δεν μπορεί παρά να περιλαμβάνει την επίπτωση της κρίσης στις τουριστικές αφίξεις και τα τουριστικά έσοδα.

Η εκ των υστέρων αξιολόγηση ενσωματώνει και τις πολιτικές παρέμβασης για την μετρίαση της επίπτωσης της κρίσης. Οικονομικά μέτρα, όπως η φορολόγηση, και μέτρα μάρκετινγκ, όπως η εντατικοποίηση της διεθνούς διαφήμισης, μπορούν να εξαλείψουν τις τουριστικές επιπτώσεις μιας κρίσης. Σε πολλές περιπτώσεις, μία φυσική καταστροφή ή μία τουριστική κρίση μπορεί να ενισχύσει τον τουρισμό στην μετά την κρίση περίοδο.

Υπάρχουν τρεις κατηγορίες τουριστικών καταστάσεων:

- καταστροφή,
- κρίση και
- κάμψη.

Τουριστική καταστροφή ορίζεται η πτώση στις τουριστικές αφίξεις πλέον του 10%, τουριστική κρίση προκύπτει όταν έχουμε πτώση μέχρι 10% και, τέλος, τουριστική κάμψη όταν ο ρυθμός αύξησης των τουριστικών αφίξεων είναι πολύ χαμηλός (μικρότερος του 2%) ή μηδενικός.

Ένας άλλος εναλλακτικός ορισμός της τουριστικής κάμψης είναι ο εξής: τουριστική κάμψη έχουμε όταν ο ρυθμός αύξησης των τουριστικών αφίξεων βαίνει μειούμενος, π.χ. από 5% τον προηγούμενο χρόνο σε 3% αυτό τον χρόνο.

Πάντως, ο όρος τουριστική καταστροφή θα πρέπει να χρησιμοποιείται με μεγάλη προσοχή διότι στην πραγματικότητα μία καταστροφή θα σήμαινε την εξάλειψη του τουρισμού ή την πολύ σημαντική του μείωση για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα. Τέτοιες περιπτώσεις μπορούν να προκύψουν μόνο από μακροχρόνιους καταστροφικούς πολέμους.

Τέλος, ένας άλλος τρόπος προσδιορισμού και μέτρησης των τουριστικών κρίσεων είναι ο οικονομετρικός. Σε αυτή την περίπτωση χρησιμοποιείται μία «ψευδομεταβλητή», η οποία λαμβάνει την τιμή της μονάδας για τις περιόδους της κρίσης και μηδέν για τις άλλες περιόδους. Με αυτό τον τρόπο, το μέγεθος και η έκταση της κρίσης μπορεί να μετρηθεί επακριβώς, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις άλλες μεταβλητές που μπορούν να επηρεάζουν τις τουριστικές αφίξεις. Για παράδειγμα, η παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008 που αναμένεται να συνεχιστεί το 2009 μπορεί να έχει πολύ μεγαλύτερες τουριστικές επιπτώσεις, αν δεν συνοδεύεται από την πολύ μεγάλη πτώση των τιμών του πετρελαίου, του παγκόσμιου πληθωρισμού (λόγω ύφεσης) και των μέτρων που αναμένεται να λάβουν οι κυβερνήσεις για να στηρίξουν τον τουρισμό. Η ποσοτικοποίηση των επιπτώσεων του κάθε ενός από αυτούς τους παράγοντες μπορεί να γίνει μόνο οικονομετρικά.

2.2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ, ΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΜΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ο ελληνικός τουρισμός παρουσίασε την πρώτη του πτώση το 1967 και τη δεύτερη το 1974, δύο χρονιές, που εκτός των άλλων, σηματοδεύτηκαν από την επιβολή και την πτώση αντίστοιχα της δικτατορίας, αλλά και από άλλα γεγονότα, ελληνικής και αλλοδαπής προέλευσης, όπως, η εισβολή της Τουρκίας στην Κύπρο, η επιστράτευση στην Ελλάδα, η παγκόσμια πετρελαϊκή κρίση κ.λπ. Από ό,τι φαίνεται αυτές οι δύο χρονιές είναι και οι τελευταίες που η εσωτερική πολιτική κατάσταση στην Ελλάδα επηρεάζει τον εισερχόμενο τουρισμό. Η κρίση του Μαρτίου του 1987 με την Τουρκία δεν συνδυάστηκε με πτώση στις αφίξεις. Επίσης, η κρίση στα Ίμια το 1996 δεν φαίνεται να είναι η αιτία της πτώσης του αριθμού των τουριστών, διότι το ίδιο συνέβη και το 1995, που μάλλον οφείλεται στην παγκόσμια οικονομική κατάσταση.

Πίνακας 1: Έτη με μείωση αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο: ποσοστά σε αύξουσα τάξη μεγέθους

ΕΤΟΣ	Ποσοστά Μεταβολής	Είδος Μεταβολής
1974	-31,21	Τουριστική καταστροφή
1967	-11,95	Τουριστική καταστροφή
1991	-11,59	Τουριστική καταστροφή
1996	-10,78	Τουριστική καταστροφή
1980	-9,47	Τουριστική κρίση
1995	-4,7	Τουριστική κρίση
2004	-4,24	Τουριστική κρίση
1983	-3,77	Τουριστική κρίση
2008	-3	Τουριστική κρίση
1982	-2,2	Τουριστική κάμψη
2002	-0,29	Τουριστική κάμψη
2003	-0,09	Τουριστική κάμψη
1993	1,6	Τουριστική κάμψη

ΠΗΓΗ: Παπανίκος Γρ., Κάμψεις και κρίσεις στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 έως και σήμερα

Στον παραπάνω πίνακα δίνονται τα έτη των τουριστικών καταστροφών, κρίσεων και κάμψεων του ελληνικού τουρισμού. Να επαναλάβουμε ότι έχουμε ορίσει την καταστροφή ως μείωση των τουριστικών αφίξεων πλέον του 10%, των κρίσεων ως πτώσεις μικρότερες του 10% και κάμψεων ως μηδενικών ή πολύ μικρών αυξήσεων (μέχρι 2%). Συνολικά από τα 58 έτη, τα 13 προσδιορίζονται ως τουριστικά προβληματικά έτη ή το 22% των ετών (ένα στα τέσσερα με πέντε χρόνια). Τέσσερα έτη (1974, 1967, 1991 και 1996) μπορούν να θεωρηθούν ως καταστροφικά, πέντε έτη ως τουριστικών κρίσεων και τέσσερα έτη ως τουριστικές περιόδοι κάμψεων.

Πίνακας 2: Διάρκεια τουριστικών κρίσεων

ΕΤΟΣ	Ποσοστά Μεταβολής
1967	-11,95
1974	-31,21
1980	-9,47
1982	-2,2
1983	-3,77
1991	-11,59
1993	1,6
1995	-4,7
1996	-10,78
2002	-0,29
2003	-0,09
2004	-4,24
2008	-3

Παπανίκος Γρ., Κάμψεις και κρίσεις στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 έως και σήμερα

Μεγάλη σημασία είναι και η διάρκεια αυτών των προβληματικών τουριστικών καταστάσεων. Αυτό μπορεί να απεικονισθεί καλύτερα στον παραπάνω πίνακα με εξαίρεση τις δύο χρονιές που σηματοδεύτηκαν από πολιτικές κρίσεις στην Ελλάδα, το 1967 και το 1974, όλες οι υπόλοιπες κρίσεις συμβαίνουν μετά το 1980, που ταυτίζονται με τα γενικότερα παγκόσμια μακροοικονομικά προβλήματα. Η χειρότερη δεκαετία είναι αυτή που διανύουμε με τέσσερα έτη από τα εννέα να παρατηρείται πτώση. Εξάλλου και στο σύνολο της δεκαετίας παρατηρείται η μικρότερη αύξηση της περιόδου. Συνεχίζεται, δηλαδή, η κακή πορεία του 1990, που είχε τρεις μειώσεις και μία χρονιά με μικρή αύξηση. Επειδή όμως οι προβλέψεις για το 2009 επιβεβαιώθηκαν, τότε έχουμε τα μισά χρόνια της δεκαετίας με πτώση.

Ο παραπάνω προσδιορισμός των τουριστικών κρίσεων μπορεί να είναι χρήσιμο εργαλείο για την ανάλυση των μελλοντικών κρίσεων. Πρώτον, οι τουριστικές κρίσεις είναι ένα συνεχές φαινόμενο που συμβαίνει κατά μέσο όρο κάθε τέσσερα χρόνια. Δεύτερον, τόσο η διάρκεια των κρίσεων, όσο και η ένταση διαφέρει σημαντικά. Συνεχόμενες ετήσιες κρίσεις είχαμε την περίοδο 1982-1983, 1995-1996 και 2003-2004. Αυτό φαίνεται να οφείλεται, κυρίως, σε παγκόσμιες οικονομικές υφέσεις, παρά σε εσωτερικές εξελίξεις στην Ελλάδα⁴.

2.3. ΣΧΕΔΙΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΩΝ

Πολλοί μελετητές των κρίσεων γενικότερα και των τουριστικών κρίσεων ειδικότερα έχουν προτείνει διάφορα σχέδια αντιμετώπισης των κρίσεων και καταστροφών. Ο Faulkner (2001), εκτός από μια παρουσίαση της σχετικής βιβλιογραφίας, προσφέρει και ένα δικό του ολοκληρωμένο πλαίσιο διαχείρισης τουριστικών κρίσεων. Διαχωρίζει τα προαπαιτούμενα για έναν αποτελεσματικό σχεδιασμό διαχείρισης τουριστικών κρίσεων από τα συστατικά στοιχεία μιας τέτοιας διαδικασίας. Στον παρακάτω πίνακα δίνονται του τι πρέπει να περιλαμβάνουν τα προαπαιτούμενα και τι τα συστατικά στοιχεία ενός σχεδίου αντιμετώπισης μιας τουριστικής κρίσης.

⁴ Παπανίκος Γρ., (2009), «Κάμψεις και κρίσεις στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 έως και σήμερα», Αθήνα, εκδόσεις Ακαδημίας Τουριστικών Μελετών και Ερευνών.

Πίνακας 3: Σχέδιο διαχείρισης τουριστικών κρίσεων και καταστροφών

<u>Προαπαιτούμενα Αποτελεσματικού Σχεδιασμού Διαχείρισης Τουριστικών Κρίσεων</u>	<u>Συστατικά Στοιχεία Σχεδιασμού Διαχείρισης Τουριστικών Κρίσεων</u>
<ul style="list-style-type: none">• Συντονισμός και ομαδική δουλειά όλων των αρμόδιων φορέων.• Συνεχή διαβούλευση.• Πιστή αφοσίωση.	<ul style="list-style-type: none">• Ανάλυση και πρόβλεψη του κινδύνου από την τουριστική κρίση.• Οριοθέτηση προτεραιοτήτων.• Καθιέρωση πρωτόκολλων ενεργειών από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.• Καταγραφή των υποδομών και πόρων για την εκτίμηση των αναγκών εξωτερικής βοήθειας.• Καθιέρωση ενός κεντρικού στρατηγείου διαχείρισης της κρίσης.• Σύστημα ενημέρωσης των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας.• Σύστημα προειδοποίησης• Ευελιξία από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.• Συμμετοχή, εκπαίδευση και αναθεώρηση.

ΠΗΓΗ: Παπανίκος Γρ., Κάμψεις και κρίσεις στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 έως και σήμερα

Τα προαπαιτούμενα στοιχεία ενός σχεδίου αντιμετώπισης μιας τουριστικής κρίσης, πάντα σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα, είναι ο συντονισμός και η ομαδική δουλειά που πρέπει να κάνουν όλοι οι αρμόδιοι φορείς που εμπλέκονται στον τουρισμό, η συνεχής διαβούλευση και η πιστή αφοσίωση πάνω στις γραμμές και στις κατευθύνσεις του σχεδίου αντιμετώπισης της κρίσης.

Από την άλλη μεριά, τα συστατικά στοιχεία ενός σχεδιασμού διαχείρισης τουριστικής κρίσης πρέπει να είναι καταρχάς η ανάλυση και η πρόβλεψη του κινδύνου από την τουριστική κρίση. Κατά δεύτερον πρέπει να οριοθετηθούν οι προτεραιότητες ώστε να γνωρίζουν οι εμπλεκόμενοι φορείς ποιο πρέπει να γίνει πρώτα και ποιο να έπεται. Έπειτα πρέπει να καθιερωθεί ποιες ενέργειες θα πράξουν οι εμπλεκόμενοι φορείς, αφού έχει δοθεί στο προηγούμενο βήμα η προτεραιότητα των ενεργειών αυτών. Στη συνέχεια καταγράφονται οι υποδομές καθώς και τα χρήματα που διαθέτονται ώστε να γίνει σαφής εκτίμηση εάν χρειάζεται ανάγκη για εξωτερική βοήθεια. Για να γίνουν όμως όλα όπως πρέπει είναι αναγκαίο να καθιερωθεί ένα κεντρικό στρατηγείο το οποίο θα διαχειριστεί την κρίση, να δημιουργηθεί ένα σύστημα ενημέρωσης των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας καθώς και ένα σύστημα προειδοποίησης. Όμως για να λειτουργήσουν όλα ομαλά χρειάζεται όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς να έχουν ευελιξία, να συμμετάσχουν καθώς και να εκπαιδευτούν πάνω σε αυτό το σχέδιο και εάν υπάρχει μια δυσλειτουργία να αναθεωρηθεί όπου χρειάζεται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στα χρόνια της Αρχαίας Ελλάδας ο τουρισμός ήταν περίπου τόσο διαδεδομένος, όσο και σήμερα. Ακούγεται ίσως εντυπωσιακό ή υπερβολικό, όμως συνοπτικά μπορούμε να αναφερθούμε στον τουρισμό λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων, από το 776 π.Χ. και μετά, που υποστηριζόταν μάλιστα και από την «παγκόσμια εκχειρία», για τη διευκόλυνση όχι μόνο της συμμετοχής των αθλητών, αλλά κυρίως της τουριστικής ροής.

Όσον αφορά τον ιαματικό τουρισμό, αυτός άκμαζε στις διάφορες λουτροπόλεις και θέρμες, που στα ρωμαϊκά χρόνια γνώρισε μεγάλη άνθιση, με συμμετοχή κοινωνικών ελίτ και με κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά αντίστοιχα με τον ιαματικό τουρισμό των αρχών του 20^{ου} αιώνα.

Ο θρησκευτικός τουρισμός ήκμαζε σε όλη την αρχαία περίοδο, είτε ως επισκέψεις στα πολλά μαντεία της εποχής (Δελφών, Δωδώνης, κ.ά.) είτε ως καθαρά θρησκευτικές επισκέψεις λατρευτικών τόπων, ή και θρησκευτικά / λατρευτικά φεστιβάλ π.χ. τα Ελευσίνα, σε διάφορες πόλεις, σε εξοχικές τοποθεσίες ή σε νησιά. Υπήρχε επίσης φιλοσοφικός / εκπαιδευτικός τουρισμός, προς την Αίγυπτο, τη Σάμο, τη Μίλητο, συνεδριακός τουρισμός, στην Κόρινθο, τη Νεμέα αλλά και στη Δήλο, πολιτιστικός τουρισμός, στα μεγάλα και παγκόσμια γνωστά (τότε, αλλά και σήμερα) θεατρικά φεστιβάλ, τους δραματικούς αγώνες στην Αθήνα, την Επίδαυρο, την Έφεσο, κ.λπ.

Τέλος υπήρχαν συγγραφείς με ταξιδιωτικό και γεωγραφικό προσανατολισμό, όπως ο Νέαρχος, πλοίαρχος του Μεγ. Αλεξάνδρου, ο Αρριανός, ιστορικός αλλά και ταξιδιωτικός συγγραφέας, αλλά και κατ' εξοχήν τουριστικοί, όπως ήταν ο Πausανίας, ο Στράβων και ο Πλούταρχος.

Όλη αυτή η προαναφερθείσα περίοδος έχει σαν πιθανότατο σημείο έναρξης τα μέσα της τρίτης χιλιετίας π.Χ. και τελειώνει το 1840 μ.Χ. Αυτή είναι και η πρώτη περίοδος εξέλιξης του τουρισμού. Οι Έλληνες των κλασικών χρόνων με τις περισσότερες πόλεις τους κοντά στα παράλια έχουν καλό οδικό δίκτυο που τις συνδέει με τα λιμάνια, όπως επίσης και με ναούς, ιερά, τόπους λατρείας και κοντινές πόλεις. Δίκτυο σε εθνική κλίμακα, δεν μπορούσε να υπάρξει κυρίως λόγω του συστήματος των ανεξάρτητων κρατών-πόλεων. Βεβαίως δεν θα πρέπει να παραγνωρίσουμε το γεγονός ότι η Ελλάδα ήταν και είναι ορεινή χώρα, με όποιες δυσκολίες αυτό συνεπάγεται⁵.

Η δεύτερη περίοδος εξέλιξης του τουρισμού διαρκεί από το 1840 έως το 1945 και είναι ένας αιώνας σημαντικών ανακατατάξεων. Χαρακτηρίζεται ως περίοδος ενηλικίωσης του τουρισμού γιατί μέσα σε αυτά τα χρόνια σφυρηλατήθηκαν οι βάσεις της τουριστικής γιγάντωσης που πραγματοποιείται στην επόμενη περίοδο. Στα εκατό αυτά χρόνια παρατηρούνται τεχνολογικές και επιστημονικές ανακαλύψεις που σχετίζονται με τα μεταφορικά μέσα και τα μέσα επικοινωνίας. Θέτονται οργανωτικές δομές στον κρατικό και ιδιωτικό τουριστικό τομέα και τα ταξίδια σταδιακά παύουν να αποτελούν κατάκτηση μικρών αλλά ιδιαίτερα προνομιούχων ομάδων. Κυρίαρχο στοιχείο αυτής της περιόδου είναι η χρήση της μηχανής στα μεταφορικά μέσα, που αντικαθιστά τη μυϊκή δύναμη ανθρώπων και υποζυγίων στην ξηρά. Στην Ελλάδα η πρώτη σιδηροδρομική γραμμή είναι αυτή που συνδέει την Αθήνα με τον Πειραιά και εγκαινιάζεται το 1869. Ο Όθωνας αρχικά αλλά και οι σύμβουλοί του, ξένες προσωπικότητες και τουρίστες την εποχή εκείνη, ενοικίαζαν κατοικίες Ελλήνων ή και δωμάτια των σπιτιών τους. αργότερα, μετά τη μεταφορά της πρωτεύουσας του κράτους από το Ναύπλιο στην Αθήνα, ιδρύεται το πρώτο σύγχρονο ξενοδοχείο της πόλης από τον Ιταλό Κάζαλη με την επωνυμία «Νέον Ξενοδοχείον». Η χρήση του οπλισμένου σκυροδέματος και η εξέλιξη της στατικής σε συνδυασμό με τη βελτίωση των συστημάτων ύδρευσης-αποχέτευσης επιφέρουν σημαντικές αλλαγές.

Η τρίτη εξελικτική περίοδος του τουρισμού ξεκινά το 1945, δηλαδή μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β΄ Παγκόσμιου Πολέμου και φτάνει μέχρι και σήμερα. Σημαντικοί λόγοι πραγματοποίησης ταξιδιών στα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια είναι η επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς που εξαιτίας του πολέμου δεν μπορούσαν να έχουν επαφή καθώς και ένας άλλος λόγος ιδιαίτερης συναισθηματικής φόρτισης: η επίσκεψη σε αυτούς που δεν επέστρεψαν από τον πόλεμο και βρίσκονται σε τεράστια κοιμητήρια που έχουν δημιουργηθεί παντού. Τα επαγγελματικά ταξίδια συνδέονται με την τεχνογνωσία, τα τεχνολογικά προϊόντα

⁵ Ηγουμενάκης Ν. και άλλοι, (1999), «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Αθήνα, εκδόσεις Interbooks, σελ. 158-185.

και γενικά με την αποκατάσταση της κατεστραμμένης υποδομής, τη δημιουργία νέας και την ανοικοδόμηση γενικά. Η οικονομική άνοδος και οι κοινωνικές βελτιωτικές μεταβολές γνωρίζουν ταχείς ρυθμούς στην πορεία τους. Σε λίγα χρόνια οι τουριστικές μετακινήσεις πολλαπλασιάζονται⁶.

Η ανάπτυξη του τουρισμού ήταν ραγδαία τα τελευταία 30 περίπου χρόνια, καθώς πέρασε από το επίπεδο των λίγων (ελιτιστικό) στον μαζικό τουρισμό (τον τουρισμό για τις πλατιές λαϊκές μάζες). Καταλυτικοί παράγοντες για τη δραματική αλλαγή, η οποία επήλθε στον τουρισμό, ήταν τόσο η τεχνολογική ανάπτυξη, η οποία εκμηδένισε τις αποστάσεις, όσο και η ανάγκη για τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής των εργαζομένων στον αναπτυσσόμενο κόσμο.

Η Ελλάδα, σαν τουριστικός προορισμός, άρχισε να προσελκύει από τις αρχές της δεκαετίας του '50 το ενδιαφέρον των ξένων τουριστών ολοένα και περισσότερο. Προς το τέλος της δεκαετίας για την οποία ο λόγος, παρόλο ότι η Ελλάδα αγωνιζόταν για να αναπτυχθεί οικονομικά, συγκραταλεγόταν μεταξύ των ευρωπαϊκών εκείνων χωρών που είχαν κάνει σημαντική πρόοδο προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης του τουρισμού τους. Μέχρι τότε η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα ήταν περιορισμένη, αποτελούνταν δε κατά κύριο λόγο από ένα μικρό αριθμό τουριστών υψηλής εισοδηματικής τάξης που ενδιαφερόντουσαν βασικά να επισκεφθούν τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού. Τα συναλλαγματικά έσοδα που απεκόμιζε η Ελλάδα τότε ήταν ασήμαντα, ο δε τουρισμός της αποτελούσε ένα μικρό μέρος της οικονομίας της⁷.

Οι ρυθμοί της ανάπτυξης του τουρισμού είναι τόσο ταχείς ώστε σύντομα δημιουργούνται, κυρίως στη δεκαετία του 1970, συνθήκες γιγάντωσής του. Οι όροι «άνθηση» και «έκρηξη» χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό αυτής της ποσοτικής και ποιοτικής μεταβολής. Οι κυριότεροι παράγοντες στους οποίους αποδίδεται αυτή η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού, συνοψίζονται στους πιο κάτω:

- η επέκταση του χρόνου αναψυχής – διακοπών.
- Η οικονομική ευμάρεια.
- Η βελτίωση και ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων.
- Η αστικοποίηση και η τεχνολογική ανάπτυξη.
- Η πολιτισμική εξέλιξη.
- Το αυξημένο ενδιαφέρον, του κράτους και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας.

⁶ Ηγουμενάκης Ν. και άλλοι, (1999), «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Αθήνα, εκδόσεις Interbooks, σελ. 158-185.

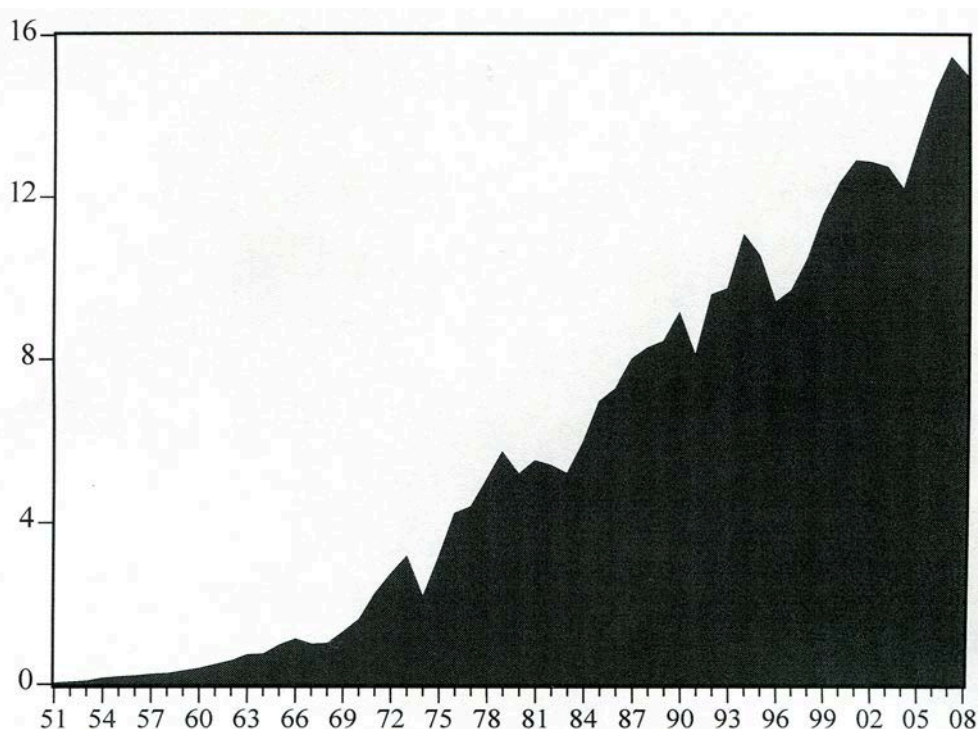
⁷ Ηγουμενάκης Ν., «Τουρισμός και ανάπτυξη», Αθήνα, εκδόσεις Interbooks, σελ. 201

- Ο επαναπροσδιορισμός του ρόλου των ξενοδοχείων.

3.1.1. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΠΡΟ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

Μετά την μεταπολίτευση ο τουρισμός, λόγω της πολιτικής σταθερότητας που υπήρχε στην Ελλάδα, είχε ανοδική πορεία. Οι τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα σημείωσαν μακροχρόνια αυξητική τάση, όπως παρατηρούμε και από το παρακάτω διάγραμμα. Από σχεδόν ανύπαρκτη το 1951 ξεπέρασε τα 15 εκατομμύρια το 2008.

Διάγραμμα 2: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 1951-2008



ΠΗΓΗ: ΑΤΕΜ, (2009), «Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Ανάλυση των τουριστικών τάσεων».

Ωστόσο, οι αφίξεις τουριστών σημείωσαν διακυμάνσεις εξαιτίας της ιδιαιτερότητας που παρουσιάζει η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος, χωρίς όμως να διακόπτεται η ανοδική πορεία τους.

Ο αριθμός των τουριστών που επισκέφτηκε την Ελλάδα, όπως παρατηρούμε και από τον παρακάτω πίνακα, υπερδιπλασιάστηκε την περίοδο 1980-1999. Η σημαντικότερη αύξηση καταγράφεται την περίοδο 1980-1990 και είναι της τάξεως του 76,6% σε αντίθεση με την αύξηση της περιόδου 1990-1999 που είναι σημαντικά μικρότερη της τάξεως του 22,0%. Το γεγονός αυτό εξηγείται από τη συναλλαγματική πολιτική που ακολούθησε η χώρα μας τη συγκεκριμένη περίοδο, η οποία οδήγησε στην υπερτίμηση της δραχμής. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να εξασθενήσει η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και από το χαμηλότερο επίπεδο που βρισκόταν το 1980 με 5271 αφίξεις, να φτάσει στις 12606 αφίξεις κατά το 1999.

Πίνακας 4: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 1980-1999

Έτος	Αφίξεις
1980	5271
1985	7039
1990	9310
1991	8271
1992	9756
1993	9913
1994	11231
1995	10712
1996	9782
1997	10588
1998	11363
1999	12606

ΠΗΓΗ: ΕΟΤ

Η κατάσταση του ελληνικού τουρισμού διαφοροποιείται κατά πολύ τα επόμενα χρόνια. Όπως βλέπουμε και από τον παρακάτω πίνακα, το 2000 οι αφίξεις των τουριστών ανήλθαν στους 13.095.545 σημειώνοντας αύξηση από την προηγούμενη χρονιά κατά 13.082.939 τουρίστες. Το μεγαλύτερο ποσοστό προέρχεται από τα κράτη της Ευρώπης (12.080.211 τουρίστες) και της Ασίας (586.569 τουρίστες) με σημαντική όμως διαφορά μεταξύ τους. Το 2007 οι αφίξεις των τουριστών ήταν 17.517.791 σημειώνοντας αύξηση σε σχέση με το 2000 κατά 4.422.246 τουρίστες. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι η πορεία του ελληνικού τουρισμού είχε αυξητική πορεία.

Αυτό όμως που πρέπει να επισημανθεί, παρατηρώντας τον παρακάτω πίνακα, είναι το γεγονός ότι το 2003 και το 2004 οι αφίξεις παρουσίασαν μείωση σε σχέση με το 2002. Πιο συγκεκριμένα, καταγράφηκαν το 2003 13.969.393 αφίξεις τουριστών, μειωμένες κατά 210.606 άτομα από την προηγούμενη χρονιά. Η μείωση αυτή συνεχίστηκε μεγαλύτερη και την επόμενη χρονιά του 2004 με αφίξεις αλλοδαπών 13.312.629 και μείωση από την προηγούμενη χρονιά κατά 656.764 τουρίστες.

Η μεγαλύτερη αύξηση παρουσιάζεται την χρονιά 2006 όπου έφτασαν στην χώρα μας 16.039.216 τουρίστες αυξημένοι κατά 1.273.753 από την προηγούμενη χρονιά, μία αύξηση κατά 3,7% σε σχέση με το 2005. Η μεγαλύτερη μείωση καταγράφηκε το 2004 με 13.312.629 αφίξεις τουριστών.

Πίνακας 5: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 2000-2007

ΕΤΟΣ	ΚΡΑΤΗ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΕΤΟΣ	ΚΡΑΤΗ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	ΕΥΡΩΠΗΣ	12.080.211	2004	ΕΥΡΩΠΗΣ	12.323.974
	ΑΣΙΑΣ	586.569		ΑΣΙΑΣ	634.771
	ΑΦΡΙΚΗΣ	60.955		ΑΦΡΙΚΗΣ	49.165
	ΑΜΕΡΙΚΗΣ	300.213		ΑΜΕΡΙΚΗΣ	236.274
	ΩΚΕΑΝΙΑΣ	67.597		ΩΚΕΑΝΙΑΣ	68.445
	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	13.095.545		ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	13.312.629
2001	ΕΥΡΩΠΗΣ	13.088.224	2005	ΕΥΡΩΠΗΣ	13.682.537
	ΑΣΙΑΣ	607.640		ΑΣΙΑΣ	521.990
	ΑΦΡΙΚΗΣ	58.104		ΑΦΡΙΚΗΣ	54.686
	ΑΜΕΡΙΚΗΣ	231.675		ΑΜΕΡΙΚΗΣ	416.746
	ΩΚΕΑΝΙΑΣ	71.688		ΩΚΕΑΝΙΑΣ	89.504

	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	14.057.331		ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	14.765.463
2002	ΕΥΡΩΠΗΣ	13.236.510	2006	ΕΥΡΩΠΗΣ	14.784.309
	ΑΣΙΑΣ	609.509		ΑΣΙΑΣ	564.529
	ΑΦΡΙΚΗΣ	52.800		ΑΦΡΙΚΗΣ	67.365
	ΑΜΕΡΙΚΗΣ	217.369		ΑΜΕΡΙΚΗΣ	513.402
	ΩΚΕΑΝΙΑΣ	63.811		ΩΚΕΑΝΙΑΣ	109.611
	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	14.179.999		ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	16.039.216
2003	ΕΥΡΩΠΗΣ	13.072.924	2007	ΕΥΡΩΠΗΣ	16.244.141
	ΑΣΙΑΣ	574.896		ΑΣΙΑΣ	529.940
	ΑΦΡΙΚΗΣ	44.192		ΑΦΡΙΚΗΣ	61.130
	ΑΜΕΡΙΚΗΣ	219.391		ΑΜΕΡΙΚΗΣ	579.607
	ΩΚΕΑΝΙΑΣ	57.990		ΩΚΕΑΝΙΑΣ	102.973
	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	13.969.393		ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	17.517.791

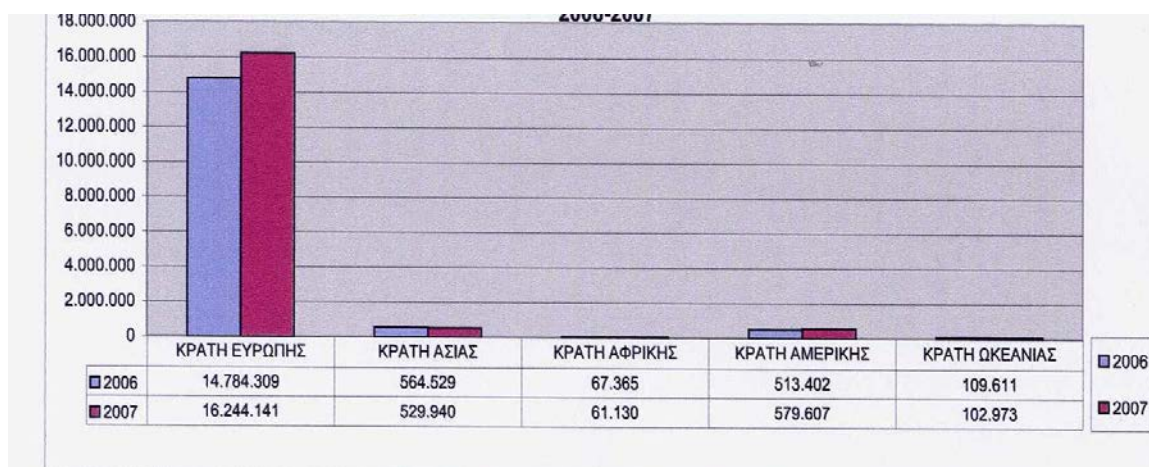
ΠΗΓΗ: ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Αυτό που κυρίως παρατηρούμε και από το παρακάτω διάγραμμα, είναι ότι ο τουρισμός της Ελλάδας είναι κατ' εξοχήν από την Ευρώπη. Έτσι το 2006 οι ευρωπαίοι που επισκέφτηκαν τη χώρα μας ήταν 14.784.309 ενώ την επόμενη χρονιά 16.244.141, αυξημένοι κατά 1.459.832.

Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι ο κύριος όγκος των τουριστών στη χώρα μας προέρχεται από την Ευρώπη. Αξιοσημείωτο δε είναι ότι τα κράτη που δεν έχουν νόμισμα το ευρώ, διαλέγουν για προορισμό τους την Ελλάδα, πράγμα που σημαίνει ότι για τα ευρωπαϊκά αυτά κράτη δεν έχει τόσο μεγάλη σημασία η διαφορά του ευρώ από το δολάριο.

Επίσης παρατηρούμε ότι και οι χώρες της Ασίας και της Αμερικής διαλέγουν για προορισμό τους τη χώρα μας αν και θεωρείται ακριβή σε σχέση με το δικό τους νόμισμα. Έτσι, οι τουρίστες από τα κράτη της Ασίας, της Αφρικής, της Ωκεανίας και της Αμερικής ήταν το 2006 1.254.907 ενώ την επόμενη χρονιά 1.273.350 αυξημένοι μόλις κατά 18.443. Το ποσοστό τους σε σχέση με τις χώρες της Ευρώπης, είναι πολύ χαμηλό, ωστόσο αυτό που μάλλον είναι ως κριτήριο είναι η απόσταση και ο τόπος προορισμού, παρά η διαφορά της ισοτιμίας ευρώ δολαρίου.

Διάγραμμα 3: Αφίξεις αλλοδαπών κατά υπηκοότητα περιόδου 2006-2007



ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ

από τα στοιχεία της Έρευνας Συνόρων προκύπτει ότι κατά το έτος 2008, οι αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό μειώθηκαν κατά 1,4%, σε σύγκριση με αυτές του έτους 2007. Πιο συγκεκριμένα, οι αφίξεις από την Ευρώπη, στην οποία αναλογεί το μεγαλύτερο μερίδιο της τουριστικής αγοράς (90,8%), παρουσίασαν μείωση έναντι του 2007 κατά 1,7% ενώ από τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, κατέγραψαν μείωση κατά 5,2%.

Πίνακας 6: Αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 2007-2008



ΠΗΓΗ: ΕΟΤ, 2008

Πίνακας 7: Αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 2007-2008

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ- ΜΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ	ΕΤΟΣ 2007	ΕΤΟΣ 2008	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 2008/2007	ΕΤΟΣ 2009	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 2009/2008
Χώρες Ευρώπης	14.731.798	14.474.979	-1,7	372.063	9,7
Ευρωπαϊκή Ένωση	12.462.489	11.815.256	-5,2	249663	17,6
Ασία	374.894	384.900	2,7	19893	-34,9
Αφρική	60.969	58.125	-4,7	209	-85,0
Αμερική	842.815	849.015	0,7	17248	-41,1
Ωκεανία	143.462	159.923	11,5	1219	-21,6
ΣΥΝΟΛΟ	16.165.265	15.938.806	-1,4	411984	2,2

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ- ΜΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ	ΕΤΟΣ 2010	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 2010/2009	ΕΤΟΣ 2011	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 2011/2010
Χώρες Ευρώπης	274.257	-26,3	2.359.337,0	13,1
Ευρωπαϊκή Ένωση	167.594	-32,9	1.744.020,0	5,0
Ασία	39.100	96,6	98.156,0	5,3
Αφρική	2.565	1.127,3	2.188,0	-21,0
Αμερική	18.773	8,8	107.021,0	10,5
Ωκεανία	4.896	301,6	22.005,0	10,8
ΣΥΝΟΛΟ	339.591	-17,6	2.588.707,0	12,6

ΠΗΓΗ: ΕΟΤ, 2007-1011

Παρατηρώντας τον παραπάνω πίνακα, αυτό που διαπιστώνεται είναι το γεγονός ότι το 2010 είναι η χρονιά με τη μεγαλύτερη πτώση (-17,6) του τουρισμού. Όμως από το 2011 και έπειτα έχουμε μια θετική άνοδο και μάλιστα μεγάλη (12,6) σε σχέση με το 2010.

Αναφορικά δε με τις αφίξεις στα εθνικά αεροδρόμια, όπως παρατηρούμε και από τον παρακάτω πίνακα, η μεγαλύτερη πτώση καταγράφετε το 2010 με αεροπορικές αφίξεις 9.753.357 μειωμένες κατά 38.866 από την προηγούμενη χρονιά και κατά 942.751 από το 2008.

Πίνακας 8: Αεροπορικές Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών σε Επιλεγμένα Αεροδρόμια της Χώρας χρονικής περιόδου 2008-2011

Αεροδρόμιο	2008	2009	2010	2011	08/07	09/08	10/09	11/10
Θεσσαλονίκη*	1.080.806	981.530	939.464	1.042.933	4,0	-9,2	-4,3	11,0
Καβάλα	88.920	81.734	79.037	77.097	-8,4	-8,1	-3,3	-2,5
(Β. Ελλάς)	1.169.726	1.063.264	1.018.501	1.120.030	2,9	-9,1	-4,2	10,0
Ηράκλειο*	1.988.975	1.797.353	1.788.897	2.014.274	-0,1	-9,6	-0,5	12,6
Χανιά	641.808	550.686	554.239	612.185	0,6	-14,2	0,6	10,5
(Κρήτη)	2.630.783	2.348.039	2.343.136	2.626.459	0,0	-10,7	-0,2	12,1
Ρόδος	1.257.236	1.171.404	1.270.088	1.518.498	-2,5	-6,8	8,4	19,6
Κως	632.916	590.010	655.140	798.100	-0,5	-6,8	11,0	21,8
(Δωδεκάνησος)	1.890.152	1.761.414	1.925.228	2.316.598	-1,8	-6,8	9,3	20,3
Άραξος	51.007	40.071	38.679	36.896	-22,7	-21,4	-3,5	-4,6
Καλαμάτα	31.346	28.211	31.233	30.180	-34,5	-10,0	10,7	-3,4
(Πελοπόννησος)	82.353	68.282	69.912	67.076	-27,6	-17,1	2,4	-4,1
Κέρκυρα	774.119	699.913	683.889	744.689	-4,0	-9,6	-2,3	8,9
Κεφαλονιά	175.268	138.131	143.149	144.355	15,0	-21,2	3,6	0,8
Ζάκυνθος	438.553	410.870	401.590	434.031	-2,3	-6,3	-2,3	8,1
Άκτιο	145.995	140.362	138.061	138.516	1,0	-3,9	-1,6	0,3
(Ιόνια Νησιά)	1.533.935	1.389.276	1.366.689	1.461.591	-1,2	-9,4	-1,6	6,9
Μύκονος	104.241	95.856	109.970	129.998	0,6	-8,0	14,7	18,2
Σαντορίνη	177.475	159.617	177.361	194.969	-4,4	-10,1	11,1	9,9
(Κυκλάδες)	281.716	255.473	287.331	324.967	-2,6	-9,3	12,5	13,1
Σκιάθος	112.619	108.259	106.220	112.729	-4,8	-3,9	-1,9	6,1
Μυτιλήνη	72.839	69.681	60.688	61.240	-3,9	-4,3	-12,9	0,9
Χίος	15.829	11.646	11.786	9.646	23,6	-26,4	1,2	-18,2
Σάμος	129.292	112.204	106.047	115.361	0,5	-13,2	-5,5	8,8
(Β. Αιγαίο)	330.579	301.790	284.741	298.976	-1,5	-8,7	-5,6	5,0
ΣΥΝΟΛΟ	7.919.244	7.187.538	7.295.538	8.215.697	-0,8	-9,2	1,5	12,6
ΑΘΗΝΑ	2.776.844	2.604.665	2.457.799	2.417.412	-2,5	-6,2	-5,6	-1,6
ΣΥΝΟΛΟ (με Αθήνα)	10.696.088	9.792.203	9.753.337	10.633.109	-1,2	-8,5	-0,4	9,0

* Συνολικές αφίξεις.

Πηγή: ΥΠΙΑ, ΔΑΑ «Ελ. Βενιζέλος», Περιφερειακά Αεροδρόμια.

Ωστόσο, το 2011 υπήρξε έτος ανάκαμψης για την τουριστική αγορά της Ελλάδας. Με βάση τα στοιχεία που δημοσιοποιούν τα αεροδρόμια και η ΥΠΑ, οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών το πρώτο 9άμηνο του έτους αυξήθηκαν κατά 9,0%

Η μεγαλύτερη άνοδος αφίξεων καταγράφεται στα Δωδεκάνησα με 20,3%. Το αεροδρόμιο της Κω για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά επιτυγχάνει τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση στις αφίξεις με 21,8%. Διψήφια άνοδο σημείωσαν επίσης τα αεροδρόμια της Κρήτης (12,1%) και των Κυκλάδων (13,1%). Σημαντική ήταν η άνοδος και στο αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης με 11,0%. Μοναδικοί προορισμοί στους οποίους καταγράφηκε πτώση του αριθμού των αφίξεων ήταν η Πελοπόννησος με -4,1% και η Αθήνα με -1,6%. Συνολικά στα περιφερειακά αεροδρόμια της χώρας σημειώθηκε άνοδος κατά 12,6%.

