

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Σωστή Στρατηγική Ξενοδοχειακών-
Τουριστικών Επιχειρήσεων σε Περίοδο
Οικονομικής Κρίσης»**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΑΝΑ ΣΤΑΥΡΟΥΛΟΣ

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΓΙΩΡΓΟΣ ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ

ΠΑΤΡΑ 2016

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η πτυχιακή αυτή εργασία δεν θα μπορούσε να έχει πραγματοποιηθεί χωρίς τη συμβολή ορισμένων προσώπων. Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον καθηγητή μου κύριο Γιώργο Σωτηρόπουλο για την σωστή καθοδήγηση και συμβουλευτική που μου παρείχε όλο το διάστημα των σπουδών μου, καθώς και την οικογένεια μου για την υποστήριξη τους.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
1.1 Εισαγωγικές πληροφορίες	6
1.2 Ο σκοπός της εργασίας	8
1.3 Σύντομη αναφορά στην μεθοδολογία	8
1.4 Η δομή της εργασίας	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΚΡΙΣΕΙΣ	11
2.1 Εισαγωγή του κεφαλαίου	11
2.2 Τουρισμός, παγκοσμιοποίηση και κρίσεις	12
2.3 Η κοινωνική διάσταση του τουρισμού	14
2.4 Τι είναι οι κρίσεις;	17
2.5 Κατηγορίες κρίσεων	19
2.5.1 Φυσικές καταστροφές-κρίσεις	21
2.5.1.1 Σεισμοί	21
2.5.1.2 Τσουνάμι	23
2.5.1.3 Εκρήξεις ηφαιστείων	24
2.5.1.4 Επικίνδυνα καιρικά φαινόμενα	26
2.5.2 Ανθρωπογενείς καταστροφές-κρίσεις	28
2.5.2.1 Πόλεμοι και πολιτική αστάθεια	29
2.5.2.2 Τρομοκρατία	31
2.5.2.3 Βιολογικές καταστροφές-κρίσεις	34
2.5.2.4 Τεχνολογικές καταστροφές-κρίσεις	37
2.6 Πώς αντιδράνε οι τουρίστες σε κρίσεις;	38
2.7 Πώς αντιδράνε οι επιχειρήσεις σε κρίσεις; (διαχείριση κρίσεων)	41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	43
3.1 Εισαγωγή του κεφαλαίου	43
3.2 Σημαντικές οικονομικές κρίσεις	43
3.3 Πώς επηρεάζεται ο τουρισμός από τις οικονομικές κρίσεις;	48
3.4 Ο τουρισμός και η οικονομική κρίση στην Ελλάδα	50
3.5 Οικονομική κρίση και στρατηγική τουριστικών επιχειρήσεων	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΕΡΕΥΝΑ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	54
4.1 Εισαγωγή του κεφαλαίου	54
4.2 Δευτερογενής και πρωτογενής έρευνα	54
4.3 Σκοπός και ερευνητικοί στόχοι της εργασίας	56
4.4 Πρωτογενής έρευνα: ποσοτική και ποιοτική	57
4.5 Ερευνητική μέθοδος: συνέντευξη	58
4.6 Αποτελέσματα της έρευνας	60
4.6.1 Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού	62
4.6.2 Πελατεία και τιμολογιακή πολιτική	64
4.6.3 Διαφήμιση	65
4.6.4 Επενδύσεις	66
4.6.5 Νέες πηγές εσόδων	66
4.6.6 Πρόγραμμα membership	67
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	68
5.1 Συμπεράσματα	68
5.2 Περιορισμοί και προτάσεις για μελλοντικές έρευνες	70

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	72
Ελληνική	72
Αγγλική	76
Ρώσικη	82

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Εισαγωγικές πληροφορίες

Ο τουρισμός είναι ένας οικονομικός κλάδος με πολύ μεγάλη σημασία για ορισμένες χώρες που υποδέχονται τουρίστες. Αυτό σημαίνει ότι αποτελεί ένα φαινόμενο που δεν μπορεί να υποβαθμιστεί και να αγνοηθεί (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1998). Τη σημερινή εποχή ο τουρισμός, στις ανεπτυγμένες τουλάχιστον χώρες, δεν αποτελεί είδος πολυτελείας καθώς ο σύγχρονος άνθρωπος ταξιδεύει μακριά από τον τόπο που μένει για να ζήσει νέες και διαφορετικές εμπειρίες. Η παγκοσμιοποίηση και οι εξελίξεις στις τεχνολογίες και στις μεταφορές επιτρέπουν σήμερα στον τουρίστα να ταξιδεύει και να επισκέπτεται οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη που θέλει.

Δυστυχώς όμως τα τελευταία χρόνια μια σειρά από φαινόμενα βίας και τρομοκρατίας, φυσικές καταστροφές και άλλα είδη κρίσεων επηρεάζουν αρνητικά τον τουρισμό και τους τουρίστες. Σε ορισμένες περιπτώσεις οι αρνητικές συνέπειες αυτών των κρίσεων επηρεάζουν τους τουριστικούς προορισμούς για πολλά χρόνια. Υπάρχουν πολλά παραδείγματα από διαφορετικούς τουριστικούς προορισμούς σε όλο τον κόσμο. Για παράδειγμα, στο πρόσφατο παρελθόν υπήρξαν κρίσεις που οφείλονταν σε βιολογικούς παράγοντες όπως η γρίπη H1N1 το 2009 και η επιδημία των πτηνών (H5N1) το 2005, με παγκόσμιες επιπτώσεις. Υπάρχουν ακόμα φυσικές καταστροφές, όπως ο σεισμός και το τσουνάμι του Ινδικού Ωκεανού το 2004 και η έκρηξη του ηφαιστείου Εϊγιαφιάτλαγκουτλ της Ισλανδίας, που είχε προκαλέσει

χάος στις αεροπορικές μεταφορές το 2010. Το πυρηνικό ατύχημα στη μονάδα παραγωγής ενέργειας Φουκουσίμα στην Ιαπωνία το 2011 επιβάρυνε σημαντικά το περιβάλλον με συνέπεια την πτώση των διεθνών τουριστικών αφίξεων στη χώρα κατά 50,3% τον Μάρτιο της ίδιας χρονιάς (greecejapan.com, 2011). Πολύ σημαντικές είναι οι επιπτώσεις στον τουρισμό και από τις τρομοκρατικές επιθέσεις. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι βομβιστικές επιθέσεις της 7ης Ιουλίου του 2005 στο Λονδίνο με στόχο το δίκτυο της μαζικής μεταφοράς, οι τρομοκρατικές επιθέσεις εναντίον στόχων στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (ΗΠΑ) στις 11 Σεπτεμβρίου 2001 (γνωστές στα αγγλικά ως 9/11) και η τρομοκρατική επίθεση στο τουριστικό θέρετρο Σαρμ ελ Σείχ της Αιγύπτου το 2005.

Μια άλλη μορφή κρίσης που έχει επηρεάσει πολλές χώρες και έχει αρνητικές επιπτώσεις και στον τουρισμό είναι η οικονομική κρίση, η οποία ξεκίνησε στις ΗΠΑ το 2007 και συνεχίζεται μέχρι σήμερα, έχοντας πλέον εξαπλωθεί σε πολλές χώρες του πλανήτη. Το 2008 η κρίση έφτασε και στην Ελλάδα και οι συνέπειες της είναι γνωστές σε όλους μας μέχρι και σήμερα. Υπάρχουν σε μεγάλο βαθμό ασταθείς οικονομικές συνθήκες, δεδομένων των συνεχών μεταρρυθμιστικών αλλαγών. Ως αποτέλεσμα αυτής της κατάστασης, οι αρνητικές οικονομικές συνθήκες επηρεάζουν όλους τους τομείς της οικονομίας της χώρας, μεταξύ αυτών και τον τουρισμό και τις επιχειρήσεις του (ΣΕΤΕ, 2010).

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι βασικό συστατικό στοιχείο της τουριστικής βιομηχανίας. Σήμερα που η οικονομική κρίση ταλαιπωρεί την Ελλάδα, ο ξενοδοχειακός κλάδος αποτελεί έναν κλάδο ο οποίος έχει επηρεαστεί σημαντικά και πρέπει να ανταποκριθεί στις νέες συνθήκες (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και

Προβλέψεων, 2013). Άρα η εξέταση των τρόπων με τους οποίους οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις προσπαθούν να αντιδράσουν και να αντιμετωπίσουν την κρίση αποτελεί ένα ενδιαφέρον θέμα για έρευνα.

1.2 Ο σκοπός και οι στόχοι της εργασίας

Σε σχέση με τις προηγούμενες εισαγωγικές πληροφορίες, η εργασία αυτή έχει ως σκοπό να ερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις επηρεάζουν τις στρατηγικές διοίκησης τους για να αντιμετωπίσουν την οικονομική κρίση. Οι ερευνητικοί στόχοι για την πραγματοποίηση αυτού του σκοπού είναι οι παρακάτω:

1. Να παρουσιαστούν τα διαφορετικά είδη κρίσεων και ο τρόπος που επηρεάζουν τον τουρισμό.
2. Να εξεταστεί η τρέχουσα οικονομική κρίση στην Ελλάδα και ο αντίκτυπος της στον ελληνικό τουρισμό.
3. Να ερευνηθούν οι απόψεις διευθυντικών στελεχών ξενοδοχείων για τον τρόπο με τον οποίο η οικονομική κρίση έχει επιφέρει αλλαγές στις στρατηγικές διοίκησης που ακολουθούν.

1.3 Σύντομη αναφορά στην μεθοδολογία

Για να επιτευχθούν ο σκοπός και οι στόχοι αυτής της εργασίας ακολουθήθηκε μια συγκεκριμένη μεθοδολογία. Η μεθοδολογία που ακολουθεί μια έρευνα είναι πολύ σημαντική γιατί από αυτήν εξαρτάται αν τελικά η έρευνα θα έχει επιτυχία. Για την επιτυχία της, η συγκεκριμένη εργασία βασίστηκε τόσο στην δευτερογενή όσο και

στην πρωτογενή έρευνα. Η δευτερογενής έρευνα αφορά τη συλλογή δευτερογενών δεδομένων, δηλαδή δεδομένων που έχουν δημιουργηθεί από κάποιον άλλον (δηλαδή υπάρχουν ήδη) και όχι από τον ερευνητή. Αντίθετα, η συλλογή πρωτογενών δεδομένων αφορά στοιχεία και πληροφορίες που συλλέγονται από τον ερευνητή με τη χρήση κάποιας ερευνητικής μεθόδου, όπως είναι οι συνεντεύξεις και τα ερωτηματολόγια (Πετράκης, 2006).

Σε σχέση με την δευτερογενή έρευνα, η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία χρησιμοποίησε διάφορες πηγές όπως βιβλία, επιστημονικά άρθρα και εκθέσεις (reports). Ιδιαίτερα χρήσιμες σε αυτή την προσπάθεια ήταν οι ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες έρευνας sciencedirect.com και emerladinsight.com, που περιέχουν πολλά χρήσιμα διεθνή επιστημονικά περιοδικά στον τουρισμό. Επίσης χρησιμοποιήθηκαν ορισμένες ρώσικες πηγές οι οποίες εμφανίζονται στη βιβλιογραφία της εργασίας. Ο σκοπός της δευτερογενούς έρευνας ήταν να προσφέρει τη θεωρητική βάση της εργασίας και να ικανοποιήσει τους δύο πρώτους στόχους της εργασίας (βλέπε προηγούμενη ενότητα 1.2). Η πρωτογενής έρευνα είχε ως στόχο την εκπλήρωση του τρίτου ερευνητικού στόχου και βασίστηκε στην συλλογή δεδομένων με την χρήση συνεντεύξεων. Περισσότερες λεπτομέρειες για την πρωτογενή έρευνα παρουσιάζονται στο Κεφάλαιο 4.

1.4 Η δομή της εργασίας

Αυτή η πτυχιακή εργασία αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Το συγκεκριμένο *πρώτο κεφάλαιο* προσφέρει κάποιες εισαγωγικές πληροφορίες για το θέμα της εργασίας, παρουσιάζει τον σκοπό και τους στόχους της και αναφέρεται με συντομία στη μεθοδολογία που ακολουθήθηκε. Το *δεύτερο κεφάλαιο* αφορά την σχέση μεταξύ του

τουρισμού και των κρίσεων γενικότερα. Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάζει τον τουρισμό ως κοινωνικό φαινόμενο και τους διαφορετικούς τύπους κρίσεων για να δείξει τον τρόπο με τον οποίο οι κρίσεις επηρεάζουν την τουριστική βιομηχανία. Το *τρίτο κεφάλαιο* δίνει έμφαση στις οικονομικές κρίσεις και στον τρόπο που επηρεάζουν τον τουρισμό. Στη συνέχεια η ανάλυση γίνεται συγκεκριμένα στην οικονομική κρίση στην Ελλάδα και στις επιπτώσεις στον ελληνικό τουρισμό. Το *τέταρτο κεφάλαιο* παρουσιάζει την μεθοδολογία της έρευνας, δίνοντας λεπτομέρειες για όλα τα βήματα και τις αποφάσεις που έγιναν για να πραγματοποιηθεί η έρευνα. Επίσης εδώ παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις πληροφορίες που συγκέντρωσε η φοιτήτρια από την πρωτογενή της έρευνα. Τέλος στο *πέμπτο κεφάλαιο* παρουσιάζονται τα τελικά συμπεράσματα της εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΚΡΙΣΕΙΣ

2.1 Εισαγωγή του κεφαλαίου

Ο τουρισμός είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο και ως αποτέλεσμα η τουριστική βιομηχανία επηρεάζεται συχνά από διάφορα αρνητικά γεγονότα που συμβαίνουν σε όλο τον κόσμο. Για παράδειγμα, γεγονότα όπως οι βομβιστικές επιθέσεις στο Μπαλί το 2002, η «γρίπη των πτηνών», κλπ. μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά τον τρόπο με τον οποίο οι τουρίστες αντιλαμβάνονται έναν τουριστικό προορισμό. Αν και ο τουρισμός σαν έννοια για μερικούς ανθρώπους μπορεί να συνδέεται με την «περιπέτεια», την «αβεβαιότητα» και το «απρόοπτο», αυτές οι έννοιες δεν αφορούν σημαντικά περιστατικά τρομοκρατικών επιθέσεων, φυσικών καταστροφών και άλλων κρίσεων. Αυτά τα γεγονότα επηρεάζουν αρνητικά την αίσθηση ασφάλειας και την ψυχολογία των τουριστών, καταστρέφοντας τη γοητεία αρκετών τουριστικών προορισμών οι οποίοι πλέον θεωρούνται επικίνδυνοι.

Η αντίδραση του τουρίστα σε αυτά τα γεγονότα εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως η σοβαρότητα της κατάστασης και τα χαρακτηριστικά του τουρίστα (π.χ. το κοινωνικό και εκπαιδευτικό υπόβαθρο του τουρίστα, ο τρόπος ζωής του και οι συνήθειες του). Σημαντικό ρόλο παίζει και η ενημέρωση που θα λάβει σχετικά με τον προορισμό που επηρεάζεται από την κρίση. Γενικά μπορούμε να πούμε ότι ο τουρίστας αντιμετωπίζει αρνητικά τις κρίσεις και αποφεύγει να ταξιδεύει σε περιοχές που είναι σε κρίση. Τα ταξίδια και ο τουρισμός για τους πιο πολλούς ανθρώπους

είναι μια προσπάθεια να αφήσουν πίσω τους την καθημερινότητα και να ζήσουν νέες και θετικές εμπειρίες. Για πολλούς ανθρώπους τα ταξίδια σημαίνουν ηρεμία, ξεκούραση και ασφάλεια και σίγουρα οι κρίσεις που βάζουν σε κίνδυνο την σωματική και ψυχική τους υγεία δεν είναι κάτι που θέλουν να ζήσουν. Περισσότερα για την αντίδραση των τουριστών σε κρίσεις θα δούμε σε άλλη ενότητα του κεφαλαίου (στην ενότητα 2.6)

Σε σχέση με όσα αναφέραμε μέχρι εδώ το δεύτερο αυτό κεφάλαιο παρουσιάζει την έννοια της κρίσης και τους τύπους κρίσεων που υπάρχουν με σκοπό να δείξει τον τρόπο με τον οποίο οι κρίσεις μπορούν να επηρεάσουν τον τουρισμό. Για αυτό τον σκοπό θα παρουσιαστούν και αρκετά παραδείγματα από γεγονότα κρίσεων που έχουν πλήξει τον τουριστικό τομέα.

2.2 Τουρισμός, παγκοσμιοποίηση και κρίσεις

Όπως είναι γνωστό, ο τουρισμός είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο που συνεισφέρει θετικά στις οικονομίες πολλών χωρών. Για παράδειγμα, σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO: World Tourism Organization) προβλέπει ότι οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις για την περίοδο 2010-2030 θα αυξηθούν κατά 3,3% κάθε χρόνο, φτάνοντας τα 1,8 δισεκατομμύρια το 2030 (WTO, 2015). Η ίδια πηγή αναφέρει ότι μια στις έντεκα θέσεις εργασίας παγκοσμίως είναι στην τουριστική βιομηχανία και ότι τα έσοδα από τα χρήματα που οι διεθνείς τουρίστες ξοδεύουν για τη διαμονή, τη διατροφή, τη διασκέδαση και τα ψώνια τους έφτασαν τα 937 δισεκατομμύρια ευρώ το 2014 (αύξηση 3,7% σε σχέση με το 2013).

Η παγκοσμιοποίηση της τουριστικής βιομηχανίας οδήγησε σε μία γρήγορη επέκταση των τουριστικών επιχειρήσεων σε διεθνή κλίμακα. Πραγματοποιήθηκε σαν αποτέλεσμα της ανάπτυξης των μέσων μεταφοράς που έκαναν εύκολα προσβάσιμους τουριστικούς προορισμούς σε όλο τον κόσμο, ανεξάρτητα από το πόσο μακριά βρίσκονται. Ακόμα τη σημερινή εποχή ενισχύθηκε ακόμα περισσότερο από την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και κυρίως του Ίντερνετ, αφού πλέον ο τουρίστας μπορεί από την άνεση του σπιτιού του να κάνει κρατήσεις εισιτηρίων, δωματίων αλλά και να βρει πληροφορίες, βίντεο και φωτογραφίες από τους τουριστικούς προορισμούς που τον ενδιαφέρουν.

Από την άλλη μεριά η παγκοσμιοποίηση του τουρισμού αύξησε τις πιθανότητες για τις τουριστικές επιχειρήσεις να δεχθούν τις αρνητικές επιπτώσεις διάφορων ειδών κρίσεων (Pforr, 2006). Πράγματι, ένας αυξανόμενος αριθμός καταστροφών και κρίσεων επηρεάζουν τον τουρισμό. Αυτές οι κρίσεις μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε δύο βασικές κατηγορίες: (1) στα φυσικά φαινόμενα και (2) στις κρίσεις που προέρχονται από τον άνθρωπο.

Τα τελευταία χρόνια ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμετώπισε πολλά τέτοια γεγονότα, όπως οικονομικές κρίσεις, τρομοκρατικές επιθέσεις, πολιτικά προβλήματα και φυσικές καταστροφές. Μάλιστα οι Boniface και Cooper (2005) λένε ότι η παγκοσμιοποίηση της τουριστικής αγοράς είναι τόσο μεγάλη που μικρές κρίσεις σε ένα μέρος του κόσμου μπορούν να επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό και άλλα μέρη του κόσμου. Αυτό σημαίνει ότι οι σύγχρονες κρίσεις δεν περιορίζονται σε μια συγκεκριμένη περιοχή.

Κατά συνέπεια ο τουρισμός είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος σε εξωτερικούς παράγοντες από το περιβάλλον στο οποίο λειτουργούν οι τουριστικές επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει ότι τα στελέχη των τουριστικών επιχειρήσεων πρέπει να εξετάζουν προσεκτικά τις επιπτώσεις των κρίσεων και των καταστροφών στις επιχειρήσεις τους και στην τουριστική αγορά γενικότερα. Όπως μας λέει ο Faulkner (2001), οι μάνατζερ πρέπει ακόμα να δώσουν προσοχή στην ανάπτυξη στρατηγικών για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων των κρίσεων αυτών. Αυτό είναι και το θέμα που εξετάζει η συγκεκριμένη εργασία σχετικά με την οικονομική κρίση στην Ελλάδα, που θα παρουσιαστεί σε επόμενο κεφάλαιο.

Η βιβλιογραφία στο θέμα των κρίσεων και των επιπτώσεων τους στον τουρισμό έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα από όταν έγιναν κατανοητές οι επιπτώσεις της τρομοκρατικής επίθεσης της 11^{ης} Σεπτεμβρίου 2001. Αυτές οι επιπτώσεις έκαναν τους ερευνητές να εξετάσουν και τις επιπτώσεις άλλων τρομοκρατικών επιθέσεων, πολιτικών γεγονότων, φυσικών καταστροφών, εγκλημάτων ή πολέμων. Αυτός ο αυξανόμενος αριθμός σχετικών μελετών φανερώνει ότι υπάρχει η συνεχής ανάγκη για την καλύτερη κατανόηση τέτοιων γεγονότων και για την εξέταση των στρατηγικών που θα χρησιμοποιηθούν έτσι ώστε να αντιμετωπιστούν οι επιπτώσεις τους (Martin et al, 2006).

2.3 Η κοινωνική διάσταση του τουρισμού

Ο «τουρισμός» είναι ένας όρος που εμφανίστηκε για πρώτη φορά στις αρχές του 19^{ου} αιώνα, όμως πρέπει να τονίσουμε ότι σαν φαινόμενο εμφανίζεται πολύ νωρίτερα στην ανθρώπινη ιστορία (Βαγιονής, 2002). Τι είναι όμως ο τουρισμός και πώς μπορεί να οριστεί η έννοια του; Σύμφωνα με μια σημαντική πηγή της ελληνικής βιβλιογραφίας

(Ηγουμενάκης κ. συν., 1998), ο τουρισμός είναι η προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων σε τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται εκτός του τόπου της μόνιμης κατοικίας τους και περιλαμβάνει τις τουριστικές δραστηριότητες κατά την διάρκεια της παραμονής τους και την χρησιμοποίηση των τουριστικών εγκαταστάσεων που δημιουργήθηκαν για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές ανάγκες.

