



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

Πτυχιακή Εργασία

Ο τουρισμός ως μοχλός ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας σε περίοδο κρίσης

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΒΑΓΕΝΑ ΑΡΕΤΗ ΑΜ:14722

ΣΓΟΥΡΑΔΙΤΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ ΑΜ: 14955

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΝΤΟΒΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2018

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright ©, Βαγενά Αρετή-Σγουραδίτη Σταυρούλα [2018]

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η οικονομική κρίση που αρχικά ξέσπασε στην Αμερική το 2007, έπληξε σε μεγάλο βαθμό τις οικονομίες αρκετών χωρών και της Ευρώπης. Στη χώρα μας, η οικονομική κρίση ακολούθησε την ίδια πορεία με μεγάλα προβλήματα σε όλους τους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας. Εφαρμόστηκαν μέτρα σε όλους τους τομείς της οικονομίας επηρεάζοντας τη στάση και τη συμπεριφορά των καταναλωτών, καθώς πολλές επιχειρήσεις έκλεισαν, άλλες συρρικνώθηκαν με άμεση συνέπεια την αύξηση της ανεργίας. Από την άλλη πλευρά η επιβολή κανονιστικών μέτρων και διατάξεων από την Επιτροπή του Συμφώνου των Βασιλειών I, II και III ζητούνται συνεχώς την επιβολή νέων φόρων με άμεση συνέπεια τη μείωση των εισοδημάτων των πολιτών της χώρας. Η οικονομική κρίση άγγιξε και τον τουρισμό κυρίως από το 2008 αν και στον τομέα αυτό παρατηρήθηκε σημαντική καθυστέρηση της επίδρασης της κρίσης. Η πρόσφατη διεθνής οικονομική κρίση και η ύφεση της ελληνικής οικονομίας έφεραν την είσοδο του τουρισμού στην Ελλάδα σε φάση αναταράξεων.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ Τουρισμός , διανυκτερεύσεις, αφίξεις, εποχικότητα , οικονομική κρίση, ανάπτυξη εγκαταστάσεων, μεταφορές

ABSTRACT

The financial crisis that originally broke out in America in 2007 has hit the economies of many countries and Europe to a large extent. In our country, the economic crisis followed the same course with major problems in all branches of economic activity. Measures were applied in all sectors of the economy, affecting consumer attitudes and behaviors, as many businesses were closed down, others shrinking with the consequence of rising unemployment. On the other hand, the imposition of regulatory measures and provisions by the Commission of the Basel I, II and III pact calls for the imposition of new taxes, with the direct consequence of reducing the incomes of the citizens of the country. The economic crisis has touched on tourism mainly since 2008, although there has been considerable delay in the impact of the crisis. The recent international financial crisis and the recession of the Greek economy have brought tourism to Greece in a turbulent phase.

KEYWORDS Tourism, overnight stays, arrivals, seasonality, economic crisis, facility development, transport

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ Τουρισμός , διανυκτερεύσεις, αφίξεις, εποχικότητα , οικονομική κρίση, ανάπτυξη εγκαταστάσεων, μεταφορές	3
ABSTRACT.....	4
KEYWORDS	4
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	5
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	10
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	11
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : ΟΡΙΣΜΟΣ - ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	13
1.1 Ορισμός τουρισμού	13
1.2 Ιστορική αναδρομή τουρισμού.....	14
1.3 Κατηγορίες και υποκατηγορίες τουρισμού	15
1.3.1 Κατηγορίες τουρισμού	15
1.3.2 Υποκατηγορίες τουρισμού	16
1.4 Το ζήτημα της εποχικότητας.....	18
1.4.1 Η διάκριση της εποχικότητας:	19
1.4.2 Αίτια της εποχικότητας του τουρισμού	19
1.4.3 Οι συνέπειες της εποχικότητας.....	19

1.5 Χαρακτηριστικά τουριστικής ζήτησης.....	20
1. 6 Τρόποι μετακίνησης.....	21
1.7 Εναλλακτικός τουρισμός.....	22
1.8 Τουριστική προσφορά ή τουριστικό προϊόν	23
1.9 Τουριστικά καταλύματα.....	23
1.10 Τουριστικά κίνητρα.....	25
1.11 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα.....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	36
2.1 Παγκόσμια οικονομική κρίση – εξέλιξη.....	36
2.2 Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα – αίτια	37
2.3 Οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός.....	40
2.3. 1 Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος - μοντέλο 4S.....	44
2.3.2 Η κρίση του ελληνικού τουριστικού μοντέλου	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ	
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	49
3.2 Επίπτωση των Υψηλών Φορολογικών Συντελεστών στον Τουρισμό.....	49
3.3 Επίπτωση στις τουριστικές αφίξεις και στις εισπράξεις	53
3. 4 Επίπτωση στον τουρισμό από το προσφυγικό θέμα	62
3.5 Επιπτώσεις στις διανυκτερεύσεις.....	63
3.6 Επίπτωση στην τουριστική απασχόληση	64
3.7 Η επίπτωση του Brexit στον ελληνικό τουρισμό.....	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΜΕΤΡΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	69
4.1 Κυβερνητικά μέτρα στήριξης του ελληνικού τουρισμού.....	69

4.2 Άμεση επιστροφή Φ.Π.Α σε εταιρείες τουριστικού τομέα.....	72
4.3 Μέτρα κατά της τουριστικής κρίσης.....	72
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	77
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	79
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	81
ΠΗΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	83

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1 . Βασικά στοιχεία του ελληνικού τουρισμού	29
Πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, http://www.sete.gr/	29
Πίνακας 2 Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2011	29
Πηγή: ΣΕΤΕ 2011	30
Πίνακας 3 Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2014	30
Πηγή: ΣΕΤΕ 2014	31
Πίνακας 4 Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2015	31
Πηγή: ΣΕΤΕ 2015	32
Πίνακας 5 Οι θέσεις απασχόλησης στην ελληνική οικονομία	43
Πηγή Ελστατ	43
Πίνακας 6 Εγχώριος τουρισμός με 1 διανυκτέρευση	44
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ-Επεξεργασία SETE Intelligence	44
Πίνακας 7 Εγχώριος τουρισμός με 4 διανυκτερεύσεις	44
Πίνακας 8 Συγκριτική αξιολόγηση της Ελλάδας για τους φόρους.....	50
Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)	50
Πίνακας 9 Μεταβολή του αριθμού των διανυκτερεύσεων	54
Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)	55
Πίνακας 10 η κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάσει διεθνών τουριστικών εισπράξεων 2007-2013,	56
Πίνακας 11 Κατάταξη των κυριότερων χωρών προέλευσης των εισπράξεων (κατά το μέγεθος της περιόδου 2012-2016)	56
Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)	57
Πίνακας 12 Εισερχόμενος Τουρισμός, 2017	58
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ-Επεξεργασία SETE Intelligence +9,7	58
Πίνακας 13 Εισερχόμενος τουρισμός 2016-17	59

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ-Επεξεργασία SETE Intelligence	59
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ-Επεξεργασία SETE Intelligence	60
Πίνακας 14 Ο τουρισμός το 2018 θα συμβάλει στην ελληνική οικονομία άνω του 20% του ΑΕΠ	61
Πίνακας 15 Διανυκτερεύσεις ημεδαπών και αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα 2008-2014	63
Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ	63
Πίνακας 16 Συνολική απασχόληση στον τουρισμό 2002-2012	67
Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του World Travel & Tourism Council, Φεβρουάριος 2013.....	68
Πίνακας 17 Τα έμμεσα οφέλη του τουρισμού	76
Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence	76

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1 εισροών-εκροών ¹⁸ Πηγή: Ίδρυμα οικονομικών & βιομηχανικών ερευνών.....	35
Εικόνα 2 Ελλάδα: Ισοζύγια των κύριων τομέων (κυλιόμενοι μέσοι όροι 4 τριμήνων) Πηγές: ΕλΣτατ, ΟΟΣΑ, AMECO, Υπολογισμοί των συγγραφέων.....	40
Εικόνα 3 Ελλάδα: Δείκτης κύκλου εργασιών τουριστικού Πηγή: ΕλΣτατ	41
Εικόνα 4 Παγκόσμια κατάταξη τουριστικών προορισμών με κριτήριο τους επισκέπτες ανά κάτοικο Πηγή Ελστατ	43
Εικόνα 5 Υποθετική Εξέλιξη μιας Τουριστικής Περιοχής Πηγή: Butler (1980)	46
Εικόνα 6 Η πορεία του κλάδου ξενοδοχειακών επιχειρήσεων Πηγή (www.hellastat.eu)..	50
Εικόνα 7 Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)	51
Εικόνα 8 Πηγή στοιχείων: ΕΛΣΤΑΤ (ΕΣΥΕ) και ΤτΕ	54
Εικόνα 9 Μεταβολή του αριθμού των διανυκτερεύσεων (χιλιάδες)	55
Εικόνα 10 Διανυκτερεύσεων των ημεδαπών στο διάστημα 2008-2014 Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ	64
Εικόνα 11 Ο τουρισμός στην απασχόληση κατά τα έτη 2016 και 2017 Πηγή: Έρευνα Εργατικού Δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία SETE Intelligence	67
Εικόνα 12 Ενδεικτική κατανομή πόρων της κοινοτικής συνδρομής (2η εγκύκλιος σχεδιασμού 2014-2020. Υπουργείο Ανάπτυξης). Πηγή ΕΛ ΣΤΑΤ	71
Εικόνα 13 Έμμεση επίδραση του τουρισμού σε εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, 2010.....	74
Επιπρόσθετα σε όλα αυτά μας έχει επιβληθεί και διπλάσιος συντελεστής ΦΠΑ 13% από 6.5% που ίσχυε μέχρι σήμερα. Αν αυτό δεν είναι ένα σοβαρό δείγμα κακής διαχείρισης .	74
Εικόνα 14 Η ανοδική πορεία του τουρισμού αναμένεται να συνεχιστεί με αύξηση της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας του τουρισμού κατά 31% και αύξηση της απασχόλησης κατά 26% έως το 2031. Πηγή : https://www.wwf.gr	75

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

Π.Ο.Τ	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμός
Α.Ε.Π.	Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν
Μ.Μ.Ε	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
ΤτΕ	Τράπεζα της Ελλάδος
Η.Π.Α	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
Σ.Ε.Τ.Ε	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
Ι.Ο.Β.Ε	Ίδρυμα Οικονομικών &Βιομηχανικών Επιχειρήσεων
Ε.Ο.Τ.	Εθνικός οργανισμός τουρισμού
Φ.Π.Α	Φόρος Προστιθέμενης Αξίας
ΔΝΤ	Διεθνές Νομισματικό Ταμείο
ΞΕΕ	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
ΕΚΤ	Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας αποτελεί το θέμα του τουρισμού στην Ελλάδα τόσο πριν από την οικονομική κρίση του 2008 όσο και μετά από την κρίση.

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται εκτενώς η έννοια του τουρισμού και των χαρακτηριστικών του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο μελετάται ο τουρισμός συγκριτικά με την οικονομία της χώρας καθώς παρουσιάζονται αναλυτικά όλες οι συνιστώσες της οικονομικής κρίσης που άγγιξαν τους απασχολούμενους με τον τουρισμό.

Στο τρίτο κεφάλαιο, θα εξεταστούν οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στον κλάδο του τουρισμού, δίνοντας έμφαση στους υψηλούς φορολογικούς συντελεστές, στις τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις, στις πτήσεις, στις διανυκτερεύσεις και στην τουριστική απασχόληση.

Τα μέτρα υιοθέτησης για την αντιμετώπιση του ζητήματος του τουρισμού εξετάζονται και παρουσιάζονται στο τέταρτο κεφάλαιο.

Τέλος, συνοψίζονται τα αποτελέσματα της βιβλιογραφικής έρευνας και μελέτης του τουρισμού ως μοχλό ανάπτυξης στην Ελληνική οικονομία την περίοδο της κρίσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : ΟΡΙΣΜΟΣ - ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Ορισμός τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί έναν οικονομικό κλάδο που συνδέεται με πολλούς παράγοντες προσδίδοντας έτσι την έννοια του τουρισμού ως ένα «σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό και δεν συνδέονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα », είναι ένας ορισμός που αποδίδεται από τη Διεθνή Ένωση Επιστημών Τουρισμού. (Βενετσανοπούλου Γ.Μ., 2006, σελ.45).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), διεθνής οργανισμός υπεύθυνος για τον τουρισμό, ο ορισμός της λέξης « περιλαμβάνει ένα πλήθος δραστηριοτήτων. Συγκεκριμένα ο Π.Ο.Τ. υποστηρίζει ότι ο τουρισμός αποτελείται από δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν σε διαφορετικούς τόπους από αυτούς της μόνιμης κατοικίας τους και του συνήθους περιβάλλοντος τους, (πρέπει να σημειωθεί πως δεν περιλαμβάνονται ταξίδια ρουτίνας τακτικά εντός των περιοχών της συνηθισμένης διαμονής του ατόμου) για λόγους αναψυχής, επιχειρηματικούς, επαγγελματικούς, θεραπευτικούς, θρησκευτικούς, συνεδριακούς κ.α. και για διάρκεια όχι μεγαλύτερη του ενός έτους» (Page, 2006).

Πιο απλά, αφορά στην μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους σε άλλον τόπο, για λόγους αναψυχής, ξεκούρασης ή πνευματικής καλλιέργειας. Επιπροσθέτως, αφορά την οργανωμένη προσπάθεια ενός τόπου να συγκρατήσει αυτά τα άτομα που μετακινούνται για τους προαναφερθέντες λόγους, συνάμα να προσελκύσει και

άλλους ανθρώπους, παρέχοντας τους υπηρεσίες αναψυχής, ξεκούρασης, πνευματικής καλλιέργειας κ.ά. (Καραγιάννης Σ.– Έξαρχος Γ. , 2006, σελ. 40).

Κατά τον Matley (1976), τουρισμός είναι ένα ταξίδι αναψυχής, το οποίο περιλαμβάνει το δυναμικό του στοιχείο, που είναι η μετάβαση από και προς έναν προορισμό και το στατικό του στοιχείο, που περιλαμβάνει τις δραστηριότητες αναψυχής, ενώ πολλοί συγγραφείς επισημαίνουν την ανθρώπινη διάσταση του τουριστικού φαινομένου που προκύπτει από την ανάγκη του ατόμου να κάνει ένα ταξίδι, εκτός του τόπου της μόνιμης κατοικίας του χωρίς ωστόσο να έχει καταναγκαστικό χαρακτήρα (Gartner 2001, Gee et al., 2001, Gilbert 1990, Jovicic 1988).

Σύμφωνα με τους Mitchell & Murphy (1991), ο τουρισμός αποτελεί δραστηριότητα στον ελεύθερο χρόνο του ατόμου και ορίζουν ως τουριστική ζήτηση την πρόθεση του ατόμου να εκμεταλλευτεί τις όποιες ευκαιρίες αναψυχής που του παρουσιαστούν σε διαφορετικό τόπο από αυτόν της μόνιμης κατοικίας του.

Ακόμη ένας σημαντικός ορισμός που δόθηκε ήταν αυτός του Βαρβαρέσου (1998), που ορίζει τον τουρισμό σαν το σύνολο των σχέσεων που προέρχονται από την επικοινωνία των τουριστών με τους προμηθευτές, τις τουριστικές επιχειρήσεις ακόμη και με τις κυβερνήσεις των χωρών υποδοχής.

1.2 Ιστορική αναδρομή τουρισμού

Ανέκαθεν οι Έλληνες μετακινούνταν τόσο για εμπορικούς, αθλητικούς όσο και για θρησκευτικούς λόγους από περιοχή σε περιοχή της Ελλάδας. Ωστόσο οι μετακινήσεις έγιναν πιο εύκολες με τη μεταφορά και τα μέσα που πρωτοεμφανίστηκαν. Πάντα υπήρχαν και οι ανάλογοι χώροι διαμονής των ατόμων που μετακινούνταν είτε με τη μορφή πανδοχείων, είτε ξενώνων είτε φιλοξενούνταν από άλλους ανθρώπους στα σπίτια τους όταν ήταν αδύνατη η εύρεση στέγης κατά τη διάρκεια της μετακίνησής τους.

Η μεγαλύτερη μετακίνηση των ανθρώπων παρατηρήθηκε στην εποχή του Μεσαίωνα και έγινε σταδιακά ακόμη μεγαλύτερη κατά την Αναγέννηση, όταν οι άνθρωποι προσπαθώντας να ανακαλύψουν τον κόσμο και τη γνώση, άρχιζαν να ταξιδεύουν.

Εν συνεχεία, ο τουρισμός κατά τον 19^ο αιώνα πήρε νέα μορφή καθώς υπήρξε δημιουργία αλλά και η σημαντική εξέλιξη των μεταφορικών μέσων. Συγκεκριμένα δημιουργήθηκε το πρώτο σιδηροδρομικό δίκτυο στην Αγγλία και στη συνέχεια επεκτάθηκε στην Ευρώπη , φτάνοντας και στην Ελλάδα το 1869 και στην Αμερική. Ύστερα παρατηρήθηκε αύξηση του θαλάσσιου δικτύου καθώς οι άνθρωποι άρχισαν να ταξιδεύουν με τα πλοία περισσότερο είτε για εμπορικούς λόγους είτε για λόγους ψυχαγωγίας ανακαλύπτοντας άγνωστα μέρη. Επομένως, ο τουρισμός συνδέθηκε με τα μέσα μεταφοράς καθώς αυτά αποτέλεσαν τον τρόπο της ικανοποίησης των ατόμων για ταξίδια.

Στη συνέχεια ακολουθεί ο 20^{ος} αιώνας , ο οποίος διακρίνεται για τα σπουδαία γεγονότα που συνέβησαν, όπως τα υπερατλαντικά ταξίδια, τα αεροπλάνα αλλά και η ανάπτυξη της τεχνολογίας στις μεταφορές και της πληροφορικής και της επικοινωνίας, τα οποία σταδιακά, μέχρι και σήμερα βελτιώνονται.¹

1.3 Κατηγορίες και υποκατηγορίες τουρισμού

1.3.1 Κατηγορίες τουρισμού

Ο τουρισμός κατηγοριοποιείται ως εξής:

- ✓ Μαζικός τουρισμός,
- ✓ ατομικός τουρισμός ,
- ✓ εσωτερικός τουρισμός ,
- ✓ εξωτερικός τουρισμός,
- ✓ συνεχής τουρισμός
- ✓ εποχικός τουρισμός.

Μαζικός τουρισμός: Πρόκειται για ομαδική μετακίνηση των περιηγητών , απαιτείται η τήρηση κανόνων της ομάδας και η εξασφάλιση τους ώστε να επιτευχθεί ένα ευχάριστο αποτέλεσμα για όλους τους τουρίστες.

¹ Η συμβολή του τουρισμού στα δημοσιονομικά μεγέθη, Διατριβή του Χατζηιωαννίδη Γεώργιο , διαθέσιμο από τη διεύθυνση: <https://kypseli.ouc.ac.cy/bitstream/handle/11128/1533/%CE%A4%CE%A1%CE%91-%CE%A7%CE%A1%CE%97-2014-00139.pdf?sequence=1&isAllowed=y> , Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Ατομικός τουρισμός: σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό, ο ατομικός έχει μεμονωμένο χαρακτήρα ,δηλαδή το ίδιο το άτομο οργανώνει το πρόγραμμα της μετακίνησής του και δεν συμμετέχει σε κάποια ομαδική δραστηριότητα . Η μετακίνηση πραγματοποιείται με τη χρήση ιδιωτικών μεταφορικών μέσων, έχοντας τη δυνατότητα να επιλέξει προϊόντα καλύτερης ποιότητας, καθώς και να αφιερώσει περισσότερο χρόνο, κάτι που ορισμένες φορές ανεβάζει αρκετά το κόστος. Επιπλέον, η εντυπωσιακή εξέλιξη του ατομικού τουρισμού οφείλεται και στο σύστημα ΙΤ (individual vonclusive tour), το οποίο προωθεί ατομικά τουριστικά πακέτα, καλύπτοντας τις πρώτες ανάγκες του πελάτη.

Εσωτερικός τουρισμός: Πρόκειται για τον τουρισμό που η μετακίνηση των ανθρώπων γίνεται εντός της χώρας τους. Οι ωφέλειες για τη χώρα είναι πολλές εφόσον τα χρήματα παραμένουν στους επιχειρηματίες της χώρας και οι τουρίστες από την άλλη έχουν τη δυνατότητα να απολαύσουν ομορφιές τις αλλά και τα απίστευτα αγαθά της χώρας τους, αναπτύσσοντας φιλικές σχέσεις με τους κατοίκους της περιοχής που επισκέπτονται.

Εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός: πραγματοποιείται από άτομα μιας χώρας, τα οποία αποχωρούν από την χώρα τους για κάποιο διάστημα, για ταξίδια εκτός συνόρων. Οι μετακινούμενοι γνωρίζουν την ιστορία, τον πολιτισμό και την κουλτούρα της χώρας που επισκέπτονται, αποκτούν ένα αίσθημα απόλαυσης καθώς είναι γεμάτοι από γνώσεις και εμπειρίες.

Συνεχής τουρισμός: Πρόκειται για μετακινήσεις καθ' όλη τη διάρκεια του έτους

Εποχιακός τουρισμός: Εδώ οι τουρίστες μετακινούνται για μικρό χρονικό διάστημα ανάλογα με τις δραστηριότητες τους και τις ανάγκες τους. Οι αλλαγές του κλίματος επηρεάζουν αναλόγως και την κίνηση των τουριστών αυτής της κατηγορίας για την επιλογή τους.

1.3.2 Υποκατηγορίες τουρισμού

Ο τουρισμός εκτός από τις έξι παραπάνω κατηγορίες μπορεί να κατηγοριοποιηθεί και ως εξής:

- ✓ Ο κλασικός ή παραδοσιακός τουρισμός που το κύριο θέμα των τουριστών αποτελεί απλά η διασκέδαση και η χαλάρωση.

- ✓ Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων, ο οποίος αναπτύχθηκε τα τελευταία χρόνια και ο τουρίστας αναζητά πλέον κίνητρα με πιο εξειδικευμένα θέματα, δίνοντας βαρύτητα στην ποιότητα και τη ποσότητα του τουριστικού προϊόντος. Στην κατηγορία αυτή μπορεί να προστεθεί ο Κοινωνικός τουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός και ο αστικός τουρισμός.
- ✓ Ο εναλλακτικός τουρισμός, κατά τον οποίο προϋπόθεση για να υπάρξει είναι τα κίνητρα του τουρίστα, δηλαδή τις δραστηριότητες που θα επιλέξει ώστε να καλύψει τις επιθυμίες του, οι οποίες λαμβάνουν χώρα στην ύπαιθρο τις περισσότερες φορές. Τα κυριότερα παραδείγματα αυτού του τουρισμού είναι ο αγροτουρισμός, ο τουρισμός υπαίθρου, ή οικολογικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο ορεινός τουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός, ο ορειβατικός τουρισμός και ο τουρισμός περιπέτειας.

Στη συνέχεια αναλύονται ορισμένες από τις σημαντικότερες μορφές τουρισμού.

Γενικός τουρισμός: αποτελεί μία σημαντική μορφή αφού απευθύνεται στο πιο μεγάλο μέρος του τουριστικού πληθυσμού παρέχοντας τα καλύτερα δυνατά στους τουρίστες.

Μορφωτικός τουρισμός: οι τουρίστες συμμετέχουν σε διάφορα πολιτιστικά δρώμενα. Πιο συγκεκριμένα αφορά τις μετακινήσεις των τουριστών που πραγματοποιούνται σε χώρους ιστορικού κυρίως περιεχομένου.

Τουρισμός εκθέσεων: ο τουρισμός εδώ σχετίζεται με τη μετακίνηση των ατόμων για επαγγελματικούς λόγους.

Τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός: Κατατάσσεται στις σημαντικότερες μορφές τουρισμού καθώς εμφανίζει μία σταδιακή βελτίωση, στοχεύοντας στην επανόρθωση και σταθεροποίηση της σωματικής και ψυχικής υγείας του ατόμου.

Τουρισμός άθλησης: Η μορφή αυτή θεωρείται από τις εξίσου σημαντικές μορφές τουρισμού και ασχολείται με την άθληση των επισκεπτών κατά τον τουρισμό τους από έμπειρο προσωπικό και με κατάλληλες συνθήκες και χώρους που μπορεί ο καθένας να αθληθεί χωρίς πρόβλημα.

