

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ  
ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Πάτρα)

*Τίτλος Εργασίας*  
**Η διαχείριση του τουρισμού στη διάρκεια  
της οικονομικής κρίσης και η συνεισφορά του  
τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα.**

*Πτυχιακή Εργασία των*

- Γκουρνέλου Μαρία
- Βασίλης Παπαδόπουλος
- Μαρία – Ηλέκτρα Γουργουρίνη

*Επιβλέπων :* Κωνσταντίνος Ντεμίρης

**ΠΑΤΡΑ, 2015**



## Περίληψη

Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο να προσεγγίσει τους κύριους παράγοντες για την ανάπτυξη του τουρισμού, τη διαχείριση του τουρισμού στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης αλλά και πριν από αυτή αλλά και τη συνεισφορά του τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα και αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια εισαγωγή στον τουρισμό, στην έννοια του τουρισμού και στην ιστορική αναδρομή.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια αναφορά και ανάλυση στα είδη του τουρισμού αλλά και στις μορφές του. Στα αναπτυσσόμενα είδη τουρισμού στην Ελλάδα και ποια είναι τα κυριότερα είδη.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην διαχείριση του τουρισμού κατά την διάρκεια της οικονομικής κρίσης. Αναδεικνύονται τρόπου και ενέργειες για την ανάπτυξη του τουρισμού κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, όπως επίσης γίνεται αναφορά για την επίδραση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό στην Ελλάδα.

Τέλος στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύουμε την συνεισφορά του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα. Αναφερόμαστε στα έτη 2000-2009 προ κρίσης με στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό στην Ελλάδα, αλλά και για τον τουρισμό κατά τη διάρκεια της κρίσης.

## **Summary**

This project aims at approaching the main factors of tourist growth, the tourist management during and before economic crisis and its contribution in the last years in Greece. It consists of four chapters. Chapter One includes an introduction of the notion of tourism, its meaning and its historical background. Chapter Two refers and analyzes the types and forms of tourism. Also, the growing types of tourism in Greece are mentioned and, therefore, the most significant ones. Chapter Three mentions tourism management during economic crisis. It designates ways and solutions to be done for the tourist boom during crisis and also it refers to the effects of tourism in Greece because of the economic crisis. Finally, in Chapter Four we analyze tourist contribution in the last years in Greece. We focus not only on the time period 2000-2009 before crisis, based on statistics, for the tourism in Greece but also on tourism during crisis.

## Ευχαριστίες

Η ολοκλήρωση αυτής της πτυχιακής υλοποιήθηκε με την υποστήριξη ενός αριθμού ανθρώπων στους οποίους θα θέλαμε να εκφράσουμε τις θερμότερες ευχαριστίες μας.

Πρώτα από όλους θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέπων καθηγητή μας κ. Κωνσταντίνο Ντεμίρη για την βοήθειά του και τις απαραίτητες πληροφορίες και την καθοδήγησή του στην εκπόνηση της εργασίας μας.

Τους γονείς μας ο καθένας ξεχωριστά για την στήριξή τους στα φοιτητικά μας χρόνια για την οικονομική πρώτα απ' όλα βοήθειά τους για να μπορέσουμε να ανταπεξέλθουμε στις σπουδές μας. Τα αδέρφια μας για την υπομονή τους και την αμέριστη στήριξή τους σε δύσκολες στιγμές μας.

Τέλος τους συμφοιτητές μας για την συνεργασία που είχαμε ώστε να φέρουμε εις πέρας την εργασία.

## Περιεχόμενα

<b>Κεφάλαιο 1ο: Εισαγωγή στον τουρισμό.....</b>	<b>8</b>
1.1. Ορισμός του τουρισμού.....	9
1.2. Η ιστορία του τουρισμού και η εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου.....	10
1.3. Η ιστορία του ελληνικού τουρισμού.....	12
<b>Κεφάλαιο 2ο: Είδη και μορφές του τουρισμού.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 Είδη τουρισμού.....</b>	<b>18</b>
2.1.1.Εσωτερικός τουρισμός.....	18
2.1.2.Εξωτερικός τουρισμός.....	18
2.1.3.Διεθνής τουρισμός.....	19
2.1.4.Μαζικός τουρισμός.....	19
2.1.5.Ατομικός τουρισμός.....	20
2.1.6.Συνεχής τουρισμός.....	20
2.1.7.Εποχιακός τουρισμός.....	20
<b>2.2. Μορφές τουρισμού.....</b>	<b>21</b>
2.2.1.Αγροτουρισμός τουρισμός.....	22
2.2.2.Οικοτουρισμός.....	23
2.2.3.Αθλητικός τουρισμός.....	24
2.2.4.Θεραπευτικός τουρισμός.....	25
2.2.5.Μορφωτικός ή γνωστικός τουρισμός.....	26
2.2.6.Περιηγητικός τουρισμός.....	26
2.2.7.Θρησκευτικός τουρισμός.....	27
2.2.8.Συνεδριακός τουρισμός.....	27
2.2.9.Τουρισμός τρίτης ηλικίας.....	28
2.2.10.Κοινωνικός τουρισμός.....	29
2.2.11.Τουρισμός κινήτρων.....	29
2.2.12.Επιλεκτικός τουρισμός.....	30
2.2.13.Τουρισμός χειμερινών σπορ.....	31
2.2.14.Θαλάσσιος τουρισμός.....	32

<b>Κεφάλαιο 3ο: Η διαχείριση του τουρισμού</b>	
<b>στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.....</b>	<b>33</b>
<b>3.1. Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα</b>	
(πότε ξεκίνησε και ποια η παρούσα κατάσταση).....	33
<b>3.2 Η διαχείριση του τουρισμού στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.....</b>	<b>38</b>
<b>3.3 Μέτρα και ενέργειες για την ανάπτυξη του τουρισμού</b>	
κατά τη διάρκεια της κρίσης.....	43
<b>3.4 Στατιστικά στοιχεία για την επίδραση της οικονομικής</b>	
<b>κρίσης στον τουρισμό.....</b>	<b>57</b>
<b>Κεφάλαιο 4ο: Η συνεισφορά του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα.....</b>	<b>61</b>
<b>4.1. Η συνεισφορά του τουρισμού γενικά στη χώρα</b>	
και ειδικά στην οικονομία μιας χώρας.....	67
<b>4.2 Στατιστικά στοιχεία του τουρισμού στη Ελλάδα</b>	
τα έτη 2000-2009 ( προ κρίσης).....	74
<b>4.3 Παράγοντες για την εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού.....</b>	<b>82</b>
<b>4.4 Πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης συνδεδεμένα με τον τουρισμό ειδικού ενδιαφέροντος και</b>	
<b>τη διαχείριση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....</b>	<b>83</b>
<i>4.4.1 Πρότυπο ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο.....</i>	<i>83</i>
<i>4.4.2 Πρότυπο βιώσιμου τουρισμού με χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών</i>	
<i>τουρισμού.....</i>	<i>84</i>
<i>4.4.3 Πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες.....</i>	<i>84</i>
<i>4.4.4 Πρότυπο εναλλακτικού τουρισμού.....</i>	<i>85</i>
<i>4.4.5 Βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης τα οποία αφορούν περιοχές με ειδικές και</i>	
<i>εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....</i>	<i>85</i>
<b>Κεφάλαιο 5ο: Επίλογος.....</b>	<b>86</b>
<b>5.1 Συμπεράσματα.....</b>	<b>86</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>87</b>

## Κεφάλαιο 1ο: Εισαγωγή στον τουρισμό

Ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας η σημασία του οποίου σε ορισμένες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών δεν μπορεί να υποβαθμιστεί και πολύ περισσότερο να αγνοηθεί. Η ανάπτυξη του τουρισμού από το τέλος των



εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και μετά υπήρξε κυριολεκτικά θεαματική, με αποτέλεσμα να αποτελεί σήμερα τη μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο, την τουριστική βιομηχανία, η συμβολή της οποίας στην ανάπτυξη ή μεγέθυνση των οικονομιών πολλών χωρών δεν επιδέχεται αμφισβητήσεις. Παρ' όλα αυτά όμως θα πρέπει να γίνει σαφές ότι η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια χώρα, σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για την επίλυση των οικονομικών προβλημάτων της και όχι μόνο. Εκτός όμως από οικονομικές επιδράσεις, η ανάπτυξη του τουρισμού σε ορισμένο τόπο και χρόνο ασκεί και άλλες επιδράσεις οι σημαντικότερες από τις οποίες είναι οι κοινωνικές, οι πολιτιστικές και οι περιβαλλοντικές.

Ο τουρισμός δεν είναι απλά μια οικονομική δραστηριότητα αποτελεί δικαίωμα και ευκαιρία στη γνώση, στην προσέγγιση του περιβάλλοντος και είναι σημαντικός παράγοντας ειρήνης και αλληλεγγύης. Είναι ένας τρόπος να χρησιμοποιείται ο ελεύθερος χρόνος αλλά και κοινωνική παροχή που συμβάλλει στην ψυχική και ψυχολογική ισορροπία.

Η σύγχρονη αντίληψη για την αξιοποίηση του τουρισμού στηρίζεται στην ποιότητα, την πιστοποίηση, την διερεύνηση την διαφοροποίηση των τουριστικών υπηρεσιών, όπου η σύνδεσή τους με την τοπική οικονομία αλλά και την δημιουργία διαφόρων έργων τα οποία αφορούν τις υποδομές και το περιβάλλον. Ο τουρισμός είναι μια γιγάντια οικονομική δύναμη. Είναι πρώτη σε παγκόσμια επίπεδο έχοντας



αφήσει λίγο πίσω την αυτοκινητοβιομηχανία. Είναι πολύ ψηλότερα ακόμη και από τις βιομηχανίες χημικών, τροφίμων και καυσίμων.

Ο τουρισμός έγινε αναγκαιότητα πλέον στον σύγχρονο άνθρωπο, διότι ο κάθε άνθρωπος ανάλογα με τις ανάγκες του, την θέση στην οποία βρίσκεται οικονομική, ψυχολογική, κοινωνική, τον χρόνο που διαθέτει επιλέγει διάφορους τρόπους ψυχαγωγίας τον τόπο και τον χρόνο που θα κάνει τις διακοπές του. Οι απαιτήσεις των τουριστών έχουν αυξηθεί λόγω ότι οι διακοπές είναι αποτελούν ένα απαραίτητο μέρος της φυσιολογικής ζωής του κάθε ατόμου παράλληλα με την αύξηση του εισοδήματος.

## **1.1 Ορισμός του τουρισμού**

Η λέξη τουρισμός έχει προέλθει από την γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει γύρος, από την αγγλική λέξη «Touring» που σημαίνει και έχει να κάνει με την επίσκεψη ατόμων σε περιοχές με αξιοθέατα. Ένας άλλος ορισμός προέρχεται από την Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού η οποία λέει πως « ο τουρισμός είναι ένα σύνολο ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές που προκαλούνται από την εξωτερική και την πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και διάφορη ένταση σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης» (Ρούπας, 1993: 7).

Τουρισμός καλείται η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων, μεμονωμένων ή συλλογικά, από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε κάποιο άλλο τόπο (εντός ή και εκτός της χώρας διαμονής τους), η οποία αποσκοπεί στην ικανοποίηση της ψυχικής επιθυμίας ή πνευματικής περιέργειας, η οποία προκαλεί τη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων. Ο βασικός διαχωρισμός του τουρισμού είναι σε εσωτερικό και σε εξωτερικό τουρισμό.

Όποιον ορισμό και να υιοθετήσει κανείς το μόνο σίγουρο πως ο τουρισμός σήμερα αποτελεί την πιο μεγάλη βιομηχανία στον πλανήτη η οποία έχει αποκτήσει τεράστια δυναμική. Όπως σε όλους τους οικονομικούς κλάδους έτσι και στον τουρισμό η ανάπτυξη, η εξέλιξη και η δυναμική προσδιορίζονται από την προσφορά και την ζήτηση που υπάρχει.

## 1.2 Η ιστορία του τουρισμού και η εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου

Αν μιλήσουμε για την εμφάνιση του τουριστικού φαινομένου στην Ελλάδα θα πρέπει να ανατρέξουμε στις αρχές του 19ου αιώνα και όχι στη σύγχρονη μεταπολεμική περίοδο που ακολούθησε τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, όπου στρέφεται αυτόματα η σκέψη, καθώς υπήρξε όντως ραγδαία άνοδος των τουριστών στη χώρα μας.

Ως έτος γέννησης του Τουρισμού θα θεωρήσουμε το 1855 όταν ο Thomas Cook οργάνωσε το «Circular Club», ενώ το 1890 ιδρύεται το Touring Club στη Γαλλία και το 1895 ιδρύεται η δική μας «Ποδηλατική Εταιρία» η οποία μετονομάζεται το 1909, με τροποποίηση του καταστατικού της, σε «Ελληνική Εταιρεία Περιηγήσεων - Touring Club». Ο περιηγητισμός αποτελεί πλέον την κύρια δραστηριότητα του σωματείου που απλώς διατηρεί και ποδηλατικό τμήμα.



Πριν όμως από το 1890 εντοπίζεται η ίδρυση και άλλων σωματείων στη χώρα μας, τα οποία και αυτά αναφέρονται στον εσωτερικό τουρισμό:

Ο «Περιπατητικός Σύλλογος» που ίδρυσε το 1887 ο καθηγητής Γιάννης Σαρρής με μέλη κυρίως μαθητές του Γυμνασίου της Πλάκας και ο «Ανευ ρεκλάμας Πεζοπορικός Σύλλογος» με μέλη δημοσιογράφους και λογίους της εποχής τον

Κρυστάλλη, τον Καρκαβίτσα, τον Βλαχογιάννη κ.ά. που ιδρύθηκε το 1889 (Β. Κωνσταντινόπουλος, Στοιχεία από την Ιστορία, του ελληνικού εκδρομισμού, Αθήνα 1959). Χαρακτηριστική είναι η ονομασία του εκδρομικού συλλόγου που ο Καμπούρογλου με φιλική συντροφιά είχε δημιουργήσει, και είχαν αυτονομαστεί «Εξερευνηταί των Αγνώστων χωρών της Αττικής», και όπου μετείχαν ο Αλ. Πάλλης, ο Περ. Γιαννόπουλος, ο Γιάννης Ζυγομαλάς, ο Γρ. Ξενόπουλος κ.ά.

Το 1914 ακολουθεί η σύσταση της «Εταιρίας των Φιλοξένων», εκ παραλλήλου δε και η πρώτη κρατική υπηρεσία με θέμα την τουριστική οργάνωση της Ελλάδας, με την ονομασία «Γραφείον Ξένων και Εκθέσεων», στο υπουργείο Εθνικής Οικονομίας. Ακολουθεί το 1929 η ίδρυση του ΕΟΤ «Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού» επί Ελ. Βενιζέλου με τον νόμο 4377/1929, στον οποίο οφείλονται και τα πρώτα τεχνικά έργα υποδομής, όπως τα τουριστικά περίπτερα σε διάφορους αρχαιολογικούς χώρους.

Όλες αυτές οι αξιέπαινες προσπάθειες και άλλες μεταγενέστερες, μέχρι τη λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, δεν πέτυχαν να δημιουργήσουν το απαραίτητο κλίμα για την προσέλκυση ικανοποιητικού αριθμού ξένων επισκεπτών. Και τούτο, διότι η χώρα μας ακρωτηριασμένη μέχρι το 1913 κατά τα 2/3 και με πολυτάραχο βίο 80 ετών περίπου, δεν διέθετε ούτε την κατάλληλη υποδομή ούτε τα αναγκαία στελέχη για τη λειτουργία τουριστικής κίνησης.

Με την ανακάλυψη της ατμομηχανής στις αρχές του 19ου αιώνα και την επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου καθώς και την κατασκευή πολυτελών κρουαζιεροπλοίων άρχισαν οι αφίξεις στη χώρα να πληθαίνουν, αλλά για τον 19ο αιώνα και αρχές 20ού που αναφερόμαστε, αυτές είναι σποραδικές, μεμονωμένων προσώπων ή ομάδων υψηλής οικονομικής και κοινωνικής στάθμης τους οποίους μάλιστα ο λαός αποκαλούσε «λόρδους» ή «μιλόρδους».

**Υποδομές- τεχνολογία:** Τα πράγματα για τον τουρισμό άλλαξαν με τα χρόνια λόγω της αναβάθμισης της τεχνολογίας των υποδομών αλλά η τρομακτική ώθηση για μαζικοποίηση του φαινομένου οφείλεται περισσότερο στο αυτοκίνητο και το αεροπλάνο που αντικατέστησαν τα παραδοσιακά μέσα. Ιδιαίτερος το αεροπλάνο και λόγω μείωσης της χρονοαπόστασης και της προσφοράς ταξιδιωτικών πακέτων, επέτρεψε το «ταξίδι διακοπών» σε ευρύτερα στρώματα της κοινωνίας.

Το άπλωμα του τουριστικού προνομίου όπως ήταν φυσικό έφερε και αλλαγές στην ψυχολογία του τουρίστα και στις μορφές του τουρισμού (συνεδριακός, αγροτουρισμός, χειμερινός, κοινωνικός τουρισμός, τουρισμός χειμερινών αθλημάτων, 3ης ηλικίας κ.λπ.).

Όλη αυτή η εξέλιξη και η πληθώρα τουριστών και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναπτύχθηκαν καθώς επίσης και ο ανταγωνισμός με γειτονικές χώρες, προϋποθέτουν τη δημιουργία της κατάλληλης εκείνης υποδομής, που θα επιτρέψει την ανάπτυξη των σχετικών δραστηριοτήτων. Χρέος της ηγεσίας των κρατών που ασκούν τουρισμό και της αυτοδιοίκησης που εμπλέκεται σε τοπικό επίπεδο στις δομές ανάπτυξης της περιοχής της, θα ήταν η με καλύτερο και αρτιότερο τρόπο μελέτη και οργάνωση των αναγκών κατά περιοχή, των δομών που αντέχει, για την καλύτερη και πληρέστερη εξυπηρέτηση των τουριστών της χώρας. Δεν ονειρεύεται κανείς να επανέλθουμε στην εποχή των «λόρδων», όμως στη χώρα μας διαχρονικά η έλλειψη στρατηγικής αποτέλεσε ανασταλτικό παράγοντα για την υγιή προσπάθεια στην οικονομική ζωή της χώρας και την αναβάθμιση του πολιτιστικού και πνευματικού επιπέδου των λαών με βάση τη μετακίνηση από τόπο σε τόπο.

### **1.3. Η ιστορία του ελληνικού τουρισμού**

Ο τουρισμός παρόλο που από την αρχαιότητα έως σήμερα στηρίχτηκε στον ελεύθερο χρόνο και την μετακίνηση, εντούτις παρουσίασε μέσα στο χρόνο μια μορφολογική εξέλιξη. Στην αρχαία Ελλάδα και στη Ρώμη ο ελεύθερος χρόνος ήταν προνόμιο των ευκατάστατων πολιτών που ήταν ελεύθεροι, οικονομικά εύποροι και απαλλαγμένοι από κάθε εξαναγκαστική απασχόληση. Εκείνοι που ανήκαν στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα είχαν περισσότερο ελεύθερο χρόνο και τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε διάφορους τύπους ταξιδιωτικών μετακινήσεων.

Το 19<sup>ο</sup> αιώνα εμφανίστηκαν τα πρώτα κρατικά πανδοχεία που παρείχαν δωρεάν υπηρεσίες στους ταξιδιώτες όπως επίσης εμφανίστηκαν και τα πρώτα πανδοχεία κερδοσκοπικής μορφής. Στα χρόνια του πρωτόγονου ανθρώπου η περιήγηση ήταν συνδεδεμένη με την ανακάλυψη νέων τόπων και περιοχών με αποθέματα τροφής, ασφαλής κατοικίας. Στα χρόνια της Αρχαίας Ελλάδας και της Αρχαίας Ρώμης ο τουρισμός ήταν τόσο διαδεδομένος όσο και σήμερα. Στα χρόνια του μεσαίωνα ο τουρισμός έγινε φαινόμενα σταδιακά, αφορούσε περισσότερο τις

κοινωνικές ολιγαρχίες παρά το πλήθος των μικροαστών. Αλλά δεν αφορούσε καθόλου τους εργάτες και τους δουλοπάροικους. Στην κοινωνική δομή του μεσαίωνα οι διακοπές ή ο τουρισμός γενικότερα ήταν συνδεδεμένος με αποκλειστικά με θρησκευτικούς λόγους. Όταν καταλάγιασε ο θρησκευτικός φανατισμός αναπτύχθηκε ο διαφωτισμός, η ανάπτυξη των τεχνολογιών, η εστίαση προσοχής στον άνθρωπο προέκυψαν σημαντικές αλλαγές στην κοινωνία και την οικονομία. Η επίδραση της Γαλλικής Επανάστασης και της Αγγλικής Βιομηχανικής Επανάστασης ήταν καθοριστική στο οικονομικοκοινωνικό γίγνεσθαι και το φαινόμενο του τουρισμού επηρεάστηκε σαφώς θετικά. Μπορούμε ωστόσο να αναφέρουμε πως το δικαίωμα του τουρισμού δεν το είχαν μόνο οι ευγενείς και οι απεσταλμένοι τους. Η νέα τάξη που δημιουργήθηκε, η αστική τάξη, των βιοτεχνών, των βιομηχάνων, των επιστημόνων και των εμπόρων, ήταν, απελευθερωμένη από θρησκευτικούς ή φεουδαρχικούς δεσμούς και περιορισμούς έχοντας της διάθεση και την οικονομική άνεση να ταξιδέψει κι έτσι άρχισε η ανάπτυξη του μοντέρνου τουρισμού.

Στην μοντέρνα κοινωνική δομή του 21<sup>ου</sup> αιώνα μπορούμε να δούμε πως ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο καθαρά οικονομικό τεράστιας εμβέλειας και δυναμικής από όλες τις πλευρές και σε όλες του τις διαστάσεις. Αναπτύσσεται σε όλο τον κόσμο όπου υπάρχει κοινωνική ελευθερία. Ακόμη παρατηρείται μια γεωγραφική επέκταση των περιοχών που ασχολούνται με τον τουρισμό και όπως φαίνεται οι νέοι τουριστικοί προορισμοί αυξάνουν το μέγεθος της τουριστικής βιομηχανίας με πολύ γρήγορους ρυθμούς.

Πρέπει να σημειώσουμε πως η βιομηχανία του τουρισμού ήταν συνδεδεμένη με την πιο προηγμένη τεχνολογία κάθε εποχής είτε στον τομέα των μεταφορών (πλοίο, αεροπλάνο, διαστημικό λεωφορείο), είτε με τον τομέα των επικοινωνιών και των επισκεπτών, στο management των επιχειρήσεων (εφαρμογές H/Y), είτε στα υλικά και την διαχείρισή τους (logistics), είτε στα οικονομικά όπως επίσης και στο τουριστικό μάρκετινγκ αλλά γενικότερα σε κάθε δραστηριότητα του τουριστικού φαινομένου. Η τεχνολογία παλαιότερα αλλά και σήμερα οδηγεί τον τουρισμό αλλά και ο τουρισμός βάζει προκλήσεις και στόχους στην τεχνολογία.

Ο τουρισμός προάγει και προάγεται από τον πολιτισμό, την κοινωνική ελευθερία και τις έννοιες του ανθρωπισμού καθώς είναι το ευγενέστερο αρχέγονο ανθρώπινο γνώρισμα.

Αν μιλήσουμε για την εμφάνιση του τουριστικού φαινομένου στην Ελλάδα θα πρέπει να ανατρέξουμε στις αρχές του 19ου αιώνα και όχι στη σύγχρονη μεταπολεμική περίοδο που ακολούθησε τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, όπου στρέφεται αυτόματα η σκέψη, καθότι υπήρξε όντως ραγδαία άνοδος των τουριστών στη χώρα μας.

Ο όρος «tourist» χρησιμοποιήθηκε στο 1800 στην Αγγλία. Ενώ το 1963 η συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τον Τουρισμό και τα διεθνή ταξίδια, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη 21 Αυγούστου έως 5 Σεπτεμβρίου, ορίζει ως «επισκέπτη», «κάθε άτομο το οποίο μετακινείται σε μια άλλη χώρα, διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του, για οποιονδήποτε λόγο εκτός από εκείνον της άσκησης αμειβομένου επαγγέλματος». Γίνεται επίσης διαχωρισμός του όρου σε τουρίστες και εκδρομείς.

