



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ

ΘΕΜΑ: Τουρισμός και Οικονομική Ανάπτυξη: Η Περίπτωση της Ελλάδας

ΣΤΙΒΕΝ ΝΙΚΟΛΑΕΒ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: Γ. ΚΟΡΡΕΣ

ΜΕΛΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ:

Α. ΚΙΖΟΣ

Γ. ΣΙΔΗΡΟΠΟΥΛΟΣ

Κατάλογος περιεχομένων

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: Το τουριστικό φαινόμενο.....	4
Τουριστικό φαινόμενο στην Ελλάδα.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	10
Ιατρικός - Ιαματικός Τουρισμός	12
1.5.2 Αγρο-τουρισμός	13
Οικοτουρισμός – Οικολογικός τουρισμός	15
Θαλάσσιος τουρισμός	16
Πολιτιστικός τουρισμός	17
Αθλητικός τουρισμός	18
Ορεινός – Χειμερινός τουρισμός	19
Άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	21
Οι επιδόσεις των μεσογειακών χωρών.....	35
Η κατάταξη της Ελλάδας ως προς τη διεθνή ανταγωνιστικότητα στον.....	37
τομέα του τουρισμού.....	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ	42
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	42
Η συνολική εικόνα και τα αναλυτικά στοιχεία.....	44
Η γεωγραφική κατανομή και η εποχικότητα των αφίξεων.....	47
Συμπεράσματα.....	54

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πτυχιακή αυτή γράφηκε με σκοπό να ενημερώσει πλήρως τον αναγνώστη για το φαινόμενο του τουρισμού στην Ελλάδα και την οικονομική ανάπτυξη που συνδέεται άμεσα με αυτό. Με τον όρο "Τουρισμός" να περιλαμβάνει όλες τις πτυχές και τις εκφάνσεις του τουριστικού φαινομένου και τον όρο "Ανάπτυξη" να περιλαμβάνει όχι μόνο την οικονομική ανάπτυξη αλλά και την γενικευμένη ανάπτυξη του τόπου στον οποίο συντελείται το φαινόμενο. Το διακύβευμα της έρευνας είναι τελικά οι προοπτικές του τουρισμού στην χώρα μας και τα εργαλεία που υπάρχουν για την επίτευξη των στόχων, Πρώτα μελετώ τον τουρισμό τον ορίζω, εξετάζω τα όρια και τις μορφές του, καθώς και τους τομείς που συνδέονται με τον τουρισμό άμεσα ή έμμεσα και τις αλληλεπιδράσεις τους. Μετά μελετώ τα στατιστικά του τουρισμού στην Ελλάδα και την οικονομική και τουριστική ανάπτυξη. Επέλεξα να χρησιμοποιήσω στοιχεία μέχρι το 2014-15, δηλαδή την χρονιά πριν γίνουν αισθητά τα πρώτα αρνητικά αποτελέσματα του προσφυγικού ζητήματος στην τουριστική βιομηχανία της χώρας. Ακόμα παραθέτω συγκριτικά στοιχεία της περιόδου 2015-2017 για να δοθεί μια συνολική εικόνα στον αναγνώστη. Τέλος χρησιμοποιώ την ανάλυση SWOT για να αναδείξω συνοπτικά τα θετικά και αρνητικά στοιχεία γύρω από τον τομέα., καθώς και αναφέρω κάποια άλλα εργαλεία που χρησιμοποιούνται στην Ευρώπη για την επίτευξη των στόχων.

Οι επεξεργασίες της μελέτης έχουν λάβει υπόψη αναλύσεις έγκυρων διεθνών οργανισμών και στηρίζονται στα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία, που συγκεντρώνουν ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), η Eurostat, η ΕΛΣΤΑΤ (πρώην ΕΣΥΕ) και η Τράπεζα της Ελλάδος, στα οποία περιλαμβάνονται και τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία για τις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις τουριστών καθώς και για τις εισπράξεις το έτος 2014 και τις αρχές του 2015.

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

- ΣΕΤΕ - Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων**
UNWTO – World tourism organisation
WTO - World tourism organisation
ΑΕΠ – Ακαθάριστο εγχώριο προϊόν
ΠΟΤ – Παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού
ΕΟΤ – Ελληνικός οργανισμός τουρισμού
PPP - Ισοδυναμία αγοραστικής δύναμης
WEF – World economic forum
ΗΠΑ – Ηνωμένες πολιτείες Αμερικής
ΕΕ – Ευρωπαϊκή Ένωση
ETC - European Travel Commission
ITLS - Διεθνές Ινστιτούτο Τουρισμού και Αναψυχής
Q1-Q4 – Οικονομικά τρίμηνα
ΔΙΣ - Δισεκατομμύρια
USD – Δολάρια Αμερικής
ECU - Ευρωπαϊκή Λογιστική Μονάδα
EU – Ευρωπαϊκή ένωση
CNTA – China national tourism administration
ΕΛΣΤΑΤ - Ελληνική Στατιστική αρχή
ΕΣΥΕ - Ελληνική Στατιστική αρχή
ΕΔΕΤ - Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας
ΕΤΠΑ - Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης
ΕΣΠΑ - Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης
ΙΝΣΕΤΕ - Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΙΟΒΕ - Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
ΤτΕ – Τράπεζα της Ελλάδος
ΙΤΕΠ - Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων
ΚΕΠΕ - Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών
ΦΠΑ – Φόρος προστιθέμενης αξίας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: Το τουριστικό φαινόμενο.

Ο τουρισμός εμφανίζεται με διάφορες μορφές και είναι δύσκολη η διατύπωση ενός ακριβούς και αυστηρού ορισμού. Θα μπορούσε να οριστεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την αμοιβαία επίδραση τουριστών, τουριστικών επιχειρήσεων, τόπων φιλοξενίας και διοικήσεων τόπων φιλοξενίας στη διαδικασία προσέλκυσης, υποδοχής και φιλοξενίας επισκεπτών δηλαδή τουριστών και εκδρομέων. Σε γενικές γραμμές, ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνολο δραστηριοτήτων, αγαθών, υπηρεσιών και παραγωγικών μονάδων που προσφέρει μια τουριστική ή ταξιδιωτική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους και ταξιδεύουν σε κάποιο τουριστικό προορισμό της επιλογής τους με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους: Επίσης, είναι το αθροιστικό σύνολο των τουριστικών δαπανών που πραγματοποιούνται μέσα στα όρια ενός κράτους.¹

Στις μέρες μας η τουριστική δραστηριότητα έχει κοινωνικο-πολιτιστική και πολιτική σημασία και δημιουργεί σημαντική οικονομική ροή σε παγκόσμιο επίπεδο. Κατά τον 20^ο αιώνα ο τουρισμός αναδείχθηκε σε μια από τις μεγαλύτερες και γρηγορότερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες της παγκόσμιας οικονομίας και εξακολούθησε την ανοδική του πορεία ακόμα και σήμερα. Για πολλές χώρες η τουριστική δαπάνη έχει γίνει μια σημαντική πηγή επιχειρηματικής δραστηριότητας, εισοδήματος, απασχόλησης και συναλλάγματος. Συνειδητοποιώντας τη διαρκώς αυξανόμενη σημασία τον τουρισμού, οι κυβερνήσεις, οι τοπικές αρχές και ο ιδιωτικός τομέας σε πολλές χώρες, νομούς και κοινότητες έχουν αρχίσει να διαθέτουν πόρους για την τουριστική ανάπτυξη.²

Η βιομηχανία ταξιδιών και τουρισμού είναι η μεγαλύτερη και η πιο ποικιλόμορφη στον κόσμο. Πολλές χώρες, ιδιαίτερα οι αναπτυσσόμενες οι οποίες δεν έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε άλλες βιομηχανίες, στηρίζονται στη δυναμική βιομηχανία του τουρισμού ως την κύρια πηγή δημιουργίας εσόδων, απασχόλησης ανάπτυξης του ιδιωτικού τομέα και της υποδομής. Ο τουρισμός είναι μια πολύπλευρη βιομηχανία η οποία αποτελείται από πολλά συστατικά όπως είναι οι τουριστικοί πράκτορες (tour operators), τα ταξιδιωτικά γραφεία, τα ξενοδοχεία, οι μεταφορές κ.λπ. Στην τουριστική βιομηχανία εμπλέκονται τόσο ο ιδιωτικός όσο και ο δημόσιος τομέας. Δεοντολογικά, στόχος και των δύο πρέπει να είναι να ικανοποιήσουν τις ανάγκες ενός πιο σκεπτόμενου και απαιτητικού τουρίστα, αξιοποιώντας κατάλληλα τους περιορισμένους

1 Πολυχρονοπούλου 2008

2 Χατζηιωαννίδης Γεώργιος, 2014 Η συμβολή του τουρισμού στα δημοσιονομικά μεγέθη

παραγωγικούς πόρους διατηρώντας παράλληλα τις εθνικές παραδόσεις και την κουλτούρα και αναλαμβάνοντας την κοινωνική ευθύνη για τις αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να έχει ο τουρισμός στην εγχώρια οικονομία και κοινωνία.³ Το τουριστικό προϊόν είναι ένα σύνθετο, ευαίσθητο και εύθραυστο προϊόν, η ζήτηση του οποίου επηρεάζεται από απρόβλεπτους και ανεξέλεγκτους παράγοντες όπως είναι οι πόλεμοι, οι κοινωνικές αναταραχές, τα περιβαλλοντικά επεισόδια, τα τρομοκρατικά επεισόδια κ.λπ. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ως τουρίστες ορίζονται οι επισκέπτες ενός προορισμού οι οποίοι διαμένουν τουλάχιστον μια νύχτα, σε συλλογικό ή ιδιωτικό κατάλυμα στον τόπο αυτό. Τα ταξιδιωτικά γραφεία (travel agents) πωλούν στο κοινό υπηρεσίες που αναφέρονται σε ταξίδια, κρουαζιέρες, μεαφορές, διευκολύνσεις καταλυμάτων, επισκέψεις σε αξιοθέατα και άλλα στοιχεία που περιλαμβάνονται σε ένα ταξίδι. Οι τουριστικοί πράκτορες (tour operators) πωλούν υπηρεσίες στο κοινό που αναφέρονται στην ευθύνη σχεδιασμού και υλοποίησης όλων των φάσεων ενός ταξιδιού.

Βασικό στοιχείο σε όλες τις φάσεις ανάπτυξης αποτελεί το τουριστικό προϊόν το οποίο και αναπτύσσεται παράλληλα με την ανάπτυξη του τόπου. Το τουριστικό προϊόν όπως έχει ήδη αναφερθεί μπορεί να είναι διαφόρων μορφών είτε υλικό είτε άυλο. Εξετάζοντας τον τουρισμό ως ένα συνολικό προϊόν και όχι ως μεμονωμένα προϊόντα θα λέγαμε ότι είναι ένα πολυσύνθετο προϊόν το οποίο αποτελείται από πολλά επιμέρους τμήματα. Ο τουρισμός συνεπώς είναι ένα μεικτό προϊόν.⁴

Η πολυσύνθετη αυτή δομή που έχει ο τουρισμός ως προϊόν παράγει κάποια βασικά χαρακτηριστικά. Ένα πολύ βασικό τέτοιο χαρακτηριστικό είναι ότι το τουριστικό προϊόν δεν μπορεί να αποθηκευτεί. Φυσικά υπάρχουν τουριστικά προϊόντα τα οποία είναι σε θέση να αποθηκεύονται ωστόσο εξετάζοντας συνολικά τον τουρισμό ως ένα προϊόν δεν υπάρχει η δυνατότητα αποθήκευσης του.

Δεύτερο βασικό χαρακτηριστικό είναι η αδυναμία του τουριστικού προϊόντος να συμβαδίσει με τις μεταβολές στην ζήτηση του. Η δυναμικότητα των δωματίων για παράδειγμα που έχει ένας τουριστικός προορισμός και που μπορεί να προσφέρει στο κοινό δεν μπορεί να αυξηθεί αμέσως μόλις προκύψει αυξημένη ζήτηση. Αντίστοιχο παράδειγμα είναι και η μεταβολή ενός ξενοδοχείου από τριών αστεριών σε πέντε επειδή αυξήθηκε η ζήτηση για ποιοτικότερες υπηρεσίες. Φυσικά οι όποιες μεταβολές απαιτούνται μπορούν να γίνουν ωστόσο απαιτείται πολύς χρόνος σε σχέση με την ταχύτητα που μεταβάλλεται η ζήτηση.

Ένα ακόμα βασικό χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος έχει να κάνει με τον τόπο

3 Πατσουράτης 2002 "Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα"

4 Βαρβαρέσος, Στέλιος. (2000), «Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές», εκδ. Προπομπός, Αθήνα.

παραγωγής και κατανάλωσης του καθώς και τον χρόνο που αυτά πραγματοποιούνται. Το τουριστικό προϊόν παράγεται στον τόπο που προσφέρεται και παράλληλα στον ίδιο τόπο γίνεται και η κατανάλωση του. Ο τουρίστας για παράδειγμα πρέπει να επισκεφτεί ένα ξενοδοχείο ώστε να του προσφερθεί το δωμάτιο διανυκτέρευσης και να το «καταναλώσει». Επίσης όπως προκύπτει και από τα παραπάνω η παραγωγή και η κατανάλωση ενός τουριστικού προϊόντος γίνεται στον ίδιο χρόνο.⁵ Στα τουριστικά προϊόντα η δημιουργία μονοπωλίων είναι σχετικά δύσκολη. Λόγω της ανάπτυξης μιας περιοχής ως τουριστικό προορισμό και την ταυτόχρονη δημιουργία πολλών τουριστικών επιχειρήσεων η προσφορά ενός τουριστικού προϊόντος γίνεται από πλήθος επιχειρήσεων. Συνεπώς ο καταναλωτής έχει την δυνατότητα διαφόρων επιλογών και μπορεί να υποκαταστήσει εύκολα ένα τουριστικό προϊόν με ένα άλλο. Εκτός από αυτό το χαρακτηριστικό, ένα επιπρόσθετο στοιχείο είναι ότι τα τουριστικά προϊόντα είναι συνήθως συμπληρωματικά μεταξύ τους. Όπως ειπώθηκε παραπάνω το τουριστικό προϊόν ως σύνολο αποτελείται από πολλά επιμέρους τμήματα. Έτσι ο καταναλωτής που θα επιλέξει ένα συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν επιλέγει αυτόματα και όλα ή την πλειοψηφία των επιμέρους τμημάτων που το αποτελούν.

Ένα τελευταίο αλλά πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό του τουρισμού ως τουριστικό προϊόν είναι η μεγάλη ευαισθησία που παρατηρείται στις κάθε μορφής διαταραχές αλλά και στις εποχιακές μεταβολές. Οι διάφορες πολιτικές, οικονομικές, περιβαλλοντικές, κλπ. διαταραχές που μπορεί να λάβουν θέση σε μια γεωγραφική περιοχή ή μια χώρα επηρεάζουν αρνητικά σε πολύ μεγάλο βαθμό την τουριστική ζήτηση. Παράλληλα η τουριστική ζήτηση επηρεάζεται πάρα πολύ και από τις μεταβολές των εποχών.

Παραπάνω παρουσιάστηκαν κάποιες πολύ βασικές έννοιες σχετικά με τον τουρισμό. Αναφέρθηκαν τα τουριστικά προϊόντα, οι τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και οι τουριστικές αγορές. Η δημιουργία φυσικά μιας τουριστικής αγοράς δεν πραγματοποιείται ακαριαία αλλά απαιτείται κάποιο χρονικό διάστημα μέχρι να αναπτυχθεί. Η δημιουργία και η ανάπτυξη μιας τουριστικής αγοράς ή ενός τουριστικού προορισμού γενικότερα περνάει από διάφορα στάδια. Εξετάζοντας τα στάδια αυτά ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού μπορούμε να τα διακρίνουμε σε τρεις βασικές φάσεις ανάπτυξης.^{6 7}

Αρχικά, στην πρώτη φάση, ο τόπος δεν είναι ακόμα γνωστός ως τουριστικός προορισμός, δεν υπάρχουν τουριστικές επιχειρήσεις ή είναι πάρα πολύ λίγες ενώ και ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται τον συγκεκριμένο τόπο είναι πολύ μικρός. Παράλληλα οι απαραίτητες υποδομές

5 Γεωργαντά Παρασκευή Διακοσάβας Μιχαήλ Πελεκάνου Μαρία, 2015

6 Γεωργαντά Παρασκευή Διακοσάβας Μιχαήλ Πελεκάνου Μαρία, 2015

7 Κοκκώσης Χαράλαμπος. Τσάρτας Πάρις, (2001), «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον»

βρίσκονται σε νηπιακό στάδιο και οι ντόπιοι κάτοικοι δεν αντιμετωπίζουν τους τουρίστες ως «πελάτες» αλλά περισσότερο ως φιλοξενούμενους. Η εξέλιξη και μεταφορά στην επόμενη φάση πραγματοποιείται μέσω των πρώτων επενδύσεων από στην περιοχή, την καλλιέργεια της τουριστικής αντίληψης από τους ντόπιους και την προβολή – διαφήμιση του τόπου. Συνεπώς στην πρώτη αυτή φάση τα βασικά γνωρίσματα είναι:

- i) η υποτυπώδης υποδομές,
- ii) μικρός αριθμός τουριστών – επισκεπτών
- iii) αρχικές επενδύσεις
- iv) αρχική προβολή – διαφήμιση

Στη δεύτερη φάση ανάπτυξης η περιοχή αποκτά ταυτότητα ως αναγνωρισμένος τουριστικός προορισμός. Η πραγματοποίηση των πρώτων επενδύσεων και η προβολή της περιοχής αρχίζει να κάνει την περιοχή γνωστή ως τουριστικό προορισμό στην επόμενη φάση ανάπτυξης. Οι κάτοικοι της περιοχής αντιλαμβάνονται την αλλαγή αυτή και ξεκινούν να ασχολούνται πολύ περισσότερο με τον τουρισμό. Οι τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή αντιμετωπίζονται πλέον ως πελάτες, αναπτύσσονται υποδομές και τουριστικά προϊόντα με κατεύθυνση την ικανοποίηση των επισκεπτών και πραγματοποιούνται μεγάλες τουριστικές επενδύσεις. Οι τουρίστες αρχίζουν να καταφθάνουν πιο οργανωμένα πλέον και όχι μεμονωμένα όπως στην πρώτη φάση ανάπτυξης.

Παράλληλα η περιοχή συγκαταλέγεται στους τουριστικούς προορισμούς που προωθεί και το κράτος ενώ εφαρμόζονται και διάφορα προγράμματα με σκοπό την τουριστική ανάπτυξη. Τα σημαντικότερα στοιχεία της δεύτερης αυτής φάσης είναι:

- i) ανάπτυξη υποδομών – τουριστικών προϊόντων
- ii) πραγματοποίηση μεγάλης κλίμακας επενδύσεων
- iii) μαζικότερη έλευση τουριστών

iv) ευρείας κλίμακας προβολή της περιοχής και ανάδειξη της ως τουριστικού προορισμού
Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την εξέλιξη της περιοχής και την μετάβαση στην τελική - τρίτη φάση ανάπτυξης. Ως αναγνωρισμένος τουριστικός προορισμός στην περιοχή αναπτύσσονται εκτεταμένες τουριστικές υποδομές, η ευρύτερη περιοχή αστικοποιείται και λειτουργεί πλέον ως καθαρά

τουριστική βιομηχανία. Ο τρόπος ζωής μεταλλάσσεται, οι ντόπιοι δεν επηρεάζουν τις εξελίξεις όπως παλαιότερα ενώ και οι σχέσεις με τους τουρίστες γίνονται καθαρά επαγγελματικές. Επίσης, η κίνηση των τουριστών εν πολλύς καθορίζεται από τις πολιτικές και τις αποφάσεις μεγάλων τουριστικών γραφείων, τουριστικών επιχειρήσεων διεθνούς εμβέλειας και ξένων επενδυτών. Επιγραμματικά στην τρίτη αυτή φάση τα κύρια χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης είναι:

i) εκτεταμένη τουριστική υποδομή

ii) ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων για πλήρη κάλυψη των τουριστικών αναγκών

iii) καταξίωση περιοχής ως διεθνής τουριστικός προορισμός

έλευση τουριστών μέσω τουριστικών γραφείων – τουριστικών επιχειρήσεων

1.1 Τουριστικό φαινόμενο στην Ελλάδα

Η Ελλάδα αποτελεί έναν πολύ γνωστό τουριστικό προορισμό εδώ και αρκετές δεκαετίες. Με την πάροδο των χρόνων η Ελλάδα αναπτύχθηκε ως ένας βασικός τουριστικός προορισμός ο οποίος είναι σε θέση να ανταποκριθεί σε πολύ υψηλό βαθμό στις απαιτήσεις των τουριστών. Σήμερα έχει καθιερωθεί πλέον ως μία από τις βασικές επιλογές τουριστών που ταξιδεύουν είτε μεμονωμένα είτε οργανωμένα.

Η έναρξη της ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα μπορεί να τοποθετηθεί στις αρχές της δεκαετίας του 1950. Η χώρα βρισκόταν τότε στο αρχικό στάδιο ανάπτυξης ως τουριστικός προορισμός χωρίς ανεπτυγμένη τουριστική υποδομή και χωρίς την απαιτούμενη προβολή και διαφήμιση. Οι αριθμοί λένε ότι το 1950 είχαμε 33.000 τουρίστες και 67 χρόνια μετά φτάνουμε τους 30 εκατομμύρια επισκέπτες. Την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών ώθησε σε πολύ μεγάλο βαθμό η υποτίμηση της δραχμής το 1953, γεγονός το οποίο μετέτρεψε την Ελλάδα σε ένα πολύ φθηνό τουριστικό προορισμό.

Παράλληλα λαμβάνει χώρα η ίδρυση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) και αρχίζουν να πραγματοποιούνται οι πρώτες μεγάλες επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές. Το κράτος προσπαθώντας να συνδράμει από την πλευρά του στην αύξηση του τουρισμού βοηθάει με διάφορες οικονομικές ενισχύσεις τις τουριστικές επιχειρήσεις που προσπαθούν να αναπτυχθούν. Όλα αυτά είχαν ως αποτέλεσμα την συνεχή αύξηση των τουριστών που επισκέπτονταν την χώρα τουλάχιστον μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1960.

Σταδιακά από τα μέσα της δεκαετίας του 1960 αρχίζει να αναπτύσσεται και ο εσωτερικός

τουρισμός. Ενώ μέχρι τότε ο τουρισμός αφορούσε αν όχι εξ ολοκλήρου σε πολύ μεγάλο βαθμό μόνο κατοίκους εξωτερικού, πλέον αρχίζει και ο τουρισμός από τους μόνιμους κατοίκους της Ελλάδας. Την ίδια περίοδο αρχίζουν να «φαίνονται» οι επενδύσεις στην τουριστική ανάπτυξη και τις τουριστικές υποδομές, με αποτέλεσμα να γίνεται καλύτερη εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων της χώρας όσον αφορά τον τουρισμό. Έτσι ο τουρισμός αποκτά μεγάλη σημασία για διάφορα δημοσιονομικά μεγέθη όπως είναι η απασχόληση, η οικονομική ανάπτυξη, κλπ.

Τις αμέσως επόμενες δεκαετίες, αυτές δηλαδή του 1970 και του 1980, η Ελλάδα έχει εδραιωθεί πλέον ως διεθνής τουριστικός προορισμός. Οι τουριστικές υποδομές που διαθέτει μπορούν και προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν το οποίο ανταποκρίνεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των τουριστών. Η μορφή του τουρισμού που αναζητούσαν οι τουρίστες τότε και η οποία και αναπτύχθηκε δεν ήταν άλλη από τον παραθεριστικό τουρισμό.^{8 9}

Η Ελλάδα μπορεί ως χώρα να αποτελούσε έναν διεθνή τουριστικό προορισμό, ωστόσο όπως είναι φυσικό η τουριστική ανάπτυξη αφορούσε κάποιες συγκεκριμένες περιοχές αρχικά. Η δεκαετία του 1990 αποτέλεσε την αρχή ώστε οι περιοχές αυτές να αρχίσουν να διευρύνονται και να αναπτύσσονται και άλλες επιμέρους περιοχές ανά την Ελλάδα.

Σήμερα στην Ελλάδα λειτουργούν πάνω από 9.000 ξενοδοχειακές μονάδες και τουριστικά καταλύματα γενικά ενώ και το γεωγραφικό εύρος που καλύπτουν είναι πάρα πολύ μεγάλο. Αυτό είναι αποτέλεσμα βέβαια και του γεγονότος ότι η Ελλάδα αποτελείται από πάρα πολλά νησιά τα οποία σε αριθμό ξεπερνούν τα 6.000. Επιπροσθέτως, το γεωγραφικό ανάγλυφο της χώρας, οι κλιματολογικές και περιβαλλοντολογικές συνθήκες επιτρέπουν την ανάπτυξη και άλλων μορφών τουρισμού και όχι μόνο του παραθεριστικού. Οι εναλλακτικές αυτές μορφές τουρισμού έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται από την δεκαετία του 1960 και του 1970, ωστόσο ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία η ανάπτυξη τους είναι ραγδαία.

Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι αποτέλεσμα και των προσπάθειών του κράτους το οποίο με διάφορες αποφάσεις προσπάθησε να προωθήσει και άλλες μορφές τουρισμού. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων ενεργειών είναι οι διευκολύνσεις στον ελλιμενισμό και τον ανεφοδιασμό θαλαμηγών σκαφών, η ίδρυση της διεθνούς έκθεσης Θεσσαλονίκης, η δημιουργία καζίνο, η δημιουργία χιονοδρομικών κέντρων, η προώθηση προγραμμάτων αγροτουρισμού, κ.ά..^{10 11}

8 Παγκαλιά Ιωάννα, (2012), «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», πτυχιακή εργασία, ΑΤΕΙ Κρήτης

9 Ρ. Καλοκάρδου, (1991) «Θαλάσσιος τουρισμός»

10 Καλοκάρδου Ρ. «Τουρισμός καζίνων» ΕΤΒΑ Αθήνα 1991

11 Ρ. Καλοκάρδου, (1991) «Θαλάσσιος τουρισμός»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός ως θεσμός βασίζεται στην προσπάθεια εκπλήρωσης κάποιων αναγκών και κάποιων επιθυμιών του ανθρώπου. Η βασικότερη μορφή τουρισμού και η οποία είναι και η πιο διαδεδομένη είναι αυτή του παραθεριστικού τουρισμού. Ο άνθρωπος ωστόσο εκτός από την επιθυμία για ανάπαυση κι ξεκούραση μπορεί να έχει και άλλες επιθυμίες ή ανάγκες. Ήδη στην προηγούμενη παράγραφο αναφέρθηκε ότι εκτός από τον παραθεριστικό τουρισμό, στην Ελλάδα υπήρξε από την δεκαετία του 1960 προσπάθεια να προωθηθούν και άλλες μορφές τουρισμού.

Οι διαφορετικές μορφές τουρισμού ή εναλλακτικός τουρισμός όπως συνηθίζεται να αποκαλείται σήμερα αποτέλεσαν συμπληρωματική μορφή του παραθεριστικού τουρισμού. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού βασίζονται σε συγκεκριμένες επιθυμίες τουριστών, οι οποίες μπορεί να βασίζονται σε διάφορα κίνητρα, και οι οποίες δεν μπορούν να εκπληρωθούν από τις τουριστικές υποδομές που υπάρχουν για τον παραθεριστικό τουρισμό. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι τουρίστες είναι αυτοί που οργανώνουν και καθορίζουν τις διάφορες παραμέτρους για την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους ενώ η χρήση των τουριστικών υποδομών μαζικού τουρισμού περιορίζεται σε αρκετά μικρό βαθμό.¹²

Οι διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού βασίζονται σε κίνητρα και ιδέες αντίθετα από αυτά του μαζικού – κλασικού τουρισμού. Οι τουριστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλασικό τουρισμό βασίζονται κυρίως σε τυποποιημένα πρότυπα τα οποία έχουν ως αποτέλεσμα την επιβάρυνση ή και την καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος, την μεγιστοποίηση του κέρδους, την ποιοτική υποβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών ενώ δεν ενδιαφέρονται για την τοπική κοινωνία και τις προοπτικές αυτής. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού συνήθως προκύπτουν από κίνητρα τα οποία αποσκοπούν στην διάσωση και βελτίωση του φυσικού περιβάλλοντος, στην διατήρηση και ανάδειξη της πολιτιστικής και ιστορικής

12Κοκκώσης Χαράλαμπος. Τσάρτας Πάρις, (2001), «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον»

κληρονομιάς και γενικότερα από κίνητρα φιλικά προς το περιβάλλον, τον πολιτισμό και την κοινωνία.

Όπως είναι εύκολα αντιληπτό η κάθε μορφή εναλλακτικού τουρισμού βασίζεται στο κίνητρο από το οποίο προέκυψε. Συνεπώς η κάθε μορφή εναλλακτικού τουρισμού είναι απόρροια του κινήτρου από το οποίο προήλθε και έτσι παίρνει και το όνομα της. Στην πλειοψηφία των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ο τουρίστας συμμετέχει ενεργά στις διάφορες δραστηριότητες ενώ συνήθως πέρα από κάποιες ειδικές υποδομές που απαιτούνται πρέπει να υπάρχει και μια κάποια σχετική οργάνωση ως προς τον τρόπο λειτουργίας διαφορετική από αυτήν που υπάρχει στον κλασικό μαζικό τουρισμό. Φυσικά οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορεί να συνδυάζουν δύο κίνητρα ταυτόχρονα συνδυάζοντας την οικολογία με τον πολιτισμό¹³.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ουσιαστικά αποτελούν εξειδικευμένες μορφές του παραθεριστικού – μαζικού τουρισμού. Ο άνθρωπος παράλληλα με την ανάγκη για ανάπαυση θέλει να ικανοποιήσει και άλλες ανάγκες του. Συνεπώς τα αίτια που δημιουργούν τις διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να έχουν σχέση με ατομικές συνήθειες του κάθε ανθρώπου, συγκεκριμένα ενδιαφέροντα του, αθλητικές ή επαγγελματικές δραστηριότητες, λόγους υγείας, κ.ά.. Όπως είναι εύκολα αντιληπτό οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν μπορούν να αναπτυχθούν σε κάθε μέρος. Στις περισσότερες περιπτώσεις απαιτούνται ειδικές συνθήκες και χαρακτηριστικά του τόπου που πρόκειται να αποτελέσει τον τουριστικό προορισμό για μια εναλλακτική μορφή τουρισμού. Συνοψίζοντας τα κυριότερα χαρακτηριστικά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού αυτά είναι τα εξής:

- i) βασίζονται σε ιδιαίτερα κίνητρα
- ii) απαιτούν συγκεκριμένες υποδομές
- iii) απαιτούν διαφορετική οργάνωση
- iv) αναφέρονται σε συγκεκριμένη μερίδα ατόμων

Στην συνέχεια του παρόντος κεφαλαίου θα παρουσιαστούν οι βασικότερες και πιο γνωστές μορφές εναλλακτικού τουρισμού που υπάρχουν.

