

**«» Το αποτύπωμα της βιομηχανίας του
τουρισμού στην ελληνική οικονομία κατά την
τελευταία δεκαετία «»**



ΓΑΛΑΖΙΟΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ (Α.Μ 12940)

Επιβλέπων καθηγήτρια :

ΠΑΠΠΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

Πρέβεζα Φεβρουάριος 2016

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΑΕΠ : Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

ΕΕ : Ευρωπαϊκή Ένωση

Ε.Ο.Τ. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

ΕΛΣΤΑΤ : Ελληνική Στατιστική Αρχή

ΙΟΒΕ : Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών

ΚΕΠΕ : Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών

ΞΕΕ : Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

ΠΑΕ : Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων

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

ΣΤΑΚΟΔ : Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής
Δραστηριότητας

ΠΟΤ : Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

ΤτΕ : Τράπεζας της Ελλάδος

CLIA : Cruise lines International Association – Διεθνής Ένωση
Εταιρειών Κρουαζιέρα

UNWTO : World Tourism Organization - Παγκόσμιος Οργανισμός
Τουρισμού

WTTC : World Travel and Tourism Council-Oxford Economics

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1. Βασικά στοιχεία του ελληνικού τουρισμού.....	11
Πίνακας 2.1. Οικονομικά μεγέθη και προοπτικές.....	16
Πίνακας 2.2. Διαχρονική εξέλιξη αφίξεων αλλοδαπών επισκεπτών ανά ήπειρο.....	21
Πίνακας 2.3. Αφίξεις ξένων επισκεπτών στην Ελλάδα μεταξύ 2000 & 2010.....	22
Πίνακας 2.4. Τουριστικές εισπράξεις σε προορισμούς της Μεσογείου (ως % του ΑΕΠ και των εισπράξεων του Ισοζυγίου Υπηρεσιών), Μ.Ο.:2005-2010.....	23
Πίνακας 2.5. Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής –ΜΕΡΜ-διανυκτερεύσεων στα Ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα ανά περιφέρεια την περίοδο 2000-2010.....	24
Πίνακας 3.1. Παγκόσμια ζήτηση για κρουαζιέρα από 2000 – 2010....	33
Πίνακας 3.2. Δυτική Ευρωπαϊκή αγορά κρουαζιέρας 2008 – 2010....	33
Πίνακας 3.3. Κορυφαία λιμάνια κρουαζιέρας το 2010.....	33
Πίνακας 3.4. Βασικά μεγέθη.....	35
Πίνακας 4.1. Μεθοδολογία και εκτιμήσεις.....	64
Πίνακας 4.2. Η επίδραση (άμεση, έμμεση, προκαλούμενη) του τουρισμού στο ΑΕΠ,2010.....	67
Πίνακας 4.3. Επίδραση στο ΑΕΠ από την τουριστική δαπάνη.....	68
Πίνακας 4.4. Επίδραση στο ΑΕΠ από τις τουριστικές δαπάνες.....	68
Πίνακας 4.5. Άμεση επίδραση στους συναφείς με τον τουρισμό κλάδους.....	70
Πίνακας 4.6. Έμμεση επίδραση του τουρισμού σε εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, 2010.....	72
Πίνακας 4.7. Επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση, 2010.....	74

Πίνακας 4.8. Πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας.....	75
Πίνακας 4.9. Η σημασία του τουρισμού και για την κάλυψη του εμπορικού ισοζυγίου σε αριθμούς.....	76
Πίνακας 5.1. Η μεταβολή των αφίξεων από το 2008 – 2011.....	82
Πίνακας 5.2. Η μεταβολή των διανυκτερεύσεων από το 2008 -2011...	83
Πίνακας 5.3. Η μεταβολή του Α.Ε.Π. από το 2008 - 2010	84
Πίνακας 6.1. Βασικά μεγέθη.....	87
Πίνακας 6.2. Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις 2000-2013.....	89
Πίνακας 7.1. Πίνακας εισροών-εκροών.....	91
Πίνακας 7.2. Πρόγραμμα _Δημοσίων Επενδύσεων, Πληρωμές κατά περιφέρεια και πιστώσεις στο Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού, 2010.....	94

ΠΡΟΛΟΓΟΣ - ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Για την ελληνική οικονομία, ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης με σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, (ΑΕΠ) στην απασχόληση και στις επενδύσεις.

Στην παρούσα εργασία αποσκοπώ να προσεγγίσω την τουριστική βιομηχανία από την πλευρά της οικονομικής αποτύπωσης, για την Ελλάδα.

Με την έννοια, οικονομική αποτύπωση, προσδιορίζεται η αξιολόγηση και η συνεισφορά του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, στο παραγόμενο προϊόν και απασχόληση.

Ο τομέας του τουρισμού, καλείται να διαδραματίσει περισσότερο ενεργό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, μέσα σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον από τις χώρες της Μεσογείου, αλλά και από νέους αναδυόμενους προορισμούς.

- Στο πρώτο κεφάλαιο, γίνεται μία εισαγωγή για τον τουρισμό στην Ελλάδα.
- Στο δεύτερο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά στους στόχους και τα οικονομικά χαρακτηριστικά.
- Στο τρίτο κεφάλαιο, αναλύω την πολυδιαστατικότητα του τουριστικού προϊόντος.
- Στο τέταρτο κεφάλαιο, αναφέρω την συνολική επίδραση του τουρισμού στην εγχώρια Ελληνική οικονομία.
- Στο πέμπτο κεφάλαιο, προσεγγίζω την επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, στην τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας.
- Στο έκτο κεφάλαιο, αναφέρομαι στις επενδύσεις στον τουρισμό.

Και τέλος ένα παράρτημα για την εκτίμηση του υποδείγματος Leontief, καθώς και τα συμπεράσματα της εργασίας.

Λέξεις κλειδιά: οικονομική αποτύπωση και οικονομική κρίση, εγχώριος τουρισμός, παγκόσμιος τουρισμός, τουριστική πολυδιαστατικότητα, τουριστική πολιτική.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	3
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	4
ΠΡΟΛΟΓΟΣ – ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	11
1.2. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	12
1.3. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	13

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ

2.1. Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ.....	15
2.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΟΙ & ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.....	16
2.2,1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	16
2.2,2 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.....	18
2.3 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	18
2.4 ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	20

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Η ΠΟΛΥΔΙΑΣΤΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

3.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΕΝΑ ΕΓΧΩΡΙΟ ΠΡΟΙΟΝ.....	25
3.2 ΥΠΟ-ΤΟΜΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	27
3.2,1 ΗΛΙΟΣ ΚΑΙ ΘΑΛΑΣΣΑ.....	27

3.2,2 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	29
3.2,2^α ΟΙ ΚΡΥΜΜΕΝΕΣ ΥΠΕΡΑΞΙΕΣ	32
3.2,3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΕΩΝ	35
3.2,4 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	37
3.2,4^α ΑΜΥΘΗΤΟΣ ΠΛΟΥΤΟΣ	37
3.2,4β ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ	39
3.2,4γ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	40
3.2,4δ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	40
3.2,4^ε ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ ΤΗΣ UNESCO	40
3.2,5 ΜΟΥΣΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	42
3.2,6 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	44
3.2,6^α ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	45
3.2,7 ΙΑΤΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΕΥΕΞΙΑ	47
3.2,7^α ΤΟ ΑΧΕΠΑ ΠΡΩΤΟΠΟΡΕΙ ΣΤΟΝ ΙΑΤΡΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ...48	
3.2,8 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (MICE)	50
3.2,8^α ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΠΟΥ ΓΕΝΝΗΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ	51
3.2,8β ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΥΡΟΥΣ ΣΤΟ ΣΤΑΥΡΟΔΡΟΜΙ ΤΩΝ ΛΑΩΝ ...52	
3.2,8γ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΕΝ ΠΛΩ: ΤΑΞΙΔΕΥΟΝΤΑΣ ΣΤΗ ΓΝΩΣΗ	52
3.2,8δ ΣΤΟΝ ΑΠΟΗΧΟ ΤΩΝ ΔΕΛΦΙΚΩΝ ΕΟΡΤΩΝ ΤΟΥ ΣΙΚΕΛΙΑΝΟΥ	52
3.2,9 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	54
3.2,9^α ΑΓΡΟΨΥΧΑΓΩΓΙΑ	55
3.2,9β ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ	56
3.2,10 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	57
3.3 ΑΥΘΕΝΤΙΚΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ	60

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

4.1 Η ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	61
4.2 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟΥΣ ΕΓΧΩΡΙΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	62
4.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ.....	63
4.4 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ.....	65
4.5 ΤΑ ΕΜΜΕΣΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	74
4.6 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΟΜΩΝ.....	75
4.7 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΥΣ ΕΓΧΩΡΙΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	76

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

5.1 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ.....	78
---	-----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

6.1 ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ.....	85
6.2 ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	85
6.2,1 ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ.....	87
6.3 ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ.....	88

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

7. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	90
7.1 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΛΕΟΝΤΙΕΦ	90
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	95
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	100
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	100

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα αποτελεί κορυφαίο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως, κάτι που την κατατάσσει ανάμεσα στους 10 πρώτους τουριστικούς προορισμούς (Lonely Planet).

Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ, ο τουρισμός είναι σήμερα ο δυναμικότερα αναπτυσσόμενος τομέας της ελληνικής οικονομίας αφού:

- Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά πάνω από 15% και κατά περιόδους ξεπέρασε το 18%.

Ειδικότερα για το 2012 η συμβολή της τουριστικής οικονομίας στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 16,4%

- Δημιουργεί απασχόληση σε ένα ευρύτατο φάσμα δραστηριοτήτων, σε διαφορετικά επίπεδα γνώσεων και ειδίκευσης και κυρίως στους νέους και στη περιφέρεια.

Ειδικότερα για το 2012 η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (688.800 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 18,3% των απασχολουμένων.

- Ένας (1) στους πέντε (5) κατοίκους της Ελλάδας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα.

- Κάθε Ευρώ που καταναλώνεται στον τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία.

Πίνακας 1.1. Βασικά στοιχεία του ελληνικού τουρισμού

Έτος	Συμβολή στο Α.Ε.Π.	Έσοδα	Συμβολή στην απασχόληση	Αριθμός εργαζομένων	Θέση σε διεθνείς αφίξεις	Δείκτης Ταξιδιωτικής & Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας	Μερίδιο Αγοράς	
							Παγκόσμια	Ευρώπη
2008	16,8%	11,6 δις	18,7%	854400	16 ^η	24 ^η (στις 133)	1,7%	3,3%
2009	15,9%	10,4 δις	17,7%	798600	16 ^η	24 ^η (στις 133)	1,7%	3,2%
2010	16%	9,6 δις	17,8%	786000	17 ^η	29 ^η (στις 139)	1,6%	3,1%
2011	15,8%	10,5 δις	17,6%	720600	17 ^η	29 ^η (στις 139)	1,7%	3,2%

Πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

Είναι επομένως προφανές ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. Προκειμένου να διαπιστωθεί ο βαθμός σημαντικότητας καθώς και η συνεισφορά του τουρισμού στην ανάπτυξη των περιφερειών, θα παρουσιαστούν κάποιοι βασικοί δείκτες, για τις νησιωτικές περιφέρειες, για την περίοδο 2008-2011.

Στον πίνακα 1.1 δίνεται μία πρώτη εικόνα για τα στοιχεία που επικρατούν στην Ελλάδα αναφορικά με τον τουρισμό. Ειδικότερα, παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη βασικών μεγεθών που σχετίζονται με τον τουρισμό δηλαδή παρουσιάζεται η συμβολή του στο Α.Ε.Π. καθώς επίσης και στην απασχόληση. Παρατηρείται πως παρότι το μερίδιο αγοράς στην παγκόσμια και στην ευρωπαϊκή αγορά δεν έχει μεταβληθεί, στην πραγματικότητα ο τουρισμός ακολουθεί μία φθίνουσα πορεία. Τα έσοδα που προέρχονται από αυτή την δραστηριότητα έχουν μειωθεί σχεδόν 10%, καθώς και το ποσοστό των εργαζομένων που απασχολεί έχει πέσει περίπου κατά 16%. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η οικονομική κρίση αρχίζει να πλήττει τον κλάδο του τουρισμού.

Η οικονομική κρίση μπορεί να έχει συγκεκριμένη διάρκεια και να συμβαίνει σε αναγνωρίσιμο χρόνο και χώρο, αλλά η επίδραση της και τα αποτελέσματα που αυτή επιφέρει είναι μακροχρόνια και απρόβλεπτα.

1.2 Ορισμός του τουρισμού.

Πολλοί έχουν προσπαθήσει να δώσουν τον ορισμό του τουρισμού. Σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996), το τουριστικό φαινόμενο είναι άμεσα συνδεδεμένο με πολλές επιστήμες, όπως είναι η γεωγραφία, η ψυχολογία, η ιστορία, η οικολογία, και οι οικονομικές και πολιτικές επιστήμες.

Η φύση του τουρισμού και οι θετικές ή και αρνητικές επιδράσεις που μπορεί να επιφέρει σε μια χώρα υποδοχής, έχει οδηγήσει σε μια πληθώρα ορισμών του φαινομένου, ωστόσο γενικά αποδεκτός ορισμός, κατά την δική μου αντίληψη, ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, ψυχολογικό και οικονομικό φαινόμενο, που προκύπτει από την δράση και αντίδραση των παραγόντων: τουρίστας, επισκέπτης, κοινωνία προορισμού, τουριστική επιχείρηση, κράτος.¹

1. Robert Woodrow McIntosh, Charles R. Goeldner Tourism principles, practices, philosophies (1990)

Θα μπορούσαμε να ορίσουμε τη λέξη τουρισμό ως ,το γεγονός εκείνο που συμβαίνει όταν ένα άτομο αλλάζει φυσικό περιβάλλον (αλλαγή παραστάσεων) και ρυθμό ζωής.

Μπορεί να χαρακτηριστεί ότι είναι ένα πολυσύνθετο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο και πραγματοποιείται όταν συναντιέται η ανθρώπινη θέληση με το ταξίδι.

Η σύμπτωση αυτή παρέχει ικανοποίηση σε ψυχοσωματικές ανάγκες και πνευματικές περιέργειες μέσα από μια συνειδητή και αποκλειστικά για το σκοπό αυτό πρόσκαιρη μετακίνηση και παραμονή των ατόμων σε ξένο γεωγραφικό χώρο όπου αναπτύσσονται πλήθος δραστηριοτήτων αναψυχής και ψυχαγωγίας στο πλαίσιο πάντα του ελεύθερου χρόνου τους.¹

Διαφορετικά ο τουρισμός ορίζεται ως βιομηχανία υπηρεσιών, δηλαδή μια πηγή τελικής ζήτησης υπηρεσιών που παρέχονται από τους επιμέρους κλάδους, όπως οι μεταφορές, τα κέντρα διασκέδασης, οι μονάδες διαμονής, τα εστιατόρια, τα εμπορικά μαγαζιά, τα μεταφορικά μέσα, τους χώρους αθλητισμού κ.α.²

Σύμφωνα με αυτή την αντίληψη είναι μια βιομηχανία υλικών προϊόντων καθώς περιέχει και αυτή διαδικασίες διοίκησης, χρηματοδότησης, παραγωγής μάρκετινγκ και φυσικά, ότι ο τουρισμός αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες παγκοσμίως.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού [ΠΟΤ], υποστηρίζει ότι ο τουρισμός συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, αύξηση επενδύσεων, μεγέθυνση της οικονομίας και άνοδο του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων.

1.3 Ιστορική Αναδρομή του τουρισμού

Η αρχική μορφή της τουριστικής μετακίνησης είναι τοποθετημένη στη στιγμή που ο άνθρωπος άρχισε να διακινείται από το μόνιμο τόπο της διαμονής του σε άλλους τόπους για πολλούς και διάφορους σκοπούς, όπως εμπορία, συμμετοχή σε θρησκευτικές γιορτές, αθλητικές εκδηλώσεις, ικανοποίηση της έμφυτης περιέργειας του κ.α.

Στον Ελληνικό χώρο το αναπτυγμένο αίσθημα της ξενίας κατά την περίοδο της αρχαιότητας, μας μαρτυρά ότι τέτοιου είδους μετακινήσεις και με πολλαπλούς σκοπούς, υπήρχαν από τότε.

1. Λαγός Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*, Αθήνα: Κριτική.

2. Stephen L.J .Smith Defining tourism a supply-side

Το φαινόμενο του τουρισμού κατά την αρχαιότητα είχε διαφορετική μορφή από την σημερινή, αλλά τα βασικά στοιχεία του ήταν σχεδόν τα ίδια.

Οι κύριοι λόγοι των μετακινήσεων ήταν θρησκευτικοί, αθλητικοί, υγείας καθώς και εμπορικοί.

Η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού αρχίζει μετά τον Α΄ Παγκόσμιο πόλεμο και ιδιαίτερα μετά τον Β΄.

Οι μεγάλες κοινωνικές μεταβολές που έγιναν μετά τον πόλεμο, ήταν η βασική τονωτική ένεση στον τουρισμό, για να φθάσουμε στη σημερινή του μορφή.

Τα οικονομικά οφέλη από την εξάπλωση του τουρισμού σε όλο το κόσμο, είναι τεράστια και γι' αυτό τον λόγο τόσο οι ιδιωτικοί όσο και οι κρατικοί φορείς των διαφόρων χωρών έχουν αναλάβει μεγάλες δραστηριότητες τουριστικού περιεχομένου, για να ικανοποιήσουν τα εκατομμύρια των τουριστών που διακινούνται καθημερινά σ' όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου.

Σχετικά με την χώρα μας όσον αφορά την τουριστική ανάπτυξη, γνωρίζουμε ότι μέχρι τα μέσα της 10ετίας του 1950 ο διεθνής τουρισμός περιοριζόταν κύρια σε τρεις ευρωπαϊκές χώρες την Ελβετία, την Ιταλία και την Αυστρία.

Ο τουρισμός την εποχή αυτή έχει την μορφή του ατομικού τουρισμού. Στην 10ετία του 1960 η τουριστική αγορά άρχισε να περιλαμβάνει και άλλες χώρες. Μια από αυτές ήταν και η χώρα μας, που διέθετε ορισμένα συγκριτικά πλεονεκτήματα, έναντι άλλων χωρών. Έτσι άρχισε να αυξάνεται ο αριθμός των επισκεπτών και να δημιουργούνται οι προϋποθέσεις μιας νέας συναλλαγματοφόρος πηγής για την οικονομία μας. Για να επιτευχθεί μια σωστή ανάπτυξη του τουρισμού, πέρα από τις αποφάσεις των διαφόρων αρμόδιων κέντρων, απαραίτητο στοιχείο είναι τα άτομα, που εργάζονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική αγορά να έχουν αναπτυγμένη την τουριστική συνείδηση. Με τον όρο τουριστική συνείδηση εννοείται το σύνολο των εργασιών που συμβάλλουν στην καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των τουριστών, τη διευκόλυνσή τους και τη δημιουργία σε αυτούς ευχάριστης εντύπωσης κατά την πρόσκαιρη παραμονή τους στον επισκεπτόμενο τόπο.

Η ύπαρξη της τουριστικής συνείδησης αποτελεί βασικό προσόν του λαού της χώρας υποδοχής τουριστών. Η απόκτησή της γίνεται με την σωστή παιδεία και την τόνωση της σημασίας του τουρισμού τόσο από οικονομικοκοινωνική όσο και από πολιτιστική άποψη.¹

1.Gartner, 2001. Psychological traits and entrepreneurial

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ

2.1 Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ

Ο τουρισμός έχει σημαντικές επιπτώσεις στην παγκόσμια αλλά και στην εγχώρια οικονομία, στο φυσικό αλλά και στο δομημένο περιβάλλον, όπως επίσης και στον πληθυσμό στον κάθε τόπο προορισμού.

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντική βιομηχανία σε παγκόσμια κλίμακα, και τη βαριά βιομηχανία για την Ελλάδα. Με τη συμβολή του το έτος 2014 (βάσει στοιχείων του ΣΕΤΕ), ανέρχεται σε 17 δις ευρώ, όταν το συνολικό ΑΕΠ εκτιμάται ότι μειώθηκε κατά € 3,5 δις σε ονομαστικούς όρους, αποδεικνύεται ότι ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους πολύ λίγους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, ο οποίος προσφέρει υπό συνθήκες οικονομικής κρίσης. Την τελευταία δεκαετία, ο αριθμός των επισκεπτών στη χώρα μας παρουσιάζει σταθερή αύξηση, κατέχοντας το 2004 την 18η θέση με 11,7 εκατομμύρια διεθνείς τουριστικές αφίξεις και την 11η θέση στις παγκόσμιες εισπράξεις. Το 2009 την 16η θέση με 14,9 εκατομμύρια διεθνείς τουριστικές αφίξεις και την 15η θέση στις εισπράξεις παγκοσμίως και το 2013 την 16η θέση στις αφίξεις, με 17,9 εκατομμύρια διεθνείς τουριστικές αφίξεις και στην 19η θέση στις εισπράξεις παγκοσμίως.

Στη χώρα μας το μεγαλύτερο ποσοστό τουριστών προέρχονται κατά 93%, από την Ευρώπη. Κατά κύριο λόγο είναι Βρετανοί και Γερμανοί, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν το 25-30% του συνολικού αριθμού των αφίξεων. Ωστόσο, τα τελευταία δέκα χρόνια οι αφίξεις των τουριστών από την Κεντρική Ευρώπη, τη Ρωσία και την Κίνα έχουν αυξηθεί σημαντικά. Το έτος 2013 χαρακτηρίστηκε ως έτος επιτυχιών για τον τουρισμό στην χώρα μας όπως επίσης και το 2014 που ήταν ένα πολύ καλό τουριστικό έτος. Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος οι ταξιδιωτικές εισπράξεις την περίοδο από το Ιανουάριο ως τον Απρίλιο 2014 αυξήθηκαν κατά 27,8% σε σχέση με την ίδια περίοδο του 2013 και το ταξιδιωτικό ισοζύγιο ήταν πλεονασματικό κατά 252 εκατομμύρια

ευρώ έναντι του ταξιδιωτικού ισοζυγίου του 2013, το οποίο παρουσίασε πλεόνασμα 194 εκατομμύρια ευρώ.

2. 2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1

Πίνακας 1: Οικονομικά μεγέθη τουρισμού στην Ελλάδα τη δεκαετία 2004-2013

ΈΤΟΣ	Α.Ε.Π. (%)	ΣΥΝ. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ (%)	ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (ΔΙΣ. €)	ΑΦΙΞΕΙΣ (ΕΚΑΤ.)	ΜΕΣΗ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗ ΔΑΠΑΝΗ (€)
2004	16,30	18,20	10,40	11,70	882
2005	17,60	19,50	10,70	14,40	746
2006	17,80	19,80	11,40	15,20	746
2007	17,50	19,40	11,30	16,20	700
2008	16,80	18,70	11,60	15,90	730
2009	15,90	17,70	10,40	14,90	697
2010	16,00	17,80	9,60	15,00	640
2011	15,80	17,60	10,50	16,40	639
2012	16,40	18,30	10,00	15,50	646
2013	16,30	18,20	11,70	17,90	653

2.2^α ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Η οικονομική ύφεση έκανε την εμφάνισή της το 2009 και επηρέασε αρνητικά το τουριστικό προϊόν. Ενδεικτικά, αναφέρεται ότι από το 2009 και για δύο έτη το ποσοστό της συμβολής του τουρισμού στο Α.Ε.Π. δεν παρουσίασε σημαντικές μεταβολές. Το 2012 άρχισε να ανακάμπτει και πάλι η χώρα ως τουριστικός προορισμός, με τη συμβολή του τουρισμού στο Α.Ε.Π. της χώρας να κινείται και πάλι στα ίδια προ κρίσης επίπεδα του 16,4%.

Τα οικονομικά μεγέθη του τουρισμού στην Ελλάδα τη δεκαετία 2004 – 2013, σύμφωνα με τα στοιχεία του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, αποτυπώνονται στον Πίνακα 1 που περιλαμβάνει τη συμβολή της τουριστικής οικονομίας στο Α.Ε.Π. της χώρας, την απασχόληση σε σχέση με τη συνολική απασχόληση στην Ελλάδα, τις εισπράξεις από τον τουρισμό και τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις στη χώρα.

Από τα στοιχεία αυτά καταδεικνύεται ότι η συμβολή της τουριστικής οικονομίας στο Α.Ε.Π. της χώρας είναι σημαντική σε κάθε περίπτωση, ωστόσο εμφανίζει κάμψη κατά την τριετία 2007-2009. Αξιοσημείωτο

είναι ότι μετά το 2009 και για δύο έτη το ποσοστό της συμβολής του τουρισμού στο Α.Ε.Π. δεν παρουσιάζει σημαντικές μεταβολές, ενώ το 2012 αρχίζει να ανακάμπτει, με ποσοστό 16,4% στα προ κρίσης επίπεδα. Σε σχέση τώρα με την απασχόληση στην τουριστική οικονομία ως ποσοστό του συνολικού αριθμού των απασχολούμενων στην Ελλάδα, παρατηρούμε ότι από το 2006 έως και το 2009 η συνολική απασχόληση στον τουρισμό παρουσιάζει πτώση, με τα χειρότερα έτη της δεκαετίας να είναι το 2009 και το 2011 με ποσοστά 17,7% και 17,6% αντίστοιχα. Από το 2012, ωστόσο, ο αριθμός των απασχολούμενων στον τουριστικό κλάδο αυξάνεται σε ποσοστό 18,3% επί του συνολικού αριθμού των απασχολούμενων, χωρίς όμως να καταφέρει έως σήμερα να φτάσει στα επίπεδα προ κρίσης (π.χ.: στο 19,8%, το έτος 2006 που εμφανίζει την καλύτερη τιμή).

Σημαντικό, επίσης, είναι το γεγονός ότι μετά το 2012, η συμβολή του τουρισμού στο Α.Ε.Π. της χώρας αλλά και στην απασχόληση παρουσιάζει αύξηση. Αυτή αποκρυσταλλώνεται ως ένα μήνυμα αισιοδοξίας για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στην χώρα, αλλά και για σημαντική ενίσχυση στην καταπολέμηση της ανεργίας, έστω και σε εποχιακό επίπεδο.

Σε σχέση με τα έσοδα είναι εμφανές ότι αυτά κινούνται σε αυξητική πορεία από το 2004 ως και το 2008 που ανέρχονται στα 11,6 δις ευρώ, ενώ το 2009 σημειώνεται κατακόρυφη πτώση τους στα 10,4 δις ευρώ. Αυτή η καθοδική πορεία συνεχίζεται και για το 2010, κυρίως λόγω της εμβάθυνσης της κρίσης στην οικονομία, με τις διεθνείς ταξιδιωτικές εισπράξεις να φτάνουν στη χαμηλότερη τιμή της δεκαετίας, μόλις στα 9,6 δις ευρώ. Αξιοσημείωτη είναι ακολούθως, όμως, η σταθερή άνοδος τους, με αποκορύφωμα το έτος 2013, όπου τα έσοδα αγγίζουν την υψηλότερη τιμή όλης της δεκαετίας 2004-2013, τα 11,7 δις ευρώ.

Στο πεδίο των αφίξεων οι μεταβολές εμφανίζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον, σε όλη τη διάρκεια της δεκαετίας 2004-2013, με το 2004 να αποτελεί το έτος με τη χαμηλότερη τιμή, στα 11,7 εκατομμύρια επισκέπτες. Αυτός ο αριθμός αυξάνεται διαχρονικά, και το 2009 οι αφίξεις ανέρχονται περί τα 14,9 εκατομμύρια, όσες περίπου και οι αφίξεις το 2010 (15 εκατομμύρια).

Το 2011 οι αφίξεις αυξάνονται κατά 1,4 εκατομμύρια ενώ το 2012 μειώνονται ξανά, για να λάβουν την καλύτερη τιμή τους το 2013 με 17,9 εκατομμύρια επισκέπτες.

Επιπλέον, η συμμετοχή του τουρισμού είναι πολύ σημαντική στη μείωση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας. Το 2010, η κάλυψη ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου ανήλθε σε ποσοστό της τάξεως του 46,8%.

Σε σχέση με την αλληλεξάρτηση την οποία έχει ο τουρισμός με άλλους κλάδους της παραγωγής, έχει υπολογιστεί ότι η τουριστική κατανάλωση

ασκεί επιρροή στο 60% των κλάδων της οικονομίας και η τιμή του τουριστικού πολλαπλασιαστή ανέρχεται σε 2,18. Αυτό συνεπάγεται στο ότι για κάθε ευρώ τουριστικής κατανάλωσης έχουμε υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας. Λαμβάνοντας υπόψη τα οικονομικά στοιχεία, η ύφεση το 2009 επηρέασε αρνητικά τον τουρισμό στην χώρα. Όμως, από το 2010 και έπειτα οι αφίξεις αυξάνονται, γεγονός το οποίο οφείλεται κατά κύριο λόγο στους αυξημένους επισκέπτες προερχόμενους από τη Ρωσία και το Ισραήλ, αυξάνοντας παράλληλα και το συνολικά έσοδα. Όπως παρατηρούμε από τον Πίνακα 1 οι μεταβολές των διεθνών τουριστικών εισπράξεων είναι δυσανάλογες με αυτές του αριθμού των αφίξεων, στοιχείο που φανερώνει ότι η μέση κατά κεφαλή δαπάνη μειώνεται. Ενδεικτικά, το 2004 η μέση κατά κεφαλή δαπάνη ανήλθε στα 882 ευρώ, το 2009 στα 697 ευρώ, το 2011 στα 639 ευρώ, η οποία είναι και η χαμηλότερη της δεκαετίας και το 2013 ανέβηκε ελαφρώς στα 653 ευρώ.