Ως έτος γέννησης του Τουρισμού θα θεωρήσουμε το 1855 όταν ο Thomas Cook οργάνωσε το «Circular Club», ενώ το 1890 ιδρύεται το Touring Club στη Γαλλία και το 1895 ιδρύεται η δική μας «Ποδηλατική Εταιρεία» η οποία μετονομάζεται το 1909, με τροποποίηση του καταστατικού της, σε «Ελληνική Εταιρεία Περιηγήσεων - Touring Club». Ο περιηγητισμός αποτελεί πλέον την κύρια δραστηριότητα του σωματείου που απλώς διατηρεί και ποδηλατικό τμήμα.

Πριν όμως από το 1890 εντοπίζεται η ίδρυση και άλλων σωματείων στη χώρα μας, τα οποία και αυτά αναφέρονται στον εσωτερικό τουρισμό:

Ο «Περιπατητικός Σύλλογος» που ίδρυσε το 1887 ο καθηγητής Γιάννης Σαρρής με μέλη κυρίως μαθητές του Γυμνασίου της Πλάκας και ο «Ανευ ρεκλάμας Πεζοπορικός Σύλλογος» με μέλη δημοσιογράφους και λογίους της εποχής τον Κρυστάλλη, τον Καρκαβίτσα, τον Βλαχογιάννη κ.ά. που ιδρύθηκε το 1889 (Β. Κωνσταντινόπουλος, Στοιχεία από την Ιστορία, του ελληνικού εκδρομισμού, Αθήνα 1959). Χαρακτηριστική είναι η ονομασία του εκδρομικού συλλόγου που ο Καμπούρογλου με φιλική συντροφιά είχε δημιουργήσει, και είχαν αυτονομαστεί «Εξερευνηταί των Αγνώστων χωρών της Αττικής», και όπου μετείχαν ο Αλ. Πάλλης, ο Περ. Γιαννόπουλος, ο Γιάννης Ζυγομαλάς, ο Γρ. Ξενόπουλος κ.ά.

Το 1914 ακολουθεί η σύσταση της «Εταιρίας των Φιλοξένων», εκ παραλλήλου δε και η πρώτη κρατική υπηρεσία με θέμα την τουριστική οργάνωση της Ελλάδας, με την ονομασία «Γραφείον Ξένων και Εκθέσεων», στο υπουργείο Εθνικής Οικονομίας.

Ακολουθεί το 1929 η ίδρυση του ΕΟΤ «Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού» επί Ελ. Βενιζέλου με τον νόμο 4377/1929, στον οποίο οφείλονται και τα πρώτα τεχνικά έργα υποδομής, όπως τα τουριστικά περίπτερα σε διάφορους αρχαιολογικούς χώρους.

Όλες αυτές οι αξιέπαινες προσπάθειες και άλλες μεταγενέστερες, μέχρι τη λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, δεν πέτυχαν να δημιουργήσουν το απαραίτητο κλίμα για την προσέλκυση ικανοποιητικού αριθμού ξένων επισκεπτών. Και τούτο, διότι η χώρα μας ακρωτηριασμένη μέχρι το 1913 κατά τα 2/3 και με πολυτάραχο βίο 80 ετών περίπου, δεν διέθετε ούτε την κατάλληλη υποδομή ούτε τα αναγκαία στελέχη για τη λειτουργία τουριστικής κίνησης.

Με την ανακάλυψη της ατμομηχανής στις αρχές του 19ου αιώνα και την επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου καθώς και την κατασκευή πολυτελών κρουαζιεροπλοίων άρχισαν οι αφίξεις στη χώρα να πληθαίνουν, αλλά για τον 19ο αιώνα και αρχές 20ού που αναφερόμαστε, αυτές είναι σποραδικές, μεμονωμένων προσώπων ή ομάδων υψηλής οικονομικής και κοινωνικής στάθμης τους οποίους μάλιστα ο λαός αποκαλούσε «λόρδους» ή «μιλόρδους».

Είναι ενδιαφέρουσα και εντυπωσιακή η περιγραφή στον ημερήσιο Τύπο της εποχής πριν από 120 χρόνια ακριβώς, της άφιξης στις 5 Μαρτίου 1893 του πολυτελούς κρουαζιερόπλοιου «Πρίγκηψ Βίσμαρκ» το οποίο με πλήρωμα 250 αντρών μετέφερε 300 περιηγητές οικονομικά και κοινωνικά εύρωστους, από την Κωνσταντινούπολη στον Πειραιά, στον όρμο της «Κρεμμυδαρούς» (η περιοχή της Δραπετσώνας, όπου βρίσκονταν μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1990 οι δεξαμενές του ΟΛΠ, ήταν παλιότερα όρμος που ονομαζόταν «Κρεμμυδαρού» από τις πολλές μεγάλες κρεμμύδες -μποτσίκια- που φύτεωναν εκεί). Η τιμή του εισιτηρίου, για αυτό το ταξίδι που διήρκησε ένα μήνα, έφθανε τις 2 (δύο) λίρες στερλίνες ημερησίως (όλα πληρωμένα) όταν η αγοραστική αξία της δεκάρας ήταν σημαντική. Το πλοίο ερχόμενο από Κωνσταντινούπολη, είχε επιτύχει και μερικές επίσημες τιμητικές διακρίσεις. Ο Σουλτάνος είχε απονεμίσει στον νεαρό πλοίαρχο το ανώτερο τουριστικό παράσημο «οσμανιέ» και είχε διαβιβάσει μέσω του υπασπιστού του, τους

προσωπικούς του χαιρετισμούς προς τους ταξιδεύοντες τουρίστες προσφέροντας παράλληλα σε αυτούς μεγάλες ποσότητες ζαχαρωτών και καπνού.

### **Υποδομές- τεχνολογία**

Τα πράγματα για τον τουρισμό άλλαξαν με τα χρόνια λόγω της αναβάθμισης της τεχνολογίας των υποδομών αλλά η τρομακτική ώθηση για μαζικοποίηση του φαινομένου οφείλεται περισσότερο στο αυτοκίνητο και το αεροπλάνο που αντικατέστησαν τα παραδοσιακά μέσα. Ιδιαίτερως το αεροπλάνο και λόγω μείωσης της χρονοαπόστασης και της προσφοράς ταξιδιωτικών πακέτων, επέτρεψε το «ταξίδι διακοπών» σε ευρύτερα στρώματα της κοινωνίας.

Το άπλωμα του τουριστικού προνομίου όπως ήταν φυσικό έφερε και αλλαγές στην ψυχολογία του τουρίστα και στις μορφές του τουρισμού (συνεδριακός, αγροτουρισμός, χειμερινός, κοινωνικός τουρισμός, τουρισμός χειμερινών αθλημάτων, 3ης ηλικίας κ.λπ.).

Ολη αυτή η εξέλιξη και η πληθώρα τουριστών και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναπτύχθηκαν καθώς επίσης και ο ανταγωνισμός με γειτονικές χώρες, προϋποθέτουν τη δημιουργία της κατάλληλης εκείνης υποδομής, που θα επιτρέψει την ανάπτυξη των σχετικών δραστηριοτήτων.

Χρέος της ηγεσίας των κρατών που ασκούν τουρισμό και της αυτοδιοίκησης που εμπλέκεται σε τοπικό επίπεδο στις δομές ανάπτυξης της περιοχής της, θα ήταν η με καλύτερο και αρτιότερο τρόπο μελέτη και οργάνωση των αναγκών κατά περιοχή, των δομών που αντέχει, για την καλύτερη και πληρέστερη εξυπηρέτηση των τουριστών της χώρας.

Δεν ονειρεύεται κανείς να επανέλθουμε στην εποχή των «λόρδων», όμως στη χώρα μας διαχρονικά η έλλειψη στρατηγικής αποτέλεσε ανασταλτικό παράγοντα για την υγιή προσπάθεια στην οικονομική ζωή της χώρας και την αναβάθμιση του πολιτιστικού και πνευματικού επιπέδου των λαών με βάση τη μετακίνηση από τόπο σε τόπο.

Το πώς, το γιατί και το τι θα μπορούσε να γίνει δεν είναι μέρος αυτού του άρθρου και είναι θέμα που απασχολεί και θα απασχολήσει στο μέλλον, ευχόμαστε όμως να



διορθωθούν τα κακώς κείμενα και να αναδειχθούν όπως τους πρέπει οι προσπάθειες όσων εμπλέκονται σε αυτό τον τομέα της οικονομικής ζωής του τόπου μας.

## Κεφάλαιο 2ο: Είδη και μορφές του τουρισμού

### 2.1 Είδη τουρισμού (εσωτερικός, εξωτερικός, διεθνής, εθνικός, μαζικός)

Η τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας σχετίζεται με το να αναπτύσσονται διάφορες μορφές τουρισμού όπου θα είναι βιώσιμες μελλοντικά. Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια βλέπουμε μιας ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες λόγω του κλίματος και της θάλασσας. Όμως βλέπουμε και μια μεγάλη στροφή προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού ώστε να αναπτυχθεί και να αυξηθεί η τουριστική περίοδος από 3 σε 12 μήνες. Πολλά είναι τα είδη τουρισμού όπως:

**2.1.1.Εσωτερικός τουρισμός:** Η μετακίνηση των ατόμων, τα ταξίδια σε άλλες περιοχές στην χώρα όπου διαμένουν. Αποτελεί μεγάλη βιομηχανία παρόλο που δεν φέρνει συνάλλαγμα στην χώρα μας έχει σημαντικές οικονομικές ωφέλειες στις οποίες συγκαταλέγεται η συγκράτηση εκροής συναλλάγματος από τους ντόπιους λόγω της μη πραγματοποίησης εξωτερικού τουρισμού. Είναι πολλές οι προϋποθέσεις για την σωστή ανάπτυξη του όπως η δημιουργία κατάλληλων κέντρων φιλοξενίας τα οποία να είναι οικονομικά και προσιτά στους τουρίστες. Βασική προϋπόθεση η ανάπτυξη και δημιουργία δικτύων και μέσων επικοινωνίας ώστε να είναι γρήγορε και ασφαλέστερες οι μετακινήσεις των ντόπιων τουριστών στο εσωτερικό της χώρας.



**2.1.2.Εξωτερικός τουρισμός:** Ο εξωτερικός τουρισμός είναι η μετακίνηση των ατόμων από τη χώρα τους σε μια άλλη για τουριστικούς λόγους, για να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες τους. Εξωτερικό τουρισμό έχει κάθε χώρα όταν μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών τις επισκέπτονται ή όταν οι μόνιμοι κάτοικοί τους επισκέπτονται μια άλλη χώρα. Στην περίπτωση που οι μόνιμοι κάτοικοι μιας ξένης χώρας επισκέπτονται μια άλλη τότε ο τουρισμός ονομάζεται ενεργητικός

διότι αυτό που τον χαρακτηρίζει είναι η εισροή συναλλάγματος για την οποία όλες οι χώρες εκδηλώνουν το ενδιαφέρον τους. Στην αντίθετη περίπτωση που οι μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας επισκέπτονται μια άλλη τότε ο τουρισμός είναι παθητικός διότι χαρακτηριστικό του είναι η εκροή συναλλάγματος.

**2.1.3.Διεθνής τουρισμός:** Είναι το σύνολο του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού. Ο παγκόσμιος τουρισμός αναπτύσσει σταθερά ταχύτητα σε συνέχεια ενός ιδιαίτερα απαιτητικού και γεμάτο προκλήσεις 2009. Το πρώτο δίμηνο του 2010, οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις σημειώνουν αύξηση 7% σύμφωνα με το Τουριστικό Βαρόμετρο του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ).

**2.1.4.Μαζικός τουρισμός:** Είναι η ομαδική συμμετοχή των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας, όμως δεν συνδέεται με τον τύπο τουρισμού διαμονής αναψυχής μακράς διάρκειας. Ο ομαδικός χαρακτήρας του αναφέρεται στον τρόπο που οργανώνεται και πραγματοποιείται ένα ταξίδι αλλά και στην συγκέντρωση των τουριστών στους τόπους διαμονής τους στους προορισμούς που επισκέπτονται.

Το σύστημα Group Inclusive Tours, αποτελεί την βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού καθώς προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες στους τουρίστες όπως πακέτα που στην απλή μορφή τους περιλαμβάνουν τον τουριστικό προορισμό, το κατάλυμα, την διατροφή και τη μεταφορά.



Στο σύστημα αυτό οφείλεται και η τουριστική ανάπτυξη πολλών χωρών όπως η Ισπανία, το Μαρόκο, η Τυνησία, η Ελλάδα η Καραϊβική κ.α. Παράγοντες για την ένταση και τον όγκο των τουριστών που θα μετακινηθούν είναι το κόστος του

ταξιδιού, η απόσταση μεταξύ της χώρας προέλευσης και της χώρας προορισμού, τα επίπεδα των τιμών, τα τουριστικά αγαθά και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουρίστες. Ένα μεγάλος σημαντικός παράγοντα επίσης είναι οι φυσικοί πόροι όπως ο ήλιος, η θάλασσα, το κλίμα, η βλάστηση, οι καθαρές ακτές και λιγότερα τα μνημεία, οι αρχαιολογικοί χώροι και αυτό οφείλεται στο δίκτυο της τουριστικής ροής ότι πόλεις μεγάλης σημασίας όπως η Ρώμη, η Αθήνα, η Μαδρίτη κ.λ.π. δεν αποτελούν πια μεγάλο πόλο έλξης για τους τουρίστες, αντίθετα οι προορισμοί όπως η Ρόδος, η Κρήτη, η Ίμπιζα αποτελούν μεγάλο πόλο έλξης και αναδεικνύονται σε μεγάλης σημασίας τουριστικοί προορισμοί.

**2.1.5.Ατομικός τουρισμός:** Ο ατομικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ατομική οργάνωση και πραγματοποίηση του ταξιδιού. Η ανάπτυξη του συνδυάζεται με τα ατομικά μέσα μετακινήσεων όπως αυτοκίνητο, σκάφος, τροχόσπιτο κ.λ.π και ο χαρακτήρας αυτής της κατηγορίας τουρισμού είναι ο περιηγητικός. Οι παράγοντες που προσδιορίζουν το μέγεθος της κατηγορίας αυτής σε σχέση με το μέγεθος των άλλων κατηγοριών είναι α) η απόσταση της χώρας προέλευσης με αυτή του προορισμού, β) ο βαθμός της οικονομικής προσπελασιμότητας των τουριστικών τόπων στις χώρες τουριστικού προορισμού, γ) το επίπεδο ανάπτυξης των συγκοινωνιακών μέσων και δικτύων στις χώρες τουριστικού προορισμού, δ) η προσφορά κατάλληλων υπηρεσιών από ποσοτικής και ποιοτικής άποψης στον τουριστικό προορισμό που διευκολύνουν τις περιηγήσεις των τουριστών και τις κάνουν πιο ευχάριστες και άνετες.

**2.1.6.Συνεχής τουρισμός:** Αυτό που χαρακτηρίζει τον συνεχή τουρισμό είναι πως πραγματοποιείται όλο τον χρόνο. Έτσι δεν επηρεάζονται οι τουριστικές δραστηριότητες από τις κλιματολογικές συνθήκες όλων των εποχών. Οι πιο κύριες μορφές του συνεχή τουρισμού είναι ο τουρισμός εκθέσεων, ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο τουρισμός πόλης, ο τουρισμός κινήτρων.

**2.1.7.Εποχιακός τουρισμός:** Είναι ο τουρισμός που δεν διαρκεί όλο τον χρόνο, οπότε οι δραστηριότητές του επηρεάζονται από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν τις διάφορες εποχές και οι οποίες αναστέλλουν



προσωρινά το συγκεκριμένο είδος τουρισμού για μικρό ή μεγάλο διάστημα ετησίως.

## **2.2 Μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, θεραπευτικός, μορφωτικός ή γνωστικός, περιηγητικός, θρησκευτικός, τουρισμός τρίτης ηλικίας, κοινωνικός, τουρισμός κινήτρων, επιλεκτικός, τουρισμός χειμερινών σπορ, θαλάσσιος,)**

Πολλές χώρες που θέλουν να ξεπεράσουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η χώρα τους επαναπροσδιορίζουν την τουριστική πολιτική ώστε να τα αντιμετωπίσουν και αποφασίζουν να αναπτύξουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Ο όρος «νέες» μορφές τουρισμού αναπτύχθηκε γύρω στο 1970, ώστε να περιγράψει τις νέες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που δημιουργήθηκαν για να αντιμετωπιστεί ο μαζικός τουρισμός και οι δυσμενείς περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις που είχε. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι αυτές στις οποίες στηρίζονται οι ασχολούμενοι και αρμόδιοι με τον τουρισμό για την ανάπτυξή του και προσπαθούν να τις περάσουν στο τουριστικό καταναλωτικό κοινό ώστε να επιτευχθεί μια συνεχής ροή στις διάφορες τουριστικές περιοχές. Κύριο χαρακτηριστικό είναι η αντίθεσή τους στον κλασικό τουρισμό και στόχο έχουν την προστασία του περιβάλλοντος, την διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, την ανάπτυξη νέων θεματικών τρόπων προσέλκυσης τουριστών, δημιουργία καινούργιων τουριστικών προορισμών.

Στη χώρα μας οι μορφές αυτές διακρίνονται στις α) ειδικές μορφές τουρισμού όπως ο θαλάσσιος και υπαίθριος τουρισμός β) ειδικές μορφές που έχουν παράδοση στην παρουσία τους αιώνες τώρα όπως ο θρησκευτικός και ο πολιτιστικός τουρισμός που κυριαρχεί στην χώρα μας.

Αξιοσημείωτες και κυριότερες μορφές του τουρισμού είναι οι παρακάτω:

**2.2.1.Αγροτουρισμός:** Αναφέρεται στις δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με το περιβάλλον, την υπαίθρια αναψυχή, δημιουργούνται και αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και είναι ενταγμένες στα πλαίσια του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Διακρίνεται σε δυο μορφές. Η μια που καλύπτει την φιλοξενία και την υποδοχή των τουριστών σε αγροκτήματα και συμμετέχουν στην ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες και η άλλη που καλύπτει την δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων σε περιοχές εκτός πόλεων και τη φιλοξενία εκεί τουριστών με πρόγραμμα «κλίνη και πρόγευμα». Η ανάπτυξή του σε οποιαδήποτε



αγροτική περιοχή προϋποθέτει τη δημιουργία κατάλληλης υποδομής που θα επιτρέψει την ανάπτυξη και δημιουργία σχετικών δραστηριοτήτων όπως για παράδειγμα εξοπλισμό και σωστή διαμόρφωση των καταλυμάτων που θα ενοικιάζονται, διάνοιξη και δημιουργία δρόμων για την εύκολη μετακίνηση, δημιουργία χώρων αναψυχής και εστίασης και το σημαντικό την αξιοποίηση των φυσικών πόρων της περιοχής.

**2.2.2.Οικοτουρισμός:** Με τον όρο οικοτουρισμό εννοούμε κυρίως ένα κίνημα, το



οποίο βαίνει διαρκώς διογκούμενο και το οποίο οφείλει την ανάπτυξή του στην εξέλιξη της περιβαλλοντικής συνείδησης. Πρόκειται για δράση η οποία λαμβάνει χώρα στο πλαίσιο της επένδυσης του ελεύθερου χρόνου, που διατίθεται για την αναψυχή και την ξεκούραση του ανθρώπου. Ο οικοτουρισμός δηλαδή είναι αντίδραση σε έναν εμπορικό τουρισμό ο οποίος από τη φύση του δεν προάγει τις σχέσεις του ατόμου με οικολογική διάθεση και του περιβάλλοντος, με αποτέλεσμα η συμβιωτική του συνάρτηση με τον φυσικό κόσμο να επιδεινώνεται. Χωρίς αμφιβολία ο οικοτουρισμός είναι εκδήλωση, στην οποία το άτομο αναζητά για τις ευχάριστες διακοπές του τουριστικά καταλύματα που λειτουργούν με οικολογικούς κανόνες και κάτω από ένα καθεστώς που σέβεται τη φύση. Είναι στην ουσία η μορφή αυτή απόδρασης μια ωφέλιμη εξόρμηση του ανθρώπου στο περιβάλλον, με τη βοήθεια της οποίας συνδυάζει από τη μια την ψυχαγωγία με φιλικές προς τη φύση δραστηριότητες και προσφέρει από την άλλη περιβαλλοντικές υπηρεσίες που θεραπεύουν προβλήματα της φύσης. Γνωστές είναι οι ακτιβιστικές αντιδράσεις πολλών νέων σήμερα, που διαθέτουν οικολογικό προβληματισμό και οι οποίοι εστιάζουν τις προσπάθειές τους με φιλοπεριβαλλοντικές δράσεις στη διάσωση περιοχών με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος. Συμβολή μεγάλη στη διάδοση της ιδέας του οικοτουρισμού δύναται να έχει η τέχνη, η οποία με τη διαφήμιση και την οργανωμένη πλαστική, εικονική, κινηματογραφική και λογοτεχνική δημιουργία εξοικειώνουν τον χρήστη με τη φύση. Την πρόταση αυτή την επαληθεύει η πραγματικότητα και η σύγχρονη οικολογία, η οποία τη θεωρία και την ακτιβιστική αντίδραση τη στηρίζει στην καλλιτεχνική έμπνευση, που κινεί τη σύγχρονη σκέψη ένα βήμα πέρα από τη λογική. Απαραίτητη επίσης για την ιδέα του οικοτουρισμού κρίνεται η ενεργοποίηση της παράδοσης, αφού ο εναλλακτικός τουρισμός ως επιστροφή στη φύση έχει διττό χαρακτήρα και παραδοσιακή ασφαλώς σημασία. Μπορεί δηλαδή στις εποχές μας με την προϊούσα αστικοποίηση να προσφερθεί στο άτομο το φυσικό περιβάλλον μέσα από την παράδοση ως εναλλακτική χρήση και να βιωθεί ως γεγονός που δύναται να δημιουργήσει θετική ιδέα για τον οικοτουρισμό. Ο οικοτουρισμός ως εκδήλωση προηγείται τη εποχής του αφού ικανοποιεί την ανάγκη του διαχρονικού ανθρώπου για επιστροφή στη φύση. Παρά την αυτονόητη αξία του ο εναλλακτικός αυτός τουρισμός ως πρακτική διασκέδασης δεν τυχαίνει της ευρείας διάδοσης. Εξαιτίας αυτού του γεγονότος και επειδή η σημασία του φυσικού τουρισμού είναι μεγάλη επιβάλλεται η καλλιέργεια της ιδέας του, η οποία για την επιτυχία της απαιτεί ανάπτυξη της

οικολογικής συνείδησης και ενεργοποίηση των πάντων που έχουν αντίληψη, όπως λέει ο Καζαντζάκης, του γενικού χρέους στη φύση

**2.2.3.Αθλητικός Τουρισμός:** Ο τουρισμός άθλησης έχει ως κίνητρο την ασχολία και την άσκηση ενός αθλήματος όπως ιπασία, γκόλφ, τένις, ποδηλασία και πολλά προγράμματα γυμναστικής. Σε αυτή την μορφή τουρισμού η ασχολία με την άθληση είναι ο κύριος παράγοντας σε συνδυασμό με την πραγματοποίηση περιηγήσεων και



εκδρομών. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, η απασχόληση γυμναστών και εκπαιδευτών των αθλημάτων με σχετική εμπειρία. Μια τέτοια επένδυση ανεβάζει το επίπεδο μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης καθώς προσφέρει απόλαυση στις διακοπές των τουριστών και προσελκύει πελατεία με υψηλό εισόδημα.



**2.2.4.Θεραπευτικός τουρισμός:** Ο τουρισμός υγείας («θεραπευτικός τουρισμός») έχει καθιερωθεί ως μορφή διακοπών σε συνδυασμό με την παροχή ενός ευρύτερου φάσματος ιατρικών υπηρεσιών και την ευεξία. Οι κύριες εκφάνσεις του τουρισμού



υγείας μπορούν να διακριθούν στον «ιατρικό τουρισμό» που απευθύνεται σε τουρίστες – ασθενείς που κάνουν χρήση συνήθως εξειδικευμένων υπηρεσιών ιατρικής παρακολούθησης και θεραπείας, καθώς και στον «τουρισμό ευεξίας» που απευθύνεται σε τουρίστες που επιθυμούν να εμπλουτίσουν τις διακοπές τους με υπηρεσίες βελτίωσης ή διατήρησης της υγείας τους (SPA, θαλασσοθεραπεία, υδροθεραπεία κλπ.). Στην τελευταία κατηγορία εντάσσεται και ο παραδοσιακός «ιαματικός τουρισμός» (θερμαλισμός).