Το τουριστικό φαινόμενο, αυτή η μετακίνηση για την ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών, εμφανίζεται – αλλού περισσότερο και αλλού λιγότερο – σε όλες τις ελεύθερες κοινωνίες (Βαγιόνης, 2002). Αυτό που προκύπτει από τον προηγούμενο ορισμό των Ηγουμενάκης κ. συν. (1998) είναι ότι ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο, που πραγματοποιείται μέσα στα πλαίσια της ανθρώπινης κοινωνίας και θεωρείται ανθρώπινη ανάγκη. Για παράδειγμα, ικανοποιεί την ανάγκη του ανθρώπου να αλλάξει περιβάλλον, να διασκεδάσει, να έρθει σε επαφή με νέους πολιτισμούς και σε επικοινωνία με άλλους ανθρώπους.

Είναι λογικό ότι σαν κοινωνικό φαινόμενο ο τουρισμός παίζει ένα σημαντικό ρόλο στην κοινωνική ζωή του ανθρώπου. Για παράδειγμα, ο Ανδριώτης (2005) αναφέρεται στις θετικές επιδράσεις του τουρισμού στον άνθρωπο, όπως η ευκαιρία για ξεκούραση/χαλάρωση του ανθρώπου από την πίεση της καθημερινότητας και το άγχος, την ευκαιρία για μόρφωση του ατόμου, την ικανοποίηση της ανάγκης για επικοινωνία μέσω της επαφής με άλλους ανθρώπους (τουρίστες ή κατοίκους του προορισμού) κ.α. Αυτή η επικοινωνία με άλλους ανθρώπους φέρνει τον τουρίστα σε επαφή με διαφορετικές αντιλήψεις, τρόπους ζωής, ήθη και πολιτισμούς, επηρεάζοντας με αυτό τον τρόπο και την αντίληψη του για την ίδια του τη ζωή και για όσα γνωρίζει (Crouch et al, 2004). Όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι

Ηγουμενάκης κ. συν. (1998), τη σημερινή εποχή ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί τόσο πολύ που οι επιπτώσεις του δεν μπορούν να περιορίζονται σε οικονομικό επίπεδο αλλά επηρεάζει σημαντικά και την κοινωνική ζωή των ανθρώπων που εμπλέκονται σε αυτόν.

Φυσικά η οικονομική και κοινωνική διάσταση του τουρισμού συνδέονται μεταξύ τους στο επίπεδο του τουρίστα γιατί το αν ο άνθρωπος μπορεί να ταξιδέψει ώστε να ικανοποιήσει τις κοινωνικές του ανάγκες εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις οικονομικές δυνατότητες του καθενός. Όμως τα χρήματα δεν είναι το μοναδικό εμπόδιο για την πραγματοποίηση ταξιδιών. Ο McCabe (2009) αναφέρει ότι εμπόδιο στα τουριστικά ταξίδια μπορούν να αποτελέσουν οι ακόλουθοι παράγοντες:

- Παράγοντες που σχετίζονται με την υγεία, τη φυσική κατάσταση και την ηλικία του ατόμου.
- Η έλλειψη χρόνου για το ταξίδι.
- Περιορισμένη οικονομική δυνατότητα.
- Απουσία μεταφορικού μέσου.
- Κοινωνικοί παράγοντες, όπως η έλλειψη παρέας ή συντρόφου.
- Η απουσία ενδιαφέροντος για ταξίδια.

Πέρα όμως από τους παραπάνω παράγοντες που σχετίζονται με τον τουρίστα και τα χαρακτηριστικά του, εμπόδιο στον τουρισμό μπορεί να είναι και εξωτερικοί παράγοντες που εμποδίζουν τον άνθρωπο να ταξιδέψει, όπως για παράδειγμα απεργίες, άσχημες καιρικές συνθήκες και γεγονότα κρίσεων που θέτουν τους τουρίστες σε κίνδυνο και απαιτούν την ανάληψη ρίσκου για την πραγματοποίηση του

ταξιδιού (Dolnicar, 2005). Τα τελευταία χρόνια είναι έντονος ο προβληματισμός σχετικά με τις μεθόδους και τις τεχνικές αντιμετώπισης των κρίσεων και δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις του τουρισμού που επηρεάζονται σημαντικά από τις συνέπειες οικονομικών, πολιτικών και κοινωνικών κρίσεων.

Συνολικά μπορούμε να πούμε ότι ο τουρισμός σαν κοινωνικό φαινόμενο και η τουριστική επιχείρηση επηρεάζονται άμεσα από τις αλλαγές του περιβάλλοντος και κατά συνέπεια από τις κρίσεις που συμβαίνουν σε αυτό. Η τουριστική επιχείρηση, όπως το ξενοδοχείο, το ταξιδιωτικό γραφείο, η εταιρεία catering, κλπ. δέχεται τις επιδράσεις της τουριστικής αγοράς που επηρεάζεται από τις κρίσεις (Βελισσαρίου κ. συν., 2000). Αυτά τα γεγονότα κρίσεων αποτελούν και το αντικείμενο που ενδιαφέρει αυτή την πτυχιακή εργασία, ιδιαίτερα σε σχέση με τα ξενοδοχεία. Οι κρίσεις, όπως θα δούμε και παρακάτω, επηρεάζουν αρνητικά τον τουρίστα και τον κάνουν να μην ταξιδέψει ή να αναζητήσει έναν προορισμό στον οποίο θα νιώθει ασφαλής. Αυτό φυσικά θα επηρεάσει και τους ανθρώπους που ασχολούνται με τον τουρισμό και γενικότερα την τουριστική αγορά. Το φαινόμενο των κρίσεων αναλύεται στην επόμενη ενότητα.

2.4 Τι είναι οι κρίσεις;

Σύμφωνα με το Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας του Μπαμπινιώτη (2002), στην επιστημονική ορολογία η «κρίση» ορίζεται ως «η κορύφωση μιας δύσκολης εξελικτικής πορείας με επιδείνωση όλων των αρνητικών φαινομένων, από το ξεπέρασμα της οποίας εξαρτάται η επιστροφή στην φυσιολογική κατάσταση».

Όπως αναφέραμε και νωρίτερα, η βιβλιογραφία για τις κρίσεις και τον τουρισμό έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια. Για αυτό το λόγο δεν προκαλεί εντύπωση το γεγονός ότι διαβάζοντας τη βιβλιογραφία βρίσκει κανείς αρκετούς ορισμούς για το τι είναι οι κρίσεις. Για παράδειγμα, για τον Ritchie (2009) στον τουρισμό οι κρίσεις είναι γεγονότα που απειλούν τη βιωσιμότητα των τουριστικών επιχειρήσεων ή προορισμών. Συνήθως αποτελούν γεγονότα που δεν μπορούν να προβλεφθούν και για αυτό αποτελούν πρόκληση για όσους επηρεάζονται από αυτές.

Οι Laws et al (2007) αναφέρουν ότι οι κρίσεις είναι περίοδοι όπου όλα είναι αβέβαια με αποτέλεσμα η δυνατότητα για έλεγχο ή για πρόβλεψη έχει περιοριστεί ή έχει χαθεί τελείως. Όπως και ο Ritchie (2009) έτσι και αυτοί αναφέρουν ότι οι κρίσεις αποτελούν ξαφνικά γεγονότα που συνήθως δεν μπορεί να τα προβλέψει κανείς. Προσθέτουν ότι από τη μια μεριά η πιθανότητα εμφάνισης τους είναι μικρή, αλλά από την άλλη μεριά ο αντίκτυπος τους είναι μεγάλος και μπορεί να αφορά μια επιχείρηση ή και ολόκληρους τουριστικούς προορισμούς.

Ο Prideaux (2003) εξηγεί ότι οι κρίσεις προκύπτουν όταν κάποιος εξωτερικός παράγοντας έχει σαν αποτέλεσμα μια αρνητική αλλαγή που δεν μπορεί να προβλεφθεί και η εξέλιξη της δεν είναι δυνατό να ελεγχθεί. Ο Faulkner (2001, σελ. 135) συμφωνεί με τα παραπάνω και εξηγεί ότι «κρίση υπάρχει όταν ένας προορισμός (ή οργανισμός) επηρεάζεται αρνητικά από απρόσμενες αλλαγές στο εξωτερικό περιβάλλον στο οποίο και λειτουργεί». Συμπληρώνει ότι σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι φυσικές καταστροφές, π.χ. τυφώνες και σεισμοί και πλημμύρες εντάσσονται σ' αυτή την κατηγορία.

Από τα παραπάνω μπορεί να καταλάβει κανείς ότι δεν υπάρχει ένας μοναδικός ορισμός για το τι είναι οι κρίσεις. Όμως όλοι οι συγγραφείς φαίνεται να συμφωνούν σε κάποια κοινά χαρακτηριστικά τους. Για παράδειγμα, η εμφάνιση τους μπορεί να προέρχεται από ανθρώπινους παράγοντες, από φυσικούς παράγοντες ή συνδυασμό αυτών. Στα χαρακτηριστικά των κρίσεων παρατηρεί κανείς ακόμα την αρνητική επίδρασή τους, το γεγονός ότι είναι απρόβλεπτες, τις ζημιές σε ανθρώπινες ζωές και περιβάλλον και το οικονομικό και κοινωνικό κόστος. Σε όλα αυτά τα χαρακτηριστικά οι Laws et al (2007) συμπληρώνουν την αναγκαιότητα αποτελεσματικής διαχείρισης/διοίκησης των κρίσεων, κάτι που αποτελεί και το κεντρικό ζήτημα αυτής της εργασίας.

2.5 Κατηγορίες κρίσεων

Όπως αναφέρθηκε και στην Εισαγωγή της εργασίας, τα τελευταία χρόνια φαίνεται να υπάρχει μια αύξηση των κρίσεων σε τουριστικούς προορισμούς. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο με πολλές διαστάσεις, που επηρεάζεται και επηρεάζεται από τους παράγοντες του περιβάλλοντος στον οποίο λειτουργεί. Οι Martin et al (2006) υποστηρίζουν ότι οι κρίσεις θα εξακολουθήσουν να συμβαίνουν στο μέλλον και ίσως πιο συχνά από ότι στο παρελθόν. Για αυτό το λόγο οι τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να θεωρούν τις κρίσεις ως μέρος της λειτουργίας τους και την αντιμετώπιση τους ως κομμάτι της διοίκησης τους.

Εξετάζοντας την ιστορία των κρίσεων στον τουρισμό είναι εύκολο να αντιληφθούμε ότι η τουριστική βιομηχανία έχει έρθει αντιμέτωπη με πολλές διαφορετικές κρίσεις. Σύμφωνα με τους Maiditinos και Vassiliadis (2008), οι διαφορετικές μορφές κρίσεων μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε δύο βασικές κατηγορίες, (1) τις φυσικές και (2)

τις ανθρωπογενείς. Οι ανθρωπογενείς με την σειρά τους χωρίζονται σε πέντε υποκατηγορίες. Οι κατηγορίες των κρίσεων παρουσιάζονται εδώ:

- Φυσικές καταστροφές-κρίσεις
 - Σεισμοί
 - Τσουνάμι
 - Εκρήξεις ηφαιστείων
 - Επικίνδυνα καιρικά φαινόμενα
- Ανθρωπογενείς κρίσεις
 - Πόλεμοι και πολιτική αστάθεια
 - Τρομοκρατία
 - Βιολογικές καταστροφές-κρίσεις
 - Τεχνολογικές καταστροφές-κρίσεις
 - Οικονομικές κρίσεις (παρουσιάζονται στο Κεφάλαιο 3)

Στις υποενότητες που ακολουθούν θα αναλυθούν αυτές οι μορφές κρίσεων και θα παρουσιαστούν παραδείγματα και συγκεκριμένα περιστατικά από τον τουρισμό, ώστε να γίνουν κατανοητά τα χαρακτηριστικά και οι επιπτώσεις τους στην τουριστική βιομηχανία. Η ανάλυση δεν μπορεί να καλύψει όλες τις κρίσεις που έχουν «χτυπήσει» την τουριστική βιομηχανία αλλά βασίζεται σε γνωστά παραδείγματα. **Η παρουσίαση των οικονομικών κρίσεων, επειδή είναι κεντρικού ενδιαφέροντος για την εργασία, παρουσιάζονται ξεχωριστά στο Κεφάλαιο 3.**

2.5.1 Φυσικές καταστροφές-κρίσεις

Όπως όλοι γνωρίζουμε, η τουριστική βιομηχανία έχει έρθει πολλές φορές στο παρελθόν αντιμέτωπη με φυσικές καταστροφές με τους τουρίστες να γίνονται μάρτυρες φαινομένων που δεν μπορούν να αποφύγουν ή να προστατευθούν από αυτά. Τέτοιας μορφής κρίσεις παρουσιάζονται στη συνέχεια.

2.5.1.1 Σεισμοί

Σύμφωνα με την ιστοσελίδα www.earthquakenet.gr ο σεισμός είναι φαινόμενο το οποίο εκδηλώνεται συνήθως χωρίς σαφή προειδοποίηση, δεν μπορεί να αποτραπεί και παρά τη μικρή χρονική διάρκεια του, μπορεί να προκαλέσει μεγάλες υλικές ζημιές στις ανθρώπινες υποδομές με επακόλουθα σοβαρούς τραυματισμούς και απώλειες ανθρώπινων ζωών. Χωρίς να μπαίνουμε σε τεχνικές λεπτομέρειες, οι υλικές ζημιές, οι τραυματισμοί και οι απώλειες σε ανθρώπινες ζωές εξαρτώνται από το μέγεθος του σεισμού και τον τύπο του.

Ο πιο πρόσφατος από αυτούς τους σεισμούς είναι αυτός που έπληξε το Νεπάλ, στις 25 Απριλίου του 2015. Ο σεισμός είχε μέγεθος 7,8 βαθμούς της κλίμακας Ρίχτερ και είχε ως αποτέλεσμα τον θάνατο χιλιάδων ανθρώπων και την καταστροφή περισσότερων από μισό εκατομμύριο σπιτιών. Μερικές μέρες αργότερα, στις 12 Μαΐου, ένας δεύτερος μεγάλος σεισμός (7,3 Ρίχτερ) σημειώθηκε κοντά στην πρωτεύουσα Κατμαντού, την ώρα που το Νεπάλ αγωνιζόταν να ανακάμψει από τον προηγούμενο σεισμό. Στοιχεία από την Ναυτεμπορική (2015) αναφέρουν ότι ο αριθμός των νεκρών από τους δύο σεισμούς έφτασε τα 8.583 άτομα.

Σχετικά με τις επιπτώσεις του σεισμού στον τουρισμό, οι International Business Times (IBT, 2015) αναφέρουν ότι αυτές ήταν καταστροφικές. Πάντα σύμφωνα με την ίδια πηγή, το Νεπάλ δέχεται περίπου 1 εκατομμύριο επισκέπτες κάθε χρόνο που επισκέπτονται τα μνημεία του, τους Βουδιστικούς και Ινδουιστικούς ναούς του και φυσικά το Έβερεστ. Ο τουρισμός της χώρας είχε ήδη δεχτεί ένα χτύπημα τον Οκτώβριο του 2014 όταν μια χιονοστιβάδα σκότωσε 43 άτομα. Μάλιστα ο σεισμός του Απριλίου προκάλεσε και αυτός μια χιονοστιβάδα στο Έβερεστ, σκοτώνοντας 127 ανθρώπους. Οι IBT ανέφεραν ότι αμέσως μετά τους σεισμούς ο τουρισμός της χώρας έπεσε στο μηδέν, κάτι που είναι μεγάλη καταστροφή καθώς το Νεπάλ είναι μια πολύ φτωχή αγροτική χώρα που βασίζεται στον τουρισμό για να τονώσει την οικονομία της. Μετά τον σεισμό πολλές ήταν οι χώρες που εξέδωσαν ταξιδιωτικές οδηγίες που συμβούλευαν τους υπηκόους τους να μην ταξιδεύουν στο Νεπάλ, εκτός αν αυτό ήταν απολύτως αναγκαίο. Οι ταξιδιώτες και τα τουριστικά γραφεία προχώρησαν σε αναβολές και ακυρώσεις ταξιδιών. Για παράδειγμα, το Interpid Travel, ένας διεθνής τουρ οπερέιτορ που στέλνει περίπου 5.000 επισκέπτες στο Νεπάλ κάθε χρόνο, ακύρωσε άμεσα όλα τα ταξίδια στη χώρα.

Ένας άλλος καταστροφικός σεισμός ήταν αυτός που χτύπησε την επαρχία Σιτσουάν στη νοτιοδυτική Κίνα το 2008. Ο σεισμός είχε μέγεθος 8 βαθμούς της κλίμακας ρίχτερ. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία ο σεισμός προκάλεσε τον θάνατο σχεδόν 70.000 ανθρώπων, ενώ ακόμα και σήμερα χιλιάδες θύματα αγνοούνται. Ο σεισμός προκάλεσε και τον θάνατο 54 τουριστών. Εκείνες τις ημέρες περισσότεροι από δέκα χιλιάδες τουρίστες απομακρύνθηκαν από την περιοχή με περισσότερες από 300 πτήσεις. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η τουριστική βιομηχανία της περιοχής έχασε περισσότερα από 7,24 δισεκατομμύρια

δολάρια (\$) λόγω του σεισμού (WTO, 2011). Η ίδια πηγή αναφέρει ότι σήμερα ο τουρισμός της περιοχής έχει ανακάμψει χάρη στις προσπάθειες της Κινέζικης Κυβέρνησης.

2.5.1.2 Τσουνάμι

Η λέξη «τσουνάμι» είναι ιαπωνική και σημαίνει «κύμα στο λιμάνι». Δεν πρόκειται για απλά θαλάσσια κύματα αλλά για μια σειρά τεράστιων κυμάτων. Τα τσουνάμι μπορεί να προκληθούν από σεισμούς, εκρήξεις ηφαιστειών και υποθαλάσσιες εκρήξεις. Το ύψος των τσουνάμι μπορεί να είναι δεκάδες μέτρα. Αν και ο αντίκτυπος τους συνήθως περιορίζεται σε παραλιακές περιοχές, η καταστροφική τους δύναμη μπορεί να είναι τεράστια.

Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό του τσουνάμι του 2004 στον Ινδικό Ωκεανό, το οποίο αποτέλεσε μια από τις μεγαλύτερες φυσικές καταστροφές της ανθρώπινης ιστορίας, σκοτώνοντας τουλάχιστον 230.000 ανθρώπους σε 14 χώρες. Ο σεισμός που προκάλεσε το τσουνάμι χτύπησε βόρεια του νησιού Σουμάτρα της Ινδονησίας στις 26 Δεκεμβρίου του 2004 και είχε μέγεθος 9,3 Ρίχτερ.

Όπως είναι φυσικό μια τόσο μεγάλη καταστροφή φανέρωσε πόσο αδύναμος είναι ο άνθρωπος απέναντι στη φύση. Στη διαπίστωση αυτή συνέβαλε και το γεγονός ότι όταν έγινε ο σεισμός και το τσουνάμι που ακολούθησε, στην περιοχή υπήρχαν τουρίστες από όλο τον κόσμο που περνούσαν εκεί τις διακοπές των Χριστουγέννων. Μέσα σε λίγα λεπτά, αγαπημένοι προορισμοί για χιλιάδες τουρίστες (τα νησιά Πουκέτ, οι Μαλδίβες, η Σρι Λάνκα και τα ανατολικά παράλια της Ινδίας) και μια από τις σημαντικότερες πηγές εισοδήματος για εκατομμύρια ανθρώπους χάθηκαν κάτω

από τα νερά του ωκεανού. Παραλίες, ξενοδοχειακά συγκροτήματα, επιχειρήσεις, βρέθηκαν αντιμέτωπες σε μια άνιση μάχη. Όσοι επέζησαν από το τσουνάμι, επέστρεψαν στις χώρες του και περιέγραψαν τις λεπτομέρειες της καταστροφής.

Το φαινόμενο επηρέασε τον τουρισμό στις περιοχές για τουλάχιστον δύο χρόνια καθώς πολλοί ήταν αυτοί που δεν επιθυμούσαν πλέον να ταξιδέψουν εκεί επειδή φοβούνταν ότι κάτι παρόμοιο μπορεί να ξανασυμβεί. Όμως σύμφωνα με σχετικά πρόσφατη μελέτη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού το 2011, στην οποία πήραν μέρος περίπου 13.000 ταξιδιώτες σε 10 χώρες, το 30% απάντησε ξεκάθαρα ότι δεν σκόπευε να επισκεφτεί περιοχές που είχαν χτυπηθεί από το τσουνάμι (Xinhua News Agency, 2011). Η μελέτη φανέρωσε ότι αυτό ίσχυε ιδιαίτερα για τους Ιάπωνες και τους Κορεάτες, αλλά το γεγονός είναι ότι ακόμα και μετά από τόσα χρόνια η καταστροφή έχει μείνει στη μνήμη πολλών ανθρώπων αποτρέποντας τους να επισκεφτούν τις περιοχές αυτές.