3.2. ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Στον τουρισμό οι υποδομές έχουν ιδιαίτερη σημασία. Έτσι, η γνώση των χαρακτηριστικών τους στοιχείων μπορούν να συμβάλλουν ουσιαστικά στον αρτιότερο σχεδιασμό και στον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης. Η δημιουργία δικτύου γενικών και ειδικών τουριστικών υποδομών διαφοροποιεί το τουριστικό προϊόν, βελτιώνει την τουριστική εικόνα της χώρας/περιοχής προορισμού και προωθεί τη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης⁸.

Στην Ελλάδα, οι υποδομές στην τουριστική βιομηχανία είναι αναπτυγμένες σε ικανοποιητικό επίπεδο. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, η προσπάθεια ποιοτικής βελτίωσής τους, μέσω των διαφόρων προγραμμάτων του Γ΄ ΚΠΣ, διευρύνεται σημαντικά, λόγω εισροών χρηματοδοτικών πόρων από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Οι υποδομές διακρίνονται⁹ σε:

- 1) παραδοσιακές που βασίζονται στον τομέα των κατασκευών και

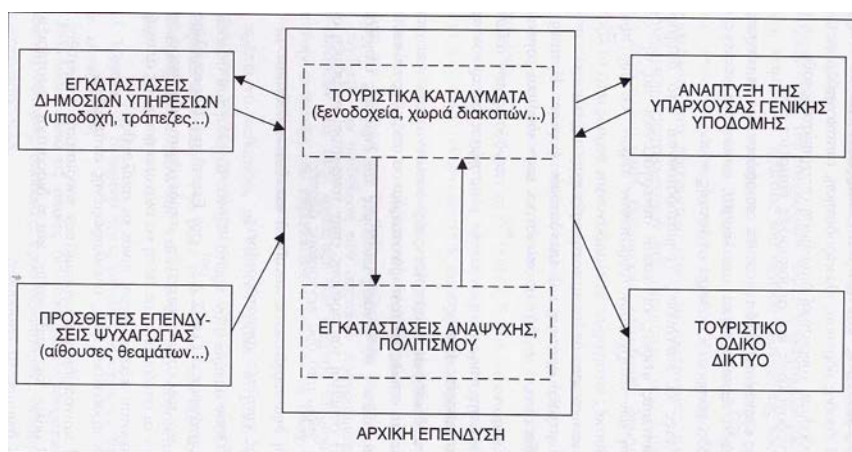
⁸ www.traveldailynews.gr

⁹ Σκάγιανης Π., (1994), «Πολιτική Προγραμματισμού των Υποδομών», Αθήνα, εκδόσεις Σταμούλης, σελ. 45.

2) νέες που βασίζονται στον συνδυασμό των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, οι οποίες είναι και κυρίαρχες στο υφιστάμενο μοντέλο ανάπτυξης.

Οι υποδομές αποτελούν το τρίτο συστατικό στοιχείο της τουριστικής προσφοράς, μετά τους τουριστικούς πόρους και τα τουριστικά καταλύματα, στα οποία βασίζεται κατά κύριο λόγο η τουριστική πολιτική, όπως βλέπουμε και από το παρακάτω διάγραμμα.

Διάγραμμα 4: Διάγραμμα επενδύσεων



ΠΗΓΗ: Βαρβαρέσος Στέλλιος, (1997), «Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις».

Οι τουριστικές υποδομές όχι μόνο ενισχύουν τις ήδη υπάρχουσες γενικές υποδομές της χώρας, αλλά βοηθούν την τουριστική ανάπτυξη διαφόρων περιοχών και συμβάλλουν στην καλύτερη ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών.

Η εποχική ωστόσο φύση του τουριστικού φαινομένου και η αύξηση της συνολικής κατανάλωσης των διατιθέμενων τουριστικών υπηρεσιών κατά τη διάρκεια της περιόδου αιχμής επιδρά στις τουριστικές επενδύσεις που πραγματοποιούνται στο εσωτερικό μίας χώρας, σε συσχετισμό με τους ακόλουθους παράγοντες¹⁰:

- Τη γεωγραφική έκταση της χώρας.
- Τη χωροθέτηση των τουριστικών τόπων.
- Την κατάσταση των υπαρχουσών υποδομών.

¹⁰ Βαρβαρέσος Στέλλιος, (1997), «Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις», Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός, σελ. 256-258.

Το κόστος ανά έργο υποδομής χαρακτηρίζεται αρκετά υψηλό, γεγονός που δημιουργεί ένα συνολικό κόστος για έργα υποδομής που συχνά είναι αδύνατον να εξασφαλίσουν οι εθνικοί ή περιφερειακοί οικονομικοί προϋπολογισμοί (αεροδρόμια, δρόμοι, ηλεκτροδότηση κ.λπ.).

Το κύριο πρόβλημα λοιπόν των τουριστικών υποδομών φαίνεται να είναι η χρονική κλιμάκωσή τους, σε συνδυασμό με τους υπάρχοντες οικονομικούς πόρους, ώστε να επιβαρύνουν όσο το δυνατόν λιγότερο τις κρατικές δαπάνες. Δηλαδή, η δημιουργία της τουριστικής υποδομής ανάγεται σε θέμα οικονομικού σχεδιασμού και προγραμματισμού.

Η ανάλυση των υποδομών, μέσα από ένα πρίσμα παραγωγής και κατανάλωσης τελικών αγαθών και υπηρεσιών, διακρίνει δύο βασικούς τύπους τουριστικών υποδομών:

- 1) Τις υποδομές αναψυχής, καθαρά προσκείμενες στην τουριστική δραστηριότητα, η χρήση των οποίων αφορά στον ελεύθερο χρόνο (π.χ. μαρίνες, αγκυροβόλια κ.λπ.).
- 2) Τις μακροοικονομικής φύσης υποδομές ή γενικές υποδομές, οι οποίες αποβλέπουν στην ικανοποίηση πολλών κατηγοριών καταναλωτών (π.χ. μεταφορές, ηλεκτροδότηση, αποχέτευση κ.λπ.).

Η χρηματοδότηση των υποδομών που ανήκουν στη δεύτερη κατηγορία, αφού είναι αδύνατον να διακρίνουμε τη γενική από την τουριστική υποδομή μίας χώρας, εξασφαλίζεται αποκλειστικά από το δημόσιο τομέα μέσω της δημόσιας φορολογίας και του δημόσιου δανεισμού. Η χρηματοδότηση της πρώτης είναι έργο είτε του δημοσίου είτε του ιδιωτικού τομέα. Οι κεφαλαιουχικές δαπάνες του πρώτου τύπου υποδομών θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως θετικές στο μέτρο που χρησιμοποιούνται από τους ημεδαπούς. Όμως, για πολλές αναπτυσσόμενες αλλά και ανεπτυγμένες χώρες, οι υποδομές αναψυχής θεωρούνται ότι απευθύνονται σχεδόν στο σύνολό τους αποκλειστικά στο διεθνή τουρισμό.

3.2.1. ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Οι μεταφορές είναι ένα πολύ σημαντικό τμήμα των σημερινών κοινωνιών τόσο μάλλον του τουρισμού καθώς αποτελούν το ένα από τα θεμελιώδη στοιχεία του. Στην ανάπτυξη μιας περιοχής, σημαντικό ρόλο παίζει το εθνικό οδικό δίκτυο, το οποίο καταφέρνει

και βγάζει από την γεωγραφική αφάνεια τις διάφορες περιοχές καθώς επίσης και τους δίνει την δυνατότητα να αναπτυχθούν τουριστικά και κατ' επέκταση και οικονομικά.

Τις τελευταίες δεκαετίες, παρά τις δυσκολίες που παρουσιάζει η μορφολογία της Ελλάδας, το συγκοινωνιακό δίκτυο της χώρας σταδιακά εκσυγχρονίζεται αποσκοπώντας στην ασφαλή και γρήγορη μετακίνηση στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

Επιπροσθέτως ο εκσυγχρονισμός της συγκοινωνιακής υποδομής αναμένεται να έχει θετικά εισοδηματικά αποτελέσματα με την επένδυση του πολλαπλασιαστή και του επιταχυντή επενδύσεων, ενώ δυνατότητες ανάπτυξης της τουριστικής κίνησης των νέων μορφών τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός ενδέχεται να προκύψουν μέσα από την βελτίωση της προσβασιμότητας σε περιοχές που παρουσιάζουν τουριστική δυναμική.

Μεγάλα έργα προς αυτή την κατεύθυνση αποτελούν η καλωδιακή γέφυρα Ρίου – Αντιρρίου, ο οδικός άξονας Π.Α.Θ.Ε., η Αττική Οδός, οι βελτιωτικές εργασίες στο λιμάνι του Πειραιά και της Ραφήνας, ο νέος Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών και η Εγνατία Οδός.

Η Εγνατία Οδός είναι ένας αυτοκινητόδρομος μήκους 670 χιλιομέτρων, διεθνών προδιαγραφών, που διασχίζει «οριζόντια» τη Βόρεια Ελλάδα, από τους Κήπους Έβρου έως και την Ηγουμενίτσα. Περνά μέσα από δώδεκα (12) νομούς και συνδέει μεταξύ τους τα αστικά κέντρα και τα λιμάνια. Διασχίζει τρεις Περιφέρειες, την Ήπειρο, τη Μακεδονία και τη Θράκη και συνδέει ταχύτατα την Ηγουμενίτσα με την Ευρώπη, από τη μεριά της θάλασσα. Μειώνεται έτσι η απόσταση από τις άλλες πόλεις της Ελλάδας, αλλά και εξασφαλίζεται η σύνδεση της Ελλάδας με τις Βαλκανικές χώρες και με την Ευρώπη. Το συγκεκριμένο έργο καθιστά τη βόρειο Ελλάδα πόλο έλξης, ανάπτυξης και σημείο αναφοράς στην ευρύτερη περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

Επίσης τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του κόστους μεταφοράς, της ταχύτητας και της ποιότητας του διαδρόμου Αδριατικής μέσω Ηγουμενίτσας και Εγνατίας οδού, σε σχέση με τους οδικούς άξονες μέσω Βουλγαρίας-Ρουμανίας προς το Βορρά ή μέσω Βουλγαρίας – ΠΓΔΜ – Αλβανίας, έχουν καταστήσει την Εγνατία οδό ως το σημαντικότερο άξονα μεταφορών σύνδεσης των νοτίων Βαλκανίων και της Τουρκίας με την Κεντρική και Δυτική Ευρώπη.

Τα γεγονότα όμως, όπως οι κατολισθήσεις στην περιοχή των Τεμπών και ο μεγάλος αριθμός ατυχημάτων στο επαρχιακό οδικό δίκτυο λόγω κακοτεχνιών και ελλιπούς οδικής

σήμανσης αναδεικνύουν την ύπαρξη σημαντικών προβλημάτων υποδομών που σε κάποιο βαθμό επισκιάζουν τη σημασία και την επίδραση των μεγάλων μεταφορικών έργων.

Τέλος, αναφορικά με τις χερσαίες μεταφορές, η κατάσταση δεν παρουσιάζει σημαντική πρόοδο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το μονοπώλιο των ΚΤΕΛ το οποίο παρατάθηκε μέχρι το 2019, ρύθμιση που δεν συμβαδίζει με τους κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και την στήριξη του ελεύθερου ανταγωνισμού στις μεταφορές.

3.2.2. ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

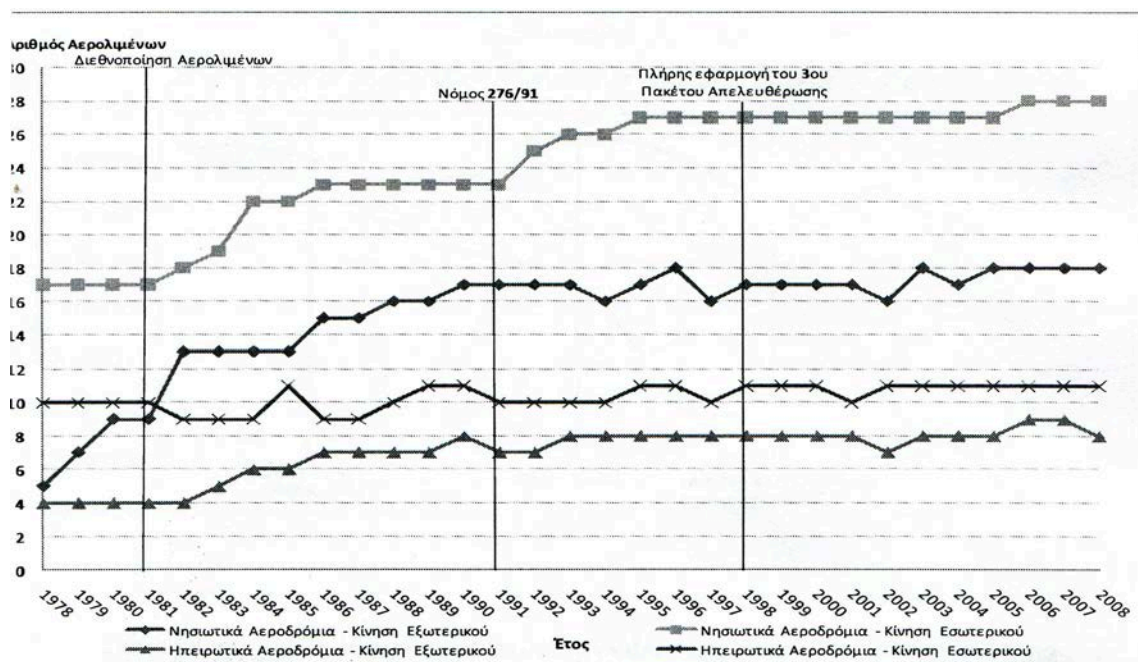
Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από ένα κερματισμένο γεωγραφικό σύνολο. Το ελληνικό αρχιπέλαγος φιλοξενεί πάνω από 6000 νησιά και νησίδες, 227 εκ των οποίων κατοικούνται. Η συνολική έκταση των νησιών καταλαμβάνει 25.000 τετραγωνικά χλμ, δηλαδή το ένα πέμπτο της συνολικής έκτασης της χώρας. 28 αεροδρόμια βρίσκονται στα νησιά ενώ μόλις 11 βρίσκονται στην ηπειρωτική Ελλάδα. Η ασυμμετρία αυτή στοχεύει στο να αντισταθμίσει τα μειονεκτήματα της θαλάσσιας μεταφοράς εξυπηρετεί όμως παράλληλα της ανάγκες του τουρισμού αν αναλογιστεί κανείς ότι το 73% του συνόλου των τουριστών της χώρας αφικνούνται αεροπορικώς και το 60% των διαθέσιμων καταλυμάτων βρίσκεται στη νησιωτική επικράτεια.

Οι αερομεταφορές στην Ελλάδα έχουν αναπτυχθεί ραγδαία από την δεκαετία του 1960 έως και σήμερα. Είναι γεγονός ότι ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται την χώρα μας χρησιμοποιώντας ως μέσο μετακίνησης το αεροπλάνο υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ετησίως. Επίσης, η Ελλάδα, κατ' εφαρμογή της σχετικής ευρωπαϊκής πολιτικής έχει πλήρως απελευθερώσει το πλαίσιο λειτουργίας τους από το 1998 επιτρέποντας, τουλάχιστον θεσμικά, την ελεύθερη και ανταγωνιστική ανάπτυξη του αεροπορικού δικτύου.

Αλλαγή στο αεροπορικό τοπίο της χώρας έφερε και η αποκρατικοποίηση των Ολυμπιακών Αερογραμμών με την πώληση τους στην M.I.G. ενισχύοντας, με ενδεχομένως θετικά αποτελέσματα για τις ελληνικές αερομεταφορές, τον αεροπορικό ανταγωνισμό τόσο εντός όσο και εκτός Ελλάδος. Η προσέλκυση νέων αεροπορικών εταιρειών τόσο συμβατικής μορφής όσο και εταιρειών χαμηλού κόστους και charter θα έδινε ώθηση στην αεροπορική κινητικότητα.

Το διάγραμμα που ακολουθεί δείχνει την εξέλιξη του αριθμού των εν λειτουργία πολιτικών αερολιμένων στη χώρα κατά την τελευταία 30ετία.

Διάγραμμα 5: Αριθμός ελληνικών αερολιμένων σε λειτουργία χρονικής περιόδου 1978-2008



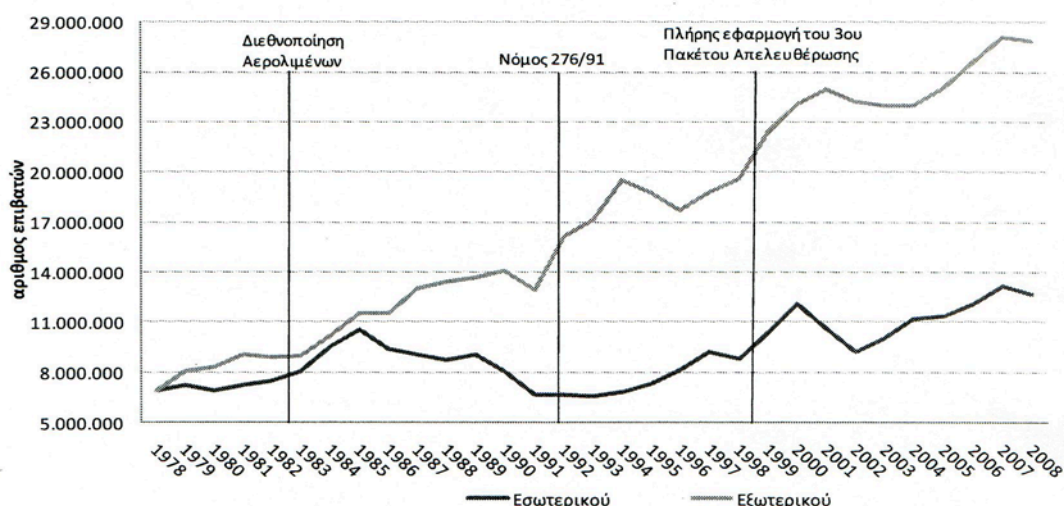
ΠΗΓΗ: «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία/κοινωνία και προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη», Μελέτη του Πανεπιστημίου Αιγαίου, εργαστηρίου τουριστικών ερευνών και μελετών για λογαριασμό του ΣΕΤΕ

Από τα 39 αεροδρόμια, τα 34 ανήκουν στο κράτος και διοικούνται από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (ΥΠΑ), τέσσερα ανήκουν σε φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης, διοικούνται όμως επίσης από την ΥΠΑ και ένα, αυτό των Αθηνών αποτελεί σύμπραξη μεταξύ του ελληνικού δημοσίου και της Hochtief στο πλαίσιο συμφωνίας Κατασκευής – Λειτουργίας – Μεταβίβασης (Build – Operate – Transfer). Δεκαπέντε αεροδρόμια είναι διεθνή, έντεκα εσωτερικού και δεκατρία είναι νομοθετημένα ή περιστασιακά οριζόμενα σημεία εισόδου εξόδου από τη χώρα.

Όπως παρατηρούμε και στο παρακάτω διάγραμμα, η εξέλιξη της επιβατικής κίνησης εξωτερικού παρουσιάζει αναμφισβήτητα πολύ θετικότερη αυξητική τάση σε σύγκριση με την αντίστοιχη εσωτερικού η οποία δείχνει να σταθεροποιείται τα τελευταία χρόνια στα 12 με

13 εκατομμύρια επιβάτες ετησίως. Πρέπει να σημειωθεί ότι η απελευθέρωση των ευρωπαϊκών ουραμών την δεκαετία του 1990 συνετέλεσε στην εξέλιξη της σημαντικής αύξησης της κίνησης εξωτερικού.

Διάγραμμα 6: Εξέλιξη επιβατικής κίνησης στους ελληνικούς αερολιμένες χρονικής περιόδου 1978-2008



ΠΗΓΗ: «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία/κοινωνία και προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη», Μελέτη του Πανεπιστημίου Αιγαίου, εργαστηρίου τουριστικών ερευνών και μελετών για λογαριασμό του ΣΕΤΕ

Επιπρόσθετα, η λειτουργία νέων αερολιμένων σε συνδυασμό με τον χαρακτηρισμό περισσότερων αερολιμένων ως διεθνείς πύλες εισόδου-εξόδου και η άρση των περιοριστικών μέτρων για την είσοδο αλλοδαπών στη χώρα μέσω Αθήνας, συνετέλεσαν σημαντικά στη διαμόρφωση της σημερινής κατάστασης της επιβατικής κίνησης της χώρας.

Οι βάσεις της κατάστασης αυτής τέθηκαν στα μέσα της δεκαετίας του 1980, όταν και ο ρυθμός αύξησης της κίνησης επιβατών εξωτερικού αρχίζει να αποκλίνει σημαντικά σε σύγκριση με την αντίστοιχη εσωτερικού. Η κίνηση που πραγματοποιήθηκε τότε, δηλαδή η αδειοδότηση εκτέλεσης μη προγραμματισμένων πτήσεων (charter) προς τον τελικό, συνήθως νησιωτικό, προορισμό και όχι στην Αθήνα από όπου οι επιβάτες θα μετεπιβιβάζονταν σε αεροσκάφος των Ολυμπιακών Αερογραμμών για την μετάβασή τους στο τελικό προορισμό, είχε ως αποτέλεσμα την ενίσχυση των περιφερειακών αερολιμένων και την βελτίωση, σε κάποιες περιπτώσεις, των υποδομών τους.

Πιο συγκεκριμένα, το 2008 διακινήθηκαν 40.588.771 επιβάτες συνολικά – 12,67 (31,23%) εκατομμύρια σε πτήσεις εσωτερικού και 27,91 (68,77%) εκατομμύρια σε πτήσεις εξωτερικού εκ των οποίων 16 εκατομμύρια περίπου (39,42%) με πτήσεις charter.

Σύμφωνα με το σύστημα ταξινόμησης αεροδρομίων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Ελλάδα διαθέτει ένα αεροδρόμιο κατηγορίας A (με ετήσια κίνηση άνω των 10 εκ), αυτό των Αθηνών μέσω του οποίου διακινείται το 39,79% του συνόλου των επιβατών. Ένα αεροδρόμιο κατηγορίας B (με ετήσια κίνηση από 5 έως 10 εκ), αυτό του Ηρακλείου μέσω του οποίου διακινείται το 13,39% της κίνησης, 5 αεροδρόμια κατηγορίας C (με ετήσια κίνηση από 1 έως 5 εκ ετησίως) που διακινούν το 48,23% της κίνησης και 32 αεροδρόμια κατηγορίας D (κάτω από 1 εκ επιβάτες ετησίως) που διακινούν το 11,99% της κίνησης. Αρκετά από τα αεροδρόμια της κατηγορίας D στηρίζουν την λειτουργία τους στις Υποχρεώσεις Παροχής Δημόσιας Υπηρεσίας (Public Service Obligation – PSO).

Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι το ελληνικό αεροπορικό τοπίο χαρακτηρίζεται από υψηλή συγκέντρωση, καθώς μέσω των δύο μεγαλύτερων αεροδρομίων της χώρας (Αθήνας και Ηρακλείου) διακινείται άνω του 50% του συνόλου της επιβατικής κίνησης. Στον αντίποδα υπάρχει μία πληθώρα αεροδρομίων τα οποία λειτουργούν για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες της περιοχής στην οποία βρίσκονται, χωρίς ωστόσο αυτό να γίνεται πάντα στη βάση της οικονομικής βιωσιμότητας.

Είναι γεγονός ότι παρά την ραγδαία αύξηση του εισερχόμενου αριθμού τουριστών στη χώρα μας αεροπορικώς, δεν υπήρξε αντίστοιχη μέριμνα από τις αρμόδιες και εμπλεκόμενες υπηρεσίες για τον σχεδιασμό και τη χάραξη συγκεκριμένης πολιτικής αερομεταφορών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η ενιαία τιμολογιακή πολιτική χρήσης υπηρεσιών επίγειας εξυπηρέτησης αερολιμένων από τις αεροπορικές εταιρείες. Εξαίρεση αποτελούν τα αεροδρόμια Αθηνών, Θεσσαλονίκης, Ηρακλείου, Ρόδου και Κέρκυρας. Σε αυτά τα αεροδρόμια, εισήλθαν νέες εταιρείες στην αγορά, βελτιώθηκαν οι υπηρεσίες και μειώθηκαν οι τιμές με αποτέλεσμα οι πτήσεις προς τα αεροδρόμια αυτά να είναι τιμολογιακά ελκυστικότερες προς όφελος των αντίστοιχων τουριστικών προορισμών και όσων δραστηριοποιούνται σ' αυτούς.

Η Ελλάδα μπορεί να αναπτύξει τις μεταφορές του τουρισμού σημαντικά χρησιμοποιώντας τα περιφερειακά αεροδρόμια. Για να πραγματοποιηθεί όμως κάτι τέτοιο θα πρέπει να υπάρξει συντονισμός συνολικά ανά προορισμό. Θα πρέπει δηλαδή η φέρουσα

ικανότητα του αερολιμένα να δύναται να ικανοποιηθεί από την φέρουσα ικανότητα του προορισμού.

Πιο συγκεκριμένα, υπάρχουν αρκετά μικρά νησιά της χώρας τα οποία δέχονται ορισμένες πτήσεις την εβδομάδα. Είναι προφανές ότι υπάρχει χώρος για την εξυπηρέτηση μεγαλύτερου αριθμού πτήσεων με την προϋπόθεση ότι οι αφιχθέντες τουρίστες μπορούν να εξυπηρετηθούν από τις υπόλοιπες υποδομές του προορισμού.

3.2.3. ΑΚΤΟΠΛΟΪΑ –ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ

Η απελευθέρωση έγινε στην ελληνική ακτοπλοΐα από την 1^η Νοεμβρίου 2002 με στόχο την ενίσχυση του ανταγωνισμού και την αναβάθμιση του επιπέδου ποιότητας των υπηρεσιών προς τον επιβάτη. Σε αρκετές όμως περιπτώσεις παρατηρήθηκαν προβλήματα. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι ενώ μέχρι πριν από μερικά χρόνια η απόσταση Πειραιά – Χίου καλυπτόταν σε περίπου 6 ώρες από τα ταχύπλοα Ε/Ο πλοία, οι διάφορες επανδρομολογήσεις στη συνέχεια, οδήγησαν συχνά στην αύξηση της διάρκειας του ταξιδιού έως και 50%. Αντίστοιχα προβλήματα έχουν παρατηρηθεί και σε άλλα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου με δυσμενείς επιπτώσεις στην τουριστική ανταγωνιστικότητά τους.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, η ελληνική ακτοπλοΐα στο σύνολό της έχει φτάσει σε επίπεδα ωρίμανσης καθώς τα ετήσια μεγέθη παρουσιάζουν οριακές αυξομειώσεις παρά το γεγονός ότι η επιβατική κίνηση παρουσιάζει διακυμάνσεις μεγαλύτερου εύρους. Οι μεταβολές αυτές οφείλονται στην ελαστικότητα ζήτησης που παρουσιάζει η επιβατική ζήτηση κυρίως λόγω οικονομικών και κοινωνικών παραγόντων. Οι διακυμάνσεις σε συνδυασμό με την εποχικότητα που χαρακτηρίζει την εν λόγω ζήτηση κάνει τον προγραμματισμό των ακτοπλοϊκών εταιρειών σύνθετη διαδικασία.

Οι ελληνικές θάλασσες, που προσελκύουν πλήθος τουριστών κάθε χρόνο, φαίνεται να χάνουν ένα σημαντικό τμήμα της αγοράς των κρουαζιερών που διοργανώνονται ετησίως, λόγω του καμποτάζ, ενώ την ίδια στιγμή, σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της Διεθνούς Ένωσης Εταιρειών Κρουαζιέρας-CLIA (2008), τα ελληνικά νησιά βρίσκονται στην τέταρτη

θέση των δημοφιλέστερων προορισμών για πραγματοποίηση κρουαζιέρας μετά τη Χαβάη, την Καραϊβική και την Αλάσκα.

Η Ελλάδα είναι ένας δημοφιλής προορισμός για τα κρουαζιερόπλοια εδώ και αρκετά χρόνια. Αναμφίβολα η μακραίωνη ιστορία της χώρας, οι κλιματολογικές συνθήκες, το φυσικό κάλλος των ακτών, η γεωγραφική τοποθεσία και οι μικρές αποστάσεις μεταξύ ελληνικών νησιών την καθιστούν έναν ελκυστικό προορισμό. Δυστυχώς, όμως, σύμφωνα με τον κ. Κουμπενά, Γενικό Διευθυντή των Επιχειρήσεων Louis Cruises¹¹, ενώ τα πλοία μεγαλώνουν συνεχώς σε μέγεθος, η λιμενική υποδομή παραμένει σχεδόν στάσιμη και ανεπαρκής, με αποτέλεσμα οι δυνατότητες ανάπτυξης της κρουαζιέρας να περιορίζονται σημαντικά.

Τα λιμάνια μας παρουσιάζουν σοβαρές ελλείψεις σε υποδομές για τον ελλιμενισμό των μεγάλων πλοίων αλλά και των ήδη υπάρχοντων. Δεν υπάρχουν ουσιαστικά έργα νέων υποδομών σε εξέλιξη και τα ελληνικά νησιά που συμπεριλαμβάνονται στα προγράμματα των κρουαζιερών έχουν ήδη κορεστεί, ενώ παραμένουν ουσιαστικά τα ίδια εδώ και τριάντα χρόνια. Η ανάπτυξη νέων προορισμών κρουαζιέρας θα μπορούσε να προσελκύσει και άλλα πλοία και να αλλάξει το σκηνικό, συμβάλλοντας ουσιαστικά στην οικονομική άνθηση των ελληνικών νησιών, αλλά και της Ελλάδας γενικότερα.

Το πρόβλημα είναι πρωτίστως θέμα κατάλληλων υποδομών και λιμενικών εγκαταστάσεων και δευτερευόντως νομοθεσίας. Η υπάρχουσα νομοθεσία μπορεί να βελτιωθεί, όμως από μόνη της δεν θα προσελκύσει πλοία εάν δεν δημιουργηθούν οι κατάλληλες υποδομές.

Η έλλειψη επαρκών υποδομών ελλιμενισμού και η ανεπάρκεια της σχετικής τουριστικής πολιτικής φαίνεται και από τη σχετική έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ, όπου η χώρα μας έχει απολέσει 16 θέσεις στο διάστημα των τριών τελευταίων ετών (41^η το 2007 και 57^η το 2009).

Ένα βασικό πρόβλημα με την κατασκευή μεγάλων λιμενικών υποδομών αποτελεί το σημαντικό μη ανακτήσιμο κόστος της σχετικής επένδυσης ιδιαίτερα καθώς η σχετική ζήτηση δεν είναι ουσιαστικά εξασφαλισμένη. Πέρα από την ανάπτυξη του όποιου brand name σε επίπεδο προορισμού, το πρόβλημα θα μπορούσε ενδεχομένως να μετριαστεί μέσα από τη διασπορά του σχετικού κινδύνου στα πλαίσια μιας ΣΔΙΤ όπου ιδανικά μέρος της επένδυσης θα αναλαμβανόταν από τις ίδιες τις εταιρείες κρουαζιερόπλοιων.

¹¹ <http://www.touristiki-agera.gr/article.asp?ID=442>

Εναλλακτικά, θα μπορούσε αρχικά το κράτος να προωθήσει μια φιλελεύθερη πολιτική εκχώρησης δικαιωμάτων cabotage με στόχο την ανάπτυξη των νησιών του Ανατολικού Αιγαίου, όπου κρουαζιερόπλοια μικρο-μεσαίας κλίμακας θα χρησιμοποιούσαν ως λιμένες βάσης (home ports) κάποια από τα νησιά αυτά στη βάση ενός προϊόντος fly – cruise.

Η κρουαζιέρα από τη φύση της αποτελεί τον κύριο κρίκο σε μία τεράστια αλυσίδα δραστηριοτήτων και για το λόγο αυτό συμβάλλει αποφασιστικά στην οικονομική ανάπτυξη και απασχόληση σε τοπικό αλλά και εθνικό επίπεδο. Τα μέγιστα οφέλη επιτυγχάνονται εάν η κρουαζιέρα είναι ελληνική με έδρα την Ελλάδα, και η νομοθεσία πρέπει να βελτιωθεί κυρίως προς αυτή την κατεύθυνση.

Εκτός από το ασαφές και σε ορισμένες περιπτώσεις πολύπλοκο και μη φιλικό νομικό πλαίσιο και τα σημαντικά θέματα έλλειψης υποδομών, υπάρχει άμεση ανάγκη αναδιάρθρωσης της ναυτικής εκπαίδευσης αλλά και η παροχή και διατήρηση των κινήτρων στους νέους για καριέρα στη θάλασσα. Θα πρέπει να γνωρίζουμε ότι η αχίλλειος πτέρνα της ναυτιλίας μας -επιβατηγού και μη- είναι η έλλειψη κατάλληλων και έμπειρων ελληνικών πληρωμάτων και αξιωματικών. Χωρίς αυτούς η συνέχιση της ναυτικής παράδοσής μας δεν θα είναι εφικτή και η απώλεια του μεγαλύτερου εθνικού πόρου μας που είναι η ελληνική και ελληνόκτητος ναυτιλία θα είναι αναπόφευκτη.

Η κρουαζιέρα αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς ως τρόπος διακοπών, και για το λόγο αυτό επιβάλλεται η αντίστοιχη βελτίωση των υποδομών τόσο στον Πειραιά, που είναι ο κεντρικός σταθμός επιβίβασης και αποβίβασης -και ουσιαστικά η «βιτρίνα» της χώρας-, όσο και γενικά στα ελληνικά νησιά για την προσέλκυση περισσότερων και μεγαλύτερων πλοίων και, φυσικά, μεγαλύτερου αριθμού τουριστών.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των κρουαζιέρων που ξεκινούν από ελληνικούς λιμένες είναι μικρής και μεσαίας διάρκειας με εξαίρεση όσες προσεγγίζουν στον Πειραιά. Σε γενικές γραμμές, ο αριθμός των κρουαζιέρων που ξεκινούν από την Ελλάδα παραμένει μικρός λόγω του προστατευτισμού ο οποίος χαρακτηρίζει τον τομέα της κρουαζιέρας καθώς το ελληνικό κράτος αρνείται την εκχώρηση δικαιωμάτων cabotage σε πλοία νηολογημένα εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, που αποτελούν άλλωστε και την πλειονότητα στον κλάδο της κρουαζιέρας. Με εξαίρεση 7 λιμένες, ο αριθμός των διερχομένων τουριστών δεν ξεπερνά τις 50.000 σε ετήσια βάση.

Το λιμάνι του Πειραιά είναι περιορισμένης χωρητικότητας τόσο σε αριθμό πλοίων όσο και σε εγκαταστάσεις επιβατών, πάντα λαμβάνοντας υπόψη τα μεγέθη των σημερινών

πλοίων. Παρά τις προσπάθειες βελτίωσης, οι υπάρχουσες εγκαταστάσεις αδυνατούν να ανταποκριθούν στον όγκο της κίνησης. Η ανάπτυξη των χερσαίων υποδομών με παράλληλη βελτίωση των υπαρχουσών είναι καθοριστικής σημασίας για τον επιβάτη ώστε ο Πειραιάς να γίνει κόμβος για τα σημερινά μεγάλα κρουαζιερόπλοια. Ενδεικτικά αναφέρουμε λειτουργικές λιμενικές υποδομές με αίθουσες υποδοχής τουριστών, εστιατόρια, καταστήματα, παροχές τουριστικών πληροφοριών, συστήματα ασφαλείας και ελέγχων χωρίς καθυστερήσεις, ταλαιπωρίες και γραφειοκρατικές διαδικασίες και στελέχωση των υπηρεσιών με κατάλληλο προσωπικό και μέσα.

Για να καταστεί η Ελλάδα ακόμη πιο δημοφιλής ως προορισμός και να προσελκύσει ξένα κρουαζιερόπλοια, θα πρέπει να βελτιώσει θεαματικά τα λιμάνια και τις εγκαταστάσεις της και να εξετάσει σοβαρά την ανάπτυξη και άλλων προορισμών κρουαζιέρας, νησιωτικών αλλά και ηπειρωτικών, όπως της Θεσσαλονίκης, του Βόλου και άλλων ενδιαφερόντων σημείων της ηπειρωτικής Ελλάδας, προσφέροντας έτσι τη δυνατότητα προσέγγισης σε άγνωστους μέχρι τώρα προορισμούς. Η σωστή και οργανωμένη προώθηση τόσο των νέων αλλά και των υπάρχοντων προορισμών, καθώς και της κρουαζιέρας ως επιλογής διακοπών στην Ελλάδα θα δώσει ώθηση στην οικονομία. Για να επιτευχθεί αυτό θα μπορούσε, για παράδειγμα, να δημιουργηθεί ειδική διεύθυνση κρουαζιέρας στο Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού, το οποίο, σε συνεργασία με το Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής, θα διαμορφώσει το κατάλληλο πλαίσιο προς αυτή την κατεύθυνση.

Ο κλάδος της κρουαζιέρας έχει τη μοναδικότητα να συνδυάζει τη ναυτιλιακή δραστηριότητα ταυτόχρονα με την τουριστική, και συνεπώς τα κέρδη είναι διπλά. Για το λόγο αυτό, μπορούν να επιτευχθούν πολλαπλά οφέλη για τους τομείς της βιομηχανίας (ναυπηγική, επισκευαστική, κατασκευές, ηλεκτρονικά/ηλεκτρολογικά), εισαγωγών/εξαγωγών/εμπορίου (ανταλλακτικά, υλικά, εφόδια, τρόφιμα, τοπικά προϊόντα), υπηρεσιών (μεταφορές, εκδρομές, ξενοδοχεία, πρακτορεία ταξιδίων, αεροδρόμια, νομικές υπηρεσίες, εκπαίδευση, ιατρικές υπηρεσίες, υπηρεσίες ασφαλείας), απασχόλησης (πληρώματα πλοίων, προσωπικό γραφείων, πρακτορείων, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, εργαζόμενοι σε συνεργεία, ναυπηγεία, προμηθευτές, τουριστικά γραφεία, μεταφορικές εταιρείες, δικηγορικά γραφεία, εταιρείες μεταφορών κ.λπ.). Οι μικρής και μεσαίας διάρκειας κρουαζιέρες του Αιγαίου συνήθως συνδυάζονται με παραμονές σε ξενοδοχεία και περιηγήσεις πριν ή μετά την κρουαζιέρα, οπότε ενισχύουν και τον τοπικό τουρισμό.

Το ελληνικό κρουαζιερόπλοιο ήταν πάντα ο καλός πρεσβευτής για τον τουρισμό και έφερνε σε πρώτη επαφή τον ξένο επισκέπτη με την Ελλάδα, την πλούσια πολιτιστική

κληρονομιά και την ελληνική φιλοξενία. Έκανε γνωστή την Ελλάδα σε εκατομμύρια ανθρώπους και μετέφερε την ελληνική σημαία σε όλα τα μήκη και πλάτη της γης. Αυτό, όμως, δεν συμβαίνει πλέον, καθ' όσον έχει καταστεί μη ανταγωνιστικό σε σχέση με τα κρουαζιερόπλοια υπό ξένη σημαία.

Τα μέγιστα οφέλη από την κρουαζιέρα θα επιτευχθούν με την ενίσχυση του ελληνικού κρουαζιερόπλοιου, ενώ εάν επικεντρωθούμε μόνο στην προσέλκυση ξένων κρουαζιερόπλοιων θα περιορίσουμε τα οφέλη σε τοπικά, τα οποία θα είναι ενίοτε και πρόσκαιρα, ανάλογα με τις επικρατούσες διεθνείς συγκυρίες και τα γεωστρατηγικά παιχνίδια.

3.2.4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

Όταν λέμε τουριστικά καταλύματα εννοούμε τις επιχειρήσεις εκείνες οι οποίες προσφέρουν στους πελάτες άλλοτε κανονικά και άλλοτε περιοδικά υπηρεσίες κυρίως διαμονής. Επίσης μπορούν να προσφέρουν και άλλες υπηρεσίες όπως ψυχαγωγία, φαγητό, άθληση κ.λπ.

Σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στην απόφαση 530992/1987 του Γενικού Γραμματέα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)¹², στην Ελλάδα τα τουριστικά καταλύματα διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

1. Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα: αυτά περιλαμβάνουν του εξής τύπους καταλυμάτων:
 - I. Ξενοδοχεία κλασικού τύπου.
 - II. Ξενοδοχεία τύπου μοτέλ.
 - III. Ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων.
 - IV. Ξενοδοχεία κλασικού τύπου και επιπλωμένων διαμερισμάτων.

¹² ΦΕΚ 557Β'

2. Μη κύρια ή συμπληρωματικά ξενοδοχειακά καταλύματα: στα οποία περιλαμβάνονται οι ακόλουθοι τύποι:

- I. Χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης με ή χωρίς οικίσκους.
- II. Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις ή κατοικίες.
- III. Ενοικιαζόμενα δωμάτια σε συγκρότημα μέχρι 10 δωματίων.
- IV. Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια.

Τουριστικό κατάλυμα είναι το ξενοδοχείο το οποίο προσφέρει δωμάτια ή επιπλωμένα διαμερίσματα για ενοικίαση σε μια περαστική πελατεία ή σε μια πελατεία παραμονής. Ο χρόνος παραμονής και παράλληλα ενοικίασης μπορεί να κυμαίνεται ανά ημέρα, εβδομάδα ή και μήνα. Βασική προϋπόθεση παραμένει ότι αυτός ο τύπος ενοικίασης δεν αντιπροσωπεύει μια συνηθισμένη κατοικία.

Τα ξενοδοχεία μπορεί να περιλαμβάνουν αίθουσες εστιατορίων, οργανωμένων με τις ανάλογες υπηρεσίες. Η ταξινόμηση των ξενοδοχείων πραγματοποιείται σύμφωνα με το βαθμό ύπαρξης μιας σειράς παραγόντων. Αυτοί είναι οι συνθήκες άνεσης, η διάρκεια λειτουργίας-εκμετάλλευσης, το μέγεθος και η ένταξη του ξενοδοχείου σε μια ανεξάρτητη ή εξαρτημένη αλυσίδα.

Τα ξενοδοχεία ανάλογα με τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους διακρίνονται σε 5*****, 4****, 3***, 2** και 1*. Στον πίνακα που ακολουθεί παραθέτουμε το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας από το 1996 έως το 2011.