**2.2.5.Μορφωτικός / Γνωστικός τουρισμός:** Αποτελεί μια μορφή τουρισμού όπου τα άτομα, οι επισκέπτες έχουν σαν στόχο την συμμετοχή τους σε διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις. Εμφανίζει μια ανοδική πορεία το είδος αυτού του τουρισμού καθώς περιλαμβάνει και επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και περιοχές, σε



ιστορικά μνημεία, πινακοθήκες, αίθουσες λόγου και τέχνης, εκθέσεις συναυλίες, θέατρα και θεατρικές παραστάσεις. Επίσης συμμετοχές σε σεμινάρια γλωσσολογίας, φιλοσοφίας, ψυχολογίας, κοινωνιολογίας, ανθρωπολογίας κ.α. Για την ανάπτυξη του απαιτείται βασική τουριστική υποδομή καθώς και ειδική υποδομή όπως πολιτιστικά προγράμματα καλλιτεχνικού και μορφωτικού περιεχομένου.

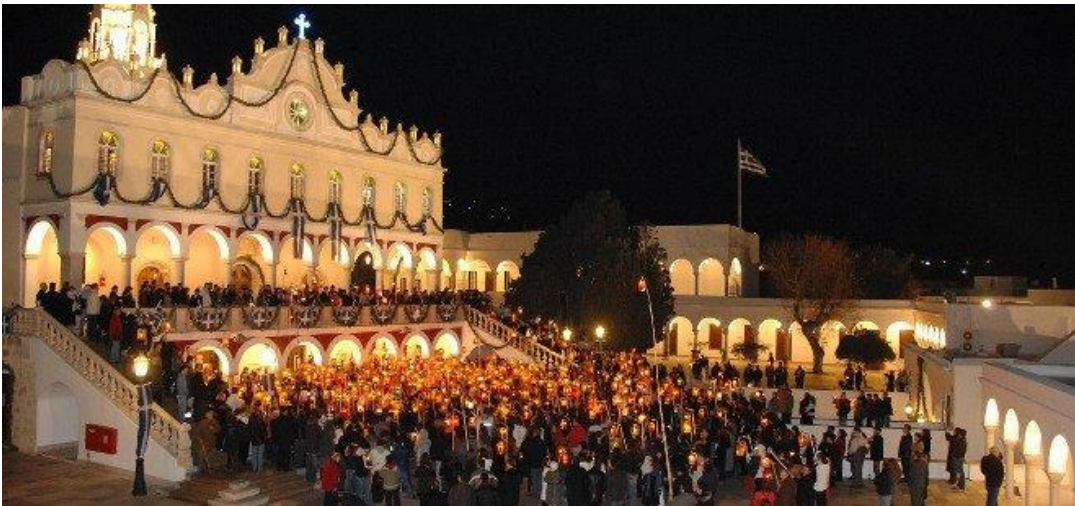
**2.2.6.Περιηγητικός τουρισμός:** Είναι το είδος τουρισμού που περιλαμβάνει δραστηριότητες περιήγησης. Ο τουρίστας περιηγείται σε διάφορα μέρη στα οποία



μένει λίγο. Ο περιηγητικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού η

οποία αποκτά λάτρεις τα τελευταία χρόνια. Έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες στην πάροδο του χρόνου που στόχο είχαν την ανάδειξη περιγητικών μονοπατιών κυρίως σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Σε ότι αφορά τον ελληνικό χώρο και επειδή δεν υπήρχε σημαντική υποδομή σχετικά με τα μονοπάτια, αφού τα ήδη υπάρχοντα δεν συντηρούνταν προέκυψαν προβλήματα τόσο κατά τον σχεδιασμό τους όσο και μετά την ολοκλήρωσή τους. Τα μόνα βήματα που έγιναν αφορούν αποσπασματικές κινήσεις για την συντήρηση και την σήμανση κυρίως τοπικών πρωτοβουλιών. Σε αντίθεση με τον ελληνικό χώρο η πεζοπορία είναι μια δραστηριότητα που έχει μελετηθεί, αξιοποιηθεί, αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό σε πολλά κράτη της Ευρώπης.

**2.2.7.Θρησκευτικός τουρισμός:** Είναι μια μορφή τουρισμού όπου αφορά την κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους που βρίσκονται στην χώρα διαμονής τους αλλά και σε άλλες χώρες. Είτε για λόγους λατρείας είτε για να πάρουν μέρος σε θρησκευτικές εκδηλώσεις, είτε για κάποιο τάμα που είχαν. Η μορφή



του θρησκευτικού τουρισμού είναι περιορισμένης διάρκειας συνήθως τρεις ημέρες. Τα πακέτα προσφορών για τα ταξίδια θρησκευτικού τουρισμού είναι πιο οικονομικά σε σχέση με τα πακέτα των άλλων μορφών τουρισμού αλλά τα οικονομικά οφέλη για τους θρησκευτικούς τόπους και τις χώρες που βρίσκονται είναι σημαντικά.

**2.2.8.Συνεδριακός τουρισμός:** Στο συνεδριακό τουρισμό περιλαμβάνονται κάθε είδους εκδηλώσεις όπως συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετεχόντων σε τοπικό, περιφερειακό, διεθνές επίπεδο. Ο συνεδριακός είναι περιορισμένης διάρκειας γι' αυτό πολλές φορές συνδυάζεται και με μια άλλη μορφή τουρισμού όπως μορφωτικό, τουρισμό πόλης. Οι προϋποθέσεις που πρέπει να έχουν οι χώρες με συνεδριακό τουρισμό είναι οι κατάλληλες και με υψηλό επίπεδο

υποδομές, οι κατάλληλες κατασκευές συνεδριακών κέντρων, χώρων με κατάλληλο εξοπλισμό αλλά και με χώρους βοηθητικούς για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επισκεπτών, όπως εστιατορίων, χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρείων, φαρμακείων και το σημαντικότερο αίθουσες μεγάλης χωρητικότητας ατόμων.

**2.2.9.Τουρισμός τρίτης ηλικίας:** Η συνήθεια να αυξάνονται τα ταξίδια στις μέρες μας, επηρέασε και τα άτομα της τρίτης ηλικίας τα οποία έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο, χρήματα που έχουν αποταμιεύσει λόγω μη σπάταλης ζωής και συγκυριών, σταθερό εισόδημα, όμως το κυριότερο χαρακτηριστικό που βλέπουμε σε πολλά από τα άτομα αυτά είναι η ζωντάνια τους, η θέληση στην ζωή, οι επιθυμίες που έχουν και ιδιαίτερα τα ταξίδια. Σχετικά με εκτιμήσεις κάποιων ειδικών το ποσοστό του



τουρισμού τρίτης ηλικίας θα αυξηθεί σημαντικά χρόνια με τα χρόνια και έτσι θα δημιουργηθεί ένα νέο ανθρώπινο δυναμικό που θα επηρεαστεί από τον σύγχρονο τρόπο ζωής. Βέβαια τα άτομα τρίτης ηλικίας αποτελούν ένα συντηρητικό τμήμα του τουρισμού καθώς τα ταξίδια που κάνουν είναι σε κοντινές χώρες ή σε περιοχές στις χώρες που διαμένουν μόνιμα. Τα μέσα που επιλέγουν να ταξιδέψουν είναι κατά πρώτο το τρένο και επόμενα στη σειρά έρχονται το αυτοκίνητο, το πλοίο και τελευταίο το αεροπλάνο.

**2.2.10. Κοινωνικός τουρισμός:** Είναι η προσπάθεια των κρατικών φορέων να δώσουν τη δυνατότητα σε ορισμένες ομάδες ατόμων με χαμηλό ή μέτριο εισόδημα να κάνουν τουρισμό. Ο επιδοτούμενος τουρισμός πραγματοποιείται από άτομα όπου η αγοραστική τους δύναμη είναι περιορισμένη και συμμετέχουν στον κοινωνικό τουρισμό για τις διάφορες παροχές που τους παρέχονται. Σήμερα σε πολλές χώρες με ανεπτυγμένο τουρισμό οι παροχές για κοινωνικό τουρισμό είναι υποχρεωτικές από το ίδιο το κράτος. Είναι υποχρέωσή του εκτός από καλό σύστημα υγείας, παιδείας,



εργασίας να προσφέρει σε άτομα με χαμηλό εισόδημα να πραγματοποιήσουν ταξίδια ώστε να ξεφύγουν από την καθημερινότητα και να είναι ισορροπημένοι ψυχικά και ψυχολογικά. Βασική προϋπόθεση για τον κοινωνικό τουρισμό είναι η δημιουργία ειδικών καταλυμάτων που θα δέχονται την κατηγορία αυτή των τουριστών του κοινωνικού τουρισμού τα οποία θα ανταποκρίνονται στις οικονομικές δυνατότητας αυτής της ομάδας ατόμων. Ακόμη η εφαρμογή επιδοτούμενων προγραμμάτων για κοινωνικό τουρισμό ακόμη και για φοιτητές, συνταξιούχους που η οικονομική τους δυνατότητα δεν τους επιτρέπει εύκολα να κάνουν τουρισμό.

**2.2.11. Τουρισμός κινήτρων:** Η μορφή αυτή τουρισμού είναι ένα μέσο των μεγάλων βιομηχανιών, των εμπορικών επιχειρήσεων, των επιχειρήσεων υπηρεσιών που χρησιμοποιούν ως μέσο για την μεγαλύτερη αποδοτικότητα και παραγωγικότητα των

εργαζομένων που απασχολούν και την ανταγωνιστικότητα που θα έχουν σε περιοχές του εσωτερικού και του εξωτερικού. Προκειμένου να αυξηθούν οι στόχοι των διαφόρων επιχειρήσεων προσφέρουν ως κίνητρο στους εργαζόμενους αλλά και



τουριστικά πακέτα για ταξίδια στο εξωτερικό. Αυτή η μέθοδος που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις είναι αποτελεσματική και έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η προσφορά ενός τουριστικού προορισμού που διαφέρει από τους συνηθισμένους. Σε αντίθεση με τις άλλες μορφές ο τουρισμός κινήτρων δίνει έμφαση σε μεγαλοπούλεις που είναι πολυσύχναστες, διαμονή σε πολυτελή ξενοδοχεία.

**2.2.12.Επιλεκτικός τουρισμός:** Ο τουρισμός αυτός πραγματοποιείται από άτομα με υψηλό εισόδημα και ξοδεύουν αρκετά μεγάλα ποσά για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών και των επιθυμιών που έχουν. Τα άτομα αυτά κάνουν συνήθως



ατομικό τουρισμό αγοράζοντας ατομικά τουριστικά πακέτα ή τα φτιάχνουν όπως οι ίδιοι επιθυμούν ανάλογα με τις ανάγκες τους και τις υπηρεσίες που θέλουν. Είναι άτομα με απαιτήσεις γι' αυτό και ξοδεύουν μεγάλα ποσά για τις επιθυμίες και τις τουριστικές τους ανάγκες. Οι χώρες υποδοχής αυτών των ατόμων πρέπει να έχουν κατάλληλη υποδομή, ξενοδοχεία 4 ή 5 αστερών με συμπληρωματικούς χώρους, καλλιτεχνική κίνηση, νυχτερινή ζωή, καλό συγκοινωνιακό δίκτυο, υψηλή ποιότητα σέρβις και υπηρεσιών, μουσεία, πινακοθήκες, καθαρό περιβάλλον κ.α.

**2.2.13. Τουρισμός χειμερινών σπόρ:** Είναι μια δυνατή μορφή τουρισμού που προσπαθούν πολλές χώρες να αναπτύξουν ώστε να διαφοροποιήσουν το τουριστικό προϊόν τους. Προσπαθούν έτσι να αξιοποιήσουν τους αδρανείς μήνες και να προσελκύσουν άτομα με μεγάλο εισόδημα και διάφορες κατηγορίες τουριστών. Καλύπτει τις δραστηριότητες που διεξάγονται κατά τους χειμερινούς μήνες και



διαδραματίζονται σε συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο συνήθως σε ορεινές περιοχές σε συνδυασμό πάντα με τις κλιματολογικές συνθήκες. Τα άτομα που επιλέγουν αυτό το είδος τουρισμού είναι αυτά που ασχολούνται με τα χειμερινά σπορ και με συναφή με αυτά δραστηριότητες.

**2.2.14.Θαλάσσιος τουρισμός:** Το είδος του συγκεκριμένου τουρισμού ασχολείται με δραστηριότητες που πραγματοποιούνται σε θαλάσσιους χώρους. Αποτελεί μια από τις πιο δυναμικές, αυξημένες και επιλεκτικής μορφής τουρισμού αφού η οικονομική



σημασία του για τις χώρες που έχουν τις φυσικές προϋποθέσεις είναι τεράστια. Η πιο παραγωγική δραστηριότητα είναι η ναύλωση σκαφών κάθε είδους και απευθύνεται σε άτομα με υψηλή εισοδηματική στάθμη. Επίσης σημαντική συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα είναι και η πραγματοποίηση κρουαζιέρας η οποία έχει αυξηθεί σημαντικά διότι εξασφαλίζουν υψηλή ποιότητα διαμονής, κ ψυχαγωγίας. Βασική προϋπόθεση είναι η υποδομές και οι κατάλληλα σχεδιασμένες μαρίνες για τον ελιμαννισμό, τον ανεφοδιασμό και την κατάλληλη περιποίηση και εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής. Άσχετα εάν είναι ενοικιασμένα ή ιδιωτικής χρήσης.



## **Κεφάλαιο 3ο**

### **Η διαχείριση του τουρισμού στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης**

#### **3.1. Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα ( πότε ξεκίνησε και ποια η παρούσα κατάσταση)**

Στα μέσα του 2010 το δημοσιονομικό έλλειμμα της Ελλάδας έκλεισε για το 2009 σε επίπεδα πολύ πάνω από αυτά που θα μπορούσαν να καθιστούν το ελληνικό χρέος βιώσιμο, η ελληνική κυβέρνηση αδυνατούσε να δανειστεί με λογικά επιτόκια από τις αγορές για τη χρηματοδότηση του τρέχοντος δημοσιονομικού ελλείμματος και την αναχρηματοδότηση του χρέους. Αποτέλεσμα αυτού ήταν ο άμεσος κίνδυνος στάσης πληρωμών του Ελληνικού Δημοσίου. Η προσπάθεια της κυβέρνησης να ανακτήσει την αξιοπιστία της χώρας στις διεθνείς αγορές και να πετύχει μείωση των επιτοκίων οδήγησε στο να λάβει μέτρα για την μείωση των δαπανών, τα οποία όμως δεν κατάφεραν να ανατρέψουν το αρνητικό κλίμα που υπήρχε. Κατόπιν αυτών η Ελλάδα κατέφυγε στη βοήθεια του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας που συγκρότησαν από κοινού μηχανισμό βοήθειας για την Ελλάδα. Η ανακοίνωση της προσφυγής στον μηχανισμό στήριξης έγινε στις 23 Απριλίου 2010 από τον πρωθυπουργό Γεώργιο Α. Παπανδρέου, από το Κστελόριζο όπου βρσκόταν. Η χρηματοδότηση από τον μηχανισμό στήριξης έγινε υπό τους όρους ότι η Ελλάδα θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής προσαρμογής και, ειδικότερα ότι θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής εξυγίανσης. Με τη χρηματοδότηση από το μηχανισμό αποφεύχθηκε ο άμεσος κίνδυνος στάσης πληρωμών της Ελλάδας, που θα είχε πιθανές ανεξέλεγκτες συνέπειες και για όλη τη ζώνη του ευρώ. Τα πρώτα μέτρα ανακοινώθηκαν από τον πρωθυπουργό την Κυριακή 2 Μαΐου 2010. Η Ελληνική Οικονομία συνέχισε να βρίσκεται σε κατάσταση δημοσιονομικής ανισορροπίας και το επόμενο διάστημα με αποτέλεσμα ένα χρόνο μετά, τον Ιούνιο του 2011, η κυβέρνηση να καταφύγει στην

ψήφιση του μεσοπρόθεσμου προγράμματος, που περιλάμβανε νέα μέτρα λιτότητας και περικοπές. Επίσης τέθηκε θέμα πώλησης μέρους της δημόσιας περιουσίας και αναδιάρθρωσης ή «κουρέματος» του χρέους με σκοπό τη μακροπρόθεσμη μείωση του χρέους σε βιώσιμα επίπεδα.

Παρ' όλες τις δυσχερείς οικονομικές συνθήκες που επικρατούν σ' όλη την Ευρώπη, καταγράφονται ανοδικές τάσεις στον Τουρισμό πολλών ευρωπαϊκών και βορειοαφρικανικών χωρών, με εξαίρεση όμως τη χώρα μας.

Πρόσφατα αποτελέσματα από έρευνα της **GfK Travel Insights**, καταδεικνύουν πως τα κέρδη για τα πακέτα διακοπών παραμένουν σε υψηλά επίπεδα, ειδικά για την Γερμανική αγορά.

Συγκεκριμένα, με βάση τις κρατήσεις στα ταξιδιωτικά γραφεία και στους tour operators της συγκεκριμένης χώρας, παρουσιάζεται μια αύξηση της τάξης του 8.5% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο πέρυσι. Η Ολλανδική αγορά, από πλευράς κρατήσεων, παραμένει σταθερή συγκριτικά με το 2011, ενώ όσον αφορά τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης και ειδικά την Ιταλία και την Γαλλία, ακόμα είναι αρκετά νωρίς για να διευκρινιστούν οι τάσεις για τους καλοκαιρινούς μήνες του 2012, καθώς οι κρατήσεις γίνονται σε διαφορετικές περιόδους.

### **Οι "αγαπημένοι προορισμοί" για το 2012**

Η Ισπανία παραμένει ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός και παρουσιάζει μια αύξηση της τάξης του 6% στα κέρδη της μόνο από την Γερμανική αγορά. Επιπλέον οι Γερμανοί επιλέγουν με σειρά προτίμησης την Τουρκία, Αίγυπτο, Ιταλία, Ελλάδα, Πορτογαλία και Τυνησία σαν τους βασικούς προορισμούς των καλοκαιρινών διακοπών τους. Οι Ολλανδοί τουρίστες επιλέγουν την Ισπανία, Τουρκία, Γαλλία, Ελλάδα και Ιταλία και στην συνέχεια τις χώρες της Βορείου Αφρικής, και κυρίως την Αίγυπτο και την Τυνησία, για τις καλοκαιρινές διακοπές τους αυτή τη χρονιά. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η Ελλάδα κατέχει μια θέση χαμηλότερη σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, που συμπεριλαμβάνονταν μέσα στους 3 πιο δημοφιλείς προορισμούς για τις παραπάνω αγορές.

## Η εικόνα του Ελληνικού Τουρισμού μέχρι τώρα

Η κατάσταση στον Ελληνικό Τουρισμό που για το 2011 είχε αρκετά θετική επίδοση, προμηνύεται για το 2012 δυσοίωνη, με βάση τις κρατήσεις για το πρώτο τετράμηνο του 2012.

Για την Ελληνική τουριστική αγορά, που βασίζεται σχεδόν αποκλειστικά στους καλοκαιρινούς μήνες, σε σχέση με άλλες γειτονικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, παρατηρείται ότι οι δύο σημαντικότερες τουριστικές αγορές της Ευρώπης παρουσιάζουν σημαντική μείωση ως προς την επιλογή της Ελλάδας σαν τον τόπο προορισμού για τις καλοκαιρινές διακοπές τους. Αυτές οι χώρες είναι η Γερμανία και η Ολλανδία, ενώ σημειώνουν σημαντική αύξηση στα κέρδη για τα πακέτα στις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου (Γερμανία 5%, Ολλανδία 2.3%), για την Ελλάδα αναμένεται μείωση -27,4% για τα έσοδα από την Γερμανία (-135.000 τουρίστες) και - 13,7% για τα έσοδα από την Ολλανδία (- 37.000 τουρίστες).

Ο ανταγωνισμός από γειτονικές χώρες και συγκεκριμένα από την Τουρκία, και των χωρών της Β. Αφρικής, οι οποίες φαίνεται ότι ξεπερνούν τις κοινωνικές αναταραχές της περυσινής χρονιάς, αποτελούν τους πιο σοβαρούς αλλά και ευδιάκριτους λόγους της μείωσης της τουριστικής προσέλευσης.

- Διπλάσιοι Γερμανοί αναμένεται να επισκευτούν αυτό το καλοκαίρι την Τουρκία, ενώ για την Ολλανδία η αύξηση αυτή κυμαίνεται σε μονοψήφιο ποσοστό. Σημαντικός παράμετρος είναι η αύξηση της μέσης τιμής πώλησης των τουριστικών πακέτων διακοπών για την Τουρκία τόσο στην Γερμανική όσο και στην Ολλανδική αγορά.

- Πάνω από 200.000 Γερμανοί τουρίστες (21,9% αύξηση) αναμένονται να επισκεφτούν την Αίγυπτο τους προσεχείς καλοκαιρινούς μήνες σύμφωνα με την GfK Travel Insights.

- 50.000 Ολλανδοί (14.5% αύξηση), μόνο για τους καλοκαιρινούς μήνες θα επισκευτούν επίσης την Αίγυπτο.

- Για την Τυνησία επίσης η αύξηση των κρατήσεων για το 2012 πλησιάζει στο 50% για την Γερμανία ενώ για την Ολλανδία η αύξηση θα πλησιάσει το 100% , καθώς παραμένει ένας πιο ανταγωνιστικός προορισμός από άποψη κόστους.

Αντίθετα παρατηρείται σημαντική αύξηση της μέσης τιμής των τουριστικών πακέτων για την Αίγυπτο, παρόλο που η διάρκεια της διαμονής έχει μειωθεί δραστικά και για τις δυο χώρες.

### **Τα αίτια των ελληνικών "απωλειών"**

Σημαντικός παράγοντας για τον ρυθμό κρατήσεων και αγοράς τουριστικών πακέτων με προορισμό την Ελλάδα είναι και η αρνητική δημοσιότητα που έχει λάβει η χώρα μας από τα διεθνή μέσα ενημέρωσης και που σχετίζονται με τις δυσχερείς οικονομικές συνθήκες, την αβεβαιότητα που επικρατεί σχετικά με την παραμονή της χώρας στο ευρώ, αλλά και την αστάθεια με τις υπάρχουσες πολιτικές συνθήκες, και επιπρόσθετα τις φήμες για ένα άντι-γερμανικό αίσθημα που διακατέχει τον Ελληνικό λαό, που καλλιεργεί μερίδα του διεθνούς τύπου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η σημαντικότερη επιδραση, με πτώση 6 ποσοστιαίων μονάδων στα κέρδη από τις κρατήσεις της Γερμανίας, και 3,9 από την αγορά της Ολλανδίας που έγιναν την περίοδο του Φεβρουαρίου, ένα μήνα που αποτελεί κατεξοχήν μήνα κρατήσεων για τις παραπάνω χώρες, ενώ παράλληλα στιγματίστηκε και από τις έντονες διαμαρτυρίες στο κέντρο της Αθήνα.

### **Τα δομικά προβλήματα του ελληνικού τουρισμού**

Ο ελληνικός τουρισμός εάν επιθυμεί να επιβιώσει του διεθνούς ανταγωνισμού και εάν επιζητεί να παραμείνει ένας αξιόλογος οικονομικός παράγοντας (εισοδήματα, απασχόληση) θα πρέπει να επιχειρήσει μία αναδιάρθρωση του προϊόντος στα πλαίσια διαμόρφωσης ενός νέου αναπτυξιακού μοντέλου. Οι διαρθρωτικοί παράγοντες που συνηγορούν σ' αυτό είναι οι εξής :

- A. Η κρίση ήταν συνέπεια ενός ποσοτικού μοντέλου, το οποίο ωθήθηκε στα όριά του και απεικονίζεται στην υπέρ προσφορά τουριστικών καταλυμάτων. Η αύξηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην παράκτια ζώνη, βασιζόταν

στην βασική προϋπόθεση διατήρησης και μεγέθυνσης της τουριστικής ζήτησης. Ωστόσο αυτή η προϋπόθεση δεν επαληθεύτηκε και αποτέλεσε την απαρχή μείωσης της ποιότητας, ως απόρροια μίας ξενοδοχειακού τύπου κρίσης (συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα, παραθεριστικές κατοικίες κ.λ.π, που είναι δύσκολο να καταγραφούν στατιστικά).

Έτσι η αύξηση των τιμών των ξενοδοχειακών καταλυμάτων οδήγησε τους τουρίστες στην αναζήτηση άλλου τύπου καταλυμάτων, χαμηλότερης ποιότητας και παρεχομένων υπηρεσιών.

Η ξενοδοχειακή κρίση, μέσω μίας πλεονασματικής προσφοράς επί της ζήτησης μπορεί να οφείλεται επίσης στην διαρροή ενός αριθμού πελατών, συνήθως υψηλής εισοδηματικής στάθμης, προς άλλους προορισμούς. Η κρίση του ελληνικού τουρισμού, υπήρξε εξ' αρχής μία κρίση του τουριστικού καταλύματος χωρικά προσδιορισμένου στην παράκτια ζώνη και απευθυνόμενου σε μία αγορά οριοθετημένη από τα 4S.

