

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ  
ΠΠΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*Η επίδραση της πανδημίας στον κλάδο των τουριστικών επιχειρήσεων  
- Πρωτογενής έρευνα σε επιχειρήσεις του κλάδου στη Δυτική Ελλάδα*



**ΦΟΙΤΗΤΡΙΕΣ : Βλάχη Χριστίνα – ΑΜ: 16595**

**Νικολοπούλου Ειρήνη - ΑΜ: 16818**

*Επιβλέπουσα: Δρ. Χριστιάνα Γιάτσε*

*ΠΑΤΡΑ 2021*

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πατρών δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

## Περίληψη

Το ξέσπασμα της πανδημίας του κορονοϊού σε παγκόσμια κλίμακα επέφερε μεγάλες αλλαγές σε πολλές πλευρές της καθημερινής ζωής. Ο κλάδος του τουρισμού όπως είναι φυσικό δεν έμεινε ανεπηρέαστος, καθότι πρόκειται για έναν δυναμικό κλάδο. Στην παρούσα πτυχιακή προσπαθούμε να παραθέσουμε το αποτύπωμα της πανδημίας μέχρι στιγμής στην τουριστική βιομηχανία και ειδικότερα στην περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας. Όπως είναι λογικό η συγκεκριμένη βιομηχανία έχει υποστεί και άλλες κρίσεις στο παρελθόν τις οποίες και ξεπέρασε, ωστόσο έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον να δούμε το τι έχει γίνει με μια τόσο βίαιη κρίση. Ο Ελληνικός τουρισμός έχει αρκετές προοπτικές και ανέκαθεν προσέλκυε μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Μέσα από την λεπτομερή εξέταση των ποιοτικών δεδομένων κάποιων επιχειρήσεων του ξενοδοχειακού κλάδου θα καταγράψουμε τις αλλαγές της πανδημικής κρίσης, αλλά και τα μέτρα με τα οποία οι επιχειρήσεις μπορούν να την αντιμετωπίσουν και να ενισχυθούν μελλοντικά.

## Λέξεις κλειδιά

Τουριστικός κλάδος, Τουριστικές ροές, Κορονοϊός, Δυτική Ελλάδα

## Abstract

The outbreak of the global coronavirus pandemic has brought some major changes in many aspects of everyday life. The tourism industry, of course, was not unaffected, as it is a dynamic industry. In the present thesis we try to present the imprint of the pandemic so far in the tourism industry and especially in the region of Western Greece. Naturally, this industry has suffered many other crises in the past, but it is very interesting to see what has happened with such a violent outbreak. Greek tourism has several prospects and has always attracted a large number of visitors. Through the detailed quality data examination coming from some companies in the hotel industry, we will record the changes of the pandemic crisis and at the same time we will present some measures that will help them face the pandemic and gain strength.

## Key words

Touristic industry, Touristic mobility, Covid-19, Western Greece

## Περιεχόμενα

Περίληψη.....	3
Λέξεις κλειδιά.....	3
Abstract .....	3
Key words.....	3
Εισαγωγή.....	5
<b>Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> Εισαγωγικές έννοιες του τουρισμού .....</b>	<b>6</b>
1.1 Πως ορίζεται ο τουρισμός .....	6
1.2 Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού .....	7
1.3 Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού .....	9
1.4 Το αποτόπωμα του τουρισμού στην οικονομική δραστηριότητα της Ελλάδας .....	13
<b>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> Κρίσεις στον τομέα του τουρισμού .....</b>	<b>16</b>
2.1 Η έννοια των τουριστικών κρίσεων .....	16
2.2 Η επίδραση της οικονομική κρίσης στον Ελληνικό τουρισμό .....	18
2.3 Επίδραση τουριστικής κρίσης στην Δυτική Ελλάδα.....	21
<b>Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα και μια πρώτη ματιά στην επίδραση της υγειονομικής κρίσης .....</b>	<b>28</b>
3.1 Η πορεία του Ελληνικού τουρισμού.....	28
3.2 Τουριστικές υποδομές, υπηρεσίες και μεταφορές.....	30
3.3 Είδη τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα (με παράθεση SWOT Analysis).....	33
3.4 Η πανδημία και ο Ελληνικός τουρισμός .....	39
<b>Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> Πρωτογενής έρευνα σε τουριστικές επιχειρήσεις στην Δυτική Ελλάδα.....</b>	<b>46</b>
4.1 Ποιοτική ανάλυση ερωτηματολογίων .....	46
4.2 Κύρια συμπεράσματα της έρευνας και προβλέψεις για την μελλοντική πορεία των τουριστικών επιχειρήσεων .....	49
Επίλογος .....	53
Βιβλιογραφικές Αναφορές .....	55
Παράρτημα.....	59

## Εισαγωγή

Στην παρούσα πτυχιακή θα ασχοληθούμε με το θέμα της επίδρασης της πανδημικής κρίσης του κορονοϊού στον τουριστικό τομέα. Ένα ζήτημα σύγχρονο το οποίο φαίνεται πως θα απασχολεί τον τουριστικό κλάδο στο κοντινό μέλλον. Έτσι στο πρώτο κεφάλαιο θα αναφερθούμε σε εισαγωγικές έννοιες γύρω από τον τουρισμό, προκειμένου να κατανοήσουμε καλύτερα αυτή την παγκόσμια βιομηχανία και την συμβολή της στην οικονομική δραστηριότητα και ευημερία. Θα δούμε επίσης την εξέλιξη του τουρισμού ιστορικά, αλλά και τις διάφορες μορφές που έχει. Περνώντας στο δεύτερο κεφάλαιο θα μας απασχολήσουν οι κρίσεις που έχουν συμβεί κατά διαστήματα στον τουριστικό τομέα. Θα παραθέσουμε τις κρίσεις που συνέβησαν τόσο σε εθνικό, όσο και παγκόσμιο επίπεδο. Στο τρίτο κεφάλαιο θα επικεντρωθούμε στον Ελληνικό τουριστικό κλάδο, μέσα από την παράθεση κάποιων διαχρονικών στοιχείων, όπως και των υποδομών και υπηρεσιών που διαθέτει η χώρα μας. Θα εξετάσουμε επιπλέον τα είδη του τουρισμού που γνωρίζουν μεγάλη ανάπτυξη στην Ελλάδα και το πως η πανδημία επηρέασε το τουριστικό προϊόν της χώρας. Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο θα παραθέσουμε την πρωτογενή ποιοτική έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε μέσω ερωτηματολογίων που διανέμισαν σε τουριστικές επιχειρήσεις της Δυτικής Ελλάδας. Βασιζόμενοι στην ποιοτική ανάλυση του ερωτηματολογίου αποτυπώσαμε κάποια συμπεράσματα σχετικά με το πόσο έχει πλήξει η πανδημία τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μέχρι σήμερα, αλλά και το πως μπορούν οι επιχειρήσεις αυτές να την αντιμετωπίσουν.

## Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> Εισαγωγικές έννοιες του τουρισμού

### 1.1 Πως ορίζεται ο τουρισμός

Ο τουρισμός αποτελεί ένα κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο που επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τη σύγχρονη κοινωνία (Κοκκώσης κ.α., 2011). Την σημερινή εποχή, η τουριστική βιομηχανία μπορεί να θεωρηθεί ένας κλάδος όπου η επιχειρηματικότητα είναι αρκετά υψηλή. Ειδικά από την στιγμή που μπορεί να επηρεάσει την ανάπτυξη μιας τοπικής οικονομίας και να ενισχύσει την ευημερία ενός τόπου. Ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως ένα σύνολο φαινομένων και σχέσεων που πηγάζουν από την διαμονή κάποιων μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό. Είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο το οποίο δεν αποκλείει σχεδόν κανέναν από την κατανάλωσή του, αφού δίνει την ευκαιρία ακόμα και σε χαμηλές εισοδηματικές τάξεις να απολαύσουν την εμπειρία του. Η λέξη τουρισμός άλλωστε πηγάζει από την γαλλική λέξη «tourisme» η οποία μεταφράζεται ως περιοδεία ή ταξίδι. Είναι ένα φαινόμενο που έχει γνωρίσει ιδιαίτερη δυναμική τα τελευταία πενήντα χρόνια και μπορεί να χαρακτηριστεί τόσο ως μαζικό όσο και ως ατομικό. Εξελίσσεται και διαφοροποιείται διαρκώς με βάση πάντα τις ανάγκες της αγοράς και του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δρα. Αντανακλά μια κοινωνική ανάγκη των ατόμων για ξεκούραση ή αναψυχή σε έναν άλλο τόπο από αυτόν που διαμένουν (Κοκκώσης κ.α., 2011). Ο τουρισμός μπορεί να παρατηρηθεί σε κάθε γωνιά του πλανήτη από τα παραθαλάσσια θέρετρα της Ευρώπης, την Ζούγκλα του Αμαζονίου ακόμα και την έρημο Σαχάρα. Κάθε χώρα, πόλη ή χωριό ακόμα και αν δεν αποτελεί τουριστικό θέλγητρο θέλει να προσελκύσει κάποιο τουριστικό ενδιαφέρον, αφού μπορεί να αποκομίσει πολλαπλά οφέλη σε σημαντικούς τομείς. Κάθε τόπος εξάλλου έχει μια εν δυνάμει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που μπορούν να αποτελέσουν κίνητρο για τμήματα της τουριστικής αγοράς.

Ένας από τους παλιότερους ορισμούς κατά τον Schwihk την δεκαετία του 1920 αναφέρει ότι ο τουρισμός είναι η κίνηση των ατόμων μακριά από τον τόπο διαμονή τους προσωρινά, για λόγους που έχουν να κάνουν με το σώμα, το πνεύμα ή το επάγγελμα (Καζανά, 2006). Για να κατανοήσουμε το πόσο έχει εξελιχθεί ο τουρισμός

μέσα στα χρόνια είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι πλέον συναντάμε ένα πιο σύγχρονο ορισμό ο οποίος αναφέρει ότι είναι ένα σύνολο φαινομένων και ενεργειών, που προκύπτουν από την συνεχή αλληλεπίδραση της επικοινωνίας των κρατών, των επιχειρήσεων και των τουριστών στις περιοχές όπου φιλοξενούνται οι τελευταίοι (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004). Επομένως, μπορούμε να πούμε ότι ο τουρισμός κάνει τόσο τα μέρη όσο και τις επιχειρήσεις φιλοξενίας να ανταγωνίζονται για την προώθηση και προβολή των αγαθών τους. Σαν έννοια ο τουρισμός μπορεί να εξεταστεί από δυο οπτικές, την θεωρητική και την πρακτική. Η θεωρητική αφορά την μετακίνηση των ατόμων που προαναφέραμε για λόγους που έχουν να κάνουν με την ψυχολογία τους. Από την άλλη πλευρά η πρακτική οπτική παρουσιάζει τον τουρισμό ως ένα φαινόμενο που σκοπό έχει την καλή επικοινωνία μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων φορέων σε αυτόν. Αυτό που αξίζει να τονιστεί είναι ότι ο τουρισμός μέσα από τους διάφορους ορισμούς του παραμένει μια έννοια πολύ σημαντική ανεξάρτητα από την εποχή στην οποία αναφερόμαστε. Ο τουρισμός σε ένα γενικότερο πλαίσιο είναι ένας τομέας υπηρεσιών που ανήκει στον τριτογενή τομέα, αφού η κύρια προσφορά του είναι οι υπηρεσίες χαλάρωσης και αναψυχής.

## 1.2 Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο δυναμικό όπως είδαμε, το οποίο συναντάμε ιστορικά για πρώτη φορά από την αρχαιότητα. Στον αρχαίο κόσμο ο τουρισμός αναφερόταν κυρίως στις μετακινήσεις των εμπόρων σε διαφορετικές περιοχές όπου πέρα από τον επαγγελματικό σκοπό της αγοράς ή εισαγωγής εμπορευμάτων, αξιοποιούσαν τον ελεύθερο χρόνο που είχαν κατά την διάρκεια του ταξιδιού για να ξεκουραστούν. Προέκυψε έτσι η ανάγκη για δημιουργία τουριστικών υποδομών σε αρκετές περιοχές. Συνήθως αυτές οι υποδομές αφορούσαν θέατρα και ιαματικά λουτρά. Υπήρχαν επίσης οι μετακινήσεις για την παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων ή εορτών, που αφορούσαν τόσο τον εσωτερικό όσο και τον εξωτερικό τουρισμό. Στην διάρκεια του μεσαίωνα ο τουρισμός αναπτύχθηκε περαιτέρω με δυο επικρατούσες μορφές: τον

πανεπιστημιακό και θρησκευτικό τουρισμό. Ο πανεπιστημιακός τουρισμός αναπτύχθηκε σε πόλεις με πανεπιστήμια όπως το Παρίσι ή η Οξφόρδη και αφορούσε όλες εκείνες τις μετακινήσεις νεαρών ατόμων προκειμένου να σπουδάσουν. Ο θρησκευτικός τουρισμός από την άλλη πλευρά περιλάμβανε όλα τα γεγονότα και εορτές με θρησκευτική αλλά και πολιτιστική προέκταση, στα οποία πολλά άτομα έσπευδαν να συμμετάσχουν. Με τον ερχομό της Αναγέννησης αμέσως μετά τον Μεσαίωνα εντοπίζονται πολλές νέες μορφές τουρισμού, μέσα στο κλίμα γενικότερης ανάπτυξης και ευημερίας που επικρατούσε. Εμφανίζονται περισσότερα ξενοδοχεία τα οποία δεν εντοπίζονται μόνο σε μεγάλα αστικά κέντρα, υπάρχουν επίσης μέρη που επενδύουν σε τομείς όπως η γαστρονομία για προσέλκυση νέων επισκεπτών. Επιπλέον για πρώτη φορά τα άτομα ταξιδεύουν είτε για ψυχαγωγικούς σκοπούς είτε από περιέργεια, αφού υπάρχουν καλύτερα οδικά δίκτυα που κάνουν πιο εύκολες τις μετακινήσεις. Εκείνη την εποχή μάλιστα στην Γαλλία δημιουργούνται δυο περιηγήσεις η μικρή και η μακρά που απευθύνονταν στις εκπαιδευτικές εκδρομές των Άγγλων ευγενών. Την πρώτη δεκαετία του 1800 εμφανίζεται η λέξη τουρισμός (tourism) για την περιγραφή ενός ψυχαγωγικού ταξιδιού (Φίλιππα, 2013). Ο 19<sup>ος</sup> αιώνας αποτελεί ορόσημο για τον τουρισμό, λόγω και της εξέλιξης της τεχνολογίας στις μεταφορές, άλλωστε είναι η εποχή που τυπώνονται οι πρώτοι τουριστικοί ταξιδιωτικοί οδηγοί. Πολύ σημαντική χρονιά αποτελεί το 1841, όταν ο Thomas Cook προσφέρει τα πρώτα οργανωμένα ταξίδια με ποταμόπλοια. Η απήχηση τους ήταν τόσο μεγάλη που η εταιρία που δημιούργησε έφτασε να έχει υποκαταστήματα σε πάνω από 70 χώρες. Το πρώτο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα αποτελεί μια στάσιμη περίοδο για τον τουρισμό, τόσο λόγω των δυο παγκοσμίων πολέμων όσο και λόγω της οικονομικής κρίσης των τελών της δεκαετίας του 1920. Ωστόσο από την δεκαετία του 1960 και έπειτα ο τουρισμός αναπτύσσεται με ιδιαίτερα γρήγορους ρυθμούς. Συγκεκριμένα η ταχύτατη τεχνολογική εξέλιξη αποτέλεσε εφελθτήριο για την τουριστική ανάπτυξη (Ratten et al., 2019). Η ενίσχυση της ναυσιπλοΐας και η εμφάνιση των αεροπλάνων έκαναν πολλά μέρη ανά τον πλανήτη εύκολα προσβάσιμα και σε λιγότερο χρόνο. Επιπλέον έχουμε την ίδρυση πολλών εταιριών tour operating, δηλαδή ταξιδιωτικών πρακτορείων. Την συγκεκριμένη περίοδο ο τουρισμός γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη και στον Ελλαδικό χώρο.



Από τα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα και έπειτα με την εμφάνιση του διαδικτύου, όπου η πληροφόρηση για έναν τόπο γίνεται εύκολα προσβάσιμη σε κάθε ενδιαφερόμενο και κάθε τουριστικός προορισμός έχει την δυνατότητα να διαφημιστεί χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς, παρατηρείτε μεγάλη αύξηση των τουριστικών ροών σε πολλά μέρη του κόσμου. Ιδιαίτερο ρόλο σε αυτό έχει και η αύξηση των εισοδημάτων πολλών τουριστών, όπως και η δυνατότητά τους να συγκρίνουν τιμές τουριστικών ταξιδιών. Οι δημογραφικές αλλαγές του 21<sup>ου</sup> αιώνα όπως η αύξηση του προσδόκιμου ζωής και η αύξηση του ελεύθερου χρόνου, συνέβαλαν στην μεγάλη αύξηση των τουριστικών ροών παγκόσμια. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ότι το 2018 υπήρξαν σε παγκόσμιο επίπεδο 1,4 δισεκατομμύρια τουριστικές αφίξεις εκ των οποίων 30,1 εκατομμύρια αφίχθηκαν στην Ελλάδα (UNWTO, 2019).

### 1.3 Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου των τελευταίων δεκαετιών δεν είχε μόνο σαν αποτέλεσμα την εμφάνιση πολλών ταξιδιωτικών πρακτόρων που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, αλλά και την εμφάνιση κάποιων εναλλακτικών τουριστικών μορφών. Με τον όρο εναλλακτικές αναφερόμαστε σε μορφές τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων που βασίζονται συνήθως σε ένα μοντέλο βιώσιμης ανάπτυξης, δηλαδή ένα μοντέλο που επιβαρύνει λιγότερο τον τόπο προορισμού των τουριστών και είναι πιο ήπιος. Μάλιστα συμβάλλει στην οικονομική ενίσχυση περιοχών με μικρή τουριστική προβολή (Ανδριώτης, 2009). Εμφανίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1990 και πλέον έχει μια αρκετά μεγάλη δυναμική. Με βάση τα νέα καταναλωτικά πρότυπα που προέκυψαν θα περιγράψουμε τις κυριότερες μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού την σημερινή εποχή.

Η πρώτη μορφή στην οποία θα αναφερθούμε είναι ο επαγγελματικός ή συνεδριακός τουρισμός. Αφορά ομάδες ατόμων που πραγματοποιούν ένα ταξίδι με επαγγελματικό σκοπό, αλλά ταυτόχρονα αναζητούν και την αναψυχή, προκειμένου να έχουν μια ισορροπία στην εμπειρία του ταξιδιού τους (Γκρίμπα, 2005). Ο βασικός λόγος για τον

οποίο αναπτύχθηκε η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού ήταν πέρα από τις επαγγελματικές υποχρεώσεις, ο ελεύθερος χρόνος και οι οικονομικοί πόροι των εργαζόμενων. Σε ότι αφορά τους προορισμούς της συγκεκριμένης τουριστικής κατηγορίας, αυτοί αποκομίζουν πολλαπλά οφέλη όπως νέες θέσεις εργασίας, προβολή του τόπου, υψηλότερα εισοδήματα για τους κατοίκους, αλλά και προστασία του τοπικού περιβάλλοντος.

Μια δεύτερη εναλλακτική μορφή τουρισμού αποτελεί ο οικοτουρισμός, που συχνά αναφέρεται και σαν οικολογικός τουρισμός. Περικλείεται από μια μεγάλη ποικιλία υπαίθριων δραστηριοτήτων, που έχουν τόσο επιστημονικό όσο και εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Εκτιμάται ότι ένα 5% των παγκόσμιων τουριστικών αφίξεων προσβλέπει στον οικοτουρισμό (Γλυνιά, κ.α., 2004). Χαρακτηριστικά παραδείγματα οικοτουρισμού είναι τα εθνικά πάρκα ορεινών περιοχών και οι περιβαλλοντικά προστατευόμενες περιοχές (Κομίλης, 2007). Άλλη χαρακτηριστική κατηγορία που μοιάζει αρκετά με τον οικοτουρισμό είναι ο αγροτουρισμός. Στον αγροτικό τουρισμό έχουμε κατά κύριο λόγο την προσέλκυση τουριστών από μεγάλα αστικά κέντρα, που θέλουν να έρθουν σε επαφή με την φύση και την ύπαιθρο. Οι δραστηριότητες του αγροτουρισμού αναπτύσσονται άλλωστε μακριά από αστικές περιοχές και αφορούν τον πρωτογενή τομέα. Έτσι άτομα που απασχολούνται στην αγροτική παραγωγή αναλαμβάνουν σε πολλές περιπτώσεις τον ρόλο του καθοδηγητή απέναντι στους επισκέπτες. Σαν οφέλη των τόπων που αφορούν τόσο τον οικοτουρισμό όσο και τον αγροτικό τουρισμό είναι η αύξηση της εμπορικής κίνησης, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και η αύξηση της απασχόλησης.

Η κατηγορία του πολιτισμικού τουρισμού αναφέρεται στους τουρίστες εκείνους που θέλουν στο ταξίδι τους να έρθουν σε επαφή με παραδόσεις, τοπικά ήθη και έθιμα και πολιτιστικά μνημεία κάποιας περιοχής. Βασική προϋπόθεση είναι η περιοχή να έχει πολιτιστικό χαρακτήρα (Κοκκώσης κ.α., 2011). Δηλαδή να έχει χώρους όπως μουσεία, πολιτιστικά μνημεία, τα οποία προστατεύονται από το νόμο. Μάλιστα σε αυτή την κατηγορία ανήκει και ο θρησκευτικός τουρισμός, όπου τα άτομα έρχονται σε επαφή με θρησκευτικά μνημεία, εκκλησίες ή υπαίθριους χώρους λατρείας. Είναι δυο κατηγορίες τουρισμού οι οποίες βοηθάνε σημαντικά την ανάπτυξη ενός τόπου με μικρή τουριστική

προβολή και συμβάλλουν στην αειφορία, δηλαδή το να έρχονται σε επαφή με κάποια πολιτιστικούς χώρους χωρίς να τους επιβαρύνουν ή να τους καταστρέφουν.

Ειδική κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων αποτελούν ο τουρισμός καζίνο και ο τουρισμός περιπέτειας. Η πρώτη κατηγορία αναφέρεται στις υπηρεσίες και δραστηριότητες που απορρέουν από την λειτουργία των καζίνο. Δεν είναι τυχαίο ότι όλα σχεδόν τα καζίνο σε παγκόσμια κλίμακα αποτελούν μέρος, ενός ξενοδοχειακού συγκροτήματος. Ακόμα και στις περιπτώσεις που κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει μπορούμε να εντοπίσουμε τουριστικά καταλύματα σε πολύ κοντινή απόσταση. Στην Ελλάδα είχαμε την δημιουργία των πρώτων καζίνο την δεκαετία του 1960 στα νησιά της Ρόδου και της Κέρκυρας. Γενικότερα ο τουρισμός καζίνο ικανοποιούν την ανάγκη των επισκεπτών για την συμμετοχή σε τυχερά παίγνια από τα οποία μπορεί να αποκομίσουν κάποιο σημαντικό κέρδος. Απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε άτομα υψηλών εισοδηματικών κατηγοριών που αναζητούν την εμπειρία των τυχερών παιγνίων και λιγότερο την εμπειρία της επίσκεψης σε έναν καινούργιο τόπο. Από την άλλη πλευρά η κατηγορία του τουρισμού περιπέτειας, αναφέρεται στην ικανοποίηση των κινήτρων των επισκεπτών για συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες. Συνήθως αναζητούν τις αθλητικές δραστηριότητες εκείνες που έχουν έναν βαθμό δυσκολίας και αποφέρουν κάποιες ιδιαίτερες εμπειρίες. Οι τοπικοί φορείς σε συνεργασία με τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και τους tour operators εδώ είναι υπεύθυνοι για τον σχεδιασμό του τουριστικού πακέτου με κύριο μέλημα την ασφάλεια των συμμετεχόντων. Χαρακτηριστικά παραδείγματα δραστηριοτήτων που αποτελούν μέρος του τουρισμού περιπέτειας είναι η κωπηλασία (rowing), η ορειβασία (mountaineering), το καγιάκ ποταμού (river kayaking), η πλεύση σε ποταμό με σχεδία (rafting) και άλλα. Η μεγάλη αυτή ποικιλία δραστηριοτήτων και το ότι η συμμετοχή σε πολλές από αυτές δεν διέπεται από εποχιακούς περιορισμούς, έχει δώσει ώθηση στον συγκεκριμένο τύπου τουρισμού τα τελευταία χρόνια (Τσάρτας, 2010).

Μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που υπάρχει σήμερα και έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα είναι ο ιαματικός τουρισμός. Αφορά την λουτροθεραπεία, δηλαδή την χρήση ιαματικών πηγών από τους επισκέπτες, προκειμένου να υπάρξει θετική συμβολή στην υγεία τους. Προσελκύει περισσότερο άτομα ηλικιακών ομάδων άνω των 50 ετών, ενώ βασική προϋπόθεση είναι η ορθή αξιοποίηση των ιαματικών πηγών ενός τόπου

(Γείτονα & Σαραντόπουλος, 2016). Είναι μια μορφή τουρισμού που συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και λαμβάνει χώρο κυρίως την θερινή τουριστική περίοδο δηλαδή από τον Μάιο μέχρι τον Οκτώβριο. Στην Ελλάδα είναι μια μορφή τουρισμού που την συναντάμε τόσο σε νησιά όπως Ικαρία, αλλά και στην ηπειρωτική χώρα όπως είναι τα λουτρά Πόζαρ.

Ένα είδος εναλλακτικού τουρισμού που έχει γνωρίσει σημαντική άνθηση τα τελευταία 20 περίπου χρόνια είναι ο τουρισμός κρουαζιέρας. Ένα είδος που λαμβάνει χώρα στην ανοικτή θάλασσα σε κρουαζιερόπλοιο. Οι τουρίστες – επισκέπτες πληρώνουν έναν συγκεκριμένο ναύλο για την συμμετοχή τους που περιλαμβάνει την διατροφή και τις περιηγήσεις. Σημαντικοί προορισμοί αποτελούν όλες οι χώρες της Μεσογείου που βρέχονται από θάλασσα και ειδικότερα η Ελλάδα, ενώ διεθνής προορισμός – θέλγητρο είναι η Καραϊβική. Μια κρουαζιέρα διαρκεί περίπου 15 ημέρες στην διάρκεια των οποίων οι επιβάτες έχουν την δυνατότητα να επισκεφθούν πολλά παραθαλάσσια μέρη στα οποία το πλοίο πραγματοποιεί ολιγόωρες στάσεις. Με αυτό τον τρόπο οι επισκέπτες επιλέγουν ένα είδος τουρισμού που θα τους προσφέρει εμπειρίες σε πολλά μέρη, ενώ ταυτόχρονα οι τοπικές οικονομίες τονώνονται. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο ότι πολλά τουριστικά μαγαζιά βρίσκονται σε κοντινή απόσταση από τα λιμάνια, ανεξάρτητα την χώρα στην οποία αναφερόμαστε. Οι θαλάσσιες κρουαζιέρες απαιτούν καλές καιρικές συνθήκες για αυτό και για παράδειγμα στην χώρα μας πραγματοποιούνται στο διάστημα μεταξύ Απρίλιο και Νοέμβριο (Διακομιχάλης, 2009). Πρόκειται για ένα αυστηρά καθορισμένο ταξίδι το οποίο προτιμάται από τουρίστες που αναζητούν την ασφάλεια. Μια κρουαζιέρα αποτελεί έναν ασφαλή τρόπο να δει ο επισκέπτης πολλά μέρη (Κοκκώσης κ.α, 2011).

Μια τελευταία κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού που αξίζει να αναφερθεί είναι ο θαλάσσιος τουρισμός. Είναι η μορφή του εναλλακτικού τουρισμού με τα υψηλότερα κέρδη και αναπτύσσεται σε χώρες που βρέχονται από θάλασσα, όπως για παράδειγμα η Ιταλία και η Ελλάδα (Ambrosie, 2015). Το κίνητρο των τουριστών σε αυτή την κατηγορία είναι η γνωριμία με την θάλασσα και τις ακτές κατά την διάρκεια της επίσκεψής τους. Περιλαμβάνει θαλάσσιες αθλητικές δραστηριότητες ή δραστηριότητες παρατήρησης της θαλάσσιας χλωρίδας και πανίδας. Για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού χρειάζεται η κατάλληλη γεωμορφολογία ενός τόπου, η

οργάνωση κάποιων ακτών (οι αποκαλούμενες πλαζ) και ευνοϊκές καιρικές συνθήκες κατά τη διάρκεια της τουριστικής σεζόν. Ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει επίσης τουρισμό ιστιοπλοΐας και τον τουρισμό κρουαζιέρας. Πρόκειται για δυο τμήματα πολύ ειδικών ενδιαφερόντων που όμως κερδίζουν συνεχώς έδαφος στις τουριστικές προτιμήσεις. Στην περίπτωση της ιστιοπλοΐας προσελκύονται τουρίστες που αναζητούν την περιπέτεια στην θάλασσα και αγαπούν τον αθλητισμό, ενώ στην περίπτωση της κρουαζιέρας τα άτομα αναζητούν πιο πολύ την ηρεμία. Στην Ελλάδα μάλιστα υπάρχει ο αλιευτικός τουρισμός για τα άτομα που θέλουν να γνωρίσουν τους τρόπους αλιείας. Με τον θαλάσσιο τουρισμό πέρα από την τοπική ανάπτυξη που επιφέρει, συμβάλλει και στην προστασία των θαλάσσιων μετώπων ενός τόπου (Μοίρα & Μυλωνόπουλος, 2020).

## 1.4 Το αποτύπωμα του τουρισμού στην οικονομική δραστηριότητα της Ελλάδας

Η επίδραση του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία ήταν κάτι διακριτό ήδη από την αρχαιότητα. Η χώρα μας προσέλκυε μεγάλο αριθμό ατόμων, λόγω της διοργάνωσης σημαντικών τελετών, κυρίως πολιτιστικών και θρησκευτικών. Ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο σε αυτό είχε και η διοργάνωση των Ολυμπιακών αγώνων. Ο τουρισμός έτσι είχε ανέκαθεν μια εξέχουσα θέση στην οικονομία της χώρας. Από την δεκαετία του 1960 και έπειτα, υπήρξαν πολλές επενδύσεις στον Ελλαδικό χώρο, τόσο κρατικές όσο και ιδιωτικές, κάτι που φάνηκε από την ανάπτυξη τουριστικών υποδομών όπως λιμάνια, σιδηροδρομικές γραμμές και αεροδρόμια. Επιπλέον πέρα από επενδύσεις κεφαλαίου υπήρξαν και επενδύσεις σε ανθρώπινο δυναμικό με το άνοιγμα τουριστικών σχολών σε αρκετές πόλεις της Ελλάδας. Το άνοιγμα επίσης όλο και περισσότερων τουριστικών μονάδων και καταλυμάτων δημιούργησε πολλές θέσεις εργασίας οι οποίες με το πέρασμα των χρόνων καταλείπονταν από όλο και πιο εξειδικευμένο προσωπικό. Οι οικονομικές εισροές από την τουριστική κίνηση είναι επίσης ένα πολύ σημαντικό κομμάτι για την Ελληνική οικονομία. Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΤΕ για το 2019 η συνολική συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας ήταν της τάξης το 20,8%, με

τα έσοδα να διαμορφώνονται στα 17,7 δισεκατομμύρια ευρώ. Η συνολική απασχόληση ανήλθε στις 946.200 και σημαντικό στοιχείο είναι ότι από τους 31,3 εκατομμύρια τουρίστες που ήρθαν από το εξωτερικό όλο το χρόνο, ένα ποσοστό 56% ήρθε την καλοκαιρινή τουριστική σεζόν και συγκεκριμένα τους μήνες Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο. Το μεγαλύτερο μέρος των τουριστικών ροών που δέχεται η χώρα μας προέρχεται από βόρειες χώρες της Ευρώπης όπως η Γερμανία, το ΗΒ και οι Σκανδιναβικές χώρες. Επιπρόσθετα σημαντική μερίδα τουριστών προέρχεται από άλλες Ηπείρους, όπου μπορούμε να εντοπίσουμε μεγάλο αριθμό επισκεπτών από την Αμερική και την Κίνα. Η Ελλάδα λόγω της γεωγραφικής θέσης στην οποία βρίσκεται αποτελεί μια χώρα στην οποία ο τουρισμός έχει ζωτική σημασία για την οικονομία της. Επιπλέον λόγω του ότι πολλές περιοχές στην Ελλάδα έχουν αναπτύξει έντονη τουριστική δραστηριότητα, υπάρχει αρκετά μεγάλη διασπορά των τουριστών ανά την χώρα, κάτι που σημαίνει και διασπορά κερδών, η οποία ενισχύει τα τοπικά εισοδήματα. Ταυτόχρονα μπορούν να εντοπιστούν θέσεις εργασίας στον κλάδο του τουρισμού τόσο στην ηπειρωτική όσο και στην νησιωτική χώρα, ακόμα και αν πρόκειται για κάποιες εποχιακές. Ο τουρισμός συνεισφέρει επιπλέον και σε άλλους κλάδους της οικονομίας. Η αύξηση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος συμβάλλει στην αύξηση της ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών κλάδων όπως το εμπόριο, οι μεταφορές, οι κατασκευές, ακόμα και οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Δεν είναι έτσι τυχαίο το ότι ο τουρισμός αποκαλείται και η βαριά βιομηχανία της Ελλάδας (Κουτσουράδης & Λαγός, 2017).

Ο τουρισμός είναι ένα πολύ σημαντικό οικονομικό φαινόμενο, καθώς στην ουσία ένας τουρίστας επισκέπτης μεταφέρει και ενσωματώνει ένα κομμάτι του ΑΕΠ της χώρας προέλευσης στην χώρα που επιλέγει ως τουριστικό προορισμό. Η αύξηση του ΑΕΠ έχει ως αποτέλεσμα το να αυξηθούν τα εισοδήματα στην χώρα προορισμό (Abel et al., 2017). Η θετική αντανάκλαση αυτή έχει και κοινωνικές προεκτάσεις, αφού επιφέρει κοινωνική ευημερία, από την στιγμή που τα άτομα καταναλώνουν περισσότερο και η αγορά ενισχύεται. Για παράδειγμα ένας επισκέπτης από την Γαλλία που επισκέπτεται την Ελλάδα με έναν προϋπολογισμό (budget) ύψους 1000 ευρώ, ουσιαστικά φέρνει ένα κομμάτι του ΑΕΠ της Γαλλίας ύψους 1000 ευρώ και το ενσωματώνει στο Ελληνικό ΑΕΠ, εφόσον το ξοδεύει στην αγορά της χώρας μας. Με βάση αυτό το γεγονός είναι

λογικό οι κυβερνήσεις στις χώρες που δέχονται υψηλές τουριστικές ροές, όπως είναι η Ελλάδα, έχουν πάντα στην ατζέντα τους το θέμα της ανάπτυξης του τουριστικού τομέα.

Λόγω του ότι θα υπάρξει περαιτέρω διεύρυνση στην παρούσα πτυχιακή στο κομμάτι της Δυτικής Ελλάδας είναι σημαντικό να παρατηρήσουμε την οικονομική αποτύπωση του τουρισμού στο συγκεκριμένο κομμάτι της χώρας. Πρόκειται για μια περιφέρεια η οποία αποτελείται από τους νομούς Αχαΐας, Ηλείας και Αιτωλοακαρνανίας, ενώ καλύπτει το 8,6% της συνολικής έκτασης της Ελλάδας (Οικονομίδου, 2003). Ο τουρισμός που δέχεται είναι κατά κύριο λόγο εσωτερικός, αφού σύμφωνα με στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ για το έτος 2018 οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών διαμορφώθηκαν στις 278.734, ενώ των ημεδαπών στις 372.554. Για το 2019 απασχολήθηκαν 3911 άτομα στον τουριστικό κλάδο της συγκεκριμένης περιφέρειας. Λόγω του ότι όλοι οι νομοί που προαναφέραμε βρέχονται από θάλασσα, η υψηλότερη τουριστική κίνηση καταγράφεται την καλοκαιρινή σεζόν. Η συνεισφορά της περιφέρειας στα τουριστικά έσοδα κινήθηκε αρκετά χαμηλά για το 2019, στα 300 περίπου εκατομμύρια ευρώ. Οι περισσότερες τουριστικές αφίξεις, όπως και τα έσοδα αντανακλούν κυρίως τους αρχαιολογικούς χώρους που βρίσκονται στην περιφέρεια και αποτελούν πόλο έλξης για τις τουριστικές ροές. Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι μέχρι στιγμής η τουριστική ανάπτυξη δεν έχει αξιοποιηθεί στον μέγιστο δυνατό βαθμό. Τόσο η περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, όπως και η χώρα γενικότερα δέχεται εγχώριες και ξένες τουριστικές ροές.

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> Κρίσεις στον τομέα του τουρισμού

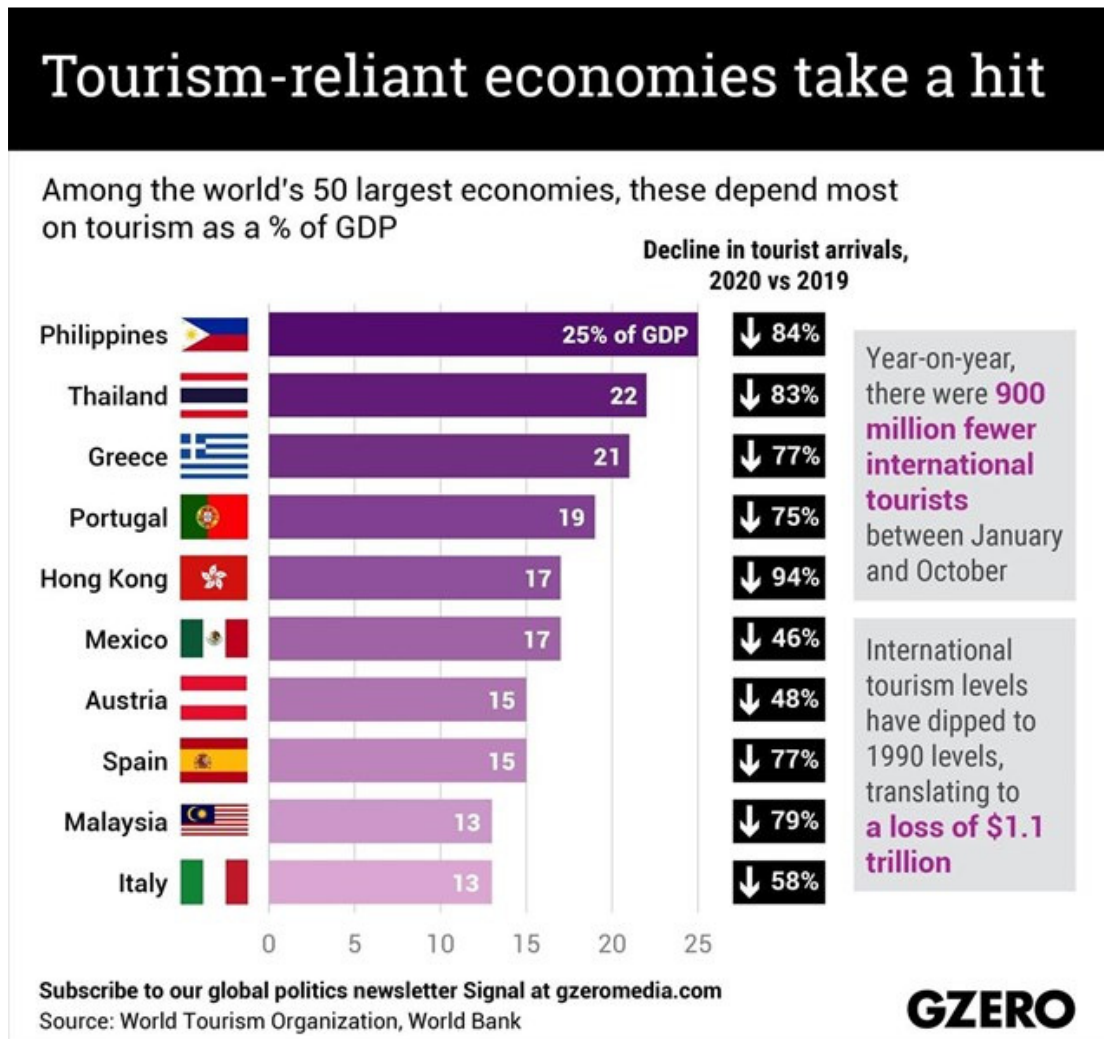
### 2.1 Η έννοια των τουριστικών κρίσεων

Όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο ο τουρισμός αποτελεί ένα πολύ σημαντικό μέγεθος για την οικονομία. Η συμβολή του στην οικονομική ανάπτυξη και ευημερία είναι μείζονος σημασίας. Έτσι αυτή η σύνδεση τουρισμού και οικονομίας είναι λογικό να διαταράσσεται όταν ένας από τους δυο τομείς αντιμετωπίζει κάποια κρίση. Μια πρώτη και ίσως η πιο γνωστή τουριστική κρίση είναι αυτή που προέκυψε από την κρίση στον χρηματοοικονομικό τομέα το 2008 (Λαγός, 2018). Ως αφετηρία της είχε την Αμερική, όπου το χρηματοπιστωτικό σύστημα δέχτηκε μεγάλο πλήγμα λόγω του ότι πολλά δάνεια δεν αποπληρώνονταν στην ώρα τους με αποτέλεσμα οι κατασχέσεις και οι μετέπειτα πωλήσεις να μην φέρνουν πίσω τα προσδοκώμενα ποσά που χρειάζονταν οι τράπεζες για να καλύψουν το ποσό του δανείου. Η κρίση αυτή επεκτάθηκε σε όλο τον κόσμο με αποτέλεσμα η τουριστική κίνηση να μειωθεί αισθητά προς κάθε προορισμό, ενώ και η τιμές του τουριστικού προϊόντος δέχθηκαν ένα ισχυρό πλήγμα, αφού αναπροσαρμόστηκαν προς τα κάτω. Μάλιστα παρατηρήθηκαν περιπτώσεις όπου το τουριστικό προϊόν κάποιων τόπων υποβαθμίστηκε εξαιτίας αυτού του γεγονότος. Επιπλέον υπήρξε μείωση των ξενοδοχειακών μονάδων, όπως και των τουριστικών γραφείων. Όπως είναι λογικό και η τουριστική καταναλωτική συμπεριφορά επηρεάστηκε αρνητικά, αφού λόγω της μείωσης των εισοδημάτων, υπήρξαν τμήματα καταναλωτών τα οποία είτε επέλεξαν λιγότερες μέρες διακοπών, είτε προτιμούσαν κάποιον κοντινό στην κατοικία τους τουριστικό προορισμό.

Μια άλλη έννοια των τουριστικών κρίσεων αφορά την λειτουργική κρίση, όπου αναφέρεται στην μη ομαλή λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης (Μαλαμά, 2011). Για παράδειγμα μπορεί να είναι κάποια δυσλειτουργία του πληροφοριακού συστήματος μιας ξενοδοχειακής μονάδας, κάποια μηχανική βλάβη σε ένα κρουαζιερόπλοιο, η απεργία των εργαζόμενων που απασχολούνται στον τουρισμό, ακόμα και η δυσκολία στην εύρεση πρώτων υλών από τους προμηθευτές. Στην Ελλάδα μάλιστα μια λειτουργική κρίση που συνέβη ήταν αυτή της βύθισης του



κρουαζιερόπλοιου sea diamond σε όρμο της Σαντορίνης το 2007. Το συγκεκριμένο ναυάγιο προκλήθηκε από μηχανική βλάβη, ενώ μέχρι σήμερα δεν έχει καταστεί δυνατή η αποκόλληση του από τον βυθό, κάτι που έχει αρκετές περιβαλλοντικές συνέπειες. Αξίζει να σημειωθεί ότι η περιβαλλοντική επιβάρυνση ενός τόπου είναι μια ακόμα κατηγορία τουριστική κρίσης, αφού μπορεί να οδηγήσει στην υποβάθμιση του τόπου και την μείωση των επισκεπτών. Η τελευταία κατηγορία τουριστικών κρίσεων που μπορούμε να διακρίνουμε είναι οι καταστροφές. Οι καταστροφές μπορεί να προκαλούνται από κάποιο ανθρώπινο λάθος όπως συνέβη στην περίπτωση της Σαντορίνης ή να είναι φυσικές. Κάποια φυσικά φαινόμενα όπως ένας τυφώνας ή ένα παλιρροιακό κύμα όπως το τσουνάμι, μπορούν να πλήξουν με μεγάλη σφοδρότητα έναν τόπο. Μπορεί τα συγκεκριμένα φαινόμενα να χαρακτηρίζονται ως αρκετά σπάνια, ωστόσο σε περίπτωση που συμβούν οι επιδράσεις τους είναι πολύ πιθανό να είναι ορατές ακόμα και για χρόνια. Μια τέτοια περίπτωση ήταν το τσουνάμι που προκλήθηκε μετά από έναν μεγάλο σεισμό στον ινδικό ωκεανό το 2004, πλήττοντας πολλές παράκτιες περιοχές στην Ινδονησία και την Ταϊλάνδη. Μια πιο πρόσφατη κρίση η οποία ακόμα αναλύεται και θα αναφερθούμε εκτενώς σε επόμενη ενότητα, είναι αυτή της πανδημίας του κορονοϊού που ξέσπασε απότομα στις αρχές του 2020 και μπορεί να ενταχθεί στα φυσικά φαινόμενα. Όπως φαίνεται και στο ακόλουθο σχήμα η συγκεκριμένη πανδημία έφερε ένα πολύ μεγάλο πλήγμα στο ΑΕΠ, πολλών χωρών, ωστόσο η άμεση αρνητική επίδρασή του ήταν σε χώρες όπου το ΑΕΠ τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την τουριστική δραστηριότητα. Οι συγκεκριμένες χώρες βρέθηκαν αντιμέτωπες με τον οικονομικό αντίκτυπο της πανδημίας άμεσα (Gössling et al., 2020). Σε ένα γενικότερο πλαίσιο θα μπορούσαμε να πούμε πως μια τουριστική κρίση είναι άμεσα συνυφασμένη με ένα μεγάλο οικονομικό πλήγμα, ειδικότερα για χώρες που στηρίζουν σημαντικό μέρος της οικονομικής τους δραστηριότητας στον τουρισμό.