2.2^β ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να ακολουθήσει τροχιά ανόδου, παρά την κρίσιμη οικονομική συγκυρία της χώρας. Προς αυτή την κατεύθυνση είναι η,

- Ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος μέσω ενίσχυσης των επενδύσεων και προώθηση στις μεγαλύτερες ξενοδοχειακές μονάδες.
- Μεγαλύτερη αξιοποίηση της πολιτισμικής κληρονομιάς του τόπου.
- Περαιτέρω ανάπτυξη χειμερινού και κοινωνικού τουρισμού.
- Μείωση της παραοικονομίας.
- Ενίσχυση στην εκπαίδευση προσωπικού υποδοχής τουριστών, και
- Προώθηση της νέας τεχνολογίας, σε ακόμη μεγαλύτερο εύρος παροχής υπηρεσιών του τουριστικού τομέα.

Όλα τα παραπάνω σε συνάρτηση με τον φυσικό πλούτο της χώρας, θα αποτελέσουν αναμφισβήτητα πόλο έλξης για τουρισμό υψηλότερου εισοδηματικού επιπέδου

2.3 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Έχει διαπιστωθεί ότι, εάν κατά τα τελευταία τρία έτη διάφορες ανταγωνιστικές προς την Ελλάδα χώρες (όπως η Αίγυπτος, η Τυνησία, η Τουρκία, κ.ά.) δεν αντιμετώπιζαν έκτακτες καταστάσεις και προβλήματα από τα οποία ωφελήθηκε ευκαιριακά (και ελάχιστα σε σχέση με τα οφέλη που αποκόμισαν από αυτή την κρίση άλλες χώρες) ο τουρισμός στην Ελλάδα, τότε η έκταση της παρακμής του ελληνικού τουριστικού κλάδου θα ήταν σημαντική. Ακόμα, η παρατεταμένη κρίση της

τουριστικής βιομηχανίας μας επηρεάζεται και από τη γενικότερη εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό.

Στο πλαίσιο αυτό, ο ρόλος της προβολής της χώρας στο εξωτερικό αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για τη βελτίωση της υπάρχουσας κατάστασης της εικόνας της Ελλάδας, εφόσον όμως η αξιοποίηση των τεχνικών προβολής γίνει οργανωμένα, και με αντίστοιχες αλλαγές-βελτιώσεις στο τουριστικό προϊόν της χώρας και όχι αποσπασματικά.¹ Στο πλαίσιο αυτό, αξίζει να επισημανθεί ότι, ο τουρισμός αποτελεί τα τελευταία 30 χρόνια την ατμομηχανή της οικονομικής μας ανάπτυξης.

Ο προσεκτικός και μακροχρόνιος σχεδιασμός, όπως αρμόζει σε μια βαριά βιομηχανία εθνικής σημασίας, είναι ύψιστης σημασίας. Κατά την τελευταία δεκαετία αναμφίβολα έχουν γίνει πολύ σημαντικά βήματα έτσι ώστε η χώρα μας να αποκτήσει τουριστική παιδεία και συνείδησης, κυρίως στην κατηγορία του μέσου πολίτη, όπου είναι ο άμεσα εμπλεκόμενος με το σύνολο των τουριστών

Στο παρελθόν και κυρίως μέχρι το 2002, ο ελληνικός τουρισμός αναπτυσσόταν με σταθερό ρυθμό, κυρίως εξαιτίας του χαμηλού κόστους παραγωγής και πώλησης των τουριστικών προϊόντων, γεγονός το οποίο είχε σαν αποτέλεσμα η σχέση ποιότητας-τιμής για τον αλλοδαπό τουρίστα να είναι ικανοποιητική.

Παρόλο που κατά το 2013 εμφανίστηκαν ενθαρρυντικά σημάδια βελτίωσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι, τα τελευταία δέκα έτη το κόστος είναι υψηλό με αποτέλεσμα είτε η τελική τιμή του τουριστικού προϊόντος να είναι ιδιαίτερα ακριβή κατ' αναλογία με την ποιότητά του, είτε να διατηρείται μεν η τιμή σε λογικά επίπεδα αλλά η ποιότητα του προϊόντος να είναι δυσανάλογα χαμηλότερη.

Και στις δύο περιπτώσεις, η σχέση ποιότητας-τιμής για τον τουρίστα βαίνει μειούμενη, με αποτέλεσμα τη διαρκή μείωση της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας μας.

Η εικόνα των επιμέρους στοιχείων και τουριστικών προϊόντων της χώρας, που μπορούμε να προσδιορίσουμε είναι δύο κύρια προϊόντα που συνθέτουν το χαρτοφυλάκιο της τουριστικής προσφοράς μας:

α) τον μαζικό τουρισμό, και

β) τις διάφορες εναλλακτικές ή ειδικές μορφές τουρισμού.

Μεταξύ αυτών των δύο κύριων τουριστικών προϊόντων παρουσιάζονται σημαντικότερες διαφορές και διαφοροποιήσεις, τόσο στην εικόνα και διαχείρισή τους όσο και στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και κατ' επέκταση και στην εξυπηρέτηση του πελάτη.²

1. Σιγάλα, Μ. και Χρήστου, Ε. (2014). Από τον μαζικό τουρισμό στον τουρισμό της εμπειρίας.
2. CHRISTOU, Ε. & NELLA, Α. (2010) A review of wine-tourism research from 1995-2010: Analysis of 111 contributions. *Journal of Hospitality & Tourism*, Vol.8, No.1, pp.112-123.

Ως μαζικός τουρισμός στην Ελλάδα (διότι σε άλλες χώρες υπάρχουν διαφοροποιήσεις) νοείται ο παραθαλάσσιος παραθεριστικός τουρισμός αυτό που διεθνώς ορίζεται ως τουρισμός των 3S (sun, sand, sea).¹ Αναφορικά με τα προϊόντα των ειδικών ή εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αν και αποτελούν ένα σχετικά μικρό τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας, η υπάρχουσα κατάσταση παρουσιάζεται αρκετά διαφορετική σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό. Γενικότερα, η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι αρκετά καλή σε ορισμένες δε περιπτώσεις είναι πολύ καλή.

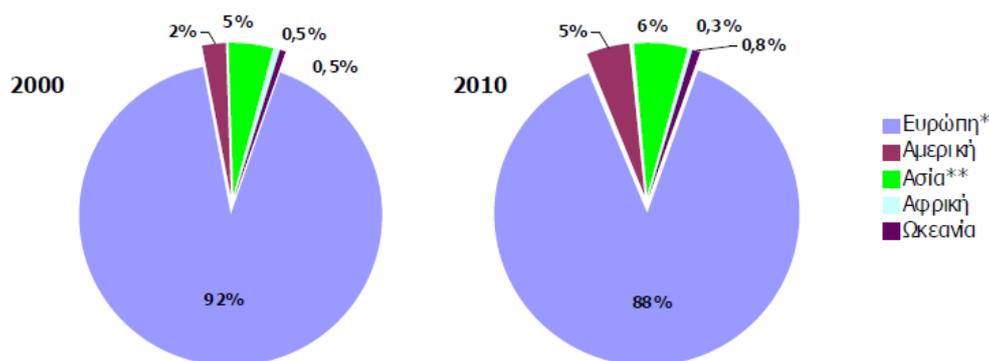
2.4 ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .

Η πολιτιστική κληρονομιά , η μεγάλη ακτογραμμή και το φυσικό κάλλος προσδίδουν στην Ελλάδα σημαντικά συγκριτικά φυσικά πλεονεκτήματα, με αποτέλεσμα να συγκαταλέγεται μεταξύ των κυριότερων τουριστικών προορισμών παγκοσμίως. Βασικό χαρακτηριστικό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί ο γεωγραφικός προσδιορισμός της ζήτησης από το εξωτερικό, καθώς στο σύνολο της σχεδόν προέρχεται από την Ευρωπαϊκή ήπειρο, με την αναλογία μάλιστα να μην εμφανίζει μεταβολή κατά την τελευταία δεκαετία . Το 2010 οι αφίξεις από τις ευρωπαϊκές χώρες ανήλθαν σε 13,3 εκατ., εκ των οποίων το 60% προήλθε από χώρες της ΕΕ, ενώ το 40% αφορούσε επισκέπτες από χώρες- μέλη της Ευρωζώνης.

1. Σιγάλα, Μ. και Χρήστου, Ε. (2014). *Από τον μαζικό τουρισμό στον τουρισμό της εμπειρίας*.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2

Διαχρονική εξέλιξη αφίξεων αλλοδαπών επισκεπτών ανά ήπειρο



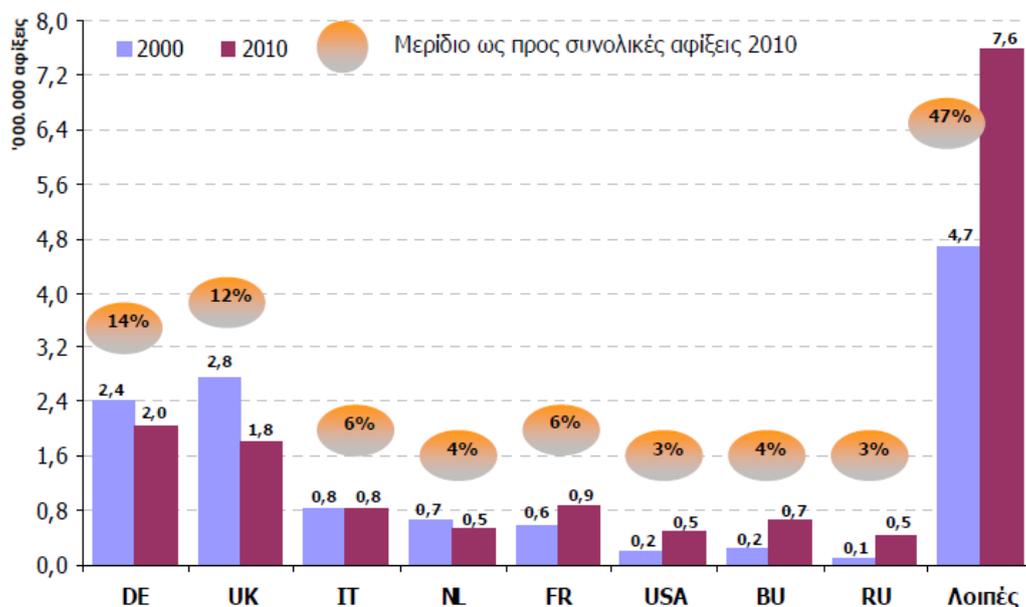
ΠΗΓΗ : ΕΛΣΤΑΤ

Σε επίπεδο χωρών, η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούν διαχρονικά τις παραδοσιακές αγορές από τις οποίες προέρχεται ο μεγαλύτερος αριθμός ξένων επισκεπτών, αν και το μερίδιό τους βαίνει μειούμενο τα τελευταία χρόνια. Είναι ενδεικτικό ότι το 2010 το ποσοστό από τις χώρες αυτές διαμορφώθηκε στο 14% και 12% των συνολικών αφίξεων, όταν το 2000 κυμαίνονταν στο 19% και 22% αντίστοιχα. Την τελευταία δεκαετία ωστόσο, αναδείχθηκαν νέες χώρες-αγορές από τις οποίες η Ελλάδα προσελκύει σημαντικό αριθμό επισκεπτών. Οι χώρες αυτές είναι κυρίως η Ρωσία και οι γειτονικές Βαλκανικές με τις αφίξεις να αντισταθμίζουν εν μέρει την κάμψη από άλλες χώρες (Διάγραμμα 2.2). Ιδιαίτερα οι αφίξεις από την Ρωσία εμφανίζουν σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια (μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης 20% την περίοδο 2005-2010), συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην ενίσχυση των τουριστικών εισπράξεων, καθώς η μέση δαπάνη των επισκεπτών από τη χώρα αυτή κυμαίνεται σε διπλάσιο σχεδόν επίπεδο από τον αντίστοιχο μέσο όρο στο σύνολο των ξένων επισκεπτών (1.099 ευρώ έναντι 640 ευρώ μέση δαπάνη ανά ταξίδι το 2010). Αντίθετα, μικρός είναι ο αριθμός των επισκεπτών από χώρες όπως η Ιαπωνία και η Κίνα, γεγονός που υποδεικνύει την ύπαρξη και άλλων αγορών από τις οποίες η Ελλάδα θα

μπορούσε να επωφεληθεί από την προσέλκυση σημαντικού αριθμού επισκεπτών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3

Αφίξεις ξένων επισκεπτών στην Ελλάδα μεταξύ 2000 και 2010

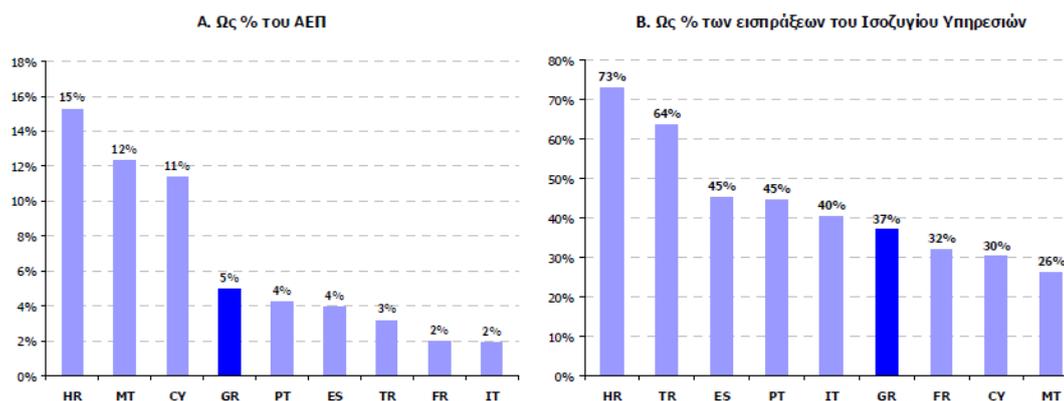


DE: Γερμανία, UK: Ην. Βασίλειο, IT: Ιταλία, NL: Ολλανδία, FR: Γαλλία, USA: Η.Π.Α., BU: Βουλγαρία, RU: Ρωσία
 ΠΗΓΗ: ΕΛΣΤΑΤ

Η συνεισφορά του τουρισμού στην ελληνική οικονομία αποτυπώνεται στις τουριστικές εισπράξεις (τη δαπάνη δηλαδή των ξένων επισκεπτών κατά την επίσκεψή τους στην Ελλάδα) η οποία αποτελεί το 5% (μέσος όρος πενταετίας 2005-2010) του ΑΕΠ, αναλογία που είναι υψηλότερη συγκριτικά με άλλες τουριστικά αναπτυγμένες χώρες της Μεσογείου, όπως η Ισπανία και η Τουρκία .

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.4

Τουριστικές εισπράξεις σε προορισμούς της Μεσογείου (ως % του ΑΕΠ και των εισπράξεων του Ισοζυγίου Υπηρεσιών), Μ.Ο.:2005-2010



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

Πηγή: Eurostat

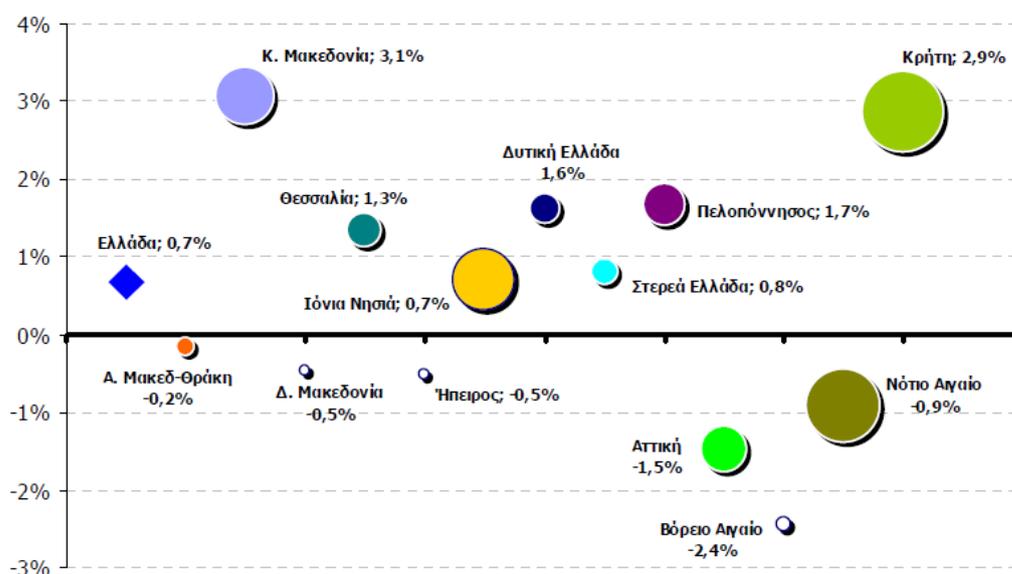
Αντίστοιχα, τα έσοδα από τον αλλοδαπό τουρισμό υπερβαίνουν το 1/3 των συνολικών εισπράξεων του ισοζυγίου υπηρεσιών (αναλογία αντίστοιχη σχεδόν με εκείνη της Ιταλίας) γεγονός που συμβάλλει ουσιαστικά στη μείωση του ελλείμματος των τρεχουσών συναλλαγών

Σε επίπεδο περιφερειών από την άλλη πλευρά, υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις τόσο ως προς την ανάπτυξη του τουρισμού, όσο και στη δυναμική που έχει αναπτυχθεί την τελευταία δεκαετία.

Με βάση τις διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα και κάμπινγκ, το μεγαλύτερο ποσοστό καταγράφεται στην Κρήτη και στο Νότιο Αιγαίο, περιοχές που συγκαταλέγονται ανάμεσα στις περιφέρειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης με τη μεγαλύτερη αναλογία διανυκτερεύσεων από αλλοδαπούς επισκέπτες. Παρατηρείται επίσης, συγκέντρωση της τουριστικής ζήτησης σε σχετικά λίγες περιφέρειες της χώρας, καθώς σημαντικός αριθμός διανυκτερεύσεων (εκτός από την Κρήτη και το Νότιο Αιγαίο) καταγράφεται επίσης στα Ιόνια Νησιά και στην Κεντρική Μακεδονία (Διάγραμμα 2.5).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.5

Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής –ΜΕΡΜ- διανυκτερεύσεων στα Ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα ανά περιφέρεια την περίοδο 2000-2010



*Στον κάθετο άξονα παρουσιάζεται ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής των συνολικών διανυκτερεύσεων ανά περιφέρεια.

Το μέγεθος κάθε κύκλου αντανακλά αναλογικά τον αριθμό διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούνται σε κάθε περιφέρεια *Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ*

Αντίθετα, σε περιοχές με αξιόλογο φυσικό κάλλος, όπως το Βόρειο Αιγαίο, την Ήπειρο και την Ανατολική Μακεδονία – Θράκη, παρατηρείται αρκετά μικρότερος αριθμός διανυκτερεύσεων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση της Δυτικής Μακεδονίας, της μοναδικής περιφέρειας της χώρας χωρίς πρόσβαση στη θάλασσα, όπου οι διανυκτερεύσεις αντιστοιχούν μόλις στο 1% των συνολικών στη χώρα. Διαφαίνεται επομένως, πιθανό ανεκμετάλλευτο δυναμικό για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη σε περιοχές όπως η Δυτική Ελλάδα, η Πελοπόννησος, αλλά και η Αττική, δεδομένων των δυνατοτήτων για την ανάπτυξη του τουρισμού πόλεων (προορισμός city break).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Η ΠΟΛΥΔΙΑΣΤΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

3.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΕΝΑ ΕΓΧΩΡΙΟ ΠΡΟΙΟΝ

Με περισσότερα από 16,000 χιλιόμετρα ακτογραμμής, πάνω από 6.000 νησιά, και με εδραιωμένη πλέον θέση στην παγκόσμια αγορά τουρισμού, η Ελλάδα παρουσιάζει εξαιρετικές ευκαιρίες στον συγκεκριμένο κλάδο. Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για καλοκαιρινές διακοπές, αλλά προσφέρει επίσης ελκυστικές προτάσεις για θεματικό τουρισμό όλο τον χρόνο. Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της, όπως η πλούσια πολιτισμική κληρονομιά, η φυσική ομορφιά του τόπου και η γεωγραφική ποικιλομορφία προσελκύουν τα τελευταία χρόνια σημαντικές επενδύσεις στον κλάδο του τουρισμού, ενισχύοντας την εικόνα της Ελλάδας αφενός ως τουριστικού προορισμού παγκόσμιου βεληνεκούς, και αφετέρου ως τουριστική αγορά με εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες. Ακόμα και κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, ο τουρισμός στην Ελλάδα υπήρξε από τους βασικούς πυλώνες ανάπτυξης, με σημαντική συμβολή στην αγορά εργασίας, παρουσιάζοντας συνεχή αύξηση στα έσοδα και στις αφίξεις επισκεπτών, καθοδηγούμενη από:

- Τη συνεχή προσπάθεια της ελληνικής κυβέρνησης και των τουριστικών επιχειρήσεων να αναβαθμίσουν τα προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα
- Την ανάπτυξη νέων και σημαντικών αγορών για την Ελλάδα όπως η Ρωσία, το Ισραήλ, η Τουρκία και η Κίνα.

Την παρούσα χρονική στιγμή, ο τουριστικός κλάδος στο πλαίσιο μιας νέας πρωτοβουλίας στρατηγικής αναβάθμισης, εστιάζει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, και στην προσέλκυση υψηλότερης αξίας τουριστικών ομάδων (επισκέπτες με υψηλά εισοδήματα, επισκέπτες

High- net- worth), στην αύξηση του μέσου εσόδου ανά επισκέπτη και στο άνοιγμα της Ελλάδας σε νέες αγορές. Μέσα στα επόμενα χρόνια, η Ελλάδα έχει δεσμευτεί να προβεί σε σημαντικές επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού, εστιάζοντας τόσο στην αναβάθμιση, όσο και στον εμπλουτισμό του παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα» με έναν σημαντικό αριθμό περισσότερο εστιασμένων τουριστικών προϊόντων υψηλότερης αξίας, όπως:

- **Εμπλουτισμός του κλασσικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα»**, με έννοιες και υπηρεσίες όπως: ευεξία, πολυτέλεια, τοπική γαστρονομία, με σκοπό την αναβάθμιση και επέκταση των κλασσικών καλοκαιρινών διακοπών
- **Θαλάσσιος τουρισμός**, όπου γίνονται προσπάθειες αφενός για την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού κρουαζιερόπλοιων, αφετέρου για την αναβάθμιση και την ενίσχυση της προσφοράς των διακοπών με σκάφος αναψυχής/ιστιοπλοϊκό
- **Τουρισμός πόλεων**, εστιασμένος κυρίως στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη
- **Πολιτισμικός και Θρησκευτικός Τουρισμός**, ο οποίος έχει ως στόχο την αναβάθμιση και την εκμετάλλευση ορισμένων ιστορικών, πολιτισμικών και θρησκευτικών μνημείων και μουσείων της Ελλάδας
- **Ιατρικός τουρισμός**, ο οποίος αποτελεί μία εξαιρετικά ενδιαφέρουσα ευκαιρία ανάπτυξης, υπό την προϋπόθεση ότι το εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό θα συνδυαστεί με επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και υποδομές
- **Συνεδριακός τουρισμός**, με στόχο την εδραίωση της θέσης της Ελλάδας και την καθιέρωση της χώρας ως επίκεντρο του συνεδριακού τουρισμού για τους διεθνείς οργανισμούς και τις εταιρίες
- **Σύνθετα τουριστικά καταλύματα** με εξοχικές κατοικίες αναπτύσσονται σε παραδοσιακούς και νέους προορισμούς αξιοποιώντας τον νέο σχετικό νόμο και την νέα άδεια διαμονής σε κατοίκους τρίτων χωρών που επενδύουν σε ακίνητα.

Η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος υποστηρίζεται από σημαντικές πρωτοβουλίες της Ελληνικής Κυβέρνησης, του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, καθώς και από τις Περιφερειακές Αρχές και τους Δήμους, και θεωρείται ένας από τους πιο στρατηγικούς μοχλούς ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας.

3.2 ΥΠΟ-ΤΟΜΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.2,1 Ήλιος και Θάλασσα



Μια χώρα συνώνυμη με το φως, την θάλασσα και τον ήλιο, τις πεντακάθαρές θάλασσες του Αιγαίου και του Ιονίου, τις βραβευμένες παραλίες και μαρίνες, τα αναρίθμητα νησιά, το yachting και την ιστιοπλοΐα, τα θαλάσσια σπορ. Στην Ελλάδα οι καλοκαιρινές διακοπές ξεκινούν το Μάιο και διαρκούν έως τον Οκτώβριο. Από την δεκαετία του 1960 η Ελλάδα ήταν ήδη από τότε διάσημη σε όλο τον κόσμο για τον ήλιο και τις παραλίες της – και, έως σήμερα, παραμένει ένας από τους **κορυφαίους προορισμούς παγκοσμίως**. Στο μπλε της θάλασσας, τις παρθένες και εξωτικές παραλίες, το απαράμιλλο φως του Αιγαίου, τους φιλόξενους ανθρώπους, τα νησιά με τη μοναδική αρχιτεκτονική και το σπουδαίο πολιτισμό, έχει προσθέσει τις υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων, τα boutique hotels, τα spa, τις μαρίνες της. Η Ελλάδα δεν είναι ένα «σκηνικό» που στήνεται για να υποδεχθεί κάθε καλοκαίρι, τους επισκέπτες της, όπως συμβαίνει σε άλλους προορισμούς. Η Ελλάδα λούζεται στο φως και ζει πλάι στη θάλασσα όλο το χρόνο! Κάθε μέρα του ελληνικού καλοκαιριού μοιάζει με γιορτή –και είναι! Η Ελλάδα γιορτάζει το καλοκαίρι έξι με επτά μήνες τον χρόνο. Φιλόξενη,

λαμπερή, πολύχρωμη, προσφέρει τους αμύθητους θησαυρούς της σε όλους. Και κατά την άποψη μου, οι έλληνες δεν χρειάστηκε να εκπαιδευτούν για να στηρίξουν τον φυσικό τους πλούτο, όπως συμβαίνει σε άλλους προορισμούς, που κάνουν προσπάθεια για να είναι φιλόξενοι. Το μεσογειακό χαρακτηριστικό συμβάλει στην φυσική συμπεριφορά του έλληνα.

Το τουριστικό προϊόν «Ηλιος και Θάλασσα» ανέκαθεν αποτελούσε για την Ελλάδα σημαντική πηγή εσόδων, βοηθούμενη από το ήπιο κλίμα, την ποικιλία ηλιόλουστων νησιών και όμορφων παραλιών, καθώς επίσης και από τις παραδοσιακές και αυθεντικές ξενοδοχειακές υποδομές. Η Ελλάδα επενδύει στην αναβάθμιση των παραδοσιακών προϊόντων «Ηλιος και Θάλασσα», ακολουθώντας τις παρακάτω στρατηγικές-κινήσεις.

- Βελτίωση της ποιότητας και πιστοποίηση των ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς επίσης και δημιουργία πολυτελών θέρετρων, με σκοπό να προσελκύσει η Ελλάδα κοινά με υψηλότερα εισοδήματα που ενδιαφέρονται για τουριστικά προϊόντα υψηλότερης αξίας.
- Προσαρμογή του νομοθετικού πλαισίου, έτσι ώστε να συνδυάζονται οι τουριστικές επενδύσεις με την κατασκευή παραθεριστικών κατοικιών, με απώτερο στόχο την προσέλκυση συνταξιούχων και ανθρώπων τρίτης ηλικίας για διακοπές «μακράς διάρκειας».
- Βελτίωση των υποδομών μεταφοράς, μέσα από την αναβάθμιση των περιφερειακών αεροδρομίων, λιμένων, μαρίνων και του οδικού δικτύου
- Δημιουργία νέων, στοχευόμενων τουριστικών προϊόντων, εστιασμένα σε συγκεκριμένες θεματικές ενότητες, με κύριο άξονα την τοπική κουλτούρα και τις φυσικές ομορφιές, και με σκοπό να αυξηθεί το μέσο τουριστικό έξοδο ανά ημέρα, καθώς επίσης και να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος πέρα από τους καλοκαιρινούς μήνες.

Ως μέρος της νέας αυτής στρατηγικής, οι ιδιωτικές επενδύσεις, τόσο σε εδραιωμένους τουριστικούς προορισμούς, όπως τα νησιά του Αιγαίου, του Ιονίου και η Κρήτη, όσο και σε αναπτυσσόμενους και πολλά υποσχόμενους προορισμούς, όπως η Πελοπόννησος είναι καλοδεχούμενες και υποστηρίζονται ενεργά από το Ελληνικό Κράτος. Μια πολλά υποσχόμενη επενδυτική ευκαιρία που συνδυάζει τις υπάρχουσες υποδομές με την ανάπτυξη νέων αγορών, είναι η αναβάθμιση των τοπικών και καλά τοποθετημένων ξενοδοχείων σε επώνυμα-branded ξενοδοχεία/ξενοδοχειακές αλυσίδες. Σύμφωνα με μια

πρόσφατη μελέτη για τα Ελληνικά επώνυμα ξενοδοχεία, η Ελλάδα έχει σημαντικά χαμηλότερη παρουσία διεθνών brands, τόσο από την πλευρά των ξενοδοχείων (6% έναντι άνω του 15% σε άλλες χώρες της ΕΕ), όσο και από την πλευρά των δωματίων (24% του συνόλου των δωματίων στην Ελλάδα σε σχέση με περισσότερο από 37% σε άλλες χώρες της ΕΕ).