Πίνακας 9: Ξενοδοχειακό δυναμικό χρονικής περιόδου 1996-2011

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 1996							
	Πολυτελείας	Α΄ Τάξεως	Β΄ Τάξεως	Γ΄ Τάξεως	Δ΄ Τάξεως	Ε΄ Τάξεως	ΣΥΝΟΛΟ
Ξενοδοχεία	62	656	1.362	3.750	985	662	7.477
Δωμάτια	15.160	69.736	72.240	105.291	18.010	9.009	289.446
Κλίνες	29.147	132.667	137.190	197.572	34.281	17.928	548.765

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2000							
	Πολυτελείας	Α΄ Τάξεως	Β΄ Τάξεως	Γ΄ Τάξεως	Δ΄ Τάξεως	Ε΄ Τάξεως	ΣΥΝΟΛΟ
Ξενοδοχεία	83	792	1.499	4.027	1.080	592	8.073
Δωμάτια	18.686	78.816	76.207	111.501	19.386	8.397	312.993
Κλίνες	36.117	149.782	145.097	209.414	36.882	16.698	593.990

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2001							
	Πολυτελείας	Α΄ Τάξεως	Β΄ Τάξεως	Γ΄ Τάξεως	Δ΄ Τάξεως	Ε΄ Τάξεως	ΣΥΝΟΛΟ
Ξενοδοχεία	90	817	1.542	4.191	1.083	562	8.285
Δωμάτια	19.631	82.035	76.801	114.400	19.476	8.124	320.467
Κλίνες	37.936	155.911	146.218	214.870	37.027	16.142	608.104

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2002							
	Πολυτελείας	Α΄ Τάξεως	Β΄ Τάξεως	Γ΄ Τάξεως	Δ΄ Τάξεως	Ε΄ Τάξεως	ΣΥΝΟΛΟ
Ξενοδοχεία	97	844	1.583	4.342	1.106	555	8.527
Δωμάτια	20.368	85.059	78.938	117.631	20.281	8.071	330.348
Κλίνες	39.337	161.761	150.167	220.976	38.635	16.038	626.914

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2003							
	Πολυτελείας	Α΄ Τάξεως	Β΄ Τάξεως	Γ΄ Τάξεως	Δ΄ Τάξεως	Ε΄ Τάξεως	ΣΥΝΟΛΟ
Ξενοδοχεία	104	870	1.613	4.403	1.147	552	8.689
Δωμάτια	21.324	88.139	80.604	119.716	21.709	8.048	339.540
Κλίνες	41.372	167.822	153.410	225.104	41.201	15.989	644.898

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2004							
	5*****	4*****	3***	2**	1*	ΣΥΝΟΛΟ	
Ξενοδοχεία	139	896	1.660	4.473	1.731	8.899	
Δωμάτια	26.756	88.837	82.627	122.615	31.056	351.891	
Κλίνες	51.967	168.940	157.495	230.281	59.588	668.271	

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2005							
	5*****	4*****	3***	2**	1*	ΣΥΝΟΛΟ	
Ξενοδοχεία	155	944	1.712	4.496	1.729	9.036	
Δωμάτια	29.140	90.975	83.632	124.106	30.868	358.721	
Κλίνες	56.888	173.431	159.351	233.315	59.065	682.050	

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2006							
	5*****	4*****	3***	2**	1*	ΣΥΝΟΛΟ	
Ξενοδοχεία	176	994	1.084	4.460	1.677	9.111	
Δωμάτια	33.130	92.372	85.547	123.151	29.979	364.179	
Κλίνες	64.913	176.631	163.077	231.333	57.298	693.252	

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2007							
	5*****	4*****	3***	2**	1*	ΣΥΝΟΛΟ	
Ξενοδοχεία	199	1.048	1.900	4.403	1.657	9.207	
Δωμάτια	35.782	94.737	85.920	121.589	29.964	367.992	
Κλίνες	70.198	181.476	163.729	228.404	57.126	700.933	

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2008						
	5*****	4****	3***	2**	1*	ΣΥΝΟΛΟ
Ξενοδοχεία	230	1.102	2.058	4.387	1.608	9.385
Δωμάτια	39.614	95.790	89.142	120.935	29.586	375.067
Κλίνες	78.464	183.900	169+.941	227.146	56.406	715.857

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2009						
	5*****	4****	3***	2**	1*	ΣΥΝΟΛΟ
Ξενοδοχεία	280	1.164	2.179	4.368	1.568	9.559
Δωμάτια	46.186	97.432	89.749	120.733	28.908	383.008
Κλίνες	91.770	187.494	171.202	226.707	55.106	732.279

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2010						
	5*****	4****	3***	2**	1*	ΣΥΝΟΛΟ
Ξενοδοχεία	312	1.234	2.268	4.349	1.569	9.732
Δωμάτια	51.100	101.837	92.847	122.645	29.231	397.660
Κλίνες	102.429	196.862	177.923	230.358	55.835	763.407

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΤΟΥΣ 2011						
	5*****	4****	3***	2**	1*	ΣΥΝΟΛΟ
Ξενοδοχεία	334	1.234	2.289	4.274	1.517	9.648
Δωμάτια	53.886	100.076	94.025	120.612	28.723	397.322
Κλίνες	108.552	193.381	180.365	226.539	54.831	763.668

ΠΗΓΗ: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Όπως παρατηρούμε από τον παραπάνω πίνακα, τα ξενοδοχεία πολυτελείας από 62 που ήταν το 1996 έγιναν το 2011 334. Επίσης αύξηση καταγράφεται και στα ξενοδοχεία α' τάξεως, τα οποία από 656 που ήταν το 1996, το 2003 καταγράφηκαν 870. Οι ίδιες αυξητικές τάσεις παρατηρούνται και στα ξενοδοχεία β', γ', δ' και ε' τάξεως.

Από το 2004 έως και το 2011 τα ξενοδοχεία όλων των τάξεων αυξήθηκαν, από 8899 το 2004 σε 9.648 το 2011. Την περίοδο 1996-2004 τα ξενοδοχεία όλων των τάξεων αυξήθηκαν κατά 1212 ενώ την περίοδο 2004-2011 κατά 749. Αντιλαμβανόμαστε ότι έχουμε μια βραδύτερη αύξηση. Το θετικό είναι ότι τα πεντάστερα ξενοδοχεία από 139 που ήταν το 2004 έγιναν 334 το 2011 σημειώνοντας αύξηση κατά 195. Επίσης το 2011 τα ξενοδοχεία ενός αστέρος σημείωσαν πτώση. Επίσης στο σύνολο των ξενοδοχείων το 2010 καταγράφηκαν τα περισσότερα ξενοδοχεία (9.732) ενώ το 2011 σε σύγκριση με την προηγούμενη χρονιά μερικά έκλεισαν, κυρίως των 2** και 1*.

Πίνακας 10: Κάμπινγκ Ελλάδας χρονικής περιόδου 2010-2011

ΚΑΜΠΙΝΓΚ ΕΛΛΑΔΑΣ 2010					
	4****	3***	2**	1*	ΣΥΝΟΛΟ
Θέσεις	5.071	4.088	15.737	1.163	26.059
Οικισμοί	221	158	869	0	1.248
Άτομα	17.076	13.767	53.178	3.270	87.291

ΚΑΜΠΙΝΓΚ ΕΛΛΑΔΑΣ 2011					
	4****	3***	2**	1*	ΣΥΝΟΛΟ
Θέσεις	4.963	3.428	14.900	1.163	24.454
Οικισμοί	211	100	605	0	916
Μονάδες	28	39	223	9	299

ΠΗΓΗ: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Αναφορικά δε με τα κάμπινγκ τα οποία βρίσκονται στην Ελλάδα διαπιστώνουμε τα εξής παρατηρώντας τον παραπάνω πίνακα. Οι θέσεις των κάμπινγκ το 2011 μειώθηκαν σε σύγκριση με την προηγούμενη χρονιά κατά 1605. Το ίδιο διαπιστώνεται και στους οικισμούς από 1248 που ήταν το 2010 έγιναν 916 το 2011, μειώθηκαν δηλαδή κατά 332. Αυτό που είναι αξιοσημείωτο είναι ότι τα κάμπινγκ 1* παραμένουν τα ίδια και τις δύο χρονιές.

3.3. Η ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΣΤΗΝ

ΕΛΛΑΔΑ

Αν εξετάσουμε προσεκτικά τον τουρισμό, θα διαπιστώσουμε ότι αποτελεί αυτός ένα σύνθετο δραστηριοτήτων, προϊόντων και παραγωγικών μονάδων, που προσφέρει μια τουριστική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά απ' τον τόπο στον οποίο κατοικούν μόνιμα και ταξιδεύουν για να επισκεφτούν κάποιον τουριστικό προορισμό για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης κ.λπ.

Με άλλα λόγια ο τουρισμός συμπεριλαμβάνει όλους τους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων, αλλά και εκείνους που δεν μπορούν να χαρακτηριστούν σαν τέτοιοι, πλην όμως τα προϊόντα που προσφέρουν είναι λίγο-πολύ απαραίτητα στους τουρίστες κατά τη διάρκεια της πρόσκαιρης βραχυχρόνιας διαμονής τους σε έναν τουριστικό προορισμό ή ακόμα και κατά τη μετακίνησή τους από τον τόπο στον οποίο κατοικούν μόνιμα στον τουριστικό προορισμό της επιλογής τους και αντίστροφα.

Μπορούμε να πούμε δηλαδή ότι ο τουρισμός είναι ολόκληρος ο κόσμος της τουριστικής βιομηχανίας, δηλαδή των θέλγητρων, των καταλυμάτων, των μεταφορικών μέσων και γενικότερα όλων των υλικών ή άυλων προϊόντων που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων. Και ακόμα ότι αποτελεί το αθροιστικό σύνολο των τουριστικών δαπανών που πραγματοποιούνται μέσα στα όρια μιας χώρας ή μιας διοικητικής της υποδιαίρεσης¹³.

Όπως είναι εύκολα κατανοητό, λόγω των πολλών και ετερογενών απαιτήσεων, ο τουρισμός αποτελεί μια βιομηχανία με πολλές ιδιαιτερότητες, αφού σίγουρα καμία λύση δεν μπορεί να καλύψει όλες τις ανάγκες.

Από την άλλη μεριά, πρόκειται για μία βιομηχανία υπηρεσιών στην οποία ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην πελατειακή εμπειρία και ικανοποίηση.

Σύμφωνα με τα άρθρα 1 του Β.Δ. 436/1961 και 2 του Νόμου 2160/1993 οι επιχειρήσεις και τα καταστήματα τα οποία μπορούν να χαρακτηριστούν ως τουριστικά είναι τα εξής:

Α) Τουριστικά καταλύματα: είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις που υποδέχονται τουρίστες και παρέχουν σε αυτούς διαμονή και άλλες συναφείς προς τη διαμονή υπηρεσίες, όπως εστίαση, ψυχαγωγία, αναψυχή, άθληση και διακρίνονται σε:

1) Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα:

- Ξενοδοχεία κλασικού τύπου.
- Ξενοδοχεία τύπου MOTEL.
- Ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων.
- Ξενοδοχεία κλασικού τύπου και επιπλωμένων διαμερισμάτων.

¹³ Ηγουμενάκης Ν., (1999), «Τουριστικό Μάρκετινγκ», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, σελ. 70-72.

- Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις με ή χωρίς οικίσκους (ΚΑΜΠΙΝΓΚ).

2) Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα:

- Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις ή κατοικίες.
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια σε συγκρότημα μέχρι 10 δωματίων.
- Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα.

3) Σύνθετα Τουριστικά Καταλύματα: χαρακτηρίζονται τα ξενοδοχειακά καταλύματα κλασικού τύπου, τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων και ξενοδοχεία που συνδυάζουν τον κλασικό τύπο και τα επιπλωμένα διαμερίσματα. Είναι ένα νέο τουριστικό προϊόν και μπορούν να αναπτυχθούν σε εκτάσεις τουλάχιστον 150 στρεμμάτων σε συνδυασμό με ξενοδοχεία 5 αστερών. Οι επιπλωμένες κατοικίες που εκμισθώνονται ή πωλούνται δεν μπορεί να υπερβαίνουν το 30% της συνολικής δομούμενης επιφάνειας του σύνθετου τουριστικού καταλύματος. Η μακροχρόνια μίσθωση γίνεται για τουλάχιστον 10 χρόνια. Η δημιουργία σύνθετων τουριστικών καταλυμάτων σε εκτάσεις 800 στρεμμάτων επιτρέπεται μόνο σε Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης¹⁴.

Μετά το 1970 μεγάλες ξενοδοχειακές εταιρείες άρχισαν να συνενώνονται και να επεκτείνονται γεωγραφικά στο διεθνή χώρο. Έτσι δημιουργήθηκαν μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και στην Ελλάδα. Οι περισσότερες από αυτές τις εταιρείες έχουν την έδρα τους σε αναπτυγμένες χώρες ενώ παράλληλα διαθέτουν θυγατρικές με άλλη ονομασία ή με την ίδια σε άλλες τουριστικές χώρες, όπως η Ελλάδα. Επιπλέον συχνό είναι και το φαινόμενο οι ξενοδοχειακές αυτές μονάδες να ανήκουν σε εταιρείες που δεν δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.

B) Ξενώνες Νεότητας: είναι καταλύματα που εξυπηρετούν πρόσωπα νεαρής ηλικίας ημεδαπά ή αλλοδαπά, εφοδιασμένα με ειδική κάρτα ομοσπονδιών, σωματείων ή ιδρυμάτων και υπάγονται στην εποπτεία του Ε.Ο.Τ. Οι επιχειρήσεις των Ξενώνων Νεότητας ανήκουν σε νομικά πρόσωπα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και στεγάζονται σε κτιριακές εγκαταστάσεις, οι οποίες πληρούν ορισμένες τεχνικές προδιαγραφές.

¹⁴ http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_economy_2_15/07/2011_449291

Γ) Εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής: οι οποίες έχουν γίνει για κάθε μορφή τουρισμού, όπως ο συνεδριακός, ο θαλάσσιος, ο αθλητικός, ο αγροτικός, ο πολιτιστικός, ο θεραπευτικός ή άλλος. Επιπλέον υπάρχουν και εγκαταστάσεις για συνεδριακά κέντρα, χιονοδρομικά κέντρα, κέντρα ιππικού τουρισμού, αεροθεραπευτήρια και υδροθεραπευτήρια, τις οποίες συνοδεύουν εγκαταστάσεις, όπως καταλύματα, χώροι αθλητικών τουριστικών εγκαταστάσεων, κέντρα εστίασης και αναψυχής, ως και εγκαταστάσεις οποιασδήποτε μορφής, καθώς και γραφεία εκμετάλλευσης σκαφών αναψυχής.

Δ) Τουριστικά γραφεία: είναι μια εμπορική επιχείρηση η οποία λειτουργεί ως ένας αυτόνομος ενδιάμεσος φορέας στη διανομή των τουριστικών προϊόντων. Παρεμβαίνει μεταξύ του πελάτη και του τελικού προϊόντος αποκομίζοντας μια προμήθεια στο σύνολο των πραγματοποιούμενων πωλήσεων.

Ε) Tour operator: αποτελούν το δυναμικότερο κλάδο επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τουρισμό, καθώς παράγουν, προωθούν και πωλούν το μεγαλύτερο μέρος του παγκόσμιου οργανωμένου τουρισμού. Η δραστηριότητα αυτή προέκυψε αρχικά από τη σταδιακή συγχώνευση πολλών τουριστικών πρακτορείων και είχε ως στόχο την ευκολότερη πρόσβαση στις χώρες υποδοχής τουριστών και την παροχή μεγαλύτερης ποικιλίας προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές. Οι στόχοι αυτοί επιτεύχθηκαν μέσα από τη συνεχή μαζικοποίηση των τουριστικών ταξιδιών, τα οποία έγιναν, ένα προϊόν ευρείας κατανάλωσης για τις αναπτυγμένες χώρες. Αυτή η μαζικοποίηση έγινε δυνατή λόγω της παραγωγής από τους tour operator των διαφορετικών τύπων οργανωμένων ταξιδιών σε διαφορετικές τιμές. Τα ταξίδια αυτά, εκτός από την ασφάλεια και την χαμηλή τιμή που προσέφεραν στους πελάτες, χαρακτηρίζονται από την τυποποίηση των υπηρεσιών και δραστηριοτήτων τους άσχετα με την χώρα ή την εποχή που πραγματοποιείται το ταξίδι.

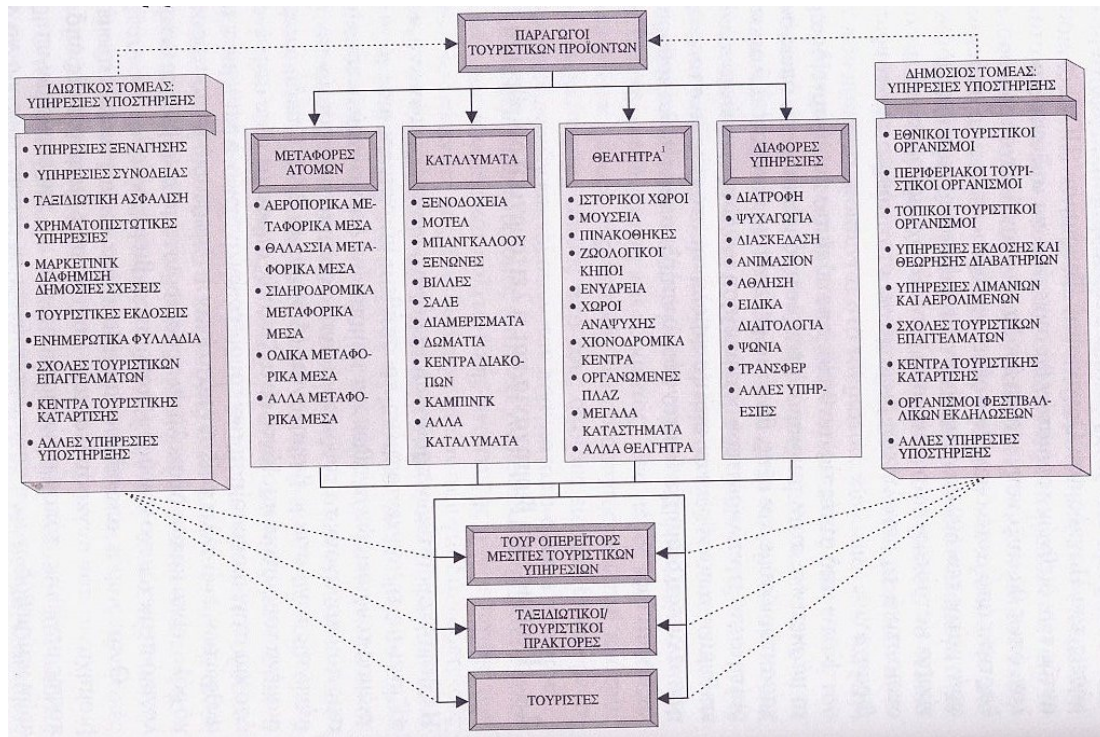
ΣΤ) Γραφεία ενοικιάσεως αυτοκινήτων: είναι επιχειρήσεις ολικής μίσθωσης ιδιωτικής χρήσης αυτοκινήτων.

Ζ) Διάφορα τουριστικά καταστήματα: όπως εστιατόρια, ζυθεςιατόρια, κέντρα διασκέδασης, κέντρα αναψυχής, ζαχαροπλαστεία, καφενεία, μπαρ, κέντρα – περίπτερα αναψυχής εξοχικά ή μη, καταστήματα πωλήσεως ειδών λαϊκής τέχνης φωτογραφικών ειδών, αρχαιοπωλεία κ.λπ.

Η ζήτηση τουριστικών προϊόντων εκ μέρους των ανθρώπων αντιμετωπίζεται με τη συγκεντρωμένη προσπάθεια μάρκετινγκ μιας μεγάλης γκάμας τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Από κοινού οι επιχειρήσεις που παράγουν τα τουριστικά αυτά προϊόντα

συγκροτούν τον πυρήνα της τουριστικής βιομηχανίας. Έτσι η διαρθρωτική δομή της τουριστικής βιομηχανίας παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα.

Σχήμα 2: Διαρθρωτική δομή της τουριστικής βιομηχανίας



ΠΗΓΗ: Ηγουμενάκης Ν., (1999), «Τουριστικό Μάρκετινγκ».

Το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί τη σπουδαιότερη συνιστώσα της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος καθώς οι τουριστικές υπηρεσίες βασίζονται πρωτίστως στον επαγγελματισμό και στην ανθρώπινη συμπεριφορά.

Σύμφωνα με την μελέτη του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (W.T.T.C.¹⁵), οφέλη από τον τουρισμό θα αποκομίσουν οι κοινωνίες οι οποίες, μεταξύ άλλων, θα λάβουν μέτρα για:

- Εισαγωγή νέου επαγγελματισμού,
- την απασχόληση και κάλυψη εκπαιδευτικών αναγκών,
- αξιοποίηση του ανθρώπινου κεφαλαίου που απαιτείται για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, επενδύοντας στον ανθρώπινο παράγοντα.

¹⁵ Ναυτεμπορική, 13-12-2004

Γενικότερα, υποστηρίζεται ότι η αξιοποίηση των τουριστικών ειδικοτήτων, σε συνδυασμό με τη μέριμνα για ανάπτυξη της τουριστικής συνείδησης, κυρίως των επαγγελματιών κάθε είδους αλλά και της κοινωνίας συνολικά, δεν βοηθάνε μόνο στην προώθηση του τουριστικού προϊόντος, αλλά μπορεί να αποτελέσουν εφαλτήριο για τη συνολική ανάπτυξη της ποιότητας των υπηρεσιών της χώρας.

Επιπλέον, η βελτίωση της ποιότητας του ανθρώπινου δυναμικού το οποίο απασχολείται στον τουρισμό συμβάλει συνολικά στο να γνωρίσει συνολικά η κοινωνία τον ελληνικό πολιτισμό, την αξία του φυσικού πλούτου, την πλούσια λαογραφική παράδοση και με τη σειρά της να εκτιμά, να διαφυλάσσει και να αναδεικνύει αυτά τα μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της χώρας μας.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel and Tourism Council), το 1/5 του εργατικού δυναμικού της χώρας (περίπου 900.000 άτομα) απασχολείτο έμμεσα ή άμεσα στον κλάδο του τουρισμού το 2009. Σε σχέση με το προηγούμενο έτος και σύμφωνα με εκτιμήσεις του Σ.Ε.Τ.Ε., οι θέσεις εργασίας στον τουρισμό παρουσίασαν μείωση το πρώτο εξάμηνο του 2009 κατά 19 χιλιάδες περίπου, αποτέλεσμα της μείωσης κατά 10% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών. Οι επιδοτήσεις στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για επαναπρόσληψη του εποχικού προσωπικού, η αύξηση των δελτίων κοινωνικού τουρισμού και η κατάρτιση ανέργων σε ειδικότητες συναφείς με το τουριστικό αντικείμενο ήταν μερικά από τα μέτρα που πήρε η πολιτεία για την αντιμετώπιση της κρίσης στην τουριστική απασχόληση.

Λόγω των εκατομμυρίων επισκεπτών που δέχεται η Ελλάδα κάθε χρόνο, η εκπαίδευση και κατάρτιση στις τουριστικές υπηρεσίες είναι υψίστης σημασίας. Το εργατικό δυναμικό είναι πολύγλωσσο, άριστα εκπαιδευμένο και πρόθυμο να ανταποκριθεί σε νέες προκλήσεις¹⁶.

Όμως η ποιότητα του τουρισμού, δεν εξαρτάται μόνο από τις προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες και το ανθρώπινο δυναμικό που εργάζεται στον συγκεκριμένο τομέα, αλλά και από τη συνολική τουριστική συνείδηση της κοινωνίας και ιδιαίτερα των εμπλεκόμενων στις διάφορες τουριστικές δραστηριότητες ατόμων. Για αυτό το σκοπό άλλωστε, οι διεθνείς φορείς που ασχολούνται με τη βελτίωση της ποιότητας του τουρισμού επισημαίνουν την ανάγκη για ολιστική κοινωνική προσέγγιση και σχεδιασμό του τουριστικού προϊόντος από το σύνολο των επαγγελματιών μιας περιοχής.

¹⁶ <http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=37&la=2>

3.4. ΚΛΑΔΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Οι οικονομικοί κλάδοι που σχετίζονται με την τουριστική δραστηριότητα είναι οι εξής:

- 1) Καταλύματα για τους επισκέπτες
 - i. Ξενοδοχεία
 - ii. Ενοικιαζόμενα δωμάτια,
 - iii. Camping
 - iv. Κατασκήνωση, εγκαταστάσεις οχημάτων αναψυχής, ρυμουλκούμενα οχήματα.
- 2) Δραστηριότητες συναφείς με τις υπηρεσίες εστίασης
 - i. Δραστηριότητες εστιατορίων και κινητών μονάδων εστίασης
 - ii. Υπηρεσίες τροφοδοσίας εκδηλώσεων
 - iii. Δραστηριότητες παροχής τροφών
- 3) Σιδηροδρομικές μεταφορές επιβατών
- 4) Οδικές μεταφορές
- 5) Πλωτές μεταφορές
- 6) Αεροπορικές μεταφορές
- 7) Ενοικίαση μεταφορικού εξοπλισμού
- 8) Ταξιδιωτικά γραφεία και λοιπές δραστηριότητες κρατήσεων
- 9) Πολιτιστικές δραστηριότητες
 - i. Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες
- 10) Ψυχαγωγικές δραστηριότητες
 - i. Αθλητικές δραστηριότητες
 - ii. Δραστηριότητες διασκέδασης και ψυχαγωγίας
- 11) Λιανικό εμπόριο τουριστικά χαρακτηριστικών αγαθών της χώρας
- 12) Διοργάνωση εμπορικών εκθέσεων-συνεδρίων.

«Ο προσδιορισμός των παραπάνω κλάδων απορρέει από το γεγονός ότι η σύνδεση ενός προϊόντος με τον τουρισμό καθορίζεται από την ιδιότητα του καταναλωτή ως επισκέπτη σε έναν προορισμό. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιείται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ο όρος «τουριστικό χαρακτηριστικό προϊόν» για να περιγράψει αγαθά και υπηρεσίες η ζήτηση των οποίων θα ήταν πολύ μικρή σε μια οικονομία όπου ο τουρισμός δεν θα είχε αναπτυχθεί.

Επομένως, οι κατηγορίες προϊόντων που χρησιμοποιούνται για την εκτίμηση της τουριστικής δαπάνης συνδέονται με τις ανάγκες ενός επισκέπτη σε μια περιοχή που δεν αποτελεί τον τόπο μόνιμης κατοικίας του και διακρίνονται στα πακέτα ταξιδιών- διακοπών, στα καταλύματα, στην διατροφή (φαγητό και ποτά), στις μεταφορές, στις ψυχαγωγικές-πολιτιστικές δραστηριότητες και στις αγορές αναμνηστικών, αλλά και προϊόντων καθημερινής χρήσης.

Διαφορετικός όμως, είναι ο τρόπος εκτίμησης της απασχόλησης που υιοθετείται αναφορικά με τις υπηρεσίες εστίασης (δηλαδή τα εστιατόρια, ζαχαροπλαστεία, μπαρ, καφετέριες κ.ά.) δεδομένου ότι η ζήτηση, αν και επηρεάζεται από την τουριστική κατανάλωση, προέρχεται σε μεγάλο βαθμό και από τους μόνιμους κατοίκους μιας περιοχής.

Αντίστοιχη προσέγγιση ακολουθείται και για τις κατηγορίες των Ψυχαγωγικών-Αθλητικών δραστηριοτήτων, αλλά και για τις αγορές καταναλωτικών προϊόντων (κλάδος 47.2), όπου για την εκτίμηση της άμεσης απασχόλησης θα πρέπει να προσμετράται ένα τμήμα του συνόλου των απασχολουμένων.

Δεδομένου ότι η απασχόληση σχετικά με την παροχή των συγκεκριμένων αγαθών-υπηρεσιών είναι υψηλότερη σε περιοχές με σημαντικό αριθμό επισκεπτών, εκτιμάται - από τα στοιχεία του Μητρώου επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ - η διάρθρωση των επιχειρήσεων στους αντίστοιχους κλάδους (ως ποσοστό του συνόλου της χώρας).

Ως περιοχές με υψηλή τουριστική κίνηση θεωρούνται, βάσει του αριθμού των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα και κατασκηνώσεις της χώρας, η νησιωτική Ελλάδα και η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας¹⁸ όπου το 2010 πραγματοποιήθηκαν τα . περίπου του συνολικών διανυκτερεύσεων¹⁷».

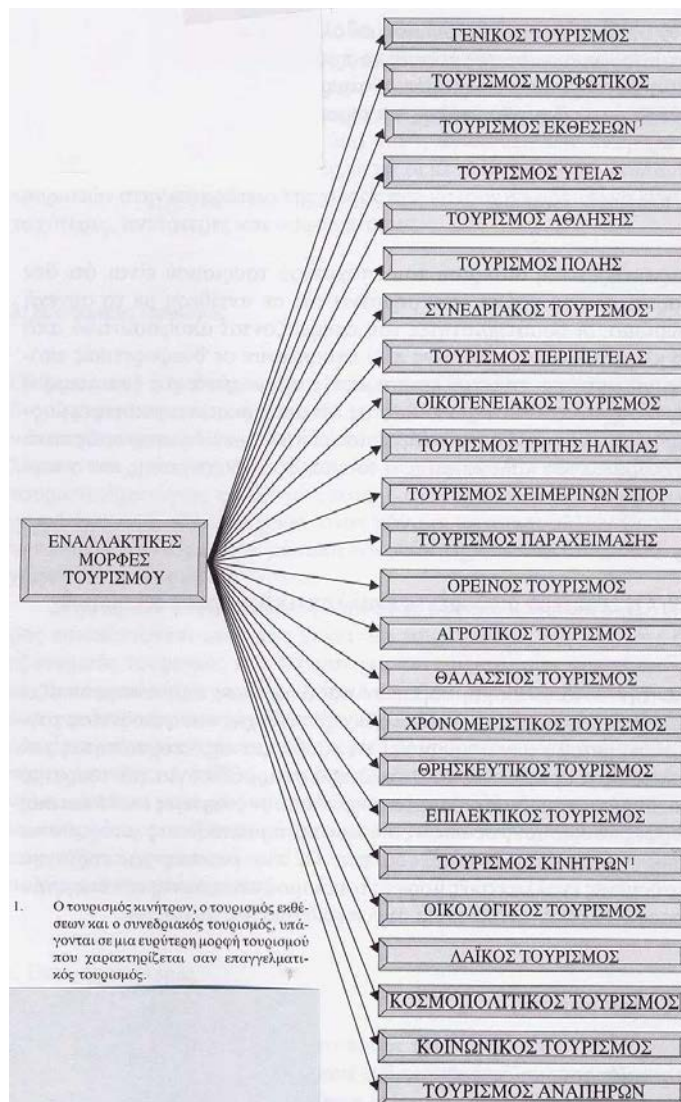
¹⁷ IOBE, (2013), «Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα», Αθήνα, εκδόσεις IOBE, σελ. 23.

3.5. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ

ΕΛΛΑΔΑ

Για την καταπολέμηση σοβαρών προβλημάτων που αντιμετωπίζει σήμερα ο τουρισμός σε πολλές χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, μεταξύ των οποίων και το πρόβλημα της εποχικότητας, οι πολιτικές τους εξουσίες και ειδικότερα οι αρμόδιοι για τον τουρισμό στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα αναπτύσσουν διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες κάτω από προϋποθέσεις μπορούν να δώσουν διέξοδο στα αδιέξοδά του. Οι πιο γνωστές και ευρύτερα διαδεδομένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι αυτές που απεικονίζονται στο παρακάτω διάγραμμα.

Διάγραμμα 7: Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού



ΠΗΓΗ: Ηγουμενάκης Νίκος, (1997), «Τουριστική Οικονομία»,

1. «Γενικός Τουρισμός: ο γενικός τουρισμός ή τουρισμός διακοπών- αναψυχής, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αποτελεί μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου που σχετίζεται στενά με την ανάγκη ή επιθυμία που έχει αυτό για ανάπαυση και αναψυχή. Ο γενικός τουρισμός διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες:

- 1) Σε τουρισμό περιήγησης, όπου ο τουρίστας παρουσιάζει γεωγραφική κινητικότητα και μετακινείται τον περισσότερο χρόνο των διακοπών του από χώρα σε χώρα ή και από περιοχή σε περιοχή στην ίδια χώρα τουριστικού προορισμού.
- 2) Σε τουρισμό διαμονής, όπου ο τουρίστας παραμένει στην ίδια συγκεκριμένη περιοχή ή τόπο της χώρας του τουριστικού προορισμού σε όλη τη διάρκεια των διακοπών του.
- 3) Σε τουρισμό μεικτού χαρακτήρα, που περιλαμβάνει τουρισμό περιήγησης και τουρισμό διαμονής.

2. Μορφωτικός Τουρισμός: αποτελεί μια μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν σαν κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές, γενικά, εκδηλώσεις. Αυτό το είδος τουρισμού περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επισκέψεις ιστορικών μνημείων, αρχαιολογικών χώρων, μουσείων, πινακοθηκών, παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, όπερας καθώς επίσης συμμετοχές σε πολιτιστικές εκδηλώσεις ή σεμινάρια γλωσσολογίας, φιλολογίας, ψυχολογίας και κοινωνιολογίας.

3. Τουρισμός εκθέσεων: πρόκειται ουσιαστικά για μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται δυναμικά ολοένα και περισσότερο. Σε αυτήν υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, ώστε οι επισκέπτες τους να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό.

4. Τουρισμός Υγείας: ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός εξελίσσεται σε μια από τις βασικότερες μορφές τουρισμού. Λόγοι υγείας όπως είναι φανερό οδηγούν στην ανάπτυξη αυτού του είδους. Με τον όρο αυτό όμως δεν εννοούμε μόνο τα ταξίδια που γίνονται για νοσοκομειακή και ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, αλλά και τη μετάβαση και διαμονή σε μέρη όπου οι κλιματολογικές συνθήκες είναι καλύτερες για άτομα που πρέπει να μείνουν για κάποιο χρονικό διάστημα σε περιοχές με ήπιο κλίμα. Τέλος, περιλαμβάνονται και ταξίδια σε λουτροπόλεις, ιαματικές πηγές και στα πολύ γνωστά και αναπτυσσόμενα τα τελευταία χρόνια «Spra».

5. Τουρισμός άθλησης: έχει σαν κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως για παράδειγμα ιππασία, ποδηλασία, κ.ά. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης εκ μέρους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών.

6. Τουρισμός πόλης: έχει σαν κύριο χαρακτηριστικό ότι τα άτομα που μετέχουν σε αυτόν ταξιδεύουν σε μια πόλη και την περιηγούνται για μερικές μέρες, συνήθως δε τρεις ως τέσσερις. Οι περιηγήσεις αυτές συνδέονται άμεσα με τον μορφωτικό τουρισμό και ιδιαίτερα με διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα, ενώ τα επαγγελματικά ταξίδια παίζουν και αυτά με τη σειρά τους σημαντικό ρόλο.

Ο τουρισμός πόλης πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο από άτομα, ανώτερης μορφωτικής και εισοδηματικής στάθμης, που κατοικούν κατά το πλείστον σε μεγάλα αστικά κέντρα και που ταξιδεύουν τις περισσότερες φορές χωρίς να συνοδεύονται από τις οικογένειές τους. τα ταξίδια αυτά οργανώνονται σε μεγάλο ποσοστό από tour operator, ταξιδιωτικά γραφεία και αεροπορικές εταιρείες.

7. Συνεδριακός τουρισμός: υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές. Επειδή ο συνεδριακός τουρισμός είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας, δύο ως τέσσερις ημέρες συνήθως, συνδυάζεται με κάποια άλλη μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό.

8. Τουρισμός περιπέτειας: έχει έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του άγνωστου και της έκπληξης. Φωτογραφικά σαφάρι, περιπλανήσεις σε άγνωστες περιοχές, κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς, αποτελούν μερικά από τα χαρακτηριστικά του γνωρίσματα. Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό είναι συνήθως νέοι άνθρωποι, κατά κύριο δε λόγο ελεύθεροι επαγγελματίες και στελέχη επιχειρήσεων.

9. Οικογενειακός τουρισμός: είναι γνωστό ότι η ύπαρξη παιδιών σε μια οικογένεια αποτελεί αποφασιστικό παράγοντα επιλογής τόσο του τόπου διακοπών όσο και του χρόνου που θα πραγματοποιηθούν αυτές. Οι tour operators γνωρίζουν ότι όταν τουριστικά πακέτα που προσφέρουν στην τουριστική αγορά είναι προσιτά στις οικογένειες, τότε αυτές ταξιδεύουν συνήθως με τα παιδιά τους. Επίσης, προσφέρουν διάφορες εκπτώσεις στα παιδιά των οικογενειών που κάνουν ατομικό ή μαζικό τουρισμό, όπως για παράδειγμα στα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούν για τη μετακίνησή τους.

10. Τουρισμός τρίτης ηλικίας: η τάση που υπάρχει σήμερα για περισσότερα και μακρύτερα ταξίδια επηρέασε και την τρίτη ηλικία που συνήθως διαθέτει τον ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, υψηλό δείκτη αποταμίευσης λόγω νοοτροπίας και τρόπου ζωής, μα πάνω απ' όλα μεγάλη επιθυμία για τα ταξίδια και γενικότερα για τουρισμό. Η τρίτη ηλικία αποτελεί σημαντικό τμήμα του τουριστικού δυναμικού μιας χώρας που κινείται συνήθως τουριστικά στο εσωτερικό της ή σε χώρες κοντινές και κυρίως σε αυτές που συνορεύουν με τη χώρα της μόνιμης διαμονής τους.

11. Χειμερινός τουρισμός: ο τουρισμός χειμερινών σπορ είναι μια δυναμική μορφή τουρισμού που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες υποδοχής τουριστών στο πλαίσιο της προσπάθειάς τους να διαφοροποιήσουν το τουριστικό τους προϊόν και με αυτό τον τρόπο να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες και να προσελκύσουν διάφορες κατηγορίες τουριστών, κυρίως υψηλής εισοδηματικής στάθμης. Ο τουρισμός αυτός καλύπτει το σύνολο των δραστηριοτήτων που διεξάγονται στη διάρκεια του χειμώνα. Καλύπτει τις δραστηριότητες εκείνες που εκδηλώνονται σε ορισμένο γεωγραφικό χώρο και για την ακρίβεια συνήθως σε ορεινές περιοχές σε συνδυασμό πάντα με ορισμένες κλιματολογικές συνθήκες, όπως για παράδειγμα χαμηλές θερμοκρασίες ή χιόνι.

12. Τουρισμός παραγείμασης: αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων, που κατά τη διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα, για να αποφύγουν τις αντίξοες συνθήκες, που επικρατούν στους τόπους της μόνιμης διαμονής τους. Τα άτομα αυτά είναι κατά το πλείστον της τρίτης ηλικίας που αντιμετωπίζουν προβλήματα υγείας και που έχουν ελεύθερο χρόνο στη διάθεσή τους και σταθερό εισόδημα.

13. Ορεινός τουρισμός: αν και παρουσιάζει ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ, δεν μπορεί να ταυτιστεί με αυτόν. Συγκεκριμένα, δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτή τη μορφή τουρισμού.

14. Αγροτικός τουρισμός: ή αγροτουρισμός αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική και εμπειρία, ο αγροτουρισμός διακρίνεται σε δύο βασικές μορφές:

- I. σε εκείνη που καλύπτει υποδοχή και φιλοξενία τουριστών σε αγροκτήματα, όπου οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα.
- II. Σε εκείνη που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξωαστικούς μικροσυννοικισμούς, όχι απαραίτητα αγροτικού χαρακτήρα, και τη φιλοξενία τουριστών σε αυτά συνήθως με το σύνθημα «κλίνη και πρόγευμα».

15. Θαλάσσιος τουρισμός: αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής τουριστών. Αναμφίβολα ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μια από τις δυναμικότερες και επιλεκτικότερες μορφές του σύγχρονου τουρισμού, αφού η σημασία τους στις τουριστικές οικονομίες των χωρών που έχουν τόσο τις φυσικές προϋποθέσεις όσο και τις οικονομικές δυνατότητες να τον αναπτύξουν και να τον υποστηρίξουν, είναι κυριολεκτικά μεγάλη. Η πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρος δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι οπωσδήποτε εκείνη της ναύλωσης σκαφών αναψυχής κάθε είδους, όπως για παράδειγμα πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων, ταχύπλοων σκαφών κ.ά. Η πελατεία στην οποία απευθύνεται και οι ανάγκες και οι επιθυμίες της οποίας ικανοποιεί, είναι κατά το πλείστον τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Άλλη αξιόλογη συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι και αυτή των κρουαζιέρων, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει διεθνώς σημαντική αύξηση. Οι σύγχρονες τάσεις της αγοράς κρουαζιέρων συγκλίνουν στα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα κρουαζιερόπλοια, τα οποία εξασφαλίζουν υψηλή ποιότητα διαμονής και ψυχαγωγίας στους πελάτες τους, που επίσης αποτελούν τουρίστες μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

16. Χρονομεριστικός τουρισμός: είναι αναμφίβολα η ταχύτερη αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού σήμερα. Βασίζεται στην αρχή της πώλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων ημερών ή εβδομάδων σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων την ίδια χρονική περίοδο κάθε χρόνο. Όμως σήμερα μπορεί αυτό το δικαίωμα χρήσης να ανταλλαχτεί με παρόμοιο δικαίωμα χρήσης άλλου αγοραστή σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων όχι μόνο σε άλλη περιοχή αλλά και σε άλλη χώρα. Επίσης, μπορεί να το πουλήσει, να το νοικιάσει ή να το κληροδοτήσει, όπως ακριβώς συμβαίνει με τα άλλα ακίνητα.

17. Θρησκευτικός τουρισμός: είναι μια μορφή τουρισμού που αφορά σε μια κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους που βρίσκονται στη χώρα της μόνιμης διαμονής τους ή σε κάποια άλλη, είτε για λόγους λατρείας, είτε για να πάρουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές, είτε για να πάνε κάποιο «τάμα» που έχουν κάνει κ.λπ. Η μορφή αυτή του τουρισμού είναι επίσης περιορισμένης διάρκειας, συνήθως μια ως τρεις ημέρες. Τα τουριστικά πακέτα για θρησκευτικό τουρισμό είναι σχετικά φθηνότερα από εκείνα άλλων μορφών τουρισμού, επειδή είναι λιγότερα, ενώ τα οικονομικά οφέλη για τους θρησκευτικούς τόπους και κατ' επέκταση για τις οικονομίες των χωρών στις οποίες βρίσκονται αυτοί, είναι σημαντικά.

18. Επιλεκτικός τουρισμός: τα άτομα που κάνουν αυτή τη μορφή τουρισμού μπορεί να ξοδεύουν μεγάλα ποσά για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών αλλά ταυτόχρονα είναι και απαιτητικά. Ταξιδεύουν συνήθως μεμονωμένα.