¹³Βελισσαρίου Ευστάθιος, (2009), «Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού, Σχεδιασμός Management και Marketing», εκδ. INTERBOOKS, κεφ. 10.

2.1 Ιατρικός - Ιαματικός Τουρισμός

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού βασίζονται όπως ειπώθηκε και παραπάνω σε συγκεκριμένα κίνητρα. Μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού είναι αυτή του ιατρικού ή ιαματικού τουρισμού. Τα κίνητρα τα οποία οδηγούν στην ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού όπως προκύπτει και από το όνομα του είναι λόγοι υγείας – ιατρικοί λόγοι.

Ο ιατρικός – ιαματικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού η οποία παρουσιάζει ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία 20 χρόνια. Αυτή η μορφή τουρισμού μπορεί να διαιρεθεί σε δύο υποκατηγορίες. Η πρώτη αφορά την επίσκεψη των τουριστών σε περιοχές στις οποίες υπάρχουν κάποιες πηγές ιαματικών λουτρών, κέντρα για θαλασσοθεραπείες, Spa, κλπ. Ο σκοπός των τουριστών σε αυτή την περίπτωση είναι να συνδυάσουν τις διακοπές τους με την θεραπεία κάποιου νοσήματος ή την χαλάρωση. Η δεύτερη κατηγορία αφορά την επίσκεψη τουριστών που πάσχουν από κάποια ασθένεια και χρειάζονται ειδική θεραπεία (π.χ. νεφροπαθείς, καρκινοπαθείς) ή μπορεί να χρειαστούν σε έκτακτη περίπτωση (π.χ. καρδιοπαθείς), σε περιοχές που διαθέτουν τις απαραίτητες υποδομές ώστε να ανταποκριθούν στις αυξημένες ιατρικές ανάγκες των τουριστών αυτών.

Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί και μια τρίτη μορφή του ιατρικού τουρισμού. Η μορφή αυτή που καλείται ιατρικός τουρισμός επιλογής βασίζεται στην επιλογή των τουριστών να συνδυάσουν τις διακοπές τους με την λήψη κάποιας ιατρικής υπηρεσίας⁷. Στην περίπτωση αυτή όμως, ο τουρίστας δέχεται την ιατρική υπηρεσία από επιλογή και συνήθως η αιτία για αυτήν την μορφή τουρισμού μπορεί να είναι είτε το χαμηλό κόστος μιας υπηρεσίας, είτε η υψηλότερη ποιότητα της υπηρεσίας, είτε ο μικρότερος χρόνος αναμονής.

Ο ιατρικός – ιαματικός τουρισμός και στις τρεις μορφές που αναφέρθηκαν παραπάνω παρουσιάζει μια διαρκώς αυξανόμενη τάση. Ένας από τους βασικούς παράγοντες που συμβαίνει αυτό είναι ότι δεν αναφέρεται σε μια συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα ανθρώπων αλλά σε όλους τους τουρίστες ανεξαρτήτου ηλικίας. Επίσης λόγω της συνεχούς αυξανόμενης τάσης, πλέον υπάρχουν πολύ καλές υποδομές για την μορφή αυτή του εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες συνεχώς βελτιώνονται. Παράλληλα αυξάνονται και οι παρεχόμενες υπηρεσίες που εντάσσονται σε αυτήν την μορφή τουρισμού με υπηρεσίες του ευρύτερου ιατρικού τομέα, όπως υπηρεσίες για θεραπεία του άγχους, για καταπολέμηση του καπνίσματος, εκμάθηση ύπνου, κλπ. Ενώ και η προώθηση και προβολή αυτού του εναλλακτικού τουρισμού είναι τα τελευταία χρόνια πολύ πιο ολοκληρωμένη

και πολύ πιο ευρείας κλίμακας.

Στην Ελλάδα ο ιατρικός – ιαματικός τουρισμός έχει όλες τις δυνατότητες να αναπτυχθεί, καθώς υπάρχουν στο Ελληνικό έδαφος πάρα πολλές πηγές με νερό πλούσιο σε δραστικά συστατικά (ψυχρές μεταλλικές πηγές) και πηγές με φυσικό θερμό νερό (θερμοπηγές). Οι πηγές αυτές είναι διάσπαρτες στην Ελληνική επικράτεια και συνήθως οφείλονται είτε σε κάποιο τεκτονικό γεγονός (π.χ. πηγές Καϊάφα, Κυλλήνης, Λαγκαδά) είτε σε κάποιο ηφαιστειακό γεγονός (π.χ. πηγές Μεθάνων, Μήλου, Λέσβου, Σαμοθράκης, Λήμνου). Συνολικά έχουν καταγραφεί 850 θερμές και ιαματικές πηγές σε όλη την Ελλάδα κατατάσσοντας την Ελλάδα στις πλουσιότερες χώρες ανά τον κόσμο όσον αφορά τις φυσικές πηγές. Το επίσημο κράτος της Ελλάδας έχει κάνει προσπάθειες να αναδείξει και να προωθήσει αυτήν την μορφή εναλλακτικού τουρισμού και στην προσπάθεια αυτή εντάσσονται τα 14 υδροθεραπευτήρια τα οποία είναι ιδιοκτησίας Ε.Ο.Τ. και τα οποία εξυπηρετούν ετησίως γύρω στους 100.000 ανθρώπους με το ύψος των θεραπευτικών αγωγών να φτάνει το 1.400.0008.

2.2 Αγρο-τουρισμός

Τις τελευταίες δεκαετίες υπάρχει ένα πολύ μεγάλο κύμα αστικοποίησης, με το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού μιας χώρας να φεύγει από την επαρχία και την περιφέρεια γενικότερα και να συγκεντρώνεται στα μεγάλα αστικά κέντρα. Αυτό έχει ως συνέπεια ο άνθρωπος να απομακρύνεται από την φύση και από τις ασχολίες και τις δραστηριότητες που συνδέονται με αυτήν. Επίσης, πολλοί νέοι άνθρωποι οι οποίοι έχουν γεννηθεί και μεγαλώσει στα αστικά κέντρα δεν έχουν κάποια «επαφή» με τις αγροτικές δραστηριότητες και πολλές φορές και με τα αγροτικά προϊόντα.

Το γεγονός αυτό είναι που αποτέλεσε την αφορμή για την ανάδειξη μιας εναλλακτικής μορφής τουρισμού, αυτής του αγρο-τουρισμού. Η μορφή αυτή τουρισμού έχει ως σκοπό να φέρει σε επαφή τον άνθρωπο με την φύση, να γνωρίσει τις αγροτικές εργασίες, τα αγροτικά προϊόντα, τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα κάθε τόπου, την παραδοσιακή κουζίνα και γενικά να γνωρίσει ο τουρίστας τον παραδοσιακό τρόπο ζωής των κατοίκων της περιοχής που επισκέπτεται και την καθημερινότητα τους. Ο αγρο-τουρισμός συνήθως παρουσιάζεται με δύο διαφορετικούς τρόπους. Ο πρώτος τρόπος είναι αυτός όπου οι τουρίστες φιλοξενούνται σε κάποια γεωργική μονάδα, κάποιο

μεγάλο αγρόκτημα, με σκοπό να συμμετάσχουν στις καθημερινές εργασίες και στον καθημερινό τρόπο ζωής σαν να ήταν μόνιμοι εργάτες στην συγκεκριμένη γεωργική μονάδα. Ο δεύτερος τρόπος είναι αυτός όπου οι τουρίστες φιλοξενούνται σε μικρές ξενοδοχειακές μονάδες ή καταλύματα τα οποία βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές και έτσι μπορούν να έρθουν σε επαφή με την αγροτική ζωή χωρίς να συμμετέχουν σε αυτήν.

Στην Ελλάδα η μορφή του αγρο-τουρισμού που είχε αναπτυχθεί ήταν κυρίως απλά της προσφοράς κάποιου καταλύματος. Τα τελευταία μόλις χρόνια έχει αρχίσει να αναπτύσσεται μια διαφορετική νοοτροπία και κουλτούρα γύρω από τον αγρο-τουρισμό. Υπάρχει μια σταδιακή ανάπτυξη τουριστικών επιχειρήσεων που εκτός από τις υπηρεσίες της διαμονής προσπαθούν να συνδυάσουν την προώθηση και τοπικών – παραδοσιακών προϊόντων αλλά και την γενικότερη προώθηση της περιοχής στην οποία δραστηριοποιούνται με προώθηση των εθίμων και του πολιτισμού της περιοχής¹⁴

Οι επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στον τομέα του αγρο-τουρισμού κατατάσσονται βάση του Ε.Ο.Τ. στις εξής κατηγορίες:

i) πρατήρια / εκθετήρια αγρο-τουριστικών προϊόντων

ii) αγρο-τουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής

iii) τουριστικά γραφεία διοργάνωσης και υλοποίησης προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων

iv) αγροκτήματα

v) επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων

vi) εργαστήρια λαϊκής τέχνης

Η μορφή του αγρο-τουρισμού είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού η οποία προωθείται και από την Ευρωπαϊκή Ένωση με διάφορα προγράμματα τα οποία ως κυριότερους στόχους έχουν:

α) την αύξηση του γεωργικού εισοδήματος

β) τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας και διαβίωσης του αγροτικού πληθυσμού

γ) τη παραμονή του αγροτικού πληθυσμού στον τόπο του καθώς και την επιστροφή πληθυσμού από

¹⁴Ιακωβίδου Όλγα, (2003), «Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα – ένας απολογισμός της αποκτηθείσας εμπειρίας», Γεωτεχνική Ενημέρωση, εκδ. Γεωτεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας, τεύχος 132

τα αστικά κέντρα

δ) την ανάδειξη και προώθηση τοπικών γεωργικών και παραδοσιακών προϊόντων

ε) την ανάδειξη του αγρο-τουρισμού

Η Ελλάδα διαθέτει όλες εκείνες τις προϋποθέσεις ώστε να αναπτύξει τον αγρο-τουρισμό σε πολύ μεγάλο βαθμό. Οι διαφορετικές παραδόσεις, τα διαφορετικά ήθη και έθιμα, τα διαφορετικά προϊόντα, η ποικιλομορφία του εδάφους, είναι λίγα μόνο από τα χαρακτηριστικά που διαθέτει η χώρα και τα οποία είναι απαραίτητα ώστε να αναπτυχθεί ο αγρο-τουρισμός. Μέσω της ανάπτυξης του αγρο-τουρισμού ο αγροτικός πληθυσμός θα επωφεληθεί τόσο από την αύξηση του ετήσιου εισοδήματος του όσο και από την εκμετάλλευση αχρησιμοποίητων πόρων αλλά παράλληλα οι ντόπιοι θα απολαύσουν και την παρέα – συντροφιά των επισκεπτών¹⁵.

2.3 Οικοτουρισμός – Οικολογικός τουρισμός

Στην προηγούμενη παράγραφο παρουσιάστηκε ο αγρο-τουρισμός ως μία από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Βασικό στοιχείο το οποίο αποτέλεσε αφορμή για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού ήταν η εκτεταμένη αστικοποίηση. Η αστικοποίηση συνδυάστηκε με παράλληλη ραγδαία ανάπτυξη των βιομηχανιών και των βιοτεχνιών. Αυτά είχαν ως αποτέλεσμα την καταπόνηση του φυσικού περιβάλλοντος και σε κάποιες περιπτώσεις και την καταστροφή του. Οι επιπτώσεις από την εκμετάλλευση του φυσικού περιβάλλοντος γίνονται όλο και περισσότερο εμφανείς στις μέρες μας. Το στοιχείο αυτό έχει οδηγήσει σε γενικότερη στρατηγική για την προστασία και βελτίωση του φυσικού περιβάλλοντος. Η αναγνώριση της ανάγκης για προστασία του περιβάλλοντος αποτέλεσε πολύ σημαντική αφορμή για την ανάδειξη μιας ακόμα μορφής εναλλακτικού τουρισμού, αυτής του οικοτουρισμού ή οικολογικού τουρισμού.

Ο οικολογικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού όπου σκοπός είναι η προστασία των βιότοπων και της χλωρίδας και πανίδας ενός τόπου. Οι τουρίστες που επιλέγουν τον οικολογικό τουρισμό αποσκοπούν στην χαλάρωση και στην ξεκούραση αλλά χωρίς αυτό να συνδυαστεί με καταπάτηση του περιβάλλοντος. Επίσης αρκετά από τα χρήματα που καταναλώνουν οι τουρίστες κατά την διαμονή τους καταλήγουν στην τοπική κοινωνία που σκοπό έχει την διαφύλαξη της ποιότητας του περιβάλλοντος και την ανάδειξη των φυσικών πλεονεκτημάτων της περιοχής.

¹⁵Pearce Douglas, (1996), «Tourist Development», second edition, Longman Group UK Limited, England

Επιγραμματικά ο τουρίστας που επιλέγει τον οικολογικό τουρισμό έχει διάφορες δραστηριότητες με τις οποίες μπορεί να ψυχαγωγηθεί. Οι κυριότερες από αυτές είναι:

- a) περίπατος σε δάση και δρυμούς
- b) επίσκεψη σε φαράγγια, σπήλαια και καταρράκτες, κλπ.
 - c) γνωριμία με ιδιαίτερη πανίδα και χλωρίδα του τόπου
 - ci) επίσκεψη και διαμονή σε καταφύγια
- e) συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες φιλικές προς το περιβάλλον
- f) γνωριμία με παραδόσεις, ήθη και έθιμα του τόπου

Η Ελλάδα αποτελεί έναν τουριστικό προορισμό που κατέχει όλες τις προϋποθέσεις ώστε να παρέχει όλες τις δραστηριότητες που αναφέρονται παραπάνω. Παρά την μικρή γεωγραφική έκταση της, η Ελλάδα παρουσιάζει ένα πολύ πλούσιο φυσικό περιβάλλον. Στο σύνολο της η χώρα συνδυάζει μεγάλες εκτάσεις καλυμμένες από δάση, διαθέτει πλούσιους υδροβιότοπους, διαθέτει ένα πολύ μεγάλο μήκος ακτών, φαράγγια, βουνά, σπάνια οικοσυστήματα, κ.ά. τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα καθιστούν την Ελλάδα ως ένα πολύ καλό τουριστικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού τουρισμού. Φυσικά η μορφή αυτή του τουρισμού χρειάζεται ακόμα προσπάθεια ώστε να προωθηθεί και να αναπτυχθεί ικανοποιητικά ωστόσο υπάρχουν αρκετές τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες έχουν ως κατεύθυνση τον οικολογικό τουρισμό.

Όσον αφορά τις τουριστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον οικολογικό τουρισμό, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization, W.T.O.) είχε παρουσιάσει κάποιες προϋποθέσεις τις οποίες θα πρέπει να τηρούν:

- α) Να οργανώνουν ταξίδια αναψυχής, ξενάγησης και ψυχαγωγίας σε τόπους φυσικού κάλους
- β) Να προστατεύουν τους μη ανανεώσιμους πόρους του περιβάλλοντος
- γ) Να βοηθούν στην συντήρηση των παραδοσιακών τόπων
- δ) Να σέβονται την τοπική κουλτούρα και φιλοσοφία
- ε) Να προωθούν την φιλοσοφία για «επιστροφή στη φύση»
- στ) Να ενημερώνουν σχετικά με περιβαλλοντικά θέματα
- ζ) Να βοηθούν τους ντόπιους κατοίκους
- η) Να προσπαθούν να γνωρίσει ο τουρίστας τα τοπικά – παραδοσιακά ήθη, έθιμα και συνήθειες.

2.4 Θαλάσσιος τουρισμός

Η βασική εικόνα που σχηματίζει κάποιος όταν αναφέρεται σε διακοπές και τουρισμό είναι είτε η συνεχόμενη διαμονή σε κάποιο συγκεκριμένο τόπο είτε η μετακίνηση από περιοχή σε περιοχή με αντίστοιχες διανυκτερεύσεις. Αυτή η κλασική εικόνα για τον τουρισμό ανατρέπεται με μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, τον θαλάσσιο τουρισμό.

Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο εκείνο των τουριστικών δραστηριοτήτων που λαμβάνουν μέρος στον θαλάσσιο χώρο μιας χώρας. Οι τουριστικές αυτές δραστηριότητες δεν θα πρέπει να έχουν συμπληρωματικό ρόλο (π.χ. μετακίνηση από έναν προορισμό σε έναν άλλο με πλοίο) αλλά θα πρέπει να αποτελούν τον βασικό κορμό των δραστηριοτήτων του ατόμου που επέλεξε τον θαλάσσιο τουρισμό. Ο θαλάσσιος τουρισμός πραγματοποιείται σήμερα με δύο μορφές:

a) κρουαζιέρα

b) yachting

Στην πρώτη μορφή, αυτής της κρουαζιέρας, ειδικά πλοία, τα κρουαζιερόπλοια πραγματοποιούν θαλάσσια ταξίδια και κατά την διάρκεια του ταξιδιού προσφέρουν στους τουρίστες πλήθος υπηρεσιών. Η εξέλιξη της κρουαζιέρας ως εναλλακτικής μορφής τουρισμού τα τελευταία χρόνια έχει αυξήσει και τις υπηρεσίες που παρέχονται από το πλήρωμα του πλοίου. Έτσι εκτός της μεταφοράς από λιμάνι σε λιμάνι και της διαμονής στο κρουαζιερόπλοιο, προσφέρονται υπηρεσίες διασκέδασης όπως κινηματογράφος, χορός, θέατρο, γυμναστήριο, κ.ά. ενώ μπορεί να παρέχονται και υπηρεσίες εκτός πλοίου όπως διάφορα θαλάσσια σπορ.

Η δεύτερη μορφή θαλάσσιου τουρισμού, αυτή του yachting, εναπόκειται στην διενέργεια

ταξιδιών όχι με κρουαζιερόπλοια αλλά με σκάφη αναψυχής. Τα σκάφη αναψυχής τις περισσότερες φορές αφορούν ιστιοφόρα ή θαλαμηγούς. Τα σκάφη αυτά μπορεί είτε να είναι ιδιόκτητα είτε να ενοικιάζονται. Στην περίπτωση της ενοικίασης προσφέρεται η δυνατότητα να ενοικιαστούν μαζί με πλήρωμα εφόσον ο ενδιαφερόμενος το επιθυμεί.

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού η οποία έχει μια πολύ ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια. Αρχικά η μορφή αυτή τουρισμού ήταν κάπως ακριβή, ωστόσο τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα στην περίπτωση της κρουαζιέρας το κόστος έχει μειωθεί. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να έχει αυξηθεί και η ζήτηση για αυτήν την μορφή τουρισμού.

Η Ελλάδα ως μια κατ' εξοχήν νησιωτική χώρα διαθέτει όλες τις προϋποθέσεις ώστε να αναπτύξει τον θαλάσσιο τουρισμό. Τα πάρα πολλά νησιά, η ομορφιά του φυσικού περιβάλλοντος, τα καθαρά νερά και οι καλές κλιματολογικές συνθήκες αποτελούν ένα πολύ καλό συνδυασμό για την ανάδειξη της Ελλάδας ως έναν από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς για θαλάσσιο τουρισμό. Η εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού μπορεί να βοηθήσει σε πολύ μεγάλο βαθμό και την οικονομική κατάσταση της χώρας. Ο θαλάσσιος τουρισμός και ιδιαίτερα το yachting αναφέρεται σε τουρίστες με υψηλά εισοδηματικά στάνταρ. Η ναύλωση ενός σκάφους αναψυχής είτε με πλήρωμα είτε χωρίς κοστίζει ακριβά ενώ και η κρουαζιέρα εφόσον πραγματοποιείται με πολυτελή κρουαζιερόπλοια με πλήθος προσφερόμενων υπηρεσιών συνήθως αναφέρεται σε άτομα υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

2.5 Πολιτιστικός τουρισμός

Οι διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού αλλά και ο μαζικός παραθεριστικός τουρισμός μπορούν να ακολουθούνται είτε μεμονωμένα είτε να συνδυάζονται μεταξύ τους. Μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού η οποία τις περισσότερες φορές συνδυάζεται με άλλες μορφές τουρισμού είναι αυτή του πολιτιστικού τουρισμού. Ο πολιτιστικός τουρισμός σύμφωνα με την ερμηνεία που έχει δώσει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization, W.T.O.) είναι ο τουρισμός που σκοπό έχει την γνωριμία με τον πολιτισμό του τουριστικού προορισμού. Η γνωριμία

με τον πολιτισμό μιας περιοχής ή μιας χώρας μπορεί να γίνει μέσα από διάφορες επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία, με την παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων, τοπικών φεστιβάλ, τις επισκέψεις σε θρησκευτικούς χώρους, κ.ά.. Συνεπώς ο τουρίστας που έχει επιλέξει να ταξιδέψει με σκοπό τον πολιτιστικό τουρισμό θα πρέπει να ακολουθήσει κάποιες από τις παραπάνω δραστηριότητες. Έτσι σε γενικές γραμμές μπορούμε να πούμε ότι ένας τουρίστας ακολουθεί την εναλλακτική μορφή του πολιτιστικού τουρισμού όταν προσπαθώντας να γνωρίσει τον πολιτισμό ενός τόπου ενδιαφέρεται για:

- a) την ιστορία του
- b) τον παραδοσιακό τρόπο ζωής
- c) την πολιτιστική εξέλιξη
- d) τις τέχνες και την αρχιτεκτονική
- e) τα παραδοσιακά εδέσματα
- f) τα παραγόμενα αγαθά του τόπου
- g) την κοινωνική – οικονομική – πολιτική δομή του ντόπιου πληθυσμού
- h) την γεωγραφική μορφολογία του τόπου

Η Ελλάδα διαθέτει μια πολύ πλούσια ιστορία, έχει πολλούς αρχαιολογικούς χώρους σε όλη την επικράτεια της, διαθέτει μουσεία, παραδοσιακούς οικισμούς, κτήρια παραδοσιακής αρχιτεκτονικής και γενικά διαθέτει μια πολύ πλούσια πολιτιστική κληρονομιά. Όλα τα στοιχεία αυτά εφόσον αναδειχτούν και εκμεταλλευτούν σωστά μπορούν να αποτελέσουν ένα συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας έναντι άλλων χωρών ώστε να προσεγγίσει τουρίστες που ενδιαφέρονται για την εναλλακτική μορφή του πολιτιστικού τουρισμού.

2.6 Αθλητικός τουρισμός

Οι μέχρι τώρα μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναφέρθηκαν αποτελούν τις πιο διαδεδομένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Ωστόσο αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και άλλες μορφές οι οποίες αναπτύσσονται σταδιακά.

Μια τέτοια μορφή εναλλακτικού τουρισμού είναι ο αθλητικός τουρισμός. Ο αθλητικός τουρισμός είναι ουσιαστικά ο τουρισμός που πραγματοποιείται από κάποιον με σκοπό την άμεση ή έμμεση

συμμετοχή του σε κάποια αθλητική δραστηριότητα ή κάποιο αθλητικό γεγονός. Ο αθλητικός τουρισμός συνεπώς μπορεί να διακριθεί σε δύο βασικές μορφές. Στην πρώτη ο τουρίστας επιλέγει έναν τουριστικό προορισμό με βασικό κριτήριο ο προορισμός να του προσφέρει όλες τις απαραίτητες υποδομές και προϋποθέσεις ώστε να πραγματοποιήσει μια αθλητική δραστηριότητα. Στην δεύτερη ο τουρίστας επιλέγει έναν τουριστικό προορισμό επειδή στον προορισμό αυτόν θα διεξαχθεί ένα αθλητικό γεγονός το οποίο θέλει να παρακολουθήσει.

Οι επαγγελματικές αθλητικές δραστηριότητες τα τελευταία χρόνια έχουν εξελιχθεί σε καθαρά εμπορικά γεγονότα. Οι μεγάλες διοργανώσεις σε όλα τα αθλήματα προβάλλονται και προωθούνται πάρα πολύ, επενδύονται μεγάλα χρηματικά ποσά και γενικά ο αθλητισμός αποτελεί μια ιδιαίτερα ανερχόμενη βιομηχανία. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να παρουσιάζει μια διαρκώς αυξανόμενη πορεία και ο αθλητικός τουρισμός¹⁶. Φυσικά ο αθλητικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που μπορεί να συνδυαστεί με άλλες μορφές τουρισμού. Έτσι όλο και περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με την παρακολούθηση μιας αθλητικής διοργάνωσης, ενός αγώνα ή επιλέγουν ξενοδοχειακές μονάδες που τους προσφέρουν τις αθλητικές δυνατότητες που επιθυμούν.

Τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να αναπτύσσεται και μια τρίτη μορφή του αθλητικού τουρισμού. Πολλοί επαγγελματίες αθλητές ή αθλητικές ομάδες επιλέγουν να επισκεφτούν έναν τουριστικό προορισμό με σκοπό να πραγματοποιήσουν εκεί κάποιες προπονήσεις. Οι λόγοι που συνήθως γίνεται αυτό είναι είτε για τον εγκλιματισμό των αθλητών στην συγκεκριμένη περιοχή είτε για διαφημιστικούς λόγους. Σε κάθε περίπτωση πάντως είναι μια νέα μορφή του αθλητικού τουρισμού που αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια.

¹⁶Τερζάκης Δημήτρης, (2002), « Αθλητικός τουρισμός, μια νέα έννοια - πρόκληση», Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού - Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος, <http://www.sporttourism.com>

2.7 Ορεινός – Χειμερινός τουρισμός

Ο ορεινός και ο χειμερινός τουρισμός αποτελούν δύο ακόμα μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Οι δύο αυτές μορφές τουρισμού μπορεί να παρουσιάζουν αρκετά κοινά στοιχεία ωστόσο σίγουρα δεν πρόκειται για ίδια μορφή τουρισμού. Η σημαντικότερη διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι ο ορεινός τουρισμός δεν έχει χρονικούς περιορισμούς. Ο ορεινός τουρισμός μπορεί να πραγματοποιείται καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου ενώ ο χειμερινός τουρισμός πραγματοποιείται μόνο κατά τους χειμερινούς μήνες.

Ο ορεινός τουρισμός ουσιαστικά αναφέρεται στην διαμονή σε ορεινά τουριστικά καταλύματα τα οποία είναι ανεπτυγμένα έτσι ώστε να «δένουν» με το γενικότερο φυσικό περιβάλλον. Ο ορεινός τουρισμός παρουσιάζει αυξητικές τάσεις τα τελευταία χρόνια καθώς έχουν αναπτυχθεί μονάδες που εκτός της διαμονής προσφέρουν και άλλες υπηρεσίες στους επισκέπτες όπως εστιατόρια, καφετέριες, μπαρ, αίθουσες αναψυχής. Ο χειμερινός τουρισμός είναι η μορφή του τουρισμού που αναφέρεται στον τουρισμό που πραγματοποιείται με σκοπό την απόλαυση κάποιων χειμερινών σπορ. Ο χειμερινός τουρισμός απαιτεί την ύπαρξη οργανωμένων χιονοδρομικών κέντρων ώστε να μπορεί ο επισκέπτης να πραγματοποιήσει με ασφάλεια τις δραστηριότητες που επιθυμεί. Ο χειμερινός τουρισμός συνήθως αναφέρεται σε τουρίστες μεσαίων και υψηλών εισοδηματικών κριτηρίων.

2.8 Άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν περιορίζονται σε αυτές που έχουν ήδη αναφερθεί. Υπάρχουν διάφορες μορφές ακόμα οι οποίες ωστόσο δεν είναι τόσο διαδεδομένες και μέχρι σήμερα δεν αποτελούν βασικές επιλογές των τουριστών. Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μια τέτοια μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Ο θρησκευτικός τουρισμός αναφέρεται στην επιλογή ενός

τουριστικού προορισμού με σκοπό την επίσκεψη σε τόπους θρησκευτικής λατρείας όπως ιερούς ναούς, μοναστήρια, κ.ά.. Η εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού αποτελεί μια ανερχόμενη μορφή τουρισμού καθώς όλο και περισσότερος κόσμος επιλέγει να συνδυάσει τις διακοπές του με την επίσκεψη σε κάποιο θρησκευτικό τόπο λατρείας.

Ο επαγγελματικός ή συνεδριακός τουρισμός αποτελεί επίσης μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια. Ο επαγγελματικός τουρισμός αναφέρεται συνήθως στην πραγματοποίηση διαφόρων συνεδρίων με διάφορη θεματολογία. Τα συνέδρια αυτά λαμβάνουν μέρος συνήθως όχι κατά τους μήνες που υπάρχει πλήρης τουριστική κίνηση ενώ έχουν και μια μέση διάρκεια των τεσσάρων ημερών. Επίσης επειδή εκτός της διαμονής συνήθως προσφέρονται και άλλες υπηρεσίες όπως η παροχή κατάλληλου χώρου για την διεξαγωγή του συνεδρίου, σίτιση και ίσως και κάποιες δραστηριότητες αναψυχής, το κόστος είναι αρκετά υψηλό¹⁷.

Άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι ο αστικός τουρισμός, οι μαθητικές εκδρομές, ο γεωτουρισμός κ.ά.. Σε κάθε περίπτωση βέβαια όπως έχει ειπωθεί και παραπάνω, η επιλογή μιας μορφής εναλλακτικού τουρισμού δεν αποκλείει τον συνδυασμό της και με άλλες μορφές εναλλακτικού ή μαζικού τουρισμού. Η ανάπτυξη και εκμετάλλευση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού μπορεί να αποφέρει πλήθος θετικών αποτελεσμάτων στην περιοχή ή την χώρα που θα καταστεί τουριστικός προορισμός.

17 Νικολάου Νικόλαος, (2014), «Η ανάπτυξη τουρισμού στην Ελλάδα με ενδεικτική αναφορά στα νησιά του νοτίου Αιγαίου», πτυχ. εργασία, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Οι τάσεις του διεθνούς τουρισμού

Η ραγδαία ανάπτυξη του σύγχρονου τουρισμού απογειώθηκε τις δεκαετίες 1950 και 1960 κυρίως στη Βόρεια Αμερική και στη Δυτική Ευρώπη, αλλά τις τελευταίες δεκαετίες η ανάπτυξη προήλθε από τους αναδύομενους προορισμούς στην Ασία, τον Ειρηνικό, τη Μέση Ανατολή, την Αφρική και τη Λατινική Αμερική. Είναι γεγονός ότι οι διεθνείς τουριστικές ροές επηρεάζονται βραχυπρόθεσμα από τις συγκυριακές μεταβολές των φυσικών, οικονομικών και πολιτικών συνθηκών, έχει όμως αποδειχθεί η αντοχή του διεθνούς τουρισμού στις κρίσεις που διαταράσσουν την παγκόσμια οικονομία ή τις περιφερειακές πολιτικές ισορροπίες.