3.2,2 Θαλάσσιος Τουρισμός



Εδώ υπάρχει η δυνατότητα να χαρεί ο επισκέπτης με όλες του τις αισθήσεις. Με βουτιές σε κρυστάλλινα νερά , ατέλειωτες ώρες χαλάρωσης σε εξωτικές παραλίες και μοναχικούς όρμους. Με ιστιοπλοΐα στο Ιόνιο και στο Αιγαίο, wind surf, kite surf, beach volley, κανό και καγιάκ. Με καταδύσεις σε βυθούς μαγικούς, εξερεύνηση σε θαλάσσια σπήλαια κ.α.



Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μία σημαντική κατηγορία στην γενικότερη εικόνα του τουρισμού που επίσης έχει πολλές υποκατηγορίες , όπως απεικονίζεται πιο κάτω:



Το δυνατό σημείο του θαλάσσιου τουρισμού, είναι η κρουαζιέρα. Εταιρείες κρουαζιέρας, λιμένων και προορισμών, προμηθευτών κρουαζιερόπλοιων, πρακτορείων ναύλωσης γιότ, φορέων ανάπτυξης και διαχείρισης μαρίνων, τοπικών αρχών και κρατικών φορέων αναλαμβάνουν την σκυτάλη για να είναι ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα, ο ιδανικός τόπος περιήγησης και γνωριμίας και τα περισσότερα λιμάνια εν δυνάμει προορισμοί και για το μέλλον. Και σε αυτή τη κατεύθυνση όλοι οι φορείς έχουν να κάνουν πολλά, να επισπεύσουν τη

διαδικασία ανάπτυξης των λιμενικών υποδομών και τη διαμόρφωση άριστων συνθηκών υποδοχής και εξυπηρέτησης των επισκεπτών. Είναι πολύ σημαντικό το ζήτημα καλύτερης προετοιμασίας και οργάνωσης των τόπων υποδοχής ώστε ο περιηγητής στον ελάχιστο χρόνο που διαθέτει συνήθως, από το πρόγραμμα της κρουαζιέρας να μπορεί να απολαύσει την περιήγηση και να συνδεθεί με τον τόπο που επισκέπτεται. Η Ελλάδα συγκεντρώνει ολοένα και περισσότερο τα βλέμματα των ισχυρότερων αλλά και νέων, δυναμικά ανερχόμενων επιχειρηματιών της διεθνούς αγοράς κρουαζιέρας, οι οποίοι αναζητούν νέους προορισμούς υψηλής ζήτησης για τα γιγαντιαία κρουαζιερόπλοια που ναυπήγησαν τα τελευταία χρόνια αλλά και γι' αυτά που «κτίζονται». Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα, ωστόσο, της χώρας προέρχεται από το γεγονός ότι βρίσκεται στη Μεσόγειο, η οποία είναι η δεύτερη σημαντικότερη αγορά του κλάδου, με το ανατολικό της κομμάτι να είναι το αναξιοποίητο «φιλέτο» της περιοχής. Η διεθνής έκρηξη που καταγράφεται τα τελευταία χρόνια στη ζήτηση για κρουαζιέρες αποτυπώνεται στην αλματώδη αύξηση του αριθμού των νέων κρουαζιερόπλοιων που εισήλθαν στην αγορά. Το αλματώδες ανάπτυξη φαίνεται σε πρόσφατα στοιχεία της Διεθνούς Ένωσης Εταιρειών Κρουαζιέρας (CLIA). Σύμφωνα με αυτά, τη δεκαετία του '80 εισήλθαν στην αγορά 40 νέα πλοία, τη δεκαετία του '90 ο αριθμός διπλασιάστηκε σε 80, ενώ **την περίοδο 2000-2013 τα νέα κρουαζιερόπλοια έφθασαν τα 167!** Ο αριθμός τους, μάλιστα, θα αυξηθεί ακόμα περισσότερο. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία παραγγελιών, την περίοδο 2014-2017 πρόκειται να παραδοθούν σε ομίλους κρουαζιέρας για να ξεκινήσουν ταξίδια 21 νέα κρουαζιερόπλοια που θα έχουν τη δυνατότητα να μεταφέρουν συνολικά 65.633 επιβάτες. Ενδεικτικό των τεράστιων επενδύσεων που υλοποιούνται στον χώρο της κρουαζιέρας είναι το γεγονός ότι τα 11 νέα πλοία που παραδόθηκαν το 2013 κόστισαν 2,3 δισ. δολάρια (1,67 δισ. ευρώ), ενώ τα 8 κρουαζιερόπλοια που θα μπου στην αγορά το 2014 αποτελούν επένδυση 5,7 δισ. δολαρίων (4,13 δισ. ευρώ). Η ναυπήγηση των συνολικά 21 πλοίων που θα ξεκινήσουν κρουαζιέρες την επόμενη τετραετία **θα κοστίσει 15,1 δισ. δολάρια (10,9 δισ. ευρώ)**. Πλεονέκτημα για την Ελλάδα είναι το γεγονός ότι η Μεσόγειος είναι η δεύτερη σημαντικότερη αγορά κρουαζιέρας του πλανήτη. Το 2013 οι κρουαζιέρες στην περιοχή αυτή αντιπροσώπευσαν το 21,7% της παγκόσμιας αγοράς έναντι μεριδίου 34,4% της Καραϊβικής. Ακολουθούν η Βόρεια Ευρώπη (10,9%), η Αυστραλία (5%), η Αλάσκα (4,8%), η Νότια Αμερική (3,9%) και η Ασία (3,4%).

Αμερικανικοί και ευρωπαϊκοί όμιλοι κρουαζιέρας αναζητούν τρόπους επέκτασής τους στη Μεσόγειο, γεγονός που συνδέεται με την πρόσφατη απόφαση της Ε.Ε. να χρηματοδοτήσει κατά 95% την **επένδυση 120**

εκατ. ευρώ για τη δημιουργία του νέου τερματικού σταθμού κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι του Πειραιά.

3.2,2^α Οι κρυμμένες υπεραξίες

Την ευκαιρία που έχει ο ελληνικός τουρισμός μέσω της κρουαζιέρας αποτυπώνεται στα στοιχεία του οργανισμού των λιμανιών κρουαζιέρας της Μεσογείου (Med Cruise). Με μόνη εξαίρεση τη μικρή μείωση κατά 2,8% το 2012, η μεσογειακή κρουαζιέρα κατέγραψε αύξηση 129% την περίοδο 2003-2012. Εκρηκτική είναι η άνοδος της κίνησης επιβατών, οι οποίοι τετραπλασιάστηκαν την τελευταία 12ετία φθάνοντας από τα 6,9 εκατ. το 2000 στα 24,8 εκατ. επιβάτες το 2012. Σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία, η Ελλάδα είναι **ο τρίτος σημαντικότερος προορισμός κρουαζιέρας της Μεσογείου** με 2,2 εκατ. επιβάτες, αλλά βρίσκεται πολύ πίσω: 9,3 εκατ. αντιστοιχούν στην Ιταλία και 5,1 εκατ. στην Ισπανία. Οι τρεις χώρες διαθέτουν σημαντικό αριθμό λιμανιών που αποτελούν δημοφιλείς προορισμούς κρουαζιερόπλοιων: 15 η Ιταλία, 12 η Ισπανία και 10 η Ελλάδα. Ωστόσο, μόνο ο Πειραιάς συμπεριλαμβάνεται στον κατάλογο με τα δέκα κυριότερα λιμάνια κρουαζιέρας της Μεσογείου, καταλαμβάνοντας την έκτη θέση, σύμφωνα με τα στοιχεία του 2012. Η αναξιοποίητη δυναμική του συγκεκριμένου τομέα στην Ελλάδα αποτυπώνεται ανάγλυφα στα δεδομένα της MedCruise για τους διερχόμενους επιβάτες (transit) και για αυτούς που ξεκινούν την κρουαζιέρα τους από λιμάνια της χώρας (home port). Με βάση τις κρουαζιέρες που έχουν αφετηρία λιμάνια της κάθε χώρας (home port) η Ελλάδα αποσπά μερίδιο αγοράς μόλις 6,2% στη Μεσόγειο. Το ποσοστό αυτό όμως **σχεδόν διπλασιάζεται** όσον αφορά τις αφίξεις κρουαζιερόπλοιων (10,6%) και διερχόμενων επιβατών (10%). Αυτό υποδηλώνει πως οι ταξιδιώτες που θέλουν να επισκεφθούν ελληνικούς προορισμούς είναι πολύ περισσότεροι από όσους ξεκινούν την κρουαζιέρα τους από κάποιο ελληνικό λιμάνι (κυρίως τον Πειραιά). Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος (ΤτΕ), οι συνολικοί επισκέπτες κρουαζιέρας το 2012 εκτιμώνται σε 1,7 εκατ. ταξιδιώτες και οι διανυκτερεύσεις που πραγματοποιήσαν εκτός των πλοίων υπολογίζονται σε 3,3 εκατ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1

Πίνακας 1: Παγκόσμια ζήτηση για κρουαζιέρα από 2000 έως 2010

Περιοχή	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Εκατομμύρια επιβάτες							
Β. Αμερική	6.88	9.96	10.38	10.45	10.29	10.40	11.11
Ευρώπη	2.07	3.15	3.44	4.05	4.46	5.00	5.54
Υπόλοιπος Κόσμος	0.78	1.21	1.29	1.37	1.45	2.18	2.25
Σύνολο	9.73	14.32	15.11	15.87	16.20	17.58	18.80

Πηγή: ECC, (2011)

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2

Πίνακας 2: Δυτική Ευρωπαϊκή Αγορά κρουαζιέρας 2008- 2010

	2008		2009		2010		Μεταβολή 2008/10
	εκατ. Επιβάτες	Μερίδιο Αγοράς %	Σύνολο σε εκατ. Επιβάτες	Αγοράς %	Σύνολο σε εκατ. Επιβάτες	Μερίδιο Αγοράς %	
Ην. Βασιλεία	1.477	33	1.533	31	1.622	30	10
Γερμανία	907	21	1.026	21	1.219	22	34
Ιταλία	682	15	799	16	889	16	30
Ισπανία	497	11	587	12	645	12	30
Γαλλία	310	7	347	7	387	7	25
Άλλοι	550	12	652	13	690	13	25
Σύνολο	4.422	100	4.944	100	5.452	100	23

Πηγή: ECC, (2011)

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3

Πίνακας 5: Κορυφαία λιμάνια κρουαζιέρας το 2010 – Χιλιάδες επιβάτες

Λιμάνια	Επιβιβάσεις	Αποβιβάσεις	Λιμάνι διέλευσης	Σύνολο
Μεσογειακό top ten				
Barcelona	632	631	1.085	2348
Civitavecchia	360	360	1.200	1920
Venice	651	661	305	1617
Palma Majorca	284	284	778	1346
Piraeus	255	255	700	1210
Naples	25	25	1.068	1118
Dubrovnik	9	8	953	970
Tunis	0	0	850	850
Livorno	25	25	775	825
Santorini	0	0	758	758
Βόρειο ευρωπαϊκό top ten				
Southampton	596	597	7	1200
Compenhagen	220	220	222	662
Lisbon	31	32	385	448
St.Petersburg	0	0	428	428
Stockholm	20	20	375	415
Tallinn	0	0	389	389
Helsinki	18	18	306	342
Kiel	165	166	10	341
Dover	128	127	52	307
Bergen	1	1	291	293

Πηγή: ECC, (2011)

Η ανάπτυξη των απαιτούμενων υποδομών για να υποστηριχθεί ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που έχει αναλάβει η Ελλάδα για τα επόμενα χρόνια.

Συγκεκριμένα:

- Στην αναβάθμιση των εγκαταστάσεων των λιμένων, με σκοπό την αύξηση της δυνατότητας φιλοξενίας κρουαζιερόπλοιων, έτσι ώστε περισσότερες εταιρίες κρουαζιέρας να εδρεύουν στα Ελληνικά λιμάνια κατά την διάρκεια των μεσογειακών τουςδρομολογίων.
- Στην ιδιωτικοποίηση και αναβάθμιση των κρατικών μαρίνων, με σκοπό να προσελκύουν περισσότερα γιοτ/σκάφη αναψυχής. Αρκετοί διεθνείς επενδυτές έχουν ήδη εκδηλώσει το ενδιαφέρον τους και έχουν προβεί σε επενδύσεις στο θαλάσσιο τουρισμό της Ελλάδας, αναγνωρίζοντας την ασύγκριτη ευκαιρία που παρουσιάζεται σε αυτό το υψηλής αξίας τουριστικό προϊόν. Η Ελλάδα βιώνει μια περίοδο άνθησης του αριθμού των κρουαζιερόπλοιων και των επισκεπτών, κυρίως μετά τις πρόσφατες ρυθμιστικές αλλαγές που εφαρμόζει η χώρα προκειμένου να καταργηθεί το καμποτάζ στις κρουαζιέρες. Η απόφαση αυτή έχει απελευθερώσει την αγορά της κρουαζιέρας καθώς επιτρέπει στα μη Ευρωπαϊκά κρουαζιερόπλοια να ξεκινούν από τα ελληνικά λιμάνια, και σε συνδυασμό με τις προγραμματισμένες βελτιώσεις των υποδομών σε μεγάλα ελληνικά λιμάνια, αναμένεται μια σημαντική αύξηση του αριθμού κρουαζιερόπλοιων που είτε θα χρησιμοποιούν τα ελληνικά λιμάνια ως σημείο αφητηρίας, είτε ως πιθανούς προορισμούς. Τα βασικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας είναι η μεγάλη ακτογραμμή, ο σημαντικός αριθμός διαθέσιμων λιμανιών (τα πιο πολλά σε προορισμούς παγκόσμιου βεληνεκούς) και οι μικρές αποστάσεις μεταξύ των τουριστικών προορισμών σε μια χώρα στην καρδιά μιας ιδιαίτερα τουριστικής περιοχής της Ανατολικής Μεσογείου.

Βασικά Μεγέθη

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4

Αύξηση των επιβατών σε κρουαζιέρες στο λιμάνι του Πειραιά, από το 2002 μέχρι το 2014	>300% ⁸
Αριθμός επιβατών σε κρουαζιέρες το 2014	2,2 εκατ.
Στόχευση των επιβατών κρουαζιέρας τα επόμενα 2-3 χρόνια	4 εκατ.
Προβλεπόμενα έσοδα για τον τομέα της κρουαζιέρας το 2016 (€)	1 δισ.
% Επισκεπτών με κρουαζιέρες της Ε.Ε. που αποσπά η Ελλάδα	21% ⁹

McKinseyreport

3.2,3 Τουρισμός Πόλεων



Ο τουρισμός πόλεων αναφέρεται σε διακοπές τριών ή τεσσάρων ημερών σε μεγάλες πόλεις, κατά τη διάρκεια των οποίων ο επισκέπτης συνδυάζει πολιτισμικές δραστηριότητες με τις αστικές δραστηριότητες που προσφέρει ο κάθε προορισμός. Αποτελεί πηγή τουριστικών εσόδων καθ' όλη την διάρκεια του έτους, και έχει συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη πολλών πόλεων της Ευρώπης και της Ασίας. Τόσο η Αθήνα, όσο και η Θεσσαλονίκη συνδυάζουν αρμονικά όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για να εδραιώσουν την θέση τους στην αγορά του τουρισμού

πόλης, σημαντική πολιτισμική κληρονομιά, δραστήρια και έντονη αστική ζωή, ένα συνεχώς αυξανόμενο δίκτυο απευθείας πτήσεων από σημαντικές πόλεις του εξωτερικού, καθώς και το ήπιο και ευχάριστο κλίμα που επιτρέπει στους επισκέπτες να απολαύσουν βόλτες και μικρές εξορμήσεις σε κοντινά νησιά όπως τις Σπέτσες ή την Ύδρα, ή να επισκεφτούν σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, όπως αυτός της Βεργίνας.

Με στοχευμένες επενδύσεις στις ξενοδοχειακές υποδομές, τις εγκαταστάσεις και τις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες, η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη μπορούν να βελτιώσουν εντυπωσιακά την εικόνα τους τόσο στην Δυτική Ευρώπη, όσο και σε αναδυόμενες αγορές όπως η Ρωσία, η Τουρκία και το Ισραήλ, με αποτέλεσμα να γίνουν πιο ελκυστικοί και ανταγωνιστικοί διεθνείς προορισμοί για τον τουρισμό πόλεων.

Σε αυτό το πλαίσιο, τόσο το Υπουργείο Τουρισμού, όσο και οι αντίστοιχες τοπικές υπηρεσίες έχουν εκδηλώσει την ενεργή τους υποστήριξη σε όσους ενδιαφέρονται για επενδύσεις και επιχειρηματικές πρακτικές που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των δύο πόλεων και που θα τις καταστήσουν πιο ελκυστικές ως τουριστικούς προορισμούς.

3.2,4 Πολιτιστικός Τουρισμός



Ως πολιτιστικός τουρισμός προσδιορίζεται η περιήγηση με κεντρικό κίνητρο την επίσκεψη των πολιτιστικών μνημείων και των πόρων πολιτιστικής κληρονομιάς ενός προορισμού, όπως αρχαιολογικοί χώροι, ιστορικά μνημεία, θρησκευτικά μνημεία, το δομημένο περιβάλλον (οικιστικά σύνολα αρχιτεκτονικής αξίας, παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα πόλεων, ιστορικοί φάροι κλπ) και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις (μουσικής, χορού, τέχνης, θεάτρου κλπ.). Αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική μορφή τουρισμού, αφού το πολιτιστικό κίνητρο ήταν και παραμένει ένας από τους κυριότερους λόγους ταξιδιών για τους τουρίστες σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην περίπτωση της Ελλάδας, ο συνδυασμός του αρχαιολογικού πλούτου και του αρχαιοελληνικού πολιτισμού αποτελεί διαχρονικά έναν από τους κυριότερους πόλους προσέλκυσης τουριστών στην χώρα και ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων τουριστικών προορισμών.

3.2,4^α Αμύθητος πλούτος

Καλοκαίρι στην Ελλάδα δίπλα στη θάλασσα λάμπουν τα αρχαία μάρμαρα. Η Πορτάρα στη Νάξο, η Δήλος, ο Σκάρκος στην Ίο, η Φαιστός στο Ηράκλειο της Κρήτης. Διάσημοι καλοκαιρινοί προορισμοί απ' όπου

το παρελθόν της Ελλάδας αναδύεται και φωτίζεται από τον ήλιο. Σχεδόν όλα τα νησιά μας διαθέτουν τουλάχιστον, έναν αρχαίο ναό. Η αρχαία Ολυμπία, η Κνωσός και η Γόρτυνα, οι μονές του Αγίου Όρους, το Ακρωτήριο της Σαντορίνης, απέχουν μια ανάσα από τη θάλασσα και είναι στις πρώτες θέσεις της ατζέντας των καλοκαιρινών διακοπών. Όπως και τα αρχαιολογικά μουσεία, οι βυζαντινές μονές, τα κάστρα, οι πύργοι, τα βιομηχανικά μνημεία, τα αρχαία μονοπάτια. Ακόμη και το πιο μικρό πράγμα, στην Ελλάδα έχει μεγάλη ιστορία. Κάθε βήμα είναι ένα ταξίδι στο χρόνο και στους αιώνες. Είναι η αναζήτηση του παρελθόντος, μια περιέργεια και μια εξερεύνηση. Η Ελλάδα είναι μία από τις πλουσιότερες χώρες στην Ευρώπη ως προς την σπουδαιότητα και το πλήθος των ιστορικών μνημείων. Η Ελλάδα μετράει 17 μνημεία «Παγκόσμιας Κληρονομιάς», σημαντικό αριθμό μουσείων, μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, καθώς και πολλές εκκλησίες και σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος, γεγονός που την τοποθετεί μέσα στην πρώτη δεκάδα των προορισμών με ιστορική και πολιτισμική σημασία. Σύμφωνα με το διεθνή οργανισμό προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς **UNESCO**, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί το πιο γρήγορα αναπτυσσόμενο, σε παγκόσμια κλίμακα, προϊόν της τουριστικής βιομηχανίας .

Η παγκόσμια πολιτιστική κληρονομιά που προστατεύεται από την UNESCO, μετρά 890 περιοχές με πολιτιστικό και φυσικό ενδιαφέρον. Οι 689 από αυτές τις περιοχές έχουν πολιτιστικό χαρακτήρα, οι 176 είναι φυσικού ενδιαφέροντος, ενώ οι υπόλοιπες συνδυάζουν και τα δύο. Η Ελλάδα, σύμφωνα με τον παγκόσμιο εκπαιδευτικό, επιστημονικό και πολιτιστικό οργανισμό, UNESCO, βρίσκεται στην 11^η θέση σε αριθμό χαρακτηρισμένων τόπων πολιτιστικής κληρονομιάς παγκοσμίως. Ο πολιτιστικός τουρισμός και ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς σε άλλες χώρες αφορά στην επίσκεψη ιστορικών κτηρίων, μνημείων και μουσείων. Σε άλλες ίσως να σχετίζεται με τη φυσική ομορφιά ενός τόπου, τον οικοτουρισμό, την τέχνη, τη γαστρονομία και τη θρησκεία. Η έρευνα , Mintel (travel-and-tourism-market-) δείχνει πως ένας στους 4 Ευρωπαίους επιλέγει το ταξιδιωτικό προορισμό του, δίνοντας πολύ μεγάλη βάση και στην πολιτιστική κληρονομιά του. Μεγάλα είναι τα ποσοστά των διεθνών ταξιδιωτών και επισκεπτών προορισμών με ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία. Οι συγκεκριμένοι ταξιδιώτες έχουν την

ανάγκη να ζήσουν μία πιο «τοπική, πολιτιστική και αυθεντική εμπειρία», όταν ταξιδεύουν στο εξωτερικό και σε χώρες με πολιτιστικό χαρακτήρα, κάτι που θα επηρεάσει κατά πολύ την τουριστική βιομηχανία τα επόμενα χρόνια. Έτσι, σύμφωνα με τη στατιστική υπηρεσία ATLAS, στις πρώτες θέσεις των προτιμήσεων των τουριστών βρίσκονται τα μουσεία και τα μεγάλης ιστορικής σημασίας μνημεία. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ταξιδιώτες ηλικίας 15-24 ετών δεν προτιμούν τον πολιτιστικό τουρισμό, καθώς ενδιαφέρονται περισσότερο για τη διασκέδαση που προσφέρει ο προορισμός. Η γήρανση, όμως, του πληθυσμού ενισχύει ολοένα περισσότερο την τάση για πολιτιστικό τουρισμό και τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς. Αυτό συμβαίνει, κυρίως γιατί οι μεγαλύτερης ηλικίας ταξιδιώτες, ηλικίας 54 ετών και άνω, προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό πολιτιστικές εμπειρίες και προορισμούς που τις προσφέρουν. Ταυτόχρονα, και οι πιο μορφωμένοι ταξιδιώτες, ανεξαρτήτως ηλικίας, επιλέγουν σε μεγαλύτερο βαθμό προορισμούς για πολιτιστικό τουρισμό. Αυτό συμβαίνει εξαιτίας των γνώσεων που έχουν αποκτήσει πάνω σε θέματα που αφορούν στα πολιτιστικά στοιχεία, στην κουλτούρα και στην κληρονομιά προορισμών με ιδιαίτερη πολιτιστική σημασία.

3.2,4^B Οι προτιμήσεις των ταξιδιωτών

Η δαπάνη για τον πολιτιστικό τουρισμό από τους ταξιδιώτες που επιλέγουν τον συγκεκριμένο λόγο για την επίσκεψη ενός προορισμού, είναι συνήθως μεγαλύτερη από εκείνη του μέσου ταξιδιώτη που επιλέγει άλλους προορισμούς και διαφορετικό τρόπο τουρισμού. Έτσι, οι ιδιαίτερα εξεζητημένες προτιμήσεις τους και η επιθυμία τους να βιώσουν τις πιο αυθεντικές εμπειρίες σε κάποιον προορισμό, απαιτούν μεγαλύτερες δαπάνες. Επίσης, τα λεγόμενα city breaks αποτελούν μία κυρίαρχη τάση στον τουρισμό σήμερα. Η περαιτέρω διεύρυνση των αερομεταφορέων χαμηλού κόστους συνέβαλε στη δημιουργία επιλογών εναλλακτικού τουρισμού, που σχετίζονται με τον πολιτισμό και την πολιτιστική κληρονομιά ενός προορισμού, όπως η γαστρονομία, ο αγροτουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο μουσικός τουρισμός, ο οικολογικός τουρισμός κ.ά. Ο πολιτισμός και τα ιστορικά στοιχεία ενός τόπου βρίσκονται στον πυρήνα του τουριστικού προϊόντος κάθε προορισμού, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στη μετέπειτα διαφοροποίηση του brand του προορισμού. Χώρες όπως η Γαλλία και η

Ιταλία είναι συνυφασμένες με τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά και την πολιτιστική κληρονομιά που διαθέτουν

3.2,4^γ Εκσυγχρονισμός του πολιτιστικού τουρισμού

Πολλοί είναι εκείνοι οι πολιτιστικοί οργανισμοί που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του Internet για να εκπαιδεύσουν και να ενημερώσουν τους ταξιδιώτες μέσα από τα sites τους. Επιπλέον, άλλοι οργανισμοί πολιτιστικής κληρονομιάς εκμεταλλεύονται τα πλεονεκτήματα της κινητής τηλεφωνίας, για να βελτιωθούν, αλλά και να καινοτομήσουν. Έτσι, οι πολιτιστικοί οργανισμοί προσπαθούν να δημιουργήσουν λειτουργίες στα Smartphones, οι οποίες θα πληροφορούν τους ταξιδιώτες ακόμη και καθ' οδόν για τον προορισμό που επιλέγουν. Τον Μάρτιο του 2010, η National Trust δίνει στους ταξιδιώτες τη δυνατότητα να «κατεβάζουν», μέσα από μία λειτουργία του iPhone, πληροφορίες σχετικές με το μέρος στο οποίο βρίσκονται. Αξίζει να σημειωθεί ότι πολλοί ταξιδιωτικοί οδηγοί μπορούν να διαβαστούν στο Internet, αλλά και στα κινητά τηλέφωνα, ενώ παράλληλα είναι δυνατή και προβολή βίντεο πολλών προορισμών με πολιτιστικά χαρακτηριστικά.

3.2,4^δ Οικονομική κρίση & πολιτιστικός τουρισμός

Εξαιτίας της υφιστάμενης οικονομικής κρίσης, τα άυλα χαρακτηριστικά του πολιτισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός προορισμού με ιδιαίτερο πολιτιστικό ενδιαφέρον βαραίνουν όλο και πιο πολύ στην αντίληψη των τουριστών. Με άλλα λόγια, η επίσκεψη σε μία χώρα με σημαντική πολιτιστική κληρονομιά, η εξερεύνηση της ταυτότητάς της και του τρόπου καθημερινότητας των πολιτών της κ.λπ. αποτελούν ουσιαστικά και αξιόλογα συστατικά ταξιδιωτών στην επιλογή επισκέψεων προορισμών που τους προσφέρουν τη δυνατότητα να ζήσουν αυτή την εμπειρία. Η οικονομική κρίση φαίνεται όμως, να επηρεάζει αρνητικά τα παραδοσιακά πολιτιστικά στοιχεία των προορισμών, όπως τα μουσεία και οι γκαλερί.

3.2,4^ε Πολιτιστικά Μνημεία της Unesco

Αξίζει να αναφερθεί πως η UNESCO, ως οργανισμός προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς παγκοσμίως, προστατεύει, φυσικά, και τα πολιτιστικά και με μεγάλη ιστορική σημασία μνημεία της Ελλάδας. Ανάμεσα στα 17 ελληνικά προστατευόμενα μνημεία είναι τα εξής:

- . Το ιστορικό κέντρο, οικισμός, της Χώρας, καθώς και η Μονή του Αγίου Ιωάννου του Θεολόγου, όπως και το Σπήλαιο Αποκάλυψης στο νησί της Πάτμου.
- . Ο ναός του Επικούρειου Απόλλωνα, ο αρχαιολογικός τόπος των Δελφών.
- . Η Ακρόπολη.
- . Το Άγιο Όρος.
- . Ο αρχαιολογικός χώρος της Επιδαύρου.
- . Τα παλαιοχριστιανικά και βυζαντινά μνημεία της Θεσσαλονίκης.
- . Τα Μετέωρα.
- . Η μεσαιωνική πόλη της Ρόδου.
- . Η Αρχαία Ολυμπία.
- . Ο Μυστράς.
- . Η Μονή Δαφνίου.
- . Η Μονή Οσίου Λουκά και η Νέα Μονή Χίου.
- . Η Δήλος.
- . Το Πυθαγόρειο και το Ηραϊόν Σάμου.
- . Ο αρχαιολογικός τόπος της Βεργίνας.
- . Οι αρχαιολογικοί τόποι των Μυκηνών και της Τίρυνθας. και
- . Η Παλαιά Πόλη της Κέρκυρας.

Για να συμπεριληφθεί ένα μνημείο στη λίστα της παγκόσμιας κληρονομιάς, επιβάλλεται να είναι ξεχωριστής παγκόσμιας αξίας και σημασίας και να πληροί τουλάχιστον ένα από δέκα επιλεκτικά κριτήρια. Αυτά τα κριτήρια επεξηγούνται στον κατευθυντήριο οδηγό για την εφαρμογή της σύμβασης της παγκόσμιας κληρονομιάς, που αποτελεί, πέρα από το κείμενο της σύμβασης, ένα από τα κύρια εργαλεία της παγκόσμιας κληρονομιάς. Τα κριτήρια αναθεωρούνται τακτικά από την επιτροπή της UNESCO, ώστε να αντικατοπτρίζουν σταθερά την έννοια της εξέλιξης της παγκόσμιας κληρονομιάς.

