



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Τ.Ε.Ι ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (πρώην ΕΠΑΟ) / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΤΟΣ 2000 ΕΩΣ ΣΗΜΕΡΑ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΔΗΜΗΤΡΟΥΛΑΚΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΜΑΥΡΙΔΑΚΗΣ ΘΕΟΦΑΝΗΣ

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2019

Η ΕΓΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΠΟ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ/ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ ΤΟΥ ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΔΕΝ ΥΠΟΔΗΛΩΝΕΙ
ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΩΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΧΗ ΤΩΝ ΑΠΟΨΕΩΝ ΤΟΥ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΟΥ
ΤΜΗΜΑΤΟΣ.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία έχει σκοπό την παρουσίαση του Ελληνικού τουρισμού από το 2000 και μετά, αναφερόμενη στα στοιχεία που απαρτίζουν τον τουρισμό μίας χώρας, την εξέλιξη και ανάπτυξή του στο βάθος χρόνου, καθώς και τα προβλήματα που παρουσιάζονται και τον αποδυναμώνουν.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο σκοπός της διπλωματικής εργασίας ήταν η ανάλυση του Ελληνικού τουρισμού από το έτος 2000 και έπειτα. Οι ραγδαίες εξελίξεις που συνέβησαν στην χώρα μας από εκείνη την περίοδο είχαν έναν τεράστιο αντίκτυπο στην ελληνική οικονομία, με αποτέλεσμα να επηρεάζεται άμεσα και ο ελληνικός τουρισμός.

Στην παρούσα διπλωματική αναλύονται διεξοδικά οι τουριστικές περιοχές της Ελλάδας με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα, καθώς και οι δραστηριότητες με τις οποίες επιδίδονται οι τουρίστες σε αυτές. Αναλύεται επίσης, και το είδος των τουριστών που επισκέπτονται την χώρα μας και γίνεται σύγκριση με τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες.

Στο τελευταίο μέρος γίνεται αναφορά στην οικονομική κρίση αλλά και στις επιπτώσεις που είχε αυτή στον ελληνικό τουρισμό, καθώς δεν αφορά μόνο στους εγχώριους τουρίστες αλλά και στους τουρίστες που εισέρχονται από το εξωτερικό.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Τουρισμός, οικονομία, αναπτυξιακοί πόροι, είδη τουρισμού, οικονομική κρίση, μέτρα αντιμετώπισης κρίσης τουρισμού, Ελλάδα, τουριστικοί προορισμοί, ξενοδοχειακές μονάδες, city break, πολιτισμός.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	- 3 -
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	- 4 -
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	- 6 -
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	- 7 -
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	- 8 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	10
1.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ.....	10
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	11
1.3 ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΧΡΟΝΩΝ.....	14
1.4 Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΗΜΕΡΑ.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	16
2.1 Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	16
2.2 ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	16
2.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	18
2.4 Η ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	20
2.5 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΒΛΕΨΗΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ.....	21
2.6 Η ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΑΙ Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	21
2.7 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙ ΠΟΙΟΤΙΚΕΣ ΑΦΟΡΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.....	25
3.1 ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	25
3.2 ΗΛΙΟΣ ΚΑΙ ΘΑΛΑΣΣΑ.....	25
3.2 CITY BREAK.....	27
3.3 ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΙΑ.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΡΙΣΕΙΣ.....	33
4.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ.....	33
4.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ ΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΜΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	35
4.3 ΣΧΕΔΙΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΩΝ.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΎΦΕΣΗ, ΠΡΟΣΦΥΓΙΚΟ ΚΑΙ Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ.....	38
5.1 ΎΦΕΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΥΓΙΚΟ.....	39
5.2 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΎΦΕΣΗ (2010-2014).....	39
5.3 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ ΑΠΟ ΤΑΞΙΔΙΑ ΓΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ.....	40

5.4 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΠΕΡΙΟΔΟ.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΜΕΤΡΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΓΙΑ ΕΞΟΔΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ.....	42
6.1 ΤΑ ΑΠΟΦΑΣΙΣΜΕΝΑ ΜΕΤΡΑ ΠΟΥ ΠΗΡΕ Η ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΤΙΡΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΟ 2014.....	42
6.2 ΑΜΕΣΗ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΦΠΑ ΣΕ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ.....	43
6.3 ΜΕΤΡΑ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	43
6.4 ΜΕΤΡΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	44
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	46

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1 1: Οι σαράντα δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί στον κόσμο.....	12
ΠΙΝΑΚΑΣ 2 1: Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού και επιλεγμένων διεθνών ανταγωνιστών	15
ΠΙΝΑΚΑΣ 3 1: Τουριστικές εισπράξεις σε μεσογειακούς προορισμούς ως % του ΑΕΠ κατά Μ.Ο 2005-2010	17
ΠΙΝΑΚΑΣ 4 1 : Συνολική Απασχόληση στον Τουρισμό 2002-2012	19
ΠΙΝΑΚΑΣ 5 1: Εκτίμησης της άμεσης και έμμεσης επίπτωσης του τουρισμού στο ΑΕΠ(εκατ.)	20
ΠΙΝΑΚΑΣ 6 1: Η κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων, των δωματίων και των κλινών κατά κατηγορία καταλύματος το 2016.	22
ΠΙΝΑΚΑΣ 7 1 : Έτη με μείωση αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο: ποσοστά σε αύξουσα τάξη μεγέθους.....	35
ΠΙΝΑΚΑΣ 8 1: Διάρκεια Τουριστικών Κρίσεων.....	36
ΠΙΝΑΚΑΣ 9 1: Σχέδιο διαχείρισης τουριστικών κρίσεων και καταστροφών	37
ΠΙΝΑΚΑΣ 10 1: Η Εξέλιξη των Εισπράξεων από Ταξίδια για Επαγγελματικού Λογούς.	40

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1 1: Η γεωγραφική κατανομή των ξενοδοχειακών κλινών το 2016 (%).....23

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2 1: Αριθμός διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών ανά Περιφέρεια.....24

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3 1: Η εξέλιξη των εισπράξεων από ταξίδια για Επαγγελματικούς Λογούς41

ΣΧΗΜΑ 1 1: Ταξινόμηση Τουριστικών Κρίσεων και Καταστροφών.....34

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία θα αναπτύξει τις πτυχές του Ελληνικού τουρισμού από το 2000 και έπειτα. Θα γίνει μια εκτενής ανάλυση για την σημασία του ελληνικού τουρισμού στην οικονομία αλλά και για την εξέλιξή του στο πέρασμα των χρόνων.

Ο τουρισμός ως λέξη προέρχεται από το αγγλικό 'tour' και το γαλλικό 'tour' κι έκανε την εμφάνισή του τον 19^ο αιώνα και η έννοια του ορίζεται ως η μεμονωμένη ή μαζική μετακίνηση ανθρώπων σε συγκεκριμένους τόπους, με σκοπό την ψυχαγωγία και αναψυχή. Έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα.

Ο τουρισμός όπως είναι σε όλους μας γνωστό συσχετίζεται με τις δραστηριότητες αλλά και τις εξορμήσεις που κάνει ο άνθρωπος έχοντας ως σκοπό να διασκεδάσει, να ομορφύνει την ζωή του, να ξεφύγει από το άγχος και τα προβλήματα του ώστε να αντιμετωπίσει στην καθημερινότητα του.

Γενικά, ο τουρισμός νοείται ως μια ποικιλία από διάφορες δραστηριότητες, υπηρεσίες καθώς και βιομηχανίες που δίνουν μια ταξιδιωτική εμπειρία, βοηθώντας ταυτόχρονα στην αύξηση του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού, στην οικονομική εξέλιξη των τοπικών περιοχών, στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην αύξηση των επενδύσεων.

Ο τουρισμός, ανεξάρτητα από τα οφέλη που μπορεί να προσφέρει σε έναν άνθρωπο, έχει τεράστια σημασία και για την οικονομία. Σύμφωνα με τα στοιχεία του παγκόσμιου οργανισμού τουρισμού (Π.Ο.Τ) ο τουρισμός βρίσκεται στην δεύτερη θέση των οικονομικών δραστηριοτήτων μετά τον τομέα του πετρελαίου. Λαμβάνοντας λοιπόν κάποιος υπόψη το παραπάνω, αντιλαμβάνεται την σημασία του τουρισμού στην ανάπτυξη μιας χώρας, ώστε να δημιουργηθεί μια οικονομία ισχυρή, ανταγωνιστική και με καλές υποδομές, που θα τοποθετεί την εκάστοτε χώρα σε μία δυναμική κοινωνική και οικονομική θέση σε ολόκληρο τον κόσμο.

Συνεπώς αποτελεί μια από της σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες στην Ελλάδα. Η σημασία του γίνεται ακόμη μεγαλύτερη αν αναλογιστούμε την καταλυτική συμβολή του στη περιφερειακή ανάπτυξη και στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης. Στην παρούσα, δύσκολη από οικονομική και κοινωνική άποψη, περίοδο που διανύει η χώρα μας, έγιναν αντιληπτά τα τρωτά σημεία και οι αδυναμίες της οικονομίας μας. Αυτή τη δύσκολη συγκυρία θεωρούμε ότι πρέπει να τη δούμε ως μια μεγάλη ευκαιρία για να αναθεωρήσουμε λάθη και ξεπερασμένες λογικές πάνω στις οποίες στηρίχθηκε η πορεία της χώρας μας και ειδικότερα σε ότι αφορά τον τομέα του τουρισμού, κατά την διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών. Πρέπει να στρέψουμε το βλέμμα μπροστά και να δούμε από άλλη οπτική γωνία τα οφέλη του τουρισμού και το πώς θα μπορούσαμε να τον εξελίξουμε ώστε μέσα από αυτόν να αναπτύξουμε την οικονομική μας ευημερία.

Ο τουρισμός αποτελεί ένα φαινόμενο το οποίο επεκτείνεται σε ένα ευρύ κοινωνικοοικονομικό φάσμα, με θεαματική άνθιση στη χώρα μας τα τελευταία 40 χρόνια, και παρουσιάζει μεγέθη που μόνο αυξητική πορεία έχουν. Όλα αυτά οδηγούν στην βελτίωση του επιπέδου ευημερίας των πολιτών.

Από πολιτισμικής άποψης, ο τουρισμός αποτελεί το κλειδί για την ανταλλαγή ιδεών και απόψεων των ανθρώπων μεταξύ τους και οδηγεί στην εκμάθηση ξένων γλωσσών και με αυτό τον τρόπο δίνει την δυνατότητα στους ανθρώπους που ταξιδεύουν να αντιλαμβάνονται τον κόσμο καλύτερα, να έχουν καλύτερη άποψη για τους συνανθρώπους τους, με αλλά λόγια να 'ανοίγει' το μυαλό τους. Τα οφέλη του τουρισμού προς την ιδιοσυγκρασία του ανθρώπου είναι αρκετά και αν τα κοιτάξει κάποιος από μια πιο σφαιρική άποψη θα δει πως μπορεί να εξαλείφουν ακόμη και μορφές ρατσισμού, καθώς ο άνθρωπος γίνεται πιο ανοικτός στις νέες ιδέες.

Η χώρα μας συμπεριλαμβάνεται στους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Ο τουρισμός όπως προείπαμε, αποτελεί για την οικονομία κάθε χώρας έναν από τους σημαντικότερους παραγωγικούς τομείς και έχει αρκετή επίδραση στην κοινωνική και οικονομική δομή των τουριστικών περιοχών της.

Ωστόσο, η οικονομική διάσταση είναι η τρίτη σε σειρά. Στην σημερινή εποχή και ειδικά για την χώρα μας, όπου η οικονομία βρίσκεται σε δυσμενή οικονομική κατάσταση, η βιομηχανία του τουρισμού βρίσκεται σε εξέλιξη, όπως και θα έπρεπε να βρίσκεται, βοηθώντας με τον δικό της τρόπο στην οικονομική ανάπτυξη. Η μείωση της ανεργίας, έστω και μέσω της εποχιακής εργασίας που δίνει θέσεις εργασίας σε νέους και νέες, καθώς και η εισροή ρευστών στην χώρα μας, αποτελεί έναν σημαντικό λόγο ώστε να θεωρούμε πως ο τουρισμός θα πρέπει να αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα όπλα που έχει αυτή την στιγμή η Ελλάδα για την ανάπτυξη και εξέλιξη της.

Αναφέρονται σχετικά πολλοί ορισμοί για την καλύτερη κατανόηση του τουρισμού. Από τους πιο γνωστούς και παλαιότερους είναι εκείνος του Henniker και Kraft, ο οποίος αναφέρει ότι ο τουρισμός είναι οι δραστηριότητες εκείνες που διεξάγονται με σκοπό τη μετακίνηση ατόμων από το ένα μέρος στο άλλο, η οποία όμως δεν αποτελεί και μόνιμη διαμονή και δεν έχει καμία κερδοσκοπική πλευρά.¹

Σύμφωνα επίσης με τον Βρετανικό Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα η οποία αναφέρεται σε μια μετακίνηση που είναι προσωρινή. Η μετακίνηση αυτή γίνεται σε τόπους πέρα από τα σημεία σταθερής διαμονής και αναφέρεται και σε δραστηριότητες οι οποίες εκτελούνται σε αυτούς τους τόπους από μέρους των τουριστών.²

¹ Χρήστου, 2005,σελ 100

²<http://oceanis.lib.teipir.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3057/%CE%95%CE%9E%CE%95%CE%9B%CE%99%CE%9E%CE%97%20%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A5.pdf?sequence=1>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

1.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ.

Ο τουρισμός δεν αποτελεί ένα τυχαίο φαινόμενο των ανεπτυγμένων σήμερα χωρών. Απεναντίας, ο τουρισμός έχει τις ρίζες του πολλά χρόνια πριν, αποτυπώματά του δε, έστω και σε εσφαλμένη μορφή, κάνουν την εμφάνισή τους σε όλες, χωρίς καμία εξαίρεση, τις ιστορικές περιόδους της ζωής του ανθρώπου. Κατά την αρχαιότητα η 'ξενία', που είναι γνωστή από τα ομηρικά έπη, αποτελεί μια μορφή υποτυπώδους τουρισμού.³

Επιπρόσθετα, ανατρέχοντας στην Αρχαία Ελλάδα, στις περιπτώσεις των γραπτών μνημείων του Αρτεμίδωρου, του Πausανία, του Στράβωνα, του Ηρόδοτου και πολλών άλλων, βγάζει κανείς το συμπέρασμα πως και εκείνα τα χρόνια υπήρχε ένα είδος τουρισμού που εξυπηρετούσε συγκεκριμένες επιθυμίες, πιο ειδικά αφορούσε στην κάλυψη, όπως αποδεικνύεται, ψυχικών και πνευματικών αναγκών.

Βέβαια, σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειώσουμε πως ο τουρισμός με την σημερινή έννοια της λέξης, είναι οπωσδήποτε διαφορετικός και ως προς τον σκοπό του ,αλλά και ως προς τις ανάγκες και επιθυμίες που καλείται ο σημερινός ορισμός να καλύψει.

Υποτυπώδεις μορφές τουρισμού μπορούμε να πούμε πως κάνουν την εμφάνισή τους και κατά την διάρκεια της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας καθώς και τον μεσαίωνα μέχρι και τον 19 αιώνα. Από τις αρχές του 20^{ου}αιώνα και έπειτα (κυρίως μετά το τέλος του 2^{ου}παγκόσμιου πολέμου), ο τουρισμός παίρνει την σημερινή του μορφή. Και πάλι όμως οι τουριστικές μετακινήσεις ήταν αρκετά περιορισμένες και υπάρχουν αρκετοί λόγοι, ειδικά εκείνη την εποχή, που μπορούν να εξηγήσουν γιατί ακριβώς συνέβαινε αυτό. Ο λόγος είναι προφανής. Ο τουρισμός αποτελούσε προνόμιο των πλούσιων ατόμων, δηλαδή όσων δεν είχαν προβλήματα με τον ελεύθερο χρόνο τους και ήταν οικονομικά ευέλικτοι. Καθώς όμως τα χρόνια περνούσαν, αποδεικνύεται πως ο τουρισμός άρχισε να ενδιαφέρει και άλλες οικονομικές τάξεις, όπως αυτές των χαμηλόμισθων εργαζομένων και γενικότερα των μη προνομιούχων. Χρονολογικά μπορούμε να τα τοποθετήσουμε όλα αυτά μετά το τέλος του 2^{ου}παγκοσμίου πολέμου. Συγκρίνοντας με το σήμερα λοιπόν, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως ο τουρισμός έχει κοινωνικοποιηθεί και εκδημοκρατιστεί παγκόσμια, μιας και έχει καταφέρει να εκμηδενίσει την χωροταξική μιζέρια και κατάντια έχοντας ως αποτέλεσμα ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι ανά τον κόσμο να μπορούν να ταξιδεύουν και να γνωρίζουν νέους τόπους και κουλτούρες.

Και κάπου εδώ γεννιέται το ερώτημα. Γιατί η ανάπτυξη του τουρισμού είχε τόσο αργή εξέλιξη και για ποιο λόγο έγινε αυτό το τεράστιο άλμα κατά την διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών; Η απάντηση στο ερώτημα αυτό κάθε άλλο παρά δύσκολη θα μπορούσαμε να την θεωρήσουμε. Ο τουρισμός ακριβώς έτσι όπως και η οικονομική και πολιτισμική ανάπτυξη έχουν δρόμους παράλληλους, καθώς είναι μεγέθη τα όποια είναι συναφή και το ένα ακολουθεί το άλλο. Δεν είναι τυχαίο πως στις χώρες που αναπτύχθηκαν πρώτες οικονομικά είχαμε και την μεγαλύτερη ανάπτυξη τουρισμού, είτε εσωτερικού είτε εξωτερικού. Οι υφιστάμενες οικονομικές και αντικειμενικές συνθήκες κάθε χώρας ήταν αυτές που βοήθησαν ώστε ο τουρισμός να έχει ταχεία ανάπτυξη.

Ανατρέχοντας στο παρελθόν, αντιλαμβανόμαστε πως οι λόγοι που οδήγησαν στην ταχύρρυθμη ανάπτυξη του τουρισμού ήταν ποικίλοι. Αρχικά χώρες οι οποίες είτε ανέπτυξαν συγκοινωνίες και επικοινωνίες, είτε είδαν κάποια βελτίωση στο ατομικό τους εισόδημα, είτε είχαν ακόμη και κάποια άνοδο στο πολιτιστικό τους επίπεδο ως λαοί, ήταν και αυτοί οι όποιοι άρχισαν να αναπτύσσουν τον τουρισμό. Ακόμη, χώρες που αποτελούνται από άτομα με περισσότερο ελεύθερο χρόνο ή άτομα των οποίων οι επιχειρήσεις ή οι οργανισμοί τους

³ Ηγουμενακης, (2000),σελ. 22.

εξασφαλίζουν πακέτα δωρεάν διακοπών, υπάγονται στην ίδια κατηγορία. Όλα τα παραπάνω είναι λόγοι οι όποιοι συνέβαλαν ώστε ο τουρισμός τις τελευταίες δεκαετίες να αναπτυχθεί.

Οι επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης σε ένα οργανωμένο κοινωνικό σύνολο με κρατική υπόσταση είναι οικονομικές, κατά κύριο λόγο, αλλά και κοινωνικές, πολιτιστικές, φυσικές. Καταρχάς, ο τουρισμός επιδρά στο εθνικό εισόδημα, προκαλώντας σε αυτό τόσο ποσοτικές όσο και ποιοτικές μεταβολές. Έτσι λοιπόν, η ανάπτυξη του τουριστικού εισοδήματος και κατ' επέκταση του εθνικού εισοδήματος της κάθε χώρας, συντελεί στην άμβλυνση της ανισότητας των εισοδημάτων μεταξύ των διαφόρων περιοχών της, καθώς επίσης μεταξύ των διαφόρων κοινωνικών ομάδων που την απαρτίζουν. Πέρα από αυτό όμως, δημιουργεί μεταξύ άλλων θέσεις πλήρους και μερικής απασχόλησης, έσοδα για το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση από την είσπραξη φόρων και τελών, ενώ δια της εισαγωγής τουριστικού συναλλάγματος επιφέρει μια ουσιαστική βελτίωση στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, καθώς επίσης και μια αύξηση των συναλλαγματικών αποθεμάτων της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.⁴

Συμπερασματικά, λοιπόν μπορούμε να πούμε πως ο τουρισμός εκτός από τα οφέλη που προσφέρει, όπως η κάλυψη ψυχικών και σωματικών αναγκών και επιθυμιών, είναι αυτός ο τομέας που μπορεί να οδηγήσει στην επίλυση των οικονομικών και πολιτισμικών προβλημάτων μιας τοπικής κοινωνίας και κατ' επέκταση μιας χώρας. Κατά συνέπεια η ανάπτυξη του τουρισμού, όπου αυτή φυσικά είναι εφικτή, πρέπει να προωθείται και να προάγεται με υγιείς τρόπους, τοποθετώντας γερές βάσεις στην οικονομική δραστηριότητα μιας χώρας, χωρίς όμως να υποθάλλει τους βασικούς τομείς ανάπτυξης της γεωργίας και της βιομηχανίας της (όπως η Ελλάδα). Κάτω από αυτές τις συνθήκες, η σημασία της τουριστικής ανάπτυξης των οργανωμένων κοινωνικών συνόλων με κρατική υπόσταση κάθε άλλο παρά να υποβαθμιστεί μπορεί.