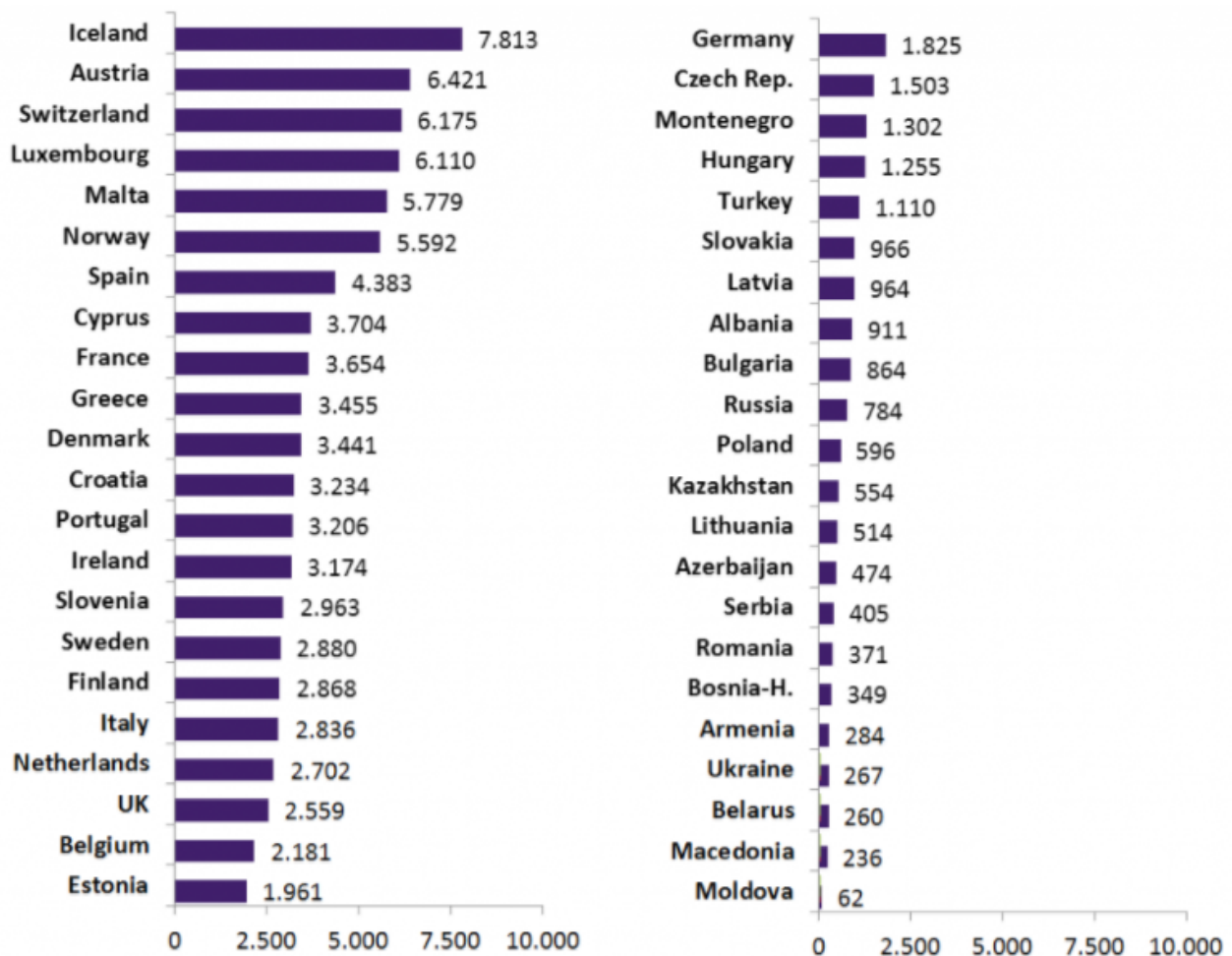
1. Ποσοστά συνεισφοράς τουριστικού κλάδου στα ΑΕΠ των χωρών.

Very high importance	• Croatia (27,6 %)	• Albania (22,0 %)
	• Malta (26,4 %)	
High importance	• Cyprus (17,5 %)	• Austria (13,7 %)
	• Montenegro (17,2 %)	• Slovenia (12,7 %)
	• Iceland (17,0 %)	• Bulgaria (12,3 %)
	• Greece (16,8 %)	• Estonia (12,0 %)
	• Portugal (15,4 %)	• Turkey (10,9 %)
	• Spain (14,7 %)	• Hungary (10,3 %)
Average importance	• France (9,2 %)	• UK (6,7 %)
	• Switzerland (8,5 %)	• Serbia (6,2 %)
	• Italy (8,5 %)	• Denmark (6,1 %)
	• Czech Republic (8,3 %)	• Finland (6,1 %)
	• Latvia (8,0 %)	• Norway (6,0 %)
	• Armenia (7,6 %)	• Russia (5,9 %)
	• Bosnia-Herzeg. (7,3 %)	• Slovakia (5,8 %)
	• Ukraine (7,3 %)	• Netherlands (5,7 %)
	• Ireland (7,1 %)	• Luxembourg (5,6 %)
	• Azerbaijan (6,9 %)	• Sweden (5,5 %)
Low importance	• Kazakhstan (4,9 %)	• Germany (4,4 %)
	• Belgium (4,9 %)	• Belarus (4,3 %)
	• Macedonia (4,7 %)	• Lithuania (3,9 %)
	• Poland (4,7 %)	• Moldova (3,1 %)
	• Romania (4,7 %)	

Πηγή: conplore magazine

Παραπάνω βλέπουμε το πόσο σημαντικό είναι το κομμάτι του τουρισμού στην οικονομία σε ποσοστό επι του ΑΕΠ σε όλες τις Ευρωπαϊκές χώρες και όχι μόνο. Για την Ελλάδα αυτό το ποσοστό είναι το 16,8%, αρκετά σημαντικό για τη χώρα και την κατατάσει ψηλά ανάμεσα στις άλλες.

2. Δολλάρια ανά κάτοικο παραγόμενου τουριστικού προϊόντος



Πηγή: conplore magazine

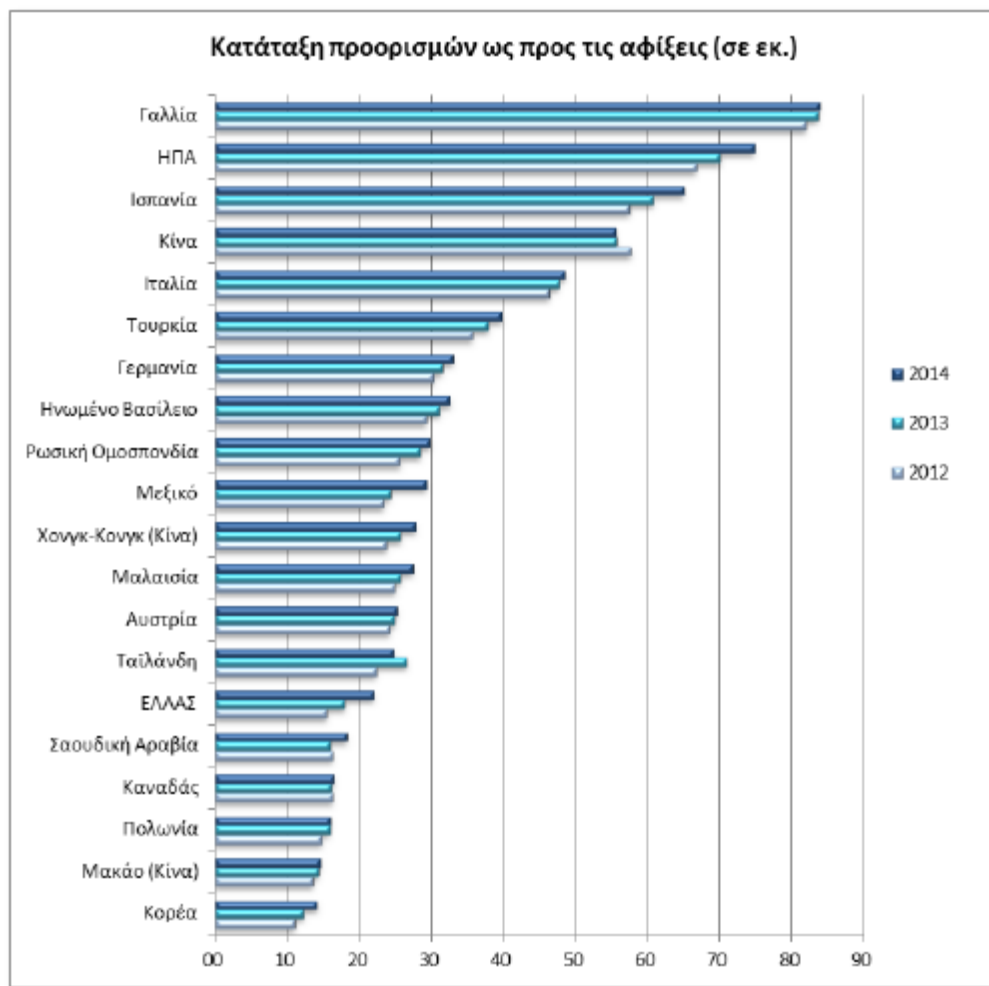
Στο παραπάνω διάγραμμα βλέπουμε την συμβολή του τουριστικού τομέα ανά χώρα επί δολλάρια ανά κάτοικο σαν παραγόμενο προϊόν. Είναι σημαντικός δείκτης και η θέση μας είναι ψηλή, με περιθώρια βελτίωσης.

Η παραπάνω διαπίστωση είναι σημαντική, δεδομένου ότι ο διεθνής τουρισμός είναι ευάλωτος τόσο στις αναταράξεις της διεθνούς πολιτικής σκηνής, όπως επαληθεύτηκε στις αρχές της δεκαετίας 2001-2010 με τα γεγονότα τις 11ης Σεπτεμβρίου 2001, όσο και στις διακυμάνσεις της διεθνούς οικονομίας, όπως αποδείχθηκε και με την πρόσφατη διεθνή χρηματοοικονομική κρίση. Επηρεάζεται ακόμη και από καταστροφές εξαιτίας φυσικών φαινομένων (όπως πλημμύρες, σεισμοί, τυφώνες, εκρήξεις ηφαιστειών), τεχνικές καταστροφές (πυρηνικά ατυχήματα) ή επιδημίες. Ο τουρισμός ανακάμπτει σε σχετικά σύντομο διάστημα και έτσι, παρά τις επιμέρους διακυμάνσεις,

η διεθνής τουριστική κίνηση εμφανίζει μακροπρόθεσμα θετική πορεία. Άλλωστε, ιστορικά, οι κρίσεις δημιουργούν νέες ευκαιρίες και ενισχύουν ορισμένες δραστηριότητες που απευθύνονται στην αναψυχή, ανοίγουν νέους κλάδους και δρόμους για την οικονομική δραστηριότητα, με νέα προϊόντα που χαράζουν τις νέες διαδρομές της τουριστικής οικονομίας.¹⁸

Η διεθνής χρηματοοικονομική κρίση, που ξεκίνησε από το 2008 στις ΗΠΑ αλλά σύντομα επεκτάθηκε στις διεθνείς οικονομίες, ανέκοψε τη ροπή για ταξίδια προς τις περισσότερες περιοχές, με εξαίρεση τους ασιατικούς προορισμούς, και την ανοδική πορεία των διεθνών αφίξεων. Ο διεθνής τουρισμός, όμως, ξαναβρήκε γρήγορα τη δυναμική του πορεία, η οποία ευνοήθηκε και από την πτώση της τιμής των καυσίμων, καταδεικνύοντας και πάλι την ανθεκτικότητά του απέναντι σε οικονομικές κρίσεις και διεθνείς αναταράξεις.

¹⁸Christophe Bouneau, “The different logics of crisis and the course of innovation in the European tourist economy: XIX to XX century”, στο Margarita Dritsas (ed), *Tourism and Crisis in Europe XIX – XXI centuries*, economia publishing, 2014.



Πηγή στοιχείων : UNWTO

Στην παραπάνω κατάταξη η χώρα μας έχει την 15η θέση με σταθερά αυξανόμενες αφίξεις μάλιστα.

Για το σύνολο του έτους 2014, οι υπολογισμοί του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) δείχνουν ότι η έστω και βραδεία ανάκαμψη των οικονομιών των χωρών πηγών οδήγησε σε αύξηση του συνολικού αριθμού των διεθνών αφίξεων κατά 4,2%, σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι συνολικές αφίξεις εισερχόμενων τουριστών σε όλες τις χώρες του κόσμου υπολογίζεται ότι το 2014 έφθασαν τα 1.133 εκατομμύρια έναντι 1.087 εκ. το 2013 και 1.039 εκ. το 2012.¹⁹ Πρόκειται για το πέμπτο συνεχόμενο έτος σταθερής ανόδου πάνω από το μακροπρόθεσμο μέσο όρο μετά την κρίση του 2009. Την ισχυρότερη αύξηση σημείωσαν οι χώρες της Βόρειας και της Ν. Αμερικής (+8,4%), οι χώρες της Ασίας και του Ειρηνικού (+5,7%) και η Μέση Ανατολή (+6,3%), ενώ η Ευρώπη

¹⁹ UNWTO, *World Tourism Barometer*; Vol. 13, August 2015, σ.4.

(+2,3%) και η Αφρική (+2,2%) σημείωσαν βραδύτερη άνοδο. Ωστόσο, διαπιστώνεται ότι ο όγκος των διεθνών αφίξεων ανακάμπτει ταχύτερα από ό,τι οι εισπράξεις, δεδομένου ότι οι ταξιδιώτες ταξιδεύουν σε κοντινότερους στις πατρίδες τους προορισμούς.³²⁰

Για το έτος 2015 διαπιστώνεται ότι συνεχίζεται η αυξητική τάση, αλλά με ελαφρώς μειωμένο ρυθμό. Οι πρώτες προβολές του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού υποδεικνύουν αύξηση των αφίξεων κατά 3% έως 4%, ελαφρώς ανώτερη από τον μακροπρόθεσμο μέσο όρο (+3,8% για την περίοδο 2010-20120).²¹ Τα διαθέσιμα στοιχεία για το πρώτο εξάμηνο του 2015 επιβεβαιώνουν την παραπάνω εκτίμηση (αύξηση 4%).²² Επικεφαλής στην ανοδική αυτή πορεία αναμένεται ότι θα είναι οι χώρες της Ασίας και του Ειρηνικού, ακολουθούμενες από τις χώρες της αμερικανικής ηπείρου, με μέση αύξηση μεταξύ 4% και 5%. Η Ευρώπη αναμένεται ότι θα έχει ελαφρώς μικρότερη αύξηση, μεταξύ 3% και 4%, ενώ οι χώρες της Αφρικής παρουσιάζουν κάμψη.

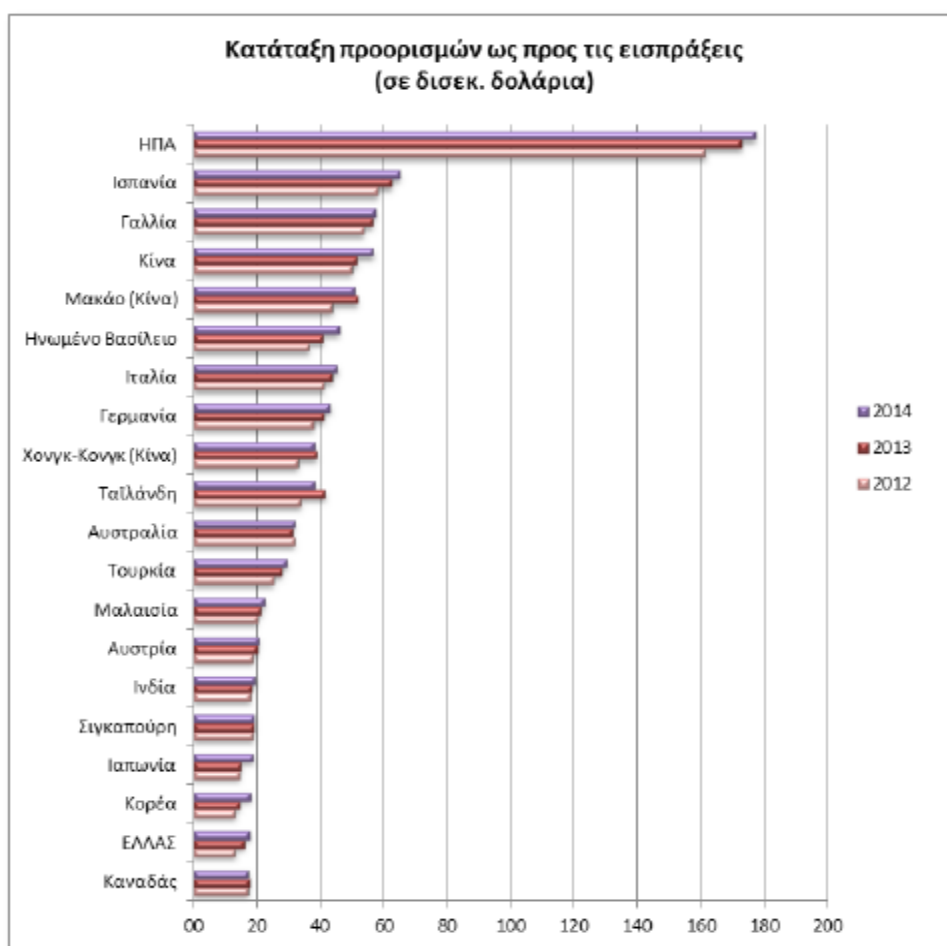
Εξετάζοντας τους επιμέρους εθνικούς προορισμούς στην παγκόσμια κατάταξη του UNWTO (βλ. πίνακα 1.1), διαπιστώνουμε ότι στη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, η Γαλλία διατήρησε την κυριαρχία της ως πρώτη δύναμη ως προς τις αφίξεις διεθνούς τουρισμού, ενώ οι ΗΠΑ έχουν ανακτήσει τη δεύτερη θέση από την Ισπανία. Το έτος 2014 η Γαλλία και οι ΗΠΑ ήσαν οι δύο πρώτες χώρες υποδοχής, τόσο ως προς τον αριθμό αφίξεων όσο και ως προς τις εισπράξεις από τον τουρισμό. Ως προς τις διεθνείς αφίξεις, προηγείται η Γαλλία με 83,8 εκ. και ακολουθούν στη 2η θέση οι ΗΠΑ με 74,8 εκ., στην 3η θέση η Ισπανία με 65 εκ. ακολουθούμενη από την Κίνα με 55,6 εκ. Σημειώνεται ότι η Κίνα (χωρίς να συνυπολογίζεται το Χονγκ-Κόνγκ και το Μακάο), εμφανίζοντας συνεχή ανοδική πορεία, το 2009 ήταν ήδη 4η με 50,9 εκ. Αφίξεις. Αξιόλογη είναι επίσης και η συνεχής άνοδος της Τουρκίας τα τελευταία χρόνια, η οποία έφθασε τα 39,8 εκ. αφίξεις, καταλαμβάνοντας πλέον την 6η θέση. Η Ελλάδα το 2014, με 22 εκ. αφίξεις, κατέλαβε την 15η θέση στην παγκόσμια κατάταξη χωρών με βάση τον αριθμό αφίξεων τουριστών. Παρά τη θεαματική άνοδο κατά 23% που σημείωσαν οι αφίξεις μη κατοίκων στα σύνορα, η χώρα μας κέρδισε μόνο μια θέση ως προς το προηγούμενο έτος 2013.

20 UNWTO, *World Tourism Barometer*; Vol. 13, August 2015, σ.4.

21 UNWTO, *World Tourism Barometer*; Vol. 13, August 2015, σ. 3.

22 UNWTO, *World Tourism Barometer*; Vol. 13, August 2015, σ. 3.

Διάγραμμα 1.3



Πηγή: UNWTO

Οι ευρωπαϊκές χώρες και ιδιαίτερα οι χώρες της ΕΕ διαδραματίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο, τόσο ως πηγές των διεθνών τουριστικών ροών όσο και ως προορισμοί του διεθνούς τουρισμού. Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις στις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης από 153 εκ. το 1980 έφθασαν τα 457 εκ. το 2014, αποτελώντας το 40% του παγκόσμιου συνόλου.²³ Η πορεία του ευρωπαϊκών χωρών ως τουριστικών προορισμών παρουσιάζεται συγκεντρωτικά στον πίνακα 1.2, με βάση τα έως τώρα διαθέσιμα στοιχεία, που έχουν συγκεντρώσει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), η

²³ UNWTO, *World Tourism Barometer*, Vol. 13, April 2015.

European Travel Commission (ETC), η Eurostat, το Διεθνές Ινστιτούτο Τουρισμού και Αναψυχής (ITLS) της Βιέννης.²⁴

Πίνακας 1.1 Παγκόσμια κατάταξη τουριστικών προορισμών ως προς τις διεθνείς αφίξεις (σε εκ.)

Κατάταξη χωρών	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1. Γαλλία	79.2	76.8	77.1	81.6	82.0	83.6	83.8
2. ΗΠΑ	57.9	54.9	59.8	62.7	66.7	70.0	74.8
3. Ισπανία	57.2	52.2	52.7	56.2	57.5	60.7	65.0
4. Κίνα	53.0	50.9	55.7	57.6	57.7	55.7	55.6
5. Ιταλία	42.7	43.2	43.6	46.1	46.4	47.7	48.6
6. Τουρκία	25.0	25.5	27.0	34.7	35.7	37.8	39.8
7. Γερμανία	24.9	24.2	26.9	28.4	30.4	31.5	33.0
8. Ηνωμένο Βασίλειο	30.1	28.2	28.3	29.3	29.3	31.1	32.6
9. Ρωσική Ομοσπονδία	21.6	19.4	20.3	22.7	25.7	28.4	29.8
10. Μεξικό	22.6	22.3	23.3	23.4	23.4	24.2	29.3
11. Χονγκ-Κονγκ (Κίνα)	17.3	16.9	20.1	22.3	23.8	25.7	27.8
12. Μαλαισία	22.1	23.6	24.6	24.7	25.0	25.7	27.4
13. Αυστρία	21.9	21.4	22.0	23.0	24.2	24.8	25.3
14. Ταϊλάνδη	14.6	14.1	15.9	19.2	22.4	26.5	24.8
15. ΕΛΛΑΣ	15.9	14.9	15.0	16.4	15.5	17.9	22.0
16. Σαουδική Αραβία	14.8	10.9	10.9	17.5	16.3	15.8	18.3
17. Καναδάς	17.1	15.7	16.1	16.0	16.3	16.1	16.5
18. Πολωνία	13.0	11.9	12.5	13.4	14.8	15.8	16.0
19. Μακάο (Κίνα)	10.6	10.4	11.9	12.9	13.6	14.3	14.6
20. Κορέα	6.9	7.8	8.8	9.8	11.1	12.2	14.2

Πηγή: UNWTO

Το 2014 οι αφίξεις καθώς και οι διανυκτερεύσεις εξακολούθησαν να αυξάνονται σε όλες σχεδόν τις χώρες της ΕΕ. Είναι αξιοσημείωτο ότι σε όλους τους προορισμούς της ΕΕ, η πλειοψηφία των διεθνών αφίξεων προήλθε από χώρες της ΕΕ, καταδεικνύοντας τον δυναμισμό των ενδο-ευρωπαϊκών μετακινήσεων.²⁵ Η ανάπτυξη των αερομεταφορών ως κύριου μέσου διεθνών ταξιδιών υπήρξε σημαντική τις τελευταίες δεκαετίες. Το μερίδιο των αερομεταφορών έχει αυξηθεί από το 38% του συνόλου το 1980 στο 51% το 2010. Η ανάπτυξη αερομεταφορέων «χαμηλού κόστους» και ο πολλαπλασιασμός ενδο-ευρωπαϊκών δρομολογίων έχει δώσει νέα ώθηση στα διεθνή αεροπορικά ταξίδια.

Στην Ευρώπη, λόγω του καλού οδικού δικτύου και του πυκνού και γρήγορου σιδηροδρομικού

²⁴Βάση στατιστικών δεδομένων του Institute for Tourism and Leisure Studies (ITLS) του Πανεπιστημίου της Βιέννης.

²⁵ ETC, *European Tourism 2015 Trends and Prospects* (Q1/2015), Brussels, May 2015, σ. 8.

δικτύου, οι επίγειες μεταφορές εξακολουθούν να υπερισχύουν με μερίδιο 54% στο σύνολο. Στις χώρες της Νότιας Μεσογειακής Ευρώπης ωστόσο, οι αεροπορικές αφίξεις έχουν προβάδισμα, με μερίδιο 62%.

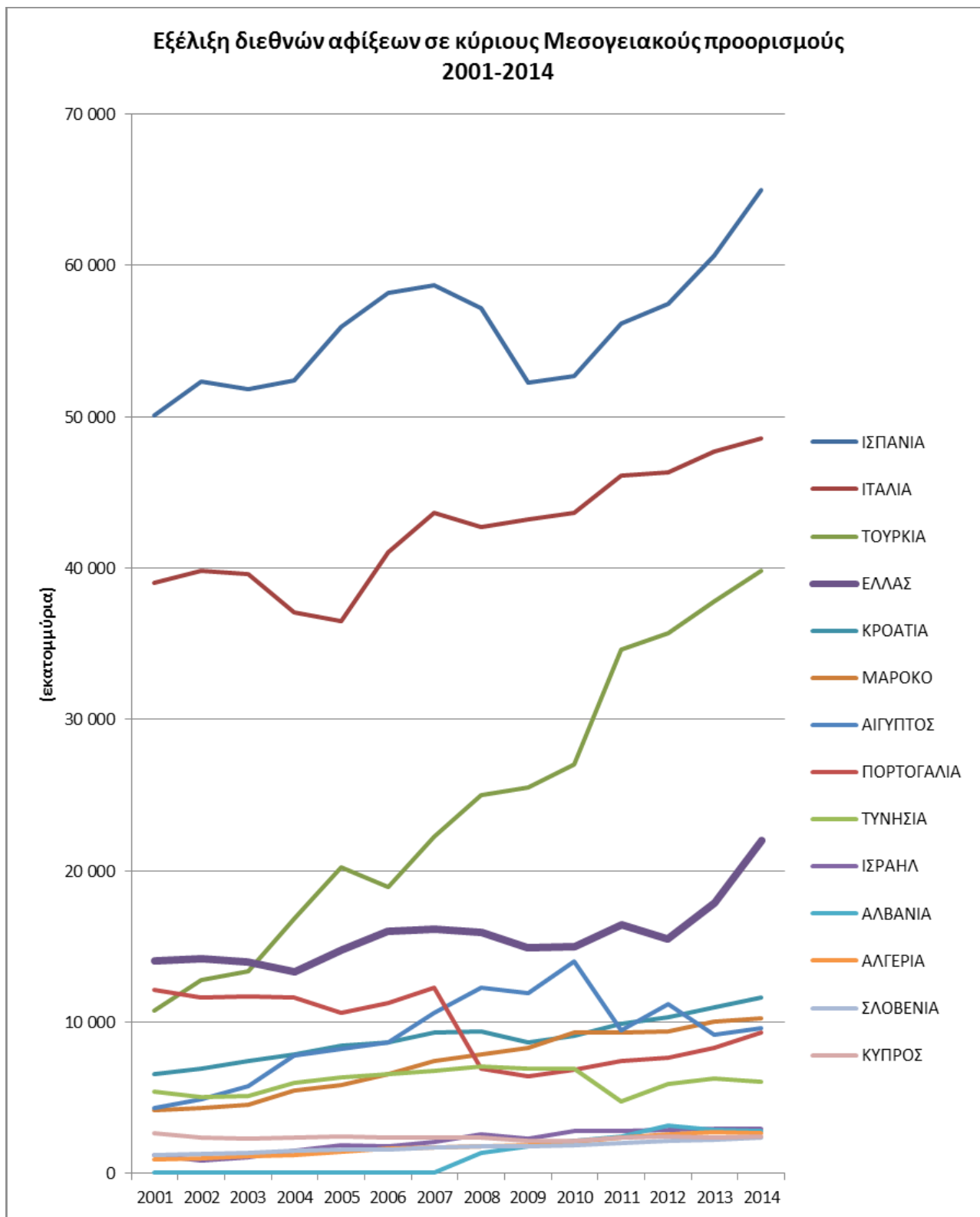
Μεταξύ των ετών 2006 και 2014 σημειώθηκε αύξηση των διεθνών **εισπράξεων** από τον τουρισμό συνολικά κατά 21%, με μέσο ετήσιο ρυθμό 2,7%. Τα συνολικά έσοδα από τον διεθνή τουρισμό στη διάρκεια του 2014 ακολούθησαν την ανοδική πορεία των αφίξεων, φθάνοντας τα 1.248 δις δολάρια, έναντι μόλις 917 δις το 2009 (αύξηση 35,8%).²⁶ Είναι χαρακτηριστικό ότι οι δέκα πρώτες χώρες σε εισπράξεις το 2014 απορρόφησαν το ήμισυ (49,5%) του συνόλου των διεθνών τουριστικών εισπράξεων (σε USD) ενώ το 2008 οι δέκα πρώτες είχαν απορροφήσει το 48,1% του συνόλου. Η μεγάλη συγκέντρωση των εισροών στις «υπερδυνάμεις» των προορισμών, πάντως, δεν έχει εμποδίσει την ανάπτυξη αναδυόμενων προορισμών στην Ασία, τον Ειρηνικό, τη Ν. Αμερική και αλλού.