Πηγή: *Naftemporiki.gr*

## 2.2 Η επίδραση της οικονομική κρίσης στον Ελληνικό τουρισμό

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους ελάχιστους κλάδους της Ελληνικής οικονομίας που είναι ανταγωνιστικός σε διεθνές επίπεδο. Η οικονομική κρίση όπως περιγράψαμε και στην προηγούμενη ενότητα, αποτέλεσε ένα παγκόσμιο φαινόμενο, το οποίο δεν θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστη την Ελλάδα. Το 2009 η χώρα μας παρουσίασε διπλάσιο έλλειμμα από το αναμενόμενο, κάτι που έφερε αλυσιδωτές αντιδράσεις σε πολλούς τομείς της οικονομικής δραστηριότητας. Ο τουρισμός δέχθηκε ισχυρότατο πλήγμα, αφού από την μια πλευρά οι τουριστικές ροές μειώνονταν και από την άλλη

πολλοί παραγωγοί αδυνατούσαν να ανταπεξέλθουν στην παραγωγή τουριστικού προϊόντος. Ένας σημαντικός παράγοντας ο οποίος ενίσχυσε την οικονομική και τουριστική κρίση στην χώρα μας ήταν η άνιση ανάπτυξη των περιφερειών. Υπάρχουν μέχρι και σήμερα κάποιες περιφέρειες στην χώρα μας οι οποίες υστερούν αρκετά έναντι των υπολοίπων. Σε κάποιες περιφέρειες υπάρχουν περισσότερες οικονομικές ευκαιρίες, κάτι που οδηγεί σε μια άνιση κατανομή των εισοδημάτων. Είναι χαρακτηριστικό στον τουριστικό τομέα, ότι τα νησιά και οι παραθαλάσσιες περιοχές της ηπειρωτικής χώρας έχουν πολύ περισσότερες ευκαιρίες στην προσέλκυση επισκεπτών, ενώ η απασχόληση είναι υψηλότερη. Οι συγκεκριμένες ανισότητες οξύνθηκαν όταν η προσοχή του κράτους για την αντιμετώπιση της ύφεσης δόθηκε γενικά στην χώρα και όχι σε κάθε περιφέρεια ξεχωριστά (Καρούλια, κ.α., 2013). Η οικονομική κρίση μείωσε την απασχόληση σε πολλούς τομείς και πολλά άτομα που εργαζόνταν στον τουριστικό κλάδο δέχτηκαν μειώσεις στους μισθούς τους. Επιπλέον αρκετοί παραγωγοί τουριστικού προϊόντος είτε είχαν κάποιο κατάλυμα, είτε κάποια τουριστική δραστηριότητα, βρέθηκαν αντιμετώπι με την δυσκολία συντήρησής τους, λόγω των μειωμένων τουριστικών ροών και κατ' επέκταση εισοδημάτων. Οι επενδύσεις στον τουρισμό μειώθηκαν αισθητά, κάτι που με την σειρά του μείωσε την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος. Η μείωση των τιμών του προσφερόμενου προϊόντος από τις τουριστικές επιχειρήσεις που υπήρξε ως άμεση αντίδραση απέναντι στην συγκεκριμένη κρίση υπήρξε κάτι μακροπρόθεσμο, αφού η τουριστική αγορά αναθεώρησε τις προτεραιότητές της. Επιπλέον ο Ελληνικός τουρισμός δέχθηκε σημαντικό πλήγμα στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού, όπου τα στελέχη των επιχειρήσεων μπορούσαν να συνδυάσουν την δουλειά τους με λίγη χαλάρωση, αφού αποτέλεσε ένα από τα πρώτα εταιρικά έξοδα τα οποία περιέκοψαν πολλές επιχειρήσεις. Σε ένα γενικότερο πλαίσιο τα επαγγελματικά ταξίδια μειώθηκαν σημαντικά σε σχέση με τα ταξίδια αναψυχής. Λόγω του ότι ο τουρισμός στην χώρα μας έχει μεγάλη συνεισφορά στο ΑΕΠ, η μείωση των πόρων που επέφερε είχε άμεσο αντίκτυπο στα έσοδα του κράτους. Η μη οικονομική σταθερότητα που ήρθε σαν επακόλουθο της οικονομικής ύφεσης, δημιούργησε ένα αρνητικό κλίμα για επενδύσεις σε όλους τους τομείς, από το οποίο δεν θα μπορούσε να εξαιρεθεί ο κλάδος του τουρισμού (Καρούλια, κ.α., 2013). Οι επενδύσεις ωστόσο δεν αφορούσαν μόνο τις τουριστικές επιχειρήσεις, αλλά και τις μεταφορές και υποδομές, καθότι υπήρξαν αρκετά αναπτυξιακά έργα, όπως

οδικά δίκτυα, λιμάνια και αεροδρόμια, τα οποία αναγκαστικά αναβλήθηκαν, προκειμένου το κράτος να περιορίσει τα έξοδά του για κάποια διάστημα. Με αυτόν τον τρόπο υπήρξε υποβάθμιση κάποιων περιφερειών (ιδίως εκείνων που βασιζόνταν αρκετά στον τουρισμό) και μπορεί να υπήρξε μια βραχυπρόθεσμη αύξηση των εσόδων, ωστόσο τα μακροπρόθεσμα έσοδα από τον τουρισμό σε αυτή την περίπτωση θα ήταν πολλαπλάσια.

Μεγάλο πλήγμα δέχθηκε και η απασχόληση στον κλάδο του τουρισμού, αφού λόγω της οικονομικής κρίσης η δραστηριότητα μειώθηκε, με αποτέλεσμα να υπάρχουν αρκετές τουριστικές επιχειρήσεις που προσλάμβαναν λιγότερα άτομα. Είναι ένα γεγονός που έχει δυο αναγνώσεις. Σε ένα πρώτο επίπεδο υπήρξαν ξενοδοχεία, καταλύματα και τουριστικές δραστηριότητες που δεν στελεχώνονταν επαρκώς με αποτέλεσμα να υπολειπώνονται. Για παράδειγμα ένας εργαζόμενος μπορεί να επωμιζόταν τα καθήκοντα για δυο θέσεις εργασίας. Η υποστελέχωση αυτή συνέβαλε στο να προσφέρεται ένα κατώτερο τουριστικό προϊόν σε σχέση με τα παλαιότερα χρόνια. Επιπλέον εμφανίστηκε και η αποκαλούμενη μαύρη εργασία. Πολλές φορές μάλιστα η υπάρχουσα στελέχωση δεν ήταν ποιοτική, αφού δεν αποτελούσαν από άτομα που είχαν εξειδικευτεί στον τομέα του τουρισμού, προκειμένου ο προσφερόμενος μισθός να είναι χαμηλότερος (Λαλούμης, 2015). Επιχειρήσεις στον κλάδο του τουρισμού προκειμένου να αποφύγουν την φορολογία για τους εργαζόμενους, προσλάμβαναν άτομα με το καθεστώς της αδήλωτης εργασίας, στερώντας σημαντικά έσοδα από το κράτος (Capital.gr, 2015). Σε ένα δεύτερο επίπεδο η μειωμένη απασχόληση σήμαινε λιγότερα εισοδήματα για πολλά άτομα, με αποτέλεσμα την μείωση της ζήτησης για πολλά προϊόντα στην αγορά, κάτι που με την σειρά του έφερε μείωση της οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα.

Σε επίπεδο τουριστών η οικονομική κρίση έφερε στην επιφάνεια νέα καταναλωτικά πρότυπα και συμπεριφορές. Αρχικά πολλοί καταναλωτές τουριστικών προϊόντων μείωσαν τις διανυκτερεύσεις τους σε έναν προορισμό, ενώ αναδύθηκε η τάση για κοντινότερα και εγχώρια ταξίδια. Σημαντικό μέρος της τουριστικής αγοράς άρχισε να προτιμάει τις επισκέψεις σε συγγενείς ή φίλους που μένουν σε κάποιον άλλο τόπο. Έτσι παρατηρήθηκαν λιγότερες αεροπορικές αφίξεις, ενώ πολλές Ελληνικές περιοχές άρχισαν να βασίζονται περισσότερο στον εσωτερικό τουρισμό. Μεγάλο ρόλο σε αυτό

είχαν και οι δυσοίωνες προβλέψεις των ατόμων για το μέλλον με βάση την εξέλιξη της κρίσης. Πολλές χώρες που αποτελούσαν τον βασικό τροφοδότη της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο και οι Η.Π.Α, δέχθηκαν πρώτοι τις συνέπειες του χρηματοπιστωτικού αυτού χτυπήματος με αποτέλεσμα οι αφίξεις επισκεπτών από αυτές τις χώρες να μειωθούν άμεσα ή σε περίπτωση επίσκεψής τους να περιορίζουν σημαντικά τον χρόνο διαμονής τους στην χώρας μας σε σχέση με το παρελθόν (Παπαδοπούλου & Μανωλοπούλου, 2017). Πέρα από την μείωση των ημερών διαμονής, αρκετοί τουρίστες μείωσαν τις δαπάνες τους ανά ταξίδι κάτι που στέρησε σημαντικούς πόρους από την τοπική αγορά. Σημαντικό ποσοστό των επισκεπτών σε έναν τόπο, αγόραζε κάποιο τουριστικό πακέτο και έμενε μόνο στο ξενοδοχείο καθ' όλη την διάρκεια της παραμονής του, αδιαφορώντας για τυχόν άλλες δραστηριότητες εκεί, όπως η επίσκεψη σε κάποιο πολιτιστικό χώρο. Η ζήτηση για το τουριστικό προϊόν έγινε αρκετά ελαστική, αφού οι καταναλωτές είχαν πλέον αρκετές επιλογές στην διάθεσή τους και οι δαπάνες για κάποιο ταξίδι δεν αποτελούν μια από τις κυρίαρχες προτεραιότητές τους. Η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα όπως είναι λογικό μειώθηκε από 15,9 εκατομμύρια το 2008 σε 14,9 εκατομμύρια το 2009 και 15 το 2010 (Χατζηδάκης, 2011). Μεγάλο πλήγμα πιο πρόσφατα, για τις τουριστικές ροές στην Ελλάδα, όπως και σε παγκόσμιο επίπεδο αποτέλεσε η πτώχευση της εταιρίας Thomas Cook, ενός από τα μεγαλύτερα ταξιδιωτικά γραφεία στον κόσμο. Το κλείσιμο της εταιρίας μπορεί να ήρθε το 2019, σχεδόν μια δεκαετία μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, ωστόσο ήδη από το 2010 η εταιρία αντιμετώπιζε πολύ μεγάλα οικονομικά προβλήματα, εξαιτίας του υπέρογκου δανεισμού. Στην Ελλάδα διαχειριζόταν 459 ξενοδοχεία, εκ των οποίων μόλις τα 16 μέχρι στιγμής έχουν περάσει σε μια άλλη μεγάλη ταξιδιωτική εταιρία την TUI (Tourismtoday, 2019). Υπήρξε έτσι μια εξωγενής αρνητική επίδραση στην ήδη επιβαρυνόμενη Ελληνική τουριστική βιομηχανία.

## 2.3 Επίδραση τουριστικής κρίσης στην Δυτική Ελλάδα

Το γεγονός ότι ολόκληρη η χώρα μας δέχθηκε τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης που έπληξε και το κομμάτι του τουρισμού, όπως είναι επόμενο έπληξε με σφοδρότητα και την περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Οι νομοί Αχαΐας, Ηλείας και Αιτωλοακαρνανίας που αποτελούν την συγκεκριμένη περιφέρεια, αποτελούν για αρκετούς τουρίστες μια στάση πριν την επίσκεψή τους σε κάποιο από τα Ιόνια νησιά, τα οποία βρίσκονται αρκετά κοντά στο δυτικό τμήμα των συγκεκριμένων νομών. Είναι ένα γεγονός που αποτυπώνεται στα στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ, όπως αποτυπώνονται στον ακόλουθο πίνακα και αποτέλεσε ένα πρόβλημα που οξύνθηκε κατά τα πρώτα χρόνια της οικονομικής κρίσης.

Περιφερειακή Ενότητα	Στοιχεία	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Αιτωλοακαρνανία</b>	Αφίξεις αλλοδαπών	10.765	10.660	9.200	12.048	13.904	19.759
	Αφίξεις ημεδαπών	124.829	114.180	93.884	102.742	101.835	106.595
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	43.242	39.162	35.136	43.466	58.596	101.579
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	256.142	251.649	213.602	220.046	219.739	228.698
	Πληρότητα	30,9%	29,9%	25,6%	27,1%	28,3%	30,8%
<b>Αχαΐα</b>	Αφίξεις αλλοδαπών	51.937	45.230	34.248	40.312	45.937	42.521
	Αφίξεις ημεδαπών	218.431	200.270	171.511	177.092	179.744	182.785
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	199.341	185.363	105.601	168.567	187.210	141.074
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	483.236	442.971	389.306	377.573	401.572	427.432
	Πληρότητα	36,8%	32,9%	25,8%	28,1%	30,5%	29,4%
<b>Ηλεία</b>	Αφίξεις αλλοδαπών	190.588	199.044	148.023	162.869	128.360	198.376

	Αφίξεις ημεδαπών	126.918	106.441	111.016	95.511	85.386	95.732
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	401.031	459.991	367.384	419.926	504.800	624.423
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	280.988	237.412	265.378	227.803	209.003	217.030
	Πληρότητα	36,6%	34,8%	30,3%	30,8%	34,3%	38,5%
<b>Σύνολο</b>	<b>Αφίξεις αλλοδαπών</b>	<b>253.290</b>	<b>254.934</b>	<b>191.471</b>	<b>215.229</b>	<b>188.201</b>	<b>260.656</b>
	<b>Αφίξεις ημεδαπών</b>	<b>470.178</b>	<b>420.891</b>	<b>376.411</b>	<b>375.345</b>	<b>366.965</b>	<b>385.112</b>
	<b>Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών</b>	<b>643.614</b>	<b>684.516</b>	<b>508.121</b>	<b>631.959</b>	<b>750.606</b>	<b>867.076</b>
	<b>Διανυκτερεύσεις ημεδαπών</b>	<b>1.020.366</b>	<b>932.032</b>	<b>868.286</b>	<b>825.422</b>	<b>830.314</b>	<b>873.160</b>
	<b>Πληρότητα</b>	<b>35,5%</b>	<b>33,1%</b>	<b>27,7%</b>	<b>29,1%</b>	<b>31,7%</b>	<b>33,5%</b>

Ένα πρώτο συμπέρασμα που προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα είναι ότι ο νομός Ηλείας προσελκύει με μεγάλη διαφορά τους περισσότερους αλλοδαπούς τουρίστες. Γενικότερα από όλες τις περιφερειακές ενότητες, μπορούμε να πούμε ότι οι περισσότερες τουριστικές ροές του εξωτερικού, προτιμάνε τον συγκεκριμένο νομό λόγω των πολλών αρχαιολογικών χώρων που έχει και ειδικότερα λόγω του ότι αποτελεί τον τόπο όπου ξεκίνησε ο θεσμός των Ολυμπιακών Αγώνων . Δεύτερος σε αφίξεις αλλοδαπών τουριστών έρχεται ο νομός Αχαΐας με περίπου το 1/3 των ροών που έχει ο νομός Ηλείας, ενώ αρκετά πιο κάτω βρίσκεται ο νομός Αιτωλοακαρνανίας. Κατά την διάρκεια της πενταετίας, που η χώρα μας αντιμετωπίζει τα σοβαρά προβλήματα της οικονομικής ύφεσης, ο νομός Αχαΐας έχει σταθερά την πρωτοκαθεδρία στις εγχώριες τουριστικές ροές, με τους νομούς Αιτωλοακαρνανίας να έπονται με αυτή την σειρά. Με βάση τις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών και τις αντίστοιχες αφίξεις, παρατηρούμε αρχικά ότι για την Αιτωλοακαρνανία κάθε επισκέπτης έμεινε κατά μέσο όρο 4 ημέρες στον συγκεκριμένο τόπο, μέχρι το 2014. Για το έτος 2015, υπήρξε αύξηση

κατά μία ημέρα στις διανυκτερεύσεις, κάτι που μάλλον ήρθε σαν φυσικό επακόλουθο της αυξημένης τουριστικής κίνησης. Για το νομό Αχαΐας παρατηρείται ένας μέσος όρος διανυκτερεύσεων ξένων επισκεπτών περίπου στις 3,5 ημέρες, με την μεγαλύτερη τιμή να εντοπίζεται το 2014, όπου είχαμε 4,18 διανυκτερεύσεις και την μικρότερη τιμή το 2013 με 3 διανυκτερεύσεις. Ο νομός Ηλείας για τα έτη 2010 μέχρι 2013 είχε έναν μέσο όρο 2,5 διανυκτερεύσεων ανά επισκέπτη από αλλοδαπή χώρα, παρότι είχε τις περισσότερες τουριστικές ροές από το εξωτερικό. Ωστόσο για το 2014 ο μέσος όρος διαμορφώνεται στις 4 διανυκτερεύσεις και για το 2015 στις 3. Στο κομμάτι της διαμονής των εσωτερικών τουριστών τόσο η Αχαΐα όσο και η Αιτωλοακαρνανία έχουν μέσο όρο διανυκτερεύσεων ανά επισκέπτη 2,2. Συμπεραίνουμε έτσι ότι μπορεί να υπάρχουν περισσότεροι επισκέπτες στους δυο αυτούς νομούς από την Ελλάδα σε σχέση με τις αφίξεις από το εξωτερικό, ωστόσο δεν αφιερώνουν πολλές μέρες από τις διακοπές τους. Στον νομό Ηλείας τα πράγματα είναι παρόμοια με 2,3 διανυκτερεύσεις ανά ημεδαπό επισκέπτη. Ένα εύλογο πρόβλημα που προκύπτει από τον συγκεκριμένο πίνακα είναι ότι η πληρότητα είχε πτωτική πορεία μέχρι το 2012 και έπειτα μια σταδιακή αύξηση. Τα ποσοστά όμως της πληρότητας παρουσιάζονται εξαιρετικά χαμηλά ξεκινώντας από 35,5% το 2010, που ήταν η χρονιά κατά την οποία η οικονομική ύφεση γινόταν αισθητή, για να φτάσουμε στο 2015 όπου το ποσοστό διαμορφώνεται στο 33,5%. Ο μέσος όρος για την πενταετία 2010 με 2015, κυμάνθηκε περίπου στο 31,8%. Σαν τελικό συμπέρασμα στον τομέα της πληρότητας θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ότι πολλά ξενοδοχεία και καταλύματα της εποχής είναι κατά 2/3 άδεια στην διάρκεια του έτους. Το γεγονός μάλιστα ότι οι συγκεκριμένες περιοχές δεν διαθέτουν τόσα πολλά καταλύματα που λειτουργούν κατά την διάρκεια της καλοκαιρινής σεζόν, όπως για παράδειγμα συμβαίνει σε πολλά νησιά, εντείνει ακόμα περισσότερο την ανησυχία. Τα στοιχεία αυτά σε συνδυασμό με το γεγονός ότι τα Ιόνια νησιά εμφάνισαν μεγαλύτερη αντοχή στην κρίση, προσελκύοντας μεγάλο αριθμό τουριστών από την Ελλάδα και το εξωτερικό, μας δίνουν ακόμα μια οπτική του προβλήματος (Θεοδώρου, 2015).

Σημαντικό πρόβλημα της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας είναι και η μικρή συμμετοχή της στο ΑΕΠ της χώρας (Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, 2012). Ταυτόχρονα η ανεργία στην Δυτική Ελλάδα κυμαίνεται σε ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά, αφού από περίπου 23%



το 2011, έφτασε στο 28,9% το τελευταίο τρίμηνο του 2015. Πολύ σημαντικό πρόβλημα αποτελεί επίσης το γεγονός ότι την πενταετία 2010 – 2015 οι συγκοινωνιακές δομές της περιφέρειας βρίσκονταν σε στάδιο αναβάθμισης. Για παράδειγμα η εθνική οδός Πατρών – Αθηνών ολοκληρώθηκε το 2017, ενώ ξεκίνησε να αναβαθμίζεται το 2008. Στην Αιτωλοακαρνανία η Ιόνια οδός ολοκληρώθηκε το 2017, ενώ η εθνική οδός Πατρών – Πύργου βρίσκεται ακόμα σε στάδιο δημοπράτησης, αφού τα κονδύλια του κράτους μειώθηκαν κατά την διάρκεια της ύφεσης, με αποτέλεσμα το συγκεκριμένο έργο να μην έχει ξεκινήσει ακόμα. Ένα πρόβλημα που πρόσφατα απασχόλησε την συγκεκριμένη περιφέρεια και βρίσκεται σε στάδιο επίλυσης, είναι η ανάπτυξη ειδικών και ήπιων μορφών τουρισμού, όπως ο περιβαλλοντικός και πολιτιστικός τουρισμός σε περιοχές της περιφέρειας που δεν είχαν μεγάλη προβολή ως τώρα (Πουλημένου, 2020). Επιπλέον υπάρχει και η ανάπτυξη του ιαματικού και θεραπευτικού τουρισμού με την εφαρμογή αναπτυξιακών προγραμμάτων για τις περιοχές της Κυλλήνης και του Καϊάφα, που διαθέτουν ιαματικές πηγές, οι οποίες έμεναν ανεκμετάλλευτες εξαιτίας της έλλειψης κονδυλίων. Η περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας διαθέτει μέχρι σήμερα μόλις ένα αεροδρόμιο, τον Άραξο που βρίσκεται στο Δυτικό τμήμα της Αχαΐας και λειτουργεί μόνο κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, κάτι που δυσκολεύει ακόμα περισσότερο τις διεθνείς αφίξεις. Συνοπτικά μπορούμε να πούμε ότι ο τομέας της Δυτικής Ελλάδας, δέχθηκε ίσως ένα από τα μεγαλύτερα πλήγματα ως περιφέρεια της χώρας.

Για να γίνει ακόμα πιο κατανοητό το αποτύπωμα της χρηματοπιστωτικής κρίσης του 2008 στον τουρισμό της Δυτικής Ελλάδας, θα παραθέσουμε στο ακόλουθο πίνακα τα ποσοστά απασχόλησης στην συγκεκριμένη περιφέρεια.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Δραστηριότητες υπηρεσιών παροχής καταλύματος και εστίασης</b>	16,2	15,3	14,0	14,9	15,9	19,8
<b>Λοιποί κλάδοι</b>	246,1	223,6	197,7	187,8	185,0	186,4
<b>Σύνολο απασχόλησης</b>	262,3	238,9	211,7	202,7	200,9	206,2
<b>Σύνολο Χώρας</b>	<b>4.389,8</b>	<b>4.054,3</b>	<b>3.695,0</b>	<b>3.513,2</b>	<b>3.536,2</b>	<b>3.610,7</b>
<b>% Υπηρεσιών επί του συνόλου Περιφέρειας</b>	6,2%	6,4%	6,6%	7,3%	7,9%	9,6%

<b>% Λοιπών κλάδων επί του συνόλου Περιφέρειας</b>	93,8%	93,6%	93,4%	92,7%	92,1%	90,4%
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Το πρώτο σημαντικό γεγονός που παρατηρούμε στον συγκεκριμένο πίνακα είναι η σταθερά πτωτική πορεία των επιχειρήσεων προσφοράς υπηρεσιών του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή των καταλυμάτων όπως τα ξενοδοχεία και των οργανισμών εστίασης όπως εστιατόρια και καφετέριες. Η πτωτική πορεία αυτή, αντιστρέφεται από το 2013 και έπειτα, λόγω των μέτρων τόνωσης της οικονομίας και κατ' επέκταση του τουρισμού που πάρθηκαν από την κυβέρνηση. Για τους υπόλοιπους κλάδους ωστόσο δεν ισχύει το ίδιο. Το ποσοστό απασχόλησης σε όλους τους υπόλοιπους κλάδους της περιφέρειας κινήθηκε πτωτικά καθ' όλη την διάρκεια της πενταετίας. Το γεγονός αυτό αντανακλά μια συρρίκνωση της οικονομίας του συγκεκριμένου τόπου από την στιγμή που πολλές δραστηριότητες δέχθηκαν ανεπανόρθωτα πλήγματα, όπως αποδείχθηκε. Ένα παράδειγμα είναι ο κλάδος των συμβουλευτικών υπηρεσιών προς επιχειρήσεις. Το σύνολο της απασχόλησης στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας δέχθηκε πολύ μεγάλες μειώσεις από το 2010 μέχρι το 2014 και από το 2015 υπήρξε μια ελαφρά ανάκαμψη. Παρατηρείται επίσης ότι ο τουριστικός κλάδος έχει πολύ μικρή συμμετοχή σαν ποσοστό στο σύνολο των υπηρεσιών της περιφέρειας σε όλη την πενταετία που εξετάζουμε. Ωστόσο το ποσοστό αυτό έχει αυξητική τάση από το έτος εκκίνησης το 2010 και φτάνει κοντά στο 10% το 2015. Αντίστοιχα βλέπουμε ότι οι υπόλοιποι κλάδοι αν και έχουν μεγαλύτερο ποσοστό στο σύνολο της περιφέρειας δέχονται μια μικρή αλλά σταθερή μείωση. Αυτό δείχνει μια στροφή προς τον τουρισμό ως μέσο αντιμετώπισης του αρνητικού αντίκτυπου που είχε στην οικονομία της περιφέρειας η χρηματοοικονομική κρίση. Η στροφή αυτή δεν γίνεται μόνο από την περιφέρεια καθαυτή αλλά και γενικότερα από τους τοπικούς φορείς και επιχειρηματίες, αφού φαίνεται να είδαν μια σημαντική ευκαιρία.