1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Το καλοκαίρι του 1951, ακριβώς έναν χρόνο μετά το τέλος του εμφυλίου πολέμου, η Ελλάδα μπήκε με αργά αλλά σταθερά βήματα στον χάρτη των τουριστικών προορισμών. Εκείνοι που είχαν την άνεση να ταξιδεύουν έτσι κι αλλιώς ήταν λίγοι σε μια Ευρώπη που είχε δοκιμαστεί σκληρά από τον 2^ο Παγκόσμιο Πόλεμο (όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω). Εκείνη λοιπόν την χρονιά, όπως αναφέρουν στοιχεία από διάφορες αναφορές, επισκέφθηκαν τη χώρα μας περίπου 33.300 τουρίστες οι όποιοι εμφανίστηκαν κυρίως στις περιοχές της Αθήνας, στο Ιόνιο και στην Κρήτη. Συγκρίνοντας με το σήμερα, 65 χρόνια δηλαδή μετά, βλέπουμε πως ο τουρισμός σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία, έχει φτάσει σε όλα τα μέρη της χώρας μας τα 18 εκατομμύρια. Αντιλαμβάνεται κανείς το πόσο διαφορετικά είναι τα πράγματα συγκρίνοντας το σήμερα με το παρελθόν.

Την δεκαετία του 1950, η Ελλάδα βρισκόταν χρόνια πίσω χωρίς τηλεόραση, χωρίς οδικό δίκτυο και φτάνοντας μάλιστα σε ορισμένες περιοχές της χώρας χωρίς ηλεκτρικό ρεύμα.

Παρά το γεγονός ότι από το 1920 ο τουρισμός ήταν ένας τομέας που είχε αρχίσει να ανθίζει ως οικονομικό αλλά και κοινωνικό φαινόμενο, επί τρεις δεκαετίες κινήθηκε σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Όμως από το 1960 υπήρξε μια ραγδαία ανάπτυξη κυρίως λόγω των σιδηροδρομικών υποδομών της χώρας. Από τις 33.000 του 1950 ο αριθμός των τουριστών που επισκέφτηκε τη χώρα μας το 1960 έφτασε στον αριθμό 399.400. Οι αριθμοί για το 1960 ξεπέρασαν κάθε προσδοκία.

Συγκρίνοντας λοιπόν τις δεκαετίες του 1950 και του 1960, όπου ουσιαστικά αποτελούν τις απαρχές του τουρισμού σε μια ματωμένη Ελλάδα, εκεί που μπορούμε να δούμε την τεράστια ανάπτυξη, (όπως την αποκαλούν πολλοί την ανάπτυξη πρότυπο), είναι την περίοδο του 1967 με 1991. Ο τουρισμός εκείνης της περιόδου αποτελεί ένα πρότυπο μαζικού

⁴http://okeanis.lib.puas.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2384/log_201400068.pdf?sequence=1

τουρισμού που ξεπερνά κάθε προσδοκία, βρίσκοντας όμως τις δομές της Ελλάδας υπό κατασκευή.

Από τα μικρά ξενοδοχεία περάσαμε στις μεγάλες οργανωμένες μονάδες, καθώς και στους σύγχρονους χώρους εστίασης. Επίσης οι τουρίστες άρχισαν να επισκέπτονται νέους προορισμούς που δεν συσχετιζονταν τόσο πολύ με την ιστορία όπως η Αθήνα ή η Κρήτη, αλλά και νέες περιοχές που συσχετιζονταν με την αναψυχή και την ευεξία.

Προχωρώντας στα χρόνια, το 1990 η Ελλάδα, σύμφωνα με στατιστικές του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ) βρίσκεται σε αρκετά υψηλή κλίμακα. Μεταξύ των χωρών με μεγάλη οικονομική ανάπτυξη η αναπτυσσόμενη Ελλάδα βρίσκεται στις πρώτες 40 χώρες των δημοφιλέστερων προορισμών. Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με τον οργανισμό τουρισμού να βρίσκεται εκείνη την εποχή στην 13^η θέση και οι τουρίστες από το εξωτερικό που την επισκέπτονταν, όπως είναι γνωστό σύμφωνα με τα στοιχεία, ήταν περίπου 8,9 εκατομμύρια. (βλέπε Πίνακα 1).⁵

Οκτώ χρόνια αργότερα, δηλαδή το 1998, η Ελλάδα σύμφωνα με τις στατιστικές πάλι του Π.Ο.Τ, συγκαταλεγόταν μεταξύ των 40 δημοφιλέστερων προορισμών. Όμως δεν καταλάμβανε την 13^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη όπως φαίνεται στον Πίνακα 1 και όπως ήταν το 1990, αλλά το 1998 βρισκόταν στην 16^η θέση. Από την άλλη μεριά όμως, ο αριθμός των ξένων τουριστών εκείνη την χρονιά ήταν περίπου 11,1 εκατομμύρια.

Όταν μια χώρα τόσο δημοφιλής στον τουρισμό και στην φιλοξενία εξακολουθεί και φιγουράρει όλα αυτά τα χρόνια στις πρώτες βαθμίδες των στατιστικών, συγκρινόμενη με χώρες όπως είναι η Σαουδική Αραβία, το Πουέρτο Ρίκο, Γαλλία κτλ., αντιλαμβάνεται κανείς την μεγάλη σημασία και το τι ακριβώς βλέπουν οι ξένοι τουρίστες για να μπορούν να επισκέπτονται την χώρα μας με τέτοια τάση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1 1: Οι σαράντα δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί στον κόσμο

Κατάταξη			Χώρες	Αφίξεις σε χιλιάδες το 1998	% επί του συνόλου 1998
1990	1995	1998			
1	1	1	ΓΑΛΛΙΑ	70.000	11.2
3	3	2	ΙΣΠΑΝΙΑ	47.749	7.6
2	0	3	ΗΠΑ	47.127	7.5
4	4	3	ΙΤΑΛΙΑ	34.829	5.6
7	5	5	ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	25.475	4.1
12	8	6	ΚΙΝΑ	25.073	3.8
8	7	7	ΜΕΞΙΚΟ	19.300	3.1
27	9	8	ΠΟΛΩΝΙΑ	18.520	3.0
10	11	9	ΚΑΝΑΔΑΣ	17.282	3.0
6	10	10		16.504	2.8

⁵ Ηγουμενακής (2000),σελ.223

9	13	11	ΑΥΣΤΡΙΑ	16.325	2.6
16	12	12	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	15.810	2.5
17	18	13	ΔΗΜ ΤΣΕΧΙΑΣ	14.660	2.3
5	6	14	ΡΩΣΙΑ	11.200	1.9
14	17	15	ΟΥΓΓΑΡΙΑ	11.077	1.8
13	16	16	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	11.025	1.8
11	14	17	ΕΛΛΑΔΑ	9.575	1.5
19	15	18	ΕΛΒΕΤΙΑ	9.200	1.5
24	20	19	ΚΙΝΑ, ΧΟΝΓΚ- ΚΟΝΓΚ	9.080	1.5
20	22	20	ΤΟΥΡΚΙΑ	7.720	1.5
21	21	21	ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	6.856	1.1
15	19	22	ΤΑΥΛΑΝΔΗ	6.218	1.0
22	24	23	ΜΑΛΔΙΣΙΑ	6.073	1.0
26	25	24	ΒΕΛΓΙΟ	5.981	1.0
55	26	25	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	5.600	1.0
	23		ΝΟΤΙΑ ΑΦΡΙΚΗ	5.558	0.9
6		2	ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	4.900	0.8
53	49	27	ΒΡΑΖΙΛΙΑ	4.859	0.8
38	27	28	ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ	4.718	0.8
32	30	29	ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	4.250	0.7
29	29	30	ΤΥΝΗΣΙΑ	4.200	0.7
31	31	31	ΔΗΜ. ΚΟΡΕΑΣ	4.100	0.7
18	60	32	ΚΡΟΑΤΙΑ	3.766	0.6
28	34	33	ΙΑΠΩΝΙΑ	3.700	0.6
36	32	34	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	3.590	0.6
35	38	35	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	3.255	0.5
37	35	35	ΣΑΟΥΔΙΚΗ ΑΡΑΒΙΑ	3.241	0.5
34	28	37	ΜΑΚΑΟ	2974	0.5
	36		ΠΟΥΕΡΤΟ ΡΙΚΟ	1900	0.5
		3		1800	0.5

8			ΜΑΡΟΚΟ		
25	40	39	ΡΟΥΜΑΝΙΑ		
30	39	40			
			Σύνολο 1-40	544.323	84,2

Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ), Ηγουμενικής (2000),σελ. 225

1.3 ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΧΡΟΝΩΝ.

Οι τουρίστες που ήρθαν από το εξωτερικό, όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, την δεκαετία του '60 ήταν περίπου 1 εκατομμύριο. Με την πάροδο όμως του χρόνου την δεκαετία του '70, όπου είχαμε και την τεράστια ανάπτυξη, η είσοδος των τουριστών από το εξωτερικό τετραπλασιάστηκε. Οι εισερχόμενοι τουρίστες ανέρχονταν σε 1.610.000 άτομα (παρά τη σημαντική στροφή της αυξητικής τάσεως το 1974 λόγω των τότε γνωστών γεγονότων), ενώ το 1979 έφτασαν στους 5.798.000 τουρίστες.

Σύμφωνα με τον τουριστικό οργανισμό την δεκαετία του '80 παρουσιάστηκε μια στασιμότητα στην άφιξη των τουριστών παρά τις πολύ υψηλές αφίξεις μεταξύ των ετών 1980 και 1983. Ερχόμενοι όμως μετά το 1983 βλέπουμε πως τότε υπήρχε μια ταχεία ανάπτυξη των τουριστών. Μεταξύ των ετών 1989 και 1984 παρατηρείται μια αύξηση στον τουρισμό της Ελλάδας της τάξης του 42% , με μέσο ετήσιο ρυθμό 7,3%. Δηλαδή το 1989 οι τουρίστες από το εξωτερικό ήταν 8.541.000 ενώ το 1984 ήταν 6 εκατομμύρια.

Το 1990 οι συνολικές αφίξεις τουριστών ανήλθαν σε 9.310.000 δηλαδή υπήρξε μια αύξηση της τάξης του 9% σε σύγκριση με το 1989. Αντίθετα όμως το 1991 εξαιτίας των γεγονότων που συνέβησαν δηλαδή του Πολέμου του Περσικού Κόλπου, των αλλαγών της Ανατολικής Ευρώπης και κυρίως της κατάστασης στη Γιουγκοσλαβία, σταμάτησε η ταχύτατη αύξηση που είχαμε. Έτσι, οι συνολικές αφίξεις τουριστών ολόκληρο το 1991 ανήλθαν σε 8.271.000 δηλαδή εμφάνισαν μείωση κατά 11,2 % σε σύγκριση με το 1990. Το 1992 όλα δείχνουν πως ο τουρισμός της Ελλάδας ανακάμπτει σιγά σιγά, μετά βεβαίως τα τραγικά γεγονότα που συνέβησαν το 1991.

Συμπερασματικά, βλέπουμε πως ο αριθμός των τουριστών από το εξωτερικό υπερδιπλασιάστηκε κατά την δεκαετία 1980 και 1999. Συγκρίνοντας τις δεκαετίες 1990-1999 και 1980 -1990 βλέπουμε πως την περίοδο 1980-1990 υπήρξε μεγαλύτερη αύξηση (76,6%) τουρισμού σε σχέση με την περίοδο 1990-1999 όπου ο τουρισμός τότε αυξήθηκε κατά (22%). Το γεγονός αυτό μπορεί να εξηγηθεί ανατρέχοντας στα πολιτικά και νομισματικά γεγονότα – αλλαγές που συνέβησαν στην χώρα μας εκείνη την δεκαετία. Λόγω λοιπόν του ότι η χώρα μας ακολούθησε μια διαφορετική πολιτική στην συναλλαγματική ισοτιμία, το εθνικό μας νόμισμα υπερτιμήθηκε σε σχέση με τους πραγματικούς όρους, με αποτέλεσμα αυτό να οδηγήσει στην συστηματική και σημαντική εξασθένηση του ελληνικού τουρισμού. Η εξέλιξη αυτή στην πορεία του τουρισμού είναι υπαίτια για τους τουρίστες που επέλεξαν να έρθουν στην χώρα με οποιοδήποτε άλλο μέσο εκτός από τα κρουαζιερόπλοια. Σκεφτείτε όμως πως παρόλο που είχαμε αφίξεις τουριστών με κρουαζιερόπλοια αυτό δεν ήταν αρκετό για να μπορέσει να σημειώσει αύξηση στους δείκτες μετρήσεων των ρυθμών ανάπτυξης του τουρισμού. Οι αφίξεις τουριστών με κρουαζιερόπλοια εκείνη την χρόνια (1999), ήταν 442.000 ενώ την προηγούμενη χρόνια (1998), έφταναν τους 475.000 τουρίστες.

Ερχόμενοι στο έτος 2000, βλέπουμε σύμφωνα με τον παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού (Π.Ο.Τ) πως η Ελλάδα καταλάμβανε την 15^η θέση στην διεθνή κατάταξη της διέλευσης των ξένων τουριστών. Την περίοδο Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου του 2000 η αύξηση

έφτασε στο 7.66% με 13.095.500 αφίξεις σε σύγκριση πάντα με το προηγούμενο έτος (1999).⁶

1.4 Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΗΜΕΡΑ.

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα τον μεγαλύτερο αναπτυσσόμενο τομέα της ελληνικής οικονομίας, που σύμφωνα με έρευνες αποτυπώνει ικανοποιητικές επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο θα πρέπει να προσπαθήσουμε να διατηρήσουμε τα υψηλά αυτά επίπεδα και γιατί όχι να τα αναβαθμίσουμε. Πρέπει λοιπόν να θέσουμε ως στόχο να γίνουμε περισσότερο ανταγωνιστικοί και να μπούμε στους 10 πρώτους προορισμούς παγκοσμίως.

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία που εξέδωσε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, η ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας το 2017 ήταν σε χαμηλότερο επίπεδο σε σχέση με το πρόσφατο παρελθόν, δεδομένη και της σημαντικής ανόδου των ανταγωνιστικών μας χωρών

- 17^η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων (16^η το 2016) και
- 21^η σε επίπεδο εσόδων (15^η το 2016).

Στον Πίνακα 2 παρατίθεται η κατάταξη ως προς τον δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας για το έτος 2017 γειτονικών προς την Ελλάδα μεσογειακών χωρών σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (Schwab 2017, BlakeandChiesa 2017). Όπως διαπιστώνεται η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού κλάδου είναι σχετικά υψηλή (29^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη) συγκριτικά με τη θέση που καταλαμβάνει η χώρα στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας (83^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη), που είναι σχετικά χαμηλή σε όρους διεθνών συγκρίσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 1: Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού και επιλεγμένων διεθνών ανταγωνιστών

	Ισπανία	Κύπρος	Ιταλία	Ελλάδα
Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (παγκόσμια κατάταξη)	8 ^η	24 ^η	27 ^η	29 ^η
Γενικός Δείκτης Ανταγωνιστικότητας (παγκόσμια κατάταξη)	42 ^η	40 ^η	48 ^η	83 ^η

Πηγή: Schwab 2011, Blanked and Chiesa 2011

⁶Πηγές: ΕΣΥΕ, Ε.Ο.Τ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.

2.1 Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.

Ο τουρισμός, ως μια οικονομική δραστηριότητα στην Ελλάδα, συμβάλλει σε τεράστιο βαθμό στην διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας, αφού βοηθά στην βελτίωση του ισοζυγίου εξωτερικών συναλλαγών με εισαγωγή συναλλάγματος που υπερβαίνει τα 9 δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως.

Από οικονομικής άποψης ο τουρισμός μπορεί να συνδεθεί και να μετρηθεί με βάση πολλά οικονομικά μεγέθη όπως είναι αυτό του ΑΕΠ, της καταναλωτικής δαπάνης, της απασχόλησης, του ισοζυγίου πληρωμών των δημοσίων εσόδων και των επενδύσεων. Όλα τα παραπάνω μεγέθη αποτελούν την <<άμεση>> σύνδεση της οικονομίας με τον τουρισμό. Πέρα όμως από την <<άμεση>> έχουμε και την <<έμμεση>> συμβολή του στην οικονομία. Τα μεγέθη που έμμεσα ή άμεσα συμβάλουν στην ανάπτυξη αφορούν την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη μιας χώρας, την τουριστική κατανάλωση, καθώς και την δυνατότητα εποχιακών θέσεων εργασίας (φανταστείτε πως στην Ελλάδα του 2018 η καλοκαιρινή σεζόν ξεκινάει από τον Απρίλιο και τελειώνει τον Οκτώβριο και σε νησιά με μεγαλύτερη τουριστική δύναμη μπορεί να φτάσει και τον Νοέμβριο). Οι οικονομολόγοι για να μπορέσουν να δώσουν μια καλύτερη διάσταση στη σημασία του τουρισμού στην οικονομία χρησιμοποιούν διάφορους οικονομικούς δείκτες όπως είναι ο πίνακας εισροών και εκροών, οι πολλαπλασιαστές κ.α.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις του IOBE, η σωρευτική συμβολή του τουρισμού στα φορολογικά έσοδα προσδιορίζεται σε περίπου 1,4 δις. Ευρώ, και προέρχεται εξίσου από την έμμεση και την άμεση φορολογία.⁷

2.2 ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1980 ο τουρισμός ήταν από τις πιο σημαντικές πηγές εισαγωγής νέου συναλλάγματος και ανάπτυξης νέων περιοχών που μέχρι τότε είχαν μεγάλη ανεργία αναγκάζοντας το ελληνικό κράτος να διαθέτει ένα μεγάλο μέρος των οικονομικών του πόρων σε έργα υποδομής. Μάλιστα χρησιμοποίησε το σλόγκαν «ο τουρισμός δίνει ψωμί σε πληθυσμούς περιοχών που στερούνται πλούτο παραγωγικών πόρων». Ο στόχος του ελληνικού κράτους ήταν η γρήγορη ανάπτυξη του τουρισμού με την αύξηση των συναλλαγματικών εσόδων και ταυτόχρονα την περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας. Με λίγα λόγια ο τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της ελληνικής οικονομίας από το 1950 και μετά λόγω του συναλλαγματικού του χαρακτήρα αλλά και της δυνατότητας εκμετάλλευσής του ως προϊόντος κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης.

Κατά την διάρκεια της δεκαετίας του 1980 σημειώθηκαν σημαντικές περικοπές στις επενδύσεις με αποτέλεσμα οι ιδιωτικές να καταρρέουν και η βιομηχανία να φθίνει. Επιπλέον, οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις παρουσίαζαν επιβράδυνση, που επί της ουσίας οφειλόταν στις ελάχιστες κρατήσεις αλλά και στη γενικότερη ύφεση της ελληνικής οικονομίας. Μετέπειτα και πιο συγκεκριμένα τη δεκαετία του 1990, διαφαίνεται ότι η Ευρώπη εμφανίζεται ως ο δημοφιλέστερος τουριστικός προορισμός σε παγκόσμιο επίπεδο. Το ελληνικό κράτος εκμεταλλεύεται αυτή την ευκαιρία για να αναβαθμίσει το λειτουργικό κομμάτι του τουριστικού προϊόντος, θεσπίζοντας θέση για υπουργείο τουρισμού το 1987, και ακολούθως το 1989 ιδρύθηκε για πρώτη φορά υπουργείο τουρισμού (Λαγός 2005).