Στον σχετικό πίνακα κατάταξης με βάση τις εισπράξεις σε δολάρια προηγούνται οι ΗΠΑ με 177,2 δις δολάρια, ακολουθούμενες από την Ισπανία με 65,2 δις δολάρια και τη Γαλλία με 57,4 δις δολάρια (βλ. πίνακα 1.3). Η Κίνα ανήλθε στην τέταρτη θέση, αυξάνοντας κατά 10% τις εισπράξεις της σε 56,9 δις δολάρια. Αξιοσημείωτο είναι και το γεγονός ότι το Μακάο κατέλαβε την 5η θέση και το Χογκ-Κογκ την 10η. Το Ηνωμένο Βασίλειο ανέβηκε κατά τρεις θέσεις σε σύγκριση με το 2013, καταλαμβάνοντας την 6η θέση με 45,9 δις δολάρια, ενισχυμένο από τους Ολυμπιακούς Αγώνες και την ανατίμηση της αγγλικής λίρας. Οι εισπράξεις στις χώρες της ΕΕ-28 από τον διεθνή τουρισμό αυξήθηκαν από 39 δις ECU (55 δις δολάρια) το 1980 σε 303 δις ευρώ (403 δις δολάρια) το 2013, με μερίδιο 35% στο σύνολο των παγκόσμιων εισπράξεων.²⁷

Ως προς την κατάταξη με βάση τις εισπράξεις (σε δολάρια), η Ελλάδα από τη 12η θέση που κατείχε το 2008, υποχώρησε μερικές θέσεις ακόμη το 2010 κατεβαίνοντας στην 21η θέση, εισπράττοντας μόλις 12,7 δις δολάρια.¹³ Ωστόσο, χάρη στην ανάκαμψη που ακολούθησε, το 2014 διατήρησε την 19η θέση, φθάνοντας τα 17,8 δις δολάρια.

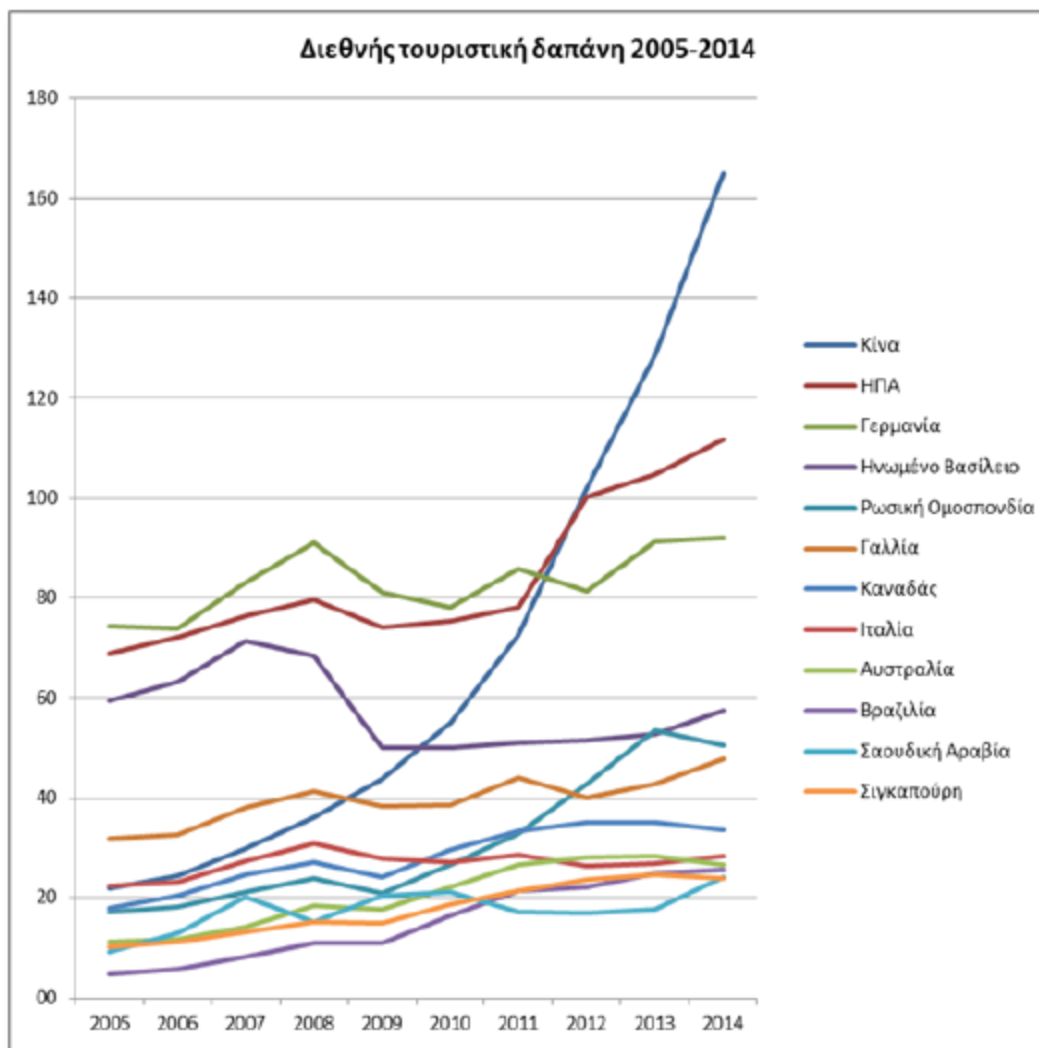
26 UNWTO, *World Tourism Barometer*, Vol. 13, August 2015, Statistical Annex.

27 UNWTO, *International tourism trends in EU-28 member states – Current situation and forecasts for 2020-2025-2030*, σ. 3.



Η ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού μετά τη διεθνή οικονομική κρίση του 2008-2009 στηρίχτηκε κατά κύριο λόγο στις αναδυόμενες αγορές της Κίνας, της Ρωσίας και της Βραζιλίας, οι οποίες απέδωσαν αθροιστικά πάνω από το ήμισυ της αύξησης των συνολικών παγκόσμιων **τουριστικών δαπανών**. Αυτό απεικονίζεται παραστατικά στο διάγραμμα 1.4.

Διάγραμμα 1.4 Διεθνής τουριστική δαπάνη 2005-2014



Πηγή στοιχείων: UNWTO

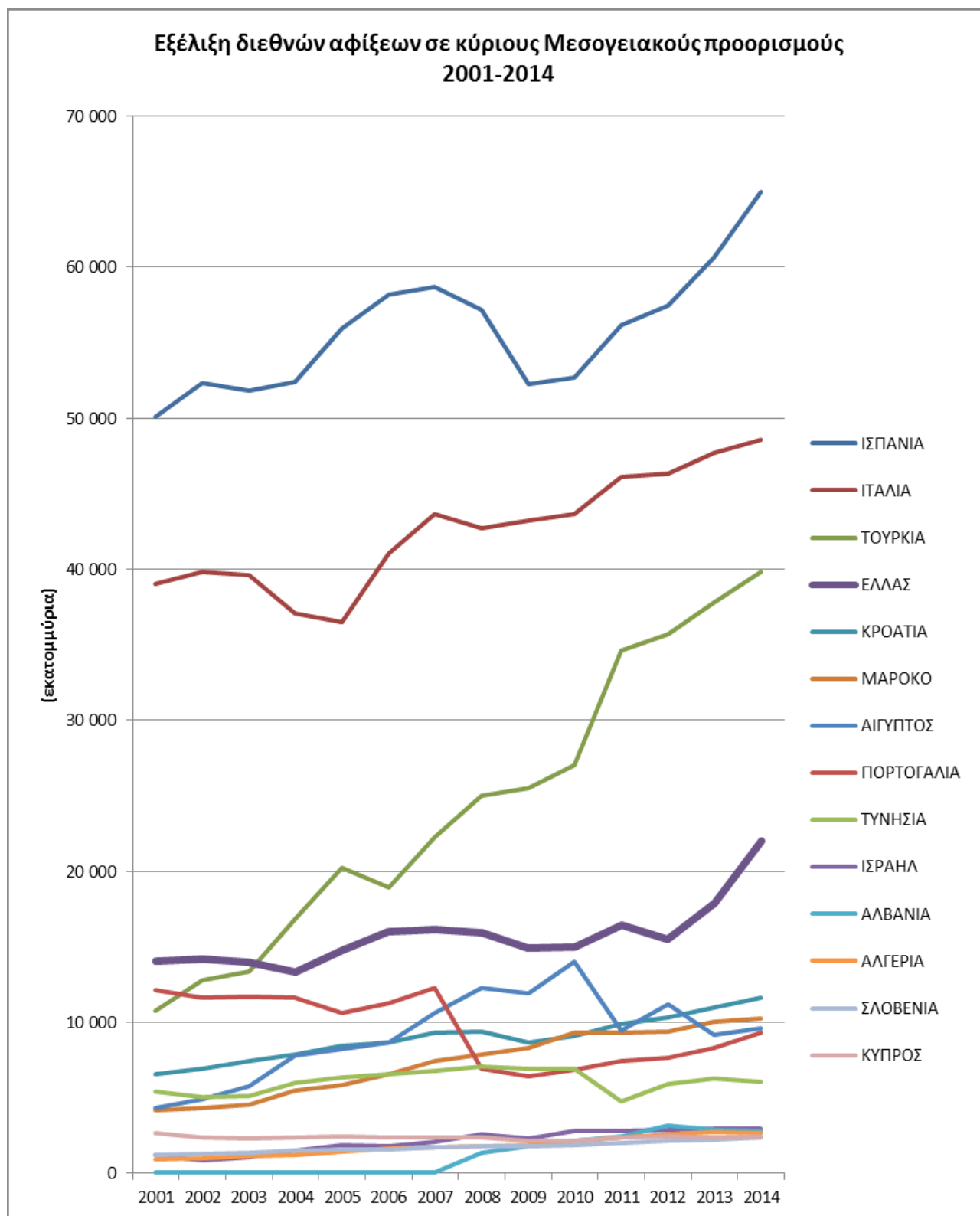
Ειδικότερα, η αύξηση της δαπάνης αυτών των τριών χωρών μεταξύ 2010 και 2014 ήταν αντίστοιχα

110, 24 και 9 δις δολάρια, σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού.²⁸

Αρκετές διαφοροποιήσεις, ωστόσο, σημειώνονται και στις χώρες που αποτελούν τις κύριες πηγές των διεθνών τουριστικών ροών. Συγκεκριμένα, διαπιστώνονται σημαντικές ανακατατάξεις στον πίνακα κατάταξης χωρών από την άποψη της τουριστικής δαπάνης που πραγματοποιούν στην αλλοδαπή οι μόνιμοι κάτοικοί τους (βλ. πίνακα 1.4). Δύο χώρες παρουσιάζουν εντυπωσιακή άνοδο, όπως φαίνεται και στο σχετικό διάγραμμα 1.5, η Κίνα και η Ρωσική Ομοσπονδία. Συγκεκριμένα, το 2014 την πρώτη θέση, ως η χώρα με τη μεγαλύτερη τουριστική δαπάνη, κατέλαβε η Κίνα με 164,9 δις δολάρια, ακολουθούμενη από τις ΗΠΑ με 110,8 δις δολάρια και την Γερμανία με 93,3 δις δολάρια.

28 UNWTO, *World Tourism Barometer*, Vol. 13, August 2015, Statistical Annex.

Διάγραμμα 1.5



Εξετάζοντας την πορεία του νέου πρωταγωνιστή της τουριστικής αγοράς, διαπιστώνουμε ότι η Κίνα επταπλασίασε την τουριστική της δαπάνη την τελευταία δεκαετία, από 21,8 δις το 2005 σε 164,9 δις δολάρια το 2014, διατηρώντας την παγκόσμια πρώτη θέση, την οποία κατέλαβε για πρώτη φορά το 2012. Οφείλουμε να σημειώσουμε ωστόσο ότι από την αυξημένη αυτή δαπάνη ωφελούνται περισσότερο το Χονγκ-Κονγκ και το Μακάο, καθώς και οι γειτονικές της χώρες της Ν.Α. Ασίας, οι οποίες υποδέχονται και τον κύριο όγκο των κινέζων τουριστών. Σημειώνεται ότι η δυναμική ανάπτυξη της κινεζικής οικονομίας των τελευταίων ετών έχει αντίκτυπο στην αύξηση του εισοδήματος και συνακόλουθα, στη ροπή για ταξίδια των διογκούμενων μεσαίων στρωμάτων.

Ήδη η Κίνα είχε ξεπεράσει τα 40 εκ. εξερχόμενων τουριστών από το 2007,²⁹ ενώ για το 2014 ο αριθμός των εξερχόμενων ταξιδιών εκτιμάται ότι έφθασε τα 116 εκ., δηλαδή σε διπλάσιο ύψος ως προς το 2010 (54 εκ.), σύμφωνα με την εκτίμηση της China Tourism Academy, επίσημο όργανο του Κινεζικού Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού (China National Tourism Administration).³⁰ Πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι το 68% των εξερχόμενων Κινέζων τουριστών έχει προορισμό τις αυτόνομες κινεζικές περιοχές του Χονγκ-Κονγκ και του Μακάο, ενώ προς την Ευρώπη κατευθύνεται μόνο το 5% του συνόλου.³¹ Την τέταρτη θέση της παγκόσμιας κατάταξης ως προς τις τουριστικές δαπάνες βρίσκεται πλέον το Ηνωμένο Βασίλειο με 56,9 δις δολάρια, ενώ η Ρωσική Ομοσπονδία υποχώρησε στην πέμπτη θέση. Η Ρωσία τριπλασίασε την τουριστική δαπάνη μεταξύ 2005 και 2014 (από 17 δις σε 50,4 δις δολάρια), ωστόσο η πρόσφατη κρίση στην Ουκρανία επηρέασε την κατάσταση της οικονομίας της και την ισχύ του ρουβλίου και ανέκοψε, πιθανώς προσωρινά, αυτήν την ανοδική τάση.

Αυτοί είναι οι κυριότεροι παίκτες στη διεθνή τουριστική αγορά, γιατί από αυτούς εξαρτώνται οι σημαντικότερες ροές ταξιδιωτών αλλά και τουριστικών δαπανών.³² Ακολουθούν κατά σειρά η Γαλλία, ο Καναδάς, η Ιταλία και η Αυστραλία, οι οποίες δεν εμφανίζουν ιδιαίτερο δυναμισμό. Η Γαλλία και η Ιταλία εμφανίζουν μικρές αυξομειώσεις στη διάρκεια της περιόδου 2005-2013, με αύξηση το 2014. Η αρχικά ανοδική τάση του Καναδά και της Αυστραλίας ανακόπηκε τα δύο τελευταία χρόνια. Στις επόμενες τρεις θέσεις ανήλθαν, κατά σειρά, οι αναδυόμενες αγορές της Βραζιλίας, της Σαουδικής Αραβίας και της Σιγκαπούρης, δεν είναι βέβαιο όμως ότι η πορεία των

²⁹Σύμφωνα με τον Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού της Κίνας (CNTA), οι εξερχόμενοι τουρίστες το 2007 ήταν 40,95 εκ.

³⁰COTRI και China Tourism Academy, *Annual Report of China Outbound Tourism Development 2009/2010*, Profil Verlag, April 2010.

³¹ ETC/UNWTO, *The Chinese Outbound Travel Market*, 2013, σ. 4.

³² ETC/UNWTO, *The Chinese Outbound Travel Market*, 2013, σ. 4.

τουριστικών δαπανών τους θα συνεχιστεί αμείωτη τα επόμενα χρόνια. Αυτό θα είναι αποτέλεσμα της διεθνούς αλλά και της εσωτερικής συγκυρίας. Δύο μείζονες αγορές, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ιαπωνία, το 2014 δαπάνησαν λιγότερο από όσο πριν την κρίση, γεγονός που οφείλεται κατά κύριο λόγο στην ακολουθούμενη πολιτική λιτότητας στις δύο αυτές χώρες.

Αξιοσημείωτη είναι, οπωσδήποτε, η άνοδος νέων αγορών, συγκεκριμένα από χώρες της Μέσης Ανατολής (όπως Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Κουβέιτ, Κατάρ), καθώς επίσης και από ορισμένες ασιατικές χώρες (Ινδία, Μαλαισία, Φιλιππίνες, Ταϊλάνδη, κ.ά.).

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η τουριστική δαπάνη τουριστών προερχόμενων από αυτές τις χώρες παρουσιάζει αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια.

3.1 Οι επιδόσεις των μεσογειακών χωρών

Η επανεκκίνηση των αυξημένων διεθνών τουριστικών ροών μετά την διεθνή οικονομική κρίση του 2008-2009 υποστηρίχτηκε από την ανακοπή της ύφεσης στις παραδοσιακές οικονομικές δυνάμεις, τον δυναμισμό και την ενίσχυση των μεσαίων εισοδηματικών τάξεων των αναδυόμενων χωρών, καθώς και από την πρόσφατη μείωση της τιμής του πετρελαίου.

Την τελευταία δεκαετία, στις χώρες της Μεσογείου, ο τουρισμός ακολούθησε μια γενικά ανοδική πορεία, όχι όμως χωρίς διακυμάνσεις, οφειλόμενες σε σημαντικό βαθμό και στις πολιτικές συγκυρίες στην περιοχή αυτή (βλ. πίνακα 1.5 και διάγραμμα 1.5).

Πίνακας 1.5 Εξέλιξη αφίξεων τουριστών στις χώρες της Μεσογείου 2008-2014

χώρα	(*)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1 ΙΣΠΑΝΙΑ	TF	57 192	52 178	52 677	56 177	57 464	60 661	64 995
2 ΙΤΑΛΙΑ	TF	42 734	43 239	43 626	46 119	46 360	47 704	48 576
3 ΤΟΥΡΚΙΑ	TF	24 994	25 506	31364	34 654	35 698	37 795	39 811
4 ΕΛΛΑΣ	TF	15 939	14 915	15 006	16 427	15 518	17 920	22 033
5 ΚΡΟΑΤΙΑ	TCE	9 415	8 694	9 111	9 927	10 369	10 955	11 623
6 ΜΑΡΟΚΟ	TF	7 879	8 341	9 288	9 342	9 375	10 046	10 282
7 ΑΙΓΥΠΤΟΣ	TF	12 296	11 914	14 051	9 497	11 196	9 174	9 628
8 ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	TF	6 962	6 439	6 832	7 412	7 685	8 324	9 323
9 ΤΥΝΗΣΙΑ	TF	7 049	6 901	6 902	4 785	5 950	6 269	6 069
10 ΙΣΡΑΗΛ	TF	2 572	2 321	2 803	2 820	2 886	2 962	2 927
11 ΑΛΓΕΡΙΑ	VF	1 772	1 912	2070	2 395	2 634	2 733	
12 ΚΥΠΡΟΣ	TF	2 404	2 141	2 173	2 392	2 465	2 405	2 411
13 ΑΛΒΑΝΙΑ	TF	1 337	1 775	2 191	2 468	3 156	2 857	
14 ΣΛΟΒΕΝΙΑ	TCE	1 771	1 803	1 869	2 037	2 156	2 259	2 441
15 ΣΕΡΒΙΑ (**)	TCE	1 677	1 689	683	764	810	922	1 029
16 ΜΑΥΡΟΒΟΥΝΙΟ	TCE			1 088	1 201	1 264	1 324	1 350
17 ΜΑΛΤΑ	TF	1 291	1 182	1 339	1 415	1 444	1 582	1 690
18 ΛΙΒΑΝΟΣ	TF	1 333	1 851	2 168	1 655	1 366	1 274	1 355
19 ΒΟΣΝΙΑ-ΕΡΖΕΓ.	TCE	322	311	365	392	439	529	536
20 ΣΥΡΙΑ	TCE	5 430	6 092	8 546	5 070	-	-	-

(*) TF = αφίξεις τουριστών στα σύνορα

TCE = αφίξεις σε συλλογικά καταλύματα

VF= αφίξεις επισκεπτών στα σύνορα

(**) Έως το 2009 συμπεριλαμβάνει και το Μαυροβούνιο

Πηγή: UNWTO

Επισημαίνουμε την συνεχή ανοδική πορεία της Τουρκίας τα τελευταία χρόνια μετά την κάμψη του 2006, και τη σχετική άνοδο των αφίξεων σε προορισμούς της ζώνης του ευρώ (Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος, Μάλτα) μετά το 2011. Άνοδος παρουσιάζεται και στην Κροατία και τη Σλοβενία, καθώς επίσης στο Μαρόκο, ενώ ο εισερχόμενος τουρισμός στην Αίγυπτο και στην Τυνησία έχει πληγεί από τη συνεχιζόμενη πολιτική αστάθεια στις χώρες αυτές. Τα στοιχεία αυτά είναι τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα και προέρχονται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO).³³

Η Ελλάδα διατηρεί σε γενικές γραμμές τη θέση της ανάμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, μετά την Ισπανία και την Ιταλία. Τα τελευταία χρόνια, όμως, έχει αισθανθεί ισχυρή

33 UNWTO, *World Tourism Barometer*; Vol. 13, June 2015, Statistical Annex.

πίεση ιδιαίτερα από την Τουρκία, όπως απεικονίζεται και στο διάγραμμα 1.5.

Σημειώνεται ότι η προηγηθείσα παρατεταμένη κάμψη της εισροής τουριστών στη χώρα μας την περίοδο 2009-2012 αποτέλεσε χαμηλή αφετηρία σύγκρισης, γεγονός που εξηγεί και τα σημαντικά μεγέθη της αύξησης που εμφανίστηκε, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, στις αφίξεις τουριστών προς τη χώρα μας στη διάρκεια του 2013 (+15,5%), και του 2014 (+23%). Τα στοιχεία αυτά στηρίζονται στο σύστημα υπολογισμού των αφίξεων τουριστών στα σύνορα που έχει υιοθετήσει από το 2008 και εξής η Ελληνική Στατιστική Αρχή ή ΕΛΣΤΑΤ (πρώην ΕΣΥΕ). Η ΕΛΣΤΑΤ αποδέχεται και ανακοινώνει τα στοιχεία που προκύπτουν από την Έρευνα Συνόρων, η οποία πραγματοποιείται για λογαριασμό της Τράπεζας της Ελλάδος, είναι δειγματοληπτική και διεξάγεται σε τακτά διαστήματα στους σταθμούς εισόδου-εξόδου από τη χώρα κατά την αναχώρηση των μη μονίμων κατοίκων Ελλάδας.

Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής τουριστικής προσφοράς αντιμετωπίζει ήδη σημαντικές προκλήσεις, τόσο λόγω των διαρθρωτικών χαρακτηριστικών της και ορισμένων εγγενών αδυναμιών της, όσο και εξαιτίας του ισχυρού διεθνούς ανταγωνισμού. Η ανάδειξη νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου (Τουρκία, Κροατία, Βουλγαρία, Μαυροβούνιο), αλλά και αλλού, οι οποίοι προβάλλουν με αξιώσεις παρεμφερές τουριστικό προϊόν, καθώς και ορισμένες παράμετροι του μακροοικονομικού περιβάλλοντος, όπως η σχετικά ισχυρή ισοτιμία του ευρώ έναντι του δολαρίου, η μείωση της τιμής του πετρελαίου, η βραδεία ανάκαμψη στις παραδοσιακές χώρες πηγές, η παρατεινόμενη δημοσιονομική και χρηματοοικονομική κρίση, επιβάλλουν στην ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική. Μπορεί κανείς να εκτιμήσει ότι η πίεση αυτή από τις ανταγωνίστριες χώρες, και ιδιαίτερα από τους αναδυόμενους προορισμούς, θα συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια, στο μέτρο που εκείνες θα επιδιώξουν να αυξήσουν τα μερίδια αγοράς διατηρώντας και αξιοποιώντας τα τρία βασικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν: τη σχετικά νεότευκτη τουριστική προσφορά, το χαμηλότερο κόστος των τουριστικών υπηρεσιών, τη διατήρηση εθνικών νομισμάτων.

Οι σύγχρονες τάσεις που επικρατούν στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον και οι έντονες ανταγωνιστικές συνθήκες επιτάσσουν, αφενός, ανανέωση και διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και, αφετέρου, αναπροσανατολισμό προς τμηματοποιημένες αγορές και αναζήτηση νέων τμημάτων αγοράς, επανατοποθέτηση του προορισμού στη διεθνή αγορά, αξιοποίηση ευκαιριών και εξειδικευμένη στόχευση των δράσεων προώθησης. Η επισήμανση αυτή αφορά τόσο στις τουριστικές επιχειρήσεις όσο και στους δημόσιους φορείς, κεντρικούς ή τοπικούς, που διαχειρίζονται τους επιμέρους προορισμούς.

Οι πολιτικές εξελίξεις των τελευταίων ετών και οι διατηρούμενες εστίες αναταραχής στις χώρες της Βόρειας Αφρικής (όπως στην Τυνησία και τη Λιβύη), στη Μέση Ανατολή (Συρία, Ισραήλ) ή στον Εύξεινο Πόντο (Ουκρανία) θα έχουν μάλλον πρόσκαιρα θετικές επιπτώσεις στους ελληνικούς προορισμούς, οι οποίοι παρέχουν σχετικά ασφαλέστερο περιβάλλον για την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων. Ανάλογες διακυμάνσεις θα εμφανίζονται και στο μεσοπρόθεσμο μέλλον. Αλλά οι ενδεχόμενες αναφλέξεις στις περιοχές πολιτικών, εθνοτικών ή θρησκευτικών συγκρούσεων δεν θα ευνοούν πάντοτε ή δεν θα αφήνουν αλώβητο τον ελληνικό τουρισμό, όπως άλλωστε έχει δείξει και το πρόσφατο παρελθόν.

3.2 Η κατάταξη της Ελλάδας ως προς τη διεθνή ανταγωνιστικότητα στον

τομέα του τουρισμού

Είναι κοινή διαπίστωση ότι τα τελευταία χρόνια ο ελληνικός τουρισμός έχει χάσει θέσεις σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον. Το γεγονός αυτό απεικονίζεται τόσο στους πίνακες κατάταξης του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) που αναφέρονται στις αφίξεις και στις εισπράξεις κάθε χώρας όσο και στην πιο πρόσφατη έκδοση της ετήσιας έκθεσης για την ανταγωνιστικότητα στον τομέα του τουρισμού και των ταξιδιών του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (World Economic Forum).³⁴

Στην πρώτη θέση ως προς τον γενικό δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού και ταξιδιών στην Έκθεση του 2015 βρίσκεται για πρώτη φορά η Ισπανία, ακολουθούμενη από τη Γαλλία και τη Γερμανία³⁵. Η Ελλάδα, σύμφωνα με την παραπάνω έκθεση, έρχεται μόλις **31η**, σε σύνολο 141 χωρών (18η στην Ευρώπη), βελτιώνοντας ελαφρά τη θέση της, δεδομένου ότι το 2013 ήταν 32η αλλά επί 140 χωρών. Πρέπει να επισημάνουμε ωστόσο ότι, ως προς την κατάταξη της Έκθεσης του 2011, υποχώρησε κατά δύο θέσεις αλλά και κατά επτά θέσεις σε σύγκριση με την αντίστοιχη Έκθεση του 2009, οπότε ήταν 29η επί 133 χωρών. Η γενική επίδοσή της είναι μάλιστα αρκετά μειωμένη σε σύγκριση με την Έκθεση του 2009 (4,91 μονάδες, με άριστα το 7), αλλά και του 2013 (4,36 μονάδες έναντι 4,8). Είναι χαρακτηριστικό ότι η θέση που καταλαμβάνει η χώρα μας στην κατάταξη του WEF υστερεί σημαντικά σε σύγκριση τόσο με τη θέση που κατέχει στην παγκόσμια κατάταξη του UNWTO για το έτος 2013 ως προς τον αριθμό τουριστικών εισπράξεων (19η) όσο και ως προς τον αριθμό αφίξεων (16η).

Ο γενικός δείκτης ανταγωνιστικότητας του WEF για τον τουρισμό στην έκθεσή του 2015 (η οποία αναφέρεται στο 2014) αποτελεί τη συνισταμένη 90 επιμέρους ειδικών δεικτών, οι οποίοι υπάγονται σε 14 «πυλώνες», που κι αυτοί με τη σειρά τους ομαδοποιούνται σε τέσσερις μείζονες ενότητες. Οι ενότητες αυτές έχουν αναδιαρθρωθεί σε σχέση με εκείνες που υπήρχαν στις προηγούμενες εκθέσεις, με αντίστοιχη ανακατανομή των επιμέρους δεικτών. Έτσι, η νέα ενότητα «Ευνοϊκό περιβάλλον» περιλαμβάνει τις συνθήκες που είναι αναγκαίες για την άσκηση τουριστικών δραστηριοτήτων σε μια χώρα, δηλαδή το επιχειρηματικό περιβάλλον, την προστασία και ασφάλεια,

³⁴ World Economic Forum, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*.

³⁵ World Economic Forum, *The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2015*

την υγιεινή και την περίθαλψη, τους ανθρώπινους πόρους, την αγορά εργασίας και την ετοιμότητα τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών. Η ενότητα «Τουριστική πολιτική και ευνοϊκές συνθήκες» περιλαμβάνει την προτεραιότητα του τουρισμού, το άνοιγμα προς το εξωτερικό, την ανταγωνιστικότητα των τιμών, τη βιωσιμότητα του περιβάλλοντος. Στην ενότητα «Υποδομές» περιλαμβάνονται τρεις δείκτες: υποδομές αερομεταφορών, επίγειες και λιμενικές υποδομές και υποδομές τουριστικών υπηρεσιών. Τέλος, η ενότητα «Φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι» περιέχει τους κύριους σκοπούς ταξιδιού: τους φυσικούς πόρους και τους πολιτιστικούς πόρους με τα επιχειρηματικά ταξίδια. Στον πίνακα 1.6 παρουσιάζονται οι θέσεις που καταλαμβάνει η Ελλάδα στις επιμέρους ομάδες δεικτών καθώς και η αντίστοιχη βαθμολογία. Εξετάζοντας τους 14 βασικούς δείκτες διαπιστώνουμε ότι εκεί όπου τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της χώρας μας εμφανίζονται να είναι ισχυρότερα είναι η υγιεινή και η περίθαλψη (9η στην γενική κατάταξη, με 6,57 μονάδες) ενώ στην προηγούμενη Έκθεση του 2013 ήταν 13η σ' αυτόν τον δείκτη. Τότε όμως την καλύτερη θέση είχε ως προς τις «Τουριστικές υποδομές» (3η), όπως και το 2011 (5η). Το 2015 οι τουριστικές υποδομές έχουν υποχωρήσει στη 12η θέση με 6,09 μονάδες. Την 5η θέση είχε ως προς τον ίδιο δείκτη και το 2009, αλλά τότε καλύτερη θέση είχε ως προς την «Προτεραιότητα του τουρισμού» (3η). Από την άλλη μεριά, τις χειρότερες θέσεις καταλαμβάνει η χώρα μας στην ανταγωνιστικότητα των τιμών (113η θέση), βελτιωμένη ωστόσο ως προς την κατάταξη της προηγούμενης Έκθεσης (127η θέση),²³ και στο επιχειρηματικό περιβάλλον (104η θέση). Ο δείκτης «ανταγωνιστικότητα των τιμών» παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον και στηρίζεται στη στάθμιση τεσσάρων υπο-δεικτών: φόροι εισιτηρίων και επιβαρύνσεις αεροδρομίων, δείκτης τιμών ξενοδοχείων, ισοδυναμία αγοραστικής δύναμης (PPP) και επίπεδα τιμής καυσίμων. Η Ελλάδα καταλαμβάνει τη 113η θέση ως προς τον δείκτη αυτόν, η σχετική κατάταξη, ωστόσο, θα μπορούσε να έχει και αντίστροφη ανάγνωση. Συγκεκριμένα, αρκεί να σημειώσουμε ότι στην κορυφή της κατάταξης των «ανταγωνιστικών» τιμών βρίσκεται το Ιράν, ακολουθούμενο κατά σειρά από την Αίγυπτο, την Ινδονησία και την Υεμένη, χώρες εξαιρετικά επισφαλείς και μάλλον μη δημοφιλείς προορισμοί, τουλάχιστον κατά την εξεταζόμενη περίοδο. Στο αντίθετο άκρο, συναντάμε κατά σειρά την Αυστραλία, τη Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τελευταία, στην 141η θέση, την Ελβετία, με άλλα λόγια, από τον «φθηνότερο» μεν αλλά απωθητικό προορισμό προς τον «ακριβότερο» αλλά δημοφιλή. Εάν αντιστραφεί η σειρά, από την «ακριβότερη» προς τη «φθηνότερη» χώρα, τότε η χώρα μας κατέχει την 29η θέση. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι η τιμολόγηση στη χώρα μας βρίσκεται σε σχετικά ικανοποιητικό επίπεδο ως προς τις επιπτώσεις στην προσέλκυση τουριστών, δεδομένου ότι οι τιμές των τουριστικών υπηρεσιών δεν την εμποδίζουν να είναι δημοφιλής

προορισμός. Υπάρχουν βέβαια πάντοτε περιθώρια μείωσης των τιμών σε συνδυασμό με αναβάθμιση των υπηρεσιών προκειμένου να βελτιωθεί η ανταγωνιστικότητα. Αυτό όμως, σε τελευταία ανάλυση, είναι συνάρτηση του μείγματος που αποτελούν τα κόστη, οι φορολογικές και ασφαλιστικές επιβαρύνσεις και το επιδιωκόμενο ποσοστό επιχειρηματικού κέρδους.