19. Τουρισμός κινήτρων: οι επιχειρήσεις, για να επιτύχουν τους υψηλούς στόχους που έχουν θέσει προσφέρουν διάφορα κίνητρα στους εργαζομένους μεταξύ των οποίων και ομαδικά τουριστικά πακέτα συνήθως για προορισμούς στο εξωτερικό. Έχει περιορισμένη χρονική διάρκεια, τρεις ως τέσσερις ημέρες συνήθως.

20. Οικολογικός τουρισμός: για την ανάπτυξή του δεν χρησιμοποιούνται βαριές κατασκευές ενώ τόσο ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησής του σέβονται τη φύση, μέχρι του σημείου να αποφεύγονται τα μαζικά μέσα μετακίνησης παντού όπου αυτό είναι εφικτό.

21. Λαϊκός τουρισμός: είναι μια μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται για την πελατεία του και συγκεκριμένα για το ότι αποτελείται αυτή από άτομα που κατά το πλείστον είναι χαμηλής εισοδηματικής στάθμης. Τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με κάθε είδους ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα, όπως για παράδειγμα τροχόσπιτα, αυτοκίνητα, μοτοσικλέτες. Παρά το γεγονός ότι τα οικονομικά οφέλη από αυτή τη μορφή τουρισμού κάθε άλλο παρά σημαντικά είναι, όλες οι χώρες υποδοχής τουριστών έχουν αναπτύξει την απαραίτητη υποδομή για την εξυπηρέτηση τουριστών αυτής της κατηγορίας. Συγκεκριμένα έχουν κατασκευαστεί κάμπινγκ σε οδικούς άξονες, σε τουριστικές τοποθεσίες και στις παρυφές πόλεων, που προσφέρουν στα άτομα που πραγματοποιούν αυτής της μορφής τουρισμό, υπηρεσίες που κάνουν τη διαμονή τους όσο το δυνατόν ανετότερη. Ας σημειωθεί ότι η διαμονή σε κάμπινγκ είναι συγκριτικά με αυτή σε άλλα τουριστικά καταλύματα αισθητά φθηνότερη. Το γεγονός αυτό εκτιμάται πολύ από τους τουρίστες του λαϊκού τουρισμού και

κυρίως από αυτούς που συνοδεύονται στις τουριστικές τους μετακινήσεις από τις οικογένειές τους, ιδιαίτερα δε όταν αυτές είναι πολυμελείς.

22. Κοσμοπολίτικος τουρισμός: Η πελατεία του κοσμοπολίτικου τουρισμού είναι κατά κύριο λόγο ο κόσμος της αριστοκρατίας και οι μεγιστάνες του πλούτου που συχνά ταξιδεύουν από το ένα κοσμοπολίτικο κέντρο στο άλλο. Όπως γίνεται αντιληπτό τα άτομα αυτά ξοδεύουν μεγάλα χρηματικά ποσά τόσο κατά τη μετακίνησή τους όσο και κατά τη διαμονή τους, γι' αυτό και οι απαιτήσεις τους γενικά είναι πάρα πολύ μεγάλες. Τα άτομα που κάνουν κοσμοπολίτικο τουρισμό μετακινούνται με ιδιότητα μεταφορικά μέσα, όπως ιδιόκτητα αεροπλάνα, θαλαμηγούς κ.ά. Στον τουριστικό προορισμό τους διαμένουν στα πιο πολυτελή ξενοδοχεία ή σε ιδιόκτητες ή ενοικιαζόμενες πολυτελείς επαύλεις ή σε ιδιόκτητες ή ενοικιαζόμενες πολυτελείς θαλαμηγούς. Επίσης η ζωή που κάνουν τα άτομα αυτά στα διάφορα κοσμοπολίτικα κέντρα που επισκέπτονται, είναι πολύ κοσμική, κάτι άλλωστε που είναι πολύ φυσικό και απόλυτα συνυφασμένο με τη μορφή τουρισμού για την οποία γίνεται λόγος.

23. Κοινωνικός τουρισμός: ή επιδοτούμενος τουρισμός, χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από μέλη του κοινωνικού συνόλου, των οποίων η αγοραστική δύναμη είναι λίγο-πολύ περιορισμένη, χάρη σε ειδικές παροχές προς αυτά που μπορεί να είναι άμεσες ή έμμεσες¹⁸».

3.6. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός είναι σήμερα ο δυναμικότερα αναπτυσσόμενος τομέας της ελληνικής οικονομίας, ο οποίος καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Γι' αυτόν το λόγο η προσπάθεια διατήρησης της χώρας μας σε υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας πρέπει να αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της πολιτείας και της επιχειρηματικής κοινότητας.

Ο τουρισμός τα τελευταία τριάντα χρόνια αποτελεί για την Ελλάδα έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης, δημιουργίας εισοδήματος και απασχόλησης.

¹⁸ Ηγουμενάκης Νίκος και άλλοι, (2000), «Εισαγωγή στον τουρισμό», Αθήνα,, εκδόσεις Interbooks, , σελ. 111-129.

Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά μεγαλύτερη από 15%, όπως παρατηρούμε και από τον παρακάτω πίνακα, και κατά περιόδους ξεπέρασε το 18%.

Σχεδόν ένας στους πέντε κατοίκους της χώρας μας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα, ενώ ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στην κάλυψη του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, όπου παρά τη διόγκωσή του τα τελευταία χρόνια οι τουριστικές εισπράξεις καλύπτουν σχεδόν το 1/3 αυτού.

Πίνακας 11: Η συμβολή του τουρισμού σε ΑΕΠ, απασχόληση, εμπορικό ισοζύγιο

	1990	2000	2009
ΑΕΠ	15,20%	15,90%	15,20%
Άμεση και έμμεση απασχόληση (% επί συνολικής απασχόλησης)	19,50%	19,80%	18,50%
Άμεση και έμμεση απασχόληση (2000)	7,318	781	774,2
Κάλυψη ελλείμματος εμπορικού ισοζυγίου	20,80%	45,90%	33,70%

ΠΗΓΗ: SETE, (2012), «Ελληνικός Τουρισμός 2020, Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο».

Όσο αναφορά το 2011, η συμμετοχή του τουρισμού στο συνολικό ΑΕΠ ήταν πάνω από 16%, τα έσοδα ανήλθαν σε 10,5 δισεκατομμύρια ευρώ και το ποσοστό απασχόλησης στον κλάδο (άμεσα και έμμεσα) αποτέλεσε το 18,4% της συνολικής απασχόλησης της χώρας, το οποίο σημαίνει ότι 758.300 άτομα απασχολήθηκαν στον τουριστικό κλάδο. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι ο τουριστικός κλάδος είναι αναμφισβήτητα ένας από τους βασικότερους πυλώνες της ελληνικής οικονομίας.

Πίνακας 12: Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού έτους 2011

Συμμετοχή στο ΑΕΠ	16,50%
Συμμετοχή στην απασχόληση	18,4 % της συνολικής απασχόλησης
Απασχόληση (άμεση και έμμεση)	758.300
Έσοδα	10,5 δισ.€
Αφίξεις Αλλοδαπών	16,4 εκατ.
Μέση και κατά κεφαλή δαπάνη	639 €
Μερίδιο αγοράς	1,7% Παγκόσμια, 3,3% Ευρώπη
Εποχικότητα	54% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο-Αύγουστο-Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση προσφοράς	66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδος
Ξενοδοχειακή υποδομή	9648 ξενοδοχεία, 763.668 κλίνες

ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ 2011

Υπολογίζεται ότι η τουριστική κατανάλωση επηρεάζει το 60% των κλάδων της ελληνικής οικονομίας, ενώ ο τουριστικός πολλαπλασιαστής εκτιμάται σε 2,184 ή με άλλα λόγια κάθε ευρώ που καταναλώνεται στον τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία.

Η συμβολή του τουρισμού είναι επίσης σημαντική στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη, σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Σαφής ένδειξη, έως απόδειξη, είναι η αύξηση του πληθυσμού στους τουριστικούς νομούς στη διάρκεια μιας περιόδου όπου, οι περισσότεροι νομοί χάνουν πληθυσμό λόγω της εσωτερικής μετανάστευσης που προκαλεί η κατά τόπους ανεργία, όπως παρατηρούμε και από τον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 13: Εξέλιξη πληθυσμού σε επιλεγμένους τουριστικούς νομούς

Νομοί	Πληθυσμός						Δ %
	1951	1961	1971	1981	1991	2001	1961-2001
Δωδεκανήσου	121.480	123.021	121.017	145.071	163.476	188.279	53,0
Χαλκιδικής	75.735	79.849	73.850	79.036	93.653	98.801	23,8
Ρεθύμνου	72.179	69.943	60.949	62.634	70.095	78.936	12,9
Κυκλάδων	125.959	99.959	86.337	88.458	94.005	109.854	9,9
Ζακύνθου	38.062	35.509	30.187	30.014	32.557	38.822	9,3
Κερκύρας	105.414	101.770	92.933	99.477	107.592	111.068	9,1
Λασιθίου	73.784	73.880	66.226	70.053	71.279	75.734	2,5

ΠΗΓΗ: SETE Ελληνικός Τουρισμός 2020, Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο

Ακόμα μια σαφής ένδειξη ότι η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί το βασικό μέσο βελτίωσης των κοινωνικοοικονομικών δεικτών ανάπτυξης αποτελεί το γεγονός ότι οι τουριστικοί νομοί της χώρας κατατάσσονται σε υψηλές θέσεις με βάση τον Σύνθετο Δείκτη Ευημερίας και Ανάπτυξης (ΣΔΕΑ), ο οποίος συνεκτιμά τους επιμέρους παράγοντες που

καθορίζουν την αναπτυξιακή ταυτότητα μιας περιοχής, όπως παρατηρούμε και από τους παρακάτω πίνακες.

Πίνακας 14: Σύνθετος Δείκτης Ευημερίας και Ανάπτυξης (ΣΔΕΑ) σε επίπεδο νομού

Γεωγραφική ενότητα	ΣΔΕΑ 2000
Ελλάδα	
Αττική	70,4
Θεσ/νίκη	55,5
Δωδεκάνησα	49,3
Κυκλάδες	46,9
Χανιά	41,1
Ηράκλειο	40,6
Μαγνησία	39,2
Σάμος	38,9
Κεφαλληνία	38,5
Χίος	37,2

Γεωγραφική ενότητα	ΣΔΕΑ 2000
Φλώρινα	24,7
Κιλκίς	24,3
Γρεβενά	22,3
Αιτωλοακαρνανία	22
Καρδίτσα	21,3
Σέρρες	21
Άρτα	20,9
Θεσπρωτία	20,1
Ηλεία	17,2
Ευρυτανία	16,8

Δέκα πρώτοι νομοί

Δέκα τελευταίοι νομοί

ΠΗΓΗ: SETE Ελληνικός Τουρισμός 2020, Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο

3.7. ΦΟΡΕΙΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι φορείς στήριξης του Ελληνικού τουρισμού είναι:

- 1) Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ).
- 2) Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΟΤΕΚ) και
- 3) Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ).

Όλοι οι παραπάνω φορείς υπάγονται στο Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, το οποίο είναι και το αρμόδιο για ότι αφορά τον τουρισμό στην χώρα μας και την διαφήμισή του τουριστικού μας προϊόντος τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού για πρώτη φορά ιδρύεται το 1929¹⁹. Όμως σημαντικό έργο πριν απ' αυτόν έχει να επιδείξει η Υπηρεσία Ξένων και Εκθέσεων, η οποία δημιουργήθηκε το 1922. Η σύστασή της σήμαινε τη ρυθμιστική παρέμβαση του κράτους σχετικά με τον τουρισμό.

Το 1936 ο Ε.Ο.Τ. αντικαταστάθηκε από του Υφυπουργείο Τύπου και Τουρισμού, το 1941 από το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας και το 1945 από τη Γενική Γραμματεία Τουρισμού.

Στις συνθήκες της δεκαετίας του 1950, οι ανάγκες ισόρροπης ανάπτυξης του τουρισμού οδήγησαν στην επανιδρύθηκε του Ε.Ο.Τ. το 1951 με βάση το Ν. 1624/1951, ο οποίος επικυρώνει, τροποποιεί και συμπληρώνει το Ν. 1565/1950, δίνοντας ταυτόχρονα στον Ε.Ο.Τ. την υπόσταση του νομικού προσώπου δημοσίου δικαίου. Ο Ε.Ο.Τ. είχε ρυθμιστικό χαρακτήρα και παράλληλα έπρεπε να λειτουργήσει και ως επιχειρηματίας επειδή η ιδιωτική πρωτοβουλία δεν μπορούσε να αναπτύξει σημαντική δραστηριότητα.

Οι σκοποί, οι αρμοδιότητες και η δομή του Ε.Ο.Τ. παρέχονται από τους Νόμους 2160/93 και 2636/98.

Κύριος σκοπός του Ε.Ο.Τ. είναι η οργάνωση, η ανάπτυξη και η προώθηση του ελληνικού τουρισμού.

¹⁹ Βαρβαρέσος Σ., (2000), « Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές», Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός, σελ. 135-142.

Όσο αναφορά τις αρμοδιότητες του Ε.Ο.Τ., αυτές αφορούν κυρίως τους παρακάτω τομείς:

1) Κανονιστικές / Νομοθετικές:

- Επενδύσεις (κίνητρα για την τουριστική ανωδομή καθώς και την ειδική τουριστική υποδομή).
- Καταλύματα (τεχνικές προδιαγραφές, κατάταξη, άδειες προϋποθέσεις λειτουργίας, υποχρεώσεις και δικαιώματα, έλεγχος, κυρώσεις).
- Τουριστικά και ναυλομεσιτικά γραφεία (προδιαγραφές, κατάταξη, άδειες, προϋποθέσεις λειτουργίας, υποχρεώσεις και δικαιώματα, έλεγχος, κυρώσεις).
- Ειδική τουριστική υποδομή (προδιαγραφές για συνεδριακά κέντρα, χιονοδρομικά κέντρα, ιαματικές πηγές, γήπεδα γκολφ, μαρίνες κ.λπ., προϋποθέσεις λειτουργίας, υποχρεώσεις και δικαιώματα, έλεγχος, κυρώσεις).
- Λοιπά τουριστικά επαγγέλματα (κατάταξη, άδειες, προϋποθέσεις, υποχρεώσεις και δικαιώματα, έλεγχος, κυρώσεις).
- Εναρμόνιση με νομοθεσία της ΕΕ (οδηγίες, αποφάσεις του δικαστηρίου) που αφορά τον τουρισμό.
- Συναρμοδιότητα με άλλα υπουργεία σε θέματα που έμμεσα αφορούν τον τουρισμό (π.χ. χωροταξία, μεταφορές κ.λπ.).

2) Τουριστικός σχεδιασμός

- Χάραξη και εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής.
- Διαχείριση των πόρων της ΕΕ.

3) Ανάπτυξη της τουριστικής ανωδομής και υποδομής: αφορά κυρίως χιονοδρομικά κέντρα, μαρίνες, παραδοσιακούς οικισμούς, ξενοδοχεία, κάμπινγκ, ακτές κ.λπ.

4) Διαχείριση τουριστικών εγκαταστάσεων: περιλαμβάνει τη διαχείριση ξενοδοχείων (ΞΕΝΙΑ), μαρίνων, οργανωμένων ακτών, κάμπινγκ, ιαματικών πηγών, καζίνο, παραδοσιακών οικισμών, σπηλαίων, χιονοδρομικών κέντρων και τελεφερίκ.

- 5) Επιχορηγήσεις
- 6) Προβολή που περιλαμβάνει: εκδόσεις, διαφήμιση σε Ελλάδα και εξωτερικό, διαφήμιση σε συνεργασία με τους τουριστικούς πράκτορες, συνεργασία με τον τύπο και τα Μ.Μ.Ε., συνεργασία με τους τουριστικούς πράκτορες και τα τουριστικά γραφεία, συμμετοχή σε μεγάλες διεθνείς τουριστικές εκθέσεις, 27 διευθύνσεις Ε.Ο.Τ. εξωτερικού σε 19 κράτη, 10 περιφερειακές διευθύνσεις στην Ελλάδα, 11 γραφεία τουριστικών πληροφοριών, 8 γραφεία πληροφοριών στα σύνορα.
- 7) Έρευνα και εκπόνηση μελετών.
- 8) Συνεργασία με τις τοπικές αρχές, τους επαγγελματίες του τουριστικού τομέα και συντονισμός της δράσης τους.
- 9) Κοινωνικός τουρισμός
- 10) Διεθνείς σχέσεις
- 11) Διοργάνωση πολιτιστικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων.

Ο Ε.Ο.Τ. αποτελείται από τρεις κύριες υπηρεσίες:

1. την κεντρική υπηρεσία
2. τις περιφερειακές υπηρεσίες εσωτερικού και
3. τις υπηρεσίες εξωτερικού

Θα πρέπει όμως εδώ να τονιστεί ότι οι λειτουργίες και οι δομές οργάνωσης του Ε.Ο.Τ. ανταποκρίνονται σε πολύ μικρό βαθμό στις νέες μεταβλητές που διαμορφώνει η τουριστική βιομηχανία στα πλαίσια του νέου παγκόσμιου καταμερισμού εργασίας.

Καθοριστικοί παράγοντες, όπως η τουριστική αξιοποίηση αναξιοποίητων μέχρι σήμερα φυσικών και πολιτιστικών πόρων στα νέα τουριστικά κράτη, οι επαναδιαμορφούμενες σχέσεις μεταξύ κρατών του Βορρά και του Νότου και ο επαναπροσδιορισμός της στρατηγικής θέσης των κλασικών χωρών υποδοχής του μαζικού οργανωμένου παραθεριστικού τουρισμού, όπως η Ελλάδα, θα μπορούσαν να συγκεκριμενοποιήσουν οποιαδήποτε έννοια ή θεώρηση τουριστικής ανάπτυξης και πολιτικής στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων και των λειτουργιών του Ε.Ο.Τ. και να συμβάλλουν στον επαναπροσδιορισμό των λειτουργικών του δομών και στρατηγικών, ώστε οι ενέργειές του

στην συνέχεια να είναι σε θέση να παρακολουθούν και να προσαρμόζονται στις πρακτικές των ευμετάβλητων τουριστικών αγορών και δεδομένων.

Μέχρι πρόσφατα ο Ε.Ο.Τ. κατέβαλε προσπάθεια να ανταποκριθεί στο ρόλο του ρυθμιστή, του σχεδιαστή και του επιχειρηματία έχοντας την διοίκηση, την διαχείριση και την εκμετάλλευση των επιχειρηματικών μονάδων και πλήθους τουριστικών περιουσιακών στοιχείων.

Παράλληλα είχε αναλάβει την τουριστική προβολή της χώρας στο εσωτερικό και εξωτερικό, ελάμβανε μέτρα και ρυθμίσεις για την ομαλή λειτουργία της τουριστικής αγοράς, και ήλεγχε τουριστικές επιχειρήσεις και την τουριστική πολιτική της χώρας. Το εύρος αυτών των δραστηριοτήτων, γνώσεων και μεθόδων υλοποίησης ήταν τόσο μεγάλο που δεν είναι δυνατόν να ασκείται αποτελεσματικά από έναν μόνο οργανισμό, αφού κάθε μια από αυτές τις δραστηριότητες απαιτούσε ειδική στρατηγική.

Με την ίδρυση του Υπουργείου Τουρισμού, έγιναν προσπάθειες να αποδεσμευτεί ο Ε.Ο.Τ. από μέρος των δραστηριοτήτων του ώστε να ασκήσει ικανοποιητικά τις υπόλοιπες. Όμως κάτι τέτοιο στην πράξη δεν ολοκληρώθηκε αφού δεν υπήρξε η κατάλληλη οργάνωση και στελέχωση των υπηρεσιών σε επίπεδο Υπουργείου.

Το 1998 με την ψήφιση του Ν. 2636/98 δημιουργήθηκαν δύο ανώνυμες εταιρείες για να αναλάβουν μέρος των δραστηριοτήτων του Ε.Ο.Τ. που δεν ήταν δυνατόν να ασκούνται πλέον από φορέα με την μορφή Νομικού Προσώπου Δημοσίου Δικαίου. Οι εταιρείες αυτές ήταν το «Ελληνικό Φεστιβάλ Α.Ε.», το οποίο ανέλαβε αμέσως το σύνολο των δραστηριοτήτων του Ε.Ο.Τ. στον τομέα των καλλιτεχνικών εκδηλώσεων και η «Εταιρεία Αξιοποίησης Περιουσίας Ε.Ο.Τ.», η οποία άρχισε να παραλαμβάνει τις επιχειρηματικές μονάδες και τα περιουσιακά στοιχεία του Ε.Ο.Τ.. Η εταιρεία αυτή μετονομάστηκε σε «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.» και οι μετοχές της περιήλθαν στο δημόσιο.

Το 2001 δημιουργήθηκε η Γενική Γραμματεία Τουρισμού στο Υπουργείο Ανάπτυξης, στην οποία περιήλθε το μεγαλύτερο τμήμα των αρμοδιοτήτων του Ε.Ο.Τ., ενώ την ίδια στιγμή το μεγαλύτερο τμήμα των ελεγκτικών αρμοδιοτήτων του Ε.Ο.Τ. αποκεντρώθηκε στις νεοσύστατες Διευθύνσεις Τουρισμού των 13 Περιφερειών.

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (Ο.Τ.Ε.Κ.)

Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης αποτελεί τον εξειδικευμένο κρατικό φορέα παροχής τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα. Έχει τη μορφή του Ν.Π.Δ.Δ. και εποπτεύεται από το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού. Από το 1937 που ιδρύθηκε μέχρι σήμερα έχει στελεχώσει την αγορά εργασίας με 200.000 επαγγελματίες του τουρισμού.

Ο Ο.Τ.Ε.Κ. περιλαμβάνει σήμερα την πρώην Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών και τις Σχολές Ξεναγών.

Η νέα μορφή των Σχολών σηματοδοτεί και το σύγχρονο ρόλο τους για την αναδιοργάνωση και τον εκσυγχρονισμό της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στη χώρα μας και τη δημιουργία ενός σύγχρονου συστήματος πιστοποίησης των επαγγελματιών προσόντων στον τουριστικό τομέα.

Σήμερα λειτουργούν:

- 20 σύγχρονες εκπαιδευτικές μονάδες σε 17 πόλεις της Ελλάδας.
- 2 ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν κατά τη θερινή περίοδο.
- Σύγχρονα εργαστήρια για πρακτική άσκηση - Εργαστήρια πληροφορικής - Δανειστική βιβλιοθήκη.
- Γραφείο Διασύνδεσης - Σταδιοδρομίας σε άμεση επαφή με την αγορά εργασίας για την προώθηση της απασχόλησης των αποφοίτων.

Ο Ο.Τ.Ε.Κ. παρέχει:

- Δωρεάν φοίτηση στους Έλληνες μαθητές και στους αλλοδαπούς υπηκόους χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Δυνατότητα διαμονής και σίτισης στα οικοτροφεία του.
- Αμειβόμενη πρακτική άσκηση.
- Υποτροφίες για σπουδές στο εξωτερικό.

Ο Ο.Τ.Ε.Κ. διοικείται από εννιάμελές Διοικητικό συμβούλιο, Πρόεδρο και Γενικό Διευθυντή. Το Διοικητικό Συμβούλιο έχει τριετή θητεία και αποτελείται από τον Πρόεδρο του Οργανισμού, τον Αντιπρόεδρο και επτά μέλη, από τα οποία τα τρία έχουν τις ιδιότητες:

α) Εκπροσώπου της ΠΟΕΕΥΤΕ

β) Εκπροσώπου των εργαζομένων του Ο.Τ.Ε.Κ.

γ) Εκπροσώπου του Ξ.Ε.Ε.

Ο Ο.Τ.Ε.Κ. παρέχει επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση υψηλού επιπέδου για τα ξενοδοχεία, επισιτιστικά και τουριστικά επαγγέλματα, σε όλα τα επίπεδα σπουδών. Στην τριτοβάθμια εκπαίδευση υπάρχουν Ανώτερες Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης, όπου βγαίνουν στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων.

Για την μεταδευτεροβάθμια επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση υπάρχουν:

1. Σχολές ξεναγών απ' όπου αποφοιτούν ξεναγοί
2. Ινστιτούτα επαγγελματικής κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.) απ' όπου αποφοιτούν τεχνικοί μαγειρικής τέχνης, ειδικοί ξενοδοχειακών υπηρεσιών και τροφοδοσίας, υπάλληλοι τουριστικών γραφείων, συνοδοί βουνού, ειδικοί θαλασσοθεραπείας – SPA, ειδικοί λουτροθεραπείας- SPA, και βοηθοί προϊσταμένων ορόφων.

Για την δευτεροβάθμια επαγγελματική εκπαίδευση υπάρχουν επαγγελματικές σχολές (Ε.ΠΑ.Σ.) απ' όπου αποφοιτούν υπάλληλοι υποδοχής-εστιατορίου, μάγειρες και ζαχαροπλάστες.

Ο Ο.Τ.Ε.Κ. ασχολείται και με την μετεκπαίδευση εργαζομένων όπου έχει τμήματα εμπειροτεχνών εργαζομένων και εποχιακά ανέργων. Όλα αυτά γίνονται σε ειδικά ξενοδοχεία και συγκεκριμένα σε δύο σύγχρονες παραλιακές ξενοδοχειακές μονάδες, όπου παρέχονται οι καλύτερες προϋποθέσεις φιλοξενίας και η άψογη εξυπηρέτηση από τους ειδικευμένους σπουδαστές των σχολών, που αποκτούν μεγάλη εμπειρία στην παροχή υπηρεσιών σύμφωνα με το εκπαιδευτικό πρόγραμμα.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΑΣ (Ξ.Ε.Ε.)

Το Ξ.Ε.Ε. ιδρύθηκε το 1935 ως νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου με την επωνυμία «Πανελλήνιος Ένωσης Τουριστικών Ξενοδοχείων». Από τότε μέχρι και το 1984, λειτουργούσε από κοινού με τη Σχολή Τουριστικών Επαγγελμάτων. Έκτοτε αποχωρίστηκε από αυτή και λειτουργεί αυτοτελώς ως επιμελητήριο.

Το Ξ.Ε.Ε. είναι ο νομοθετημένος σύμβουλος της πολιτείας σε θέματα τουρισμού και έχει ως μέλη όλα τα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας. Σκοποί του είναι οι εξής:

- 1) η μελέτη, η υπόδειξη και η εφαρμογή κάθε μέτρου που συντελεί στη βελτίωση, την αναδιοργάνωση και τον εκσυγχρονισμό του ξενοδοχειακού τομέα της χώρας.
- 2) Η προστασία και η περίθαλψη των ξενοδόχων και του προσωπικού του Ξ.Ε.Ε. από το Ταμείο Πρόνοιας Ξενοδόχων.

Οι αρμοδιότητες του Ξ.Ε.Ε. εκτείνονται στους ακόλουθους τομείς δραστηριοτήτων:

- ❖ Μελέτη, υπόδειξη και εφαρμογή κάθε μέτρου που συντελεί στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της χώρας.
- ❖ Συμβουλευτική στήριξη των μελών του σε θέματα οικονομικά, νομικά και κοινωνικά.
- ❖ Εκπόνηση μελετών.
- ❖ Παροχή πληροφοριών και έκδοση στατιστικών δελτίων.
- ❖ Χορήγηση συντάξεων.
- ❖ Έκδοση του ετήσιου οδηγού των ελληνικών ξενοδοχείων.
- ❖ Έκδοση και δωρεάν διανομή σε όλα τα μέλη του μηνιαίου δελτίου Ξενία.
- ❖ Πραγματοποίηση κρατήσεων σε όλα τα ξενοδοχεία της χώρας.

Το Ξ.Ε.Ε. διοικείται από διοικητικό συμβούλιο αιρετών αντιπροσώπων των ξενοδοχείων όλης της χώρας και εκπροσώπων του κράτους, ενώ το Ξ.Ε.Ε. είναι μέλος της Συνομοσπονδίας των Εθνικών Ενώσεων Ξενοδοχείων και Εστίασης των κρατών-μελών της ΕΕ. Οι πόροι του Ξ.Ε.Ε. προέρχονται από τις ακόλουθες πηγές:

- 1) Την ανά κλίνη μηνιαία εισφορά όλων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, η οποία μειώνεται στο μισό όσον αφορά τα καταλύματα που λειτουργούν εποχικά.
- 2) Την εφάπαξ καταβαλλόμενη εισφορά από τα νεοαναγειρόμενα ξενοδοχεία ανά ενοικιαζόμενο δωμάτιο.
- 3) Το πάγιο τέλος για την καταχώριση των τίτλων των ξενοδοχείων στο μητρώο τίτλων του επιμελητηρίου.

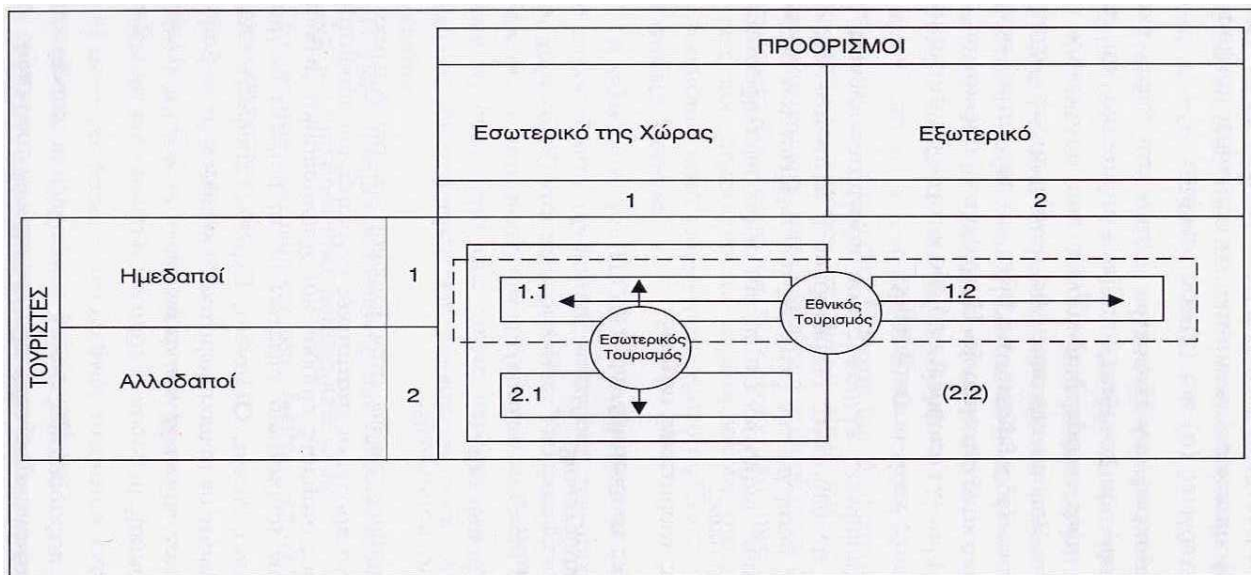
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η ουσιαστική γνώση του τουριστικού φαινομένου προϋποθέτει την ύπαρξη στατιστικών δεδομένων, τα οποία οφείλουν να είναι εναρμονισμένα με τις βασικές έννοιες του τουρισμού και να χαρακτηρίζονται αξιόπιστα, πλήρη και ομογενή, όπως βλέπουμε και από το παρακάτω διάγραμμα.

Σχήμα 3: Βασικές έννοιες των στατιστικών του τουρισμού



ΠΗΓΗ: Βαρβαρέσος Στέλλιος, «Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις».

Φυσικά, σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο Στέλλιο²⁰, τα υπάρχοντα στατιστικά δεδομένα που αφορούν στον τουρισμό ακόμα και των πλέον ανεπτυγμένων χωρών χαρακτηρίζονται ως ελλιπή, χωρίς να είναι απόλυτα αξιόπιστα, ενώ η ομογένειά τους θεωρείται περιορισμένη. Καμία σχεδόν χώρα δε διαθέτει μία συστηματική μεθοδολογία συλλογής τουριστικής πληροφόρησης. Ο Mc Ewen υπογράμμισε το 1971 ότι οι διεθνείς τουρίστες χαρακτηρίζονται από τρεις κοινές ενέργειες:

1. Διασχίζουν τα διεθνή σύνορα.
2. Μετατρέπουν το εθνικό τους νόμισμα σε συνάλλαγμα.
3. Κατά τη διάρκεια της παραμονής τους διαμένουν στα τουριστικά καταλύματα της χώρας υποδοχής.

Καθεμία από αυτές τις ενέργειες προσφέρει μεμονωμένα τη δυνατότητα στατιστικών εγγραφών. Εάν ούτε μία από τις υιοθετημένες μεθόδους δεν είναι απόλυτα αξιόπιστη, μία ωστόσο αποδεκτή εικόνα μπορεί να προκύψει από το συσχετισμό των αποτελεσμάτων τους. Η στατιστική καταγραφή των τουριστικών αφίξεων στα σύνορα μίας χώρας, η οποία διευκολύνεται μερικώς από την ευρύτατη αποδοχή του ορισμού του τουρίστα αποσκοπεί ουσιαστικά να απαντήσει αριθμητικά στις κοινές ενέργειες 1. και 3. του τουρίστα.

Στην Ελλάδα, η κύρια πηγή πληροφόρησης των τουριστικών αφίξεων υπήρξε η Υπηρεσία Ελέγχου Διαβατηρίων. Ωστόσο, από τον Ιούνιο του 1986, με την κατάργηση του δελτίου ταξιδιώτη για τους υπηκόους των κρατών μελών της ΕΕ, οι τουριστικές αφίξεις υπολογίζονται από τα δελτία αφίξεων που εξακολουθούν να συμπληρώνουν οι εκτός Ε.Ε. αλλοδαποί επισκέπτες. καθώς και από τις αριθμητικές εγγραφές των εισερχομένων από τις χώρες της Ε.Ε. Οι εγγραφές αυτές διενεργούνται από τις Υπηρεσίες Ελέγχου των Διαβατηρίων σε όλους τους σταθμούς εισόδου της χώρας τρεις ημέρες το μήνα. Οι ημέρες καταγραφής των αφιχθέντων καθορίζονται από το τμήμα Στατιστικής Τουρισμού και ποικίλλουν από μήνα σε μήνα. Οι πίνακες που δημοσιεύονται περιλαμβάνουν στοιχεία αφίξεων των τουριστών κατά υπηκοότητα, χρόνο αφίξεως, μέσο ταξιδιού και σταθμό εισόδου.

Οι φιλοδοξίες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού αναφορικά με τις στατιστικές που αφορούν στην αριθμητική καταγραφή των τουριστικών αφίξεων χαρακτηρίζονται περιορισμένες. Υπογραμμίζεται μεταξύ των άλλων ότι οι στατιστικές των τουριστικών

²⁰ Βαρβαρέσος Στέλλιος,(2000), « Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις», Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός, σελ. 48-52.

αφίξεων θα έπρεπε να δίνουν τη δυνατότητα στις χώρες υποδοχής να γνωρίσουν τις επιμέρους ιδιαιτερότητες των τουριστικών ροών. Αυτές είναι οι παρακάτω:

- Η χώρα μόνιμου παραμονής των διεθνών τουριστών.
- Τα χρησιμοποιούμενα μεταφορικά μέσα.
- Τα κίνητρα που ώθησαν τους διεθνείς επισκέπτες να επισκεφθούν τη χώρα.
- Η διάρκεια παραμονής.
- Οι τύποι και οι κατηγορίες των χρησιμοποιουμένων τουριστικών καταλυμάτων.
- Η συνολική δαπάνη των διεθνών τουριστών εντός της χώρας υποδοχής, καθώς και η διάρθρωσή της.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προσθέτει ότι θα ήταν επίσης χρήσιμο για κάθε χώρα να διαθέτει στατιστικά στοιχεία σχετικά με τα κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά των διεθνών επισκεπτών, όπως η ηλικία, το φύλο και το επάγγελμα. Αυτά τα στοιχεία θα αποτελούσαν σημαντικά βοηθήματα για τη διεξαγωγή ερευνών και αναλύσεων που φορούν στις τουριστικές αγορές και το σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης.

Είναι γνωστό ότι ο τουρισμός αποτελεί τον πρώτο πλουτοπαραγωγικό πόρο της εθνικής μας οικονομίας, διασφαλίζοντας παράλληλα τις περισσότερες θέσεις εργασίας από κάθε άλλο τομέα. Απ' αυτόν, άλλωστε, εξαρτώνται άμεσα ή έμμεσα ποικίλες άλλες οικονομικές δραστηριότητες. Σε κάποιες δε περιοχές της χώρας μας, όπως είναι τα νησιά, ο τουρισμός αποτελεί τη μόνη απασχόληση των κατοίκων.

Παρόλα αυτά, τα τελευταία χρόνια χαρακτηρίζεται από μια κλιμακούμενη κρίση. Μήπως αυτή η κρίση αυτή οφείλεται στην άνοδο του ευρώ έναντι του δολαρίου, που αποτρέπει τους τουρίστες να έρθουν πια σε έναν «ακριβό» προορισμό, όπως είναι η χώρα μας;

Πριν απαντήσουμε στο πιο πάνω ερώτημα, θα δούμε εάν το ευρώ έχει επιπτώσεις στα κράτη-μέλη που έχουν το ίδιο νόμισμα. Η ζώνη του ευρώ αντιπροσωπεύει τον πρώτο προορισμό των τουριστών με 1,8 δισεκατομμύρια διανυκτερεύσεις σε τουριστικές εγκαταστάσεις και θετικό ισοζύγιο πληρωμών ανερχόμενο στα 8 δισεκατομμύρια ευρώ. Ο τουριστικός τομέας αναμενόταν να αντλήσει σημαντικά οφέλη από το ευρώ, καθώς υπολογιζόταν ότι θα αυξήσει την κίνηση, θα μειώσει το λειτουργικό κόστος και θα ενθαρρύνει τις επενδύσεις. Και αυτό συμβαίνει γιατί με το ευρώ εξαλείφεται ο

συναλλαγματικός κίνδυνος, οι διασυνοριακές συναλλαγές έχουν πια μικρότερο κόστος και το τελευταίο αλλά καθόλου ευκαταφρόνητο είναι ότι έχουμε μια διαφάνεια στις τιμές μέσα στη ζώνη του ευρώ²¹.

Έτσι, περισσότεροι από 1 στους 5 Ευρωπαίους ταξιδεύουν στην ΕΕ κάθε χρόνο. Οι δαπάνες των τουριστών ανέρχεται στο 5,5% του ΑΕΠ της ΕΕ και στο 1/3 των εξαγόμενων υπηρεσιών. Ο τουρισμός απασχολεί άμεσα πάνω από 9 εκατομμύρια άτομα σε όλη την ΕΕ, 6% της συνολικής απασχόλησης, ποσοστό που σε ορισμένες περιοχές είναι πολύ υψηλότερο. Επίσης, δημιουργεί έμμεσα χιλιάδες θέσεις εργασίας σε υπηρεσίες που συνδέονται με τον κλάδο. Η ΟΝΕ φυσικά έχει τονώσει το ενδοευρωπαϊκό εμπόριο και τις διασυνοριακές επενδύσεις, που με τη σειρά τους έχουν αυξήσει τα επαγγελματικά ταξίδια και έχουν διευκολύνει τη μετακίνηση των τουριστών εντός της ΕΕ.

Βέβαια το ερώτημα παραμένει. Το ευρώ θεωρείται πλέον ακριβό νόμισμα, το οποίο ίσως να κρατά μακριά τους Αμερικανούς και τους Ασιάτες τουρίστες από τις χώρες της ευρωζώνης, και κατ' επέκταση και από τη χώρα μας. Αντίθετα κερδισμένοι είναι όσοι ταξιδεύουν στις ΗΠΑ, στον Καναδά, στην Ιαπωνία και στις χώρες της Άπω Ανατολής και όλου του κόσμου εκτός ΕΕ, επειδή τα ταξίδια γίνονται φθηνότερα σε αυτούς τους προορισμούς.

Παρά του ότι όμως, το ευρώ λειτουργεί ως αποθηκικός παράγοντας έλξης τουριστών, από τις χώρες που προείπαμε, η χώρα μας κατατάσσεται στην 24^η θέση ως προς την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού της προϊόντος. Επίσης με βάση την μέση κατά κεφαλή δαπάνη των τουριστών, κατατάσσεται στην 10^η θέση με 1.073 USD ανά τουρίστα. Αυτό επισημαίνεται στην έκθεση: «Ελλάδα: ο αντίκτυπος του τουρισμού στην απασχόληση και στην οικονομία», την οποία εκτόνησε για λογαριασμό του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδίων και Τουρισμού –WTTC.

Η Ελλάδα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες επανατοποθετήθηκε στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη, με τον τουρισμό να αποτελεί πλέον σε επίπεδο εσόδων το 19% του ΑΕΠ, ενώ σε αυτόν οφείλεται και το 10% της συνολικής αύξησης στον τομέα της εργασίας. Η Ελλάδα, συγκριτικά με τις άμεσα ανταγωνίστριες χώρες και σύμφωνα με σχετική μελέτη του ΙΤΕΠ, βελτίωσε οριακά τη θέση της το εννεάμηνο του 2005, αναφορικά με το ρυθμό μεταβολής των αφίξεων. Η Γαλλία, η Πορτογαλία και η Ιταλία γνωρίζουν χαμηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης έναντι των υπολοίπων ανταγωνιστών, ενώ μεγαλύτερη είναι η αύξηση σε

²¹ Θεοδωρόπουλος Θ. (2001), «ΕΥΡΩ Η ΜΕΓΑΛΗ ΠΡΟΚΛΗΣΗ», Αθήνα, Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗ, σελ. 147-148.

Κροατία, Ισπανία και Ελλάδα. Ωστόσο οι μεγαλύτερες ανταγωνιστικές πιέσεις προέρχονται από την Τουρκία²².

4.2. Η ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η ανταγωνιστικότητα είναι το σχετικό μέγεθος που προκύπτει από τη σύγκρισή μας με τον καλύτερο ή διαφορετικά η ικανότητά μας να επιχειρούμε καλύτερα και αποτελεσματικότερα από τους ανταγωνιστές μας. Ανταγωνιστές μας είναι οι χώρες-τουριστικοί προορισμοί που είτε παράγουν ίδιο ή παρεμφερές τουριστικό προϊόν με το δικό μας, είτε και απευθύνονται στις ίδιες αγορές για άντληση πελατείας. Έτσι, η Ισπανία, η Τουρκία, η Κύπρος και η Αίγυπτος προκύπτουν ως οι κύριοι ανταγωνιστές μας (κατά περίπτωση προστίθενται η Πορτογαλία και η Κροατία, με ελλιπή όμως στοιχεία).

Το ζητούμενο της τουριστικής οικονομίας, στην απλή του έκφραση, είναι η μεγιστοποίηση των μεγεθών:

ΕΣΟΔΑ και ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.