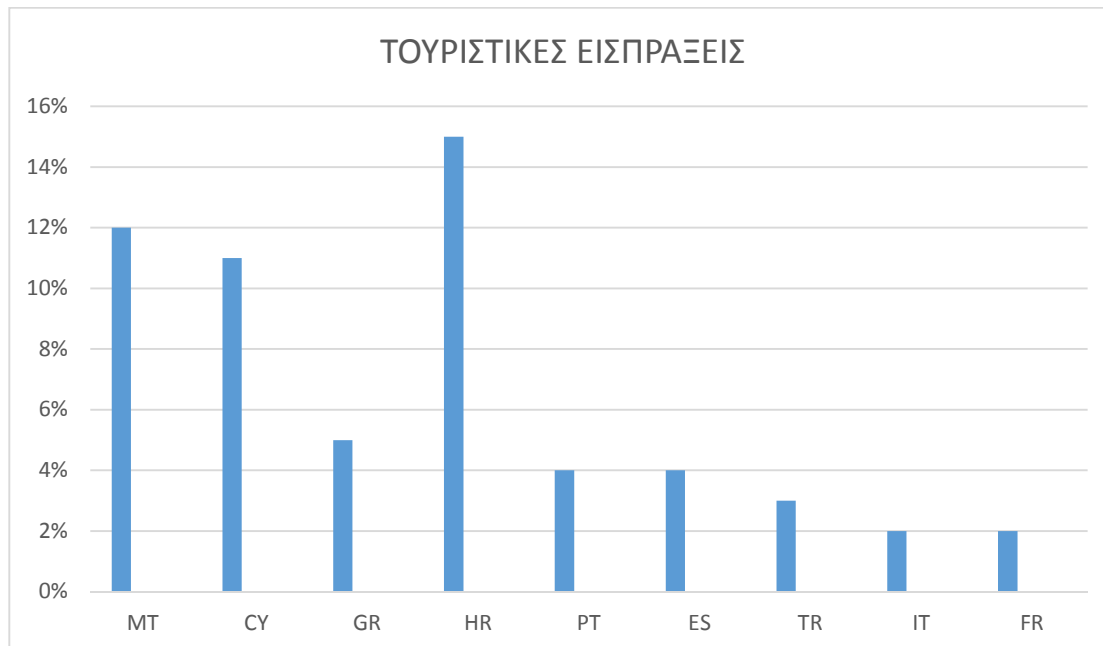
Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 η ελληνική οικονομία παραμένει σε φάση πρώιμη και στάσιμη με μέσο ρυθμό αύξησης του ΑΕΠ 1,2% ετησίως έχοντας ως σημαντικό πρόβλημα την ελαχιστοποίηση των επενδύσεων που παρά την ενίσχυση μέσω του Α.Κ.Π.Σ μεταξύ 1989 – 1993, εξακολουθούν να εμφανίζουν μειωμένους ρυθμούς. Από τα μέσα του

⁷ βλ. IOBE (2012).

1990 και μετά είναι εμφανής μια τόνωση της ελληνικής οικονομίας με μέσο ρυθμό ΑΕΠ 3,4% με αποτέλεσμα την κατακόρυφη αύξηση των επενδύσεων. Η παραπάνω αύξηση υπήρξε αποτέλεσμα της κρατικής χρηματοδότησης η οποία ξεκίνησε την πραγματοποίηση μιας σειράς από μεγάλα έργα (π.χ. διεθνής αερολιμένας Ελευθέριος Βενιζέλος, μέτρο, οδικά δίκτυα και με τη χρηματοδότηση και από το Β Κ.Π.Σ 1994-1999).

Κατά την διάρκεια της περιόδου 1998-2004 η ελληνική οικονομία διανύει αξιοσημείωτη άνθιση εξαιτίας μεγάλων και σημαντικών γεγονότων όπως τα τεράστια έργα υποδομής για τους ολυμπιακούς αγώνες, η ένταξη της Ελλάδας στη ζώνη του ευρώ και η βοήθεια από τα Β και Γ Κ.Π.Σ. Σημαντικός πολεοδομικός σχεδιασμός κυρίως στο κέντρο της Αθήνας με σκοπό τη αναβάθμιση των γενικών έργων υποδομής σε ολόκληρη τη χώρα τα οποία βοήθησαν επιμέρους στην τουριστική εξέλιξη. Ωστόσο, θα πρέπει να προσθέσουμε πως παρόλο που το 2004 σηματοδεύτηκε από τη διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων, αποδείχτηκε, πως η ελληνική οικονομία δεν ήταν έτοιμη να στηριχτεί στα δικά της πόδια με αποτέλεσμα να οδηγηθούμε σε κατακόρυφη αύξηση του ήδη υπάρχοντος ελλείμματος. Στην πενταετία που ακολούθησε 2004-2009 παρατηρούμε καλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Η συνεισφορά του τουρισμού, όπως φαίνεται και στον ακόλουθο πίνακα, χαρακτηρίζεται από τις δαπάνες των τουριστών, δηλαδή τις τουριστικές εισροές που αγγίζουν το 5% του ΑΕΠ ποσοστό μεγάλο συγκρίνοντας το με άλλες εξίσου αναπτυγμένες χώρες τουριστικά όπως η Τουρκία και Ισπανία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3 1: Τουριστικές εισπράξεις σε μεσογειακούς προορισμούς ως % του ΑΕΠ κατά Μ.Ο 2005-2010



MT:μαλτα, CY:Κυπρος GR:Ελλάδα HR:Κροατία PT: Πορτογαλία ES:Ισπανία TR:Τουρκία
IT:Ιταλία FR:Γαλλία

Πηγή: Eurostat Επεξεργασία IOBE2.2 Η πολλαπλασιαστική επίδραση του τουρισμού

2.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

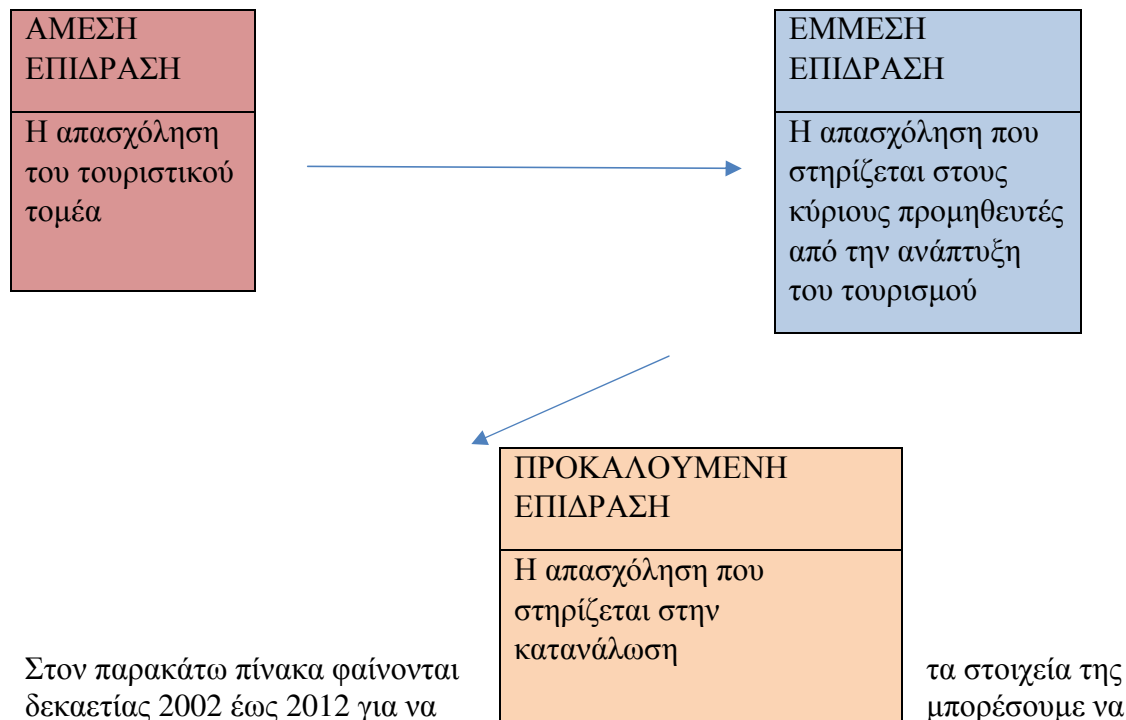
Ένας πολύ σημαντικός κλάδος όπου είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τον τουρισμό είναι η απασχόληση. Οι συνέπειες του τουρισμού στην απασχόληση είναι άκρως θετικές. Ο κλάδος του τουρισμού αποτελεί επιλογή για πολλούς νέους ανεξαρτήτως εάν έχουν σπουδάσει τουριστικά καθώς αυτός προσφέρει εκτός από κοινωνικές και επαγγελματικές συναναστροφές με ξένους και έλληνες επιχειρηματίες και πολύ συμφέρουσες εργασιακές σχέσεις. Παρατηρούμε πως ο τουριστικός κλάδος είναι κυρίως εργασιακός πράγμα το οποίο σημαίνει πως βασίζεται αρχικά στους ανθρώπους και δευτερευόντως στο κεφάλαιο και την τεχνολογία. Στα ξενοδοχεία είναι μάλιστα πολύ σύνηθες και έντονο το φαινόμενο των προσωπικών σχέσεων κάτι το οποίο δεν επιτυγχάνεται ούτε μέσω της τεχνολογίας, ούτε και μέσω του ιντερνέτ. Όταν πραγματοποιείται μια επένδυση σκοπεύοντας στη κατασκευή ξενοδοχειακής μονάδας είναι απαραίτητα εκτός από σημαντικά κεφάλαια, σημαντικό εργατικό δυναμικό και επιχειρήσεις που θα μεσολαβήσουν καταρχήν στην ανέγερση και έπειτα στη στελέχωση της ξενοδοχειακής μονάδας. Επιπλέον, οι τουρίστες που θα επισκεφτούν την εκάστοτε μονάδα θα ξοδέψουν χρήματα έξω από αυτήν με αποτέλεσμα, έμμεσα να απασχολούνται και άλλα άτομα όπως οδηγοί ταξί, καταστηματαρχές τουριστικών ειδών, άτομα που δουλεύουν στα εστιατόρια, γραφεία ενοικίασης μεταφορικών μέσων. Μέσα από τον τουρισμό λοιπόν οι τύποι της απασχόλησης είναι η άμεση, η έμμεση και η δευτερογενής (Λαγός 2005).

Ο τουρισμός ωστόσο έχει ανάγκη από άτομα με εξειδικευμένες γνώσεις πράγμα που πολλές φορές οδηγεί σε προβλήματα μια χώρα. Πλέον, πολλές επιχειρήσεις τουριστικές εξαιτίας της οικονομικής κρίσης προτιμούν αλλοδαπούς εργαζόμενους γιατί αποτελούν φτηνά εργατικά χέρια και αυτό έχει αρνητικές συνέπειες στην οικονομία κυρίως αλλά και στην ανεργία της χώρας στην οποία εδρεύει η συγκεκριμένη επιχείρηση. Μέσω του τουρισμού οι επιχειρηματίες σκοπεύουν να σημειώσουν σημαντικά κέρδη καθώς η συνεχιζόμενη ανάπτυξη του τουρισμού οδηγεί τον επιχειρηματία να πραγματοποιήσει τις επενδύσεις με σκοπό το αυξανόμενο κέρδος προσφέροντας θέσεις εργασίας, είτε με τη δημιουργία ενός καταλύματος, είτε ενός εστιατορίου ή μιας καφετέριας. Ο τουρισμός μπορεί να επιφέρει και ένα πρόσθετο εισόδημα σε κατοίκους της συγκεκριμένης περιοχής. Για παράδειγμα ένας αγρότης μπορεί παράλληλα να κατέχει ενοικιαζόμενα δωμάτια και να βγάζει έξτρα εισόδημα και από εκεί (Λαγός 2005).

Πιο συγκεκριμένα ο τουρισμός προσφέρει θέσεις εργασίας έμμεσα καθώς όσον αφορά την απασχόληση, επιχειρήσεις που προσφέρουν ανάλογες υπηρεσίες λόγω του τουρισμού ήταν 87%. Η συνολική απασχόληση το 2000 ήταν 808.00 άτομα (18% του συνολικού εργατικού δυναμικού) ή με άλλα λόγια ένας στους 5 σήμερα ασχολείται με τον κλάδο του τουρισμού. 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 του τουρισμού διευρύνεται από 2,64 σε 3 την τριετία 1997-2010. Αυτό σημαίνει ότι για κάθε θέση άμεσης απασχόλησης στον τουρισμό δημιουργούνται περίπου 3 θέσεις απασχόλησης στην οικονομία γενικά.

Όσο αφορά το 2011 η άμεση απασχόληση στον τουρισμό εκτιμάται στις 311 χιλιάδες εργαζόμενους, και αντιστοιχεί στο 8% της συνολικής απασχόλησης της χώρας. Οι συνολικές θέσεις εργασίας που παρέχει ο τουρισμός τη θερινή περίοδο προσεγγίζουν τις 208 χιλιάδες, κατανοούμε έτσι την ανάγκη να επεκταθεί η τουριστική ζήτηση πολύ περισσότερο από τους καλοκαιρινούς μήνες βλέποντας τα οφέλη που προσφέρει 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 . Το 2010 το μέγεθος της έμμεσης απασχόλησης ήταν 126 χιλιάδες ενώ της άμεσης 320 χιλιάδες. Παράλληλα εκτιμάται ότι από το εισόδημα που παίρνουν όλοι οι εργαζόμενοι στην κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών προκύπτει ότι η καταναλωτική δαπάνη από την πλευρά των νοικοκυριών, υποστηρίζει άλλες 295 χιλιάδες περίπου θέσεις εργασίας.



Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται δεκαετίας 2002 έως 2012 για να καταλάβουμε το σύνολο των ατόμων που εργάζονται στον τουρισμό.

τα στοιχεία της μπορούμε να

ΠΙΝΑΚΑΣ 4 1 : 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
ΧΡΟΝΟΣ	ΑΜΕΣΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ
2009	331,9	798,6
2010	345,3	786

2011	329	720,6
2012	330,6	688,8

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

2.4 Η ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Το ταξιδιωτικό ισοζύγιο αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μεγέθη, καθώς δημιουργεί μια σημαντική βάση για μελέτη και ανάλυση των επιχειρήσεων ώστε να μπορούν να βλέπουν τις κινήσεις του τουρισμού και των αγαθών των οποίων 'κινούνται' περισσότερο σε περιόδους άνθισης.

Ένα κύριο χαρακτηριστικό της ελληνικής οικονομίας είναι πως εμφανίζει έλλειμμα στο ισοζύγιο αγαθών και πλεόνασμα στο ισοζύγιο υπηρεσιών.

Μιλώντας με οικονομικούς όρους για να μπορούμε να αναλύσουμε την επίδραση του τουρισμού στην οικονομία ας σκεφτεί κάποιος πως κάθε ένα ευρώ μιας τουριστικής δραστηριότητας (κρουαζιέρα, ξενοδοχεία κτλ.) εκτιμάται πως προσφέρει στην ελληνική οικονομία 1,2 ευρώ σύμφωνα με τον IOBE και σύμφωνα με το ΚΕΠΕ εκτιμάται πως το ποσό αυτό ανεβαίνει στα 1,65 ευρώ. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η δύναμη του ΑΕΠ να κυμαίνεται από 2,2 ευρώ έως 2.65 ευρώ. Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ στα στοιχεία του Πίνακα 3 που φαίνεται παρακάτω βλέπουμε πως η άμεση επίδραση του τουρισμού στο ΑΕΠ κυμαίνεται σε 8,4 – 9.5%, ενώ η συνολική επίπτωση εκτιμάται από 18% έως 22%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5 1: Εκτίμησης της άμεσης και έμμεσης επίπτωσης του τουρισμού στο ΑΕΠ(εκατ.)

Κατηγορία Δαπάνης	2013	2014
Δαπάνη εισερχόμενων τουρ.	11739	13187
Εγχώριος τουρισμός	1434	1578
Αερομεταφορές	1077	1177
Δαπάνη τουριστών Κρουζ.	445	468
Επενδύσεις	216	227
Άμεση επίπτωση τουρισμού στο ΑΕΠ	15243	16971
Ως ποσοστό του ΑΕΠ %	8,4	9.5
Πολλαπλασιαστής IOBE	2.2	2.2
Άμεσο και έμμεσο αποτέλεσμα στο ΑΕΠ	33534	37337
Ως ποσοστό του ΑΕΠ	18.4	20.9
Πολλαπλασιαστής ΚΕΠΕ	2.65	2.65

Άμεσο και έμμεσο αποτέλεσμα στο ΑΕΠ	40393	44974
Ως ποσοστό του ΑΕΠ%	22.1	25.1
ΑΕΠ	182400	178900

Πηγή:SETE Intelligence (επεξεργασία στοιχείων)

2.5 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΒΛΕΨΗΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ.

Ο τουρισμός για την ελληνική οικονομία αποτελεί όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω έναν αρκετά σημαντικό κλάδο για την ανάπτυξή της. Με βάση όμως αναφορές που έχουν γίνει κατά διαστήματα έχει διαπιστωθεί πως υπάρχουν αρκετές ελλείψεις και προβλήματα στους τομείς ανάλυσης και παρακολούθησης των στατιστικών οικονομικών δεδομένων (πάντα αναφερόμενοι σε ότι αφορά στον τουρισμό), καθώς επίσης πολλοί έχουν αμφισβητήσει και την εγκυρότητα των ήδη υπαρχόντων στοιχείων . Για παράδειγμα, αναφορές έχουν γίνει για τα προβλήματα που δημιουργήθηκαν στον Δορυφόρο Λογαριασμών Τουρισμού, καθώς υπήρξαν πολλές καθυστερήσεις εγκατάστασης και ενεργοποίησης, ⁸ακόμη διαφορές έρευνας που διεξήχθησαν από την Τράπεζα της Ελλάδας και πιο συγκεκριμένα από τον Γενικό Γραμματέα του Υπουργείου Τουρισμού, βρίσκονται υπό αμφισβήτηση⁹ , ενώ ακόμη από τον ΤάλεΡίφια ο οποίος είναι ο Γενικός Γραμματέας του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) έχουν υπάρξει αμφισβητήσεις για την μέση δαπάνη κατανάλωσης ανά τουρίστα στη χώρα μας.¹⁰

Όπως είναι γνωστό, η Ελλάδα τεχνολογικά βρίσκεται ακόμη σε πρώιμα στάδια ανάπτυξης. Αν σκεφτεί κανείς πως πριν 10 χρόνια στην χώρα μας οι φορολογικές δηλώσεις κατατίθεντο χειρόγραφα στην αρμόδια ΔΟΥ, ενώ σε ανεπτυγμένες χώρες όπως η Γερμανία, η Γαλλία και η Αγγλία αυτό γινόταν σε ηλεκτρονική μορφή, μπορεί με βάση αυτό να καταλάβει κανείς πως οι τεχνικές δυσκολίες αποτελούν ένα από τα στοιχειώδη προβλήματα της καταγραφής των τουριστικών στοιχείων. Όλα αυτά έχουν ως αποτέλεσμα να μην μπορεί να γίνει μια σαφής απεικόνιση της πραγματικότητας.

Η δυσκολία στην διεξαγωγή των σωστών στοιχείων του τουρισμού μας οδηγεί είτε σε υποεκτιμημένα ή σε υπερεκτιμημένα φαινόμενα. Η υποεκτίμηση συνδέεται συνήθως με τον βαθμό της ελλιπούς καταχώρησης των οικονομικών δραστηριοτήτων που συνδέονται με τον τουρισμό, ενώ η υπερεκτίμηση με τον βαθμό ένταξης και συνυπολογισμού της δραστηριότητας ορισμένων άλλων κλάδων στον τουρισμό.

2.6 Η ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΑΙ Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Σύμφωνα με στοιχεία που υπάρχουν, οι ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα ανέρχονται σε 788.553 κλίνες, αναφερόμενοι στο έτος 2017. Από το σύνολο των κλινών αυτών τα ενοικιαζόμενα δωμάτια ανταποκρίνονται στον αριθμό 407.146 και οι ξενοδοχειακές μονάδες ανέρχονται στις 9.730.