Τουρισμός παραχείμασης: Κυρίως αναφέρεται σε εκείνα τα άτομα που μεταναστεύουν σε περιοχές με πιο ήπιο κλίμα κατά τους κρύους μήνες ώστε να είναι ευκολότερος ο τρόπος επιβίωσης.

Αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός: Οι τουρίστες καταφεύγουν σε περιοχές εκτός πόλεων με σκοπό να έρθουν σε επαφή με τη φύση και να απολαύσουν όσα μπορεί να τους προσφέρει .

Θρησκευτικός τουρισμός: Ο όρος θρησκευτικός τουρισμός αναφέρεται στους ανθρώπους που μετακινούνται σε χώρους με κάποια μεγάλη θρησκευτική σημασία και αποτελούν πόλο έλξης για πολλούς.

Τουρισμός περιπέτειας: ο τουρισμός αυτής της μορφής αναφέρεται στον τουρισμό που χαρακτηρίζεται με κάποιες ιδιαιτερότητες εφόσον υπάρχει κίνδυνος μέσα από κάθε περιπέτεια όπως ο ορειβατικός .

Χρονομεριστικός τουρισμός: Αποτελεί μία νέα μορφή τουρισμού και γίνεται κυρίως από άτομα που μπορούν να διαθέσουν αρκετά χρήματα. Με τον χρονομεριστικό τουρισμό τα άτομα μπορούν να έχουν για κάποιο χρονικό διάστημα , την ίδια περίοδο κάθε χρόνο τη δυνατότητα διαμονής σε συγκεκριμένο ξενοδοχείο ή δωμάτια.

Κοινωνικός τουρισμός: Απευθύνεται κυρίως σε οικονομικά ασθενέστερες ομάδες οι οποίες δεν έχουν την οικονομική ευχέρεια να μετακινηθούν για να απολαύσουν ακριβούς προορισμούς. Έτσι βρίσκουν εναλλακτικούς προορισμούς με μικρό κόστος.

Τουρισμός κινήτρων: Είναι μία μορφή τουρισμού που παρουσιάστηκε τα τελευταία χρόνια και πρόκειται για τα ξενοδοχεία που παρέχουν «τα κίνητρα» στους εργαζόμενους με σκοπό να επιτευχθούν κάποιοι στόχοι από τη μεριά τους και όταν γίνει αυτό τότε θα είναι και οι τυχεροί που θα κερδίσουν τα «κίνητρα», δηλαδή κάποιες ολιγοήμερες διακοπές. Αποδείχθηκε ένα παραγωγικό και αποτελεσματικό μέτρο αρχικά στην Αμερική και κατ' επέκταση παντού.

1.4 Το ζήτημα της εποχικότητας

Πρόκειται για μία μορφή τουρισμού όπου ο τουρισμός αναφέρεται κυρίως στην διασκέδαση και τη χαλάρωση των ατόμων και αυτό χαρακτηρίζει κυρίως τις καλοκαιρινές διακοπές.

1.4.1 Η διάκριση της εποχικότητας

Η εποχικότητα διακρίνεται σε 3 περιόδους:

- **Περίοδο αιχμής** είναι το χρονικό διάστημα που υπάρχει και η μεγαλύτερη τουριστική κίνηση κυρίως το καλοκαίρι μήνες Ιούλιο, Αύγουστο για τις καλοκαιρινές διακοπές και αντίστοιχα στους χειμερινούς μήνες Ιανουάριο, Φεβρουάριο για τις χειμερινές διακοπές.

- **Ενδιάμεση περίοδος:** σε αυτή την περίοδο παρατηρεί κανείς ότι υπάρχει μέτρια ως αρκετά ικανοποιητική τουριστική κίνηση διότι δεν είναι στις πρώτες επιλογές των εκδρομέων η μετακίνηση αυτές τις περιόδους, η οποία πραγματοποιείται στο διάστημα 2 μηνών πριν και 2 μετά την καλοκαιρινή και αντίστοιχα την χειμερινή περίοδο.

- **Νεκρή περίοδος:** πρόκειται για την περίοδο που αρχίζει από τον Νοέμβριο και διαρκεί έως και τον Απρίλιο, αφού δεν υπάρχει καθόλου τουριστική κίνηση.

1.4.2 Αίτια της εποχικότητας του τουρισμού:

Τα σημαντικότερα αίτια της εποχικότητας του τουρισμού συνοψίζονται στο κλίμα που επικρατεί στις περιοχές που οι τουρίστες επιλέγουν για χώρο τουρισμού αλλά και οι άδειες των εργαζόμενων που είναι μεγαλύτερες κυρίως το καλοκαίρι σε συνδυασμό με το κλείσιμο των σχολείων για καλοκαιρινές διακοπές.

1.4.3 Οι συνέπειες της εποχικότητας

Η εποχικότητα του τουρισμού αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει την οικονομική δραστηριότητα κάθε χώρας. Το ζήτημα της εποχικότητας προκαλεί σοβαρές οικονομικές επιπτώσεις κυρίως στους χώρους διαμονής που τα καταλύματα είναι ανοικτά για κάποιο χρονικό διάστημα και επομένως και το προσωπικό που εργάζεται σε αυτά δουλεύει για κάποιους μήνες. Αυτό για τους εργαζόμενους, ότι για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στο διάστημα που μένουν χωρίς εργασία, είναι αρκετά μεγάλο και αναγκάζονται να βρίσκουν δεύτερες εργασίες για να αντεπεξέλθουν στις οικονομικές υποχρεώσεις τους .

Η εποχικότητα των τουριστικών καταλυμάτων εκτός από το προσωπικό των τουριστικών επιχειρήσεων επηρεάζει και τις καφετέριες ή τα σούπερ μάρκετ που λειτουργούν αυτό το διάστημα του τουρισμού στις τουριστικές μονάδες αλλά και τις εμπορικές επιχειρήσεις που

βρίσκονται στους τουριστικούς χώρους. Η αύξηση της κίνησης φέρνει τις επιχειρήσεις να έχουν μεγάλο κέρδος εφόσον πουλάνε και αυτοί με τη σειρά τους περισσότερα προϊόντα ενώ όταν σταματήσει η τουριστική περίοδος τα πάντα αλλάζουν. Οι πωλήσεις μειώνονται και μερικές επιχειρήσεις δεν λειτουργούν καθόλου αλλά κλείνουν και ανοίγουν την επόμενη τουριστική περίοδο.

Επιπλέον, εξαιτίας της εποχικότητας δημιουργούνται και περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Η αύξηση της τουριστικής κίνησης δημιουργεί προβλήματα περιβαλλοντικής προστασίας εφόσον πολλές φορές εξαιτίας της μη σωστής περιβαλλοντικής ηθικής των τουριστών προκαλείται ρύπανση του περιβάλλοντος.

Τέλος, η αύξηση της τουριστικής κίνησης αυξάνει και τις τιμές των καταλυμάτων και για τους ντόπιους, ιδιαίτερα κάποια συγκεκριμένη τουριστική περίοδο όπου υπάρχει πληρότητα σχεδόν εκατό τοις εκατό. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να επωφελούνται οι επιχειρήσεις, αδικούνται όμως οι καταναλωτές-τουρίστες, οι οποίοι αναγκάζονται να πληρώνουν περισσότερο από την κανονική αξία των αγαθών.

1.5 Χαρακτηριστικά τουριστικής ζήτησης

Στον τομέα του τουρισμού με τον όρο τουριστική ζήτηση ορίζεται η ποσότητα των αγαθών και υπηρεσιών τα οποία και διατίθενται προς αγορά με συγκεκριμένες τιμές. Επομένως, οι διακοπές για κάθε άτομο είναι προσωπικό αγαθό που καλείται να αποφασίσει πως θέλει να γίνει ώστε να ικανοποιηθεί κάθε επιθυμία του και προσδοκία του. Οι παράγοντες που κάθε άτομο λαμβάνει υπόψη πριν αποφασίσει για τις διακοπές του είναι διαφορετικοί για τον καθένα συμπεριλαμβανομένων το οικονομικό θέμα, την τοποθεσία, την ποιότητα των υπηρεσιών και τον τόπο διαμονής, την ασφαλή μετακίνηση αλλά και τις περιβαλλοντικές συνθήκες που επικρατούν εκεί.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης είναι τα εξής:

Εποχικότητα: Πρόκειται για το φαινόμενο που αναφέρθηκε σε προηγούμενη παράγραφο και αποτελεί μία μορφή του τουρισμού στην Ελλάδα αρκετά συχνή και κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες

Ελαστικότητα ζήτησης: Εξαρτάται πάντα από τα οικονομικά των τουριστών και είναι εύλογο όταν υπάρχει μείωση των τιμών των τουριστικών προϊόντων να αυξάνονται και οι πωλήσεις τους. Είναι πιο εύκολο κάποιος να κάνει τουρισμό είτε στη χώρα του είτε στο εξωτερικό όταν οι τιμές των τουριστικών καταλυμάτων μειώνονται και μπορεί να ανταποκριθεί ο ίδιος.

Υποκατάστατα: Οι τουρίστες προσπαθούν να ανακαλύψουν εναλλακτικά μέσα για να καλύψουν τις ανάγκες τους. Με αυτά τα κριτήρια βέβαια, η επιλογή τους δεν παραπέμπει πάντα στην καλύτερη ποιότητα των αγαθών καθώς αναγκάζονται να καταφύγουν σε επιλογές δευτερεύουσας ποιότητας αφού αδυνατούν να αντεπεξέλθουν σε μεγαλύτερες οικονομικές απαιτήσεις.

Σε αντίθεση με τις προηγούμενες γενιές τουρισμού, η τωρινή γενιά, η Τρίτη γενιά όπως χαρακτηρίζεται έχει διέξοδο για τουρισμό σε πολλές χώρες και ταυτόχρονα ο τουρισμός από χώρες με μεγάλη απόσταση από την Ελλάδα είναι μεγάλος, όπως οι τουρίστες από την Κίνα. Ο τουρισμός των ανθρώπων της τρίτης ηλικίας χαρακτηρίζεται από αναζήτηση ποιοτικών κριτηρίων πλέον, σε αντίθεση με τους νέους που δεν ψάχνουν απαραίτητα για ποιοτικό τουρισμό.

1. 6 Τρόποι μετακίνησης

Τα μέσα μετακίνησης που χρησιμοποιούν οι τουρίστες μπορεί να είναι είτε οδικά, είτε θαλάσσια είτε αεροπλάνα καθώς αυτό εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Οι τουρίστες που μετακινούνται μέσω κάποιων τουριστικών γραφείων είναι αρκετά οργανωμένοι και το ίδιο το τουριστικό γραφείο αναλαμβάνει και τον τρόπο μετακίνησής τους

Αντίθετα, όταν ο τουρίστας αναλαμβάνει προσωπικά την οργάνωση της μετακίνησής του τότε επιλέγει ο ίδιος και τον τρόπο μετακίνησης.

Στην Ελλάδα η μετακίνηση των τουριστών γίνεται κυρίως οδικά και σιδηροδρομικά και λιγότερο με τα αεροπλάνα και θαλάσσια μέσα. Η τουριστική κίνηση επειδή είναι μία ακριβή κίνηση πρέπει να είναι απόλυτα εξασφαλισμένη ότι έχει οργανωθεί σε όλα τα επίπεδα και για αυτό σε πλειονότητα οι τουρίστες επιλέγουν αναπτυγμένες, παράκτιες, αστικές ή εξοχικές περιοχές, με θερμό κλίμα και επισκέπτονται οικεία μέρη, τονωτικά και αρκετά δημοφιλή, και προτιμούν να είναι δραστήριοι. Θεωρούν ότι αυτές οι περιοχές είναι

περιοχές με ποιοτικές και σύγχρονες εγκαταστάσεις και με εξασφαλισμένη μία καλή και ασφαλής μετακίνηση χωρίς προβλήματα προσβασιμότητας στις γύρω περιοχές.

Οι μεταφορές μέσω αεροπορικών εταιρειών αποτελούν έναν πολύ ασφαλή τρόπο μετακίνησης αλλά και πιο ξεκούραστο ειδικά για τους τουρίστες της τρίτης ηλικίας που έχουν ως μέλημα και τον ποιοτικό τουρισμό. Με την ανάπτυξη και τη δημιουργία αεροδρομίων εξασφαλίζεται πιο εύκολα και η πρόσβαση σε κάθε περιοχή.

1.7 Εναλλακτικός τουρισμός

Σύμφωνα με τους Eadington & Smith εναλλακτικός τουρισμός είναι: «οι μορφές τουρισμού που είναι συμβατές με τις περιβαλλοντικές και τις κοινωνικές αξίες της περιοχής και οι οποίες επιτρέπουν τόσο στην κοινωνία όσο και στους επισκέπτες να απολαύσουν μια θετική και αξιόλογη αλληλεπίδραση και κοινές εμπειρίες». Πρέπει να σημειωθεί ότι ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί σε μη έντονα τουριστικά προβαλλόμενα μέρη.

Επιπρόσθετα, ο εναλλακτικός τουρισμός επιφέρει και νέες θέσεις εργασίας για να απασχοληθούν οι ντόπιοι της ίδιας περιοχής, χωρίς απαραίτητα να διαθέτουν κάποια εξειδίκευση είτε εμπειρικά είτε με την κατοχή κάποιου διπλώματος.

Επομένως, ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μία ακόμα υποκατηγορία του τουρισμού κατά την οποία ο εκδρομέας αναζητά εναλλακτικούς τρόπους για να ικανοποιήσει τις επιθυμίες του με απλούς εναλλακτικούς τρόπους, χωρίς αρνητικές επιρροές και περιβαλλοντολογικές ή πολιτισμικές επιβαρύνσεις.

Κρίνεται απαραίτητη η προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού καθώς αποτελεί συμπληρωματικό μέσο για τον τουρισμό με την παραδοσιακή μορφή. Ο τουρισμός πέρα από τους χώρους τους παραδοσιακούς με τη θάλασσα και τον ήλιο προσελκύει κόσμο και στην Αθήνα και Θεσσαλονίκη, αφού σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, η επίτευξη του στόχου των 20 εκατ. αφίξεων από το εξωτερικό θα είχε ως αποτέλεσμα οι τουριστικές εισπράξεις από το εξωτερικό να ανέλθουν τουλάχιστον στα 12,8 δισεκ. ευρώ, ενώ σε όρους συνολικής επίδρασης στο ΑΕΠ η επιπλέον συμβολή θα ήταν μεγαλύτερη των 7 δισεκ. ευρώ σε σχέση με εκείνη για το 2010.

1.8 Τουριστική προσφορά ή τουριστικό προϊόν

Τουριστική προσφορά είναι το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται στους καταναλωτές για να ικανοποιήσει τις τουριστικές τους ανάγκες.

Το τουριστικό προϊόν είναι μία μίξη υλικών στοιχείων , όπως: (θάλασσα, βουνό, ξενοδοχείο), και άυλων (φιλοξενία, κλίμα).

Η τουριστική προσφορά ταξινομείται σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

- στην πρωτογενή τουριστική προσφορά
- στην δευτερογενή τουριστική προσφορά²

Η πρωτογενής τουριστική προσφορά αποτελείται από φυσικούς και ανθρώπινους πόρους, δηλαδή, κάθε φυσικό στοιχείο ή ανθρώπινη δραστηριότητα που είναι δυνατόν να προσελκύσουν τουρίστες.

Η δευτερογενής τουριστική προσφορά είναι τα στοιχεία που θα χρησιμοποιήσει ο τουρίστας ώστε να απολαύσει το τουριστικό προϊόν μίας πρωτογενούς τουριστικής προσφοράς. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι γενικές εγκαταστάσεις (μεταφορικά μέσα, ηλεκτροδότηση, ύδρευση),οι τουριστικές εγκαταστάσεις(κάμπινγκ, ξενοδοχεία, μοτέλ) και οι εγκαταστάσεις αναψυχής που περιλαμβάνουν το θέατρο, κλαμπ, καζίνο, αθλητικές εγκαταστάσεις, εγκαταστάσεις νυχτερινών εξόδων αλλά και τους ζωολογικούς κήπους.

1.9 Τουριστικά καταλύματα

Οι χώροι που φιλοξενούνται οι τουρίστες λέγονται καταλύματα. Τα τουριστικά καταλύματα διακρίνονται στους παρακάτω τύπους:

Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα

- Κλασσικά ξενοδοχεία

² Εισαγωγή στον Τουρισμό και στην τουριστική οικονομία , Πανεπιστήμιο Πατρών Διαθέσιμο από τη διεύθυνση <https://eclass.upatras.gr/> Τελευταία ανάκτηση 10/3/2018

- Μοτέλ
- Επιπλωμένα διαμερίσματα
- Κλασσικά και επιπλωμένα διαμερίσματα
- Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις(κάμπινγκ)

Δευτερεύοντα ξενοδοχειακά καταλύματα

- Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις ή κατοικίες
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια
- Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα

Σύνθετα τουριστικά καταλύματα

Πρόκειται για τον συνδυασμό των προηγούμενων κατηγοριών.

Ξενώνες νεότητας:

- Απευθύνονται κυρίως σε άτομα νεαρής ηλικίας που ανήκουν σε σωματεία που υπάγονται στον Ε.Ο.Τ.
- Οι ξενώνες νεότητας έχουν εξασφαλίσει όλες τις προδιαγραφές που απαιτούνται για να θεωρούνται ως κτίρια που μπορούν να δεχτούν άτομα και να μείνουν εκεί και ανήκουν σε νομικά πρόσωπα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα.

Εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής: καλύπτει την κάθε μορφή τουρισμού, διαθέτοντας και τις αντίστοιχες εγκαταστάσεις για την φιλοξενία των επισκεπτών.

Τουριστικά γραφεία: αποτελεί έναν φορέα όπου ο ρόλος του είναι να παρεμβαίνει μεταξύ των πελατών και των τουριστικών προϊόντων που παρέχονται στους πελάτες εξασφαλίζοντας βέβαια και μία ανάλογη αμοιβή.

Γραφεία ενοικιάσεως οχημάτων : πρόκειται για επιχειρήσεις που νοικιάζουν αυτοκίνητα στους τουρίστες.

Τουριστικά καταστήματα: αρχαιολογικοί χώροι , χώροι αναψυχής ή διασκέδασης και γενικότερα όσους επισκέπτονται οι τουρίστες.³

1.10 Τουριστικά κίνητρα

Ο όρος τουριστικό κίνητρο αποτελεί τους παράγοντες που καταφέρνουν να οδηγήσουν τα άτομα σε κάποιο χώρο που ανταποκρίνεται στις επιθυμίες τους και στις ανάγκες για τουρισμό.

Σύμφωνα με τον Crompton (1979), τα κίνητρα που αποτυπώνονταν στους τουρίστες ήταν η χαλάρωση και μάλιστα η ποιότητα παροχής των υπηρεσιών, και όχι η βιομηχανοποίηση του τουρισμού. Τα κίνητρα βέβαια ποικίλλουν από άτομο σε άτομο είναι πιο πολύπλοκα και είναι ανάγκη να γίνει κατανοητή η αλληλοεπίδραση της φύσης των κινήτρων, των ρόλων, του σταδίου της ζωής και των κοινωνικών δομών (Gibson, 2005).

Άλλοι τουρίστες επιλέγουν να κάνουν τουρισμό κοντά στη φύση και εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες. Ο συνδυασμός αυτών των κινήτρων μπορεί να οδηγήσει στην ταξινόμηση του αθλητικού τουρίστα σε 4 κατηγορίες ανάλογα με την ανταγωνιστικότητα, την αναψυχή, τη δραστηριότητα και την παθητικότητα (Robinson & Gammon, 2004).

Τα κίνητρα κατά τον Krippendorf

- ✓ Να χαλαρώσει

³ Τουριστικές Επιχειρήσεις, Ποιες θεωρούνται τουριστικές επιχειρήσεις Διαθέσιμο από τη διεύθυνση

- ✓ Να ξεφύγει από την καθημερινότητα
- ✓ Να ανακτήσει τις δυνάμεις του
- ✓ Να αποκτήσει εμπειρίες στη φύση
- ✓ Να περάσει χρόνο με τους συνταξιδιώτες του
- ✓ Να τρώει καλά
- ✓ Να περάσει καλά και να διασκεδάσει
- ✓ Να κάνει ότι ο ίδιος επιθυμεί, να είναι ελεύθερος
- ✓ Να αποκτήσει πολλές και διαφορετικές εμπειρίες
- ✓ Να δει καινούρια πράγματα και να ζησει κάτι εντελώς διαφορετικό
- ✓ Να ξεφύγει από το μολυσμένο περιβάλλον, πηγαίνοντας σε μέρη με καθαρότερο αέρα και νερό
- ✓ Να ασκηθεί/γυμναστεί κάνοντας διάφορες δραστηριότητες και παιχνίδια
- ✓ Να επισκεφτεί άλλες χώρες και, γενικότερα, τον κόσμο
- ✓ Να ξεκουραστεί και να μην κάνει τίποτα
- ✓ Να κάνει καινούριους φίλους
- ✓ Να κάνει πράγματα για την προσωπική του ομορφιά (π.χ. μαύρισμα)
- ✓ Να ταξιδέψει πολύ και να μετακινείται
- ✓ Να διευρύνει τους ορίζοντες του και να αποκτήσει γνώσεις
- ✓ Να κυνηγήσει τα ενδιαφέροντα του
- ✓ Να κάνει πράγματα για την υγεία του εμποδίζοντας την εμφάνιση ασθενειών
- ✓ Να ανανεώσει παλιές αναμνήσεις
- ✓ Να δει φίλους και συγγενείς

- ✓ Να έχει χρόνο για προσωπική ενδοσκόπηση και σκέψη
- ✓ Να κάνει σπορ και να αθληθεί ώστε να είναι σε φόρμα
- ✓ Να κάνει ταξίδια εξερεύνησης, να διακινδυνεύσει ώστε να ζήσει κάτι διαφορετικό από τα συνηθισμένα
- ✓ Να έχει χρόνο για τα χόμπι του.⁴

Οι Gee et al. (2004, σελ.76-79) αναφέρουν ότι βασικό στοιχείο των ψυχολογικών παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή του τόπου των διακοπών, είναι η απόκτηση της εμπειρίας για γνωριμία καινούργιων πραγμάτων, την απόκτηση νέων σχέσεων με ανθρώπους που θα γνωρίσουν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους αλλά και των προσωπικών αξιών βάσει των οποίων και πραγματοποιούνται τα ταξίδια τους. Επίσης, δεν πρέπει να παραληφθεί το γεγονός ότι ο άνθρωπος έχει ανάγκη από την κοινωνικότητα, κάτι που πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια των μετακινήσεών του με τη γνωριμία του με άλλους ανθρώπους. Αξιοσημείωτο αποτελεί και το στοιχείο εκείνο των ανθρώπων που εν μέρει επιθυμούν μία προβολή επιλογής του τόπου μετακίνησης απλά για επίδειξη σε άλλους της οικονομικής τους κατάστασης, ιδιαίτερα όταν ο τόπος αυτός θεωρείται πολύ δημοφιλής και συγκεντρώνει την ελίτ της χώρας. Ο μιμητισμός επομένως είναι αναπόφευκτος.

Οι Beerli & Martin (2004) μέσα από έρευνες διαπίστωσαν ότι ο ήλιος, η θάλασσα και γενικότερα η χαλάρωση, από κάθε έννοια και πρόβλημα είναι χαρακτηριστικά που παρατηρούνται στους τουρίστες κατά τις επισκέψεις και μετακινήσεις τους. Επομένως, η Ελλάδα αποτελεί έναν προορισμό που σίγουρα κάθε τουρίστας θα επέλεγε καθώς ο ήλιος και η θάλασσα υπάρχουν γενναιόδωρα στη χώρα.

Οι Thornton, Shaw & Williams (1997) επισημαίνουν και τη συμβολή των παιδιών για τον τόπο των διακοπών. Επιβάλλεται, επομένως, ο σχεδιασμός κάθε νέας δραστηριότητας ώστε να υποστηρίξουν αυτές τις ενέργειες στήριξης του τουρισμού, κληρονομιάς καθώς επίσης και τη διοργάνωση εκδηλώσεων για τα παιδιά.