3.2,5 Μουσικός Τουρισμός



Ο Μουσικός Τουρισμός είναι συνυφασμένος και θα έλεγα άρρηκτα δεμένος με τον Πολιτιστικό Τουρισμό. Στην Ελλάδα χρησιμοποιούνται όλα τα Αρχαία θέατρα, για συναυλίες, φεστιβάλ, μουσικά δρώμενα, όλο τον χρόνο και κυρίως τους θερινούς μήνες. Οι επισκέπτες, αλλά και οι καλεσμένοι μουσικοί καλλιτέχνες άλλων χωρών που βρίσκονται στην Ελλάδα για να απολαύσουν τις διακοπές τους, πηγαίνοντας σε μία μουσική εκδήλωση, συγχρόνως επισκέπτονται και τον Αρχαίο μας πολιτισμό, εφόσον η μουσική εκδήλωση διαδραματίζεται σ έναν αρχαιολογικό χώρο. Το πολιτιστικό μας απόθεμα, από τα μνημεία, τους αρχαιολογικούς χώρους, τα μουσεία, μπορούν να αποκομίσουν σημαντικά οφέλη, και για τον τουρισμό γενικότερα, αλλά και τις μικρές τουριστικές επιχειρήσεις ,καθώς βέβαια και τα συναφή τουριστικά επαγγέλματα, που θα βρίσκονται στην περιοχή, όπου θα λαμβάνει χώρα το εκάστοτε μουσικό γεγονός .

Ο Μουσικός Τουρισμός έχει άμεση σχέση με τις τοπικές οικονομίες, όπως άλλωστε και οι δράσεις και οι δημόσιες επενδύσεις. Είναι πλέον περισσότερο από εμφανής η ανάγκη για ανάπτυξη στο τουριστικό μας προϊόν και να μη μένουμε μόνο στο δίπτυχο « ήλιος – θάλασσα » και να

οδηγήσουμε τον ελληνικό τουρισμό σε νέους ορίζοντες και νέα πεδία δραστηριότητας. Ο Μουσικός Τουρισμός συνεργάζεται άψογα και με τον λεγόμενο, γαστρονομικό τουρισμό. Όταν γίνεται ένα παραδοσιακό πανηγύρι, μπορεί να συνδυαστεί άνετα με την παραδοσιακή κουζίνα. Σχηματοποιείται έτσι, και συγκροτείτε ένας πολλά υποσχόμενος πυλώνας τουριστικής ανάπτυξης όπου αν συνδυαστεί με τους ήδη υπάρχοντες τοπικούς φορείς, αναβαθμίζεται το συνολικό τουριστικό προϊόν σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Και αυτό γιατί, το χρονικό περιθώριο ενός μουσικού γεγονότος έχει πολύ μικρή διάρκεια, οπότε όταν αυτό συνεργάζεται και με άλλες κατηγορίες αποτελεί επαρκή λόγο για να επισκεφθεί κάποιος μια ξένη χώρα και να παραμείνει εκτός του χρονοδιαγράμματος του.

Ο Μουσικός Τουρισμός, φέρνει σε επαφή τον επισκέπτη ,με την κουλτούρα του λαού, εφόσον τα ακούσματα τους θα είναι η παραδοσιακή ελληνική μουσική, σε συνδυασμό με την ελληνική γαστρονομία εκτός από την μουσική, και με το θέατρο, τη μοντέρνα καλλιτεχνική παραγωγή της Ελλάδας. Μέσα από την μουσική που δεν περιορίζεται, φαίνεται όλη η πολιτιστική διαδρομή της Ελλάδας, σε Αρχαίο ,Βυζαντινό, Νεότερο. Αλλά δείχνει και την αυθεντική διαφορετικότητα κάθε περιοχής, νησιωτικής ή ηπειρωτικής.

3.2,6 Θρησκευτικός Τουρισμός



Ο θρησκευτικός τουρισμός, είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού. Και σε αυτή την κατηγορία ο επισκέπτης έχει πολλές επιλογές, ανάλογα με το ενδιαφέρον του ή την πίστη του. Από τα « μικρά Ιεροσόλυμα » όπως χαρακτηρίζεται το θεοβάδιστο ιερό σπήλαιο στην Πάτμο, έως το άβατο του Αγίου Όρους και της Μεγαλόχαρης Παναγίας στην Τήνο. Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς τα τελευταία χρόνια, γεγονός που τον καθιστά μια ενδιαφέρουσα μορφή εναλλακτικού τουρισμού, με ιδιαίτερη συμβολή στην ανάπτυξη και των μειονεκτικών και λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών της χώρας. Επειδή συνδέεται με τις επισκέψεις σε μνημεία ή χώρους θρησκευτικής σημασίας, αποτελεί μια περιφερειακή οικονομική δραστηριότητα, με δεδομένη τη χωρική διασπορά των εν λόγω μνημείων. Χιλιάδες βυζαντινές εκκλησίες, αμέτρητα εκκλησάκια, μοναστήρια, μονές και τοποθεσίες για ιερό προσκύνημα είναι μερικά από τα στοιχεία που προκαλούν δέος στους επισκέπτες του θρησκευτικού τουρισμού της Ελλάδας. Η σύνδεση με την κουλτούρα του τόπου και την τέχνη της εποχής είναι ακόμα ένας σημαντικός λόγος που παρακινεί τους τουρίστες να επισκέπτονται τα ιερά αξιοθέατα. Τα έργα τέχνης της Βυζαντινής και Μεταβυζαντινής περιόδου, τα ψηφιδωτά, οι τοιχογραφίες, οι εικόνες καθώς και άλλα θρησκευτικά μνημεία ελκύουν κάθε χρόνο το ενδιαφέρον χιλιάδων τουριστών. Μερικοί από τους λόγους του ενδιαφέροντος τους είναι η βαθύτερη γνώση των παραδόσεων, του

πολιτισμού και η σύνδεση της τέχνης με τη θρησκεία. Ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να συνδέεται με άλλη μορφή τουρισμού και να αποτελεί έναν «προορισμό-σταθμό» ενός μεγαλύτερου τουριστικού ταξιδιού ή να αποτελεί αυτοτελή μορφή τουρισμού, συνήθως μικρής διάρκειας, σε διαφορετικές εποχές του χρόνου. Υπάρχουν μορφές του εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες μπορούν να συνδυασθούν με το θρησκευτικό τουρισμό, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο επιστημονικός τουρισμός, ο ορεινός και χειμερινός τουρισμός και ο περιηγητικός τουρισμός.

3.2,6^α Βασικά χαρακτηριστικά

Όπως προκύπτει από έρευνα στη σχετική βιβλιογραφία, υπάρχει ομαλή κατανομή των τουριστικών επισκέψεων με θρησκευτικά κίνητρα σε όλη τη διάρκεια του έτους, όμως εμφανίζεται μια σχετική αύξηση τους θερινούς μήνες, προφανώς λόγω «συμπληρωματικής» λειτουργίας των άλλων μορφών τουρισμού. Τα επισκέψιμα «θρησκευτικά αξιοθέατα» βρίσκονται σε όλες τις περιοχές της χώρας, η χωρική τους κατανομή είναι πολύ καλή και συνεπώς ο θρησκευτικός τουρισμός, εφόσον αξιοποιηθεί επαρκώς, μπορεί να ενισχύει σημαντικά το περιφερειακό εισόδημα και την περιφερειακή ανάπτυξη.

Η διάρκεια παραμονής των τουριστών στην περιοχή προορισμού είναι σχετικά μικρή (short break holidays), ειδικότερα αν δε συνδυάζεται με άλλες μορφές τουρισμού. Υπάρχει θετική ανταπόκριση των τοπικών κοινωνιών σε αυτή τη μορφή τουρισμού, γεγονός που δημιουργεί ένα επιπλέον πλεονέκτημα για την περαιτέρω ανάπτυξη του. Η δε γενικότερη αίσθηση που υπάρχει είναι ότι δεν υπάρχει επαρκής αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς με αναφορά στη θρησκεία και ειδικά των θρησκευτικών μνημείων με διεθνή εμβέλεια και αναγνωρισιμότητα, όπως τα Μετέωρα, η Πάτμος, το Άγιο Όρος κ.ά.

Οι επισκέπτες των θρησκευτικών μνημείων έχουν διαφορετική ηλιακή σύνθεση από εκείνη των άλλων μορφών του γενικού ή του εναλλακτικού τουρισμού, ενώ υπερτερούν στα ποσοστά οι σχετικά μεγάλες ηλικίες.

Οι νομοί με τα περισσότερα προσκυνήματα είναι οι Αττικής, Δωδεκανήσου, Κορινθίας και Κυκλάδων, ενώ ο μικρότερος αριθμός εμφανίζεται στους Νομούς Ροδόπης, Γρεβενών, Δράμας και Κιλκίς, «θα

πρέπει να αναφερθεί ότι ο αριθμός δεν καθορίζει κατ' ανάγκην και τη συνολική ελκυστικότητα του νομού, αφού υπάρχουν διάφορα στοιχεία, όπως η παλαιότητα, το μέγεθος, η ιστορική και θρησκευτική αναφορά μιας μονής που επηρεάζουν το συνολικό αριθμό των επισκεπτών». Η πλειονότητα των επισκεπτών στα θρησκευτικά μνημεία της χώρας προέρχεται από το εσωτερικό, ενώ τα τελευταία χρόνια αυξάνονται οι επισκέπτες από τις χώρες του εξωτερικού, κυρίως από τις ορθόδοξες χώρες της Ανατολικής Ευρώπης. Η κατανομή των επισκεπτών στη διάρκεια του έτους δεν είναι ομαλή, αλλά αυξάνεται τη θερινή περίοδο και τις ημέρες των θρησκευτικών εορτών. Η κατανομή μερικών από τις θρησκευτικές δραστηριότητες, όπως εορτές, πανηγύρεις κ.λπ., σε όλη τη διάρκεια του έτους αποτελεί πλεονέκτημα, δεδομένου ότι ευνοεί την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού όλο το έτος και όχι μόνο τη θερινή ή τουριστική περίοδο. Οι θρησκευτικές εορτές και πανηγύρεις υπάρχουν σε όλη τη διάρκεια του έτους, ενώ τα προσκυνήματα που δε σχετίζονται με συγκεκριμένες εορτές, είναι επίσης διαθέσιμα για επίσκεψη σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Η πολιτιστική θρησκευτική έκφραση μπορεί να ασκείται όλες τις εποχές, εντός και εκτός τουριστικής περιόδου.

3.2,7 Ιατρικός Τουρισμός και ευεξία



Η ανάγκη για την παροχή υψηλής ποιότητας ιατρικής περίθαλψης με ανταγωνιστικές τιμές σε ένα φιλόξενο περιβάλλον, οδήγησε στην ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού, ο οποίος για πολλές χώρες αποτελεί σημαντική πηγή εισοδήματος και συμβάλει ενεργά στην οικονομική τους ανάπτυξη.

Η Ελλάδα, με το άρτια εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό, εκπαιδευμένο σε χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής, την ευκολία πρόσβασης σε κύριες αγορές, όπως η Ευρώπη και η Μέση Ανατολή, τις εξαιρετικές καιρικές συνθήκες και το ήπιο κλίμα, έχει τη δυνατότητα να κατακτήσει κυρίαρχη θέση σε διάφορους τομείς του ιατρικού τουρισμού. Ο ιατρικός τουρισμός είναι μία νέα συνεχώς αναπτυσσόμενη οικονομική δραστηριότητα παγκοσμίως. Αναφέρεται στη μετάβαση εκτός και εντός συνόρων ανθρώπων με προβλήματα υγείας προκειμένου να τους παραχθεί ιατρική φροντίδα που στοχεύει στην πρόληψη, διάγνωση και διατήρηση της υγείας τους. Απαιτεί σύνθεση, συνεργασία και κοινή προσπάθεια του επιχειρηματία τουρισμού και του ιατρού. Περιλαμβάνει επίσης υπηρεσίες μεταφοράς, ενημέρωσης, ξενάγησης, εστίασης και διαμονής των τουριστών υγείας σε επιλεγμένα ξενοδοχεία.

Η Ελλάδα αναμφίβολα πρέπει να θέσει στα πλαίσια της προσπάθειας της για ανάκαμψη, ειδικότερα στις σημερινές συνθήκες οικονομικής κρίσης,

αναπτυξιακούς στρατηγικούς στόχους και να διδαχθεί από πρακτικές άλλων χώρων. Ένας τέτοιος στόχος είναι να καταστεί ανταγωνιστικός ιατρικός προορισμός για ταξιδιώτες υγείας. Έχοντας στη διάθεσή της η χώρα μας το υπέροχο μεσογειακό περιβάλλον, το φυσικό πλούτο, το ήπιο κλίμα την παραδοσιακή υγιεινή κουζίνα, την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά και κυρίως το παγκοσμίως αναγνωρισμένο ιατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό μπορεί πραγματικά να σταθεί ανταγωνιστικά και να καταξιωθεί στο χώρο αυτό. Η ιδιωτική πρωτοβουλία έχει ήδη κάνει σοβαρά βήματα σε μεγάλες πόλεις της χώρας μας όπως Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κρήτη και Ρόδος με αξιόλογα ιατρικά κέντρα που παρέχουν υψηλού επιπέδου ιατρική φροντίδα στους ιατρικούς επισκέπτες.

3.2,7^α Το ΑΧΕΠΑ πρωτοπορεί στον ιατρικό τουρισμό

Στο δημόσιο τομέα, το Πανεπιστημιακό Γενικό Νοσοκομείο Θεσσαλονίκης ΑΧΕΠΑ πρωτοπόρο πάντα και διαθέτοντας διεθνώς αναγνωρισμένες Πανεπιστημιακές Κλινικές, ιατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό με υψηλό επιστημονικό επίπεδο και άριστη τεχνογνωσία έκανε σημαντικά βήματα στον ιατρικό τουρισμό. Με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου του ΑΧΕΠΑ εγκρίθηκε η συμμετοχή του Νοσοκομείου στο πρόγραμμα Medical Tourism in Greece (ιατρικός τουρισμός στην Ελλάδα) του NHS Family Choice αποσκοπώντας στην ευρύτερη ενημέρωση των ?γγλων πολιτών για την δυνατότητα νοσηλείας τους στο Νοσοκομείο μας.

Το ΑΧΕΠΑ συμμετέχει στο Πρόγραμμα με τις παρακάτω Κλινικές :

1. Α' Παθολογική Κλινική με το Τμήμα Τεχνητού Νεφρού
2. Α' Καρδιολογική Κλινική
3. Β' Παιδιατρική Κλινική με το Παιδοογκολογικό της Τμήμα
4. Α' Νευροχειρουργική Κλινική
5. Καρδιοθωρακοχειρουργική Κλινική
6. Α' Ω.Ρ.Λ. Κλινική
7. Α' Οφθαλμολογική Κλινική
8. Β' Νευρολογική Κλινική

Παρέχεται επίσης η δυνατότητα στους ασθενείς να επιλέξουν κατάλυμα μέσα από μία σειρά επώνυμων πέντε αστέρων ξενοδοχείων της πόλης μας¹ που αφού ήλθαν σε συνεννόηση με το Νοσοκομείο προχώρησαν σε

πακέτα προσφορών σε προνομιακές τιμές με δωρεάν μεταφορά από και προς το ΑΧΕΠΑ και σειρά άλλων παροχών για τους τουρίστες υγείας του Νοσοκομείου. Η συνεργασία του Νοσοκομείου με τις υπηρεσίες του Δήμου είναι δεδομένη στα πλαίσια του Προγράμματος και τα οφέλη που θα προκύψουν για την εμπορική δραστηριότητα της πόλης σημαντικά. Στην αρχική σελίδα του ιστότοπου του ΑΧΕΠΑ υπάρχει μόνιμη δυνατότητα σύνδεσης με την ιστοσελίδα του προγράμματος NHS Family Choice όπου ο επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί για όλα τα παραπάνω. Για την παραπάνω πρωτοπόρα δραστηριότητα του Νοσοκομείου ενημερώνονται καθημερινά οι Έλληνες όπου γης μέσα από σύνδεση στην ιστοσελίδα του Συμβουλίου Απόδημου Ελληνισμού. Επενδύσεις που θα στοχεύσουν στην ανάπτυξη εξειδικευμένων ιατρικών κλινικών, κέντρων φροντίδας για ηλικιωμένους, κέντρων μακροχρόνιας αποκατάστασης και κέντρων ευεξίας, βοηθούμενες από τον υψηλό αριθμό ιατρών και υγειονομικού προσωπικού υπόσχονται να εξασφαλίσουν υψηλές αποδόσεις.

3.2,8 Συνεδριακός Τουρισμός (MICE)



Η αγορά του Συνεδριακού Τουρισμού είναι εξέχουσας σημασίας για την Ελληνική Οικονομία, τόσο για την Προστιθέμενη Αξία που δημιουργεί, όσο και για την εξαιρετική συμβολή της σε άλλες μορφές τουρισμού, εισάγοντας έναν σημαντικό αριθμό εταιρικών/κυβερνητικών αντιπροσώπων και επαγγελματιών σε μια μεγάλη γκάμα νέων προορισμών, τους οποίους μπορεί αργότερα να τους επιλέξουν για διακοπές αναψυχής. Μέχρι και τα πιο πρόσφατα χρόνια, η Ελλάδα υστερούσε στην ανάπτυξη συνεδριακών υποδομών που θα ήταν άμεσα διαθέσιμα για φιλοξενία μεγάλης-κλίμακας συνεδρίων. Από τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 και μετά, στη χώρα πραγματοποιήθηκε σημαντική αναβάθμιση των αντίστοιχων υποδομών κυρίως στα μεγάλα αστικά κέντρα και σε δημοφιλείς προορισμούς, έτσι ώστε η Ελλάδα να είναι σε θέση σήμερα να προσφέρει έναν σημαντικό αριθμό συνεδριακών εγκαταστάσεων που κυμαίνονται από μεγάλες αίθουσες και θέατρα μέχρι και τα μικρότερα ξενοδοχεία και συνεδριακά κέντρα. Λαμβάνοντας υπόψη τα ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της

Ελλάδας στο συνεδριακό τουρισμό και την επιθυμία πολλών ελληνικών πόλεων για την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού, εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες για τους επενδυτές που επιθυμούν να αξιοποιήσουν τις ανεκμετάλλετες δυνατότητες αυτού του τομέα για μελλοντική ανάπτυξη. Αυτές οι επενδύσεις υποστηρίζονται ιδιαίτερα από τους εκάστοτε ισχύοντες Επενδυτικούς Νόμους και σε συνδυασμό με τις κατάλληλες ξενοδοχειακές υποδομές της χώρας και το εξαιρετικό κλίμα, μπορεί να τοποθετήσουν την Ελλάδα στην πρωτιά του συνεδριακού τουρισμού της ευρωπαϊκής ηπείρου, προσελκύοντας έναν σημαντικό αριθμό συνεδρίων μεγάλων πολυεθνικών, αποδίδοντας έτσι επικερδείς αποδόσεις επί του υπενδεδυμένου κεφαλαίου.

Η Ελλάδα αποτελεί έναν χώρο πολιτισμού, τέχνης και επιστημών. Η μακραίωνη συμβολή της στο παγκόσμιο γίνεσθαι, σε συνδυασμό με το μοναδικό φυσικό κάλλος και τις **άρτιες υποδομές**, την καθιστούν ιδανικό τόπο διεξαγωγής συνεδρίων. Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική επικράτεια υποδέχεται όλο και συχνότερα ανθρώπους των γραμμάτων, των επιστημών και των τεχνών, οι οποίοι συμμετέχουν σε **συμπόσια, συνέδρια και εκθέσεις**. Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», ένα από τα πλέον σύγχρονα αεροδρόμια παγκοσμίως, ο οποίος λειτουργεί από το 2001, έδωσε μεγάλη ώθηση στη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων. Ο συνεδριακός τουρισμός είναι άκρως αλληλεπιδραστικός: απαιτεί, βέβαια, ένα υψηλού επιπέδου υπόβαθρο από τη χώρα υποδοχής, ταυτόχρονα όμως συμβάλλει ενεργά στην αναβάθμιση της συνολικής ποιότητας μιας περιοχής. Είναι λογικό, ένας χώρος ο οποίος προτιμάται για τη διεξαγωγή συνεδρίων, να μετέχει προνομιακά στο πολιτιστικό «προϊόν», μιας και δίνει τη δυνατότητα σε κοινό, κατοίκους και επισκέπτες, να έρθουν σε επαφή με τα ανθρώπινα επιτεύγματα και τις καινοτομίες. Η Ελλάδα των προσωκρατικών φιλοσόφων, των μεγάλων ποιητών, του Φειδία και του Ασκληπιού υποδέχεται φιλόξενα και τιμά τους ανθρώπους του πνεύματος, του εμπορίου και της προόδου.

3.2,8^α Συνέδρια στη χώρα που γέννησε τις επιστήμες

Η Ελλάδα διαθέτει μεγάλο και υψηλής αξίας επιστημονικό δυναμικό, τόσο εντός όσο και εκτός συνόρων. Οι Έλληνες επιστήμονες, με τις εφευρέσεις, τις καινοτομίες και το ερευνητικό τους έργο πρωταγωνιστούν στη διεθνή επιστημονική κοινότητα.

Τα **επιστημονικά συνέδρια** που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα είναι και πολλά και σημαντικά, αντανακλώντας τη σημασία που δίνει η χώρα στις καινοτόμες επιστήμες. Ιατρικά συνέδρια, αρχιτεκτονικά, φυσικών και ανθρωπιστικών επιστημών, πλουτίζουν την πολιτιστική ζωή της Ελλάδας, δίνοντας ταυτόχρονα τη δυνατότητα στους συνέδρους να έρθουν σε επαφή με την κοιτίδα της επιστήμης.

3.2,8^β Εκθέσεις κύρους στο σταυροδρόμι των λαών

Οι μεγάλες εμπορικές εκθέσεις, όπως η **Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης**, αποτελούν θεσμούς που έχουν κατακτήσει με το κύρος τους σημαντική θέση στην παγκόσμια αγορά. **Ειδικές εκθέσεις** για την αρχιτεκτονική, τη δόμηση, τα προϊόντα τεχνολογικής αιχμής, την αειφόρο οικονομία και ανάπτυξη και πολλές άλλες διοργανώνονται όλον τον χρόνο σε πολλές περιοχές της χώρας, ελκύοντας τόσο τους επαγγελματίες από όλον τον κόσμο, όσο και το κοινό. Η **τεχνογνωσία** και η αποτελεσματικότητα των Ελλήνων διοργανωτών εξασφαλίζουν άρτια παρουσίαση των προϊόντων και των τεχνικών και οι υποστηρικτικές δομές, σε επίπεδο υποδοχής, εγγυώνται στους συμμετέχοντες μια παραγωγική και αξιόχρηστη διαμονή.

Μεγάλα πανεπιστήμια, όπως της Θεσσαλονίκης, του Αιγαίου, της Αθήνας, των Ιωαννίνων, συνεργάζονται με αντίστοιχους φορείς του εξωτερικού και διοργανώνουν σπουδαία συνέδρια, τα οποία προάγουν την πολιτιστική επαφή των ανθρώπων, ενώ ταυτόχρονα δίνουν την ευκαιρία στους συνέδρους και το κοινό να γνωρίσει την πανέμορφη Ελλάδα.

3.2,8^γ Συνέδρια εν πλω: Ταξιδεύοντας στη γνώση

Ο **πλωτός συνεδριακός τουρισμός** είναι μια ανερχόμενη τάση στην ελληνική επικράτεια. Σύεδροι από όλον τον κόσμο διαλέγουν τις καταγάλανες ελληνικές θάλασσες και αναπτύσσουν τη θεματολογία τους στο ιδανικότερο περιβάλλον. Αγκυροβόλια σε όλη τη νησιωτική χώρα παρέχουν υψηλού επιπέδου φιλοξενία και προσφέρουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να συνδυάσουν την απόλαυση που προσφέρει το επιστημονικό τους πεδίο με την εξερεύνηση της ελληνικής ενάλιας πραγματικότητας.

3.2,8^δ Στον απόηχο των Δελφικών Εορτών του Σικελιανού

Οι διοργανώσεις γύρω από την ποίηση και γενικότερα τη συγγραφική περιπέτεια, έχουν μεγάλο ιστορικό βάθος στην Ελλάδα. Μία χώρα που

έχει γεννήσει τόσους μεγάλους ποιητές, από τον αρχαίο **Αλκμάν** έως τον σύγχρονο **Ελύτη**, είναι λογικό να πρωταγωνιστεί στον κόσμο των γραμμάτων. Ομορφοι και εμβληματικοί τόποι, όπως οι Δελφοί στη Στερεά Ελλάδα και η Αρκαδία στην Πελοπόννησο υποδέχονται, πολύ συχνά, συμπόσια και ημερίδες για την ποίηση, τη λογοτεχνία και τη σύγχρονη πεζογραφία, καθώς και αφιερώματα σε μεγάλους δημιουργούς, Έλληνες και ξένους. Η Ελλάδα αποτελεί, εκτός από χώρο έμπνευσης των δημιουργών, και μια φιλόξενη αγκαλιά για τις αναζητήσεις τους. Νέοι αλλά και καταξιωμένοι καλλιτέχνες εκθέτουν στους μεγάλους αστικούς χώρους τέχνης αλλά, πολύ συχνά, και σε ελληνικά νησιά ή μικρούς παραδοσιακούς οικισμούς. Δεν είναι καθόλου σπάνιο ένας επισκέπτης σ' ένα μεγαλύτερο ή μικρότερο ελληνικό νησί ή σε κάποιο χωριό ή κωμόπολη της ή ελληνικής ενδοχώρας να βρεθεί «ξαφνικά» μπροστά σε μία υπαίθρια έκθεση γλυπτικής, ή να μπορεί να απολαύσει μια έκθεση ζωγραφικής νέων καλλιτεχνών. Ταυτόχρονα, όλον τον χρόνο, πραγματοποιούνται συνέδρια και ανταλλαγές γύρω από τα εικαστικά θέματα, με τη συμμετοχή εκλεκτών αντιπροσώπων της διεθνούς κοινότητας. Ιστορικοί τέχνης, τεχνοκριτικοί, δημιουργοί και κοινό συμβάλλουν στην προώθηση των τεχνών και την ανταλλαγή γνώσεων, τεχνικών και κοσμοθεωριών.

3.2,9 Αγροτουρισμός



Ο αγροτουρισμός έχει τις εξής κατηγορίες : αγροτικός τουρισμός, αγροτουρισμός, τουρισμός σε φάρμα, διακοπές σε φάρμα, οίνο-τουρισμός και αγροψυχαγωγία. Στην Ελλάδα ο όρος ‘αγροτουρισμός’ συνήθως χρησιμοποιείται για τον τουρισμό σε φάρμες, αλλά επεκτείνεται και σχεδόν σε όλες της δραστηριότητες στην εξοχή όταν χρειάζεται. Έτσι, ο πράσινος τουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, η ιππασία, το κυνήγι, κ.α. μπορούν να θεωρηθούν ως υποκατηγορίες του αγροτουρισμού.

Οικολογία επαφή με τη φύση, τις αγροτικές εργασίες, την τοπική γαστρονομία τα πολιτισμικά στοιχεία του τόπου, καθαρός αέρας, απλότητα, ηρεμία, ζεστή φιλοξενία, είναι μερικά μόνο από τα πλεονεκτήματα του αγροτουρισμού, της εναλλακτικής μορφής τουρισμού, που δίνει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να γίνει ένα με τη μάνα γη και τους ανθρώπους της. Να πάρει ενεργό μέρος σε μια διαδικασία δημιουργική, που υπερβαίνει τα όρια της απλής ταξιδιωτικής εμπειρίας. Να γίνει κοινωνός της αγροτικής ζωής, βιώνοντας μια πραγματική επιστροφή - έστω και πρόσκαιρη - στον παραδοσιακό τρόπο ζωής. Η φιλοσοφία του αγροτουρισμού βασίζεται κατ’ εξοχήν στη διαπροσωπική, άμεση, ανθρώπινη σχέση μεταξύ του κατοίκου της υπαίθρου και του ταξιδευτή ο οποίος σύντομα γίνεται ο φιλοξενούμενος, ο φίλος.