*Η αποτύπωση της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας στο χάρτη. Πηγή: [pde.gov.gr](http://pde.gov.gr)*

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα και μια πρώτη ματιά στην επίδραση της υγειονομικής κρίσης

### 3.1 Η πορεία του Ελληνικού τουρισμού

Ο τουρισμός στην Ελλάδα ήταν ένα φαινόμενο που εμφανίστηκε από την αρχαιότητα. Όπως αναφέραμε και στην ενότητα της ιστορικής εξέλιξης του τουρισμού οι Ολυμπιακοί Αγώνες που λάμβαναν τόπο στην χώρα μας, αποτελούσαν πόλο έλξης για μεγάλη μερίδα του κόσμου. Μάλιστα με την παγκόσμια εκχειρία που ίσχυε τότε διευκολύνονταν ακόμα περισσότερο οι μεταφορές των τουριστών. Την ίδια περίοδο άκμαζε και ο θρησκευτικός τουρισμός στην χώρα, λόγω των μαντείων, αλλά και των θρησκευτικών τελετών που συντελούνταν. Έτσι η Ελλάδα χαρακτηρίζεται ορθά ως ένας παραδοσιακός τουριστικός προορισμός και δεν ανήκει στην κατηγορία των νέων τουριστικών κρατών, που περιλαμβάνει πιο εξωτικούς προορισμούς θα λέγαμε όπως οι Μαλδίβες και οι Μπαχάμες. Με βάση το ιστορικό πλαίσιο δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία ειδικά για την Ελλάδα, την περίοδο της Βυζαντινής και μετέπειτα Οθωμανικής αυτοκρατορίας.

Μια ιδιαίτερα σημαντική περίοδος για τον τουρισμό στην Ελλάδα αποτελούν τα 100 χρόνια μεταξύ 1840 και 1940, όπου μπήκαν οι πρώτες τουριστικές βάσεις στην χώρα. Έγιναν αρκετές και σημαντικές ανακατατάξεις, αφού ο σχηματισμός του Ελληνικού κράτους το 1828 από την μία πλευρά και οι τεχνολογικές εξελίξεις από την άλλη ήταν το εφελθτήριο για τον σχηματισμό μιας πρώιμης τουριστικής δραστηριότητας. Μέσα σε αυτά τα εκατό χρόνια που αναφερόμαστε υπήρξε μια βάση για την μετέπειτα γιγάντωση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Ήδη από το 1834 με την μεταφορά της πρωτεύουσας από το Ναύπλιο στην Αθήνα είχε ανοίξει το πρώτο ξενοδοχείο. Τα μέσα μεταφοράς και επικοινωνίας εξελίχθηκαν και ταυτόχρονα αναβαθμίστηκαν οι οδικοί άξονες (όπως με την διάνοιξη του Ισθμού της Κορίνθου). Τόσο ο δημόσιος όσο και ιδιωτικός τουριστικός τομέας σημειώνουν μεγάλα βήματα ανάπτυξης και το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν παύει να αποτελεί πλέον ένα αγαθό για κάποιες μικρές προνομιούχες ομάδες ατόμων. Το στοιχείο που κυριαρχεί είναι η μηχανή που αντικαθιστά την μυϊκή δύναμη σε διάφορα είδη μεταφορών. Την δεκαετία του 1870

έχουμε την αντικατάσταση των ιστιοφόρων από ατμόπλοια στην θάλασσα, ενώ στην ξηρά εγκαινιάζεται η πρώτη σιδηροδρομική γραμμή που ένωνε την Αθήνα με τον Πειραιά. Ένα σημαντικό στοιχείο είναι ότι ο Όθωνας, βασιλιάς της Ελλάδας στην αρχή της εκατονταετίας που αναφερόμαστε, μαζί με τους ξένους συμβούλους του ενοικίαζαν κατοικίες από ντόπιους, ανάλογα με το μέρος στο οποίο επέλεγαν να παραθερίσουν. Άλλο σημαντικό στοιχείο των τελών του 19<sup>ου</sup> αιώνα είναι το ότι μέσω του εμπορίου της σταφίδας στην Ελλάδα έρχονταν πολλοί έμποροι από διάφορα ευρωπαϊκά κράτη που συνδύαζαν την δουλειά τους με ολιγόημερες διακοπές, ενώ πολλές φορές επέστρεφαν με την οικογένειά τους για να παραθερίσουν (Πατρώνης, 2019). Οι αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα ήταν μια περίοδος κατά την οποία η τουριστική ανάπτυξη συνεχίστηκε με την οργάνωση τουριστικών ταξιδιών από πρακτορεία όπως η Thomas Cook. Στις αρχές της δεκαετίας του 1910 με την απελευθέρωση της Μακεδονίας και την σιδηροδρομική της σύνδεση με την Ελλάδα υπήρξε σημαντική αναβάθμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος (Καμαριώτη, 2013). Η ανάπτυξη αυτή ανακόπηκε προσωρινά από τον ερχομό του Α΄ Παγκοσμίου πολέμου (1914-1918). Την περίοδο του μεσοπολέμου και του οικονομικού κραχ του 1929 ο τουρισμός στην Ελλάδα δέχεται σημαντικά πλήγματα, ωστόσο έχει ήδη εδραιωθεί στην συνείδηση του τουριστικού κοινού ως μια χώρα στην οποία μπορούν να περάσουν τις διακοπές τους. Ένα πολύ σημαντικό βήμα εκείνη την εποχή ήταν ο νόμος 4377, με τον οποίο δόθηκε βάρος στην βελτίωση και δημιουργία ξενοδοχείων σε πολλά μέρη της Ελλάδας και κυρίως στην Αθήνα (Dristas, 2003). Φτάνοντας στην περίοδο του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου παρατηρούμε άλλη μια ύφεση του τουριστικού προϊόντος.

Από το 1945 και έπειτα με το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου και μέχρι την σημερινή εποχή η Ελλάδα γνωρίζει μια ταχύτατη τουριστική ανάπτυξη. Αρχικά μπαίνουν οι βάσεις σε επίπεδο παιδείας για την σημασία του τουρισμού (Gartner, 2001). Είναι επίσης η περίοδος που η απασχόληση στον τουριστικό κλάδο σημειώνει μια ραγδαία αύξηση. Ένας πρώτος παράγοντας που συνέβαλε στην αύξηση του τουρισμού αμέσως μετά την λήξη του πολέμου είναι οι επισκέψεις που γίνονταν σε συγγενείς και φίλους με τους οποίους είχε χαθεί η επικοινωνία λόγω του εμπόλεμου κλίματος. Επιπλέον τα επαγγελματικά ταξίδια πολλαπλασιάζονται, ενώ χτίζονται και τα πρώτα αεροδρόμια στην Ελλάδα, με το αεροδρόμιο του Ελληνικού να

ολοκληρώνεται στις αρχές της δεκαετίας του 1950. Η αύξηση των εισοδημάτων στην Ελλάδα, αλλά και σε παγκόσμια κλίμακα αύξησε τόσο τις επενδύσεις στο τουριστικό προϊόν της χώρας μας, όσο και τις τουριστικές ροές. Μέχρι εκείνη την εποχή η Ελλάδα δεχόταν κατά κύριο λόγο τουρίστες υψηλών εισοδηματικών κατηγοριών που ενδιαφέρονταν να επισκεφθούν τα αρχαία μνημεία και γενικότερα υπάγονταν στην κατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού. Από την δεκαετία του 1970 και έπειτα όπου οι αποστάσεις εκμηδενίστηκαν λόγω της τεχνολογικής προόδου, υπήρξε ταχύτατη ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού. Οι τουρίστες – καταναλωτές είχαν πλέον περισσότερο ελεύθερο χρόνο για ταξίδια, κάτι που σε συνδυασμό με τον επαναπροσδιορισμό των στόχων πολλών ξενοδοχειακών μονάδων και την οικονομική άνθηση έδωσε μεγάλη αξία στο ελληνικό τουριστικό προϊόν. Τα τελευταία 30 περίπου χρόνια η Ελλάδα έχει εδραιωθεί ως ένας κατεξοχήν τουριστικός προορισμός, με αποτέλεσμα να συμβάλλει σημαντικά σαν τομέας στο ΑΕΠ της χώρας (Κουτσοιράδης & Λαγός, 2017). Ακόμα και μετά την χρηματοοικονομική ύφεση του 2008, η χώρα παραμένει υψηλά στους προορισμούς προτίμησης των τουριστών.

### 3.2 Τουριστικές υποδομές, υπηρεσίες και μεταφορές

Η Ελλάδα αποτελώντας έναν τουριστικό προορισμό υψηλής ζήτησης δεν θα μπορούσε να μην έχει αναπτύξει τις κατάλληλες υποδομές. Οι υποδομές της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας υπάγονται σε μια δυναμική διαδικασία, καθώς αναβαθμίζονται συχνά. Είναι χαρακτηριστικό πως υπάρχουν αρκετές επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού και μάλιστα σε κάποιες περιπτώσεις μπορούμε να ξεχωρίσουμε και συγχωνεύσεις τουριστικών επιχειρήσεων προκειμένου να ανταποκριθούν καλύτερα στις απαιτήσεις της τουριστικής αγοράς (Κοκκώσης κ.α., 2011). Ο τομέας των τουριστικών υποδομών έχει μερικά ενδιαφέροντα στοιχεία μέχρι το έτος 2018, όπως αυτά προκύπτουν από την καταγραφή που πραγματοποίησε ο ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων). Έτσι η ξενοδοχειακή υποδομή της χώρας αποτελείται από 10.121 ξενοδοχεία τα οποία διαθέτουν 798.650 κλίνες. Ταυτόχρονα τα 5 πρώτα αεροδρόμια σε αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, με βάση τα στοιχεία της Fraport για το 2018 είναι τα εξής: Αθήνα – Ελευθέριος Βενιζέλος με 8.810.593 αφίξεις,

Ηράκλειο – Ν. Καζαντζάκης με 3.256.490, Ρόδος – Κρατικός αερολιμένας με 2.365.520, έπεται η Θεσσαλονίκη – αεροδρόμιο Μακεδονία με 2.307.587 και τέλος έχουμε το αεροδρόμιο Ιωάννης Καποδίστριας της Κέρκυρας με 1.463.288 αφίξεις. Τα συγκεκριμένα στοιχεία αφορούν μάλιστα όλο το έτος και όχι μόνο την τουριστική σεζόν του καλοκαιριού.

Οι υποδομές όπως γίνεται κατανοητό έχουν μεγάλη σημασία για τον τουρισμό, αφού έχουν σημαντική συμβολή στην διαμόρφωση ενός ποιοτικού τουριστικού προϊόντος. Στην Ελλάδα τις τελευταίες δυο δεκαετίες υπάρχει σημαντική βελτίωση των υποδομών κυρίως λόγω της χρηματοδότησης από Ευρωπαϊκά προγράμματα. Μπορούμε να διακρίνουμε δυο κατηγορίες υποδομών. Η πρώτη έχει να κάνει με το κατασκευαστικό κομμάτι και αφορά την κατασκευή οδικών δικτύων και τουριστικών καταλυμάτων. Η δεύτερη κατηγορία αφορά όλες εκείνες τις υποδομές οι οποίες χρησιμοποιούν τεχνολογίες όπως η πληροφορική και οι τηλεπικοινωνίες (Βαρβαρέσος, 1997). Οι υποδομές χαρακτηρίζονται συνήθως από υψηλό κόστος, το οποίο πολλές φορές είναι αδύνατον να καλυφθεί μόνο από κρατικές και περιφερειακές χρηματοδοτήσεις. Έτσι η δημιουργία των τουριστικών υποδομών χρειάζεται έναν ορθό οικονομικό προγραμματισμό, προκειμένου να αξιοποιούνται κατάλληλα τα κονδύλια που υπάρχουν (Ζουπουνίδης & Σίσκος, 2006). Οι τουριστικές υποδομές υπάγονται σε δυο πολύ βασικές κατηγορίες. Η πρώτη περιλαμβάνει όλες τις υποδομές αναψυχής, οι οποίες είναι σχεδιασμένες και προσαρμοσμένες στις ανάγκες των τουριστών, όπως για παράδειγμα οι πίστες θαλάσσιων σπορ. Η δεύτερη κατηγορία αφορά τις γενικές υποδομές που δεν αφορούν αποκλειστικά τον τουρισμό και μπορούν να αξιοποιηθούν ποικιλοτρόπως, όπως για παράδειγμα η ηλεκτροδότηση ή οι οπτικές ίνες που αφορούν το διαδίκτυο.

Στον τομέα των τουριστικών υπηρεσιών μπορούμε να διακρίνουμε πολλές επιχειρήσεις που υπάγονται στον τουριστικό κλάδο. Αξίζει να τονίσουμε ότι οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις μπορεί να προσφέρουν υπηρεσίες διαμονής (πχ. καταλύματα) ή υπηρεσίες αναψυχής (πχ. θαλάσσια σπορ) ή ακόμα και έναν συνδυασμό αυτών των υπηρεσιών. Στην κατηγορία των τουριστικών καταλυμάτων έχουμε την διάκρισή τους με βάση τον τύπο τους. Έχουμε πολυτελή ξενοδοχεία, τα λεγόμενα πέντε αστέρων ακολουθούμενα από αυτά των τεσσάρων αστέρων μέχρι το τελευταίο στάδιο της αξιολόγησης, δηλαδή

τα ξενοδοχεία ενός αστεριού. Οι παράγοντες αξιολόγησης για τα αστέρια είναι ο βαθμός άνεσης, η διάρκεια λειτουργίας και εκμετάλλευσης, το μέγεθος και η ένταξη του ξενοδοχείου σε ανεξάρτητη ή εξαρτημένη αλυσίδα. Επίσης μπορούμε να διακρίνουμε ξενοδοχεία κλασσικού τύπου ή τύπου μοτέλ. Άλλου τύπου καταλύματα αποτελούν τα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, οι τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες ή επαύλεις, οι χώροι οργανωμένου κάμπινγκ για κατασκηνωτές και πιο πρόσφατα τα καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης τύπου Airbnb. Πέρα από την διαμονή πολλά ξενοδοχεία κυρίως, αλλά και τουριστικά καταλύματα περιλαμβάνουν εστιατόρια ή μπαρ στα οποία το τουριστικό κοινό μπορεί να χαλαρώσει (Βαρβαρέσος & Σωτηριάδης, 2003). Επιπλέον περιλαμβάνουν τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες μπορεί να είναι είτε κάποια οργανωμένη εκδρομή σε κάποιο κοντινό προορισμό, παραλία με το αντίστοιχο beach bar ή γήπεδα τένις και γκολφ. Πέρα από τις τουριστικές υποδομές που αφορούν την φιλοξενία των τουριστών, υπάρχει και η κατηγορία που αφορά αποκλειστικά την αναψυχή τους. Εδώ μπορούμε να διακρίνουμε θεματικά πάρκα (πχ. υδάτινα) ή επιχειρήσεις που ασχολούνται με την ξενάγηση σε μέρη πολιτισμικού ενδιαφέροντος (πχ. αρχαίοι ναοί).

Η κατηγορία των μεταφορών αποτελεί ίσως τον πιο βαρυσήμαντο παράγοντα του τουριστικού προϊόντος, αφού αναφέρεται στην ευκολία πρόσβασής του. Είναι δηλαδή ένα θεμελιώδες στοιχείο του τουρισμού, τόσο από την πλευρά των καταναλωτών, όσο και από αυτή των παραγωγών. Ειδικότερα ένα ανεπτυγμένο οδικό δίκτυο μπορεί να δώσει το έναυσμα για ανάπτυξη περιοχών που δεν θεωρούνταν τουριστικοί προορισμοί μέσα στην χώρα, φέρνοντας ένα βαθμό κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης στον τόπο. Το επόμενο κομμάτι των μεταφορών αποτελούν οι συγκοινωνιακές υποδομές. Ένα ανεπτυγμένο συγκοινωνιακό δίκτυο μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός και ο χιονοδρομικός τουρισμός, αφού η πρόσβαση σε περιοχές που μπορούν να προσφέρουν αυτές τις μορφές τουρισμού γίνεται πιο άμεση. Ένα πολύ σημαντικό πρόβλημα στο οποίο έχουν δώσει λύση οι μεταφορές είναι αυτό της ταχύτητας. Δηλαδή οι τουρίστες μεταφέρονται πιο γρήγορα και ασφαλέστερα σε έναν τόπο, αντλώντας μεγαλύτερη ικανοποίηση από την μεταφορά τους. Αυτό αντανακλάται ιδιαίτερα στις αερομεταφορές και στον τρόπο λειτουργίας τους, ιδιαίτερα από την δεκαετία του 1990 και έπειτα. Πλέον κάθε χώρα



διαθέτει τουλάχιστον ένα αεροδρόμιο και ταυτόχρονα οι διεθνείς αερογραμμές εκσυγχρονίζονται συνεχώς. Χαρακτηριστικό αποτέλεσμα μάλιστα αποτελεί η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθούν πολλές εταιρίες αερομεταφορών προσφέροντας σημαντικά χαμηλότερες τιμές για συγκεκριμένους προορισμούς ή σε πελάτες που θα κάνουν κράτηση του εισιτηρίου, νωρίτερα από την ημερομηνία αναχώρησής τους. Σημαντικό παράδειγμα για τις αερομεταφορές αποτελεί η Ελλάδα που την καλοκαιρινή τουριστική σεζόν θέτει σε λειτουργία πολλά περιφερειακά αεροδρόμια, ιδιαίτερα στα νησιά. Τέλος οι μεταφορές αφορούν επίσης την ακτοπλοΐα, η οποία σε χώρες που έχουν θαλάσσια ακτογραμμή, γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη. Ο συγκεκριμένος τύπος μεταφοράς πρέπει να τονίσουμε ότι χαρακτηρίζεται από μεγάλη εποχικότητα, αφού προτιμάται από σημαντική μερίδα του τουριστικού κοινού τους καλοκαιρινούς μήνες. Λόγω της ανάπτυξης των αερογραμμών πλέον υπάρχουν σημαντικά χαμηλότερες τιμές στα ακτοπλοϊκά εισιτήρια σε σχέση με το παρελθόν. Σημαντικοί προορισμοί για την ακτοπλοΐα σε οποιαδήποτε μορφή (πχ κρουαζιερόπλοια, σκάφη αναψυχής) αποτελούν οι χώρες του ευρωπαϊκού νότου, όπως η Ιταλία η Ελλάδα και η Ισπανία (Weeden & Dowling, 2016).

### 3.3 Είδη τουρισμού στην Δυτική Ελλάδα (με παράθεση SWOT Analysis)

Η Δυτική Ελλάδα όπως είδαμε και σε προηγούμενη ενότητα δέχθηκε ισχυρό πλήγμα κατά την παγκόσμια οικονομική κρίση από το 2008 και έπειτα. Ωστόσο περιλαμβάνοντας τους νομούς Αχαΐας, Αιτωλοακαρνανίας και Ηλείας οι οποίοι έχουν μεγάλη ακτογραμμή, αφού στο μεγαλύτερό τους μέρος βρέχονται από θάλασσα και συνδυαστικά με το ότι ένα ποσοστό γύρω στο 45% της έκτασης της συγκεκριμένης περιφέρειας είναι ορεινό έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον να αναλύσουμε τα είδη του τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί, όπως και τις προοπτικές που υπάρχουν. Με πληθυσμό 741.282 ατόμων κατά την τελευταία απογραφή το 2011, η Δυτική Ελλάδα αποτελεί πληθυσμιακά την τέταρτη μεγαλύτερη περιφέρεια της Ελλάδας.

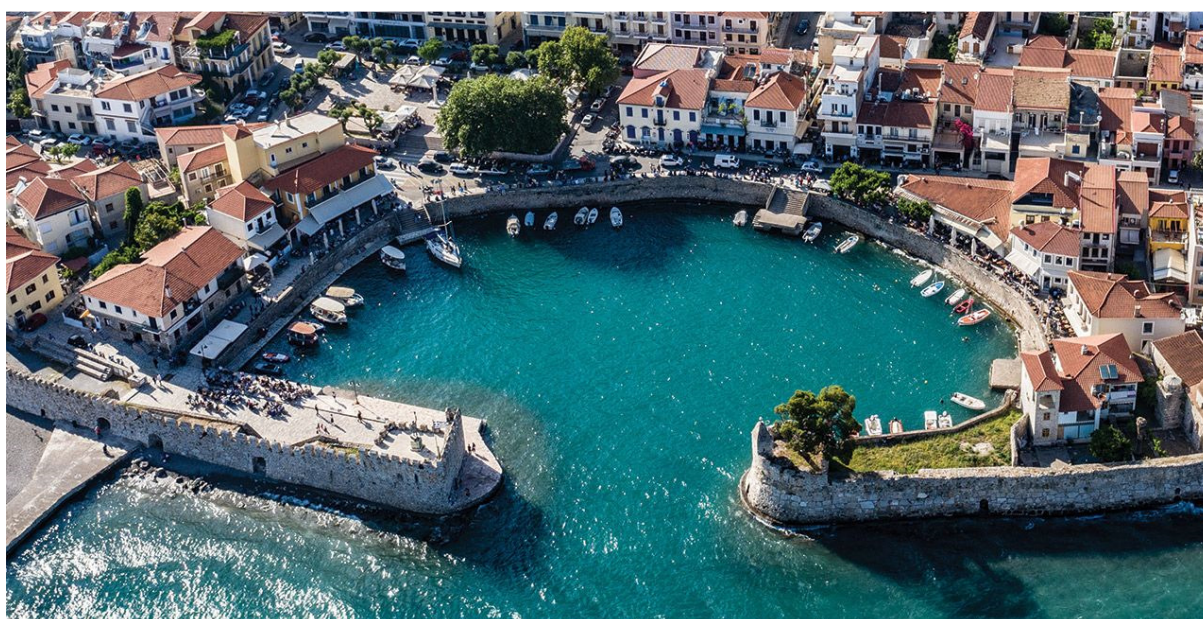
Ο πρώτος νομός της περιφέρειας που θα εξετάσουμε είναι και ο μεγαλύτερος πληθυσμιακά, ο νομός Αχαΐας. Αρχικά τόσο η Πάτρα όσο και η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη του συγκεκριμένου νομού το Αίγιο τοποθετούνται υψηλά στις προτιμήσεις των οινοτουριστών. Η Achaia Claus στο βορειοδυτικό τμήμα της Πάτρας αποτελεί την μεγαλύτερη οινοποιητική επιχείρηση της περιοχής. Επιπλέον στην Αιγιαλεία μπορούμε να εντοπίσουμε αρκετούς αμπελώνες. Άλλο ένα σημαντικό κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας του νομού αποτελεί ο πολιτιστικός τουρισμός που πηγάζει από τον θεσμό του Πατρινού καρναβαλιού. Πρόκειται για ένα σύνολο εκδηλώσεων που λαμβάνουν χώρα κυρίως τους χειμερινούς μήνες Ιανουάριο και Φεβρουάριο ή το πρώτο δεκαπενταήμερο του Μαρτίου. Μερικές από αυτές τις εκδηλώσεις που συγκεντρώνουν σημαντικό τουριστικό ενδιαφέρον είναι το κυνήγι του κρυμμένου θησαυρού, οι παρελάσεις και οι αποκριάτικοι χοροί. Ο πολιτιστικός τουρισμός της περιοχής έχει επιπλέον να επιδείξει αρκετά αρχαία κτίσματα μεγάλης σημασίας όπως το Ρωμαϊκό Ωδείο της Πάτρα, το Κάστρο του Ρίου και την Αρχαία Αιγείρα. Ποικίλα αρχαιολογικά ευρήματα επιπλέον εκτίθενται στο αρχαιολογικό μουσείο της Πάτρας που βρίσκεται στην Ανατολική είσοδο της πόλης. Υπάρχει επίσης το τμήμα εκείνο των τουριστών που επισκέπτονται το νομό για τους ναούς και τα μοναστήρια που διαθέτει. Ο Ιερός Ναός του Αγίου Ανδρέα αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες εκκλησίες των Βαλκανίων και συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση του θρησκευτικού τουρισμού (Μπαραμπούτη κ.α., 2017). Στην περιοχή της Μεσσήτιδος εντοπίζουμε μια από τις παλαιότερες μονές στην Ελλάδα την Ιερά Μονή της Παναγίας Γηροκομίτισσας. Μεγάλο ενδιαφέρον για θρησκευτικό τουρισμό συγκεντρώνουν και τα Καλάβρυτα όπου υπάρχει η Ιερά Μονή Αγίας Λαύρας ένα από τα πρώτα σημεία που ξεκίνησε η επανάσταση του 1821. Μικρότερη σημασία για τον νομό έχει ο θαλάσσιος τουρισμός, συγκεντρώνοντας ωστόσο το ενδιαφέρον μιας μερίδας του τουριστικού κοινού, λόγω του Ιστιοπλοϊκού Ομίλου Πατρών και της ομάδας κατάδυσης στην περιοχή της Παναγοπούλας. Τα τελευταία υπάρχει ένα μέρος του τουριστικού κοινού (ιδιαίτερα επισκέπτες από το εξωτερικό) που επισκέπτεται την Αχαΐα με σκοπό τον οικολογικό τουρισμό, αφού υπάρχουν περιοχές της περιφέρειας με σημαντικά οικοσυστήματα που προστατεύονται από το πρόγραμμα Natura 2000. Αναφερόμαστε σε μέρη όπως το δάσος της Στροφιλιάς, το Φαράγγι του Βουραϊκού, τη λιμνοθάλασσα της Καλογριάς και το Όρος Παναχαϊκό.