Πίνακας 1.6 Δείκτης Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού και Ταξιδιών για την Ελλάδα (WEF)

	Σειρά κατάταξης				Βαθμός (κλίμακα 1-7)			
	2009 (μεταξύ 133 χωρών)	2011 (μεταξύ 139 χωρών)	2013 (μεταξύ 140 χωρών)	2015 (μεταξύ 141 χωρών)	2009	2011	2013	2015
Γενικός Δείκτης	24	29	32	31	4.9	4.8	4.8	4.36
Ευνοϊκό περιβάλλον				48				5.11
Επιχειρηματικό περιβάλλον				104				4.04
Προστασία και ασφάλεια	47	73	69	57	5.6	4.7	4.7	5.49
Υγεία και υγιεινή	19	20	13	9	6.4	6.4	6.4	6.57
Ανθρώπινοι πόροι και αγορά εργασίας	44	59	50	45	5.3	5	5	4.75
Ετοιμότητα ICT (Υποδομές τεχνολογιών πληροφορικής – τηλεπικοινωνιών)	40	39	33	49	3.8	4.3	4.3	4.71
Τουριστική πολιτική και ευνοϊκές συνθήκες				33				4.39
Προτεραιότητα του τουρισμού	3	17	28	24	6.1	5.6	5.2	5.36
Άνοιγμα στο διεθνές περιβάλλον				25				4.09
Ανταγωνιστικότητα τιμών	114	123	127	113	3.9	3.8	3.6	3.93
Περιβαλλοντική αειφορία	47	68	72	61	4.8	4.5	4.5	4.19
Υποδομές				24				4.78
Υποδομές αερομεταφορών	19	19	20	27	4.7	4.8	4.7	4.25
Υποδομές επίγειων και λιμενικών μεταφορών	43	61	58	51	4.1	4	4	4.01
Υποδομές τουριστικών υπηρεσιών	5	5	3	12	6.7	6.9	6.8	6.08
Φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι				35				3.15
Φυσικοί πόροι	74	61	40	46	3	3.4	4.2	3.49
Πολιτιστικοί πόροι	23	25	25	32	5	4.7	4.3	2.82

Πηγή: WEF, *The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2009, 2011, 2013, 2015.*

Πηγή: UNWTO

Αξιοσημείωτη είναι η βελτίωση ως προς την προηγούμενη Έκθεση που εμφανίζεται στους δείκτες της προστασίας και ασφάλειας (57η έναντι 69ης θέσης), στην περιβαλλοντική αειφορία (52η έναντι 61ης), στις υποδομές επίγειων και λιμενικών μεταφορών (51η έναντι 58ης) και ακόμη, στην αγορά

εργασίας και τους ανθρώπινους πόρους (45η θέση έναντι 50ής).

Υποχώρηση ως προς την προηγούμενη Έκθεση εμφανίζεται στην ετοιμότητα σε υποδομές τεχνολογιών πληροφορικής – τηλεπικοινωνιών (49η έναντι 33ης) και στις υποδομές αερομεταφορών (27η έναντι 20ής). Χαμηλότερα στην κατάταξη εμφανίζονται οι φυσικοί και οι πολιτιστικοί πόροι (46η και 32η θέση έναντι 40ής και 25ης θέσης αντίστοιχα).

Από την πλευρά της **βαθμολογίας** των 14 δεικτών, καλύτερη βαθμολογία της Ελλάδας ήταν στην «υγιεινή και περίθαλψη» (6,57 με άριστα το 7) και ακολουθούν κατά σειρά οι «υποδομές τουριστικών υπηρεσιών» (6,08), η «προστασία και ασφάλεια» (5,49) και η «προτεραιότητα του τουρισμού» (5,36). Τη χειρότερη βαθμολογία απέσπασαν οι δείκτες των «φυσικών πόρων» (3,49) και των «πολιτιστικών πόρων» (2,82), γεγονός που υποδεικνύει μάλλον την ακαταλληλότητα των χρησιμοποιηθέντων κριτηρίων για την αξιολόγηση αυτών των πόρων. Χαμηλή βαθμολόγηση έχει και ο δείκτης «ανταγωνιστικότητα τιμών» (3,93).

Γενικότερα, οφείλουμε να επισημάνουμε ότι τα κριτήρια με τα οποία έχει γίνει η βαθμολόγηση των επιμέρους δεικτών δεν είναι σε όλες τις περιπτώσεις μετρήσιμα ούτε και απολύτως αντικειμενικά, γεγονός που σχετικοποιεί τόσο την ακρίβεια της μεθοδολογίας που χρησιμοποιήθηκε από το WEF όσο και την ασφάλεια των συμπερασμάτων που μπορούν να συναχθούν.

Ως **συμπέρασμα** μπορούμε να συναγάγουμε, ότι, προκειμένου να κατοχυρώσουμε και τελικά να βελτιώσουμε τη θέση μας στον διεθνή ανταγωνισμό στο πεδίο του τουρισμού, δεν μπορεί να επαναπαυόμαστε στη σχετικά καλή επίδοση ως προς το γενικό αριθμό αφίξεων τουριστών στα σύνορα της χώρας. Μια σειρά από ανταγωνιστικούς παραδοσιακούς και αναδυόμενους προορισμούς διεκδικούν ήδη να αποσπάσουν μεγαλύτερα μερίδια από τη διεθνή τουριστική αγορά, αμφισβητώντας έτσι την έως τώρα σχετικά ικανοποιητική δική μας τοποθέτηση. Απαιτείται επανατοποθέτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στη διεθνή αγορά, με αναβάθμιση, διαφοροποίηση και εμπλουτισμό της προσφοράς και, παράλληλα, με τη χάραξη μεσομακροπρόθεσμης στρατηγικής μάρκετινγκ, με εξειδικευμένους στόχους ανά αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο τουρισμός όσον αφορά την ελληνική οικονομία αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της. Η Ελλάδα ως χώρα διαθέτει αρκετά συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι πολλών άλλων χωρών της Ευρώπης αλλά και του κόσμου με αποτέλεσμα να διαθέτει ένα πολύ καλό «εξαγωγίμο προϊόν». Το στοιχείο αυτό είναι που προδιαθέτει θετικά ως προς τις προοπτικές του συγκεκριμένου κλάδου καθώς και το ρόλο που καλείται να αναλάβει στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας στο άμεσο μέλλον³⁶. Η συνεισφορά του είναι πολλαπλή σε διάφορους τομείς της οικονομίας. Αρχικά ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στο επίπεδο του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος. Η αποτίμηση των τουριστικών υπηρεσιών μεταφράζεται σε αρκετά εκατομμύρια ευρώ τα οποία επαυξάνουν το ύψος του ΑΕΠ. Ο κλάδος του τουρισμού ωστόσο επηρεάζει και έμμεσα τόσο το ύψος του ΑΕΠ όσο και την ανάπτυξη άλλων παραγωγικών κλάδων. Στις περιοχές που χαρακτηρίζονται ως τουριστικοί προορισμοί εκτός από τις επιχειρήσεις υποδοχής τουριστών αναπτύσσονται και πλήθος άλλων επιχειρήσεων. Τέτοιες επιχειρήσεις είναι:

- κλάδος διατροφής: εστιατόρια, ταβέρνες, καφετέριες, κλπ.
- κλάδος ψυχαγωγίας: νυκτερινά κέντρα, μπαρ, θέατρα, κλπ.
- κλάδος μεταφορών: ταξί, ΚΤΕΛ, πλοία, αερολάνα, κλπ.
- κλάδος λιανικού εμπορίου: αναμνηστικά, παραδοσιακά

Με τον τρόπο αυτό ο τουρισμός βοηθά έμμεσα στην αύξηση του ΑΕΠ καθώς οι επιχειρήσεις που αναφέρονται παραπάνω στηρίζονται στον κλάδο του τουρισμού. Ένας δεύτερος

36 Martin & Witt 1989

τρόπος με τον οποίο ο κλάδος του τουρισμού επηρεάζει έμμεσα την αύξηση του ΑΕΠ είναι μέσω της κατανάλωσης διαφόρων προϊόντων και υπηρεσιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι τουριστικές επιχειρήσεις απευθύνονται σε άλλες επιχειρήσεις για την προμήθεια προϊόντων και υπηρεσιών για την εκπλήρωση των απαιτήσεων των τουριστών. Με τον τρόπο αυτό μέσω του τουρισμού υπάρχει αύξηση της παραγωγής και των πωλήσεων και λοιπών επιχειρήσεων άσχετων με τον τουρισμό. Έτσι μέσω του τουρισμού αυξάνεται έμμεσα το ΑΕΠ.³⁷ Όπως ειπώθηκε και παραπάνω ο τουρισμός επειδή κατά το μεγαλύτερο ποσοστό του αναφέρεται σε τουρίστες που έρχονται από το εξωτερικό στην Ελλάδα, συχνά αναφέρεται ως «εξαγωγίμο προϊόν». Με τον τρόπο αυτό ο τουρισμός βοηθά καθοριστικά στην βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας. Το εμπορικό ισοζύγιο, η διαφορά δηλαδή μεταξύ εισαγωγών και εξαγωγών συναλλάγματος ή κεφαλαίων γενικά είναι ένα πολύ βασικό στοιχείο για την οικονομία μιας χώρας. Ο τουρισμός αποτελεί βασικό παράγοντα εισαγωγής χρηματικών κεφαλαίων και συναλλάγματος στην χώρα. Ένα ακόμα μέγεθος που επηρεάζει ο κλάδος του τουρισμού και αποτελεί βασικό μέγεθος για κάθε οικονομία είναι αυτό της ανεργίας. Οι τουριστικές επιχειρήσεις απασχολούν ένα αρκετά σημαντικό μέρος του ανθρώπινου δυναμικού. Παράλληλα μέσω του τουρισμού αυξάνεται η απασχόληση και στις υπόλοιπες επιχειρήσεις που αυξάνουν τις πωλήσεις τους μέσω του τουρισμού. Έτσι ο κλάδος του τουρισμού βοηθάει στην αύξηση της απασχόλησης και την μείωση της ανεργίας.

Τέλος, ένα ακόμα στοιχείο που διαθέτει ο κλάδος του τουρισμού και είναι πολύ σημαντικό για την οικονομία της χώρας είναι η κατανομή του. Η ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων δεν πραγματοποιείται μόνο στα μεγάλα αστικά κέντρα αλλά σε πολύ μεγάλο βαθμό πραγματοποιείται στην περιφέρεια. Με τον τρόπο αυτό δίδεται η δυνατότητα ανάπτυξης πολλών περιοχών οι οποίες υπό άλλες συνθήκες δεν θα αναπτύσσονταν. Στην αρχή αναφέρθηκε ότι ο κλάδος του τουρισμού επηρεάζει θετικά το ΑΕΠ της χώρας με διάφορους τρόπους, άμεσα και έμμεσα. Η καλύτερη κατανόηση του τρόπου αλλά και του βαθμού επηρεασμού του ΑΕΠ μπορεί να έλθει μέσα από την παράθεση κάποιων βασικών στατιστικών στοιχείων. Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛ.ΣΤΑΤ.) το ΑΕΠ της Ελλάδας κατά το έτος 2013 ανήλθε στα 182,4 δισεκατομμύρια ευρώ. Αντίστοιχα για το 2014, λόγω της ύφεσης που υπάρχει στην χώρα, το ΑΕΠ περιορίστηκε στα 178,9 δισεκατομμύρια ευρώ. Η συμμετοχή του κλάδου του τουρισμού στο ΑΕΠ για κάθε χρονιά ήταν 15,2 δισεκατομμύρια ευρώ για το 2013 και 16,9 δισεκατομμύρια ευρώ για το 2014. Όπως φαίνεται και στον παραπάνω πίνακα, ενώ το ύψος του ΑΕΠ της Ελλάδας μειώθηκε το 2014 σε σχέση με το

37 Πολυχρονοπούλου 2008

2013, το ύψος της συμμετοχής του κλάδου του τουρισμού σε αυτό αυξήθηκε και σε πραγματικές τιμές και ως ποσοστό φυσικά. Το 2014 ο κλάδος του τουρισμού φτάνει να σχεδόν το 1/10 του συνολικού ΑΕΠ της χώρας και αυτό είναι μόνο από την άμεση συμμετοχή του. Ο τουρισμός όμως συμμετέχει και έμμεσα στο ΑΕΠ της χώρας. Σύμφωνα με το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), κατά το 2012, τα έμμεσα αποτελέσματα του τουριστικού κλάδου ήταν 1,2 φορές πολλαπλάσια των άμεσων αποτελεσμάτων. Με άλλα λόγια για κάθε 1 ευρώ άμεσης τουριστικής δραστηριότητας παραγόταν και 1,2 ευρώ έμμεσης οικονομικής δραστηριότητας. Με βάση το στοιχείο αυτό ο παραπάνω πίνακας μπορεί να επαυξηθεί και να πάρει την παρακάτω μορφή.

Πηγή :sete.gr

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2016		2016	2016
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	18,6% [WTPC]		
Συμμετοχή στην απασχόληση	23,4% της συνολικής απασχόλησης [WTPC]		
Συνολική Απασχόληση	860.315 [WTPC]		
Έσοδα	12,7 δισ. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα) [ΤτΕ]		
Αφίξεις Αλλοδαπών	24,7 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)		
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	514 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)		
Μερίδιο Αγοράς (2015)	2% Παγκόσμια, 3,1% Ευρώπη		
Εποχικότητα	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο		
Συγκέντρωση Προσφοράς	70% των ξενοδοχειακών κτινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΕΕΕ]		
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.730 ξενοδοχεία / 788.553 κλίνες [ΕΕΕ]		
Top 5 αγορές	Γερμανία (3.138.735), Ην. Βασίλειο (2.894.655), Ιταλία (1.386.902), Γαλλία (1.313.536), Ρωσία (595.482) [ΤτΕ]		
Top 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (4.526.035), Ηράκλειο (2.885.154), Ρόδος (2.091.066), Θεσσαλονίκη (1.724.599), Κέρκυρα (1.243.718) [ΔΑΑ & ΥΠΑ.]		

Στον παραπάνω πίνακα βλέπουμε με στοιχεία του 2016 όχι η συμμετοχή της βιομηχανίας του τουρισμού στο ελληνικό ΑΕΠ ήταν 18,6% , ποσοστό αρκετά μεγάλο αλλά σίγουρα με μεγάλες αποκλίσεις μεταξύ περιφερειών. Οι απασχολούμενοι άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα ήταν 860.315, με τους περισσότερους να είναι καθαρά εποχικά. Το μερίδιο μας στον παγκόσμιο τουρισμό είναι 2% και ο κυριότερος επισκέπτης μας είναι οι Γερμανοί.

Πίνακας 4.1 Περιφερειακά μεγέθη τουρισμού.

Περιφέρεια	% κατανομή διανυκτε- ρεύσεων Ξενοδοχείων 2013	αναλογία άμεσης τουριστικής δαπάνης 2013 - σε € εκ.	ΑΕΠ Περιφέ- ρειας 2012 - σε εκ.	συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ Περιφέ- ρειας με στοιχεία 2012	κατά κεφαλήν ΑΕΠ - σε €
Κρήτη	28,7%	4.372	9.067	48%	14.398
Ν. Αιγαίο	24,7%	3.767	6.240	60%	18.064
Ιόνια Νησιά	11,0%	1.680	3.402	49%	16.100
Κεντ. Μακεδονία	10,7%	1.626	26.109	6%	13.645
Αττική	9,2%	1.403	94.964	1%	24.099
Πελοπόννησος	3,2%	481	8.241	6%	13.870
Θεσσαλία & Θράκη	2,6%	394	9.505	4%	12.757
	2,4%	369	7.653	5%	12.270
Β. Αιγαίο	2,1%	325	2.784	12%	13.394
Δυτ. Ελλάδα	2,1%	317	9.150	3%	13.431
Στερεά Ελλάδα	1,7%	257	8.543	3%	15.075
Ήπειρος	1,2%	185	4.242	4%	12.207
Δυτ. Μακεδονία	0,5%	69	4.304	2%	15.050
Σύνολο Χώρας	100,0%	15.242	194.204	8%	17.507

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Στον παραπάνω πίνακα παρακολουθούμε την διανομή του τουριστικού προϊόντος ανα περιφέρεια. Βλέπουμε το πως αυτό μοιράζεται στις νησιωτικές περιοχές με πρωτοστάτες το Νότιο Αιγαίο και τα Ιόνια νησιά καθώς και την Κρήτη και την Κεντρική Μακεδονία.

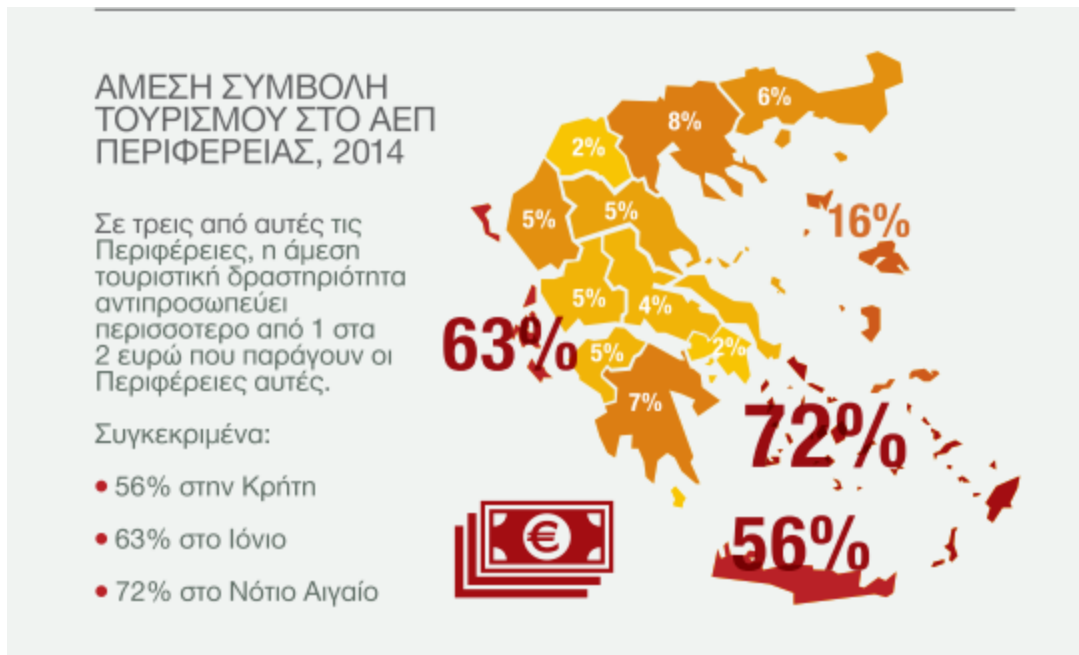
Σημαντικός δείκτης επίσης είναι η συμβολή του τουρισμού στο εισόδημα κάθε περιφέρειας. Χαρακτηριστικό είναι το Νότιο Αιγαίο όπου το τουριστικό προϊόν προσφέρει το 60% του ΑΕΠ της περιοχής κάνοντας την ταυτόχρονα την περιφέρεια με το υψηλότερο κατα κεφαλήν ΑΕΠ μετά την Αττική.

Πίνακας 4.2 Εργαζόμενοι στον τουριστικό τομέα 2013-2014 με βάση στοιχεία του ΙΚΑ

Ασφαλισμένοι ΙΚΑ		
	2013	2014
Ιανουάριος		
Ξενοδοχεία	40.173	46.934
Τουριστικά Γραφεία	7.069	7.946
Camping	627	769
υποσύνολο	47.869	55.649
Εστ. / Μπαρ	68.161	127.006
Σύνολο Ιανουαρίου	116.030	182.655
Ιούλιος		
Ξενοδοχεία	205.629	236.790
Τουριστικά Γραφεία	12.249	13.919
Camping	8.304	11.303
υποσύνολο	226.182	262.012
Εστ. / Μπαρ	109.559	188.176
Σύνολο Ιουλίου	335.741	450.188

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Παραπάνω βλέπουμε τους δηλωμένους απασχολούμενους στον τουριστικό τομέα, εκτός και εντός τουριστικής σεζον με νούμερα του 2013 και του 2014. Η σημασία του δείκτη αναδύκνεται από το γεγονός ότι το 30% του εργατικού δυναμικού στον ιδιωτικό τομέα απασχολείται από τον τουρισμό.



Πηγή: ΣΕΤΕ

Πίνακας 4.3

Εκτίμηση της Συνολικής Απασχόλησης στα Ξενοδοχεία ανά Περιφέρεια						
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	Μάι. 13	Μάι. 14	Δ%	Αύγ. 13	Αύγ. 14	Δ%
			Μάι.14/			Αυγ.14/
			Μάι. 13			Αυγ.13
Αττική	9.626	7.705	-20,0%	10.004	9.962	-0,4%
Κεντρική Ελλάδα	2.686	2.001	-25,5%	3.925	3.638	-7,3%
<i>(χωρίς Αττική)</i>						
Ήπειρος – Θεσσαλία	3.208	3.954	23,2%	4.548	6.374	40,2%
Μακεδονία – Θράκη	12.247	11.330	-7,5%	16.530	17.507	5,9%
Πελοπόννησος	7.523	8.738	16,2%	10.284	12.847	24,9%
Νησιά Βορ. Αιγαίου	2.068	1.844	-10,8%	3.012	3.310	9,9%
Κρήτη	24.466	21.677	-11,4%	30.267	31.071	2,7%
Νησιά Νοτ. Αιγαίου	21.839	22.216	1,7%	29.644	33.798	14,0%
Νησιά Ιονίου	9.859	8.575	-13,0%	13.344	14.038	5,2%
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	93.523	88.042	-5,9%	121.557	132.544	9,0%

Πηγή: ΙΤΕΠ

Παραπάνω βλέπουμε τον αριθμό των ατόμων που απασχόλησαν οι ξενοδοχειακές μονάδες ανα περιφέρεια τα έτη 2013 και 2014. Οι αριθμοί συμβαδίζουν με τα παραπάνω δεδομένα καθώς βλέπουμε ότι στις περιφέρειες όπου ο τουρισμός συμβάλει καθοριστικά στο ΑΕΠ, συμβάλει και στην απασχόληση. Αυτά τα στοιχεία ωστόσο μας δείχνουν μόνο ένα μικρό κομμάτι της απασχόλησης στον τουριστικό τομέα, το οποίο είναι περίπου το ένα τρίτο.

Υπάρχει για τα επόμενα έτη μια μελέτη στρατηγική η οποία θέτει ορισμένους στόχους για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα και προϊόντος στην χώρα μας. Οι στόχοι αφορούν αύξηση των συνολικών εσόδων, αύξηση μέσης δαπάνης ανα διαμονή, αύξηση αφίξεων και άλλα.

Για την επίτευξη των παραπάνω στρατηγικών στόχων έχει σχεδιαστεί μία ολοκληρωμένη στρατηγική, η οποία ακολουθεί 4 κύριες στρατηγικές κατευθύνσεις



Σύμφωνα με το IOBE (2012), κάθε 1 € που δημιουργεί η τουριστική δραστηριότητα, προξενεί έμμεση και προκαλούμενη πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα 1,2 € και άρα, συνολικά, δημιουργεί 2,2 € ΑΕΠ. Δηλαδή, ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας ανέρχεται σε 2,2. Στον κατωτέρω πίνακα απεικονίζονται οι πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη του ΚΕΠΕ (2014), καθώς και η ποσοστιαία συμβολή του κάθε υποκλάδου στην ελληνική τουριστική δραστηριότητα σύμφωνα με την μελέτη του IOBE (2012).

Πίνακας 4.5 Κατανομή τουριστικών εσόδων ανά μορφή επιχείρησης

	% Κατανομή Τουριστικών Εσόδων	Πολλα- πλασιαστής
Καταλύματα	45,3	2,50
Εστίαση	18,0	2,50
Θαλάσσιες Μεταφορές	9,0	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Εναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,90
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	1,39
Συνέδρια	1,0	4,13
Σταθμισμένος Μέσος Όρος		2,65

Πηγή: ΣΕΤΕ

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα, ο προκύπτων πολλαπλασιαστής του τουρισμού για την ελληνική τουριστική οικονομία ανέρχεται σε 2,65 που σημαίνει πως για κάθε 1 € από την τουριστική δραστηριότητα, προξενείται έμμεση και προκαλούμενη πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα 1,65 € και άρα, συνολικά, το ΑΕΠ αυξάνει κατά 2,65 €. Συνεπώς ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας κυμαίνεται μεταξύ 2,2 και 2,65.

Το 2010 οι άμεσα απασχολούμενοι σε τουριστικές μονάδες ήταν 320.000, οι έμμεσα απασχολούμενοι (προμηθευτές, κ.α) 126.000 και τέλος η απασχόληση που υποστηρίζεται από την κατανάλωση απασχόλησε 295.000 άτομα δηλαδή το ~40% του συνόλου των απασχολουμένων από τον τουριστικό τομέα.³⁸ Η εκτίμηση αυτή υποδεικνύει ότι για κάθε 100 θέσεις εργασίας στην άμεση τουριστική απασχόληση υποστηρίζονται άλλες 130 θέσεις συνολικά σε άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας ως αποτέλεσμα της ανάπτυξης του τουρισμού στη χώρα.

38 IOBE

Πίνακας 4.6 Κατανομή επισκέψεων, διανυκτερεύσεων και εισπράξεων ανά περιφέρεια, 2016

Ποσοστιαία Κατανομή Επισκέψεων, Διανυκτερεύσεων και Εισπράξεων εισερχόμενων ταξιδιωτών ανά Περιφέρεια, 2016			
	Επισκέψεις	Διανυκτερεύσεις	Εισπράξεις
Νότιο Αιγαίο	18%	21%	25%
Κρήτη	16%	21%	24%
Κεντρική Μακεδονία	23%	19%	13%
Αττική	16%	13%	14%
Ιόνια Νησιά	9%	11%	12%
Πελοπόννησος	3%	3%	3%
Αν. Μακεδονία & Θράκη	5%	3%	2%
Θεσσαλία	3%	3%	2%
Ήπειρος	3%	2%	2%
Δυτική Ελλάδα	2%	1%	1%
Βόρειο Αιγαίο	1%	1%	1%
Στερεά Ελλάδα	1%	1%	1%
Δυτική Μακεδονία	1%	1%	1%

Πηγή: SETE

Στον παραπάνω πίνακα βλέπουμε την ποσοστιαία διανομή των επισκεπτών, διανυκτερεύσεων και εισπράξεων σε κάθε περιφέρεια στο σύνολο της χώρας. Το νότιο Αιγαίο στην κορυφή, απολαμβάνει το 25% των εισπράξεων έχοντας ταυτόχρονα και μεγαλύτερη δαπάνη ανά επισκέπτη από κάθε άλλη περιφέρεια.

Οι Περιφέρειες με τις μεγαλύτερες ροές εισερχόμενης ταξιδιωτικής κίνησης είναι το Νότιο Αιγαίο, η Κρήτη, η Κεντρική Μακεδονία, η Αττική και τα Ιόνια Νησιά. Λόγω των διαφορετικών αγορών που δέχεται η κάθε Περιφέρεια και του διαφορετικού προφίλ των επισκεπτών, αν και η Κεντρική Μακεδονία έχει τον μεγαλύτερο αριθμό Επισκέψεων, το Νότιο Αιγαίο και η Κρήτη υπερτερούν σε αριθμό Διανυκτερεύσεων και Εισπράξεων. Σε Εισπράξεις επίσης υπερτερεί το Νότιο Αιγαίο, ενώ μικρή υστέρηση έναντι της Κεντρικής Μακεδονίας έχουν τα Ιόνια Νησιά. Επίσης, οι 5 αυτές Περιφέρειες δέχονται το 82% των επισκέψεων (28,4 εκ. στο σύνολο της χώρας), το 85% των διανυκτερεύσεων (190,4 εκ.) και το 88% των Εισπράξεων (€ 12,7 δισ.). Σύνοψη Ο κάθε επισκέπτης της Ελλάδας (που αντιστοιχεί σε μια άφιξη) κατά μέσο όρο επισκέπτεται 1 έως 1,2 Περιφέρειες. Εξάιρεση αποτελούν οι επισκέπτες από ΗΠΑ (1,75 επισκέψεις ανά επισκέπτη) και από Λοιπές

Χώρες (1,24) – και οι 2 αυτές αγορές είναι long haul και προφανώς προσπαθούν σε ένα ταξίδι στην Ελλάδα να επισκεφθούν το μέγιστο αριθμό προορισμών που τους ενδιαφέρει. Από την άλλη πλευρά, τον μικρότερο αριθμό επισκέψεων έχουν οι επισκέπτες από ΠΓΔΜ (1,00), Βουλγαρία (1,02), Ρουμανία (1,06) και Σερβία (1,07). Αντίθετα οι επισκέπτες από τις επίσης γειτονικές Αλβανία (1,15) και Τουρκία (1,13) επισκέπτονται περισσότερες περιφέρειες.