Στην Ελλάδα, η αξιόλογη γεωφυσική ποικιλομορφία, οι ανεξάντλητοι φυσικοί πόροι, τα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά και η παράδοση, συνθέτουν ένα σπάνιο μωσαϊκό παραστάσεων, εικόνων και εμπειριών. Εδώ, οι λάτρες του αυθεντικού, του ανεξερεύνητου, του ανεπιτήδευτου τουρισμού μπορούν να απολαύσουν ότι απλόχερα προσφέρει η φύση. Μία άλλη έννοια στενά συνυφασμένη με τον αγροτουρισμό, είναι ο Οικοτουρισμός. Ανάλογα με τον τόπο και τα πλεονεκτήματα που προσφέρει το φυσικό περιβάλλον της περιοχής μπορεί ο επισκέπτης να πάρει πληροφορίες για τη χλωρίδα και τη πανίδα της περιοχής, περιδιαβαίνοντας εθνικούς δρυμούς, υδροβιότοπους και τοπία μοναδικής φυσικής ομορφιάς. Επίσης στην κατηγορία του αγροτουρισμού υπάγεται και ο τουρισμός σε προστατευόμενες περιοχές, όπως είναι η περίπτωση του εθνικού πάρκου Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης

3.2,9^α Αγροψυχαγωγία

Οι Ευρωπαίοι αγρότες εδώ και αρκετό καιρό αγκάλιασαν την αγροψυχαγωγία. Για παράδειγμα Ιταλικά και Γαλλικά οινοποιία ενθάρρυναν τους τουρίστες να παίρνουν μέρος στο πάτημα των σταφυλιών, ή στην εκμάθηση εκλεκτής κουζίνας στα οινοποιία. Οι Αμερικάνοι αγρότες προσπαθούν να ακολουθήσουν και αυτοί αυτή την επιτυχημένη και παγκόσμια τάση. Οι Ευρωπαϊκές κυβερνήσεις ξόδεψαν πάνω από \$2 δις τη δεκαετία του 1990 βοηθώντας τους αγρότες να αγκαλιάσουν την αγροψυχαγωγία, προσδοκώντας την διατήρηση της φυσικής αγροτικής εμπειρίας, συμπεριλαμβάνοντας προσπάθειες εκμοντερνισμού των εγκαταστάσεων υποδοχής των αγροκτημάτων (π.χ. υπνοδωμάτια). Οι παγκοσμίως ανταγωνιστικές αγορές, καθώς και η αυξανόμενη γεωργική αποτελεσματικότητα, η ανάπτυξη των μεθόδων καταπάτησης και οι εποχιακές ξηρασίες, οδήγησαν τους αγρότες στην εκπόνηση νέων μεθόδων ανεύρεσης χρημάτων για τη συντήρηση των εργασιών τους. Πράγματι, οι αγροτικές επεκτάσεις μπορούν να επιτρέψουν στους αγρότες να παραμείνουν στον τόπο τους και να διατηρήσουν τον τρόπο ζωής τους. Νέες αγροψυχαγωγικές προσφορές που εισήχθησαν από επιχειρηματίες αγρότες με σκοπό την ανάκαμψη των εισοδημάτων τους περιλαμβάνουν (αλλά δεν περιορίζονται) τις εξής:

- Μαθήματα μαγειρικής
- Θερμοκήπια
- Αντίσκηνα για πικνίκ
- Βοήθεια με τα ζώα του στάβλου
- Λάσο
- Παιδότοπους με θέμα τη φάρμα
- Ψάρεμα σε λιμνούλες

- Ιππασία
- Στοιχειωμένα δάση

Νέες προσφορές σίγουρα θα είναι υπό ανάπτυξη καθώς οι αγρότες αναζητούν νέους τρόπους για να προσφέρουν αξέχαστες εμπειρίες στο καταναλωτικό κοινό. Καθώς η γεωργία εξελίσσεται συνεχώς τεχνολογικά, έτσι εξελίσσονται και οι προσπάθειες του τουριστικού μάρκετινγκ στον τομέα της γεωργίας. Αξίζει να σημειωθεί πως η αγροψυχαγωγία μπορεί να θεωρηθεί ως μία επέκταση του Τουρισμού Καταναλωτικών Εμπειριών.

3.2,9^b Κοινωνικά κίνητρα

Ο αγροτουρισμός μπορεί να έχει επίσης και κοινωνικούς στόχους. Οι αγροτικές οικογένειες έχουν μια παράδοση στη φιλοξενία χωρίς να υπολογίζουν τα έσοδα. Για τα ταξιδιωτικά πρακτορεία ο αγροτουρισμός είναι και αυτός ένα στοιχείο του τουρισμού, ένας πόλος έλξης για τους ταξιδιώτες της επαρχίας, αλλά αυτός δεν είναι πάντα ο τρόπος που τον αντιλαμβάνονται οι ταξιδιωτικοί πράκτορες. Οι παράγοντες που κινητοποιούν τους ιδιοκτήτες γης να ξεκινήσουν τουριστικές επιχειρήσεις έχουν μεγάλη οικονομική και κοινωνική σημασία.

3.2,10 Αθλητικός Τουρισμός



Για την Ελλάδα, ο Αθλητικός Τουρισμός Αναψυχής είναι η πιο σημαντική κατηγορία του αθλητικού τουρισμού.

Ακολουθούν, ο Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων και Προπονητικός Αθλητικός Τουρισμός. Οι 4 ομάδες αθλητικών δραστηριοτήτων αναψυχής που έχουν προτεραιότητα και την μεγαλύτερη ικανότητα να προσελκύουν αθλητικούς τουρίστες στην Ελλάδα, είναι:

1) Scuba Diving, 2) Windsurfing, Kitesurfing (στη Θάλασσα), 3) Walking, Hiking, Trekking, Running και 4) Cycling, Mountain Bike (στο Πράσινο μη Αστικό περιβάλλον).

Με τον όρο «αθλητικό τουρισμό» εννοούμε, , όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες, όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη, γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους και προϋποθέτει μετακίνηση μακριά από τόπο διαμονής και εργασίας. Η περιπέτεια και οι δραστηριότητες στις διακοπές αναγνωρίζονται ως ένα αναπτυσσόμενο τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας. Η υγεία και η σωματική άσκηση έχουν γίνει, προσθέτει ο καθηγητής, ένα σημαντικό κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας. Ο αθλητισμός ως θεραπεία αποτελεί ένα νέο αναπτυσσόμενο τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας. Υπολογίζεται, ότι περίπου 15 εκατ. άτομα

επισκέπτονται κάθε χρόνο στην Ευρώπη ιαματικά λουτρά. Αντίστοιχοι είναι οι αριθμοί στην Ασία και τις ΗΠΑ.

Ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί μία από τις πιο γρήγορα αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού παγκοσμίως, καθώς σύμφωνα με διεθνείς οργανισμούς το 25% των τουριστών κάνει σπορ στις διακοπές ενώ ο αθλητικός τουρισμός είναι υπεύθυνος για 220 εκατ. διεθνείς αφίξεις. Στην Ελλάδα, αν και δεν υπάρχουν ακριβή στοιχεία υπολογίζεται ότι προσελκύει το 10% των συνολικών αφίξεων. Στην Ευρώπη, ο ενεργητικός αθλητικός τουρισμός είναι πολύ σημαντικός καθώς το 5% όλων των πακέτων για διακοπές αφορούν χειμερινά σπορ, το 1% αφορούν καλοκαιρινά σπορ, το 6% αφορούν αναψυχή σε βουνά και το 10% αφορούν αναψυχή στην ύπαιθρο.

Οι τουρίστες που εντάσσονται στον αθλητικό τουρισμό ανήκουν σε 7 κατηγορίες ανάλογα με τον βαθμό εμπλοκής τους στην αθλητική δραστηριότητα και είναι:

1. Οι πρωταθλητές.
2. Οι αθλητές.
3. Οι νέοι αθλητές.
4. Οι «ερασιτέχνες» αθλητές.
5. Τουρίστες οι οποίοι αθλούνται συχνά.
6. Τουρίστες οι οποίοι αθλούνται όταν ταξιδεύουν.
7. Οι θεατές

Οι μορφές που προκύπτουν από τον αθλητικό τουρισμό και συναντώνται στην Ελλάδα είναι ο Προπονητικός τουρισμός με επαγγελματικές ομάδες. Εδώ συγκαταλέγονται οι επαγγελματίες, ομάδες ή αθλητές και όλοι οι παράγοντες, όπως συνοδοί, που έρχονται για εγκλιματισμό ή προπόνηση σε έναν προορισμό και δημιουργούν τουριστική κίνηση. Αυτό συμβαίνει συνήθως έναν χρόνο πριν από ένα σημαντικό αθλητικό γεγονός στον προορισμό όπου έχει προγραμματιστεί ή σε άλλο προορισμό με παρόμοιες κλιματολογικές κυρίως συνθήκες. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής προϋποθέτει:

- . Έρευνα και εκτίμηση αναγκών
- . Εξασφάλιση προδιαγραφών και μακροπρόθεσμο σχεδιασμό μάρκετινγκ
- . Επενδύσεις σε ειδικές υποδομές κύριες και βοηθητικές
- . Εκπαίδευση λειτουργών και διαρκή τεχνική υποστήριξη
- . Επαναπροσδιορισμό αναγκών και θέσεων

- Σημαντική επίσης είναι η παρακολούθηση - θέαση γεγονότων. Φίλαθλοι επισκέπτες που με κεντρικό άξονα την παρακολούθηση του αθλητικού γεγονότος, δημιουργούν τουριστική δραστηριότητα.
- Συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν μικρότερης έκτασης αθλητικά γεγονότα, όπως οι μαραθώνιοι πόλεων, τα τοπικά αθλητικά τουρνουά, οι πολυήμερες εκδηλώσεις υπαίθριων δραστηριοτήτων, οι δρόμοι προσανατολισμού στα δάση, όπου η συμμετοχή είναι συνήθως ανοιχτή και μαζική, κ.α.
- Υπαίθριες δραστηριότητες. Αφορά σε εκδρομείς του Σαββατοκύριακου, κυρίως ανθρώπους της πόλης, που εξορμούν για πολλαπλά σπορ και οικο-πολιτιστικές δραστηριότητες. Συνήθως πηγαίνουν σε προστατευόμενες φυσικές περιοχές για σκι και ορειβασία σε χειμερινά θέρετρα το χειμώνα ή για μπάνιο,seif κλπ. σε παραθαλάσσια θέρετρα το καλοκαίρι.
- Άθληση - ψυχαγωγία ξενοδοχείων. Ο αθλητισμός αναψυχής ή αθλητική αναψυχή αφορά στις ειδικές δραστηριότητες που διοργανώνουν οι μεγάλες κυρίως ξενοδοχειακές μονάδες. Στην Ελλάδα συνδυάζεται σε μεγάλο ποσοστό με πολιτιστικές, επιμορφωτικές αλλά και περιβαλλοντικές δραστηριότητες. Δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν ενεργητικά άτομα διάφορων ηλικιών, των οποίων όμως η ενασχόληση δεν εμπίπτει στις κατηγορίες του επαγγελματικού και ερασιτεχνικού αθλητισμού . Αναπτύσσονται επίσης αρκετές εταιρίες που ασχολούνται με τον αθλητικό τουρισμό όπως :
 - α) Εταιρείες υπαίθριων δραστηριοτήτων, με μεγάλη πρόοδο και υιοθέτηση συστημάτων συνεργασίας franchising.. Επίσης εταιρείες που ειδικεύονται σε ταξίδια κινήτρων και σε εταιρικά ταξίδια για στελέχη επιχειρήσεων.
 - β) Εταιρείες θαλάσσιων σπορ και αθλημάτων περιπέτειες (λειτουργούν εποχικά με άδεια από το Λιμεναρχείο και εξυπηρετούν τις ανάγκες των παραθεριστών και πελατών ξενοδοχείων).
 - γ) Λουτροπόλεις και ξενοδοχεία με κέντρα θαλασσοθεραπείας, όπου λειτουργούν εξοπλισμένα γυμναστήρια με ειδικευμένο προσωπικό.
 - δ) Εταιρείες που εκπονούν προγράμματα φιλοξενίας και προετοιμασίας ομάδων και αθλητών. Επίσης προπονητικά κέντρα, κ.α.

3.3 ΑΥΘΕΝΤΙΚΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο προορισμός στην Ελλάδα είναι μία αξέχαστη εμπειρία , γιατί εμπεριέχει αυθεντικότητα, που προέρχεται μόνο από τους ανθρώπους. Στο λιμάνι της Καλύμνου οι ψαράδες βγάζουν τα ψάρια και τα όστρακα που θα πουλήσουν στα ταβερνάκια του νησιού για να τα απολαύσουν οι επισκέπτες ολόφρεσκα. Στον Πύργο της Τήνου οι τεχνίτες του μαρμάρου σκαλίζουν υπέρθυρα με τα περίτεχνα λιθοκοσμήματά τους: τα έργα των διάσημων Τηνίων γλυπτών, όπως ο Χαλεπάς, θα τα δείτε στο Μουσείο Μαρμαρογλυπτικής του Πύργου και στο Ίδρυμα Τηνιακού Πολιτισμού. Στη Χερρόνησο της Σίφνου οι αγγειοπλάστες ανάβουν τους φούρνους για να ψήσουν τα κεραμικά σκεύη και κάνουν τα φαγητά πεντανόστιμα. Στα καφενεία της Λέσβου κερνούν αρωματικό ούζο και στην Κρήτη την περίφημη ρακή, μαζί με παξιμάδι, ντόπιο τυρί, ωμή αγκινάρα, ελιές. Στο Μπατσί της Άνδρου οι ψαράδες μπαλώνουν τα δίχτυα τους και ετοιμάζουν τις τράτες για το βραδινό ψάρεμα. Στην Αμοργό, έξω από τη Χώρα με τους εντυπωσιακούς ανεμόμυλους, οι αγρότες ακόμη αλωνίζουν και λιχνίζουν τη φάβα μαζί με την διάσημη ψημένη ρακή . Στη Χώρα της Αστυπάλαιας, της Σερίφου, της Φολέγανδρου τα παιδιά παίζουν κρυφτό στις πλατείες και οι νοικοκυρές κάθονται στα σκαλιά των σπιτιών, να κουβεντιάσουν. Στην Πάτμο θα ανταλλάξουν μία κουβέντα με τον επισκέπτη και την επόμενη στιγμή θα τον έχουν προσκαλέσει σπίτι τους για να φάνε παρέα την ψαριά που πιάσανε στα δίχτυα με την βάρκα τους. Δεν είναι καρτ ποστάλ. Είναι αληθινές εικόνες της Ελλάδας του σήμερα που ζει αγκαλιασμένη με τη φύση, τις τέχνες και τις παραδόσεις της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ:

4.1 Η ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Το φυσικό κάλλος της χώρας μας, είναι αστείρευτο. Με την σωστή δομή και υποδομή τις προηγούμενες δεκαετίες, δημιουργήθηκε το τουριστικό προϊόν ως οικονομικός πόρος, το οποίο φυσικά συνεχώς εξελίσσεται. Στην εξέλιξη αυτή λοιπόν έρχεται να προστεθεί και το μέσον της τεχνολογίας, ως αρωγός στην τουριστική ανάπτυξη. Η τεχνολογία μπορεί να χρησιμοποιεί όλα τα διαθέσιμα κανάλια ολοκληρωμένης επικοινωνίας και μάρκετινγκ σε τοπικό και διεθνές επίπεδο. Η πιο σημαντική υπηρεσία για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος είναι οι Δημόσιες Σχέσεις και μέσω της τεχνολογίας παρέχεται αυτή η υπηρεσία εύκολα και γρήγορα μέσα σε λίγες ώρες σε ολόκληρο τον κόσμο, από το σχεδιασμό μέχρι και την υλοποίησή του. Αναπτύσσοντας ένα Διεθνές Δίκτυο Δημοσίων Σχέσεων, μπορεί εύκολα να γίνει η αναπαραγωγή θετικής δημοσιότητας και ελκυστικής παρουσίας των ποικίλων τουριστικών προϊόντων και προορισμών που διαθέτει η Ελλάδα. Γνωρίζοντας την αξία της στοχευόμενης δικτύωσης και της δημιουργίας της κατάλληλης εικόνας στους δυνητικούς επισκέπτες, επενδύετε συστηματικά η ανάπτυξη των Δημοσίων Σχέσεων. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της συνεργασίας με κορυφαίες εταιρείες δημοσίων σχέσεων και ηλεκτρονικής επικοινωνίας τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό σε κύριες αγορές-στόχους. Προς αυτή την κατεύθυνση, αναπτύσσεται σταδιακά ένα διεθνές δίκτυο επικοινωνίας. Ήδη, έχει ξεκινήσει επισήμως η συνεργασία με εξειδικευμένες εταιρείες σε θέματα δημοσίων σχέσεων στην τουριστική βιομηχανία στο Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, την

Αυστρία, την Γερμανόφωνη Ελβετία, τη Ρωσία, την Ουκρανία και το Αζερμπαϊτζάν, όπου σχεδιάζονται και υλοποιούνται ολοκληρωμένες στρατηγικές προώθησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ενώ σε εξέλιξη είναι η σύναψη στρατηγικών συνεργασιών με αντίστοιχες εταιρείες σε άλλες χώρες όπως στις ΗΠΑ, Γαλλία, Τουρκία, Ισραήλ, Αραβικές και Σκανδιναβικές χώρες. Μέσα από την ηλεκτρονική επικοινωνία, μπορούν να σχεδιαστούν και να υλοποιηθούν καινοτόμες online καμπάνιες με σκοπό τη δημιουργία γνώσης γύρω από όλα τα στάδια του κύκλου ζωής του ταξιδιού σε κάποιον ελληνικό προορισμό, αλλά και την πρόκληση του ενδιαφέροντος των επισκεπτών να συμμετέχουν ενεργά σε αυτά τα στάδια. Στην ανάπτυξη σχέσεων με την Τουριστική Βιομηχανία, ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα συμβουλευτικής υποστήριξης για την ενίσχυση της πρόσβασης προορισμών σε δυνητικούς επισκέπτες στις αγορές-στόχους, αλλά και για την καλύτερη τοποθέτηση των προορισμών στα κανάλια πωλήσεων. Με τη χρήση παραδοσιακών και σύγχρονων επικοινωνιακών εργαλείων και σε συνεργασία με το Διεθνές Δίκτυο Δημόσιων Σχέσεων, αξιοποιούνται οι πλέον σύγχρονες τάσεις και έρευνες και υλοποιούνται ολοκληρωμένες στρατηγικές επικοινωνίας.

4.2 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟΥΣ ΕΓΧΩΡΙΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Η ανάπτυξη του τουρισμού, εκτός από την άμεση δαπάνη των επισκεπτών σε μια περιοχή επιφέρει πρόσθετες θετικές επιπτώσεις στην οικονομία, καθώς κινητοποιεί σημαντικό αριθμό παραγωγικών μονάδων που δραστηριοποιούνται για την κάλυψη της ζήτησης που δημιουργείται. Στο κεφάλαιο αυτό εκτιμάται η επίδραση (άμεση, έμμεση και προκαλούμενη) του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους δραστηριότητας της ελληνικής οικονομίας από τη δαπάνη για τουριστικές υπηρεσίες, αλλά και τις επενδύσεις που σχετίζονται με τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Η ανάλυση των μεγεθών στηρίζεται στα διεθνή πρότυπα για την τουριστική στατιστική του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού¹ (UNWTO), όπου περιγράφονται οι ορισμοί αναφορικά με τις διαφορετικές εκφάνσεις του τουρισμού και τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών σε μια περιοχή, όπως επίσης η έννοια της τουριστικής δαπάνης και οι κατηγοριοποιήσεις της.

Σε αντίθεση όμως, με σημαντικούς κλάδους της οικονομίας, όπως η Γεωργία, η Βιομηχανία, το Εμπόριο, οι Κατασκευές, κλπ., η οικονομική δραστηριότητα του τουρισμού δεν αποτυπώνεται σε ένα μεμονωμένο κωδικό στο Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών.

Η ιδιαιτερότητα του τουρισμού εντοπίζεται στον προσδιορισμό του κλάδου με βάση τη ζήτηση που προέρχεται από συγκεκριμένη κατηγορία καταναλωτών, τους ταξιδιώτες. Ένα άτομο καταναλώνει αγαθά-υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό όταν πραγματοποιεί ένα ταξίδι (ή μια επίσκεψη) σε μια περιοχή άλλη από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του για χρονικό διάστημα μικρότερο του έτους και σκοπό άλλο από εκείνο της εργασίας του. Το γεγονός αυτό διαφοροποιεί τον επισκέπτη από άλλες κατηγορίες καταναλωτών, καθιστώντας αναγκαίο τον ορισμό του τουριστικού τομέα από την πλευρά της ζήτησης εισροών-εκροών του Leontief.¹

4.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Η εκτίμηση της επίδρασης του τουρισμού σε κύρια μεγέθη της ελληνικής οικονομίας βασίζεται σε στοιχεία του 2010 (πιο πρόσφατα διαθέσιμα). Αν και η συρρίκνωση του ακαθάριστου προϊόντος (ως αποτέλεσμα της υφεσιακής τροχιάς της οικονομίας που εν μέρει οφείλεται και στη διαδικασία δημοσιονομικής προσαρμογής) οδηγεί ενδεχομένως σε μείωση των μεγεθών σε απόλυτους όρους, οι εκτιμήσεις ως αναλογία στο σύνολο της οικονομίας αναδεικνύουν το σημαντικό ρόλο του τουρισμού στην ελληνική οικονομία.

Η συνεισφορά (επίδραση) του τουρισμού στην εγχώρια οικονομία διακρίνεται σε **άμεση**, **έμμεση** και **προκαλούμενη** (όπως αποτυπώνεται στο πιο κάτω διάγραμμα).

Η αύξηση της τελικής ζήτησης ως αποτέλεσμα της τουριστικής δαπάνης (εισερχόμενης και εγχώριας) επηρεάζει τις επιχειρήσεις εκείνες που το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών τους προέρχεται από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας. Οι μεταβολές του επιπέδου της παραγωγής, λόγω της τουριστικής κατανάλωσης, σε συνδυασμό με την αύξηση των αρχικών εισροών που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις αυτές αντιπροσωπεύουν την **άμεση επίδραση** από την τουριστική κατανάλωση.

Η μεγαλύτερη παραγωγή στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας που επηρεάζονται άμεσα από τον τουρισμό, συνεπάγεται επίσης την αύξηση της ζήτησης για προϊόντα άλλων κλάδων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία.

1. Wassily Leontief (1966), Input-Output Economics, Oxford University Press, New York

Δημιουργείται έτσι από την πλευρά των προμηθευτών, η ανάγκη επιπρόσθετων εισροών (αρχικών και ενδιάμεσων) για την κάλυψη της επιπλέον ζήτησης των προϊόντων που οι ίδιες παράγουν (όσες από τις εκροές δεν μπορούν να παραχθούν εντός της οικονομίας εισάγονται).

Η αλληλεξάρτηση αυτή μεταξύ των παραγωγικών διαδικασιών σε μια οικονομία αποτελεί την **έμμεση επίδραση**.

Μορφές επίδρασης (άμεση, έμμεση, προκαλούμενη) από την ανάπτυξη του τουρισμού στην οικονομία

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1



Πηγή: WTTC

Επιπρόσθετα, τα νοικοκυριά αμείβονται με εισοδήματα για την εργασία την οποία προσφέρουν στο πλαίσιο ικανοποίησης της τελικής ζήτησης για τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες κατά το μήκος της αλυσίδας αξίας.

Παράλληλα, ως καταναλωτές δαπανούν τα εισοδήματά τους για την αγορά αγαθών και υπηρεσιών. Έτσι, μια αλλαγή στην ποσότητα της εργασίας που χρειάζεται για την παραγωγή σε έναν ή περισσότερους κλάδους επηρεάζει το εισόδημα τους, άρα και τις δαπάνες τις οποίες κάνουν ως καταναλωτικές μονάδες.

Επομένως, το ύψος των αγορών τους εξαρτάται από το εισόδημά τους, το οποίο με τη σειρά του εξαρτάται από το μέγεθος της παραγωγής κάθε κλάδου.

Με τον όρο **προκαλούμενη επίδραση** περιγράφεται η συνεισφορά στα αποτελέσματα (ΑΕΠ, απασχόληση, κλπ.) από τη ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες στην οικονομία, ως αποτέλεσμα της μεταβολής του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών που λαμβάνουν κατά το μήκος της αλυσίδας αξίας των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Για την εξέταση της οικονομικής επίπτωσης του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, η μελέτη επικεντρώνεται στην Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (ΑΠΑ).

Η ΑΠΑ ορίζεται ως η διαφορά μεταξύ της αξίας παραγωγής και της συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης.

Στην ουσία, πρόκειται για τους πόρους που μένουν στην οικονομία για την πληρωμή μισθών, εργοδοτικών εισφορών, φόρων στην παραγωγή, αποσβέσεων κεφαλαίου και μερισμάτων στους μετόχους των εταιρειών, καθώς και για την συσσώρευση κεφαλαίου ως αποθεματικό κερδών των επιχειρήσεων, το οποίο αποτελεί σημαντική πηγή πόρων για μελλοντικές επενδύσεις.

Το άθροισμα της ΑΠΑ και των έμμεσων φόρων (εξαιρουμένων των επιδοτήσεων) επί των προϊόντων που καταναλώνονται, αποτελεί το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) που παράγεται από κάθε κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Το ΑΕΠ από τον τουρισμό, ισοδυναμεί με το ακαθάριστο προϊόν των κλάδων που συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος.

4.4 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Το ΑΕΠ αποτυπώνει την αξία σε χρηματικές μονάδες των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται στη διάρκεια ενός έτους. Μέρος της παραγωγής αυτής από κάθε κλάδο απορροφάται από άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας ως εισροή στην παραγωγική τους διαδικασία.

Εκτός όμως από την ενδιάμεση ζήτηση, το προϊόν που παράγεται καταναλώνεται από τα νοικοκυριά, το κράτος (την κυβέρνηση), κατευθύνεται σε επενδύσεις, αλλά και εξάγεται εκτός της χώρας.

Το άθροισμα αυτών των παραγόντων αντιπροσωπεύει την τελική ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες η οποία μαζί με την ενδιάμεση αποτελούν τη συνολική ζήτηση για το προϊόν κάθε κλάδου.

Στην περίπτωση του τουρισμού, η κατανάλωση των τουριστικά χαρακτηριστικών προϊόντων από την πλευρά των νοικοκυριών αντιπροσωπεύει τη ζήτηση που δημιουργείται από τον ημεδαπό τουρισμό, ενώ η ζήτηση από το κράτος σχετίζεται με δαπάνες από την πλευρά της κυβέρνησης, όπως για παράδειγμα η διαφημιστική προβολή για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος και τα έξοδα φιλοξενίας ξένων στη διάρκεια επίσκεψης και παραμονής τους στην Ελλάδα. Αντίστοιχα, οι επενδύσεις αφορούν στα χρήματα που δαπανώνται από τον δημόσιο, αλλά και τον ιδιωτικό τομέα για την εκτέλεση επενδυτικών έργων που ως στόχο έχουν τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και των προσφερόμενων υπηρεσιών στους επισκέπτες μιας περιοχής. Από την άλλη πλευρά, οι εξαγωγές αντανakλούν τη ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες από τους ξένους που επισκέπτονται την Ελλάδα, μέγεθος το οποίο, σε χρηματική αξία, αποτυπώνεται στις ταξιδιωτικές εισπράξεις και τα έσοδα από την κρουαζιέρα.

Η χρήση πινάκων εισροών-εκροών έχουν ως στόχο να εκφράσουν τη δαπάνη από την πλευρά της τελικής ζήτησης σε όρους προϊόντος, κατανέμοντας το συνολικό τουριστικό ΑΕΠ στο άμεσο, έμμεσο και προκαλούμενο αποτέλεσμα. Αυτό επιτυγχάνεται με την υπόθεση ότι η τελική ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες αποτελεί μια εξωγενή αλλαγή στην οικονομική δραστηριότητα οι επιπτώσεις της οποίας εκτιμώνται για το σύνολο της οικονομίας.

Θα πρέπει ωστόσο, να σημειωθεί η δυσκολία να εντοπιστούν στοιχεία αναφορικά με το ύψος των επενδύσεων που σχετίζονται με τον τουριστικό τομέα, εξέλιξη που σε σημαντικό βαθμό οφείλεται στο μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό σε διαφορετικούς κλάδους οικονομικής δραστηριότητας.

Αντίστοιχη δυσκολία, εντοπίζεται και στον ακριβή προσδιορισμό εκείνων των δημόσιων

επενδύσεων που στοχεύουν στην ανάπτυξη ή τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Το γεγονός αυτό, είναι πιθανό να υποεκτιμά την επίδραση των επενδύσεων που έχουν άμεση σχέση με τον τουριστικό τομέα στο εγχώριο παραγόμενο προϊόν.

Για το σκοπό αυτό, ως σχετικές με τον τουρισμό επενδύσεις θεωρούνται οι πληρωμές που πραγματοποιήθηκαν από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων (ΠΔΕ) του 2010 για υποδομές (π.χ. δρόμους, λιμάνια κ.ά.) στις τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές-περιφέρειες της χώρας, οι πιστώσεις από το ΠΔΕ στο Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού, όπως και η εκτίμηση του ύψους των επενδύσεων στον κλάδο των υπηρεσιών καταλύματος.

Με βάση τις παραπάνω υποθέσεις, η άμεση επίδραση του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας το 2010 εκτιμάται σε 15,2 δισ. ευρώ, η έμμεση σε 5,2

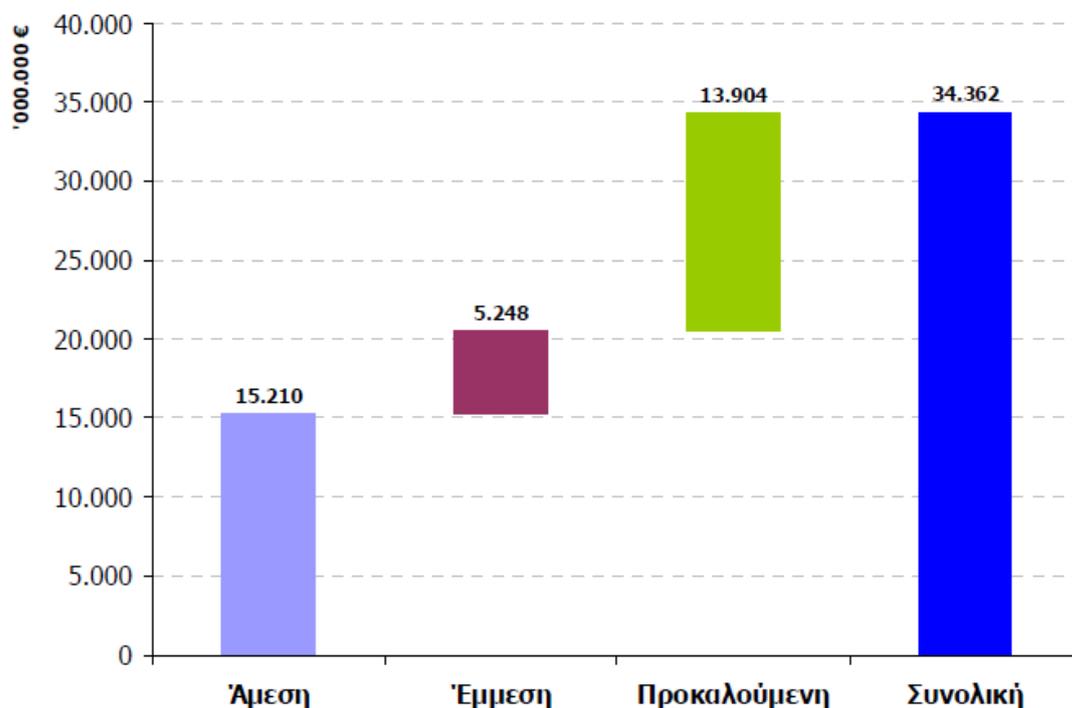
δισ. ευρώ και η προκαλούμενη σε 13,9 δισ. ευρώ (όπως εικονίζεται στο πιο κάτω διάγραμμα).