Ο πρώτος παράγοντας εκφράζεται από τα γινόμενα:

ΑΦΙΞΕΙΣ Χ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗ ΔΑΠΑΝΗ.

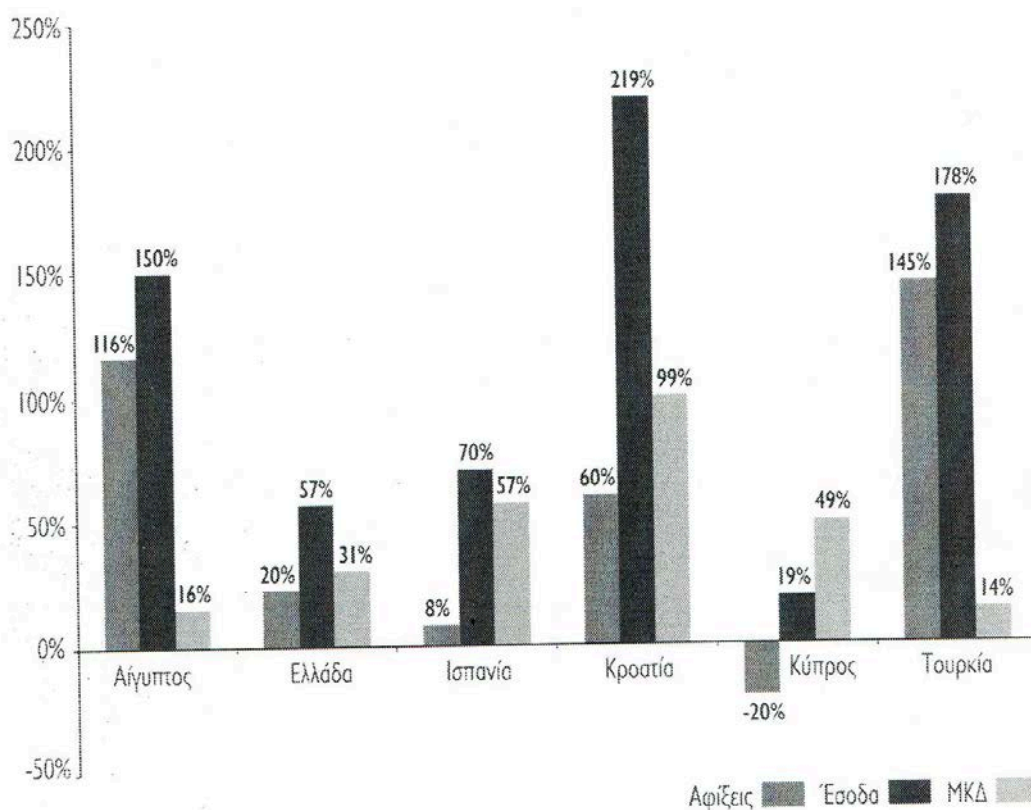
Το γινόμενο παίρνει τόσο μεγαλύτερη τιμή όσο μεγαλύτερη είναι η τουριστική περίοδος και επηρεάζει αντίστοιχα τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης.

²² www.hrima.gr/article.asp?view=8898,6&ref=83.

Με δεδομένη την αδυναμία ακριβούς μέτρησης των διανυκτερεύσεων, τα μεγέθη *ΑΦΙΞΕΙΣ*, *ΕΣΟΔΑ* και *ΜΕΣΗ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗ ΔΑΠΑΝΗ* θεωρείται ότι καταγράφουν ικανοποιητικά την πορεία της τουριστικής οικονομίας.

Στο διάστημα 2000-2009, συγκρίνοντας τις μεταβολές στις αφίξεις, τα έσοδα και την ΜΚΔ, παρατηρούμε ότι ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει σημαντική υστέρηση των τριών αυτών μεγεθών, έναντι των αντίστοιχων μεγεθών των περισσότερων ανταγωνιστών μας, όπως παρατηρούμε και από το παρακάτω διάγραμμα.

Διάγραμμα 8: Μεταβολή αφίξεων, εσόδων και ΜΚΔ (%), Ελλάδας και ανταγωνιστές, χρονικής περιόδου 2000-2009



ΠΗΓΗ: ΕΛ.ΣΤΑΤ

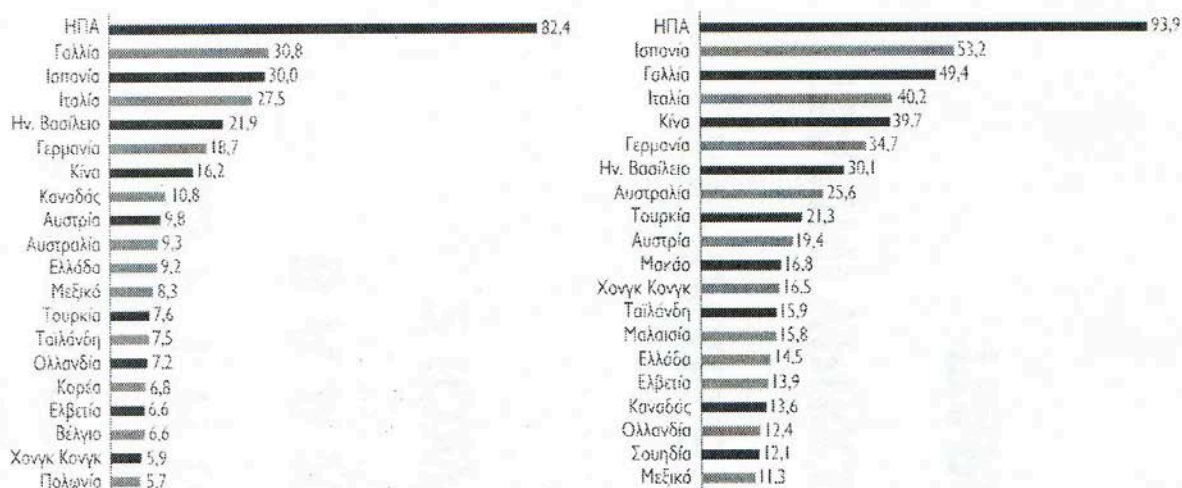
Η υστέρηση αυτή αποτυπώνεται και στην υποχώρηση που σημείωσε η Ελλάδα στην κατά UNWTO κατάταξη των αφίξεων και των εισπράξεων, όπως παρατηρούμε και από τα παρακάτω διαγράμματα.

Διάγραμμα 9: Παγκόσμια κατάταξη βάση αφίξεων (σε εκατ.) 2000 και 2009



ΠΗΓΗ: UNTWTO, 2006 και 2010

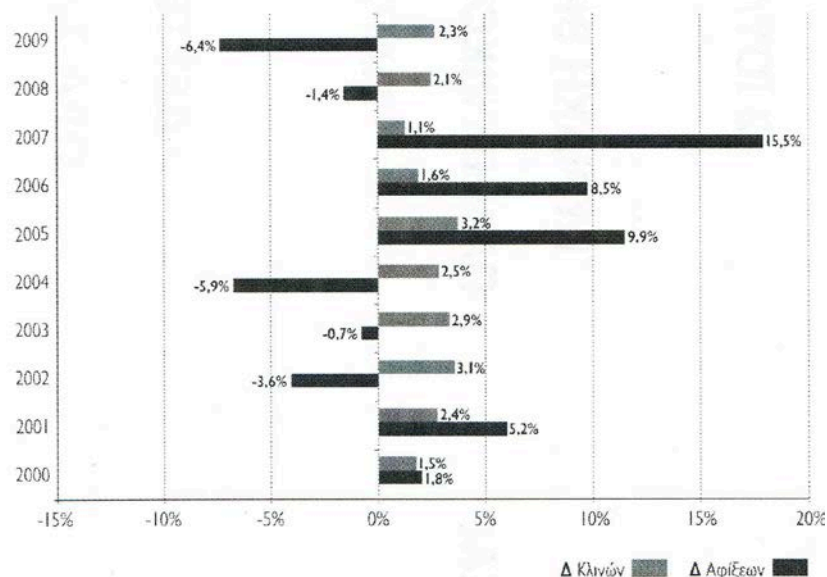
Διάγραμμα 10: Παγκόσμια κατάταξη βάση τουριστικών εισπράξεων, 2000 και 2009



ΠΗΓΗ: UNTWTO, 2006 και 2010

Η σύγκριση των αφίξεων με την εξέλιξη της προσφοράς, όπως αυτή εκφράζεται με τις ξενοδοχειακές κλίνες στο διάστημα 2000-2009, δείχνει ότι η προσφορά αυξάνεται με ταχύτερους ρυθμούς από ό,τι η ζήτηση, όπως βλέπουμε και από το παρακάτω διάγραμμα. Η συνέχιση αυτής της τάσης, όχι μόνο μειώνει τις αποδόσεις των επενδύσεων, αλλά από ένα σημείο και μετά και σε συνδυασμό με τη δυσανάλογη αύξηση του κόστους λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων, θέτει θέματα βιωσιμότητας.

Διάγραμμα 11: Εξέλιξη αφίξεων και ξενοδοχειακών κλινών ανά έτος, 2000-2009



ΠΗΓΗ: SETE Ελληνικός Τουρισμός 2020, Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο

Στο επίπεδο της περιφερειακής ανάπτυξης, η προσφορά του ελληνικού τουρισμού (πάντα εκφραζόμενη σε ξενοδοχειακές κλίνες) συνεχίζει να συγκεντρώνεται σε τέσσερις περιοχές, γεγονός που κάθε άλλο παρά ευνοεί την ισόρροπη περιφερειακή ανάπτυξη, όπως παρατηρούμε και από το παρακάτω πίνακα.

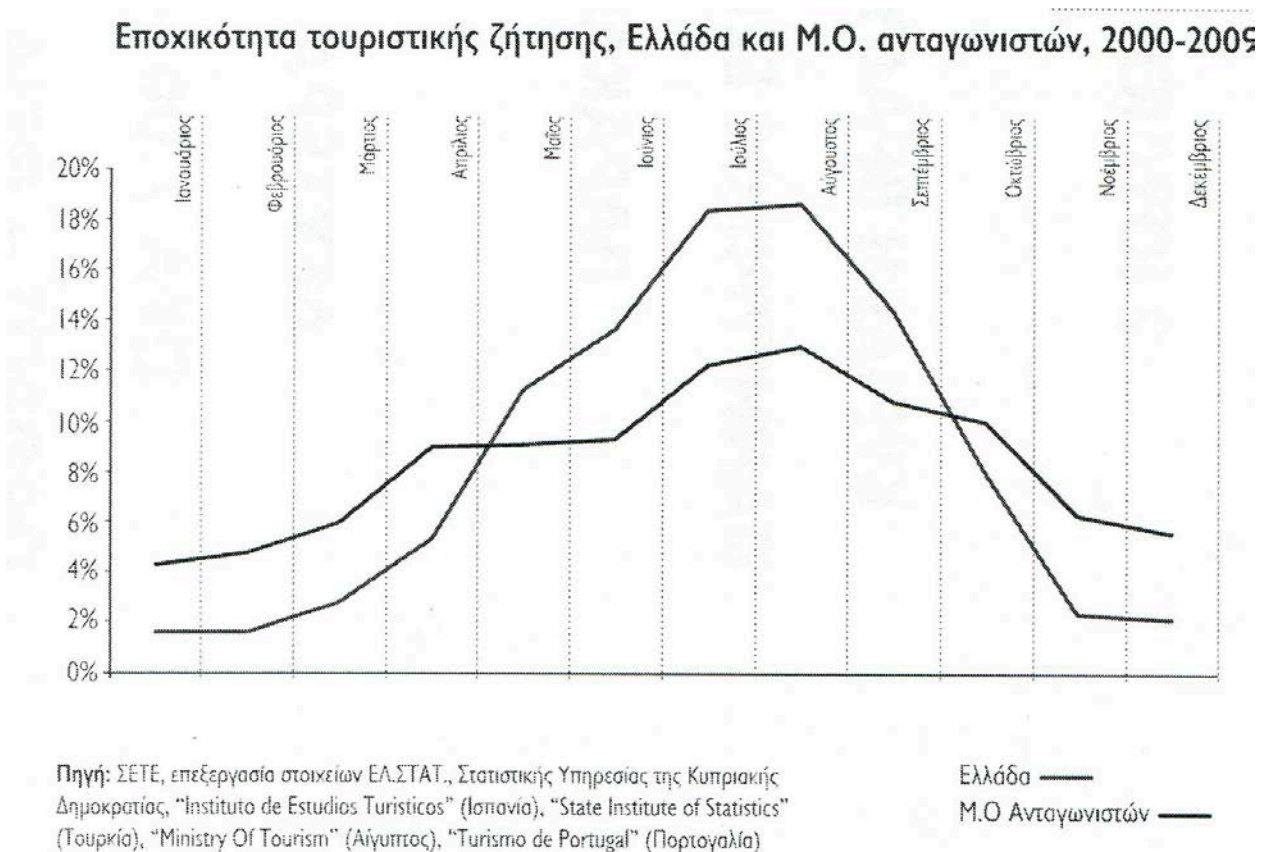
Πίνακας 15: Συγκέντρωση τουριστικής προσφοράς χρονικής περιόδου 2000 και 2009

	Στερεά Ελλάδα	Κρήτη	Δωδεκάνησα	Μακεδονία	4 περιοχές	%	Σύνολο κλινών χώρας
2000	93.325	116.513	105.036	75.637	390.511	65,70%	593.990
2009	95.373	155.322	128.282	102.564	481.541	65,80%	732.279

ΠΗΓΗ: SETE Ελληνικός Τουρισμός 2020, Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο

Η αμείωτη ένταση της εποχικότητας, σχεδόν ίδια καμπύλη για είκοσι χρόνια, συνιστά σημαντικό μειονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών μας και θέτει σε κίνδυνο την ανάπτυξη του τομέα, όπως βλέπουμε και από το παρακάτω διάγραμμα. Στο τρίμηνο Ιούλιος- Αύγουστος – Σεπτέμβριος εξακολουθούμε να υποδεχόμαστε περισσότερο από το 50% των διεθνών αφίξεων (μη κάτοικοι), ενώ υπολειπουμε ή δεν λειτουργούμε τους υπόλοιπους μήνες.

Διάγραμμα 12: Εποχικότητα τουριστικής ζήτησης Ελλάδας και Μ.Ο. ανταγωνιστών χρονικής περιόδου 2000 – 2009.



4.3. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

«Ο τουρισμός συμβάλλει στην προώθηση της κοινωνικής συνοχής προσφέροντας αναπτυξιακές και επιχειρηματικές ευκαιρίες ιδιαίτερα σε περιοχές της χώρας, όπως τις νησιωτικές, οι οποίες χαρακτηρίζονται από πληθυσμιακή συρρίκνωση, ενισχύοντας ταυτόχρονα το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων μέσα από τις θέσεις εργασίας που δημιουργεί. Η δραστηριότητα στον τουριστικό τομέα χαρακτηρίζεται ως εντάσεως εργασίας, καθώς για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που σχετίζονται με τη ζήτηση από τους επισκέπτες χρησιμοποιείται συγκριτικά περισσότερη εργασία από κεφαλαιουχικό εξοπλισμό.

Χαρακτηριστικό επίσης γνώρισμα, αποτελεί η διακύμανση που επιδεικνύει στη διάρκεια του έτους, λόγω της εποχικότητας της ζήτησης με αποτέλεσμα να αυξάνεται σημαντικά κατά τους θερινούς μήνες.

Ωστόσο, η εκτίμηση της απασχόλησης εμφανίζει δυσκολίες λόγω των ιδιαιτεροτήτων που χαρακτηρίζουν τον τουριστικό τομέα. Η κυριότερη σχετίζεται με το γεγονός ότι ο τουρισμός δεν αποτελεί ένα μεμονωμένο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, αλλά ενσωματώνει ένα μεγάλο εύρος από υπηρεσίες.

Επομένως, για την εκτίμηση της απασχόλησης στον τουριστικό τομέα θα πρέπει να προσδιοριστούν οι οικονομικές δραστηριότητες (κλάδοι) που συμμετέχουν στην παραγωγή-διάθεση αγαθών και υπηρεσιών που σχετίζονται με την τουριστική κατανάλωση.

Επισημαίνεται, ότι η εκτίμηση της απασχόλησης στην ΕΕ γίνεται με κριτήριο την κύρια απασχόληση και όχι τον αριθμό των θέσεων εργασίας. Για παράδειγμα, ο κάτοικος ενός νησιού που απασχολείται στην αλιεία και παράλληλα ενοικιάζει δωμάτια κατά τη θερινή περίοδο σε επισκέπτες της περιοχής, θα καταγράφονταν (από την ΕΕ) ως απασχολούμενος στον κλάδο της ΣΤΑΚΟΔ-08 Αλιεία και Υδατοκαλλιέργεια και όχι ως απασχολούμενος στον κλάδο Καταλύματα, εφόσον δηλώνει ως κύρια απασχόληση την εργασία του στην αλιεία.

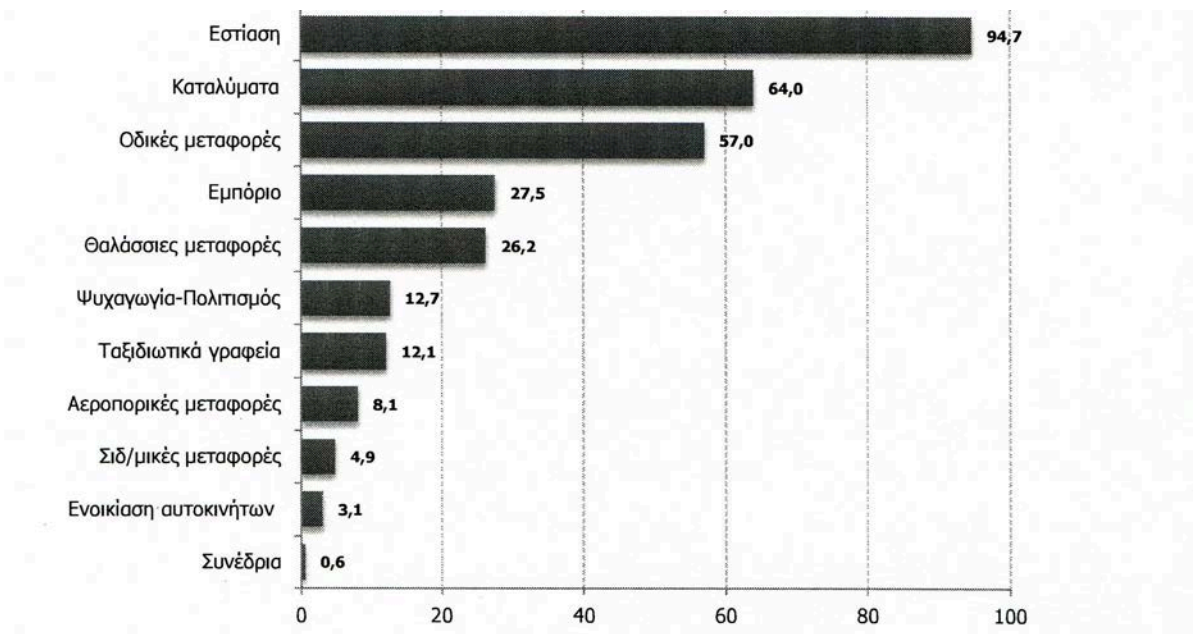
Επομένως, η εκτίμηση της απασχόλησης στη μελέτη αυτή αφορά στον αριθμό των εργαζομένων των οποίων η κύρια θέση εργασίας τους εντοπίζεται σε κάποιο από τα τουριστικά επαγγέλματα.

Με βάση την παραπάνω προσέγγιση, η τουριστική απασχόληση στην Ελλάδα το 2011 εκτιμάται περίπου στις 311 χιλ. εργαζόμενους ή 8% του συνόλου των απασχολούμενων της

χώρας (4.091 χιλ.), με το ήμισυ των εργαζομένων να καταγράφεται στην εστίαση και στις υπηρεσίες καταλύματος, όπως παρατηρούμε και από το παρακάτω διάγραμμα.

Ο αριθμός των απασχολούμενων στις οδικές μεταφορές εκτιμάται στις 57 χιλ.3, στις θαλάσσιες μεταφορές (δηλαδή ακτοπλοΐα, επιχειρήσεις θαλάσσιου τουρισμού κ.ά.) στις 26 χιλ., στην Ψυχαγωγία-Πολιτισμός (η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει και τους απασχολούμενους στα Μουσεία) στις 12 χιλ. –όσοι περίπου και στα Ταξιδιωτικά γραφεία, ενώ μικρότερος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων στην ενοικίαση αυτοκινήτων και στη διοργάνωση συνεδρίων²³».

Διάγραμμα 1: Εκτίμηση της τουριστικής απασχόλησης στην Ελλάδα ως προς την κύρια θέση εργασίας, 2011



ΠΗΓΗ: IOBE, 2013

«Η κορύφωση της τουριστικής ζήτησης στη διάρκεια του γ' τριμήνου (περίοδος Ιουλίου-Σεπτεμβρίου) έχει ως αποτέλεσμα η απασχόληση στον τουρισμό να είναι υψηλότερη κατά 24 χιλ. άτομα σε σχέση με τη μέση ετήσια τουριστική απασχόληση. Στη διάρκεια αυτής της περιόδου, η σημαντικότερη άνοδος καταγράφεται στα Καταλύματα (+21% μεταξύ γ' και β' τριμήνου) με αποτέλεσμα να ανέρχεται στους 83 χιλ. απασχολούμενους.

²³ IOBE, (2013), «Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα», Αθήνα, εκδόσεις IOBE, σελ. 7.

Όσον αφορά στη διαχρονική εξέλιξη, η τουριστική απασχόληση κινείται πτωτικά με συνέπεια ο αριθμός των εργαζομένων να έχει μειωθεί συνολικά κατά 11% (ή 40,5 χιλ. εργαζόμενους) την τελευταία τριετία. Η τάση αυτή είναι πιο έντονη στα Ταξιδιωτικά πρακτορεία όπου η κάμψη έχει ως αποτέλεσμα ο αριθμός των απασχολούμενων το 2011 (12,1 χιλ.) να έχει υποχωρήσει στο μισό συγκριτικά με το 2006. Η τάση αυτή αποδίδεται κυρίως στην ανάπτυξη των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στον τουρισμό (ηλεκτρονικός τουρισμός), καθώς η διείσδυση των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου στην αγορά και πώληση τουριστικών υπηρεσιών, έχει αντικαταστήσει σημαντικά τις υπηρεσίες που στο παρελθόν προσφέρονταν από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες²⁴.

«Σημαντική είναι επίσης η συνεισφορά του τουρισμού στην έμμεση απασχόληση, η οποία σχετίζεται με τις θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στους κλάδους που αποτελούν τους κυριότερους προμηθευτές των τουριστικών επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα μελέτης του IOBE για την επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, η άμεση και έμμεση απασχόληση (το 2010) εκτιμάται σε 446 χιλ., ενώ η συνολική επίδραση στην απασχόληση υπολογίζεται σε 741 χιλ. περίπου, το 1/6 δηλαδή της συνολικής απασχόλησης της χώρας.

Η εκτίμηση που προκύπτει από τη χρήση του υποδείγματος εισροών-εκροών του Leontief, υποδεικνύει ότι για κάθε 100 θέσεις άμεσης απασχόλησης στην Ελλάδα που είναι αποτέλεσμα της τουριστικής δαπάνης και των επενδύσεων για τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος, υποστηρίζονται συνολικά άλλες 130 θέσεις εργασίας σε κλάδους-προμηθευτές των τουριστικών επιχειρήσεων, αλλά και στους κλάδους εκείνους όπου κατευθύνεται ως καταναλωτική δαπάνη το εισόδημα που δημιουργείται (από την άμεση και την έμμεση απασχόληση).

Επιπλέον, από την εξέταση της πορείας των αφίξεων ξένων επισκεπτών και των ταξιδιωτικών εισπράξεων, προκύπτει συσχέτιση των μεγεθών με την τουριστική απασχόληση, καθώς η κάμψη στις αφίξεις και στα έσοδα στη διάρκεια ενός έτους (σε σχέση με το προηγούμενο) συνοδεύεται και από υποχώρηση της τουριστικής απασχόλησης, αλλά και το αντίστροφο.

Ενδεικτικά, η ανοδική πορεία των ταξιδιωτικών εισπράξεων (+3%) το 2008 συνοδεύτηκε από άνοδο της τουριστικής απασχόλησης στη χώρα (+2%), σε αντίθεση με το

²⁴ IOBE, (2013), «Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα», Αθήνα, εκδόσεις IOBE, σελ. 8.

2009 όπου η απασχόληση στους συναφείς με τον τουρισμό κλάδους ακολουθεί την πτωτική πορεία των αφίξεων (-6%) και των εσόδων (-11%) αντίστοιχα.

Λαμβάνοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά της απασχόλησης στις υπηρεσίες καταλύματος, προϊόν που συνδέεται άμεσα με την τουριστική ζήτηση, προκύπτει ότι η μέση απασχόληση στα ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα της χώρας είναι μικρότερη σε σχέση με άλλους τουριστικούς προορισμούς στην Ευρώπη.

Το γεγονός αυτό αντανακλά, σε σημαντικό βαθμό, την ύπαρξη μικρών επιχειρήσεων (μέση δυναμικότητα 78 κλίνες ανά μονάδα) που κυρίως αποσκοπούν στην κάλυψη της εποχικής ζήτησης. Διαπιστώνεται επίσης, η μεγαλύτερη συμμετοχή της γυναικείας απασχόλησης, τάση αντίθετη με εκείνη για το σύνολο της απασχόλησης στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας.

Αξιοσημείωτο γνώρισμα της διάρθρωσης της απασχόλησης στον τουριστικό τομέα αποτελεί και η μικρότερη συμμετοχή απασχολούμενων οι οποίοι είναι απόφοιτοι της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (16%). Η τάση αυτή αποδίδεται, εν μέρει, στο γεγονός ότι ο τουρισμός αποτελεί τομέα έντασης εργασίας, με αποτέλεσμα να αξιοποιεί προσωπικό με χαμηλότερο βαθμό εξειδίκευσης.

Ταυτόχρονα όμως, αναδεικνύει την αδυναμία πολλών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα να προσελκύσουν ανθρώπινο δυναμικό με ειδίκευση σε κάποιο επιστημονικό αντικείμενο, λόγω των πολλών μικρών μονάδων που αναπτύσσονται στο πρότυπο της οικογενειακής επιχείρησης, όσο και της εποχικής δραστηριότητας η οποία λειτουργεί ανασταλτικά για τα άτομα που επιθυμούν να προσφέρουν την εργασία τους σε συστηματική (δωδεκάμηνη) βάση.

Ως προς αυτό το χαρακτηριστικό μάλιστα καταγράφεται διαφορά σε σχέση με άλλους ευρωπαϊκούς ανταγωνιστικούς προορισμούς, καθώς το ποσοστό των απασχολούμενων στις υπηρεσίες καταλύματος που είναι απόφοιτοι της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης είναι κατά μέσο όρο υψηλότερο σε σχέση με την Ελλάδα. Το γεγονός αυτό, αναδεικνύει το σημαντικό ρόλο της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης που θα πρέπει να αναπτυχθεί στην Ελλάδα στο πλαίσιο της αναβάθμισης των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών και της ανάδειξης της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος²⁵».

²⁵ IOBE, (2013), «Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα», Αθήνα, εκδόσεις IOBE, σελ. 20-21.

4.4. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ

ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ

Οι κλίνες και οι απασχολούμενοι στα ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα στην Ελλάδα, την χρονική περίοδο 2006-2011, παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 16: Κλίνες και απασχολούμενοι στα ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα στην Ελλάδα, χρονικής περιόδου 2006-2011

ΕΤΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΛΙΝΩΝ	ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΙ
2006	693.252	64.547
2007	700.933	77.505
2008	715.857	74.885
2009	732.279	66.311
2010	763.407	62.995
2011	763.668	64.000

ΠΗΓΗ: IOBE, 2013

Παρατηρούμε λοιπόν ότι μετά το 2008 υπάρχει μείωση των απασχολούμενων χωρίς αντίστοιχη μείωση αριθμό κλινών στα ξενοδοχεία. Πιο συγκεκριμένα, μεταξύ 2009 και 2008 η μείωση των απασχολουμένων ήταν 8.574 άτομα ενώ η μείωση μεταξύ 2010 και 2008 ήταν 11.890 άτομα. Η δε μείωση μεταξύ 2010 και 2009 ήταν 3316 άτομα.

Η αρνητική αυτή πορεία μείωσης των απασχολούμενων ανακόπτεται κατά το 2011 όπου έχουμε μια μικρή αύξηση κατά 1005 άτομα σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ

ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

5.1. ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Το 2008 ήταν μια χρονιά με έντονη μεταβλητότητα της παγκόσμιας τουριστικής δραστηριότητας και το κύριο χαρακτηριστικό είναι ότι εμφανίστηκε μια απότομη αντιστροφή του κλίματος κατά τα μισά του έτους.

Ενδεικτικά, ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων κινούνταν με ρυθμό αύξησης, κατά μέσο όρο, της τάξης του 5,7% κατά το πρώτο τετράμηνο του 2008. Μάλιστα τον Μάιο άγγιξε το 7%. Σε αυτό, όμως, το χρονικό σημείο τερματίστηκε η ανοδική πορεία του. Από τον Ιούνιο και μέχρι τον Αύγουστο ο ρυθμός μεταβολής των διεθνών τουριστικών αφίξεων έπεσε λίγο πιο κάτω από το 2%, με αποτέλεσμα το πρώτο οκτάμηνο του έτους ο μέσος ρυθμός μεγέθυνσης να είναι 3,7%. Για το σύνολο του 2008 η τουριστική δραστηριότητα σε παγκόσμιο επίπεδο θα καταγράψει αύξηση της τάξης του 2-3%, και αυτό χάρη στις υψηλές επιδόσεις των πρώτων πέντε μηνών του έτους²⁶.

Η καθοδική πορεία του οικονομικού κύκλου, όπως είναι γνωστό ξεκίνησε από τα τέλη του 2007 και συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις η ανάκαμψη δεν προβλέπεται να γίνει σύντομα. Λόγω της έντονης κρίσης, η διεθνής τουριστική κίνηση θα κυμανθεί από μηδέν έως 2% αύξηση. Πρέπει να τονιστεί ότι σε αντίθεση με το γεγονός του Σεπτεμβρίου του 2001 αλλά και με την εμφάνιση του θανατηφόρου ιού SARS, όπου ο κόσμος δεν ήθελε να ταξιδέψει, αν και οι οικονομικές συνθήκες που επικρατούσαν τότε του το επέτρεπαν, στην παρούσα φάση η τουριστική δραστηριότητα έχει μειωθεί όχι γιατί ο κόσμος δεν έχει διάθεση για ταξίδια, αλλά λόγω των περιορισμένων οικονομικών του

²⁶ Ακαδημία Τουριστικών Μελετών και Ερευνών, (Ιανουάριος 2009), «Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων», Τεύχος 1.

δυνατοτήτων και προπάντων λόγω της αβεβαιότητας για το μέλλον, με αποτέλεσμα να έχει επηρεαστεί αρνητικά η ψυχολογία του καταναλωτή. Επομένως είναι βέβαιο ότι άπαξ και βελτιωθεί το οικονομικό κλίμα, λόγω ψυχολογίας, θα συμπαρασύρει και την τουριστική δραστηριότητα²⁷.

Από το τελευταίο τέταρτο του 2009 υπήρξε ανάκαμψη στην παγκόσμια αγορά του τουρισμού μετά από μία 14μηνη συνεχή πτώση. Εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ) δείχνουν ότι τους πρώτους μήνες του 2010 είχαμε μία αύξηση κατά 7% των παγκόσμιων τουριστικών αφίξεων. Περιοχές όπως η Ασία και η Αφρική κατέγραψαν αύξηση 10% το πρώτο τρίμηνο του 2010 αλλά στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική η αύξηση ήταν κοντά στο 3%²⁸.

Η θετική αυτή εικόνα άλλαξε άρδην με την εμφάνιση της ηφαιστειογενούς τέφρας που ανάγκασε πολλά αεροδρόμια της Ευρώπης να κλείσουν από τις 15 μέχρι 20 Απριλίου 2010. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του ΠΟΤ, η εμφάνιση της τέφρας τον Απρίλιο οδήγησε σε μείωση των διεθνών τουριστικών αφίξεων στην Ευρώπη κατά 0,5% και στην Βόρεια Αμερική κατά 0,3%. Επίσης, πολλές πτήσεις ακυρώθηκαν και τον Μάιο, λόγω της επανεμφάνισης της τέφρας.

Εκτός, όμως, από την άμεση επίπτωση που είχε η τέφρα στις αεροπορικές μετακινήσεις, μία σημαντική έμμεση επίδραση υφίσταται μέσω της αρνητικής ψυχολογίας που δημιουργεί σε πλήθος άλλων ταξιδιωτών, λόγω της δημοσιότητας σε ό,τι αφορά την ασφάλεια των πτήσεων. Κυρίως όταν το ταξίδι γίνεται για τουριστικούς σκοπούς, πολύ εύκολα κάποιος ακυρώνει το ταξίδι ή το αναβάλλει για άλλη χρονιά ή περίοδο. Εκτίμησή μας είναι ότι αυτή η επίδραση είναι και η μεγαλύτερη. Πάντως, εκτός από την τέφρα, ακυρώσεις πτήσεων είχαμε και λόγω της απεργίας της Βρετανικής Αεροπορικής Εταιρείας. Την περίοδο, που έκλεισε ο εναέριος χώρος της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης, ακυρώθηκαν εκατό χιλιάδες πτήσεις.

Το αρνητικό αυτό σκηνικό του δεύτερου τριμήνου του 2010 επηρέασε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας. Η Ελλάδα, όμως, είχε να αντιμετωπίσει και δύο πολύ σημαντικά γεγονότα που δημιούργησαν προϋποθέσεις ισχυρής δυσφήμισης ως χώρας προορισμού σε χώρες που παραδοσιακά τροφοδοτούν τον ελληνικό τουρισμό με εκατομμύρια τουρίστες, όπως η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Λόγω της

²⁷ Ακαδημία Τουριστικών Μελετών και Ερευνών, (Ιανουάριος 2009), «Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων», Τεύχος 1.

²⁸ Ακαδημία Τουριστικών Μελετών και Ερευνών, (Ιούλιος 2010), «Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων», Τεύχος 4.

οικονομικής δεινότητας της Ελλάδος να δανειστεί άρχισε τον Απρίλιο μήνα μία δυσφήμιση στα ευρωπαϊκά μέσα ενημέρωσης, κυρίως της Γερμανίας και του Ηνωμένου Βασιλείου που δυστυχώς ενισχύθηκε η δυσφήμιση αυτή από τα τραγικά γεγονότα στο κέντρο της Αθήνας την 5^η Μαΐου 2010. Συνεχίζονται δε με τους αποκλεισμούς των λιμανιών και με τον τρόπο που γίνονται αυτές οι κινητοποιήσεις. Οι ακυρώσεις συνεδρίων και ατομικών ταξιδιών ήταν μαζικές, κυρίως για δημοφιλείς προορισμούς αυτής της περιόδου, όπως είναι η Αθήνα. Το πρόβλημα είναι ότι αυτό διαμορφώνει συνθήκες υποκατάστασης του ελληνικού προορισμού με άλλους προορισμούς τόσο στην Ευρώπη όσο και στις άλλες χώρες της Μεσογείου²⁹.

Για την επόμενη δεκαετία (2009-2018) προβλέπεται μία μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 4,4% της παγκόσμιας τουριστικής δραστηριότητας, που σε απόλυτα μεγέθη, θα αγγίξει, στο τέλος της δεκαετίας, σε τζίρο τα 10,855 δις δολάρια (10,5% του παγκόσμιου ΑΕΠ) και σε απασχόληση 297 εκατομμύρια ατόμων. Ενδεικτικά, τα τρέχοντα αντίστοιχα μεγέθη της τουριστικής βιομηχανίας είναι 5,899 δις δολάρια (9,9% του παγκόσμιου ΑΕΠ) και 250 εκ. θέσεις εργασίας. Αυτή δε η αναπτυξιακή πορεία του κλάδου είναι απόρροια τόσο της ζήτησης υπηρεσιών τουρισμού από τους εύρωστους οικονομικά πολίτες του Δυτικού Κόσμου, όσο και από τους κατοίκους των αναπτυσσόμενων χωρών, οι οποίοι και αυτοί με την σειρά τους, βλέποντας εν πρώτοις την αύξηση των εισοδημάτων τους, θα αγοράσουν τα προϊόντα που προσφέρει η τουριστική βιομηχανία³⁰.

5.2. Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Σε αβέβαιες περιόδους, σαν αυτήν που ζούμε, για την μελλοντική εξέλιξη των εθνικών άρα και των ατομικών οικονομικών επιδόσεων, η οικονομική συμπεριφορά των οικονομικώς δρώντων ατόμων είναι κατανοητή.

²⁹ Ακαδημία Τουριστικών Μελετών και Ερευνών, (Ιούλιος 2010), «Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων», Τεύχος 4.

³⁰ Ακαδημία Τουριστικών Μελετών και Ερευνών, (Ιανουάριος 2009), «Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων», Τεύχος 1.

Όμως, σύμφωνα με τον Σκουλά Ν³¹.πολύ πριν ακόμα ξεσπάσει η παγκόσμια οικονομική κρίση, ο ελληνικός τουρισμός είχε ήδη έντονα σημεία παθογένειας με σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα που σταδιακά τον οδηγούσαν σε απώλεια του ανταγωνιστικού του πλεονεκτήματος από άποψη σχέσης αξίας-τιμής συγκριτικά με τους νέους ανταγωνιστές στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου που, για το ίδιο μαζικό παραθεριστικό (και, κατά συνέπεια, εποχικό) τουριστικό προϊόν, έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος παραγωγής και πολύ χαμηλότερη τιμή.

Εμφανή συμπτώματα αυτής της παθογένειας είναι:

- η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου,
- η μείωση της διαπραγματευτικής μας ικανότητας, που εκδηλώνεται με φαινόμενα όπως οι στάσιμες ή μειούμενες τιμές,
- η αυξανόμενη τάση για συμβόλαια «all inclusive», αλλά και
- η σταθερή υποβάθμιση του οικονομικού και κοινωνικού προφίλ του μέσου τουρίστα.

Δυστυχώς, τόσο οι αναπτυγμένες παραδοσιακές χώρες προέλευσης του ελληνικού τουρισμού (Γερμανοί και Βρετανοί αποτελούν το ήμισυ περίπου των τουριστικών μας αφίξεων), όσο και οι αναδύμενες αγορές, βρίσκονται στο επίκεντρο της οικονομικής κρίσης με διογκούμενη ανεργία, συρρίκνωση εισοδημάτων και πολύ υψηλό δείκτη ανασφάλειας και αβεβαιότητας των κατοίκων τους.

Ένα πρόσθετο πρόβλημα είναι η υποτίμηση των νομισμάτων πολλών από τις χώρες-μέλη της Ε.Ε., εκτός Ευρωζώνης και της Ανατολικής Ευρώπης καθώς και των ανταγωνιστών μας στην Ανατολική Μεσόγειο. Αυτό κάνει ακριβό το τουριστικό μας προϊόν για τους πελάτες μας απ' αυτές τις χώρες και φθηνότερο το προϊόν των ανταγωνιστών μας. Αρκετοί τουριστικοί πράκτορες απ' αυτές τις χώρες αδυνατούν να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους απέναντί μας λόγω του ακριβού πλέον γι' αυτούς Ευρώ.

Ένας άλλος παράγον που οφείλουμε να λάβουμε υπόψη είναι ότι η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών παρουσιάζει εξαιρετικά μεγάλη εισοδηματική ελαστικότητα και οι δαπάνες για τουριστικές υπηρεσίες δεν αποτελούν την πρώτη προτεραιότητα διάθεσης του «διακριτικού» εισοδήματος, είναι δε περίπου αυτονόητο ότι η ελαστικότητα της ζήτησης για διακοπές και ψυχαγωγία αυξάνεται όσο χαμηλότερα είναι τα εισοδήματα του νοικοκυριού.

³¹ Σκουλάς Ν., (2009), «Τρισδιάστατη η κρίση στον Ελληνικό τουρισμό», διαθέσιμο στο <http://traveldailynews.gr/columns/article/1749>

Έτσι, κλίμα αβεβαιότητας και ανασφάλειας επικρατεί στην ελληνική τουριστική βιομηχανία, απόρροια της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, ενώ για την προώθηση των τουριστικών επενδύσεων επιβάλλεται η ολοκλήρωση του χωροταξικού σχεδίου για τον τουρισμό αλλά και η κατάρτιση νομοθετικού πλαισίου.

Τα παραπάνω τονίστηκαν από τους εν Ελλάδι φορείς του τουρισμού κατά τη διάρκεια του 3^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Tourism & Property in Greece, με θέμα «Η παγκόσμια οικονομική κρίση και οι επιπτώσεις στον ελληνικό τουρισμό», που διοργάνωσε η εταιρεία Real Travel με χορηγό επικοινωνίας τη «Ναυτεμπορική».

Λίγες ημέρες πριν από την έναρξη της τουριστικής χρονιάς και ο γενικός διευθυντής του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων κ. Γιώργος Δρακόπουλος επεσήμανε ότι ακόμα δεν είναι γνωστό πόσες τουριστικές μονάδες θα ανοίξουν εγκαίρως φέτος, ενώ στο ίδιο μήκος κύματος και ο πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος κ. Μάκης Φωκάς εξέφρασε την άποψη ότι «οι απολύσεις θα είναι αναπόφευκτες στον τουριστικό κλάδο και στην ξενοδοχεία συγκεκριμένα».

Το μεγάλο στοίχημα, όπως τόνισαν με μια φωνή οι φορείς, είναι η διατήρηση των θέσεων εργασίας, και η επέκταση του μέτρου της επιδότησης εργασίας, με τον κ. Φωκά να κάνει λόγο και για επιπλέον μέτρα για την τουριστική βιομηχανία.

Όπως ανέφερε τα υπάρχοντα μέτρα δεν είναι αρκετά για να ανταποκριθούν στο μέγεθος της κρίσης και πλέον θα πρέπει να ληφθούν και νέα με ορίζοντα υλοποίησης από το 2010 και εξής. Οι ξενοδόχοι ζητούν μέτρα προς την κατεύθυνση της απασχόλησης αλλά και της ενίσχυσης της επικοινωνίας και εκφράζουν την απορία γιατί δεν έχει δημοσιοποιηθεί το στρατηγικό σχέδιο μάρκετινγκ που συνέταξε στο παρελθόν η ομάδα του Ισπανού γκουρού του τουρισμού Μπόρντας.