Στη σημερινή εποχή, η τουριστική κίνηση ενός τόπου εξαρτάται άμεσα όχι μόνο από τα γενικά κίνητρα του ατόμου που ταξιδεύει κάπου μόνο για να μετακινηθεί, αλλά και από τα

⁴Τα Κίνητρα και η τυπολογία των Τουριστών Βελισσαρίου Ευστάθιος Καθηγητής Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων Διαθέσιμο από τη διεύθυνση <https://e-ass.teilar.gr/Τελευταία> ανάκτηση 20/3/2018

ειδικά κίνητρα που κάποιος τουρίστας θα κάνει την επιλογή του τόπου μετακίνησης αφού λάβει υπόψη όλους αυτούς τους παράγοντες που θα του εξασφαλίσουν μία καλή και ασφαλής μετακίνηση , με συγκεκριμένο κόστος στο οποίο και μπορεί να ανταποκριθεί. Τα ειδικά κίνητρα, όπως και τα γενικά, δεν είναι ίδια για όλους αλλά εξαρτώνται από κάθε άτομο και το κοινωνικό περιβάλλον που ζει.

Μέσα από πληθώρα πλέον οργανωμένα τουριστικά γραφεία προσφέρονται πολλοί τύποι τουριστικών προϊόντων σε κάθε τόπο προορισμού, περιλαμβάνοντας μία σύγχρονη εγκατάσταση, έναν άνετο και οργανωμένο τρόπο μετακίνησης, εκδηλώσεις στον τόπο του τουριστικού προορισμού.

Οι τουριστικές εγκαταστάσεις διακρίνονται σε πολυτελή ξενοδοχεία 1-2-3-4-5 αστερών, ενοικιαζόμενα δωμάτια, πανδοχεία νεότητας, κάμπινγκ, χωριά διακοπών κ.ά.

1.11 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί ένα σημαντικό οικονομικό παράγοντα. Η Ελλάδα βρίσκεται στην καλύτερη γεωγραφική θέση και έχει ευνοϊκό κλίμα ,για αυτό και πολλές χώρες θα ήθελαν να βρίσκονται σε αυτή τη γεωγραφική θέση. Βρίσκεται μέσα στις 10 πρώτες θέσεις ως τόπος τουριστικού προορισμού για το 2010. Ακολουθώντας την άποψη του ΣΕΤΕ(Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων), ο τουρισμός είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για την ελληνική οικονομία, κάτι το οποίο αποδεικνύεται:

- Η συμμετοχή στο ΑΕΠ είναι σταθερά πάνω από το 15% και κάποιες φορές ανέβηκε πάνω από 18% , η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2012 στο ΑΕΠ της Ελλάδας αγγίζει το 16,4%.
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας σε σχετικά ευρύτερους τομείς κυρίως στη περιφέρεια.
- Η οικονομική ενίσχυση του τουρισμού δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία.

- Σε λίγους τομείς της εθνικής οικονομίας ανταγωνίζεται παγκοσμίως ο ελληνικός τουρισμός.⁵

Πίνακας 1 . Βασικά στοιχεία του ελληνικού τουρισμού

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

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

Μελετώντας τα στοιχεία του πίνακα 1 διαπιστώνεται ότι ο τουρισμός στην συμβολή του στο βασικό μέγεθος της οικονομίας αποτελεί ένα δυνατό σημείο καθώς επίσης και στην απασχόληση των εργαζομένων κατά τα έτη 2008 - 2011. Ωστόσο το μερίδιο αγοράς στην Ευρώπη αλλά και Παγκοσμίως είναι σταθερό, ενώ οι δείκτες των εσόδων, με ποσοστό 10% και του αριθμού των εργαζομένων που απασχολούνται, με ποσοστό 16% μειώνονται συνεχώς εξαιτίας της οικονομικής κρίσης που σημειώθηκε παγκόσμια.

Πίνακας 2 Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2011

Συμμετοχή στο ΑΕΠ	16,5% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	18,4% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Απασχόληση (άμεση & έμμεση)	758.300 [WTTC]
Έσοδα	10,5 δις. € [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	16,4 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	639 €
Μερίδιο Αγοράς	1,7% Παγκόσμια, 3,3% Ευρώπη
Εποχικότητα	54% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο

⁵ Μελέτη για τη συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία Διαθέσιμο από τη διεύθυνση <http://sete.gr/el/kentro-tyπου/deltia-tyπου-anakoinoseis/news-repository/2018/sete-intelligence-meleti-insete/> Τελευταία ανάκτηση 8/5/2018

Συγκέντρωση Προσφοράς	66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.648 ξενοδοχεία / 763.668 κλίνες [ΞΕΕ]
Τop 5 αγορές	Γερμανία (2.240.481), Ην. Βασίλειο (1.758.093), ΠΓΔΜ (1.356.000), Γαλλία (1.149.388), Ιταλία (843.613) [ΤτΕ]
Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (3.123.631), Ηράκλειο (2.137.230), Ρόδος (1.717.477), Θεσσαλονίκη (869.929), Κώς (843.171) [ΕΛ.ΣΤΑΤ.]

Πηγή: ΣΕΤΕ 2011

Η μελέτη των στατιστικών στοιχείων του πίνακα 2 μας πληροφορεί ότι ο τουρισμός ενίσχυσε την ελληνική οικονομία ιδιαίτερα το έτος 2011 αφού η συνολική συνεισφορά στο ΑΕΠ ήταν πάνω από 16%, όσον αφορά τα έσοδα, ενώ το ποσοστό απασχόλησης που συνδέεται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό έφτανε το 18,4%.

Πίνακας 3 Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2014

Συμμετοχή στο ΑΕΠ	17,3% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	17,3% της συνολικής απασχόλησης[WTTC]
Συνολική Απασχόληση	699.000 [WTTC]
Έσοδα	13 δισ. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα) [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	22 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	590 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)
Μερίδιο Αγοράς	1,8% Παγκόσμια, 3,8% Ευρώπη
Εποχικότητα	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	70% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.851 ξενοδοχεία / 792.304 κλίνες [ΞΕΕ]

Top 5 αγορές	Γερμανία (2.459.228), Ην. Βασίλειο (2.089.529), Γαλλία (1.463.159), Ρωσία (1.250.174), Ιταλία (1.117.711) [ΤτΕ]
Top 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (3.388.647), Ηράκλειο (2.595.702), Ρόδος (1.926.675), Θεσσαλονίκη (1.569.814), Κέρκυρα (1.074.289) [ΔΑΑ & ΥΠΑ.]

Πηγή: ΣΕΤΕ 2014

Πίνακας 4 Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2015

Συμμετοχή στο ΑΕΠ	18,5% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	23,1% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Συνολική Απασχόληση	821.900 [WTTC]
Έσοδα	13,6 δισ. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα) [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	23,6 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	580 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)
Μερίδιο Αγοράς	2% Παγκόσμια, 3,1% Ευρώπη
Εποχικότητα	55% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο

Συγκέντρωση Προσφοράς	69% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.757 ξενοδοχεία / 784.315 κλίνες [ΞΕΕ]
Top 5 αγορές	Γερμανία (2.810.350), Ην. Βασίλειο (2.397.169), Γαλλία (1.522.100), Ιταλία (1.355.327), Ρωσία (512.789), [ΤτΕ]
Top 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (4.158.330), Ηράκλειο (2.559.805), Ρόδος (1.902.051), Θεσσαλονίκη (1.569.224), Κέρκυρα (1.092.647) [ΔΑΑ & ΥΠΑ.]

Πηγή: ΣΕΤΕ 2015

Τα στοιχεία που παρουσιάζονται στους πίνακες 3 και 4 για τα έτη 2014 και 2015 δείχνουν ότι η απασχόληση έφτασε το 2014 το 17,83%, που μεταφράζεται σε 669.000 νέες θέσεις εργασίας, ενώ το 2015 το ποσοστό έφτασε το 23,1% που αντιστοιχεί σε 821.900 θέσεις εργασίας.

Και το 2014 και το 2015 οι περισσότερες αφίξεις αλλοδαπών παρατηρήθηκαν κατά την καλοκαιρινή περίοδο. Επίσης, παρατηρούνται μειώσεις και στις μετακινήσεις των τουριστών με αεροπλάνο. Είναι φανερό ότι ο τουριστικός κλάδος αποτέλεσε τη δύναμη της ελληνικής οικονομίας καθώς παρατηρήθηκε μία μεγάλη αύξηση κυρίως το 2015 και τα έσοδα από τον τουρισμό αυξήθηκαν σε μεγάλο ποσοστό.

Τα δύο αυτά έτη ο τουρισμός σημείωσε μεγάλη αύξηση ιδιαίτερα στις κρουαζιέρες αποτελώντας μία καινούργια ιδέα που άρχισε να κερδίζει έδαφος και να δημιουργούνται και καινούργιες θέσεις εργασίας. Είναι απαραίτητο να σημειωθεί ότι η Ελλάδα έχει κάποια σημαντικά πλεονεκτήματα ,τα οποία παίζουν κυρίαρχο ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού της χώρας και όχι μόνο σε αυτόν τον τομέα . Για αυτό το λόγο υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ της Ελλάδας και πολλών άλλων χωρών διότι δεν διαθέτουν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για να αναπτυχθεί ο τουρισμός και αποτελεί μεγάλο αντίζηλό τους .

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα που βοηθούν τη χώρα ώστε να είναι από τις πρώτες επιλογές των εκδρομέων για τις διακοπές τους είναι τα εξής:

- ✓ Το εντυπωσιακό περιβάλλον με τα ιστορικά και μοναδικά πολιτιστικά μνημεία.
- ✓ Το ήπιο μεσογειακό κλίμα .
- ✓ Τα απέραντα νησιά των πελάγων με τις καταπληκτικές γαστρονομικές απολαύσεις.
- ✓ Η μεσογειακή κουζίνα με τις μοναδικές συνταγές πασίγνωστες ανά τον κόσμο.
- ✓ Οι ξένοι ξεχωρίζουν αυτή τη χώρα και τους κατοίκους της για τη φιλόξενη διάθεση και το φιλικό κλίμα που προβάλλουν σε όποιον την επισκέπτεται, κάτι το οποίο δύσκολα συναντά κανείς τη σημερινή εποχή.

Εκτός όμως από τα πλεονεκτήματα υπάρχουν και κάποια μειονεκτήματα τα οποία συνοψίζονται στα παρακάτω:

- ✓ Αρκετές δυσκολίες στα μέσα μεταφοράς τόσο στα λιμάνια όσο και στα αεροδρόμια.
- ✓ Η επιδίωξη όσο το δυνατόν μεγαλύτερου κέρδους από τους επιχειρηματίες οδηγεί στην αύξηση των τιμών των τουριστικών καταλυμάτων , πράγμα που δημιουργεί δυσκολίες στους τουρίστες.
- ✓ Οι τουρίστες επιθυμούν τη διαμονή στο κέντρο ακόμη και όταν κάνουν διακοπές στα νησιά καθώς η νυχτερινή διασκέδαση είναι κάτι που το επιδιώκουν.
- ✓ Η προβολή του τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό δεν είναι επαρκής σε χρόνο ή ποσότητα ώστε να γίνει περισσότερο αντιληπτό από τα άτομα των άλλων χωρών.

Το ζήτημα όμως της εποχικότητας του τουρισμού αποτελεί ένα σημαντικό θέμα για την οικονομία. Οι καλοκαιρινοί μήνες αποτελούν την περίοδο αιχμής όπου η πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων αγγίζει το ζενίθ αλλά δυστυχώς ,όπως προαναφέρθηκε, αποτελεί μικρή χρονική διάρκεια, παρόλο που οι τουριστικές εγκαταστάσεις και τα

διάφορα μέρη της Ελλάδας είναι δυνατόν να αποτελέσουν πόλο έλξης τουρισμού και τις άλλες εποχές του έτους.

Σύμφωνα με τους Δημήτρη Β. Παπαδημητρίου, Μιχάλη Νικηφόρου & Gennaro Zezza, 2014 «Στην τελευταία αξιολόγησή του για την πορεία της ελληνικής οικονομίας, το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (IMF 2014) εμφανίζεται πιο αισιόδοξο για το μέλλον της Ελλάδας ,αναφέροντας ότι η χώρα έχει αρχίσει να εμφανίζει τα «πρώτα σημάδια οικονομικής σταθεροποίησης», καθώς τα τελευταία τρίμηνα επιβραδύνεται η μείωση του ΑΕΠ εν συγκρίσει με την τάση των προηγούμενων ετών ενώ σημειώθηκε και ελαφριά πτώση στα ποσοστά ανεργίας. Το ΔΝΤ επαινεί την κυβέρνηση για την επίτευξη πρωτογενούς πλεονάσματος το 2013 ένα χρόνο πριν από το χρονοδιάγραμμα, αλλά εξακολουθεί να συνιστά περαιτέρω σύσφιγξη της δημοσιονομικής πολιτικής για να κλείσει το δημοσιονομικό έλλειμμα για το επόμενο έτος και να εξασφαλιστούν τα «πρωτογενή πλεονάσματα άνω του 4% του ΑΕΠ» που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων της τριόικας αναφορικά με τη μείωση του χρέους. Επιπλέον, το ΔΝΤ προσδοκά η αύξηση του ΑΕΠ να είναι πάνω από 2% με αποτέλεσμα το κλείσιμο του παραγωγικού κενού έως το 2019».

Η βελτίωση και η ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας δέχτηκε θετική επίδραση από τον τουριστικό κλάδο καθώς και μέσα από την Τράπεζα της Ελλάδος οι συναλλαγές αποδεικνύουν ότι το τουριστικό προϊόν αντιπροσώπευε 12 δις ευρώ για το δωδεκάμηνο που έληξε τον Απρίλη του 2014—δηλαδή οριακά υψηλότερο από το προηγούμενο ψηλό του 2008. Αντίθετα, οι εξαγωγές στην κατηγορία των «μεταφορών» έχουν υποχωρήσει στα 12 δις ευρώ έναντι της προηγούμενης κορυφής του στα σχεδόν 20δις ευρώ το 2008, και σημείωσαν μόνο μια μικρή βελτίωση κατά τους πρώτους μήνες του 2014 (λιγότερο από 1 δις ευρώ σε ετήσια βάση).

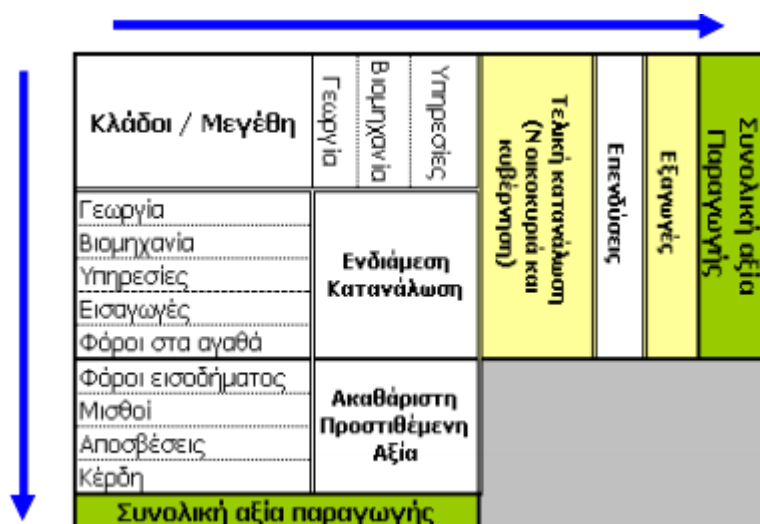
Η ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας βοήθησε και στην κάλυψη νέων θέσεων εργασίας και επομένως μείωση της ανεργίας καθώς δημιουργήθηκαν άλλες 3.150 θέσεις για εργαζόμενους, γεγονός που προκύπτει από την αύξηση των μισθωτών του κλάδου κατά 5.925 και την μείωση των αυτοαπασχολούμενων κατά 2.775. Έτσι, ο τομέας του τουρισμού δείχνει σημάδια αναδιάρθρωσης της ελληνικής οικονομίας οδηγώντας την στην αύξηση της παραγωγικότητας και στην μείωση της ανεργίας.

Συνολικά, λοιπόν, η αύξηση στις τουριστικές δραστηριότητες έδωσε μία ώθηση και στις πληρωμές αλλά και στην απασχόληση και βραχυπρόθεσμα αλλά και μακροπρόθεσμα.

Επομένως, η σημαντικότητα του τουρισμού είναι σίγουρα μία κινητήρια δύναμη για να

ανταπεξέλθει η χώρα από την οικονομική κρίση που περνάει, παρόλο που η εποχικότητα είναι ένα σημαντικό πρόβλημα, το οποίο η ελληνική χώρα πρέπει να το λύσει ώστε να είναι δυνατή η μεγαλύτερη ανάπτυξη του.

Η επίδραση του τουρισμού σε όλους τους τομείς στη χώρα, αποτελεί την εκτίμηση και τη διαμόρφωση σχετικά με τις επενδύσεις στους δρόμους, αεροδρόμια, λιμάνια, εγκαταστάσεις ενέργειας, ύδρευσης, αποχέτευσης, συλλογής απορριμμάτων, το ύψος της συλλογικής κατανάλωσης για δημόσιες δαπάνες στον τουρισμό και το ύψος της επένδυσης στον κλάδο των υπηρεσιών καταλύματος βάσει στοιχείων για επενδύσεις που έχουν υπαχθεί στο νόμο 3299/04.



Εικόνα 1 εισροών-εκροών18 Πηγή: Ίδρυμα οικονομικών & βιομηχανικών ερευνών

Οι επενδύσεις για τον τουρισμό στη χώρα συμβάλλουν στην προσέλκυση τουριστών καθώς η βελτίωση των δρόμων και των εγκαταστάσεων γενικότερα προσφέρονται στους επισκέπτες ποιοτικές υπηρεσίες ικανοποιώντας κάθε απαίτηση σχετικά με την τουριστική επιλογή τους. Επομένως η προβολή της χώρας σε συνδυασμό με τον απaráμιλλο πολιτισμικό πλούτο συμβάλλει στην τουριστική προβολή της χώρας από την πλευρά του κράτους.

Η τουριστική κίνηση της χώρας είναι συνδυασμός και των υπηρεσιών αλλά και των αγαθών που προσφέρονται συνολικά σε κάθε τουρίστα.. Οι παράγοντες έλξης είναι πολλοί και καθορίζουν την τουριστική ανάπτυξη συμβάλλοντας έτσι σε μία βιωματική εμπειρία

του τουρίστα. Κύρια χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος είναι οι φυσικοί πόροι, οι πολιτιστικοί πόροι, η διασκέδαση οι συμπληρωματικές εγκαταστάσεις και οι υποδομές μεταφορικών μέσων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Παγκόσμια οικονομική κρίση – εξέλιξη

Τόσο το ελληνικό όσο και το παγκόσμιο χρηματοπιστωτικό σύστημα αντιμετώπισαν τη σημαντικότερη οικονομική κρίση. Μία κρίση που άρχισε να φαίνεται από το 2006, αλλά δεν την παρακολούθησαν έτσι ώστε να αποφευχθεί ,με αποτέλεσμα να γίνει μία σκληρή πραγματικότητα από το 2007 στην Αμερική και στη συνέχεια να αποτελέσει ένα φαινόμενο με παγκόσμιες διαστάσεις, δημιουργώντας προβλήματα στην οικονομία των χωρών και κυρίως στα κράτη του ανεπτυγμένου κόσμου. Η οικονομία της Ελλάδας δέχτηκε πολλές πληγές σε όλους τους τομείς χωρίς να μένει ανεπηρέαστο και το χρηματοπιστωτικό της σύστημα.

Η Χρηματοοικονομική κρίση που αντιμετώπισε ο τραπεζικός κλάδος έφερε προβλήματα στο κεφάλαιο των τραπεζών καθώς έπρεπε να αυξηθεί για να αντιμετωπιστεί κάθε οικονομικό πρόβλημα που ακολούθησε. Η κεφαλαιακή ανεπάρκεια ήταν το άμεσο αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης εφόσον η ρευστότητα κατέρρευσε και τα δάνεια από τη διεθνή κοινότητα ήταν αδύνατον να χορηγηθούν. Μπροστά στο φαινόμενο της οικονομικής κρίσης πολλά τραπεζικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα αναγκάστηκαν να οδηγηθούν σε συγχωνεύσεις και εξαγορές αλλά και πώληση προσωπικών ακίνητων περιουσιακών στοιχείων τους ώστε να καλύψουν το πρόβλημα του κεφαλαίου αλλά και να οδηγηθούν γρήγορα σε μία βιώσιμη λύση.

Η ίδια κατάσταση επικράτησε και στο ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα αφού η διόγκωση του προβλήματος τις ανάγκασε να εφαρμόσουν τα ίδια μέτρα όπως συγχωνεύσεις, επέκταση των επενδύσεών τους σε αγορές που δεν αντιμετώπιζαν προβλήματα οικονομικής κρίσης, και μεγάλη ενίσχυση από τον κρατικό μηχανισμό ώστε να διατηρηθεί σε ικανοποιητικό βαθμό η κεφαλαιακή επάρκεια και ρευστότητα.

Το φθινόπωρο του 2008 παρά τις προσπάθειες για να σωθεί η μεγαλύτερη ασφαλιστική εταιρεία AIG, στην Αμερική δυστυχώς η κρίση έγινε ορατή παντού και με μεγάλες συνέπειες.

Προκειμένου να μειωθεί η οικονομική κρίση ήταν αναγκαίο κάθε χώρα, με οδηγό την οικονομική κρίση του 1929, να παρέμβει με κάθε δυναμική ώστε να συνεχιστεί η ανάπτυξη και από την άλλη να αποφευχθούν χειρότερες συνέπειες. Όμως αυτό δεν ήταν πραγματοποιήσιμο και όπως ήταν αναμενόμενο έφερε αρκετά προβλήματα και στο οικονομικό επίπεδο αλλά και στο δημοσιονομικό τομέα.

Οι τράπεζες αύξησαν τα επιτόκια δανεισμού και το κράτος έχασε την αξιοπιστία του σχετικά με την πιστοληπτική ικανότητα από τους οίκους αξιολόγησης που την εποχή αυτή γίνονται πολύ γνωστοί στην Ελλάδα, καθώς με το ρόλο τους ανυψώνουν ή υποβαθμίζουν και το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα. Τα ελληνικά ομόλογα που διέθεταν οι τράπεζες για δανεισμό δεν ήταν πλέον αξιόπιστα και αποδεκτά, τα προβληματικά δάνεια αυξήθηκαν κι έτσι τις οδήγησε στην Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ).

Τα κέρδη μειώθηκαν και η κεφαλαιακή επάρκεια δείχνει ότι η πώληση στοιχείων των τραπεζών είναι συνεχής όμως δεν αποτελεί την καλύτερη λύση για το πρόβλημα και πρέπει να βρεθεί άλλη διέξοδος από το συνεχές κύμα υποβαθμίσεων και έλλειψης κεφαλαίου.

2.2 Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα – αίτια

Η οικονομική κρίση αφού έφτασε στην Ευρώπη, έπληξε με τη σειρά της και την Ελλάδα καθώς ήταν αδύνατον να αποφευχθεί ο τεράστιος όγκος προβλημάτων στη χώρα που εμφανίστηκαν κυρίως στις πιστωτικές αγορές. Ο διοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος, κ. Νικόλαος Γκαργκάνας, στο πλαίσιο ομιλίας του στο Ελληνο - Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο, δήλωσε ότι: (Γκαργκάνας Ν., 2008)

Οι διεθνείς πιστωτικές αγορές το 2008 προσβλήθηκαν από ήπιας μορφής αναταράξεις, καθώς οι τράπεζες της Ελλάδας ασχολήθηκαν με τον εγχώριο δανεισμό, αλλά και με την ανάπτυξη της οικονομίας μέσω της προώθησης διάφορων δραστηριοτήτων, εκτός του Ταχυδρομικού Ταμιευτηρίου.

Επομένως, οι αρνητικές επιπτώσεις που επικρατούσαν στις τράπεζες της χώρας λόγω των διεθνών αγορών, άρχισαν σταδιακά να περιορίζονται έως το 2008 σε μία αύξηση του κόστους δανειακών πόρων με ελαφρά μειωτική επίδραση στο κέρδος τους, καθώς και σε ζημιές λόγω αποτίμησης που αντανακλούν τη γενική μείωση των τιμών των δομημένων προϊόντων, οι οποίες επίσης έχουν σχετικά μικρή μειωτική επίδραση στη συνολική ετήσια κερδοφορία τους.