- B. Το δεύτερο πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού ορίζεται στην προσφορά ενός και μόνο προϊόντος (4S), το οποίο είχε επιτρέψει στην χώρα να αυξήσει τις τουριστικές της εισπράξεις που απαιτούνται για την οικονομική της ανάπτυξη. Σήμερα το μοντέλο των 4S φαίνεται να έχει φθάσει σ' ένα επίπεδο κορεσμού.
- Γ. Η τρίτη μεγάλη διαρθρωτική αιτία της κρίσης του ελληνικού τουρισμού θα μπορούσε να είναι η διαρκής αλλοίωση των χωρικών ενοτήτων υποδοχής των τουριστών, που οφείλεται στην περιβαλλοντική, αισθητική και ηχητική ρύπανση, την υπερβολική συγκέντρωση των δομών της υποδοχής, την ελλειμματική ποιότητα των δημοσίων υπηρεσιών και των εγκαταστάσεων υγιεινής, των ανεπαρκών υποδομών κ.λ.π.

Όλα τα παραπάνω υπογραμμίζουν "μία κακή τουριστική ανάπτυξη" και αποτελούν σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα στην ανάπτυξη ποιοτικού τουρισμού.

Δ. Η τελευταία αξιόλογη αιτία που θα μπορούσε να ερμηνεύσει την δομική κρίση του ελληνικού τουρισμού, είναι η απουσία πολιτικής ευαισθησίας για τον τουριστικό τομέα. Αυτή η βιομηχανία διαθέτει ακόμα στην Ελλάδα κεντρικούς χωρικά και συγκεντρωτικούς λειτουργικά μηχανισμούς, χωρίς να υφίστανται αποκεντρωμένοι αυτόνομοι τουριστικοί οργανισμοί, όπως στις χώρες της Δ. Ευρώπης, σ' επίπεδο περιφέρειας, νομού και τόπου.

Άλλα φαινόμενα που λειτουργούν προσθετικά στα ήδη υπάρχοντα είναι οι απεργίες και ιδίως σε αεροδρόμια και αερομεταφορές, ή ανασφάλεια σε κάποιες μεγάλες πόλεις κ.λ.π.

### **3.2 Η διαχείριση του τουρισμού στην διάρκεια της οικονομικής κρίσης**

Ζούμε σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο και άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον, είναι επομένως λογικό να αντιμετωπίζουμε κινδύνους καθημερινά, οι οποίοι μπορούν να εξελιχθούν οποιαδήποτε στιγμή σε κρίση. Λέγοντας κρίση εννοούμε οτιδήποτε μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την πορεία μιας επιχείρησης/οργανισμού. Υπάρχουν εξωγενείς και εσωτερικοί παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν αρνητικά τη φήμη, την οικονομική κατάσταση και να προκαλέσουν μια πρόσκαιρη ή μη αναστρέψιμη ζημιά για την επιχείρηση. Πυρκαγιές, κλοπές, απεργίες, ατυχήματα, δηλητηριάσεις, βομβιστικές επιθέσεις, σεισμοί και αυτοκτονίες, είναι μερικά παραδείγματα κινδύνων που μπορούν εύκολα να εξελιχθούν σε κρίση.

Είναι γνωστό ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα άκρως ευάλωτο και ασταθές προϊόν, το οποίο επηρεάζεται από παράγοντες, οι οποίοι είναι έξω από τα όρια ελέγχου των τουριστικών επιχειρήσεων και των προορισμών. Υπάρχουν πολλές αιτίες που μπορούν να επηρεάσουν ή ακόμα να απειλήσουν την οικονομική κατάσταση, τη λειτουργία, το προσωπικό και την εταιρική εικόνα μιας τουριστικής ή ξενοδοχειακής επιχείρησης. Απρόβλεπτα ατυχήματα, ακραία φυσικά φαινόμενα και τρομοκρατικές επιθέσεις, ιδιαίτερα στην περίπτωση που υπάρχει απώλεια ανθρώπινων ζώων, επιβάλλουν την εγρήγορση όλων των εμπλεκόμενων φορέων στην τουριστική

βιομηχανία. Μια κρίση μπορεί να έχει ποικίλες μορφές, ενώ μπορεί να εκδηλωθεί με απρόβλεπτους τρόπους. Άρα η αντιμετώπιση της είναι δυνατή όχι τόσο με τη δημιουργία τυποποιημένων κανόνων, αλλά κυρίως μέσω της συνειδητοποίησης των κινδύνων.

Διαχείριση κρίσεων (crisis management) ή διαχείριση κινδύνων (risk management), είναι η μεθοδολογία εκείνη που περιλαμβάνει συγκεκριμένο σχέδιο, οργάνωση, καθοδήγηση και έλεγχο πριν, κατά τη διάρκεια και μετά από μια κρίση, ώστε να ελαχιστοποιηθούν οι τυχόν απώλειες για τις επιχειρήσεις/οργανισμούς. Είναι μια διαδικασία που περιλαμβάνει πρόληψη, περιορισμό και επίλυση των επικίνδυνων καταστάσεων και γεγονότων. Επιπλέον περιλαμβάνει το σχεδιασμό, την προετοιμασία και την υποστήριξη, για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του επικοινωνιακού μέρους μιας ενδεχόμενης κρίσης, καθώς η διαχείριση κρίσεων αναφέρεται και στον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση πρέπει να επικοινωνήσει με όλα τα κοινά που την ενδιαφέρουν κατά τη διάρκεια μιας κρίσης. Αυτό περιλαμβάνει την εκπαίδευση των ατόμων που θα μιλούν με τα ΜΜΕ, το συντονισμό των δράσεων για έξοδο από την κρίση και τη διασφάλιση μιας ενιαίας εικόνας για την εταιρεία. Η διαχείριση κρίσεων μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στην επίτευξη των στόχων των τουριστικών επιχειρήσεων, συχνά προλαβαίνοντας ή βοηθώντας την επιχείρηση να ξεπεράσει όσο το δυνατόν πιο ανώδυνα μια κρίση που είναι αναπόφευκτη.

Οι περισσότερες κρίσεις είναι απρόβλεπτες, υπάρχουν όμως περιπτώσεις που η κρίση μπορεί να προβλεφθεί. Αν υπάρχει για παράδειγμα η φήμη ότι υπάλληλος παρενοχλεί σεξουαλικά πελάτες του ξενοδοχείου, η διεύθυνση οφείλει να ερευνήσει άμεσα αν είναι βάσιμες οι πληροφορίες, ώστε να προλάβει τις αρνητικές επιπτώσεις. Επομένως είναι αναγκαία η δημιουργία σχεδίων αντιμετώπισης όλων των πιθανών κινδύνων που μπορεί να εξελιχθούν σε κρίση. Η πρόληψη διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο και βοηθάει την επιχείρηση να εντοπίσει τα τυχόν κενά που υπάρχουν, όπως για παράδειγμα η ελλιπής συντήρηση των ανελκυστήρων και τα πλημμελή μέτρα πυροπροστασίας, ώστε να καλυφθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Δεν πρέπει να λησμονούμε ότι όσο καλά και αν λειτουργεί μια επιχείρηση, είναι σχεδόν σίγουρο ότι κάποια στιγμή ένα απρόβλεπτο γεγονός θα συμβεί, όπως να εκδηλωθεί πυρκαγιά σε ένα ξενοδοχείο ή σε ένα πλοίο, να πέσει ένα αεροπλάνο, ή να πάθει τροφική δηλητηρίαση πελάτης ξενοδοχειακής ή επισιτιστικής επιχείρησης.

Η τουριστική αγορά θα μπορούσε να χαρακτηριστεί παγκοσμιοποιημένη, καθώς γεγονότα που συμβαίνουν σε μια περιοχή του πλανήτη, είναι ικανά να ανατρέψουν τα δεδομένα και το τουριστικό ρεύμα. Η τρομοκρατική επίθεση της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου του 2001 στη Ν. Υόρκη, ο ιός SARS, ο πόλεμος στο Ιράκ το 2003, το τσουνάμι που έπληξε τις παράκτιες ακτές στη νότια Ασία το Δεκέμβριο του 2004 και η ασθένεια των πτηνών το 2005, αποτέλεσαν μεγάλα πλήγματα και είχαν σοβαρές συνέπειες στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία. Επομένως όλοι οι τουριστικοί προορισμοί θα πρέπει να λαμβάνουν τα απαραίτητα μέτρα και να συστήνουν επιτροπές διαχείρισης κρίσεων. Όσον αφορά τη χώρα μας, είναι γνωστό ότι ο τουρισμός αποτελεί ίσως τη σημαντικότερη βιομηχανία της, καθώς τα έσοδα ανέρχονται σε πολλά δισεκατομμύρια ευρώ κάθε χρόνο, ενώ εκατοντάδες χιλιάδες άνθρωποι εργάζονται σε επαγγέλματα, τα οποία έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό. Ωστόσο υπάρχουν πολλά παραδείγματα περιστατικών που επέδρασαν αρνητικά στον τουρισμό μας, όπως η αμερικάνικη ταξιδιωτική οδηγία για το αεροδρόμιο του Ελληνικού το 1985, το ναυάγιο του Express Samina το 2000, ο καταιγισμός της αρνητικής δημοσιότητας στο εξωτερικό την περίοδο της ολυμπιακής προετοιμασίας, ότι δήθεν δεν θα ήταν έτοιμα τα έργα στην ώρα τους και ο θάνατος από ασφυξία δύο μικρών παιδιών σε bungalow ξενοδοχείου της Κέρκυρας το 2006.

Επίσης τις τελευταίες δεκαετίες, υπήρξαν κατά καιρούς πολλά δυσφημιστικά άρθρα για τον ελληνικό τουρισμό σε διεθνή έντυπα και δεν υπήρχε ένας οργανωμένος μηχανισμός αντίδρασης. Χαρακτηριστική περίπτωση αποτελούν τα δυσφημιστικά δημοσιεύματα το καλοκαίρι του 1991 σε βρετανικά και γερμανικά περιοδικά, τα οποία ανέφεραν ότι υπάρχουν πολλές ακατάλληλες παραλίες για τους λουόμενους στη χώρα μας και συγκεκριμένα σε περιοχές, όπως η Χαλκιδική και η Πελοπόννησος, όταν την ίδια χρονιά η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα στην τότε Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (ΕΟΚ), με συνολικά 178 γαλάζιες σημαίες! Κοινός παρανομαστής σε όλες τις παραπάνω περιπτώσεις ήταν η αδυναμία της ελληνικής πλευράς να συνεργαστεί με τα διεθνή ΜΜΕ στο σωστό χρόνο και με τον ενδεδειγμένο τρόπο, ώστε να μειωθούν οι αρνητικές συνέπειες για τον τουρισμό.

Ωστόσο τα τελευταία χρόνια οι δημόσιοι οργανισμοί και οι αρχές της χώρας, έστω και με πολύ μεγάλη καθυστέρηση, άρχισαν να συνειδητοποιούν την ανάγκη δημιουργίας ενός καθορισμένου πλάνου αντίδρασης σε μεγάλα προβλήματα και



κρίσεις, ώστε να μην αιφνιδιαζόμαστε κάθε φορά και να προσπαθούμε καθυστερημένα, απρογραμμάτιστα και ανοργάνωτα να αντιδράσουμε. Γενικότερα ο δημόσιος και ο ιδιωτικός τομέας, ίσως και λόγω του ταπεραμέντου μας, υστερεί στην πρόληψη, καθώς συνήθως υπάρχουν μόνο κατασταλτικοί μηχανισμοί. Η δημιουργία ενός μηχανισμού αντιμετώπισης των κρίσεων θα δώσει την ευκαιρία να υπάρχει στενή και συστηματική συνεργασία με τα ελληνικά και τα διεθνή ΜΜΕ, η οποία θα βοηθήσει στην αποφυγή της αρνητικής δημοσιότητας, όπως έγινε πολλές φορές στο παρελθόν. Είναι όμως σημαντικό να τονιστεί ότι εκτός από την τεχνογνωσία, τον επαγγελματισμό και τα ειδικευμένα στελέχη, χρειάζεται ο μηχανισμός που θα δημιουργηθεί να αποκτήσει μόνιμο χαρακτήρα. Αυτό σημαίνει ότι η θητεία της επιτροπής διαχείρισης κρίσεων δεν πρέπει να διαρκεί όσο της εκάστοτε κυβέρνησης ή του εκάστοτε Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης, όπως προτάσσει η γνωστή, εδώ και πολλές δεκαετίες ελληνική συνήθεια, η οποία ταυτίζει το εκάστοτε κυβερνών κόμμα με το κράτος. Πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι η δημιουργία δομών, οργάνων και θεσμών διαχείρισης κρίσεων, είναι επιτακτική και όχι ευκαιριακή υπόθεση.

Κρίσεις με αντίκτυπο στον τουρισμό μας έχουν συμβεί κατ' επανάληψη, ενώ είναι σίγουρο ότι θα ξανασυμβούν. Επομένως η αποτελεσματική αντιμετώπιση τέτοιων καταστάσεων, πρέπει να αποτελέσει μονόδρομο για τους κρατικούς φορείς και τις τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Το "κλειδί" για να καταστρώσουν τη στρατηγική τους οι επιχειρήσεις του κλάδου είναι να προβλέπουν. Πρέπει οι επιχειρηματίες να σκέφτονται και να σχεδιάζουν για το μέλλον. Στρατηγική για μια επιχείρηση, σημαίνει να υπάρχει όραμα και να βλέπεις τα πράγματα όχι μόνο όπως θέλεις να γίνουν, αλλά και κάθε πιθανή αρνητική εξέλιξη και πως πρέπει να αντιμετωπιστεί. Ο μεγαλύτερος κίνδυνος για μια επιχείρηση είναι να μη σχεδιάζει εκ των προτέρων τις κινήσεις της, αλλά να περιμένει τις εξελίξεις για να αντιδράσει.

Είναι σημαντικό να γίνει απόλυτα κατανοητό ότι η διαχείριση κρίσεων δεν αποτελεί μια επιχειρηματική επιλογή, στην οποία κάποιος θα κρίνουν σκόπιμο να επενδύσουν, ενώ άλλοι θα έχουν αντίθετη άποψη, αλλά κυριολεκτικά μια ολόκληρη φιλοσοφία και κουλτούρα. Παράλληλα είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο το οποίο διαβλέποντας όλους τους πιθανούς κινδύνους, έχει τη δυνατότητα να μας απαλλάξει από μεγάλα μελλοντικά έξοδα. Αυτός επομένως είναι ο ενδεδειγμένος τρόπος αντιμετώπισης της διαχείρισης κρίσεων, από όλους ανεξαιρέτως τους επιχειρηματίες

του τουριστικού κλάδου στην Ελλάδα. Το οφείλουμε στα εκατομμύρια των τουριστών που κάθε χρόνο μας τιμούν με την προτίμησή τους και μας έχουν αναδείξει σε ένα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς στον πλανήτη. Επιπλέον θα αποτελούσε μεγάλη παράλειψη να μην αναφερθεί ότι το οφείλουμε και στους εκατοντάδες χιλιάδες συμπατριώτες μας, των οποίων οι θέσεις εργασίας και το εισόδημα εξαρτάται από τον τουρισμό.

Το ερώτημα βέβαια που πρέπει να απασχολήσει όλους είναι τι μπορεί να χρειαστεί διαχείριση; Η απάντηση είναι θεωρητικά τα πάντα. Επομένως όλοι οι πιθανοί κίνδυνοι που μπορεί να προκύψουν ανά πάσα στιγμή, θα πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη. Θεωρίες ή αισιόδοξες υποθέσεις ότι “δεν πρόκειται να συμβεί κάτι στη δική μου επιχείρηση” ή ακόμα ότι “είναι πολυτέλεια η διαχείριση κρίσεων, για μια μικρή τουριστική επιχείρηση σαν τη δική μου”, είναι παντελώς αβάσιμες. Υπάρχει σοβαρή πιθανότητα στο μέλλον, αυτή η παράλειψη του επιχειρηματία να τον οδηγήσει σε πολύ μεγαλύτερα έως δυσβάσταχτα έξοδα, σε σχέση με το κόστος ενός πλάνου αντιμετώπισης κινδύνων.

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία η συντριπτική πλειοψηφία (περίπου 85%) των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα, έρχονται το εξάμηνο μεταξύ Μαΐου και Οκτωβρίου. Είναι αξιοσημείωτο ότι πάνω από το 50% του συνολικού όγκου των αλλοδαπών τουριστών έρχονται την περίοδο Ιουνίου-Αυγούστου. Επίσης το 70% περίπου των περισσότερων από 9.200 ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας λειτουργεί το πολύ έως έξι μήνες το χρόνο, με αποτέλεσμα να υπάρχει μεγάλη εποχική ανεργία κυρίως το διάστημα Νοεμβρίου-Απριλίου. Από τα παραπάνω είναι προφανές ότι η εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού έχει κάνει επιτακτική την ανάγκη για την πολιτεία και τους επιχειρηματίες που έχουν επενδύσει σε αυτόν τον τομέα, να επιδιώκουν να μην χάνεται ούτε μια ημέρα από την τουριστική σεζόν.

Στις περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις, η διαδικασία διαχείρισης κρίσεων δεν υφίσταται, ή βρίσκεται σε σχετικά αρχικό στάδιο. Η καθυστέρηση ανάπτυξης της διαχείρισης κρίσεων δεν πρέπει να δημιουργεί ερωτηματικά, καθώς οι αλλαγές συχνά αργούν να γίνουν αντιληπτές στη χώρα μας. Όταν ολόκληροι κλάδοι με ιστορία δεκαετιών, όπως το marketing και οι δημόσιες σχέσεις είναι παρεξηγημένοι, δεν πρέπει μας προξενεί ερωτηματικά γιατί δεν έχει γίνει ακόμα κατανοητή η σπουδαιότητα και τα οφέλη της διαχείρισης κρίσεων. Βέβαια θα μπορούσε να

υποστηρίζει κάποιος ότι οι μεγάλες εταιρείες έχουν υπογράψει συμβόλαια με ασφαλιστικές εταιρείες, τα οποία καλύπτουν όλες τις ζημιές. Εκτός όμως από την οικονομική ζημιά έχουμε αναρωτηθεί αν η χαμένη αξιοπιστία μπορεί να αποκατασταθεί; Η φράση “χρειάζεσαι 20 χρόνια για να κτίσεις τη φήμη σου και πέντε λεπτά για να τη γκρεμίσεις”, δεν θα ήταν υπερβολικό να σημειώσουμε ότι είναι περισσότερο επίκαιρη από ποτέ.

Συμπερασματικά οι συνθήκες είναι πλέον ώριμες για την ανάληψη πρωτοβουλιών από τις τουριστικές και τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, αλλά και όλους τους τουριστικούς προορισμούς της χώρας μας, για την πρόληψη και την προετοιμασία της αντιμετώπισης εκτάκτων περιστατικών.

### **3.3 Μέτρα και ενέργειες για την ανάπτυξη του τουρισμού κατά τη διάρκεια της κρίσης. ( ποια από τα είδη και τις μορφές αναπτύσσονται στη Ελλάδα κλπ)**



Η τουριστική ανάπτυξη είναι η σημαντικότερη ελπίδα της χώρας για να κινηθεί η οικονομία της. Ο τουρισμός έχει συμμετοχή με 16% περίπου στο ΑΕΠ και απασχολεί το 19% του εργατικού δυναμικού της

χώρας. Το 1/3 του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου καλύπτεται από τον τουρισμό.

Ο Τουρισμός βοηθά στην ανάπτυξη όλης της περιφέρειας και βρίσκει υποστήριξη από πολλούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Κατά συνέπεια χρειάζεται εθνικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη του τουρισμού, που να περιλαμβάνει εξειδικευμένα μέτρα για τη δημιουργία σταθερού, ελκυστικού και διαφανούς

φορολογικού και εργασιακού περιβάλλοντος ώστε να είναι δυνατή η προσέλκυση επενδύσεων αιχμής.

***Ειδικότερα προτείνονται τα εξής μέτρα και ενέργειες που πρέπει να υλοποιηθούν για την καλύτερη ανάπτυξη του τουρισμού:***

- Προστασία και ανάδειξη του φυσικού κάλους και των ιδιαιτεροτήτων κάθε ξεχωριστού τόπου μέσα από ένα ολοκληρωμένο στρατηγικό πλάνο που να περιλαμβάνει επί μέρους σχέδια ανά περιφέρεια.
- Ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν βασισμένο στην ποιότητα.
- Ολοκληρωμένη στρατηγική προώθησης των Τουριστικών προϊόντων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Προώθηση σε νέες αγορές (π.χ. Κίνα, Ρωσία)
- Αξιοποίηση και βελτίωση της λειτουργικότητας των τουριστικών υποδομών που υπάρχουν και σύνταξη ενός ολοκληρωμένου σχεδίου αναβάθμισης και ανάπτυξης του συνόλου των υποδομών.
- Ενίσχυση επενδύσεων για αναβάθμιση και δημιουργία ποιοτικών καταλυμάτων, ξενοδοχείων πολυτελείας, ολοκληρωμένων ποιοτικών συγκροτημάτων και τουριστικής κατοικίας.
- Υιοθέτηση προτύπων ποιότητας και βέλτιστων πρακτικών.
- Πραγματική απελευθέρωση της κρουαζιέρας.
- Επιχειρησιακή και λειτουργική αναβάθμιση των αεροδρομίων και των λιμένων. Ολοκλήρωση του ειδικού χωροταξικού για το τουρισμό.
- Εισαγωγή ενός απλού, σταθερού και ελκυστικού φορολογικού συστήματος, που θα παραμείνει αμετάβλητο στις βασικές του ρυθμίσεις για τουλάχιστον 10 χρόνια, θα ενισχύσει τις επενδύσεις στο τουρισμό.
- Μείωση του ΦΠΑ στο 7% για το συνολικό εξαγόμενο τουριστικό πακέτο[2].
- Δημιουργία ελκυστικού τιμολογιακού καθεστώτος για τα λιμάνια και το αεροδρόμιο της Αθήνας, (από τα ακριβότερα της Ευρώπης, εξυπηρετεί 15 εκατ. Επιβάτες ετήσια, ενώ έχει δυναμικότητα για 35 εκατ..)
- Προτεραιότητα στις επενδύσεις τουριστικής υποδομής, στα υψηλής ποιότητας projects. Διαδικασία FastTrack για τις μεγάλες επενδύσεις. Μείωση της γραφειοκρατίας για το σύνολο των επενδύσεων.
- Πλήρη άρση του καμποτάζ.

- Τακτοποίηση λιμανιών. Από τα 899 Λιμάνια που διαθέτουμε περίπου τα 2/3 αντιμετωπίζουν προβλήματα με την αδειοδότησή τους και αποκλείονται από τους σχετικούς διαγωνισμούς για χρηματοδότηση έργων υποδομής.
- Προβλήτες για κρουαζιερόπλοια στα Λιμάνια. Ανάπτυξη *cruise passenger terminals* με προτεραιότητα στις: Κρήτη, Θεσσαλονίκη, Κατάκολο, Κέρκυρα, Ρόδο, Ιθάκη, Λέσβο, Βόλο, Καβάλα, Κω, Πάτμο κ.α.
- Ανάπτυξη δικτύου με μαρίνες για την ενίσχυση του τουρισμού με σκάφη αναψυχής, μόνιμο ελλιμενισμό και υποδομές επισκευαστικές.
- Μεγαλύτερη ευελιξία στις εργασιακές σχέσεις στο τουρισμό (εποχικοί υπάλληλοι κλπ), με σκοπό την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και την αύξηση της απασχόλησης.
- Ταχύτερη χορήγηση *Visa Schengen* και πολλαπλές θεωρήσεις, ιδιαίτερα γι' αυτούς που αγοράζουν παραθεριστική κατοικία στην Ελλάδα, συνεργασία με τους *tour* και περισσότερα *visa centers*.
- Αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης. Δημιουργία τμημάτων σπουδών τουριστικών επαγγελμάτων και διοίκησης στα ΑΕΙ και ΤΕΙ της χώρας. Ενθάρρυνση της λειτουργίας των ιδιωτικών σχολών τουριστικών επαγγελμάτων, έλεγχος και πιστοποίηση τους ώστε να παρέχουν υψηλού επιπέδου σπουδές.
- Εκτός από το επιτυχημένο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης "ήλιος και θάλασσα", να επιδιωχθεί ανάπτυξη και στο ποιοτικό εναλλακτικό τουρισμό, στο πολιτισμό, στην ελληνική γαστρονομία, στον αθλητισμό, με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της φύσης κάθε περιοχής, τους χειμερινούς προορισμούς, για τουριστική δραστηριότητα όλο το χρόνο. Επίσης ανάπτυξη εξειδικευμένων μορφών υψηλού τουρισμού (συνεδριακός, ιατρικός κλπ).
- Υλοποίηση προγράμματος αναβάθμισης των μουσειακών εγκαταστάσεων, μέριμνα για καθημερινή κανονική λειτουργία τους και για την ανάπτυξη της συναφούς τοπικής οικονομίας. Συνεργασία με πολιτιστικούς συλλόγους.
- Προστασία των ακατοίκητων νησίδων από την άναρχη ανάπτυξη. Οιαδήποτε εκμετάλλευσή τους να ικανοποιεί ιδιαίτερα αισθητικά, περιβαλλοντικά και αρχιτεκτονικά κριτήρια, ώστε να προστατευθεί το φυσικό κάλλος.
- Δημιουργία ΑΕΙ με αντικείμενο τις εξειδικευμένες σπουδές για τον Τουρισμό και εξειδικευμένα διαπανεπιστημιακά προγράμματα (στρατηγική ανάπτυξης, οικονομικά, *marketing*, γλώσσες, θέματα που διαπερνούν και άλλες επιστήμες όπως αρχιτεκτονική για τις τουριστικές μονάδες, διακόσμηση, πολιτισμός κλπ).