⁸Η δημιουργία Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού αναμένεται να πραγματοποιηθεί με τεχνική βοήθεια από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), σύμφωνα με δήλωση του Γενικού Γραμματέα του Υπουργείου Τουρισμού στο Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων – Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων (ΑΠΕ-ΜΠΕ) στις 27 Μαρτίου 2017

⁹Με τη δήλωση ότι: «Ο τουρισμός φέρνει έσοδα στη χώρα, παρά τα αποτελέσματα της έρευνας συνόρων που δημοσιεύει η Τράπεζα της Ελλάδος. Εκτιμώ ότι τα αποτελέσματα αυτά δεν αντικατοπτρίζουν τα σωστά μεγέθη και πιθανώς οι μέθοδοι έρευνας να χρειάζονται επικαιροποίηση (ΑΠΕ-ΜΠΕ, 27 Μαρτίου 2017).

¹⁰Βλ. ομοίως ΑΠΕ-ΜΠΕ, 27 Μαρτίου 2017).

Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας, η κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων, των δωματίων και των κλινών, ανά κατηγορία είναι η εξής:

- Στα πέντε και τεσσάρων αστέρων (κυμαίνονται από 19,1% των μονάδων, το 42,3% των δωματίων και το 43,2% των κλινών).
- Των τριών και δυο αστέρων βρίσκεται η πλειοψηφία (με ποσοστά 66.4% των μονάδων, 51.3% των δωματίων, και 50,2% των κλινών).

Πιο Συγκεκριμένα (βλ. Πίνακα 6) από το σύνολο των 9730 μονάδων για το έτος 2016 έτσι όπως παρουσιάστηκε από τον σύλλογο των ξενοδοχειακών μονάδων.

Συμφώνα με τα στοιχεία που υπάρχουν οι ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα ανέρχονται σε 788.553 κλίνες αναφερόμενοι στο έτος 2017. Από το σύνολο των κλινών αυτών τα ενοικιαζόμενα δωμάτια είναι σε αριθμό της τάξεως 407.146 και οι ξενοδοχειακές μονάδες ανέρχονται στις 9.730.

Συμφώνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας, η κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων, των δωματίων και των κλινών, κατά κατηγορία είναι οι εξής:

- Τα πέντε και τεσσάρων αστέρων (κυμαίνονται από 19,1% των μονάδων, το 42,3% των δωματίων και το 43,2% των κλινών.)
- Των τριών και δυο αστέρων βρίσκεται η πλειοψηφία (με ποσοστά 66.4% των μονάδων, 51.3% των δωματίων, και 50,2% των κλινών).

Πιο Συγκεκριμένα (βλ. Πίνακα 4) από το σύνολο των 9730 μονάδων για το έτος 2016 έτσι όπως παρουσιάστηκε από τον σύλλογο των ξενοδοχειακών μονάδων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6 1: Η κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων, των δωματίων και των κλινών κατά κατηγορία καταλύματος το 2016.

	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
Κατηγορία	Αριθμός	Αριθμός	Αριθμός
5*	444	67.407	137.210
4*	1.412	104.562	203.203
3*	2.472	96.033	185.560
2*	3.990	111.842	210.365
	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
1*	1.412	27.302	52.215
Σύνολο	9.730	407.146	788.553

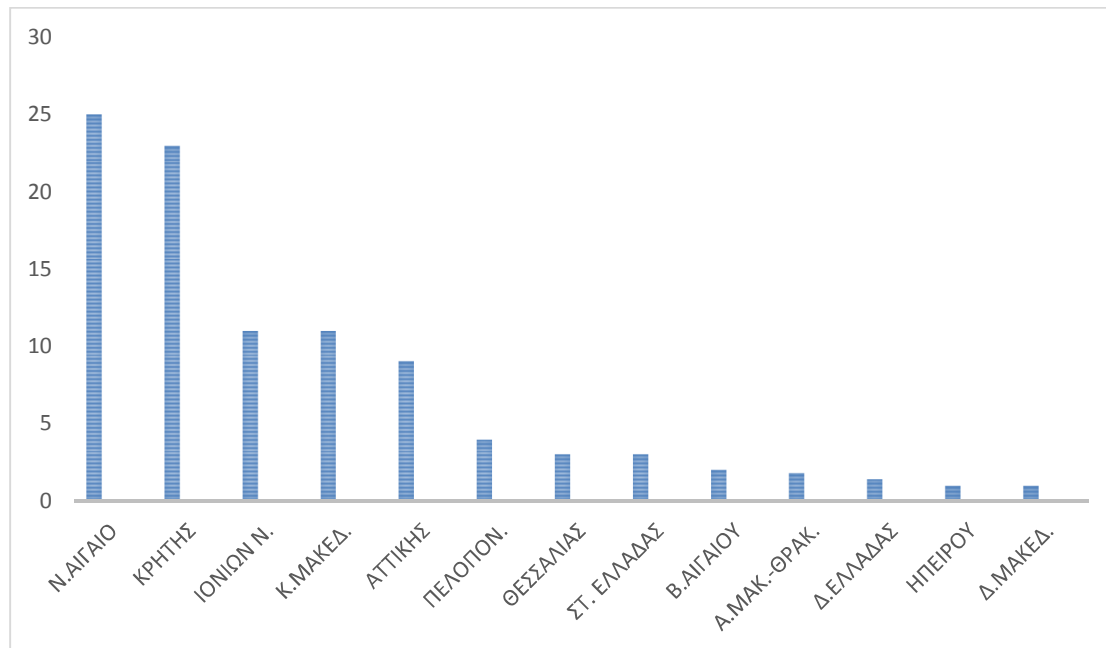
Πηγή: Ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)

Ένα από τα αρνητικά της εξέλιξης του ελληνικού τουρισμού είναι η ‘αναρχική’ κατανομή του. Με αυτό εννοούμε την άνιση γεωγραφική κατανομή των επισκεπτών στις τουριστικές περιοχές της χώρας. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να συγκεντρώνονται τουρίστες σε ορισμένες περιοχές (οι οποίες κατά βάση βρίσκονται σε ακτές και στα νησιά και πολύ λιγότερο στην ενδοχώρα).

Πιο συγκεκριμένα όπως φαίνεται και από το διάγραμμα 1 που ακολουθεί, ο μεγαλύτερος αριθμός των τουριστών συγκεντρώνεται στο Νότιο Αιγαίο (στις Κυκλάδες και τα Δωδεκάνησα), την Κρήτη και τα Ιόνια Νησιά. Στην αντίθετη όχθη βρίσκεται η Δυτική

Μακεδονία, η Θράκη, η Ήπειρος και οι περιφέρειες της Δυτικής Ελλάδας, ενώ μια μερίδα δείχνει ενδιαφέρον για τις μεγάλες αστικές περιοχές όπως είναι η Αθήνα , η Θεσσαλονίκη και η Πελοπόννησος

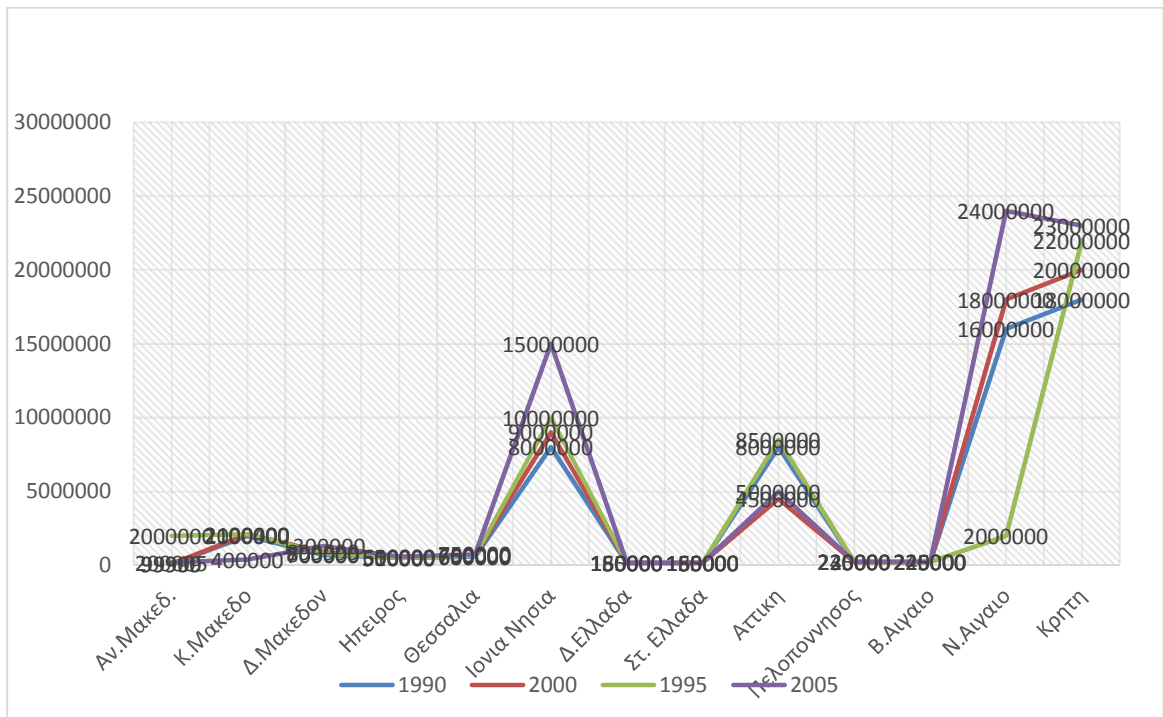
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1 1: Η γεωγραφική κατανομή των ξενοδοχειακών κλινών το 2016 (%)



Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)

Ένας καλύτερος τρόπος για να μπορέσουμε να απεικονίσουμε το παραπάνω και να δούμε την τουριστική ελκυστικότητα ανά περιφέρεια είναι να δούμε τον αριθμό των διανυκτερεύσεων. Στο Διάγραμμα 2 εμφανίζεται ο αριθμός των ετήσιων διανυκτερεύσεων στις Περιφέρειες της Ελλάδας. Σύμφωνα λοιπόν με τον αριθμό το Νότιο Αιγαίο και η Κρήτη, τα νησιά του Ιονίου, η Αττική και η Κεντρική Μακεδονία έρχονται πρώτες στην κατάταξη και μετά ακολουθούν οι άλλες περιφέρειες της Θεσσαλίας, του Βορείου Αιγαίου, της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, της Δυτικής Ελλάδας, και της Στερεάς. Στην τελευταία κατάταξη βρίσκεται η Ήπειρος και η Δυτική Μακεδονία.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2 1: Αριθμός διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών ανά Περιφέρεια.



Πηγή: Στατιστικές επετηρίδες Τουρισμού, ίδια επεξεργασία

Όπως βλέπουμε από το διάγραμμα 2 η σημαντικότερη αλλαγή που εμφανίζεται είναι στην περίπτωση της Αττικής, όπου συγκρίνοντας τα δύο διαγράμματα διαπιστώνουμε πως στις αφίξεις τουριστών, έρχεται με διπλάσια διαφορά από τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου και της Κρήτης, ενώ απεναντίας οι διανυκτερεύσεις είναι λιγότερες από αυτές των Κυκλάδων, των Δωδεκανήσων και της Κρήτης. Η κυριότερη αιτία που μπορεί να σκεφτεί κανείς για την κατάσταση αυτή είναι προφανώς επειδή η Αττική και κυρίως η Αθήνα αποτελεί σημείο σταθμού για τους ταξιδιώτες. Στην Αθήνα συγκεντρώνονται όλες οι σιδηροδρομικές και ακτοπλοϊκές γραμμές αλλά διατίθεται και αεροδρόμιο. Αποτελεί δηλαδή τον κύριο συγκοινωνιακό κόμβο της χώρας.

2.7 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Ο τουρισμός ωστόσο πέρα από θετικές επιπτώσεις μπορεί να έχει και αρνητικές επιπτώσεις. Περιοχές που βασίζονται κατά κύριο λόγο στον τουρισμό χωρίς να στηρίζονται σε άλλες δραστηριότητες είναι πιθανόν να πάθουν ισχυρό πλήγμα σε περίπτωση μείωσης της ζήτησης για τουρισμό. Η νησιωτική Ελλάδα πέρα από τα ήδη ανεπτυγμένα νησιά, που φιλοξενούν τουρίστες σχεδόν όλους τους μήνες του χρόνου, υποφέρει, καθώς δεν έχει καταφέρει να αναπτύξει κάποιο άλλο τρόπο ώστε να μπορεί να προοδεύσει και αναμένει έσοδα εξολοκλήρου από τον τουρισμό. Οφείλουμε να λάβουμε υπόψη μας ότι με το αβέβαιο πολιτικό και οικονομικό σκηνικό που επικρατεί, μια ανακοίνωση για ασθένεια σε μια χώρα ή μια τρομοκρατική ενέργεια, αυτόματα θα ρίξει τη τουριστική ζήτηση. Η μείωση των δημοσίων επιχορηγήσεων ταυτόχρονα με την αύξηση των φόρων επιφέρουν αρνητικές συνέπειες στο διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών. Επιπλέον, η αύξηση της ανεργίας έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση του ΑΕΠ. Τέλος, το εμπορικό ισοζύγιο ως συνιστώσα του ΑΕΠ συνδέεται με την ανταγωνιστικότητα της χώρας όπου τα τελευταία χρόνια μένει σε χαμηλά επίπεδα εξαιτίας της μείωσης των εισαγωγών που οφείλεται κυρίως στην ύφεση της οικονομίας (Λαγός, 2005).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙ ΠΟΙΟΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.

3.1 ΟΙ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Οι αγορές αποτελούνται από τον Ήλιο και τη Θάλασσα (H&Θ) που καλύπτουν το 60,1 % του εισερχομένου τουρισμού στην Ελλάδα, City Break (CB) που καλύπτει το 4,7% και Πολιτισμός και Θρησκεία (Π&Θ) που ανταποκρίνεται στο 13,4 %. Οι χώρες που καλύπτει η μελέτη είναι: (ΣΕΤΕ 2015).

- H&Θ : Γερμανία, Γάλλια, Ηνωμένο Βασίλειο, Ρωσία, Σκανδιναβία, Ολλανδία, Βέλγιο, Σερβία, Ιταλία, Πολωνία, Τουρκία
- CB: Γερμανία, Γάλλια, Ηνωμένο Βασίλειο, Ρωσία, Ιταλία, Σερβία
- Π&Θ: Γερμανία, Γάλλια, Ηνωμένο Βασίλειο, Σκανδιναβία, Βέλγιο, Βουλγαρία, Ιταλία, Πολωνία, Τουρκία. (ΣΕΤΕ, 2015)

3.2 ΗΛΙΟΣ ΚΑΙ ΘΑΛΑΣΣΑ.

Το προφίλ του εισαγομένου τουρισμού στην Ελλάδα για διακοπές στηρίζεται στον Ήλιο και την Θάλασσα. Αξιοσημείωτο είναι το μέγεθος της χώρας μας στον ευρωπαϊκό τουρισμό Ήλιος & θάλασσα και αντιστοιχεί με το 8,5 % των ταξιδιών, 8,9 % διανυκτερεύσεων και 8,9% της δαπάνης. Το 95% των ατόμων της συγκεκριμένης αγοράς «Ήλιος & Θάλασσα» προέρχεται από την Ευρώπη με την Κρήτη να αποτελεί τη πρώτη επιλογή τους με 27% , ακολουθούν τα νησιά του Αιγαίου με 20% και η Ρόδος με 18%. Για να αντιληφθούμε καλύτερα ποιοι είναι οι πελάτες πρέπει να επισημάνουμε ότι:

Το 82% των επισκεπτών μας είναι από ηλικίας 25-64 ετών και μόνο το 7% είναι ηλικίας άνω των 64 ετών, ενώ το 55% των πελατών μας είναι γυναίκες.

Όσον αφορά το εισόδημα το 85% αυτών ανήκουν στην κατηγορία του ανώτερου μέσου ανώτερου οικογενειακού εισοδήματος με το 57% να ανήκει στην κατηγορία του ανώτερου εισοδήματος (έναντι 41% του ευρωπαϊκού μέσου όρου) και το 28% μέσου ανώτερου. Μόλις το 4% είναι κατώτερου εισοδήματος και το 11% μέσου κατώτερου.

Το 54% αυτών είναι μόρφωσης ανώτερου επιπέδου (αντίθετα με το 51% του ευρωπαϊκού μέσου όρου) με την πλειοψηφία αυτών να προέρχεται από την Ρωσία, την Τουρκία και την Πολωνία. Το 34% ανήκει στην μέση εκπαίδευση και μόνο το 10% στην κατώτερη.

Συμφώνα με τις δραστηριότητες των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα για διακοπές Ήλιος & Θάλασσα πρώτη έρχεται η χαλάρωση με 82% (με ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό να δείχνουν η Βρετανική αγορά (90%), η Ολλανδική (89%) και η Σκανδιναβική (87%), η ηλιοθεραπεία ακολουθεί με 76% (με την Σερβική και την Ολλανδική και την Ιταλική αγορά να παρουσιάζουν μεγαλύτερα ποσοστά 96%, 91% και 83% αντίστοιχα) και η κολύμβηση με 74%, ενώ ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό παρουσιάζει η Σερβική αγορά (98%), η Ρωσική (87%), η Τουρκική (82%), η Γερμανική (81%) και η Ιταλική (89%).

Πιο πίσω, ακολουθούν η ευχαρίστηση φαγητού και ποτού με 56% και η εξερεύνηση του τοπίου και της φύσης με 47%, με τη γαστρονομία να μην παρουσιάζει ενδιαφέρον μεγαλύτερο του 45% αλλά να απασχολεί σημαντικά την Τουρκική αγορά με ποσοστό της τάξεως του 78%, τη Βρετανική με 75%, τη Βελγική με 74%, τη Σκανδιναβική με 69% και τη Γερμανική με 66%, και την εξερεύνηση του τοπίου και της φύσης να προσελκύουν το ενδιαφέρον των Βέλγων με ποσοστό 81%, των Ιταλών με 79%, των Τούρκων με 76% και των Γάλλων με 70%.

Σημαντικό επίσης , είναι και το ποσοστό των τουριστών που απολαμβάνει τις επισκέψεις σε αξιοθέατα/εκδρομές με ποσοστό 44% ενώ ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό παρουσιάζει η Ρωσική αγορά με 66%, η Γαλλική 65%, η Τουρκική 63%, η Ιταλική 62% και η Γερμανική 50%

αντίθετα με τη Σερβική 24%, τη Σκανδιναβική 27% και τη Βρετανική 28% αγορά που παρουσιάζουν σχετικά χαμηλό ενδιαφέρον.

Οι επισκέπτες επίσης δείχνουν ενδιαφέρον σε μικρότερο βαθμό στα ψώνια με ποσοστό 28% με τους Τούρκους να έρχονται πρώτοι στο ενδιαφέρον για την συγκεκριμένη δραστηριότητα με 73% και να ακολουθούν οι Γερμανοί με 37%, ενώ αντίθετα ιδιαίτερος χαμηλό είναι το ενδιαφέρον των Βρετανών 14% και των Ιταλών 19%. Αντίστοιχα, ενδιαφέρον δείχνουν στην πεζοπορία με ποσοστό 26% με την Ιταλική και Ρωσική αγορά να παρουσιάζει ενδιαφέρον με 48% και 38% και στην εμπειρία της φιλοξενίας με 22% ποσοστό ιδιαίτερα υψηλό ενώ το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για αυτήν ανήκει στους Ιταλούς με 46%, έπειτα ακολουθούν οι Ολλανδοί με 40%, οι Βέλγοι με 35% και τέλος οι Γερμανοί με 32%.

Από τις υπόλοιπες δραστηριότητες, αρκετά υψηλό είναι το ενδιαφέρον των Βρετανών και των Ιταλών για νυχτερινή ζωή και clubbing, όπως επίσης και των Ρώσων αλλά και των Ιταλών για επισκευσιμότητα σε παρθένα μέρη και τοπία.