*Ο ναός του Αγίου Ανδρέα στην Πάτρα. Πηγή: 601.gr*

Η περιφερειακή ενότητα Αιτωλοακαρνανίας βρίσκεται στο Δυτικό τμήμα της Στερεάς Ελλάδας και ο πληθυσμός της ανέρχεται σε 210.802 κατοίκους σύμφωνα με την τελευταία απογραφή του 2011. Έχει πλούσια δραστηριότητα στον πολιτιστικό τουρισμό λόγω των πόλεων που περιλαμβάνει. Το ενετικό λιμάνι και κάστρο της Ναύπακτου, αποτελούν σημεία για τουρίστες πολιτισμικού ενδιαφέροντος. Σημαντικό γεγονός για τον πολιτισμό της Ναύπακτου αποτελεί και η αναπαράσταση της ναυμαχίας που συνέβη το 1571. Πολιτισμικό ενδιαφέρον συγκεντρώνει και η Ιερά Πόλη του Μεσολογγίου, λόγω του οχυρωτικού τείχους που στην είσοδο της πόλης και του κήπου των ηρώων. Επίσης στην ίδια πόλη συναντάμε το σπίτι του ποιητή Παλαμά και τον τάφο του αγωνιστή του 1821 Μάρκου Μπότσαρη. Κοντά στο Αργίνιο υπάρχει η αρχαία πόλη Στράτου που θεωρείται η πρώτη Ακαρνανική πρωτεύουσα. Συγκέντρωση τουριστικών ροών υπάρχει για τον περιπατητικό τουρισμό σε διάφορα χωριά του νομού όπως η Άνω Χώρα και η Ελατού. Σημαντική θέση κατέχει και ο τουρισμός περιπέτειας, λόγω των δυο ποταμών του νομού. Στον ποταμό Αχελώο

μπορεί κανείς να βρει μεγάλη ποικιλία εκδηλώσεων όπως φεστιβάλ, περιπάτους στο ποτάμι κατασκηνώσεις και χώρους κάμπινγκ. Από την άλλη πλευρά ο ποταμός Εύηνος είναι ένας δημοφιλής προορισμός για δραστηριότητες περιπέτειας όπως το canoe-kayak και το rafting. Αρκετοί είναι και οι επισκέπτες που ανήκουν στην ομάδα ενδιαφέροντος του θρησκευτικού τουρισμού (Κοκκώσης, 2011). Αυτό οφείλεται στην Ιερά Μονή του Κοσμά του Αιτωλού και στην Μονή Τίμιου Προδρόμου Αναλήψεως η οποία χρησιμοποιούνταν και ως κρυφό σχολείο την εποχή της Τουρκοκρατίας.



*Πανοραμική άποψη του λιμανιού της Ναύπακτου. Πηγή: Athensvoice.gr*

Ο νομός Ηλείας έχει αποκτήσει φήμη στο τουριστικό κοινό κατά κύριο λόγο χάρη στον αρχαιολογικό χώρο της Ολυμπίας, από όπου και ξεκίνησαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Έτσι μπορούμε να διακρίνουμε δυο μορφές τουρισμού: τον αρχαιολογικό και τον πολιτισμικό. Αρκετοί είναι και οι επισκέπτες στον αρχαίο ναό του Επικούριου Απόλλωνα στο χωριό Ανδρίτσαινα. Σαν δεύτερο τύπο τουρισμού που προσελκύει επισκέπτες στον νομό ξεχωρίζουμε τον ιαματικό τουρισμό. Οι ιαματικές πηγές του Καϊάφα στο νότιο τμήμα του νομού ήταν γνωστά λουτρά ήδη από την αρχαιότητα. Υπάρχουν επιπλέον τα ιαματικά λουτρά Κυλλήνης που εντοπίζονται μέσα σε φυσικό δάσος (Κακούρη κ.α., 2018). Ο φυσιολατρικός και οικολογικός τουρισμός βασίζεται σε φυσικά τοπία όπως το φαράγγι της Νέδα και το δάσος της Φολόης και αποτελεί

ιδανικό συμπλήρωμα για τους τουρίστες που έρχονται από το εξωτερικό για να επισκεφθούν την αρχαία Ολυμπία. Τέλος αν και δεν έχει την ίδια ένταση με τις κατηγορίες τουρισμού που προαναφέραμε υπάρχει ο θρησκευτικός τουρισμός, κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες όταν και συνοδεύεται από πανηγύρια. Χαρακτηριστικά μέρη που επισκέπτεται η κατηγορία τουριστών με κύριο ενδιαφέρον την θρησκεία είναι η Ιερά Μονή Σκαφιδιάς και Ιερά Μονή Παναγίας Βλαχέρνας.



*Η Αρχαία Ολυμπία. Πηγή: hoc.gr*

Έχοντας περιγράψει τα είδη του τουρισμού που υπάρχουν στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, μπορούμε να αξιοποιήσουμε ένα ιδιαίτερα χρήσιμο εργαλείο του (τουριστικού) μάρκετινγκ, για να δούμε τις προοπτικές του συγκεκριμένου τόπου συνοπτικότερα. Το ακρωνύμιο SWOT προέκυψε από τις εξής λέξεις: Strengths – Δυνάμεις, Weaknesses – Αδυναμίες, Opportunities – Ευκαιρίες, Threats – Απειλές. Οι δυνάμεις και οι αδυναμίες του τόπου που εξετάζουμε υπάγονται στο εσωτερικό περιβάλλον, δηλαδή καταρτίζονται με βάση την τρέχουσα κατάσταση του τόπου, ενώ οι ευκαιρίες και οι απειλές προκύπτουν από το εξωτερικό περιβάλλον, το οποίο αναφέρεται στην αγορά ή τον κλάδο (Armstrong & Kotler, 2009). Από μια τέτοια

ανάλυση προκύπτει και η στρατηγική που θα ακολουθήσει ένας τουριστικός οργανισμός. Έτσι για το τμήμα της Δυτικής Ελλάδας προκύπτει η ακόλουθη ανάλυση.

Δυνατά Σημεία	Αδύνατα Σημεία
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πλούσια πολιτιστική ζωή με εκδηλώσεις όπως το καρναβάλι και τα έθιμα του Πάσχα.</li> <li>• Πύλη εισόδου στο Δυτικό τμήμα της χώρας για την Ευρώπη.</li> <li>• Ιδιαίτερη φυσική ομορφιά που συνδυάζει ορεινές και παράκτιες περιοχές.</li> <li>• Πολλοί αρχαιολογικοί χώροι που αναφέρονται στην ιστορία των Ολυμπιακών αγώνων.</li> <li>• Καλές συγκοινωνιακές υποδομές (Γέφυρα Ρίου-Αντιρρίου, Ν.Ε.Ο. Πατρών-Αθηνών) και άμεση σύνδεση με την Αθήνα.</li> <li>• Χαμηλό κόστος ζωής και υπηρεσιών.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Σημαντική έλλειψη τεχνογνωσίας σε θέματα τουριστικής προβολής και μάρκετινγκ.</li> <li>• Υψηλή εποχικότητα τουρισμού.</li> <li>• Μεγάλο μέρος των τουριστικών ροών, αφιερώνει λίγες μέρες στην επίσκεψη του τόπου.</li> <li>• Πτωτική τάση στις τουριστικές ροές από το εξωτερικό.</li> </ul>
Ευκαιρίες	Απειλές

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Δυνατότητα ενίσχυσης του τουριστικού προϊόντος του τόπου με ανάπτυξη του συνεδριακού, οικογενειακού και ιαματικού τουρισμού.</li> <li>• Καλές κλιματικές συνθήκες.</li> <li>• Δυνατότητες αύξησης τόσο των εσωτερικών όσο και των εξωτερικών τουριστικών ροών.</li> <li>• Αξιοποίηση νέων τεχνολογιών με προβολή της περιφέρειας στο διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.</li> <li>• Αξιοποίηση του προγράμματος ΕΣΠΑ 2021-2027 για επιπλέον χρηματοδότηση επενδύσεων.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ο υψηλός ανταγωνισμός από τις περιφέρειες των Ελληνικών νησιών.</li> <li>• Το αβέβαιο οικονομικό περιβάλλον που έχει διαμορφωθεί και λόγω της πανδημίας.</li> <li>• Ο μεγάλος βαθμός εξάρτησης από τα τουριστικά πρακτορεία.</li> <li>• Οι αλλαγές στις τάσεις της τουριστικής ζήτησης.</li> </ul>
---	---

### 3.4 Η πανδημία και ο Ελληνικός τουρισμός

Το τελευταίο τρίμηνο του 2019 η Κίνα ήρθε αντιμέτωπη με μια πρωτόγνωρη για τον κόσμο κατάσταση. Αυτή ήταν η πανδημία του Covid-19 που ξεκίνησε από την επαρχία Wuhan. Σύντομα η πανδημία εξαπλώθηκε σε όλο τον κόσμο και η Ελλάδα δεν θα μπορούσε να αποτελεί εξαίρεση. Τα μέτρα περιορισμού της διασποράς του ιού που υιοθετήθηκαν από πολλές κυβερνήσεις στον κόσμο είχαν ως αποτέλεσμα την μείωση της κινητικότητας των ατόμων για κάποιο χρονικό διάστημα. Ο τουριστικός κλάδος έτσι δεν θα μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστος και μπορούμε να πούμε ότι ήταν από τους πρώτους κλάδους που έπληξε η πανδημία. Τα ταξίδια περιορίστηκαν στα απολύτως απαραίτητα, δηλαδή αυτά για επαγγελματικούς σκοπούς ή επαναπατρισμό κάποιου ατόμου κατά την διάρκεια της άνοιξης του 2020. Το δεύτερο τρίμηνο του συγκεκριμένου έτους ουσιαστικά δεν υπήρξε καμία τουριστική κινητικότητα στην χώρα (Ικκος & Ρασούλη, 2020). Η Ελλάδα λόγω του ότι διαχειρίστηκε αρκετά καλά

το πρώτο κύμα της πανδημίας το δίμηνο Μαρτίου με Μάϊου 2020, άνοιξε τα τουριστικά της σύνορα στα μέσα του Ιούνη. Η μείωση της οικονομικής δραστηριότητας που ήλθε σαν φυσικό επακόλουθο της πανδημικής κρίσης, μείωσε και τα εισοδήματα του τουριστικού κοινού. Για να κατανοήσουμε πόσο μεγάλο ήταν το μέγεθος των απωλειών στον τουριστικό τομέα θα πρέπει να παρατεθεί το εξής: ο τουρισμός έφερε έσοδα στην Ελλάδα για το έτος 2019 ύψους 18,2 δισεκατομμυρίων ευρώ, που μεταφράζεται σε περίπου 25% του ΑΕΠ της χώρας. Για το έτος 2020 τα έσοδα από τον τουρισμό διαμορφώθηκαν σε περίπου 3,5 δισεκατομμύρια ευρώ, λιγότερα από 8% του ΑΕΠ. Οι απώλειες προσεγγίζουν ουσιαστικά ένα ποσοστό της τάξης του 80% (Ρέτσος, 2021). Η τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα μειώθηκε αισθητά σε ποσοστό περίπου 75%, το οποίο προκύπτει από την μείωση 80% της τουριστικής ζήτησης από το εξωτερικό και 45% από το εσωτερικό. Καμία άλλη πανδημία του 21<sup>ου</sup> πρώτου αιώνα όπως ο SARS το 2003, η γρίπη των χοίρων το 2009 και ο Έμπολα το 2014, δεν είχαν επηρεάσει σε τέτοιο βαθμό την Ελληνική τουριστική βιομηχανία. Επιπλέον το υποχρεωτικό κλείσιμο ξενοδοχειακών και τουριστικών καταλυμάτων συνεχούς λειτουργία λόγω του lockdown, έπαιξε σημαντικό ρόλο στην μείωση της τουριστικής δραστηριότητας. Ωστόσο θα πρέπει να τονίσουμε πως υπήρξαν μέτρα από την πολιτεία όπως η αναστολή του φόρου των τουριστικών επιχειρήσεων, η αναστολή των συμβάσεων του προσωπικού σε αυτές τις επιχειρήσεις και ο εμβολιασμός όλων των κατοίκων πολλών νησιών, που είχαν ένα θετικό αντίκτυπο εν όψει της καλοκαιρινής τουριστικής σεζόν του τρέχοντος έτους.

Μεγάλη ήταν το πλήγμα και για τις περιφέρειες της χώρας μας, καθώς είδαν τα έσοδα τους να μειώνονται σημαντικά. Το χτύπημα υπήρξε έτσι ισχυρό και για τις τοπικές κοινωνίες (Φραγκάκης, 2020). Σε νησιωτικές περιφέρειες όπως για παράδειγμα αυτή του Νότιου Αιγαίου όπου τα συνολικά έσοδα από τον τουρισμό αφορούσαν το 90% του ΑΕΠ της μέχρι το ξέσπασμα της υγειονομικής κρίσης φέρνουν μεγάλη αβεβαιότητα για το μέλλον (Ρέτσος, 2021). Οι αερομεταφορές δέχθηκαν ένα πολύ μεγάλο πλήγμα, με αποτέλεσμα να υπάρχουν μειωμένες πτήσεις για πολλές χώρες, ανάμεσα στις οποίες ήταν και η Ελλάδα. Επιπλέον αρκετές ξενοδοχειακές τουριστικές επιχειρήσεις βρίσκονται αντιμέτωπες με προβλήματα ρευστότητας και κάποιες από αυτές οδηγούνται αναπόφευκτα στην οριστική παύση των δραστηριοτήτων τους. Για



τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα ειδικότερα υπήρξε μείωση του κύκλου εργασιών σε ποσοστό 60% για το τρίτο τρίμηνο του 2020, που αφορά την καλοκαιρινή σεζόν. Σε αυτό το ποσό θα πρέπει να πούμε ότι συνέβαλλε πέρα από τις μειωμένες τουριστικές ροές και τα υγειονομικά πρωτόκολλα που έπρεπε να τηρηθούν και αποτέλεσαν ένα επιπλέον κόστος σε σχέση με το παρελθόν. Επιπλέον για το ίδιο τρίμηνο υπήρξε μείωση 12% στον Ελληνικό τουριστικό κλάδο. Από τα πλήγματα της πανδημίας δεν θα μπορούσαν να απουσιάζουν τα ταξιδιωτικά γραφεία και οι tour operators που είδαν τους πελάτες τους να μειώνονται. Έτσι αναγκαστικά προχώρησαν σε μεγάλες μειώσεις στα τουριστικά πακέτα που προσέφεραν. Επιπλέον επαγγέλματα του τουριστικού κλάδου όπως αυτά των ξεναγών, είδαν την απασχόλησή τους να μειώνεται, κάτι αναμενόμενο από την στιγμή που μειώθηκαν οι τουριστικές επιχειρήσεις. Υπήρξε μια γενικότερη μείωση της εποχιακής απασχόλησης. Αυτό ήταν το αποτέλεσμα της μειωμένης θερινής τουριστικής σεζόν στην χώρα μας, η οποία εκκίνησε στις 15 Ιούνη του 2020 και ολοκληρώθηκε στο τέλος του Οκτώβρη. Συγκριτικά με άλλες χρονιές που η σεζόν εκκινούσε είτε τον Μάρτιο είτε τον Απρίλη έχουμε, άλλο ένα στοιχείο για τα μειωμένα έσοδα από τον τουρισμό.

Σύμφωνα με κάποιες πρώτες μελέτες που έχουν γίνει από τον ΣΕΤΕ τα έσοδα για το 2021 από τον τουρισμό αναμένεται να κινηθούν στο ήμισυ αυτών που ήταν το 2019. Αυτό εμφανίζει μια βελτιωτική τάση για τον τουρισμό, ωστόσο δείχνει ότι υπάρχουν αρκετά πράγματα που πρέπει ακόμα να γίνουν προκειμένου η Ελληνική τουριστική βιομηχανία να επιστρέψει στα επίπεδα που ήταν πριν το ξέσπασμα της πανδημίας του κορονοϊού. Σε ένα γενικότερο πλαίσιο μπορούμε να πούμε ότι ακόμα υπάρχουν αρκετά στοιχεία προς εξέταση σχετικά με το αποτύπωμα της πανδημίας στον τουρισμό της Ελλάδας. Εξάλλου φαίνεται σε μια πρώτη ανάγνωση να αποτελεί μια αρνητική εξωτερικότητα (Nicholson & Snyder, 2018). Ωστόσο τα επόμενα έτη μαζί με την πρόοδο των εμβολίων θα δώσουν μια πιο ξεκάθαρη εικόνα.

Προκειμένου να κατανοήσουμε καλύτερα την επίδραση της πανδημίας στον Ελληνικό τουρισμό θα παραθέσουμε ένα πίνακα με τις κλαδικές μελέτες στον τομέα των ξενοδοχειακών και τουριστικών επιχειρήσεων από το 2016 μέχρι 2020 σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP.

Έτος	<b>2016</b>						
Δείκτης	ΠΕΡΙΘΩ- ΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟ Υ ΚΕΡΔΟΥ Σ(1) %	Ξένα Κεφάλ- αια / Συνολι- κά Κεφάλ- αια	Τραπεζι- κές Υποχρε- ώσεις / Ενεργητ- ικό	ΑΜΕ- ΣΗ ΡΕΥΣ ΤΟΤ ΗΤΑ Χ	ΚΥΚΛΟΦΟ- ΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑ ΤΩΝ ΗΜ.	Μ.Ο.ΠΡΟ- Θ.ΕΞΩΦΛ. ΠΡΟΜΗΘ. & ΠΙΣΤΩΤΩΝ ΗΜ.	Μ.Ο.ΠΡΟ- ΘΕΣ.ΕΙΣΠΡ- ΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕ- ΩΝ ΗΜ.
Τουρισμός (Ξενοδοχει- ακές Επιχειρήσε- ις)	3,77	51,17	29,52	0,48	16,28	133,94	77,89
Τουρισμός (Τουριστικ- ές Επιχειρήσε- ις)	1,23	81,27	8,33	0,68	3,83	149,13	94,99
Έτος	<b>2017</b>						
Δείκτης	ΠΕΡΙΘΩ- ΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟ Υ ΚΕΡΔΟΥ Σ(1) %	Ξένα Κεφάλ- αια / Συνολι- κά Κεφάλ- αια	Τραπεζι- κές Υποχρε- ώσεις / Ενεργητ- ικό	ΑΜΕ- ΣΗ ΡΕΥΣ ΤΟΤ ΗΤΑ Χ	ΚΥΚΛΟΦΟ- ΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑ ΤΩΝ ΗΜ.	Μ.Ο.ΠΡΟ- Θ.ΕΞΩΦΛ. ΠΡΟΜΗΘ. & ΠΙΣΤΩΤΩΝ ΗΜ.	Μ.Ο.ΠΡΟ- ΘΕΣ.ΕΙΣΠΡ- ΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕ- ΩΝ ΗΜ.
Τουρισμός (Ξενοδοχει- ακές Επιχειρήσε- ις)	6,54	50,75	28,46	0,49	31,24	138,62	62,35
Τουρισμός (Τουριστικ- ές Επιχειρήσε- ις)	2,21	79,42	9,81	0,64	3,33	109,62	72,98
Έτος	<b>2018</b>						
Δείκτης	ΠΕΡΙΘΩ- ΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟ Υ ΚΕΡΔΟΥ Σ(1) %	Ξένα Κεφάλ- αια / Συνολι- κά Κεφάλ- αια	Τραπεζι- κές Υποχρε- ώσεις / Ενεργητ- ικό	ΑΜΕ- ΣΗ ΡΕΥΣ ΤΟΤ ΗΤΑ Χ	ΚΥΚΛΟΦΟ- ΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑ ΤΩΝ ΗΜ.	Μ.Ο.ΠΡΟ- Θ.ΕΞΩΦΛ. ΠΡΟΜΗΘ. & ΠΙΣΤΩΤΩΝ ΗΜ.	Μ.Ο.ΠΡΟ- ΘΕΣ.ΕΙΣΠΡ- ΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕ- ΩΝ ΗΜ.
Τουρισμός (Ξενοδοχει- ακές	5,98	51,51	29,19	0,47	25,91	134,29	59,13

Επιχειρήσεις)							
Τουρισμός (Τουριστικές Επιχειρήσεις)	2,40	77,71	10,54	0,60	4,00	101,17	64,55
Έτος	<b>2019</b>						
Δείκτης	ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥ Σ(1) %	Ξένα Κεφάλαια / Συνολικά Κεφάλαια	Τραπεζικές Υποχρεώσεις / Ενεργητικό	ΑΜΕΣΗ ΠΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ Χ	ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΗΜ.	Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΞΩΦΛ. ΠΡΟΜΗΘ. & ΠΙΣΤΩΤΩΝ ΗΜ.	Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ ΗΜ.
Τουρισμός (Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις)	3,62	51,31	27,81	0,50	24,81	118,11	53,76
Τουρισμός (Τουριστικές Επιχειρήσεις)	3,81	70,70	11,26	0,75	5,33	94,93	70,11
Έτος	<b>2020</b>						
Δείκτης	ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥ Σ(1) %	Ξένα Κεφάλαια / Συνολικά Κεφάλαια	Τραπεζικές Υποχρεώσεις / Ενεργητικό	ΑΜΕΣΗ ΠΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ Χ	ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΗΜ.	Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΞΩΦΛ. ΠΡΟΜΗΘ. & ΠΙΣΤΩΤΩΝ ΗΜ.	Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ ΗΜ.
Τουρισμός (Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις)	-79,06	58,44	41,76	0,52	17,55	118,08	48,18
Τουρισμός (Τουριστικές Επιχειρήσεις)	9,69	59,63	15,28	1,00	78,11	147,22	127,23

Από τον πίνακα προκύπτει ότι με βάση την κλαδική μελέτη ο ξενοδοχειακός τομέας είχε μια σταθερά ανοδική πορεία από το έτος βάσης το 2016, η οποία φαίνεται να ανακόπτεται το 2020. Ο δείκτης περιθωρίου καθαρού κέρδους δείχνει για κάθε μονάδα του ευρώ πόσα χρήματα από αυτό μπαίνουν στα ταμεία της επιχείρησης. Έτσι ο

