



# ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

---

## *ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ*

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΤΣΑΜΗΣ ΣΤΑΥΡΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΟΡΡΕΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

## Πρόλογος

---

Τα τελευταία χρόνια έχει σημειωθεί μια εντυπωσιακή ανάπτυξη όσον αφορά στον τομέα του τουρισμού της Ελλάδας. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα να τοποθετείται σαν μια από τις σημαντικότερες, ή αν όχι τη σημαντικότερη, δραστηριότητα της Ελληνικής οικονομίας. Γενικότερα, η βιομηχανία του τουρισμού είναι μια βιομηχανία η οποία φροντίζει για την αποτελεσματική στήριξη της εθνικής οικονομίας. Η ισχυρή δυναμική που έχει ο συγκεκριμένος φορέας, τον κατέστησε κύριο μοχλό της οικονομικής ανάπτυξης όπως καταγράφεται στο μερίδιό του στο ΑΕΠ.

Σκοπός μας στην συγκεκριμένη εργασία είναι να παρουσιάσουμε, εκτός των άλλων, τις εξελίξεις του τουριστικού φαινομένου στην Ελλάδα, τις τουριστικές στρατηγικές που ακολουθούνται καθώς και την συμβολή του φορέα στο σύνολο των οικονομικών μεγεθών της χώρας μας και φυσικά να αναφερθούμε αναλυτικώς στην τουριστική ανάπτυξη της Καλαμάτας και στα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από αυτή.

## **Abstract**

---

In recent years there has been a dramatic development in the tourism sector in Greece. This result placed as one of the most important, or if not the most important, activity of Greek economy. More generally, the tourism industry is an industry that cares for the effective support of the national economy. The strong momentum target audience, made the main driver of economic growth as recorded in the share of the GDP.

Our aim in this work is to present, among other things, the development of the tourism phenomenon in Greece, tourism strategies followed and the contribution of the organization to all the financials of our country and of course to mention analytically in the tourist development of Kalamata and economic benefits resulting from it.

## Πίνακας περιεχομένων

|   |    |
|---|----|
| Πρόλογος .....  | 1  |
| Abstract.....   | 2  |
| Πίνακας περιεχομένων .....  | 3  |
| Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> .....   | 5  |
| Η τουριστική βιομηχανία.....  | 5  |
| 1.1. Εισαγωγή.....  | 5  |
| 1.2. Η τουριστική βιομηχανία και η λειτουργική διάρθρωση της .....  | 5  |
| 1.3. Η εξέλιξη του τουρισμού σε σύγχρονο οικονομικό φαινόμενο .....   | 9  |
| 1.4. Οι επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας.....  | 11 |
| Κεφάλαιο 2ο .....   | 17 |
| Ο Ελληνικός Τουρισμός.....  | 17 |
| 2.1. Τα κύρια χαρακτηριστικά του Ελληνικού τουρισμού .....  | 17 |
| 2.4. Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.....   | 20 |
| 2.3. Λόγοι επίσκεψης στην Ελλάδα. ....  | 22 |
| 2.5. Οι εξελίξεις στο θεσμικό περιβάλλον του ελληνικού τουρισμού (ΣΕΤΕ, 2014). ....                                       | 24 |
| Κεφάλαιο 3ο .....   | 29 |
| Η συμβολή του τουρισμού στα οικονομικά μεγέθη της χώρας.....  | 29 |
| 3.1. Εισαγωγή.....  | 29 |
| 3.2. Εκτίμηση της συμβολής του τουριστικού συναλλάγματος στη διαμόρφωση του ΑΕΠ κατά το χρονικό διάστημα 2000 – 2012..... | 32 |
| 3.3. Οι επιπτώσεις τουρισμού στα φορολογικά έσοδα.....  | 34 |
| 3.4. Η επίδραση του ξενοδοχειακού κλάδου στην οικονομία .....   | 37 |