Το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα αντιμετώπισε μεγάλα προβλήματα από την οικονομική κρίση. Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα δεν ανταποκρίνονταν στη διασφάλιση των συμφερόντων των πολιτών. Τα μεγαλύτερα προβλήματα εντοπίστηκαν στην έλλειψη ρευστότητας και επενδύσεων καθώς είναι γνωστό ότι ο τραπεζικός κλάδος προκειμένου να εξασφαλίσει την κερδοφορία του στρέφονταν σε ασφαλείς επενδύσεις και ο επενδυτικός κλάδος κατέρρευσε. Οι καταθέσεις βρέθηκαν στο εξωτερικό με μεγάλη ζημιά και αρνητικό πρόσημο για τις τράπεζες.

Αυτά προκλήθηκαν κυρίως από τα παρακάτω:

- ✓ Οι τράπεζες δεν στάθηκαν ικανές για να προσελκύσουν τους καταθέτες με αποτέλεσμα να φύγουν προς το εξωτερικό.
- ✓ Το κούρεμα των ομολόγων του ελληνικού δημοσίου με την δυναμική των ιδιωτών έφερε πολλές και σημαντικές ζημιές εφόσον σημειώθηκε μεγάλη αναξιοπιστία στις τράπεζες.
- ✓ Ο πιστωτικός κίνδυνος έγινε σαφώς μεγαλύτερος για κάθε τράπεζα .
- ✓ Επιπλέον, η ρευστότητα των κεφαλαίων μειώθηκε και κάθε τράπεζα έπρεπε να αποκτήσει υψηλό δείκτη κεφαλαιακής επάρκειας.

Η Ελλάδα αποτέλεσε την χώρα που η οικονομική κρίση μεταφέρθηκε σε μεγαλύτερο βαθμό μέσω τοξικών χρεογράφων της στην ΕΕ από τις ΗΠΑ. Τέλος, έπληξε το ευρώ, το ακραίο παράδειγμα (νομισματικής) τεχνικότητας.

Κάτω από αυτές τις συνθήκες η Ελλάδα , αναγκάστηκε να ζητήσει δανεισμό το 2010, θέλοντας να χρηματοδοτήσει ένα εξαιρετικά υψηλό χρέος ως ποσοστό του ΑΕΠ(126% το

2009) συνοδευόμενο από ένα εξίσου υψηλό έλλειμμα προϋπολογισμού (15,4% του ΑΕΠ για το 2009), τη στιγμή που η οικονομία της κατέγραφε ύφεση 2%.(Χριστόπουλος Α., Ντόκας Ι, σελ 338).

Για να μπορέσει η Ελλάδα να ανταπεξέλθει στην επίτευξη των στόχων της τριόικας έπρεπε να καταφέρει να συνδυάσει την επίτευξη ενός πλεονάσματος στον πρωτογενή τομέα και το ισοζύγιο συναλλαγών να αποκτήσει μία θετική πορεία. Μέσα από τους οικονομικούς τύπους αυτό συνεπάγεται:

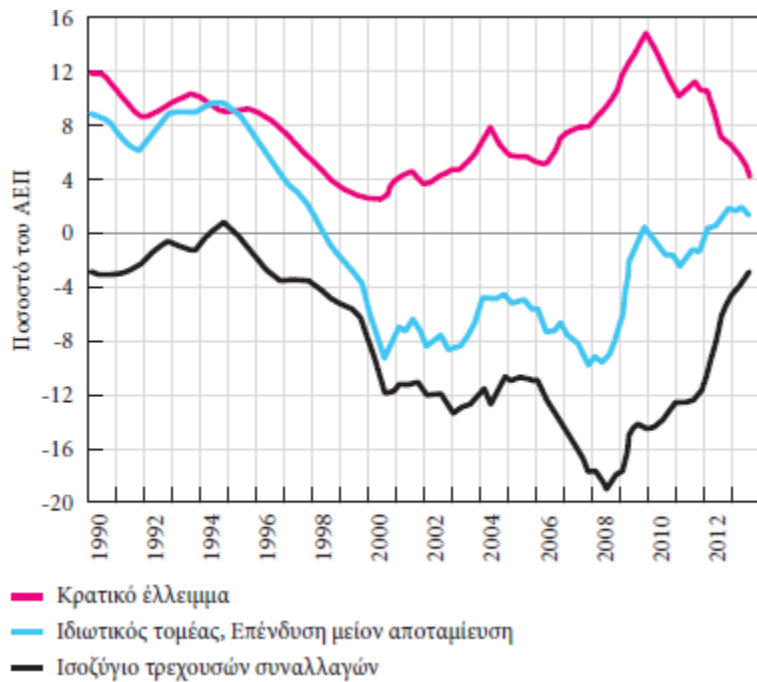
$$S - I \equiv NAFA \equiv DEF + CA$$

Το μέγεθος **NAFA** είναι η καθαρή απόκτηση χρηματοοικονομικών περιουσιακών στοιχείων από τον ιδιωτικό τομέα και εκφράζεται από τη διαφορά μεταξύ αποταμίευσης (*S*) και επένδυσης (*I*), η οποία πρέπει να ισούται πάντα με το άθροισμα του κρατικού ελλείμματος (*DEF*) και το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών (*CA*). Αν η *NAFA* είναι αρνητική, ο ιδιωτικός τομέας βρίσκεται σε διαδικασία δανεισμού(συνήθως από τον εξωτερικό τομέα) και αυτό ενδεχομένως να συνεπάγεται μια μη βιώσιμη πορεία.

Στις περισσότερες χώρες, η *NAFA* ήταν θετική σε σχέση με το εισόδημα ή το ΑΕΠ κατά την περίοδο 1950–80,αντανακλώντας την επιθυμία του ιδιωτικού τομέα να συσσωρεύει χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία.

Με άλλα λόγια, εάν ο ιδιωτικός τομέας εξισώνει την αποταμίευση και την επένδυση, ο στόχος για πρωτογενές πλεόνασμα της τάξης του 4% απαιτεί ένα πλεόνασμα τρεχουσών συναλλαγών της τάξης του 4% του ΑΕΠ, μετά την αφαίρεση των τόκων. Σε περίπτωση που η ιδιωτική αποταμίευση υπερβαίνει τις επενδύσεις, το απαιτούμενο πλεόνασμα στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών θα αυξηθεί αντίστοιχα.⁶

⁶ Δημήτρη Β. Παπαδημητρίου, Μιχάλη Νικηφόρου & Gennaro Zezza, 2014 ' Στρατηγική Ανάλυση', Levy Economics Institute of Bard College, σελ 1-2 Αύγουστος 2014.



Εικόνα 2 Ελλάδα: Ισοζύγια των κύριων τομέων (κυλιόμενοι μέσοι όροι 4 τριμήνων) Πηγές: Ελ.Στατ., ΟΟΣΑ, AMECO, Υπολογισμοί των συγγραφέων

Στην εικόνα1 παριστάνονται διαγραμματικά το κρατικό έλλειμμα, ο ιδιωτικός τομέας και το ισοζύγιο πληρωμών. Στα χρόνια (1990–95), ο ιδιωτικός τομέας παρουσίαζε μία αναλογία σχεδόν 8% του ΑΕΠ, ενώ το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών ήταν σχεδόν ισορροπημένο. Όμως, η αλλαγή του νομίσματος σε ευρώ δημιούργησε μία αλλαγή στο ισοζύγιο των συναλλαγών, καθώς άρχισε μία φθίνουσα πορεία στην οικονομία με συνέπειες μη αντιμετωπίσιμες, προκαλώντας ένα μη βιώσιμο χρέος της ελληνικής οικονομίας. Η τρόικα ζητούσε όμως να αλλάξει αυτή η κατάσταση ξεπερνώντας το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών το 4% του ΑΕΠ, γεγονός καθόλου εύκολο και μάλιστα σε μία τέτοια οικονομική κρίση.

2.3 Οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός

Η εισφορά οικονομικού συναλλάγματος από τον τουρισμό στη χώρα είναι αναμφισβήτητο γεγονός που ωθεί στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας, καθώς ανακατανέμεται σε πολλούς κλάδους της οικονομίας μίας χώρας. Από την άλλη πλευρά οι συνεχείς

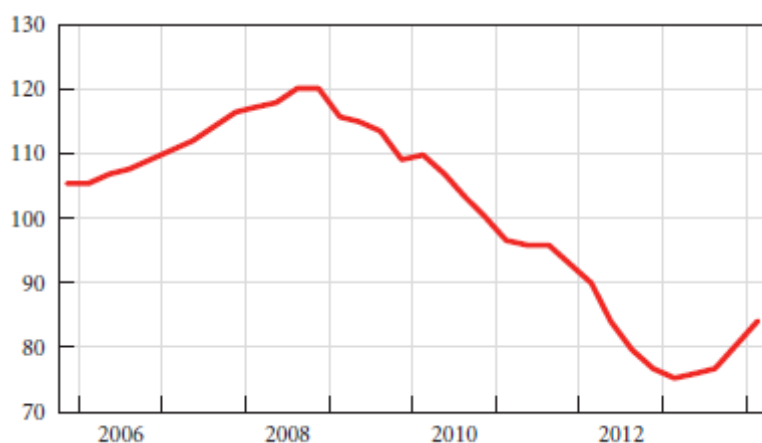
επενδύσεις έχουν μεγάλο αντίκτυπο στην οικονομία αφού προσφέρονται νέες θέσεις εργασίας δημιουργώντας έτσι μία ανάπτυξη σε όλη την οικονομική ζωή.

Η τουριστική προσφορά απευθύνεται σε κάθε τουρίστα με προϊόντα είτε φυσικά είτε κατασκευασμένα καλύπτοντας όλες τις επιθυμίες για κάθε τουριστικό προϊόν. Η τουριστική προσφορά γίνεται γνωστή σε κάθε τουρίστα μέσα από την φυσική αναζήτηση του ιδίου.

Ο ανταγωνισμός μεταξύ των τουριστικών προορισμών εμφανίζεται αρκετά μεγάλος αφού κάθε χώρα προβάλλει τα προϊόντα που προκαλούν την ανάλογη ζήτηση.

Ο τουρισμός στην οικονομική ζωή της χώρας όπως προαναφέρθηκε αποτελεί μία σημαντική συνιστώσα στο ισοζύγιο πληρωμών, γεγονός που καθίσταται ιδιαίτερα εμφανές στην περίπτωση των αναπτυσσόμενων χωρών (Ζαχαράτος, 1999). Ως ισοζύγιο πληρωμών ορίζεται ο διεθνής ειδικός λογαριασμός, στον οποίο καταγράφονται το μέγεθος και η εξέλιξη των οικονομικών συναλλαγών που πραγματοποιεί μια χώρα, σε σχέση με τις υπόλοιπες παγκοσμίως. Στο λογαριασμό αυτό καταγράφονται οι διμερείς αλληλεπιδράσεις (εισροή και εκροή) κεφαλαίων μεταξύ των χωρών, σε συνάλλαγμα, για ένα δεδομένο χρονικό διάστημα (Ζαχαράτος, 1999, Πρινωτάκη και Καψής, 2008, Πολύζος, 2011).

Μεγάλο πλεονέκτημα για την απαίτηση της τρόικας σχετικά με το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών αποτέλεσε ο τομέας του τουρισμού που σύμφωνα με τα στοιχεία της εικόνας 2 το πρώτο τρίμηνο του 2014 ο κύκλος εργασιών του τουρισμού αυξήθηκε πάνω από 14% σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο του περασμένου έτους. Ωστόσο, παραμένει κατά 30% χαμηλότερα από τα υψηλά επίπεδα του 2008.



Εικόνα 3 Ελλάδα: Δείκτης κύκλου εργασιών τουριστικού Πηγή: ΕΛΣΤατ

Η αναδιάρθρωση της οικονομίας προήλθε από την ανάκαμψη του τουρισμού σύμφωνα με τα στοιχεία από την Τράπεζα της Ελλάδας. Οι εξαγωγές της χώρας μειώθηκαν κατά 12 δις ευρώ έναντι της προηγούμενης κορυφής του στα σχεδόν 20 δις ευρώ το 2008, και σημείωσαν μόνο μια μικρή βελτίωση κατά τους πρώτους μήνες του 2014 (λιγότερο από 1 δις ευρώ σε ετήσια βάση). Αντίθετα η αύξηση της τουριστικής κίνησης έφερε νέες επενδύσεις και καινούργιες θέσεις εργασίας φτάνοντας τις 3150 γεγονός που προκύπτει από την αύξηση των μισθωτών του κλάδου κατά 5.925 και την μείωση των αυτοαπασχολούμενων κατά 2.775

Όμως τα προβλήματα δεν έχουν τελειώσει παρόλο που η τουριστική δραστηριότητα αυξάνει συνεχώς. Ένα ζήτημα που πρέπει να λυθεί και να αντιμετωπιστεί ώστε να υπάρξει μεγαλύτερη ανάκαμψη από τον τουρισμό είναι η υποτίμηση των νομισμάτων από ορισμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι φυσικό επομένως οι τουρίστες να προτιμούν τον φθηνότερο τουρισμό των άλλων.

Επιπρόσθετα, τα άτομα που διαθέτουν ένα αρκετά ικανοποιητικό εισόδημα, ακόμη και σε περίοδο κρίσης έχουν τη δυνατότητα να κάνουν τουρισμό, σε αντίθεση με τα άτομα που είναι ασθενέστερα οικονομικά.

Γενικότερα, έχει αποδειχθεί πως η αύξηση της επικινδυνότητας στον τουριστικό κλάδο και στην παροχή τουριστικού προϊόντος μεγαλώνει τις ανασφάλειες στους τουρίστες, με μεγάλη μείωση της ζήτησης. Βέβαια αυτό είναι στην κρίση της κάθε χώρας με ποιο τρόπο θα αντιμετωπίσει τα ζητήματα της τουριστικής κίνησης για να μην επηρεάζει αρνητικά και τις υπόλοιπες χώρες.

Η Ελλάδα το έτος 2014 βρέθηκε στην 15η θέση παγκοσμίως με συνολικό αριθμό επισκέψεων 22 εκ. άτομα. Επομένως, ο πρωταγωνιστικός ρόλος του τουρισμού στην οικονομία φαίνεται ξεκάθαρα, αφού πλέον η Ελλάδα αποτελεί έναν διεθνή προορισμό.

Σύμφωνα με τους (Ζαχαράτος, 1999, Πολύζος, 2011, Πολύζος, 2015), ο τουρισμός αποτελεί ένα πλεονέκτημα για την ελληνική οικονομία καθώς αυξάνεται το εθνικό εισόδημα. Το ίδιο βέβαια ισχύει και για τις άλλες χώρες που ο τουρισμός ασκεί θετική επίδραση στις οικονομικές δραστηριότητες του κράτους.

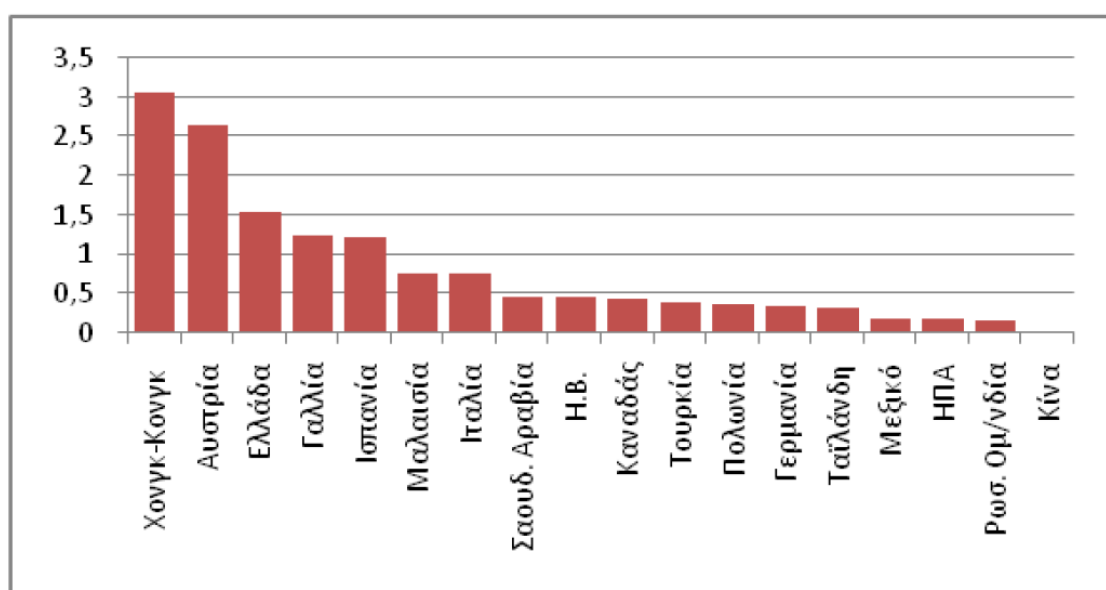
Σύμφωνα με την παρακάτω εικόνα οι θέσεις απασχόλησης στην ελληνική οικονομία από τον τουρισμό έφτασαν περίπου το 20% της συνολικής εγχώριας απασχόλησης

(Πρινωτάκη και Καυής, 2008, Καλαντζή και Τσιώτας 2010, Eeckels et al., 2012).

Πίνακας 5 Οι θέσεις απασχόλησης στην ελληνική οικονομία

Έτος	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Άμεση συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση</i>													
%	8,5	8,3	8,1	7,6	7,5	8,2	8,3	8,1	7,9	7,3	7,8	8	8,1
<i>Συνολική (άμεση και έμμεση) συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση</i>													
%	19,2	19,4	19	18,1	18,2	19,5	19,8	19,4	18,7	17,7	17,8	17,4	17

Πηγή Ελστατ



Εικόνα 4 Παγκόσμια κατάταξη τουριστικών προορισμών με κριτήριο τους επισκέπτες ανά κάτοικο

Πηγή Ελστατ

Σύμφωνα με τα στοιχεία της «Έρευνα Διακοπών» της ΕΛΣΤΑΤ για το 2016 σχετικά με τον τουρισμό που γίνεται από τους ημεδαπούς στον τόπο της για ταξίδια άνω της 1 διανυκτέρευσης ήταν 1.287 εκ.ευρώ όταν για το 2015 ήταν 1.264 εκ.ευρώ, δηλαδή αυξημένη κατά +1,8% σε σύγκριση με το 2015.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2008, η αντίστοιχη δαπάνη ήταν 3.868 εκ. ευρώ, δηλαδή, κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, ο εγχώριος τουρισμός μειώθηκε κατά περίπου-66,7%.

Η ίδια εικόνα αναδεικνύεται και από τον ακόλουθο πίνακα για ταξίδια με τουλάχιστον 4 διανυκτερεύσεις.

Πίνακας 6 Εγχώριος τουρισμός με 1 διανυκτέρευση

Εγχώριος Τουρισμός Ταξίδια με 1 τουλάχιστον Διανυκτερεύση				
	2014	2015	2016	Δ
Ταξίδια	5.340.163	4.841.525	4.590.484	-5,2%
Δαπάνη (€)	1.352.466.146	1.264.125.934	1.286.735.621	1,8%
ΜΚΔ (€)/ταξίδι	253	261	280	7,4%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ-Επεξεργασία SETE Intelligence

Πίνακας 7 Εγχώριος τουρισμός με 4 διανυκτερεύσεις

Εγχώριος Τουρισμός Ταξίδια με 4 τουλάχιστον Διανυκτερεύσεις					
	2008	2014	2015	2016	Δ
Ταξίδια	6.831.852	3.743.868	3.368.957	3.253.352	-3,4%
Δαπάνη (€)	3.159.801.317	1.137.771.331	1.059.551.179	1.093.222.962	3,2%
ΜΚΔ (€) /ταξίδι	463	304	315	336	6,8%

2.3. 1 Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος - μοντέλο 4S

Η τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα εξαρτάται από πολλούς παράγοντες κάποιους εκ των οποίων συγκαταλέγονται στον πολιτισμικό της πλούτο και μάλιστα έναν πλούτο που σχετίζεται άμεσα με την περιφερειακή ανάπτυξη.

Άλλωστε, η εγκατάσταση τουριστικών υποδομών, η ανέγερση τουριστικών μονάδων, εγκαταστάσεων φιλοξενίας, εστίασης και άλλων παραπληρωματικών δραστηριοτήτων (αθλητικών, πολιτιστικών κλπ), η δημιουργία σταθμών και η αναβάθμιση των δικτύων μεταφορών προς εξυπηρέτηση του συνόλου των δραστηριοτήτων του τουρισμού, συμβάλλουν σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη των περιφερειών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση της δημιουργίας σύνθετων τουριστικών μονάδων.

Η ανέγερση ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων μαζί με άλλους χώρους για δραστηριότητες κατά τη διάρκεια του τουρισμού, το αναβαθμισμένο οδικό και θαλάσσιο δίκτυο μεταφορών, συμβάλλουν σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη των περιφερειών.

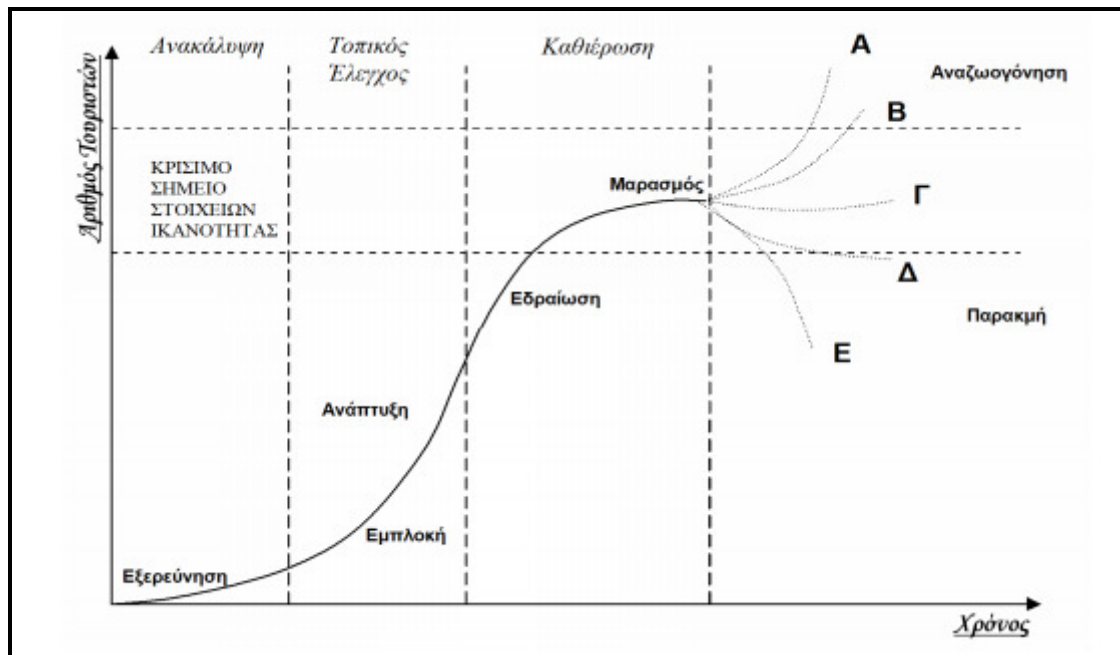
Κάθε τουριστικό μέρος περνάει από κάποιες φάσεις, στάδια που το χαρακτηρίζουν με κάποιες ιδιότητες:

- ✓ φάση της άνθησης-επέκτασης με σημαντική συσσώρευση κερδών,
- ✓ φάση της ωρίμανσης κατά την οποία παρατηρείται η αρνητική εξωτερική οικονομία και ο έντονος ανταγωνισμός (μείωση κερδών)
- ✓ φάση της κάμψης-κρίσης την οποία θα ακολουθήσει η ανανέωση ή η κατάρρευση.⁷

Επομένως η αναζήτηση τουριστικών προϊόντων με μεγαλύτερη διάρκεια ζωής που η προβολή τους υποστηρίζει έναν τόπο αποτελεί το ιδανικό προϊόν για κάθε χώρα. Σίγουρα κάθε τουριστικός χώρος έχει περάσει από το στάδιο της ανάπτυξης, του κορεσμού και τέλος της παρακμής αφού καινούργια προϊόντα εισάγονται στην τουριστική δραστηριότητα και προσελκύουν τους επισκέπτες να τα επισκεφτούν.