Πίνακας 4.7 Επισκέψεις (σε χιλ.) ανά περιφέρεια

Περιφέρεια	Επισκέψεις (σε χιλ.)
Κεντρική Μακεδονία	6.395
Νότιο Αιγαίο	5.227
Αττική	4.543
Κρήτη	4.537
Ιόνια Νησιά	2.457
Ανατολική Μακεδονία & Θράκη	1.363
Πελοπόννησος	843
Ήπειρος	717
Θεσσαλία	714
Δυτική Ελλάδα	513
Στερεά Ελλάδα	409
Δυτική Μακεδονία	330
Βόρειο Αιγαίο	328
Σύνολο	28.376

Πηγή: SETE

Τα παραπάνω στοιχεία και σε απόλυτους αριθμούς.

Περιφέρεια	Διανυκτερεύσεις (σε χιλ.)
Νότιο Αιγαίο	39.996
Κρήτη	39.378
Κεντρική Μακεδονία	36.330
Αττική	24.769
Ιόνια Νησιά	21.493
Πελοπόννησος	5.760
Ανατολική Μακεδονία & Θράκη	5.414
Θεσσαλία	5.121
Ήπειρος	3.622
Δυτική Ελλάδα	2.742
Βόρειο Αιγαίο	2.458
Στερεά Ελλάδα	1.845
Δυτική Μακεδονία	1.475
Σύνολο	190.402

Περιφέρεια	Εισπράξεις (σε εκ.)
Νότιο Αιγαίο	3.136
Κρήτη	3.095
Αττική	1.734
Κεντρική Μακεδονία	1.688
Ιόνια Νησιά	1.504
Πελοπόννησος	324
Θεσσαλία	301
Ανατολική Μακεδονία & Θράκη	288
Ήπειρος	218
Δυτική Ελλάδα	146
Βόρειο Αιγαίο	131
Στερεά Ελλάδα	117
Δυτική Μακεδονία	68
Σύνολο	12.749

Πηγή: SETE

4.1 Η συνολική εικόνα και τα αναλυτικά στοιχεία

Η ανοδική πορεία της τουριστικής κίνησης προς τη χώρα μας μετά την μετα-ολυμπιακή ανάκαμψη των ετών 2005 έως 2008, ανακόπηκε και εμφάνισε ανησυχητικά σημάδια στασιμότητας. Τη δυσμενή αυτή εξέλιξη επιδείνωσε η επελθούσα διεθνής οικονομική κρίση του 2008 και ο ειδικότερος αντίκτυπος της στην ελληνική οικονομία. Από την άλλη μεριά, η αρνητική δημοσιότητα για την εικόνα της Ελλάδας στα διεθνή μέσα, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια των ετών 2011 και 2012, οφειλόμενη κατά κύριο λόγο στη σοβαρή χρηματοοικονομική κρίση που είχε αρχίσει να αντιμετωπίζει η χώρα μας, ασφαλώς δεν συνέβαλε στην ελκυστικότητα των ελληνικών τουριστικών προορισμών και φαίνεται ότι ανέκοψε, έστω και προσωρινά, τους ρυθμούς της επιδιωκόμενης ανάκαμψης του τουριστικού ρεύματος.

Οι προορισμοί, μετά το ξέσπασμα της διεθνούς κρίσης, άρχισαν να επιδίδονται σε έντονο ανταγωνισμό για την απόσπαση μεριδίων της τουριστικής αγοράς, πράγμα που ασφαλώς δεν διευκόλυνε την τουριστική ανάκαμψη της χώρας μας. Όπως διαπιστώνει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), τα πρώτα σημάδια ανάκαμψης του διεθνούς τουρισμού εμφανίστηκαν ήδη από τα μέσα του 2010, ωστόσο η Ελλάδα δεν κατάφερε να αποσπάσει έγκαιρα ανάλογο μερίδιο από την αύξηση του διεθνούς τουριστικού ρεύματος.³⁹43 Η έναρξη της ανάκαμψης της τουριστικής κίνησης στη χώρα μας καθυστέρησε τελικά κατά τρία ολόκληρα χρόνια, σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της.

Τα δύο τελευταία χρόνια, ωστόσο, η σταθεροποίηση της διεθνούς οικονομίας, η σχετική άνθηση αναδυόμενων αγορών (Ρωσία, Κίνα, Βραζιλία, Τουρκία κλπ.), και οι εστίες αναταραχής στις ακτές της Βόρειας Αφρικής και στη Μέση Ανατολή, έδωσαν νέα ώθηση στην ανάπτυξη τουριστικών ροών προς τη χώρα μας. Το 2013 οι αφίξεις μη μονίμων κατοίκων στα σύνορα αυξήθηκαν κατά 15,5% ενώ 2014 σημειώθηκε εντυπωσιακή αύξηση των εισερχόμενων τουριστικών ροών (+23,5%), με περισσότερα από 22 εκ.αφίξεις στα σύνορα (βλ. σχετικούς πίνακες και διαγράμματα αυτού του κεφαλαίου). Η εντυπωσιακή αύξηση των αφίξεων στα σύνορα το 2014 μπορεί να ερμηνευτεί, τουλάχιστον εν μέρει, από την αποκατάσταση της σχετικής ευστάθειας της διεθνούς οικονομίας και τη βραδεία, έστω, ανάκαμψη της ανάπτυξης στις ισχυρότερες οικονομίες, όπως εξετάστηκε στο

39 UNWTO, *Tourism Highlights 2011 Edition*, 2012, σ. 3. Βλ. και στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ.

προηγούμενο κεφάλαιο. Οι απώλειες των προηγούμενων ετών, όταν, παρά τη σημειούμενη ανάκαμψη των οικονομιών των πηγών εξερχόμενου τουρισμού, η χώρα μας αδυνατούσε να αυξήσει ή έστω να διατηρήσει τα μερίδια αγοράς των προηγούμενων ετών, τελικά καλύφθηκαν. Για να επιτευχθεί αυτό όμως χρειάστηκε να γίνει σημαντική αναπροσαρμογή της τιμολόγησης των τουριστικών υπηρεσιών, ώστε να αυξηθεί η ελκυστικότητα του προορισμού. Το ίδιο επισημαίνεται και στην τελευταία έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδος για τη νομισματική πολιτική. Εκεί μάλιστα επισημαίνεται ότι *«βασικός παράγοντας της αύξησης των αφίξεων και των ταξιδιωτικών εισπράξεων την περίοδο 2013-2014 είναι η πτώση των τιμών των τουριστικών υπηρεσιών και των υπηρεσιών που σχετίζονται με αυτές.»*⁴⁰ Η μείωση των τιμών ευνοήθηκε και από τη μείωση του ΦΠΑ στις τουριστικές υπηρεσίες, καθώς και από τη γενικότερη ύφεση της ελληνικής οικονομίας.

Η αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού ευνοήθηκε οπωσδήποτε και από την αναταραχή και την παρατεταμένη πολιτική αστάθεια και τις συγκρούσεις σε αρκετές περιοχές της Μεσογείου (Τυνησία, Λιβύη, Συρία) ή βορειότερα (Ουκρανία).

Αυτό ενισχύθηκε ακόμη και από τη μεταστροφή προς «φιλικότερους» προορισμούς μερίδας των τουριστών, προερχόμενων από χώρες όπου έχει αναπτυχθεί ένα περισσότερο ή λιγότερο λανθάνον αίσθημα ισλαμοφοβίας. Ένα άλλο στοιχείο που συνέβαλε στην αύξηση των δύο τελευταίων χρόνων ήταν βέβαια η σημαντική άνοδος του εξερχόμενου τουρισμού από τη Ρωσία και η διόγκωση του αριθμού των αφίξεων στη χώρα μας από αυτήν την αγορά αν και με μειωμένο ρυθμό σε σχέση με την αύξηση του 2013. Ακόμη, η αξιόλογη άνοδος των αφίξεων από γειτονικές χώρες (Τουρκία, Βουλγαρία και Σερβία) συνέβαλε σημαντικά στη γενική αύξηση.

Οι διαπιστώσεις για την πορεία του εισερχόμενου τουρισμού βασίζονται στα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για τα βασικά μεγέθη της τουριστικής κίνησης για τα έτη 2008 έως και 2014, δηλαδή την πορεία του αριθμού των αφίξεων μη κατοίκων στα σύνορα, τα οποία προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος. Συνδέονται επίσης και με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για τις αφίξεις και διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα. Ιδιαίτερη σημασία έχουν, επίσης, τα στοιχεία των εισπράξεων από τις τουριστικές υπηρεσίες που προέρχονται από την ίδια έρευνα της ΤτΕ. Τα παραπάνω στοιχεία είναι τα πιο πρόσφατα έως σήμερα διαθέσιμα σε ετήσια βάση και αναλύονται ειδικότερα στη συνέχεια. Τα οκτώ τελευταία χρόνια, οι διακυμάνσεις της πορείας της τουριστικής κίνησης εξαρτήθηκαν σε μεγάλο βαθμό τόσο από τη διεθνή όσο και από την εσωτερική οικονομική και πολιτική συγκυρία. Ειδικότερα, η διεθνής οικονομική κρίση των ετών 2008-2009 είχε σημαντικό αντίκτυπο στις πηγές της ζήτησης, περιορίζοντας τα διαθέσιμα εισοδήματα, ενώ τα

40 Τράπεζα της Ελλάδος, *Νομισματική πολιτική 2014-2015*, Ιούνιος 2015, σ. 82.

έτη 2010-2014 επηρεάστηκαν ιδιαίτερα από την εσωτερική οικονομική και πολιτική αστάθεια και τη δυσμενή εικόνα της χώρας. Όπως επισημαίνουν, ωστόσο, πολλοί παράγοντες, η αστάθεια και η αβεβαιότητα των πολιτικών εξελίξεων τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό της χώρας, μπορεί να αντιστρέψει την πρόσφατη θετική τάση. Την εκτίμηση αυτή συμμερίζεται και η Έκθεση του Διοικητή της Τραπεζής της Ελλάδος για το 2014.⁴¹ Σύμφωνα με την παραπάνω Έκθεση, καταγράφεται αύξηση των εισπράξεων από τον τουρισμό, δηλαδή των εισπράξεων από συναλλαγές μεταξύ μονίμων και μη μονίμων κατοίκων, στο σύνολο του έτους 2014 κατά 10,6%. Ο ρυθμός αυτός αύξησης των εισπράξεων εμφανίζεται έτσι να υπολείπεται του ρυθμού αύξησης των αφίξεων (23%). Τα αίτια αυτής της αναντιστοιχίας εξετάζονται σε ειδικό κεφάλαιο στη συνέχεια. Η αλλαγή του συστήματος παρακολούθησης των αφίξεων στα σύνορα από την ΕΛΣΤΑΤ, που εφαρμόζεται από το 2008, έχει μεταβάλει τα δεδομένα για την αξιοπιστία των στατιστικών στοιχείων ως προς τη μεταβλητή αυτή. Το προβληματικό, από πολλές απόψεις, σύστημα που είχε υιοθετηθεί έως το 2007 έχει πλέον αντικατασταθεί από την υιοθέτηση της Έρευνας Συνόρων που πραγματοποιείται για λογαριασμό της Τράπεζας της Ελλάδος. Έτσι, η Ελληνική Στατιστική Αρχή αποδέχεται και ανακοινώνει πλέον τα στοιχεία που προκύπτουν από την έρευνα αυτή, που είναι δειγματοληπτική και διεξάγεται σε τακτά διαστήματα στους σταθμούς εισόδου-εξόδου από τη χώρα κατά την αναχώρηση των μη μονίμων κατοίκων από την Ελλάδα.⁴² Με το νέο σύστημα λαμβάνεται υπόψη ο τόπος μόνιμης διαμονής των ταξιδιωτών αντί για την υπηκοότητά τους, οπότε υπολογίζονται οι αφίξεις μονίμων κατοίκων χωρών του εξωτερικού, αντί για τις αφίξεις «αλλοδαπών» υπηκόων, όπως γινόταν έως το 2007. Εντούτοις, με τη μέθοδο της Έρευνας Συνόρων, παρέχεται μεν μια γενικά ακριβέστερη εικόνα της σύνθεσης και των μεγεθών των αφίξεων αλλά, από την άλλη μεριά, δeneξειδικεύονται και συνεπώς παρακάμπτονται ή υπο-εκτιμώνται ορισμένα στοιχεία για τις αφίξεις τουριστών από σχετικά «μικρές» αλλά οπωσδήποτε αξιόλογες και δυναμικές αγορές, όπως της Κίνας, της Ιαπωνίας, της Ινδίας, των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων, της FYROM, κ.ά. Περισσότερα για τα ζητήματα σχετικά με τη μεθοδολογία στατιστικής παρακολούθησης τουριστικών μεταβλητών έχουν αναπτυχθεί αλλού.⁴³

41 ΤτΕ, Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2014, Αθήνα, Φεβρουάριος 2015, σ. 118.

42 ΕΛΣΤΑΤ, Δελτίο τύπου 23 Απριλίου 2010.

43 Α. Χατζηδάκης, *Εξέλιξη τουριστικής κίνησης 2001-2010*, ΕΟΤ-Εθνικό Τυπογραφείο, Αθήνα, 2011, σ 31 κ.ε.

4.2 Η γεωγραφική κατανομή και η εποχικότητα των αφίξεων

Μια ένδειξη των προτιμήσεων της ζήτησης για ελληνικούς προορισμούς είναι οι μεταβλητές για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία. Πρόκειται για την κατανομή των αφίξεων στους σταθμούς εισόδου στο εσωτερικό της χώρας και για την κατανομή των αφίξεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα. Τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για τις αφίξεις σε διάφορα αεροδρόμια της χώρας την περίοδο Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2014 δείχνουν σημαντική αύξηση σε σχέση με την ίδια περίοδο του 2013 σε όλα τα αεροδρόμια, με συνολική αύξηση 14,3%. Ιδιαίτερα μεγάλη αύξηση σημειώνουν τα αεροδρόμια της Αθήνας (+24,6%) και της Σαντορίνης (+26,3%) ακολουθούμενα από αυτά της Ζακύνθου (+18,5%), της Θεσσαλονίκης (+16,9%) και της Κέρκυρας (+14,5%). Μικρότερες αυξήσεις σημειώθηκαν στα αεροδρόμια της Κω (+9%), της Ρόδου (+7,8%), των Χανίων (+6,8%) και του Ηρακλείου (+5,1%), σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, τα οποία προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος.

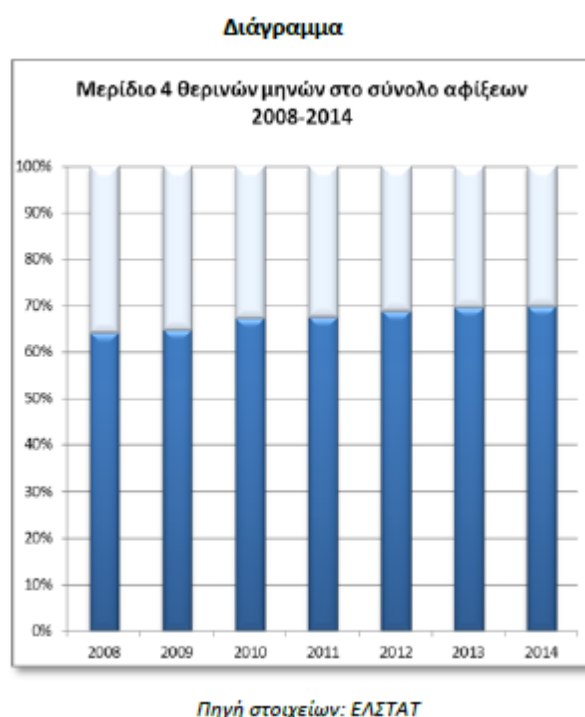
Στα λοιπά μικρότερα αεροδρόμια (Κεφαλληνίας, Σκιάθου, Μυκόνου, κ.ά.) σημειώνεται αξιόλογη αύξηση (+22,3%), γεγονός που εκφράζει την τάση για σχετικά πιο ισόρροπη περιφερειακή κατανομή των τουριστικών ροών. Σημαντικό ρόλο στην περιφερειακή κατανομή των αφίξεων έχει διαδραματίσει η ανάπτυξη των αερομεταφορέων «χαμηλού κόστους» και η δρομολόγηση πτήσεων σε περιφερειακά αεροδρόμια απευθείας από τις χώρες πηγές.

Εξετάζοντας τον πίνακα με την κατανομή των αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα ανά Περιφέρεια, διαπιστώνουμε ότι το 49,5% του συνόλου πραγματοποιούνται στις νησιωτικές περιοχές της Νότιας Ελλάδας (Κρήτη, Κυκλάδες, Δωδεκάνησα) το 2013, έναντι 45,3% το 2010. Από το γεγονός αυτό, θα μπορούσαμε να συμπεράνουμε ότι οι παραδοσιακοί προορισμοί παραθερισμού προσελκύουν αυξανόμενο μερίδιο της διεθνούς ζήτησης. Σημαντικό είναι το μερίδιο της Αττικής, μολονότι το 2013 ήταν μειωμένο έναντι του 2010 (18,1% του συνόλου των αφίξεων έναντι 21,7%).

Η κατανομή των αφίξεων στα σύνορα κατά στη διάρκεια του έτους εξακολουθεί να παρουσιάζει έντονα φαινόμενα εποχικότητας, δηλαδή υπερσυγκέντρωσης κατά τους θερινούς μήνες (Ιούνιος-Σεπτέμβριος). Είναι χαρακτηριστικό ότι τους τέσσερις θερινούς μήνες (Ιούνιος-Σεπτέμβριος) του

2014 πραγματοποιήθηκε το 70% του συνόλου των αφίξεων του έτους, ενώ το μερίδιο της αντίστοιχης περιόδου των προηγούμενων έξι χρόνων, διατηρήθηκε σε χαμηλότερα επίπεδα (από 64% έως 69%), όπως απεικονίζεται παραστατικά στο διάγραμμα.

Διάγραμμα 4.2.1



Το 2014 η εποχικότητα των αφίξεων αγγίζει το 70% του συνόλου του έτους για την χώρα μας.

Η επίμονη διατήρηση του φαινομένου της εποχικότητας ενδεχομένως οφείλεται, μεταξύ άλλων, και στα χαρακτηριστικά της ζήτησης που προέρχεται από σχετικά νέες αγορές (Ρωσία, Τουρκία, Σερβία, Βουλγαρία, Πολωνία κ.ά.), όπου επιδιώκεται να καλυφθούν κατά κύριο λόγο ανάγκες παραθερισμού.

Αντίστοιχα συμπεράσματα προκύπτουν και από την ανάλυση της εποχικότητας των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα. Διαφοροποιήσεις παρουσιάζονται μεταξύ των πηγών προέλευσης, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες της ζήτησης.

Όπως σημειώναμε χαρακτηριστικά σε προηγούμενη μελέτη, «παρά τις επί δεκαετίες εξαγγελίες για επιδίωξη άμβλυνσης της εποχικότητας, η οποία θεωρείται ως μια από τις μεγαλύτερες αδυναμίες του

ελληνικού τουρισμού, και παρά τις επιμέρους προσπάθειες έχουν κατά καιρούς καταβληθεί, δεν έχει σημειωθεί καμία ουσιαστική πρόοδος. Με άλλα λόγια, το ελληνικό τουριστικό προϊόν δεν έχει κατορθώσει να επανατοποθετηθεί στη διεθνή τουριστική αγορά και ο προορισμός Ελλάδα παραμένει κατεξοχήν τόπος θερινών διακοπών, και δη παραθαλάσσιων». ⁴⁴ Τίποτε διαφορετικό δεν μπορεί να προστεθεί σήμερα στην παραπάνω διαπίστωση. Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγει και σχετική πρόσφατη μελέτη του ΙΤΕΠ, όπου αφού γίνει ανάλυση της εποχικότητας του εισερχόμενου τουρισμού σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες χώρες, διαπιστώνεται ότι «το φαινόμενο της εποχικότητας αναγνωρίζεται ως το πιο εμφανές χαρακτηριστικό του τουριστικού κλάδου ενώ ταυτόχρονα αποτελεί και ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που ο κλάδος αντιμετωπίζει». ⁴⁵ Ο ισχυρισμός που έχει διατυπωθεί πρόσφατα ότι «η ανάλυση των στοιχείων για τον ελληνικό τουρισμό αποκαλύπτει και μεταβολές ποιοτικού χαρακτήρα του τουριστικού προϊόντος (π.χ. αλλαγή του εποχικού προτύπου, ...)» ⁴⁶ δεν επιβεβαιώνεται από τα δεδομένα για την κατανομή των αφίξεων στα σύνορα ή των εισπράξεων ανά μήνα, τα οποία άλλωστε προέρχονται από σχετική έρευνα του ίδιου φορέα, ούτε από τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για την μηνιαία κατανομή των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα, όπως διαπιστώθηκε προηγουμένως. Ο επιχειρηματικός και ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός πόλεων και σύντομων διακοπών (“city breaks”), ο πολιτιστικός τουρισμός και οι άλλες μορφές τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων έχουν εμπλουτίσει αναμφισβήτητα το τουριστικό προϊόν, αλλά όχι σε βαθμό που να μπορέσουν να μεταβάλουν συνολικά τη φυσιογνωμία του και να επαναπροσδιορίσουν την ταυτότητα του ελληνικού προορισμού. Πράγματι, οι προβαλλόμενες μορφές «εναλλακτικού» τουρισμού ή τουρισμού «ειδικών ενδιαφερόντων» (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, συνεδριακός, θρησκευτικός, ιατρικός, πολιτιστικός, γαστρονομικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας, κλπ.) θα μπορούσαν να συμβάλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας, λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους και της καταλληλότητας αρκετών περιοχών της χώρας που ευνοούν την ανάπτυξή τους. Αυτό, όμως, αφορά περισσότερο στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στους μήνες «στήριξης» (άνοιξη και φθινόπωρο), γιατί η ανάπτυξη τουρισμού και κατά τη χειμερινή περίοδο απαιτεί τη συγκέντρωση και άλλων προϋποθέσεων. Η χώρα μας, λόγω κλιματολογικών συνθηκών και έλλειψης αντίστοιχων εγκαταστάσεων, δύσκολα θα μπορούσε να προσελκύσει τουρίστες για «χειμερινά σπορ». Προκειμένου να επιτύχει τον στόχο του «τουρισμού επί 12 μήνες», θα πρέπει να στηριχτεί σε

44 Αλέξης Χατζηδάκης, *Ανάλυση της πορείας της τουριστικής κίνησης 2001-2010*, ΕΟΤ – Εθνικό Τυπογραφείο, Αθήνα 2011, σ. 29.

45 Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), *Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα*, 2014, σ. 41.

46 Τράπεζα της Ελλάδος, *Νομισματική πολιτική 2014-2015*, Ιούνιος 2015, σ. 82.

διαφορετικούς άξονες.

Συγκεκριμένα, μεταξύ αυτών, πρέπει να αναπτυχθεί η δημιουργία υποδομών για το προϊόν «διακοπές χειμερινού ήλιου» στις καταλληλότερες περιοχές του Νοτίου Αιγαίου και της Κρήτης (με ανοικτά καταστήματα, πολιτιστικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, εγκαταστάσεις ευεξίας, κλπ.). Ακόμη, απαιτείται δημιουργία υποδομών συνεδριακού τουρισμού, ανάπτυξη Κέντρων Επισκεπτών και Συνεδρίων (CVBs) από «οργανισμούς διαχείρισης προορισμών» (DMOs), τουλάχιστον στις μεγάλες πόλεις. Και παράλληλα, πρέπει να επιδιωχθεί η προσέλκυση τουριστών τρίτης ηλικίας και εισερχόμενου σχολικού και εκπαιδευτικού τουρισμού, η ανάπτυξη και προώθηση ιατρικού τουρισμού και τουρισμού υγείας σε πιστοποιημένες μονάδες, κ.ά.⁴⁷ Τέλος, θα πρέπει να αναζητηθούν και να διερευνηθούν οι τουριστικές αγορές στις οποίες το κύριο κίνητρο ταξιδιού δεν είναι οι διακοπές παραθαλάσσιου παραθερισμού. Τέτοιες αγορές είναι οι χώρες της Μέσης Ανατολής και οι μακρινές χώρες της Ασίας και του Ειρηνικού, της Βόρειας και Νότιας Αμερικής, της Ωκεανίας, κ.ά.

Τα πρώτα στοιχεία για τον εισερχόμενο τουρισμό κατά το 2015 προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος.⁴⁸ Σύμφωνα με αυτά, τους πρώτους επτά μήνες του έτους (Ιανουάριος.-Ιούλιος) παρουσιάστηκε αύξηση κατά 14,2% στις αφίξεις ταξιδιωτών μη κατοίκων, οι οποίες έφθασαν στις 11.974 χιλ. ταξιδιώτες, έναντι 10.487 χιλ. ταξιδιωτών την αντίστοιχη περίοδο του 2014. Η σημαντική μείωση των αφίξεων από τη Ρωσία (-65,2%) αντισταθμίστηκε από την αύξηση που σημειώθηκε την περίοδο αυτή στις αφίξεις από σημαντικές ευρωπαϊκές αγορές (Γερμανία +23,6%, Ηνωμένο Βασίλειο +29,3%, Γαλλία +7,3%) καθώς και από τις ΗΠΑ (+34,8%). Η αύξηση αυτή τροφοδοτήθηκε ενμέρει από τη μεταστροφή τουριστικών ροών εξαιτίας των αναταραχών που σημειώθηκαν σε χώρες της ευρύτερης περιοχής (Τυνησία, Αίγυπτος, Τουρκία). Από τις εξελίξεις αυτές επωφελήθηκαν όμως και ορισμένοι ανταγωνιστές μας (Ισπανία, Βουλγαρία, Κροατία, κ.ά.)

Η διατήρηση της αυξητικής τάσης της τουριστικής κίνησης και κατά το 2015 επιβεβαιώνεται και από την πορεία των ταξιδιωτικών εισπράξεων κατά τους πρώτους επτά μήνες του έτους, οι οποίες παρουσιάζουν αύξηση κατά 6,2% σε σύγκριση με το ίδιο διάστημα του 2014, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος.⁴⁹ Στην επίδοση αυτή έχουν συνυπολογιστεί οι

47 *Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα*, 2012.

48 ΤτΕ, *Εξελίξεις στο ταξιδιωτικό ισοζύγιο πληρωμών: Ιούλιος 2015*, Ανακοίνωση 22 Σεπτεμβρίου 2015.

49 ΤτΕ, *Ισοζύγιο πληρωμών: Ιούλιος 2015*, Ανακοίνωση 22 Σεπτεμβρίου 2015.

εισπράξεις από κρουαζιέρες που δεν περιλαμβάνονται στην Έρευνα Συνόρων. Τους μήνες Ιούνιο και Ιούλιο, ωστόσο εμφανίζεται κάμψη της τάσης (αύξηση μόνο κατά 1,2% και 3,5% αντίστοιχα ως προς τους ίδιος μήνες του 2014).

Αξίζει να σημειωθεί ότι μέση δαπάνη ανά ταξίδι μειώθηκε κατά 10,0%, γεγονός που εξηγείται από την υστέρηση του ρυθμού αύξησης των εισπράξεων σε σύγκριση με τον ρυθμό αύξησης των αφίξεων. Ορισμένοι προορισμοί εμφανίζονται να έχουν πληγεί περισσότερο από την πτώση των αφίξεων από τη Ρωσία, όπως η Κρήτη, η Ρόδος, η Κως, η Κέρκυρα και η Χαλκιδική. Αυτό προκύπτει και από τις πρώτες ενδείξεις για τις αφίξεις στα αεροδρόμια της χώρας από το εξωτερικό, βάσει επεξεργασίας των πιο πρόσφατων στοιχείων της ΥΠΑ.⁷⁴ Σύμφωνα με αυτά, την περίοδο Απριλίου-Ιουλίου 2015 εμφανίζεται αύξηση των συνολικών αεροπορικών αφίξεων ταξιδιωτών από το εξωτερικό (αδιακρίτως τόπου μόνιμης διαμονής) κατά 4,9%. Ωστόσο, χαμηλό ποσοστό αύξησης εμφανίζει το αεροδρόμιο της Κέρκυρας (+1,3%), ενώ το αεροδρόμιο του Ηρακλείου εμφανίζει μείωση (-2,5%), όπως και εκείνα της Θεσσαλονίκης (-2,3%), της Ρόδου (-4,1%), της Κω (-2,5%), της Καλαμάτας (-2,9%) και των Χανίων (-0,5%).

Αντίθετα, η Αθήνα, η Σαντορίνη και η Μύκονος φαίνεται ότι διατηρούν την αυξημένη ελκυστικότητά τους, όπως δείχνει η αύξηση των αεροπορικών αφίξεων από το εξωτερικό (αντίστοιχα +20,1%, +17,1% και +10,8%), καθώς και η αύξηση των πληροτήτων των ξενοδοχειακών αλλά και των άτυπων καταλυμάτων. Τα στοιχεία για τον μήνα Αύγουστο, έστω και μερικώς ελλιπή, επιβεβαιώνουν τις παραπάνω τάσεις. Η καθυστερημένη έναρξη της περιόδου των θερινών διακοπών, λόγω των εσωτερικών πολιτικών και οικονομικών εξελίξεων, επέφερε πτώση της κίνησης τους μήνες Ιούνιο και Ιούλιο, ιδιαίτερα σε προορισμούς που στηρίζονται κατά κύριο λόγο στον εσωτερικό τουρισμό. Οι εσωτερικές πολιτικές εξελίξεις (δημοψήφισμα, εκλογές) και οι οικονομικές συνέπειές τους (έλεγχοι κεφαλαίων, περιορισμοί στις αναλήψεις), σε συνδυασμό και με την έξαρση των εισροών προσφύγων από τη Συρία και μεταναστών από χώρες της Ασίας, εκτιμάται ότι έχουν ανακόψει, τουλάχιστον προσωρινά, την ανοδική τάση και αναμένεται ότι θα επηρεάσουν τις επιδόσεις του δεύτερου εξαμήνου στο σύνολο της χώρας. Είναι πάντως ακόμη πρόωρο να προβλέψει κανείς με ακρίβεια τα αποτελέσματα για το σύνολο του 2015.