ξενοδοχειακός κλάδος είχε ένα δείκτη που κυμαινόταν μεταξύ 3,62 και 6,54% για τα έτη 2016 μέχρι 2019. Αυτό σημαίνει ότι για κάθε ένα ευρώ ένα εύρος 0,3 μέχρι 0,6 ήταν καθαρό κέρδος για τα ξενοδοχεία. Για το 2020 υπάρχει τεράστια πτώση με μείωση -79,06%, κάτι που σημαίνει πολύ μεγάλες απώλειες κερδών. Ο τομέας των τουριστικών επιχειρήσεων που δεν περιλαμβάνει μόνο τα ξενοδοχεία αλλά όλες τις επιχειρήσεις τουρισμού ακολουθεί μια σχετικά αντίθετη πορεία, αφού ξεκινάει από χαμηλό περιθώριο καθαρού κέρδους το 2016 με 1,23% για να φτάσει στο 9,69% το 2020. Αυτό μπορεί να εξηγηθεί από το γεγονός ότι υπήρχε αρκετός εσωτερικός τουρισμός το συγκεκριμένο έτος που δεν έμεινε σε ξενοδοχεία. Ο δείκτης ξένων προς ίδια κεφάλαια είναι αρκετά μοιρασμένος στον τομέα των ξενοδοχείων κάτι που σημαίνει ότι το μισό κεφάλαιο των ξενοδοχείων στον κλάδο προέρχεται από δανεισμό και το άλλο μισό από την ίδια την επιχείρηση. Αντίθετα στην τουριστικές επιχειρήσεις τα ξένα κεφάλαια ήταν αρκετά περισσότερα, γύρω στο 70 με 80% των συνολικών, αλλά το 2020 το ποσοστό πέφτει αισθητά. Πλέον μπορούμε να πούμε ότι στις τουριστικές επιχειρήσεις υπερισχύει οριακά ο δανεισμός. Ο δείκτης των τραπεζικών υποχρεώσεων προς ενεργητικό μας δείχνει το πόσα χρήματα χρωστάνε οι τουριστικές επιχειρήσεις στις τράπεζες σε σχέση με την δραστηριότητά τους. Βρίσκεται σε σχετικά υψηλά επίπεδα από το 2016 κοντά στο 30%, όμως για το 2020 η αύξηση είναι άνω του 10% διαμορφώνοντας τον δείκτη στο 41,76%. Η ερμηνεία εδώ είναι ότι υπήρξε η ανάγκη λόγω της πανδημίας για μεγαλύτερο δανεισμό, λόγω απώλειας σημαντικών εσόδων και της καταγραφής ζημιών από τα ξενοδοχεία. Πιο σταθερός, αλλά με αυξητικές τάσεις δείχνει ο ίδιος δείκτης για τις τουριστικές επιχειρήσεις. Για το έτος της πανδημίας διαμορφώθηκε στο 15,28%, περίπου 4% περισσότερο από την προηγούμενη χρονιά, γεγονός που δείχνει την τάση για δανεισμό αλλά όχι στον ίδιο βαθμό με τις καθαρά ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Ο δείκτης άμεσης ρευστότητας προκύπτει αν από το κυκλοφορούν ενεργητικό όπως παρουσιάζεται στον ισολογισμό αφαιρεθούν τα αποθέματα και το αποτέλεσμα διαιρείται με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Θεωρείται ικανοποιητικός όταν η τιμή του είναι άνω της μονάδας (Subramanyam, 2017). Στην περίπτωση μας για τα ξενοδοχεία αυτός ο δείκτης κινείται με μικρές αποκλίσεις γύρω στο 0,5 κάτι που δείχνει μέτρια αποδοτικότητα στην ρευστότητα των ξενοδοχείων του κλάδου. Για τις τουριστικές επιχειρήσεις ο δείκτης βρίσκεται σταθερά άνω του 0,6 και μάλιστα το 2020, φτάνει στο 1, δείχνοντας ότι υπάρχει ικανοποιητική

απόδοση των τουριστικών επιχειρήσεων ως προς την ρευστότητα. Τα αποθέματα αποτελούν σημαντικό μέρος του κυκλοφορούντος ενεργητικού. Τα αποθέματα αποτελούν επενδύσεις με στόχο την απόκτηση μιας απόδοσης από τις πωλήσεις στους πελάτες (Subramanyam, 2017). Ο δείκτης για τα ξενοδοχεία βρίσκεται σε καλά επίπεδα μέχρι το 2020 όταν και δέχεται σημαντική μείωση εξαιτίας της μείωσης των πωλήσεων. Αντίθετα οι τουριστικές επιχειρήσεις στο σύνολό τους ενώ έχουν πολύ χαμηλό δείκτη που φτάνει μέχρι το 5,33% το 2019, το 2020 αυξάνεται κατακόρυφα στο 78,11%, δίνοντας την εικόνα ότι τα αποθέματα πωλούνται πιο γρήγορα. Ωστόσο θα πρέπει να σημειώσουμε ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορεί να βασίστηκαν σε μεγάλο βαθμό σε αποθέματα παλαιότερων ετών, λόγω της μείωσης της τουριστικής κίνησης και της αύξησης του εσωτερικού τουρισμού. Ο δείκτης του μέσου όρου εξόφλησης των προμηθευτών για τα ξενοδοχεία βαίνει μειούμενος στα έτη που εξετάζουμε και δείχνει να μην έχει επηρεαστεί από την πανδημική κρίση, ίσως λόγω του γεγονότος ότι πολλά ξενοδοχεία προχώρησαν σε λιγότερες παραγγελίες από προμηθευτές στα πλαίσια περικοπών για την αντιμετώπιση των ζημιών που κατέγραψαν. Από την άλλη πλευρά οι τουριστικές επιχειρήσεις είχαν έναν υψηλό δείκτη για το 2016. Τα επόμενα χρόνια μειώθηκε, ωστόσο το 2020 επέστρεψε ουσιαστικά στα ίδια επίπεδα, αντανακλώντας την αρνητική επίδραση της πανδημικής κρίσης. Ουσιαστικά οι τουριστικές επιχειρήσεις πληρώνουν τους προμηθευτές τους περίπου 5 μήνες αργότερα. Ο δείκτης είσπραξης των απαιτήσεων δίνει ένα θετικό σημάδι για τα ξενοδοχεία, αφού από τις 77,89 ημέρες το 2016 μειώνεται στις 48,18 το 2020. Τα ξενοδοχεία εισπράττουν δηλαδή τις απαιτήσεις από τους πελάτες μέσα σε περίπου 1,5 μήνα, γεγονός σημαντικό για την μελλοντική τους ρευστότητα. Οι τουριστικές επιχειρήσεις ενώ είχαν έναν δείκτη που συνεχώς μειωνόταν από το 2016, το 2020 η αύξηση ήταν μεγάλη καθώς διαμορφώθηκε στις 127,23 ημέρες που μεταφράζεται σε 4 μήνες. Πολύ πιθανόν αυτό να συνέβη γιατί οι πελάτες των τουριστικών επιχειρήσεων ζήτησαν μεγαλύτερη πίστωση λόγω της κατάστασης που διαμορφώθηκε από την πανδημία. Οι τουριστικές επιχειρήσεις έδειξαν μεγαλύτερη ευελιξία σε αυτό το κομμάτι σε σχέση με τα ξενοδοχεία έτσι είχαμε την αύξηση του συγκεκριμένου δείκτη.

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> Πρωτογενής έρευνα σε τουριστικές επιχειρήσεις στην Δυτική Ελλάδα

### 4.1 Ποιοτική ανάλυση ερωτηματολογίων

Επειδή η αποτύπωση της πανδημίας στην τουριστική δραστηριότητα δεν μπορεί να αποτυπωθεί εκτενώς άμεσα, λόγω του ότι αναφερόμαστε σε ένα γεγονός που ξέσπασε βίαια και οι συνέπειες της θα έχουν μακροπρόθεσμο αντίκτυπο, προχωρήσαμε στην κατασκευή ερωτηματολογίων με στόχο να παρατηρηθεί το κατά πόσο έχει επηρεάσει τις τουριστικές επιχειρήσεις της Δυτικής Ελλάδας. Η έρευνα ουσιαστικά πραγματεύεται το οικονομικό και κοινωνικό αποτύπωμα του κορονοϊού μέχρι τώρα σε κάποιες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Τα ερωτηματολόγια κατασκευάστηκαν με στόχο την ποιοτική ανάλυση. Σε ένα γενικότερο πλαίσιο τα πρωτογενή στοιχεία που συλλέγονται από τα ερωτηματολόγια χωρίζονται σε ποιοτικά και ποσοτικά. Τα ποιοτικά στοιχεία που αφορούν την περίπτωσή μας, αναφέρονται στην εξαγωγή αναλυτικών πληροφοριών και διευκρινήσεων για την στάση και τις απόψεις των ιδιοκτητών ή εκπροσώπων των τουριστικών επιχειρήσεων. Κύρια χαρακτηριστικά της ποιοτικής έρευνας αποτελούν το ότι οι απαντήσεις των ερωτηθέντων δεν έχουν προκαθορισμένη μορφή, το αποτέλεσμα στηρίζεται σε σημαντικό βαθμό στην παρατήρηση και το δείγμα των τουριστικών επιχειρήσεων δεν πρέπει απαραίτητα να είναι μεγάλο, αφού η γενίκευση των αποτελεσμάτων δεν είναι συνήθως δυνατή (Armstrong & Kotler, 2009). Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από ερωτήσεις ανοικτού τύπου, καθώς συμβάλλουν περισσότερο στην ποιοτική έρευνα που θα πραγματοποιήσουμε. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν μέσω συνεντεύξεων όπου οι εκπρόσωποι των ξενοδοχείων απάνταγαν στις ερωτήσεις που τέθηκαν όπως είναι καταγεγραμμένες στο ερωτηματολόγιο. Το δείγμα των ξενοδοχείων στην Δυτική Ελλάδα προέκυψε μετά από έρευνα στην βάση δεδομένων Amadeus, για επιχειρήσεις που δημοσιεύουν εκεί τα οικονομικά τους στοιχεία και τον χρυσό οδηγό, για πιο μικρές επιχειρήσεις. Οι ερωτήσεις αν και αρχικά στάλθηκαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email), τελικά προτιμήθηκε να υπάρξει τηλεφωνική επικοινωνία καθώς δεν υπήρχε άμεση ανταπόκριση. Με αυτόν τον τρόπο εξοικονομήθηκε χρόνος και η

αλληλεπίδραση ήταν πιο άμεση και λιγότερο απρόσωπη. Ξεκινήσαμε στέλνοντας δεκαπέντε ερωτηματολόγια. Κατά την τηλεφωνική επικοινωνία καταφέραμε να εντοπίσουμε επτά από τα δεκαπέντε ξενοδοχεία στα οποία στείλαμε ηλεκτρονικά το ερωτηματολόγιο. Δεν μπορέσαμε να εντοπίσουμε κάποιον από τα οκτώ αυτά ξενοδοχεία, είτε γιατί δεν είχαν ανοίξει ακόμα, είτε γιατί μπορεί να βρίσκονται σε διαδικασία εκκαθάρισης ή εξαγοράς. Όλες οι τηλεφωνικές κλήσεις πραγματοποιήθηκαν στο σταθερό τηλέφωνο που είχαν δηλώσει τα ξενοδοχεία στις διαδικτυακές τους ιστοσελίδες. Υπήρξαν τέσσερις κλήσεις περίπου ανά ημέρα επί 3 περίπου ημέρες. Μετά την ολοκλήρωση αυτού του πρώτου κύκλου τηλεφωνημάτων είχαμε τέσσερα απαντημένα ερωτηματολόγια. Στον δεύτερο κύκλο τηλεφωνημάτων καταφέραμε να εντοπίσουμε άλλα τρία ξενοδοχεία που δέχθηκαν να απαντήσουν. Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι προχωρήσαμε σε έξι τηλεφωνήματα και ανταποκρίθηκε ένα ξενοδοχείο το οποίο δεν είχαμε καταφέρει να εντοπίσουμε στην πρώτη φάση των τηλεφωνημάτων. Το γεγονός ότι εντοπίσαμε επτά ξενοδοχεία τα οποία μας απάντησαν ήταν αρκετά σημαντικό, καθώς σύμφωνα με την στατιστική όταν το δείγμα μας είναι μεγαλύτερο του πέντε, τότε δεν θεωρείται υπερβολικά μικρό για την ανάλυση (Δάρας & Σύψας, 2010). Γενικότερα η έρευνα διήρκεσε έξι ημέρες. Τις πρώτες τρεις συγκεντρώθηκαν στοιχεία από βάσεις δεδομένων για τα ξενοδοχεία και τις υπόλοιπες προχωρήσαμε σε τηλεφωνική επικοινωνία. Πριν περάσουμε στην ανάλυση των ερωτημάτων, πρέπει να τονίσουμε ότι υπήρξαν και ορισμένες δυσκολίες κατά τον διαμοιρασμό των ερωτημάτων. Η κύρια δυσκολία ήταν η αδυναμία εύρεσης ατόμων της ανώτατης διοίκησης του ξενοδοχείου προκειμένου να απαντήσουν. Έτσι απευθυνθήκαμε στα άτομα που δουλεύουν στην ρεσεψιόν και στο λογιστήριο. Σημαντική δυσκολία επίσης αποτέλεσε το γεγονός ότι οι απαντήσεις στις ερωτήσεις ανοικτού τύπου περιορίζονταν σε συγκεκριμένες διατυπώσεις και δεν δόθηκαν όλες οι απαραίτητες επεξηγήσεις που μπορεί να χρειάζονταν. Αρχικά η συνέντευξη έγινε με την παράθεση των ερωτημάτων όπως έγινε στο ερωτηματολόγιο, αλλά στην συνέχεια όπου λάβαμε μονολεκτικές απαντήσεις ζητήθηκαν οι κατάλληλες αποσαφηνίσεις.

Το ερωτηματολόγιο αρχίζει καταγράφοντας κάποια στοιχεία για το μέγεθος της επιχείρησης, των αριθμών των δωματίων που έχει, αλλά και τον αν λειτουργεί εποχιακά ή όχι. Επιπλέον υπάρχουν ερωτήσεις μέσα από τις οποίες αντλούμε στοιχεία για το

άτομο που απαντάει, όπως την θέση που κατέχει στην επιχείρηση, το φύλο και την ηλικία. Είναι ενδιαφέρον να δούμε αν με βάση την ηλικία οι εκτιμήσεις διαφέρουν. Οι πρώτες τρεις ερωτήσεις αναφέρονταν στην σύγκριση των δεδομένων που υπάρχουν για τα έτη 2019 και 2020. Στόχος είναι να δούμε τα επίπεδα διαφοράς του τζίρου των ξενοδοχειακών μονάδων πριν και μετά την πανδημική κρίση, το ποσοστό των εργαζομένων που τέθηκε σε καθεστώς στήριξης, όπως και τις προβλέψεις που υπάρχουν για την πληρότητα του φετινού καλοκαιριού. Στην συνέχεια δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στις απαντήσεις του ερωτώμενου, αφού δεν ζητάμε την απλή παράθεση ενός ποσοστού, με εξαίρεση την πρώτη ερώτηση. Με αυτό τον τρόπο θα μπορέσουμε να αποτυπώσουμε καλύτερα και τον κοινωνικό αντίκτυπο της πανδημίας πέρα από την επίδρασή της στον τουρισμό. Η πρώτη ερώτηση αφορά το ποσοστό στο οποίο το κράτος συνέβαλε στην υποστήριξη της ξενοδοχειακής επιχείρησης κατά την κρίση του κορονοϊού. Έπειτα προχωράμε στην παράθεση των μέτρων στήριξης που πιστεύουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ότι θα προστατεύσουν τον κλάδο, ενισχύοντας την βιωσιμότητά του. Η συγκεκριμένη ερώτηση έχει ίσως την μεγαλύτερη βαρύτητα, αφού παρατίθεται η γνώμη των άμεσα εμπλεκόμενων που βρίσκονται αντιμέτωποι με το πρόβλημα της πανδημίας. Είναι μια ερώτηση δηλαδή αφηγηματικής ανάλυσης (Τσιώλης, 2014). Η επόμενη ερώτηση αφορά τα μέτρα που έλαβε η ίδια η επιχείρηση, προκειμένου να προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες που διαμορφώθηκαν από την πανδημία. Με αυτή την ερώτηση αποσκοπούμε στο να δούμε αν η κάθε επιχείρηση εξέλαβε αλλιώς τις συνθήκες που διαμορφώθηκαν ή υπήρχε μια κοινή γραμμή από όλες τους ξενοδοχειακούς οργανισμούς που συμμετείχαν στην ποιοτική έρευνα που πραγματοποιήσαμε. Η συγκεκριμένη ερώτηση θα μας δώσει επίσης μια εικόνα για το αν κάποιες επιχειρήσεις αντιμετώπισαν με μεγαλύτερη χαλαρότητα την πανδημία, αλλά και τους τομείς στους οποίους δόθηκε έμφαση. Η 4<sup>η</sup> και τελευταία ερώτηση στην αντιμετώπιση και αξιολόγηση της κρίσης, εστιάζει στο να αποτυπωθεί αν η πανδημία υπήρξε μεγαλύτερο πλήγμα για την ξενοδοχειακή μονάδα σε σχέση με την προηγούμενη κρίση που επήλθε λόγω της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής ύφεσης το 2008. Τα δυο συγκεκριμένα γεγονότα βρίσκονται κοντά χρονικά, κάτι που σημαίνει ότι οι ερωτώμενοι μπορούν να πραγματοποιήσουν τις συγκρίσεις σε μια αντικειμενική βάση και όχι να επιλέξουν την πανδημική κρίση ως σοβαρότερη επειδή τους απασχολεί σήμερα. Στην ίδια ερώτηση θα παρατεθεί και το γιατί επέλεξαν μια από τις δυο κρίσεις.



Αυτό θα μας δώσει την δυνατότητα να δούμε το τι νέα δεδομένα έφερε η κρίση της πανδημίας στην τουριστική αγορά.

## 4.2 Κύρια συμπεράσματα της έρευνας και προβλέψεις για την μελλοντική πορεία των τουριστικών επιχειρήσεων

Γνωρίζοντας τους στόχους των ερωτήσεων που κατασκευάστηκαν στο ερωτηματολόγιο και διατέθηκαν σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Δυτικής Ελλάδας, μπορούμε να προχωρήσουμε στην ανάλυση των απαντήσεων προκειμένου να καταλήξουμε σε κάποια χρήσιμα συμπεράσματα. Οι ερωτώμενοι που ανταποκρίθηκαν στο έρευνα ήταν τέσσερις. Πρόκειται για επιχειρήσεις που απασχολούν από 22 μέχρι 35 εργαζόμενους, αποτελούνται από 120 μέχρι 230 κλίνες και έχουν εποχιακή δραστηριότητα, δηλαδή λειτουργούν την θερινή τουριστική σεζόν. Στις ερωτήσεις για την σύγκριση της τουριστικής σεζόν του 2019 με αυτή του 2020 αυτό που αποτελεί αξιοσημείωτο γεγονός είναι ότι όλοι οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι είχαν μείωση του τζίρου άνω του 50%. Η μικρότερη μείωση που καταγράφηκε ήταν της τάξης του 60% και μάλιστα στο ξενοδοχείο της έρευνας με τις λιγότερες κλίνες και η μεγαλύτερη της τάξης του 80%. Αναμενόμενο αποτέλεσμα είχαμε στην ερώτηση για το ποσοστό των εργαζομένων που τέθηκε σε καθεστώς στήριξης, αφού και τα επτά ξενοδοχεία απάντησαν 100%. Οι προβλέψεις για την πληρότητα το φετινό καλοκαίρι είναι αρκετά δυσοίωνες, αφού τέσσερα ξενοδοχεία την όρισαν στο 50% και τα υπόλοιπα μεταξύ 40 και 20%. Το γεγονός ότι τα συγκεκριμένα ξενοδοχεία συνεργάζονται και με τα ταξιδιωτικά γραφεία όπως και tour operators, μας δίνει την εικόνα ότι η περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας αναμένεται να έχει την μισή τουριστική κίνηση σε σχέση με το τελευταίο έτος πριν την εμφάνιση της πανδημίας. Το επόμενο τμήμα του ερωτηματολογίου που αφορά την αξιολόγηση και αντιμετώπιση της κρίσης μέχρι τώρα, αρχίζει με την καταγραφή του ποσοστού που συνέβαλε η πολιτεία για την στήριξη των ερωτώμενων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Τρία ξενοδοχεία όρισαν αυτό το ποσοστό στο 70%, ένα στο 65%, άλλα δυο στο 60% και το ξενοδοχείο με τους λιγότερους εργαζόμενους και κλίνες στο 50%. Η επόμενη ερώτηση που αφορά τις προτάσεις των ξενοδοχείων προς το κράτος για την θωράκιση του κλάδου είχε αρκετά

μέτρα με μεγάλο ενδιαφέρον. Όλα τα ξενοδοχεία απάντησαν ότι θα ήθελαν χαμηλότερους φορολογικούς και ασφαλιστικούς συντελεστές. Από εκεί και πέρα 3/4 ξενοδοχεία σημείωσαν ότι χρειάζεται αύξηση της επιστρεπτέας προκαταβολής, δηλαδή κάποιων χρημάτων που πληρώνει η επιχείρηση προκαταβολικά στο κράτος σαν μορφή δανείου και στο τέλος της τουριστικής σεζόν το κράτος επιστρέφει ένα μέρος αυτής (Μπάρμπας & Φινοκαλιώτης, 2011). Επιπλέον δυο ξενοδοχεία ανέφεραν ότι το κράτος θα πρέπει να προχωρήσει στην εφαρμογή αναπτυξιακών μέτρων, χωρίς ωστόσο να αναφέρουν κάποιο παράδειγμα. Από ένα ξενοδοχείο καταγράφηκε η απάντηση ότι η μείωση της φορολογίας πρέπει να αφορά όλον τον κλάδο του τουρισμού, δηλαδή κάθε του δραστηριότητα. Στην 3<sup>η</sup> ερώτηση που αφορά τα μέτρα που έλαβαν τα ξενοδοχεία για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες που διαμορφώθηκαν από την πανδημία δυο ξενοδοχεία απάντησαν ότι προχώρησαν σε δραστική μείωση των εξόδων τους, χωρίς ωστόσο να αποσαφηνίσουν ποιους τομείς του ξενοδοχείου αφορούσαν. Άλλη μια απάντηση ήταν αυτή της μείωσης της πληρότητας και μάλιστα από το ξενοδοχείο με τις λιγότερες κλίνες από όσα ερευνήθηκαν. Σημαντικό είναι να αναφέρουμε ότι μόνο δυο ξενοδοχεία απάντησαν πως προχώρησαν στην εφαρμογή των πρωτοκόλλων δημόσιας υγείας και την τήρηση των κοινωνικών αποστάσεων. Άλλο ένα ξενοδοχείο ανέφερε ότι προχώρησε σε μείωση των διαθέσιμων προς ενοικίαση κλινών και σε μείωση του προσωπικού, πράγμα που δείχνει την αρνητική επίδραση της πανδημίας στην απασχόληση στον τουριστικό τομέα. Στην τελευταία ερώτηση για το ποια κρίση αποτέλεσε μεγαλύτερο πλήγμα για την επιχείρηση, είχαμε ομοφωνία ότι η πανδημική κρίση αποτέλεσε μεγαλύτερο πρόβλημα. Μάλιστα δυο ξενοδοχεία απάντησαν ότι η κρίση του κορονοϊού έφερε μεγάλο πλήγμα στην γενικότερη οικονομία, σε σχέση με αυτή του 2008. Επίσης καταγράφηκε η απάντηση ότι προκάλεσε πρόβλημα σε όλη την αγορά .