Έτσι, η συνολική επίδραση ανέρχεται σε 34,4 περίπου δισ. ευρώ, γεγονός που καταδεικνύει τη σημασία που διαδραματίζει ο τουρισμός στην ελληνική οικονομία, καθώς συνεισφέρει το 15,1% του συνολικού ακαθάριστου προϊόντος της χώρας.

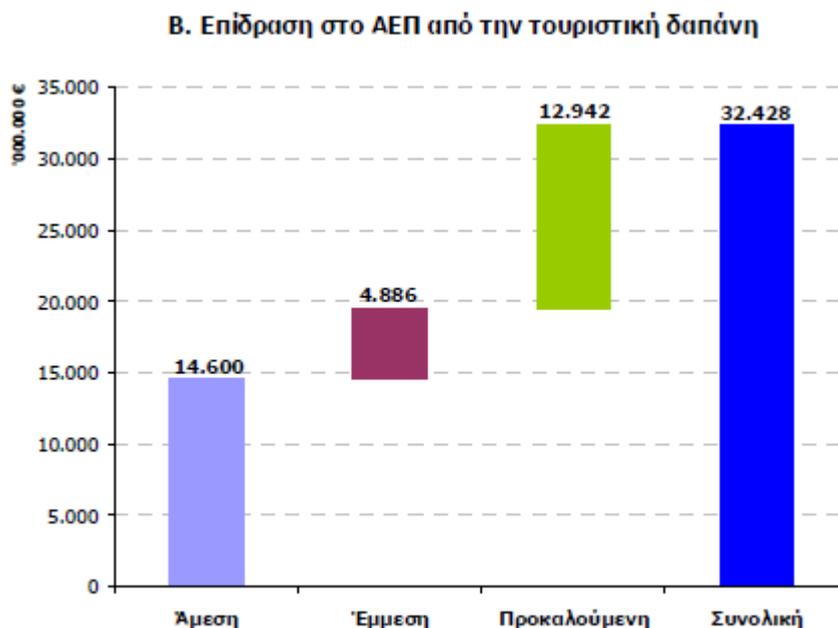
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2

Η επίδραση (άμεση, έμμεση, προκαλούμενη) του τουρισμού στο ΑΕΠ,2010

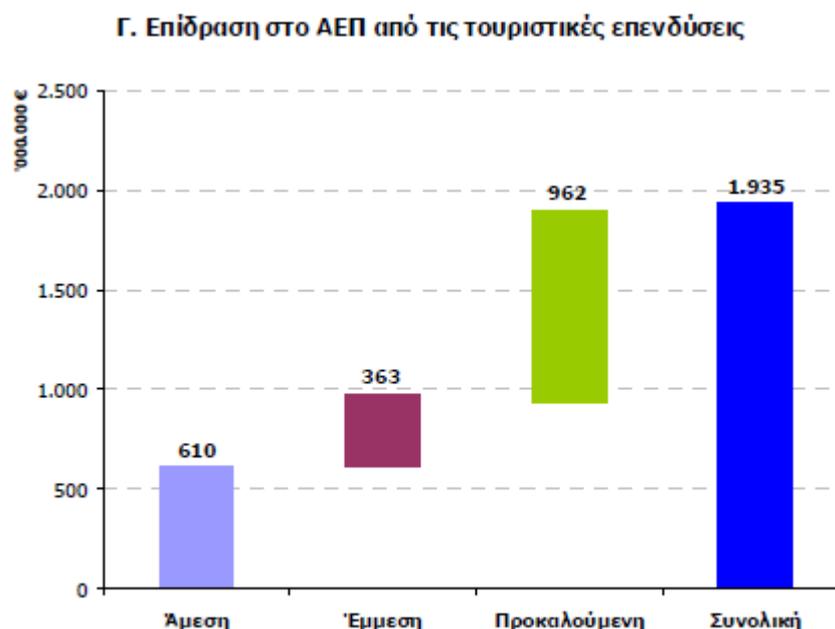
Α. Συνολική επίδραση του τουρισμού στο ΑΕΠ



ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3



ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4

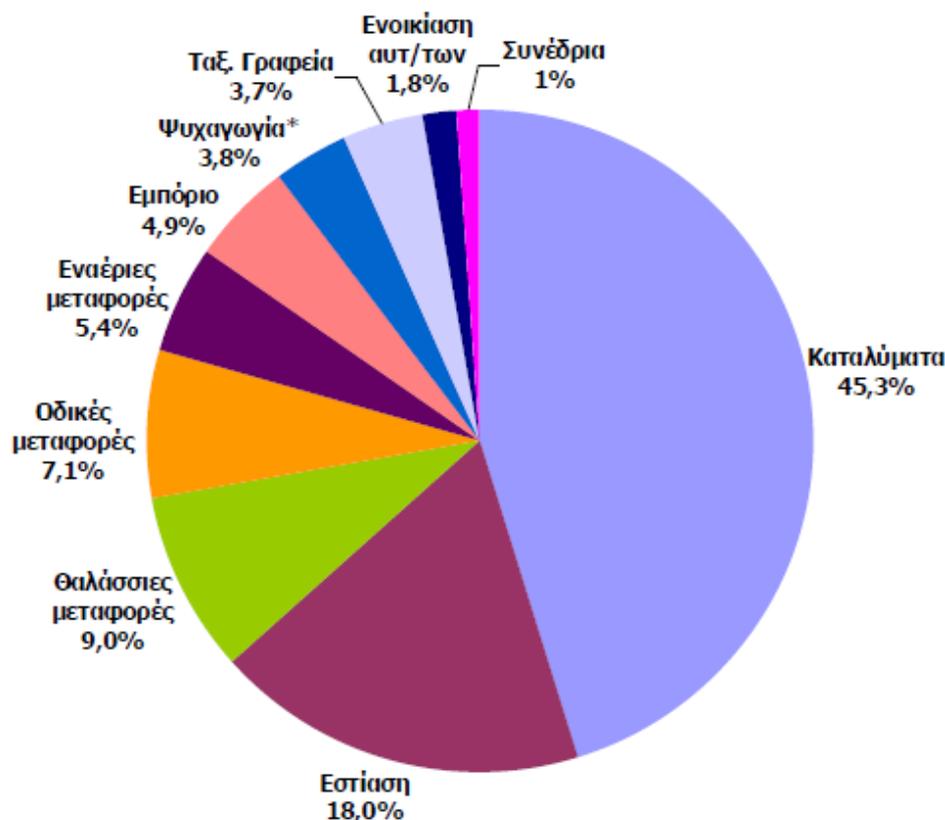


Από τη συνολική επίδραση των 34,4 δισ. ευρώ στην ελληνική οικονομία, τα 32,4 δισ. είναι αποτέλεσμα της τουριστικής δαπάνης, ενώ 1,9 δισ. ευρώ αποτελούν την εκτίμηση της επίδρασης στο εγχώριο προϊόν από τις τουριστικές επενδύσεις.

Επομένως, για κάθε 1.000 ευρώ τουριστική δαπάνη το ακαθάριστο προϊόν της ελληνικής οικονομίας αυξάνεται κατά 2.220 ευρώ περίπου. Εναλλακτικά, η εκτίμηση αυτή υποδεικνύει ότι η επίτευξη του στόχου των 20 εκατ. αφίξεων αλλοδαπών επισκεπτών στην Ελλάδα, θα είχε ως αποτέλεσμα οι τουριστικές εισπράξεις από το εξωτερικό να ανέλθουν τουλάχιστον στα 12,8 δισ. Ευρώ (Η εκτίμηση αυτή στηρίζεται στην παραδοχή ότι η μέση τουριστική δαπάνη από τους αλλοδαπούς επισκέπτες κυμαίνεται στο ίδιο επίπεδο με εκείνο του 2010, δηλαδή τα 640 ευρώ ανά επισκέπτη.), αυξημένες κατά 3,2 δισ. ευρώ σε σχέση με το 2010. Σε όρους συνολικής επίδρασης στο ΑΕΠ αυτό αντιστοιχεί σε επιπλέον επίδραση μεγαλύτερη των 7 δισ. ευρώ σε σχέση με το 2010. Επιπλέον, στη διαμόρφωση της άμεσης επίδρασης από την τουριστική δαπάνη, η μεγαλύτερη συνεισφορά προέρχεται από **τις υπηρεσίες καταλύματος και δευτερευόντως από την εστίαση**, με αποτέλεσμα οι δύο αυτές κατηγορίες να αποτελούν σχεδόν τα 2/3 της άμεσης επίδρασης του τουρισμού από την τουριστική δαπάνη .

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5

Άμεση επίδραση στους συναφείς με τον τουρισμό κλάδους οικονομικής δραστηριότητας το 2010



(*) % του τουριστικού ΑΕΠ που προκύπτει από την τουριστική δαπάνη

(**) Πολιτιστικές – Ψυχαγωγικές – Αθλητικές δραστηριότητες

Στον τομέα των μεταφορών, η συνεισφορά στο εγχώριο προϊόν λόγω της ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος ξεπερνά τα 3,1 δις. ευρώ (ή 22% της συνολικής άμεσης επίδρασης), με σημαντικότερη εκείνη του κλάδου των θαλάσσιων μεταφορών στον οποίο εντάσσεται ένα εκτεταμένο δίκτυο ακτοπλοϊκών δραστηριοτήτων, όπως επίσης και δραστηριοτήτων σχετικών με τον θαλάσσιο τουρισμό. Αντίστοιχα, η επίδραση από τις οδικές μεταφορές (π.χ. τουριστικά λεωφορεία, ταξί και άλλα μέσα για την μετακίνηση των επισκεπτών σε μια περιοχή) εκτιμάται στο 7% περίπου, ενώ ελαφρώς μικρότερη είναι η συνεισφορά από τον κλάδο των επιβατικών αερομεταφορών (5%).

Ο κλάδος των αερομεταφορών ωστόσο, αποτελεί ένα επιπλέον παράδειγμα των ιδιομορφιών που χαρακτηρίζουν το τουριστικό προϊόν, καθώς στην περίπτωση που η μετακίνηση ενός επισκέπτη

πραγματοποιείται από μια ξένη αεροπορική εταιρία (και όχι από εθνικό αερομεταφορέα της χώρας υποδοχής), η αντίστοιχη δαπάνη λογίζεται ως όφελος για τη χώρα στην οποία έχει την έδρα της η εν λόγω αεροπορική εταιρία.

Στην περίπτωση της Ελλάδας, αν και το αεροπλάνο αποτελεί κύριο μέσο μετακίνησης των επισκεπτών, λόγω της γεωγραφικής της θέσης και της απόστασης από τις παραδοσιακές αγορές, η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού έχει ως αποτέλεσμα μεγάλο μέρος των αφίξεων στα αεροδρόμια της χώρας να πραγματοποιείται με πτήσεις (charter) ξένων αεροπορικών εταιριών.

Στις επιμέρους κατηγορίες που σχετίζονται με την τουριστική κατανάλωση, η συνεισφορά από τις αγορές αγαθών λιανικού εμπορίου εκτιμάται στο 5% της συνολικής άμεσης επίδρασης, ενώ ελαφρώς ηπιότερη είναι η αναλογία για τις Ψυχαγωγικές-Πολιτιστικές-Αθλητικές δραστηριότητες και για τα Ταξιδιωτικά γραφεία της χώρας. Στις ενοικιάσεις αυτοκινήτων το ποσοστό ανέρχεται στο 2% περίπου, ενώ η μικρότερη επίδραση καταγράφεται στην διοργάνωση Εμπορικών Εκθέσεων-Συνεδρίων (1%).

Το γεγονός αυτό ωστόσο, αντανακλά τις θετικές επιπτώσεις –σε όρους δημιουργίας προστιθέμενης αξίας- της δραστηριότητας, κυρίως για τα ξενοδοχεία (οι μονάδες 5 και 4 αστέρων της χώρας διαθέτουν στην πλειοψηφία τους συνεδριακούς χώρους) και την εστίαση (υπηρεσίες τροφοδοσίας για εκδηλώσεις), ως κλάδος παροχής υπηρεσιών οργάνωσης και φιλοξενίας για επαγγελματικούς συνήθως λόγους.

Από τα παραπάνω στοιχεία προκύπτει η ιδιαίτερη επίδραση του τουρισμού στον τομέα των υπηρεσιών.

Σημαντική είναι όμως, η συνεισφορά και στην υπόλοιπη οικονομία, καθώς οι συμπληρωματικές δραστηριότητες που έμμεσα εξαρτώνται από τον τουρισμό είναι ευρύτερες. Οι δραστηριότητες αυτές αντιστοιχούν σε προϊόντα των οποίων η παραγωγή αν και δεν συνδέεται άμεσα με την τουριστική κατανάλωση (δηλαδή θα πραγματοποιούνταν ακόμη και αν δεν είχε αναπτυχθεί ο τουρισμός στην χώρα) επηρεάζεται θετικά από την τουριστική δραστηριότητα.

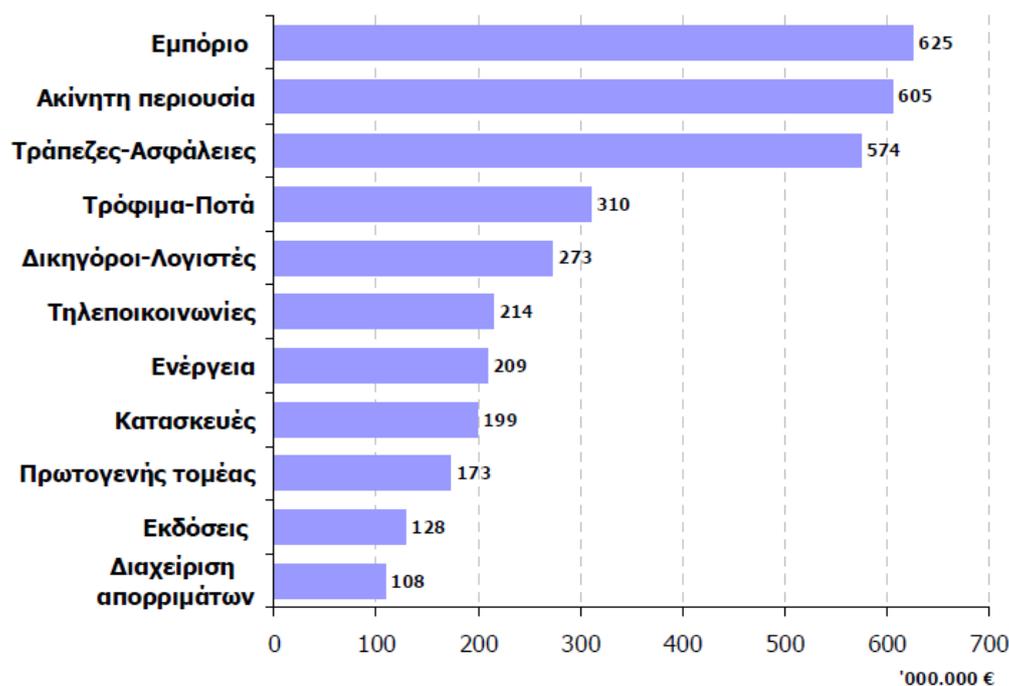
Οι κυριότεροι κλάδοι που (έμμεσα) επωφελούνται από τον τουρισμό είναι το Εμπόριο, ο κλάδος της διαχείρισης ακίνητης περιουσίας, όπως και οι Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (δηλαδή τράπεζες και ασφαλιστικές υπηρεσίες όπου η έμμεση επίδραση ξεπερνά τα 570 εκατ. ευρώ).

Θετικά επηρεάζεται επίσης η επιχειρηματική δραστηριότητα στις Κατασκευές και τις Τηλεπικοινωνίες, ενώ σημαντική είναι η συνεισφορά από την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος τόσο στον Πρωτογενή τομέα (Γεωργία, Κτηνοτροφία και Αλιεία) όσο και στην εγχώρια

βιομηχανική παραγωγή (Βιομηχανία τροφίμων, παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας κ.ά.).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.6

Έμμεση επίδραση του τουρισμού σε εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, 2010



* Συμπεριλαμβάνονται και οι Ταχυδρομικές Υπηρεσίες

** Εκδοτικές δραστηριότητες, Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, Προγράμματα τηλεόρασης – ραδιοφωνίας

Από την άλλη πλευρά, ο τουρισμός συμβάλλει στην προώθηση της κοινωνικής συνοχής προσφέροντας αναπτυξιακές και επιχειρηματικές ευκαιρίες ιδιαίτερα σε περιοχές της χώρας, όπως τις νησιωτικές, που χαρακτηρίζονται από πληθυσμιακή συρρίκνωση, ενισχύοντας ταυτόχρονα το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων τους μέσα από τις θέσεις εργασίας που δημιουργεί. Η απασχόληση 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 έναντι κεφαλαιουχικού εξοπλισμού.

Χαρακτηριστικό επίσης γνώρισμα, αποτελεί η διακύμανση που επιδεικνύει στη διάρκεια του έτους, λόγω της εποχικότητας του τουριστικού προϊόντος στην χώρα με αποτέλεσμα να αυξάνεται τους θερινούς μήνες στην αιχμή της τουριστικής ζήτησης.

Όπως και στην περίπτωση του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος, η επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση διακρίνεται σε άμεση, έμμεση και προκαλούμενη.

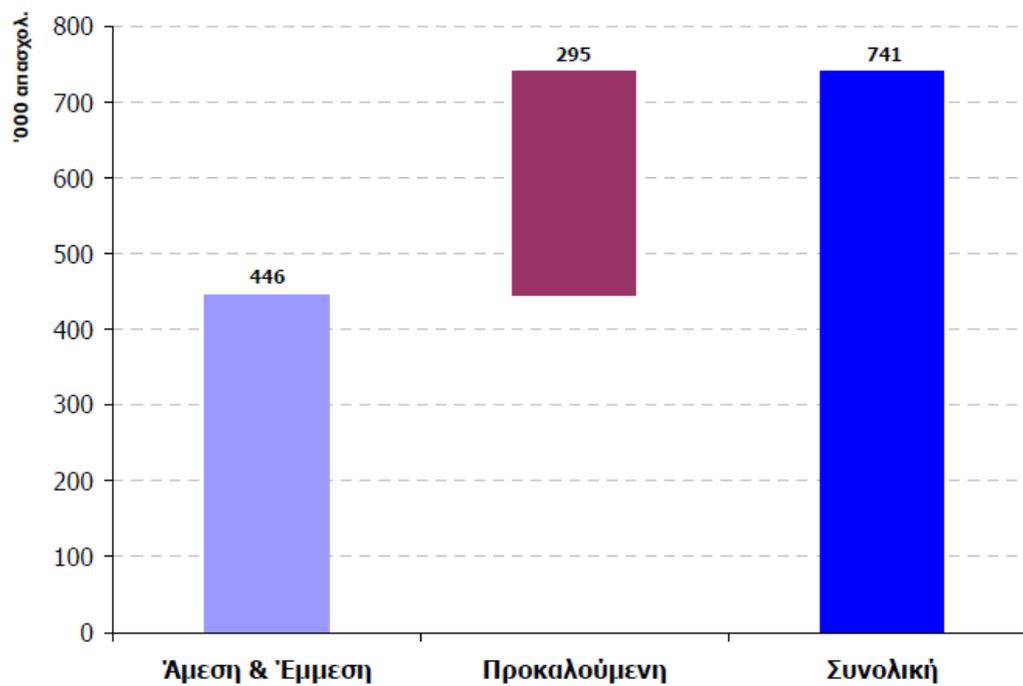
Η άμεση απασχόληση σχετίζεται με τους κλάδους που η κύρια δραστηριότητα των επιχειρήσεων αφορά στην παροχή αγαθών και υπηρεσιών που είναι αποτέλεσμα της τουριστικής ζήτησης, ενώ η έμμεση, περιγράφει το τμήμα της απασχόλησης που σχετίζεται με τις θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στους κλάδους που προμηθεύουν τις τουριστικές επιχειρήσεις για την παραγωγή αγαθών-υπηρεσιών.

Με τον όρο προκαλούμενη απασχόληση τέλος, περιγράφονται οι θέσεις εργασίας που είναι αποτέλεσμα της επίδρασης στην κατανάλωση των μόνιμων κατοίκων μιας περιοχής από την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματός τους.

Η άμεση και έμμεση τουριστική απασχόληση στην Ελλάδα το 2010-13, εκτιμάται σε 446 χιλ. εργαζόμενους ή 9% του συνόλου των απασχολούμενων της χώρας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7

Επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση, 2010



Αντίστοιχα, η προκαλούμενη επίδραση στην απασχόληση ως αποτέλεσμα της καταναλωτικής δαπάνης των απασχολούμενων κατά το μήκος της αλυσίδας αξίας του τουριστικού προϊόντος ανέρχεται στις 295 χιλ.

Έτσι, η **συνολική** επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση διαμορφώνεται στις 741 χιλ. ή 16% της συνολικής απασχόλησης της χώρας .

4.5 ΤΑ ΕΜΜΕΣΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με το IOBE (2012), κάθε 1 € που δημιουργεί η τουριστική δραστηριότητα, προξενεί έμμεση και προκαλούμενη πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα 1,2 € και άρα, συνολικά, δημιουργεί 2,2 € ΑΕΠ.

Δηλαδή, ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας ανέρχεται σε 2,2.

Στον πίνακα πιο κάτω, απεικονίζονται οι πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη του ΚΕΠΕ (2014), καθώς και η ποσοστιαία συμβολή του κάθε

υποκλάδου στην ελληνική τουριστική δραστηριότητα σύμφωνα με την μελέτη του IOBE (2012).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.8

Πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας

	% Κατανομή Τουριστικών Εσόδων	Πολλα- πλασιαστής
Καταλύματα	45,3	2,50
Εστίαση	18,0	2,50
Θαλάσσιες Μεταφορές	9,0	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Εναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,90
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	1,39
Συνέδρια	1,0	4,13
Σταθμισμένος Μέσος Όρος		2,65

Πηγή: ΚΕΠΕ, IOBE - Επεξεργασία SETE Intelligence

Πηγή: IOBE (2012). *Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία*, ΚΕΠΕ (2014). *Οικονομικές Εξελίξεις*, Τεύχος 24, Ιούνιος 2014.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 2.4, ο προκύπτων πολλαπλασιαστής του τουρισμού για την ελληνική τουριστική οικονομία ανέρχεται σε 2,65 που σημαίνει πως για κάθε 1 € από την τουριστική δραστηριότητα, προξενείτε έμμεση και προκαλούμενη πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα 1,65 € και άρα, συνολικά, το ΑΕΠ αυξάνει κατά 2,65€. Συνεπώς ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας κυμαίνεται μεταξύ 2,2 και 2,65.

4.6 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Ο τουρισμός, είναι μία από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων της χώρας που εξισορροπούν το Ισοζύγιο πληρωμών. Η εικόνα αυτή απεικονίζεται στον πίνακα 4.9, σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία της ΤτΕ .. Από τον πίνακα προκύπτει η εξαιρετικά μεγάλη σημασία του τουρισμού και για την κάλυψη του εμπορικού ισοζυγίου.

Συγκεκριμένα, για το 2014 οι ταξιδιωτικές εισπράξεις αναμένεται να καλύψουν το 75% του εμπορικού ισοζυγίου.

Πίνακας 4.9. Η σημασία του τουρισμού και για την κάλυψη του εμπορικού ισοζυγίου σε αριθμούς.

	Ιαν - Δεκ 2013	Ιαν - Νοε 2013	% επί συνόλου	Ιαν - Νοε 2014
Εμπορικό Ισοζύγιο	-17.229	-15.913	92%	-16.830
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις ως % ελλείμματος Εμπορικού Ισοζυγίου	11.995 70%	11.826 74%	99%	13.262 79%
Εκτίμηση Εσόδων από Μεταφορές	1.425			1.538
Εξαγωγές Αγαθών	22.535	20.670	92%	21.632
Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	14.151	12.874	91%	13.519
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις / Εξαγωγές	53%	57%		61%
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις / Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	85%	92%		98%

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος,

Μάλιστα, αν συνυπολογισθούν και τα έσοδα αερομεταφορών, κρουαζιέρας κλπ. που η ΤτΕ υπολογίζει σε άλλους κωδικούς του Ισοζυγίου Πληρωμών, τότε η συμβολή του εισερχόμενου τουρισμού στην κάλυψη του εμπορικού ισοζυγίου αυξάνεται κατά 10 περίπου ποσοστιαίες μονάδες σε 85% περίπου.

Επίσης, εξαιρουμένων εξαγωγών καυσίμων και πλοίων, οι εισπράξεις από τον τουρισμό είναι σχεδόν ίσες με τις εισπράξεις από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων (αγροτικά, βιομηχανικά, κλπ.) που εξάγει η χώρα.

4.7 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΥΣ ΕΓΧΩΡΙΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Η ανάπτυξη του τουρισμού, εκτός από την άμεση δαπάνη των επισκεπτών σε μια περιοχή επιφέρει πρόσθετες θετικές επιπτώσεις στην οικονομία, καθώς κινητοποιεί σημαντικό αριθμό παραγωγικών μονάδων που δραστηριοποιούνται για την κάλυψη της ζήτησης που δημιουργείται. Στο κεφάλαιο αυτό εκτιμάται η επίδραση (άμεση, έμμεση και προκαλούμενη) του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους

δραστηριότητας της ελληνικής οικονομίας από τη δαπάνη για τουριστικές υπηρεσίες, αλλά και τις επενδύσεις που σχετίζονται με τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος.

Η ανάλυση των μεγεθών στηρίζεται στα διεθνή πρότυπα για την τουριστική στατιστική του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού,¹ όπου περιγράφονται οι ορισμοί αναφορικά με τις διαφορετικές εκφάνσεις του τουρισμού και τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών σε μια περιοχή, όπως επίσης η έννοια της τουριστικής δαπάνης και οι κατηγοριοποιήσεις της. Σύμφωνα με τη μεθοδολογία για την ανάπτυξη Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού,² η εκτίμηση σχετικών με τον τουρισμό μεγεθών θα πρέπει να βασίζεται σε έγκυρες στατιστικές πηγές οι οποίες επιτρέπουν τη διαχρονική σύγκρισή τους. Για το σκοπό αυτό συστήνεται η χρήση του Συστήματος Εθνικών Λογαριασμών το οποίο αποτελεί ένα εργαλείο ποσοτικής περιγραφής οικονομικών μεγεθών.

Το σύστημα αυτό ενσωματώνει μια δέσμη στατιστικών και άλλων πληροφοριών για τις εκτιμήσεις του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) και των συνιστωσών του, ενώ περιλαμβάνει στοιχεία, όπως οι ετήσιοι πίνακες προσφοράς και χρήσεως και οι συμμετρικοί πίνακες εισροών-εκροών.

1. UNWTO International Recommendations for Tourism Statistics, 2008.

2. UNWTO Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework, 2008.

Σε αντίθεση όμως, με σημαντικούς κλάδους της οικονομίας, όπως η Γεωργία, η Βιομηχανία, το Εμπόριο, οι Κατασκευές, κλπ., η οικονομική δραστηριότητα του τουρισμού δεν αποτυπώνεται σε ένα μεμονωμένο κωδικό στο Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών.

Η ιδιαιτερότητα του τουρισμού εντοπίζεται στον προσδιορισμό του κλάδου με βάση τη ζήτηση που προέρχεται από συγκεκριμένη κατηγορία καταναλωτών, τους ταξιδιώτες. Ένα άτομο καταναλώνει αγαθά-υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό όταν πραγματοποιεί ένα ταξίδι (ή μια επίσκεψη) σε μια περιοχή άλλη από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του για χρονικό διάστημα μικρότερο του έτους και σκοπό άλλο από εκείνο της εργασίας. Το γεγονός αυτό διαφοροποιεί τον επισκέπτη από άλλες κατηγορίες καταναλωτών, καθιστώντας αναγκαίο τον ορισμό του τουριστικού τομέα από την πλευρά της ζήτησης.¹

Για το λόγο αυτό, συστήνεται η μέτρηση της τουριστικής δραστηριότητας να γίνεται με τη χρήση Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού (ΔΛΤ), οι οποίοι αποτελούν ένα αναλυτικό πλαίσιο μέσα από το οποίο αναδεικνύονται οι πηγές της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς.