Οι εξελίξεις στη διεθνή πολιτική σκηνή, οι μεταβολές στις αγορές της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας καθώς και στην τιμή των ενεργειακών πόρων, η κλιματική αλλαγή και οι τεχνολογικές εξελίξεις αποτελούν τους παράγοντες που θα καθορίσουν το μέλλον του διεθνούς τουρισμού τα επόμενα χρόνια. Οι προοπτικές για την πορεία της τουριστικής κίνησης τα επόμενα χρόνια στην

Ελλάδα θα εξαρτηθούν σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητα προσαρμογής του τουριστικού προϊόντος και των φορέων που το διαχειρίζονται στις αυξανόμενες και ανανεούμενες απαιτήσεις της διεθνούς ζήτησης. Κρίσιμοι παράγοντες θα είναι η βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς του στη διεθνή τουριστική αγορά, η αξιοποίηση ευκαιριών και προκλήσεων, η αποτελεσματική αντιμετώπιση απειλών και κινδύνων που θα διαμορφώνονται στο διεθνές περιβάλλον.

Η επεξεργασία προγνώσεων για την πορεία της τουριστικής κίνησης εξακολουθεί να παραμένει αρκετά επισφαλής, παρά τις προόδους στις διάφορες προτεινόμενες επιστημονικές τεχνικές και μεθόδους.⁵⁰ Η τουριστική ζήτηση με τις διάφορες μορφές της και οι τουριστικές ροές εξαρτώνται από ένα πλήθος διαφορετικών παραγόντων, όπως είναι η παγκόσμια οικονομία, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, οι τιμές των καυσίμων, οι τιμές των ξενοδοχείων, οι κλιματικές μεταβολές, οι αθλητικές ή καλλιτεχνικές mega-εκδηλώσεις. Επηρεάζεται όμως και από ποικίλους άλλους ιδιαίτερα αστάθμητους παράγοντες, όπως είναι οι πολιτικές συγκρούσεις και απειλές, οι φυσικές ή τεχνικές καταστροφές, η φήμη και η μόδα των προορισμών, κ.ά. Για τον λόγο αυτό, η εξαρτημένη μεταβλητή των αφίξεων σε ένα προορισμό είναι, γενικά, δύσκολα προβλέψιμη, ιδιαίτερα μεσο-μακροπρόθεσμα. Επομένως, οποιαδήποτε απόπειρα να προβλεφθεί η πορεία της τουριστικής κίνησης στη χώρα μας τα επόμενα χρόνια, είναι υποχρεωμένη να λάβει υπόψη της όλους τους παραπάνω παράγοντες και ενδεχομένως ακόμη περισσότερους. Δεν υπάρχει όμως κανένα υπόδειγμα, με αναγνωρισμένη εγκυρότητα, που να παρέχει με σχετική, έστω, ασφάλεια πρόγνωση με επιχειρησιακή αποτελεσματικότητα. Η αβεβαιότητα των συνθηκών ακριβούς πρόγνωσης για την πορεία του ελληνικού τουρισμού ενισχύεται από το γεγονός ότι τα πρωτογενή στοιχεία, η «ιστορική» βάση επάνω στην οποία θα πρέπει αυτή να στηριχτεί, δεν είναι επαρκώς αξιόπιστα, στην καλύτερη περίπτωση. Οι επισφαλείς μέθοδοι συλλογής στοιχείων από την ΕΣΥΕ έως το 2007, ή έκτοτε, όπως βελτιώθηκαν από την Τράπεζα της Ελλάδος με την έρευνα συνόρων, και οι συχνές διορθώσεις ή μεταβολές των δημοσιευμένων στοιχείων, καθώς και οι μεταβολές στις μεθόδους υπολογισμού, δημιουργούν ανασφάλεια στις σχετικές μελέτες ή έρευνες για τα ποσοτικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού.

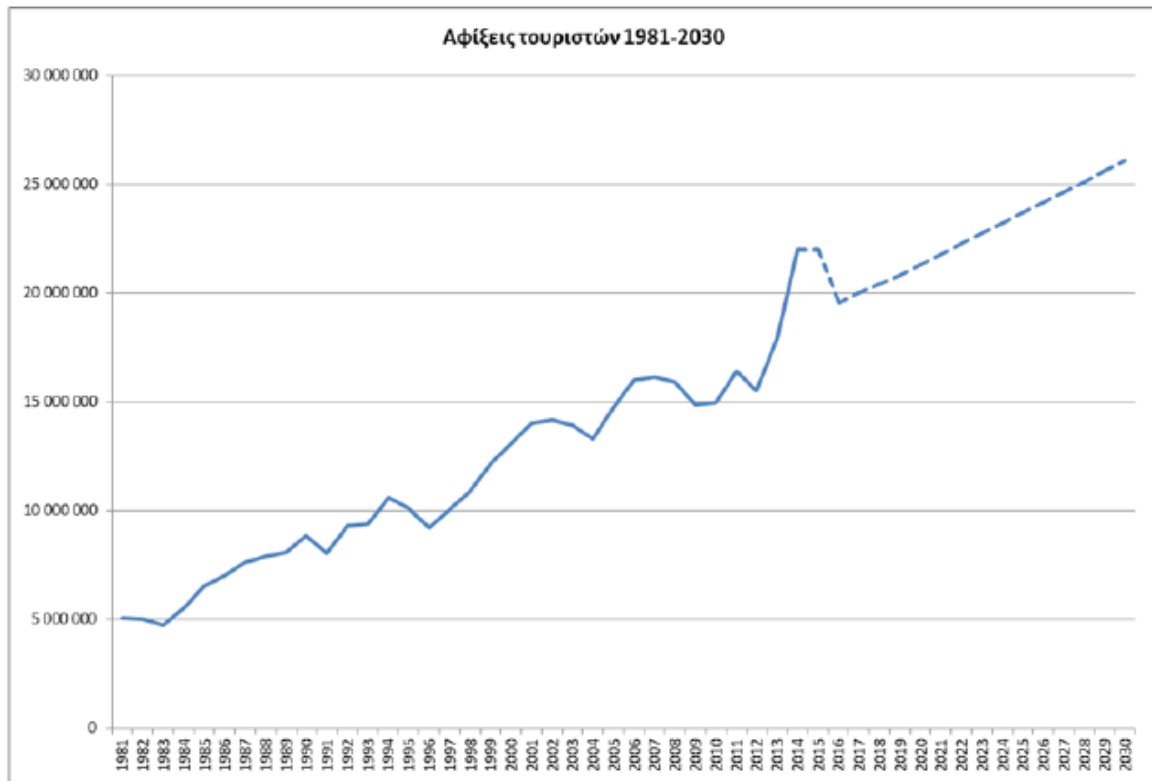
Ειδικότερα, τα μεγέθη των «αφίξεων τουριστών» δεν είναι πλήρως αξιόπιστα ούτε απόλυτα συγκρίσιμα σε όλη τη διάρκεια της περιόδου που εξετάζεται εδώ. Επιφύλαξη για την αξιοπιστία της ιστορικής χρονοσειράς δημιουργεί το γεγονός ότι η ΕΣΥΕ έπαψε να λαμβάνει υπόψη από το 2007 και εξής τη μεταβλητή «αφίξεις αλλοδαπών» στα σύνορα, με βάση την υπηκοότητα και τις καταμετρήσεις μέσω του Υπ. Δημόσιας Τάξης και της ΥΠΑ, και υιοθέτησε την εξέταση της

50 WTO – ETC, *Handbook on Tourism Forecasting Methodologies*, 2008.

μεταβλητής των αφικνούμενων «μη κατοίκων», με βάση τον τόπο μόνιμης διαμονής και με πηγή τη δειγματοληπτική Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος.

Ακόμη, ο υπολογισμός των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα και σε χώρους κάμπινγκ από την ΕΛΣΤΑΤ, η απουσία δημοσιευμένων και ασφαλών μετρήσεων για τις διανυκτερεύσεις στα μη κύρια καταλύματα, αλλά και η αλλαγή της μεθόδου υπολογισμού των τουριστικών εισπράξεων από την Τράπεζα της Ελλάδας το 2002 αλλά ακόμη και πιο πρόσφατα, το 2013 (με τη συμπληρωματική έρευνα για τις κρουαζιέρες), δυσχεραίνουν οπωσδήποτε κάθε εγχείρημα επιστημονικής πρόγνωσης της τουριστικής κίνησης. Για τους παραπάνω λόγους, οποιαδήποτε απόπειρα να προβλεφθεί η ενδεχόμενη εξέλιξη των αφίξεων αλλοδαπών έως το 2030, με βάση τη σχετική χρονοσειρά που προκύπτει από τα στατιστικά στοιχεία της ΕΣΥΕ και της ΕΛΣΤΑΤ από το 1981 και εξής, θα πρέπει να λάβει υπόψη όλες τις επιφυλάξεις που διατυπώθηκαν προηγουμένως. Έτσι, σύμφωνα με μια εντελώς ενδεικτική απόπειρα προβολής, που απεικονίζεται στο διάγραμμα 4.2.2 και στηρίζεται σε γραμμική διπλή παλινδρόμηση, μπορεί να εκτιμηθεί, ως τάξη μεγέθους, ότι οι αφίξεις τουριστών (μη μονίμων κατοίκων) στα σύνορα της χώρας μας το 2030 θα ξεπεράσουν τα 26 εκατομμύρια. Αυτή η πρόβλεψη είναι παροχημένη καθώς το 2017 προσεγγίσαμε τα 30 εκατομμύρια και τα επόμενα έτη στοχεύουμε για μεγαλύτερα νούμερα.

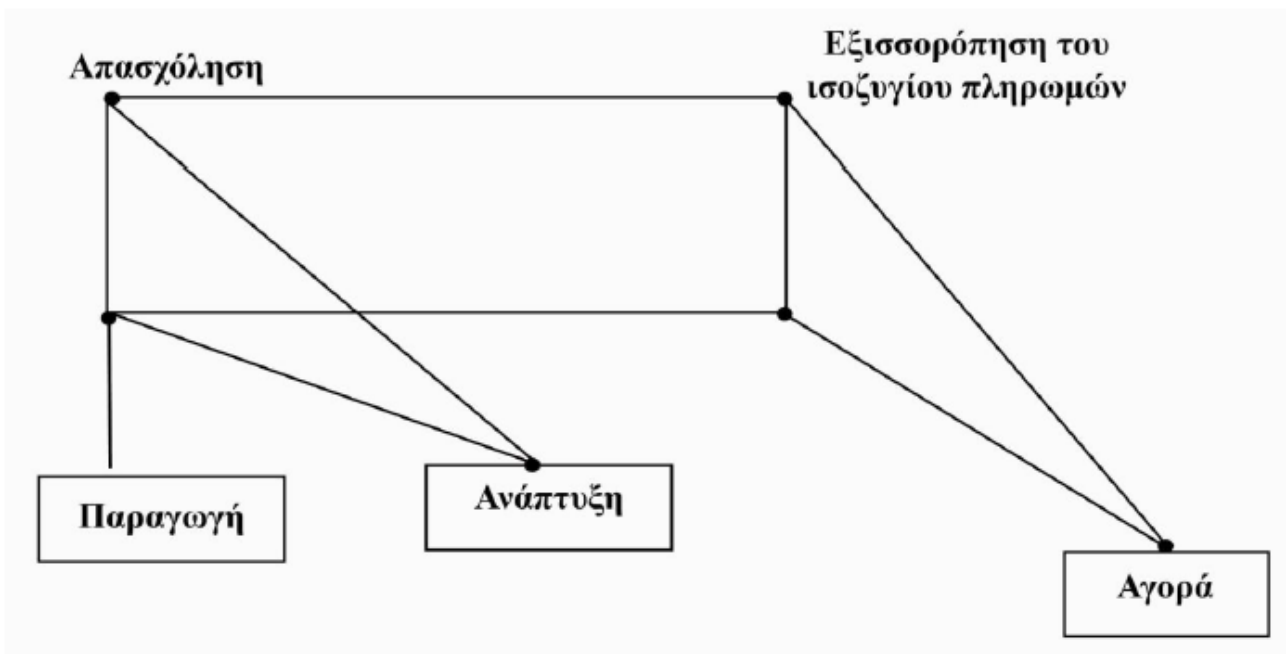
Διάγραμμα 4.2.2



Πηγή στοιχείων 1981-2010: ΕΛΣΤΑΤ (ΕΣΥΕ). Επεξεργασία ενδεικτικής πρόγνωσης: Α. Χατζηδάκης

ΘΕΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η συμβολή τον τουρισμού για μια χώρα σαν την Ελλάδα είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς μπορεί να αποτελέσει μια κινητήριο δύναμη που μπορεί να την βοηθήσει να κάνει ένα βήμα παραπέρα όσον αφορά την δύσκολη οικονομική κατάσταση που βρίσκεται. Υπάρχουν αρκετά παραδείγματα χωρών που αποδεικνύουν πως ο τουρισμός συνέβαλε στην οικονομική τους ανάπτυξη μέσω των συναλλαγματικών εισροών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση της Ισπανίας στην οποία οι τουριστικές συναλλαγματικές της εισπράξεις κατά την περίοδο της ανάπτυξής της ισοδυναμούν σχεδόν με εκείνες των εξαγωγών. Σύμφωνα με μελέτες οι επιπτώσεις τον τουρισμού στο σύνολο μιας εθνικής οικονομίας μπορούν να εκτιμηθούν από το πόσο μπορεί να συμμετέχει αυτός (ο τουρισμός) στους οικονομικούς της στόχους. Μια μελέτη τον ΠΟΤ (Παγκόσμιος οργανισμός Τουρισμού) ομαδοποιεί τις επιπτώσεις τον τουρισμού σε τρεις ακόλουθες κατηγορίες μέσω τον παρακάτω πίνακα.



Παρά τον ασταθή και αβέβαιο χαρακτήρα τον τουρισμού ως παράγοντα εισροής ξένου συναλλάγματος πρόκειται μάλλον για σταθεροποιητικό παρά για αποσταθεροποιητικό παράγοντα τον ισοζυγίου πληρωμών για τα περισσότερα μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως και για τις αναπτυσσόμενες χώρες. π.χ. κατά της Sinclair ο τουρισμός στην Κένυα έρχεται να αντικαταστήσει τον παραδοσιακό τομέα αγαθών όπως ο καφές και το τσάι. Επίσης, αποτελεί τον δεύτερο συναλλαγματοφόρο τομέα στην Γκάμπια κατά τον Dieke ενώ σημαντικός είναι ο ρόλος τον σε ασιατικές χώρες όπως η Ταϊλάνδη όπου η εισροή ξένου συναλλάγματος ενθάρρυνε την εισαγωγή κύριων αγαθών κατά την περίοδο της εκβιομηχάνισης.

Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει άμεσα και έμμεσα στα κρατικά έσοδα. Όπως ορθά έχει επισημανθεί η αύξηση των κυβερνητικών εσόδων μέσω του τουρισμού εξαρτάται από τη φορολογική και νομική δομή κάθε χώρας. Αν και κάποιοι μελετητές παραγκωνίζουν σήμερα το ρόλο της ισχυρής παρουσίας πολυεθνικών φορέων και οργανισμών, η φορολόγηση του τουρισμού ως βοήθεια στον κρατικό προϋπολογισμό κρίνεται σκόπιμη λόγω της ιδιαίτερης φύσης του. Δηλαδή, ο τουρισμός εξαρτάται και έχει σχέση από ένα καθαρό περιβάλλον, από ένα καλό δίκτυο μεταφορών κλπ. Παρά την έντονη αντίδραση για την φορολόγηση του τουρισμού, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (ΠΟΕ) είχε αναγνωρίσει το 1998 42 διαφορετικούς φόρους που επιβλήθηκαν στον τουρισμό, όπως φόρος εισοδήματος ΦΠΑ σε αγαθά και παρερχόμενες τουριστικές υπηρεσίες κα. Επιβάλλονται όμως και φόροι στον τουρίστα που καταβάλλονται άμεσα από τον ίδιο. Στην Ελλάδα σύμφωνα με μελέτη του οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών διακρίνονται 40 φορολογικές επιβαρύνσεις 28 από τις οποίες καταβάλλονται άμεσα από τον τουρίστα. Βέβαια δεν πρέπει να υπερεκτιμάται η δημιουργία κρατικών εσόδων από τον τουρισμό μέσω της φορολόγησης γιατί κάποιες φορές η υψηλή φορολογία μπορεί να αποθαρρύνει τις επενδύσεις σε μια χώρα όπως η Ελλάδα του σήμερα ίσως τα κρατικά έσοδα πρέπει να αναζητηθούν με άλλους τρόπους και η χώρα έχει ήδη πληγεί από μια σειρά φορολογικών μέτρων.

Σύμφωνα με υπολογισμούς του SETE Intelligence, οι πρόσθετες φορολογικές επιβαρύνσεις του τελευταίου 12μηνου έχουν επιφέρει απώλεια ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μεγαλύτερη του 10%, εξανεμίζοντας ουσιαστικά το 50% της ανάκτησης της ανταγωνιστικότητας της χώρας, που επιτεύχθηκε από την αρχή εφαρμογής των μνημονίων με την πολύ επίπονη κοινωνικά και οικονομικά εσωτερική υποτίμηση.

Όπως προκύπτει από την Μελέτη της TMS A.E. για το INΣETE για τη Συγκριτική Αξιολόγηση του Φορολογικού Πλαισίου της Ελλάδος, της Κύπρου, της Κροατίας, της Τουρκίας, της Ιταλίας και της

Ισπανίας, η Ελλάδα συγκεντρώνει την χαμηλότερη αξιολόγηση (βλέπε τον Πίνακα 5.1)

Πίνακας 5.1

Συγκριτική αξιολόγηση του φορολογικού πλαισίου για τις τουριστικές επιχειρήσεις	
Χώρα	Συνολική Βαθμολογία
Κύπρος	84
Κροατία	81
Τουρκία	69
Ισπανία	60
Ελλάδα	42

Είναι αντιληπτό και αδιαμφισβήτητο πως ο τουρισμός αναπτύσσεται σε χώρες που βρίσκονται σε στάδιο εξέλιξης και που οι άλλοι τομείς της οικονομίας τους τείνουν να παρακμάσουν. Είναι λοιπόν σημαντική η προσφορά του τουρισμού στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας πλήρους ή μερικής απασχόλησης (σε αρκετές περιπτώσεις με εποχιακό χαρακτήρα). Στον τομέα του τουρισμού έχει υπολογιστεί πως η επένδυση που χρειάζεται για την δημιουργία μιας θέσης εργασίας είναι επτά φορές μικρότερη από ότι στη βιομηχανία ενώ ταυτόχρονα δίνεται και η δυνατότητα να απορροφηθεί ένας μεγάλος αριθμός ανειδίκευτων ατόμων που κάτω από άλλες συνθήκες θα ήταν αδύνατο να απασχοληθούν σε οποιονδήποτε άλλο εργασιακό τομέα. Ταυτόχρονα μπορεί ο τουρισμός να δημιουργήσει και νέες θέσεις εργασίας σε περιοχές που για κάποιους λόγους δεν μπορούν να αναπτύξουν άλλους τομείς της οικονομίας όπως π.χ- γεωργία ή βιομηχανία (οι οποίοι, όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω παρακμάζουν πριν ακόμα γνωρίσουν άνθηση). Η απασχόληση που προέρχεται από τον τουρισμό μπορεί να χωριστεί σε δυο τύπους: την άμεση και την έμμεση.

Άμεση αποτελούν οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται από την ανάγκη παροχής κάποιων υπηρεσιών στους τουρίστες π.χ. οι θέσεις εργασίας που προκύπτουν από την λειτουργία ενός ξενοδοχείου. Βέβαια υπάρχει και η έμμεση απασχόληση που έχει σχέση με θέσεις εργασίας που αφορούν δραστηριότητες σχετικές με τον τουρισμό. Η τουριστική κίνηση και δραστηριότητα του τουρισμού ενεργοποιεί διαφορές έμμεσες οικονομικές δραστηριότητες όπως η Βιοτεχνία, οι κατασκευές κλπ. Σύμφωνα με τον ΔΟΤ (Διεθνή Οργανισμό Τουρισμού) το έμμεσο προϊόν του τουρισμού είναι ίσης ποιότητας με το προϊόν που παράγουν οι άμεσα σχετιζόμενοι οικονομικοί φορείς. Έτσι προκύπτει μια διαδοχική ζήτηση σε άλλες συναφείς επιχειρήσεις για την κάλυψη των δικών τους αναγκών π.χ. Με την αύξηση των πτήσεων προκύπτει σεις αεροπορικές εταιρείες ζήτηση για αγορά πετρελαίου ή έτοιμου φαγητού ή με την αύξηση του τουρισμού δημιουργούνται

νέες ξενοδοχειακές μονάδες ή τουριστικά καταλύματα που δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας στον κατασκευαστικό τομέα. Πάντως ο τουρισμός έχει χαρακτηριστεί από τους οικονομολόγους ως μια δραστηριότητα «έντασης εργασίας» που σημαίνει ότι δίνει περισσότερες θέσεις για το κεφάλαιο που επενδύεται σε αυτόν από ότι θα έδινε κάποιος άλλος τομέας της οικονομίας αν επενδυόταν σε αυτόν το ίδιο το κεφάλαιο. Αυτό βέβαια δεν βρίσκεται πάντα σε συνάρτηση με το επίπεδο της αποδοτικότητας των τουριστικών εργασιών. Επίσης το μέγεθος του «τουριστικού πολλαπλασιαστή» (η ενεργοποίηση δηλ. και άλλων κλάδων της οικονομίας από την οικονομική δραστηριότητα του τουρισμού), έχει σχέση και με το τι δυνατότητα έχει κάθε οικονομία να ανταποκριθεί στην ανάγκη παραγωγής προϊόντων που καταναλώνονται από την Βιομηχανία του τουρισμού. Αυτό μπορεί να συμβεί στις ισχυρότερες οικονομίες και εκεί ο «τουριστικός πολλαπλασιαστής» είναι υψηλότερος.

Η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ εκτιμάται στο 9,8% του ΑΕΠ το 2015 (2014:9,3%, 2013: 8,3%), με τον εσωτερικό τουρισμό και τις επενδύσεις στον τουρισμό να διαμορφώνονται ακόμη σε πολύ χαμηλά επίπεδα λόγω της βαθιάς ύφεσης και της αβεβαιότητας για τα μελλοντικά εισοδήματα στην ελληνική οικονομία. Ο πολλαπλασιαστής που προσδιορίζει τη συνολική (άμεση και έμμεση) επίπτωση του Τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας έχει εκτιμηθεί στο 2,2 από το IOBE και στο 2,65 από το ΚΕΠΕ. Ο πολλαπλασιαστής αυτός διαμορφώνεται τα τελευταία χρόνια σε σχετικά υψηλά επίπεδα εξαιτίας και του γεγονότος ότι η πρόσθετη ζήτηση που δημιουργεί η ανάπτυξη του εξωτερικού Τουρισμού στην εγχώρια οικονομία καλύπτει ένα σημαντικό κενό που υπάρχει στην ενεργό ζήτηση στην Ελληνική οικονομία στην περίοδο 2010 - 2015. Σε αυτό το περιβάλλον, η συμβολή του Τουρισμού αυξάνεται δεδομένου ότι ο εξωτερικός τουρισμός αναπτύσσεται σε μια περίοδο κατά την οποία η εγχώρια ζήτηση και το ΑΕΠ της χώρας σημειώνουν μεγάλη πτώση. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 5.2, με βάση αυτούς τους πολλαπλασιαστές, η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας υπερβαίνει το 21% το 2015. Αναμένεται δε να διαμορφωθεί σε επίπεδα άνω του 23% το 2021, παρά την αναμενόμενη έως τότε ανάκαμψη και της βιομηχανικής και γεωργικής παραγωγής, αλλά και του τομέα των κατασκευών.

Σημαντικές είναι οι επιπτώσεις του τουρισμού στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ). Όλα τα εισοδήματα που δημιουργούνται άμεσα ή έμμεσα από την δραστηριότητα των τουριστών συνεισφέρουν στην διαμόρφωση του ΑΕΠ σε μια χώρα, και στην Ελλάδα. Το ΑΕΠ είναι το μέγεθος που εκφράζει την σχετική οικονομική σπουδαιότητα της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα.

Με τον τουρισμό ενισχύεται η τοπική επιχειρηματικότητα της Ελλάδος και με τα κέρδη από αυτόν

αναπτύσσονται και άλλοι εγχώριοι κλάδοι παραγωγής. Επίσης, ενδυναμώνονται εγχώριες διακλαδικές σχέσεις ώστε να μπορούν να ελαχιστοποιηθούν οι εισαγόμενες εκροές που προορίζονται για ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησεως.

Τέλος οι τουριστικές επενδύσεις έχουν και κάποιες μακροοικονομικές επιπτώσεις στη χώρα άμεσες ή έμμεσες. Οι άμεσες επιπτώσεις αφορούν τον κατασκευαστικό τομέα στη δημιουργία έργων υποδομής. Όσον αφορά στο πρώτο επιδιώκεται η κατανομή επενδυτικών δαπανών σε άμεσες εισαγωγές και σε ενδιάμεσες καταναλώσεις. Το κόστος της επένδυσης είναι το άθροισμα των άμεσων εισαγωγών, της άμεσης προστιθέμενης αξίας και της ενδιάμεσης τοπικής κατανάλωσης. Οι έμμεσες επιπτώσεις συνδέονται με τις μεταβολές της παραγωγής τόσο στη φάση της κατασκευής όσο και στην φάση λειτουργίας της τουριστικής επένδυσης. Έχει σχέση με την έμμεση παρούσα αξία που προκύπτει από το ποσοστό συμπεριλαμβανόμενης προστιθέμενης αξίας επί την παραγωγή. Οι μακροοικονομικές επιπτώσεις των τουριστικών επενδύσεων δείχνουν την σημασία τους για την οικονομία της χώρας μας.⁵¹

Πίνακας 5.2

Άμεση και έμμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας				
Κατηγορία Δαπάνης	2013 € Εκατ.	2014 € Εκατ.	2015 € Εκατ.	2021 € Εκατ.
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	11,707.0	13,005.1	13,679.2	18,500.0
Δαπάνη Τουριστών Κρουαζιέρας	445.2	388.0	446.6	650.0
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	216.0	191.0	210.0	350.0
Αερομεταφορές	1,077.0	1,177.0	1,250.0	2,100.0
Θαλάσσιες μεταφορές	148.0	151.0	145.0	350.0
Εγχώριος τουρισμός: Καταλύματα - Εστίαση	1,195.0	1,315.0	1,312.0	2,500.0
Επενδύσεις	200.0	200.0	200.0	1,000.0
Σύνολική Εγχώρια δαπάνη	14,988.2	16,427.1	17,242.8	25,450.0
ΑΕΠ Τρέχουσες Τιμές	180,389.0	177,559.4	176,022.7	207,490.0
Άμεση % Συμβολή	8.3%	9.3%	9.8%	12.3%
Πολλαπλασιαστής 2,2	2.2	2.2	2.2	1.9
Πολλαπλασιαστής 2,65	2.7	2.7	2.7	2.0
Συνολική Επίπτωση (με πολλαπλασιαστή 2,2)	32,974	36,140	37,934	48,355
Συνολική Επίπτωση (με πολλαπλασιαστή 2,65)	39,719	43,532	45,693	50,900
Συνολική % Συμβολή στο ΑΕΠ (Πολ.: 2,2)	18.3%	20.4%	21.6%	23.3%
Συνολική % Συμβολή στο ΑΕΠ (Πολ.: 2,65)	22.0%	24.5%	26.0%	24.5%

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ, ΙΝΣΕΤΕ

51 Τα θετικά και τα αρνητικά του τουρισμού

Οι οικονομικές επιπτώσεις τον τουρισμού στην Ελληνική κοινωνία γίνονται άμεσα αντιληπτές. Όμως οι επιπτώσεις τον στην κοινωνία χρειάζεται χρόνος για να γίνουν αντιληπτές και είναι λιγότερο εμφανείς από αυτές στην οικονομία και δύσκολα μετρήσιμες. Σε κάποιες περιπτώσεις αργούν υπερ ολικά. Με τον όρο κοινωνικές επιπτώσεις αναφερόμαστε στο σύνολο των κοινωνικών αλλαγών που μπορεί να φέρει άμεσα ή έμμεσα ο τουρισμός στην τοπική κοινωνική δομή. Οι πρώτες έρευνες που έγιναν για το Θέμα ξεκινούν την δεκαετία τον '60 σε αναπτυσσόμενες χώρες τον ειρηνικού και της Αμερικής και συνεχίζονται στη Μεσόγειο και σε άλλες αναπτυσσόμενες και μη περιοχές τον κόσμο. Οι επιπτώσεις τον τουρισμού στην κοινωνία είναι σημαντική και ο διεθνής τουρισμός άλλες φορές μπορεί να ενσωματωθεί στην τοπική κοινότητα και άλλες να συγκρουστεί με αυτή. Η διαδικασία επαφής τον τουρίστα με τον τοπικό πληθυσμό εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων που δίνονται στον παρακάτω πίνακα.



Πηγή: Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές. Στέλιος Βαρβαρέσος, 1998

Από την συνάντηση λοιπόν αυτή προκύπτουν κάποιες επιπτώσεις. Αρχικά προκύπτουν συγκρούσεις καθώς συναντώνται δυο διαφορετικοί κόσμοι (που συχνά είναι αντίθετοι) ο ντόπιος με τον τουρίστα.

Οι συγκρούσεις αυτές συχνά παρουσιάζουν μεγάλη ένταση και μπορεί να οδηγήσουν σε άσχημα αποτελέσματα (π.χ. απόρριψη της τουριστικής δραστηριότητας εκ μέρους τον τοπικού πληθυσμού). Παρ' όλο από αυτές τις συγκρούσεις προκύπτουν και Θετικά: Μπορεί να οδηγήσουν στην μεταβολή της στάσης τον τοπικού πληθυσμού σχετικά με το πώς αντιμετωπίζουν τις επενδύσεις, τις δαπάνες για αυτές κλπ. Δηλαδή ο ντόπιος πληθυσμός περνάει από την κλειστή οικονομία σε ένα πιο φιλελεύθερο μοντέλο.