Με την παράθεση αυτών των απαντήσεων αποκτήσαμε μια πιο συγκεκριμένη εικόνα σχετικά με την επίδραση της πανδημίας σε ξενοδοχεία της Δυτικής Ελλάδας. Πλέον μπορούμε να καταγράψουμε τα σχετικά συμπεράσματα που προέκυψαν από τις απαντήσεις που λάβαμε. Ένα πρώτο συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί βάση των απαντήσεων είναι ότι η πολιτεία πήρε ένα πολύ αποτελεσματικό μέτρο, αυτό της αναστολής των εργαζομένων. Δηλαδή προστάτευσε τους εποχιακά εργαζόμενους του

τουριστικού κλάδου από μεγάλες απώλειες στα εισοδήματα τους με την μέθοδο των επιδομάτων για το διάστημα που δεν εργάζονταν εξαιτίας της πανδημίας. Επιπλέον η πανδημία λειτούργησε ως μια αρνητική εξωτερικότητα στα επίπεδα του τζίρου των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Η μείωση ήταν αρκετά μεγάλη, ωστόσο είναι αρκετά πιθανό να μην κινηθεί στα ίδια επίπεδα για το 2021, από την στιγμή που η θερινή τουριστική σεζόν εκκίνησε νωρίτερα σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Σημαντικό συμπέρασμα είναι ότι η πληρότητα σύμφωνα με τις προβλέψεις των ερωτηθέντων δεν αναμένεται να ξεπεράσουν το 50%. Αυτό δείχνει ότι και για την φετινή θερινή τουριστική σεζόν, οι αφίξεις θα είναι μειωμένες. Ωστόσο δεν μπορούμε να πούμε με σιγουριά το ίδιο και για τον τζίρο των ξενοδοχείων, αφού η σεζόν θα διαρκέσει περισσότερο σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή. Αν σε αυτό το γεγονός προσθέσουμε την πορεία των εμβολιασμών σε παγκόσμια κλίμακα, υπάρχουν αρκετές πιθανότητες για αύξηση της πληρότητας μέσα στους μήνες της high season (Ιούλιος, Αύγουστος). Άλλο σημαντικό συμπέρασμα αποτελεί το ότι η πολιτεία βοήθησε με κάποια μέτρα στήριξης σε ποσοστό 50% και άνω. Αυτό αντανakλά και μια σχετική ικανοποίηση από τα ξενοδοχεία που απευθυνθήκαμε. Μετά από περίπου 1,5 χρόνο πανδημίας το μέτρο που φαίνεται να ζητάνε οι επιχειρήσεις του κλάδου περισσότερο από την κυβέρνηση είναι αυτό της μείωσης της φορολογίας και των ασφαλιστικών εισφορών. Ένα τέτοιο μέτρο θα βοηθούσε τα ξενοδοχεία να μην προχωρήσουν σε περαιτέρω περικοπές στα έξοδα τους και ταυτόχρονα δείχνει ότι οι εισφορές τους προς το κράτος θεωρούνται υψηλές. Όπως φαίνεται από τις απαντήσεις κυριαρχεί πρώτα η μείωση των εξόδων για την βιωσιμότητα των ξενοδοχείων και έπειτα η εφαρμογή των υγειονομικών πρωτοκόλλων. Αυτό δείχνει μια σχετική κούραση που υπάρχει σε ότι αφορά την πανδημία, κάτι που είδαμε και σαν κοινωνικό φαινόμενο την περίοδο του δεύτερου lockdown.

Η πανδημική κρίση επικράτησε και ως ένα φαινόμενο πολύ πιο έντονο σε σχέση με την χρηματοπιστωτική κρίση του 2008. Αυτό μπορεί να ερμηνευθεί ως εξής: η κρίση του 2008 μείωσε τα εισοδήματα, αλλά όχι απαραίτητα την πληρότητα, κάτι που σήμαινε χαμηλότερες τιμές αλλά ίδια πληρότητα (Karamanoli, 2014). Αντίθετα η κρίση του κορονοϊού έφερε μειωμένη πληρότητα, ταυτόχρονα με μεγαλύτερες πιέσεις σε ότι αφορά την διαμόρφωση των τιμών. Έτσι ήταν πέρα από τις τιμές, δέχθηκε ισχυρό

πλήγμα και η πληρότητα, κάτι που ποτέ στο παρελθόν δεν είχε αντιμετωπίσει ο ξενοδοχειακός κλάδος. Στο συγκεκριμένο σημείο μπορούμε να τολμήσουμε και μια πρόβλεψη σε σχέση με τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων συνολικά. Η υγειονομική κρίση όσο παραμένει αναμένεται να δημιουργεί αβεβαιότητα τόσο στους καταναλωτές – επισκέπτες, όσο και στους παραγωγούς του τουριστικού προϊόντος (ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, κ.α.). Η αβεβαιότητα αυτή αναμένεται να εκφραστεί με την πίεση των καταναλωτών για χαμηλότερες τιμές, ενώ οι παραγωγοί προκειμένου να διατηρήσουν σε ένα βαθμό τα κέρδη τους αναμένεται να ασκήσουν πιέσεις προς το κράτος για χαμηλότερους φόρους και λιγότερες εισφορές στα δημόσια ταμεία.

Είναι πολύ σημαντικό να διαφοροποιήσουμε τα ξενοδοχεία που ερωτήθηκαν μεταξύ τους, καθώς αυτό θα μας δώσει μερικά επιπλέον συμπεράσματα. Αρχικά τα ξενοδοχεία της έρευνας βρίσκονται σε διαφορετικούς νομούς της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας. Αναλυτικότερα τα 2 βρίσκονται στην Αχαΐα και από ένα σε Ηλεία και Αιτωλοακαρνανία. Ναι μεν μπορεί να βρίσκονται αντιμετώποι με το πρόβλημα της υγειονομικής κρίσης, όμως κάθε νομός της περιφέρειας όπως είδαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο έχει τις δικές του ιδιαιτερότητες. Ο νομός Ηλείας για παράδειγμα έχει περισσότερες τουριστικές ροές από το εξωτερικό σε σχέση με τους άλλους δυο νομούς. Όλα τα ξενοδοχεία της έρευνας θεωρούνται μικρές εποχιακές επιχειρήσεις, ωστόσο διαφέρουν στην χωρητικότητα. Τα τρία από τα τέσσερα ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην έρευνα διαθέτουν από 200 δωμάτια και άνω. Το άλλο ξενοδοχείο της έρευνας αποτελείται από 120 κλίνες. Τα ξενοδοχεία που αποτελούνται από 200 κλίνες και άνω διαφοροποιούνται ως προς την γεωγραφική τους τοποθεσία, καθώς βρίσκονται σε διαφορετικό νομό της περιφέρειας. Από τις διαφοροποιήσεις αυτές μπορούμε να συμπεράνουμε ότι τα ξενοδοχεία δέχθηκαν ισχυρό πλήγμα από την πανδημική κρίση, ωστόσο σύμφωνα με τις απαντήσεις που παραθέσαμε πιο πάνω είχαν διαφορές ως προς την μείωση των κερδών τους και ως προς την βοήθεια που δέχθηκαν από την πολιτεία.

## Επίλογος

Ολοκληρώνοντας την παρούσα πτυχιακή εργασία, βρισκόμαστε στο σημείο όπου μπορούμε να αναφέρουμε ότι ο τουρισμός και όλοι όσοι έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με τον κλάδο αναμένεται να δουν αρκετές αλλαγές στο κοντινό μέλλον, εξαιτίας της πανδημικής κρίσης. Όπως είδαμε ο τουρισμός ιστορικά έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα και στο πέρασμα των χρόνων εξελίχθηκε αναδεικνύοντας συνεχώς καινούργιες μορφές. Ωστόσο δεν πρέπει να παραβλέψουμε το γεγονός ότι οι συνθήκες που επέφερε βίαια η πανδημική κρίση φαίνεται να επιβραδύνουν την εξέλιξη του προσωρινά. Τουριστικές κρίσεις υπήρξαν και στο παρελθόν είτε λόγω φυσικών φαινομένων, είτε λόγω προβλημάτων του οικονομικού συστήματος, όμως η κρίση που έχει δημιουργηθεί μέχρι στιγμής εξαιτίας της πανδημίας φαίνεται πως έχει αρκετά πράγματα που την διαφοροποιούν. Είναι ένα πρωτοφανές γεγονός όχι μόνο για τον τουρισμό αλλά και γενικότερα για κάθε τομέα της οικονομίας. Στην Ελλάδα υπήρξε μεγάλη τουριστική ανάπτυξη από τις αρχές της δεκαετίας του 1970 και έπειτα. Όμως η Ελλάδα δέχθηκε ένα μεγάλο πλήγμα κατά την διάρκεια της χρηματοοικονομικής κρίσης του 2008, από το οποίο δεν πρόλαβε να ξεφύγει απόλυτα, όταν ξέσπασε η πανδημία του κορονοϊού. Το ίδιο ακριβώς ισχύει και για την περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας στην οποία επικεντρωθήκαμε. Αναφερόμαστε μάλιστα σε μια περιφέρεια η οποία βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις της τουριστικής κίνησης, σε σύγκριση με τις υπόλοιπες περιφέρειες της Ελλάδας. Παρότι υπάρχουν οι φυσικές υποδομές για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος της μέχρι σήμερα δεν έχει σημειωθεί η πρόοδος που χρειάζεται. Μέσα από την ποιοτική ανάλυση των ερωτηματολογίων είχαμε μια πιο ξεκάθαρη εικόνα σχετικά με την παρούσα εικόνα της τουριστικής αγοράς στην Δυτική Ελλάδα. Οι απαντήσεις των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων κατέδειξαν το πρόβλημα που έχει δημιουργήσει η υγειονομική κρίση στην μείωση της πληρότητας τους, αλλά και το ότι χρειάζονται περισσότερα και στοχευμένα μέτρα από την πολιτεία για την προστασία του τουριστικού προϊόντος. Με τα μέχρι στιγμής δεδομένα τα ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην έρευνα δεν αναμένουν μεγάλη αύξηση της πληρότητάς τους σε σχέση με πέρσι. Η πανδημία φαίνεται να έχει δημιουργήσει πολύ μεγάλα προβλήματα κυρίως σε επίπεδο τζίρου. Αυτό που μπορεί να εξαχθεί ως συμπέρασμα είναι ότι τα

προβλήματα της υγειονομικής κρίσης στον τουριστικό κλάδο δεν αναμένεται να λυθούν στο κοντινό μέλλον. Άλλωστε η συγκεκριμένη κρίση φαίνεται να έχει ξεπεράσει μέσα σε μόλις 1,5 χρόνο τις αρνητικές συνέπειες που δημιουργήθηκαν από μια χρηματοπιστωτική κρίση που διήρκησε τουλάχιστον 5 έτη.

## Βιβλιογραφικές Αναφορές

### Ελληνικές

- Ανδριώτης Β.Κ., (2009). *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*. Εκδ. Σταμούλη
- Βαρβαρέσος Σ., (1997). *Τουρισμός Οικονομικές Προσεγγίσεις*. Εκδ. Προπομπός
- Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ., (2003). *Διοίκηση Ποιότητας στις Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις*. Αρχείο οικονομικής ιστορίας 2003, Τόμος XV, Νο 1
- Γείτονα Μ., Σαραντόπουλος Ι., (2016). *Ιατρικός τουρισμός: Επένδυση στην υγεία και οικονομία*. Εκδ. Παπαζήση
- Γκριμπα Ε., (2005). *Προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού στην Ελλάδα*. Διδακτορική Διατριβή Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Γλυνιά Ε., Λύτρας Π. Μάρας Δ., (2004). *Animation, ψυχαγωγία και άθληση τον τουρισμό*. Interbooks
- Δάρας Τ., Σύσας Π., (2010). *Πιθανότητες και στατιστική: θεωρία και εφαρμογές*. Εκδόσεις Ζήτη
- Διακομιχάλης Μ., (2009). *Ο θαλάσσιος τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του*. Εκδ. Σταμούλη
- Ζουπουνίδης Κ., Σίσκος Γ., (2006). *Τουριστικό μάνατζμεντ*. Εκδ. Κλειδάριθμος
- Ηγουμενάκης Γ.Ν., Κραβαρίτης Ν.Κ., (2004). *Τουρισμός. Βασικές έννοιες*. Interbooks
- Ίκκος Α., Ρασούλη Γ., (2020). *Η πανδημία του COVID-19 και ο ελληνικός τουρισμός*. ΙΝΣΕΤΕ
- Καζανά Δ., (2006). *Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε αναπτυσσόμενους τουριστικούς προορισμούς. Η περίπτωση της Χίου*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Κακούρη Π., Τόσκα Α., Παπαρίζου Σ., (2018). *Εναλλακτικός τουρισμός στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας*. ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας
- Καμαριώτη Α. (2013). *Η τουριστική ανάπτυξη του δήμου Ξυλοκάστρου – Ευρωστίνης*. ΤΕΙ Κρήτης
- Καρούλια Σ., Γάκη Ε., Λαγός Δ., (2013). *Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό: μια συγκριτική μελέτη*. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
- Κοκκώσης Θ., Τσάρτας Π., Γρκίμπα Ε., (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Εκδ. Κριτική

- Κομίλης Π., (2007). *Οικοτουρισμός: Η εναλλακτική προοπτική αιεφόρου τουριστικής ανάπτυξης*. Εκδ. Προπομπός
- Κουτσουράδης Α.Γ., Λαγός Δ.Γ., (2017). *Οικονομικές και νομικές παράμετροι του ελληνικού τουρισμού*. Εκδ. Σακκουλάς
- Λαγός Δ.Γ., (2018). *Τουριστική οικονομική*. Εκδ. Σταμούλη
- Λαλούμης Δ., (2015). *Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού Τουριστικών Επιχειρήσεων*. ΣΕΑΒ
- Μαλαμά Γ.Α., (2011). *Διαχείριση κρίσεων στον Ελληνικό τουρισμό: η μελέτη περίπτωσης του Sea Diamond*. Διπλωματική Εργασία Πανεπιστήμιο Πειραιά
- Μοίρα Π., Μυλωνόπουλος Δ., (2020). *Θαλάσσιος Τουρισμός*. Εκδ. Φαίδιμος
- Μπαρμπούτη Μ., Κακαβάς Α., Κούρτη Μ., (2017). *Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα του νομού Αχαΐας σαν τουριστικός προορισμός*. ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδος
- Μπάρμπας Ν., Φινοκαλιώτης Δ., (2011). *Δημόσια Οικονομικά: φόροι, δημόσια δάνεια, δημόσιες δαπάνες*. Εκδ. Σακκουλά
- Οικονομίδου Ε., (2003). *Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας*. Εκδόσεις ΕΟΤ
- Παπαδοπούλου Α., Μανωλοπούλου Π., (2017). *Τουρισμός και οικονομική κρίση*. ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας
- Πατρώνης Β., (2019). *Θέματα ελληνικής οικονομικής ιστορίας (18<sup>ος</sup> – 21<sup>ος</sup> αιώνας)*. Εκδ. Ηρόδοτος
- Πουλημένου Σ.Μ., (2020). *Πρωτοβουλίες Ανάπτυξης του τουριστικού κλάδου και αντιμετώπισης του φαινομένου της εποχικότητας του τουρισμού σε επιλεγμένες περιφέρειες: 3ο Παραδοτέο: Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας και Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης*. ΣΕΤΕ
- Τσάρτας Π., (2010). *Ελληνική τουριστική ανάπτυξη: χαρακτηριστικά, διευρύνσεις, προτάσεις*. Εκδ. Κριτική
- Τσιώλης Γ., (2014). *Μέθοδοι και τεχνικές ανάλυσης στην ποιοτική κοινωνική έρευνα*. Εκδ. Κριτική
- Χατζηδάκης Α., (2011). *Ανάλυση της πορείας της τουριστικής κίνησης 2001-2010*. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού



- Abel A., Bernake B., Croushore D., (2017). *Μακροοικονομική 3<sup>η</sup> έκδοση*. Εκδ. Κριτική
- Ambrosie L.M., (2015). *Sun & Sea Tourism: Fantasy and Finance of the All-Inclusive Industry*. Cambridge Scholars
- Armstrong G., Kotler P., (2009). *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*. Εκδ. Επίκεντρο.
- Dristas, M, (2003). *Tourism in Greece during the 20th century: A way to what sort of development?* L. Tissot (ed), “Development of a tourist Industry in the 19th and 20<sup>th</sup> centuries: Technology, Politics and Economy, International Perspectives, NEUCHATEL, p.p. 187-210
- Gartner C.W., (2001). *Τουριστική ανάπτυξη: Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές*. Εκδ. Έλλην
- Karamanoli M., (2017). *Financial crisis and managerial entrenchment in Hotel Industry : Evidence from the European stock market*. Winter 2014 Conference of the Multinational Finance Society
- Nicholson W., Snyder C., (2018). *Μικροοικονομική: Βασικές αρχές και προεκτάσεις*. 3<sup>η</sup> έκδοση Κριτική
- Subramanyam K.R., (2017). *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων*. Εκδ. Πασχαλίδης
- Ratten V., Braga V., Álvarez-García J., de la Cruz del Rio-Rama M., (2019), *Tourism Innovation: Technology, Sustainability and Creativity*. Routledge
- Weeden C., Dowling R., (2016). *Cruise Ship Tourism (2nd edition)*. Cabi

## Άρθρα

- Ρέτσος Γ., (2021). *Η πανδημία άλλαξε οριστικά τον τουρισμό που γνωρίζαμε*. Η Καθημερινή. Διαθέσιμο στο σύνδεσμο: <https://www.kathimerini.gr/pages/k-epixeirein/561228628/i-pandimia-allaxe-oristika-ton-toyrismo-poy-gnorizame/>
- Φίλιππα Χ.Ν., (2013). *Η ιστορική εξέλιξη του τουρισμού*. Η Καθημερινή. Διαθέσιμο στο σύνδεσμο: <https://www.kathimerini.gr/culture/493055/i-istoriki-exelixa-toy-toyrismoy/>
- Φραγκάκης Δ., (2020). *Η προσαρμογή του ελληνικού τουρισμού στην πανδημία και το στοίχημα του 2021*. *Naftemporiki*. Διαθέσιμο στο σύνδεσμο: <https://m.naftemporiki.gr/story/1649963/i-prosarmogi-tou-ellinikou-tourismou-stin-pandimia-kai-to-stoixima-tou-2021>

- Capital.gr, (2015). "Ανθεί" η μαύρη εργασία στους τουριστικούς προορισμούς. Διαθέσιμο στο σύνδεσμο: <https://www.capital.gr/oikonomia/3047818/-anthei-i-mauri-ergasia-stous-touristikous-proorismous>
- Gössling S., Scott D., Hall M., (2020). *Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19*. Διαθέσιμο στο σύνδεσμο: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Tourismtoday, (2019). 135 ξενοδοχεία Thomas Cook στα χέρια της Tui, τα 16 είναι Ελληνικά. Διαθέσιμο στο σύνδεσμο: <https://www.tourismtoday.gr/135-xenodoxeia-thomas-cook-sta-xeria-tis-tui-ta-16-einai-ellinika/-31/10/2019>

### Ηλεκτρονικές Πηγές

<https://www.unwto.org/global/press-release/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-ahead-forecasts> (πρόσβαση στις 31/03/2021)

<https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/> (πρόσβαση στις 02/04/2021)

<https://insete.gr/statistika-stoixeia-perifereion/> (πρόσβαση στις 02/04/2021)

<https://www.fraport-greece.com/eng/our-expertise-and-services/aviation/traffic-figures> Πρόσβαση στις 21/04/2021

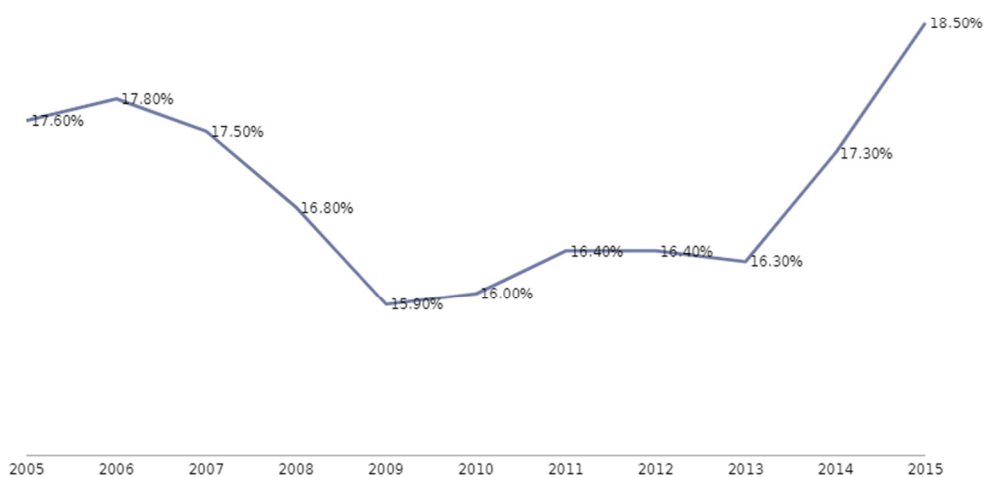
<https://www.kathimerini.gr/economy/561196678/i-pandimia-sterise-15-dis-eyro-apo-ton-elliniko-toyrismo/> Πρόσβαση στις 23/04/2021

<https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1695970/i-pandimia-dokimazei-kai-pali-ton-tourismo> Πρόσβαση στις 24/05/2021

## Παράρτημα

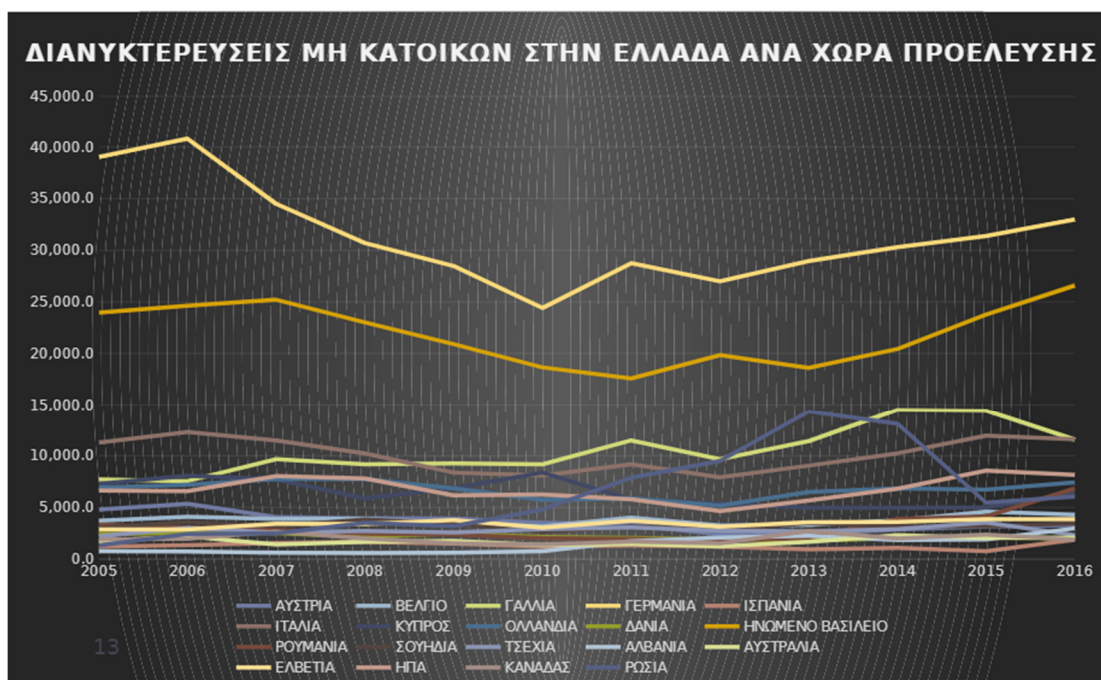
# Συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ

### Συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ



▶ 15

## Διανυκτερεύσεις ανά χώρα προέλευσης



▶ 13

## Συμμετοχή ταξιδιωτικών εισπράξεων στο ΑΕΠ



Πηγή:

[https://www.researchgate.net/publication/340444621\\_E\\_Epidrase\\_tes\\_oikonomikes\\_k\\_rises\\_ston\\_Elleniko\\_Tourismo\\_2017?channel=doi&linkId=5e89c0d9299bf130797ce767&showFulltext=true](https://www.researchgate.net/publication/340444621_E_Epidrase_tes_oikonomikes_k_rises_ston_Elleniko_Tourismo_2017?channel=doi&linkId=5e89c0d9299bf130797ce767&showFulltext=true)

Περιφερειακές Ενότητες		2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Αιτωλοακαρνανία</b>	Μουσεία	0	0	1.354	4.705	4.033	2.731
	Αρχαιολογικοί χώροι	0	0	742	3.763	4.492	3.812
<b>Αχαΐα</b>	Μουσεία	14.152	3.054	11.379	19.524	17.141	19.569
	Αρχαιολογικοί χώροι	0	0	1.220	2.177	4.907	5.320
<b>Ηλεία</b>	Μουσεία	46.666	63.719	83.943	123.046	152.626	152.353
	Αρχαιολογικοί χώροι	419.989	465.964	451.496	498.657	504.954	477.236
<b>Σύνολο</b>	<b>Μουσεία</b>	<b>60.818</b>	<b>66.773</b>	<b>96.676</b>	<b>147.275</b>	<b>173.800</b>	<b>174.653</b>
	<b>Αρχαιολογικοί χώροι</b>	<b>419.989</b>	<b>465.964</b>	<b>453.458</b>	<b>504.597</b>	<b>514.353</b>	<b>486.368</b>