Σχετικά, με τις κρατήσεις το 92% των τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα για διακοπές «Ηλιος & Θάλασσα» έχουν προχωρήσει σε προ- κράτηση, ποσοστό που είναι ανώτερο του ευρωπαϊκού μέσου όρου 88%. Σε αγορές όπως της Γερμανίας, της Βρετανίας, της Σκανδιναβίας, της Ολλανδίας και της Ιταλίας όπου έχουν σημαντική εξάρτηση από το «tour operating» το ποσοστό αυτό υπερβαίνει το 95%, ενώ αγορές όπως της Τουρκίας και της Σερβίας που έχουν τόσο οδική όσο και ακτοπλοϊκή πρόσβαση τα ποσοστά παρακράτησης είναι μόλις 66% στην Τουρκία και 56% στην Σερβία.

Το 62% των τουριστών που επισκέφτηκε την Ελλάδα είχε κάνει online κράτηση, με τους Σκανδιναβούς να είναι στην 1^η θέση με ποσοστό 85% (έναντι 64% του ευρωπαϊκού ε.μ.ο.). Το 39% των τουριστών επιλέγουν ταξιδιωτικό γραφείο για την κράτηση των διακοπών τους (32% ε.μ.ο.). Το 68% των τουριστών που ήρθαν στη χώρα μας έκανε κράτηση διαμονής και μεταφοράς και από αυτούς το 50% έκανε κράτηση διαμονής – μεταφοράς σε ενιαίο πακέτο.

Η σημαντικότερη πηγή ενημέρωσης που επιλέγουν είναι το internet με 78%, 1% λιγότερο από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, και ακολουθεί το ταξιδιωτικό γραφείο με 43% ποσοστό κατά 3% μεγαλύτερο από αυτό του ε.μ.ο (εκτός της Ρωσίας που τα ποσοστά του internet με του τουριστικού γραφείου είναι ισόποσα 83%, και της Σερβίας όπου μεγαλύτερο είναι το ποσοστό ενημέρωσης από το ταξιδιωτικό γραφείο 62%, έναντι του internet 41%). Συνεχίζοντας, το 18% των επισκεπτών έχουν ενημερωθεί από κάποιο φίλο ή συγγενή (21% ε.μ.ο) και το 13% έχουν πληροφορηθεί από κατάλογο tour operator / ταξιδιωτικό οδηγό.

Το 42% των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα πραγματοποιούν την κράτησή τους έως και 1 μηνά πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους έναντι 44% ε.μ.ο (με την Πολωνία, την Τουρκία και την Ρωσία να βρίσκονται στην κορυφή με ποσοστά πάνω του 70%), ενώ το 28% και 23% πραγματοποιούν την κράτηση τους 2-3 και 4-6 μήνες αντίστοιχα πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους, σχεδόν ίδια με το σύνολο της Ευρώπης 29% και 20% αντίστοιχα. Μόνο το 7% των τουριστών πραγματοποιούν κράτηση από 7-12 μήνες πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους.

Αναφορικά με την διάρκεια των διανυκτερεύσεων:

Ο μέσος Όρος διάρκειας διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα για διακοπές «Ηλιος & Θάλασσα» είναι 10,7 κατά 0,4 μεγαλύτερος από τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό μέσο 10,3 διανυκτερεύσεων.

Ένα μεγάλο ποσοστό 35% των επισκεπτών Η&Θ επιλέγει να διανυκτερεύσει στη χώρα μας 4-7 νύχτες, 1% λιγότερο του ε.μ.ο με την αγορά της Σκανδιναβίας 69%, της Γαλλίας 58%, της Πολωνίας 53%, της Τουρκίας 50% και της Βρετανίας 45% να έχουν ιδιαίτερα αυξημένα ποσοστά

Το 23% του Η&Θ επιλέγει να κάνει διακοπές στην χώρα μας 12-15 μέρες με ιδιαίτερα αυξημένα ποσοστά να έχουν η αγορά της Γερμανίας 44%, της Ολλανδίας 41%, της Ρωσίας 39% και της Βρετανίας 38%.

Το 21% επιλέγει να διανυκτερεύσει 8-11 νύχτες, με την αγορά της Σερβίας 65% και της Ρωσίας 31% να έχουν ιδιαίτερα αυξημένα ποσοστά έναντι 21% στο μέσο όρο Ευρώπης.

Μικρής διάρκειας διακοπές 1-3 νύχτες επιλέγει μόνο το 10% των επισκεπτών έναντι 5% του ε.μ.ο με τις αγορές της Τουρκίας και της Ιταλίας να έχουν ιδιαίτερα αυξημένο ποσοστό 32% και 19% αντιστοίχως.

Το 6% επιλέγει 16-22 διανυκτερεύσεις με αξιοπρόσεκτο το μερίδιο αγοράς της Ολλανδίας 13% και της Γερμανίας 9%. Αξιοσημείωτοι είναι και οι επισκέπτες του Βελγίου με 25% της Ρωσίας με 9% αλλά και της Τουρκίας που κάνουν διακοπές με περισσότερες από 23 διανυκτερεύσεις.

Ως προς την τουριστική δαπάνη,

Η μέση δαπάνη ενός ταξιδιού για διακοπές Η&Θ στην Ελλάδα είναι 1.075 ευρώ ανά ταξίδι και ανά ημέρα 100 ευρώ νούμερο μεγαλύτερο δηλαδή του ε.μ.ο που αντιστοιχεί σε 970 ευρώ ανά ταξίδι και 94 ανά ημέρα. Την υψηλότερη δαπάνη ανά ταξίδι σημειώνουν οι επισκέπτες από τη Ρωσία 1368 ευρώ, το Βέλγιο 1299 ευρώ, τη Γερμανία 1204 ευρώ και τις Σκανδιναβικές χώρες 1167 ευρώ, ενώ την χαμηλότερη δαπάνη έχουν οι τουρίστες από τις γειτονικές χώρες όπως της Ιταλίας, Τουρκίας, Σερβίας, Πολωνίας που κάνουν πολλά σύντομα ταξίδια ή έχουν χαμηλό κατά Κεφαλήν ΑΕΠ. Ασυνήθιστη είναι η αγορά της Τουρκίας όπου ενώ έχει αρκετά υψηλή ημερήσια κατανάλωση λόγω βραχείας παραμονής- χαμηλή συνολική.

3.2 CITY BREAK.

Το προφίλ του εισερχομένου τουρισμού στην Ελλάδα για διακοπές City Break :

Το City Break (CB) είναι ένα τουριστικό προϊόν με το 92% των επισκεπτών του στην Ελλάδα να προέρχεται από την Ευρώπη και το όποιο αφορά σύντομα ταξίδια με ορίζοντα 2-3 ημερών. Εκτείνεται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, με ιδιαίτερα υψηλή επισκεψιμότητα τους καλοκαιρινούς μήνες και με κύριο στόχο την προβολή αξιοθέατων, την νυχτερινή ζωή καθώς και εκδηλώσεων της πόλης. Βασικό κριτήριο για την επιλογή αυτής της μορφής τουρισμού είναι η ύπαρξη απευθείας και συχνής αεροπορικής σύνδεσης με τους συγκεκριμένους προορισμούς.

Παρότι το CB είναι ένα προϊόν το όποιο έχει τη δυνατότητα να έρθει σε άμεση συνάρτηση με αλλά τουριστικά προϊόντα και θα μπορούσε να αποτελεί μια αρκετά σημαντική πηγή εισοδήματος για την χώρα μας, το ποσοστό της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή αγορά είναι μόνο 1,1 % επί των συνολικών ταξιδιών του CB μόλις 1,6% στις διανυκτερεύσεις και 1,7 % στις δαπάνες ποσοστά παρά πολύ χαμηλά που χρειάζονται μεγάλη βελτίωση. Μεγάλα μερίδια στην αγορά του CB περιλαμβάνουν η Γερμανία, 12,6% , η Γαλλία 11,1 % , το Ην. Βασίλειο 10,6%, η Ιταλία 10,4% και η Ισπανία 8,5%.

Το 80,5% των επισκεπτών του CB στην Ελλάδα ανήκει στην ηλικία από 25 έως 64 ετών ενώ πιο συγκεκριμένα οι γυναίκες είναι περισσότερες από τους άντρες. Πιο αναλυτικά το 26% ανήκει σε ηλικίες 35-44 ετών, το 19% 45-54 ετών, το 18% από 25-34 ετών. Οι Ευρωπαίοι τουρίστες του CB στη χώρα μας είναι περισσότεροι από τον Μ.Ο. κατά 5% στις ηλικίες 35-44 και 25-34 ετών, και κατά 2% στις ηλικίες 45-54 ετών. Με 2% λιγότερο από το ε.μ.ο. είναι

αυτοί που ανήκουν στις ηλικίες 55 έως 64 ενώ λιγότεροι είναι και οι επισκέπτες των νέων ηλικιών 15-24 κατά 7% από το ε.μ.ο. Σημαντική είναι και η διάφορα που παρατηρείται στις ηλικίες πάνω από 65 ετών με ποσοστό 12% της Ελλάδας έναντι 7% του ε.μ.ο.

Σύμφωνα με το εισόδημα το 78% των επισκεπτών έχει έσοδα πάνω του μέσου όρου των χωρών από τις οποίες προέρχονται. Πιο συγκεκριμένα το 55% ανήκει στην κατηγορία του ανώτερου οικογενειακού τους εισοδήματος έναντι 54% του ε.μ.ο και το 23 % στο μέσου – ανώτερου έναντι 25% ε.μ.ο.

Πολύ υψηλό είναι το επίπεδο εκπαίδευσης των συγκεκριμένων επισκεπτών με το 72% να ανήκει στο ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης έναντι 61% του ε.μ.ο και μόνο το 10% να είναι κατώτερου μορφωτικού επιπέδου, ενώ το 18% έχει ικανοποιητικό επίπεδο εκπαίδευσης.

Ο τομέας των δραστηριοτήτων που αποτελούν σημαντικό κομμάτι στις διακοπές τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι η επίσκεψη σε αξιοθέατα σε ποσοστό που αγγίζει το 70%, η χαλάρωση με 66% , η απόλαυση γαστρονομικών και τοπικών εδεσμάτων με 52%, ενώ ένα αρκετά μεγάλο μέρος περιλαμβάνουν οι επισκέψεις σε μουσεία, εκθέσεις με 48% καθώς και τα ψώνια με 40%.

Αναλυτικότερα πολύ μεγάλο είναι το ενδιαφέρον της Ιταλικής 100%, Ρωσικής 100%, και της Γαλλικής αγοράς 95%, όπου σχεδόν στο σύνολο τους έρχεται στην Ελλάδα για να επισκεφτεί αξιοθέατα και μουσεία αντίθετα με τους Γερμανούς που μόνο το 25% των επισκεπτών της ενδιαφέρονται για αυτό.

Οι Βρετανοί σε ποσοστό 100%, οι Γερμανοί με 83% και οι Τούρκοι με 86% επισκέπτες στο μεγαλύτερο σύνολό τους επιθυμούν την χαλάρωση.

Για τα ψώνια το μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρατηρείται από Γερμανούς 75% , Γάλλους 63% και Ιταλούς 61% πάντα σε σχέση με τις εξεταζόμενες αγορές, ενώ μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η έντονη επιθυμία για την απόλαυση του φαγητού και του ποτού που δείχνουν οι Ρώσοι σε ποσοστό 88% . Οι Ρώσοι μαζί με τους Βρετανούς και τους Τούρκους είναι αυτοί που παρουσιάζουν εντονότερο ενδιαφέρον και για την νυχτερινή ζωή της χώρας μας.

Το ταξίδι του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για διακοπές City Break.

Το 92% των επισκεπτών του CB στην Ελλάδα προέρχεται από την Ευρώπη με το 61% να προέρχεται από 5 χώρες από την Γαλλία 13%, την Ιταλία 11%, τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ρωσία με 10% η κάθε μια και την Τουρκία με 7%.

Η Αθήνα είναι ο κυρίαρχος πόλος έλξης City Breakers στον Ελλαδικό χώρο αφού το μεγαλύτερο ποσοστό 65% έχει αυτήν σαν προορισμό με την Βόρεια Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα την Θεσσαλονίκη να έρχεται στην δεύτερη θέση με 11%. Αναλυτικότερα , από τον εισερχόμενο τουρισμό της συγκεκριμένης κατηγορίας που ταξιδεύει στη χώρα μας το 86% των Βρετανών, το 81% των Γάλλων, και το 42% των Γερμανών έχουν προορισμό την Αθήνα. Τη Βόρεια Ελλάδα/ Χαλκιδική (κυρίως Θεσσαλονίκη) έχουν σαν προορισμό το 40% των Γερμανών επισκεπτών CB που έρχονται στην Ελλάδα και ακολούθου η Σερβία 27%, η Τουρκία 21% και η Ρωσία 19%. Αρκετά μεγάλο είναι το ποσοστό των Ιταλών 42% που επιλέγουν την Πελοπόννησο ως κύριο προορισμό τους και των Γάλλων 19% που επιλέγουν την Κρήτη για τις καλοκαιρινές διακοπές τους.

Αρκετά μεγαλύτερος από τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό μέσο ορό είναι ο μέσος Όρος διάρκειας διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα για διακοπές CB 8,7 (έναντι 5,7). Πιο αναλυτικά τις διακοπές πολύ μικρής διάρκειας 1-3 νύχτες, επιλέγουν το 19% των εισερχόμενων τουριστών στη χώρα μας (έναντι του 41% του ε.μ.ο.) ενώ στις διακοπές άνω των 8 νυχτών όπου τα ποσοστά είναι υψηλότερα για τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα (41% έναντι 17%). Η μεγαλύτερη συχνότητα 40% σχεδόν ίδια με αυτή του ε.μ.ο. 42% παρατηρείται στα ταξίδια που αφορούν

4-7 νύχτες. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι το 11% των Γάλλων επισκεπτών στην Ελλάδα επιλέγει για τη διάρκεια των ταξιδιών τους CB να είναι από 16 έως 22 μέρες, μια επιλογή που είναι σχεδόν μηδενική για τις υπόλοιπες χώρες των επισκεπτών μας.

Τα συνολικά τουριστικά έξοδα στην Ελλάδα στο κάθε ταξίδι για διακοπές CB ανέρχονται στα 1225 ευρώ, ενώ ανά ημέρα 141 ευρώ, με την Ελλάδα να έχει υψηλότερη δαπάνη τόσο ανά ταξίδι (1137 ευρώ έναντι 730 ευρώ ε.μ.ο) όσο και ανά ημέρα (132 ευρώ και 128 ευρώ ε.μ.ο αντίστοιχα). Οι επισκέπτες από την Ρωσία, την Ιταλία και την Γαλλία είναι αυτοί που παρουσιάζουν τις υψηλότερες τουριστικές δαπάνες στις διακοπές του CB με 1934 ευρώ, 1364 ευρώ και 1158 ευρώ αντίστοιχα, ενώ τα χαμηλότερα έξοδα ανά ταξίδι τα έχουν οι επισκέπτες από την Σερβία.

Το ιντερνέτ επιλέγει η πλειοψηφία 82 % έναντι 87% του Ευρωπαϊκού Μέσου Όρου των τουριστών CB στην Ελλάδα ενώ το ιντερνέτ παρουσιάζεται ως κυρία πηγή ενημέρωσης, με το ποσοστό της Βρετανίας και της Γερμανίας να ανέρχεται σε 100% και της Ρωσίας στο 94%. Το ταξιδιωτικό γραφείο με 43% υπερδιπλάσιο από τον Ευρωπαϊκό Μ.Ο 20% και αποτελεί την δεύτερη επιλογή, η οποία παίζει αρκετά σημαντικό ρόλο στην Ρωσία, την Ιταλία, την Σερβία και την Τουρκία. Πολύ εξέχουσα σημασία φαίνεται να παίζει το αντίστοιχο γραφείο ΕΟΤ για την ενημέρωση των Ιταλών επισκεπτών με ποσοστό 42%. Μικρή σημασία φαίνεται να έχουν οι φίλοι και συγγενείς με 17% έναντι 36 % ε.μ.ο.

Σε σχέση με τις κρατήσεις : σε προ-κράτηση έχει προχωρήσει το 95% των τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα για διακοπές city break, ενώ μόλις το 5% δεν έχει κάνει κάποιου είδους προεργασία (έναντι 89% και 11% ε.μ.ο αντίστοιχα). Ποσοστό 100% παρουσιάζουν όλες οι εξεταζόμενες τουριστικές αγορές στον αριθμό των Προ- κρατήσεων, πλην της Σερβίας και της Τουρκίας που εμφανίζουν 61% και 75% αντίστοιχα. Online κράτηση έκανε το 74% των τουριστών που επισκέφτηκε την Ελλάδα, με τους επισκέπτες από τη Γερμανία να καταλαμβάνουν την 1^η θέση με ποσοστό 100% (σε σχέση με τις προαναφερόμενες αγορές) ενώ υψηλά ποσοστά εμφανίζουν και οι επισκέπτες από την Ρωσία 94%, το Ηνωμένο Βασίλειο 89%, την Ιταλία 84% και την Γαλλία 76%. Επίσης, αξιοσημείωτο είναι το χαμηλό ποσοστό online κράτησης που παρατηρούμε στις αγορές της Σερβίας και της Τουρκίας με 32% και 39% αντίστοιχα που μπορεί να ερμηνευτεί εξαιτίας της κοντινής απόστασης που συνδέει τις δυο χώρες με την Ελλάδα.. Το ταξιδιωτικό γραφείο επιλέγουν για την κράτηση διακοπών του το 34% των επισκεπτών έναντι 14% ε.μ.ο. Η μεγάλη αυτή διάφορα που παρουσιάζει η Ελλάδα σε σχέση με το ευρωπαϊκό μέσο όρο στις κρατήσεις από ταξιδιωτικό γραφείο οφείλεται κατά κύριο λόγο στην Ρωσική, Τουρκική και Σερβική αγορά (91%, 47% και 39% αντίστοιχα). Ενδιαφέρον ωστόσο, παρουσιάζει και το υψηλό ποσοστό που έκανε τις προ-κρατήσεις του μέσω ενός συγκεκριμένου ταξιδιωτικού γραφείου στην Βρετανία 49% και στην Γαλλία 33%. Σε ποσοστό 68% των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα για διακοπές City Break έκανε κράτηση διαμονής και μεταφοράς εκ των οποίων το 45% έκανε κράτηση διαμονής /μεταφοράς σε ενιαίο πακέτο. Σε σχέση με τον προγραμματισμό της εκάστοτε κράτησης, το 47% των τουριστών CB στην Ελλάδα επιλέγουν να κάνουν την κράτησή τους έως και 1 μήνα πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους, 9% λιγότεροι από το αντίστοιχο του συνολικού εξερχόμενου τουρισμού CB της Ευρώπης που ανέρχεται σε ποσοστό 58%. Το 22% και 30% των επισκεπτών πραγματοποιούν την κρατησή τους 2-3 και 4-6 μήνες πριν την εκτέλεση του ταξιδιού τους (έναντι 29% και 11% του ευρωπαϊκού μέσου όρου). Μόνο το 1% που κάνουν κράτηση από 7 μήνες και πάνω πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού ποσοστό που είναι ασήμαντο τόσο για την Ελλάδα όσο και για την Ευρώπη συνολικά με 2% του ευρωπαϊκού μέσου όρου.

3.3 ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΙΑ.

Το προφίλ του εισερχομένου τουρισμού στην Ελλάδα για διακοπές Πολιτισμός και Θρησκεία.

Ο τουρισμός του πολιτισμού και της θρησκείας απευθύνεται σε άτομα τα όποια ενδιαφέρονται για την πολιτιστική κληρονομία (μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία), τα θρησκευτικά μνημεία, τα ήθη και τα έθιμα, όπως και για διάφορες εκθέσεις φεστιβάλ και εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στη χώρα την οποία επισκέπτονται. Η Ελλάδα παρά την πλούσια πολιτιστική και θρησκευτική κληρονομιά που διαθέτει και παρά τα ήθη και τα έθιμα που την χαρακτηρίζουν και τα οποία ελκύουν πολλούς τουρίστες, το μερίδιο που έχει στην τουριστική αγορά της Ευρώπης του Π&Θ, και το 2,2% στις συνολικές δαπάνες του Π&Θ Ευρώπη.