Με τις αφίξεις να προδιαγράφονται πτωτικές, όπως τονίστηκε στο συνέδριο το ζητούμενο είναι να περιοριστούν φέτος οι απώλειες. Ο γενικός διευθυντής του ΣΕΤΕ κ. Γ. Δρακόπουλος τόνισε ότι σοβαρό είναι το ενδεχόμενο της πτώσης των αφίξεων έως και 20%, γεγονός που θα σημαίνει 2 εκατομμύρια λιγότερους τουρίστες σε σχέση με πέρυσι, 2,5 δισ. ευρώ λιγότερα έσοδα αλλά και 50.000 ανέργους.

Πρώτα απ' όλα, θα προτιμηθούν ταξιδιωτικοί προορισμοί αναψυχής οι οποίοι θα βρίσκονται πλησίον του τόπου μόνιμου κατοικίας των περιηγητών.

Επιπλέον, πολλοί θα είναι εκείνοι οι οποίοι αναγκαστικά θα προτιμήσουν να ταξιδέψουν σε κοντινούς τόπους και μέσα στην ίδια τους τη χώρα.

Ακόμη και αν ταξιδέψουν μακρύτερα, θα παρατηρηθεί μία μείωση του χρόνου παραμονής, αλλά συνάμα και της δαπάνης που πρόκειται να ξοδέψει στις διακοπές του ο τουρίστας.

Σε ό,τι αφορά τώρα στο εθνικό και τοπικό επίπεδο αντιμετώπισης της οικονομικής κρίσης, θα προκύψει ανταγωνισμός στην σχέση ποιότητας προς τιμή μεταξύ χωρών ή και περιοχών, όπως βέβαια και σε ό,τι αφορά στην σφαίρα των συναλλαγματικών ισοτιμιών των χωρών αυτών.

Τέλος, είναι σίγουρο ότι θα αναπτυχθεί ακόμη περισσότερο η συνεργασία, σε τοπικό επίπεδο, ανάμεσα στους εμπλεκόμενους στην αλυσίδα παροχής τουριστικών υπηρεσιών προκειμένου να εξασφαλιστεί η οικονομική βιωσιμότητα όλων.

Ωστόσο, κόντρα στο ρεύμα πηγαίνει ο ελληνικός τουρισμός, καθώς οι απώλειες που καταγράφει δε συμβαδίζουν με τα πρώτα παγκόσμια αποτελέσματα που δείχνουν διατήρηση της ανοδικής τάσης από το 2011³².

Σύμφωνα με τα στοιχεία του τελευταίου World Tourism Barometer που εξέδωσε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ), οι διεθνείς αφίξεις αυξήθηκαν κατά 5,7% κατά τους πρώτους δύο μήνες του 2012, με τη ζήτηση να παραμένει ισχυρή τόσο στους ανεπτυγμένους όσο και στους αναδυόμενους προορισμούς, παρά τους οικονομικούς περιορισμούς που υπάρχουν σε πολλές από τις χώρες-πηγές της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής.

Σε παγκόσμιο επίπεδο οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις ξεπέρασαν τα 131 εκατ. τον Ιανουάριο - Φεβρουάριο, από 124 εκατ. την ίδια περίοδο πέρυσι.

Στην Ευρώπη μάλιστα τα θετικά αποτελέσματα ξεπέρασαν τις προσδοκίες, με την άνοδο να φθάνει το 5%, ενισχυμένη από το ποσοστό 8% της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, αλλά και το 6% σε προορισμούς της Βόρειας και Δυτικής Ευρώπης.

Η επίδοση της Γηραιάς Ηπείρου διαδέχεται την αύξηση 6% που σημείωσε πέρυσι ξεπερνώντας τα 500 εκατ. αφίξεις. Η ζήτηση διατηρήθηκε σε εξαιρετικά καλά επίπεδα στους σχετικά ώριμους οικονομικά ανεπτυγμένους προορισμούς της βόρειας, δυτικής και σε μέρος της νότιας και κεντρικής Ευρώπης, παρά τις ανησυχίες για την οικονομία.

Στην Ελλάδα ωστόσο οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις δεν διατηρούν το θετικό πρόσημο του 2011, εμφανίζοντας πτώση 5,19% το διάστημα Ιανουαρίου - Απριλίου 2012 σε

³² Εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ, άρθρο της Πουτέτση Χριστίνας, «Κόντρα στο παγκόσμιο κλίμα ο ελληνικός τουρισμός», δημοσιεύτηκε 11/05/2012.

σύγκριση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο, ενώ και στο δίμηνο (Ιανουάριος - Φεβρουάριος 2012) η μείωση άγγιξε το 6,72%.

Η κίνηση από το εξωτερικό ήταν υποτονική, αποτυπώνοντας την υστέρηση ιδιαίτερα από τις παραδοσιακές αγορές, εξαιτίας και της αρνητικής εικόνας της χώρας στο εξωτερικό. Την ίδια ώρα η ρευστότητα που επικρατεί στο πολιτικό σκηνικό και η καθυστέρηση στον σχηματισμό κυβέρνησης αποτελεί εμπόδιο στην ομαλή εξέλιξη της τουριστικής περιόδου που ξεκίνησε, καθώς ήδη παρατηρείται ανάσχεση του ρυθμού των κρατήσεων στα ξενοδοχεία.

Πρέπει να δουλέψουμε μαζί με τις τουριστικές ηγεσίες για να διασφαλίσουμε ότι οι κυβερνήσεις δίνουν προτεραιότητα στον τουρισμό, σαν μέρος των εθνικών πολιτικών για την ενίσχυση της ανάπτυξης και της απασχόλησης»δήλωσε ο Γ.Γ. του ΠΟΤ κ. Ταλέμπ Ριφάι.

Ο ίδιος πρόσθεσε ότι βασικός άξονας της 54^{ης} Επιτροπής του ΠΟΤ για την Ευρώπη είναι η διευκόλυνση της βίζας, η τουριστική προώθηση και το branding. Σύμφωνα με τις προβλέψεις του ΠΟΤ οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις αναμένεται να αυξηθούν κατά 3% έως 4% τη φετινή χρονιά και για πρώτη φορά εκτιμάται ότι θα σπάσουν το φράγμα του ενός δισ. επισκεπτών.

5.3. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η μακροχρόνια πρόβλεψη των τουριστικών αφίξεων έχει πολύ μεγάλη σημασία για τον προσδιορισμό των δημόσιων και ιδιωτικών επενδυτικών αναγκών. Για παράδειγμα, οι ανάγκες σε καταλύματα και υποδομές δεν μπορούν να προσδιοριστούν, αν δεν γίνουν οι αναγκαίες μακροχρόνιες προβλέψεις για τις τουριστικές αφίξεις, τουλάχιστον μιας δεκαετίας. Εξίσου σημαντικές είναι και οι προβλέψεις για την υλοποίηση ενός μακρόπνοου εθνικού στρατηγικού σχεδίου τουριστικού μάρκετινγκ και προβολής³³.

³³ Ακαδημία Τουριστικών Μελετών και Ερευνών, (Ιανουάριος 2009), «Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων», Τεύχος 1.

Σε αντίθεση με τις βραχυχρόνιες, συνήθως ενός έτους προβλέψεις, οι μακροχρόνιες προβλέψεις δεν μπορούν να γίνουν με ένα διαρθρωτικό υπόδειγμα τουρισμού. Κάτι τέτοιο θα απαιτούσε προβλέψεις δεκαετίας για τις βασικές μεταβλητές που προσδιορίζουν τη ζήτηση για το ελληνικό τουριστικό προϊόν, όπως είναι το ΑΕΠ των βασικών χωρών που τροφοδοτούν με τουρίστες την Ελλάδα, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, το κόστος ταξιδιού, οι προτιμήσεις των αλλοδαπών τουριστών, πιθανές κρίσεις (οικονομικές, πολιτικές κ.λπ.), φυσικές καταστροφές (σεισμοί, πυρκαγιές, κ.λπ.) και οποιαδήποτε άλλη μεταβλητή θα μπορούσε να επηρεάσει τις τουριστικές αφίξεις την επόμενη δεκαετία. Κάτι τέτοιο είναι σχεδόν αδύνατο να γίνει.

Μία εναλλακτική λύση είναι η ανάλυση τάσεων. Με πολύ απλά λόγια, οι προβλέψεις μας για τις μελλοντικές αυξήσεις είναι μια προβολή του παρελθόντος στο μέλλον. Αν υποθεθεί ότι το παρελθόν δείχνει το μέλλον, το παρακάτω διάγραμμα δίνει την απεικόνιση των αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων από το 1951 μέχρι σήμερα.

Γίνεται ένα σαφής διαχωρισμός μεταξύ τουριστικών αλλοδαπών αφίξεων και αλλοδαπών αφίξεων για μη τουριστικούς λόγους. Στην τελευταία κατηγορία ανήκουν και οι οικονομικοί μετανάστες, κυρίως από τις γειτονικές μας χώρες της Αλβανίας, των Σκοπίων και της Βουλγαρίας. Για τις χρονιές που έχουμε στοιχεία, εξαιρούμε τους αλλοδαπούς αυτών των χωρών από τις συνολικές αφίξεις. Οι χρονιές αυτές αφορούν την περίοδο μετά τα μέσα της δεκαετίας του 1990. Οι συνολικές αφίξεις περιλαμβάνουν και τις κρουαζιέρες.

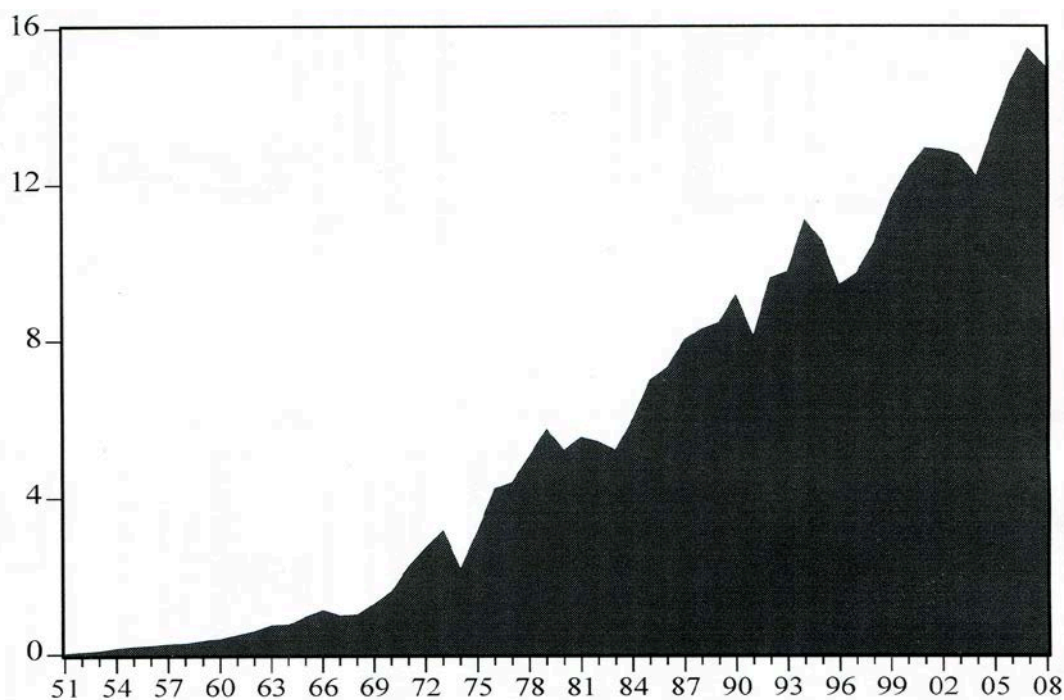
Παρατηρώντας λοιπόν το παρακάτω διάγραμμα διαπιστώνεται ότι από το 1951 και μετά μια αύξηση των αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων στη χώρα μας. Ο ελληνικός τουρισμός τη δεκαετία του 1960 ξεπέρασε το ένα εκατομμύριο αφίξεις σε ετήσια βάση, τη δεκαετία του 1970 τα πέντε εκατομμύρια, τη δεκαετία του 1980 άγγιξε τα δέκα εκατομμύρια αλλοδαπούς τουρίστες, τις οποίες ξεπέρασε τη δεκαετία του 1990, ενώ στην τρέχουσα πρώτη δεκαετία του νέου αιώνα ξεπέρασε τα δεκαπέντε εκατομμύρια.

Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι παρά τις αυξομειώσεις και τις κρίσεις, ο ελληνικός τουρισμός αναπτύσσεται ραγδαίως στο δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα και στις αρχές του 21^{ου} αιώνα. Η μακροχρόνια πρόβλεψη που γίνεται είναι ότι αυτή η τάση ανόδου θα συνεχιστεί και για τα επόμενα δέκα χρόνια.

Μπορεί η τάση να είναι ανοδική, υπάρχουν, όμως, χρονιές όπου οι αλλοδαπές αφίξεις τουριστών μειώθηκαν σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Αυτές είναι πολύ λίγες, 12 χρονιές από τις 58, και πολύ χαρακτηριστικές χρονιές που σηματοδεύτηκαν από εσωτερικά ή

διεθνή γεγονότα. Πτώση των αλλοδαπών αφίξεων σε σχέση με το προηγούμενο έτος είχαμε τα έτη: 1967, 1974, 1980, 1982, 1983, 1991, 1995, 1996, 2002, 2003, 2004 και 2008.

Διάγραμμα 13: Αλλοδαπές Τουριστικές Αφίξεις στην Ελλάδα
χρονικής περιόδου 1951 – 2008



ΠΗΓΗ: ΑΤΕΜ και ερευνητική μονάδα τουρισμού του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας.

Στον παρακάτω πίνακα δίνονται οι προβλέψεις για την εξέλιξη των τουριστικών τάσεων στην Ελλάδα του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) και της Ακαδημίας Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (ΑΤΕΜ) για το χρονικό διάστημα 2009-2020. Στην πρώτη στήλη αναφέρονται οι εκτιμήσεις που πραγματοποιεί το WTTC. Οι προβλέψεις του WTTC περιλαμβάνουν τους οικονομικούς μετανάστες από τις γειτονικές χώρες της Ελλάδος, κυρίως από την Αλβανία, την Βουλγαρία και τα Σκόπια, που αποτελούν πλέον του 10% του συνόλου των εισερχόμενων αλλοδαπών στην χώρα. Επίσης, στα στοιχεία αυτά περιλαμβάνονται και οι κρουαζιέρες.

Χρησιμοποιώντας τα ίδια στοιχεία, η ΑΤΕΜ κάνει τις δικές της εκτιμήσεις με την μέθοδο του Χολτ-Γουίντερς (Holt-Winters). Οι εκτιμήσεις αυτές δίνονται στην δεύτερη στήλη του συγκεκριμένου πίνακα Σε γενικές γραμμές, οι εκτιμήσεις αυτές δεν διαφέρουν από

τις εκτιμήσεις του WTTC, υπάρχει μόνο μία μεγάλη διαφορά το καταληκτικό έτος 2020. Σίγουρα οι προβλέψεις αυτές δεν μπορούν να ληφθούν σοβαρά υπόψη για το σχεδιασμό των τουριστικών επενδύσεων.

Η ΑΤΕΜ εκτιμά ότι οι προβλέψεις αυτές θα πρέπει να βασίζονται στα ιστορικά στοιχεία των αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων και όχι σε όλες τις αλλοδαπές αφίξεις. Οι οικονομικοί μετανάστες είναι αλλοδαπές αφίξεις, αλλά δεν είναι τουριστικές. Οι κρουαζιέρες, από την άλλη πλευρά, είναι ένα είδος τουριστικού προϊόντος που θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται στον υπολογισμό, αν και οι επιδράσεις τους αξίζουν προσεκτικότερης ανάλυσης. Στην στήλη (3) του παρακάτω πίνακα δίνονται οι εκτιμήσεις για τις τουριστικές αλλοδαπές αφίξεις μέχρι το 2020.

Πίνακας 17: Προβλέψεις Αλλοδαπών Τουριστικών Αφίξεων
χρονικής περιόδου 1998 – 2020 (σε χιλιάδες)

ΕΤΟΣ	WTTC (1)	ΑΤΕΜ - 1 (2)	ΑΤΕΜ - 2 (3)	ΑΤΕΜ - 3 (4)
2009	19074	18785	15106	14320
2010	19706	20223	16184	14811
2011	20304	20447	16013	15337
2012	20891	21455	16897	15857
2013	21477	21969	17535	16347
2014	22069	22582	17492	16825
2015	22672	24152	18662	17320
2016	23290	24271	18392	17796
2017	23925	25322	19335	18283
2018	24577	25791	19993	18775
2019	25248	26379	19878	19252
2020	25938	28080	21140	19748

ΠΗΓΗ: WTTC και ΑΤΕΜ

Από τα στοιχεία αυτά προκύπτουν μία σειρά από ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις³⁴:

- 1) Οι προβλέψεις αυτές βασίζονται στα ιστορικά στοιχεία των ελληνικών τουριστικών αλλοδαπών αφίξεων. Αν και η στατιστική σειρά διαθέτει στοιχεία από το 1951, τα πιο πρόσφατα έτη (της τελευταίας δεκαετίας) διαδραματίζουν σημαντικότερο ρόλο στη διαμόρφωση των προβλέψεων. Στην πραγματικότητα, οι προβλέψεις αυτές αφορούν τάσεις και είναι κατάλληλες μόνο για την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων για την μελλοντική μακροχρόνια κατεύθυνση του ελληνικού τουρισμού και όχι για τη διαμόρφωση πρόβλεψης για το επόμενο έτος. Επειδή η πρόσφατη ιστορική τάση του ελληνικού αλλοδαπού τουρισμού ήταν ανοδική, οι προβλέψεις είναι και αυτές προς αυτή την κατεύθυνση.
- 2) Παρόλο που η τάση είναι ανοδική, παρουσιάζονται και έτη που η πρόβλεψη που δίνεται είναι αρνητική σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο όπως το 2011, 2014, 2016 και 2019. Για μακροχρόνιες προβλέψεις τα συγκεκριμένα έτη δεν έχουν μεγάλη σημασία. Εκείνο που έχει σημασία είναι ότι στην μακρά περίοδο της επόμενης δεκαετίας, θα υπάρχουν χρονιές που ο ρυθμός αύξησης του εισερχόμενου τουρισμού θα είναι αρνητικός σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο.

Για να αποφεύγονται οι συγκυριακές επιδράσεις, ένας άλλος τρόπος παρουσίασης των μακροχρόνιων προβλέψεων είναι να χρησιμοποιηθεί ο κυλιόμενος μέσος όρος μιας πενταετίας. Οι εκτιμήσεις αυτές δίνονται στην τελευταία στήλη του παραπάνω πίνακα. Το κάθε έτος δείχνει το μέσο όρο της προηγούμενης πενταετίας.

Οι εκτιμήσεις αυτές μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον σχεδιασμό μιας μακροχρόνιας τουριστικής πολιτικής και τουριστικών επενδύσεων. Σε πολλές, όμως, περιπτώσεις εκείνο που έχει μεγάλο ενδιαφέρον, αν όχι επιστημονικό, σίγουρα δημοσιογραφικό, είναι η πρόβλεψη του τρέχοντος έτους, λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, αλλά και των γεγονότων του Δεκεμβρίου σε πολλές μεγάλες πόλεις της χώρας. Για αυτές τις προβλέψεις θα χρησιμοποιηθεί ένα άλλο μοντέλο.

³⁴ Ακαδημία Τουριστικών Μελετών και Ερευνών, (Ιανουάριος 2009), «Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων», Τεύχος 1.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΗΜΕΡΑ

6.1. ΕΡΕΥΝΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΥΓΚΥΡΙΑΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (ΠΛΗΝ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ) ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ- ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2011

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) και το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) πραγματοποίησε έρευνα και εξέδωσε ένα δελτίο οικονομικής συγκυρίας για τον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα. Ο σκοπός της έρευνας ήταν η παρακολούθηση των εξελίξεων και η αξιολόγηση βασικών μεγεθών και στατιστικών δεδομένων στον τουριστικό τομέα.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το χρονικό διάστημα Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου 2011 και στην οποία συμμετείχαν επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών καταλύματος (Ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα και Ενοικιαζόμενα Δωμάτια-Διαμερίσματα) και Τουριστικές επιχειρήσεις (Τουριστικά γραφεία, εταιρίες Ενοικίασης αυτοκινήτων, Θαλάσσιου τουρισμού, διοργάνωσης Συνεδρίων-Εκθέσεων και Αεροπορικές).

Σύμφωνα με τον ΙΟΒΕ και ΣΕΤΕ³⁵, Ο δείκτης Επιχειρηματικών Προσδοκιών, τόσο για τις Υπηρεσίες Παροχής Καταλύματος όσο και για τις Τουριστικές επιχειρήσεις (πλην των ξενοδοχειακών), υποχώρησε το δίμηνο Σεπτέμβριος-Οκτώβριος του 2011, πτώση που είναι σαφώς δικαιολογημένη από την ολοκλήρωση της θερινής περιόδου.

Παράλληλα, ο δείκτης για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, κινείται υψηλότερα συγκριτικά με το σύνολο των Υπηρεσιών της εγχώριας οικονομίας, ενώ και για τις τουριστικές επιχειρήσεις (πλην των ξενοδοχειακών) ανέκαμψε στην διάρκεια του 2011. Το

³⁵ ΙΟΒΕ & ΣΕΤΕ, (Νοέμβριος 2011), «Έρευνα οικονομικής συγκυρίας στις τουριστικές επιχειρήσεις (πλην των ξενοδοχειακών)», Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου 2011.

γεγονός αυτό, υποδεικνύει ότι σε μια εξαιρετικά δύσκολη χρονική συγκυρία, οι προσδοκίες στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα έχουν βελτιωθεί, παρά τα συνεχή εμπόδια και τα αρνητικά σήματα στις αντίστοιχες αγορές λόγω της κοινωνικής αναστάτωσης.

Από τις εκτιμήσεις των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, όπως αυτές αποτυπώθηκαν στην έρευνα, η γενική διαπίστωση είναι ότι τα ξενοδοχεία στην κατηγορία των 5 αστερών εμφανίζουν καλύτερες επιδόσεις σε σχέση με τις κατηγορίες 4 και 3 αστερών.

Ως προς το σύνολο των επιχειρήσεων (δηλαδή 3, 4 και 5 αστερών) οι μισές επιχειρήσεις απάντησαν ότι η κατάστασή τους βελτιώθηκε το τελευταίο τρίμηνο σε σχέση με πέρυσι, με το ισοζύγιο θετικών/αρνητικών απαντήσεων να διαμορφώνεται στις +21 μονάδες.

Ικανοποιημένοι εμφανίζονται επίσης από την εξέλιξη της συνολικής ζήτησης με το σχετικό ισοζύγιο να κυμαίνεται σε αντίστοιχο σχεδόν επίπεδο, καθώς η αύξηση της ζήτησης από τους αλλοδαπούς επισκέπτες αντιστάθμισε τη σημαντική πτώση από τον εσωτερικό τουρισμό.

Η θετική πορεία της ζήτησης αποτυπώνεται και στον κύκλο εργασιών, αν και μια στις τρεις επιχειρήσεις αναφέρει πτώση σε σχέση με πέρυσι με συνέπεια το ισοζύγιο να υποχωρεί στο +18.

Σε όρους απασχόλησης όμως, το σχετικό ισοζύγιο θετικών/αρνητικών απαντήσεων είναι αρνητικό (τόσο για το σύνολο των ξενοδοχείων όσο και ανά κατηγορία αστερών) με τις μισές επιχειρήσεις να αναφέρουν ότι ο αριθμός των εργαζομένων παρέμεινε αμετάβλητος σε σχέση με πέρυσι.

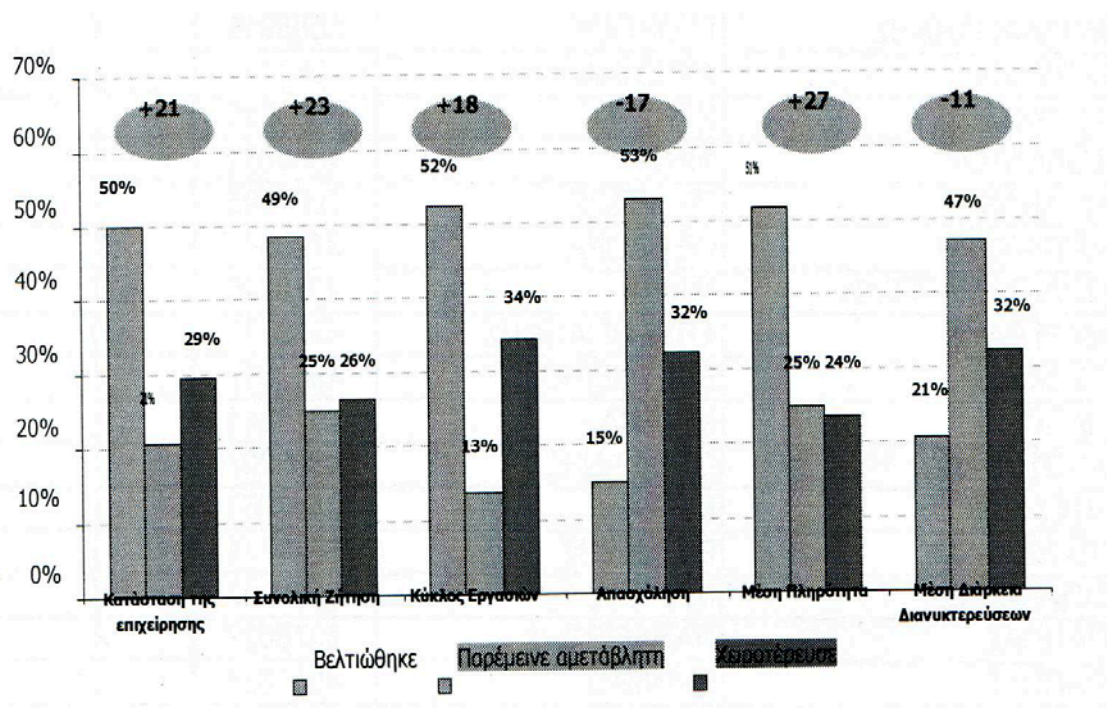
Η μέση πληρότητα για την περίοδο Ιούλιος-Σεπτέμβριος 2011 διαμορφώθηκε στο 68%, με την πλειοψηφία των επιχειρήσεων να δηλώνει ικανοποίηση για την πορεία της και το σχετικό ισοζύγιο να διαμορφώνεται στο +27.

Αντίθετα, η μέση διάρκεια διανυκτέρευσης, η οποία κατά μέσο όρο διαμορφώθηκε στις πέντε ημέρες, παρέμεινε αμετάβλητη στις περισσότερες επιχειρήσεις, ενώ μια στις τρεις επιχειρήσεις εκφράζεται αρνητικά για την πορεία της με αποτέλεσμα το σχετικό ισοζύγιο να είναι αρνητικό (-11 μονάδες).

Στις τουριστικές επιχειρήσεις (πλην των ξενοδοχειακών), η πλειοψηφία δηλώνουν λιγότερο ικανοποιημένοι από την δραστηριότητά τους σε σχέση με πέρυσι, γεγονός που αντανακλάται στο σχετικό ισοζύγιο το οποίο κινείται σε αρνητικό έδαφος (-27 μονάδες). Η

εξέλιξη αυτή, ερμηνεύεται σε σημαντικό βαθμό από την πορεία της συνολικής ζήτησης, καθώς οι μισές τουλάχιστον επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα, αναφέρουν πτώση σε σχέση με πέρυσι με το σχετικό ισοζύγιο να διαμορφώνεται στο -18. Η τάση αυτή αποδίδεται στη μικρότερη, συγκριτικά με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, άνοδο της ζήτησης από ξένους τουρίστες σε συνδυασμό με τη σημαντική μείωση από το εσωτερικό της χώρας σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Διάγραμμα 14: : Εκτιμήσεις των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων για την δραστηριότητά τους το τελευταίο τρίμηνο του 2011 σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό



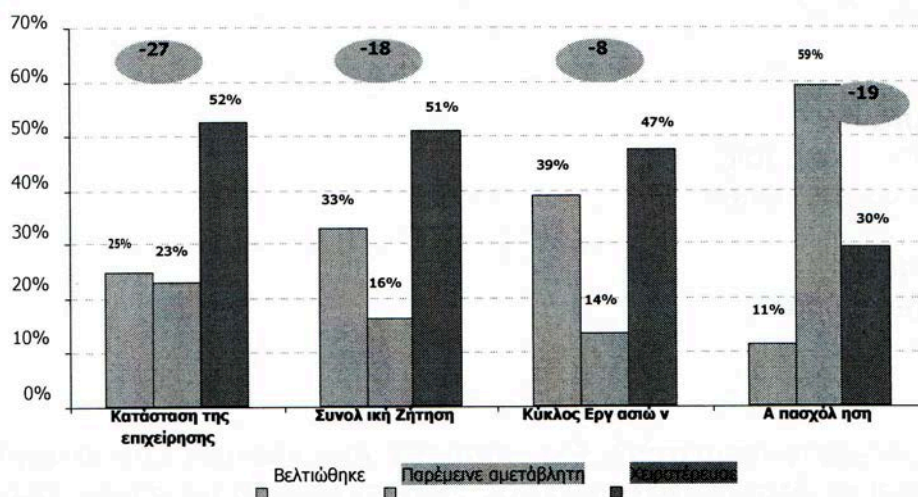
Πηγή: IOBE-ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Αναφορικά με τον κύκλο εργασιών, δύο στις πέντε δηλώνουν ικανοποίηση από την πορεία των εσόδων τους. Ωστόσο, η αναλογία των επιχειρήσεων που εκτιμά μείωση είναι ελαφρώς υψηλότερη, με αποτέλεσμα το σχετικό ισοζύγιο να κυμαίνεται στις -8 μονάδες.

Σε υπερδιπλάσιο τέλος επίπεδο, κινήθηκε το αντίστοιχο ισοζύγιο σε όρους απασχόλησης, καθώς οι μισές τουριστικές επιχειρήσεις αναφέρουν ότι διατήρησαν

αμετάβλητο τον αριθμό των εργαζομένων, ενώ μια στις τρεις προχώρησε σε μείωση των θέσεων εργασίας.

Διάγραμμα 15: Εκτιμήσεις τουριστικών επιχειρήσεων για τη δραστηριότητά τους το τελευταίο τρίμηνο του 2011 σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό



Πηγή: IOBE-ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρέασαν θετικά τη δραστηριότητα των επιχειρήσεων (ξενοδοχειακές και λοιπές τουριστικές) συνδέονται πρωτίστως με την ανοδική πορεία των αφίξεων από το εξωτερικό, τόσο από τις παραδοσιακές όσο και από νέες αγορές. Στην κατεύθυνση αυτή, εκτός από την αύξηση των ομαδικών αφίξεων συνέβαλλαν και οι πτήσεις προς την Ελλάδα από αερομεταφορείς χαμηλού κόστους. Οι ελκυστικότερες τιμές των προσφερόμενων υπηρεσιών σε συνδυασμό με την προσπάθεια ανάδειξης της σχέσης τιμής-ποιότητας αναφέρονται επίσης ως σημαντικοί θετικοί παράγοντες.

Αντίθετα, αρνητική επίδραση στην λειτουργία των (ξενοδοχειακών και λοιπών τουριστικών) επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα, έχει επιφέρει η αρνητική προβολή της χώρας στο εξωτερικό σε συνδυασμό με την οικονομική αβεβαιότητα από την ύφεση της ελληνικής οικονομίας. Σημαντικά εμπόδια στην ομαλή δραστηριότητα των επιχειρήσεων αναφέρονται:

- οι φορολογικές επιβαρύνσεις,
- η έλλειψη κεφαλαίων κίνησης,
- η ανεπαρκής τραπεζική χρηματοδότηση, όπως και
- οι απεργιακές κινητοποιήσεις.
- Οι επιχειρήσεις τέλος της Αττικής, υπογραμμίζουν επίσης την υποβάθμιση (εγκληματικότητα, παράνομοι μμετανάστες) του ιστορικού κέντρου της Αθήνας, ως σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει αρνητικά την δραστηριότητά τους.

Ο δείκτης Επιχειρηματικών Προσδοκιών στις Τουριστικές επιχειρήσεις υποχώρησε το δίμηνο Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου 2011, πτώση που συνδέεται με την ολοκλήρωση της περιόδου υψηλής τουριστικής ζήτησης. Ωστόσο, η ανοδική τάση που επέδειξε ο δείκτης από τα τέλη του προηγούμενου έτους με αποτέλεσμα τη διαμόρφωσή του σε επίπεδο ελαφρώς υψηλότερο από το αντίστοιχο για το σύνολο των Υπηρεσιών, υποδεικνύει τη βελτίωση των προσδοκιών στις τουριστικές επιχειρήσεις, ως αποτέλεσμα της σημαντικής ανάκαμψης του τουρισμού, η οποία αποτυπώνεται στην αξιοσημείωτη αύξηση των διεθνών αφίξεων και των ταξιδιωτικών εισπράξεων.

6.2. ΚΥΡΙΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΥΓΚΥΡΙΑΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

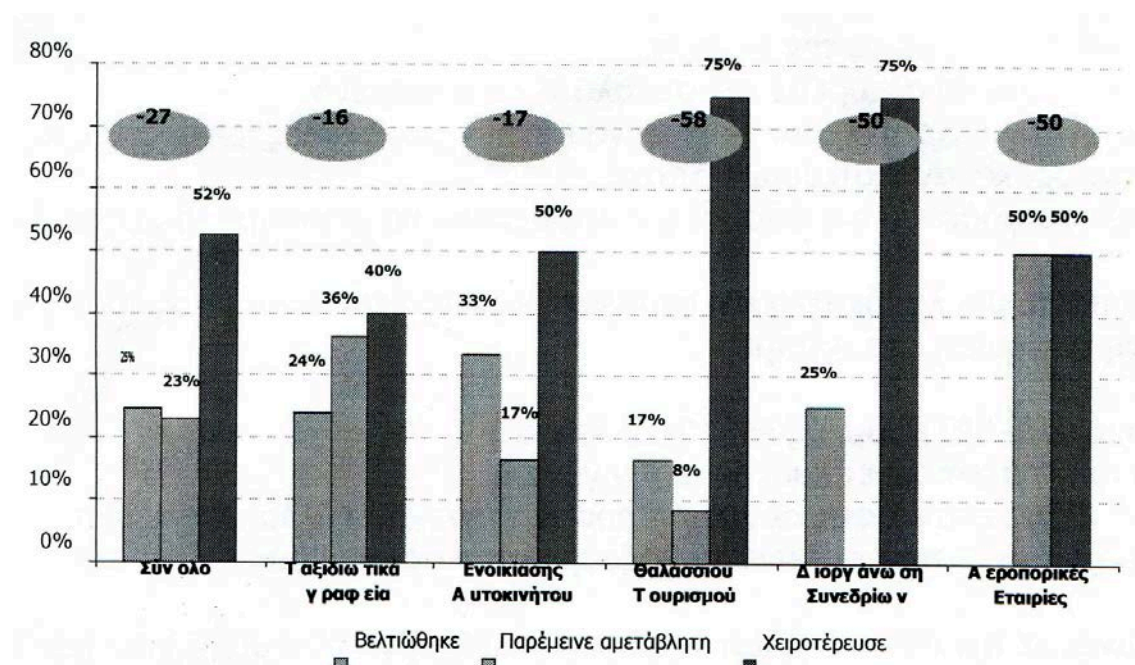
Η γενική διαπίστωση που προκύπτει από τις απαντήσεις που έδωσαν οι τουριστικές επιχειρήσεις στο ερωτηματολόγιο που τους δόθηκε από τον IOBE και ΣΕΤΕ είναι ότι στην πλειοψηφία τους οι επιχειρήσεις διαπιστώνουν επιδείνωση της κατάστασής τους σε σχέση με το περσινό τρίμηνο.

Αναλυτικότερα, το ισοζύγιο θετικών-αρνητικών απαντήσεων λαμβάνει τη δυσμενέστερη τιμή του (-58 μονάδες) στις επιχειρήσεις Θαλάσσιου τουρισμού, καθώς τρεις στις τέσσερις αναφέρουν ότι η κατάστασή τους χειροτέρευσε κατά το τελευταίο τρίμηνο.

Οριακά χαμηλότερη, είναι η τιμή που καταγράφεται στις Αεροπορικές εταιρίες και στις επιχειρήσεις διοργάνωσης Συνεδρίων1 (-50 μονάδες).

Αντίθετα, ηπιότερη είναι η αντίστοιχη αξιολόγηση στα Ταξιδιωτικά γραφεία (-16 μονάδες) και στις εταιρίες Ενοικίασης αυτοκινήτων (-17 μονάδες) ως αποτέλεσμα του μεγαλύτερου ποσοστού που αποτιμά θετικά την δραστηριότητα της επιχείρησης το τελευταίο τρίμηνο.

Διάγραμμα 16: Εκτιμάται ότι η κατάσταση της επιχείρησής σας κατά το τελευταίο τρίμηνο του 2011 σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό χρονικό διάστημα



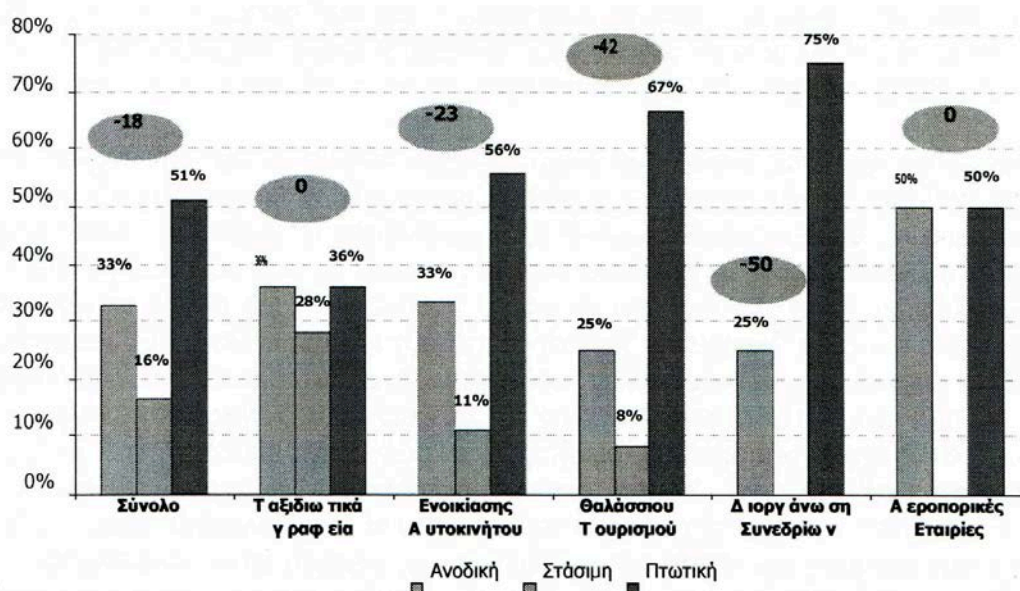
Πηγή: IOBE-ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Η επιδείνωση της κατάστασης που δηλώνουν οι επιχειρήσεις Θαλάσσιου τουρισμού και διοργάνωσης Συνεδρίων θα πρέπει, μεταξύ άλλων, να αποδοθεί στη μείωση της ζήτησης την οποία αναφέρει η πλειοψηφία των επιχειρήσεων (περισσότερες από τις δυο στις τρεις) από τους συγκεκριμένους κλάδους που συμμετείχαν στην έρευνα. Η τάση αυτή, αποτυπώνεται στο αρνητικό ισοζύγιο το οποίο διαμορφώνεται στις -42 και -50 μονάδες αντίστοιχα, τιμές που είναι οι υψηλότερες μεταξύ των κατηγοριών τουριστικών επιχειρήσεων.

Οι εταιρίες Ενοικίασης αυτοκινήτων εμφανίζονται και αυτές λιγότερο ικανοποιημένες από την πορεία της ζήτησης, καθώς οι μισές από αυτές αναφέρουν πτώση με συνέπεια το σχετικό ισοζύγιο να κινείται στο -23.

Αντίθετα, τα Τουριστικά Γραφεία και οι Αεροπορικές εταιρίες εκφράζουν μια πιο ουδέτερη αξιολόγηση, καθώς το ποσοστό που δηλώνει αύξηση είναι το ίδιο με εκείνο που αναφέρει πτώση κατά το τελευταίο τρίμηνο.

Διάγραμμα 17: Πώς αξιολογείτε την εξέλιξη της ζήτησης συνολικά στην επιχείρησή σας το τελευταίο τρίμηνο του 2011 σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό



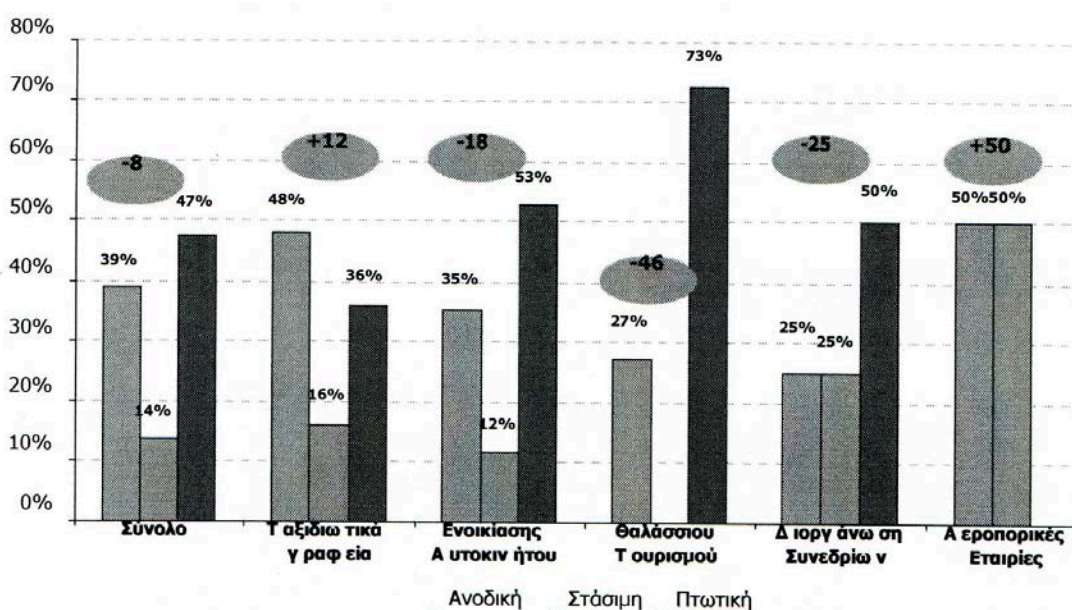
Πηγή: IOBE-ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Όπως και στην περίπτωση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, η μείωση της ζήτησης είναι μεγαλύτερη στους ημεδαπούς επισκέπτες, με πιο ενδεικτική την περίπτωση των Αεροπορικών εταιριών που στο σύνολό τους δηλώνουν πτώση. Στις επιχειρήσεις διοργάνωσης Συνεδρίων και της Ενοικίασης αυτοκινήτων το ποσοστό ξεπερνά το 70%, ενώ περισσότερα από τα μισά Ταξιδιωτικά γραφεία και επιχειρήσεις Θαλάσσιου τουρισμού που συμμετείχαν στην έρευνα επιβεβαιώνουν την τάση αυτή, με συνέπεια το σχετικό ισοζύγιο να ξεπερνά τις -50 μονάδες τουλάχιστον (με εξαίρεση τα Ταξιδιωτικά γραφεία που διαμορφώθηκε στο -33).