|   |    |
|---|----|
| 3.5. Στατιστικά στοιχεία τουριστικής κίνησης .....                      | 41 |
| 3.5.1. Ταξιδιωτική δαπάνη και μέση διάρκεια παραμονής.....              | 41 |
| 3.5.2. Δαπάνες ανά επίσκεψη και ημέρα παραμονής στην Ελλάδα .....       | 44 |
| 3.1.1. Αφίξεις αλλοδαπών ανά χώρα προέλευσης.....                       | 48 |
| Κεφάλαιο 4° .....   | 53 |
| Περιπτωσιολογική μελέτη – Η περίπτωση της Καλαμάτας .....               | 53 |
| 4.1. Η σημασία της τοπικής ανάπτυξης.....                               | 53 |
| 4.2. Τα μέτρα για την τοπική ανάπτυξη .....                             | 57 |
| 4.2.1. Η χρηματοδότηση των τοπικών επιχειρήσεων .....                   | 58 |
| 4.2.2. Παροχή υπηρεσιών στα τοπικά συστήματα επιχειρήσεων .....         | 60 |
| 4.2.3. Βελτίωση των υποδομών στις επικοινωνίες και στις υπηρεσίες ..... | 61 |
| 4.2.4. Ενίσχυση της τοπικής επιχειρηματικότητας.....                    | 62 |
| 4.3. Η οικονομική συγκρότηση της πόλης .....                            | 63 |
| 4.4. Η πολιτιστική υποδομή της πόλης .....                              | 67 |
| 4.5. Τουριστική κίνηση .....  | 70 |
| 4.6. Προοπτικές.....  | 71 |
| 4.7. Εμπόδια τουριστικής ανάπτυξης.....                                 | 72 |
| Επίλογος - Συμπεράσματα.....  | 74 |
| Αναφορές – Πηγές .....  | 77 |

## **Κεφάλαιο 1°**

### **Η τουριστική βιομηχανία**

#### **1.1. Εισαγωγή**

---

Οι άνθρωποι πραγματοποιούν επισκέψεις σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς για σκοπούς άλλους από εκείνους που χαρακτηρίζουν την μόνιμη διαμονή τους ή την επαγγελματική απασχόληση τους. Οποιαδήποτε άλλη προσπάθεια καταβληθεί, με σκοπό τον ακριβή ορισμό του τουρισμού και της σαφούς περιγραφής του εννοιολογικού περιεχομένου του θα αποτύχει, σε περίπτωση που δεν ληφθούν υπόψη οι διάφορες ομάδες οι οποίες συμμετέχουν στην τουριστική βιομηχανία και επηρεάζονται μέσω αυτής. Οι απόψεις τους είναι ζωτικής σημασίας όσον αφορά στην ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου αλλά και περιεκτικού ορισμού του τουρισμού.

Στην παρούσα ενότητα της εργασίας θα αναλύσουμε τον κλάδο του τουρισμού, εφόσον εμπίπτει στην θεματολογία που θέλουμε να προσεγγίσουμε. Αρχικά, θεωρείται αναγκαίο να ορίσουμε τον τουρισμό και ό,τι αυτός περιλαμβάνει. Παρακάτω περιγράφεται η εξέλιξή του, η έννοια της τουριστικής βιομηχανίας και τα συστατικά στοιχεία που την απαρτίζουν.

#### **1.2. Η τουριστική βιομηχανία και η λειτουργική διάρθρωση της**

---

Η ζήτηση των τουριστικών προϊόντων αντιμετωπίζεται με τη συγκεντρωμένη προσπάθεια μάρκετινγκ μέσω μιας μεγάλης γκάμας τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Από κοινού οι επιχειρήσεις που παράγουν τα τουριστικά αυτά προϊόντα συγκροτούν τον πυρήνα της τουριστικής βιομηχανίας. Επειδή όμως

ορισμένα τουριστικά προϊόντα είναι ζωτικής σημασίας τόσο στη γένεση όσο και στην ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων, ενώ άλλα παίζουν μόνο έναν περιφερειακό ή υποστηρικτικό ρόλο, είναι κάπως δύσκολο να προσδιοριστεί με ακρίβεια το εννοιολογικό περιεχόμενο του όρου «τουριστική βιομηχανία» (Ηγουμενάκης, 2004).

Ο τουρισμός είναι χωρίς αμφιβολία μια εντελώς αποκεντρωμένη βιομηχανία η οποία συγκροτείται από επιχειρήσεις διαφορετικές, από άποψη μεγέθους, τόπου εγκατάστασης, γκάμας παρεχομένων υπηρεσιών και μεθόδων που χρησιμοποιούνται εκ μέρους τους για να τις διοχετεύσουν στην τουριστική αγορά και να τις πουλήσουν επικερδώς (Vassiliadis & Mylonakis, 2007). Μια ποικιλία εμπορικών ενώσεων, συνεργαζόμενων ιδρυμάτων και επισήμων ή ανεπίσημων οργανισμών σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο παίζουν έναν εξίσου σημαντικό ρόλο στην τουριστική βιομηχανία.