1. Παυλόπουλος Π. Το Μέγεθος και η Δυναμική του Τουριστικού τομέα, ΙΤΕΠ, 1999

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

5.1 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο διεθνής τουρισμός άρχισε να μειώνεται στο τέλος του 2008 και έγινε έτσι ένας από τους τελευταίους τομείς που δέχθηκαν τις επιδράσεις της παγκόσμιας ύφεσης. Η τάση αυτή αποτυπώθηκε στις κατεξοχήν τουριστικές περιφέρειες τόσο της χώρας όσο και των υπολοίπων χωρών, με μείωση των τουριστικών αφίξεων και διανυκτερεύσεων, αλλά και μείωση των χρημάτων που καταναλώνοντας στις τουριστικές περιοχές από τους επισκέπτες τους. Διαφαίνεται όμως ότι η επίδραση της κρίσης στην τουριστική βιομηχανία δεν ήταν η ίδια, ή δεν ήταν σε ίδιο βαθμό και ένταση για όλες τις περιοχές.

Σε μία έρευνα, μελέτη που πραγματοποιήθηκε προκειμένου να εξεταστεί η διαφορετική επίδραση της κρίσης, οι ερευνητές ασχολήθηκαν με τις νησιωτικές περιφέρειες, τα Ιόνια Νησιά, το Βόρειο και το Νότιο Αιγαίο και την Κρήτη όσον αφορά τον τουρισμό και το Α.Ε.Π. Στη συνέχεια εστιάστηκαν στις ανισότητες των υπό εξέταση περιφερειών έτσι ώστε να διαπιστώσουν αν υπάρχει μία σύγκλιση των περιφερειών λόγω της κρίσης ή όχι.

Τέλος, εξέτασαν τον βαθμό ανθεκτικότητας που επιδεικνύει η κάθε μία από αυτές τις τέσσερις περιφέρειες όσον αφορά τον τουρισμό.

Ειδικότερα, προκειμένου να διαπιστώσουν αν οι 4 περιφέρειες που χρησιμοποιούνται στην έρευνά τους είναι ανθεκτικές στην επίδραση της κρίσης στον τουρισμό χρησιμοποίησαν τέσσερις δείκτες:

1. τον αριθμό των αφίξεων
2. τον αριθμό των διανυκτερεύσεων
3. τον αριθμό των καταλυμάτων, και
4. το Α.Ε.Π.

Οι τρεις πρώτοι δείκτες σχετίζονται με τον τουρισμό άμεσα αφού δίνουν στοιχεία αποκλειστικά και μόνο για τον συγκεκριμένο κλάδο.

Ο τελευταίος δείκτης που χρησιμοποιείται είναι το ΑΕΠ. Αυτός ο δείκτης δείχνει κάποια στοιχεία για τον τουρισμό έμμεσα αφού η κύρια πηγή εσόδων για τις συγκεκριμένες περιφέρειες είναι ο τουρισμός.

Προκειμένου να καλυφθούν οι στόχοι της έρευνας που ετέθησαν παραπάνω και να επεξεργαστούνε τα δεδομένα που συλλέχτηκαν χρησιμοποίησαν το στατιστικό πακέτο SPSS 19 (*Statistical Package for the Social Sciences*).

Ειδικότερα χρησιμοποίησαν τα εξής:

- Διαγράμματα, τα οποία παρουσιάζουν τους δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν στην αρχή της κρίσης (2009 για την Ελλάδα) έως και το 2011 και σε ορισμένες περιπτώσεις λόγω έλλειψης στοιχείων το 2010.
- Περιγραφικά στοιχεία, τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για να υπολογιστούν η διακύμανση, ο συντελεστής μεταβλητότητας καθώς και η μέση τιμή των δεικτών ανά περιφέρεια.

Έχοντας αναλύσει το θεωρητικό πλαίσιο και εφαρμόζοντάς το στην περίπτωση των Ιονίων Νήσων, του Βορείου και Νοτίου Αιγαίου και της Κρήτης, οι ερευνητές προέβησαν σε ορισμένα συμπεράσματα, τα οποία απαντούν στα αρχικά τους ερωτήματα .

Αρχικός τους στόχος ήταν να εξετάσουν τον βαθμό επίδρασης της κάθε περιφέρειας από την οικονομική κρίση. Χρησιμοποιώντας τέσσερις δείκτες εκ των οποίων οι τρεις αφορούσαν τον τουρισμό αποκλειστικά και ο ένας το Α.Ε.Π. εντόπισαν τις μεταβολές που υπέστη η κάθε περιφέρεια λόγω της οικονομικής κρίσης.

Παρατήρησαν ότι, αναφορικά με τους τρεις δείκτες (αφίξεις, διανυκτερεύσεις, αριθμός καταλυμάτων) όλες οι περιφέρειες, εξαιρουμένης αυτής του Βορείου Αιγαίου, η οποία επλήγη σοβαρά από την οικονομική κρίση, αναδιαρθρώθηκαν. Αυτό σημαίνει ότι η κρίση βοήθησε τις νησιωτικές περιφέρειες να διατηρήσουν τις –σοβαρές- δομές και να -κλείσει - τις μη συνειδητές προσπάθειες που είχαν γίνει γρήγορα και χωρίς οργάνωση.

Επομένως, ξεκαθάρισε τι έπρεπε να διατηρηθεί και τι όχι.

Στην περίπτωση του Βόρειου Αιγαίου, η μείωση που παρουσιάστηκε και στους τρεις δείκτες αποδεικνύει την ελλιπή οργάνωση της περιφερειακής πολιτικής ως προς τον τουρισμό και την επιφανειακή λειτουργία του.

Όσον αφορά το Α.Ε.Π. και στις τέσσερις περιφέρειες έχουμε μείωση, φανερόνοντας έτσι την πτώση των εσόδων από τον τουριστικό κλάδο είτε λόγω περιορισμού των εξόδων από μέρους των τουριστών είτε λόγω μείωσης των τιμών από μέρους της περιφέρειας.

Δεύτερον, οι ερευνητές εξέτασαν τις ανισότητες που διακρίνουν αυτές τις 4 περιφέρειες στο διάστημα 2008-2011 χρησιμοποιώντας τη μεταβολή που επήλθε στους δείκτες και ειδικότερα το συντελεστή μεταβλητότητας που προέκυψε από αυτήν, καθώς και τον λόγο max/min.

Παρατήρησαν πως οι ανισότητες μεταξύ των περιφερειών οξύνθηκαν την περίοδο της κρίσης επιβεβαιώνοντας προηγούμενες έρευνες που είχαν διεξαχθεί (The Dunford Seminars, 1978–1993. *Dunford, 1993*), όπου καταλήγουν πως σε περιόδους κρίσης οι περιφερειακές ανισότητες οξύνονται, ενώ σε περιόδους ανάπτυξης αμβλύνονται, δηλαδή δεν παρουσιάζουν μία κυκλική συμπεριφορά.

Αυτό το συμπέρασμα είναι απολύτως λογικό διότι πρόκειται για νησιωτικές περιφέρειες, όπου οι παράγοντες που τις επηρεάζουν δεν είναι συγκεκριμένοι. Έτσι, η διαφορετική τους θέση στον χάρτη προσφέρει διαφορετικά πλεονεκτήματα σε κάθε μία από αυτές, π.χ. εγγύτητα σε χώρες του εξωτερικού, καλές και ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες κ.α. Επίσης, η ύπαρξη ενός ανεπτυγμένου δικτύου μεταφορών κι επικοινωνίας που κατά συνέπεια σημαίνει και χαμηλό κόστος μετακίνησης καθώς και η συνειδητοποιημένη προσπάθεια ανάπτυξης των τουριστικών υποδομών από μέρος της κάθε περιφέρειας αποτελούν βασικούς παράγοντες που θα επηρεάσουν την επιλογή κάποιου προορισμού κι επομένως θα ευνοήσουν μία περιφέρεια έναντι κάποιας άλλης.

Φυσικά, εν μέσω κρίσης, οι αρμόδιες αρχές αμελούν την διευθέτηση τέτοιου είδους ζητημάτων με αποτέλεσμα να χάνουν βραχυπρόθεσμα χρήματα και μακροπρόθεσμα να υπονομεύουν την βασική πηγή εσόδων τους και ανάπτυξής τους, τον τουρισμό.

Στα πλαίσια της συγκεκριμένης μελέτης οι ερευνητές εστίασαν στο βαθμό ανθεκτικότητας που χαρακτηρίζει την κάθε περιφέρεια. Πρέπει να τονιστεί πως δεδομένου ότι η οικονομική κρίση βρίσκεται ακόμα σε εξέλιξη, επικεντρώθηκαν στα δύο από τα τρία χαρακτηριστικά της περιφερειακής ανθεκτικότητας, δηλαδή στην ικανότητα μιας περιφέρειας να αντέχει στις εξωτερικές πιέσεις και στην δυνατότητά της να ανταποκρίνεται θετικά σ' αυτές τις αλλαγές.

Όπως είναι λογικό, δεν μπορεί να γίνει αναφορά στην ικανότητα προσαρμογής, διότι ακόμα οι περιφέρειες δεν έχουν ξεπεράσει την κρίση και επομένως δεν μπορεί να ειπωθεί ότι μέσα από όλο αυτό έμαθαν να λειτουργούν σε ένα διαφορετικό περιβάλλον.

Με βάση τα στατιστικά που προέκυψαν διαπιστώθηκε ότι οι περιφέρειες των Ιονίων Νήσων, του Νοτίου Αιγαίου και της Κρήτης είναι ανθεκτικές ως προς τους τρεις δείκτες που αφορούν τον τουρισμό. Αυτό διαπιστώνεται βλέποντας ότι παρότι η κρίση έπληξε τον κλάδο του τουρισμού στην πραγματικότητα αυτές οι τρεις περιφέρειες αναδιοργανώθηκαν και διατήρησαν τα υψηλά επίπεδα.

Αντιθέτως, το Βόρειο Αιγαίο δεν είχε προβλέψει κατάλληλα και η οικονομική κρίση επέδρασε αρνητικά όσον αφορά την τουριστική του ανάπτυξη. Επομένως, δεν μπόρεσε να αντέξει στις εξωτερικές πιέσεις και

να ανταποκριθεί θετικά στις αλλαγές αυτές, όπως δείχνουν οι αρνητικές μεταβολές.

Τέλος, όσον αφορά την ανθεκτικότητα των περιφερειών σχετικά με το Α.Ε.Π. παρατηρείται ότι όλες υπέστησαν μείωση, με μικρότερη μεταβολή να παρουσιάζει η Κρήτη (-5,3%).

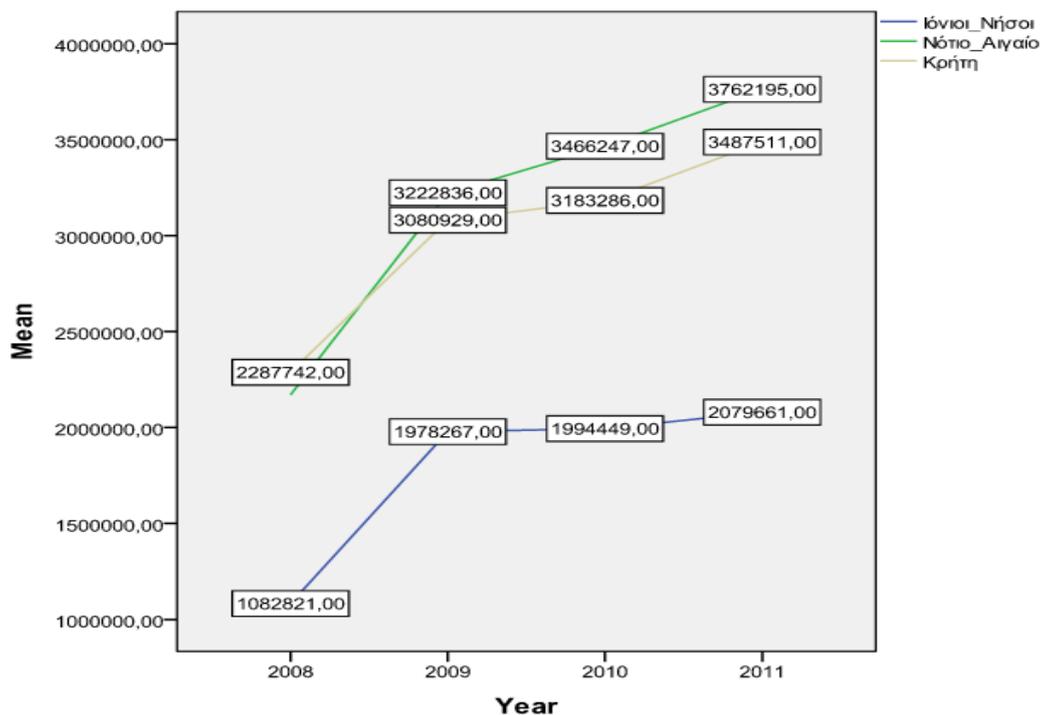
Συνεπώς, όλες οι υπό εξέταση περιφέρειες πρέπει να βρουν νέους τρόπους ώστε να μην μειώνονται τα εισοδήματά τους .

Τέλος, όσον αφορά τις προτάσεις για περαιτέρω έρευνα, θα ήταν χρήσιμο να λάβει χώρα η έρευνα εκ νέου επεκτείνοντας την έρευνά τους έως σήμερα, έτσι ώστε να εντοπιστεί η επίδραση της κρίσης σε μία περίοδο όπου η ύφεση είναι εντονότερη και να φανεί αφενός πως διαμορφώνονται τα επίπεδα των αφίξεων, των διανυκτερεύσεων και των καταλυμάτων κι αφετέρου πως μεταβάλλεται τελικά το Α.Ε.Π. κι αν γίνονται προσπάθειες από μέρους της περιφερειακής πολιτικής να το διατηρήσουν σε υψηλά επίπεδα.

Επίσης, θα μπορούσε να γίνει μία σύγκριση με νησιωτικές περιφέρειες άλλων χωρών που έχουν πληγεί στον ίδιο βαθμό με την Ελλάδα από την κρίση για να φανεί αν βρίσκονται σε πλεονεκτικότερη ή όχι θέση και ανάλογα να προχωρήσουν στην υιοθέτηση των πολιτικών αυτών των περιφερειών ή όχι.

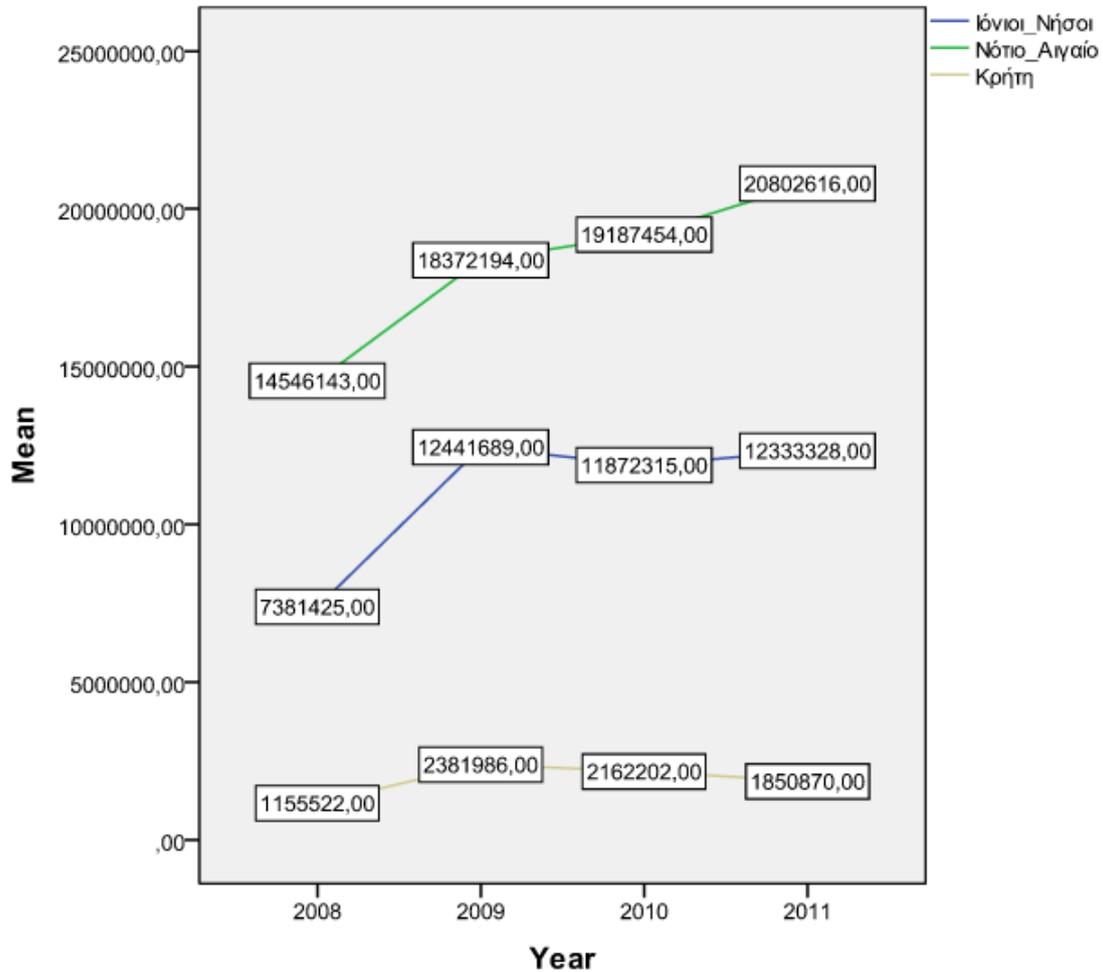
Θα ήταν ενδιαφέρον με τη λήξη της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα να γίνει μία έρευνα, η οποία θα φανερώνει ακριβώς ποιες περιφέρειες ήταν ανθεκτικές και τι μέτρα χρησιμοποίησαν προκειμένου να μην επηρεαστούν αρνητικά από την κρίση.

Πίνακας 5.1: Η μεταβολή των αφίξεων από το 2008 έως το 2011



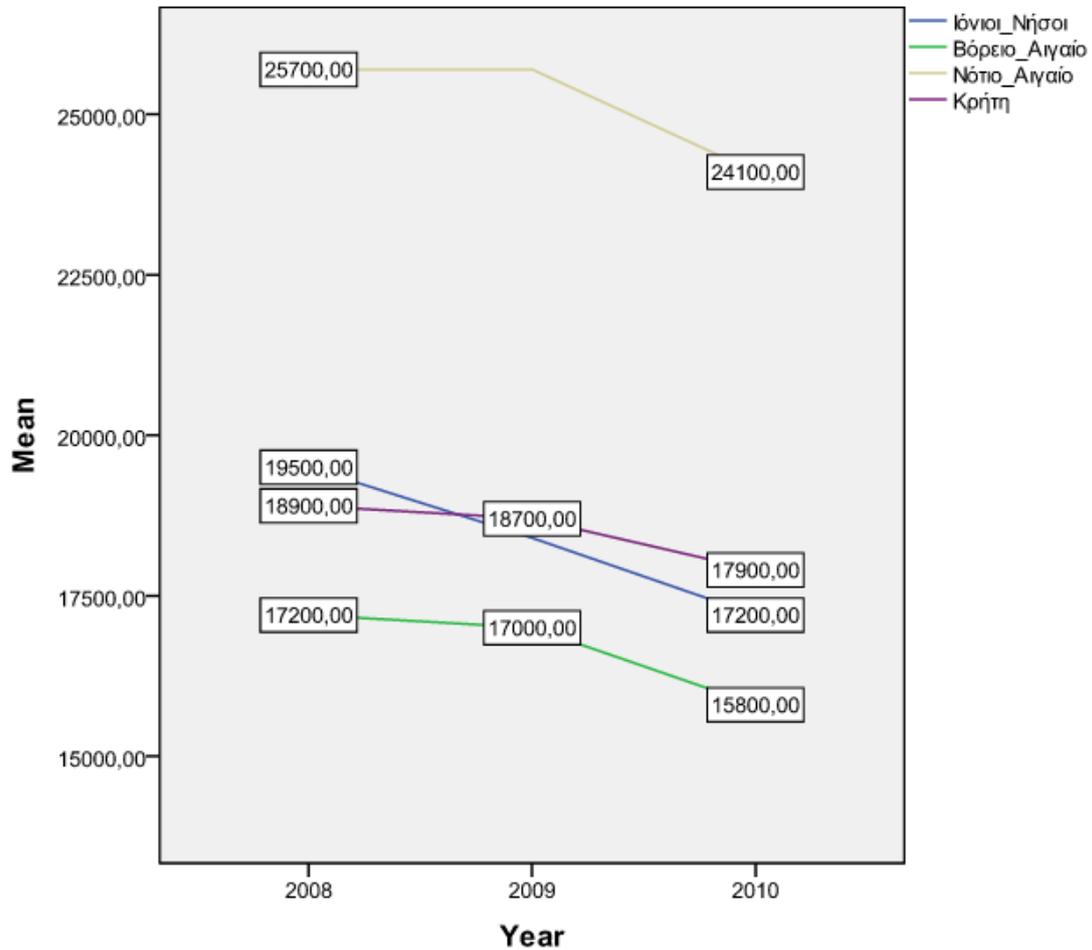
Στο πιο πάνω πίνακα παρουσιάζεται η μεταβολή των αφίξεων για τις περιφέρειες των Ιονίων Νήσων, του Νότιου Αιγαίου και της Κρήτης. Παρατηρούμε ότι σε σχέση με το 2008 οι τουρίστες έχουν αυξηθεί με το μεγαλύτερο ποσοστό αύξησης (92%) να παρουσιάζεται στα νησιά του Ιονίου. Ακολουθεί το Νότιο Αιγαίο και μετά η Κρήτη. Παρατηρούμε ένα αυξανόμενο ρυθμό άφιξης τουριστών στα ελληνικά νησιά επιβεβαιώνοντας το γεγονός ότι η Ελλάδα αποτελεί ακόμα πόλο έλξης για τους τουρίστες ακόμα κι εν μέσω κρίσης, εν αντιθέσει με άλλες χώρες που η εμφάνιση της κρίσης μείωσε το 2009 τον αριθμό των αφίξεων.

Πίνακας 5.2: Η μεταβολή των διανυκτερεύσεων από το 2008 έως το 2011



Παρατηρώντας το Πίνακα 5. 2 διαπιστώνουμε ότι υπάρχει αύξηση στις διανυκτερεύσεις και στις 3 περιφέρειες το 2011 σε σχέση με το 2008.

Πίνακας 5.3: Η μεταβολή του Α.Ε.Π. από το 2008 έως το 2010



Η μεταβολή του Α.Ε.Π. μας δείχνει έμμεσα την μεταβολή που επήλθε στα έσοδα από τον τουρισμό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ.

6.1 ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Ο τουρισμός, αποτελεί τη μεγαλύτερη και τη πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη «βιομηχανία» παγκοσμίως. Σε αυτή συμμετέχουν περίπου 1,1 δισ. άνθρωποι. Απασχολεί περίπου 200 εκατ. εργαζόμενους, περίπου το 10% του παγκόσμιου εργατικού δυναμικού. Σύμφωνα με τον World Tourism Organization (WTO), το 2020 περίπου 1,6 δισ. τουρίστες ετησίως θα ταξιδεύουν σε διάφορους προορισμούς.

Ο τουρισμός αποτελεί μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων της Ελλάδας. Το 20% περίπου του εργατικού δυναμικού στη χώρα μας απασχολείται στον τουρισμό, ενώ η άμεση και έμμεση συμβολή του εκτιμάται σε 20% -25% στο ΑΕΠ της Ελλάδας. Περίπου 23 εκατ. τουρίστες επισκέφθηκαν την χώρα μας το 2014, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 15% σε σχέση με το 2013 (ΣΕΤΕ, 2014). Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ (2015) προσέφερε στην αιχμή του, σε συνδυασμό με την εστίαση, το 30% των θέσεων μισθωτής απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα. Σύμφωνα με έρευνα του οίκου McKinsey, & Company ο τουρισμός είναι ο κλάδος που θα πρωταγωνιστήσει την επόμενη δεκαετία για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Σύμφωνα με την μελέτη αυτή, ο τουρισμός μπορεί να συνεισφέρει 18 δισ. από τα 50 συνολικά δισ. ευρώ κατά τα οποία θα μπορούσε να αυξηθεί το ΑΕΠ της χώρας μέσα στην επόμενη δεκαετία

6.2 ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η εκτεταμένη ακτογραμμή και το φυσικό περιβάλλον είναι ορισμένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που καθιστούν τη χώρα μας από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Ταυτόχρονα, ο τουρισμός μαζί με την ναυτιλία αποτελούν τους πιο εξωστρεφείς τομείς της ελληνικής οικονομίας, με την εισροή ταξιδιωτικού συναλλάγματος να επιδρά θετικά στο ισοζύγιο πληρωμών της χώρας, συμβάλλοντας στη μείωση του ελλείμματος των τρεχουσών συναλλαγών.

Η ανάδειξη του τουριστικού τομέα αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο της πολύπλευρης συνεισφοράς του τουρισμού, το οποίο μπορεί και θα πρέπει να αναπτυχθεί για τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος της χώρας.

Ο τουρισμός αποτελεί διεθνώς οικονομική δραστηριότητα με σημαντικές θετικές επιπτώσεις στην ανάπτυξη και την απασχόληση. Οι υποδομές που δημιουργούνται για την τουριστική δραστηριότητα συμβάλλουν στην τοπική ανάπτυξη, στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στη διατήρηση υφιστάμενων θέσεων εργασίας, και μάλιστα, συχνά, σε περιοχές που βρίσκονται σε βιομηχανική ή αγροτική παρακμή. Η τουριστική ανάπτυξη επίσης εμμέσως συμπαρασύρει ανοδικά και πολλούς άλλους παραγωγικούς τομείς με τους οποίους συνδέεται στενά όπως: η οικοδομική δραστηριότητα και τα τεχνικά έργα, το λιανικό εμπόριο, δραστηριότητες αναψυχής και εστίασης καθώς και πολυάριθμους τομείς παραγωγής προϊόντων που έχουν σχέση με διακοπές ή παροχής υπηρεσιών σχετικά με επαγγελματικά ταξίδια.

Brand value είναι πολλοί ελληνικοί προορισμοί που είναι από τις δημοφιλέστερες τουριστικές επιλογές παγκοσμίως. Ενώ η Ελλάδα είναι διεθνώς αναγνωρισμένη ως χώρα που προσφέρει ελκυστικές διακοπές πολυτελείας.

Η Γεωγραφική θέση και η Μορφολογία της Ελλάδας, με τους φυσικούς πόρους, συνθέτουν μία χώρα με μεγάλη γεωγραφική ποικιλομορφία, που διαθέτει από χρυσές αμμουδιές και ηλιόλουστα νησιά, μέχρι χιονισμένες βουνοκορφές και επιβλητικά δάση και συνεπώς προσφέρει εξαιρετικές επιλογές για διακοπές καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Η Ιστορία και Πολιτισμός της Ελλάδας με πάνω από τέσσερις χιλιετίες καταγεγραμμένης ιστορίας, είναι ένας προορισμός με αναρίθμητα και μεγάλης ιστορικής σημασίας μνημεία, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, επισκέψιμα από λάτρεις της ιστορίας.

Οι Εγκαταστάσεις και Υποδομές στην Ελλάδα, που υπάρχουν περισσότερες από 700.000 κλίνες, περισσότερες από 500 συνεδριακές εγκαταστάσεις, περισσότερες από 6.000 θέσεις ελλιμενισμού για γιοτ/σκάφη αναψυχής, και απευθείας αεροπορικές συνδέσεις σημαντικών Ευρωπαϊκών αεροδρομίων με 24 ελληνικούς προορισμούς.

6.2,1 ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Στην επένδυση της τουριστικής βιομηχανίας θα μπορούσαμε να αναφέρουμε και τις παρακάτω περιπτώσεις :

- Ιδιωτικοποίηση βασικών τουριστικών και μεταφορικών κρατικών περιουσιακών στοιχείων (μαρίνες, περιφερειακά αεροδρόμια, τουριστικά ακίνητα κλπ) από το Ταμείο Αξιοποίησης Ιδιωτικής Περιουσίας του Δημοσίου
- Δημιουργία πολυτελών τουριστικών θέρετρων, με τη βοήθεια επενδυτικών κινήτρων, όπως κρατικές επιχορηγήσεις και φορολογικές διευκολύνσεις
- Ανάπτυξη εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων και υποδομών, επικεντρωμένα γύρω από συγκεκριμένες θεματικές ενότητες (γαστρονομία, πολιτισμός, ευεξία, πολυτέλεια), υποκατηγορίες τουρισμού (ιατρικός, συνεδριακός), σημαντικές αγορές (Ρωσία, Ισραήλ, Ασία κλπ) ή δημογραφικές ομάδες (Συνταξιούχοι, Οικογένειες, Ζευγάρια κλπ).

Πίνακας 6.1 Βασικά Μεγέθη

Συνολική Προστιθέμενη Αξία του Τουρισμού	€28 δισ. ¹
Τουρισμός ως ποσοστό της Ελληνικής Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας	16% ²
Διεθνείς Αφίξεις το 2014	~ 22εκατ. ³
Θέσεις Απασχόλησης στον Κλάδο Τουρισμού	657.000 ⁴
Αριθμός παραλιών και μαρίνων με Γαλάζιες Σημαίες	393 Παραλίες 9 Μαρίνες
Αριθμός μαρίνων σε λειτουργία	19 ⁵
Αριθμός θέσεων ελλιμενισμού	6,661 ⁶
Αριθμός μνημείων αναγνωρισμένων από την UNESCO ως χώροι Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς	17 ⁷

1. McKinsey report for Tourism, 2013

2. McKinsey report for Tourism, 2013

3. ΣΕΤΕ, ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ

4. ΣΕΤΕ, 2014

5. Ιστότοπος ΕΟΤ

6. Ιστότοπος ΕΟΤ

6.3 ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του IOBE (2012),¹ η επενδυτική δαπάνη στον τουριστικό κλάδο, καθαρή από την αξία εισαγόμενου εξοπλισμού, μηχανημάτων κλπ., το 2010 ανήλθε σε € 600 εκ. Δεδομένης της επενδυτικής κάμψης στην Ελλάδα μετά το 2009, η εκτίμησή μας είναι ότι οι επενδύσεις στον τουρισμό το 2013 και το 2014 ανήλθαν σε € 200 εκ. την κάθε χρονιά.