2.5.1.3 Εκρήξεις ηφαιστειών

Τα ηφαίστεια είναι γνωστά για τις φοβερές εκρήξεις, οι οποίες προκαλούν πολλές φορές σεισμούς, και αντιμετωπίζονται από τους περισσότερους ανθρώπους σαν ένα φοβερό και επικίνδυνο φυσικό φαινόμενο. Οι ηφαιστειακές εκρήξεις αποτελούν συχνό πρόβλημα και μπορεί να έχουν τρομερές επιπτώσεις τόσο σε ανθρώπινες ζωές όσο στο περιβάλλον και στην οικονομία. Αν και οι σεισμοί και τα τσουνάμι φαίνονται να είναι οι πιο καταστρεπτικοί τύποι φυσικών φαινομένων, τα ηφαίστεια μπορούν να έχουν και αυτά εκτεταμένες επιπτώσεις. Για παράδειγμα, όταν στο ηφαίστειο Πινατούμπο στις Φιλιππίνες έγινε έκρηξη το 1991, προκάλεσε έναν καταρράκτη κλιματικών γεγονότων, που ανάγκασε την παγκόσμια μέση στάθμη της

θάλασσας να μειωθεί κατά περίπου 6 χιλιοστά σε ένα χρόνο. Επιπλέον δημιούργησε ένα τεράστιο νέφος θειικού οξέος που περικύκλωσε μεγάλο μέρος του πλανήτη.

Πρόσφατο γεγονός αυτής της φύσης με σημαντικές επιπτώσεις στην τουριστική βιομηχανία συνέβη στην Ανατολική Ιάβα, λόγω της έκρηξης του ηφαιστείου Ραούνγκ τον Ιούλιο του 2015. Οι ινδονησιακές αρχές αναγκάστηκαν να κλείσουν πέντε αεροδρόμια, ανάμεσά τους το Νγκουράχ Ράι του Μπαλί, του πιο δημοφιλούς τουριστικού προορισμού της Ινδονησίας. Ως αποτέλεσμα, χιλιάδες τουρίστες εγκλωβίστηκαν στο νησί. Σύμφωνα με τον γενικό διευθυντή του αεροδρομίου Νγκουράχ Ράι, οι ακυρώσεις ξεπέρασαν τις 160 εγχώριες πτήσεις και τις 170 διεθνείς (news247, 2015).

Σύμφωνα με τον Casadevall (1993), η απειλή για τον τουρισμό από τις ηφαιστειακές εκρήξεις σχετίζεται με την επαφή των αεροπλάνων με τις στάχτες, που προκαλούν βλάβες στις μηχανές τους. Η ίδια πηγή αναφέρει ότι ένα δεύτερο πρόβλημα είναι ότι η στάχτη που πέφτει στο έδαφος κάνει τους αεροδιαδρόμους γλιστερούς, κάτι που είναι πολύ επικίνδυνο για τις προσγειώσεις και τις απογειώσεις των αεροπλάνων.

Ένα δεύτερο σχετικό παράδειγμα είναι η έκρηξη του ηφαιστείου Eyjafjallajokull στην Ισλανδία τον Απρίλιο του 2010. Πολλοί επαγγελματίες του τουριστικού χώρου δεν μπόρεσαν να προβλέψουν τις αρνητικές συνέπειες που θα είχε το συγκεκριμένο γεγονός. Όπως αναφέρει η Jonsdottir (2011), από το τρομοκρατικό χτύπημα στη Νέα Υόρκη το 2001 είχαν να παραμείνουν τόσα πολλά αεροπλάνα στο έδαφος χωρίς να μπορούν να πραγματοποιήσουν πτήσεις από και προς την Ευρώπη. Το τεράστιο νέφος κάλυψε όλη την Ευρώπη κάνοντας οποιαδήποτε αεροπορική μετακίνηση

επικίνδυνη. Το κλείσιμο των αεροδρομίων στην Βόρεια Ευρώπη και οι μαζικές ακυρώσεις πτήσεων ήταν αναπόφευκτα γεγονότα. Αυτό όπως είναι φυσικό επηρέασε αρνητικά την οικονομική κατάσταση των αεροπορικών εταιρειών.

2.5.1.4 Επικίνδυνα καιρικά φαινόμενα

Στην συγκεκριμένη κατηγορία περιλαμβάνονται όλα τα καιρικά φαινόμενα τα οποία μπορούν να προκαλέσουν σοβαρές ζημιές αλλά και να οδηγήσουν σε απώλεια ανθρώπινων ζωών. Ως επικίνδυνα καιρικά φαινόμενα θεωρούμε ακόμα και τα κύματα ψύχους ή καύσωνα, που είναι πιο έντονα από ότι συνηθίζεται σε μια περιοχή. Για παράδειγμα, τέτοια φαινόμενα μπορεί να είναι πολύ έντονες βροχές, ισχυροί άνεμοι, καταιγίδες, πολύ έντονη χιονόπτωση, κ.α. Όπως είναι γνωστό, όλα αυτά τα καιρικά φαινόμενα μπορούν να έχουν σαν αποτέλεσμα μεγάλες ζημιές, π.χ. να οδηγήσουν σε πλημμύρες, υλικές καταστροφές, δημιουργώντας προβλήματα στην λειτουργία των περιοχών και βάζοντας σε κίνδυνο τις ανθρώπινες ζωές.

Όπως είναι λογικό και ο τουρισμός επηρεάζεται από τα επικίνδυνα καιρικά φαινόμενα, αφού αυτά σχετίζονται με την ασφάλεια των τουριστών. Για παράδειγμα, το καλοκαίρι του 2003 ο καύσωνας που χτύπησε την Ευρώπη, με τις θερμοκρασίες να ξεπερνούν τους 40 βαθμούς Κελσίου, είχε ως αποτέλεσμα τον θάνατο πολλών ανθρώπων. Οι Roumadere et al. (2005) αναφέρουν ότι μόνο στη Γαλλία αναφέρθηκαν περίπου 15.000 θάνατοι από θερμοπληξία. Οι Morabito et al. (2004) αναφέρουν ότι την ίδια χρονιά λόγω του καύσωνα στην Ιταλία παρατηρήθηκε μεγάλη άνοδος στις επισκέψεις τουριστών στα Επείγοντα των νοσοκομείων, ακόμα και από τουρίστες χωρών της Μεσογείου, όπως η Ελλάδα και η Ισπανία. Σε σχέση με αυτό το φαινόμενο, η Becken (2010) παρατηρεί ότι η ενημέρωση του κόσμου για το κύμα

καύσωνα που έπληξε την Ευρώπη, μέσα και από την έκδοση σχετικών ταξιδιωτικών οδηγιών, έκανε τους τουρίστες να επιλέξουν άλλους προορισμούς.

Η ξηρασία στο Κολοράντο το 2002 δημιούργησε επικίνδυνες συνθήκες για την εκδήλωση πυρκαγιών και ο αριθμός των τουριστών στην περιοχή μειώθηκε σε ορισμένες περιοχές έως και 40%, κυρίως σαν αποτέλεσμα της κάλυψης των γεγονότων από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης που επηρέασαν το αίσθημα ασφάλειας των τουριστών (Scott & Lemieux, 2009).

Ένα άλλο καιρικό φαινόμενο το οποίο επηρεάζει αρνητικά ορισμένες περιοχές είναι οι τυφώνες. Τα συστήματα αυτά δημιουργούνται πάνω από θερμούς ωκεανούς ή μεγάλες θάλασσες υπό ορισμένες προϋποθέσεις και παράγουν καταιγίδες και εξαιρετικά δυνατούς ανέμους. Για παράδειγμα, ο τυφώνας Κατρίνα που έπληξε τις ΗΠΑ και συγκεκριμένα τις πολιτείες Λουιζιάνα και Μισισίπι τον Αύγουστο του 2005, ήταν ο τυφώνας με το μεγαλύτερο κόστος καταστροφής στην παγκόσμια ιστορία. Σκότωσε πάνω από 1.800 ανθρώπους και προκάλεσε ζημιές ύψους 81,2 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Η περιοχή της Νέας Ορλεάνης στην Λουιζιάνα πλημμύρησε στο 80% της συνολικής της επιφάνειας. Η συγκεκριμένη περιοχή αποτελούσε πόλο έλξης πολλών εκατοντάδων τουριστών κάθε χρόνο, ιδιαίτερα λόγω της ιστορίας της στην μουσική βιομηχανία (Μάνος, 2005). Φυσικά όλα αυτά οδήγησαν στην παντελή έλλειψη τουρισμού στην περιοχή για αρκετό καιρό υπό το φόβο νέων επικίνδυνων φαινομένων. Σύμφωνα με στοιχεία του CNBC (2015) το 2004 περίπου δέκα εκατομμύρια επισκέπτες ξόδεψαν 4,9 εκατομμύρια δολάρια στη Νέα Ορλεάνη. Ο αριθμός των επισκεπτών-τουριστών σημείωσε πολύ μεγάλη πτώση την χρονιά μετά τον τυφώνα, όταν μόλις 3,7 εκατομμύρια επισκέπτες ξόδεψαν 2,8 εκατομμύρια δολάρια. Η ίδια πηγή φανερώνει ότι το 2014 ο αριθμός των επισκεπτών

ανέκαμψε φτάνοντας τα 9,5 εκατομμύρια και οι δαπάνες τους ξεπέρασαν τα 6,5 εκατομμύρια δολάρια. Βλέπουμε δηλαδή ότι ο τουρισμός στις περιοχές που χτυπήθηκαν από τον τυφώνα χρειάστηκε μια δεκαετία για να επανέλθει στα επίπεδα που βρισκόταν πριν τον τυφώνα.

Οι καιρικές συνθήκες έχουν συνδεθεί και με καθυστερήσεις, ακυρώσεις και ατυχήματα στις μεταφορές. Για παράδειγμα, στο Σαν Φρανσίσκο όπου τα καλοκαίρια υπάρχει χαμηλή ορατότητα λόγω ομίχλης και τον χειμώνα εκδηλώνονται καταιγίδες, οι ακυρώσεις και οι καθυστερήσεις στις πτήσεις είναι διπλάσιες σε σχέση με εκείνες σε περιοχές όπου οι καιρικές συνθήκες είναι φυσιολογικές (Koetse & Rietveld, 2009). Τέλος ένα πολύ πρόσφατο δυσάρεστο περιστατικό (19 Μαρτίου 2016) εξαιτίας ιδιαίτερα κακών καιρικών συνθηκών αφορά την συντριβή αεροπλάνου που εκτελούσε πτήση από το Ντουμπάι προς το αεροδρόμιο της πόλης Ροστόφ της Ρωσίας, με 62 νεκρούς. Την ώρα του ατυχήματος στην περιοχή έπνεαν πολύ ισχυροί άνεμοι με αποτέλεσμα ο πιλότος να μην μπορέσει να προσγειώσει το αεροπλάνο. Άλλες δύο πτήσεις πριν το ατύχημα δεν κατάφεραν να προσγειωθούν στην περιοχή (Euronews, 2016).

2.5.2 Ανθρωπογενείς καταστροφές-κρίσεις

Αν και όπως είδαμε στις προηγούμενες ενότητες οι φυσικές καταστροφές μεγάλης κλίμακας μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τον τουρισμό και τους τουριστικούς προορισμούς, οι ανθρωπογενείς κρίσεις (π.χ. πόλεμοι, τρομοκρατία, πολιτική αστάθεια) μπορεί να έχουν πιο δυνατή, περισσότερο αρνητική και μεγαλύτερης διάρκειας επιρροή στην τουριστική ζήτηση. Σε αντίθεση με τις φυσικές καταστροφές, οι ανθρωπογενείς καταστροφές καταδικάζονται με αυστηρότητα από τους πιθανούς

τουρίστες. Αυτό το γεγονός φαίνεται να οφείλεται περισσότερο στην αντίληψη του κόσμου ότι όλες οι ανθρωπογενείς κρίσεις θα μπορούσαν να αποφευχθούν (Wahab & Cooper, 2001).

2.5.2.1 Πόλεμοι και πολιτική αστάθεια

Όπως είναι φυσικό, η πολιτική αστάθεια και ο πόλεμος επηρεάζουν αρνητικά τον τουρισμό αφού δημιουργούν μια αίσθηση επικινδυνότητας για τους προορισμούς που εμπλέκονται σε τέτοιες καταστάσεις. Τα παραδείγματα είναι πολλά. Το 1989 οι συμπλοκές μεταξύ φοιτητών και αστυνομικών στην πλατεία «Τιεν Αμέν» στην Κίνα, όπου σύμφωνα με τον Ερυθρό Σταυρό της Κίνας σκοτώθηκαν 2400 άνθρωποι, είχε ως αποτέλεσμα την ακύρωση 11.500 επισκεπτών στο Πεκίνο. Πιο πρόσφατα, η πολεμική εισβολή του Ισραηλινού στρατού στη Λωρίδα της Γάζας τον Ιούλιο του 2014, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις τουριστικών παραγόντων, κόστισε στην ισραηλινή οικονομία μισό δισεκατομμύριο δολάρια. Η Ένωση Ξενοδόχων του Ισραήλ υπολόγισε ότι λόγω του πολέμου υπήρξε πτώση κατά 35% ή 280.000 λιγότερους επισκέπτες. Ενδεικτικό των προβλημάτων που προκάλεσε η συγκεκριμένη πολεμική επίθεση είναι και το γεγονός ότι η Korean Air διέκοψε προσωρινά τις πτήσεις της προς το Τελ Αβίβ ενώ άλλες εταιρείες άλλαξαν τα δρομολόγια τους ώστε τα πληρώματα τους να μην διανυκτερεύουν στο Ισραήλ. Σύμφωνα με εκτιμήσεις οι ακυρώσεις επιβατών για πτήσεις προς το Ισραήλ εκείνη την περίοδο ξεπέρασαν το 80% (Ρηγούτσου, 2014).

Ο πόλεμος και η πολιτική αστάθεια επηρεάζουν ακόμα και χώρες οι οποίες δεν εμπλέκονται άμεσα στα γεγονότα. Για παράδειγμα, ο πρόσφατος πόλεμος στη Συρία και το κύμα προσφύγων έφεραν αρνητικές επιπτώσεις στον τουρισμό σε νησιά της

Ελλάδας. Σύμφωνα με άρθρο στο Πρώτο Θέμα (protothema.gr, 2015), αρκετές εποχικές ξενοδοχειακές μονάδες στη Λέσβο, το καλοκαίρι του 2015 αποφάσισαν να κλείσουν 30 έως 45 ημέρες νωρίτερα. Η πτώση των διανυκτερεύσεων και του τζίρου στις μονάδες του νησιού κυμαίνεται κοντά στο 30%. Ακόμα αεροπορικές εταιρείες ακύρωσαν πτήσεις και ξένοι τουρ οπερέιτορ έθεσαν εκτός των προγραμμάτων τους τη Λέσβο. Αναλυτικά, η ολλανδική Sundio αποφάσισε να μην πραγματοποιήσει την προγραμματισμένη τρίτη πτήση της στο νησί από τις 3 Ιουλίου έως το τέλος της σεζόν. Σε ότι αφορά τις άλλες δύο πτήσεις, τις σταμάτησε στις 15 Οκτωβρίου αντί στις 29 Οκτωβρίου. Η χαμηλού κόστους αεροπορική εταιρεία Corendon, που είχε προγραμματίσει από την Ολλανδία τρεις πτήσεις εβδομαδιαίως για όλη τη σεζόν του 2015 τις μοίρασε σε προορισμούς της Ελλάδας και της Τουρκίας. Η Thomas Cook από το τέλος Αυγούστου πετούσε με χαμηλές πληρότητες ενώ ο ταξιδιωτικός Οργανισμός Ving από τη Σουηδία λόγω έλλειψης ζήτησης άλλαξε το 212 θέσεων αεροπλάνο με άλλο 140 θέσεων. Προβλήματα υπήρξαν και στις κρουαζιέρες καθώς εξαιτίας της κακής κατάστασης του λιμανιού ακυρώθηκαν πέντε προσεγγίσεις πλοίων. Η οικονομική ζημιά για το νησί είναι μεγάλη και σε αυτόν τον τομέα, καθώς η δαπάνη ανά άφιξη μέσω κρουαζιέρας υπολογίζεται σε 60 ευρώ.

Πάντα σύμφωνα με την ίδια πηγή σοβαρά προβλήματα αντιμετώπισε και η Κως. Την καλοκαιρινή περίοδο του 2015, στο νησί υπήρξαν 170.000 ακυρώσεις, που σημαίνουν απώλειες 7 εκατομμυρίων ευρώ για τα ξενοδοχεία. Και εδώ πολλά ξενοδοχεία έκλεισαν από μία έως τρεις εβδομάδες νωρίτερα στο δίμηνο Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου, κάτι που οδήγησε σε λιγότερες θέσεις εργασίας κατά 30%. Λόγω του μεταναστευτικού ζητήματος έχουν χαθεί συνέδρια ενώ παρατηρείται πτώση και στις προσεγγίσεις κρουαζιερόπλοιοιων.

2.5.2.2 Τρομοκρατία

Η απειλή της τρομοκρατίας αποτελεί πλέον σημαντική παγκόσμια απειλή και για αυτό τον λόγο την λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους στην πολιτική κάθε κράτους. Για αυτό το λόγο έχει τραβήξει και το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών, καθώς υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός μελετών για την σχέση του τουρισμού με την τρομοκρατία. Μεταξύ αυτών, η Sonmez (1998) αναφέρει ότι η τρομοκρατία και η πολιτική αστάθεια συνδέονται άμεσα μεταξύ τους και τονίζει πως η τρομοκρατία μπορεί κάθε στιγμή να αποτελέσει σοβαρή απειλή για τον τουρισμό. Σαν ένα πολύ σημαντικό και απειλητικό φαινόμενο για τον τουρισμό, αξίζει να το εξετάσουμε εδώ μέσα από αρκετά παραδείγματα.

Η σχέση του τουρισμού με την τρομοκρατία φαίνεται να κέρδισε την προσοχή του κόσμου κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων του Μονάχου το 1972. Η επίθεση των Παλαιστινίων στους Ισραηλινούς αθλητές είχε ως αποτέλεσμα το θάνατο 11 ανθρώπων, ένα γεγονός που παρουσίασε την τρομοκρατία σε περίπου 800 εκατομμύρια θεατές (Toohey & Taylor, 2008).

Από τότε ο τουρισμός έχει δεχτεί έναν μεγάλο αριθμό τρομοκρατικών χτυπημάτων. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό που έγινε στην Αίγυπτο το 1997 όταν ένοπλοι σκότωσαν 71 τουρίστες έξω από το Luxor, πόλη της Νότιας Αιγύπτου με μεγάλο αρχαιολογικό ενδιαφέρον, δείχνοντας έτσι ότι οι τουρίστες αποτελούν στόχο τρομοκρατικών οργανώσεων. Οι τρομοκρατικές επιθέσεις εναντίον τουριστών γίνονται για να εκφράσουν ιδεολογική αντίθεση στις δυτικές αξίες, όπως αυτές εκφράζονται μέσα από τον τουρισμό. Είναι χαρακτηριστικό ότι και πολύ πιο πρόσφατα, τον Ιούνιο του 2015, στο Luxor έγινε ξανά τρομοκρατική επίθεση ενάντια

σε τουρίστες, χωρίς αυτή την φορά να υπάρξουν θύματα πέρα από τους τρομοκράτες (Το Βήμα, 2015).

Οι τρομοκρατικές επιθέσεις στις 11 Σεπτεμβρίου του 2001 (γνωστές ως 9/11) εναντίον στόχων στις Ηνωμένες Πολιτείες αποτελούν άλλο ένα γνωστό παράδειγμα τρομοκρατίας που έπληξε και τον τουρισμό. Εκείνη την ημέρα σε τέσσερα πολιτικά αεροσκάφη εκδηλώθηκε αεροπειρατεία, και τα τρία από αυτά οδηγήθηκαν από τους αεροπειρατές και προσέκρουσαν στους Δίδυμους Πύργους του Παγκόσμιου Κέντρου Εμπορίου και το Πεντάγωνο, ενώ το τέταρτο συνετρίβη σε ανοικτό χώρο. Οι Δίδυμοι Πύργοι κατέρρευσαν λίγη ώρα μετά τις συγκρούσεις των αεροσκαφών επάνω τους, προκαλώντας χιλιάδες απώλειες: εκτός των 19 αεροπειρατών, συνολικά από τις επιθέσεις, 2.973 άνθρωποι έχασαν την ζωή τους και 24 μένουν αγνοούμενοι. Αυτό είχε ως συνέπεια πολλοί τουρίστες να μην επιθυμούν πλέον να ταξιδέψουν με αεροπλάνο, κάτι που οδήγησε σε μείωση του αριθμού των επιβατών μέχρι και 50% ενώ το ίδιο συνέβη και με τις πληρότητες των ξενοδοχείων. Σύμφωνα με εκτιμήσεις μέχρι το 2002 οι απώλειες για τον παγκόσμιο τουρισμό ήταν 36 δισεκατομμύρια δολάρια. Ο κλάδος των αερομεταφορών δέχτηκε το μεγαλύτερο χτύπημα με πολλές αεροπορικές εταιρίες να προσπαθούν να ρίξουν τα κόστη τους. Έτσι η American Airlines και η United Airlines έκαναν 20.000 απολύσεις. Επίσης οι British Airways και η Air Canada έκοψαν 5.000 θέσεις εργασίας εξαιτίας του μικρότερου αριθμού επιβατών. Αυτό έγινε γιατί μετά το χτύπημα στις 9/11 ο κλάδος των αερομεταφορών έχασε το ένα τρίτο των πτήσεων και των επιβατών του (Floyd et al., 2004).

Πολλές μελέτες μετά τις 9/11 έδειξαν ότι οι τουρίστες είναι πιθανό να αλλάξουν τις διακοπές τους και τις ταξιδιωτικές συνήθειες τους εάν η απειλή για τρομοκρατία

αυξηθεί. Για παράδειγμα, οι Floyd et al. (2004) βρήκαν ότι το 39% των ατόμων που πήραν μέρος στην έρευνα τους θα άλλαζε τα σχέδια που έκανε για διακοπές μετά τις επιθέσεις. Οι Crotts et al. (2007) είχαν πιο έντονα αποτελέσματα με το 84% όσων συμμετείχαν στην έρευνα τους να συμφωνούν οι η επιθυμία τους να ταξιδέψουν εξαιτίας της τρομοκρατίας μειώθηκε πολύ.