Αναφορικά με την τουριστική βιβλιογραφία, οι συζητήσεις σχετικά με τη φύση καθώς και τα χαρακτηριστικά της τουριστικής επιχείρησης υπήρξαν στο παρελθόν και εξακολουθούν να είναι εκτεταμένες. Ωστόσο, παρά τις προσπάθειες που έγιναν μέχρι τώρα να διατυπωθείς γενικής αποδοχής ορισμός της τουριστικής επιχείρησης, που να περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό επιχειρηματικών και εμπορικών οντοτήτων και όλες μαζί να συγκροτούν την τουριστική βιομηχανία, αυτό δεν μπόρεσε να επιτευχθεί τελικά, με αποτέλεσμα να επικρατούν διάφορες απόψεις που λίγο πολύ διαφέρουν μεταξύ τους. Μια βιβλιογραφική ανασκόπηση μπορεί να περιλαμβάνει τις παρακάτω απόψεις (Ηγουμενάκης, 2004):

- Ο Hunziker διατυπώνει την άποψη πως τουριστικές επιχειρήσεις αποτελούν το σύνολο των επιχειρηματικών αλλά και εμπορικών οντοτήτων οι οποίες, συνδυάζοντας διάφορα μέσα παραγωγής, παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες τουριστικής φύσης.
- Ο Berneker αναφέρει οικονομικές οντότητες παροχής υπηρεσιών που σχετίζονται με την ικανοποίηση της ανάγκης ή επιθυμίας για ταξίδι και

άλλων συναφών αναγκών ή επιθυμιών και ακόμα κάνει διάκριση μεταξύ επιχειρήσεων προσανατολισμένων στο αντικείμενο, όπως ξενοδοχεία, μεταφορικές εταιρίες κλπ, επιχειρήσεων προσανατολισμένων στο υποκείμενο, όπως αυτές που εμπλέκονται στην προώθηση και διαφήμιση του τουρισμού και τέλος επιχειρήσεων που δημιουργούν σχέσεις μεταξύ τουριστών και τουριστικών αντικειμένων, όπως τουριστικοί πράκτορες, tour operators και οποιοδήποτε άλλοι μεσάζοντες παρεμβάλλονται στη διανομή του τουριστικού προϊόντος.

- Οι Likorish και Kershaw πιστεύουν ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις αποτελούν όλα εκείνα τα επαγγέλματα που, στο σύνολό τους, ικανοποιούν τις ανάγκες ή επιθυμίες των ταξιδιωτών. Επιπλέον, διακρίνουν κύριες τουριστικές επιχειρήσεις και δευτερεύουσες. Οι πρώτες ικανοποιούν την ανάγκη ή επιθυμία για μεταφορά, διαμονή και σίτιση, καθώς επίσης για την προετοιμασία του ταξιδιού. Οι δεύτερες παρέχουν αναμνηστικά και άλλα τουριστικά εφόδια, διασκέδαση και ενασχολήσεις, ασφαλιστικές και τραπεζικές υπηρεσίες κλπ. Επίσης σε αυτήν την κατηγορία συμπεριλαμβάνονται προμηθευτές των κύριων τουριστικών επιχειρήσεων, όπως είναι οι επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας και αυτές που ασχολούνται με την προώθηση του τουρισμού, με ασφαλιστικές εργασίες και με την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε άλλες τουριστικές επιχειρήσεις.
- Ο Lundberg τις αποκαλεί «συστατικά» του τουρισμού και περιλαμβάνει όλες αυτές τις επιχειρήσεις που εμπλέκονται στη μεταφορά, περιποίηση, σίτιση, διασκέδαση και ψυχαγωγία των τουριστών.
- Ο Krippendorf προτείνει να θεωρούνται σαν τουριστικές επιχειρήσεις όλες οι επιχειρηματικές και εμπορικές οντότητες, οι οποίες παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες οποιουδήποτε είδους, που ικανοποιούν άμεσα τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες, άσχετα από το αν οι επιχειρήσεις αυτές παρέχουν τις υπηρεσίες τους αποκλειστικά, κατά κύριο λόγο ή περιστασιακά σε τουρίστες.



Σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (2004),: «τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να θεωρούνται εκείνες που ιδρύθηκαν για να προσφέρουν υπηρεσίες αποκλειστικά σε τουρίστες που τα έσοδα τους προέρχονται μόνο από τον τουρισμό (tour operators, ξενοδοχεία σε κέντρα διακοπών, κρουαζιερόπλοια κλπ.). Επίσης, τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να θεωρούνται εκείνες που δεν ιδρύθηκαν για να προσφέρουν υπηρεσίες μόνο σε τουρίστες ή εκείνες που δεν προβλέφτηκε όταν ιδρύθηκαν να προσφέρουν υπηρεσίες και σε τουρίστες, πλην όμως το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων τους προέρχεται από τον τουρισμό (μπαρ. εστιατόρια, κοσμηματοπωλεία, ξενοδοχεία σε αστικά κέντρα, μεταφορικά μέσα κλπ.). Εκείνες όμως οι επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν για να προσφέρουν υπηρεσίες στο ντόπιο πληθυσμό, δεν μπορούν να θεωρούνται τουριστικές επειδή ένα μέρος των εσόδων τους, που δεν ξεπερνά το 50% αυτών που συνολικά πραγματοποιούν, προέρχεται άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό (επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας, τράπεζες, συγκοινωνίες κλπ.). Αυτό όμως σε καμιά περίπτωση δεν τις αποκλείει να συμπεριλαμβάνονται στις επιχειρήσεις (τουριστικές και μη τουριστικές) που συγκροτούν την τουριστική βιομηχανία» (Ηγουμενάκης, 2004).