Παρουσιάζονται πολλές επενδυτικές ευκαιρίες που θα μπορούσαν δυνητικά να αξιοποιήσουν αυτήν την σπουδαία πολιτιστική κληρονομιά, συμπεριλαμβανομένων :

- Ψηφιοποίηση και ηλεκτρονική απεικόνιση των πολιτισμικών στοιχείων της Ελλάδας, καθώς επίσης και παροχή υπηρεσιών όπως εικονικά μουσεία και τρισδιάστατες περιηγήσεις / ξεναγήσεις σε μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους.
- Αναβάθμιση των τόπων πολιτισμικής κληρονομιάς, μέσα από την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων, καθώς επίσης και βελτίωση των τοπικών υποδομών.
- Δημιουργία και ανάπτυξη θεματικών προϊόντων σχετικά με συγκεκριμένα στοιχεία, όπως η Ελληνική Ορθόδοξη Θρησκεία και οι ανασκαφές αρχαιολογικών χώρων.

1. IOBE (2012). *Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία.*

Πίνακας 6.2. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ 2000-2013

Έτος	εκατ. €	Μεταβολές
Year	mi. €	Change
2000	10.061,20	-
2001	10.579,90	5,16%
2002	10.284,70	-2,79%
2003	9.495,30	-7,68%
2004	10.347,80	8,98%
2005	10.729,50	3,69%
2006	11.356,70	5,85%
2007	11.319,20	-0,33%
2008	11.635,90	2,80%
2009	10.400,20	-10,62%
2010	9.611,30	-7,59%
2011	10.504,70	9,30%
2012*	10.442,50	
2013*	12.152,22	16,37%

* Προσμετρούνται και οι εισπράξεις κρουαζιέρας.

* Cruise data have also been counted

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

7. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

7.1 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΟΣ LEONTIEF

Οι κλάδοι μιας οικονομίας αλληλεπιδρούν, καθώς κάθε κλάδος χρησιμοποιεί ως εισροή στην παραγωγική του διαδικασία προϊόντα και υπηρεσίες από άλλους κλάδους.

Από την άλλη πλευρά, η παραγωγή κάθε κλάδου κατευθύνεται ως ενδιάμεση κατανάλωση σε άλλους κλάδους της εγχώριας οικονομίας, στην τελική κατανάλωση νοικοκυριών ή κυβέρνησης, ως εισροή σε επενδυτικές δραστηριότητες ή εξάγεται εκτός της χώρας.

Η διαφορά μεταξύ της συνολικής αξίας παραγωγής και της αξίας των αναλώσεων ενός κλάδου αποτελεί την Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (ΑΠΑ) του κλάδου, η οποία αντιστοιχεί στους πόρους που έχουν στη διάθεσή τους οι επιχειρήσεις του κλάδου για την πληρωμή μισθών, εργοδοτικών εισφορών, αποσβέσεων, άμεσων φόρων και μερισμάτων στους μετόχους τους καθώς και για συγκράτηση ως αποθεματικό .

Προσθέτοντας τους έμμεσους φόρους, όπως ΦΠΑ, ΕΦΚ, κλπ., στην ΑΠΑ όλων των κλάδων προκύπτει το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της χώρας, το οποίο υπολογίζεται επίσης και ως το άθροισμα της τελικής κατανάλωσης (νοικοκυριών και δημόσιου τομέα), των επενδύσεων (ιδιωτικού και δημόσιου τομέα) και των καθαρών εξαγωγών (εξαγωγών μείον εισαγωγών).

Η προστιθέμενη αξία που παράγει ένας κλάδος δεν αποτελεί ικανοποιητική ένδειξη για τη συνολική συνεισφορά του στην οικονομία, καθώς δεν λαμβάνει υπόψη τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ αυτού και των λοιπών κλάδων οικονομικής δραστηριότητας στη συγκεκριμένη οικονομία.

Αυτό το κενό συμπληρώνεται από το υπόδειγμα εισροών-εκροών του Leontief, όπου η συνολική συνεισφορά ενός κλάδου ισοδυναμεί με την επίπτωση στην οικονομία σε σύγκριση με ένα υποθετικό σενάριο, όπου η τελική ζήτηση που καλύπτει ο κλάδος (τελική κατανάλωση, επενδύσεις και εξαγωγές) ικανοποιείται εξ' ολοκλήρου με εισαγωγές ή όπως στην περίπτωση του τουρισμού απλώς δεν υφίσταται.

Στο υποθετικό σενάριο χάνεται όχι μόνο η προστιθέμενη αξία που παράγει ο κλάδος όταν ικανοποιεί την τελική ζήτηση για τις υπηρεσίες του, αλλά και η προστιθέμενη αξία όλων των υπόλοιπων κλάδων στο βαθμό που συμμετέχουν στην αλυσίδα αξίας που δημιουργείται από την ικανοποίηση της τελικής ζήτησης του εξεταζόμενου κλάδου.

Η μήτρα του Leontief εκτιμάται από τους πίνακες εισροών-εκροών στο πλαίσιο ενός συστήματος γραμμικών εξισώσεων.

Με βάση την υπόθεση ότι οι συντελεστές παραγωγής δεν μεταβάλλονται με το ύψος της ζήτησης, υπολογίζεται η μήτρα των τεχνολογικών συντελεστών (A), η οποία εκφράζει το μερίδιο των εισροών στη συνολική αξία παραγωγής των κλάδων.

Έχοντας υπολογίσει την μήτρα των τεχνολογικών συντελεστών, η μήτρα του Leontief ισούται με την αντίστροφη μήτρα $(I-A)^{-1}$.

Πίνακας 7.1: Πίνακας εισροών-εκροών

Κλάδοι / Μεγέθη	Γεωργία	Βιομηχανία	Υπηρεσίες	Τελική κατανάλωση (N οικοκυριά και κυβέρνηση)	Επενδύσεις	Εξαγωγές	Συνολική αξία Παραγωγής
	Γεωργία	Βιομηχανία	Υπηρεσίες				
Γεωργία	Ενδιάμεση Κατανάλωση						
Βιομηχανία							
Υπηρεσίες							
Εισαγωγές							
Φόροι στα αγαθά							
Φόροι εισοδήματος	Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία						
Μισθοί							
Αποσβέσεις							
Κέρδη							
Συνολική αξία παραγωγής							

1.Ο πίνακας εισροών-εκροών είναι μια δια-κλαδική μήτρα, οι γραμμές της οποίας περιγράφουν τη διανομή του παραγόμενου προϊόντος κάθε κλάδου στους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας, ενώ κάθε στήλη περιγράφει τις εισροές που λαμβάνει κάθε κλάδος από τους υπόλοιπους προκειμένου να παράγει το προϊόν του. Οι συναλλαγές αυτές αποτελούν την ενδιάμεση κατανάλωση (ή ζήτηση). Παράλληλα, εκτός από τις εισροές από άλλους κλάδους, κάθε κλάδος χρησιμοποιεί κεφαλαιουχικό εξοπλισμό και εργασία προκειμένου να παράγει το προϊόν του, το σύνολο των οποίων αποτελούν την προστιθέμενη αξία κάθε κλάδου. Εκτός όμως από την ενδιάμεση κατανάλωση, τα προϊόντα που παράγει κάθε κλάδος καταναλώνονται από τα νοικοκυριά, την κυβέρνηση, κατευθύνονται σε επενδύσεις, ενώ ένα μέρος αυτών διοχετεύεται στην ξένη αγορά (εξαγωγές). Τα στοιχεία αυτά αντιπροσωπεύουν την τελική ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 5.1 η συνολική αξία παραγωγής κάθε κλάδου αποτελεί το σύνολο της ενδιάμεσης και

της τελικής ζήτησης (σε οριζόντια φορά) ή εναλλακτικά το άθροισμα της ενδιάμεσης ζήτησης και της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας (σε κάθετη φορά).

Για την εκτίμηση της επίδρασης του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας λαμβάνονται υπόψη (προσεγγιστικά) και τα υπόλοιπα συνθετικά στοιχεία της τελικής ζήτησης για τις εγχώριες τουριστικές υπηρεσίες: α) μια εκτίμηση του μεγέθους των επενδύσεων (δρόμοι, αεροδρόμια, λιμάνια, εγκαταστάσεις ενέργειας, ύδρευσης, αποχέτευσης, συλλογής απορριμμάτων κλπ) μέσα από την προσέγγιση των πληρωμών του ΠΔΕ στις περιφέρειες της χώρας με τη μεγαλύτερη τουριστική ανάπτυξη β) το ύψος της συλλογικής κατανάλωσης για δημόσιες δαπάνες στον τουρισμό με την υπόθεση ότι αυτές αποτυπώνονται στις πιστώσεις του ΠΔΕ για το υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμό και γ) το ύψος της επένδυσης στον κλάδο των υπηρεσιών καταλύματος βάσει στοιχείων για επενδύσεις που έχουν υπαχθεί στο νόμο 3299/04.

Για τα στοιχεία αυτά χρησιμοποιείται το τμήμα εκείνο που θεωρείται ότι αντιπροσωπεύει την εγχώρια οικονομική δραστηριότητα και το οποίο εκτιμάται από τη σχέση του πίνακα εισροών-εκροών για το σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας (συμπεριλαμβανομένων δηλαδή και των εισαγωγών) και του αντίστοιχου πίνακα που αφορά αποκλειστικά την εγχώρια οικονομική δραστηριότητα.

Επισημαίνεται επίσης ότι με βάση τους ορισμούς της μεθοδολογίας του UNWTO, η εκτίμηση της επίδρασης του τουριστικού τομέα στην εγχώρια οικονομική δραστηριότητα πρέπει να καλύπτει το τμήμα εκείνο που συνδέεται με την τουριστική ζήτηση και να μην προσμετράτε η επίδραση στην κατανάλωση που προέρχεται από τους μόνιμους κατοίκους στον τόπο προορισμού.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο κλάδος της Εστίασης, όπου εκτός από κύριο στοιχείο της ζήτησης για τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες, η δραστηριότητά του επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από τη ζήτηση των μόνιμων κατοίκων.

Για τις περιπτώσεις αυτές γίνεται η υπόθεση ότι το τμήμα της ζήτησης που σχετίζεται με την τουριστική δραστηριότητα, εκφράζεται από το ποσοστό των επιχειρήσεων που λειτουργούν στις περιοχές της χώρας με τη μεγαλύτερη τουριστική ζήτηση, (όπως εκτιμάται από τα στοιχεία του *Μητρώου Επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ*).

Αυτές θεωρούνται ότι είναι οι περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου, Βορείου Αιγαίου, Κρήτης, Ιονίων Νήσων και Κεντρικής Μακεδονίας όπου καταγράφονται σχεδόν τα 3/4 των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα της χώρας.

Λαμβάνοντας για την εκτίμηση το σύνολο της περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας γίνεται η υπόθεση ότι το ποσοστό επιχειρήσεων του νομού

Θεσσαλονίκης (του δεύτερου πιο πολυπληθή νομού της χώρας) αντισταθμίζει, τουλάχιστον εν μέρει, το ποσοστό επιχειρήσεων που άμεσα επηρεάζονται από την τουριστική δραστηριότητα στην Αττική, όπου επίσης αποτελεί περιοχή (Αθήνα, νησιά Αργοσαρωνικού, Κύθηρα, Αντικύθηρα) με σημαντικό αριθμό αφίξεων από το εξωτερικό και διανυκτερεύσεων.

Επίσης για τις περιπτώσεις εκείνες όπου η εκτίμηση του υποδείγματος απαιτούσε την ανάλυση κλάδων, βάσει της ΣΤΑΚΟΔ, σε μεγαλύτερη ανάλυση χρησιμοποιήθηκαν πρωτογενή στοιχεία από έρευνα σε τουριστικές επιχειρήσεις για τον προσδιορισμό των συντελεστών παραγωγής στους τουριστικούς κλάδους σε συνδυασμό με στατιστικά στοιχεία από την Eurostat σχετικά με τη διάρθρωση των επιχειρήσεων στην Ελλάδα σε επίπεδο κλάδων βάσει της Nace Rev.1 (*Structural Business Statistics*).

Η επίδραση του τουριστικού κλάδου σε όρους αξίας παραγωγής στην οικονομία υπολογίστηκε πολλαπλασιάζοντας το διάνυσμα της τουριστικής δαπάνης και των επενδύσεων στους συναφείς με τον τουρισμό κλάδους οικονομικής δραστηριότητας με την μήτρα του Leontief.

(Η μεγάλη συμβολή του Wassily Leontief, 1905-1999 και Νόμπελ Οικονομίας το 1973, στη θεωρεία της γενικής ισορροπίας είναι κυρίως το γνωστό υπόδειγμα των εισροών-εκροών (input-output analysis) .

Πίνακας 7.2 : Πρόγραμμα _Δημοσίων Επενδύσεων, Πληρωμές κατά περιφέρεια και πιστώσεις στο Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού, 2010

Περιφέρειες	Συγχρη/μενο*	Εθνικό*	Σύνολο
Αττική	78,4	10,1	88,5
Θεσσαλία	30,9	8,6	39,5
Στερεά Ελλάδα	30,9	8,6	39,5
Ήπειρος	38,0	7,2	45,2
Δυτική Μακεδονία	14,3	5,8	20,0
Πελοπόννησος	28,5	11,5	40,0
Δυτική Ελλάδα	28,5	11,5	40,0
Ιόνια Νησιά	23,8	2,9	26,6
Βόρειο Αιγαίο	33,3	5,8	39,0
Νότιο Αιγαίο	16,6	5,8	22,4
Κρήτη	40,4	7,2	47,6
Α. Μακεδονία-Θράκη	28,5	8,6	37,1
Κεντρική Μακεδονία	83,1	14,4	97,5
Σύνολο Χώρας	475,0	108,0	583,0
Τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές**	197,1	36,0	233,1
Πιστώσεις ΠΔΕ στο Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού			
178,9 εκατ. €			

(*) Η κατανομή στις περιφέρειες γίνεται με βάση τα στοιχεία του Περιφερειακού προγράμματος ΠΙΕ 2012, καθώς δεν υπάρχει αντίστοιχη πληροφορία για το 2010

(**) Ιόνια Νησιά, Βόρειο Αιγαίο, Νότιο Αιγαίο, Κρήτη, Κεντρική Μακεδονία

Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών, Προϋπολογισμός Δημόσιων Επενδύσεων, Εισηγητική έκθεση κρατικού προϋπολογισμού 2012

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

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

Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, οι ήπιες κλιματολογικές συνθήκες και το φυσικό κάλλος της Ελλάδας έχουν ως αποτέλεσμα η χώρα να συγκαταλέγεται μεταξύ των σημαντικότερων τουριστικών προορισμών παγκοσμίως.

Η περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να προσφέρει πολλαπλά οφέλη τα οποία διαχέονται σε ολόκληρη την οικονομία, στηρίζοντας τις παραγωγικές της δομές και την περιφερειακή ανάπτυξη ιδιαίτερα σε περιοχές της χώρας, όπως τις νησιωτικές, όπου οι αναπτυξιακές προοπτικές είναι μικρότερες. Το γεγονός αυτό υποδεικνύει την αναγκαιότητα διερεύνησης των διακλαδικών σχέσεων και της συνεισφοράς του τουριστικού τομέα στην εγχώρια παραγωγική δραστηριότητα.

Σε αντίθεση όμως, με άλλους σημαντικούς κλάδους της οικονομίας όπως τις Κατασκευές, τη Μεταποίηση, τη Γεωργία κ.ά., ο τουρισμός δεν αποτυπώνεται σε ένα μεμονωμένο κλάδο, καθώς συνδέεται με ένα ευρύτερο φάσμα δραστηριοτήτων. Προκύπτει έτσι, η ανάγκη να προσδιοριστούν οι κλάδοι εκείνοι που επηρεάζονται από την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών των επισκεπτών σε μια περιοχή που δεν αποτελεί τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους. Οι κατηγορίες αυτές διακρίνονται στα καταλύματα, στην διατροφή (φαγητό και ποτά), στις μεταφορές, στις υπηρεσίες των ταξιδιωτικών πρακτορείων, στις ψυχαγωγικές-πολιτιστικές δραστηριότητες και στις αγορές αναμνηστικών, αλλά και προϊόντων καθημερινής χρήσης με τους αντίστοιχους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας που προσφέρουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες τους να επηρεάζονται άμεσα από το ύψος της τουριστικής δαπάνης.

Ταυτόχρονα όμως, η ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος προκαλεί πρόσθετες θετικές επιπτώσεις στην οικονομία από την πλευρά των παραγωγικών μονάδων που προμηθεύουν τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό, ενώ από την μεταβολή της ζήτησης

για αγαθά και υπηρεσίες στην οικονομία, επηρεάζεται και το διαθέσιμο εισόδημα που λαμβάνουν τα νοικοκυριά κατά το μήκος της αλυσίδας αξίας των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Το 2010 η άμεση επίδραση του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας εκτιμάται σε 15,2 δισ. ευρώ, εκ των οποίων τα 14,6 δισ. ευρώ (σε όρους ακαθάριστου προϊόντος) είναι αποτέλεσμα της τουριστικής δαπάνης από την πλευρά των ξένων, αλλά και των ημεδαπών επισκεπτών, συμπεριλαμβανομένων και των εσόδων από την κρουαζιέρα. Η εκτίμηση αυτή υποδεικνύει ότι για κάθε 1.000 ευρώ τουριστικής δαπάνης το ακαθάριστο προϊόν της χώρας αυξάνεται κατά 2.220 περίπου ευρώ. Η μεγαλύτερη συνεισφορά προέρχεται από τις υπηρεσίες καταλύματος, ενώ σε συνδυασμό με την εστίαση, αποτελούν τα 2/3 σχεδόν της άμεσης επίδρασης του τουρισμού.

Σημαντική είναι επίσης, η συνεισφορά στο εγχώριο προϊόν από τις μεταφορές, ιδιαίτερα τις θαλάσσιες και τις οδικές, οι οποίες περιλαμβάνουν ένα εκτεταμένο δίκτυο παροχής υπηρεσιών με σκοπό τις μετακινήσεις των επισκεπτών στη χώρα.

Στις αεροπορικές μεταφορές, η αντίστοιχη συνεισφορά είναι ελαφρώς ηπιότερη παρά το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος των αφίξεων πραγματοποιείται με το συγκεκριμένο μεταφορικό μέσο. Η εξέλιξη αυτή συνδέεται με την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού και τη μετακίνηση μεγάλου αριθμού τουριστών με ναυλωμένες πτήσεις (charter), η πλειοψηφία των οποίων πραγματοποιούνται από ξένες αεροπορικές εταιρίες. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα η δαπάνη για τη μετακίνηση να λογίζεται ως όφελος για την οικονομία της χώρας που οι (αεροπορικές) εταιρίες αυτές έχουν την έδρα τους.

Σε επιμέρους κατηγορίες, η συνεισφορά από τον κλάδο των ταξιδιωτικών γραφείων και από τις Πολιτιστικές-Ψυχαγωγικές –Αθλητικές δραστηριότητες κυμαίνεται στο 4% περίπου, ενώ για το λιανικό εμπόριο προσεγγίζει το 5%.

Ενδεικτικό επίσης της αλληλεπίδρασης των κλάδων από την ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί η περίπτωση της διοργάνωσης Εμπορικών Εκθέσεων-Συνεδρίων, όπου η σχετικά μικρή άμεση συνεισφορά του κλάδου αντανακλά τις θετικές επιπτώσεις -σε όρους δημιουργίας προστιθέμενης αξίας- από την πραγματοποίηση συνεδρίων κυρίως για τα ξενοδοχεία και την εστίαση.

Η έμμεση συνεισφορά του τουρισμού εκτιμάται σε 5,2 δισ. ευρώ, με τους κλάδους των οποίων η δραστηριότητα επηρεάζεται σε μεγαλύτερο βαθμό από την τουριστική κατανάλωση, να είναι το Εμπόριο, οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, ο κλάδος διαχείρισης ακίνητης περιουσίας, οι Κατασκευές και η Μεταποίηση.

Αντίστοιχα, η προκαλούμενη επίδραση από την αύξηση του

διαθέσιμου εισοδήματος στα νοικοκυριά ανέρχεται σε 13,9 δισ. ευρώ, με αποτέλεσμα ο τουρισμός να συνεισφέρει το 15,1% (ή 34,4 δισ. ευρώ) του συνολικού ακαθάριστου προϊόντος της χώρας το 2010.

Σημαντική είναι επίσης η συνεισφορά του τουρισμού στην αγορά εργασίας, με την άμεση και έμμεση απασχόληση να εκτιμάται σε 446 χιλ. εργαζόμενους, ενώ η συνολική επίδραση στην απασχόληση ανέρχεται σε 741 χιλ. ή 16% της συνολικής απασχόλησης της χώρας το 2010.

Θα πρέπει επιπλέον να σημειωθεί ότι η τουριστική (ή άμεση) απασχόληση αυξάνεται κατά την καλοκαιρινή περίοδο, όταν και κορυφώνεται η τουριστική ζήτηση, ενώ ξεπερνά την παραπάνω εκτίμηση εφόσον συνεκτιμηθεί ότι σημαντικός αριθμός ατόμων απασχολούνται σε κάποιο τουριστικό επάγγελμα συμπληρωματικά μιας άλλης εργασίας τους.

Οι παραπάνω εκτιμήσεις, εκτός από τη συνεισφορά του τουριστικού τομέα στην εγχώρια οικονομική δραστηριότητα, αναδεικνύουν επίσης τη δυναμική του στο πλαίσιο της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας για τα επόμενα έτη.

Είναι επομένως απαραίτητη, η αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες θα λειτουργήσουν συμπληρωματικά του υφιστάμενου προτύπου γύρω από τον ήλιο και τη θάλασσα, που αποτελεί τον πυλώνα ανάπτυξης του εγχώριου τουριστικού προϊόντος.

Σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον, όπως διαμορφώνεται από τις χώρες της Μεσογείου, αλλά και από νέους αναδυόμενους προορισμούς, μορφές τουρισμού, όπως ο τουρισμός πόλεων (στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη), ο συνεδριακός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας, σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της κρουαζιέρας μπορούν να βοηθήσουν ουσιαστικά προς την κατεύθυνση αυτή.

Είναι ενδεικτικό ότι με βάση την εκτίμηση της επίδρασης του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, η επίτευξη του στόχου των 20 εκατ. αφίξεων από το εξωτερικό θα είχε ως αποτέλεσμα οι τουριστικές εισπράξεις από το εξωτερικό να ανέλθουν τουλάχιστον στα 12,8 δισ. ευρώ, ενώ σε όρους συνολικής επίδρασης στο ΑΕΠ η επιπλέον συμβολή θα ήταν μεγαλύτερη των 7 δισ. Ευρώ σε σχέση με εκείνη που υπήρχε πριν 5 χρόνια, το 2010.

Συμπερασματικά, ο τουρισμός στην Ελλάδα κατά την τελευταία δεκαετία, είχε αυξητική πορεία.

Συγκεκριμένα:

- συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία τουλάχιστον 9% του ΑΕΠ της χώρας, ενώ η άμεση και έμμεση συμβολή του εκτιμάται σε 20% έως 25%, επιβεβαιώνοντας την κοινή ρήση ότι αποτελεί την, βαριά βιομηχανία, της χώρας,

- αποτελεί την ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας, αφού το 2014 παρουσίασε ανάπτυξη 11,3% ή € 1,8 δις (από € 15,2 δις άμεσης συνεισφοράς στο ΑΕΠ το 2013 σε € 17 δις το 2014) όταν το συνολικό ΑΕΠ εκτιμάται ότι μειώθηκε κατά € 3,5 δις σε ονομαστικούς όρους και αυξήθηκε κατά 0,6% περίπου σε πραγματικούς λόγω αποπληθωρισμού,
 - από κάθε € 1 τουριστικής δραστηριότητας, δημιουργείται επιπλέον € 1,2 έως 1,65 πρόσθετης οικονομικής δραστηριότητας. Ως αποτέλεσμα για κάθε € 1 τουριστικού εσόδου, το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά € 2,2 έως 2,65, δηλαδή ο τουρισμός είναι ένας κλάδος με μεγάλη διάχυση ωφελειών στην οικονομία,
 - για 3 νησιωτικές Περιφέρειες (Κρήτη, Νότιο Αιγαίο, Ιόνιο) συνεισφέρει άμεσα στη δημιουργία τουλάχιστον 50% του ΑΕΠ των Περιφερειών αυτών. Οι περιφέρειες αυτές έχουν από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη χώρα, υποστηρίζοντας την άποψη ότι ο τουρισμός οδηγεί σε βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται,
 - προσέφερε στην αιχμή του σε συνδυασμό με την εστίαση – το 30% των θέσεων μισθωτής απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα, πλέον των θέσεων αυτοαπασχολούμενων σε 31 χιλιάδες μικρά ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια και δεκάδες χιλιάδες επιχειρήσεις εστίασης,
 - υπήρξε η δραστηριότητα που στήριξε τα ασφαλιστικά ταμεία σε μια χρονιά που οι υπόλοιπες δραστηριότητες του ιδιωτικού τομέα συνέχισαν να συρρικνώνονται και ως εκ τούτου να μειώνουν την συνεισφορά τους σε αυτά, κάλυψε με τις ταξιδιωτικές εισπράξεις το 75% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου. Οι εισπράξεις αυτές σχεδόν ισούνται με τις εισπράξεις από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων που εξάγει η χώρα, εξαιρουμένων των εισπράξεων από εξαγωγή πλοίων και καυσίμων.
 - εάν στις ταξιδιωτικές εισπράξεις συνυπολογισθούν και οι εισπράξεις από αερομεταφορές και θαλάσσιες μεταφορές από τον εισαγόμενο τουρισμό, τότε το σύνολο υπερβαίνει κατά πολύ το σύνολο των εισπράξεων από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων πλην πλοίων και καυσίμων.
- Είναι προφανής από τα παραπάνω αφενός η σπουδαιότητα του τουρισμού για την ελληνική οικονομία και αφετέρου ο δυναμισμός του κλάδου.
- Ο δυναμισμός αυτός αποτελεί την αφετηρία στην οποία πρέπει να βασιστούν οι πολιτικές που θα αντιμετωπίσουν τη σημαντικότερη αδυναμία του τουρισμού της χώρας που δεν είναι άλλη από την εποχικότητα (περίπου το 60% των αφίξεων και των εσόδων

πραγματοποιούνται στο 3ο τρίμηνο και μόλις 6% των αφίξεων και 3% των εσόδων στο 1ο τρίμηνο).

Δηλαδή, η αντιμετώπιση της εποχικότητας δεν μπορεί παρά να γίνει με την συμπλήρωση και τον εμπλουτισμό του βασικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα, που άλλωστε αποτελεί και την μεγαλύτερη αγορά τουρισμού (tourism product) σε όλη την Ευρώπη, και όχι με την καταπολέμησή του.

Κατά γενική εκτίμηση, η Ελλάδα χαίρει αρκετά καλής διαφοροποίησης στο τουριστικό της χαρτοφυλάκιο σε σχέση με άλλες Μεσογειακές χώρες.

Ωστόσο, πρέπει να διατηρήσει και να αυξήσει τα μερίδιά της στις παραδοσιακές της αγορές (ΗΠΑ, Γερμανία, ΗΒ, Ιταλία κ.ά.), καθώς επεκτείνει το χαρτοφυλάκιο της στις νέες αγορές της Ρωσίας και της Ασίας.

ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ

www.gnto.gov.gr, www.visitgreece.gr

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

<http://sete.gr> Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

www.grhotels.gr Ελληνικό Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο

www.hatta.gr Σύνδεσμος των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών
Γραφείων

www.hapco.gr Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων

www.hhf.gr Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων

www.hyba.gr Ελληνικός Σύνδεσμος Μεσιτών και Εμπειρογνώμων Θαλαμηγών

www.itep.gr Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

[1] Gartner, 2001. Psychological traits and entrepreneurial

[2] CHRISTOU, E. & NELLA, A. (2010) A review of wine-tourism research from 1995-2010: Analysis of 111 contributions. *Journal of Hospitality & Tourism*, Vol.8, No.1, pp.112-123.

[3] Cruise Line Industry Association (2014). *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2014* Edition

[4] Robert Woodrow McIntosh, Charles R. Goeldner *Tourism principles, practices, philosophies* (1990)

[5] Methodology for producing the 2011 WTTC/OE Travel and Tourism Economic impact research. World Travel and Tourism Council-Oxford Economics

[6] Stephen L.J. Smith *Defining tourism a supply-side*

[7] UNWTO World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism highlights 2008* Edition and World

[8] UNWTO *International Recommendations for Tourism Statistics*, 2008.

[9] UNWTO *Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework*, 2008.

[10] Wassily Leontief (1966), *Input-Output Economics*, Oxford University Press, New York

[11] IOBE (2012). *Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία*.

[12] ΚΕΠΕ (2014). *Οικονομικές Εξελίξεις*, Τεύχος 24, Ιούνιος 2014.

[13] Λαγός Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*, Αθήνα: Κριτική.

- [14] Πάρις Τσάρτας, Π. (1996). *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, Αθήνα: Εξάντας.
- [15] Παυλόπουλος Π. Το Μέγεθος και η Δυναμική του Τουριστικού τομέα, ΙΤΕΠ, 1999
- [16] Σιγάλα, Μ. και Χρήστου, Ε. (2014). *Από τον μαζικό τουρισμό στον τουρισμό της εμπειρίας*.