Λίγο πριν την ολοκλήρωση αυτής της πτυχιακής εργασίας έγιναν αλλά δύο πολύ μεγάλα τρομοκρατικά χτυπήματα τα οποία έπρεπε να προστεθούν. Στις 13 Νοεμβρίου του 2015 έγιναν τρομοκρατικές επιθέσεις στο Παρίσι και στο προάστιο του Σαιν-Ντενί στη Γαλλία. Παρισιού, στη Γαλλία, και στο προάστιο του Σαιν-Ντενί. Η επίθεση με τα περισσότερα θύματα έγινε στο Θέατρο Μπατακλάν, όπου οπλισμένοι τρομοκράτες ομήρους τους θεατές μιας συναυλίας. Κατά τη διάρκεια των επιθέσεων σκοτώθηκαν 8 τρομοκράτες. Συνολικά στις επιθέσεις αυτές σκοτώθηκαν 129 άνθρωποι, από τους οποίους περίπου 90 στο θέατρο Μπατακλάν, και τραυματίστηκαν περισσότεροι από 200. Άρθρο στην Daily Mail τον Ιανουάριο του 2016 (Daily Mail, 2016) αναφέρει ότι οι επιθέσεις αυτές κόστισαν στον ξενοδοχειακό κλάδο της Γαλλίας 270 εκατομμύρια Ευρώ σε χαμένες εισπράξεις και προβλέπει ότι οι πληρότητες θα συνεχίσουν να πέφτουν. Ο τρόμος απλώνεται σε όλο τον κόσμο και οι Japan Airlines σταμάτησαν τις πτήσεις μεταξύ Narita και Παρισιού εξαιτίας πολύ χαμηλής ζήτησης. Χωρίς να υπάρχουν ακριβή στοιχεία, το άρθρο αναφέρει μείωση και στους επισκέπτες του Πύργου του Άιφελ.

Το πρωί στις 22 Μαρτίου 2016 τρεις επιθέσεις με βόμβες έγιναν στο Βέλγιο. Δύο στο αεροδρόμιο και μια σε σταθμό μετρό. Σε αυτές τις επιθέσεις σκοτώθηκαν 32 άνθρωποι, μεταξύ των οποίων και τουρίστες και τραυματίστηκαν περισσότεροι από

300. Αν και οι αρνητικές επιπτώσεις στον τουρισμό δεν μπορούν ακόμα να μετρηθούν γιατί είναι πολύ νωρίς, οι International Business Times (2016) αναφέρουν ότι αυτές θα είναι πολύ έντονες και θα φανούν την περίοδο του Πάσχα, όταν πολύ επισκέπτες συνήθιζαν να επισκέπτονται τις ιστορικές εκκλησίες και τα μουσεία της πόλης.

2.5.2.3 Βιολογικές καταστροφές-κρίσεις

Οι βιολογικές καταστροφές είναι διαφορετικές από τις φυσικές για έναν βασικό λόγο. Είναι το αποτέλεσμα λάθος διαδικασιών από την πλευρά των ανθρώπων. Αυτό σημαίνει ότι ο άνθρωπος κατά την διάρκεια της παραγωγής των υλών που απαιτούνται για να επιζήσει, όπως τρόφιμα, ζώα και άλλα, φτάνει στο σημείο να επηρεάσει και την τροφική αλυσίδα. Φυσικά αυτό έχει αντίκτυπο και στον τουρισμό. Ακολουθεί μια σύντομη παρουσίαση παραδειγμάτων βιολογικών καταστροφών που επηρέασαν τον τουρισμό.

Η γρίπη των πτηνών: Η γρίπη των πτηνών είναι μια μολυσματική ασθένεια που προκαλείται από το τύπο γνωστού ιού της γρίπης και μπορεί να προσβάλλει όλα τα πτηνά αλλά κυρίως τα εκτρεφόμενα είδη (π.χ. κοτόπουλα, γαλοπούλες, πάπιες). Ως φυσική δεξαμενή του ιού θεωρούνται τα υδρόβια αποδημητικά πουλιά που μεταφέρουν τον ιό κατά τις μεταναστεύσεις τους μεταφέροντας τον υιό από χώρα σε χώρα. Η γρίπη αυτή μπορεί να πάρει έκταση επιδημίας και βέβαια μπορεί να μεταδοθεί και στον άνθρωπο απειλώντας την ζωή του.

Η μεγαλύτερη και πιο σοβαρή εμφάνιση αυτής της γρίπης ξεκίνησε στην Ασία στα μέσα του 2003 και εξαπλώθηκε σε πολλές χώρες της Ευρώπης. Το πρόβλημα

συνεχίστηκε μέχρι και το 2005 και προκάλεσε σοβαρά προβλήματα στα έσοδα των χωρών από τις πωλήσεις πουλερικών. Τότε για να ελεγχθεί η νόσος θανατώθηκαν 30.700.000 πτηνά στην Ολλανδία, 3.000.000 στο Βέλγιο και 80.000 στη Γερμανία. Στις ασιατικές χώρες οι επιπτώσεις ήταν ακόμα μεγαλύτερες καθώς θανατώθηκαν πάνω από 130.000.000 πουλερικά (Πανελλήνιος Κτηνιατρικός Σύλλογος, 2006).

Όπως είναι λογικό ο συγκεκριμένος ιός δεν επηρέασε μόνο την αγορά των πουλερικών αλλά και τον τουρισμό. Ιδιαίτερα οι χώρες, όπως το Βιετνάμ, που έχουν ως κύριο συστατικό της μαγειρικής τους τα πουλερικά, αντιμετώπισαν πολλές ακυρώσεις στα τουριστικά πακέτα. Γενικότερα οι τουρίστες προτίμησαν να επισκέπτονται χώρες με ασφαλέστερους κανόνες υγιεινής, ώστε να είναι πιο σίγουροι για το φαγητό που έτρωγαν. Η κάλυψη της γρίπης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επηρεάζει αρνητικά την εικόνα των προορισμών που πλήττονται ως ασφαλής προορισμοί και αυτό έχει ως αποτέλεσμα την μείωση των αφίξεων. Ακόμα ο τουρισμός μπορεί να επηρεαστεί αρνητικά εξαιτίας περιορισμών στα ταξίδια που μπορούν να επιβληθούν για τον περιορισμό εξάπλωσης της νόσου (Kuo et al., 2011).

Σοβαρό Οξύ Αναπνευστικό Σύνδρομο (SARS: Severe Acute Respiratory Syndrome): Το SARS είναι μια μορφή πνευμονίας που εμφανίστηκε για πρώτη φορά τον Νοέμβριο του 2002 σε επαρχία της Κίνας και γρήγορα εξαπλώθηκε μέσα στη χώρα. Στη συνέχεια εξαπλώθηκε και σε άλλες χώρες μέσω της μετακίνησης μολυσμένων επιβατών.

Η επιδημία του SARS όπως ήταν φυσικό προκάλεσε τον περιορισμό των ταξιδιών για ακόμη μια φορά και ιδιαίτερα προς τις χώρες από όπου προήλθαν τα περισσότερα

κρούσματα. Για μια ακόμη φορά η Ασία αντιμετώπισε προβλήματα μιας και την ίδια περίπου χρονική περίοδο υπήρχε και η γρίπη των πτηνών. Σύμφωνα με τους Μυλωνόπουλος και Μοίρα (2007), πάνε από τρία εκατομμύρια εργαζόμενοι έχασαν την δουλειά τους στις περιοχές που το πρόβλημα ήταν πιο έντονο (Κίνα, Χονγκ Κονγκ, Σιγκαπούρη και Βιετνάμ). Οι τουριστικές αφίξεις παρουσίασαν μείωση 70% ή και περισσότερο. Αν και στοιχεία που φανερώθηκαν αργότερα έδειξαν ότι ο SARS δεν έπρεπε να είχε μεγαλύτερη επίδραση στον παγκόσμιο τουρισμό από οποιαδήποτε επιδημία γρίπης, η έκδοση μιας Γενικής Ταξιδιωτικής Οδηγίας από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας στις 15 Μαρτίου 2003, προκάλεσε μια σειρά αντιδράσεων. Μια σειρά ταξιδιωτικών οδηγιών για το Χονγκ Κονγκ, την Κίνα, το Τορόντο και την Ταϊβάν έκλεισαν πολλά σύνορα. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι ταξιδιωτικές οδηγίες έχουν μια τεράστια αρνητική επίπτωση στις τουριστικές και ταξιδιωτικές μετακινήσεις που με τη σειρά τους επηρεάζουν πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας.

Η επιδημία του Ζίκα: Ο ιός Ζίκα μεταδίδεται στον άνθρωπο κυρίως μέσω του τσιμπήματος ενός κουνουπιού του είδους *Aedes*, το οποίο θα είναι ήδη μολυσμένο με τον ιό. Τα κουνούπια έχουν την τάση να αναπαράγονται κοντά σε σημεία με στάσιμα νερά (πχ δεξαμενές) από τα οποία προμηθεύονται νερό πολλές κατοικημένες περιοχές. Τα κουνούπια *Aedes* είναι, δυστυχώς, πολύ επιθετικά στα τσιμπήματά τους σε ανθρώπους και γι' αυτό η εξάπλωση του ιού σε μία περιοχή μπορεί να είναι ραγδαία. Σύμφωνα με ορισμένες πηγές τα συγκεκριμένα κουνούπια είναι γενετικά τροποποιημένα και έχουν αναπτυχθεί από εταιρεία βιοτεχνολογίας. Η εξάπλωση του ιού ξεκίνησε τον Απρίλιο του 2015 στη Βραζιλία αλλά πλέον έχει φτάσει σε χώρες

της Λατινικής Αμερικής (π.χ. Παραγουάη, Κολομβία, Βενεζουέλα, Βολιβία, Βραζιλία, κ.α.).

Οι κυβερνήσεις και οι οργανισμοί υγείας χωρών όπως αυτές του Ηνωμένου Βασιλείου, της Ιρλανδίας, της Μαλαισίας, της Ιαπωνίας, κλπ., έχουν εκδώσει ταξιδιωτικές οδηγίες που συμβουλεύουν τους κατοίκους τους να μην επισκέπτονται τις χώρες που έχουν επηρεαστεί από τον Ζίκα, κάτι που θα επηρεάσει και τον τουρισμό σε αυτές τις περιοχές. Ειδικά στην Βραζιλία, χώρα που θα γίνουν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2016 και όπου ο ιός έχει ήδη μολύνει 1,5 εκατομμύρια ανθρώπους, ο τουρισμός φαίνεται ήδη να υποφέρει από την εξάπλωση του ιού, καθώς οι τουρ οπερέτορς αναφέρουν αύξηση στον αριθμό των ακυρώσεων, ειδικά από έγκυες γυναίκες που σκόπευαν να ταξιδέψουν. Αυτό συμβαίνει γιατί ο Ζίκα έχει συνδεθεί με την γέννηση παιδιών με την νευρολογική πάθηση μικροκεφαλία. Αρκετοί αθλητές έχουν δηλώσει πως ίσως να ακυρώσουν τη συμμετοχή τους λόγω του ιού (CNN Greece, 2016).

2.5.2.4 Τεχνολογικές καταστροφές-κρίσεις

Οι τεχνολογικές καταστροφές προκαλούνται από ανθρώπινο λάθος και τεχνολογική αποτυχία. Τα αποτελέσματα αυτών των κρίσεων είναι για παράδειγμα εκρήξεις ή δυστυχήματα, που μπορούν να οδηγήσουν σε μόλυνση του αέρα, του νερού, του εδάφους και της τροφής.

Τα πυρηνικά ατυχήματα στον σταθμό Φουκουσίμα 1 το 2011 αποτελούν ένα σχετικά πρόσφατο παράδειγμα. Πρόκειται για μια σειρά των καταστροφικών γεγονότων στη μονάδα παραγωγής ενέργειας Φουκουσίμα 1 στην Ιαπωνία την άνοιξη του 2011 και

αποτελούν μία από τις πιο σημαντικές οικολογικές επιβαρύνσεις από καταστροφή πυρηνικών εγκαταστάσεων στην ιστορία. Οι καταστροφές ήταν το αποτέλεσμα του μεγάλου σεισμού της 11ης Μαρτίου στο Σεντάι και του τσουνάμι που τον ακολούθησε. Τις μέρες μετά τα φυσικά αυτά φαινόμενα έγιναν εκρήξεις σε αντιδραστήρες του σταθμού και καταγράφηκε διαρροή μεγάλης ποσότητας ραδιενέργειας στο περιβάλλον. Όπως είναι λογικό ο αριθμός των διεθνών τουριστών μειώθηκε τους επόμενους μήνες. Τον Σεπτέμβριο του 2011, περίπου 540.000 τουρίστες επισκέφτηκαν την Ιαπωνία, ένας αριθμός που είναι κατά 25% μικρότερος από τους επισκέπτες τον ίδιο μήνα του 2010.

Ένα άλλο παράδειγμα αφορά την πτώση ρωσικού Airbus στην Αίγυπτο στις 31 Οκτωβρίου 2015 με 217 νεκρούς. Το ατύχημα αυτό, το οποίο συνδυάστηκε και με υποψίες για τρομοκρατικό χτύπημα που όμως δεν αποδείχτηκαν, έπληξε τον τουρισμό της Αιγύπτου τόσο όσο δεν τον είχαν πλήξει τα πέντε χρόνια πολιτικής αστάθειας. Σύμφωνα με στοιχεία της Καθημερινής (2016), τον Νοέμβριο και τον Δεκέμβριο του 2015 επισκέφθηκαν την Αίγυπτο μόλις ένα εκατομμύριο άτομα, αριθμός κατά 41% μικρότερος του αριθμού των επισκεπτών του περασμένου έτους, αλλά και ο χαμηλότερος από το 2005. Βρετανία και Ρωσία μείωσαν σε μεγάλο βαθμό τις πτήσεις προς Αίγυπτο με την υποψία ότι η πτώση του αεροπλάνου ήταν από επίθεση του Ισλαμικού Κράτους. Το πρόβλημα για την Αίγυπτο είναι ότι οι Ρώσοι και οι Βρετανοί τουρίστες αποτελούν το 70% του συνολικού τουρισμού της.

2.6 Πώς αντιδράνε οι τουρίστες σε κρίσεις;

Η κατανόηση των τουριστών και των αντιδράσεων τους αποτελούν το αντικείμενο μελέτης της τουριστικής καταναλωτικής συμπεριφοράς. Πιο συγκεκριμένα, η μελέτη

της τουριστικής συμπεριφοράς αφορά τους τρόπους με τους οποίους οι τουρίστες επιλέγουν να αγοράσουν, να χρησιμοποιήσουν και να αξιολογήσουν τουριστικά προϊόντα, υπηρεσίες και ταξιδιωτικές εμπειρίες. Επίσης γίνεται προσπάθεια να κατανοηθεί και να εξηγηθεί πώς οι τουρίστες αποφασίζουν να ξοδέψουν τον χρόνο, το χρήμα τους και σωματική και ψυχική προσπάθεια για προϊόντα και υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό. Σύμφωνα με τους Swarbrooke και Horner (2007) είναι η μελέτη:

- Των όσων σκέφτεται ο τουρίστας, δηλαδή του τρόπου σκέψης, τι κατανοεί, πώς επεξεργάζεται πληροφορίες.
- Των συναισθημάτων που νιώθει.
- Των προθέσεων του, δηλαδή πώς σκοπεύει να συμπεριφερθεί.
- Της πραγματικής συμπεριφοράς του, δηλαδή πώς συμπεριφέρεται τελικά.
- Του περιβάλλοντος και του τρόπου που αυτό τον επηρεάζει.

Όλα αυτά τα στοιχεία είναι σχετικά με την αντίδραση του τουρίστα απέναντι στην κρίση. Για παράδειγμα τι σκέφτεται ο τουρίστας όταν συμβαίνει μια κρίση σε έναν τουριστικό προορισμό που ήθελε να πάει; Τι συναισθήματα του δημιουργεί; Τι σκόπευε να κάνει πριν την κρίση και πώς θα συμπεριφερθεί τώρα; Πώς δηλαδή μπορεί να τον επηρεάσει μια αλλαγή (π.χ. η κρίση) στο περιβάλλον του; Σε περιόδους κρίσεων ο καθένας αντιδρά διαφορετικά, ακόμα και σε ότι αφορά τις διακοπές του.

Βέβαια όπως λέει ο Ηγουμενάκης (1997), την σημερινή εποχή «οι επιθυμίες και οι ανάγκες των ανθρώπων διαρκώς αυξάνονται και αλλάζουν, έτσι και οι τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες μεταβάλλονται από πλευράς ποιότητας, ποσότητας και τείνουν

από ομαδικές να γίνονται ατομικές». Αυτό σημαίνει ότι η αντίδραση του τουρίστα απέναντι σε ένα γεγονός (π.χ. μια κρίση) είναι διαφορετική, όπως και ο τρόπος που θα το αντιμετωπίσει και χειριστεί.

Όπως εξηγεί η Dolnicar (2007), όταν ένας τουρίστας δεν έχει ακόμα πάει στον τουριστικό προορισμό ή είναι στην διαδικασία που ψάχνει που να πάει (πριν το ταξίδι) και μια κρίση συμβεί σε αυτόν τον προορισμό, το πιθανότερο είναι να αλλάξει προορισμό και να πάει κάπου αλλού ή ακόμα και να μην ταξιδέψει καθόλου. Για παράδειγμα, όπως είδαμε και στις προηγούμενες ενότητες, η εισβολή του Ισραηλινού στρατού στη Λωρίδα της Γάζας το 2014 έκανε πολλούς τουρίστες να αναβάλουν το ταξίδι τους στο Ισραήλ. Αυτό είναι φυσιολογικό γιατί οι αναταραχές κάνουν τους τουρίστες να μην νιώθουν ασφάλεια γιατί μπορεί να βρεθούν αντιμέτωποι με επικίνδυνες καταστάσεις ενώ ταξιδεύουν στις συγκεκριμένες περιοχές. Έτσι είδαμε ότι και οι τουρίστες, μετά το τσουνάμι στην Ινδονησία δεν επέλεξαν τα νησιά στον Ινδικό Ωκεανό, τόσο γιατί είχαν καταστραφεί πολλά ξενοδοχεία και η ευρύτερη περιοχή όσο και γιατί φοβόντουσαν για ένα νέο τσουνάμι. Γενικά αυτό που φαίνεται να ισχύει είναι ότι οι τουρίστες προτιμούν να πηγαίνουν περιοχές που δεν αντιμετωπίζουν κρίσεις και σχετικά προβλήματα και σε αυτές οι διακοπές τους θα είναι χωρίς κινδύνους.

Όταν ένας τουρίστας βρίσκεται ήδη σε έναν τουριστικό προορισμό και μια κρίση συμβαίνει εκεί, η αντίδραση του τουρίστα εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Σίγουρα ρόλο παίζει το πόσο σοβαρή είναι η κατάσταση και πόσο επικίνδυνη για την ζωή όλων που βρίσκονται εκεί (κατοίκων και τουριστών). Συνήθως πάντως η αντίδραση είναι να θέλουν να φύγουν από εκεί, ειδικά αν μπορεί να τους βοηθήσει η

κυβέρνηση της χώρας τους, π.χ. κανονίζοντας πτήσεις για να επιστρέψουν στην πατρίδα τους. Για παράδειγμα μετά την πτώση του ρωσικού Airbus στην Αίγυπτο τον Οκτώβριο του 2015, η Ρώσικη κυβέρνηση σχεδίασε την επιστροφή περίπου 80.000 Ρώσων τουριστών οι οποίοι είχαν εγκλωβιστεί στην Αίγυπτο εξαιτίας της ακύρωσης πολιτικών πτήσεων μεταξύ Ρωσίας και Αιγύπτου.

2.7 Πώς αντιδράνε οι επιχειρήσεις σε κρίσεις; (διαχείριση κρίσεων)

Είναι γεγονός ότι την σημερινή εποχή ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμετωπίζει όλο και περισσότερα γεγονότα κρίσεων, κάτι που όπως είδαμε μπορεί να τον επηρεάσει αρνητικά. Από την πλευρά της τουριστικής βιομηχανίας αυτό δημιουργεί μια ανάγκη για διαχείριση των κρίσεων ώστε να περιοριστούν οι αρνητικές συνέπειες.