*Να λειτουργήσει και ως τόπος προσέλκυσης ξένων για να διδαχθούν σε μια χώρα με τεράστια εμπειρία.*

### ***Προτάσεις για τον Εναλλακτικό Τουρισμό και τις Ορεινές περιοχές***

*Η ιδιαίτερη φυσιογνωμία των ορεινών περιοχών με φυσικό κάλλος και η απαίτηση για προστασία του περιβάλλοντος, δεν επιτρέπουν την ανάπτυξη τουρισμού με την γνωστή μαζική του μορφή ( παραθερισμός –διακοπές ). Αντίθετα χρειάζονται ήπιες μορφές ανάπτυξης, με αειφόρο κατεύθυνση, που να αξιοποιούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε τόπου, θα ενθαρρύνουν την ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων και παράλληλα θα έχουν σαν στόχο μια πολιτική αποκέντρωσης και περιφερειακής ανάπτυξης, πρέπει να συμπεριληφθούν σε ένα ολοκληρωμένο εξειδικευμένο σχέδιο για κάθε περιοχή, με ιδιαίτερη έμφαση στα ακόλουθα:*

- Ανάπτυξη κάθε περιοχής με βάση την ιδανική φέρουσα ικανότητα, που θεωρείται λιγότερο τρωτή σε περιβαλλοντικές εντάσεις. Έτσι θα καθορίζεται για τα τοπικά διαμερίσματα, η ικανότητα διατήρησης της πανίδας και χλωρίδας, αριθμού κατοίκων και επισκεπτών, με βάση την βιώσιμη απόδοση των φυσικών πόρων (νερό, χλωρίδα κλπ) αλλά και την αφομοιωτική ικανότητά τους, μη αλλοιούμενων των περιβαλλοντικών χαρακτηριστικών.*
- Εφαρμογή προγράμματος αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, που να έχει ως σταθερά τη προστασία του περιβάλλοντος και της ορεινής βιοποικιλότητας και θα προωθεί την ανάπτυξη συγκεκριμένων ήπιων δραστηριοτήτων.*
- Η τουριστική ανάπτυξη στις περιοχές αυτές είναι ιδιαίτερης δυσκολίας και απαιτεί ιδιαίτερο σχεδιασμό λόγω των ελλিপών υποδομών , δυσκολίας πρόσβασης, πληθυσμιακής συρρίκνωσης, εγκατάλειψης των παραδοσιακών δραστηριοτήτων στις ορεινές περιοχές, μορφολογίας του εδάφους, κλιματολογικών συνθηκών και της απόστασης που βρίσκονται τα χωριά και οι λίγοι οικισμοί. Για την τουριστική ανάδειξη των ορεινών όγκων, πρέπει να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις, που θα βοηθήσουν τα χωριά στα βουνά να γίνουν μικροί ελκυστικοί προορισμοί των κατοίκων της πόλης αλλά και γενικότερου τουρισμού.*

- Συντονισμός και κινητοποίηση των τοπικών και των εθνικών παραγόντων και συνεργασία με όλους τους φορείς για την ανάδειξη και προβολή, των ιδιαίτερων φυσικών και πολιτιστικών χαρακτηριστικών κάθε περιοχής.
- Σύνδεση του τουρισμού με όλους τους κλάδους της τοπικής οικονομίας.
- Να γίνει εθνικό σχέδιο σε συνεργασία με τις περιφέρειες για προσέλκυση επενδυτών ( ντόπιων κατά προτίμηση), για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως: αγροτουρισμός, περιηγητικός τουρισμός, αθλητισμού και περιπέτειας, εκπαιδευτικός, πολιτιστικός, θρησκευτικός, τουρισμός τρίτης ηλικίας, κατασκηνωτικός εθελοντισμός (jamboree), και άλλων εναλλακτικών μορφών.
- Ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, σύνδεση του πολιτισμού με τη φύση, επένδυση στο φυσιολατρικό και θρησκευτικό συναίσθημα ενώνοντας με μονοπάτια μοναστήρια, σπήλαια, θέσεις ξεχωριστού κάλους κλπ.
- Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις με απόλυτο σεβασμό στο περιβάλλον, που θα ευνοούν φυσιολατρικές δράσεις όπως η πεζοπορία, με διαμόρφωση μονοπατιών περιπάτου, ποδηλάτου βουνού, με ειδικές σημάνσεις.
- Καταγραφή των μουσείων, αξιοθέατων, καταλυμάτων, εστιατορίων και τουριστικών ευκολιών κατά τόπους, ώστε να εντοπισθούν και να καλυφθούν οι ποσοτικές και ποιοτικές ελλείψεις στο ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν.
- Αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών ενέργειας, τεχνολογιών και συστημάτων διαχείρισης φιλικών στο περιβάλλον στις τουριστικές υποδομές.
- Ήπια βελτίωση του οδικού δικτύου με τη λιγότερη δυνατή επιβάρυνση του περιβάλλοντος, για διευκόλυνση της πρόσβασης τουριστών-επισκεπτών.
- Συντήρηση υπαρχόντων και δημιουργία νέων κοινοτικών εγκαταστάσεων αναψυχής και διαμονής, πληροφόρησης, χώρων παρατήρησης πανίδας.
- Ενίσχυση της εκπαίδευσης , με την ίδρυση Κ.Ε.Κ. για επαγγελματική κατάρτιση σε επαγγέλματα συναφή με τον προσφερόμενο κατά τόπους εναλλακτικό τουρισμό και επιμόρφωση του τοπικού πληθυσμού με ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα, σεμινάρια, ημερίδες.

### **Προτάσεις για Τουριστική ανάπτυξη σε μεγάλες πόλεις**

Οι μεγάλες πόλεις, έχουν πολλές και διαφορετικές δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης σε διάφορους τομείς. Για το λόγο αυτό απαιτείται η εκπόνηση αυτόνομου στρατηγικού

σχεδιασμού για κάθε μία από αυτές, όπως για την Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Χανιά, Λάρισα, Πάτρα, Καλαμάτα, Ιωάννινα κ.α.

### **Προτάσεις για το Συνεδριακό Τουρισμό**

Ο τουρισμός συνεδρίων μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στη τουριστική αγορά της Ελλάδος, όλες τις εποχές του χρόνου.

Απαιτούνται οι εξής δράσεις:

- Καταγραφή των συνεδριακών υποδομών της Ελλάδας και την κατάρτιση Μητρώου Συνεδρίων και Συνεδριακών Επιχειρήσεων.
- Ρυθμιστικό πλαίσιο για την εύρυθμη λειτουργία των ξενοδοχείων του κέντρου της Αθήνας και την αισθητική αποκατάσταση της περιοχής.
- Στρατηγικός σχεδιασμός για την περιφερειακή ανάπτυξη και τη διάχυση του συνεδριακού τουρισμού στην επικράτεια
- Αποτελεσματικότερη προβολή της Ελλάδας στη διεθνή αγορά συνεδρίων.

### **Προτάσεις για τον Ιατρικό Τουρισμό**

Η Ελλάδα μπορεί να γίνει ιδιαίτερα ανταγωνιστική στον ιατρικό τουρισμό λόγω του κλίματος και των άλλων στοιχείων (ήλιος, θάλασσα, ιαματικά λουτρά κλπ), καθώς και λόγω της διαθεσιμότητας σημαντικού ιατρικού και νοσηλευτικού δυναμικού.

Απαιτούνται τα εξής:

- Διαμόρφωση υποδομών ιατρικού τουρισμού, όπως “Ξενοδοχεία Αποκατάστασης, Ψυχολογικής Υποστήριξης & Ανανέωσης, Ευεξίας, κ.α.”
- Διαμόρφωση εθνικού διακριτικού σήματος (brand) και δικτύου προώθησης στις αναπτυγμένες οικονομικά χώρες.
- Αξιοποίηση των ιαματικών λουτρών που υπάρχουν σε πολλές περιοχές.

### **Ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης στη τουριστική ανάπτυξη**



*Επίσης απαιτείται η ουσιαστική ενεργοποίηση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, για την προώθηση της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης και της απασχόλησης και παράλληλα για τη διατήρηση και την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής. Σύμφωνα με το σημερινό κανονιστικό πλαίσιο, η Τοπική Αυτοδιοίκηση (Τ.Α.) έχει ουσιαστικές αναπτυξιακές αρμοδιότητες και παρεμβαίνει ενεργά στην τοπική ανάπτυξη μέσω του Πενταετούς Δημοτικού Επιχειρησιακού Προγράμματος. Απαιτείται η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και της αυτοδιοίκησης στην δημιουργία ενός συνολικού προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης στους νομούς, έτσι ώστε σε συνεργασία με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς να αποτελέσουν τον κινητήριο μοχλό υποστηρίζοντας την ιδιωτική πρωτοβουλία.*

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 «Ηλιος 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.

Η χώρα μας έχει σημαντικά θέματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν ώστε να επιτευχθεί μεγαλύτερη ανάπτυξη στον τουρισμό, Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα έγιναν οι εξής ενέργειες:

- Η τουριστική οικονομία κυμαίνεται στο επίπεδο 18%-20% του ΑΕΠ.
- Τα άτομα που απασχολούνται στον τουριστικό τομέα ανέρχονται στα 690.000

- Το συνάλλαγμα που αποκτάται φτάνει τα 9 δις και αυτό αποδεικνύει ότι ο τουρισμός έχει καταφέρει να βελτιώσει κατά πολύ την κατανομή του περιφερειακού εισοδήματος τα τελευταία 20-30 χρόνια
- Το συνάλλαγμα των τουριστών είναι 2,5 φορές μεγαλύτερο από αυτό των βιομηχανικών εξαγωγών και 1,8 φορές μεγαλύτερο από το σύνολο των εξαγωγών
- Το 1960 το τουριστικό ακαθάριστο προϊόν ανέρχονταν ίσο με 3% του ΑΕΠ ενώ το 2000 έφτανε το 20% του ΑΕΠ (Πηγή: ΑΕΠ, 2006)

Βλέπουμε έτσι πως ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί σημαντικά καταφέρνει έτσι να ξεπερνά κάποια προβλήματα και να απασχολεί πολλά άτομα και να φέρνει έσοδα στη χώρα μας. Μπορούμε να αναφέρουμε πως το βασικό εμπόδιο για την συνεχή ανάπτυξη στον τουριστικό τομέα είναι οι δυνατότητες προσφοράς των ανθρωπογενών υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές και ποιότητα. Για να μπορέσουν να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που προσφέρονται στον τουρισμό πρέπει η χώρα μας να αποκτήσει μεγαλύτερη ανταγωνιστική θέση σε σχέση με τις άλλες χώρες που την ανταγωνίζονται.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις και η κρίση διαμορφώνουν το έδαφος για την εξάπλωση μιας παράλληλης τουριστικής αγοράς που λειτουργεί, προς το παρόν, σε θεσμικό κενό. Οι προβλέψεις για ένα νέο Ελντοράντο στο χώρο του τουρισμού και οι αντιδράσεις των ξενοδόχων.

Θεσμικά ανοχύρωτος και πρακτικά ανέτοιμος και αμήχανος εμφανίζεται ο ελληνικός τουρισμός απέναντι στο ραγδαία εξαπλούμενο φαινόμενο της λεγόμενης συνεργατικής οικονομίας (Collaborative Economy) ή της οικονομίας του διαμοιρασμού.

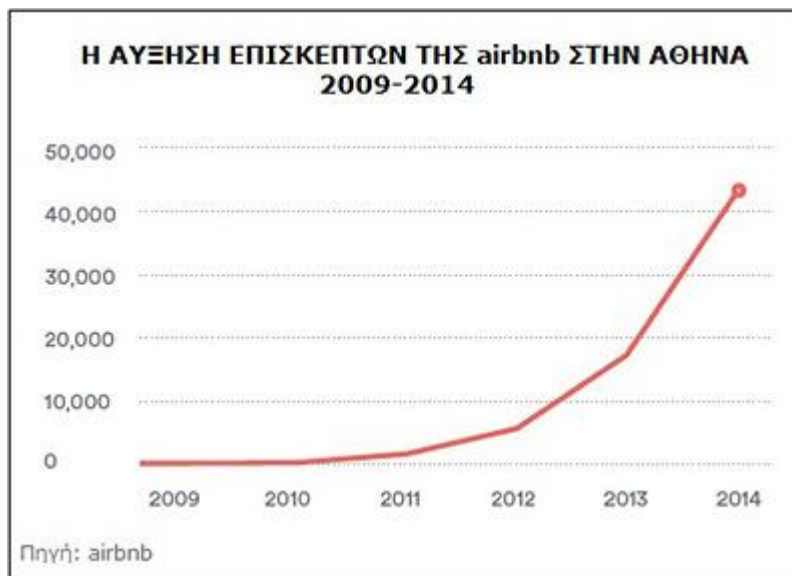
Οι επίσημες αρχές βρίσκονται ήδη αντιμέτωπες με ένα νέο και ιδιότυπο τουριστικό τομέα ο οποίος καταγράφει αλματώδεις ρυθμούς ανάπτυξης λειτουργώντας (προς το παρόν) εν μέσω νομοθετικού κενού.

Πρόκειται για μια νέα ταξιδιωτική αγορά η οποία λειτουργεί παράλληλα με την παραδοσιακή και αναπτύσσεται αλματωδώς βασιζόμενη στις νέες καταναλωτικές

συνήθειες που διαμορφώνονται διεθνώς με αφορμή τη βαθιά οικονομική κρίση και την ταχύτερη εξάπλωση της χρήσης των νέων τεχνολογιών (διαδίκτυο, κινητή τηλεφωνία) και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Το αποτύπωμα αυτής της νέας ταξιδιωτικής αγοράς στη χώρα μας εμφανίστηκε (εν μέρει) με αφορμή τα στοιχεία που παρουσίασε την προηγούμενη εβδομάδα η αμερικανική εταιρεία airbnb σχετικά με τη δραστηριότητά της στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με αυτά, ήδη, 11.500 καταλύματα σε όλη τη χώρα και τα 2.500 μόνο στην Αθήνα, προσφέρονται για μίσθωση μέσω της πλατφόρμας κρατήσεων της airbnb.



Οι επισκέπτες που προτίμησαν να αποφύγουν την επίσημη ξενοδοχειακή αγορά της Αθήνας επιλέγοντας να κάνουν κράτηση μέσω της airbnb ξεπερνούν, ήδη, τις 74.500 από το 2009 μέχρι σήμερα.

Ενδεικτικό της γεωμετρικής αύξησης του αριθμού τους τα τελευταία χρόνια είναι το γεγονός πως περισσότεροι από τους μισούς επισκέπτες (43.740) ήρθαν στην ελληνική πρωτεύουσα το τελευταίο 12μηνο (Νοέμβριος 2013-Οκτώβριος 2014).

Μελέτη που εκπόνησε για λογαριασμό της airbnb ο επίκουρος καθηγητής του τμήματος Οικονομίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών **Χρήστος Γκενάκος**, δείχνει ότι η συνολική οικονομική επίδραση των επισκεπτών που ήρθαν στην Αθήνα μέσω της airbnb στην αγορά της πρωτεύουσας την περασμένη χρονιά (Νοέμβριος 2013-Οκτώβριος 2014) έφθασε τα 69 εκατ. ευρώ.

Σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία, οι άμεσες δαπάνες των επισκεπτών στις επιχειρήσεις της Αθήνας έφθασαν τα 20,2 εκατ. ευρώ. Οι δε 720 ιδιοκτήτες των 2.500 καταλυμάτων που είναι συνδεδεμένα με την πλατφόρμα κρατήσεων της airbnb φέρονται, με βάση τα ίδια στοιχεία, να εισέπραξαν συνολικά 3,3 εκατ. ευρώ από τους επισκέπτες που επέλεξαν τα καταλύματά τους.

### **Στο επίκεντρο η φοροδιαφυγή**

Τα νέα δεδομένα οδηγούν σε τροχιά σύγκρουσης τους επίσημους φορείς της ξενοδοχειακής αγοράς με εταιρείες συνεργατικής οικονομίας όπως η airbnb. Οι μεν ξενοδόχοι κάνουν λόγο για σκιάδη αγορά εστιάζοντας στο θέμα των αδήλωτων εσόδων που διακινούνται σε αυτήν. Η πλευρά των εταιρειών συνεργατικής οικονομίας επισημαίνουν πως όλες οι συναλλαγές είναι απολύτως διαφανείς και απομένει στις κυβερνήσεις των χωρών να θεσπίσουν το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο ώστε, αφενός, να διευκολύνεται η συγκεκριμένη δραστηριότητα, αφετέρου να συλλέγονται οι φόροι που αναλογούν.

Απαντώντας σε ερώτημα του Euro2day.gr σχετικά με τις αλλαγές που θα πρέπει να γίνουν κατά τη γνώμη του στο υπάρχον θεσμικό πλαίσιο, ο υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων για την Ευρώπη και τον Καναδά **Patrick Robinson** ανέφερε το παράδειγμα όσων ισχύουν στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Όπως σημείωσε, εκεί κάποιος μπορεί να διαθέσει το ακίνητό του για διάστημα έως 90 ημέρες και για ποσό που δεν θα ξεπερνά συνολικά τις 5.000, χωρίς να είναι υποχρεωμένος να διαθέτει ειδική αδειοδότηση για τη μίσθωση του καταλύματος (όπως για παράδειγμα το ειδικό σήμα λειτουργίας που χορηγεί στην Ελλάδα ο ΕΟΤ στα ξενοδοχεία και σε άλλα τουριστικά καταλύματα που λειτουργούν νόμιμα).

Αν βασιστεί κανείς στα στοιχεία του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας (ΞΕΕ), το μέγεθος της πιθανής φοροδιαφυγής στη χώρα που αφορά τον τομέα φιλοξενίας ενδέχεται να υπερβαίνει ακόμα και αυτήν του λαθρεμπορίου καπνού ή καυσίμων. Δεν υπάρχουν, ωστόσο, επαρκή, επίσημα δεδομένα για το θέμα.

Σύμφωνα με στοιχεία που παρουσίασε το ΙΤΕΠ τον Μάιο του 2014 και αφορούσαν το 2013, το σύνολο των δαπανών που πραγματοποίησαν στην Ελλάδα οι αλλοδαποί επισκέπτες ανήλθε σε 7,72 δισ. ευρώ. Το 56,8% των δαπανών (4,38 δισ. ευρώ) που πραγματοποιήθηκαν από ξένους τουρίστες στη χώρα μας προήλθε από επισκέπτες που διέμειναν σε ξενοδοχεία ή σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα, ενώ το 12,1% (930 εκατ. ευρώ) από όσους διέμειναν σε ενοικιαζόμενα δωμάτια. Την ίδια στιγμή, όπως αναφέρει το ΙΤΕΠ, «το υπόλοιπο 31,1% των δαπανών προέρχεται από επισκέπτες οι οποίοι χρησιμοποίησαν κάποιο άλλο τύπο καταλύματος ή δεν δήλωσαν τον τύπο καταλύματος που χρησιμοποίησαν».

Οι δαπάνες αυτές, σύμφωνα με το ΙΤΕΠ, που πραγματοποίησαν στην Ελλάδα όσοι διέμειναν σε αδιευκρίνιστο κατάλυμα φθάνουν τα 2,4 δισ. ευρώ.

### **Ελντοράντο 335 δισ. δολαρίων**

Η εκρηκτική δυναμική ανάπτυξης της συνεργατικής οικονομίας στο χώρο του τουρισμού αποτυπώνεται ανάγλυφα σε ενδεικτικά στοιχεία που αναφέρονται στην πιο γνωστή εταιρεία του χώρου, την αμερικανική airbnb.

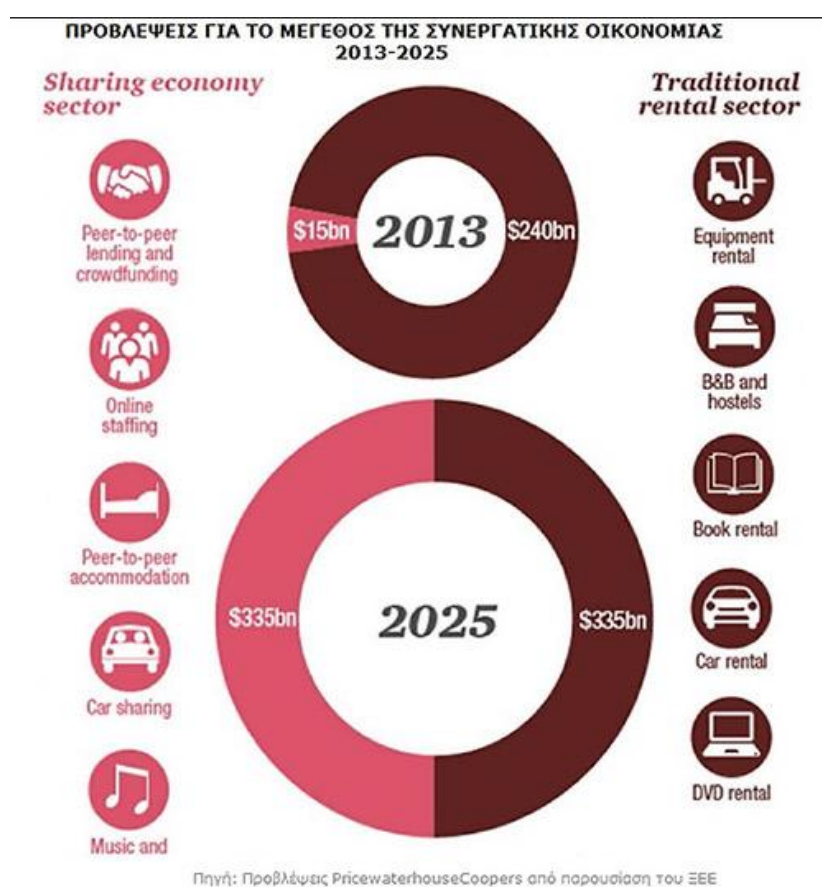
Η εταιρεία δημιουργήθηκε τον Αύγουστο του 2009 όταν ξεσπούσε η παγκόσμια οικονομική κρίση με αφορμή την κατάρρευση της Lehman Brothers. Η εταιρεία εδρεύει στο Σαν Φρανσίσκο της Καλιφόρνιας (ΗΠΑ) και όπως αυτοπαρουσιάζεται «αποτελεί μια κοινότητα-αγορά για άτομα που θέλουν να καταχωρίσουν, να ανακαλύψουν και να κάνουν κράτηση μοναδικών χώρων σε ολόκληρο τον κόσμο, διαδικτυακά ή από κινητό τηλέφωνο».

Η ιλιγγιώδης ανάπτυξη της airbnb ήταν τέτοια ώστε μέχρι σήμερα έχουν καταχωρισθεί στην πλατφόρμα κρατήσεων της περισσότερα από 1 εκατ. καταλύματα σε 34.000 πόλεις, σε πάνω από 190 χώρες, ενώ έχει διεκπεραιώσει κρατήσεις για περισσότερους από 25 εκατ. επισκέπτες.

Σύμφωνα με ενημερωτικό δελτίο, μάλιστα, της Barclays που απευθυνόταν σε επενδυτές και δημοσιεύθηκε στα τέλη Ιανουαρίου 2015, η airbnb αναμένεται να τριπλασιάσει τον όγκο των διανυκτερεύσεών της στην τριετία 2014-2016 φθάνοντας από τα 37 εκατ. διανυκτερεύσεις το 2014 στα 129 εκατ. διανυκτερεύσεις το 2016.