Αυτή η προβολή και ταυτόχρονα ωρίμανση ενός τουριστικού προϊόντος γεννά παρόμοιες ανάγκες αφού οι επενδύσεις σε άλλους τουριστικούς προορισμούς αποτελούν αντίγραφο του παραπάνω προϊόντος που αναπτύσσεται. Εξάλλου οι χαμηλότερες τιμές των επιχειρήσεων στα προϊόντα απομίμησης κερδίζουν συνεχώς τον τουριστικό κόσμο, εφόσον μπορεί να απολαύσει σχεδόν ίδιο προϊόν με λιγότερα χρήματα. Στη συνέχεια, διαπιστώνεται ότι η εξέλιξη ξεκινά μία αρνητική πορεία και οδηγείται σε παρακμή του προϊόντος καθώς τα έσοδα μειώνονται .

⁷ Κύκλος ζωής τουριστικού προορισμού - Φέρουσα ικανότητα Διαθέσιμο από τη διεύθυνση users.teilar.gr/~hatzivgeris/link_files/kyklos-zois.doc



Εικόνα 5 Υποθετική Εξέλιξη μιας Τουριστικής Περιοχής Πηγή: Butler (1980)

Όταν πλέον το τουριστικό προϊόν κορεστεί και δεν υπάρχει τρόπος αντιμετώπισης ώστε να αποτελέσει πόλο έλξης ξανά για τους επισκέπτες, τότε ολοκληρώνει την ύπαρξή του και ο τουρισμός στρέφεται σε άλλα προϊόντα. Ο κύκλος ζωής του προϊόντος στοχεύει στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος, επομένως απευθύνεται και σε κατώτερες κοινωνικές τάξεις με μέτριο εισόδημα δημιουργώντας το μοντέλο των 4S (Sun, Sand, Sea, and Sex), το οποίο συνδυάζεται και με την απαρχή της κρίσης. Ωστόσο ο εκδημοκρατισμός του τουρισμού εξακολουθεί να απευθύνεται σε συνεχώς χαμηλότερα στρώματα, κάτι το οποίο αποδεικνύεται από τα κέρδη παραγωγικότητας.

Η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος των 4S είχε μία συνεχή αυξανόμενη τάση για μία σειρά ετών, κατά την οποία αναπτύχθηκε μία μαζική προσφορά. Δυστυχώς όμως αυτή η αυξανόμενη τάση τείνει να σταματάει στο στάδιο της ωριμότητας.

Αυτό που οφείλουν να γνωρίζουν οι τουρίστες χαμηλού εισοδήματος, στους οποίους απευθύνεται το μοντέλο 4S, είναι ότι ύστερα από ένα διάστημα η τιμή του τουριστικού προϊόντος αυξάνεται σταδιακά, και αναμένεται να καταργηθεί εξαιτίας ελλειμματικής παραγωγής των τουριστικών υπηρεσιών αλλά και των δυσμενών συνθηκών ανάπτυξης του μοντέλου 4S. Όσον αφορά την ανάπτυξη του μοντέλου 4S, προσπάθησαν να ληφθούν νέα οικονομικά συστήματα τα οποία έχουν ως στόχο την οικονομική ανάπτυξη σε παγκόσμιο επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται αντιληπτό πως με το πέρασμα του καιρού, οι τιμές όσο

έχουν ανοδική πορεία, αντίστοιχα πέφτει η ποιότητα του προϊόντος , διαμορφώνοντας μία κατάσταση κορεσμού και παρακμής.

Συμπερασματικά , η Ελλάδα είναι από τις χώρες που το μοντέλο 4S φτάνει στην παρακμή.

2.3.2 Η κρίση του ελληνικού τουριστικού μοντέλου

Η κρίση του μοντέλου στην Ελλάδα χρονολογείται από το 1991 με μία ξαφνική μείωση των τουριστών στο ποσοστό του 11,2%, η οποία έγινε άμεσα γνωστή μέσα από την προβολή στα ΜΜΕ αλλά και από τις τουριστικές επιχειρήσεις που επλήγησαν από το φαινόμενο, χωρίς να λάβουν μέρος και να εκφέρουν άποψη οι εθνικοί τουριστικοί φορείς και οργανισμοί.

Κατά την διάρκεια της ανάπτυξης του ποσοτικού μοντέλου που εφαρμόστηκε στην Ελλάδα, διακρίνονται τέσσερις διαφορετικοί περίοδοι μεταξύ 1950 και 2008, κατά τις οποίες διαπιστώνονται οι ρυθμοί αύξησης του διεθνούς τουρισμού και οι φάσεις του κύκλου ζωής του προϊόντος, που είναι οι εξής:

- Η πρώτη περίοδος αφορά την χρονική περίοδο 1950-1970 και αντιπροσωπεύει την φάση της εισαγωγής/ανάπτυξης.
- Η δεύτερη περίοδος αφορά την χρονική περίοδο 1971-1980 και αντιπροσωπεύει την φάση της σταθεροποίησης.
- Η τρίτη περίοδος αφορά την χρονική περίοδο 1981-1990 και αντιπροσωπεύει μία φάση αβεβαιότητας.
- Η τέταρτη περίοδος 1991-2008 αποτελεί την περίοδο του κορεσμού και συνυπάρχει με την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης δημιουργώντας αβεβαιότητα και προβληματισμούς. Σε αυτό συνέβαλαν και τα πολιτικά δρώμενα που προκάλεσαν αδυναμίες στην οικονομία της χώρας και στο μοντέλο του τουρισμού.

Επομένως, είναι στην αντίληψη των αρμόδιων του ελληνικού τουρισμού αν θα προχωρήσουν σε λήψη νέων εποικοδομητικών μέτρων για την ανάπτυξη ενός νέου διαφοροποιημένου μοντέλου. Οι συνιστώσες που προέκυψαν για την δημιουργία ενός νέου μοντέλου τουρισμού αναφέρονται ως εξής:

Η εμφάνιση πολλών ξενοδοχειακών υποδομών υπέρ προσφορά των καταλυμάτων χωρίς όμως την αναμενόμενη τουριστική ζήτηση καθώς οι τιμές ήταν υψηλές και οι τουρίστες στρέφονταν σε άλλους χώρους τουρισμού.

Το δεύτερο πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού προκύπτει από την εμφάνιση ενός μόνο προϊόντος (4S), το οποίο έφερε μεγάλη τουριστική και οικονομική δραστηριότητα στη χώρα αλλά δυστυχώς ακολουθώντας τις φάσεις ανάπτυξης του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προϊόντος ωρίμασε και προκάλεσε τον κορεσμό.

Στο άρθρο των Polyzos et al. (2013), αναφέρουν ότι οι περιοχές που βρίσκονται στην τελευταία φάση του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προϊόντος, δηλαδή, στον κορεσμό είναι οι περιφέρειες του Αιγαίου διακρίνονται με τον υψηλότερο συντελεστή κορεσμού σε σχέση με τις αντίστοιχες του Ιονίου, αλλά και το μη αναμενόμενο αποτέλεσμα ότι οι μητροπολιτικές περιοχές της Αττικής και της Θεσσαλονίκης δεν έχουν φτάσει ακόμη σε σημείο κορεσμού.

Επομένως, συνάγεται το συμπέρασμα ότι το τουριστικό μοντέλο στην ελληνική επικράτεια ακολουθεί μία γεωγραφία, και προϋποθέτει την ανάπτυξη και τον συντονισμό από τους εμπλεκόμενους φορείς ώστε να υπάρχει ισορροπία στην ανάπτυξη κάθε Περιφέρειας της χώρας.

Πολλές είναι οι περιοχές που έχουν αντιληφθεί την ανάπτυξη που επιφέρει αυτό το τουριστικό μοντέλο και έχουν προχωρήσει στην υιοθέτηση του για ένα πιο αποτελεσματικό και ανταγωνιστικό τουρισμό.

Η πραγματική διαφορά του μοντέλου των 4E σε σχέση με το μοντέλο των 4S, είναι ότι το πρώτο εκλαμβάνει διαφορετικά τον τρόπο υποδοχής των τουριστών σε μία χώρα. Επομένως, κατά τη διαδικασία της αντικατάστασης γίνονται εμφανή τα προβλήματα των χρηματοδοτήσεων, της διεργασίας, της προσαρμογής, της διοίκησης, της παραγωγής και των τόπων που υποδέχονται τους ξένους.⁸

Το μοντέλο που αντικαθιστά πλέον το 4S έρχεται να αντικαταστήσει τα ποσοτικά με τα ποιοτικά δεδομένα. Είναι πιο σύντομο και διαφοροποιεί την ανάπτυξη καθώς η χώρα

⁸ Τελειωμένο" το μοντέλο 4S για τον ελληνικό τουρισμό Γιάννης Παπαδόπουλος διαθέσιμο από τη διεύθυνση : <http://www.southevia.gr/news/489-qq-4s-.html>

επικεντρώνεται στην ποιότητα των υπηρεσιών της. Ως εκ τούτου οι αναζητήσεις αφορούν έναν τουρισμό που μπορεί να χαρακτηριστεί «μετά Ford» (4E) επικεντρωμένου ως επί το πλείστον στην ποιότητα των εξοπλισμών, του περιβάλλοντος και του εργατικού δυναμικού.

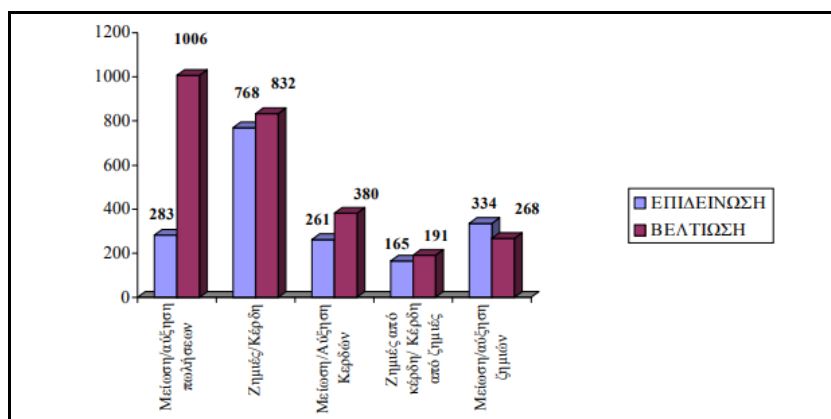
Η Ελλάδα εξαιτίας παραγόντων που αναφέρθηκαν δέχεται πολλά εκατομμύρια τουρίστες τόσο από το τοπικό όσο και από το διεθνές περιβάλλον. Τις τρεις τελευταίες δεκαετίες οι εγκαταστάσεις αποτέλεσαν πόλο έλξης για πολλούς τουρίστες καθώς είναι ικανές να ικανοποιήσουν κάθε επιθυμία των τουριστών. Έχουν την εγγύηση του σήματος του Ε.Ο.Τ. και ανήκουν στους καλύτερους τύπους εγκαταστάσεων .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 Επίπτωση των Υψηλών Φορολογικών Συντελεστών στον Τουρισμό

Ο Τουρισμός αποτελεί έναν πολύ σημαντικό τομέα για την ελληνική οικονομία αλλά και γενικότερα για τη διεθνή. Η ελληνική οικονομία που στηρίζεται στην ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού αντιμετώπισε την αρνητική πορεία του από το 2009 καθώς άρχισαν να μειώνονται οι επισκέψεις των τουριστών.

Το 2008 καταγράφηκε μεγάλη μείωση των τουριστών περίπου σε ποσοστό 3,2% και των διανυκτερεύσεων κατά 3,5% σύμφωνα με μελέτη της Hellastat ΑΕ .



Εικόνα 6 Η πορεία του κλάδου ξενοδοχειακών επιχειρήσεων Πηγή (www.hellastat.eu)

Μέσα από τα αποτελέσματα που προκύπτουν από το παραπάνω διάγραμμα είναι εμφανές ότι οι υψηλοί συντελεστές φορολογίας έφεραν μία καθοδική πορεία στις αφίξεις και στις κρατήσεις των τουριστικών δραστηριοτήτων. Δυστυχώς, η συνεχής αύξηση της φορολογίας στον τουριστικό τομέα επιδείνωσε την κατάσταση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού, αφού άλλοι τόποι κέρδιζαν τώρα περισσότερο κόσμο και η τουριστική ανάπτυξη ήταν φανερά μεγαλύτερη και χάνοντας έτσι και το 50% της προόδου του ανταγωνισμού που είχε κερδίσει η χώρα παρόλη την δυσμενή κατάσταση των μνημονίων. Δυστυχώς το 2015 η αλλαγή στην υλοποίηση προγραμμάτων που θα στήριζαν τον τουρισμό, η αρνητική πορεία των τραπεζών, το γεγονός με τα capital control η επιβολή μεγαλύτερου φορολογικού στις τουριστικές περιοχές επιδείνωσαν την κατάσταση.

Πίνακας 8 Συγκριτική αξιολόγηση της Ελλάδας για τους φόρους

	Φόροι Επενδύσεων	Φόροι Λειτουργίας	Συνολική Βαθμολογία
Κύπρος	42	42	84
Κροατία	42	39	81
Τουρκία	37	32	69
Ισπανία	31	29	60
Ιταλία	24	25	49
Ελλάδα	25	17	42

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)

Φόροι Επενδύσεων	Φόροι Λειτουργίας
<input type="checkbox"/> ΥΠΕΡΑΣΙΑ	<input type="checkbox"/> ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ
<input type="checkbox"/> ΑΚΙΝΗΤΑ	<input type="checkbox"/> ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
<input type="checkbox"/> ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ	<input type="checkbox"/> ΚΟΣΤΟΣ ΜΙΣΘΩΔΟΣΙΑΣ
<input type="checkbox"/> ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΑ ΤΕΛΗ	<input type="checkbox"/> ΦΠΑ
<input type="checkbox"/> ΕΙΔΙΚΟΣ ΦΟΡΟΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ	<input type="checkbox"/> ΧΑΡΤΟΣΗΜΟ
<input type="checkbox"/> ΦΟΡΟΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	<input type="checkbox"/> ΤΕΛΟΣ ΠΑΡΕΠΙΔΗΜΟΥΝΤΩΝ
<input type="checkbox"/> ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	<input type="checkbox"/> ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ
<input type="checkbox"/> ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	<input type="checkbox"/> ΕΝΔΟΜΙΛΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ
<input type="checkbox"/> ΥΠΟΚΕΦΑΛΑΙΟΔΟΤΗΣΗ	<input type="checkbox"/> ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΜΟΙΒΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ
<input type="checkbox"/> ΤΟΚΟΙ	<input type="checkbox"/> ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ ΦΥΣΙΚΩΝ ΠΡΟΣΩΠΩΝ
	<input type="checkbox"/> ΦΟΡΟΣ ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ
	<input type="checkbox"/> ΔΗΜΟΤΙΚΑ ΤΕΛΗ

Εικόνα 7 Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)

Συγκρίνοντας τις τιμές των στηλών που αφορούν τους φόρους στις χώρες της Κύπρου, Κροατίας, Τουρκίας, Ελλάδας Ισπανίας και Ιταλίας διαπιστώνεται ότι η Ελλάδα έχει τις μεγαλύτερες φορολογικές επιβαρύνσεις και κατά συνέπεια, έχει τα περισσότερα φορολογικά αντικίνητρα ώστε να στηρίξει τον τουρισμό και τις επενδύσεις. Ουσιαστικά η Ελλάδα βρίσκεται στην τελευταία θέση, τόσο στους φόρους επενδύσεων όσο και στους φόρους λειτουργίας, με την Κύπρο να βρίσκεται στην καλύτερη θέση, την Κροατία δεύτερη, την Τουρκία τρίτη, την Ισπανία τέταρτη και την Ιταλία Πέμπτη.

Αντίθετα με τις άλλες χώρες που η Ελλάδα μπορούσε να έχει ανταγωνισμό στην ποιότητα αλλά και στην προσέλκυση των τουριστών διαφαίνεται και πρόσθετη επιβάρυνση των τουριστικών επιχειρήσεων της χώρας σε ακριβώς αντίθετη κατεύθυνση με ότι συμβαίνει στις κυριότερες ανταγωνίστριες χώρες.

Το καλύτερο φορολογικό πλαίσιο για τον τουρισμό εφαρμόζεται από την Κύπρο καθώς ο κανονισμός θέτει την υποχρεωτική παρακράτηση φόρου μόνο για παραχώρηση δικαιωμάτων και δη στο εσωτερικό της χώρας. Τα υπόλοιπα κράτη αρχίζουν να μικραίνουν τους συντελεστές που κυμαίνονται μεταξύ 10%-30% ανά περίπτωση με την Ιταλία, την Ελλάδα και την Ισπανία να εφαρμόζουν τους υψηλότερους συντελεστής παρακράτησης φόρου. Ιδιαίτερη μνεία πρέπει να γίνει στην παρακράτηση φόρου επί υπηρεσιών κατασκευής που προβλέπεται στην Ελλάδα και στην Τουρκία σε ποσοστό 3% και αντίστοιχα στην Ιταλία σε 8%.

Όμως και τα υπόλοιπα λειτουργικά έξοδα των επιχειρήσεων επιδέχονται μία φορολογική επιβάρυνση όπως τα προβλεπόμενα τέλη χαρτοσήμου που εφαρμόζονται στην Ελλάδα, την Τουρκία και την Κύπρο.

Αντίθετα με το κράτος της Κροατίας που τα ακίνητα δεν επιδέχονται ειδική φορολογία, ωστόσο η Ελλάδα έχει φορολόγηση που ανέρχεται σε υψηλό ποσοστό.

Επιπρόσθετα, η Ελλάδα επιβαρύνεται με υψηλό συντελεστή επί των κερδών, και κατάργηση των απαλλαγών ΦΠΑ στα νησιά μαζί με τις οκτώ αλλαγές ΦΠΑ διαμονής και εστίασης από το 2008 έως και σήμερα έχουν δημιουργήσει αρνητική πορεία για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού.

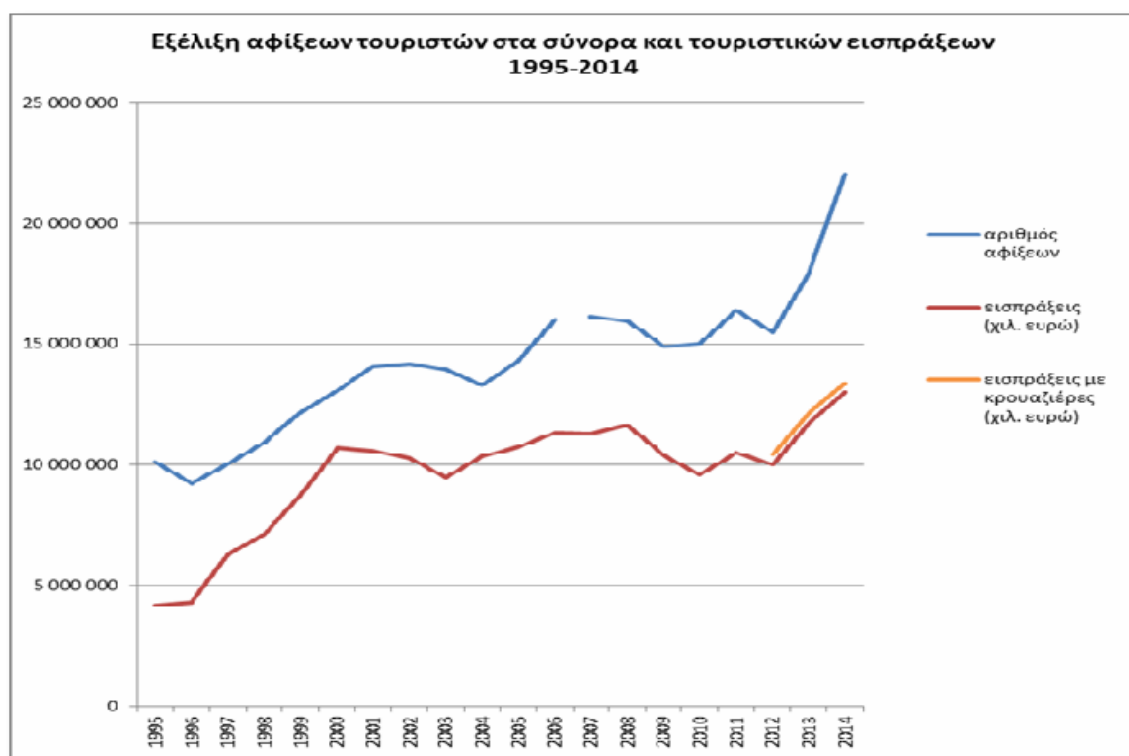
Ο Holden (2003), παρατηρεί ότι πλέον η ανάπτυξη του τουρισμού συνεπάγεται και προστασία του περιβάλλοντος επειδή μόνο τότε είναι δυνατόν να επιτευχθούν τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Η ανάπτυξη του τουρισμού, ιδιαίτερα όταν δεν συνάδει με μία ανάλογη παιδεία απέναντι στο περιβάλλον, είναι καταστροφική όταν υπάρχουν οικολογικά προβλήματα.

Στην έρευνα των Kelly, Haider, Williams & Englund (2007), όλοι οι τουρίστες έδειξαν να δέχονται ⁹την επιβολή ορισμένων φόρων για περιβαλλοντικούς σκοπούς. Η διαμονή, η στάθμευση οχημάτων και οι μεταφορές είναι ορισμένες περιοχές που ενδείκνυνται για επιβολή τέτοιου είδους φόρων. Οι Aguilo κ.ά. (2005) αναφέρουν ότι από τον συνολικό αριθμό των τουριστών κατά το έτος 2000 στα νησιά Balearic της Ισπανίας, το 35% ήταν Γερμανοί και το 32% ήταν Βρετανοί. Το 2002 στην περιοχή αυτή προστέθηκε ένας ελάχιστος φόρος στην τιμή της τουριστικής διαμονής με στόχο τη βελτίωση του περιβάλλοντος. Ο φόρος αυτός χρησιμοποιήθηκε ως επιχείρημα για να δικαιολογηθεί η μείωση των τουριστών της περιοχής, χωρίς όμως να υπολογιστεί η οικονομική κρίση ορισμένων κρατών. Σήμερα ο αριθμός των τουριστών που απαιτούν ένα όμορφο και καθαρό περιβάλλον (και όχι «αναπτυγμένο») αυξάνεται συνεχώς

⁹ Τουριστική εικόνα-Τουριστικό Μάρκετινγκ, Γ. Υφαντίδου, Διδάκτορας Σ.Ε.Φ.Α.Α., Δ.Π.Θ, διαθέσιμο από τη διεύθυνση https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/4261/2/02_chapter_5.pdf, Τελευταία ανάκτηση 10/5/2018

3.2 Επίπτωση στις τουριστικές αφίξεις και στις εισπράξεις

Η συσχέτιση μεταξύ του αριθμού των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο για την παρουσίαση και την ανάλυση των επιπτώσεων του τουρισμού στην οικονομία. Η συσχέτιση αυτών των στοιχείων καταγράφουν την ικανοποίηση των τουριστών επηρεάζοντας καθοριστικά τον αριθμό των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων. Όταν οι αφίξεις των τουριστών αυξάνονται σε μεγάλο βαθμό τότε κάθε χώρα θεωρεί ότι έχει μεγάλη ανάπτυξη στον τουρισμό ως σημαντικότερο κριτήριο για την ανάπτυξη και τις νέες επενδύσεις που θέλει να προσελκύσει. Για την πραγματοποίηση αυτής της δραστηριότητας είναι απαραίτητη προϋπόθεση η αποκατάσταση της αμοιβαιότητας στη σχέση του αριθμού των αφίξεων και του ρόλου των άλλων κλάδων της οικονομίας. Βέβαια, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι για την αναγκαία αλλαγή λειτουργούν ανασταλτικά μια σειρά από αντικειμενικές δυσκολίες, λόγω των δομικών προβλημάτων της ελληνικής οικονομίας.



Εικόνα 8 Πηγή στοιχείων: ΕΛΣΤΑΤ (ΕΣΥΕ) και ΤτΕ

Με βάση τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για τα βασικά μεγέθη της τουριστικής κίνησης για τα έτη 2008 έως και 2014, διαπιστώνεται ότι και οι διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα εξαρτώνται άμεσα και από την διεθνή όσο και από την εσωτερική οικονομική και πολιτική συγκυρία. Τα εννέα τελευταία χρόνια, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης η ζήτηση περιορίστηκε αρκετά, ενώ τα έτη 2010-2014 επηρεάστηκαν ιδιαίτερα από την εσωτερική οικονομική και πολιτική αστάθεια και τη δυσμενή εικόνα της χώρας.