Αντίθετα, στην περίπτωση της ζήτησης από αλλοδαπούς επισκέπτες οι Αεροπορικές εταιρείες στο σύνολό τους δηλώνουν αύξηση σε σχέση με πέρυσι, όπως και περισσότερα από τα μισά Τουριστικά γραφεία και εταιρίες Ενοικίασης αυτοκινήτων, γεγονός που οδηγεί το ισοζύγιο σε θετικό έδαφος (+29 μονάδες αμφότερες).

Αντίθετα, δύο στις πέντε επιχειρήσεις Θαλάσσιου τουρισμού δηλώνουν ότι η ζήτηση από τους ξένους τουρίστες υποχώρησε σε σχέση με πέρυσι, με συνέπεια το ισοζύγιο να διαμορφωθεί στο -17. Από τις επιχειρήσεις τέλος, που δραστηριοποιούνται στη διοργάνωση Συνεδρίων προκύπτει μια ουδέτερη αποτίμηση, δεδομένου ότι το ποσοστό που δηλώνει αύξηση αντισταθμίζεται από εκείνο που εκτιμά πτώση.

Διάγραμμα 18: Πώς αξιολογείτε την εξέλιξη του κύκλου εργασιών στην επιχείρησή σας το τελευταίο τρίμηνο του 2011 σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό



Πηγή: IOBE-ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

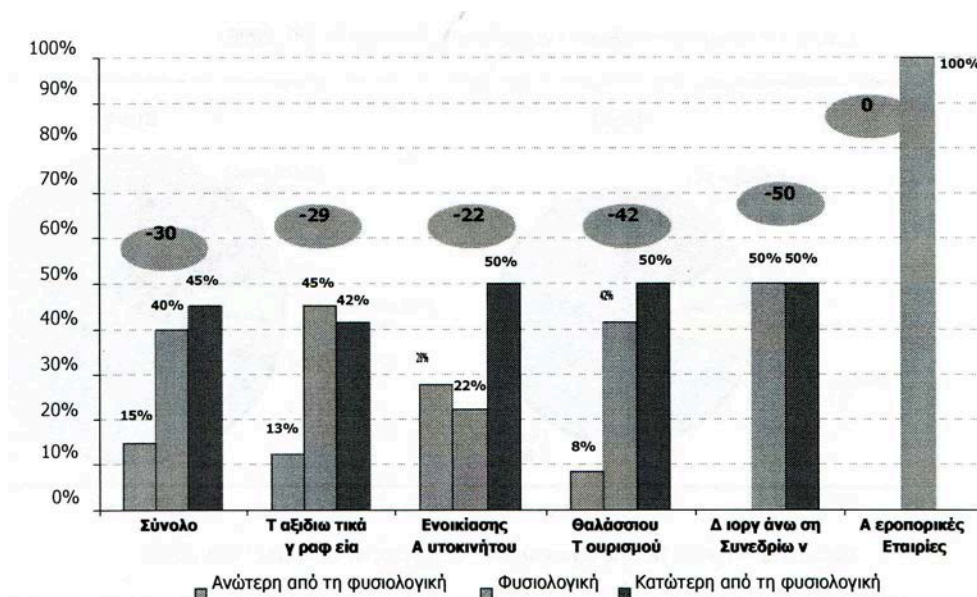
Αναφορικά με τον κύκλο εργασιών, όπως παρατηρούμε και από το παραπάνω διάγραμμα, ανοδικά δηλώνουν ότι κινήθηκε σε σχέση με πέρυσι οι μισές επιχειρήσεις του δείγματος από τα Ταξιδιωτικά γραφεία και τις Αεροπορικές εταιρίες, στην περίπτωση των οποίων (δηλαδή των Αεροπορικών) το σχετικό ισοζύγιο διαμορφώνεται στο +50.

Στις Ενοικιάσεις αυτοκινήτων, το ποσοστό των επιχειρήσεων που εκτιμά ότι τα έσοδά τους αυξήθηκαν το τελευταίο τρίμηνο είναι παρόμοιο με το σύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων του δείγματος (1 στις 3).

Ωστόσο, η μεγαλύτερη αναλογία επιχειρήσεων που αναφέρει κάμψη, οδηγεί το σχετικό ισοζύγιο σε αρνητική τιμή, η οποία αυξάνει στις -25 μονάδες για τις επιχειρήσεις διοργάνωσης Συνεδρίων.

Παράλληλα, λαμβάνει την υψηλότερη (αρνητική) τιμή στις επιχειρήσεις Θαλάσσιου τουρισμού, καθώς στις τρεις από τις τέσσερις τα έσοδα έχουν υποχωρήσει σε σχέση με πέρυσι.

Διάγραμμα 19: Πώς εξελίχθηκε τον Οκτώβριο του 2011 η ροή των κρατήσεων στην επιχείρησή σας σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό χρονικό διάστημα

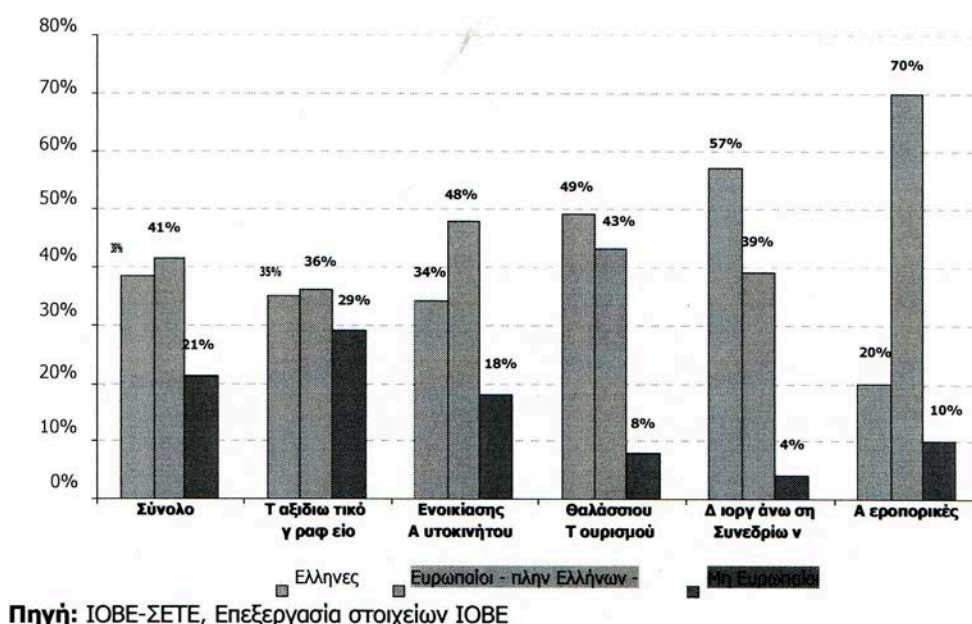


Πηγή: IOBE-ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Ως προς την ροή των κρατήσεων για τον Οκτώβριο του 2011, όπως παρατηρούμε και από το παραπάνω διάγραμμα, δύο στις πέντε επιχειρήσεις στο σύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων δηλώνουν ότι μειώθηκε σε σχέση με πέρυσι, με την αναλογία να είναι ελαφρώς υψηλότερη μεταξύ των διάφορων κατηγοριών. Ταυτόχρονα, το ποσοστό των επιχειρήσεων που εμφανίζεται ικανοποιημένο από την ροή των κρατήσεων είναι μικρό, οδηγώντας κατ' αυτόν τον τρόπο το σχετικό ισοζύγιο σε αρνητικό επίπεδο. Η μεγαλύτερη αρνητική τιμή

σημειώνεται στις επιχειρήσεις διοργάνωσης Συνεδρίων (-50 μονάδες) και Θαλάσσιου τουρισμού (-42 μονάδες), όπου οι μισές επιχειρήσεις καταγράφουν χαμηλότερη από την αναμενόμενη για την εποχή ροή κρατήσεων, με την τιμή του σχετικού ισοζυγίου να υποχωρεί κάτω από τις -30 μονάδες για τα Ταξιδιωτικά γραφεία και τις εταιρίες Ενοικίασης αυτοκινήτων. Αντίθετα, η ουδέτερη αξιολόγηση που εκφράζεται από τις αεροπορικές εταιρίες, αποδίδεται στο γεγονός ότι στο σύνολό τους δηλώνουν καμία μεταβολή σε σχέση με πέρυσι.

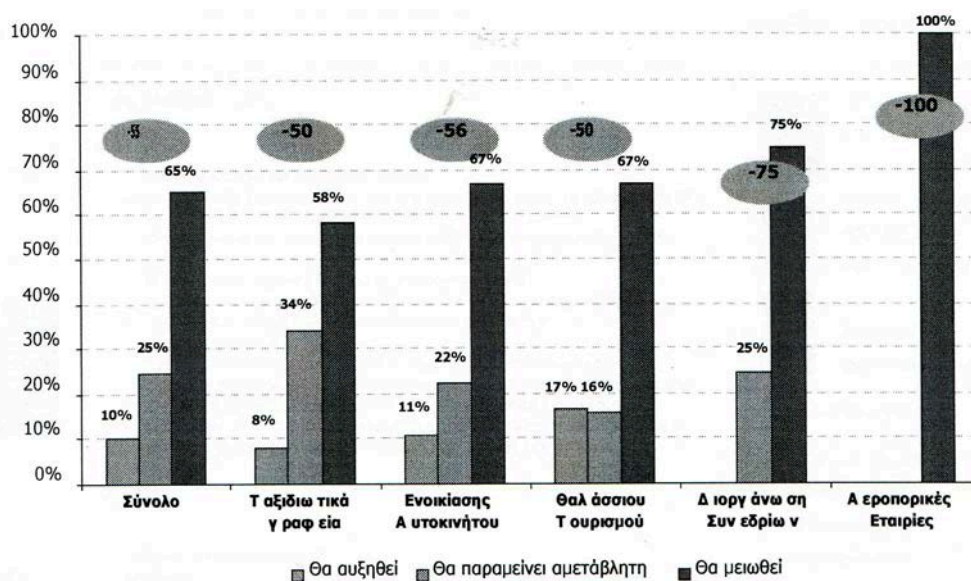
Διάγραμμα 20: Αυτό το μήνα (Οκτώβριο) του 2011 πώς εξελίχθηκε η διάρθρωση της πελατείας σας



Η διάρθρωση της πελατείας από την άλλη πλευρά, όπως βλέπουμε και από το παραπάνω διάγραμμα, εμφανίζει διαφοροποιήσεις μεταξύ των δραστηριοτήτων στον τουριστικό τομέα. Στα Ταξιδιωτικά γραφεία και τις επιχειρήσεις Ενοικίασης Αυτοκινήτων το ποσοστό των Ελλήνων πελατών είναι παρόμοιο (το 1/3 περίπου των πελατών τους), στις επιχειρήσεις Θαλάσσιου τουρισμού αυξάνει στο 49% και προσεγγίζει το 57% στην περίπτωση των επιχειρήσεων διοργάνωσης Συνεδρίων. Αντίθετα, οι Αεροπορικές εταιρίες που συμμετείχαν στην έρευνα αντλούν πελατεία κυρίως από τις χώρες της Ευρώπης (70% κατά μέσο όρο), ενώ οι Έλληνες και οι μη Ευρωπαίοι αποτελούν το 20% και 10% αντίστοιχα.

Στις υπόλοιπες κατηγορίες, οι εταιρίες Ενοικίασης αυτοκινήτων αναφέρουν ότι η ζήτηση των υπηρεσιών τους καλύπτεται από αλλοδαπούς σε ποσοστό 66%, αναλογία που είναι σχεδόν αντίστοιχη και στα Ταξιδιωτικά γραφεία που συμμετείχαν στην έρευνα.

Διάγραμμα 21: Πώς προβλέπεται την εξέλιξη της ζήτησης στην επιχείρησή σας το προσεχές τρίμηνο του 2012 σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό



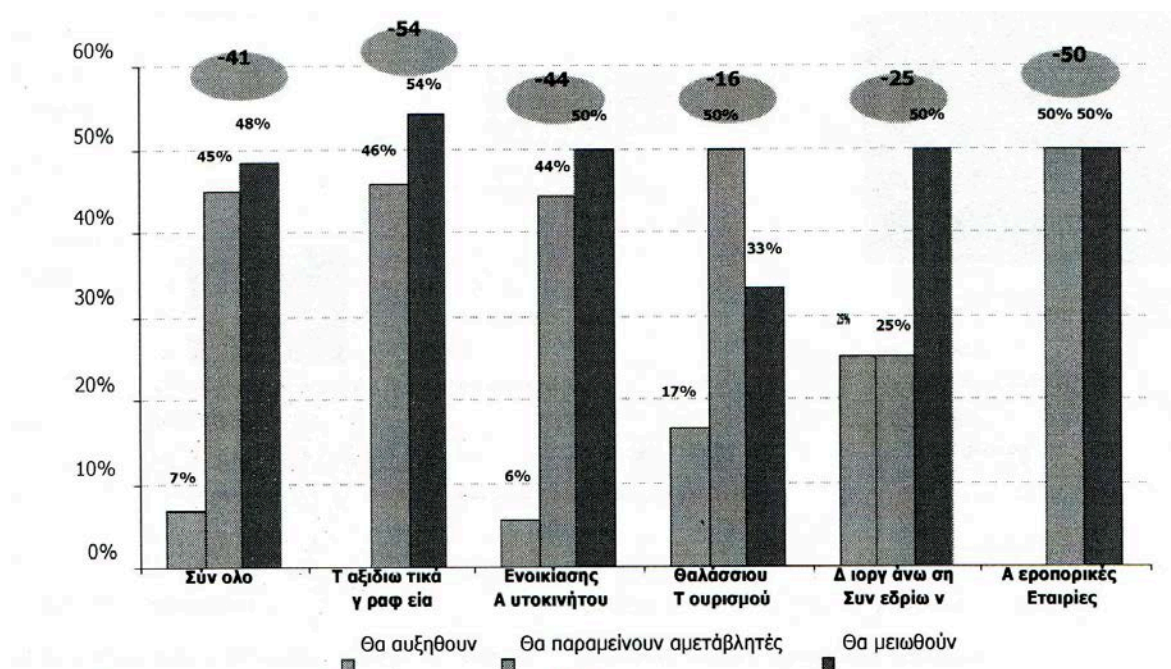
Πηγή: IOBE-ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Οι εκτιμήσεις για το ερχόμενο τρίμηνο, όπως παρατηρούμε και από το παραπάνω διάγραμμα, είναι απαισιόδοξες κυρίως για την ζήτηση και τις τιμές των προσφερόμενων υπηρεσιών. Στην πρώτη περίπτωση, δύο στις τρεις τουριστικές επιχειρήσεις του δείγματος συνολικά, εκτιμούν ότι θα κινηθεί πτωτικά σε σχέση με πέρυσι. Αντίστοιχη αναλογία, καταγράφεται για τα Τουριστικά γραφεία και τις εταιρίες Ενοικίασης αυτοκινήτων που αναμένουν ότι η οικονομική αβεβαιότητα που επικρατεί στο εσωτερικό της χώρας σε συνδυασμό με το μικρό αριθμό αφίξεων από το εξωτερικό, θα συμβάλλει στην πτώση της ζήτησης. Το γεγονός αυτό οδηγεί το σχετικό ισοζύγιο στο -50 και -56 αντίστοιχα, με την τιμή αυτή να αυξάνει στο -75 για τις επιχειρήσεις διοργάνωσης Συνεδρίων, ενώ φτάνει το -100 για τις Αεροπορικές εταιρίες οι οποίες στο σύνολό τους αναμένουν υποχώρηση της ζήτησης.

Ταυτόχρονα, όπως βλέπουμε και στο παρακάτω διάγραμμα, οι μισές τουριστικές επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα δηλώνουν ότι θα σκοπεύουν να προχωρήσουν σε

μειώσεις των τιμών των υπηρεσιών που προσφέρουν, ως συνέπεια των προβλέψεων τους για υποχώρηση της ζήτησης. Η εκτίμηση αυτή είναι αντίστοιχη μεταξύ των Τουριστικών γραφείων, των επιχειρήσεων Θαλάσσιου τουρισμού και των Αεροπορικών εταιριών, με την αρνητική τιμή του σχετικού ισοζυγίου να κυμαίνεται από τις -44 έως τις -54 μονάδες λόγω του πολύ μικρού ποσοστού που κρίνει ότι η ζήτηση θα αυξηθεί το ερχόμενο τρίμηνο, Αντίθετα, στις εταιρίες διοργάνωσης Συνεδρίων και Θαλάσσιου τουρισμού το σχετικό ισοζύγιο, αν και αρνητικό, κινείται σε υποδιπλάσιο επίπεδο.

Διάγραμμα 22: Πώς προβλέπετε την εξέλιξη των τιμών των υπηρεσιών σας το προσεχές τρίμηνο του 2012 στην επιχείρησή σας σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό



Πηγή: IOBE-ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Σε πιο ποιοτικές ερωτήσεις που περιλαμβάνονται στην έρευνα, οι κυριότεροι παράγοντες που επηρέασαν θετικά την δραστηριότητα των τουριστικών επιχειρήσεων είναι:

- η αύξηση των διεθνών αφίξεων,
- οι ελκυστικότερες τιμές,
- οι νέες συνεργασίες και
- η μεγαλύτερη συχνότητα με την οποία εκτελούνταν πτήσεις προς την Ελλάδα.

Θετικά δηλώνουν επίσης, ορισμένες επιχειρήσεις ότι επηρεάστηκαν από την αναδιοργάνωση της λειτουργίας τους, ενώ μικρό ποσοστό δηλώνει ότι διαβλέπει την υφιστάμενη κρίση την οποία διέρχεται η χώρα ως ευκαιρία για την ανάληψη επενδυτικών ευκαιριών.

Τέλος, η καλοκαιρία, η επέκταση της τουριστικής περιόδου και τα πλεονεκτήματα που συνεπάγεται η «φήμη και η πελατεία» λειτούργησαν επίσης θετικά στην δραστηριότητα των τουριστικών επιχειρήσεων.

Από την άλλη πλευρά, η οικονομική κρίση και η αρνητική εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό αποτελούν, όπως και στην περίπτωση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, τους κύριους παράγοντες που επηρέασαν αρνητικά την δραστηριότητα των τουριστικών επιχειρήσεων.

Επιπλέον, αρνητική ήταν η επίδραση από την αύξηση στις τιμές των καυσίμων, τις φορολογικές επιβαρύνσεις, τις καθυστερήσεις στις πληρωμές, την ανεπάρκεια κεφαλαίων κίνησης από τα τραπεζικά ιδρύματα, αλλά και την περιορισμένη ζήτηση για ορισμένες υπηρεσίες, κυρίως από την εγχώρια αγορά. Οι απεργιακές κινητοποιήσεις, οι κλειστοί αρχαιολογικοί χώροι και η εγκληματικότητα-υποβάθμιση του ιστορικού κέντρου της Αθήνας αναφέρονται επίσης ως σημαντικοί αρνητικοί παράγοντες.

6.3. ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Στο προηγούμενο κεφάλαιο μελετήσαμε την έρευνα του IOBE και ΣΕΤΕ αναφορικά με την επίδραση της οικονομικής κρίσης στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται πάνω στον τουρισμό, η οποία διεξάχθηκε τον Οκτώβριο του 2011.

Επειδή όμως θέλαμε να αποτυπώσουμε τη σημερινή εικόνα των επιπτώσεων στις επιχειρήσεις του τουρισμού πραγματοποιήσαμε μια προσωπική μας έρευνα η οποία και διεξήχθη τη χρονική περίοδο 17 Ιουνίου μέχρι 8 Ιουλίου του 2012. Απευθυνθήκαμε λοιπόν σε 50 επιχειρήσεις, ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και camping των περιοχών Πρεβέζης, Ηγουμενίτσας, Ιωαννίνων, Λευκάδος και Αθήνας πιστεύοντας ότι καλύπτουμε τόσο τη

νησιωτική όσο και την ηπειρωτική Ελλάδα. Οι πόλεις αυτές επιλέχθηκαν γιατί βρίσκονται κοντά στον τόπο διαμονής μας και επιπλέον θεωρούμε ότι αντιπροσωπεύουν την επιλογή των τουριστών για θαλάσσια ή για ορεινή τουριστική διαμονή.

Ο γενικός σκοπός που είχαμε για να διεξάγουμε την έρευνα ήταν να διερευνήσουμε το κατά πόσο η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις συγκεκριμένες τουριστικές επιχειρήσεις.

Για τη διεξαγωγή της έρευνας συντάχθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο και παρατίθεται στο παράρτημα της παρούσας πτυχιακής εργασίας, το οποίο αποτελείται από δεκαεπτά ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου εκτός από την τελευταία που είναι ανοιχτού τύπου, σύμφωνα με την οποία δίνεται η δυνατότητα στον ερωτώμενο να εκφράσει την άποψή του.

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν με τα ερωτηματολόγια καταχωρήθηκαν στο πρόγραμμα λογιστικών φύλλων Excel της Microsoft και δημιουργήθηκαν και τα κατάλληλα διαγράμματα μέσω αυτού.

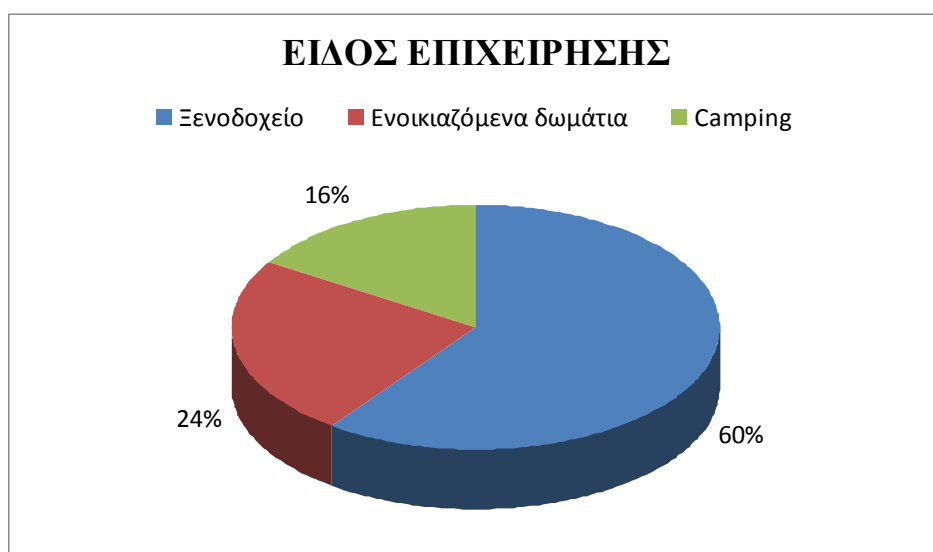
6.3.1. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ, ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Στην πρώτη ερώτηση ζητήσαμε από τις επιχειρήσεις να πουν τι είδους είναι.

Πίνακας 18: Είδος επιχείρησης

ΕΙΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ξενοδοχείο	30	60%
Ενοικιαζόμενα δωμάτια	12	24%
Camping	8	16%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 23: Είδος επιχείρησης



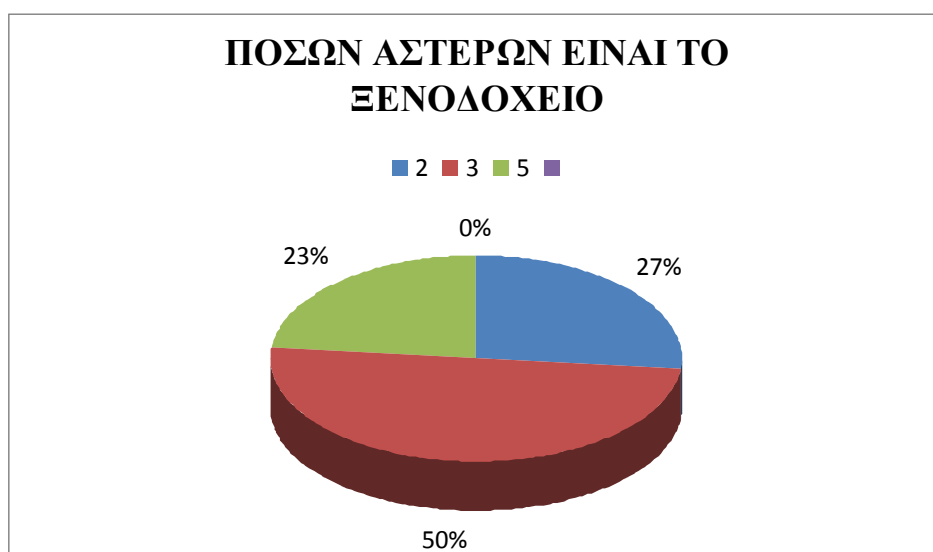
Παρατηρούμε λοιπόν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων είναι ξενοδοχεία (60%), το 24% ενοικιαζόμενα δωμάτια και το 16% camping.

Στην επόμενη ερώτηση ζητήθηκε από τα ξενοδοχεία να δηλώσουν πόσων αστερών είναι. Οι απαντήσεις δίνονται στο παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 19: Πόσων αστερών είναι το ξενοδοχείο σας

ΠΟΣΩΝ ΑΣΤΕΡΩΝ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)
2	8	26,7
3	15	50,0
5	7	23,3
ΣΥΝΟΛΟ	30	100%

Διάγραμμα 24: Πόσων αστερών είναι το ξενοδοχείο σας



Βλέπουμε λοιπόν ότι το 50% των ξενοδοχείων είναι 3 αστερών ενώ τα 2 αστερών έχουν ποσοστό 26,7%. Τα 5 αστερών ξενοδοχεία είναι σαφώς λιγότερα με ποσοστό 23,3%.

Στην τρίτη ερώτηση ζητήθηκε να απαντήσουν ποιους μήνες έχουν τη μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών. Οι περισσότεροι (94%) μας απάντησαν ότι κατά τους θερινούς μήνες έχουν τη μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών ενώ μόνο το 6% δέχονται τουρίστες όλο το χρόνο

Πίνακας 20: Ποιους μήνες έχετε τη μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών

ΜΗΝΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Θερινούς	47	94%
Χειμερινούς	0	0%
Όλο το χρόνο	3	6%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 25: Ποιους μήνες έχετε τη μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών



Στη συνέχεια ζητήθηκε να συγκεκριμενοποιήσουν εάν οι τουρίστες είναι στην πλειοψηφία τους Έλληνες ή ξένοι. Από τον παρακάτω πίνακα φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό 98% είναι Έλληνες τουρίστες και όχι ξένοι όπως αναμενόταν. Το 2% μόνο απάντησε ότι έχει στην πλειονότητά του ξένους τουρίστες και αυτό δεν είναι ξενοδοχείο αλλά ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Πίνακας 21: Οι τουρίστες είναι στην πλειοψηφία τους ξένοι ή Έλληνες;

ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Έλληνες	49	98%
Ξένοι	1	2%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 26: Οι τουρίστες είναι στην πλειοψηφία τους ξένοι ή Έλληνες;

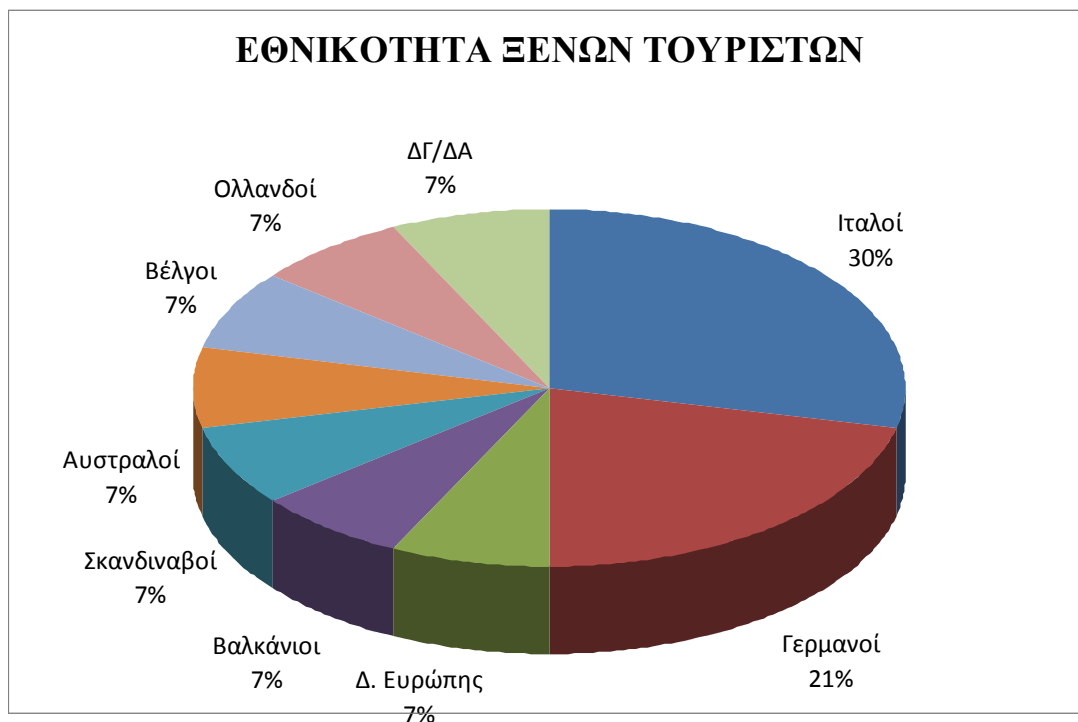


Ζητήσαμε να μας διευκρινίσουν ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών τους. Όπως βλέπουμε από τον πίνακα το μεγαλύτερο ποσοστό είναι Ιταλοί (48%) και Γερμανοί (36%) ενώ από 12% έχουν οι εθνικότητες από Δ. Ευρώπη, Βαλκάνιοι, Σκανδιναβοί, Αυστραλοί, Βέλγοι και Ολλανδοί. Επίσης το 12% δεν απάντησε στη συγκεκριμένη ερώτηση.

Πίνακας 22: Εθνικότητα των ξένων τουριστών

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ιταλοί	24	48%
Γερμανοί	18	36%
Δ. Ευρώπης	6	12%
Βαλκάνιοι	6	12%
Σκανδιναβοί	6	12%
Αυστραλοί	6	12%
Βέλγοι	6	12%
Ολλανδοί	6	12%
ΔΓ/ΔΑ	6	12%

Διάγραμμα 27: Εθνικότητα των ξένων τουριστών



Στην επόμενη ερώτηση τους ζητήθηκε να μας πουν γιατί πιστεύουν ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό τους. Κατά σειρά μεγαλύτερης προτίμησης μας απάντησαν ότι η Ελλάδα αποτελεί τουριστικό προορισμό λόγω:

- 1) της θάλασσας που έχει
- 2) του κλίματός της
- 3) της φιλοξενίας
- 4) των αρχαιολογικών χώρων της
- 5) του περιβάλλοντός της
- 6) της εξυπηρέτησης που οι τουρίστες απολαμβάνουν
- 7) των τιμών
- 8) του ήλιου της και
- 9) ένας δήλωσε ότι είναι περαστικοί από τον τόπο μας.

Στην έβδομη ερώτηση τους ρωτήσαμε εάν πιστεύουν ότι η Ελλάδα είναι ένας φθηνός τουριστικός προορισμός σε σύγκριση με άλλες γείτονες χώρες. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που παρατηρούμε στον παρακάτω πίνακα, το 30% απάντησε θετικά ενώ το 70% αρνητικά.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι αυτοί που απάντησαν θετικά είναι όλα ξενοδοχεία τριών αστέρων. Πιθανώς προσφέρουν πακέτα διακοπών τα οποία με τις υπηρεσίες που διαθέτουν τα κοστολογούν ότι είναι φθηνότερα από άλλες γείτονες χώρες.

Πίνακας 23: Η Ελλάδα είναι φθηνός τουριστικός προορισμός σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες;

Η ΕΛΛΑΔΑ ΕΙΝΑΙ ΦΘΗΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΓΕΙΤΟΝΕΣ ΧΩΡΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΝΑΙ	15	30%
ΟΧΙ	35	70%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 28: Η Ελλάδα είναι φθηνός τουριστικός προορισμός σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες;



Ζητήθηκε στην όγδοη ερώτηση να μας πουν για πόσες ημέρες κάνουν κράτηση οι τουρίστες. Το μεγαλύτερο ποσοστό (50%) κάνει κράτηση για πέντε έως επτά ημέρες. Από 1 έως 4 ημέρες κάνει κράτηση το 36% ενώ το 14% από 8 έως 15 ημέρες. Κανείς δεν κάνει κράτηση για πάνω από 16 ημέρες. Εδώ αξίζει να τονιστεί ότι για 8 έως 15 ημέρες κάνουν κράτηση σε ξενοδοχεία 3 και 5 αστέρων.

Πίνακας 24: Για πόσες ημέρες σας κάνουν κράτηση οι τουρίστες;

ΓΙΑ ΠΟΣΕΣ ΗΜΕΡΕΣ ΣΑΣ ΚΑΝΟΥΝ ΚΡΑΤΗΣΗ ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
1 έως 4	18	36%
5 έως 7	25	50%
8 έως 15	7	14%
16 και άνω	0	0%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 29: Για πόσες ημέρες σας κάνουν κράτηση οι τουρίστες;

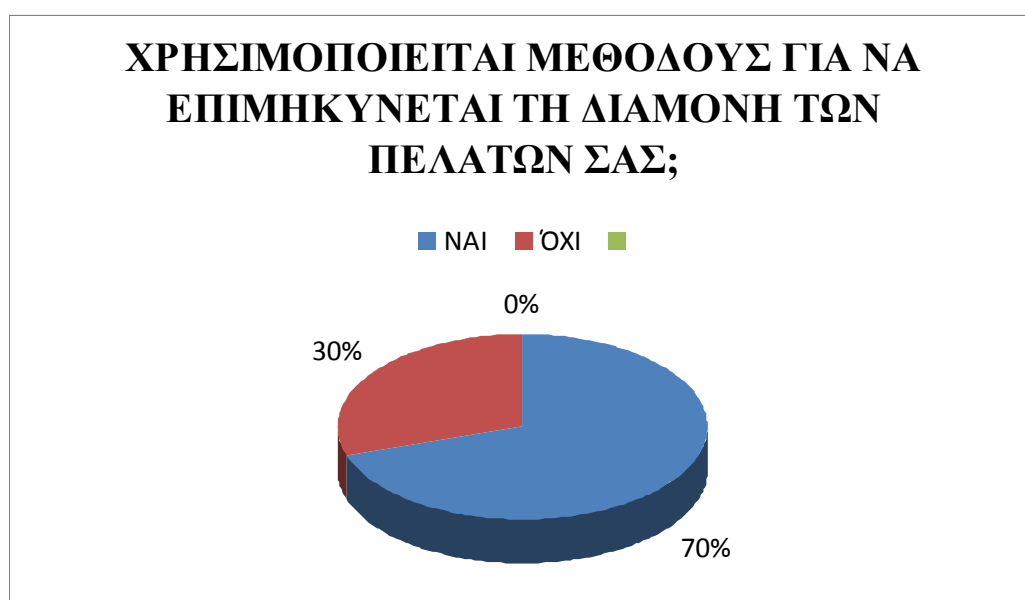


Στην ερώτηση εάν χρησιμοποιούν μεθόδους για να επιμηκύνουν τη διαμονή των πελατών τους, το 70% απάντησε θετικά ενώ το 30% αρνητικά.

Πίνακας 25: Χρησιμοποιείται μεθόδους για να επιμηκύνεται τη διαμονή των πελατών σας;

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΙΜΗΚΥΝΕΤΑΙ ΤΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΝΑΙ	35	70%
ΌΧΙ	15	30%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 30: Χρησιμοποιείται μεθόδους για να επιμηκύνεται τη διανομή των πελατών σας;



Επειδή πιστεύαμε ότι στην προηγούμενη ερώτηση θα μας απαντούσαν θετικά μερικοί, για το λόγο αυτό ρωτήσαμε ποιες είναι εκείνες οι μέθοδοι που υιοθετούν ώστε να επιμηκύνουν τη διαμονή των πελατών τους. Όλοι όσοι απάντησαν θετικά μας είπαν ότι προσφέρουν πακέτα καλύτερων τιμών.

Η ενδέκατη ερώτηση τέθηκε για να δούμε τη γνώμη έχουν οι επιχειρήσεις του τουρισμού σχετικά με την οικονομική κρίση, και πιο συγκεκριμένα εάν πιστεύουν ότι έχει επηρεάσει τον τουρισμό στην Ελλάδα. Όπως βλέπουμε και από το παρακάτω πίνακα όλοι πιστεύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός έχει επηρεαστεί από την οικονομική κρίση.

Πίνακας 26: Η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στην Ελλάδα;

Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΕΠΗΡΕΑΣΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ;	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΝΑΙ	50	100%
ΌΧΙ	0	0%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 31: Η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στην Ελλάδα;



Όμως, φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του ελληνικού τουρισμού; Το 76% απάντησε θετικά ενώ το 24% αρνητικά.

Πίνακας 27: Φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του ελληνικού τουρισμού;

ΦΤΑΙΕΙ ΜΟΝΟ Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ;	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΝΑΙ	12	24%
ΌΧΙ	38	76%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 32: Φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του ελληνικού τουρισμού;



Ποιοι είναι όμως αυτοί οι παράγοντες που πιστεύουν ότι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας. Η ερώτηση αυτή απαντήθηκε από όσους θεωρούν ότι δεν φταίει

μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του ελληνικού τουρισμού. Έτσι, το 40% θεωρεί ότι όλοι οι παρακάτω παράγοντες είναι αιτία πτώσης ελληνικού τουρισμού, δηλ.:

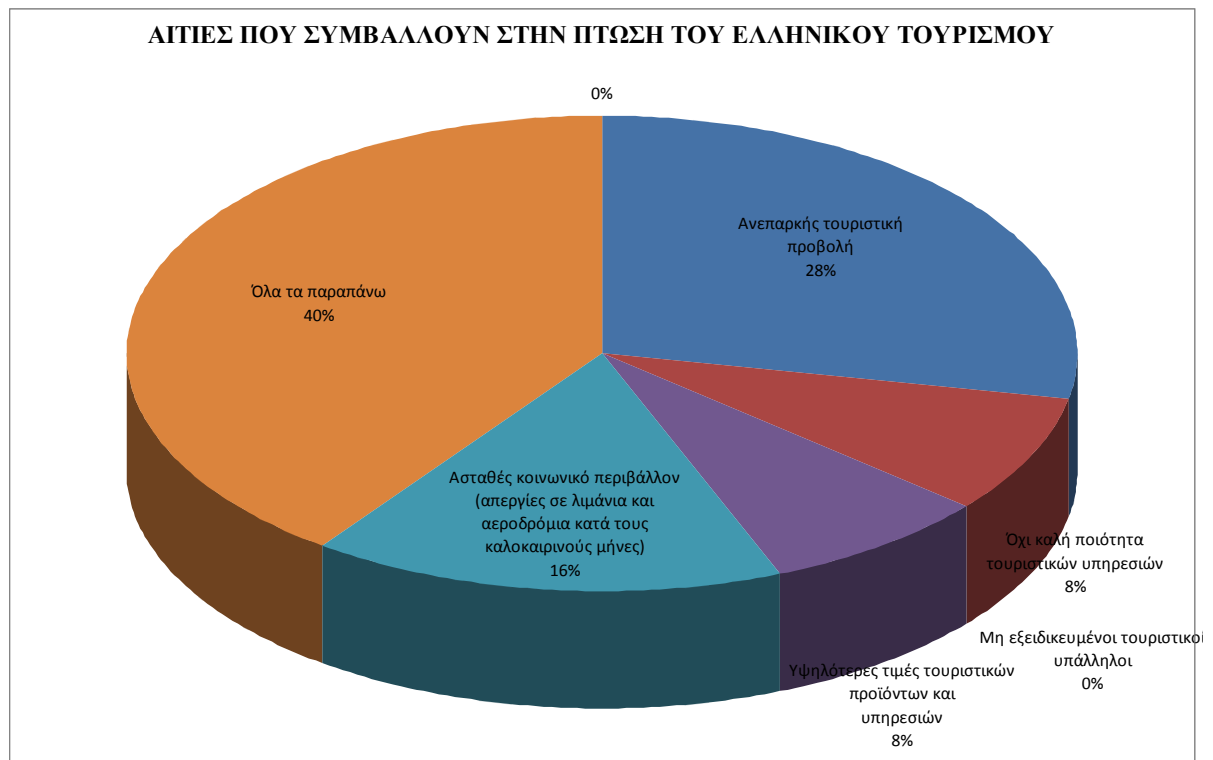
- 1) η ανεπαρκής τουριστική προβολή
- 2) η όχι καλή ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών
- 3) οι μη εξειδικευμένοι τουριστικοί υπάλληλοι
- 4) οι υψηλότερες τιμές του τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών
- 5) το ασταθές κοινωνικό περιβάλλον (απεργίες σε λιμάνια και αεροδρόμια κατά τους καλοκαιρινούς μήνες).

Επίσης το 28% θεωρεί ότι η ανεπαρκής τουριστική προβολή είναι η βασικότερη αιτία ενώ το 16% το ασταθές κοινωνικό περιβάλλον με τις απεργίες σε λιμάνια και αεροδρόμια να δυσχεραίνουν τη διαμονή και μετακίνηση των τουριστών. Ένα 8% θεωρεί ότι η αιτία είναι οι υψηλές τιμές των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών σε σύγκριση με άλλες χώρες ενώ το ίδιο ποσοστό (8%) πιστεύει ότι η Ελλάδα δεν προσφέρει καλής ποιότητας τουριστικές υπηρεσίες.

Πίνακας 28: Αιτίες που συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρας μας

ΑΙΤΙΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΜΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ανεπαρκής τουριστική προβολή	14	28%
Όχι καλή ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών	4	8%
Μη εξειδικευμένοι τουριστικοί υπάλληλοι	0	0%
Υψηλότερες τιμές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών	4	8%
Ασταθές κοινωνικό περιβάλλον (απεργίες σε λιμάνια και αεροδρόμια κατά τους καλοκαιρινούς μήνες)	8	16%
Όλα τα παραπάνω	20	40%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 33: Αιτίες που συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρας μας



Στην δέκατη τέταρτη ερώτηση τους ζητήθηκε να μας πουν με ποιόν τρόπο τους έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση.