Εταιρείες όπως η airbnb αποτελούν μέρος μιας τεράστιας αναδυόμενης αγοράς η οποία κατάφερε να προσελκύσει κεφάλαια από ισχυρά επενδυτικά χαρτοφυλάκια που αναζητούν επενδυτικές ευκαιρίες για έναν τεράστιο όγκο κεφαλαίων που λιμνάζουν.

Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά σε παρουσίαση του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας (ΞΕΕ), σύμφωνα με στοιχεία της Deloitte University Press που παρουσιάστηκαν το Μάρτιο του 2014, από το 2012 εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων έχουν επενδύσει περισσότερα από 2 δισ. δολάρια σε τουλάχιστον 500 συνεργατικά σχήματα της λεγόμενης οικονομίας του διαμοιρασμού σε όλο τον κόσμο.



Το δέλεαρ που προσελκύει τα επενδυτικά κεφάλαια αφορά τις προσδοκίες για άμεση υψηλή κερδοφορία καθώς πρόσφατες προβλέψεις θεωρούν πως ο συγκεκριμένος τομέας θα αποτελέσει ένα από τα Ελντοράντο της επόμενης δεκαετίας.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις της PricewaterhouseCoopers (PWC), τα δυνητικά έσοδα των εταιρειών της οικονομίας του διαμοιρασμού (sharing economy) αναμένεται να αυξηθούν από τα 15 δισ. δολάρια παγκοσμίως το 2013 σε 335 δισ. δολάρια το 2025.

Αν επιβεβαιωθούν οι σχετικές προβλέψεις, υπολογίζεται ότι οι εταιρείες της παραδοσιακής οικονομίας από τη μια, και της συνεργατικής οικονομίας από την άλλη, στους τομείς των βραχυπρόθεσμων μισθώσεων (από ξενοδοχεία μέχρι

ενοικιάσεις αυτοκινήτων, βιβλίων και DVD) θα μοιράζονται την αγορά αφού θα ελέγχουν περίπου το 50% η κάθε μία.

Στην περίπτωση του τουρισμού, ιδιαίτερα, εταιρείες συνεργατικής οικονομίας όπως η airbnb θα βρεθούν να ανταγωνίζονται ευθέως ισχυρές διεθνείς ξενοδοχειακές αλυσίδες στους κυριότερους τουριστικούς προορισμούς του πλανήτη.

Ήδη, σύμφωνα με στοιχεία της Barclays (από την ίδια παρουσίαση του ΞΕΕ), σε άμεσο ανταγωνισμό με την airbnb εκτιμάται ότι βρίσκεται το 5% των δωματίων της αμερικανικής ξενοδοχειακής αλυσίδας InterContinental Hotels Group και το 9% των δωματίων της γαλλικής αλυσίδας Accor.

Δεδομένα που προαναγγέλλουν την ανάφλεξη ενός θερμού μετώπου στη διεθνή ταξιδιωτική αγορά με χρηματιστηριακές προεκτάσεις.

Έως ότου μοιραστούν εκ νέου τα μερίδια αγοράς και βρεθούν τα νέα σημία ισορροπίας μεταξύ παραδοσιακών και νέων παικτών.



### 3.4 Στατιστικά στοιχεία για την επίδραση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

#### Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό: έτος 2008

Η Γενική Γραμματεία Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος στο πλαίσιο "Μνημονίου Συνεργασίας" με την Τράπεζα της Ελλάδος ανακοινώνει, αρχής γενομένης από το έτος 2008 (περιλαμβάνοντας και τα στοιχεία του έτους 2007 για συγκριτική αναφορά), στοιχεία σχετικά με τις αφίξεις στην Ελλάδα μη κατοίκων από το εξωτερικό. Τα στοιχεία προέρχονται από την δειγματοληπτική Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος που πραγματοποιείται στους συνοριακούς σταθμούς (αεροδρόμια, λιμάνια, οδικούς και σιδηροδρομικούς) της Χώρας.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 1

ΑΦΙΞΕΙΣ ΜΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΛΗΝ ΜΕΣΩ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ & ΣΤΑΘΜΟ ΕΙΣΟΔΟΥ ΚΑΤΑ ΤΑ ΕΤΗ 2007 & 2008 \*

ΠΕΡΙΟΔΟΣ: Ιανουάριος - Δεκέμβριος		ΕΤΟΣ		Μεταβολή 2008/2007	Αναλογία επί του συνόλου	
Σταθμοί εισόδου μη κατοίκων		2007	2008		2007	2008
<b>I. ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΣ</b>		<b>11.919.979</b>	<b>11.691.660</b>	<b>-1,9</b>	<b>73,7</b>	<b>73,4</b>
1	Αθηνών	3.881.818	3.472.848	-8,2	23,7	21,8
2	Σαλονίκης	451.877	464.874	+3,5	3	2,9
3	Ηρακλείου	2.149.020	2.135.198	-0,6	13,3	13,4
4	Θεσσαλονίκης	818.402	819.877	+0,8	5,9	6,8
5	Κέρκυρας	545.109	506.713	-4,7	3,2	3,1
6	Κω	634.491	671.660	+1,9	4,2	4,2
7	Ρόδου	1.390.827	1.349.406	-1,6	8,6	8,6
8	Σαντορίνης	168.088	162.841	-1,3	1	1
9	Κανίων	662.029	669.122	+1,0	4,2	4,2
10	Λασιθίων σταθμίων	812.823	1.019.214	+11,7	5,5	6,6
<b>II. ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΩΣ</b>		<b>68.482</b>	<b>68.879</b>	<b>0,9</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>
1	Προμαχώνα (Ν. Σερρών) **	10.981	11.228	2,9	0,1	0,1
2	Σιδηροδρομικοί σταθμοί εκτός ορίσματος	55.500	54.647	-1,6	0,3	0,3
<b>III. ΘΑΛΑΣΣΙΩΣ</b>		<b>1.081.832</b>	<b>1.086.026</b>	<b>+0,1</b>	<b>8,7</b>	<b>8,8</b>
1	Ηγουμενίτσας	290.166	303.988	4,8	1,9	1,9
2	Κέρκυρας	105.649	92.266	-12,7	0,7	0,6
3	Πατρών	387.164	386.066	-0,3	2,5	2,4
4	Λασιθίων σταθμίων	298.413	303.718	1,8	1,8	1,8
<b>IV. ΟΔΙΚΩΣ</b>		<b>3.027.469</b>	<b>3.101.257</b>	<b>2,3</b>	<b>19,2</b>	<b>19,2</b>
1	Ειζώνων (Ν. Κιαιφά)	784.886	787.128	0,3	4,9	4,9
2	Κοκαβιάς (Ν. Ιωναντίκου)	138.254	150.444	10,4	0,8	0,9
3	Κήπων (Ν. Έβρου)	133.313	142.423	6,8	0,8	0,9
4	Προμαχώνα (Ν. Σερρών)	567.781	459.339	-19,1	3,5	2,9
5	Όσοι σταθμοί εκτός ορίσματος	1.475.165	1.561.924	5,9	3,1	3,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΑΘΜΩΝ</b>		<b>18.196.266</b>	<b>16.928.906</b>	<b>-1,4</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος

\*\* οι αφίξεις μη κατοίκων για το σταθμό αυτό υπολογίζονται με βάση μόνον τους μήνες που πραγματοποιείται διεκπεραίωση. Για τους μήνες που δεν πραγματοποιείται διεκπεραίωση γίνεται εκτίμηση των αφίξεων μη κατοίκων και συμπεριλαμβάνεται στα στοιχεία των σιδηροδρομικών σταθμών εκτός ορίσματος

Στην ανάλυση των στοιχείων κατά μέσο μεταφοράς και σταθμό εισόδου παρατηρείται ότι κατά το 2008, τα αεροδρόμια που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό κίνησης, μετά το "Ελευθέριος Βενιζέλος" (21,8%), είναι του Ηρακλείου (13,4%), της Ρόδου (8,6%), της Θεσσαλονίκης (5,8%) και της Κέρκυρας (5,1%) (Πίνακας 1).

### Επίδραση στις αφίξεις

Για ότι αφορά στις αφίξεις των ξένων τουριστών στην Ελλάδα βλέπουμε πως το έτος 2008 έχουμε μια μείωση της τάξης 1,4% στις αφίξεις στην χώρα. Αντίθετα το 2009 έχουμε μια μεγάλη αύξηση 6,43%, ενώ τη χρονιά του 2010 μια ελάχιστη αύξηση της τάξης του 0,62% δηλαδή ποσοστά μειωμένα σε σχέση με το 2008 κατά 5,84%. Βλέπουμε όμως πως το 2011 οι αφίξεις ήταν στα ποσοστά του 2007 πριν ακόμη ξεκινήσει η οικονομική κρίση και έτσι η κατάσταση κάπως εξισορροπήθηκε χωρίς όμως αυτό να σημαίνει πως τα χαμηλά νούμερα στα ενδιάμεσα έτη δεν είχαν τις επιπτώσεις τους.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Διεθνής αφίξεις 2007-2010 χωρίς οικονομικούς μετανάστες

Έτος	Αφίξεις	Μεταβολή%
2000	12.378.282	-
2001	13.019.202	5,18%
2002	12.556.494	-3,55%
2003	12.468.411	-0,70%
2004	11.735.556	-5,88%
2005	12.902.048	9,94%
2006	13.993.371	8,46%
2007	16.165.265	15,52%
2008	<b>15.938.806</b>	<b>-1,40%</b>
2009	<b>14.914.534</b>	<b>-6,43%</b>
2010	<b>15.007.490</b>	<b>0,62%</b>
2011	<b>16.427.247</b>	<b>9,46%</b>

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2011 β

### Επίδραση στις εισπράξεις και στο ΑΕΠ

Στον παρακάτω πίνακα 3 βλέπουμε πως το 2008 οι εισπράξεις όχι μόνο δεν επηρεάστηκαν αρνητικά αλλά είχαμε και μικρή άνοδο 2,80% σε σχέση με το έτος

2007. Όμως τα επόμενα 2 χρόνια βλέπουμε σοβαρές απώλειες εσόδων και αυτό λόγω της κρίσης που έφτασαν το -10,62% το 2009 σε σχέση με το 2008, και -7,59% το έτος 2010. Στον πίνακα 3 φαίνεται η μείωση των τουριστικών εισπράξεων στο ΑΕΠ της χώρας που φτάνει σε συνολική μείωση από το 2007 έως το 2010 το 2%. Παρ' όλα αυτά όμως το έτος 2011 τα έσοδα ήταν στα επίπεδα του 2009 και πήρε μια ανάσα ο κλάδος αλλά οι απώλειες της προηγούμενης διετίας ήταν σημαντικές για την οικονομία της χώρας μας.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Τουριστικές εισπράξεις 2000-2011

Έτος	Εκατ. ευρώ	Μεταβολές	% Συμμετοχή στο ΑΕΠ
2000	10.061,20	-	16,40%
2001	10.579,90	5,16%	16,90%
2002	10.284,70	-2,79%	16,50%
2003	9.495,30	-7,68%	15,90%
2004	10.347,80	8,98%	16,40%
2005	10.729,50	3,69%	17,30%
2006	11.356,70	5,85%	17,50%
2007	11.319,20	-0,33%	17,30%
2008	11.635,90	<b>2,80%</b>	<b>16,50%</b>
2009	10.400,20	<b>-10,62%</b>	<b>15,20%</b>
2010	9.611,30	<b>-7,59%</b>	<b>15,40%</b>
2011	10.504,70	<b>9,30%</b>	<b>16,50%</b>

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2011 γ - δ

#### Επίδραση στο ανθρώπινο δυναμικό

Συνεχίζοντας έχουμε να κάνουμε με το ανθρώπινο δυναμικό και βλέπουμε στον παρακάτω πίνακα πως το ανθρώπινο δυναμικό που ασχολείται στον κλάδο του τουρισμού το 2008 και μετά ο αριθμός του μειώθηκε. Το 2008 μειώθηκε κατά 50.500 άτομα, το 2009 μειώθηκε κατά 76.600 άτομα αλλά βλέπουμε πως το 2010 έχουμε μια μικρή αύξηση των 4.700 ατόμων. Το 2001 αυξήθηκαν τα άτομα που εργάζονταν σχετικά με το 2010.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 4

Τουριστικές εισπράξεις 2000-2011

Έτος	Άμεση απασχόληση (000*)	Συνολική απασχόληση (Άμεση και Έμμεση) (000*)
2000	344,2	782,4
2001	337,8	789,7
2002	336,8	789,1
2003	322,4	766,7
2004	320,6	775,8
2005	355,1	844,8
2006	366,5	877,7
2007	365,0	877,5
2008	<b>357,6</b>	<b>847,4</b>
2009	<b>325,8</b>	<b>787,6</b>
2010	<b>328,8</b>	<b>754,4</b>
2011	<b>349,2</b>	<b>758,3</b>

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2011ε

## **Κεφάλαιο 4ο:**

### **Η συνεισφορά του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα**

Τη σημασία του τουρισμού ως «ατμομηχανή» της ελληνικής οικονομίας, αλλά και την εποχικότητα του τομέα, επιβεβαιώνει η αναθεωρημένη μελέτη του SETE Intelligence «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών».

Με βάση τα τελικά στοιχεία, την περσινή χρονιά ο τομέας συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία του 9,5% του ΑΕΠ της χώρας, το οποίο διαμορφώθηκε στα 179,1 δισ. ευρώ, ενώ η άμεση και έμμεση συμβολή του εκτιμάται σε 20% έως 25%. Την ίδια περίοδο παρουσίασε ανάπτυξη 11% ή 1,7 δισ. ευρώ (από 15,3 δισ. ευρώ άμεσης συνεισφοράς στο ΑΕΠ το 2013 σε 17 δισ. ευρώ το 2014), όταν το συνολικό ΑΕΠ εκτιμάται ότι μειώθηκε κατά 3,4 δισ. ευρώ σε ονομαστικούς όρους και αυξήθηκε κατά 0,8% περίπου σε πραγματικούς λόγω αποπληθωρισμού.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ) και της Τράπεζας της Ελλάδος (ΤτΕ), το 2014 η Ελλάδα υποδέχθηκε 22 εκατ. ξένους τουρίστες και εισέπραξε 13,1 δισ. ευρώ. Σε σχέση με το 2013, πέρυσι ο εισερχόμενος τουρισμός παρουσιάζει αύξηση αφίξεων 23% και εσόδων 12%. Επίσης, το 2014 η χώρα υποδέχθηκε σχεδόν 2,4 εκατ. τουρίστες κρουαζιέρας και εισέπραξε 465 εκατ. ευρώ.

Από κάθε ένα ευρώ τουριστικής δραστηριότητας, δημιουργείται επιπλέον 1,2 ευρώ έως 1,65 ευρώ πρόσθετης οικονομικής δραστηριότητας. Ως αποτέλεσμα, για κάθε ένα ευρώ τουριστικού εσόδου το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά 2,2 ευρώ έως 2,65 ευρώ, καθώς υπάρχει μεγάλη διάχυση ωφελειών στην οικονομία.

Σε τρεις νησιωτικές περιφέρειες, της Κρήτης, του Νοτίου Αιγαίου και του Ιονίου, ο τομέας συνεισφέρει άμεσα στη δημιουργία τουλάχιστον 50% του ΑΕΠ τους. Μάλιστα οι περιφέρειες αυτές έχουν από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη χώρα, στοιχείο που δείχνει ότι ο τουρισμός οδηγεί σε βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται.

Σύμφωνα με τη μελέτη, στην αιχμή του ο τουρισμός πρόσφερε, σε συνδυασμό με την εστίαση, τουλάχιστον μία στις τρεις θέσεις μισθωτής απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα, πλέον των θέσεων αυτοαπασχολούμενων σε 31.000 μικρά ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια και δεκάδες χιλιάδες επιχειρήσεις εστίασης.

Παράλληλα, η δραστηριότητα στήριξε τα ασφαλιστικά ταμεία σε μια χρονιά που οι υπόλοιπες δραστηριότητες του ιδιωτικού τομέα συνέχισαν να συρρικνώνονται και να μειώνουν τη συνεισφορά τους σε αυτά.

Επίσης με τις ταξιδιωτικές εισπράξεις κάλυψε το 76% 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. Αν δε 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.

Υπογραμμίζοντας τη σπουδαιότητα και δυναμισμό του τουρισμού για την ελληνική οικονομία, ο Σύνδεσμος τονίζει ότι θα πρέπει να αποτελέσουν τη βάση για να αντιμετωπιστεί η εποχικότητα, η σημαντικότερη αδυναμία του τομέα, αφού περίπου το 60% των αφίξεων και των εσόδων πραγματοποιούνται στο τρίτο τρίμηνο και μόλις 6% των αφίξεων και 3% των εσόδων στο πρώτο τρίμηνο. Υποστηρίζει ακόμα, ότι η αντιμετώπιση της εποχικότητας δεν μπορεί παρά να γίνει με τη συμπλήρωση και τον εμπλουτισμό του βασικού προϊόντος «Ηλιος και Θάλασσα», που αποτελεί και το

μεγαλύτερο «τουριστικό προϊόν» σε όλη την Ευρώπη και όχι με την καταπολέμησή του.

Στη δημιουργία τουλάχιστον 9% του ΑΕΠ της χώρας, με την άμεση και έμμεση συμβολή του να εκτιμάται σε 20% έως 25%, στην αύξηση αφίξεων κατά 23% και εσόδων κατά 13%, στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται συνέβαλε δυναμικά ο τουρισμός, για τη χρονιά που μας πέρασε, δίνοντας ανάσες στην ελληνική οικονομία.

Τα παραπάνω συμπεράσματα προκύπτουν από την πρόσφατη μελέτη του Ινστιτούτου Ερευνών Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) με θέμα «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών».

Σύμφωνα με την έρευνα, για το 2014 ο τουρισμός παρουσίασε ανάπτυξη 11,3% ή 1,8 δισ. ευρώ (από 15,2 δισ. ευρώ άμεσης συνεισφοράς στο ΑΕΠ το 2013 σε 17 δισ. ευρώ το 2014), όταν το συνολικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) εκτιμάται ότι μειώθηκε κατά 3,5 δισ. ευρώ σε ονομαστικούς όρους και αυξήθηκε κατά 0,6% περίπου σε πραγματικούς λόγω αποπληθωρισμού. Αυτό δε που αξίζει να σημειωθεί είναι ότι από κάθε 1 ευρώ τουριστικής δραστηριότητας δημιουργείται επιπλέον 1,2 έως 1,65 ευρώ πρόσθετης οικονομικής δραστηριότητας, που σημαίνει ότι το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά 2,2 έως 2,65 ευρώ.

## **Η συμβολή**

Η παρούσα μελέτη αποσκοπεί στο να αποτυπωθεί:

A. Η συμβολή του τουρισμού στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της ελληνικής οικονομίας μέσω αναλυτικής καταγραφής και αποτύπωσης των μεγεθών για τον εισερχόμενο τουρισμό, τον εγχώριο, τις επενδύσεις και τις έμμεσες και προκαλούμενες επιδράσεις του στην οικονομία

B. Η περιφερειακή διάσταση του τουρισμού, δηλαδή η συμβολή του στη διαμόρφωση του ΑΕΠ των περιφερειών της χώρας

Γ. Η συμβολή του τουρισμού στη διατήρηση ισορροπίας στο Ισοζύγιο Πληρωμών της χώρας

Δ. Η συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση.

Σε ό,τι αφορά τον εισερχόμενο τουρισμό, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (Ελληνική Στατιστική Αρχή) και της ΤτΕ (Τράπεζα της Ελλάδος), το 2013 η Ελλάδα υποδέχτηκε 17.919.581 τουρίστες, μόνιμους κατοίκους άλλων χωρών («Μη Κάτοικοι») και εισέπραξε 11,7 δισ. ευρώ.

### **Οι αφίξεις**

Από αυτούς, 69% ήρθε αεροπορικώς -που παραδοσιακά αποτελεί τον κύριο τρόπο μετάβασης των τουριστών από το εξωτερικό στην Ελλάδα- 27% οδικώς και 5% διά θαλάσσης.

Τα τελευταία δε διαθέσιμα στοιχεία για το 2014 φέρουν αύξηση αφίξεων στον εισερχόμενο τουρισμό κατά 23% και αύξηση εσόδων κατά 13%, και σύμφωνα με τις εκτιμήσεις οι αφίξεις θα είναι περί τα 22 εκατ. και οι εισπράξεις περί τα 13,2 δισ. ευρώ.

Από την πλευρά του, ο εγχώριος τουρισμός, κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, παρουσίασε μείωση κατά περίπου 62%. Συγκεκριμένα, ενώ το 2008 η εγχώρια τουριστική δαπάνη ήταν 3.868 εκατ. ευρώ, το 2012 ήταν 1.478 εκατ. ευρώ, για το 2013 εκτιμάται σε 1.434 εκατ. ευρώ (- 3% σε σχέση με το 2012) και το 2014 η εκτίμηση είναι στα 1.578 εκατ. ευρώ (+ 10% σε σχέση με το 2013). Τέλος, οι επενδύσεις στην Ελλάδα, σύμφωνα με τις τελευταίες εκτιμήσεις, ανήλθαν το 2013 και το 2014 σε 200 εκατ. ευρώ την κάθε χρονιά.

### **Οι περιφέρειες**

Τρεις νησιωτικές περιφέρειες -η Κρήτη, το Νότιο Αιγαίο και το Ιόνιο- έχουν από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη χώρα, συνεισφέροντας άμεσα στη δημιουργία τουλάχιστον του 50% του ΑΕΠ των περιφερειών τους. Η Κρήτη με 48%, το Νότιο Αιγαίο με 60% και το Ιόνιο με 49% συμβολής τουρισμού στο ΑΕΠ, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ του 2012, δείχνουν έμπρακτα ότι το μεγαλύτερο μέρος της



οικονομίας σε αυτές τις περιφέρειες προέρχεται από τον τουρισμό. Για τη δε περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, το αντίστοιχο ποσοστό είναι μόλις 6%, βρίσκεται όμως στην τέταρτη θέση της κατάταξης, με το ΑΕΠ της να ανέρχεται σε 26.109 εκατ. ευρώ.

### **Οι θέσεις εργασίας**

Το 30% των θέσεων μισθωτής απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα, πλέον των θέσεων αυτοαπασχολούμενων σε 31.000 μικρά ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια και δεκάδες χιλιάδες επιχειρήσεις εστίασης, ήταν, μεταξύ άλλων, η συμβολή του τουρισμού για τη χρονιά που μας πέρασε. Σύμφωνα με τη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ, ο τουρισμός -σε συνδυασμό με την εστίαση- 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 τη συνεισφορά τους σε αυτά.

Επιπρόσθετα, 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. Και αν στις ταξιδιωτικές εισπράξεις συνυπολογιστούν και εκείνες 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.

### **Το ζήτημα της εποχικότητας**

Αναμφίβολα, βάσει των διαθέσιμων στοιχείων, ο τουρισμός αποτελεί βασικό κρίκο για την ελληνική οικονομία. Το σημείο όμως που παρουσιάζει αδυναμία, δεν είναι άλλο από την εποχικότητα. Σύμφωνα με τα στοιχεία της μελέτης, το 61% των εσόδων και το 56% των αφίξεων πραγματοποιούνται το τρίτο τρίμηνο (Ιούλιος - Αύγουστος - Σεπτέμβριος), το 36%

και 38%, αντίστοιχα, το δεύτερο και τέταρτο τρίμηνο και μόλις 3% και 6% των εσόδων και αφίξεων, αντίστοιχα, κατά το πρώτο τρίμηνο. Γεγονός που σημαίνει ότι η αντιμετώπιση της εποχικότητας δεν μπορεί παρά να γίνει με τη συμπλήρωση και τον εμπλουτισμό του βασικού προϊόντος «Ηλιος και Θάλασσα», που άλλωστε αποτελεί και τη μεγαλύτερη αγορά τουρισμού σε όλη την Ευρώπη.

### **ΣΕΤΕ: Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014**

Η μελέτη του [SETE Intelligence «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 – συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών»](#), αναθεωρημένη με τα τελικά στοιχεία. Σύμφωνα με τη μελέτη, ο τουρισμός το 2014:

- συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία του 9,5% του ΑΕΠ της χώρας, ενώ η άμεση και έμμεση συμβολή του εκτιμάται σε 20% έως 25%, επιβεβαιώνοντας την κοινή ρήση ότι αποτελεί τη «βαριά βιομηχανία» της χώρας,
- αποτελεί την ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας, αφού το 2014 παρουσίασε ανάπτυξη 11% ή €1,7 δισ. (από €15,3 δισ. άμεσης συνεισφοράς στο ΑΕΠ το 2013 σε €7 δισ. το 2014) όταν το συνολικό ΑΕΠ εκτιμάται ότι μειώθηκε κατά €3,4 δισ. σε ονομαστικούς όρους και αυξήθηκε κατά 0,8% 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 – τουλάχιστον 1 στις 3 θέσεις 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 τη συνεισφορά τους σε αυτά,
- κάλυψε με τις ταξιδιωτικές εισπράξεις το 76% 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,
- αν 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 τη συμπλήρωση και τον εμπλουτισμό του βασικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα», που άλλωστε αποτελεί και το μεγαλύτερο «τουριστικό προϊόν» (tourism product) σε όλη την Ευρώπη, και όχι με την καταπολέμησή του.