Η βιβλιογραφία για την διαχείριση κρίσεων στον τουρισμό καταλήγει στο συμπέρασμα ότι οι κρίσεις είναι δυσάρεστα γεγονότα που πρέπει να αντιμετωπίζονται όσο πιο γρήγορα γίνεται (Prideaux, 2003 και Ritchie, 2009). Η διαχείριση της κρίσης πρέπει να ξεκινά πριν να συμβεί, δηλαδή μια επιχείρηση ή ένας προορισμός πρέπει να είναι προετοιμασμένοι για διαφορετικές περιπτώσεις κρίσεων. Με αυτό τον τρόπο μπορεί να υπάρξει άμεση αντίδραση όταν μια κρίση συμβεί. Φυσικά πρέπει να οργανωθεί και ένα σχέδιο δράσης το οποίο θα ακολουθηθεί κατά τη διάρκεια μιας κρίσης. Το κυριότερο σε αυτή την περίπτωση είναι η εκπαίδευση των εργαζομένων ώστε να γνωρίζουν τις αρμοδιότητες τους και πώς μπορούν να βοηθήσουν τους ίδιους και τους πελάτες. Βέβαια τα σχέδια δράσης κατά τη διάρκεια της κρίσης εξαρτώνται από την μορφή της κρίσης. Έτσι στην περίπτωση μιας πυρκαγιάς σε ένα ξενοδοχείο απαιτούνται άμεσες δράσεις για την διάσωση των πελατών και του προσωπικού και στη συνέχεια του εξοπλισμού του ξενοδοχείου. Αλλά στην περίπτωση μια

οικονομικής κρίσης, που μας ενδιαφέρει σε αυτή την εργασία, οι δράσεις μπορεί να σχετίζονται με τον σχεδιασμό στρατηγικών για την αντιμετώπιση των αρνητικών συνεπειών της κρίσης, που μπορεί να διαρκέσει για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Σε κάθε περίπτωση, αυτό που πολλές φορές φέρνει την μεγαλύτερη ζημιά στην εικόνα ενός προορισμού ή μιας τουριστικής επιχείρησης είναι η κάλυψη των γεγονότων από δημοσιογραφική πλευρά. Αυτό είναι ένα σημαντικό στοιχείο που πρέπει να λαμβάνει υπόψη της κάθε επιχείρηση και προορισμός ώστε να περιορίζει τα αρνητικά νέα και να βγάζει προς τα έξω μια εικόνα υπευθυνότητας, σοβαρότητας και αξιοπιστίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Εισαγωγή του κεφαλαίου

Οι οικονομικές κρίσεις αποτελούν ένα συχνό φαινόμενο που επηρεάζουν τις ανθρώπινες κοινωνίες εδώ και πολλά χρόνια. Η οικονομική ζωή είναι ένα σύνθετο σύνολο σχέσεων, φορέων, κανόνων και συμφερόντων, είναι ευάλωτη σε κρίσεις. Οι οικονομικές κρίσεις έχουν αρνητικές και καταστροφικές επιπτώσεις για τους πληθυσμούς και συχνά οδηγούν σε κοινωνική οπισθοδρόμησης. Οι οικονομικές κρίσεις είναι συνηθισμένο φαινόμενο στην παγκόσμια οικονομική ιστορία, η οποία χαρακτηρίζεται από τη διαδοχή περιόδων ευημερίας, στασιμότητας και κρίσης (Κότιος και Παυλίδης, 2012).

3.2 Σημαντικές οικονομικές κρίσεις

Παγκόσμια οικονομική ύφεση 1929: Η παγκόσμια οικονομική ύφεση του 1929 ήταν μια κατάσταση διεθνούς οικονομικής ύφεσης που κράτησε από ένα μέχρι δέκα χρόνια σε διάφορες χώρες του κόσμου. Θεωρείται η μεγαλύτερη οικονομική κρίση της σύγχρονης ιστορίας. Ακόμα και σήμερα χρησιμοποιείται ως παράδειγμα για το πόσο δύσκολη μπορεί να είναι μια οικονομική καταστροφή. Η κρίση είχε καταστροφικές συνέπειες τόσο στον ανεπτυγμένο, όσο και στον αναπτυσσόμενο κόσμο. Επηρεάστηκε το διεθνές εμπόριο, καθώς επίσης και τα προσωπικά εισοδήματα, τα

έσοδα από φόρους και τα κέρδη. Η οικονομία πόλεων σε όλο τον κόσμο αντιμετώπισε σοβαρά προβλήματα, ιδιαίτερα εκείνων που η οικονομία τους βασιζόταν στον πρωτογενή τομέα (εκμετάλλευση γης, ορυχείων, ξύλου). Οι κατασκευές πάγωσαν, οι αγροτικές και κτηνοτροφικές εργασίες υποχώρησαν λόγω πτώσης των τιμών στις σοδειές κατά 40% με 60%.

Σύμφωνα με τους αναλυτές η κρίση ξεκίνησε από τις ΗΠΑ στις 24 Οκτωβρίου 1929 όταν η Wall Street έκλεισε με απώλειες 13%. Δημιουργήθηκε πανικός και οι επενδυτές πούλησαν τις μετοχές τους σε πάρα πολύ χαμηλές τιμές. Αυτό το φαινόμενο το εκμεταλλεύτηκαν κερδοσκόποι και τράπεζες. Το πρόβλημα θα μπορούσε να λυθεί εάν η κυβέρνηση έπαιρνε μέτρα προστασίας του χρηματιστηρίου. Επίσης αρνητικό ρόλο έπαιξε και η υπερπαραγωγή πρώτων υλών και γεωργικών προϊόντων που οδήγησε σε πτώση των τιμών και μείωση της αγοραστικής δύναμης των αγροτών. Έτσι η προσφορά στην αγορά ξεπερνούσε την ζήτηση, κάτι που οδήγησε σε κατάρρευση του συστήματος. Μέσα σε αυτό το κλίμα επηρεάστηκαν και οι χώρες της Ευρώπης, οι οποίες ήταν ήδη ευάλωτες από τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Ακολούθησε η κατάρρευση των τραπεζών και των επιχειρήσεων και οι άνεργοι έφθασαν τα 30 εκατομμύρια σε όλο τον κόσμο. Η Αμερική χρειάστηκε περίπου μια δεκαετία να επανέλθει στην ανάπτυξη και το κατάφερε με τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο, όπου οι στρατιωτικές δαπάνες έδωσαν ώθηση στην εργασία και τα οικονομικά της χώρας.

Και η Ελλάδα επηρεάστηκε από την κρίση. Στη χώρα μας το Χρηματιστήριο Αθηνών έκλεισε για πάρα πολύ καιρό, τα αποθέματα της Τράπεζας της Ελλάδος σε συνάλλαγμα τελείωσαν και έγινε υποτίμηση του νομίσματος. Επηρεάστηκαν οι

εξαγωγές, αγροτικών κυρίως, προϊόντων όπως το λάδι, ο καπνός, η σταφίδα. Ο τουρισμός την εποχή εκείνη ήταν σε αρχικό στάδιο και οι άνθρωποι θεωρούσαν ως τουρισμό την διαμονή τους στις εξοχικές τους κατοικίες ή την επίσκεψη φίλων και συγγενών στην επαρχία. Άρα φαίνεται ότι η κρίση του 1929 δεν επηρέασε ιδιαίτερα τον τουρισμό (Galbraith, 2009).

Η πετρελαϊκή κρίση του 1973: Μέχρι το 1970 σε πολλές χώρες υπήρξε ανάπτυξη των οικονομιών τους, με χαμηλά ποσοστά ανεργίας. Το 1973 όμως εμφανίστηκε η πρώτη πετρελαϊκή κρίση η οποία οδήγησε σε στασιμοπληθωρισμό, δηλαδή συνύπαρξη πληθωρισμού και ανεργίας. Όλα ξεκίνησαν όταν οι χώρες του Οργανισμού Αραβικών Πετρελαιοπαραγωγών Χωρών ή ΟΑΠΕC ανακοίνωσαν ότι δεν θα προμηθεύουν πλέον με πετρέλαιο τις χώρες που υποστήριζαν το Ισραήλ στη διένεξη του με την Συρία και την Αίγυπτο. Οι ΗΠΑ επέλεξαν να δώσουν όπλα στο Ισραήλ και σε απάντηση, ο ΟΑΠΕC αποφάσισε να κάνει αντίποινα με εμπάργκο πετρελαίου κατά του Καναδά, της Ιαπωνίας, της Ολλανδίας, του Ηνωμένου Βασιλείου και των ΗΠΑ.

Ανεξάρτητα από αυτό, τα μέλη ΟΑΠΕC συμφώνησαν να χρησιμοποιήσουν την επιρροή τους πάνω στον παγκόσμιο μηχανισμό καθορισμού των τιμών του πετρελαίου για να σταθεροποιήσουν τα πραγματικά τους έσοδα μέσω της αύξησης των διεθνών τιμών του πετρελαίου. Έτσι οι βιομηχανίες έχοντας ανάγκη το πετρέλαιο αναγκάστηκαν να αυξήσουν τις τιμές των προϊόντων, ώστε να ανταπεξέλθουν στο αυξανόμενο παραγωγικό κόστος. Φυσικά αυξήσεις έγιναν και στον τουριστικό κλάδο και συγκεκριμένα στα αεροπορικά εισιτήρια, στις τιμές των δωματίων στα ξενοδοχεία και γενικότερα στις τιμές των τουριστικών υπηρεσιών. Αυτό ήταν το αποτέλεσμα της

αύξησης των λειτουργικών εξόδων εξαιτίας της αύξησης στην τιμή του πετρελαίου (Παρασύρης, 2010).

Η «Μαύρη Δευτέρα» του 1987: Στην επανάληψη του 1929 ένωσαν ότι βρέθηκαν οι επενδυτές όταν τον Οκτώβριο του 1987 παρατηρήθηκε μια πτώση της τάξεως του 22% στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης. Ολόκληρες περιουσίες εξαφανίστηκαν και ορισμένοι επενδυτές επιτέθηκαν στους χρηματιστές τους κατηγορώντας τους για τη ζημιά που έπαθαν. Το Χρηματιστήριο της Σοφοκλέους δεν αποτέλεσε εξαίρεση. Ο φόβος απλώθηκε σε όλα τα χρηματιστήρια του κόσμου (το βρετανικό χρηματιστήριο έχασε 25% σε 48 ώρες). Σοβαρό ρόλο σε αυτό έπαιξαν τα δημοσιεύματα σοβαρών εφημερίδων, οι οποίες αμέσως μετά τη «Μαύρη Δευτέρα» άρχισαν να δημοσιεύουν γραφήματα με τις ομοιότητες μεταξύ της κρίσης του 1929 και του 1987. Πολλοί οικονομολόγοι έκαναν προβλέψεις ότι θα ακολουθούσε μεγάλη ύφεση, όπως το 1929. Όμως την δεκαετία του 1987 η αμερικάνικη οικονομία σημείωνε ανάπτυξη ενώ την δεκαετία του 1920 βρισκόταν σε πτώση. Έτσι στην πραγματικότητα η «Μαύρη Δευτέρα» φαίνεται να προβλήθηκε περισσότερο σε σχέση με τις ζημιές που προκάλεσε αφού οι περισσότεροι επενδυτές κάλυψαν τις ζημιές τους μέσα σε δύο χρόνια.

Παγκόσμια οικονομική κρίση 2007 και η οικονομική κρίση στην Ελλάδα: Σύμφωνα με την Πατσαντάρρα (2014), η οικονομική κρίση άρχισε στις ΗΠΑ και από εκεί επεκτάθηκε σε όλο τον κόσμο. Στις ΗΠΑ η οικονομική κρίση παρουσιάστηκε μετά το ξέσπασμα των προβλημάτων στην αγορά στεγαστικών δανείων χαμηλής εξασφάλισης. Αυτά είναι δάνεια που δίνονταν χωρίς εγγύηση σε οικογένειες με χαμηλή πιστοληπτική ικανότητα. Στη συνέχεια η κρίση επηρέασε τον χρηματοπιστωτικό τομέα γιατί η αδυναμία αποπληρωμής των δανείων οδήγησε σε

σημαντικά προβλήματα ρευστότητας. Η οικονομική κρίση στις ΗΠΑ σύντομα χτύπησε τις οικονομίες πολλών χωρών σε όλο τον κόσμο. Η μεγάλη έλλειψη ρευστότητας οδήγησε σε μεγάλη αύξηση της ανεργίας σε μία προσπάθεια των επιχειρήσεων να μειώσουν τα λειτουργικά τους κόστη και σε μεγάλη μείωση της ιδιωτικής κατανάλωσης.

Όπως είναι φυσικό οι συνέπειες της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης εμφανίστηκαν και στην Ελλάδα, κυρίως από το 2008 και συνεχίζονται ολοένα και πιο έντονα μέχρι και σήμερα. Η οικονομική κρίση πρώτα χτύπησε τον χρηματοπιστωτικό τομέα της Ελλάδος. Στα μέσα του 2010, και μετά τις αποκαλύψεις ότι το δημοσιονομικό έλλειμμα της Ελλάδας έκλεισε για το 2009 σε πολύ ψηλά επίπεδα, η ελληνική κυβέρνηση δεν μπορούσε πια να δανειστεί με λογικά επιτόκια από τις αγορές για τη χρηματοδότηση του ελλείμματος και την αναχρηματοδότηση του χρέους. Αποτέλεσμα 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 σε λήψη μέτρων μείωσης των δαπανών, τα οποία δεν κατάφεραν να ανατρέψουν το αρνητικό κλίμα. Έτσι η Ελλάδα κατέφυγε στη βοήθεια του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας που συγκρότησαν μαζί μηχανισμό στήριξης για την Ελλάδα. Η χρηματοδότηση από τον μηχανισμό στήριξης έγινε υπό τους όρους ότι η Ελλάδα θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής προσαρμογής και, 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. 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.

3.3 Πώς επηρεάζεται ο τουρισμός από τις οικονομικές κρίσεις;

Όπως έχουμε δει, οι διάφορες κρίσεις επηρεάζουν τον τουρισμό και τους τουρίστες. Το ίδιο είναι λογικό να συμβαίνει και με τις οικονομικές κρίσεις. Οι πληροφορίες που ακολουθούν βασίζονται σε πρόσφατο άρθρο των Paratheodorou & Arvanitis (2014).

Είναι λογικό ότι μια οικονομική κρίση αναμένεται να επηρεάσει τον τουρισμό σαν αποτέλεσμα μειώσεων στο εισόδημα. Σε σχέση με αυτές τις μειώσεις μπορεί να υπάρξουν επιπτώσεις στην τουριστική κατανάλωση. Μπορεί δηλαδή να υπάρξει μια απόφαση περικοπών. Κάποιοι δηλαδή μπορεί να συνεχίσουν να ταξιδεύουν στον ίδιο τουριστικό προορισμό ή να απολαμβάνουν τα ίδια χαρακτηριστικά διακοπών (π.χ. διατροφή, διαμονή) αλλά σε λιγότερο βαθμό από ότι έκαναν πριν από την κρίση. Για παράδειγμα, αντί να κάνουν διακοπές για μια περίοδο δύο εβδομάδων οι άνθρωποι μπορεί να αποφασίσουν να ταξιδέψουν μόνο για δέκα μέρες.

Σε κάθε περίπτωση μια οικονομική κρίση επηρεάζει την σχέση μεταξύ εξερχόμενου και εσωτερικού τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα μια οικονομική κρίση φαίνεται να κάνει τους τουρίστες να αποφεύγουν τα διεθνή ταξίδια (εξερχόμενος τουρισμός) και να προτιμάνε προορισμούς στο εσωτερικό της χώρας τους (εσωτερικός τουρισμός). Από την μια πλευρά αυτό φαίνεται να είναι θετικό γιατί ο εσωτερικός τουρισμός ενισχύει τις τοπικές κοινωνίες κυρίως δημιουργώντας θέσεις εργασίας και προσφέροντας εισόδημα. Όμως πολύ συχνά σε περιόδους οικονομικής κρίσεις ο

εσωτερικός τουρισμός σχετίζεται με αύξηση των επισκέψεων σε συγγενείς και φίλους. Δηλαδή όσοι προηγουμένως ταξίδευαν στο εξωτερικό, όχι μόνο επιλέγουν να μείνουν στην χώρα τους αλλά πηγαίνουν σε συγγενείς ή στο εξοχικό σπίτι φίλων για τις διακοπές τους, ώστε να γλυτώσουν έξοδα για το ξενοδοχείο και το φαγητό τους. Σε αυτή την περίπτωση η οικονομική κρίση μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τον εξωτερικό τουρισμό χωρίς να ωφελεί τον τουρισμό στο εσωτερικό της χώρας.

Πέρα από τις επιπτώσεις μιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό σαν αποτέλεσμα αλλαγών στο εισόδημα, είναι επίσης σημαντικό να αναφερθεί πιθανή επίπτωση στις τιμές. Μια μείωση στην τουριστική ζήτηση ως αποτέλεσμα των μειώσεων στο εισόδημα μπορεί επίσης να οδηγήσει σε μείωση των τιμών καθώς οι τουριστικές επιχειρήσεις προσπαθούν να προσελκύσουν πελάτες. Αυτό μπορεί να μην ισχύει για μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις με μεγάλα κέρδη τα χρόνια πριν την κρίση. Αυτές οι επιχειρήσεις μπορεί να χρησιμοποιούν τα κέρδη αυτά για να λειτουργήσουν την περίοδο της κρίσης χωρίς να κάνουν μείωση στις τιμές. Συνολικά όμως αν μια κρίση θεωρείται μόνιμη και όχι προσωρινή κατάσταση, τότε αργά ή γρήγορα όλες οι επιχειρήσεις φαίνεται να προσαρμόζουν τις τιμές τους.

Αυτή η τελευταία αναφορά στο αν η κρίση θεωρείται ότι θα διαρκέσει για πολύ καιρό φανερώνει την μεγάλη σπουδαιότητα των προσδοκιών στο πώς διαμορφώνεται η συμπεριφορά τουριστών και επιχειρήσεων σε περιόδους οικονομικής κρίσης. Εάν οι άνθρωποι γίνουν απαισιόδοξοι για το μέλλον και φοβούνται ότι μπορεί να χάσουν την δουλειά σαν αποτέλεσμα της κρίσης τότε οι αρνητικές επιπτώσεις στον τουρισμό μπορεί να είναι ακόμα μεγαλύτερες από ότι μπορούσε να φέρει η μείωση του εισοδήματος. Σε μια τέτοια περίπτωση οι μειώσεις τιμών μπορεί να μην έχουν θετικό

αποτέλεσμα για τις επιχειρήσεις στο μέλλον. Βέβαια, όπως έχουμε αναφέρει πολλές φορές, ο κάθε άνθρωπος μπορεί να αντιδράσει διαφορετικά ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του. Για παράδειγμα, για κάποιον που είχε μεγάλα έσοδα για μεγάλο χρονικό διάστημα είναι δύσκολο να προβλέψουμε την αντίδραση σαν τουρίστα του σε σχέση με μια οικονομική κρίση.

Η απαισιοδοξία των τουριστών μπορεί να επηρεάσει και τις τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες μπορεί να φοβούνται την μειωμένη πελατεία και έτσι να αποφασίσουν να αποφύγουν νέες επενδύσεις, κάτι που με την σειρά του μπορεί να έχει αρνητικό αποτέλεσμα στην ποιότητα των υπηρεσιών καθώς οι σημερινές εγκαταστάσεις με τον καιρό φθείρονται. Όμως οι Paratheodorou και Arvanitis (2014) αναφέρουν ότι μια οικονομική κρίση μπορεί να έχει θετική επίπτωση για μερικές επιχειρήσεις. Η κρίση μπορεί να οδηγήσει τις αναποτελεσματικές επιχειρήσεις να αποχωρήσουν από την αγορά και να προσφέρει στις επιχειρήσεις που παραμένουν τον χρόνο να αλλάξουν τις δομές τους και την λειτουργία τους. Αυτές οι αλλαγές μπορούν να οδηγήσουν σε βελτιωμένη λειτουργία και να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις αυτές να βγούνε από την κρίση.

3.4 Ο τουρισμός και η οικονομική κρίση στην Ελλάδα

Το 2014 οι τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα έφτασαν τα 23 εκατομμύρια. Η κατά κεφαλή δαπάνη των τουριστών στην χώρα μας ήταν 552 ευρώ, περίπου 20% λιγότερο από τον παγκόσμιο μέσο όρο. Η Ελλάδα έχει το 1,5% της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς και 2,9 της Ευρωπαϊκής. Επιπλέον άμεσα και έμμεσα συνεισφέρει περίπου το 20-25% του ΑΕΠ της χώρας και το 18,3% της συνολικής απασχόλησης της χώρας (ΣΕΤΕ, 2015).

Η Ελλάδα αντιμετωπίζει οκτώ συνεχόμενα χρόνια οικονομικής κρίσης (2008-2015) σαν αποτέλεσμα των μέτρων λιτότητας που έχουν πολύ σημαντική αρνητική επίπτωση στους πολίτες. Για παράδειγμα η ανεργία ανέβηκε από 7,6% το 2008 σε 26,9 το 2013 και το χρέος της χώρας σαν ποσοστό του ΑΕΠ αυξήθηκε από 112,9% το 2008 σε 175,7% το 2013. Μέσα σε αυτό το κλίμα ο τουρισμός αντιμετωπίζεται σαν η λύση σε όλα τα προβλήματα που μπορεί να δημιουργήσει πολλά έσοδα και να βοηθήσει την χώρα να βγει από την κρίση.

Οι Papatheodorou και Arvanitis (2014) λένε ότι η Ελληνική κυβέρνηση δίνει όλη την προσοχή στις τουριστικές αφίξεις και δεν καταλαβαίνει ότι χωρίς σωστή πολιτική οι πολλές αφίξεις μπορούν να δημιουργήσουν περισσότερα προβλήματα από αυτά που λύνουν. Εξηγούν ότι σύμφωνα με το World Economic Forum η θέση της ανταγωνιστικότητας της χώρας έχει χειροτερέψει σημαντικά από την αρχή της κρίσης, είχε την 24^η θέση το 2009 και έπεσε στην 32^η από 140 χώρες το 2013. Η Ελλάδα βασίζει το προϊόν της στα 4S (sea, sun, sand, sex) και δεν προσφέρει σημαντική αξία σε σχέση με την τιμή του (127^η θέση). Η γραφειοκρατία δυσκολεύει τις επενδύσεις (133^η θέση). Μια απλή μείωση των τιμών μπορεί να φέρει αύξηση των αφίξεων αλλά δεν πρόκειται να αυξήσει την δαπάνη των τουριστών στο μέλλον. Αυτό είναι σημαντικό γιατί οι αυξημένες δαπάνες σχετίζονται με βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών.

Σύμφωνα με τους ίδιους συγγραφείς, η μείωση των τιμών στις τουριστικές επιχειρήσεις φαίνεται να επηρεάζει θετικά τον τουρισμό της χώρας σε σχέση με τις αφίξεις. Όμως κατά τη διάρκεια της κρίσης η Ελλάδα έχει δημιουργήσει μια κακή

εικόνα για την χώρα καταστρέφοντας τις θετικές αντιλήψεις που είχε καταφέρει να έχει μετά το τέλος των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Σαν αποτέλεσμα η αβεβαιότητα στην χώρα μπορεί να επηρεάσει αρνητικά όσους θέλουν να έρθουν στην χώρα, καθώς η αβεβαιότητα σημαίνει και ρίσκο. Άρα πάντα υπάρχει αυτός ο κίνδυνος.