Επίσης η τουριστική ανάπτυξη έχει σημαντικές επιπτώσεις στο δομημένο περιβάλλον και ιδιαίτερα σε περιοχές με ιστορική και πολιτιστική αξία. Η προστασία των περιοχών αυτών επιβάλλεται και για εθνικοϊστορικούς λόγους αλλά και γιατί σε πολλές περιπτώσεις η προστασία της αποτελεί προϋπόθεση για την συνέχιση τον τουρισμού σε αυτές. Οι επιπτώσεις αυτές μπορούν να διαιρεθούν στις εξής:

α) Επιπτώσεις στην τεχνική υποδομή, επιπτώσεις σε περιοχές και πολιτισμική αξία,

β) σε επιπτώσεις στην οικιστική ανάπτυξη. Αν ξεκινήσουμε από το α) μπορούμε να σημειώσουμε πως λόγω τον τουρισμού (τον μαζικού σε κάποιες περιοχές) μπορεί να προκληθεί επιβάρυνση στα δίκτυα (αποχέτευσης, ύδρευσης). Η υποδομή ενός τουριστικού προορισμού μπορεί να αποδεχθεί ανεπαρκής για την αντιμετώπιση μεγάλου αριθμού τουρισμού. Δημιουργείται έτσι η ανάγκη καινούριας υποδομής ή επέκτασης της ήδη υπάρχουσας.

Αυτό σημαίνει βελτίωση των υποδομών και για τους ντόπιους (π.χ. η κατασκευή ενός επαρχιακού δρόμου που κάνει εφικτή την πρόσβαση σε ένα ορεινό χωριό). Ιδιαίτερη περίπτωση αποτελεί η διοργάνωση μουσικών, αθλητικών ή άλλων εκδηλώσεων σε μια περιοχή (π.χ. Ολυμπιακοί αγώνες). Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ανάπτυξη αυτών των εκδηλώσεων λόγω της διεθνοποίησης τον εμπορίου και τον πολιτισμού. Αυτές οι εκδηλώσεις παρουσιάζουν ενδιαφέρον διότι επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τις περιοχές που διοργανώνονται. Αυτές απαιτούν δημιουργία ειδικών εγκαταστάσεων όπως αθλητικά κέντρα, συνεδριακά κέντρα, τεχνική υποδομή, βελτίωση των μέσων μεταφοράς και των καταλυμάτων για την διαμονή.

Η διεθνής εμπειρία λέει πως αν οι παρεμβάσεις τον κράτους σχεδιαστούν με σωστό τρόπο συμβάλλουν στην αναβάθμιση των αστικών κέντρων και συνεπάγονται στη γενικότερη οικονομική ανάπτυξη. Υπάρχει ανταγωνισμός διεθνώς για την ανάληψη τέτοιων διοργανώσεων που μπορούν να αλλάξουν την εικόνα των πόλεων προς το καλύτερο και σε συνδυασμό με την ύπαρξη πολιτιστικών πόρων μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης για περισσότερο τουρισμό.

Σημαντικό επίσης είναι πως οι υποδομές που αναπτύσσονται, μένουν έπειτα στους ντόπιους και με σωστό κρατικό σχεδιασμό μπορούν να αναβαθμίσουν την ζωή τους παρέχοντας τον ευκαιρίες που πριν δεν είχαν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα πόλης που άλλαξε εντελώς εικόνα μετά από μια μεγάλη αθλητική διοργάνωση είναι η Βαρκελώνη που αποτελεί πλέον πόλο έλξης για μεγάλο αριθμό τουριστών.

Όσον αφορά το β), την οικιστική ανάπτυξη, συνήθως οι επιπτώσεις είναι αρνητικές αφού οδηγούν στην αστικοποίηση τον αγροτικού χώρου. Βέβαια θα μπορούσε ο τουρισμός να επηρεάσει και θετικά την οικιστική συνεργασία των κρατικών, τοπικών και φορέων που σχετίζονται με τον τουρισμό, σεβασμό στην φυσική ομορφιά της περιοχής, σεβασμός στις ιδιαιτερότητές της, κλπ. Τότε θα μπορούν να δημιουργηθούν τουριστικές εγκαταστάσεις φιλικές προς το περιβάλλον, καλαίσθητες που θα αποτελούν ένα στολίδι της τοπικής κοινωνίας. Κάτι άλλο που θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη είναι και η τοπική παραδοσιακή αρχιτεκτονική κουλτούρα.

Σημαντική είναι και η επίδραση τον τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον. Συνήθως σε περιοχές με μεγάλη τουριστική κίνηση το περιβάλλον πλήττεται και από την έλλειψη σεβασμού σε αυτό κατά τον σχεδιασμό των τουριστικών εγκαταστάσεων και από την 'υπερσυνσώρευση' μεγάλου αριθμού τουριστών σε περιοχές που δεν μπορούν να υποδεχτούν τέτοια μεγέθη. Τα τελευταία όμως χρόνια προτείνεται ένα νέο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης, το πρότυπο της «αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης».

Σύμφωνα με αυτό επισημαίνεται η σημασία προώθησης ενός τουρισμού όπου οι ντόπιοι και οι τουρίστες συμβάλλουν εξίσου στην εδραίωσή τον με την συμπεριφορά τους. Βασικά στοιχεία αυτού τον προτύπου είναι: η προστασία τον περιβάλλοντος, η διατήρηση μιας δυναμικής ισορροπίας σε διαφορετικά στοιχεία και Θεσμούς που αφορούν την τοπική κοινωνική δομή, αναζήτηση τρόπων που θα συμβάλλουν στην αυτονομία της κοινωνίας, ενίσχυση της συμμετοχής των κατοίκων σε αυτές τις διαδικασίες. Σύμφωνα με την παραπάνω προσέγγιση το περιβάλλον δεν αντιμετωπίζεται ως υποδοχέας για την ανάπτυξη τον τουρισμού αλλά ο τουρισμός αναπτύσσεται με βάση τα χαρακτηριστικά τον φυσικού περιβάλλοντος καθώς και με βάση τις οικονομικές και

κοινωνικές συνθήκες κάθε περιοχής. Επομένως, όχι μόνο, προστατεύεται το περιβάλλον αλλά αναγνωρίζεται ότι η τουριστική ανάπτυξη εξαρτάται από την προστασία αυτού.

Μια άλλη θετική επίπτωση της τουριστικής ανάπτυξης είναι η αλλαγή στις εργασιακές σχέσεις με την αύξηση των εργασιακών σχέσεων και μετά δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Πολλοί ντόπιοι αναζητούν και βρίσκουν μια δεύτερη εργασία για να συμπληρώσουν το εισόδημά τους. Υπάρχει λοιπόν μια έντονη εργασιακή και επαγγελματική κινητικότητα συνεχή αναπτυξιακή πορεία και μετά την ολοκλήρωση της τουριστικής ανάπτυξης. Ως συνέπεια αυτού είναι μια κοινωνική κινητικότητα εφόσον με τον τουρισμό ισχυροποιούνται οικονομικά οι κοινωνικές τάξεις που ασχολούνται με αυτόν και ενισχύεται η μεσαία τάξη. Εκτός αυτών παραμελούνται ή και ακόμα εγκαταλείπονται οικονομικές δραστηριότητες που ήταν παραδοσιακά εδραιωμένες στην τοπική κοινωνία. Ο τουρισμός δίνει τη δυνατότητα σε ορισμένες φτωχές περιοχές να αναπτυχθούν. Σε πολλές περιοχές υποκαθιστά μικρές καλλιέργειες ή έλλειψη βιομηχανίας και επιβραδύνει την αστικοποίηση. Ο ντόπιος πληθυσμός παραμένει στην εστία τον απασχολούμενος με τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες εάν δεν υπήρχαν πιθανόν να τον ανάγκαζαν να μεταβεί στο κοντινότερο αστικό κέντρο. Έτσι διατηρείται η κοινωνική συνοχή η οποία είναι ο καλύτερος τρόπος για την προστασία της παράδοσης και τον τρόπον ζωής της τοπικής κοινωνίας. Έτσι, διατηρούνται και πολλές φορές αναβιώνουν η τοπική τέχνη, η τοπική κουλτούρα, η αρχιτεκτονική παράδοση και γενικότερα ο τοπικός πολιτισμός περιοχών που θα μπορούσαν να έχουν ερημώσει. (π.χ. Ζαγοροχώρια, Πρέσπες)

Με την προϋπόθεση ότι υπάρχει σωστό τουριστικό μάνατζμεντ ο τουρισμός μπορεί να εξασφαλίσει την διατήρηση περιοχών με εξαιρετικό φυσικό κάλλος, όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, τέτοιες περιοχές προβάλλονται μέσω του τουρισμού και γίνονται αντικείμενο έρευνας από οικολογικές οργανώσεις και αρκετές από αυτές προστατευόμενες ζώνες για την ιδιαίτερη πανίδα και χλωρίδα τους. Στον παρακάτω πίνακα δίνονται περιοχές που περιλαμβάνονται στο ευρωπαϊκό δίκτυο Natura 2000, βάσει της Κοινοτικής Οδηγίας 92/43 για την διατήρηση των φυσικών οικοτόπων της άγριας πανίδας και αντοφνούς χλωρίδας. Μεταξύ των 234 περιοχών βιοτόπων είναι:

περιοχές προστασίας. (πίνακας 1)

Όνομα	Νομός
-Τεχνητή λίμνη Κερκίνης	-Σέρρες
-Περιοχή λίμνης Πλαστήρα	-Καρδίτσα
-Δάσος Δαδιάς – Λεκίμμης – Σουφλίου	-Έβρος

(πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού)

Υγρότοποι διεθνούς σημασίας (πίνακας 2)

Όνομα	Νομός
- Αμβρακικός Κόλπος	- Αιτ/νιας, Πρέβεζα, Άρτα
- Δέλτα Αξιού – Λουδία – Αλιάκμονα	- Θεσ/κη – Ημαθία –Πιερία
- Δέλτα Έβρου	- Έβρος
- Λιμνοθάλασσα Κοτυχίου	- Ηλεία
- Λίμνη Μικρή Πρέσπα	- Φλώρινα
- Λίμνη Βιστωνίς, Πόρτο Λάγος,	- Ροδόπη - Ξάνθη
-Λίμνη Ισμαρίς (Μητρικού),	
-Λιμνοθάλασσες Μέσης	
- Λίμνες Κορώνεια, Βόλβη	- Θεσσαλονίκη
- Λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου	- Αιτωλοακαρνανία
- Δέλτα Νέστου και παρακείμενες λιμνοθάλασσες	- Ξάνθη

Συμπεράσματα προτάσεις και προοπτικές

Ο τουριστικός μας τομέας θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι σε καλό επίπεδο με βάση τα στοιχεία που είδαμε παραπάνω, όμως τα νούμερα δεν αντικατοπτρίζουν πάντα την πραγματικότητα και ενώ θα μπορούσαμε να είμαστε σε πραγματικά πολύ καλύτερο επίπεδο κρατούμαστε με μία μετριότητα που ίσα ίσα δικαιολογεί την απορόφηση εξωτερικών κονδυλίων για την ανάπτυξη του τουρισμού. Το τελευταίο μάλιστα πρόγραμμα χρηματοδότησης από το ΕΣΠΑ αφορά ίδρυση και βελτίωση μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, ενώ υπάρχει ανάγκη στη χώρα και δυνατότητες για μεγαλύτερης κλίμακας επιχειρήσεις. Η ανάγκη αυτή προκύπτει από τη γενική παραδοχή ότι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις συμπαρασύρουν μεγαλύτερες ροές, έλκουν νέες χρήσεις και υποδομές και οφελούν συνολικά το χώρο. Τα εμπόδια όπως πάντα συνίστανται σε περιβαλλοντικούς περιορισμούς, ασταθείς πολιτικές και νομικά πλαίσια, καθώς και στην υπερφορολόγηση που είναι αποτρεπτική σε τέτοια εγχειρήματα.

Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) στηρίζει την ανταγωνιστικότητα, τη βιωσιμότητα καθώς και την ποιότητα του τουρισμού σε εθνικό και τοπικό επίπεδο. Ο τουρισμός βέβαια, συνδέεται στενά με τη χρήση και ανάπτυξη των φυσικών, ιστορικών και πολιτιστικών πόρων, καθώς και με την ελκυστικότητα των πόλεων και περιφερειών ως τόποι διαβίωσης,

εργασίας και επίσκεψης. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει ανάγκη για υποστηρικτικές υποδομές ειδικά στην Ελλάδα. Φυσικά συνδέεται επίσης με την ανάπτυξη, την καινοτομία και τη διαφοροποίηση των προϊόντων και υπηρεσιών που θα αποκτήσουν και απολαύσουν οι επισκέπτες. Αυτό σημαίνει σύγχρονη νοοτροπία και απαγκίστρωση από τις παλαιές πρακτικές οι οποίες μας κρατάνε απλά σε ένα βιώσιμο επίπεδο. Αυτό δεν σημαίνει βέβαια ότι στα νέα προϊόντα και υπηρεσίες θα είναι απών το στοιχείο της παράδοσης και η ταυτότητα του κάθε τόπου.

Ο τουρισμός δεν έχει συμπεριληφθεί ως θεματικός στόχος στους κανονισμούς των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων (ΕΔΕΤ), καθώς συνιστά μέσο ή τομέα, παρά ένα στόχο. Ωστόσο οι κανονισμοί προβλέπουν πολλές δυνατότητες για έξυπνες τουριστικές επενδύσεις.

Η Επιτροπή έχει δημοσιεύσει θεματικές κατευθυντήριες γραμμές για τις τουριστικές επενδύσεις. Συνιστά:

- να ευθυγραμμίζονται με ένα ή αρκετούς θεματικούς στόχους και επενδυτικές προτεραιότητες.
- να είναι συνεκτικές με την ανάλυση SWOT των σχετικών εθνικών/περιφερειακών/διακρατικών ΕΠ
- να επικεντρωθούν στην καλύτερη ανάδειξη των τοπικών πολιτιστικών και τουριστικών πόρων,
- να προωθούν την καινοτομία και διαφοροποίηση του προϊόντος, της διαδικασίας και της υπηρεσίας, καθώς και την εξειδίκευση για τις ειδικές αγορές, ώστε να απαλλαγούν από την εξάρτηση στην χαμηλή προστιθέμενη αξία, την προσωρινή απασχόληση και να εξασφαλίσουν οικονομική δραστηριότητα και θέσεις εργασίας εκτός τουριστικής περιόδου.
- Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην τριπλή αναβάθμιση της επάρκειας για αριστεία, της καινοτομίας και διεθνοποίησης των ΜΜΕ και των συνεργατικών σχηματισμών, των (δια-)συνεργατικών δραστηριοτήτων των σχηματισμών, μεταξύ άλλων μέσω της ενίσχυσης εσωτερικών και εξωτερικών συνδέσμων.
- Καθώς ένα από τα ειδικά πλεονεκτήματα του τουριστικού τομέα είναι το γεγονός ότι τα εμπόδια εισόδου στην αγορά είναι ιδιαίτερα χαμηλά, πρέπει να γίνει επικέντρωση της στήριξης στην επιχειρηματικότητα και τη δημιουργία νέων εταιρειών.

Ο τουρισμός θα εξακολουθήσει να διαδραματίζει πρωταρχικό ρόλο στην προγραμματισμένη επένδυση του ΕΤΠΑ, καθώς και οι σχετικές επενδύσεις για τη διατήρηση, προστασία, προώθηση και ανάπτυξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς (δείτε το γράφημα), με περίπου 8 δισεκατομμύρια EUR προγραμματισμένης χρηματοδότησης του ΕΤΠΑ.

Η βάση δεδομένων eye@RIS3, που τεκμηριώνει το αναδυόμενο τοπίο της περιφερειακής έξυπνης εξειδίκευσης στην Ευρώπη (βρίσκεται στην πλατφόρμα έξυπνης εξειδίκευσης) δείχνει ότι **πολλές περιφέρειες, στις στρατηγικές τους για έξυπνη εξειδίκευση, δίνουν προτεραιότητα στην καινοτομία των υπηρεσιών και στην καινοτομία των επιχειρηματικών μοντέλων στον τουρισμό**, καθώς και ότι θα κατανεύουν σημαντικό μέρος των κονδυλίων προς αυτό το στόχο.

Για παράδειγμα, θα επικεντρώσουν τις προσπάθειές τους στην ανάπτυξη ανταγωνιστικών εξειδικευμένων αγορών και τη δημιουργία «σήματος ποιότητας», όπως τον τουρισμό για την τρίτη ηλικία (αργυρή οικονομία) ή τον οικοτουρισμό, αναβαθμίζοντας τις αλυσίδες τουριστικής αξίας και στοχεύοντας υψηλότερα τμήματα της αγοράς, και διαφοροποιώντας τις τουριστικές τους δραστηριότητες για να είναι λιγότερο εξαρτώμενοι από τον εποχιακό τουρισμό.⁵²

Αυτές οι περιφέρειες διαθέτουν ολοκληρωμένες στρατηγικές, όχι μόνο για να κινηθούν προς υψηλότερη προστιθέμενη αξία με την επένδυση στην τουριστική καινοτομία, αλλά επίσης μέσω της κινητοποίησης περισσότερων δευτερογενών επιπτώσεων σε άλλους τομείς, όπως είναι οι τομείς του πολιτισμού και της δημιουργικότητας, η αγροδιατροφή, οι κατασκευές, κ.λπ.

Ο Economist αναφέρει πως έπειτα από επτά χρόνια κρίσης, οι τιμές στην Κέρκυρα και την Κρήτη είναι πιο ευνοϊκές συγκριτικά με εκείνες τουριστικών προορισμών της Ισπανίας, ενώ την ίδια στιγμή, ανταγωνιστικοί προορισμοί στην Τουρκία θεωρούνται ως ένα λιγότερο ασφαλές ταξίδι αυτή την περίοδο. Η Ελλάδα αναμένει μεγάλη αύξηση στις αφίξεις βρετανών, γερμανών και ρώσων τουριστών, γράφει ο Economist, συνεχίζοντας πως ίσως αποδειχθεί δύσκολο να τους πείσει να δαπανήσουν γενναιόδωρα κατά τη διαμονή τους. Κατά μέσο όρο, ο χρόνος διαμονής και η κατανάλωση των τουριστών σε τοπικά ξενοδοχεία και καταλύματα είναι μικρότερη σε σύγκριση με δώδεκα χρόνια πριν. Ωστόσο, οι προοπτικές είναι θετικές. Με τη γερμανική Fraport να έχει αναλάβει τον έλεγχο των περιφερειακών αεροδρομίων, ειδικοί της τουριστικής αγοράς προβλέπουν πως ο αριθμός αφίξεων στην Ελλάδα θα αγγίξει τα 40 εκατομμύρια έως το 2022. Τουλάχιστον ένας

52 http://ec.europa.eu/regional_policy/el/policy/themes/tourism/

τομέας της ελληνικής οικονομίας είναι σε εξαιρετική κατάσταση, ο Economist.

Πέρα απ όλα, ο τουριστικός τομέας στη Ελλάδα προσπαθεί στα χρόνια της κρίσης και κρατά ένα ικανοποιητικό επίπεδο, αναπτύσσετε, επενδύει και σίγουρα τα καταφέρνει πολύ καλά. Τα στρατηγικά πλαίσια ολοένα και πετυχαίνουν τους στόχους τους και το μέλλον προβλέπεται άριστο σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια.

Παρακάτω παρουσιάζω αναλυτικά μία ανάλυση SWOT για τον ελληνικό τουρισμό.

Ανάλυση SWOT

Ισχυρά σημεία του Ελληνικού τουρισμού

ΓΕΩΦΥΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Η ποικιλία της φυσικής ομορφιάς σε όλο τον Ελλαδικό χώρο.
- Το πολυνησιακό μόρφωμα του ελλαδικού χώρου.
- Η ακτογραμμή που ξεπερνά τα 15.000 χιλιόμετρα σε μήκος
- Το καλό μεσογειακό κλίμα.
- Η πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής
- Η προστασία και η ανάδειξη αξιόλογων στοιχείων του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Η πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά.
- Η ελληνική κουζίνα και η δομή της διατροφής.
- Το σημαντικό ιστορικό και πολιτιστικό απόθεμα, καθώς και σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή.

ΘΕΣΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Υψηλός βαθμός ασφάλειας τουριστών σε σχέση με ανταγωνιστικούς προορισμούς.
- Τα αυξημένα κονδύλια του ΕΣΓΙΑ που στοχεύουν στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και της

ποιότητα του τουρισμού.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Το άνοιγμα της αγοράς στο διεθνή ανταγωνισμό (ξενοδοχειακές και τουριστικές εταιρείες).
- Η δημιουργία επενδύσεων σε έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής (ΠΟΤΑ, μαρίνες, αεροδρόμια, ξενοδοχειακά συγκροτήματα, ιαματικές πηγές, τουριστικά αγκυροβόλια κλπ).
- Η καλή φήμη σαν έναν σημαντικό τουριστικό προορισμό παγκοσμίως (υψηλή Θέση τόσο σε αφίξεις όσο και σε εισπράξεις).
- Η ύπαρξη πολλών ΜΜΕ που επιτρέπει τη «προσωποποίηση» της φιλοξενίας.
- Πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής

ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ & ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

- Οι νέοι τρόποι προβολής του τουριστικού προϊόντος που βασίζεται στην τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς.
- Η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών (δημιουργία δικτύων ηλεκτρονικής διαχείρισης των δεδομένων και πληροφόρησης, κόμβοι στο Διαδίκτυο).
- Ο ποιοτικός εκσυγχρονισμός των υφισταμένων τουριστικών επιχειρήσεων.
- Η οργάνωση υποδομών επί των οποίων μπορεί να αναπτυχθούν οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Μειονεκτήματα (Weaknesses)

ΣΕ ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

- Ο χαμηλός βαθμός αξιοποίησης φυσικών και πολιτιστικών πόρων.
- Η μεγάλη χωροταξική ανισοκατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού.
- Η υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής.
- Η επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος λόγω μη τήρησης των περιβαλλοντικών όρων.
- Οι τάσεις υποβάθμισης και σε ορισμένες περιπτώσεις κατανάλωσης (καταστροφής) των πόρων (π.

χ. παράλιων, οικιστικών συνόλων, μνημείων).

- Η υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας τουριστικής ανάπτυξης ορισμένων τουριστικών περιοχών του νησιωτικού χώρου.
- Η μη ύπαρξη ειδικού χωροταξικού σχεδίου για τον τουρισμό.

ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

- Οι ελλείψεις σε ειδικές τουριστικές υποδομές και ανωδομές (μεταφορές, συνεδριακοί χώροι, εγκαταστάσεις ειδικών μορφών τουρισμού, κλπ).
- Τα διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές (κορεσμός).
- Η συντριπτική πλειονότητα (>95%) των τουριστικών μονάδων έχουν μειωμένη ικανότητα marketing, αξιοποίησης νέων τεχνολογιών, αποτελεσματικής οικονομικής διαχείρισης.
- Η χαμηλή ποιότητα τουριστικών υποδομών (μορφή κτηρίων, ανεπάρκεια χώρων, μέτριος εξοπλισμός, ανύπαρκτη ή κακή διακόσμηση, έλλειψη «στυλ») και προσφερόμενων ιδιωτικών υπηρεσιών όπως κι η έλλειψη ειδικών τουριστικών υποδομών, συμπληρωματικών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων για άτομα με ειδικά ενδιαφέροντα.
- Ο μειούμενος βαθμός αυθεντικότητας τουριστικού προϊόντος που δεν αντισταθμίζεται από τη βελτίωση της ποιότητας.
- Η μονοδιάστατη τουριστική εικόνα (χώρα ήλιου -θάλασσας)
- Ο χαμηλός βαθμός διαφοροποίησης προσφερόμενου προϊόντος.
- Η «ερημοποίηση» υπαίθρου από ανθρώπινο δυναμικό και παραγωγικές δραστηριότητες που δυσκολεύουν την ανάπτυξη «αυθεντικών» και «εναλλακτικών» τουριστικών προϊόντων.
- Η έλλειψη διαφοροποιημένης τουριστικής εικόνας μεταξύ των τουριστικών περιοχών της χώρας.
- Η έλλειψη σύνθετων τουριστικών προϊόντων για προσέλκυση τουριστών με ειδικά ενδιαφέροντα (ιαματικός, συνεδριακός, αθλητικός, πολιτιστικός, φυσιολατρικός) παρά τα όσα εξαγγέλλονται.
- Ο χαμηλός βαθμός διασύνδεσης της τουριστικής δραστηριότητας με κλάδους της εθνικής-τοπικής οικονομίας.

- Το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού (επιχειρηματιών και εργαζομένων).

ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΖΗΤΗΣΗΣ

- Το μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: "Ήλιος - θάλασσα".
- Η έντονη εξάρτηση του ελληνικού τουρισμού από τη διεθνή ζήτηση.
- Η χαμηλή τουριστική δαπάνη εξ αιτίας της προσέλκυσης χαμηλού επιπέδου τουριστών.
- Η υψηλή εξάρτηση της τουριστικής ζήτησης από τον οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό που επηρεάζεται πρώτιστα από το κόστος του ταξιδιού (χαμηλή τιμή πακέτου και χαμηλή συναλλαγματική απόδοση)
- Η μικρή διάρκεια της τουριστικής περιόδου (Μάιος - Σεπτέμβριος) όπου έρχονται στην Ελλάδα το 75% των αλλοδαπών τουριστών.

ΣΕ ΘΕΣΜΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

- Η έλλειψη εκσυγχρονισμένης τουριστικής νομοθεσίας.
- Η εκτεταμένη παραξενοδοχεία.
- Η αδυναμία συνεργασίας μεταξύ εμπλεκόμενων φορέων-επιχειρήσεων σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.
- Ο ανυπαρξία εθνικού και περιφερειακού σχεδιασμού.

Ευκαιρίες (Opportunities)

- Η διαφοροποίηση της ζήτησης από τη πλευρά των καταναλωτών (ειδικά ενδιαφέροντα, ζήτηση για εξατομικευμένες υπηρεσίες) που δημιουργούν νέες εν δυνάμει αγορές πέρα από εκείνες του μαζικού ηλιοτροπικού τουρισμού.
- Η εμφάνιση νέων αγορών πέρα από εκείνες που παραδοσιακά τροφοδοτούν τον ελληνικό τουρισμό (Δ.Ευρώπη, ΗΠΑ).
- Η αύξηση της δυνατότητας άμεσης πρόσβασης στον καταναλωτή μέσω διαδικτύου.
- Οι δυνατότητες χρηματοδότησης έργων υποδομής και επιχειρήσεων από το ΕΣΠΑ για βελτίωση της προσφερόμενης ποσότητας και διαφοροποίηση του παρεχόμενου προϊόντος.

- Η δυνατότητα αξιοποίησης τοπικών / παραδοσιακών προϊόντων από το τουριστικό κύκλωμα με στόχο την αναβάθμιση και τη διαφοροποίηση του.

Κίνδυνοι (Threats)

- Η αυξανόμενη συγκέντρωση των tour-operators.
- Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός στο εξωτερικό από χώρες με χαμηλότερο κόστος (Μεσόγειος, Α.Ευρώπη, Α.Ανατολή).
- Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από χώρες με αναβαθμισμένης ποιότητας και υψηλής διαφοροποίησης τουριστικά προϊόντα.

Πίνακας ανάλυσης SWOT

<p>S ΓΕΩΦΥΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΣΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ</p>	<p>W ΣΕ ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΕΠΙΠΕΔΟ ΖΗΤΗΣΗΣ ΘΕΣΜΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ</p>
<p>O Η εμφάνιση νέων αγορών Διαδίκτυο Οι δυνατότητες χρηματοδότησης έργων υποδομής Η δυνατότητα αξιοποίησης τοπικών / παραδοσιακών προϊόντων</p>	<p>T Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός Η αυξανόμενη συγκέντρωση των tour-operators Υποβάθμιση υποδομών/πόρων/ φυσικών στοιχείων</p>

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Τα παραπάνω στοιχεία της SWOT ανάλυσης μπορούν να χρησιμεύουν στον καθορισμό των αξόνων παρέμβασης, που θα πρέπει να σχεδιαστούν και να εφαρμοστούν, έτσι ώστε να οδηγηθεί η ελληνική τουριστική ανάπτυξη σε ένα νέο διαφοροποιημένο πρότυπο με νέα χαρακτηριστικά τουριστικής προσφοράς. Για αυτό, εκ των πραγμάτων πρέπει να συγκροτηθεί μια εξειδικευμένη τουριστική πολιτική σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

Ας μην ξεχνάμε ότι η ελληνική ύπαιθρος (το κομμάτι στο οποίο συντελείται κυρίως το τουριστικό φαινόμενο) έχει μεγάλη ποικιλομορφία η οποία αναδικνύει την ανάγκη υιοθέτησης διαφορετικών και όχι οριζόντιων πολιτικών.

Βιβλιογραφία

- Πολυχρονοπούλου 2008
- Χατζηιωαννίδης Γεώργιος, 2014 Η συμβολή του τουρισμού στα δημοσιονομικά μεγέθη
- Πατσουράτης 2002 "Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα"
- Βαρβαρέσος, Στέλιος. (2000), «Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές», εκδ. Προπομπός, Αθήνα.
- Γεωργαντά Παραασκευή Διακοσάβας Μιχαήλ Πελεκάνου Μαρία, 2015
- Κοκκώσης Χαράλαμπος, Τσάρτας Πάρις, (2001), «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον»
- Παγκαλιά Ιωάννα, (2012), «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», πτυχιακή εργασία, ΑΤΕΙ Κρήτης
- Ρ. Καλοκάρδου, (1991) «Θαλάσσιος τουρισμός»
- Καλοκάρδου Ρ. «Τουρισμός καζίνων» ΕΤΒΑ Αθήνα 1991
- Ρ. Καλοκάρδου, (1991) «Θαλάσσιος τουρισμός»
- Βελισσαρίου Ευστάθιος, (2009)
- Ινστιτούτο Κοινωνικής & Προληπτικής Ιατρικής, (2012)
- Ιακωβίδου Όλγα, (2003)
- Pearce Douglas, (1996)
- Τερζάκης Δημήτρης, (2002)
- Νικολάου Νικόλαος, (2014)
- conplore magazine
- Christophe Bouneau, 2014.
- UNWTO, *World Tourism Barometer*
- Βάση στατιστικών δεδομένων του *Institute for Tourism and Leisure Studies (ITLS)* του Πανεπιστημίου της Βιέννης
- *ETC, European Tourism 2015 Trends and Prospects (Q1/2015), Brussels, May 2015*
- *CNTA*
- *COTRI και China Tourism Academy*
- *ETC*
- *World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*
- *Martin & Witt 1989*
- *ΣΕΤΕ*
- *ΕΛΣΤΑΤ*
- *ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ*
- *ΙΤΕΠ Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων*
- *IOBE*
- *Α. Χατζηδάκης, Εξέλιξη τουριστικής κίνησης 2001-2010*
- *Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα,*
- *2012*
- *WTO – ETC, Handbook on Tourism Forecasting Methodologies, 2008*
- Υπουργείο πολιτισμού.
- Τσάρτας Π.
- Βαρότσου Ευσταθία, 2013