#### **4.1. Η συνεισφορά του τουρισμού γενικά στη χώρα και ειδικά στην οικονομία μιας χώρας**

Η συμβολή του τουρισμού για μια χώρα σαν την Ελλάδα είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς μπορεί να αποτελέσει μια κινητήριο δύναμη που μπορεί να την βοηθήσει να κάνει ένα βήμα παραπέρα όσον αφορά την δύσκολη οικονομική κατάσταση που βρίσκεται. Η τουριστική δραστηριότητα επηρεάζει την κοινωνία, τον πολιτισμό, το φυσικό περιβάλλον αλλά το πιο σημαντικό την οικονομία μιας χώρας.

Αποτελεί από τους σημαντικότερους παράγοντες και τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες μιας χώρας καθώς η σημασία του είναι σχεδόν ίση με άλλους οικονομικούς παράγοντες και τομείς της οικονομίας όπως είναι η βιομηχανία, οι τράπεζες και ο αγροτικός τομέας. Η επίδραση του ελληνικού τουρισμού στην οικονομία διακρίνεται σε άμεση, έμμεση και προκαλούμενη. Επιχειρήσεις που επηρεάζονται σημαντικά από την τουριστική δραστηριότητα αντιπροσωπεύουν την άμεση επίδραση από την τουριστική κατανάλωση.

Επίσης από την αυξημένη τουριστική δραστηριότητα επηρεάζονται οι προμηθευτές κάτω από την ανάγκη για την κάλυψη αναγκών και την επιπλέον ζήτηση προϊόντων και αποτελούν την έμμεση επίδραση.

Προκαλούμενη είναι η συνεισφορά στα αποτελέσματα όσων αφορά την απασχόληση, το ΑΕΠ, το ισοζύγιο των πληρωμών από τη ζήτηση για υπηρεσίες και αγαθά στην οικονομία ως αποτέλεσμα της μεταβολής του εισοδήματος των νοικοκυριών.

Οι επιπτώσεις του τουρισμού διακρίνονται σε θετικές και αρνητικές, οι θετικές επιπτώσεις αφορούν στη βελτίωση και σε οικονομικά μεγέθη ενώ οι αρνητικές επιπτώσεις αφορούν στην επιδείνωση κάποιων μεγεθών.

Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας στο ΑΕΠ της χώρας είναι σημαντική, 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 ΑΕΠ δεν παρουσιάζει σημαντικές μεταβολές, ενώ το 2012 αρχίζει να ανακάμπτει, με ποσοστό 16,4%, στα προ κρίσης επίπεδα.

Σε σχέση με την απασχόληση στην τουριστική οικονομία ως ποσοστό του συνολικού αριθμού των απασχολουμένων 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 απασχολουμένων στον τουριστικό κλάδο αυξάνεται σε ποσοστό 18,3% επί του συνολικού αριθμού των

απασχολουμένων, 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 ΑΕΠ της χώρας αλλά και στην απασχόληση παρουσιάζει αύξηση.

Αυτή αποκρυπτογραφείται ως ένα μήνυμα αισιοδοξίας για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα, αλλά και για σημαντική ενίσχυση στην καταπολέμηση της ανεργίας, έστω και σε εποχικό 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 κάθετη 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 εκατομμύριο 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 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 περισσότερους επισκέπτες προερχόμενους από τη Ρωσία και το Ισραήλ, αυξάνοντας παράλληλα και το συνολικά έσοδα. Οι μεταβολές των διεθνών τουριστικών εισπράξεων είναι δυσανάλογες με αυτές του αριθμού των αφίξεων, στοιχείο που φανερώνει ότι η μέση κατά κεφαλήν δαπάνη μειώνεται. Ενδεικτικά, το 2004 η μέση κατά κεφαλήν 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. Ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να ακολουθήσει τροχιά ανόδου, παρά την κρίσιμη οικονομική συγκυρία της χώρας. Μερικές προτάσεις που μπορούν να βοηθήσουν προς αυτή την κατεύθυνση είναι:

- 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. Ωστόσο, το ζητούμενο είναι να μπορέσει η χώρα να επανέλθει σε καθεστώς ομαλότητας στη βασική καθημερινότητα και να ξεκαθαρίσει το τοπίο σε σχέση με την πολιτική παράμετρο που επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό το παραγόμενο τουριστικό προϊόν.

Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί μια από τις σημαντικότερες βιομηχανίες με γρήγορους ρυθμούς αύξησης των κύκλων εργασιών του και συμβάλλει ουσιαστικά στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος, στην ανάπτυξη και αύξηση της απασχόλησης καθώς και στην ανάπτυξη της περιφέρειας. Σε χώρες με αυξημένη κίνηση από το εξωτερικό όπως είναι η χώρα μας παίζει σημαντικό ρόλο στην αύξηση και την εισροή συναλλάγματος αλλά και στη μείωση του ελλείμματος του Ισοζυγίου των Πληρωμών.

Σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης που είναι και η μεγαλύτερη διεθνώς τουριστική δύναμη ο τουρισμός συμβάλλει με 11,78% στο ΑΕΠ και η τουριστική οικονομία συμβάλλει με 12,62% στην συνολική απασχόληση. Στην χώρα μας τα ποσοστά αυτά εμφανίζουν αύξηση και είναι αρκετά πάνω από το μέσο όρο της

Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η χώρας μας βρίσκεται στην 3<sup>η</sup> θέση της κατάταξης με 15% συμμετοχή στο ΑΕΠ και στην 2<sup>η</sup> θέση με 17,38% να είναι η συμβολή της στην απασχόληση. Πίνακας 5.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 5

*Συμμετοχή της τουριστικής οικονομίας (άμεση και έμμεση) σε συνολικά οικονομικά μεγέθη, 2002 – εκτιμήσεις.*

Ε.Ε των 15 χωρών	Ο Τουρισμός ως ποσοστό του ΑΕΠ	Η τουριστική απασχόληση ως ποσοστό της συνολικής απασχόλησης
Ισπανία	18,38	20,11
Πορτογαλία	15,40	16,96
<b>ΕΛΛΑΔΑ</b>	<b>15,00</b>	<b>17,38</b>
Αυστρία	14,85	16,77
Λουξεμβούργο	12,42	14,54
Γαλλία	12,30	13,94
Φιλανδία	11,49	12,01
Ιταλία	11,36	12,20
Ηνωμένο Βασίλειο	10,87	10,22
Βέλγιο	10,25	11,03
Γερμανία	9,88	10,78
Ολλανδία	9,81	9,65
Δανία	8,74	8,81
Ιρλανδία	8,53	7,68
Σουηδία	7,52	7,22

Πηγή: WTTC (2003)Σ

Σχετικά με την συμβολή του τουρισμού στα μεγέθη και στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας ενδιαφέρον παρουσιάζουν και τα αποτελέσματα τα οποία και

είναι ενδεικτικά από το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων σύμφωνα με την οποία:

- Στην περίοδο 1980-1997 η αύξηση της απασχόλησης στην τουριστική οικονομία ήταν 87%, έναντι μόνον 9,2% της συνολικής απασχόλησης·
- η δε συνεισφορά του τουρισμού στην αύξηση του ΑΕΠ ήταν 53%.

Οι εντυπωσιακές αυτές διαφορές δεν αποτελούν έκπληξη, αν αναλογισθεί κανείς ότι:

- Η τουριστική οικονομία, δηλαδή το σύνολο της προστιθέμενης αξίας που προσδιορίζεται άμεσα και έμμεσα από την τουριστική ζήτηση, κυμαίνεται σήμερα στο 18% -20% του ΑΕΠ (σε σύγκριση με 3% που ήταν το 1960).
- Στην Ελλάδα το τουριστικό συνάλλαγμα είναι 2,5 φορές μεγαλύτερο από το συνάλλαγμα από τις βιομηχανικές εξαγωγές και 1,8 φορές μεγαλύτερο από τη συνολική αξία των εξαγωγών.
- Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας στην οικονομική ανάπτυξη των τελευταίων 20 ετών ήταν 12 περίπου φορές μεγαλύτερη από την αντίστοιχη της βιομηχανίας.
- Ο Τουρισμός έχει προκαλέσει το σύνολο σχεδόν της βελτίωσης της κατανομής του περιφερειακού εισοδήματος τα τελευταία 20-30 χρόνια.

Ενδεικτικός για τη σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία είναι και ο Πίνακας 6 που ακολουθεί.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 6

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

	<b>Ελλάδα</b>	<b>Ευρωπαϊκή Ένωση</b>
· Συμβολή στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (2003)	15%	11,78%
· Συμβολή στην απασχόληση (2003)	17,38%	12,62%



· Συμβολή στις επενδύσεις (1999)	22,3%	15,8%
· Συμβολή στην εισροή συναλλάγματος (2000) εκατ. δολ.	9.221	
· Μερίδιο στον Ευρωπαϊκό τουρισμό (1998)		
- Αφίξεις	3,0%	
- Έσοδα	1,7%	
· Μέση ετήσια μεταβολή (1989-1998)		
- Αφίξεις	3,6%	
- Έσοδα	7,9%	
· Μερίδιο στο σύνολο των δωματίων της Ε.Ε. (1998)	6,4%	
· Μερίδιο στο σύνολο των κλινών της Ε.Ε. (1998)	6,2%	
· Έσοδα ανά άφιξη (1997) σε δολ. ΗΠΑ	374	665
· Έσοδα ανά άφιξη (2000) σε δολ. ΗΠΑ	704	-

Όσον αφορά τις επιδράσεις που έχει ο τουρισμός στην απασχόληση, είναι γεγονός ότι μια αναπτυσσόμενη τουριστική βιομηχανία, δημιουργεί με άμεσο και έμμεσο τρόπο νέες θέσεις εργασίας στην οικονομία. Επίσης αν εξετάσουμε την πολύπλευρη συμβολή του τουριστικού τομέα στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας, πρέπει να επισημάνουμε στην συμβολή του στην Περιφερειακή Ανάπτυξη. (*Η Θέση του Τουρισμού και η Συμβολή του στην Ελληνική Οικονομία* (1992), Αθήνα: ΣΕΤΕ, σελ. 44.

Μεταξύ των ευεργετικών επιπτώσεων του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη, σημαντικό είναι να αναφέρουμε την συμβολή του στην απασχόληση. Ο τουρισμός συμβάλλει στην συγκράτηση του πληθυσμού στην περιφέρεια δημιουργώντας έτσι νέες θέσεις εργασίας τόσο στις τουριστικές μονάδες, όσο και στις λοιπές παραγωγικές και εμπορικές εργασίες που δραστηριοποιούνται με τον τουριστικό τομέα. Η δημογραφική εξέλιξη των περιφερειών του ελλαδικού χώρου αποδεικνύει έμπρακτα ότι στις ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές, όχι μόνο συγκρατείται ο πληθυσμός τους αλλά δέχονται και ένα ολοένα αυξανόμενο αριθμό εποχιακών εργατών από την υπόλοιπη χώρα.

Ιδιαίτερη αξία έχει και η αναφορά στις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού και η συμβολή τους στη αύξηση των εισοδημάτων. Αν χαρακτηρίσουμε σαν αρχική τουριστική δαπάνη το σύνολο των δαπανών που πραγματοποιεί ο τουρίστας για την αγορά τουριστικών υπηρεσιών στον τόπο των διακοπών του, έχει παρατηρηθεί ότι τα χρήματα της δαπάνης αυτής περνούν στη συνέχεια από πολλά χέρια δημιουργώντας ταυτόχρονα εισόδημα.

Ως αποτέλεσμα ο αγρότης βρίσκει μια διευρυμένη αγορά για τα προϊόντα του που μπορεί να εφοδιάζει ξενοδοχεία και εστιατόρια, ο βιοτέχνης βρίσκει μια ποσοτικά διευρυμένη αγορά για την διοχέτευση των προϊόντων του, ακόμη έδαφος βρίσκει και η οικοτεχνία που στηρίζει συμπληρωματικά το εισόδημα αρκετών αγροτικών οικογενειών. Επίσης, αναπτύσσεται ένα τοπικό δίκτυο μεταφορών για τη διακίνηση τουριστών και αγαθών τουριστικής κατανάλωσης, ενώ και η οικοδομική δραστηριότητα έχει άμεσες και θετικές επιπτώσεις σε μια σειρά από επαγγέλματα.

Εν κατακλείδι, το αυξημένο διαθέσιμο εισόδημα όλων των κοινωνικών τάξεων που προαναφέρθηκαν διευρύνει την κατανάλωση δημιουργώντας νέες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις, ενώ παράλληλα η τουριστική ανάπτυξη γίνεται αιτία αυξημένης ροής μεταβιβαστικών πληρωμών από την πλευρά του κράτους προς την εκάστοτε περιοχή.

#### **4.2 Στατιστικά στοιχεία του τουρισμού στη Ελλάδα τα έτη 2000-2009 (προ κρίσης)**

Την πενταετία 2000-2005 οι παγκόσμιες τουριστικές εισπράξεις απέδωσαν στο μέγιστο. Στον Πίνακα 7 βλέπουμε τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις της Ελλάδος για τα έτη 2000-2006. Σημαντικές χρονιές για την χώρα μας ήταν το 2000 που καταγράφηκε μια αύξηση του 21,1% σε σχέση με το 1999, το 2002 που σημειώθηκε μια πτώσης της τάξεως του -2,5% σε σχέση με το 2001, το 2003 που συνεχίστηκε η μείωση κατά -7,7% σε σύγκριση με το 2002, το 2004 που η Ελλάδα καταφέρνει να κάνει μια άνοδο, βγαίνοντας έτσι στην επιφάνεια με μια αύξηση της τάξεως του 9% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο και το 2006 όπου το πρώτο επτάμηνο είχε ξεπεράσει σε αξία ένα ολόκληρο έτος.

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 7**

**Διεθνείς τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις της Ελλάδας, 2000-2006**

Έτος	Αφίξεις ( '000)	% ετήσιας μεταβολής	Εισπράξεις (δισ)	% ετήσιας μεταβολής
2000	13.096	7,7	9.981	21,1
2001	14.057	7,3	10.548	5,7
2002	14.180	0,9	10.285	-2,5
2003	13.969	-1,5	9.495	-7,7
2004	13.313	-4,7	10.348	9,0
2005	14.276	7,2	11.037	6,7
2006	15.400	7,9	11.600	5,3

Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία, Τράπεζα της Ελλάδος, Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ (Πίνακας 8) που αφορά στα μερίδια των πέντε κυριότερων Ευρωπαϊκών αγορών για τον Ελληνικό τουρισμό κατά την περίοδο 2000-2006 οι περισσότερες αφίξεις προήλθαν από το Ηνωμένο Βασίλειο, την Γερμανία, την Ιταλία, την Γαλλία και την Ολλανδία. Με βάση τα στοιχεία του που αφορούν την διαμονή σε ξενοδοχεία και κάμπινγκ κατά τα έτη 2004-2008, διαπιστώνουμε πως οι διανυκτερεύσεις των τουριστών παρουσιάζουν μια συνολική αύξηση με μεγαλύτερο ποσοστό 17,62% το έτος 2007 σε σύγκριση με το 2006. Επίσης παρουσιάζουν μια αύξηση οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών τουριστών εκτός από το 2008 που υπήρξε μια μείωση της τάξεως 0,22%.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8****Μερίδια των 5 κυριότερων αγορών για τον ελληνικό τουρισμό**

Έτος	Μ. Βρετανία		Γερμανία		Γαλλία		Ολλανδία		Ιταλία	
	Αφίξεις	Ιερίδιο	Αφίξεις	Ιερίδιο	Αφίξεις	Ιερίδιο	Αφίξεις	Ιερίδιο	Αφίξεις	Ιερίδιο
2000	2.772.256	22,40%	2.395.185	3,35%	602.353	,87%	655.285	,29%	823.245	,65%
2001	2.932.342	2,52%	2.345.440	3,02%	726.816	,58%	715.926	,50%	889.925	,84%
2002	2.850.360	2,12%	2.510.049	3,43%	735.560	,69%	721.413	,58%	905.008	,23%
2003	3.008.382	3,41%	2.267.063	7,64%	714.821	,56%	635.582	,95%	865.730	,74%
2004	2.869.737	3,66%	2.189.222	3,06%	621.407	,13%	611.990	,05%	898.208	,41%
2005	2.718.721	3,46%	2.241.942	5,87%	676.658	,09%	666.287	,01%	1.128.506	,49%
2006	2.615.836	3,11%	2.267.961	5,70%	712.131	,93%	782.154	,41%	1.187.598	,22%

Στον Πίνακα 9 αναγράφεται η προστιθέμενη αξία της «τουριστικής οικονομίας» ως ποσοστό του ΑΕΠ και η απασχόληση στην τουριστική οικονομία ως ποσοστό της συνολικής απασχόλησης σύμφωνα με τα στοιχεία σύγκρισης του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού. Η Τουριστική οικονομία στην Ελλάδα το 2008, συμβάλλει σημαντικά στην δημιουργία του 16,3% της συνολικής προστιθέμενης αξίας στην οικονομία και στην δημιουργία του 19,8% της συνολικής

απασχόλησης. Με αυτά τα δεδομένα και τις μετρήσεις η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία είναι σχεδόν ισοδύναμη με της Ισπανίας, ενώ είναι μεγαλύτερη από άλλες χώρες της Ζώνης του Ευρώ. Η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας διαπιστώνεται το 2001, ενώ η επιβράδυνσή της διαπιστώνεται το 2008 σε σχέση με το 2007 λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 9

*Τουριστική οικονομία: Συμβολή στο ΑΕΠ και την απασχόληση στις χώρες της ζώνης του Ευρώ*

	Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία ως % της συνολικής				Απασχόληση ως % της συνολικής			
	2001	2007	2008	2009	2001	2007	2008	2009
Κύπρος	...	21,2	19,7	18,3	21,4	26,8	24,7	22,9
Μάλτα	...	23,3	23,0	22,6	25,4	28,2	27,6	27,1
Ισπανία	18,4	16,7	16,8	16,3	20,1	17,6	17,3	17,0
<b>Ελλάδα</b>	<b>15,0</b>	<b>17,2</b>	<b>16,3</b>	<b>16,2</b>	<b>17,4</b>	<b>20,8</b>	<b>19,8</b>	<b>19,6</b>
Πορτογαλία	15,4	15,2	15,5	15,6	17,0	19,0	18,8	18,9
Σλοβακία	10,8	13,9	13,5	14,1	10,5	12,1	11,8	12,3
Αυστρία	14,9	13,6	13,8	13,7	16,8	16,3	16,0	15,8
Σλοβενία	11,8	12,6	12,5	12,3	8,8	14,1	13,9	13,6
Γαλλία	12,3	10,6	10,5	10,2	13,9	12,6	12,6	12,4
Ιταλία	11,4	10,1	9,8	9,6	12,2	11,3	11,0	10,6
Λουξεμβούργο	12,4	7,8	8,5	8,8	14,5	12,0	12,7	12,7
Βέλγιο	10,3	8,6	8,9	8,7	11,0	9,0	9,2	8,9
Γερμανία	9,9	8,2	8,0	7,9	10,8	8,6	8,3	8,1
Σουηδία	7,5	7,4	7,5	7,4	7,2	7,3	7,3	7,3
Ολλανδία	9,8	7,9	7,5	7,1	9,7	7,5	7,1	6,8
Ιρλανδία	8,5	7,0	6,9	6,5	7,7	6,5	6,3	5,8

Σημ.: Τα στοιχεία για το 2008 και 2009 είναι εκτιμήσεις και προβλέψεις του Παγκοσμίου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού.

*Πηγή: Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC)*

Όσον αφορά την μέση ετήσια αύξηση της προστιθέμενης αξίας στον κλάδο των Ξενοδοχείων-Εστιατορίων στην Ελλάδα υπήρξε μια αύξηση την περίοδο 2000-2007 με μέσο ετήσιο ρυθμό 8,0% λίγο υψηλότερο από τον αριθμό αυξήσεως του ονομαστικού ΑΕΠ και υψηλότερο από τον αριθμό αυξήσεως των εισπράξεων από τον εξωτερικό τουρισμό. Με βάση αυτά μπορούμε να δούμε πως ο κλάδος αυτός αποτελούσε το 2007, το 7,7% της συνολικής προστιθέμενης αξίας στη χώρα έναντι του 7,5% που αποτελούσε το 2000. Τα συνολικά έσοδα της χώρας από τον εξωτερικό τουρισμό το έτος 2008 έφτασαν 11,4 δις δηλ στο 4,8% του ΑΕΠ. Οι εισπράξεις αυτές σημείωσαν μέση ετήσια αύξηση 4,2% κατά την περίοδο 2003-2008 και είχαν

και εισαγωγικό κόστος αφού κάποιο ποσοστό από τα προϊόντα που αγόρασαν οι ξένοι τουρίστες στην Ελλάδα ήταν εισαγόμενα. Στον Πίνακα 10 βλέπουμε την συμβολή των εισπράξεων από τον εξωτερικό τουρισμό στο ΑΕΠ στην Ελλάδα οι οποίες εισπράξεις είναι υψηλότερες μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ και συγκρίνεται με εισπράξεις ίσες με το 15,8% του ΑΕΠ στην Κροατία, 11,0% του ΑΕΠ στην Κύπρο, 7,4 του ΑΕΠ στη Βουλγαρία, 5,6% του ΑΕΠ στη Σλοβενία, 5,3% του ΑΕΠ στην Αυστρία, 3,9% του ΑΕΠ στην Ουγγαρία, και 3,8 του ΑΕΠ στην Ισπανία.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10**

*Εισπράξεις και πληρωμές τουριστικού ισοζυγίου (εκατ. Ευρώ)*

	Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία ως % της συνολικής				Απασχόληση ως % της συνολικής			
	2001	2007	2008	2009	2001	2007	2008	2009
Κύπρος	...	21,2	19,7	18,3	21,4	26,8	24,7	22,9
Μάλτα	...	23,3	23,0	22,6	25,4	28,2	27,6	27,1
Ισπανία	18,4	16,7	16,8	16,3	20,1	17,6	17,3	17,0
<b>Ελλάδα</b>	<b>15,0</b>	<b>17,2</b>	<b>16,3</b>	<b>16,2</b>	<b>17,4</b>	<b>20,8</b>	<b>19,8</b>	<b>19,6</b>
Πορτογαλία	15,4	15,2	15,5	15,6	17,0	19,0	18,8	18,9
Σλοβακία	10,8	13,9	13,5	14,1	10,5	12,1	11,8	12,3
Αυστρία	14,9	13,6	13,8	13,7	16,8	16,3	16,0	15,8
Σλοβενία	11,8	12,6	12,5	12,3	8,8	14,1	13,9	13,6
Γαλλία	12,3	10,6	10,5	10,2	13,9	12,6	12,6	12,4
Ιταλία	11,4	10,1	9,8	9,6	12,2	11,3	11,0	10,6
Λουξεμβούργο	12,4	7,8	8,5	8,8	14,5	12,0	12,7	12,7
Βέλγιο	10,3	8,6	8,9	8,7	11,0	9,0	9,2	8,9
Γερμανία	9,9	8,2	8,0	7,9	10,8	8,6	8,3	8,1
Σουηδία	7,5	7,4	7,5	7,4	7,2	7,3	7,3	7,3
Ολλανδία	9,8	7,9	7,5	7,1	9,7	7,5	7,1	6,8
Ιρλανδία	8,5	7,0	6,9	6,5	7,7	6,5	6,3	5,8

Σημ.: Τα στοιχεία για το 2008 και 2009 είναι εκτιμήσεις και προβλέψεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού.

*Πηγή: Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC)*

Σε γενικότερη βάση η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει πιο πολύ τον επαγγελματικό και λιγότερο τον τουρισμό αναψυχής έχει ωθήσει σε μεγαλύτερη μείωση τη διάρκεια διαμονής και την τουριστική δαπάνη από τις αφίξεις ενώ έχει επιδράσει ιδιαίτερα στις δευτερεύουσες διακοπές από τις κύριες. Όσο για τις τουριστικές εισπράξεις αυτές αυξάνονται από το 2001 και μετά τόσο για την Ελλάδα όσο σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, με κοινή πορεία μάλιστα και για τις τρεις γεωγραφικές περιοχές. Η πορεία των τουριστικών αφίξεων όμως δεν είναι κοινή: η

ποσοστιαία μεταβολή στην ευρωπαϊκή και παγκόσμια τουριστική κίνηση σε επίπεδο αφίξεων είναι όλα τα χρόνια θετική, ενώ η τουριστική ελληνική κίνηση για ένα διάστημα από το 2000-2004 κινήθηκε με αρνητικούς ρυθμούς.