Μια από τις πιο σημαντικές αγορές που ενδιαφέρονται για αυτή την συγκεκριμένη μορφή τουρισμού και η οποία έχει αρχίσει να παρουσιάζει τις μεγαλύτερες δαπάνες στα τουριστικά ταξίδια τα τελευταία χρόνια είναι αυτή της Κίνας η οποία εκτιμάται ότι έως το 2020 θα είναι η πρώτη χώρα παγκοσμίως σε ότι αφορά τα ταξίδια σε μακρινούς προορισμούς. Πολύ μεγάλη σημασία πρέπει να δώσει η Ελλάδα και να επενδύσει σύντομα ώστε να μπορέσει να αποκτήσει ένα σημαντικό ποσοστό του μεριδίου της συγκεκριμένης αγοράς. Ήδη οι ανταγωνίστριες χώρες έχουν αρχίσει να επενδύουν σε αυτήν σε υλικές και άυλες υποδομές.

Μεγάλη διαφορά παρουσιάζεται στην προέλευση των τουριστών του Π&Θ σε σχέση με το Η&Θ και το CB σε ότι αφορά τις χώρες προέλευσης αφού το 29,3% του Π&Θ είναι από χώρες εκτός Ευρώπης, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά του Η&Θ είναι 5% και του CB 8%.

Σε ότι αφορά τα χαρακτηριστικά λοιπόν των επισκεπτών του Π&Θ στην Ελλάδα έχουμε τα εξής:

- Το μεγαλύτερο ποσοστό 67% προέρχεται από τις ηλικίες 25 έως 54 (έναντι 58% ε.μ.ο), ενώ μικρότερο ποσοστό 23% μας επισκέπτονται από ηλικίες πάνω των 55 ετών σε σχέση με τον ε.μ.ο. 28%. Μικρότερο είναι το ποσοστό της Ελλάδας 10% από αυτό του ε.μ.ο 14% των επισκεπτών που ανήκουν στις μικρότερες ηλικίες 15-24 ετών .
- Το 55% των επισκεπτών του Π&Θ είναι ανώτερου οικογενειακού εισοδήματος έναντι 50% ε.μ.ο το 26% μέσου ανώτερου έναντι 27% ε.μ.ο και το 19% μέσου κατωτέρου έναντι 23%ε.μ.ο
- Το 69% του Π&Θ είναι ανωτέρας εκπαίδευσης ποσοστό αρκετά μεγαλύτερο από αυτού του ε.μ.ο 57% (ξεχωρίζουν αρκετά οι επισκέπτες του Ηνωμένου Βασιλείου αφού το 83% από αυτούς που έρχονται στη χώρα μας έχουν ανώτερη μόρφωση. Το 25% ανήκουν στην μεσαία εκπαίδευση ποσοστό πολύ μικρότερο από αυτό του ε.μ.ο που είναι 35% ενώ μόνο το 6% είναι κατωτέρας εκπαίδευσης έναντι 8% του ε.μ.ο

Οι δραστηριότητες που αποτελούν σημαντικό κομμάτι για τους τουρίστες που έρχονται στην Ελλάδα για διακοπές «Πολιτισμός και Θρησκεία» είναι η επίσκεψη σε αξιοθέατα 72%, η επίσκεψη πόλεων 60%, η εξερεύνηση του τοπίου 56% και η χαλάρωση 51%. Ακολουθούν με μικρότερα αλλά αρκετά σημαντικά ποσοστά οι επισκέψεις σε μουσεία, εκθέσεις 38%, το φαγητό και ποτό 37% και την εξερεύνηση του τρόπου ζωής 34%. Τελευταίες στην προτίμηση των επισκεπτών είναι εξερεύνηση της φύσης 26%, η κολύμβηση / ηλιοθεραπεία 25% και οι περιπετειώδεις εμπειρίες. Σύμφωνα με στοιχεία της ΣΕΤΕ περίπου ένας στους τέσσερις συνδυάζει τις διακοπές Π&Θ με εξερεύνηση της φύσης και με κολύμβηση / ηλιοθεραπεία.

Πιο συγκεκριμένα:

- Οι επισκέπτες από την Γαλλία 95% και από την Πολωνία 100% και την Τουρκία 83% δείχνουν μεγαλύτερο από ενδιαφέρον για τα αξιοθέατα.

- Υψηλή είναι η σημασία στην εξερεύνηση του τοπίου που δίνουν και οι επισκέπτες από την Γαλλία 98% την Γερμανία 92%, την Πολωνία 87% και την Βρετανία 62%.
- Μεγάλο ποσοστό των επισκεπτών από την Βρετανία 42%, την Γερμανία 42%, την Πολωνία 59%, το Βέλγιο 56% και την Σκανδιναβία 54% δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην γαστρονομία
- Την επίσκεψη σε μουσεία και εκθέσεις προτιμούν οι επισκέπτες από την Βρετανία 68% , την Πολωνία 59% και την Γαλλία 56%.
- Την χαλάρωση 71% η οποία σε συνδυασμό με την κολύμβηση και την ηλιοθεραπεία 65% είναι οι πρώτη προτίμηση των Σκανδιναβών με την επίσκεψη στα αξιοθέατα 56% να έρχεται σε δεύτερη μοίρα για αυτούς.
- Οι Πολωνοί επισκέπτες στην Ελλάδα παρουσιάζουν πολύ μεγαλύτερη γκάμα ενδιαφερόντων σε σχέση με αυτούς από άλλες χώρες.

Το ταξίδι του εισερχομένου τουρισμού στην Ελλάδα για διακοπές Πολιτισμός και Θρησκεία

Η Αθήνα είναι το μέρος που αποτελεί τον πλέον δημοφιλή προορισμό 33% των επισκεπτών Π&Θ στην Ελλάδα, με την Βόρεια Ελλάδα και τα νησιά του Αιγαίου να ακολουθούν 13%, ενώ σημαντικός είναι και ο ρυθμός επισκεπτών που προσελκύεται και σε άλλα μέρη, που έχουν γενικά χαμηλή επισκεψιμότητα (πχ Κρήτη 12%, Πελοπόννησο 10% και η Ρόδος 7%).

Το 45% των επισκεπτών από το Βέλγιο προτιμούν την Πελοπόννησο για προορισμό τους και το 30% των Γάλλων τη Ρόδο.

Προτίμηση στην Βόρεια Ελλάδα δείχνουν οι Βούλγαροι 57% και στην Κρήτη οι Σκανδιναβοί 37%.

Στην Ελλάδα ο μέσος όρος διάρκειας διανυκτερεύσεων για διακοπές Π&Θ είναι 9,7 μεγαλύτερος από τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό μέσο όρο που είναι 8,6. Σύντομες είναι στην Ελλάδα 39% όπως και στην Ευρώπη 36% άλλωστε τα ταξίδια διάρκειας 4-7 νύχτες, με το 54% των Γερμανών να τα προτιμούν, το 53% των Βουλγάρων και το 43% των Σκανδιναβών. Τις διακοπές μικρής διάρκειας 1-3 νύχτες, προτιμά το 17% του εισερχομένου τουρισμού Π&Θ στην Ελλάδα έναντι 26% του Ε.Μ.Ο ενώ τις διακοπές για 8-11 νύχτες 19% των εισερχομένων στην Ελλάδα έναντι 13% ε.μ.ο. Οι επισκέπτες από την Τουρκία σχεδόν στο σύνολο του 97% επιθυμούν τα ταξίδια διάρκειας έως 7 νυχτών, τα οποία μοιράζονται σχεδόν ισομερώς σε πολύ σύντομα ταξίδια 1-3 νύχτες 46% και σύντομα 4-7 νύχτες 51%. Η αγορά της Πολωνίας είναι περίπου ισομερώς κατανομημένη σε ταξίδια 1-3 νύχτες 35%, σε 4-7 νύχτες 31% και 16-22 το 32% νύχτες. Οι επισκέπτες από την Ιταλική αγορά δείχνουν την ίδια σχεδόν προτίμηση στα ταξίδια διάρκειας 1-3 νύχτες το 30% και 4-7 νύχτες το 29%. Με ποσοστό 27% προτιμούν οι Βρετανοί τα ταξίδια 1-3 νύχτες και τα ταξίδια 12-15 νύχτες και κατά ένα ποσοστό λιγότερο μόνο 26% τα ταξίδια 4-7 νύχτες. Η αγορά της Γαλλίας με ποσοστό 28% επιλέγει για διάρκεια των ταξιδιών της τις 12-15 νύχτες, ενώ το 22% 8-11 νύχτες και το 21% για 4-7 νύχτες.

Ως προς την τουριστική δαπάνη, εισερχομένου τουρισμού Π&Θ στην Ελλάδα στο σύνολο της αγοράς είναι ανά ταξίδι 1106 ευρώ, ενώ ανά ημέρα 114ευρω. Οι επισκέπτες του Π&Θ όμως συγκεκριμένα από την Ευρώπη στην Ελλάδα έχουν χαμηλότερη δαπάνη ανά ταξίδι 852 ευρώ από το ε.μ.ο 965 Ευρώ. Αυτό οφείλεται κυρίως στην μέση ημερησία δαπάνη, όπου στην Ελλάδα παρατηρούμε ότι είναι σχεδόν 30% μικρότερη από τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό Μέσο Όρο (82ευρώ έναντι 112 ευρώ).

Αυτή η διάφορα μεταξύ των δαπανών της Ελλάδας και του Ε.Μ.Ο οφείλεται σε ένα βαθμό στο γεγονός ότι μεγάλο μέρος των Ευρωπαίων τουριστών που επισκέπτονται την χώρα μας για διακοπές Π&Θ είναι χαμηλής καταναλωτικής δαπάνης από γειτονικές χώρες.

Η Γερμανία 1598 ευρώ, το Βέλγιο 1244 ευρώ και η Σκανδιναβία 1234 ευρώ είναι οι αγορές που παρουσιάζουν την μεγαλύτερη μέση δαπάνη ανά ταξίδι Π&Θ. Τη μεγαλύτερη μέση ημερήσια δαπάνη την παρουσιάζει πρώτη η Σκανδιναβία 127 ευρώ, και δεύτερο το Βέλγιο 108 ευρώ, ενώ στην τρίτη θέση ακολουθούν η Ιταλία και η Τουρκία με 97 ευρώ.

Αξιοσημείωτη είναι η αγορά της Τουρκίας όπου ενώ εμφανίζει την 3^η μεγαλύτερη ημερησία δαπάνη σε σύγκριση με τις εξεταζόμενες αγορές 97 ευρώ, εντούτοις εμφανίζει την μικρότερη δαπάνη ανά ταξίδι 340 ευρώ. Αυτό είναι αποτέλεσμα της μικρής διάρκειας ταξίδια των επισκεπτών από την Τουρκία στην χώρα μας 3,5 ημέρες.

Το ιντερνέτ επιλέγει ως κυρία πηγή ενημέρωσης για το ταξίδι Π&Θ στην Ελλάδα το 77 % ποσοστό σχεδόν αντίστοιχο με το σύνολο της Ευρωπαϊκής αγοράς 79%. Σημαντικός είναι ο ρόλος και των ταξιδιωτικών γραφείων 42%, ποσοστό σημαντικά υψηλότερο έναντι της Ευρώπης στο σύνολο 33%. Οι Φίλοι και Συγγενείς ενημέρωσαν το 22% των επισκεπτών που ήρθαν στην χώρα μας ποσοστό μικρότερο του ε.μ.ο 27%. Αρκετά υψηλό είναι το ποσοστό των επισκεπτών από την Τουρκία 57%, την Βουλγαρία 33% και την Γερμανία 33% που ενημερώνονται από φίλους και συγγενείς.

Σε χαμηλότερο αλλά αξιόλογο επίπεδο είναι και η πληροφόρηση από ταξιδιωτικό οδηγό στους επισκέπτες από την Γαλλία 23%, την Τουρκία 45% και το Ηνωμένο Βασίλειο 20%

Σε σχέση με την κράτηση το 82% των τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα για διακοπές Πολιτισμός και Θρησκεία έχουν προχωρήσει σε προ- κράτηση (ποσοστό περίπου το ίδιο με αυτό του ε.μ.ο 84%), το μεγαλύτερο ποσοστό προ-κρατήσεων 100% εμφανίζουν η Γερμανία, το Βέλγιο και η Πολωνία και η Βουλγαρία το μικρότερο 51%.

Ένα ποσοστό 60% των τουριστών του Π&Θ που επισκέφτηκε την Ελλάδα είχε κάνει online κράτηση (έναντι 64% ε.μ.ο) με του Πολωνούς να δείχνουν τη μεγαλύτερη προτίμηση στον τρόπο αυτό (90%), αντίθετα ιδιαίτερα χαμηλό ποσοστό online κρατήσεων παρουσιάζει η Βουλγαρία 36% αλλά σε μικρότερα βαθμό και η Τουρκία 53%.

35% των τουριστών Π&Θ στην Ελλάδα επιλέγουν το ταξιδιωτικό γραφείο για την κράτηση των διακοπών τους έναντι 25% του ε.μ.ο με σημαντικό ρόλο να παίζει η επιλογή του τουριστικού γραφείου στην αγορά της Τουρκίας 47% και του Βελγίου 42%.

Επίσης, πολύ υψηλό ποσοστό της αγοράς της Πολωνίας 67% κάνει κράτηση απευθείας στο ξενοδοχείο.

Συγκριτικά με του τουρίστες που προαναφέρθηκαν των δυο άλλων κατηγοριών, οι τουρίστες Π&Θ στην Ελλάδα εμφανίζουν χαμηλότερα ποσοστά προ κρατήσεων 82%. Επίσης, 50% των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα για διακοπές Π&Θ έκαναν κράτηση διαμονής και μεταφοράς ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 68% Η&Θ και 68% για το CB, εκ των οποίων το 57% έκανε κράτηση διαμονής – μεταφοράς σε ενιαίο πακέτο με τα αντίστοιχα ποσοστά για Η&Θ είναι 70% και για CB 45%.

Το 57% των τουριστών Π&Θ στην Ελλάδα πραγματοποιούν την κράτησή τους έως και 1 μήνα πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους, όταν στο σύνολο της Ευρώπης το ποσοστό αυτό είναι 50%. Εντυπωσιακά υψηλό είναι το ποσοστό των Πολωνών, των Τούρκων και των Βουλγάρων αφού το 92%, 01% και το 85% αντίστοιχα πραγματοποιούν την κράτησή τους έως και 1 μηνά πριν.

Το 30% πραγματοποιούν την κράτησή τους 2-3 μήνες πριν και 9% και 4-6 μήνες πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους (έναντι 29% και 16% ε.μ.ο του Π&Θ γενικά). Το 4% είναι το ποσοστό των τουριστών Π&Θ στην Ελλάδα που κάνουν κράτηση από 7 μήνες και πάνω πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού σχεδόν ίδιο με το Ε.Μ.Ο (5%).

Όλα τα παραπάνω στοιχεία που έχουμε για τους ταξιδιώτες του Π&Θ στην Ελλάδα, μας δείχνουν ότι οι επισκέπτες αυτής της μορφής τουρισμού επισκέπτονται την χώρα μας σε περιόδους και περιοχές που δεν παρουσιάζουν υψηλές πληρότητες και κινούνται στις διακοπές με ευελιξία αποφασίζοντας την τελευταία στιγμή που θα καταλήξουν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΡΙΣΕΙΣ.

4.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ.

Οι τουριστικές κρίσεις και οι πολιτικές αντιμετώπισής τους, σύμφωνα με τον Παπανίκο Γρ., (2009), έχουν γίνει το αντικείμενο πολλών μελετών, τόσο θεωρητικών όσο και εμπειρικών. Η ανάπτυξη ενός πλαισίου αντιμετώπισης των τουριστικών κρίσεων έχει γίνει από τον Faulkner (2001). Πλήθος εμπειρικών μελετών έχουν δημιουργηθεί, οι οποίες αφορούν τόσο χώρες και περιοχές, όσο και διεθνή ή εθνικά γεγονότα κρίσεων – καταστροφών. Για παράδειγμα η τρομοκρατική επίθεση στην Νέα Υόρκη το Σεπτέμβριο του 2001, το SARS το 2003, ο πόλεμος στο Ιράκ το 2003, και πλήθος άλλων γεγονότων. Ο Wand (2009) ασχολήθηκε με μια τέτοια έρευνα. Η μελέτη του δεν εστιάζεται μόνο σε θεωρητικό επίπεδο αλλά και σε πρακτικό. Παρακάτω γίνεται μια μικρή αναφορά στο έργο του.

Στο θεωρητικό μέρος της έρευνας επικεντρώνει το ενδιαφέρον του περισσότερο στα εξής:

- Στον ορισμό των κρίσεων και καταστροφών στον τουριστικό κλάδο
- Στην κατηγοριοποίηση και ταξινόμηση των τουριστικών κρίσεων και καταστροφών
- Στην ποσοτικοποίηση των επιπτώσεων που κυρίως γίνεται με την χρήση οικονομετρικών υποδειγμάτων και
- Στην ανάπτυξη πολιτικών διαχείρισης των κρίσεων.

Ο Faulkner (1991) αναφέρει πως η τουριστική κρίση είναι διαφορετική από την τουριστική καταστροφή, λόγω του αντίκτυπου που έχει στην τουριστική καταστροφή ο ανθρώπινος παράγοντας. Κατά τον Faulkner, ο Όρος τουριστική κρίση: «Θα πρέπει να χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια κατάσταση που η ρίζα του προβλήματος, κατά κάποιο τρόπο, είναι αυτοπαθής, λόγω ελλειπών διοικητικών δομών και πρακτικών ή λόγω αποτυχίας προσαρμογής στην αλλαγή».

Ως τουριστική κρίση μπορούμε να θεωρήσουμε τα γεγονότα που συνέβησαν στην χώρα μας και κυρίως στις μεγαλουπόλεις όπως έγινε τον Δεκέμβρη του 2008 στην Αθήνα. Από την άλλη πλευρά, η τουριστική καταστροφή αναφέρεται σε μεταβολές οι οποίες οφείλονται σε αντικειμενικούς λόγους και έχουν δραματικά αποτελέσματα στον τουρισμό. Για παράδειγμα η οικονομική κρίση που έπληξε την Ελλάδα το 2009 θεωρείται ως μια τουριστική καταστροφή. Ο ανθρώπινος παράγοντας στις τουριστικές κρίσεις δεν μπορεί να επέμβει, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να προβούν σε αλλαγές. Στην κατηγορία των τουριστικών καταστροφών συγκαταλέγονται και οι φυσικές καταστροφές όπως είναι ο σεισμός, οι πυρκαγιές, οι πλημμύρες κ.λπ. Το σχήμα που ακολουθεί είναι ακριβώς όπως το έχει παρουσιάσει ο Faulkner, όπου παρουσιάζει τις κρίσεις και τις καταστροφές, σύμφωνα με μια συνεχή κατηγοριοποίηση ανάλογα της έντασης του γεγονότος.

ΣΧΗΜΑ 1 1: Ταξινόμηση Τουριστικών Κρίσεων και Καταστροφών

Κρίσεις	Καταστροφές
Ο πόλεμος στην Κύπρο το 1974	Ο σεισμός της Αθηνάς 1999
Το πραξικόπημα του 1967	Τρομοκρατική επίθεση του 2001
Τα δεκεμβριανά του 2008	Πυρκαγιές

Ανθρώπινες Εσωτερικές Φυσικές ή Εξωτερικές

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

Στο παραπάνω σχήμα παρουσιάζονται ελληνικά γεγονότα. Η μια κατηγορία αφορά στο κατά ποσό η κρίση οφείλεται στην ανθρώπινη παρέμβαση, η οποία θα μπορούσε να αποτραπεί ή να είναι μια φυσική καταστροφή που δεν μπορεί να πάψει να υφίσταται ανεξαρτήτως ανθρώπινης παρέμβασης. Η άλλη κατηγορία αφορά στο γεωγραφικό πεδίο. Στο παράδειγμα μας είναι η Ελλάδα. Η ταξινόμηση περιλαμβάνει και το διαχωρισμό μεταξύ της εσωτερικής και της εξωτερικής κρίσης. Η τελευταία μπορεί να οφείλεται σε ανθρώπινη παρέμβαση, άλλα πολύ λίγα μπορούν να γίνουν από την Ελλάδα για να την αποτρέψει.