Το 56% δήλωσε ότι κατέφυγαν στην μείωση του προσωπικού της επιχείρησής τους, μειώθηκαν οι πελάτες τους και κατ' επέκταση και τα κέρδη της επιχείρησής τους.

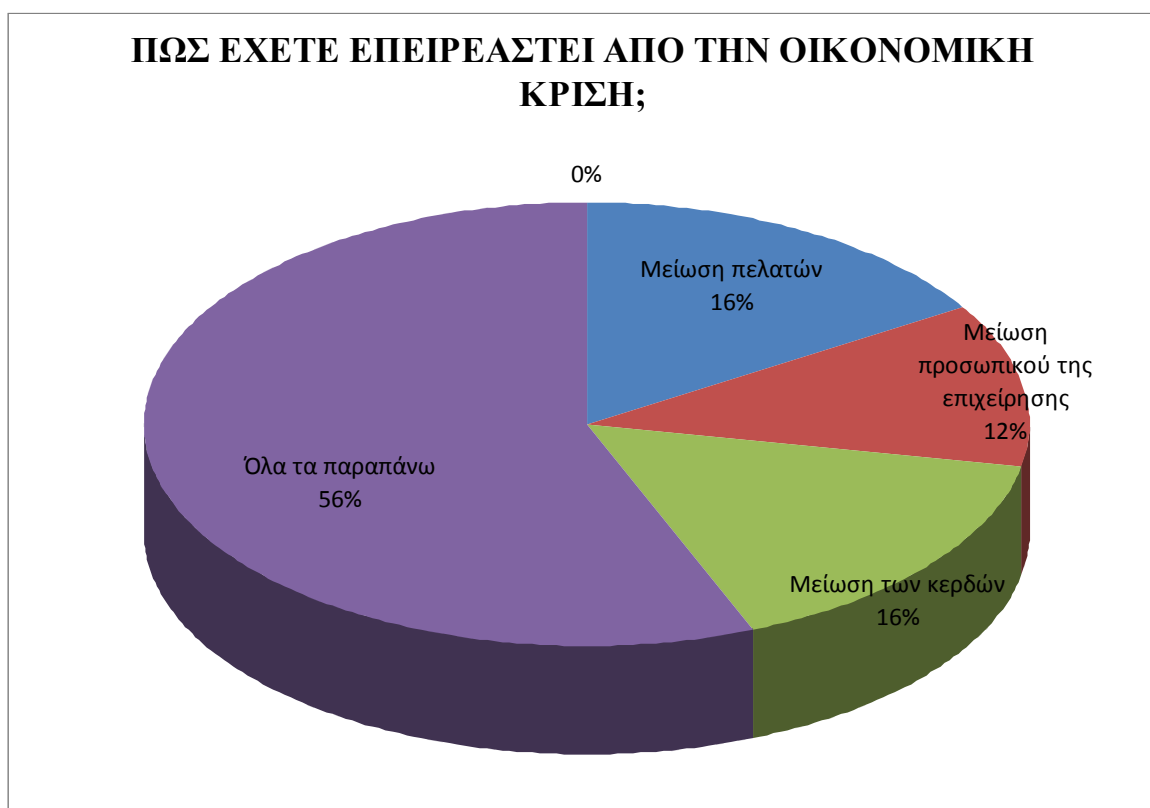
Το 16% δήλωσε ότι μειώθηκαν μόνο οι πελάτες ενώ το ίδιο ποσοστό δήλωσε ότι μειώθηκαν τα κέρδη της επιχείρησής τους.

Τέλος το 12% είπε ότι η επιχείρησή τους αναγκάστηκε να μειώσει το προσωπικό λόγω της οικονομικής κρίσης.

Πίνακας 29: Πώς σας έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση

ΠΩΣ ΣΑΣ ΕΧΕΙ ΕΠΗΡΕΑΣΕΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Μείωση πελατών	8	16%
Μείωση προσωπικού της επιχείρησης	6	12%
Μείωση των κερδών	8	16%
Όλα τα παραπάνω	28	56%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 34: Πώς σας έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση



Στη δέκατη πέμπτη ερώτηση απάντησαν πόσο μειώθηκε ο τζίρος τους σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Οι απαντήσεις καταγράφονται στον παρακάτω πίνακα. Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι το 38% κατέγραψε μείωση κερδών από 21% έως και 40%. Υπάρχει ένα ποσοστό 14% που κατέγραψε απώλειες κερδών από 51% και πάνω. Αυτές οι επιχειρήσεις είναι ξενοδοχεία 2 αστέρων, όπως επίσης και στην ίδια κατηγορία αστεριών βρίσκονται και τα ξενοδοχεία που είχαν απώλειες μεταξύ 41% έως 51 και 50%. 14% ωστόσο είναι και οι τουριστικές επιχειρήσεις που απώλεσαν από 11% έως 20% τα κέρδη τους σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

Το παρήγορο είναι ότι 12% των επιχειρήσεων δεν μειώθηκε καθόλου ο τζίρος τους και σε αυτές τις επιχειρήσεις ανήκουν τα camping και τα ξενοδοχεία των 5 αστέρων.

Πίνακας 30: Πόσο μειώθηκε ο τζίρος σας σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά

ΠΟΣΟ ΜΕΙΩΘΗΚΕ Ο ΤΖΙΡΟΣ ΣΑΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Δεν μειώθηκε	6	12%
0% - 10%	5	10%
11% - 20%	7	14%
21% - 40%	19	38%
41% - 50%	6	12%
51 % και άνω	7	14%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 35: Πόσο μειώθηκε ο τζίρος σας σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά



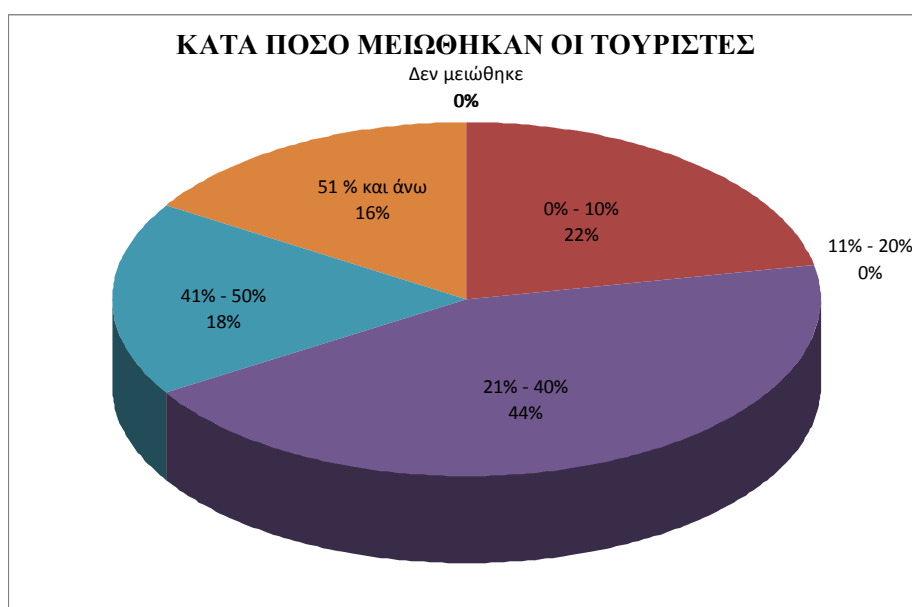
Στην επόμενη ερώτηση τους ζητήθηκε να μας πουν κατά πόσο μειώθηκαν οι τουρίστες σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Οι απαντήσεις τους καταγράφονται στον παρακάτω πίνακα.

Παρατηρούμε λοιπόν ότι το 44% κατέγραψε μείωση τουριστών από 21% έως 40%, ενώ το 22% από 0% έως 10%. Ωστόσο υψηλό είναι το ποσοστό (45%) που κατέγραψε μείωση των τουριστών από 41% και πάνω.

Πίνακας 31: Κατά πόσο μειώθηκαν οι τουρίστες σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά

ΠΟΣΟ ΜΕΙΩΘΗΚΑΝ ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗ ΧΡΟΝΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Δεν μειώθηκε	0	0%
0% - 10%	11	22%
11% - 20%	0	0%
21% - 40%	22	44%
41% - 50%	9	18%
51 % και άνω	8	16%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 36: Κατά πόσο μειώθηκαν οι τουρίστες σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά



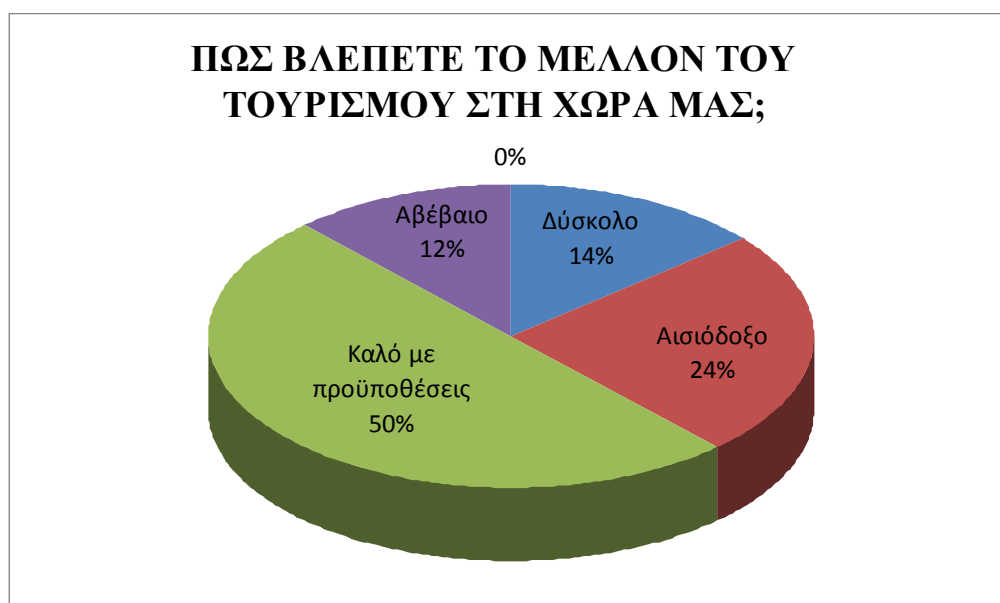
Στην τελευταία ερώτηση του ζητήθηκε να μας απαντήσουν πώς βλέπουν αυτοί το μέλλον του τουρισμού στην πατρίδα μας. Οι περισσότεροι είναι αισιόδοξοι καθώς το 50% θεωρούν ότι το μέλλον του τουρισμού στην Ελλάδα είναι καλό εάν βέβαια συντρέχουν και οι κατάλληλες προϋποθέσεις όπως είναι οι καλές υπηρεσίες και οι ανταγωνιστικές τιμές. Επίσης και ένα μεγάλο ποσοστό (24%) βλέπουν το μέλλον του τουρισμού με αισιοδοξία. Δηλαδή το 74% πιστεύουν ότι ο τουρισμός στη χώρα μας έχει όχι μόνο παρελθόν αλλά και μέλλον.

Ωστόσο υπάρχει και ένα ποσοστό του 26% που θεωρούν το μέλλον του τουρισμού δύσκολο και αβέβαιο.

Πίνακας 32: Πώς βλέπεται το μέλλον του τουρισμού στην χώρα μας

ΠΩΣ ΒΛΕΠΕΤΑΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΜΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Δύσκολο	7	14%
Αισιόδοξο	12	24%
Καλό με προϋποθέσεις	25	50%
Αβέβαιο	6	12%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100%

Διάγραμμα 37: Πώς βλέπεται το μέλλον του τουρισμού στην χώρα μας



6.3.2. ΚΥΡΙΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΜΑΣ

ΕΡΕΥΝΑ

Απευθυνθήκαμε σε τουριστικές επιχειρήσεις που η έδρα τους ήταν στην Πρέβεζα, στην Ηγουμενίτσα, στα Ιωάννινα, στη Λευκάδα και στην Αθήνα. Σκοπός μας ήταν να ερευνήσουμε το κατά πόσο η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τη λειτουργία τους. Επίσης θέλαμε να διερευνήσουμε τη βιωσιμότητα αυτών των επιχειρήσεων και τις απόψεις τους για τον τουρισμό στην Ελλάδα.

Έτσι από τις πενήντα τουριστικές επιχειρήσεις το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν τα ξενοδοχεία με διαφορετικές κατηγορίες αστεριών γιατί πιστεύουμε ότι αυτά συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών. Επίσης το μεγαλύτερο ποσοστό από αυτά ανήκουν στην κατηγορία των τριών αστεριών και πολύ λίγα έχουν πέντε αστέρια. Αυτό δείχνει ότι στην Ελλάδα ακόμα τα ξενοδοχεία δεν είναι τόσο πολύ ανταγωνιστικά όσο των άλλων γείτονων και ανεπτυγμένων χωρών και υπολείπονται σε τουριστικές υπηρεσίες.

Επειδή η Ελλάδα είναι μια χώρα με πολύ ήλιο και κατακλύζεται από θάλασσα επόμενο είναι οι τουρίστες να την προτιμούν κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Όμως αυτό δείχνει ότι η τουριστική περίοδος περιορίζεται μόνο στους τρεις αυτούς μήνες και δεν έχει αναπτυχθεί καθόλου ούτε ο συνεδριακός ούτε ο αρχαιολογικός τουρισμός όπως συμβαίνει με άλλες χώρες και έτσι δεν επιμηκύνεται η τουριστική περίοδος με αποτέλεσμα να δυσχεραίνεται όλο και περισσότερο η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων.

Αυτό όμως που είναι αξιοπρόσεκτο είναι το γεγονός ότι στην πλειοψηφία τους οι τουρίστες δεν είναι αλλοδαποί αλλά Έλληνες, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι στην παρούσα οικονομική κατάσταση που βρίσκεται η Ελλάδα μειώνονται και οι Έλληνες τουρίστες λόγω των οικονομικών τους προβλημάτων. Τα κεφάλαια που θα μπορούσαν να εισέλθουν στη χώρα μας από τους ξένους τουρίστες είναι μειωμένα έως και ανύπαρκτα γιατί οι τελευταίοι προτιμούν τα τουριστικά πακέτα διακοπών «all inclusive» τα οποία προσφέρουν τα πεντάστερα ξενοδοχεία. Επίσης, η εθνικότητα των ξένων τουριστών είναι στο μεγαλύτερο ποσοστό από την Ιταλία και τη Γερμανία, με την μεν πρώτη να αντιμετωπίζει πλέον και αυτή μεγάλη οικονομική κρίση και με τη δεύτερη να έχει μεγάλη αντίδραση προς τη χώρα μας λόγω της παραπληροφόρησης που υπάρχει για τη χώρα μας από τα ΜΜΕ της Γερμανίας. Βέβαια, αυτά τα συμπεράσματα εξάχθηκαν από τις επιχειρήσεις οι οποίες έδρευσαν σε

περιοχές περισσότερο ηπειρωτικές και αστικές. Ίσως, εάν πραγματοποιούσαμε έρευνα σε νησιά τα αποτελέσματα να ήταν πολύ διαφορετικά.

Ένας ακόμα παράγοντας που μειώνει τον τουρισμό στη χώρας μας, εκτός από την οικονομική κρίση που υφίστανται είναι και ότι η Ελλάδα δεν θεωρείται φθηνός τουριστικός προορισμός σε σχέση με τις γείτονες χώρες λόγω της νομισματικής διαφοράς που υπάρχει. Έτσι οι αλλοδαποί τουρίστες προτιμούν χώρες που η συναλλαγματική διαφορά είναι μεγάλη σε συνδυασμό και με την παροχή άριστων τουριστικών υπηρεσιών και περιβάλλοντος.

Έτσι οι ημέρες που κάνουν κράτηση οι τουρίστες έχουν μικρύνει καθώς συνήθως γίνεται κράτηση για τουλάχιστον μία εβδομάδα σε σύγκριση με άλλες χώρες προορισμού όπου η τουριστική κράτηση είναι από δέκα έως δεκαπέντε ημέρες.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις για να αντιμετωπίσουν αυτές τις δυσκολίες της μείωσης της τουριστικής περιόδου καταφεύγουν σε διάφορα μέτρα όπως στο να κάνουν πακέτα προσφορών με μειωμένες τιμές, αφού όλοι θεωρούν ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τον τουρισμό στη χώρα μας.

Βέβαια, αυτό που αξίζει εδώ να σημειωθεί είναι ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών που απευθυνθήκαμε δεν πιστεύει ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας αλλά και άλλοι παράγοντες όπως η ανεπαρκής τουριστική προβολή της χώρας μας από μέρους της πολιτείας, η όχι καλή ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, οι μη εξειδικευμένοι τουριστικοί υπάλληλοι που δουλεύουν εποχιακά τις περισσότερες φορές, οι υψηλότερες τιμές του τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και το ασταθές κοινωνικό περιβάλλον με τις απεργίες σε λιμάνια και αεροδρόμια κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, να δυσχεραίνουν τις μετακινήσεις και τον προγραμματισμό των τουριστών.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζοντας όλα τα παραπάνω προβλήματα και δεδομένης της μείωσης της πελατείας τους κατέφυγαν σε μείωση του προσωπικού τους λόγω της μείωσης των κερδών τους. Αυτή η μείωση αγγίζει στο μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων το 21% - 40%, το οποίο είναι ίδιο ποσοστό της μείωσης των τουριστών.

Αυτό βέβαια δεν συμβαίνει στα πεντάστερα ξενοδοχεία και σε μερικά τριών αστέρων, πράγμα που σημαίνει ότι οι τουρίστες πλέον είναι επιλεκτικοί και θέλουν στις διακοπές τους όχι μόνο να είναι φθηνές αλλά να συνδυάζονται και με υψηλές τουριστικές υπηρεσίες. Καταφεύγουν για το λόγο αυτό στα μεγάλα και οργανωμένα ξενοδοχειακά συγκροτήματα με αποτέλεσμα τα λίγων αστέρων ξενοδοχεία να αντιμετωπίζουν προβλήματα λειτουργίας.

Παρόλα όμως αυτά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τουρισμός στην Ελλάδα οι εκπρόσωποι των τουριστικών επιχειρήσεων στο 74% είναι αισιόδοξοι για το μέλλον του τουρισμού στη χώρα μας, βέβαια κάτω από προϋποθέσεις όπως να γίνουν οι τουριστικές υπηρεσίες πιο ανταγωνιστικές και να υπάρχει και κατάλληλη τουριστική προβολή από τους υπευθύνους.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός ανάπτυξης όλων των οικονομικών δραστηριοτήτων προς την σωστή κατεύθυνση, και επομένως να βελτιώσει τις οικονομικές επιδόσεις μιας χώρας. Έτσι μπορεί να καταστεί η κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.

Επομένως, οι κυβερνήσεις καθίστανται ικανές να χρησιμοποιήσουν τα δικά τους ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα προκειμένου να αναπτύξουν την τοπική τους τουριστική βιομηχανία, και με αυτόν τον τρόπο θα μπορούν να παραχθούν πιο πολλά τοπικά οικονομικά οφέλη.

Η ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου δεν μπορεί μόνο να αυξήσει το εισόδημα που προέρχεται από την αλλοδαπή, αλλά επιπλέον μπορεί να συνεισφέρει στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Ως εκ τούτου, ο τουρισμός μπορεί να προκαλέσει την μεγέθυνση της οικονομίας.

Οι γενικές τάσεις του ελληνικού τουρισμού είναι μακροχρόνια αυξητικές, ώστε σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού να κατατάσσεται η Ελλάδα, με 12,5 εκατομμύρια τουριστών για το 2009, στην 15^η θέση στον κόσμο και στην 10^η θέση μεταξύ των ευρωπαϊκών προορισμών.

Η Ελλάδα, σαν τουριστικός προορισμός, άρχισε να προσελκύει από τις αρχές της δεκαετίας του 1950 το ενδιαφέρον των ξένων τουριστών ολοένα και περισσότερο. Οι ρυθμοί της ανάπτυξης του τουρισμού είναι τόσο ταχείς ώστε σύντομα δημιουργούνται, κυρίως στη δεκαετία του 1970, συνθήκες γιγάντωσής του.

Ο τουρισμός είναι σήμερα ο δυναμικότερα αναπτυσσόμενος τομέας της ελληνικής οικονομίας, ο οποίος καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Γι' αυτόν το λόγο η προσπάθεια διατήρησης της χώρας μας σε υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας πρέπει να αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της πολιτείας και της επιχειρηματικής κοινότητας. Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά μεγαλύτερη από 15% και κατά περιόδους ξεπέρασε το 18%.

Υπολογίζεται ότι η τουριστική κατανάλωση επηρεάζει το 60% των κλάδων της ελληνικής οικονομίας, ενώ ο τουριστικός πολλαπλασιαστής εκτιμάται σε 2,184 ή με άλλα

λόγια κάθε ευρώ που καταναλώνεται στον τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία.

Η συμβολή του τουρισμού είναι επίσης σημαντική στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη, σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Σαφής ένδειξη, έως απόδειξη, είναι η αύξηση του πληθυσμού στους τουριστικούς νομούς στη διάρκεια μιας περιόδου όπου, οι περισσότεροι νομοί χάνουν πληθυσμό λόγω της εσωτερικής μετανάστευσης που προκαλεί η κατά τόπους ανεργία.

Παρόλα αυτά, τα τελευταία χρόνια χαρακτηρίζεται από μια κλιμακούμενη κρίση. Μήπως αυτή η κρίση αυτή οφείλεται στην άνοδο του ευρώ έναντι του δολαρίου, που αποτρέπει τους τουρίστες να έρθουν πια σε έναν «ακριβό» προορισμό, όπως είναι η χώρα μας; Το ευρώ θεωρείται πλέον ακριβό νόμισμα, το οποίο ίσως να κρατά μακριά τους Αμερικανούς και τους Ασιάτες τουρίστες από τις χώρες της ευρωζώνης, και κατ' επέκταση και από τη χώρα μας. Αντίθετα κερδισμένοι είναι όσοι ταξιδεύουν στις ΗΠΑ, στον Καναδά, στην Ιαπωνία και στις χώρες της Άπω Ανατολής και όλου του κόσμου εκτός ΕΕ, επειδή τα ταξίδια γίνονται φθηνότερα σε αυτούς τους προορισμούς.

Παρά του ότι όμως, το ευρώ λειτουργεί ως απωθητικός παράγοντας έλξης τουριστών, από τις χώρες που προείπαμε, η χώρα μας κατατάσσεται στην 24^η θέση ως προς την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού της προϊόντος.

Βέβαια μέχρι και το 2009, ο τουρισμός της Ελλάδας είναι κατ' εξοχήν από την Ευρώπη. Αξιοσημείωτο δε είναι ότι τα κράτη που δεν έχουν νόμισμα το ευρώ, διάλεξαν για προορισμό τους την Ελλάδα, πράγμα που σημαίνει ότι για τα ευρωπαϊκά αυτά κράτη δεν έχει τόσο μεγάλη σημασία η διαφορά του ευρώ από το δολάριο.

Όμως το 2009, συγκρίνοντας τις μεταβολές στις αφίξεις, τα έσοδα και την μέση κατά κεφαλήν δαπάνη, διαπιστώνουμε ότι ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει σημαντική υστέρηση των τριών αυτών μεγεθών, έναντι των αντίστοιχων μεγεθών των περισσότερων ανταγωνιστών μας. Η υστέρηση αυτή αποτυπώνεται και στην υποχώρηση που σημείωσε η Ελλάδα στην κατάταξη των αφίξεων.

Η σύγκριση λοιπόν των αφίξεων με την εξέλιξη της προσφοράς, όπως αυτή εκφράζεται με τις ξενοδοχειακές κλίνες στο διάστημα 2000-2009, δείχνει ότι η προσφορά αυξάνεται με ταχύτερους ρυθμούς από ό,τι η ζήτηση. Η συνέχιση αυτής της τάσης, όχι μόνο μειώνει τις αποδόσεις των επενδύσεων, αλλά από ένα σημείο και μετά και σε συνδυασμό με

τη δυσανάλογη αύξηση του κόστους λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων, θέτει θέματα βιωσιμότητας.

Επιπλέον η αμείωτη ένταση της εποχικότητας παραμένει σταθερή τα τελευταία είκοσι χρόνια για τον ελληνικό τουρισμό. Στο τρίμηνο Ιούλιος- Αύγουστος – Σεπτέμβριος εξακολουθούμε να υποδεχόμαστε περισσότερο από το 50% των διεθνών αφίξεων (μη κάτοικοι), ενώ υπολειτουργούμε ή δεν λειτουργούμε τους υπόλοιπους μήνες.

Ο ελληνικός τουρισμός παρουσίασε την πρώτη του πτώση το 1967 και τη δεύτερη το 1974, δύο χρονιές, που εκτός των άλλων, σημαδεύτηκαν από την επιβολή και την πτώση αντίστοιχα της δικτατορίας, αλλά και από άλλα γεγονότα, ελληνικής και αλλοδαπής προέλευσης, όπως, η εισβολή της Τουρκίας στην Κύπρο, η επιστράτευση στην Ελλάδα, η παγκόσμια πετρελαϊκή κρίση κ.λπ. Από ό,τι φαίνεται αυτές οι δύο χρονιές είναι και οι τελευταίες που η εσωτερική πολιτική κατάσταση στην Ελλάδα επηρεάζει τον εισερχόμενο τουρισμό. Η κρίση του Μαρτίου του 1987 με την Τουρκία δεν συνδυάστηκε με πτώση στις αφίξεις. Επίσης, η κρίση στα Ίμια το 1996 δεν φαίνεται να είναι η αιτία της πτώσης του αριθμού των τουριστών, διότι το ίδιο συνέβη και το 1995, που μάλλον οφείλεται στην παγκόσμια οικονομική κατάσταση.

Το 2008 ήταν μια χρονιά με έντονη μεταβλητότητα της παγκόσμιας τουριστικής δραστηριότητας και το κύριο χαρακτηριστικό είναι ότι εμφανίστηκε μια απότομη αντιστροφή του κλίματος κατά τα μισά του έτους. Η καθοδική πορεία του οικονομικού κύκλου, όπως είναι γνωστό ξεκίνησε από τα τέλη του 2007 και συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Λόγω της έντονης αυτής κρίσης, η διεθνής τουριστική κίνηση κυμάνθηκε από μηδέν έως 2% αύξηση.

Η Ελλάδα, όμως, εκτός των παραπάνω, κατά το 2010 είχε να αντιμετωπίσει και δύο πολύ σημαντικά γεγονότα που δημιούργησαν προϋποθέσεις ισχυρής δυσφήμισης ως χώρας προορισμού σε χώρες που παραδοσιακά τροφοδοτούν τον ελληνικό τουρισμό με εκατομμύρια τουρίστες, όπως η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Λόγω της οικονομικής δεινότητας της Ελλάδος να δανειστεί άρχισε τον Απρίλιο μήνα μία δυσφήμιση στα ευρωπαϊκά μέσα ενημέρωσης, κυρίως της Γερμανίας και του Ηνωμένου Βασιλείου που δυστυχώς ενισχύθηκε η δυσφήμιση αυτή από τα τραγικά γεγονότα στο κέντρο της Αθήνας την 5^η Μαΐου 2010. Συνεχίζονται δε με τους αποκλεισμούς των λιμανιών και με τον τρόπο που γίνονται αυτές οι κινητοποιήσεις. Οι ακυρώσεις συνεδρίων και ατομικών ταξιδιών ήταν μαζικές, κυρίως για δημοφιλείς προορισμούς αυτής της περιόδου, όπως είναι η Αθήνα. Το

πρόβλημα είναι ότι αυτό διαμορφώνει συνθήκες υποκατάστασης του ελληνικού προορισμού με άλλους προορισμούς τόσο στην Ευρώπη όσο και στις άλλες χώρες της Μεσογείου.

Στο 3^ο Διεθνές Συνέδριο Tourism & Property in Greece το 2011, τονίστηκε ότι οι αφίξεις προδιαγράφονται πτωτικές για τη χώρα μας με το ενδεχόμενο η πτώση αυτή να φτάσει έως και 20%, γεγονός που θα σημάνει 2 εκατομμύρια λιγότερους τουρίστες σε σχέση με πέρυσι, 2,5 δισ. ευρώ λιγότερα έσοδα αλλά και 50.000 ανέργους. Οι λόγοι είναι ότι λόγω οικονομικής κρίσης θα προτιμηθούν ταξιδιωτικοί προορισμοί αναψυχής οι οποίοι θα βρίσκονται πλησίον του τόπου μόνιμου κατοικίας των περιηγητών. Επίσης πολλοί θα είναι εκείνοι οι οποίοι αναγκαστικά θα προτιμήσουν να ταξιδέψουν σε κοντινούς τόπους και μέσα στην ίδια τους τη χώρα. Αλλά ακόμη και αν ταξιδέψουν μακρύτερα, θα παρατηρηθεί μία μείωση του χρόνου παραμονής, αλλά συνάμα και της δαπάνης που πρόκειται να ξοδέψει στις διακοπές του ο τουρίστας. Τέλος, σε ό,τι αφορά τώρα στο εθνικό και τοπικό επίπεδο αντιμετώπισης της οικονομικής κρίσης, θα προκύψει ανταγωνισμός στην σχέση ποιότητας προς τιμή μεταξύ χωρών ή και περιοχών, όπως βέβαια και σε ό,τι αφορά στην σφαίρα των συναλλαγματικών ισοτιμιών των χωρών αυτών.

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) και το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) πραγματοποίησε έρευνα και εξέδωσε ένα δελτίο οικονομικής συγκυρίας για τον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το χρονικό διάστημα Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου 2011.

Το σύνολο των επιχειρήσεων (δηλαδή 3, 4 και 5 αστέρων), όπως αυτές αποτυπώθηκαν στην έρευνα, οι μισές επιχειρήσεις απάντησαν ότι η κατάστασή τους βελτιώθηκε το τελευταίο τρίμηνο σε σχέση με πέρυσι, με το ισοζύγιο θετικών/αρνητικών απαντήσεων να διαμορφώνεται στις +21 μονάδες.

Ικανοποιημένοι εμφανίζονται επίσης από την εξέλιξη της συνολικής ζήτησης με το σχετικό ισοζύγιο να κυμαίνεται σε αντίστοιχο σχεδόν επίπεδο, καθώς η αύξηση της ζήτησης από τους αλλοδαπούς επισκέπτες αντιστάθμισε τη σημαντική πτώση από τον εσωτερικό τουρισμό.

Η θετική πορεία της ζήτησης αποτυπώνεται και στον κύκλο εργασιών, αν και μια στις τρεις επιχειρήσεις αναφέρει πτώση σε σχέση με πέρυσι με συνέπεια το ισοζύγιο να υποχωρεί στο +18.

Σε όρους απασχόλησης όμως, το σχετικό ισοζύγιο θετικών/αρνητικών απαντήσεων είναι αρνητικό (τόσο για το σύνολο των ξενοδοχείων όσο και ανά κατηγορία αστέρων) με τις

μισές επιχειρήσεις να αναφέρουν ότι ο αριθμός των εργαζομένων παρέμεινε αμετάβλητος σε σχέση με πέρυσι.

Η μέση πληρότητα για την περίοδο Ιούλιος-Σεπτέμβριος 2011 διαμορφώθηκε στο 68%, με την πλειοψηφία των επιχειρήσεων να δηλώνει ικανοποίηση για την πορεία της και το σχετικό ισοζύγιο να διαμορφώνεται στο +27.

Αντίθετα, η μέση διάρκεια διανυκτέρευσης, η οποία κατά μέσο όρο διαμορφώθηκε στις πέντε ημέρες, παρέμεινε αμετάβλητη στις περισσότερες επιχειρήσεις, ενώ μια στις τρεις επιχειρήσεις εκφράζεται αρνητικά για την πορεία της με αποτέλεσμα το σχετικό ισοζύγιο να είναι αρνητικό (-11 μονάδες).

Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρέασαν θετικά τη δραστηριότητα των επιχειρήσεων (ξενοδοχειακές και λοιπές τουριστικές) συνδέονται πρωτίστως με την ανοδική πορεία των αφίξεων από το εξωτερικό, τόσο από τις παραδοσιακές όσο και από νέες αγορές. Στην κατεύθυνση αυτή, εκτός από την αύξηση των ομαδικών αφίξεων συνέβαλλαν και οι πτήσεις προς την Ελλάδα από αερομεταφορείς χαμηλού κόστους. Οι ελκυστικότερες τιμές των προσφερόμενων υπηρεσιών σε συνδυασμό με την προσπάθεια ανάδειξης της σχέσης τιμής-ποιότητας αναφέρονται επίσης ως σημαντικοί θετικοί παράγοντες.

Αντίθετα, αρνητική επίδραση στην λειτουργία των (ξενοδοχειακών και λοιπών τουριστικών) επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα, έχει επιφέρει η αρνητική προβολή της χώρας στο εξωτερικό σε συνδυασμό με την οικονομική αβεβαιότητα από την ύφεση της ελληνικής οικονομίας.

Η γενική διαπίστωση που προκύπτει από τις απαντήσεις που έδωσαν οι τουριστικές επιχειρήσεις στο ερωτηματολόγιο που τους δόθηκε από τον IOBE και ΣΕΤΕ είναι ότι στην πλειοψηφία τους οι επιχειρήσεις διαπιστώνουν επιδείνωση της κατάστασής τους σε σχέση με το περσινό τρίμηνο.

Πραγματοποιήσαμε μια προσωπική έρευνα και απευθυνθήκαμε σε τουριστικές επιχειρήσεις για να ερευνήσουμε το κατά πόσο η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τη λειτουργία τους. Επίσης σκοπός μας ήταν να διερευνήσουμε τη βιωσιμότητα αυτών των επιχειρήσεων και τις απόψεις τους για τον τουρισμό στην Ελλάδα. Διαπιστώσαμε ότι τα ξενοδοχεία δεν είναι τόσο πολύ ανταγωνιστικά όσο των άλλων γείτονων και ανεπτυγμένων χωρών και υπολείπονται σε τουριστικές υπηρεσίες και προσφερόμενα τουριστικά πακέτα.

Επίσης η τουριστική περίοδος είναι περιορισμένη στους μήνες Ιούλιος-Αύγουστος με μείωση των ημερών κράτησης μέχρι πέντε ημέρες σε σύγκριση με άλλες χώρες προορισμού όπου η τουριστική κράτηση είναι από δέκα έως δεκαπέντε ημέρες.

Ένα ακόμα στοιχείο που διαπιστώσαμε είναι ότι οι τουρίστες στις περιοχές που απευθυνθήκαμε είναι κατεξοχήν Έλληνες και όχι ξένοι η εθνικότητα των οποίων είναι κυρίως Ιταλοί και Γερμανοί. Αυτό συμβαίνει γιατί οι ξένοι δεν θεωρούν ότι η χώρα μας είναι φθηνός τουριστικός προορισμός σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες οι οποίες προσφέρουν εξίσου φυσικό περιβάλλον και πιο άριστες τουριστικές υποδομές.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις για να αντιμετωπίσουν όλα τα παραπάνω προβλήματα καταφεύγουν στις προσφορές τουριστικών πακέτων για να επιμηκύνουν τις ημέρες παραμονής και για να προσελκύσουν τουρίστες ξένους.

Βέβαια, αυτό που είναι αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστικών επιχειρήσεων που απευθυνθήκαμε δεν πιστεύει ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας αλλά και άλλοι παράγοντες όπως η ανεπαρκής τουριστική προβολή της χώρας μας από μέρους της πολιτείας, η όχι καλή ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, οι μη εξειδικευμένοι τουριστικοί υπάλληλοι που δουλεύουν εποχιακά τις περισσότερες φορές, οι υψηλότερες τιμές του τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και το ασταθές κοινωνικό περιβάλλον με τις απεργίες σε λιμάνια και αεροδρόμια κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, να δυσχεραίνουν τις μετακινήσεις και τον προγραμματισμό των τουριστών.

Παρόλα όμως αυτά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τουρισμός στην Ελλάδα οι εκπρόσωποι των τουριστικών επιχειρήσεων στο 74% είναι αισιόδοξοι για το μέλλον του τουρισμού στη χώρα μας, βέβαια κάτω από προϋποθέσεις όπως να γίνουν οι τουριστικές υπηρεσίες πιο ανταγωνιστικές και να υπάρχει και κατάλληλη τουριστική προβολή από τους υπευθύνους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) Ακαδημία Τουριστικών Μελετών και Ερευνών, (Ιανουάριος 2009), «Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων», Τεύχος 1.
- 2) Βαρβαρέσος Στέλλιος, (1997), «Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις», Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός.
- 3) Βαρβαρέσος Σ., (2000), «Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές», Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός
- 4) Βαρβαρέσος Στέλλιος,(2000), « Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις», Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός.
- 5) ΕΛ.ΣΤΑΤ
- 6) ΕΣΥΕ
- 7) Εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ, άρθρο της Πουτέτση Χριστίνας, «Κόντρα στο παγκόσμιο κλίμα ο ελληνικός τουρισμός», δημοσιεύτηκε 11/05/2012.
- 8) Ηγουμενάκης Νίκος, (1997), «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α΄, έκδοση Β΄, Αθήνα, εκδόσεις Interbooks.
- 9) Ηγουμενάκης Ν., (1999), «Τουριστικό Μάρκετινγκ», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα,
- 10) Ηγουμενάκης Νίκος και άλλοι, , (2000), «Εισαγωγή στον τουρισμό», Αθήνα., εκδόσεις Interbooks
- 11) Ηγουμενάκης Ν., «Τουρισμός και ανάπτυξη», Αθήνα, εκδόσεις Interbooks
- 12) Θεοδωρόπουλος Θ. (2001), «ΕΥΡΩ Η ΜΕΓΑΛΗ ΠΡΟΚΛΗΣΗ», Αθήνα, Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗ
- 13) IOBE & ΣΕΤΕ, (Νοέμβριος 2011), «Έρευνα οικονομικής συγκυρίας στις τουριστικές επιχειρήσεις (πλην των ξενοδοχειακών)», Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου 2011.
- 14) IOBE, (2013), «Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα», Αθήνα, εκδόσεις IOBE.
- 15) Λαγός Δ., (2005), «Τουριστική Οικονομική», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική.
- 16) Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.

- 17) Παπανίκος Γρ., (2009), «Κάμψεις και κρίσεις στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 έως και σήμερα», Αθήνα, εκδόσεις Ακαδημίας Τουριστικών Μελετών και Ερευνών.
- 18) Σκάγιαννης Π., (1994), «Πολιτική Προγραμματισμού των Υποδομών», Αθήνα, εκδόσεις Σταμούλης.
- 19) ΣΕΤΕ Ελληνικός Τουρισμός 2020, (2010), «Ο Τουρισμός Πρωταγωνιστής στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδας», Σύνδεσμος Ελλήνων Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- 20) Σκουλάς Ν., (2009), «Τρισδιάστατη η κρίση στον Ελληνικό τουρισμό», διαθέσιμο στο <http://traveldailynews.gr/columns/article/1749>
- 21) *UNTWTO, 2006 και 2010*

ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- 1) www.hrima.gr/article.asp?view=8898,6&ref=83.
- 2) http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_economy_2_15/07/2011_449291
- 3) <http://www.touristiki-agera.gr/article.asp?ID=442>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄



ΑΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ- ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΡΕΒΕΖΑΣ ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

Το ερωτηματολόγιο αυτό είναι ακαδημαϊκό-ερευνητικό και γίνεται για την πτυχιακή εργασία που έχει ως θέμα τον τουριστικό τομέα στην Ελλάδα και τις επιδράσεις-επιπτώσεις που έχει η παρούσα οικονομική κρίση σε αυτόν τον τομέα της ελληνικής οικονομίας. Δεν περιέχει ερωτήσεις προσωπικού χαρακτήρα (ονοματεπώνυμο κ.λπ.) και δεν θα χρησιμοποιηθεί παρά μόνον από την Υπεύθυνη Καθηγήτρια και από τους φοιτητές.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1) Η επιχείρησή σας είναι:

Ξενοδοχείο camping ενοικιαζόμενα δωμάτια

Άλλο _____

2) (Εάν είναι ξενοδοχείο). Πόσων αστέρων είναι το ξενοδοχείο σας;

3) Ποιοι είναι οι μήνες που έχετε την μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών;

Θερινούς Χειμερινούς Όλο το χρόνο

Άλλο _____

4) Οι τουρίστες είναι στην πλειοψηφία τους:

Έλληνες Ξένοι

5) Ποια είναι η εθνικότητα των ξένων τουριστών;

6) Γιατί πιστεύετε ότι οι ξένοι τουρίστες διαλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Ελλάδα;

7) Θεωρείτε την Ελλάδα ως φθηνό τουριστικό προορισμό σε σχέση με άλλες γείτονες χώρες;

ΝΑΙ ΟΧΙ

8) Για πόσες ημέρες σας κάνουν κράτηση;

1-4 5-7 8-15 16 και άνω

9) Χρησιμοποιείται μεθόδους για να επιμηκύνεται τη διαμονή των πελατών σας;

ΝΑΙ ΟΧΙ

10) (Αν στην παραπάνω ερώτηση η απάντηση είναι ναι) Ποιες μεθόδους χρησιμοποιείται;

11) Πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στη χώρα μας;

ΝΑΙ ΟΧΙ

12) Θεωρείτε ότι φταίει μόνο η διεθνής οικονομική κρίση για την πτώση του τουρισμού στη χώρα μας;

ΝΑΙ ΟΧΙ

13) (Εάν στην παραπάνω ερώτηση η απάντηση είναι όχι). Ποιοι από τους παρακάτω παράγοντες πιστεύετε ότι συμβάλλουν στην πτώση του τουρισμού στη χώρα μας;

Ανεπαρκής τουριστική προβολή

Όχι καλή ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών

Μη εξειδικευμένοι τουριστικοί υπάλληλοι

Υψηλότερες τιμές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών

Ασταθές κοινωνικό περιβάλλον (απεργίες σε λιμάνια και αεροδρόμια κατά τους καλοκαιρινούς μήνες)

Όλα τα παραπάνω

Άλλο

14) Εσάς πώς σας έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση;

Μείωση πελατών

Μείωση προσωπικού της επιχείρησης

Μείωση των κερδών

Όλα τα παραπάνω

Άλλο

15) Κατά πόσο μειώθηκε ο τζίρος σας σε σχέση με προηγούμενες χρονιές;

Δεν μειώθηκε 0% - 10% 11% - 20%

21% - 40% 41% - 50% 51 % και άνω

16) Κατά πόσο μειώθηκαν οι τουρίστες;

Δεν μειώθηκε 0% - 10% 11% - 20%
21% - 40% 41% - 50% 51 % και άνω

17) Πώς βλέπετε το μέλλον του τουρισμού στην πατρίδα μας;

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