Το 2005 παρατηρήθηκε μεγάλη αύξηση λόγω της άριστης οργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων και αυτό λειτούργησε ως την καλύτερη διαφήμιση για την χώρα μας. Αυτό υποστηρίζεται και από την πορεία των διανυκτερεύσεων που από το 2004 και μετά αυξήθηκε με εξαίρεση το 2008 που σημειώθηκε έντονη καμπή λόγω της οικονομικής κρίσης. Η παγκόσμια οικονομική κρίση είχε σημαντικές επιπτώσεις και σε περιφερειακό επίπεδο. Στην Κρήτη ειδικότερα που είναι μια περιοχή που στηρίζεται στις αφίξεις των Γερμανών και των Άγγλων σημειώθηκε μια μείωση των αεροπορικών αφίξεων της τάξεως 10,3% (Ιαν- Οκτ) ενώ η μείωση των εσόδων σε περιοχές του νησιού άγγιξε και το 20%. Στα Ιόνια νησιά οι αεροπορικές αφίξεις την περίοδο Ιαν – Οκτ μειώθηκαν κατά 8,9% και στην Χαλκιδική ήταν η πρώτη χρονιά που ο τουρισμός κινήθηκε σε αρνητική πορεία. Στην Αθήνα οι αεροπορικές αφίξεις μειώθηκαν κατά 7,1% ένα ποσοστό που δεν αντικατοπτρίζει ωστόσο την πραγματική μείωση στους τουρίστες της Αθήνας αφού ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών αποτελεί διαμετακομιστικό κέντρο και εξυπηρετεί τουρίστες που προωθούνται σε άλλες περιοχές της χώρας. Η μέχρι και σήμερα πολιτική των επενδυτικών κινήτρων που ασκείται δεν κατάφερε να επιλύσει το πρόβλημα. Το διάστημα του Μαΐου 2005 έως και τον Ιούλιο 2008 ευνοήθηκαν ήδη ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές ενώ οι επενδύσεις που πραγματοποιήθηκαν αφορούσαν κυρίως τον εξοπλισμό ξενοδοχειακών μονάδων, τον εκσυγχρονισμό τους και την ίδρυση ή επέκταση αυτών.

Ο υπολογισμός της πλεονάζουσας ποσότητας καταλυματικού δυναμικού αποκαλύπτει πως το διαθέσιμο καταλυματικό δυναμικό υπερβαίνει το 184,7% της τρέχουσας ζήτησης, χωρίς συνυπολογισμό της ποσότητας κλινών των δωματίων που νοικιάζονται. Αυτό δείχνει πως η εφικτή παραγωγική δυναμικότητα του αποθέματος ξενοδοχειακών κλινών ανέρχεται σε διανυκτερεύσεις της τάξεως των 182.435.760. Ο αριθμός αυτός είναι ικανός να καλύψει αυξανόμενη ζήτηση δεκαεσάρων ετών με μέσο ετήσιο αριθμό αυξήσεως της τάξεως του 8% .(Στοιχεία Ξ.Ε.Ε.)

Στους πίνακες 11,12,13, και 14 βλέπουμε βασικά μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού για τα έτη 2009,2010,2011 και 2012.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 11

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2009	
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	15,9% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	17,7% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Συνολική Απασχόληση	798.600 [WTTC]
Έσοδα	10,4 δισ. € [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	14,9 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	697 €
Μερίδιο Αγοράς	1,7% Παγκόσμια, 3,2% Ευρώπη
Εποχικότητα	52% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	52% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 3 περιοχές της Ελλάδας [ΕΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.554 ξενοδοχεία / 726.546 κλίνες [ΕΕΕ]
Τop 5 αγορές	Γερμανία (2.364.486), Ην. Βασίλειο (2.112.149), Γαλλία (962.435), Ιταλία (935.011), Ολλανδία (651.440) [ΕΣΥΕ]
Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (3.140.851), Ηράκλειο (1.946.544), Ρόδος (1.321.806), Θεσσαλονίκη (862.054), Κέρκυρα (733.137) [ΕΣΥΕ]

*Πηγή:* Σ.Ε.Τ.Ε.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 12

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2010	
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	16% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	17,8% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Συνολική Απασχόληση	786.000 [WTTC]
Έσοδα	9,6 δισ. € [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	15 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	640 €
Μερίδιο Αγοράς	1,6% Παγκόσμια, 3,1% Ευρώπη
Εποχικότητα	55% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΕΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.732 ξενοδοχεία / 763.407 κλίνες [ΕΕΕ]
Τop 5 αγορές	Γερμανία (2.038.870), Ην. Βασίλειο (1.802.201), ΠΓΔΜ (1.104.576), Γαλλία (868.347), Ιταλία (843.613) [ΕΛ.ΣΤΑΤ. & ΤτΕ]
Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (3.092.195), Ηράκλειο (1.914.820), Ρόδος (1.418.991), Θεσσαλονίκη (758.772), Κέρκυρα (722.699) [ΕΛ.ΣΤΑΤ.]

*Πηγή:* Σ.Ε.Τ.Ε.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 13

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2011	
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	15,8% [WTTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	17,6% της συνολικής απασχόλησης [WTTTC]
Συνολική Απασχόληση	720.800 [WTTTC]
Έσοδα	10,5 δισ. € [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	16,4 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	639 €
Μερίδιο Αγοράς	1,7% Παγκόσμια, 3,2% Ευρώπη
Εποχικότητα	54% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	86% των ξενοδοχειακών κληνών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.648 ξενοδοχεία / 763.668 κλίνες [ΞΕΕ]
Top 5 αγορές	Γερμανία (2.240.481), Ην. Βασίλειο (1.758.093), ΠΓΔΜ (1.356.000), Γαλλία (1.149.388), Ιταλία (843.813) [ΤτΕ]
Top 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (3.123.631), Ηράκλειο (2.137.230), Ρόδος (1.717.477), Θεσσαλονίκη (889.829), Κως (843.171) [ΕΛ.ΣΤΑΤ.]

**Πηγή:** Σ.Ε.Τ.Ε.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 14

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2012	
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	16,4% [WTTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	18,3% της συνολικής απασχόλησης [WTTTC]
Συνολική Απασχόληση	688.800 [WTTTC]
Έσοδα	10,0 δισ. € [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	15,5 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	648 €
Μερίδιο Αγοράς	1,5% Παγκόσμια, 2,9% Ευρώπη
Εποχικότητα	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	86% των ξενοδοχειακών κληνών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.670 ξενοδοχεία / 771.271 κλίνες [ΞΕΕ]
Top 5 αγορές	Γερμανία (2.108.787), Ην. Βασίλειο (1.920.794), ΠΓΔΜ (1.300.000), Γαλλία (977.376), Ρωσία (874.787) [ΤτΕ]
Top 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (2.651.062), Ηράκλειο (2.067.475), Ρόδος (1.593.298), Θεσσαλονίκη (901.573), Κέρκυρα (824.000) [ΕΛ.ΣΤΑΤ.]

**Πηγή:** Σ.Ε.Τ.Ε.



Η συμβολή της οικονομίας στο ΑΕΠ της Ελλάδας το 2009 έφτανε στο 15,9%. Σε σύγκριση ο ελληνικός τουρισμός σε παγκόσμιο επίπεδο έχει καταγράψει σημαντικές επιδόσεις και σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ η χώρα μας το 2009 ήταν σε σειρά 16<sup>η</sup> σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και σε σειρά 15<sup>η</sup> σε επίπεδο εσόδων. Επίσης η Ελλάδα το 2009 κατέβαλε την 24<sup>η</sup> θέση μεταξύ 133 χωρών στον Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ κατέβαλε την 17<sup>η</sup> θέση στον Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας..

Το έτος 2010 το ΑΕΠ της Ελλάδας έφτασε στο 16% και συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο ο ελληνικός τουρισμός είχε ικανοποιητικές επιδόσεις. Το 2010 ήταν 17<sup>η</sup> σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 21<sup>η</sup> σε επίπεδο εσόδων. Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ κατέλαβε την 29<sup>η</sup> θέση το 2011 ανάμεσα σε 139 χώρες στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας ενώ την 83<sup>η</sup> στον Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας.

Το 2011 η συμβολή της οικονομίας στο ΑΕΠ της Ελλάδας έφτασε στο 16,4%. Το 2012 κατέλαβε την 17<sup>η</sup> θέση σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και την 23<sup>η</sup> σε επίπεδο εσόδων, ενώ το 2013 ήταν 32<sup>η</sup> ανάμεσα σε 140 χώρες στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας μόλις την 96<sup>η</sup> θέση.

Η θέση αυτή δεν είναι και τόσο καλή αν σκεφτεί κανείς αφενός την μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά που έχει η Ελλάδα και αφετέρου τους φυσικούς πόρους, όπως, ο ήλιος, η θάλασσα καθότι η χώρα μας διαθέτει πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, πολύ καλές τουριστικές υποδομές, το κράτος προσπαθεί όσο μπορεί να πει κανείς να δίνει περισσότερο βάση στον τομέα και στην ανάπτυξη του τουρισμού χωρίς όμως να έχει και τους απαραίτητους πόρους.

Για την μη σωστή επιχειρηματικότητα στη χώρα μας υπάρχουν πολλοί ανασταλτικοί παράγοντες που το κάνουν δύσκολο. Το αυστηρό ρυθμιστικό περιβάλλον, τα εμπόδια στην ανάληψη ξένων επενδύσεων και οι περιορισμοί στην απόκτηση ιδιοκτησίας από ξένους είναι κάποιοι από τους ανασταλτικούς παράγοντες για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα στον τομέα του τουρισμού.

Η χώρας στον τομέα της διαφάνειας κατατάσσεται στις τελευταίες θέσεις στην Ε.Ε. και είναι ανάγκη έτσι, να γίνει επανεξέταση στον τρόπο εφαρμογής του νομοθετικού πλαισίου που διέπει τη σχέση περιβάλλον και τουρισμός ώστε να υπάρχουν λιγότερα και μικρότερα εμπόδια για τη λειτουργία των επιχειρήσεων χωρίς όμως να γίνεται εις βάρος του περιβάλλοντος.

Οι τιμές και το κόστος αποτελούν σημαντικοί παράγοντες για την ανταγωνιστικότητα ενός κλάδου και γενικότερα της οικονομίας. Η τιμή από μόνη της δεν αποτελεί σημαντικό ανταγωνιστικό αποτέλεσμα αλλά σημασία μεγάλη έχει η σχέση τιμής – ποιότητας. Συμπεραίνουμε έτσι πως η ελληνική οικονομία και γενικότερα ο τουρισμός πρέπει να προσαρμοστεί στην γενικά αποδεκτή επιλογή της υποκατάστασης του ανταγωνισμού κόστους από τον ανταγωνισμό στην ποιότητα χωρίς να αγνοούνται οι παράγοντες που προσδιορίζουν το κόστος.

### 4.3 Παράγοντες για την εξέλιξη του τουρισμού

Βασικοί καθοριστικοί παράγοντες για την εξέλιξη του τουρισμού είναι πολλοί.

Χαρακτηριστικά αναφέρουμε:

- **Οικονομικές συνθήκες:** Η μελλοντική ζήτηση για τουρισμό και αναψυχή θα εξαρτηθεί από ένα μεγάλο αριθμό παραγόντων και κυρίως από τις εθνικές και περιφερειακές οικονομικές τάσεις (μεγαλύτερο εισόδημα σημαίνει περισσότερο τουρισμό και αντίθετα). Ο επαγγελματικός τουρισμός επηρεάζεται λιγότερο από τις οικονομικές συνθήκες.
- **Αυξημένος χρόνος διακοπών:** Ευέλικτα εργασιακά πρότυπα, μικρότερες εργασιακές εβδομάδες, και κατανομή της ετήσιας άδειας μέσα στο έτος, αναμένεται να οδηγήσουν σε αυξημένη ζήτηση σύντομων διακοπών σε θεματικά πάρκα, εθνικά πάρκα και πόλεις.
- **Δημογραφικοί παράγοντες:** Η αύξηση του πληθυσμού στην Ευρώπη, θα έχει αμελητέα επίπτωση στον τουρισμό. όμως αλλαγές στη δομή της ηλικιακής πυραμίδας πχ αύξηση του αριθμού των συνταξιούχων , θα επιφέρει αύξηση στη ζήτηση συγκεκριμένων τύπων τουρισμού και αναψυχής.

- **Κοινωνικοί – πολιτιστικοί παράγοντες:** Η τάση για γάμο σε μεγαλύτερη ηλικία και οι περισσότερες εργαζόμενες γυναίκες έχουν ως αποτέλεσμα πολλά νεαρά ζευγάρια να έχουν υψηλό διαθέσιμο εισόδημα. Επιπλέον το αυξανόμενο ενδιαφέρον για διαφορετικές κουλτούρες οδηγεί σε μετατόπιση από τον τουρισμό “πακέτων” σε πιο ευαίσθητους τύπους τουρισμού και αναψυχής
- **Αυξημένη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση:** Σε μια έρευνα που έγινε στη Γερμανία το 1988, το 47% των ερωτηθέντων ανέφεραν ότι είχαν παρατηρήσει σοβαρά περιβαλλοντικά προβλήματα στους τόπους που έκαναν διακοπές, συγκρινόμενο με 22% σε αντίστοιχη δημοσκόπηση του 1985. Μια νέα δημοσκόπηση το 1992 έδειξε ότι η ποιότητα του περιβάλλοντος στις χώρες προορισμού φαινόταν να έχει επιδεινωθεί. Για την Ισπανία το 70% των ερωτηθέντων πίστευε ότι ο τουρισμός είχε βλάψει το φυσικό περιβάλλον της χώρας. Ως αποτέλεσμα αυτής της νέας ευαισθητοποίησης, ο οικοτουρισμός γίνεται ολοένα και περισσότερο σημαντικός αν και αυτό εξαρτάται από την υπό εξέταση χώρα και τις επικρατούσες οικονομικές συνθήκες.
- **Μείωση κόστους ταξιδιών:** Η μείωση του κόστους των ταξιδιών και η αυξημένη πρόσβαση σε ιδιωτικά μέσα μεταφοράς, ιδιαίτερα στην Κεντρική, Ανατολική και Νότια Ευρώπη, θα οδηγήσουν σε περισσότερα ταξίδια από τους Ευρωπαίους, με μεγάλους αριθμούς Κεντρικό - Ανατολικό -Ευρωπαίων ήδη να επισκέπτονται τη Μεσόγειο, και Δυτικο-Ευρωπαίους να επισκέπτονται τη Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη. Επιπλέον, αλλαγές στο ρυθμιστικό καθεστώς στην ΕΕ όπως η απορύθμιση της αεροπορικής κυκλοφορίας και των λεωφορείων αναμένεται να κάνουν τα σύντομα ταξίδια πιο προσιτά.

#### **4.4 Πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης συνδεδεμένα με τον τουρισμό ειδικού ενδιαφέροντος και τη διαχείριση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού**

Στην ανάλυση που ακολουθεί δίνεται έμφαση στα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης που είναι συνδεδεμένα με τον τουρισμό ειδικού ενδιαφέροντος αλλά και τη διαχείριση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

#### ***4.4.1 Πρότυπο ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο***

Ανάλογα με το ύφος του τουρισμού οι υποδομές του έχουν λειτουργία ως τμήμα της ευρύτερης περιοχής της πόλης και η ανάπτυξή του εντάσσεται στα δεδομένα της τοπικής παραγωγικής δομής της εκάστοτε περιοχής. Οι τουριστικές δραστηριότητες έχουν συμπληρωματική σχέση με τα κοινωνικά και παραγωγικά δεδομένα της περιοχής και σε περίπτωση που η ισορροπία αυτή διαταραχθεί τότε επιστρέφουμε σε ένα μοντέλο οργανωμένου τουρισμού διακοπών.

#### ***4.4.2 Πρότυπο βιώσιμου τουρισμού με χρήση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.***

Το συγκεκριμένο πρότυπο συνδέεται με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης και η ενσωμάτωσή του στον παραγωγικό, οικονομικό και κοινωνικό ιστό ενός προορισμού εξαρτάται σε μέγιστο βαθμό από την ένταση και το χαρακτήρα του υπάρχοντος υιοθετημένου τουριστικού προτύπου και από το στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης που βρίσκεται η εκάστοτε περιοχή.

Η αξιοποίηση του τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης στο τουριστικό κομμάτι έχει ως στόχο τα εξής:

A. Την προσφορά μεγαλύτερου αριθμού εξειδικευμένων υπηρεσιών που θα καλύπτουν τη ζήτηση των ειδικών ομάδων τουριστών και

B. Τη συγκρότηση ενός προτύπου ανάπτυξης που είναι ενταγμένο με ισορροπία στην ήδη υπάρχουσα δομή και θα βελτιώνει την υπάρχουσα κατάσταση επενδύοντας έτσι σε μια νέα παραγωγική δομή.

#### ***4.4.3 Πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες***

Το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες είναι συνδεδεμένο με περιοχές με οργανωμένο τουρισμό διακοπών και παραθέρισης διότι περιλαμβάνει μια

ολοκληρωμένη ανάπτυξη σε υποδομές και υπηρεσίες και συγκροτούν έναν θύλακα με χαρακτηριστικά και λειτουργίες ιδιαίτερες.

Με τον τουρισμό ειδικού ενδιαφέροντος συνδέεται μόνο όταν περιλαμβάνει περιοχές με θεματικά πάρκα τα οποία συνδυάζονται με διάφορες τουριστικές δραστηριότητες. Χαρακτηρίζεται από πλήρη αυτονομία και μπορεί αν αποτελέσει πόλο έλξης για την ευρύτερη περιοχή.

#### ***4.4.4 Πρότυπο εναλλακτικού τουρισμού***

Το πρότυπο αυτό τουρισμού συνδέεται σε πρώτη φάση με την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου το οποίο σχετίζεται με την φύση, τις δραστηριότητες που αφορούν την ύπαιθρο και τους πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς πόρους του προορισμού. Η ανάπτυξη του είτε αφορά μια εναλλακτική μορφή τουρισμού είτε συνδυασμό περισσότερων και αυτό εξαρτάται από την ποικιλία και την αφθονία των τουριστικών πόρων που σχετίζονται με τον προορισμό.

#### ***4.4.5 Βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης τα οποία αφορούν περιοχές με ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού***

Οι βασικοί άξονες που διέπουν τη φιλοσοφία του σχεδιασμού με βάση τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη συνοψίζονται ως εξής: (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001)

- Η προώθηση πολιτικών για τον έλεγχο της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης με έμφαση στην διατήρηση και την προστασία του περιβάλλοντος, της ιστορίας, του πολιτισμού αλλά και της τοπικής παράδοσης.
- Η λειτουργική σύνδεση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού μεταξύ τους ώστε να αποτελέσουν ένα ολοκληρωμένο και δυναμικό τουριστικό προϊόν με χαρακτηριστικά βιωσιμότητας.
- Η συστηματική προβολή μέσω προγραμμάτων marketing των τουριστικών περιοχών και των χαρακτηριστικών τους, ως τουριστικών προορισμών με ειδικούς εναλλακτικούς πόρους που στηρίζονται όμως σε ανάλογες υποδομές, υπηρεσίες και λειτουργίες.

- Η πολιτική μιας συμμετοχικής διαχείρισης όπου οι εμπλεκόμενοι (κάτοικοι, επιχειρηματίες, τουρίστες), θα προβάλλουν και θα προωθούν τις αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>

### Επίλογος

#### 5.1 Συμπεράσματα

Ο τουρισμός έχει υποστεί ένα σοβαρό πλήγμα. Όλος ο τουριστικός κλάδος προσπαθεί τα τελευταία χρόνια να αντιμετωπίσει τα προβλήματα που δημιούργησε η οικονομική κρίση. Από αυτά που δημιουργήθηκαν το κυριότερο ήταν η μειωμένη ρευστότητα λόγω αδυναμίας πληρωμών πληρωμών των τουριστικών πρακτορείων αλλά και η μειωμένη δανειοδότηση από τις τράπεζες. Πολλά είναι τα προβλήματα που έφερε η οικονομική κρίση στον τουριστικό κλάδο και σίγουρα πρέπει να ληφθούν περισσότερο αποδοτικότερα μέτρα για την αντιμετώπισή τους.

Με όλη αυτή την κατάσταση που βιώνει σήμερα ο κλάδος είναι καλό να γίνει μια ανασυγκρότηση, αναδιάρθρωση και νέος σχεδιασμός σε όλο το σύστημα που ασχολείται με το κομμάτι που λέγεται τουρισμός. Το κράτος κατανοεί πλέον πως ο τουρισμός είναι η μεγαλύτερη δύναμη στην οικονομία της χώρας και αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για την έξοδο από την δύσκολη κατάσταση που βιώνουμε όλου και κυρίως ο κλάδος.

Είναι πολλές οι απόψεις στο ζήτημα του τουρισμού και της οικονομίας και ποικίλουν μεταξύ τους. Καλό είναι να γίνει μια συλλογική προσπάθεια για την επίλυση στα

προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος να συγκροτηθούν οι απόψεις ώστε να βγει ένα σωστό αποτέλεσμα.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

1. Βαρβαρέσος Στ., «Οικονομική του Τουρισμού- Εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις από τον 19<sup>ο</sup> έως τον 21<sup>ο</sup> αιώνα», εκδ. Προπομπός, Αθήνα, 2008
2. Ηγουμενάκης Ν., «Τουριστική Οικονομία», εκδ. *Interbooks*, Αθήνα, 1997
3. Τσάρτας Π., «Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», εκδ. *Εξάντας*, Αθήνα, 1996
4. Μ. Σφακιανάκης, «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδ. “Έλλην” – Γ.Παρίκος & ΣΙΑ Ε.Ε., 2000
5. Τουριστική Οικονομία, Νίκος Γ. Ηγουμενάκης εκδοτ. Οίκος “interbooks” Αθήνα 2007
6. Garttner W., «Τουριστική ανάπτυξη: αρχές, διαδικασίες και πολιτικές», μτφρ. Αντ. Αποστολοπούλου, εκδ. *Έλλην*, Αθήνα, 2001
7. Τουρισμός Οικονομικές προσεγγίσεις, Στέλιος Βαρβαρέσος, εκδ. Προπομπός, Αθήνα 2000
8. Leonard J. Lickorish – Carson L. Jenkins Μια εισαγωγή στον Τουρισμό εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2004

## **ΔΙΑΚΥΚΤΙΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ**

1. Blog, visitgreece.gr, Άρθρο «Αγροτουρισμός στην Ελλάδα»
2. <https://wikimarkt.wikispaces.com/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C+%CE%9C%CE%A%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%B3%CE%BA>
3. <http://el.wikipedia.org/τουρισμός>, προσπελάστηκε: 17/3/2015
4. [http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/DocLib2/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82%20%CE%91%CF%84%CF%8C%CE%BC%CF%89%CE%BD%20%CE%A4%CF%81%CE%AF%CF%84%CE%B7%CF%82%20%CE%97%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AF%CE%B1%CF%82/17\\_%CE%A0%CE%A1%CE%9F%CE%9B%CE%9F%CE%93%CE%9F%CE%A3.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/DocLib2/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82%20%CE%91%CF%84%CF%8C%CE%BC%CF%89%CE%BD%20%CE%A4%CF%81%CE%AF%CF%84%CE%B7%CF%82%20%CE%97%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AF%CE%B1%CF%82/17_%CE%A0%CE%A1%CE%9F%CE%9B%CE%9F%CE%93%CE%9F%CE%A3.pdf), προσπελάστηκε: 20/3/2015
5. [http://www.synedrio.gr/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7-%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD/ :](http://www.synedrio.gr/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7-%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD/)
6. Ανάρτηση Τουρισμός & διαχείριση κρίσεων του Αλέξη Σωτηρόπουλου\*  
<http://www.kathimerini.gr>
7. <http://www.euro2day.gr/news/economy/article/1327844/toyrismos-h-krish-fernei-diakopes-me-bartering.html>
8. <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=721209>
9. Πηγή : 17 δισ. ευρώ η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ | Η ΡΟΔΙΑΚΗ  
<http://www.rodiaiki.gr/article/303292/17-dis-eyrw-h-syneisfora-toy-toyris moy-sto-aep#ixzz3l3edelYl>
10. <http://hotelmag.gr/news/%CE%B7-%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%BF%CE%BB%CE%AE-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD->



%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%BE%AE/