Λόγω της φύσης της κρίσης, η ένταση της από τουριστική άποψη μπορεί να εκτιμηθεί είτε εκ των προτέρων είτε εκ των υστέρων. Η εκ των προτέρων αξιολόγηση έχει να κάνει με το γεγονός έτσι ακριβώς όπως συνέβη. Σύμφωνα με τους Keller & Al Madhari (2006), κρίση υπάρχει όταν έχουμε 10 νεκρούς, καταστροφές πάνω από ένα εκατομμύριο δολάρια και μετακίνηση από τα σπίτια τους 50 ατόμων. Σύμφωνα με αυτό το ορισμό από το 1970 έως το 2006 υπήρξαν 6000 καταστροφές, με τέσσερα εκατομμύρια νεκρούς και πολύ μεγάλο οικονομικό κόστος. Μια κρίση δεν μετατρέπεται οπωσδήποτε και σε τουριστική κρίση. Η εκ των υστέρων τουριστική κρίση δεν μπορεί παρά να περιλαμβάνει την επίπτωση της κρίσης στις τουριστικές αφίξεις και τα τουριστικά έσοδα.

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

Υπάρχουν τρεις κατηγορίες τουριστικών καταστάσεων:

- Καταστροφή,
- Κρίση και
- Κάμψη

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

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

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

Τέλος, ένας άλλος τρόπος προσδιορισμού και μέτρησης των τουριστικών κρίσεων είναι ο οικονομετρικός. Σε αυτή την περίπτωση χρησιμοποιείται μια « ψευδομεταβλητή », η οποία λαμβάνει την τιμή της μονάδας, για τις περιόδους της κρίσης και είναι μηδενική για τις άλλες περιόδους. Με αυτό τον τρόπο, το μέγεθος και η έκταση της κρίσης μπορεί να μετρηθεί επακριβώς, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις άλλες μεταβλητές που μπορούν να επηρεάζουν τις τουριστικές αφίξεις. Για παράδειγμα η παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008 είχε επιφέρει μεγάλες τουριστικές επιπτώσεις, μέσω της αύξησης της τιμής του πετρελαίου, μέσω της αύξησης του παγκοσμίου πληθωρισμού αλλά και μέσω των μέτρων που η κυβέρνηση πήρέ ώστε να στηρίξει τον τουρισμό.

4.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ ΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΜΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.

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

ΠΙΝΑΚΑΣ 7 1 : Έτη με μείωση αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο: ποσοστά σε αύξουσα τάξη μεγέθους

ΕΤΟΣ	Ποσοστά Μεταβολής	Είδος Μεταβολής
1974	-31,21	Τουριστική καταστροφή
1991	-11,59	Τουριστική καταστροφή
2008	-3	Τουριστική κρίση
1982	-2,2	Τουριστική κρίση
2002	-0,29	Τουριστική κρίση
2003	-0,09	Τουριστική κρίση
2015	-1.3	Τουριστική κρίση

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

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

ΠΙΝΑΚΑΣ 8 1: Διάρκεια Τουριστικών Κρίσεων

Έτος	Ποσοστά διάρκειας
1974	-31,21
1991	-11,59
2008	-3
1982	-2.2
2002	-0,29
2003	-0,09
2015	-0,10

Πηγή: Παπανίκος Γρ Κάμψεις και κρίσεις στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 έως σήμερα

Μεγάλη σημασία έχει και η διάρκεια αυτών των προβληματικών τουριστικών καταστάσεων. Αυτό μπορεί να απεικονιστεί καλύτερα στον παραπάνω πίνακα με εξαίρεση τις δυο χρονιές που σημαδεύτηκαν από πολιτικές κρίσεις στην Ελλάδα το 1967 και 2015, όλες οι υπόλοιπες κρίσεις συμβαίνουν μετά το 1980 και ταυτίζονται με τα γενικότερα παγκόσμια μακροοικονομικά προβλήματα. Η χειρότερη δεκαετία είναι αυτή που διανύουμε, καθώς παρατηρείται πτώση στα τέσσερα από τα εννέα έτη της . Εξάλλου, και στο σύνολο της δεκαετίας παρατηρείται η μικρότερη αύξηση της περιόδου. Συνεχίζεται δηλαδή η κακή πορεία του 1990, που είχε τρεις μειώσεις και μια χρονιά με μικρή αύξηση. Επειδή όμως οι προβλέψεις για το 2016 επιβεβαιώθηκαν, τότε έχουμε τα μισά χρόνια της δεκαετίας με πτώση.

Ο παραπάνω προσδιορισμός των τουριστικών κρίσεων μπορεί να είναι χρήσιμο εργαλείο για την ανάλυση των μελλοντικών κρίσεων. Πρώτον, οι τουριστικές κρίσεις είναι ένα συνεχές φαινόμενο που συμβαίνει κατά μέσο όρο κάθε τέσσερα χρόνια. Δεύτερον, τόσο η διάρκεια των κρίσεων, όσο και η ένταση διαφέρει σημαντικά. Συνεχόμενες ετήσιες κρίσεις είχαμε την περίοδο 1982-1983, 1995-1996, 2003-2004, 2008-2009 και 2012-2013. Αυτό φαίνεται να οφείλεται κυρίως, σε παγκόσμιες οικονομικές υφέσεις, παρά στις εσωτερικές εξελίξεις στην Ελλάδα.¹¹

4.3 ΣΧΕΔΙΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΩΝ.

Πολλοί μελετητές των κρίσεων γενικότερα και των τουριστικών κρίσεων ειδικότερα έχουν προτείνει διάφορα σχέδια αντιμετώπισης των κρίσεων και καταστροφών. Ο Faulkner

¹¹ Παπανίκος Γρ., (2009), «Κάμψεις και κρίσεις στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 έως και σήμερα», Αθήνα, εκδόσεις Ακαδημίας Τουριστικών Μελετών και Ερευνών.

(2001), εκτός από μια παρουσίαση της σχετικής βιβλιογραφίας, προσφέρει και ένα δικό του ολοκληρωμένο πλαίσιο διαχείρισης τουριστικών κρίσεων από τα στατιστικά στοιχεία μιας τέτοιας διαδικασίας. Στον παρακάτω πίνακα δίνονται το τι πρέπει να περιλαμβάνουν τα προαπαιτούμενα και τι τα συστατικά στοιχεία ενός σχεδίου αντιμετώπισης μιας τουριστικής κρίσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9 1: Σχέδιο διαχείρισης τουριστικών κρίσεων και καταστροφών

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

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

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

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

φορείς να έχουν ευελιξία, να συμμετέχουν καθώς και να εκπαιδευτούν πάνω σε αυτό το σχέδιο και εάν υπάρχει μια δυσλειτουργία να αναθεωρηθεί όπου χρειάζεται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΎΦΕΣΗ, ΠΡΟΣΦΥΓΙΚΟ ΚΑΙ Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ.

Το έτος 2008 εμφανίστηκε μια τάση αντίστροφης μέτρησης προς την παγκόσμια τουριστική δραστηριότητα και αυτό έγινε ακόμη πιο έντονο κατά τα μισά τους ίδιου έτους.

Το πρώτο 4^ο του έτους 2008 (χρονιά που ξεκίνησε η παγκόσμια κρίση) ο ρυθμός αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων ήταν της τάξεως του 7%. Σε αυτό ακριβώς το ποσοστό αύξησης τερματίστηκε και για εκείνη την χρονιά η τουριστική δραστηριότητα, καθώς τα ποσοστά τους επομένους μήνες άρχιζαν να εμφανίζουν κάθετη πορεία. Πιο συγκεκριμένα, από τον Ιούνιο μέχρι και τον Αύγουστο ο ρυθμός μεταβολής των τουριστικών αφίξεων κυμαινόταν πιο κάτω από το 2%. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα ο ρυθμός μεταβολής του πρώτου 4^{ου} του έτους 2008 να έχει ρυθμό μεγέθυνσης 3,7%. Εν κατακλείδι για το έτος 2008 η τουριστική δραστηριότητα να μην θα καταγράψει αύξηση της τάξης του 2-3%, άλλα αυτό θα οφείλεται καθαρά και μόνο στους 5 πρώτους μήνες του ημερολογιακού έτους.

Όπως έχουμε αναφέρει και πιο πάνω στη διπλωματική εργασία η καθοδική πορεία του τουρισμού έχει ξεκινήσει από τα μισά του έτους 2007 και συνεχίζεται έως και σήμερα. Οι εκτιμήσεις μέχρι στιγμής λένε πως η τουριστική κίνηση θα αυξηθεί από 0 έως και 2% . Να σημειωθεί σε αυτό το σημείο, πως τα προηγούμενα χρόνια αν εξαιρέσει κανείς κάποια γεγονότα που οδήγησαν ώστε να μην μπορεί / θέλει ο κόσμος να ταξιδέψει όπως για παράδειγμα τον θανατηφόρο ιό SARS, ο κύριος λόγος για τον οποίο ο τουρισμός όσο πάει και μειώνεται είναι λόγω των περιορισμένων οικονομικών του δυνατοτήτων άλλα κυρίως λόγω της αβεβαιότητας για το μέλλον. Η ψυχολογία του καταναλωτή – ταξιδιώτη είναι ο κύριος λόγος όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω για τον οποίο κάποιος άνθρωπος επιλέγει να ταξιδέψει. Επομένως ,το μόνο βέβαιο είναι πως εφόσον βελτιωθεί η οικονομική δύναμη των πολιτών και αλλάξει και η ψυχολογία τους θα αυξηθεί το ποσοστό του τουρισμού στη χώρα .

Την περίοδο 2010-2016 η Ελλάδα πέρασε μια σειρά από μεγάλες δοκιμασίες. Δυο ήταν τα κεντρικά ζητήματα: η βαθιά και παρατεταμένη ύφεση και το προσφυγικό. Και τα δύο ζητήματα είχαν πολύ έντονο το στοιχείο της επίδρασης στην εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό. Ανατρέχοντας στο παρελθόν μπορούμε να θυμηθούμε το τραγικότερο έτος για την Ελλάδα το οποίο δεν ήταν άλλο από το 2010. Η Ελλάδα εκείνη την περίοδο βρισκόταν στο μάτι του κυκλώνα. Ήταν η χρονιά που η Ελλάδα θα έπρεπε να δανειστεί για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις οικονομικές της δυσκολίες. Ξεκίνησε λοιπόν μια δυσφήμιση μέσω των διαφόρων γεγονότων που συνέβαιναν στην χώρα μας με αποτέλεσμα να χάσουμε παρά πολλούς τουρίστες. Η δυσφήμιση από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ήταν τεράστιας εκτάσης και αυτό συνέβαινε κυρίως από την Γερμανία, και το Ηνωμένο Βασίλειο. Οι απόψεις που κυριάρχησαν προεξοφλούσαν τη δυσμενή επίδραση στον τουρισμό. Ωστόσο, εκ του αποτελέσματος, δηλαδή από την αλματώδη αύξηση των αφίξεων 2012 -2016, συμπεραίνεται ότι οι προσπάθειες αντιμετώπισης των μεσοκικών πολιτικών και διαχείρισης του προσφυγικού αντέστρεψαν ως ένα βαθμό τα δυσμενή στοιχεία της εικόνας της χώρας στο εξωτερικό.

5.1 ΥΦΕΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΥΓΙΚΟ.

Ειδικά όσον αφορά το προσφυγικό ζήτημα, υπήρξε έντονος προβληματισμός σχετικά με την επίπτωσή του στον τουρισμό. Μάλιστα διενεργήθηκαν και στοχευμένες έρευνες για τη διερεύνηση του θέματος. Σε μια από αυτές αναφέρεται:

«Λαμβάνοντας υπόψη τους εξωγενείς παράγοντες, οι οποίοι ενδέχεται να επηρεάσουν την θερινή τουριστική περίοδο το SETE Intelligence επανέλαβε, από τις 12.04.2016 έως τις 14.04.2016, τη διαδικτυακή έρευνα αντίληψης για την εικόνα της Ελλάδας στις αγορές της Μεγάλης Βρετανίας, της Γερμανίας και των ΗΠΑ. Την υλοποίηση της έρευνας ανέλαβε η ανεξάρτητη βρετανική εταιρεία Censuwide, σε συνολικό δείγμα 3406 ερωτηθέντων οι οποίοι έχουν επισκεφτεί ή σκέπτονται να επισκεφτούν την χώρα μας. Σύμφωνα με τη μελέτη που υλοποίησε η Censuwide για το SETE Intelligence, όσον αφορά στο κατά πόσον το προσφυγικό/μεταναστευτικό ζήτημα έχει επηρεάσει την αντίληψη των ερωτηθέντων σχετικά με τα ταξίδια σε Ελλάδα, Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Κροατία και Τουρκία καταγράφεται μια σαφής επιδείνωση της αντίληψης για την Ελλάδα.»¹²

Η εξέλιξη των αφίξεων δείχνει ότι οι επιφυλάξεις στα συμπεράσματα της παραπάνω μελέτης όχι μόνο δεν επιβεβαιώθηκαν, αλλά διαψεύστηκαν πλήρως. Επιπλέον, έχουν εκφραστεί απόψεις για το αντίθετο, ότι δηλαδή ο τρόπος με τον οποίο εξελίχθηκε στο σύνολο το προσφυγικό, μάλλον λειτούργησε προς την προσέλκυση επισκεπτών. Η άποψη αυτή προκύπτει από δηλώσεις τόσο του Γενικού Γραμματέα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού όσο και του Προέδρου του ΣΕΤΕ. Συγκεκριμένα, ο Ταλεμπ Ριφαι, ανάμεσα στους τρεις παράγοντες στους οποίους απέδωσε τα θεαματικά αποτελέσματα του τουρισμού στην Ελλάδα τα τελευταία δυο χρόνια ανέφερε τη βελτίωση της εικόνας της Ελλάδας στους ανθρώπους που δοκιμάζονται και στα ανθρώπινα δικαιώματα.¹³ Παράλληλα σύμφωνα με τον Πρόεδρο του ΣΕΤΕ, η εικόνα της χώρας δεν είναι μόνο αρνητική, αλλά και θετική, καθώς το κλείσιμο των συνόρων δεν συνιστά φιλοξενία και ανθρωπιά.

5.2 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΥΦΕΣΗ (2010-2014).

Σε βασικούς δείκτες της οικονομίας και σε δείκτες του τουρισμού κατά την περίοδο 2013-2016 παρατηρούνται εξελίξεις με διαφορετικό πρόσημο. Από τη μια μεριά βασικοί δείκτες της οικονομίας (ΑΕΠ, απασχόληση) συνεχίζουν καθοδική πορεία ή βρίσκονται σε στασιμότητα και η εγχώρια παραγωγική βάση συρρικνώνεται και δέχεται πιέσεις διόρθωσης. Συγχρόνως, ο αριθμός των αφίξεων τουριστών από το εξωτερικό στην Ελλάδα αυξάνεται με ιδιαίτερα δυναμικό ρυθμό, χωρίς όμως να συνοδεύεται από ανάλογη αύξηση των εσόδων.

Το στοιχείο αυτό είναι ιδιαίτερα κρίσιμο για την περαιτέρω πορεία του τουρισμού, καθώς αυτός δεν υπέστη τη συρρίκνωση και απαξίωση του παραγωγικού δυναμικού, όπως οι άλλοι κλάδοι της οικονομίας. Ωστόσο, η αναντιστοιχία της αυξητικής πορείας των αφίξεων και της συρρίκνωσης της εγχώριας παραγωγικής βάσης δεν μπορεί παρά να αποδυνάμωσε τις σχέσεις του τουρισμού με τη υπόλοιπη οικονομία και συνεπώς να περιόρισε τα πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα του τουρισμού για την εγχώρια οικονομία.

¹² Βλ. <https://goo.gl/WYS5Hy>.

¹³ Βλ. ομιλία στην ημερίδα του Υπουργείου Τουρισμού και του ΕΟΤ με τίτλο: «Ελλάδα Προορισμός 365 Ημέρες. Ο ρόλος της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης», Αθήνα, 2 Μαρτίου 2017.

Αν μπορούσε να υπάρξει μια ιεράρχηση των επιπτώσεων της ύφεσης, η αποδιάρθρωση των εγχώριων κλαδικών διασυνδέσεων θα καταλάμβανε πολύ υψηλή θέση. Ο λόγος είναι ότι η αποδιάρθρωση και η αποδυνάμωση των εγχώριων σχέσεων, από τη μια μεριά εξαρτά την ανάπτυξη από το εξωτερικό σε μεγαλύτερο βαθμό, ενώ συγχρόνως επιτρέπει τη διαρροή του οφέλους επίσης προς το εξωτερικό. Οι συνέπειες αντανακλώνται στο εμπορικό ισοζύγιο, στο χρέος, στο ΑΕΠ, στην απασχόληση Κ.Ο.

Αντιθέτως, η ύφεση επηρέασε δυσμενώς τον εσωτερικό τουρισμό, καθώς ο αριθμός των τουριστών αυτής της κατηγορίας με περισσότερες από τέσσερις διανυκτερεύσεις μειώθηκε από 4.178.526 το 2016 σε 2.780.638, υποχώρησε δηλαδή στο 66,5% (βλ. παρακάτω πίνακα)

Η αυξημένη τουριστική ζήτηση μετά το 2012 αντισταθμίζει σε κάποιο βαθμό τη συρρικνωμένη εσωτερική ζήτηση των νοικοκυριών λόγω της ύφεσης. Ο ετήσιος μέσος Όρος των τουριστικών εισπράξεων στην περίοδο 2012 – 2016 ανήλθε σε 13,2 δις. Ευρώ έναντι 10,7 δις ευρώ την περίοδο 2005-2012. Την ίδια περίοδο η τελική καταναλωτική δαπάνη των νοικοκυριών μειώθηκε κατά 9,6 δις ευρώ (από 128,9 σε 119,3 δις ευρώ). Συνεπώς, η πρόσθετη τουριστική ζήτηση που ανέρχεται σε 2,5 δις ευρώ αντιστοιχεί περίπου στο ¼ της μείωσης της εσωτερικής ζήτησης.

5.3 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ ΑΠΟ ΤΑΞΙΔΙΑ ΓΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ.

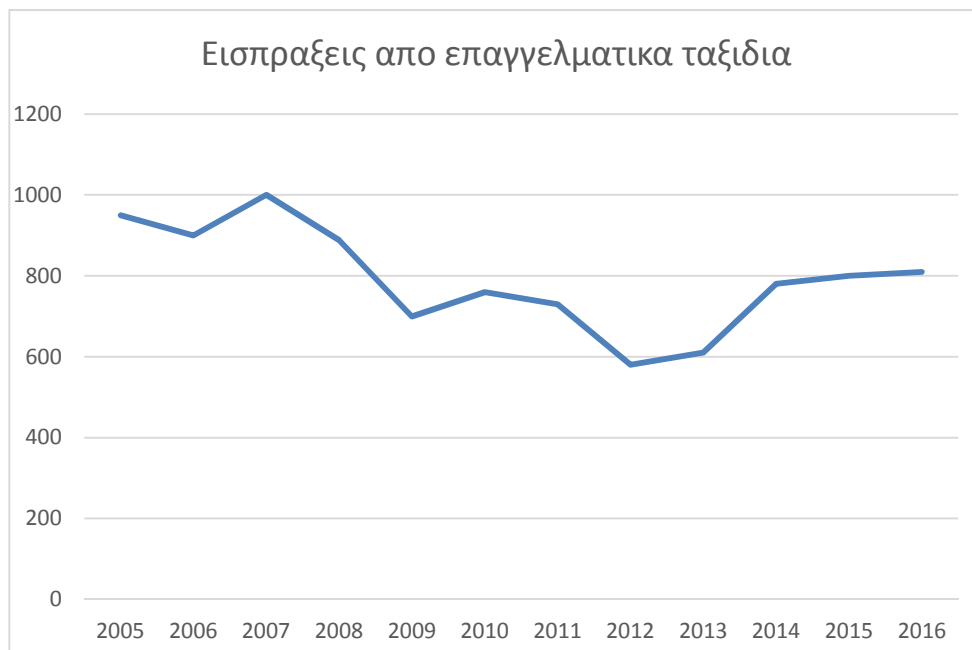
Μεταξύ των επιπτώσεων της ύφεσης ήταν και η δραστική μείωση των εισπράξεων από ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους. Πρόκειται για εξέλιξη που συνδέεται ευθέως με την μείωση της παραγωγικής δραστηριότητας και το κλείσιμο των επιχειρήσεων. Από το 2009, σε σχέση με τα μέσα της δεκαετίας του 2000 οι εισπράξεις από επαγγελματικά ταξίδια μειώθηκαν δραστικά, αγγίζοντας το χαμηλότερο επίπεδο τα έτη 2012 και 2013 (62,6% και 68,2% του μέσου όρου των ετών 2005-2006). Τα τελευταία τρία χρόνια (2014-2016) παρατηρείται ανάκαμψη των συγκεκριμένων εισπράξεων, ωστόσο παραμένουν περίπου στο 85% της περιόδου 2005- 2006 βλέπε παρακάτω διάγραμμα και πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10 1: Η Εξέλιξη των Εισπράξεων από Ταξίδια για Επαγγελματικού Λογούς.