Την κατάσταση που επικρατεί με την οικονομική κρίση και την αβεβαιότητα φαίνεται να την εκμεταλλεύονται οι τουρ οπερέιτορς. Αυτοί πιέζουν τις τουριστικές επιχειρήσεις να δεχτούν μειωμένες πηγές για να τους φέρουν πελατεία. Εάν οι τουριστικές επιχειρήσεις συνεχίσουν να συμφωνούν σε αυτές τις πιέσεις τότε ο εισερχόμενος τουρισμός είναι πιθανό να ανεβαίνει σε αφίξεις, αλλά οι εισπράξεις μπορεί να μην κάνουν το ίδιο. Αυτό συμβαίνει τα τελευταία χρόνια, όπου η κατά κεφαλή δαπάνη των τουριστών στην χώρα μας μειώνεται κάθε χρόνο, από 730 ευρώ το 2008 σε 552 ευρώ το 2014.

Σχετικά με τον εσωτερικό τουρισμό στην Ελλάδα, ο οποίος είναι πολύ δύσκολο να μετρηθεί, η κρίση στην χώρα έχει δημιουργήσει ένα φαινόμενο που ονομάζεται 'staycation'. Αυτός ο όρος χρησιμοποιείται για να περιγράψει το φαινόμενο όπου οι άνθρωποι προτιμάνε να μην ταξιδέψουν κάπου αλλά να παραμείνουν (stay) σπίτι τους για να γλυτώσουν τα χρήματα που θα ξόδευαν. Ακόμα οι Έλληνες που έμεναν σε ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα διαμονής, φαίνεται τώρα να προτιμούν να μένουν σε σπίτια φίλων και συγγενών για τις διακοπές τους.

3.5 Οικονομική κρίση και στρατηγική τουριστικών επιχειρήσεων

Όπως φαίνεται από όσα παρουσιάστηκαν σε αυτό το κεφάλαιο, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο τουρισμός είναι ένα μεγάλο και καθοριστικό κομμάτι της οικονομικής ζωής στην χώρα μας. Εξαιτίας της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, που δεν χτυπάει μόνο την Ελλάδα αλλά και ολόκληρο τον κόσμο, ο τουρισμός δέχεται αρνητικές επιδράσεις. Η Ελλάδα βέβαια επειδή έχει πλούσιο πολιτισμό, πολύ καλό κλίμα και φυσικές ομορφιές πρέπει να δυναμώσει τον τουρισμό της ώστε να παραμείνει ένας από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς. Η ανάπτυξη αυτή του τουρισμού μπορεί να ενισχύσει την Ελληνική οικονομία τις δύσκολες ημέρες που ζούμε.

Φυσικά οι επιπτώσεις της κρίσης στον τουρισμό, επηρεάζουν και τις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις με την σειρά τους για να αντιμετωπίσουν τις επιπτώσεις της κρίσης, πρέπει να αναπτύξουν με προσοχή τις στρατηγικές τους. Σύμφωνα με τους Antonova και Zapletanova (2014), η στρατηγική στις τουριστικές επιχειρήσεις τον καιρό μιας οικονομικής κρίσης είναι: το σύνολο των αποφάσεων και των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης, που αφορούν τον τρόπο διοίκηση της επιχείρησης, με σκοπό την δημιουργία/διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και την αντιμετώπιση των επιπτώσεων και την διαχείριση της κρίσης. Οι ίδιοι συγγραφείς εξηγούν ότι οι στρατηγικές αυτές δεν είναι απαραίτητο να συνδέονται με αρνητικές κινήσεις, αλλά μπορεί να σχετίζονται και με ευκαιρίες που εμφανίζονται. Σε σχέση με αυτές τις πληροφορίες, η έρευνα της εργασίας εξετάζει τους τρόπους με τους οποίους οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αντιδρούν και λειτουργούν για να αντιμετωπίσουν την κρίση, σε σχέση με τις στρατηγικές τους. Το κεφάλαιο που ακολουθεί παρουσιάζει την μεθοδολογία της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΕΡΕΥΝΑ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

4.1 Εισαγωγή του κεφαλαίου

Σύμφωνα με το βιβλίο του Bryman (2004) για την μεθοδολογία της έρευνας, μια ολοκληρωμένη και πλήρης έρευνα πρέπει να βασίζεται σε δύο στοιχεία: (α) στο σχετικό θεωρητικό υπόβαθρο και (β) στο εμπειρικό κομμάτι. Η σύνδεση μεταξύ αυτών των δύο είναι η μεθοδολογία της έρευνας. Έτσι λοιπόν ο στόχος της μεθοδολογίας είναι να συνδέσει την θεωρία με την έρευνα και να παρουσιάσει τις μεθοδολογικές επιλογές που έγιναν. Στις επόμενες σελίδες εξετάζονται μια σειρά από μεθοδολογικά ζητήματα που αφορούν τον τρόπο με τον οποίο έγινε η έρευνα. Μετά από αυτή την παρουσίαση ακολουθούν τα αποτελέσματα της έρευνας. Έχοντας ολοκληρώσει την εξέταση της σχετικής βιβλιογραφίας και έχοντας παρουσιάσει τις σχετικές θεωρητικές πληροφορίες, θα λέγαμε ότι το συγκεκριμένο κεφάλαιο αφορά το εμπειρικό κομμάτι που αναφέρει ο Bryman (2004).

4.2 Δευτερογενής και πρωτογενής έρευνα

Σύμφωνα με τον Πετράκη (2006), υπάρχουν δύο βασικά είδη έρευνας ανάλογα με τον τρόπο συλλογής στοιχείων. Η δευτερογενής έρευνα βασίζεται σε πληροφορίες που ήδη υπάρχουν σε διάφορες πηγές, όπως άρθρα, μελέτες και έρευνες, βιβλία, κλπ. Αντίθετα η πρωτογενής έρευνα έχει να κάνει με την συλλογή πληροφοριών απευθείας

από την τουριστική αγορά και για αυτό τον λόγο θεωρούνται πρωτότυπες πληροφορίες που έχουν σκοπό να ερευνήσουν ένα τουριστικό πρόβλημα. Η συλλογή των πρωτογενών αυτών στοιχείων μπορεί να γίνει με διαφορετικές μεθόδους, όπως με την χρήση ερωτηματολογίων, με συνεντεύξεις, με την μέθοδο της παρατήρησης και άλλες μεθόδους.

Αν ο ερευνητής γνωρίζει ή μπορεί να εντοπίσει τις πηγές από τις οποίες θα αναζητήσει πληροφορίες και στοιχεία, η δευτερογενής έρευνα θεωρείται πιο εύκολη σαν διαδικασία. Δεν απαιτεί ιδιαίτερο κόστος πέρα από τον χρόνο που χρειάζεται για να συγκεντρωθούν οι πληροφορίες. Όμως σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (1996) εάν κάποιος δεν ελέγξει την αξιοπιστία των πηγών που χρησιμοποιεί, τότε μπορεί να οδηγηθεί σε λάθος και μη έγκυρα συμπεράσματα. Σε σχέση με την δευτερογενή έρευνα, η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία χρησιμοποίησε διάφορες πηγές όπως βιβλία, επιστημονικά άρθρα και εκθέσεις (reports). Ιδιαίτερα χρήσιμες σε αυτή την προσπάθεια για τα βιβλία ήταν η υπηρεσία Google Books (<https://books.google.gr/>) και για τα επιστημονικά άρθρα οι ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες έρευνας www.sciencedirect.com και www.emeraldinsight.com που περιέχουν πολλά χρήσιμα επιστημονικά περιοδικά στον τουρισμό. Τα βιβλία και τα επιστημονικά άρθρα θεωρούνται έγκυρες πηγές και το ίδιο ισχύει και για τις συγκεκριμένες ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες. Άλλες πληροφορίες βρέθηκαν σε γνωστές εφημερίδες (π.χ. το Βήμα), φορείς (π.χ. ΣΕΤΕ) και ειδησεογραφικά πρακτορεία (π.χ. Euronews). Με αυτό τον τρόπο η σπουδάστρια προσπάθησε να αποφύγει το πρόβλημα της εγκυρότητας των συμπερασμάτων που αναφέρει ο Ηγουμενάκης (1996).

Αντίθετα η πρωτογενής έρευνα απαιτεί χρόνο για να συγκεντρωθούν οι πληροφορίες και να αναλυθούν. Επίσης ανάλογα με την μέθοδο που επιλέγεται μπορεί να είναι και πιο δαπανηρή, π.χ. στην περίπτωση που πρέπει να εκτυπωθούν και να ταχυδρομηθούν πολλά ερωτηματολόγια. Όσα ακολουθούν αφορούν την πρωτογενή έρευνα που έγινε για τον σκοπό αυτής της πτυχιακής εργασίας όπως παρουσιάζεται στην επόμενη ενότητα.

4.3 Σκοπός και ερευνητικοί στόχοι της εργασίας

Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμο να επαναλάβουμε τον γενικό σκοπό και τους ερευνητικούς στόχους της εργασίας, που έχουν ήδη αναφερθεί στο πρώτο κεφάλαιο. Σε σχέση με τα παραπάνω, η εργασία έχει ως σκοπό να ερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις διαμορφώνουν/αλλάζουν τις στρατηγικές διοίκησης τους για να αντιμετωπίσουν την οικονομική κρίση. Οι ερευνητικοί στόχοι είναι:

4. Να παρουσιαστούν τα διαφορετικά είδη κρίσεων και ο τρόπος που επηρεάζουν τον τουρισμό.
5. Να εξεταστεί η τρέχουσα οικονομική κρίση στην Ελλάδα και ο αντίκτυπος της στον ελληνικό τουρισμό.
6. Να ερευνηθούν οι απόψεις διευθυντικών στελεχών ξενοδοχείων για τον τρόπο με τον οποίο η οικονομική κρίση έχει επιφέρει αλλαγές στις στρατηγικές διοίκησης που ακολουθούν.

Ο σκοπός της δευτερογενούς έρευνας ήταν να προσφέρει τη θεωρία για την εργασία και σχετίζεται με τους δύο πρώτους στόχους της εργασίας. Η έρευνα που ακολουθεί αποτελεί μια πρωτογενή έρευνα και σχετίζεται με τον τρίτο στόχο της εργασίας.

4.4 Πρωτογενής έρευνα: ποσοτική και ποιοτική

Όπως γράφει ο Χρήστου (1999), οι δύο βασικές προσεγγίσεις στην πρωτογενή έρευνα είναι η ποιοτική και η ποσοτική προσέγγιση συλλογής πρωτογενών στοιχείων. Η ποιοτική έρευνα στοχεύει στην διερεύνηση και κατανόηση σε βάθος των εξεταζόμενων φαινομένων. Σύμφωνα με τον Bryman (2004) η ποιοτική έρευνα επιτρέπει μια βαθύτερη διερεύνηση που μπορεί να προσφέρει πολλά δεδομένα, που όμως θα πρέπει να ερμηνευθούν σωστά από τον ερευνητή. Το πρόβλημα εδώ είναι ότι ο ερευνητής αναλύοντας τις πληροφορίες που έχει συγκεντρώσει, μπορεί χωρίς να το θέλει να τα ερμηνεύσει βάσει των δικών του απόψεων. Για αυτό η ανάλυση των ποιοτικών δεδομένων πρέπει να γίνεται με μεγάλη προσοχή. Ο ερευνητής έχει προσωπική συμμετοχή στην ποιοτική έρευνα, π.χ. όταν παίρνει συνεντεύξεις.

Αντίθετα η ποσοτική έρευνα βασίζεται στην χρήση στατιστικής ανάλυσης και για αυτό λέμε ότι είναι περισσότερο αντικειμενική. Στην ποσοτική έρευνα στόχος είναι μέσα από στατιστικά τεστ να ανακαλυφθούν οι σχέσεων ανάμεσα σε μεταβλητές. Σε την προσέγγιση χρησιμοποιούνται μεγάλα δείγματα. Ο ερευνητής βρίσκεται σε απόσταση από το αντικείμενο της έρευνας, π.χ. όταν στέλνει τα ερωτηματολόγια ταχυδρομικώς. Αυτό επιτρέπει να βγουν αποτελέσματα και συμπεράσματα που βασίζονται στην λογική της στατιστικής και δεν υπάρχει υποκειμενικότητα. Βέβαια, έχει ως βασική αδυναμία το γεγονός ότι συγκεντρώνει τυποποιημένα δεδομένα που δεν είναι τόσο πλούσια όσο τα ποιοτικά.

Αν συγκρίνουμε τις δύο προσεγγίσεις, θα δούμε ορισμένες διαφορές. Στην ποιοτική έρευνα ο ερευνητής αναλύει σε βάθος το αντικείμενο του προβλήματος αλλά σε πολλές περιπτώσεις ο ερευνητής συμμετέχοντας προσωπικά στην έρευνα γίνεται και ο ίδιος μέρος της με αποτέλεσμα τα συμπεράσματα του να μην είναι αντικειμενικά. Αντίθετα στην ποσοτική έρευνα ο ερευνητής βασίζεται στην λογική των αριθμών ώστε τα αποτελέσματα του να είναι αντικειμενικά αλλά δεν μπορούν να αναλύσουν σε βάθος το φαινόμενο που ερευνά. Επιπλέον η ποσοτική έρευνα χρησιμοποιεί μεγάλα δείγματα με πολλά άτομα να συμμετέχουν στην έρευνα ενώ στην ποιοτική έρευνα χρησιμοποιούνται μικρά δείγματα.

Στην συγκεκριμένη εργασία η επιλογή ήταν η ποιοτική έρευνα. Αυτό έγινε γιατί οι Saunders et al. (2007) αναφέρουν ότι όταν μια έρευνα αφορά στρατηγικά ζητήματα των επιχειρήσεων και γίνεται στο εσωτερικό τους, τότε η ιδανική ερευνητική προσέγγιση είναι αυτή της ποιοτικής έρευνας. Ο λόγος είναι ότι από την φύση του σε ένα τέτοιο θέμα το δείγμα είναι μικρό αφού σε μια εταιρεία δεν υπάρχουν πολλά στελέχη που ασχολούνται με στρατηγικά ζητήματα. Ακόμα οι έρευνες που σχετίζονται με στρατηγικές χρειάζονται πληροφορίες για εξειδικευμένα και σημαντικά θέματα που μόνο λίγα άτομα στην διοίκηση ενός οργανισμού γνωρίζουν. Για αυτούς τους λόγους η επιλογή ήταν η ποιοτική έρευνα.

4.5 Ερευνητική μέθοδος: συνέντευξη

Η επιλογή της κατάλληλης ερευνητικής μεθόδου, τόσο στην ποιοτική όσο και στην ποσοτική έρευνα είναι πολύ σημαντική αφού μέσω αυτής συλλέγονται τα δεδομένα. Η ποιοτική έρευνα χρησιμοποιεί κυρίως τις προσωπικές συνεντεύξεις. Η διαδικασία

είναι βασικά μια πρόσωπο με πρόσωπο συνέντευξη, στην οποία ο ερευνητής μπορεί να ζητήσει περισσότερες λεπτομέρειες όπου κρίνει απαραίτητο. Αυτό επιτρέπει στον ερευνητή να αποκτήσει μια πιο βαθιά κατανόηση του θέματος που ερευνά. Έτσι για αυτή την εργασία χρησιμοποιήθηκαν συνεντεύξεις με διευθυντικά στελέχη ξενοδοχείων. Οι συνεντεύξεις είχαν ουσιαστικά την μορφή μιας συζήτησης μεταξύ στελεχών και της σπουδάστριας. Οι συνεντεύξεις έδωσαν την ευκαιρία σε όσους συμμετείχαν σε αυτές να μιλήσουν ελεύθερα και να εκφράσουν τις απόψεις τους χωρίς περιορισμούς.

Επειδή μια πρόσωπο-με-πρόσωπο επαφή ανάμεσα στους ενδιαφερόμενους, μπορεί να δημιουργήσει ένα κλίμα εμπιστοσύνης, προτιμήθηκε αυτή η προσέγγιση και όχι οι τηλεφωνικές συνεντεύξεις. Οι συνεντεύξεις δεν είχαν συγκεκριμένη δομή αλλά προτιμήθηκε μια πιο ανοιχτή προσέγγιση συζήτησης. Η σπουδάστρια ενημέρωσε τους συμμετέχοντες για το θέμα της εργασίας και τους ερευνητικούς στόχους και εκείνοι έδωσαν τις απαντήσεις. Αυτή η προσέγγιση ήταν αναγκαία γιατί οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι δεν είχαν τον χρόνο για μια συνέντευξη με πολλές ερωτήσεις που θα κράταγε πολύ χρόνο. Ακόμα η σπουδάστρια λόγω της θέσης της, δεν μπορούσε και δεν ήταν σωστό να επιβάλει στους συμμετέχοντες αυστηρά σημεία συζήτησης. Επιπλέον το ζήτημα της στρατηγικής μιας επιχείρησης είναι ευαίσθητο και οι συμμετέχοντες ζήτησαν να μπορούν να κατευθύνουν αυτοί το περιεχόμενο των συνεντεύξεων. Το να γίνονται ερωτήσεις στις οποίες δεν θα υπήρχε απάντηση θα δημιουργούσε ένα αρνητικό κλίμα. Βέβαια οι συνεντεύξεις δεν ξέφυγαν από τα ζητήματα που αφορούν την εργασία. Όταν υπήρχαν απορίες από την σπουδάστρια, ζητούσε αν μπορούν να δώσουν περισσότερες λεπτομέρειες.

4.6 Αποτελέσματα της έρευνας

Ο πληθυσμός μιας έρευνας είναι το σύνολο των ατόμων που αποτελούν το τμήμα του πληθυσμού που θέλουμε να ερευνήσουμε. Στις περισσότερες έρευνες δεν είναι δυνατό να συμμετέχει το σύνολο του πληθυσμού επειδή είναι πολύ μεγάλο. Ακόμα σε πολλές έρευνες, όπως και σε αυτή που είναι για μια πτυχιακή εργασία, υπάρχουν περιορισμοί σε χρόνο και χρήμα. Για το λόγο γίνεται η επιλογή ενός δείγματος, ενός μέρους δηλαδή από τον πληθυσμό.

Η συγκεκριμένη έρευνα έγινε σε ένα στενό πλαίσιο. Αυτό είναι το πλαίσιο που αναφέρεται σε στελέχη που σχετίζονται με την στρατηγική διοίκηση ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Για αυτό τον λόγο αυτό το δείγμα της εργασίας μου αποτελείται από εννιά διευθυντικά στελέχη δύο μεγάλων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που ανήκουν σε ξενοδοχειακό όμιλο. Το πρώτο ξενοδοχείο είναι Exclusive Hotel πέντε αστέρων και βρίσκεται στην Αττική ενώ το δεύτερο είναι τύπου Resort πέντε αστέρων, το οποίο αποτελείται από τέσσερις ξενοδοχειακές μονάδες και βρίσκεται στην Πελοπόννησο. Πιο συγκεκριμένα μέρος στις συνεντεύξεις πήραν οι Γενικοί Διευθυντές και οι Διευθυντές Προσωπικού και των δύο επιχειρήσεων (τέσσερα άτομα). Μόνο από το Resort συμμετείχαν ο Οικονομικός Διευθυντής, οι Διευθυντές δύο ξενοδοχείων του, ο Διευθυντής Μάρκετινγκ/Πωλήσεων και η Guest Relations Manager (πέντε άτομα).

Θα πρέπει να σημειώσω ότι επειδή τον καιρό που έγιναν οι συνεντεύξεις εργαζόμουν σε μια από τις δύο επιχειρήσεις, έδωσα μεγάλη προσοχή στην προσέγγιση του δείγματος ακολουθώντας μια σειρά από κανόνες που αφορούν την ηθική της έρευνας.

- Ακολούθησα την επιθυμία των στελεχών για ανωνυμία, τόσο δική τους όσο και των επιχειρήσεων αλλά και του ομίλου. Η συμφωνία μου σε αυτό το ζήτημα ήταν απαραίτητη προϋπόθεση για την συμμετοχή τους στην έρευνα μου.
- Επίσης μετά από επιθυμία των στελεχών καμία συνέντευξη δεν μαγνητοφωνήθηκε και η σπουδάστρια κράταγε μόνο σημειώσεις.
- Τα στελέχη μπορούσαν να αποχωρήσουν από την συνέντευξη όποτε το επιθυμούσαν γιατί είχαν πολύ περιορισμένο χρόνο.
- Τα στελέχη ζήτησαν τα αποτελέσματα της έρευνας να χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της πτυχιακής μου εργασίας.

Όλα αυτά συμφωνήθηκαν πριν τις συνεντεύξεις και έτσι εξασφαλίστηκε η συμμετοχή των στελεχών και δημιουργήθηκε ένα κλίμα εμπιστοσύνης. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν τον Σεπτέμβριο του 2015 και λόγω του περιορισμένου χρόνου των στελεχών δεν είχαν μεγάλη διάρκεια αλλά κράτησαν γύρω στα 20 λεπτά. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να μην συγκεντρωθούν πάρα πολλά στοιχεία αλλά σε κάθε περίπτωση αν λάβει κανείς υπόψη του την δυσκολία πρόσβασης σε διευθυντικά στελέχη οι συνεντεύξεις ήταν ικανοποιητικές και τα αποτελέσματα παρουσιάζουν ενδιαφέρον.

Μετά το τέλος των συνεντεύξεων η σπουδάστρια καθарόγραψε και διάβασε τις σημειώσεις της πολλές φορές για να βρει σημαντικά και κοινά ζητήματα μέσα στις απαντήσεις των στελεχών. Κατά τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας η σπουδάστρια ανακάλυψε ότι τα θέματα που βγαίνουν από τις συνεντεύξεις μπορούσαν να κατηγοριοποιηθούν σε οχτώ βασικές κατηγορίες: (1) διοίκηση ανθρώπινου

δυναμικού, (2) πελατεία και τιμολογιακή πολιτική, (3) διαφήμιση, (4) επενδύσεις, (5) νέες πηγές εσόδων και (6) πρόγραμμα membership.

Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στη βάση αυτών των κατηγοριών όπου κάτω από την καθεμία περιγράφονται όσα προέκυψαν από τις συνεντεύξεις συγκεντρωτικά. Πρέπει να σημειωθεί ότι τα στελέχη ανέφεραν ότι το αν μια στρατηγική είναι «σωστή» είναι κάτι που θα φανεί μακροπρόθεσμα. Σε αυτή τη φάση της οικονομικής κρίσης λειτουργούν και κατευθύνουν την στρατηγική της επιχείρησης όπως κρίνουν ότι είναι το συμφέρον για αυτή κάνοντας αυτό που πιστεύουν ότι είναι το «σωστό» βάσει της εμπειρίας τους και της φιλοσοφίας του ομίλου.

4.6.1 Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού

Σύμφωνα με τα στελέχη γενικά μπορούμε να πούμε ότι ο ξενοδοχειακός κλάδος στην χώρα μας έχει δεχτεί αρκετά σημαντικές επιπτώσεις από την οικονομική κρίση. Συγκεκριμένα, μετά την επιβολή της έκτακτης εισφοράς πείστηκε η ρευστότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Σε συνδυασμό και με την μείωση της χρηματοδότησης από τις ελληνικές τράπεζες ο ξενοδοχειακός κλάδος βρέθηκε σε δύσκολη θέση. Σε σχέση με τον συγκεκριμένο όμιλο αξίζει να πούμε ότι τα στελέχη ανέφεραν ότι την μεγαλύτερη πίεση δέχεται το ξενοδοχείο στην Αθήνα κυρίως εξαιτίας της κακής εικόνας της πόλης σε σχέση με άλλους προορισμούς αλλά και αυτό στην Κω εξαιτίας του προσφυγικού ζητήματος.

Τα δεδομένα αυτά σίγουρα οδηγούν πολλές ξενοδοχειακές μονάδες σε οικονομικά προβλήματα και στα πλαίσια της προσπάθειας τους για επιβίωση, η μείωση των λειτουργικών τους εξόδων είναι μάλλον αναγκαστική πρακτική. Ωστόσο όπως μας

ανέφεραν στις συνεντεύξεις, υπάρχει ο κίνδυνος η υπερβολική μείωση του κόστους, π.χ. μέσα από την μείωση του αριθμού του προσωπικού ή την προσφορά λιγότερων υπηρεσιών, να οδηγήσει σε αρνητικά αποτελέσματα. Οι συνεχείς μειώσεις μπορούν να δημιουργήσουν αρνητικό κλίμα στην επιχείρηση αλλά και σε ολόκληρο τον όμιλο, δημιουργώντας ανασφάλεια στο προσωπικό, μειωμένο ηθικό και μείωση της ποιότητας. Η μείωση της ποιότητας είναι κάτι που πρέπει να αποφεύγεται με κάθε τρόπο γιατί τελικά βλάπτει την εικόνα των ξενοδοχείων και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα τους. Για αυτό τον λόγο οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις δεν προχώρησαν σε μείωση του αριθμού του προσωπικού αλλά διατήρησαν τον ίδιο αριθμό εργαζομένων. Οι μειώσεις στους μισθούς ήταν μικρές και οι επιχειρήσεις προσπαθούν πλέον να επωφεληθούν από ευέλικτες μορφές εργασίας (μερική απασχόληση) και καλύτερο προγραμματισμό για τις αναγκαίες θέσεις εργασίας ανάλογα με την χρονική περίοδο (π.χ. χαμηλή σεζόν και υψηλή σεζόν). Επίσης οι επιχειρήσεις φαίνεται να στρέφονται ολοένα και περισσότερο στην κάλυψη θέσεων με σπουδαστές που κάνουν την πρακτική τους άσκηση.

Σε ερώτηση της σπουδάστριάς για την αρνητική επίπτωση των μειώσεων μισθών στην ψυχολογία των εργαζομένων, τα στελέχη απάντησαν ότι πράγματι αυτό ισχύει. Για αυτό τον λόγο θεώρησαν ότι η διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού έχει ακόμα σημαντικότερο ρόλο μέσα στην οικονομική κρίση γιατί πρέπει μέσα από την εσωτερική επικοινωνία να αντιμετωπίσει τον φόβο και την ανασφάλεια που νιώθουν οι εργαζόμενοι. Επιπλέον τόνισαν ότι ένα δυσαρεστημένο προσωπικό χαλάει την εικόνα που έχει η επιχείρηση στην αγορά εργασίας, κάτι που μπορεί να είναι καταστρεπτικό στο μέλλον. Για αυτό τον λόγο είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει μια δίκαιη αντιμετώπιση του προσωπικού όσον αφορά (1) την στελέχωση μέσα από

αξιοκρατικά συστήματα επιλογής και αξιολόγησης προσωπικού, (2) την παροχή ίσων ευκαιριών στην εκπαίδευση και την εξέλιξη της επαγγελματικής σταδιοδρομίας του κάθε εργαζομένου και (3) στην ύπαρξη ενός πλαισίου αναγνώρισης και επιβράβευσης.

4.6.2 Πελατεία και τιμολογιακή πολιτική

Από τις συνεντεύξεις και τις απαντήσεις που έλαβα βγαίνει το συμπέρασμα ότι κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης πολλά ξενοδοχεία μειώνουν τις τιμές διάθεσης των δωματίων τους ώστε να μειώσουν όσο το δυνατό λιγότερο τις απώλειες λόγω μειωμένης ζήτησης. Αυτή είναι μια πρακτική που υιοθετήθηκε και από τα συγκεκριμένα ξενοδοχεία λόγω της κρίσης, κυρίως την χαμηλή σεζόν. Αυτές οι μειώσεις έχουν την μορφή προσφορών κυρίως στην αρχή και προς το τέλος της τουριστικής περιόδου. Μάλιστα είχαν θετικό αποτέλεσμα διευρύνοντας την πελατεία του ξενοδοχείου, κάνοντας την διαμονή δυνατή και σε πελάτες μεσαίας τάξης, ενώ τα συγκεκριμένα ξενοδοχεία απευθύνονται κυρίως σε πελάτες ανώτερων κοινωνικών τάξεων λόγω των υψηλών τιμών τους. Ένα άλλο μέτρο που έχει να κάνει με τις τιμές είναι η προσφορά έκπτωσης 10% στη διαμονή για όσους πελάτες εξοφλήσουν την διαμονή τους με μετρητά. Αυτό ενισχύει την ταμειακή ρευστότητα. Συνολικά η στρατηγική των ξενοδοχείων σε σχέση με την κρίση είναι να υπάρχει μεγαλύτερη ευελιξία και προσαρμογή στις νέες καταστάσεις.

Επίσης όπως εξήγησαν τα στελέχη, χαρακτηριστικό της τουριστικής ζήτησης των πολυτελών ξενοδοχείων του ομίλου είναι η μειωμένη εξάρτηση από την ελληνική αγορά, γιατί η πελατεία τους προέρχεται κυρίως από την διεθνή αγορά. Οι πελάτες των εξεταζόμενων ξενοδοχείων προέρχονται κυρίως από Γερμανία, Αυστρία, Ουκρανία, Ρωσία, Σουηδία, Αμερική και Γαλλία. Το χαρακτηριστικό της πελατείας

των πολυτελών αυτών ξενοδοχείων είναι ότι πρόκειται βασικά για πλούσιους πελάτες που δεν φαίνεται να έχουν επηρεαστεί έντονα από την κρίση. Ακόμα και οι Έλληνες πελάτες που συχνά είναι επαναλαμβανόμενοι πελάτες, φαίνεται να ανήκουν στην κατηγορία εκείνων που δεν έχουν επηρεαστεί πολύ από την οικονομική κρίση. Από αυτά προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι μεγάλες πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες, από την φύση της πελατείας τους αλλά και την προσέλκυση του μεγαλύτερου ποσοστού πελατών από το εξωτερικό, φαίνεται να μπορούν να αντιμετωπίσουν καλύτερα τις δυσκολίες της κρίσης σε αντίθεση με τα ξενοδοχεία χαμηλών κατηγοριών που απευθύνονται σε πελάτες χαμηλότερων εισοδημάτων.

4.6.3 Διαφήμιση

Τα στελέχη τόνισαν ότι μέσα στην οικονομική κρίση είναι πολύ σημαντικό η επιχείρηση να διατηρήσει την σταθερότητα των εσόδων της και να αποφύγει την μείωση τους. Όμως αυτό δεν μπορεί να είναι ο στρατηγικός στόχος γιατί μέσα σε δύσκολες οικονομικές συνθήκες είναι αδύνατο να υπάρξει σταθερότητα στο πελατολόγιο και στα έσοδα μιας επιχείρησης. Όσο και αν πρόκειται για πλούσιους πελάτες, πάντα μέσα σε μια οικονομική κρίση υπάρχει ο κίνδυνος να μειωθεί η αγοραστική δύναμη των πελατών. Έτσι το να μην προσπαθεί η ξενοδοχειακή επιχείρηση να βρει νέους πελάτες, είναι σίγουρο ότι θα οδηγήσει σε μείωση των εσόδων.

Αν και μέσα στις δυσκολίες της κρίσης είναι πολύ δύσκολο να διατεθούν χρήματα για διαφήμιση και προβολή, από τις συνεντεύξεις οι απόψεις των στελεχών ήταν ότι η προβολή την σημερινή εποχή είναι πιο απαραίτητη από κάθε άλλη φορά. Σύμφωνα με όσα ανέφεραν, σήμερα που οι συνθήκες είναι πιο δύσκολες, η διαφήμιση και η

προβολή μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης, επειδή πολύ λίγοι ακολουθούν τον δρόμο αυτό έχει πολύ περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας. Για αυτό τον λόγο ο όμιλος όχι απλά δεν μειώνει τα έξοδα για διαφήμιση των ξενοδοχείων του αλλά φαίνεται και να ενισχύει την διαφημιστική στρατηγική του, με αυξημένο προϋπολογισμό σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Η διαφήμιση έχει σαν στόχο να διατηρήσει μια ελκυστική εικόνα για τα ξενοδοχεία του ομίλου σε μια εποχή όπου οι πελάτες λόγω της κρίσης συνηθίζουν να είναι πιο προσεχτικοί με τα έξοδα τους και συγκρίνουν τιμές από διαφορετικές επιχειρήσεις.

4.6.4 Επενδύσεις

Στις συνεντεύξεις έγινε αναφορά και στο ζήτημα των επενδύσεων που αφορά τις αποφάσεις του ομίλου για τα ξενοδοχεία του. Παρά τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες τα στελέχη μας ανέφεραν ότι ο όμιλος συνεχίζει να επενδύει χρήματα για την βελτίωση και ανακαίνιση των ξενοδοχείων που υπάρχουν ήδη αλλά και για την δημιουργία νέων ξενοδοχείων. Οι επενδύσεις αυτές αφορούν κυρίως την Κρήτη, την Πελοπόννησο, την Μύκονο, την Κέρκυρα και την Χαλκιδική. Σύμφωνα με τα στελέχη, οι επενδύσεις αυτές ωφελούν τον όμιλο αλλά αποτελούν και στήριξη της οικονομίας της χώρας σε μια δύσκολη περίοδο, με τις επενδύσεις να γίνονται στην περιφέρεια.

4.6.5 Νέες πηγές εσόδων

Στις συνεντεύξεις έγινε σύντομο σχόλιο στην ανάγκη να βρεθούν τρόποι για την δημιουργία νέων εσόδων. Τα ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην έρευνα διαθέτουν πολλές υπηρεσίες, όπως εστιατόρια, spa, water sports, κλπ. αλλά σε αυτές προστέθηκαν κάποιες νέες υπηρεσίες όπως μαθήματα ξένων γλωσσών και μαθήματα

ποδοσφαίρου. Αυτές οι νέες υπηρεσίες, αν και δεν έχουν μεγάλα περιθώρια κέρδους όπως τα δωμάτια, μπορούν να προσφέρουν έξτρα έσοδα για να βοηθήσουν το ξενοδοχείο να συντηρηθεί όταν δεν υπάρχει υψηλή ζήτηση.

4.6.6 Πρόγραμμα membership

Σε περιόδους μειωμένης ζήτησης λόγω της κρίσης προσφέρονται πλέον περισσότερα προνόμια σε όσους έχουν member card του ομίλου. Έτσι ο αριθμός των πόντων που απαιτούνται για μια δωρεάν διανυκτέρευση μπορεί να μειωθεί για ένα περιορισμένο χρονικό διάστημα ή όσοι έχουν member card να έχουν έκπτωση σε υπηρεσίες spa. Αυτή η στρατηγική έμφασης στο πρόγραμμα membership του ομίλου έχει δύο οφέλη. Πρώτον φέρνει κόσμο στο ξενοδοχείο και αυξάνει την πιθανότητα να ξοδέψουν χρήματα και σε άλλες υπηρεσίες. Δεύτερον διατηρεί την επαφή με τους πιστούς πελάτες των ξενοδοχείων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

5.1 Συμπεράσματα

Ο τουρισμός είναι ένας πολύ σημαντικός κλάδος για πολλές χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα. Ωστόσο είναι και ένας κλάδος που επηρεάζεται σημαντικά από διάφορα γεγονότα που οδηγούν σε κρίσεις, όπως είναι η τρομοκρατία, τα ατυχήματα και οι φυσικές καταστροφές. Όπως φανέρωσε η εξέταση της σχετικής βιβλιογραφίας, πολλές φορές οι κρίσεις αυτές έχουν αρνητικές συνέπειες για τους τουριστικούς προορισμούς για μεγάλα χρονικά διαστήματα, ακόμα και χρόνια.

Σε αυτά τα πλαίσια, το Κεφάλαιο 2 παρουσίασε μια σειρά από αληθινά παραδείγματα κρίσεων που επηρέασαν τον τουριστικό τομέα και με αυτό τον τρόπο προσπάθησε να ικανοποιήσει τον πρώτο ερευνητικό στόχο της εργασίας. Αυτό που προκύπτει από την ανάλυση της βιβλιογραφίας είναι ότι όταν συμβαίνει ένα γεγονός που οδηγεί σε κρίση, οι τουρίστες είναι πολύ πιθανό να αναβάλουν το ταξίδι τους στον συγκεκριμένο προορισμό, να ταξιδέψουν αλλού ή και να μην ταξιδέψουν καθόλου. Το ζήτημα είναι ότι οι κρίσεις μειώνουν την αίσθηση ασφάλειας των τουριστών και αντίθετα αυξάνουν την αίσθηση κινδύνου. Φυσικά ο τρόπος αντίδρασης του κάθε τουρίστα μπορεί να είναι διαφορετικός και εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά του. Ωστόσο είναι γενική διαπίστωση ότι οι τουρίστες προτιμούν να πηγαίνουν σε τουριστικούς προορισμούς όπου δεν αντιμετωπίζουν κρίσεις και σχετικά προβλήματα και σε αυτές οι διακοπές τους θα είναι χωρίς κινδύνους.

Μια από τις μορφές κρίσεων που δημιουργούν σημαντικά προβλήματα στον τουρισμό είναι και οι οικονομικές κρίσεις. Έτσι σε αυτά τα πλαίσια το Κεφάλαιο 3, προσπαθώντας να ικανοποιήσει τον δεύτερο στόχο της εργασίας, αναφέρθηκε ειδικά στις οικονομικές κρίσεις αλλά και στην σημερινή οικονομική κρίση που ταλαιπωρεί την χώρα μας και στις συνέπειες της για τον τουρισμό. Σε γενικές γραμμές φαίνεται ότι οι οικονομικές κρίσεις επηρεάζουν τον τουρισμό επειδή έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, γιατί συνήθως μέσα στην κρίση τα εισοδήματα τους μειώνονται. Η οικονομική κρίση δηλαδή συνήθως οδηγεί σε αποφάσεις περικοπών, όπου οι τουρίστες μπορεί να ταξιδεύουν λιγότερο σε σχέση με ότι έκαναν πριν από την κρίση ή ακόμα και να μην ταξιδεύουν καθόλου. Για παράδειγμα στην Ελλάδα πολλοί είναι αυτοί που πλέον προτιμάνε να περνάνε τις διακοπές τους σε εξοχικά σπίτια συγγενών και φίλων. Επίσης στην χώρα μας πολλοί είναι αυτοί που μένουν στο σπίτι τους προκειμένου να μην κάνουν έξοδα και έτσι μιλάμε για το φαινόμενο του «staycation».

Σε κάθε περίπτωση οι επιπτώσεις της κρίσης στον τουρισμό, επηρεάζουν και τις τουριστικές επιχειρήσεις. Σήμερα που η οικονομική κρίση ταλαιπωρεί την Ελλάδα, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σαν βασικό συστατικό στοιχείο της τουριστικής βιομηχανίας αποτελούν έναν κλάδο ο οποίος έχει επηρεαστεί σημαντικά και πρέπει να ανταποκριθεί στις νέες συνθήκες. Τα ξενοδοχεία, αλλά και όλες οι τουριστικές επιχειρήσεις, για να αντιμετωπίσουν τις επιπτώσεις της κρίσης, πρέπει να αναπτύξουν με προσοχή τις στρατηγικές τους.

Σε σχέση με αυτό το γεγονός πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα για να ερευνηθούν οι απόψεις διευθυντικών στελεχών ξενοδοχείων για τον τρόπο με τον οποίο η οικονομική κρίση έφερε αλλαγές στις στρατηγικές διοίκησης που ακολουθούν. Η πρωτογενής έρευνα δηλαδή πραγματοποιήθηκε για να ικανοποιήσει τον τρίτο ερευνητικό στόχο της εργασίας. Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε με συνεντεύξεις προκύπτει ότι η οικονομική κρίση έχει φέρει μια σειρά αλλαγών στις στρατηγικές των εξεταζόμενων ξενοδοχείων με σκοπό την δημιουργία/διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κρίσης. Οι αλλαγές αυτές αποτελούν μια προσπάθεια από τις επιχειρήσεις να προσαρμοστούν στις αλλαγές που συμβαίνουν και στις νέες συνθήκες της αγοράς. Έτσι στο Κεφάλαιο 4 παρουσιάστηκαν ορισμένες στρατηγικές που ακολουθούνται μέσα στην κρίση και αφορούν την διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού, την πελατεία και τιμολογιακή πολιτική, την διαφήμιση, τις επενδύσεις, νέες πηγές εσόδων και το πρόγραμμα membership. Σε αυτό το σημείο το πιο σημαντικό συμπέρασμα είναι ότι οι στρατηγικές αυτές δεν είναι απαραίτητο να συνδέονται με αρνητικές κινήσεις, αλλά μπορεί να σχετίζονται και με ευκαιρίες που εμφανίζονται.

5.2 Περιορισμοί και προτάσεις για μελλοντικές έρευνες

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία ασχολήθηκε με ένα πολύ ενδιαφέρον. Ωστόσο όπως και σε κάθε εργασία και έρευνα υπήρξαν ορισμένοι περιορισμοί. Το θέμα της στρατηγικής φαίνεται να είναι ένα δύσκολο θέμα για συζήτηση με τα στελέχη να μην θέλουν να φανερώσουν πολλές σχετικές πληροφορίες. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα η συζήτηση να κατευθυνθεί περισσότερο από αυτούς και όσα ήθελαν να πουν. Επίσης τα διευθυντικά στελέχη έχουν περιορισμένο χρόνο και ως αποτέλεσμα οι συνεντεύξεις είχαν μικρή διάρκεια και έτσι είναι πιθανό να μην συγκεντρώθηκαν

πολύ πλούσιες πληροφορίες. Πρέπει ακόμα να σημειωθεί ότι η πρόσβαση σε διευθυντικά στελέχη είναι δύσκολη και στην συγκεκριμένη εργασία έπρεπε να τηρηθούν ορισμένα αιτήματα τους προκειμένου να συμμετέχουν στις συνεντεύξεις (πλήρης ανωνυμία τόσο για τον όμιλο όσο και για τα στελέχη και να μην μαγνητοφωνηθούν οι συνεντεύξεις). Πέρα όμως από αυτούς τους περιορισμούς τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζουν σημαντικό ενδιαφέρον για ένα θέμα που δεν φαίνεται να έχει ερευνηθεί πολύ στην βιβλιογραφία. Φυσικά πρέπει να σημειώσουμε ότι τα αποτελέσματα αυτά ισχύουν μόνο για τα εξεταζόμενα ξενοδοχεία και δεν ισχύουν απαραίτητα και για άλλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

Για να ξεπεράσουν αυτούς τους περιορισμούς μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να προσπαθήσουν να έχουν μεγαλύτερο δείγμα τόσο στελεχών όσο και ξενοδοχείων. Ενδιαφέρον θα είχε η εξέταση ξενοδοχείων και από άλλες μικρότερες κατηγορίες. Η έρευνα θα μπορούσε να γίνει και σε διαφορετικές περιοχές. Για παράδειγμα θα είχε ενδιαφέρον μια σχετική έρευνα στην Αθήνα, που φαίνεται να αντιμετωπίζει μεγαλύτερα προβλήματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

ΑΝΔΡΙΩΤΗΣ, Κ. (2005). Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός. Αθήνα: Σταμούλης.

ΒΑΓΙΟΝΗΣ, Ν. (2002). Στόχοι, Πολιτικές και Μέσα Προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα. Ημερίδα του Σ.Τ.Ε. «Στόχοι, Πολιτικές και μέσα προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα, 20 Απριλίου 2002, Ρόδος.