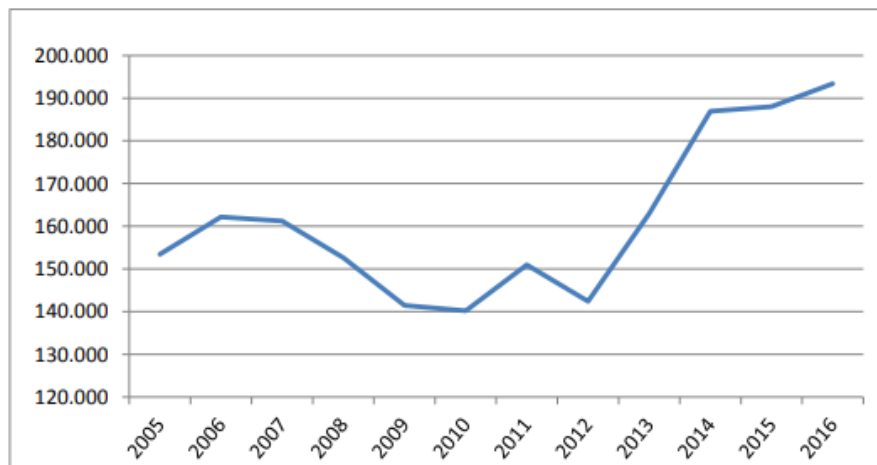
Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων επηρεάζεται από τον αριθμό των αφίξεων και από τη μέση διάρκεια παραμονής. Αυτά τα δύο μεγέθη εμφανίζουν αποκλίνουσα πορεία. Ενώ οι αφίξεις μεταβάλλονται θετικά, η μέση διάρκεια παραμονής περιορίζεται.

Η μέση διάρκεια παραμονής μειώθηκε από 10,7 ημέρες το 2005 σε 6,9 το 2016. Ως αποτέλεσμα αυτών των διαφορετικών τάσεων, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων, τα περισσότερα έτη της περιόδου 2005-2012 εμφανίζει πτωτική τάση. Ωστόσο, από το 2012 η δυναμική αύξηση των αφίξεων συμπαρασύρει και τον αριθμό των διανυκτερεύσεων σε ανοδική πορεία.

Πίνακας 9 Μεταβολή του αριθμού των διανυκτερεύσεων

	Διανυκτερεύσεις (χιλιάδες)	Μεταβολή 2005=100 (%)	Προηγούμενο έτος=100 (%)
2005	153.440	100,0	-
2006	162.165	105,7	105,7
2007	161.235	105,1	99,4
2008	152.596	99,5	94,6
2009	141.444	92,2	92,7
2010	140.176	91,4	99,1
2011	150.978	98,4	107,7
2012	142.417	92,8	94,3
2013	162.918	106,2	114,4
2014	186.927	121,8	114,7
2015	188.012	122,5	100,6
2016	193.419	126,1	102,9

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)



Εικόνα 9 Μεταβολή του αριθμού των διανυκτερεύσεων (χιλιάδες)

Ο τουρισμός αποτελεί μία παράμετρο που αναπτύσσεται σημαντικά γρήγορα σε παγκόσμιο επίπεδο και εκτιμάται ότι θα συνεχίσει με υψηλούς ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης. Συνεπώς, η αναβάθμιση της ελληνικής οικονομίας στην κάλυψη τμήματος των αναγκών (σε υπηρεσίες, σε ενδιάμεσα και τελικά αγαθά) που απορρέουν από τη διεθνή τουριστική κίνηση έχει διασφαλισμένη τουλάχιστον την πλευρά της ζήτησης.

Στον πίνακα 6, παρουσιάζεται η κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάσει διεθνών τουριστικών εισπράξεων 2007-2013, σύμφωνα με τον οποίο, η πτωτική πορεία των εισπράξεων παρατηρείται στο έτος της κρίσης, το 2009, για να συμβεί μια αύξηση το 2011, αλλά να επέλθει πάλι μείωση το 2012. Ωστόσο, από το 2013 παρατηρείται μια σημαντική

αύξηση των εισπράξεων . Πιο αναλυτικά:

Πίνακας 10 η κατάταξη του ελληνικού τουρισμού βάσει διεθνών τουριστικών εισπράξεων 2007-2013,

Έτος Year	Τουριστικές Εισπράξεις (δισ. US\$) International Tourism Receipts (bi. US\$)	Σειρά Κατάταξης - Κόσμος Country Ranking - World	Σειρά Κατάταξης - Ευρώπη Country Ranking - Europe
2013	16,1	19	9
2012	13,4	22	11
2011	14,6	19	9
2010	12,7	21	10
2009	14,5	15	8
2008	17,1	12	8
2007	15,5	12	8

Παρόλο που η τουριστική ανάπτυξη της χώρας είχε μία αυξανόμενη ανάπτυξη ωστόσο μετά το 2004 και ιδιαίτερα μετά την κρίση του 2008 επιδεινώθηκε η ανάπτυξή της και ο ειδικότερος αντίκτυπός της στην ελληνική οικονομία. Το διάστημα 2005-2016 χαρακτηρίζεται από δύο στοιχεία : το μέσο μέγεθος των εισπράξεων διαμορφώθηκε στα 10,7 δισ. ευρώ, και την περίοδο 2013- 2016 με μέσο μέγεθος εισπράξεων τα 13,2 δισ. ευρώ.

Η εικόνα της Ελλάδας στα διεθνή μέσα, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια των ετών 2011 και 2012, εξαιτίας της χρηματοοικονομικής κρίσης αποτέλεσε αρνητικό παράγοντα που εμπόδισε την ανάκαμψή της.

Πίνακας 11 Κατάταξη των κυριότερων χωρών προέλευσης των εισπράξεων (κατά το μέγεθος της περιόδου 2012-2016)

Σειρά κατάταξης	Χώρα	Μέσος όρος 2005-2011		Μέσος όρος 2012-2016	
		Ποσοστιαία συμμετοχή (%)	Συσσωρευμένο ποσοστό (%)	Ποσοστιαία συμμετοχή (%)	Συσσωρευμένο ποσοστό (%)
1	Γερμανία	18,5	18,5	15,7	15,7
2	Ην. Βασίλειο	15,9	34,4	13,1	28,8
3	Γαλλία	6,5	40,9	7,7	36,5
4	Ρωσία	3,4	44,3	6,8	43,3
5	Ιταλία	6,9	51,2	5,4	48,7
6	ΗΠΑ	6,0	57,2	5,2	53,9
7	Ολλανδία	4,3	61,5	3,3	57,2
8	Ελβετία	2,5	63,9	2,7	59,8
9	Βέλγιο	2,8	66,8	2,4	62,3
10	Κύπρος	3,8	70,6	2,1	64,4
11	Αυστρία	2,7	73,2	1,9	66,3
12	Σουηδία	1,8	75,0	1,7	68,0
13	Αυστραλία	1,5	76,5	1,6	69,5
14	Ρουμανία	1,4	77,9	1,5	71,1
15	Καναδάς	1,5	79,4	1,5	72,5
16	Τσεχία	1,4	80,8	1,2	73,8
17	Αλβανία	0,8	81,6	1,2	75,0
18	Δανία	1,6	83,1	1,1	76,0
19	Ισπανία	1,1	84,2	0,7	76,8
-	Σύνολο	100,0	-	100,0	-

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)

Συμπερασματικά η συσχέτιση της εξάρτησης των αφίξεων και των εισπράξεων, επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες όπως, για παράδειγμα, το επίπεδο των τιμών, ο ανταγωνισμός από άλλες χώρες, οι δαπάνες ανά επισκέπτη και ανά διανυκτέρευση, ο βαθμός καταγραφής της οικονομικής δραστηριότητας και της φορολογητέας ύλης, η εισοδηματική κατάσταση των επισκεπτών κ.ά.

Γίνεται φανερό ότι η σημαντικότητα του τουρισμού στηρίζει τη χώρα καθώς ωθεί την ανάπτυξη και την οικονομία αλλά ταυτόχρονα πρέπει να υπάρχει και μία ισορροπία και ένας έλεγχος μπροστά στην ανεξέλικτη τουριστική ανάπτυξη. Γι' αυτό, κάθε κοινωνία πρέπει να αποβλέπει στη λελογισμένη ανάπτυξη του τουρισμού με σεβασμό στο περιβάλλον, τον άνθρωπο και τον τοπικό πολιτισμό. Για μια τέτοια ανάπτυξη χρειάζεται:

- ✓ Να αξιοποιηθούν ποικιλοτρόπως οι τομείς της γεωργίας και της βιομηχανίας.
- ✓ Μία σύγχρονη εκπαίδευση και συνάμα τεχνογνωσία στην παροχή γνώσεων σχετικά με την προώθηση του τουριστικού προϊόντος κάθε περιοχής.

- ✓ Προστασία όλων των μνημείων της πολιτιστικής κληρονομιάς
- ✓ Ενίσχυση ήπιων μορφών τουρισμού (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, χειμερινός τουρισμός κ.ά.), που διασφαλίζουν το σεβασμό στο περιβάλλον, τον άνθρωπο και τη φυσιογνωμία ενός τόπου.

Πίνακας 12 Εισερχόμενος Τουρισμός, 2017

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2017				
	Αφίξεις		Έσοδα (€)	
		%		%
Ιαν	520.436	2%	163.129.400	1%
Φεβ	444.404	2%	143.123.000	1%
Μαρ	627.577	2%	193.468.000	1%
Απρ	1.009.699	4%	456.541.640	3%
Μαι	1.982.124	7%	1.035.619.000	7%
Ιουν	3.356.288	12%	1.976.755.000	14%
Ιούλ	5.141.621	19%	2.840.325.000	20%
Αυγ	5.813.441	21%	3.450.330.172	24%
Σεπ	4.639.734	17%	2.404.511.353	17%
Οκτ	2.355.849	9%	1.115.131.000	8%
Νοε	740.535	3%	208.082.000	1%
Δεκ	562.475	2%	179.857.525	1%
Σύνολο	27.194.183	100%	14.202.462.079	100%
Αεροπορικώς	17.946.012	66%		
Οδικώς	8.267.454	30%		
Σιδηρ/μικώς	11.227	0%		
Θαλάσσιως	969.490	4%		

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ-Επεξεργασία SETE Intelligence +9,7

Οι αφίξεις στην Ελλάδα το 2017 έφτασαν σχεδόν τα 27,2 εκ. τουρίστες, μόνιμους κατοίκους άλλων χωρών εισπράττοντας περίπου € 14,2 δισ. Αναφορικά με τα προηγούμενα χρόνια όσον αφορά το μεταφορικό μέσο η επιλογή των ατόμων για τη μετακίνηση είναι περίπου ίδια. Πρωταγωνιστικό ρόλο είχαν οι αεροπορικές μεταφορές 66% του συνόλου των αφίξεων, στη συνέχεια οι οδικές με 30,0% , οι θαλάσσιες με 4%.

Τα μεγαλύτερα έσοδα καταγράφηκαν στο 3ο τρίμηνο του έτους με το 61,0% στο 2ο τρίμηνο του αντιστοιχεί το 24,0% των εσόδων.

Για το 1ο και 4ο τρίμηνο του έτους, τα έσοδα είναι συγκριτικά μικρότερα, με το 1ο τρίμηνο που είναι 4,0% των εσόδων και το 4ο τρίμηνο 11,0% των εσόδων. Επίσης, η εικόνα των αφίξεων και των εσόδων καταδεικνύουν την εξάρτηση του τουρισμού της χώρας μας από το κυρίαρχο προϊόν –σε Ευρωπαϊκό επίπεδο- Ήλιος & Θάλασσα, καθώς από την έναρξη μέχρι την λήξη της καλοκαιρινής περιόδου (Απρίλιος – Σεπτέμβριος) καταγράφεται το 81,0% των αφίξεων και το 86,0% των εσόδων. Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών 2017

Το 2017, ο τουρισμός κατέγραψε μία αύξηση (+9,7%) στις αφίξεις (+11,7%), στα έσοδα ανεβάζοντας την οικονομία ύστερα από την πτώση που είχε παρουσιάσει το 2016 (-6,8%).

Επιπρόσθετα οι διανυκτερεύσεις σημείωσαν νέο ρεκόρ καθώς αυξήθηκαν +10,2% και συνολικά ανήλθαν σε σχεδόν 210 εκ., που επίσης αποτελεί νέο ρεκόρ.

Πίνακας 13 Εισερχόμενος τουρισμός 2016-17

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2016 - 2017				
	Αφίξεις		Έσοδα	
	2016	2017	2016	2017
Ιαν	559.058	520.436	167.000.000	163.129.400
Φεβ	433.185	444.404	147.617.000	143.123.000
Μαρ	628.723	627.577	210.881.000	193.468.000
Απρ	901.581	1.009.699	409.432.000	456.541.640
Μαι	1.952.667	1.982.124	1.019.791.000	1.035.619.000
Ιουν	2.970.997	3.356.288	1.722.682.000	1.976.755.000
Ιούλ	4.664.388	5.141.621	2.697.905.000	2.840.325.000
Αυγ	5.084.156	5.813.441	2.952.098.000	3.450.330.172
Σεπ	4.149.739	4.639.734	2.069.227.000	2.404.511.353
Οκτ	2.174.081	2.355.849	969.703.000	1.115.131.000
Νοε	716.782	740.535	204.398.000	208.082.000
Δεκ	563.986	562.475	178.480.045	179.857.525
Σύνολο	24.799.343	27.194.183	12.749.214.045	14.202.462.079
Μεταβολή		9,7%		11,4%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ-Επεξεργασία SETE Intelligence

Πίνακας 14 Σύγκριση αφίξεων και εσόδων των ετών 2016 και 2017

	2016	2017	% Δ
Έσοδα (εκ. €)	12.749	14.202	11,4%
Διαν/σεις (χιλ.)	190.402	209.855	10,2%
Αφίξεις (χιλ.)	24.799	27.194	9,7%
Μέση Διάρκεια Παραμονής	7,7	7,7	0,5%
ΜΚΔ	514,1	522,3	1,6%
Δαπάνη/Διαν/ση	67,0	67,7	1,1%

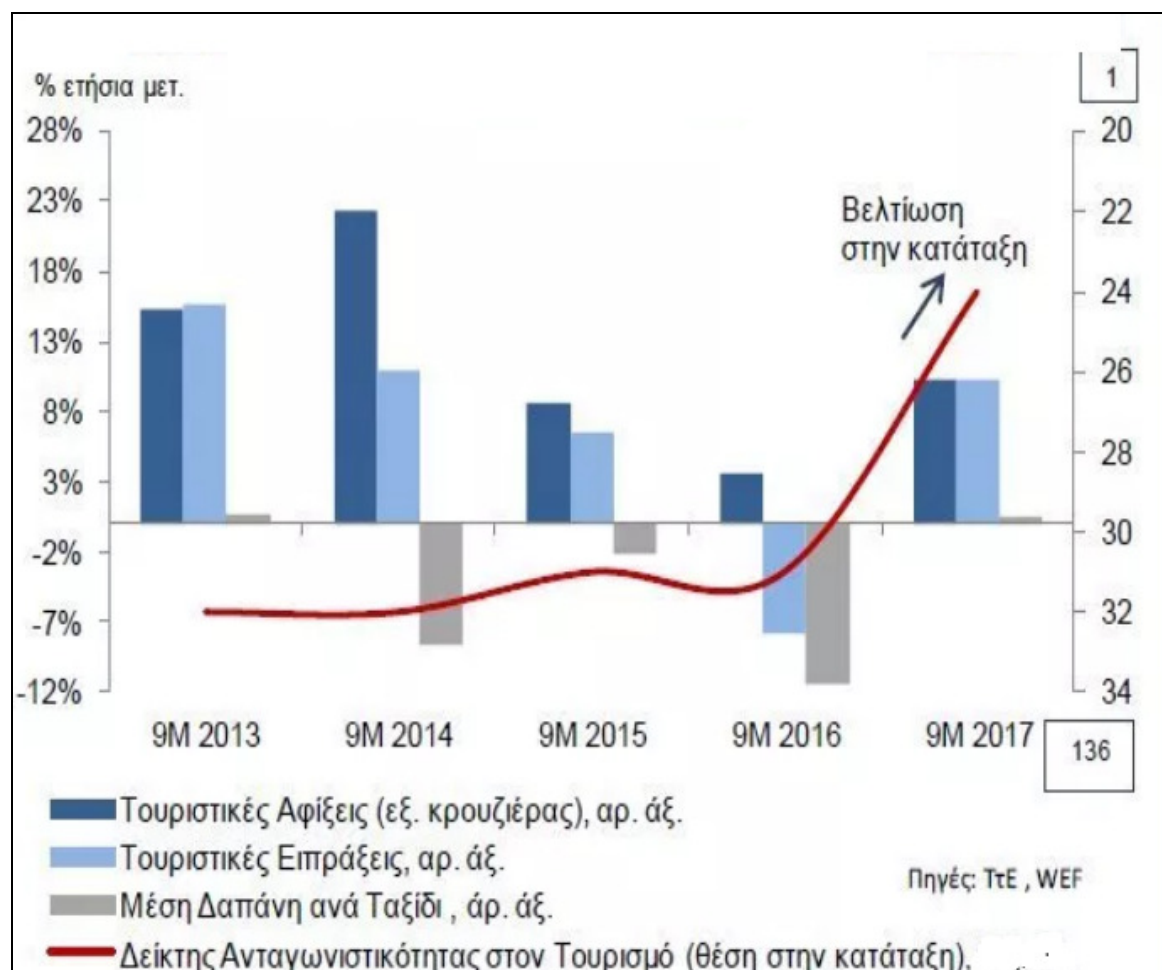
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ-Επεξεργασία SETE Intelligence

Σύμφωνα με το δημοσίευμα της καθημερινής στις 23/5/2018 η αύξηση στον τουρισμό έφτασε στο 14% με κύριο χαρακτηριστικό την αυξημένη κίνηση τον Μάρτιο σε ποσοστό 28,2%, προμηνύοντας μια πολύ καλή χρονιά, εφόσον βέβαια δεν υπάρξει κάποιο απρόοπτο.

Αλλά και τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, κατά την περίοδο Ιανουαρίου - Μαρτίου, δείχνουν μία ανοδική πορεία στην αύξηση της τουριστικής κίνησης. Κυρίως η αύξηση των εισπράξεων προέρχεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Μόνον τον Μάρτιο οι εισπράξεις αυξήθηκαν κατά 28,2%, στα 94 εκατ. ευρώ.

Το κράτος με τη μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών αποτελεί η Γερμανία, ακολουθούμενη από την Αγγλία και τη Γαλλία. Συγκεκριμένα, οι εισπράξεις από τη Γαλλία έφτασαν τους μήνες Ιανουάριο- Μάρτιο 8,9% και διαμορφώθηκαν στα 16 εκατ. ευρώ, ενώ οι εισπράξεις από τη Γερμανία έφτασαν το 25,7% και διαμορφώθηκαν στα 72 εκατ. ευρώ. Οι εισπράξεις από την Αγγλία ξεπέρασαν το 24% και διαμορφώθηκαν στα 42 εκατ. Με βάση τα στοιχεία της ΤτΕ, κατά το πρώτο τρίμηνο, το ταξιδιωτικό ισοζύγιο εμφάνισε πλεόνασμα 86 εκατ. ευρώ, όσο και την αντίστοιχη περίοδο του 2017.

Πίνακας15 Ο τουρισμός το 2018 θα συμβάλει στην ελληνική οικονομία άνω του 20% του ΑΕΠ



Πηγή ΤτΕ

Όπως παρατηρείται στον παραπάνω πίνακα , σύμφωνα με το Δελτίο της Alpha Bank 24.11.2017, η ανάκαμψη του τουρισμού για το 2017 βελτιώθηκε κατά 7 θέσεις φθάνοντας στην 24η θέση στην παγκόσμια κατάταξη ανάμεσα σε 136 χώρες. Οι παράγοντες που ενίσχυσαν τη θέση της χώρας στην κατάταξη ήσαν αρκετοί όπως το φυσικό περιβάλλον και η προώθηση της μέσα από την προβολή του τουριστικού προϊόντος.

3.3 Επίπτωση στον τουρισμό από το προσφυγικό θέμα

Η περίοδος από το 2010 έως και το 2016 αποτέλεσε μία δύσκολη περίοδο για την ελληνική οικονομία καθώς πέρα από το πρόβλημα της οικονομικής κρίσης έπρεπε να αντιμετωπίσει και το θέμα το προσφυγικό.

Σε άρθρο της Καθημερινής για την έρευνα για λογαριασμό της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου: «Λέσβος, Λήμνος, Χίος και Σάμος-Τουριστική τραγωδία» υπήρξε μεγάλο πρόβλημα αναφορικά με την άφιξη των προσφύγων στα νησιά αφού οι προβλέψεις ήταν αρνητικές σχετικά με τις αφίξεις. Τα προβλήματα με τους μετανάστες αποτέλεσαν θέματα παγκοσμίου διαστάσεων αλλά και τοπικών και προβλήθηκαν σε μεγάλα τηλεοπτικά κανάλια. Η κίνηση στα αεροδρόμια δεν ήταν η αναμενόμενη και υπήρξε μείωση.

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του Συνδέσμου των Ιδιοκτητών στη Λέσβο από τον Απρίλιο έως τον Οκτώβριο υπήρξε πτώση 58,75% στις αφίξεις των πτήσεων, στη Χίο σημειώθηκε για τρίτη συνεχόμενη χρονιά πτώση στις αφίξεις μέσω πτήσεων charters σε ποσοστό 68,91%.

Στη Σάμο οι αφίξεις μειώθηκαν κατά 23,14% και στη Λήμνο καταγράφηκε πτώση κατά 17,6%.¹⁰

Βέβαια το προσφυγικό θέμα αποτέλεσε πρόβλημα έντονο για κάθε χώρα στις αρχές του 2016 και για αυτό πολλές χώρες έλαβαν κάποια μέτρα για να ανακάμψουν τον τουρισμό περιορίζοντας την προσέλευση των μεταναστών- προσφύγων όπως το κλείσιμο των συνόρων. Από την άλλη πλευρά, υιοθετήθηκαν προγράμματα εξασφαλισμένα από την ΕΕ για τη διαχείριση του προσφυγικού από πολλές χώρες μέλη, με αποτέλεσμα η Ευρώπη είναι τώρα πιο προετοιμασμένη, από ότι ήταν το 2015, για να αντιμετωπίσει τόσο το προσφυγικό της.

¹⁰ 'Το προσφυγικό έπληξε τον τουρισμό σε Λέσβο, Σάμο και Χίο', Άρθρο στην καθημερινή 29-12-2016 Διαθέσιμο από τη διεύθυνση: <http://www.kathimerini.gr/889701/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/to-prosfygiko-eplyxe-ton-toyrismo-se-lesvo-samo-kai-xio> Τελευταία ανάκτηση 20/4/2018

3.4 Επιπτώσεις στις διανυκτερεύσεις

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ec.europa.eu το 2015 έγιναν πάνω από 1,2 δισεκατομμύρια τουριστικά ταξίδια το 2015, για προσωπικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς. Η πλειονότητα των ταξιδιών (58,2 % του συνόλου) δεν ήταν μεγάλη αλλά λίγες διανυκτερεύσεις.

Η πορεία των διανυκτερεύσεων ημεδαπών και αλλοδαπών την περίοδο 2008-2014 παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ. Τα αποτελέσματα της έρευνας αναφέρονται περίπου στο 80% των συνολικών διαθέσιμων κλινών.