	Εισπράξεις (εκατ. Ευρώ)	2005 και 2006 %
2007	981	105,4
2008	904	97,2
	Εισπράξεις (εκατ. Ευρώ)	2005 και 2006 %
2009	698	75,1
2010	746	80,1
2011	713	76,7
2012	583	62,6
2013	634	68,2
2014	776	83,4
2015	782	84
2016	801	86,1

Πηγή : <https://goo.gl/KWiWvf>, Τράπεζα της Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3 1: Η εξέλιξη των εισπράξεων από ταξίδια για Επαγγελματικούς Λογούς



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος (επεξεργασία στοιχείων)

5.4 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΠΕΡΙΟΔΟ.

Αν και είναι αρκετά νωρίς για να ομιλεί κανείς για έξοδο από την κρίση, ωστόσο αυτό που μπορεί με σιγουριά να υποστηρίξει είναι πως ακόμη και από την κρίση η Ελλάδα να βγει, οι τάσεις οι οποίες θα διαμορφωθούν μετά την κρίση θα είναι αρκετά διαφορετικές και δεν μπορεί κανένας με σιγουριά να προβλέψει για το πώς θα είναι τα πράγματα στο μέλλον. Όμως ο ΠΟΤ έχει προβλέψει κάποιες τάσεις και σε αυτό το σημείο παραθέτω κάποιες από αυτές έτσι ακριβώς όπως διαμορφώθηκαν από τον ΠΟΤ:¹⁴

- Θα υπάρχει μια γενική τάση ώστε τα ταξίδια να είναι εγχώρια και σε κοντινές αποστάσεις.
- Οι επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς θα βρίσκονται στην αρχική προτίμηση των ταξιδιωτών
- Οι μεμονωμένοι ταξιδιώτες καθώς και όσοι θα ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους θα βρίσκονται σε μεγαλύτερη αντοχή
- Οι Έλληνες και κυρίως, άτομα σε νεαρή ηλικία (κατώτατο όριο μισθού) θα μειώσουν τις ημέρες διαμονής τους καθώς και των ημερήσιων δαπανών τους.
- Το θετικό είναι πως ο συνολικός αριθμός των ταξιδιωτών δεν προβλέπεται να μειωθεί αλλά ούτε και να αυξηθεί
- Λόγω της υψηλής ανταγωνιστικότητας, η επιλογή του προορισμού θα αλλάξει καθώς νησιά ή άλλα μέρη που εμφανίζουν υψηλή διαφορά τιμής / αξίας δείχνει να προτιμούνται έναντι ταξιδιωτικών προορισμών με μεγαλύτερη ζήτηση.
- Οι κρατήσεις θα γίνονται ετεροχρονισμένα σε σχέση πάντα με το πόσο γρήγορα γινόταν στο παρελθόν

¹⁴ Παυλοπουλος Π. Το μέγεθος και η δυναμική του Τουριστικού τομέα, ΙΤΕΠ, 1999

- Οι ξενοδοχειακές μονάδες, τα μαγαζιά εστίασης, οι ακτοπλοϊκές εταιρείες, τα μέσα μαζικής μεταφοράς θα πρέπει να έχουν τις τιμές σε ένα ικανοποιητικά χαμηλό επίπεδο για να μπορούν να ανταπεξέρχονται σε όλες οι οικονομικές τάξεις του πληθυσμού
- Οι επιχειρηματίες που ασχολούνται με τον τουρισμό θα πρέπει να εργάζονται και να προσπαθούν να συμβαδίζουν όσο το δυνατόν πιο κοντά στην τουριστική αλυσίδα του προϊόντος.
- Τα ταξίδια που έχουν ως σκοπό επαγγελματικούς αλλά και συνεδριακούς σκοπούς θα μειώνονται όπως έγινε γνωστό και στο πιο πάνω κεφάλαιο τις διπλωματικής αυτής εργασίας.

Ιστορικά η Ελλάδα έχει αποδείξει πως μπορεί με κάθε τρόπο να ανταπεξέρχεται στις εκάστοτε δυσκολίες. Γι αυτό λοιπόν και μπορεί και θα τα καταφέρει να βγει από αυτή την βαθιά και εξουθενωτική για τους πολίτες οικονομική αλλά και πολιτιστική κρίση. Όπως αναφέρουν και ο Levy και Hawkins 2010, ο τουρισμός για κάθε χώρα η οποία αντιμετωπίζει προβλήματα, μπορεί να αποτελεί το μέσο επίλυσης αυτών των προβλημάτων, φτιάχνοντας από την αρχή τις κοινωνίες και συνδυάζοντας ξανά τα έθνη και τους πολιτισμούς οι οποίοι βρισκόνταν σε διάσπαση.

Σύμφωνα, τώρα με την έκθεση του ΟΗΕ το 2017 σε αναφορά του για την παγκόσμια οικονομική κατάσταση αλλά και τις νέες προοπτικές οι οποίες μπορεί να εμφανίζονταν, υπάρχουν χώρες οι οποίες αντιμετωπίζουν ακόμη ύφεση.¹⁵

Η μελέτη αυτή που προέρχεται από τον ΟΗΕ, προβλέπει πως η οικονομική κατάσταση της Ελλάδας, για το έτος 2018 θα βρίσκεται σε πορεία ανάπτυξης και συγκεκριμένα θα είναι της τάξης 0,3 % και για το 2019 1,4%. Επίσης, παρόλη την παραφιλολογία των κυβερνήσεων, ο ΟΗΕ κάνει λόγο για ανικανότητα εφαρμογής των δημοσιονομικών και νομισματικών πολιτικών και αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να βρισκόμαστε σε ένα φαύλο κύκλο νέων μέτρων λιτότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΜΕΤΡΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΕΞΟΔΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ.

6.1 ΤΑ ΑΠΟΦΑΣΙΣΜΕΝΑ ΜΕΤΡΑ ΠΟΥ ΠΗΡΕ Η ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΟ 2014.

Οι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό κλάδο απαίτησαν από την Ελληνική Κυβέρνηση έμμεση υποστήριξη, ώστε να μπορέσουν να λειτουργούν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες μέσα σε ένα υγιές περιβάλλον.

Τελικά ο πρωθυπουργός ανακοίνωσε τα εξής:

- Αύξηση των δημοσίων δαπανών για τουριστικές δραστηριότητες στο 50%, ώστε να προωθηθεί η Ελλάδα σε ξένους τουρίστες.
- Σύμφωνα με τον νόμο Ν128/75 οι δανειολήπτες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού απαλλάσσονται από την πληρωμή του φόρου εισοδήματος του κύκλου των εργασιών τους για ένα έτος.
- Ένα νέο πρόγραμμα βρίσκεται σε ισχύ με το όνομα «Πρόγραμμα ενίσχυσης της ρευστότητας στην Οικονομία». Οι επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου θα μπορούν να χρηματοδοτούνται, εφόσον είναι δικαιούχοι μέσω αυτού του προγράμματος.

¹⁵ http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_current/2013wesp_pr_en.pdf

- Το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007-2017 βρίσκεται σε ισχύ. Το πρόγραμμα αυτό χρηματοδοτεί δραστηριότητες που σχετίζονται με τις τουριστικές υποδομές, με υπηρεσίες και με επιχειρήσεις.
- Πριν την κρίση πολλές τουριστικές επιχειρήσεις έγιναν δεκτές στον επενδυτικό νόμο, μέσω του προγράμματος με την ονομασία «Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων». Η κυβέρνηση εξήγγειλε πως αυτές οι επιχειρήσεις θα χρηματοδοτηθούν από το πρόγραμμα αυτό.
- Η κυβέρνηση επίσης, πέρασε σε μεταρρυθμίσεις στα επιδόματα των εργαζομένων. Το εποχικό επίδομα ανεργίας άλλαξε όρους και ονομασία και μετατράπηκε σε επίδομα εργασίας.
- Αντιμετωπίστηκε το πρόβλημα της μη τακτοποίησης των ξενοδοχειακών μονάδων μέσα από συγκεκριμένα προγράμματα .
- Αυξήθηκε κατά 21% για το 2018 ο αριθμός των κουπονιών για τον Κοινωνικό Τουρισμό, που χρηματοδοτείται από τον οργανισμό οικογενειακών επιδομάτων και αγροτικών ασφαλίσεων ΟΓΑ.
- Προγράμματα επιμόρφωσης των ανέργων βρίσκονται σε ισχύ μέσω του οργανισμού ΟΑΕΔ για ανέργους οι οποίοι θέλουν να εργαστούν στον τουριστικό κλάδο. Με βάση στατιστικά στοιχεία το 30% των ανέργων αυτών βρίσκουν έμμεσα εργασία σε τουριστικές επιχειρήσεις.

6.2 ΑΜΕΣΗ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΦΠΑ ΣΕ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ.

Με απόφαση του υπουργικού συμβουλίου, λόγω των τεράστιων οικονομικών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν τόσο οι τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, χώροι εστίασης) όσο και οι κατασκευαστικές εταιρείες, αποφάσισαν να επιστρέψουν το ΦΠΑ σε αυτές τις επιχειρήσεις ώστε να μπορέσουν να καλύψουν έστω κάποια στοιχειώδη έξοδά τους.

Η διαδικασία επιστροφής του ΦΠΑ γινόταν απλά με μια αίτηση προς τις αρμόδιες ΔΟΥ της κάθε επιχείρησης. Το 90% από το ποσό του ΦΠΑ δινόταν στις επιχειρήσεις άμεσα και το υπόλοιπο ποσό δινόταν αφού γινόταν η φορολογική δήλωση της κάθε επιχείρησης. Όταν γινόταν η εκκαθάριση έπαιρναν και το υπόλοιπο ποσό πίσω οι επιχειρήσεις. Το μόνο τρωτό σημείο ήταν για τις επιχειρήσεις στις οποίες διαπιστωνόταν κάποιες παραβάσεις. Από εκεί και πέρα γινόταν και περαιτέρω έλεγχος και ακλουθούσαν μια διαφορετική διαδικασία.

Επιπρόσθετα, για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις, έτσι ακριβώς όπως γινόταν στο παρελθόν, εντός των 3μηνιαίων προθεσμιών πρέπει να γίνεται η καταβολή του ΦΠΑ ακριβώς όπως γίνεται μέσω του βιβλίου «Αιτήσεων – αποφάσεων επιστροφής ΦΠΑ», καθώς ακλουθείται και μια σειρά προτεραιότητας ικανοποίησης των αιτημάτων. (ΤΟ ΒΗΜΑ, 25-02-2012)

6.3 ΜΕΤΡΑ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.

Η κυβέρνηση του Ντόναλντ Τραμπ για να μπορέσει να αποτρέψει τα χειρότερα, αποφασίζει να ακολουθείται ένα πιο ριζοσπαστικό πακέτο μέτρων το οποίο σύμφωνα με τους δικούς μας οικονομολόγους βασίζεται σε πέντε βασικούς πυλώνες:

- Δημοσιονομικά μέτρα
- Αλλαγή στον τρόπο λειτουργίας του μηχανισμού της στεγαστικής πίστης,
- Τραπεζική ανακεφαλαιοποίηση
- Αλλαγή στην πολιτική κουλτούρα και στον τρόπο διεκπεραίωσης των πολιτικών πρωτοβουλιών
- Αλλαγές στο διεθνές χρηματοπιστωτικό σύστημα.

Για να την αντιμετωπίσει της οικονομικής κατάστασης, πρέπει να γίνουν αρκετές αλλαγές, κυρίως στον χρηματοπιστωτικό τομέα. Η ανακεφαλαιοποίηση των δανείων αλλά και η επιδιόρθωση αυτών, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα βήματα που θα πρέπει να ακολουθεί η εκάστοτε κυβέρνηση ώστε να μπορέσει η χώρα να αντιμετωπίσει βασικά προβλήματα. Επιπρόσθετα, η ελάφρυνση και επιμήκυνση του δημοσίου χρέους είναι καίρια κυρίως για την περίπτωση της Ελλάδας. (Σορος, Τζ, 2014).

6.4 ΜΕΤΡΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.

- Κάθε ελληνική οικογένεια θα πρέπει στις μέρες μας να έχει τη δυνατότητα να πηγαίνει διακοπές στα υπέροχα μέρη που βρίσκονται στην χώρα. Η κυβέρνηση θα πρέπει να έχει ως στόχο την κάλυψη αυτής της ανάγκης των Ελλήνων πολιτών. Πέρα από την συναισθηματική κάλυψη που προσφέρουν οι διακοπές, είναι αρκετά καλό και για τον ελληνικό τουρισμό η κίνηση χρήματος. Για να μπορέσει αυτό να γίνει πραγματικότητα καλό θα ήταν η κάθε κυβέρνηση με τα μέτρα τα οποία παίρνει να μπορεί να ενισχύσει τα μεσαία νοικοκυριά αλλά και τους νέους που έχουν να αντιμετωπίσουν την ανεργία αλλά και το μισθό των 360 ευρώ. Η προώθηση αυτών των οικονομικών τάξεων και η μείωση των τιμών θα μπορούσε να αποτελέσει βοήθεια για τον εσωτερικό τουρισμό (Πολυζωγόπουλος Χ. 2010).
- Η λύση για την αντιμετώπιση της τουριστικής κρίσης είναι μία και βρίσκεται στην προσέλκυση τουριστών που συγκαταλέγονται στην "ελίτ" των τουριστών και τι εννοώ με αυτό; Σε τουρίστες οι όποιοι δεν πλήττονται από την οικονομική κρίση. Με άλλα λόγια υπάρχουν χώρες και στην Ευρωπαϊκή Ένωση που δεν έχουν κάποιο οικονομικό πρόβλημα.
- Προτεραιότητα της κάθε κυβέρνησης θα πρέπει να είναι η ανάληψη μέτρων σαν αυτά που προηγήθηκαν στο πιο πάνω μέρος της διπλωματικής, ώστε να μπορούν οι τουριστικές επιχειρήσεις να είναι βιώσιμες για να ανταπεξέρχονται στις οικονομικές συγκυρίες.
- Επιβεβλημένη ανάγκη είναι η χρηματοπιστωτική κάλυψη των τουριστικών επιχειρήσεων καθώς και η ενίσχυση των επενδυτικών δανείων, κυρίως την περίοδο που πολλές ξενοδοχειακές μονάδες είναι εκτός λειτουργίας.
- Βελτίωση των παροχών των ξενοδοχειακών μονάδων. Για να μπορέσουν τα ξενοδοχεία να προσελκύσουν επισκέπτες θα πρέπει να αναβαθμίσουν τις ξενοδοχειακές τους μονάδες. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την δημιουργία συνεδριακών αιθουσών, εκθεσιακών εγκαταστάσεων, κέντρων ευεξίας (σπα, μασάζ), γήπεδα τένις κτλ.
- Ο Αγροτουρισμός και ο Οικολογικός τουρισμός θα πρέπει να βρίσκονται στις πρώτες επιλογές προώθησης του ελληνικού τουρισμού. Με βάση το οικολογικό περιβάλλον αλλά και το κλίμα που έχει η Ελλάδα η προώθηση αυτών των δυο ειδών τουρισμού θα πρέπει να βρίσκεται στην πρώτη γραμμή της λίστας.
- Σύμφωνα λοιπόν με το παραπάνω θα πρέπει να γίνεται προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Οι πανεπιστημιακές μονάδες της Ελλάδας θα πρέπει να αναβαθμιστούν και να συμπεριλάβουν τον τουρισμό ως έναν τομέα ξεχωριστό. Τα μαθήματα θα πρέπει να γίνουν πιο πρακτικά και να μην εστιάζουν μόνο στο θεωρητικό μέρος. Με αυτόν τον τρόπο θα μπορέσουν να προσφέρουν ένα καταρτισμένο ανθρώπινο εργατικό δυναμικό που θα μπορεί να ανταπεξέλθει στις δυσκολίες και να δώσει στην αγορά του τουρισμού καινούριες και καινοτόμες ιδέες. (Σκουλάς Ν., 2010).
- Σε σύνδεση με το παραπάνω, βασική προτεραιότητα θα πρέπει να αποτελεί η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Ολόκληρο το εκπαιδευτικό σύστημα θα

πρέπει να έχει ως κύριο στόχο την προαγωγή των τουριστικών στελεχών, με τουριστική παιδεία, τουριστική ευθύνη και δεξιότητες.

- Το ΕΣΠΑ καθώς και τα κονδύλια που δίνονται από το Γ ΚΠΣ, θα πρέπει να δίνονται κατευθείαν στις τουριστικές επιχειρήσεις, ώστε να μπορέσουν οι επιχειρηματίες να αξιοποιήσουν σωστά αυτά τα χρήματα και προς όφελος της επιχείρησής τους αλλά και προς το γενικό όφελος που είναι η ανάπτυξη και εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού
- Το ελληνικό αεροδρόμιο θεωρείται ένα από τα πιο ακριβά αεροδρόμια με τα μεγαλύτερα τέλη προσγείωσης. Γι αυτό θα πρέπει άμεσα να γίνει μείωση των τελών προσγείωσης σε όλα τα ελληνικά αεροδρόμια, για να μπορούν τουρίστες απ όλο τον κόσμο να ταξιδεύουν στην χώρα μας χωρίς πολλά έξοδα μετακίνησης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Χρήστου, Ε.(2005). <<Τουριστικό μάρκετινγκ φορέων, οργανώσεων και επιχειρήσεων>>.

Ηγουμενακης, Ν.(2000). << Τουρισμός βασικές έννοιες>>.

Ηγουμενακης ,Ν. << Εισαγωγή στον τουρισμό>>.

Λαγος ,Γ.Δ.(2005). <<Οικονομικές Θεωρίες και τουρισμός>>.

Λαγος,Γ.Δ.(2005). << Η Ελληνική τουριστική πολιτική>>.

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

Keller and Jan Madhuri.(2006). << How can brand equity for tourism destinations be used to preview tourists>>.

Faulkner, B.(2001). << Tourism Management>>.

David, N.Nguyen. (2017). << Public-private collaboration for disaster risk management: A case study of hotels in Matsushima, Japan

Σκουλας,Ν.(2010).<< Ηγεσία, μάνατζμεντ, ομαδικότητα>>.

ΑΡΘΡΑ- ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ - ΗΜΕΡΙΑΔΕΣ

Παυλοπουλος, Π. (1999). <<Το μέγεθος και η δυναμική του Τουριστικού τομέα, ΙΤΕΠ>>

ΕΣΥΕ, Ε.Ο.Τ

ΙΟΒΕ (2012).

Η δημιουργία Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού αναμένεται να πραγματοποιηθεί με τεχνική βοήθεια από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), σύμφωνα με δήλωση του Γενικού Γραμματέα του Υπουργείου Τουρισμού στο Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων – Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων (ΑΠΕ-ΜΠΕ) στις 27 Μαρτίου 2017

Με τη δήλωση ότι: «Ο τουρισμός φέρνει έσοδα στη χώρα, παρά τα αποτελέσματα της έρευνας συνόρων που δημοσιεύει η Τράπεζα της Ελλάδος. Εκτιμώ ότι τα αποτελέσματα αυτά δεν αντικατοπτρίζουν τα σωστά μεγέθη και πιθανώς οι μέθοδοι έρευνας να χρειάζονται επικαιροποίηση (ΑΠΕ-ΜΠΕ, 27 Μαρτίου 2017).

Ομιλία στην ημερίδα του Υπουργείου Τουρισμού και του ΕΟΤ με τίτλο: «Ελλάδα Προορισμός 365 Ημέρες. Ο ρόλος της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης», Αθήνα, 2 Μαρτίου 2017.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

<http://oceanis.lib.teipir.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3057/%CE%95%CE%9E%CE%95%CE%9B%CE%99%CE%9E%CE%97%20%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_current/2013wesp_pr_en.pdf

[http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2016 Ereuna Profigiko-Metanasteftiko.pdf](http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2016_Ereuna_Profigiko-Metanasteftiko.pdf)

http://okeanis.lib.puas.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2384/log_201400068.pdf?sequence=1