ΒΕΛΙΣΣΑΡΙΟΥ, Ε., ΚΑΡΑΧΟΝΤΖΙΔΗΣ, Δ. & ΚΟΜΝΗΝΑΚΗΣ, Μ. (2000). Εισαγωγή στο Μάνατζμεντ του Τουρισμού και των Τουριστικών Επιχειρήσεων. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ, Ν. (1996). Τουριστικό Μάρκετινγκ. Αθήνα: Interbooks.

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ, Ν. (1997). Τουριστική Οικονομία: Τόμος Β. Αθήνα: Interbooks.

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ, Ν., ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ, Κ. & ΛΥΤΡΑΣ, Π. (1998). Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αθήνα: Interbooks.

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ (2013). Εξελίξεις στον Τουρισμό και στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας το 2012. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/G_R_GreekToursmHotels2013.pdf [πρόσβαση 22 Αυγούστου 2015].

ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (2016). Η Πτώση του Airbus Βύθισε τον Αιγυπτιακό Τουρισμό. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://www.kathimerini.gr/848411/article/oikonomia/die8nhs-oikonomia/h->

- [ptwsh-toy-airbus-vy8ise-ton-aigyptiako-toyrismo](#) [πρόσβαση 21 Φεβρουαρίου 2016].
- ΚΟΤΙΟΣ, Α. & ΠΑΥΛΙΔΗΣ, Γ. (2012). Διεθνείς Οικονομικές Κρίσεις. Αθήνα: Rosili.
- ΜΑΝΟΣ, Τ. (2005). Ο τυφώνας Κατρίνα στις ΗΠΑ το 2005. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: http://www.globalusers.com/globaluser_gr/tifon1.htm [πρόσβαση 16 Αυγούστου 2015].
- ΜΠΑΜΠΙΝΙΩΤΗΣ Γ. (2002). Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας. Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας.
- ΜΥΛΩΝΟΠΟΥΛΟΣ, Δ. & ΜΟΙΡΑ, Π. (2007). Η Ταξιδιωτική Οδηγία στο Διεθνές Περιβάλλον του Τουρισμού. Αγορά Χωρίς Σύνορα, Ινστιτούτο Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων, 12(4): 371-388.
- ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ (2015). Σεισμός στο Νεπάλ. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://www.naftemporiki.gr/stream/1204/seismos-sto-nepal> [πρόσβαση 23 Ιουλίου 2015].
- ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΚΤΗΝΙΑΤΡΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ (2006). Γρίπη των Πτηνών και η Νόσος που Μεταδίδεται στον Άνθρωπο. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://www.hva.gr/el/article.php?id=72> [πρόσβαση 30 Αυγούστου 2016].
- ΠΑΡΑΣΥΡΗΣ, Φ. (2010). Οι Πρόσφατες Κρίσεις και η Σημερινή: Μια σύγκριση. Διαθέσιμο στο Διαδίκτυο: <http://www.patris.gr/articles/188102?PHPSESSID=tdi9mju4fdf05i7523aj7j7gf6#.VwO-DUD2B-w> [πρόσβαση 12 Σεπτεμβρίου 2015].
- ΠΕΤΡΑΚΗΣ, Μ. (2006). Έρευνα Marketing: Η Ερευνητική Μεθοδολογία. Αθήνα: Σταμούλης.
- ΡΗΓΟΥΤΣΟΥ, Μ. (2014). Βαρύ Πλήγμα στην Οικονομία του Ισραήλ. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://www.dw.com/el/%CE%B2%CE%B1%CF%81%CF%8D->

[%CF%80%CE%BB%CE%AE%CE%B3%CE%BC%CE%B1-](#)

[%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-](#)

[%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%](#)

[E%AF%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-](#)

[%CE%B9%CF%83%CF%81%CE%B1%CE%AE%CE%BB/a-17792653](#)

[πρόσβαση 27 Αυγούστου 2015].

ΣΕΤΕ (2014). Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού – 2012. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

[http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/Vasika%20Megethi%20tou%20Ellinikoy%20](http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/Vasika%20Megethi%20tou%20Ellinikoy%20Tourismoy/Vasika%20Megethi%202012/)

[Tourismoy/Vasika%20Megethi%202012/](http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/Vasika%20Megethi%202012/) [πρόσβαση 22 Αυγούστου 2015].

ΣΕΤΕ (2015). Η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία το 2014.

Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

http://sete.gr/media/3004/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf

[πρόσβαση 24 Οκτωβρίου 2016].

ΤΟ ΒΗΜΑ (2015). Αίγυπτος: Επίθεση Αυτοκτονίας Κοντά στο Λούξορ. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://www.tovima.gr/world/article/?aid=711962>

[πρόσβαση 21 Φεβρουαρίου 2016].

ΧΡΗΣΤΟΥ, Ε. (1999). Έρευνα Τουριστικής Αγοράς. Αθήνα: Interbooks.

CNN GREECE (2016). Ιός Ζίκα: Προβληματισμός για τη Συμμετοχή Αθλητών στους Ολυμπιακούς του Ρίο. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

[http://www.cnn.gr/news/sports/story/20917/ios-zika-provlimatismos-gia-ti-](http://www.cnn.gr/news/sports/story/20917/ios-zika-provlimatismos-gia-ti-symmetoxi-athliton-stoys-olympiakoys-toy-rio)

[symmetoxi-athliton-stoys-olympiakoys-toy-rio](http://www.cnn.gr/news/sports/story/20917/ios-zika-provlimatismos-gia-ti-symmetoxi-athliton-stoys-olympiakoys-toy-rio) [πρόσβαση 26 Φεβρουαρίου 2016].

EURONEWS (2016). Ρωσία: 62 Νεκροί σε Συντριβή Μπόινγκ. Διαθέσιμο από το

Διαδίκτυο: <http://gr.euronews.com/2016/03/19/push-alert-boing-russia/>

[πρόσβαση 24 Μαρτίου 2016].

GREECEJAPAN.COM (2011). Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού: Ασφαλή τα Ταξίδια στην Ιαπωνία. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://www.greecejapan.com/%CF%80%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CE%B1%CF%83%CF%86/>

[%](http://www.greecejapan.com/%CF%80%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CE%B1%CF%83%CF%86/)

[%](http://www.greecejapan.com/%CF%80%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CE%B1%CF%83%CF%86/)

[%](http://www.greecejapan.com/%CF%80%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CE%B1%CF%83%CF%86/)

[%](http://www.greecejapan.com/%CF%80%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CE%B1%CF%83%CF%86/)

[%](http://www.greecejapan.com/%CF%80%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CE%B1%CF%83%CF%86/) [πρόσβαση 23 Αυγούστου 2015].

NEWS247 (2015). Ινδονησία: Έκρηξη ηφαιστείου και χιλιάδες εγκλωβισμένοι στο Μπαλί. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://news247.gr/eidiseis/kosmos/news/indonhsia-ekrhksh-hfaisteioy-pente-aerodromia-kleista-xiliades-toyristes-egklwvismenoi-sto-mpali.3568530.html>

[%](http://news247.gr/eidiseis/kosmos/news/indonhsia-ekrhksh-hfaisteioy-pente-aerodromia-kleista-xiliades-toyristes-egklwvismenoi-sto-mpali.3568530.html)

[%](http://news247.gr/eidiseis/kosmos/news/indonhsia-ekrhksh-hfaisteioy-pente-aerodromia-kleista-xiliades-toyristes-egklwvismenoi-sto-mpali.3568530.html) [πρόσβαση 18 Αυγούστου 2015].

PROTOHEMA.GR (2015). Τρομακτικές οι Επιπτώσεις του Μεταναστευτικού στον Τουρισμό της Ελλάδας. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://www.protothema.gr/greece/article/509412/tromaktikes-oi-epiptoseis-tou-metanasteutikou-ston-tourismo-tis-elladas/>

[%](http://www.protothema.gr/greece/article/509412/tromaktikes-oi-epiptoseis-tou-metanasteutikou-ston-tourismo-tis-elladas/) [πρόσβαση 26 Αυγούστου

2015].

Αγγλική

- ANTONOVA, B. & ZAPLETALOVA, S. (2014). The Economic Crisis and Company Management: Influences and Consequences. *Ekonomie*, 17(1): 4-17.
- BECKEN S. (2010). The Importance of Climate and Weather for Tourism, Literature Review. Lincoln university mimeo. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://www.lincoln.ac.nz/PageFiles/6750/WeatherLitReview.pdf> [πρόσβαση 21 Αυγούστου 2015].
- BONIFACE, B. & COOPER, C. (2005). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- BRYMAN, A. (2004). *Social Research*. Oxford: Oxford University Press
- CASADEVALL, T.J. (1993). *Volcanic Hazards and Aviation Safety: Lessons from the Past Decade*. U.S. Geological Survey, Flight Safety Foundation.
- CNBC (2015). New Orleans' Tourism Booms 10 Years after Hurricane Katrina. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://www.cnn.com/2015/08/28/new-orleans-tourism-booms-10-years-after-hurricane-katrina.html> [πρόσβαση 22 Αυγούστου 2015].
- CROUCH, G., PERDUE, R., TIMMERMANS, H. & UYSAL, M. (2004). *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*. Cambridge: CABI.
- DAILY MAIL (2016). Paris Tourism Continues to be Hit Hard by ISIS Terror Attacks as Hotels Lose Millions in Revenue, Eiffel Tower Visitor Numbers Fall and Airlines Suspend Flights. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: http://www.dailymail.co.uk/travel/travel_news/article-3408441/Paris-tourism-continues-hit-hard-isis-terror-attacks-hotels-lose-millions-revenue-Eiffel-Tower-visitor-numbers-fall-airlines-suspend-flights.html [πρόσβαση 3 Μαρτίου 2016].

- DOLNICAR, S. (2005). Understanding Barriers to Leisure Travel: Tourist Fears as Marketing Basis. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3): 197-208. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1061&context=commpapers> [πρόσβαση 17 Ιουλίου 2015].
- DOLNICAR, S. (2007). Crises that Scare Tourists: Investigating Tourists' Travel Related Concerns. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1261&context=commpapers> [πρόσβαση 11 Σεπτεμβρίου 2015].
- FAULKNER, B. (2001). Towards a Framework for Tourism Disaster Management. *Tourism Management*, 22(2): 135-147.
- FLOYD, M., GIBSON, H., PENNINGTON-GRAY, L & THAPA, B. (2004). The Effect of Risk Perceptions on Intentions to Travel in the Aftermath of September 11, 2001. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15(2/3): 19-38.
- GALBRAITH, J.K. (2009). *The Great Crash of 1929*. Houghton Mifflin Harcourt.
- GOODRICH, J. (2002). September 11, 2001 Attack on America: A Record of the Immediate Impacts and Reactions in the USA Travel and Tourism Industry. *Tourism Management*. 23(6): 573-580.
- INTERNATIONAL BUSINESS TIMES (2015). Nepal Earthquake 2015: Aftershocks Devastate Nepal's Tourism Industry. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://www.ibtimes.com/nepal-earthquake-2015-aftershocks-devastate-nepals-tourism-industry-everest-unesco-1897336> [πρόσβαση 23 Ιουλίου 2015].
- INTERNATIONAL BUSINESS TIMES (2016). Belgium Tourism Economy 2016: After Brussels Terror Attacks, Will City Struggle to Draw Tourists. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://www.ibtimes.com/belgium-tourism-economy-2016-after>

brussels-terror-attacks-will-city-struggle-draw-2341084 [πρόσβαση 2

Απριλίου 2016].

JONSDOTTIR, A.A. (2011). Impact of Eyjafjallajökull on tourism and international flights. Reykjavik. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: http://skemman.is/en/stream/get/1946/8507/22836/2/Impact_of_Eyjafjallajökull_on_Tourism_and_International_Flights-2.pdf [πρόσβαση 19

Αυγούστου 2015].

KOETSE, M.J. & RIETVELD, R. (2009). The Impact of Climate Change and Weather on Transport: An Overview of Research Findings. Transportation Research Part D, 14: 205-221. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: http://www.mow-eit.eu/wordpress/wp-content/docs/general/Koets_Rietveld_2009_Climate_weather_impacts_on_transport.pdf [πρόσβαση 25 Αυγούστου 2015].

KUO, H., CHANG, C., CHEN, C. & MCALEER, M. (2009). Estimating the impact of avian flu on international tourism demand using panel data. Tourism Economics, 15(3): 501-511.

LAWS, E., PRIDEAUX, B. & CHON, K. (2006). Crisis Management in Tourism. Wallingford: CABI.

MAIDITINOS, Z. & VASSILIADIS, C. (2008). Crises and Disasters in Tourism Industry: Happen Locally – Affect Globally. MIBES E-Book. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: http://mibes.teilar.gr/ebook/ebooks/maditinos_vasiliadis%2067-76.pdf [πρόσβαση 9 Σεπτεμβρίου 2015].

MARTIN J., SINCLAIR M. & YEOMAN, I. (2006). Quantifying the Effects of Tourism Crisis: An Application to Scotland. Journal of Travel & Tourism, 19(2-3): 21-34.

- MCCABE, S. (2009). Who Needs a Holiday? Evaluating Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(4): 667-688.
- MORABITO, M., CECCHI, L., MODESTI, P.A., CRISCI, A., ORLANDINI, S., MARACCHI, G & GENSINI, G.F. (2004). The Impact of Hot Weather Conditions on Tourism in Florence, Italy: The Summers 2002-2003 Experience. 2nd International Workshop on Climate, Tourism and Recreation. Orthodox Academy of Crete, Kolimbari, Greece, 8-11 June 2004: 158-165.
- PAPATHEODOROU, A. & ARVANITIS, P. (2014). Tourism and the Economic Crisis in Greece – Regional Perspectives. *Region et Developpement*, 39: 183-203.
- PFORR, C. (2006). Tourism in Post-Crisis is Tourism in Pre-Crisis: A Review of the Literature on Crisis Management in Tourism. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://195.130.87.21:8080/dspace/bitstream/123456789/112/1/Tourism%20in%20post%20crisis%20is%20tourism%20in%20pre-crisis%20Pforr%20Christ.pdf> [πρόσβαση 17 Ιουλίου 2015].
- POUMADÈRE, M., MAYS, C., LE MER, S. & BLONG, R. (2005). The 2003 Heat Wave in France: Dangerous Climate Change Here and Now. *Risk Analysis*, 25: 1483-1494.
- PRIDEAUX, B. (2003). The Need to Use Disaster Planning Frameworks to Respond to Major Tourism Disasters: Analysis of Australia's Response to Tourism Disasters in 2001. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15(4): 281-298.
- RITCHIE, B.W. (2009). *Crisis and Disaster Management for Tourism*. Bristol: Channel View.
- SAUNDERS, M., LEWIS, P. & THORNHILL, A. (2007). *Research Methods for Business Students*. London: Financial Times Prentice Hall.

- SCOTT, D. & LEMIEUX, C. (2009). Weather and Climate Information for Tourism. White Paper, commissioned by the World Meteorological Organisation. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/wcc3tourismwhitepaper.pdf> [πρόσβαση 21 Αυγούστου 2015].
- SONMEZ, S. (1998). Tourism, Terrorism and Political Instability. *Annals of Tourism Research*, 25(2): 416-456. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: https://www.researchgate.net/publication/222501372_Tourism_Terrorism_and_Political_Instability [πρόσβαση 29 Αυγούστου 2015].
- TOOHEY, K. & TAYLOR, T. (2008). Mega Events, Fear and Risk: Terrorism and the Olympic Games. *Journal of Sport Management*, 22: 451-469.
- WAHAB, S. & COOPER, C. (2001). *Tourism in the Age of Globalization*. New York: Routledge. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: https://books.google.gr/books?id=fw2EAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [πρόσβαση 25 Αυγούστου 2015].
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (2011). Tourism instrumental in post-earthquake recovery in Sichuan, China. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://media.unwto.org/press-release/2011-05-06/tourism-instrumental-post-earthquake-recovery-sichuan-china> [πρόσβαση 09 Σεπτεμβρίου 2015].
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (2015). *Tourism Highlights – 2015 Edition*. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> [πρόσβαση 27 Αυγούστου 2015].

XINHUA NEWS AGENCY (2011). Tsunami effects on tourism lingers: Report.

Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://www.china.org.cn/english/travel/122566.htm> [πρόσβαση 09

Σεπτεμβρίου 2015].

Ρώσικη

Аргументы и Факты (2015). Жертвами терактов в Париже стали 153 человека –

СМИ. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

http://www.aif.ru/incidents/zhertvami_teraktov_v_parizhe_stali_153_chelovek_a_-_smi

ВАПНЯРСКАЯ, О., ХАРИТОНОВА, Т. & КРИВОШЕЕВА, Т. (2015). Тенденции в

практике менеджмента туристской дестинации. Вестник РМАТ, 9(1): 21-

28. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-v-praktike-menedzhmenta-turistskoy-destinatsii>

ГУЛЯЕВ, В. (2011). Стратегия развития туризма и туристских дестинаций –

эффективный инструмент антикризисного управления. Вестник РМАТ,

2(2): 40-48. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-razvitiya-turizma-i-turistskih-destinatsiy-effektivnyy-instrument-antikrizisnogo-upravleniya>

ИЗВЕСТИЯ (2005). Лондон 07/07/2005. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο :

<http://izvestia.ru/news/304034>

ИНТЕРФАКС Interfax (2016). Теракты в Брюсселе: фото и видео очевидцев.

Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://www.interfax.ru/world/499706>

КЕЛЛЕР, П. (2013). Влияние мировых кризисов на туризм. Вестник РМАТ, 9(3):

17-20. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-mirovyh-krizisov-na-turizm>

<http://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-mirovyh-krizisov-na-turizm>

НИКОЛЬСКАЯ, Е. & ШКУРОПАТ, М. (2015). Методика антикризисного управления

персоналом в индустрии гостеприимства. Инновационная наука, 3: 34-36.

. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://cyberleninka.ru/article/n/metodika-antikrizisnogo-upravleniya-personalom-v-industrii-gostepriimstva>

ПЕРВЫЙ КАНАЛ НОВОСТИ (2015). Землетрясение в Непале — паника, тысячи погибших и пропавших без вести. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<https://www.1tv.ru/news/2015/04/25/24026-zemletryasenie-v-nepale-panika-tysyachi-pogibshih-i-propavshih-bez-vesti>

ПЕРВЫЙ КАНАЛ НОВОСТИ (2015). В Непале возобновилось сильное землетрясение. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<https://www.1tv.ru/news/2015/05/12/17067-v-nepale-vozobnovilos-silnoe-zemletryasenie>

ПИСАРЕВСКИЙ, Е.Л. (2014). Основы Туризма. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

http://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/PISAREVSKIY_Osnovi%20turizma.pdf

Попов, Л. & Никольская, Е. (2011). Управление персоналом гостиничного предприятия в условиях кризиса. РЭУ им. Г.В. Плеханова.

ПРАВДА (2005). Птичий грипп - "страшилка" или реальная угроза? Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο : <https://kprf.ru/pravda/issues/2005/135/article-10004/>

РБК (2016). Катастрофа в Ростове-на-Дону: что известно о падении дубайского рейса. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://www.rbc.ru/politics/19/03/2016/56ecdff29a794737df251178>

РИА НОВОСТИ (2012). Терракты на Бали в 2002 году: хроника событий и расследование. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://ria.ru/spravka/20121012/770789985.html>

Риа Новости (2014). Десять лет назад цунами обрушилось на туристический рай

Таиланда. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://ria.ru/world/20141226/1040285032.html>

Финам (2008). Ипотечный кризис в США: причины и следствия. Διαθέσιμο από

το Διαδίκτυο : [http://www.finam.ru/analysis/forecasts/ipotechnyiy-krizis-v-](http://www.finam.ru/analysis/forecasts/ipotechnyiy-krizis-v-ssha-prichiny-i-sledstviya-20080214-12330/)

[ssha-prichiny-i-sledstviya-20080214-12330/](http://www.finam.ru/analysis/forecasts/ipotechnyiy-krizis-v-ssha-prichiny-i-sledstviya-20080214-12330/)

ВВС РУССКАЯ СЛУЖБА (2014). Непал: лавина унесла жизни 39 человек.

Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

http://www.bbc.com/russian/international/2014/10/141018_annapurna_death_toll_39_people

ВВС РУССКАЯ СЛУЖБА (2016). Миграционный кризис в Европе в цифрах и

графиках. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

http://www.bbc.com/russian/international/2016/02/160219_migrant_crisis_charts

GISMETEO НОВОСТИ (2015). Вулкан Раунг серьезно нарушил авиасообщение

в Индонезии. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<https://www.gismeteo.ua/news/proisshestviya/13497-vulkan-raung-serezno-narushil-aviasoobschenie-v-indonezii/>

GREENPEACE ГРИНПИС РОССИИ (2012). Ядерная катастрофа на АЭС Фукусима-

1. Διαθεσιμο απο Διαδίκτυο:

<http://www.greenpeace.org/russia/ru/campaigns/nuclear/accidents/Fukushima-1/>

NEWSPOL.RU (2012). Причины кризиса в Греции как спусковой крючок у виска

ЕС. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: [http://newspol.ru/analitika/prichiny-krizisa-](http://newspol.ru/analitika/prichiny-krizisa-v-grecii-kak-spuskovoj-kryuchok-u-viska-es/)

[v-grecii-kak-spuskovoj-kryuchok-u-viska-es/](http://newspol.ru/analitika/prichiny-krizisa-v-grecii-kak-spuskovoj-kryuchok-u-viska-es/)

NEWSRU.COM (2010). Исландский вулкан Эйяфьятлайокудль, нарушивший авиасообщение в мире: история извержений. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο:

<http://www.newsru.com/background/15apr2010/ejafjallajokull.html>

RG.RU РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА (2007). Ураган «КАТРИНА» в США. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://rg.ru/sujet/2131/>

RUSBASE (2015). Как кризис влияет на туристический бизнес. Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://rusbase.com/opinion/travel-business/>

24СМИ.новости (2014). Теракт 11 сентября. Кто стоит за трагедией 9/11.

Διαθέσιμο από το Διαδίκτυο: <http://24smi.org/news/11811-911-kto-stoit-za-teraktom-11-sentyabrya.html>