Πίνακας 16 Διανυκτερεύσεις ημεδαπών και αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα 2008-2014

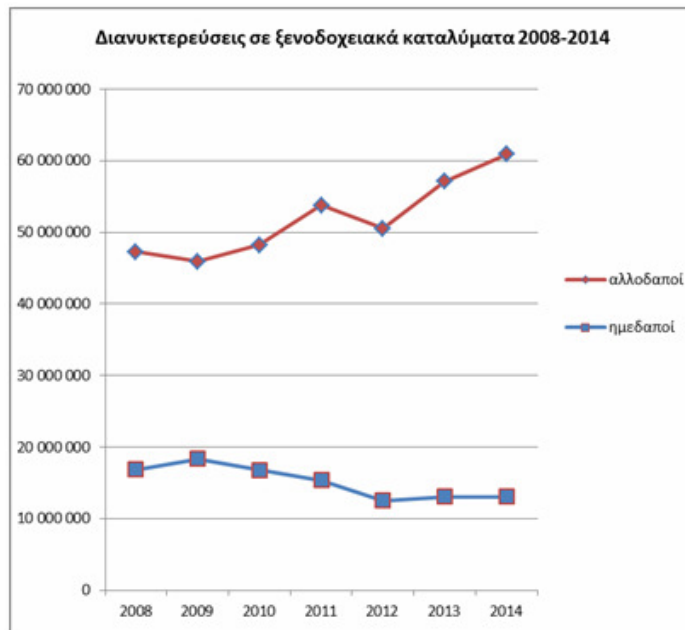
Διανυκτερεύσε	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Αλλοδαπών	47 233	45 925	48 243	53 768	50 539	57 061	60 901
Ημεδαπών	16 840	18 366	16 815	15 370	12 515	13 027	13 049
Σύνολο	64 075	64 294	65 061	69 140	63 056	70 089	73 951

Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ

Μετά το 2009 παρατηρείται μία φθίνουσα πορεία στις ξενοδοχειακές διανυκτερεύσεις ημεδαπών, η οποία ανακάμπτει το 2013. Συγκεκριμένα, το έτος 2010 οι ημεδαποί πραγματοποίησαν σημαντικά μειωμένο αριθμό αφίξεων (-7,9%) καθώς και διανυκτερεύσεων (-10,6%) σε ξενοδοχειακά καταλύματα, σε σύγκριση με το ίδιο διάστημα του 2009, σύμφωνα με τους υπολογισμούς της ΕΛΣΤΑΤ.

Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα και σε χώρους κάμπινγκ, αθροιστικά αλλοδαπών και ημεδαπών, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν το 2014, αυξήθηκε κατά 5,5% έναντι του 2013. Οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών παρουσιάζουν αύξηση 6,8%, ενώ εκείνη των ημεδαπών παραμένει στάσιμη (-0,1%).

Η εξέλιξη του αριθμού των διανυκτερεύσεων κατά τα έτη 2008 έως 2014 παρουσιάζεται αναλυτικά στο παρακάτω διάγραμμα



Εικόνα 10 Διανυκτερεύσεων των ημεδαπών στο διάστημα 2008-2014 Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Τα στοιχεία που έχει ανακοινώσει η Eurostat για τις διανυκτερεύσεις, που πραγματοποιήθηκαν το 2014 σε τουριστικά καταλύματα της Ελλάδας, δείχνουν τη χώρα μας στην έκτη θέση. Σε αρχική εκτίμηση της Eurostat για τις διανυκτερεύσεις στο σύνολο των τουριστικών καταλυμάτων, εκτιμάται ότι στη χώρα μας το 2014 πραγματοποιήθηκαν 77 εκ. διανυκτερεύσεις μη κατοίκων, δηλαδή αυξημένες κατά 8% ως προς το προηγούμενο έτος, ποσοστό κατά πολύ μεγαλύτερο από τον μέσο όρο των 28 χωρών (+2,3%). Η Ελλάδα σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ συγκέντρωσε τις περισσότερες στο σύνολο των διανυκτερεύσεων (79%).

3.5 Επίπτωση στην τουριστική απασχόληση

Οι θέσεις εργασίας αποτελούν ένα πολύ σημαντικό θέμα για την επίπτωση του τουρισμού στην χώρα. Οι επενδύσεις που γίνονται με την επέκταση των τουριστικών δραστηριοτήτων συμβάλλουν στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Τα τελευταία χρόνια οι νέοι αρχίζουν να στρέφονται επαγγελματικά στον τουριστικό κλάδο μέσα από την εκπαίδευση εξασφαλίζοντας έτσι άμεσα την εργασία τους. Επιπρόσθετα, οι τουρίστες που θα πάνε σε αυτή τη μονάδα όταν θα βγουν να δαπανήσουν έξω από τη μονάδα χρήματα, έμμεσα έτσι

απασχολούνται και άλλα άτομα όπως οδηγοί ταξί, καταστηματαρχες τουριστικών ειδών, άτομα που δουλεύουν στα εστιατόρια, γραφεία ενοικιάσεως μεταφορικών μέσων. Μέσα από τον τουρισμό λοιπόν οι τύποι της απασχόλησης είναι η άμεση, η έμμεση και η δευτερογενής (Λαγός 2005).

Η εποχή που διανύουμε σε όλους τους τομείς έχει απαιτήσεις από τεχνογνωσία και εξειδίκευση. Το ίδιο γίνεται και στον τουριστικό κλάδο καθώς οι επιχειρηματίες μπορούν να πραγματοποιήσουν κέρδη επειδή η ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί κίνητρο για τον επιχειρηματία να πραγματοποιήσει τις όποιες επενδύσεις με σκοπό το κέρδος προσφέροντας θέσεις εργασίας, είτε είναι η δημιουργία ενός καταλύματος, είτε ένα εστιατόριο, μια καφετέρια. Ο τουρισμός μπορεί να επιφέρει και ένα πρόσθετο εισόδημα σε κατοίκους της περιοχής που αναπτύσσεται. Αυτό γιατί για παράδειγμα ένας αγρότης μπορεί παράλληλα να κατέχει ενοικιαζόμενα δωμάτια και να βγάζει έξτρα εισόδημα και από εκεί (Λαγός 2005).

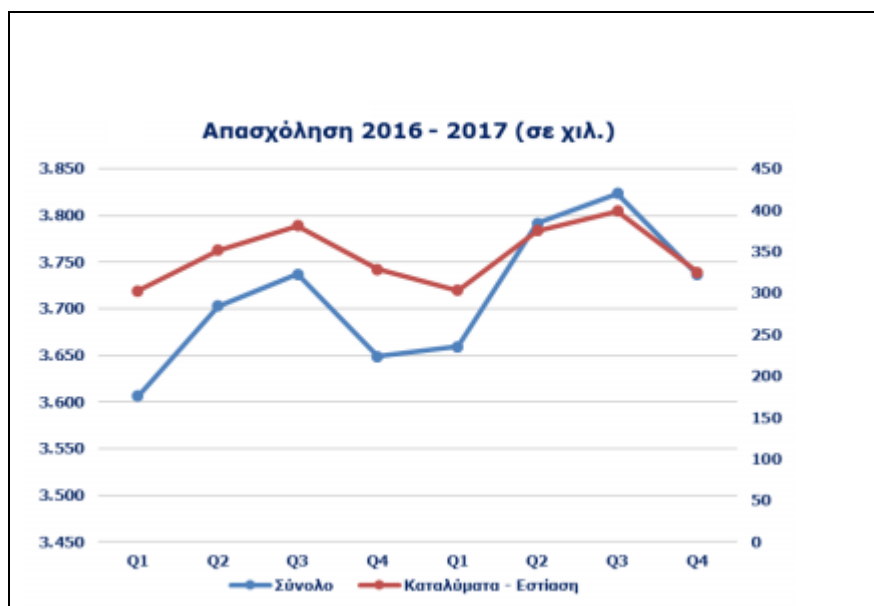
Συγκεκριμένα, ο τουρισμός προσφέρει θέσεις έμμεσα καθώς όσον αφορά την απασχόληση οι επιχειρήσεις που προσφέρουν παρεμφερείς υπηρεσίες τουρισμού προσφέρουν και νέες θέσεις εργασίας. Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ η αύξηση της απασχόλησης λόγω του τουρισμού ήταν 87%. Η συνολική απασχόληση το 2000 ήταν 808.000 άτομα (18% του συνολικού εργατικού δυναμικού) ή με άλλα λόγια ένας στους 5 σήμερα ασχολείται με τον τουρισμό. Πιο αναλυτικά 19.000 άτομα απασχολούνται στα πρακτορεία, 171.000 απασχολούνται στα καταλύματα κάθε μορφής, 29.000 στις μεταφορές και 35.000 άτομα στα συναφή με τον τουρισμό επαγγέλματα. Η μερική απασχόληση στον τουρισμό είναι στα 89.000 άτομα και η έμμεση απασχόληση 464.000. Σύμφωνα με το WTTC η σχέση ανάμεσα στην απασχόληση της οικονομίας και της σχέσης προς την άμεση απασχόληση στον τουρισμό διευρύνεται από 2,64 σε 3 την τριετία 2007-2010. Αυτό συνεπάγεται ότι για κάθε θέση άμεσης απασχόλησης στον τουρισμό δημιουργούνται περίπου 3 θέσεις απασχόλησης στην οικονομία γενικά.

Όσον αφορά το 2011, η άμεση απασχόληση στον τουρισμό εκτιμάται στις 311 χιλιάδες απασχολούμενους, και αντιστοιχεί στο 8% της συνολικής απασχόλησης της χώρας. Οι συνολικές θέσεις εργασίας που δίνει ο τουρισμός τη θερινή περίοδο προσεγγίζουν τις 208 χιλιάδες, κατανοώντας επομένως την ανάγκη να επεκταθεί η τουριστική ζήτηση πιο πολύ από τους καλοκαιρινούς μήνες βλέποντας τα οφέλη που δίνει στην απασχόληση. Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ, για κάθε 100 θέσεις άμεσης απασχόλησης στον τουρισμό

υποστηρίζονται άλλες 130 θέσεις συνολικά στους κλάδους που αποτελούν τους κύριους προμηθευτές των τουριστικών επιχειρήσεων αλλά και εκείνους που πηγαίνει το εισόδημα των απασχολούμενων στον τουριστικό κλάδο αλλά και στους προμηθευτές αυτού. Το 2010, το σύνολο της έμμεσης απασχόλησης ήταν 126 χιλιάδες ενώ της άμεσης 320 χιλιάδες. Και η απασχόληση που στηρίζεται στην κατανάλωση 295 χιλιάδες.

ΑΜΕΣΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ	ΕΜΜΕΣΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ	ΠΡΟΚΑΛΟΥΜΕΝΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ
Η απασχόληση του τουριστικού τομέα	Η απασχόληση που στηρίζεται στους κύριους προμηθευτές από την ανάπτυξη του τουρισμού	Η απασχόληση που στηρίζεται στην κατανάλωση
320 χιλ.	126 χιλ	295 χιλ

Σύμφωνα με τα στοιχεία που καταγράφονται στον παρακάτω πίνακα τα άτομα που εργάζονταν στον τουριστικό κλάδο από το 2002 έως και το 2012 είναι τα παρακάτω:



Εικόνα 11 Ο τουρισμός στην απασχόληση κατά τα έτη 2016 και 2017 Πηγή: Έρευνα Εργατικού Δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία SETE Intelligence

Στην εικόνα 8 παρουσιάζεται η επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση τα έτη 2016-2017 και κατά συνέπεια η μείωση της ανεργίας. Η πορεία αυτή ιδιαίτερα στο 2ο και 3ο τρίμηνο το 2017, έφτασε σε ποσοστό αύξησης της απασχόλησης +6,6% και + 4,6% αντίστοιχα.

Πίνακας 17 Συνολική απασχόληση στον τουρισμό 2002-2012

ΧΡΟΝΟΣ	*ΑΜΕΣΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ	**ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ
2002	340,9	796,2
2003	327,6	776,3
2004	325,8	785,3
2005	360,9	855,1
2006	371	885,6
2007	365,4	878,2
2008	361,5	854,4
2009	331,9	798,6

2010	345,3	786
2011	329	720,6
2012	330,6	688,8

* Η Άμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις.

** Η Συνολική απασχόληση ισούται με την άμεση, την έμμεση και την προκαλούμενη απασχόληση.

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

Πέρα λοιπόν από τη βεβαιότητα της αύξησης του εισοδήματος από τον τουρισμό προκύπτει και μία αρνητική επίπτωση σχετικά με την προώθηση των εσόδων από αυτόν. Με άλλα λόγια, υπάρχουν διαρροές των ωφελειών στο εξωτερικό καθώς οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα για τον τουρισμό δεν είναι πάντα ελληνικής καταγωγής, αλλά έχουν ξένους ιδιοκτήτες, όπως και πολλές αεροπορικές εταιρείες ή τουριστικά γραφεία. Από την άλλη, πολλά προϊόντα είναι εισαγόμενα οπότε η κατανάλωσή τους μπορεί να επιφέρει άμεσα κέρδη, ωστόσο τα κέρδη αυτά έχουν διαρροή προς το εξωτερικό και τη χώρα προέλευσής τους.

3.6 Η επίπτωση του Brexit στον ελληνικό τουρισμό

Είναι γνωστό ότι πολύ μεγάλο μέρος των τουριστών στην Ελλάδα προέρχεται από την Αγγλία και μάλιστα με μεγάλη αύξηση τα τελευταία χρόνια. Ωστόσο το πρόβλημα που δημιουργήθηκε εξαιτίας της εξόδου της Αγγλίας από τη ζώνη του Ευρώ ήταν ανησυχητικά στις παγκόσμιες αγορές και στον ελληνικό τουρισμό. Αυτό αποτυπώθηκε έντονα το 2015 αφού η τουριστική κίνηση της Αγγλίας ενίσχυε σημαντικά το τουριστικό προϊόν. Σύμφωνα με δημοσίευμα της καθημερινής 25.06.2016 οι περισσότεροι Βρετανοί τουρίστες επιλέγουν την Ελλάδα για τον ήλιο και τη θάλασσα ξοδεύοντας μέχρι 2 μηνιαίους μισθούς για τις καλοκαιρινές τους διακοπές. Η χαμηλότερη μέση κατανάλωση κατά τις διακοπές του καλοκαιριού αντιστοιχεί σε 675 στερλίνες κατά άτομο. Για τους ίδιους οι διακοπές έχουν μεγάλη σημασία και γίνονται προγραμματισμένα επιλέγοντας και το μέρος αλλά και τους υπόλοιπους παράγοντες που θα τους εξασφαλίζουν όμορφες διακοπές, όπως ασφαλής διαμονή, η οικονομική ασφάλεια, η σχέση τιμής-ποιότητας, το καταρτισμένο προσωπικό, η ευκολία μετακίνησης από και προς το αεροδρόμιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΜΕΤΡΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί μία κινητήρια δύναμη της ελληνικής οικονομίας προσελκύοντας διεθνείς επενδύσεις και οδηγώντας στην αύξηση της απασχόλησης. Όμως η ανάπτυξη του τουρισμού εξαρτάται άμεσα από πολλούς παράγοντες μεταξύ των άλλων και από τα πολιτικά δρώμενα τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Στην Ελλάδα ο κλάδος του τουρισμού άλλαξε πορεία , σημειώνοντας μία θετική φορά δίνοντας μία ώθηση στην ελληνική οικονομία που είχε αρχίσει να αποδυναμώνεται εντελώς μετά την χρηματοοικονομική κρίση. Ο τουρισμός ενώ είχε αρχίσει να αναπτύσσεται παρόλο που οι συνθήκες εγκαταστάσεων και μεταφοράς δεν είχαν την ποιότητα που παρέχεται και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι τουρίστες των χωρών προέλευσης είχαν μία μεγάλη οικονομική και επομένως μπορούσαν να διαθέσουν αρκετά χρήματα για τουρισμό σε χώρες όπως η Ελλάδα που προσέλκυε κυρίως για τον ήλιο και τη θάλασσα. Μέσα σε αυτή την ανάπτυξη του τουρισμού, το μειονέκτημα που υπήρχε ήταν η υπερφορολόγηση, τόσο στις υπηρεσίες όσο και στα τουριστικά αγαθά.

Στην Ελλάδα όλο αυτό το διάστημα της κρίσης ο τουρισμός δέχτηκε μεγάλη πίεση ωστόσο ανέκαμψε την οικονομική πορεία που είχε πάρει μία πτωτική πορεία

Η κρατική μηχανή κατάλαβε ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα πλεονέκτημα για την ελληνική οικονομία και προσπάθησε να προχωρήσει στην εφαρμογή κάποιων μέτρων αλλά δυστυχώς δεν ήταν ικανοποιητικό το αποτέλεσμα.

Η ανοδική πορεία στον τουριστικό τομέα συνεχίζεται και το 2014, βοηθώντας έτσι στην αύξηση του ΑΕΠ της χώρας κατά 0,7%, και της απασχόλησης κατά 0,55%.

4.1 Κυβερνητικά μέτρα στήριξης του ελληνικού τουρισμού

Επειδή η κατάσταση από το 2009 επιδεινώνονταν στον τουριστικό κλάδο οι ιδιοκτήτες των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων ζήτησαν τη στήριξη του κλάδου με την εφαρμογή κάποιων μέτρων. Η κυβέρνηση εξήγγειλε τα παρακάτω:

1. Αυξάνονται οι δαπάνες για προβολή της χώρας, κατά 50%, με στόχο τη συγκράτηση του αριθμού των επισκεπτών.

2. Μειώνεται το Ενιαίο Τέλος Ακινήτων (ΕΤΑΚ), από 1% επί της αξίας του κτίσματος και 6% επί της αξίας του οικοπέδου, σε 0,33% για τα έτη 2009 και 2010.
3. Αναστέλλεται για ένα έτος η καταβολή εισφοράς του Ν. 128/75 για το σύνολο των δανείων των τουριστικών επιχειρήσεων προς τις Τράπεζες.
4. Οι τουριστικές επιχειρήσεις θα χρηματοδοτούνται στα πλαίσια του «Προγράμματος ενίσχυσης της ρευστότητας στην Οικονομία».
5. Υλοποιείται άμεσα και δυναμικά το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007-2013, μέσω του οποίου χρηματοδοτούνται δράσεις τουριστικών υποδομών, υπηρεσιών και Επιχειρήσεων.
6. Μειώνεται το τέλος διαμονής παρεπιδημούντων για την Αυτοδιοίκηση, από το 2%, σε 0,5%. Η απώλεια αυτή των ΟΤΑ αντικαθίσταται από αύξηση, κατά 20%, των πόρων που προέρχονται από τα τέλη κυκλοφορίας των οχημάτων.
7. Λαμβάνεται μέριμνα για άμεση επιστροφή από τις ρου του οφειλόμενου ΦΠΑ.
8. Μέσω του Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων, παρέχεται κεφάλαιο κίνησης, με πλήρη επιδότηση των τόκων, μέχρι του ποσού των 350 χιλ. ευρώ.
9. Δίνεται άμεση προτεραιότητα στην καταβολή των οφειλομένων ποσών των επιχορηγήσεων για όσες επιχειρήσεις έχουν υπαχθεί στον Επενδυτικό Νόμο, από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων.
10. Αντιμετωπίζεται το ζήτημα της λειτουργικής τακτοποίησης ξενοδοχειακών μονάδων που αποτελούσε πάγιο και χρόνιο πρόβλημα.
11. Μετατρέπεται το εποχικό επίδομα ανεργίας σε επίδομα εργασίας.
12. Αυξάνεται κατά 21% για το 2009 ο αριθμός των εισιτηρίων για τον Κοινωνικό Τουρισμό, που οργανώνει η Εργατική Εστία. Ήδη από πέρυσι το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης αύξησε τα δελτία κοινωνικού τουρισμού κατά 41%.
13. Λειτουργεί πρόγραμμα κατάρτισης με θεωρητική και πρακτική άσκηση και υποχρέωση των επιχειρήσεων που μετέχουν να απορροφήσουν 30% όσων καταρτίζονται.

14. Ιδιαίτερη μέριμνα λαμβάνεται για την τόνωση των ξενοδοχείων και άλλων συναφών επιχειρήσεων στο κέντρο της Αθήνας, που έχουν υποστεί ζημιές από τα τελευταία θλιβερά συμβάντα.¹¹

Ο διαθρωτικός χαρακτήρας των μέτρων που εξήγγειλε ο Πρωθυπουργός στηρίζεται στο Σύμφωνο Εταιρικής Σχέσης (ΣΕΣ)- νέο ΕΣΠΑ. Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνονται οι πόροι του προγράμματος για το πώς θα κατανεμηθούν., για το διάστημα 2014-2020.



Εικόνα 12 Ενδεικτική κατανομή πόρων της κοινοτικής συνδρομής (2η εγκύκλιος σχεδιασμού 2014-2020. Υπουργείο Ανάπτυξης). Πηγή ΕΛ ΣΤΑΤ

¹¹ Ενημέρωση για τα μέτρα του πρωθυπουργού για τις τουριστικές επιχειρήσεις. Διαθέσιμο από τη διεύθυνση www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/6/METRA_PROTHIPOURGOU.pdf Τελευταία ανάκτηση 10/4/2018

4.2 Άμεση επιστροφή Φ.Π.Α σε εταιρείες τουριστικού τομέα

Οι αποφάσεις των κυβερνητικών οργάνων για την άμεση στήριξη του τουριστικού κλάδου οδήγησε και στην επιστροφή του ΦΠΑ στις τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες είχαν πολλά προβλήματα επιβίωσης λόγω της οικονομικής κρίσης. Η άμεση επιστροφή του ΦΠΑ στις επιχειρήσεις αυτές σήμαινε ότι οι επιχειρήσεις που θα υπέβαλλαν αίτηση για τέτοια δραστηριότητα θα λάμβαναν άμεσα και μέσα σε διάστημα ενός μηνός περίπου το 90% χωρίς έλεγχο και το υπόλοιπο 10%, εφόσον δεν πρόκειται για την πρώτη επιστροφή, κατόπιν προσωρινού ελέγχου εντός της διαχειριστικής περιόδου υποβολής της εκκαθαριστικής δήλωσης.

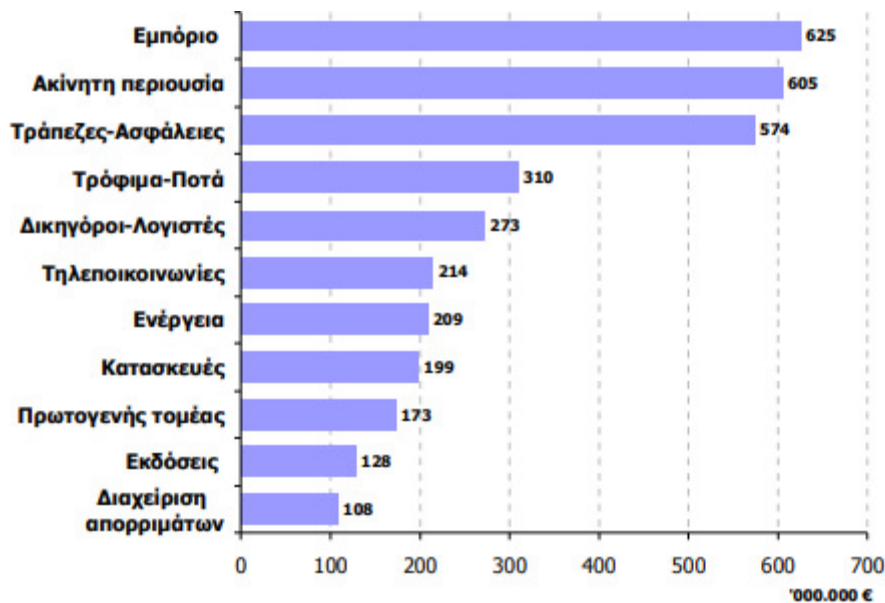
4.3 Μέτρα κατά της τουριστικής κρίσης

Η οικονομική κρίση επέφερε πολλά προβλήματα στα νοικοκυριά και η δυνατότητα μιας μετακίνησης για διακοπές αποτελούσε ένα άπιαστο όνειρο. Όμως μπροστά στην πραγματικότητα αυτή και προκειμένου να ενισχυθεί η τουριστική κίνηση των ελληνικών νησιών και όχι μόνο η ελληνική κυβέρνηση προσπάθησε να ενισχύσει αυτή τη δυνατότητα με τον Κοινωνικό τουρισμό. Κατανοεί ότι για να στηρίξει την ελληνική οικονομία πρέπει να δώσει και κάποια κίνητρα σε όλους.

1. Έπρεπε να προσελκύσει τουρίστες με υψηλά εισοδήματα για να κάνουν διακοπές αρκετό καιρό με τις κατάλληλες προϋποθέσεις
2. Η οικονομική κρίση δυστυχώς επέφερε και το θέμα της ρευστότητας όχι μόνο στον χρηματοπιστωτικό τομέα αλλά και στις τουριστικές μονάδες. Έπρεπε να ενισχυθούν οικονομικά και με ευνοϊκούς όρους όλες οι τουριστικές επιχειρήσεις που αντιμετώπιζαν προβλήματα.
3. Η παροχή δανείων θα διευκόλυνε και τους ιδιοκτήτες των τουριστικών μονάδων να δημιουργήσουν τουριστικά θέρετρα υψηλών απαιτήσεων και προδιαγραφών.
4. Ενίσχυση όλων των παραπάνω που αναφέρθηκαν καθώς ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος και περιλαμβάνει συνεδριακές και εκθεσιακές εγκαταστάσεις, κέντρα ευεξίας (spa), γήπεδα γκολφ, κ.λπ.