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

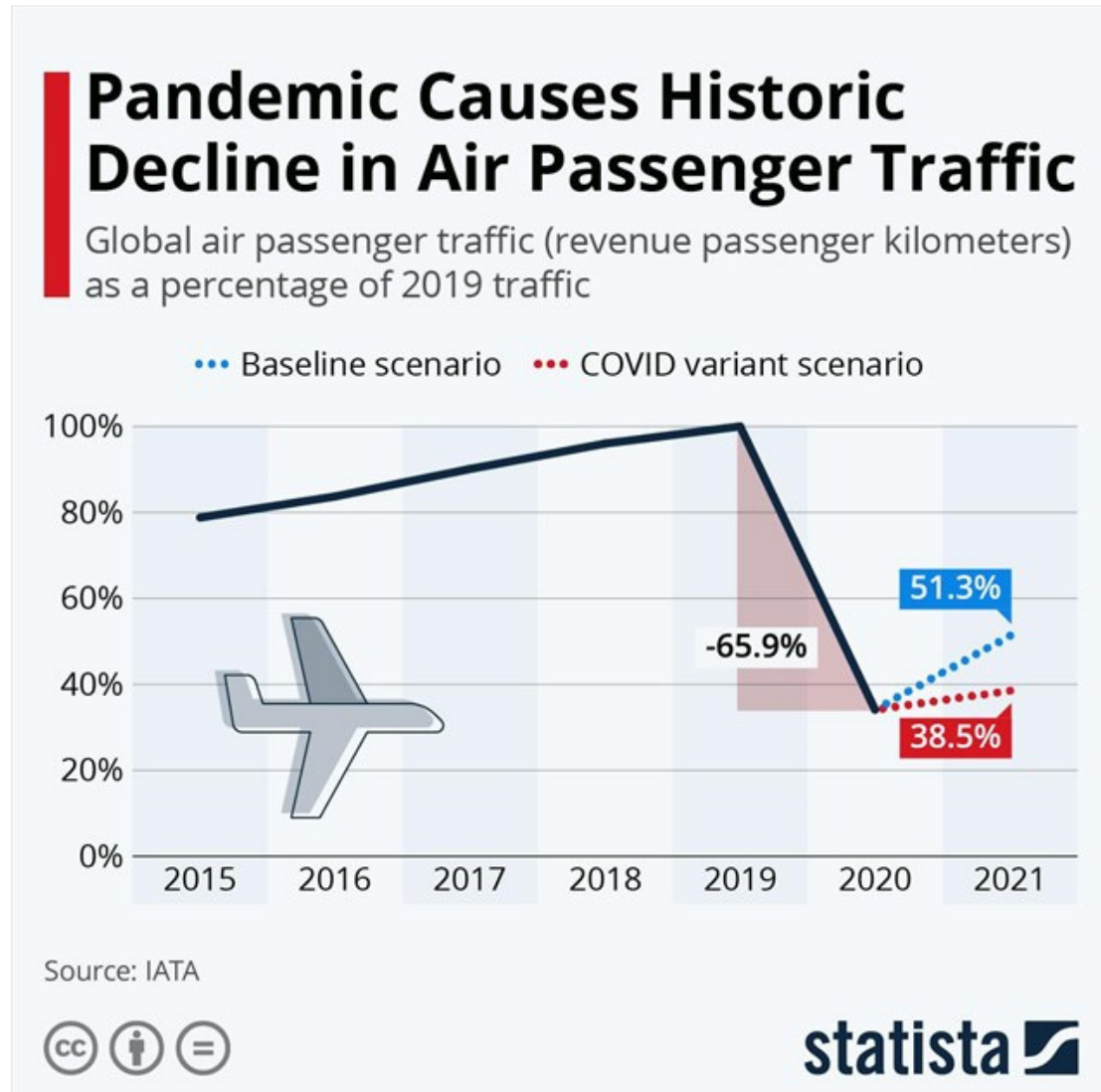
Ο αριθμός των επισκεπτών σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους της Δυτικής Ελλάδας την περίοδο 2010-2015.

Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις			Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού		
	Άραξος	Σύνολο		Άραξος	Σύνολο
2015	73.140	73.140	2015	1.174	1.174
Ιανουάριος	0	0	Ιανουάριος	0	0
Φεβρουάριος	0	0	Φεβρουάριος	0	0
Μάρτιος	179	179	Μάρτιος	0	0
Απρίλιος	3.883	3.883	Απρίλιος	2	2
Μάιος	18.953	18.953	Μάιος	178	178
Ιούνιος	10.707	10.707	Ιούνιος	117	117
Ιούλιος	13.504	13.504	Ιούλιος	280	280
Αύγουστος	14.162	14.162	Αύγουστος	290	290
Σεπτέμβριος	9.723	9.723	Σεπτέμβριος	168	168
Οκτώβριος	2.029	2.029	Οκτώβριος	139	139
Νοέμβριος	0	0	Νοέμβριος	0	0
Δεκέμβριος	0	0	Δεκέμβριος	0	0
2014	73.786	73.786	2014	150	150
Ιανουάριος	0	0	Ιανουάριος	0	0
Φεβρουάριος	0	0	Φεβρουάριος	0	0
Μάρτιος	0	0	Μάρτιος	0	0
Απρίλιος	2.821	2.821	Απρίλιος	4	4
Μάιος	4.549	4.549	Μάιος	78	78
Ιούνιος	14.392	14.392	Ιούνιος	6	6
Ιούλιος	17.616	17.616	Ιούλιος	62	62
Αύγουστος	19.693	19.693	Αύγουστος	0	0
Σεπτέμβριος	11.859	11.859	Σεπτέμβριος	0	0
Οκτώβριος	2.856	2.856	Οκτώβριος	0	0
Νοέμβριος	0	0	Νοέμβριος	0	0
Δεκέμβριος	0	0	Δεκέμβριος	0	0
2013	70.006	70.006	2013	11	11
Ιανουάριος	0	0	Ιανουάριος	0	0
Φεβρουάριος	0	0	Φεβρουάριος	0	0
Μάρτιος	80	80	Μάρτιος	0	0
Απρίλιος	2.611	2.611	Απρίλιος	0	0
Μάιος	5.444	5.444	Μάιος	7	7
Ιούνιος	14.087	14.087	Ιούνιος	0	0
Ιούλιος	15.129	15.129	Ιούλιος	0	0
Αύγουστος	17.026	17.026	Αύγουστος	0	0
Σεπτέμβριος	11.673	11.673	Σεπτέμβριος	4	4
Οκτώβριος	3.956	3.956	Οκτώβριος	0	0

Νοέμβριος	0	0	Νοέμβριος	0	0
Δεκέμβριος	0	0	Δεκέμβριος	0	0
2012	66.144	66.144	2012	28	28
Ιανουάριος	0	0	Ιανουάριος	0	0
Φεβρουάριος	0	0	Φεβρουάριος	0	0
Μάρτιος	161	161	Μάρτιος	0	0
Απρίλιος	4.177	4.177	Απρίλιος	0	0
Μάιος	5.205	5.205	Μάιος	0	0
Ιούνιος	11.412	11.412	Ιούνιος	0	0
Ιούλιος	14.201	14.201	Ιούλιος	28	28
Αύγουστος	14.494	14.494	Αύγουστος	0	0
Σεπτέμβριος	10.817	10.817	Σεπτέμβριος	0	0
Οκτώβριος	5.437	5.437	Οκτώβριος	0	0
Νοέμβριος	240	240	Νοέμβριος	0	0
Δεκέμβριος	0	0	Δεκέμβριος	0	0
2011	37.583	37.583	2011	485	485
Ιανουάριος	0	0	Ιανουάριος	0	0
Φεβρουάριος	0	0	Φεβρουάριος	0	0
Μάρτιος	0	0	Μάρτιος	0	0
Απρίλιος	0	0	Απρίλιος	0	0
Μάιος	3.091	3.091	Μάιος	213	213
Ιούνιος	7.122	7.122	Ιούνιος	87	87
Ιούλιος	10.238	10.238	Ιούλιος	98	98
Αύγουστος	8.832	8.832	Αύγουστος	0	0
Σεπτέμβριος	7.177	7.177	Σεπτέμβριος	87	87
Οκτώβριος	1.119	1.119	Οκτώβριος	0	0
Νοέμβριος	0	0	Νοέμβριος	0	0
Δεκέμβριος	4	4	Δεκέμβριος	0	0
2010	39.627	39.627	2010	9	9
Ιανουάριος	0	0	Ιανουάριος	0	0
Φεβρουάριος	0	0	Φεβρουάριος	0	0
Μάρτιος	0	0	Μάρτιος	0	0
Απρίλιος	43	43	Απρίλιος	0	0
Μάιος	4.225	4.225	Μάιος	1	1
Ιούνιος	7.760	7.760	Ιούνιος	2	2
Ιούλιος	9.889	9.889	Ιούλιος	0	0
Αύγουστος	10.308	10.308	Αύγουστος	0	0
Σεπτέμβριος	6.445	6.445	Σεπτέμβριος	6	6
Οκτώβριος	957	957	Οκτώβριος	0	0
Νοέμβριος	0	0	Νοέμβριος	0	0
Δεκέμβριος	0	0	Δεκέμβριος	0	0

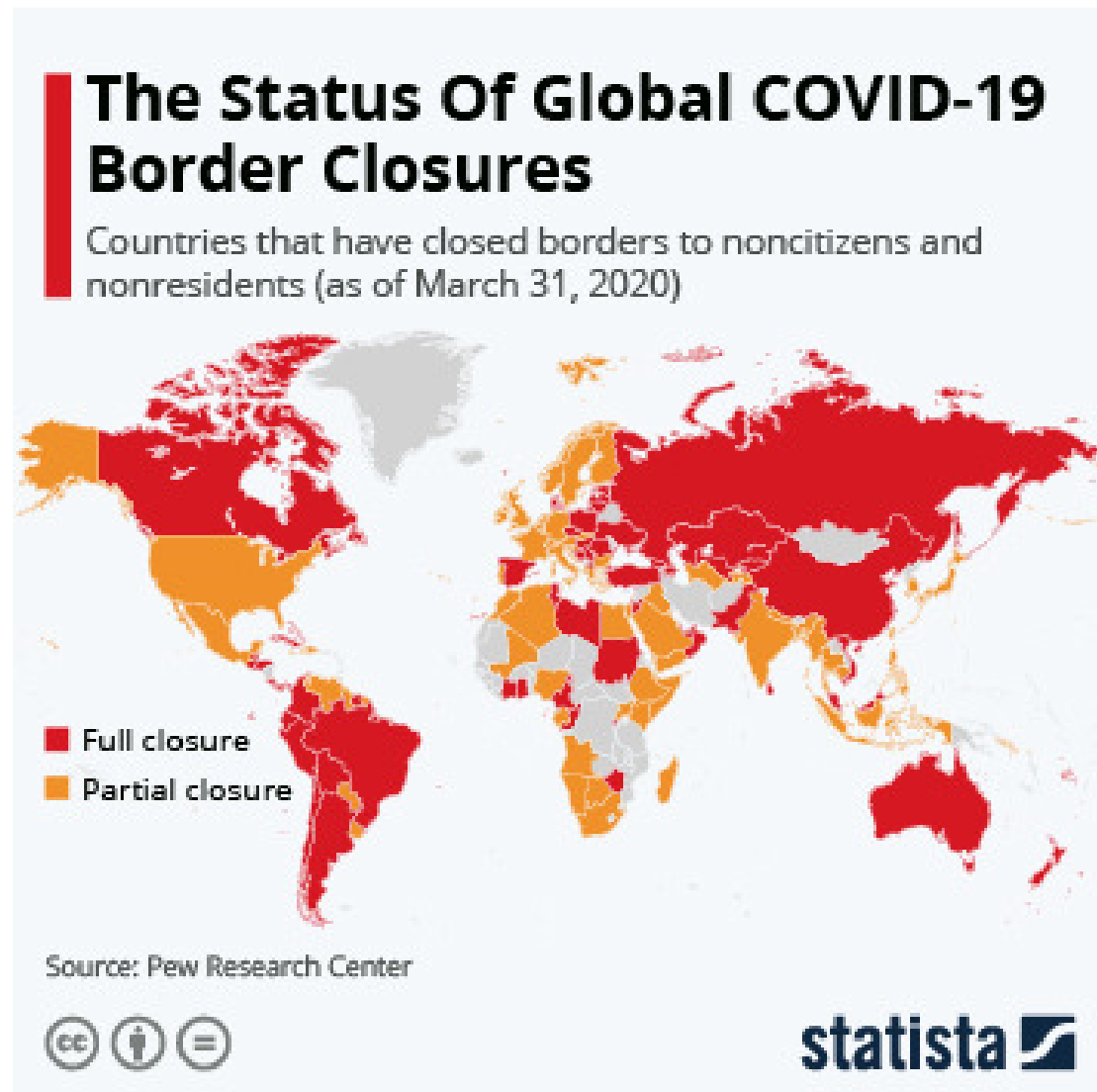
Πηγή: ΥΠΑ, Επεξεργασία INSETE Intelligence

Αεροπορικές αφίξεις στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας 2010-2015



Η μείωση των πτήσεων σε ποσοστά για το 2020. Πηγή:

<https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1695970/i-pandimia-dokimazei-kai-paliton-tourismo>



Οι χώρες που έκλεισαν τα σύνορα τους κατά το πρώτο κύμα της πανδημίας. Πηγή: Statista.com





SOURCE: WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO), DECEMBER 2020

*Η επίπτωση της πανδημίας στον τουρισμό μέχρι τον Οκτώβρη του 2020. Πηγή: UNWTO*

## Απαντήσεις ερωτηματολογίων

### Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Άνδρας

Ηλικία: .....30.....

Θέση: Ρεσεψιον

Μέγεθος επιχείρησης: μικρή

Αριθμός Εργαζομένων: ...35.....

Αριθμός Κλινών: .....225.....

Εποχική δραστηριότητα: ΝΑΙ

### Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Σε τι ποσοστό η επιχείρηση σημείωσε μείωση στο τζίρο; 80%
2. Τι ποσοστό εργαζομένων τέθηκε σε καθεστώς στήριξης; 100%
3. Τι ποσοστό πληρότητας αναμένετε να έχετε την καλοκαιρινή σεζόν; 40%

### Αντιμετώπιση και αξιολόγηση της κρίσης

1. Σε τι ποσοστό, η πολιτεία σας βοήθησε κατά την διάρκεια αυτής της κρίσης με τα μέτρα στήριξης που εφάρμοσε; 65%
2. Τώρα που έχει περάσει πάνω από ένας χρόνος σε καθεστώς πανδημίας, ποια μέτρα έχετε να προτείνετε στο κράτος σαν πιο αποτελεσματικά για τη βιωσιμότητα του κλάδου σας;  
Φορολογικά, αναπτυξιακά, περισσότερη επιστρεπτέα προκαταβολή μείωση φορολογικών και ασφαλιστικών συντελεστών
3. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε οι ίδιοι για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

(αυστηρή μείωση των εξόδων .....)

4. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

(...Σίγουρα η πανδημία καθώς επηρέασε σε μεγάλο βαθμό την οικονομία)

## Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Άνδρας

Ηλικία: .....54.....

Θέση: Προϊστάμενος λογιστηρίου

Μέγεθος επιχείρησης: μικρή

Αριθμός Εργαζομένων: ...31.....

Αριθμός Κλινών: .....220.....

Εποχική δραστηριότητα: ΝΑΙ

### Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Σε τι ποσοστό η επιχείρηση σημείωσε μείωση στο τζίρο; 80%
2. Τι ποσοστό εργαζομένων τέθηκε σε καθεστώς στήριξης; 100%
3. Τι ποσοστό πληρότητας αναμένετε να έχετε την καλοκαιρινή σεζόν; 20%

### Αντιμετώπιση και αξιολόγηση της κρίσης

1. Σε τι ποσοστό , η πολιτεία σας βοήθησε κατά την διάρκεια αυτής της κρίσης με τα μέτρα στήριξης που εφάρμοσε; 70%
2. Τώρα που έχει περάσει πάνω από ένας χρόνος σε καθεστώς πανδημίας, ποια μέτρα έχετε να προτείνετε στο κράτος σαν πιο αποτελεσματικά για τη βιωσιμότητα του κλάδου σας; Φορολογικά ,αναπτυξιακά, περισσότερη επιστρεπτέα προκαταβολή μείωση φορολογικών και ασφαλιστικών συντελεστών
3. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε οι ίδιοι για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;  
( περιορισμός δαπανών .....)
4. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;  
(...η πανδημία διότι έφερε τεράστιο πλήγμα στην γενικότερη οικονομία)

## Ερωτηματολόγιο

Φύλο: Γυναίκα

Ηλικία: .....30.....

Θέση: Ρεσεψιον

Μέγεθος επιχείρησης: μικρή

Αριθμός Εργαζομένων: ...27.....

Αριθμός Κλινών: .....120.....

Εποχική δραστηριότητα: ΝΑΙ

### Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Σε τι ποσοστό η επιχείρηση σημείωσε μείωση στο τζίρο; 60%
2. Τι ποσοστό εργαζομένων τέθηκε σε καθεστώς στήριξης; 100%
3. Τι ποσοστό πληρότητας αναμένετε να έχετε την καλοκαιρινή σεζόν; 50%

### Αντιμετώπιση και αξιολόγηση της κρίσης

1. Σε τι ποσοστό , η πολιτεία σας βοήθησε κατά την διάρκεια αυτής της κρίσης με τα μέτρα στήριξης που εφάρμοσε; 50%
2. Τώρα που έχει περάσει πάνω από ένας χρόνος σε καθεστώς πανδημίας, ποια μέτρα έχετε να προτείνετε στο κράτος σαν πιο αποτελεσματικά για τη βιωσιμότητα του κλάδου σας;  
Αναστολή ασφαλιστικών εισφορών, περισσότερη επιστρεπτέα προκαταβολή μείωση φορολογικών και ασφαλιστικών συντελεστών, επιδότηση πάγιων δαπανών
3. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε οι ίδιοι για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;  
(μείωση πληρότητας .....)
4. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

(...Η πανδημία...)

## Ερωτηματολόγιο

**Φύλο:** Γυναίκα

**Ηλικία:** .....45.....

**Θέση:** Ρεσεψιον

**Μέγεθος επιχείρησης:** μικρή

**Αριθμός Εργαζομένων:** ...22.....

**Αριθμός Κλινών:** .....200.....

**Εποχική δραστηριότητα:** ΝΑΙ

### Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Σε τι ποσοστό η επιχείρηση σημείωσε μείωση στο τζίρο; **75%**
2. Τι ποσοστό εργαζομένων τέθηκε σε καθεστώς στήριξης; **100%**
3. Τι ποσοστό πληρότητας αναμένετε να έχετε την καλοκαιρινή σεζόν; **50%**

### Αντιμετώπιση και αξιολόγηση της κρίσης

1. Σε τι ποσοστό , η πολιτεία σας βοήθησε κατά την διάρκεια αυτής της κρίσης με τα μέτρα στήριξης που εφάρμοσε; **70%**
2. Τώρα που έχει περάσει πάνω από ένας χρόνος σε καθεστώς πανδημίας, ποια μέτρα έχετε να προτείνετε στο κράτος σαν πιο αποτελεσματικά για τη βιωσιμότητα του κλάδου σας;  
μείωση φορολογικών και ασφαλιστικών συντελεστών,  
Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε οι ίδιοι για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

(Διαδικασίες υγείας και ασφάλειας, τήρηση κοινωνικής απόστασης.....)

3. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

(...Η πανδημία καθώς έφερε αξιοσημείωτο πλήγμα στην οικονομία ...)

4. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

(...Η πανδημία...)

## Ερωτηματολόγιο

**Φύλο:** Γυναίκα

**Ηλικία:** .....50.....

**Θέση:** Προϊστάμενη λογιστηρίου

**Μέγεθος επιχείρησης:** μικρή

**Αριθμός Εργαζομένων:** ...33.....

**Αριθμός Κλινών:** .....230.....

**Εποχική δραστηριότητα:** ΝΑΙ

### Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Σε τι ποσοστό η επιχείρηση σημείωσε μείωση στο τζίρο; 70%
2. Τι ποσοστό εργαζομένων τέθηκε σε καθεστώς στήριξης; 100%
3. Τι ποσοστό πληρότητας αναμένετε να έχετε την καλοκαιρινή σεζόν; 30%

### Αντιμετώπιση και αξιολόγηση της κρίσης

1. Σε τι ποσοστό, η πολιτεία σας βοήθησε κατά την διάρκεια αυτής της κρίσης με τα μέτρα στήριξης που εφάρμοσε; 80%
2. Τώρα που έχει περάσει πάνω από ένας χρόνος σε καθεστώς πανδημίας, ποια μέτρα έχετε να προτείνετε στο κράτος σαν πιο αποτελεσματικά για τη βιωσιμότητα του κλάδου σας; Μείωση των φορολογικών και ασφαλιστικών συντελεστών και μεγαλύτερη επιστρεπτέα προκαταβολή.
3. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε οι ίδιοι για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

Μείωση των εξόδων και φθηνότερες πρώτες ύλες.

4. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

Η πανδημία, διότι έχει μεγαλύτερη ένταση από την οικονομική κρίση.

## Ερωτηματολόγιο

**Φύλο:** Άνδρας

**Ηλικία:** .....29.....

**Θέση:** Ρεσεψιονίστ

**Μέγεθος επιχείρησης:** μικρή

**Αριθμός Εργαζομένων:** ...30.....

**Αριθμός Κλινών:** .....200.....

**Εποχική δραστηριότητα:** ΝΑΙ

### Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Σε τι ποσοστό η επιχείρηση σημείωσε μείωση στο τζίρο; 60%
2. Τι ποσοστό εργαζομένων τέθηκε σε καθεστώς στήριξης; 100%
3. Τι ποσοστό πληρότητας αναμένετε να έχετε την καλοκαιρινή σεζόν; 50%

### Αντιμετώπιση και αξιολόγηση της κρίσης

1. Σε τι ποσοστό, η πολιτεία σας βοήθησε κατά την διάρκεια αυτής της κρίσης με τα μέτρα στήριξης που εφάρμοσε; 70%
2. Τώρα που έχει περάσει πάνω από ένας χρόνος σε καθεστώς πανδημίας, ποια μέτρα έχετε να προτείνετε στο κράτος σαν πιο αποτελεσματικά για τη βιωσιμότητα του κλάδου σας; Μείωση των φόρων και επιδοτήσεις για την ενίσχυση των ξενοδοχείων.
3. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε οι ίδιοι για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

Τήρηση υγειονομικών πρωτοκόλλων και μείωση των εξόδων

4. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

Η πανδημία επειδή επηρέασε όλες τις χώρες

## Ερωτηματολόγιο

**Φύλο:** Άνδρας

**Ηλικία:** .....32.....

**Θέση:** Ρεσεψιόν

**Μέγεθος επιχείρησης:** μικρή

**Αριθμός Εργαζομένων:** ...25.....

**Αριθμός Κλινών:** .....190.....

**Εποχική δραστηριότητα:** ΝΑΙ

### Συγκρίνοντας το έτος 2020 με το 2019.

1. Σε τι ποσοστό η επιχείρηση σημείωσε μείωση στο τζίρο; 60%
2. Τι ποσοστό εργαζομένων τέθηκε σε καθεστώς στήριξης; 100%
3. Τι ποσοστό πληρότητας αναμένετε να έχετε την καλοκαιρινή σεζόν; 50%

### Αντιμετώπιση και αξιολόγηση της κρίσης

1. Σε τι ποσοστό, η πολιτεία σας βοήθησε κατά την διάρκεια αυτής της κρίσης με τα μέτρα στήριξης που εφάρμοσε; 60%
2. Τώρα που έχει περάσει πάνω από ένας χρόνος σε καθεστώς πανδημίας, ποια μέτρα έχετε να προτείνετε στο κράτος σαν πιο αποτελεσματικά για τη βιωσιμότητα του κλάδου σας; Μείωση φορολογικών συντελεστών σε όλο τον κλάδο
3. Ποια ήταν τα μέτρα που λάβατε οι ίδιοι για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες;

Λειτουργία με λιγότερο προσωπικό και λιγότερες κλίνες

4. Κατά την άποψή σας, θεωρείται πιο σοβαρό πλήγμα για την επιχείρησή σας την οικονομική κρίση ή την πανδημία και γιατί;

Η πανδημία γιατί επηρέασε όλους τους τομείς της αγοράς