5. Δημιουργία όχι μόνο ξενοδοχειακών μονάδων στα πολύ γνωστά παραθαλάσσια μέρη αλλά και δημιουργία οικολογικών– αγροτουριστικών καταλυμάτων και προώθηση του τουρισμού της περιφέρειας και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
6. Κατασκευή οδικού δικτύου και βελτίωση των μέσων μεταφοράς στη θάλασσα και στον αέρα ώστε να αναπτυχθεί ο τουρισμός.
7. Μετά την κατασκευή όλων των εγκαταστάσεων είναι απαραίτητο να υπάρξει και η επιλογή ανάλογου και εξειδικευμένου προσωπικού ώστε να υπάρξει μία παιδεία, τουριστική συνείδηση και τεχνικές δεξιότητες πρώτης γραμμής στον τουριστικό κλάδο. .
8. Τα δημόσια ιδρύματα παροχής Ανώτατης Παιδείας (ΑΕΙ και ΤΕΙ) πρέπει να αναβαθμιστούν και να χρηματοδοτηθούν επαρκώς, προκειμένου να ανταποκριθούν στην ανάγκη δημιουργίας ανωτέρων και ανωτάτων στελεχών και για τον τουρισμό. (Σκουλάς Ν., 01/04/2009)
9. Κάθε τουριστική επιχείρηση που χρεωστάει να είναι σε θέση να αναστείλει τις πληρωμές για το χρονικό διάστημα που έχει τουρισμό, ώστε να μπορεί να χρησιμοποιήσει τα χρήματά της για την επέκταση της τουριστικής ανάπτυξης.

Η τεχνογνωσία έχει τη δυνατότητα να ανοίξει καινούργιους ορίζοντες στην ανάπτυξη του τουρισμού καθώς οι ποικίλες εφαρμογές στα «έξυπνα» κινητά, η «οικονομία διαμοιρασμού» μέσα από διαδικτυακές πλατφόρμες κρατήσεων, διαδίδονται ταχύτατα, και προωθούν τα τουριστικά προϊόντα. Οι αναγκαίες επενδύσεις σε νέες εγκαταστάσεις και δημόσιες υποδομές καρκίνοβατούν, ενώ παράλληλα η τουριστική προβολή κινείται αναγκαστικά με περιορισμένους πόρους σε συνθήκες έντονου διεθνούς ανταγωνισμού. Οι κλάδοι που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό είναι το Εμπόριο, ο κλάδος της διαχείρισης ακίνητης περιουσίας, οι τράπεζες, οι Τηλεπικοινωνίες, ενώ σημαντική είναι η συνεισφορά από την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος τόσο στον Πρωτογενή τομέα (Γεωργία, Κτηνοτροφία και Αλιεία) όσο και στην παραγωγή τροφίμων.



Εικόνα 43 Έμμεση επίδραση του τουρισμού σε εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, 2010

Η συνεισφορά του τουρισμού στο ακαθάριστο προϊόν είναι πολύ μεγάλη και αποτελεί πλέον το πιο σημαντικό κομμάτι της ελληνικής οικονομίας. Οι τελευταίες επενδύσεις που πραγματοποιήθηκαν στον ιδιωτικό τομέα κυρίως, με σκοπό την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών, έφερε το αναμενόμενο αποτέλεσμα καθιστώντας την ελληνική χώρα ως ένα από τους πιο ελκυστικούς χώρους τουριστικής επισκεψιμότητας.

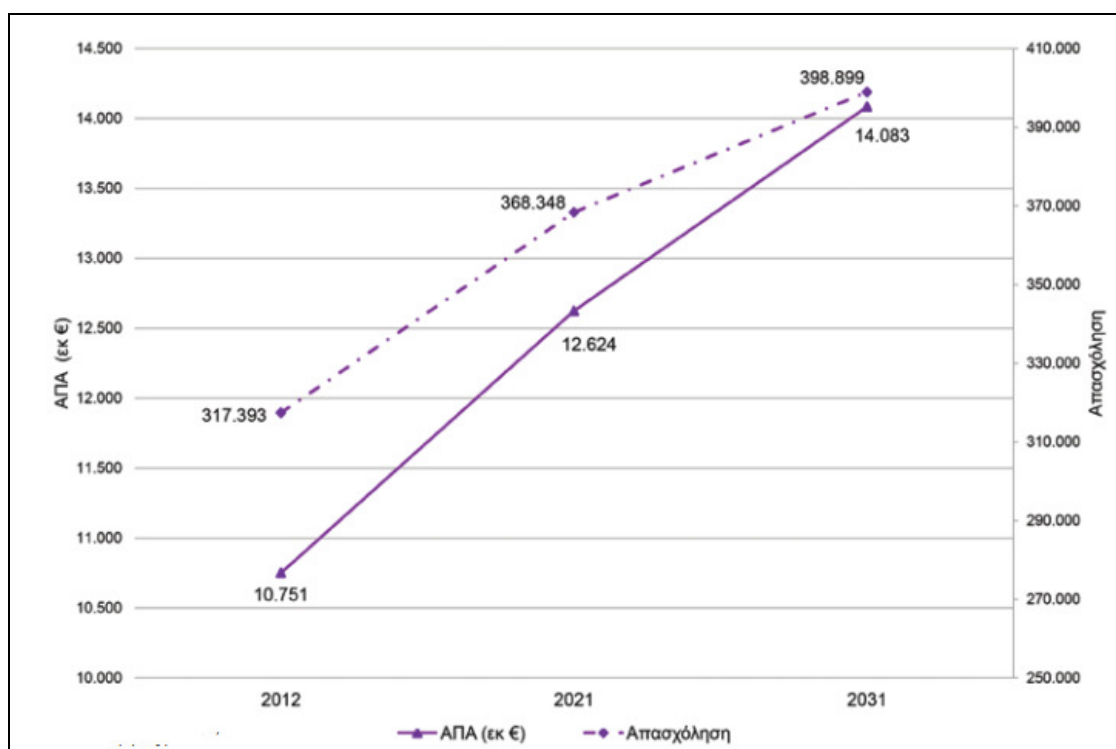
Όμως η πολιτική κατάσταση δεν βοήθησε αρκετά για να ενδυναμωθούν αυτές οι τουριστικές δραστηριότητες με αποτέλεσμα να μη σημειωθεί και η επερχόμενη επέκταση των επιχειρήσεων και εγκαταστάσεων.

Ο μαζικός τουρισμός επέφερε μεγαλύτερο πρόβλημα καθώς οι εισπράξεις είναι συγκεκριμένες με οικονομικά πακέτα διακοπών μειώνοντας έτσι και την ποιότητα παροχής υπηρεσιών.

Ο τομέας της υγείας αδυνατεί να προσφέρει στους τουρίστες ζωτικής σημασίας υπηρεσίες, τα προβλήματα με το πόσιμο νερό κυρίως στα νησιά πολλαπλασιάζονται δημιουργώντας μία αρνητική εικόνα που συμβάλλει αρνητικά στην ανάπτυξή του.

Επιπρόσθετα σε όλα αυτά μας έχει επιβληθεί και διπλάσιος συντελεστής ΦΠΑ 13% από 6.5% που ίσχυε μέχρι σήμερα. Αν αυτό δεν είναι ένα σοβαρό δείγμα κακής διαχείρισης

Τα σημερινά δεδομένα επιδεικνύουν θετικά αποτελέσματα για την πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα. Η ανάπτυξη του θεωρείται μεγάλη στο μέλλον είτε με την παραδοσιακή μορφή, είτε με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, π.χ. κρουαζιέρα, καταδυτικός τουρισμός, ιατρικός τουρισμός. Η ανοδική πορεία του τουρισμού αναμένεται να συνεχιστεί με αύξηση της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας του τουρισμού κατά 31% και αύξηση της απασχόλησης κατά 26% έως το 2031.



Εικόνα 14 Η ανοδική πορεία του τουρισμού αναμένεται να συνεχιστεί με αύξηση της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας του τουρισμού κατά 31% και αύξηση της απασχόλησης κατά 26% έως το 2031.
Πηγή : <https://www.wwf.gr>

Σύμφωνα με το IOBE (2012), για κάθε 1 € που προέρχεται από τον τουρισμό επέρχεται 1,2 € και άρα, συνολικά, δημιουργεί 2,2 € ΑΕΠ. Δηλαδή, ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας ανέρχεται σε 2,2.

Παρακάτω αποτυπώνονται οι πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη του ΚΕΠΕ (2014), καθώς και η ποσοστιαία συμβολή του κάθε υποκλάδου στην ελληνική τουριστική δραστηριότητα σύμφωνα με την μελέτη του IOBE (2012).

Πίνακας 58 Τα έμμεσα οφέλη του τουρισμού

	% Κατανομή Τουριστικών Εσόδων	Πολλα- πλασιαστής
Καταλύματα	45,3	2,50
Εστίαση	18,0	2,50
Θαλάσσιες Μεταφορές	9,0	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Εναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,90
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	1,39
Συνέδρια	1,0	4,13
Σταθμισμένος Μέσος Όρος		2.65

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Η σπουδαιότητα του ελληνικού τουρισμού πρέπει να γίνει αντιληπτή από κάθε παράγοντα και να τη στηρίξει ώστε να αντιμετωπιστεί το σοβαρότερο μειονέκτημά της, η εποχικότητα (περίπου το 60% των αφίξεων και των εσόδων πραγματοποιούνται στο 3ο τρίμηνο και μόλις 6% των αφίξεων και 3% των εσόδων στο 1ο τρίμηνο).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει τον μοχλό ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας ώστε να ανακάμψει η οικονομική κατάσταση της Ελλάδας. Κάθε τουριστική δραστηριότητα βοηθά την τοπική κοινωνία που αναπτύσσεται παράγοντας έτσι πολλά πλεονεκτήματα και να αυξήσει το εισόδημα των απασχολούμενων στον τουριστικό κλάδο. Αυτό θα δημιουργήσει νέες επενδύσεις και νέες θέσεις εργασίας προκαλώντας άνθιση της οικονομίας. Οι γενικές τάσεις του ελληνικού τουρισμού είναι μακροχρόνια αυξητικές, ώστε σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού να κατατάσσεται η Ελλάδα, με 12,5 εκατομμύρια τουριστών για το 2009, στην 15η θέση στον κόσμο και στην 10η θέση μεταξύ των ευρωπαϊκών προορισμών. Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά μεγαλύτερη από 15% και κατά περιόδους ξεπέρασε το 18%.

Η συνεισφορά του τουρισμού στην ελληνική οικονομία εκτιμάται πολύ σημαντική καθώς η σύγκριση των αφίξεων με την εξέλιξη της προσφοράς, όπως αυτή εκφράζεται με τις ξενοδοχειακές κλίνες στο διάστημα 2000-2009, δείχνει ότι η προσφορά αυξάνεται με ταχύτερους ρυθμούς από ό,τι η ζήτηση.

Από τα προηγούμενα κεφάλαια συνεπάγεται ότι ο τουρισμός αποτελεί μία από τις βασικότερες συνιστώσες της οικονομικής ανάπτυξης παρά την ελαστική εποχικότητά του. Θεωρείται βέβαιο ότι η αυξητική πορεία του θα συνεχιστεί καθώς ο τουρισμός αποτελεί το μέσο ανάπτυξης και συμβολής στην επικοινωνία των πολιτισμών. Για την ελληνική οικονομία ο τουρισμός έχει ιδιαίτερη σημασία. Οι επιδράσεις του στη διαμόρφωση των οικονομικών επιδόσεων της χώρας είναι καθοριστικές, καθώς διαχέονται σε πολλά επίπεδα και κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας. Οι μορφές τουρισμού έχουν αλλάξει και εξαρτώνται από παράγοντες όπως ο χρόνος που διαθέτουν οι άνθρωποι για διακοπές, η δυνατή μετακίνηση εξαιτίας της οικονομικής κρίσης ενώ παράλληλα παρουσιάζονται νέες μορφές τουριστικών προϊόντων με ανταπόκριση στις νέες απαιτήσεις της ζήτησης.

Τα μακρινά ταξίδια μειώνονται και σημειώνεται μεγαλύτερη προτίμηση στα εγχώρια μέρη, χρησιμοποιούνται οι νέες τεχνολογίες για προγραμματισμό των διακοπών, ή των ταξιδιών γενικότερα.. Οι εξελίξεις αυτές θα παρέχουν ολοένα και καλύτερες δυνατότητες πληροφόρησης και παροχής υπηρεσιών προς τους καταναλωτές τουριστικών υπηρεσιών και θα ανακαταθέτουν χωρικά το σύστημα κρατήσεων και το συνολικό δίκτυο πωλήσεων των τουριστικών υπηρεσιών.

Ο τουρισμός θεωρείται ως βασική συνιστώσα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, με μεγάλη συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) και, παρά τις ραγδαίες οικονομικές εξελίξεις και τις γεωπολιτικές αναταραχές των τελευταίων ετών, εξακολουθεί να ενισχύει την εξωστρέφεια και την δυναμική του. Παρότι οι διαρκείς αναταράξεις στην παγκόσμια οικονομία, και οι αλλεπάλληλες πολιτικές εξελίξεις που επιφέρουν, ακόμη δοκιμάζουν τον τομέα του τουρισμού στη Ελλάδα, εντοπίζεται αύξηση της τουριστικής εισροής στη χώρα μας. Επιπρόσθετα το φυσικό τοπίο της Ελλάδας, το ήπιο κλίμα της επιτελούν σημαντικό έργο για την ανάπτυξη του τουρισμού σε κάθε γωνιά της Ελλάδος και βοηθούν έτσι κάθε κλάδο της οικονομίας να σημειώσει μία παραγωγική δραστηριότητα.

Συμπερασματικά, ο τουρισμός το 2017 αύξησε τα κέρδη και από το εξωτερικό και από το εσωτερικό συμβάλλοντας έτσι στη νέα εικόνα του ΑΕΠ σε 18.295 εκ. το 2017, ενώ η άμεση και έμμεση συμβολή του εκτιμάται από 22,6% έως 27,3%,

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Beerli, A. και Martin, JD (2004) Factors Influencing Destination Image. *Annals of Tourism Research*, 31
2. Eadington R., Smith V, (1994) *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*.
3. Gartner C. W., (2001) *Τουριστική ανάπτυξη, αρχές, διαδικασίες και πολιτικές, εκδόσεις «Έλλην»*, Αθήνα
4. Crompton, JL (1979) *Κίνητρα για διακοπές αναψυχής*. Χρονικά Τουριστικής Έρευνας.
5. Gee C.Y., Makens, J.C. and Choy, D.J.L. (2001). *Τουριστική Βιομηχανία*,
6. Μαυροδόντης Θ. (επιμ.), Έλλην: Αθήνα.
7. Gilbert D.C. (1990). *Conceptual Issues in the Meaning of Tourism*, in Cooper,
8. Gee C.Y., Makens, J.C. and Choy, D.J.L. (2001). *Τουριστική Βιομηχανία*, ,
9. Gibson, H. (2005). *Towards an understanding of why sport tourists do what they do*. *Sport in Society*, 8.
10. Holden, A. (2003). *In Need of a New Environmental Ethic for Tourism*. *Annals of Tourism Research* Vol 30 (1).
11. Jovicic Z. (1988). *A Plea for Tourismological Theory and Methodology*, *Revue de Tourisme* 3..
12. Matley I.M. (1976). *The Geography of International Touris*, Washington: Association of American Geographers,.
13. Mitchell L. & Murphy P. (1991). *Geography and tourism*, *Annals of Tourism Research*, 18.
14. Page, S., 2006. *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, εκδ. Παπαζήση, Αθήνα.
15. Robinson, T. & Gammon, S. (2004). *A question of primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework*. *Journal of Sport and Tourism*, 9.
16. Thornton, P., Shaw, G. & Williams, A. (1997). *Tourist group holiday decision-making and behaviour: the influence of children*. *Tourism Management*, 18.

17. UNWTO (2008a). *International Recommendations for Tourism Statistics*. UNWTO (2008b). *Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework*

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Βαρβαρέσος Σ. (1997). *Τουριστική πολιτική & περιοχές ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης, κριτική & εναλλακτικές προτάσεις, τουριστική αγορά*, τεύχος 15.
2. Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω (2006), *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks
3. Γκαργκανάς Ν. (2008). *Ομιλία στο Ελληνο-Γερμανικό Εμπορικό επιμελητήριο*. Διαθέσιμο στο : <http://www.capital.gr/news.asp?details>
4. Ζαχαράτος Γ., (1999) *Οικονομική του Τουρισμού και Οργάνωση των Τουριστικών Ταξιδιών*, Πάτρα, Εκδόσεις ΕΑΠ.
5. Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π.(1998.) *Εισαγωγή στον τουρισμό*. Interbooks, Αθήνα,
6. Ν. Ηγουμενάκης, *Τουριστική οικονομία*, τόμος Α, Interbooks, Αθήνα 2000
7. Ινστιτούτο τεχνολογίας υπολογιστών & εκδόσεων ,τομέας οικονομίας και διοίκησης , Α κύκλος, εκδόσεις ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ, ISBN:978-960-06-2979-8
8. IOBE (2012). *Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία*
9. Καλαντζή Ο., Τσιώτας Δ., (2010), Κριτική θεώρηση του θεσμικού πλαισίου των Περιοχών Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ): *Η περίπτωση της Μεσσηνίας στη ΝΔ Ελλάδα*, στο Μπεριάτος Η., Παπαγεωργίου Μ., (2010) (επ) Χωροταξία – Πολεοδομία
10. Καραγιάννης Σ., Έξαρχος Γ., (2006). *Τουρισμός – Τουριστική Οικονομία Ανάπτυξη Πολιτική*, Εκδόσεις: Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης, Ηράκλειο
11. ΚΕΠΕ (2014). *Οικονομικές Εξελίξεις*, Τεύχος 24, Ιούνιος 2014.
12. Κολτιδόπουλος Γ.(2001) *Τουρισμός. Θεωρητική Προσέγγιση*, Εκδόσεις Γ Παρίκος & Σία Ε.Ε (ΕΛΛΗΝ)
13. Λαγός Δ.(2005). *Τουριστική Οικονομική . Αθήνα: Κριτική*
14. Μπασαράς, Α. (2012). *Ελληνική Οικονομική Κρίση. Ανασκόπηση, Ανάλυση και Προοπτική*. Superior Pakistani National Management College.
15. Πολύζος Σ (2002), *Ανάλυση Παραγόντων Επιρροής και Εμπειρική Διερεύνηση των Εσωτερικών Τουριστικών Ροών στην Ελλάδα*, ΤΟΠΟΣ, τεύχος 18-19, σελ. 87-108.

16. Πολύζος Σ, Τσιώτας Δ, Καντλής, Α. (2013) “*Determining the tourism development dynamics of the Greek regions by using TALC theory*”. TOURISMOS, 8 (2),
17. Πολύζος Σ. (2011), *Περιφερειακή Ανάπτυξη*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
18. Πολύζος Σ. (2015), *Αστική Ανάπτυξη*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
19. Σφακιανάκης Μ. (2000). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδόσεις Έλλην, Αθήνα
20. Παπαδημητρίου Δ., Νικηφόρου Μ. & Gennaro Zezza, 2014 ‘ Στρατηγική Ανάλυση’, *Levy Economics Institute of Bard College*, σελ 1-2 Αύγουστος 2014.
21. Σκουλάς Ν., (2009), *Τρισδιάστατη η κρίση στον Ελληνικό τουρισμό*,, διαθέσιμο στο <http://traveldailynews.gr/columns/article/1749>
22. Σκουλάς Ν. (01/04/2009). *Διεθνής οικονομική κρίση και τουρισμός: Ο ρόλος ενδογενών παραγόντων και οι προοπτικές ανάκαμψης* Διαθέσιμο στο : <http://www.travelreport-int.gr>.
23. Χατζηβγέρης, Κ. (2003). *Κύκλος ζωής τουριστικού προορισμού - Φέρουσα ικανότητα*.
24. Χριστόπουλος Α., Ντόκας Ι., (2012), *Θέματα Τραπεζικής και Χρηματοοικονομικής Θεωρίας*, εκδ. Κριτική, Αθήνα
25. Πρινωτάκη Μ., Καυής Δ.(2008), *Οι επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία, Αγορά Χωρίς Σύννορα*, 13(3).

ΠΗΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

1. Εισαγωγή στον Τουρισμό και στην τουριστική οικονομία , Πανεπιστήμιο Πατρών Διαθέσιμο από τη διεύθυνση <https://eclass.upatras.gr/> Τελευταία ανάκτηση 10/3/2018
2. **Κύκλος ζωής τουριστικού προορισμού - Φέρουσα ικανότητα Διαθέσιμο από τη διεύθυνση users.teilar.gr/~hatzivgeris/link_files/kyklos-zois.doc**
3. Τα Κίνητρα και η τυπολογία των Τουριστών Βελισσαρίου Ευστάθιος Καθηγητής Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων Διαθέσιμο από τη διεύθυνση <https://e-ass.teilar.gr> Τελευταία ανάκτηση 20/3/2018
4. 'Το προσφυγικό έπληξε τον τουρισμό σε Λέσβο, Σάμο και Χίο', Άρθρο στην καθημερινή 29-12-2016 Διαθέσιμο από τη διεύθυνση: <http://www.kathimerini.gr/889701/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/to-prosfigiko-epilh3e-ton-toyrismo-se-lesvo-samo-kai-xio> Τελευταία ανάκτηση 20/4/2018
5. Τουριστική Βιομηχανία: Απειλές Και Προοπτικές Στην Ελλάδα Της Κρίσης Διαθέσιμο από τη διεύθυνση <https://powerpolitics.eu> Τελευταία ανάκτηση 10/5/2018
6. Ενημέρωση για τα μέτρα του πρωθυπουργού για τις τουριστικές επιχειρήσεις. Διαθέσιμο από τη διεύθυνση www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/6/METRA_PR_OTHIPOURGOU.pdf Τελευταία ανάκτηση 10/4/2018
7. <https://www.quora.com/What-does-GIT-mean-in-the-tourism-industry>
8. <http://www.provataslaw.gr/M>
9. <http://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy>
10. <https://www.dailyeconomics.gr/oikonomikoi-oroi/anakefalaiopoihsh> [τελευταία ανάκτηση 1/4/2018]
11. <http://www.statistics.gr/statistics/-/publication/DKT51/->
12. <https://www.wwf.g>
13. Μελέτη για τη συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία Διαθέσιμο από τη διεύθυνση <http://sete.gr/el/kentro-tyrou/deltia-tyrou-anakoinoseis/news-repository/2018/sete-intelligence-meleti-insete/> Τελευταία ανάκτηση 8/5/2018

14. Βικιπαίδεια, ορισμός τουρισμού, <https://el.wikipedia.org>
15. Τράπεζα της Ελλάδος, www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx
16. Τουριστική εικόνα-Τουριστικό Μάρκετινγκ, Γ. Υφαντίδου, Διδάκτορας Σ.Ε.Φ.Α.Α., Δ.Π.Θ, διαθέσιμο από τη διεύθυνση https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/4261/2/02_chapter_5.pdf, Τελευταία ανάκτηση 10/5/2018
17. Ενδεικτική κατανομή πόρων της κοινοτικής συνδρομής (2^η εγκύκλιος σχεδιασμού 2014-2020. Υπουργείο Ανάπτυξης). Πηγή ΕΛ ΣΤΑΤ
18. Η συμβολή του τουρισμού στα δημοσιονομικά μεγέθη, Διατριβή του Χατζηιωαννίδη Γεώργιο, διαθέσιμο από τη διεύθυνση: <https://kypseli.ouc.ac.cy/bitstream/handle/11128/1533/%CE%A4%CE%A1%CE%91-%CE%A7%CE%A1%CE%97-2014-00139.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου
19. <http://www.kathimerini.gr/864997/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/oi-epiptwseis-toy-brexit-xytyroy-n-thn-porta-toy-ellhnikoy-toyrismoy>
20. <http://www.kathimerini.gr/tags/toyrismos>