Η τουριστική βιομηχανία αποτελείται, όπως αναφέραμε και παραπάνω, από τους παραγωγούς των τουριστικών προϊόντων, από τους οποίους οι tour operators αγοράζουν αρκετά μεγάλες ποσότητες τουριστικών υπηρεσιών, όπως θέσεις σε διάφορα μεταφορικά μέσα, διαμονή σε καταλύματα, διάφορες υπηρεσίες, όπως διατροφή, διασκέδαση, ψυχαγωγία κλπ. και αφού προσθέσουν τα θέλγητρα ενός τουριστικού προορισμού τα κάνουν "πακέτα" και τα πουλούν σε άτομα με τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες, που όχι μόνο θέλουν αλλά και μπορούν να τις ικανοποιήσουν. Η πώληση των τουριστικών πακέτων σε πιθανούς τουρίστες γίνεται συνήθως διαμέσου των λιανοπωλητών τους, δηλαδή των τουριστικών πρακτόρων, αλλά και απευθείας από τους ίδιους τους παραγωγούς και χονδρεμπόρους τους, δηλαδή τους tour operators.

Επίσης, θεωρείται σημαντικό να σημειώσουμε ότι τόσο στην παραγωγή αλλά και στη διάθεση τουριστικών προϊόντων, ασκεί αμοιβαία επίδραση μια μεγάλη γκάμα υπηρεσιών υποστήριξης που προσφέρονται από οργανισμούς του

δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, στις οποίες περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων το μάρκετινγκ, η διαφήμιση και οι δημόσιες σχέσεις.

### **1.3. Η εξέλιξη του τουρισμού σε σύγχρονο οικονομικό φαινόμενο**

---

Με τη σύγχρονη του μορφή, ο τουρισμός, έχει λάβει μαζικό χαρακτήρα και το γεγονός αυτό τον κάνει να διαφοροποιείται ουσιαστικά από παλιότερες μορφές του. Γενικότερα, ο τρόπος με τον οποίο εκδηλώνεται αυτός σήμερα δεν είναι διαφορετικός από αυτόν του παρελθόντος. Υπήρξε η δυνατότητα να πει κανείς ότι η διαφορά μεταξύ των παλιότερων μορφών τουρισμού και της σημερινής του είναι μάλλον ποσοτική και ποιοτική.

Δεν χωρά αμφιβολία ότι στην διαδικασία της ανάπτυξης του τουρισμού, βασικό ρόλο έπαιξε η εξέλιξη των μεταφορικών μέσων και βασικότερα η «λαϊκοποίησή» τους και το γεγονός αυτό γιατί πέρα από τα συγκεκριμένα στοιχεία της μαζικότητας και ομαδικότητας προστέθηκε σε αυτόν και το στοιχείο της υπερεθνικότητας. Τα τρία στοιχεία αυτά, συνδυαζόμενα, αποτελούν τα βασικά συστατικά στοιχεία του σύγχρονου τουρισμού και παράλληλα διαγράφουν έντονα τη φυσιογνωμία του. Αν εξαιρέσουμε την αποφασιστική σημασία της συμβολή της εξέλιξης των μεταφορικών μέσων στην τουριστική ανάπτυξη, καθοριστικό ρόλο προς την κατεύθυνση αυτή διαδραμάτισαν και άλλοι παράγοντες, όπως είναι για παράδειγμα η αύξηση του «ατά κεφαλήν εθνικού εισοδήματος και πλούτου, η βελτίωση των συνθηκών εργασίας και όρων αμοιβής των εργαζομένων, η εξασφάλιση κοινωνικών παροχών στις οικονομικά ασθενέστερες τάξεις, η απλούστευση των διατυπώσεων στις μετακινήσεις των ανθρώπων από χώρα σε χώρα, η ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων, η διεθνοποίηση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας κλπ (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, 1999).

Για να φτάσει στη σημερινή του μορφή, ο τουρισμός, πέρασε από πολλές και διαφορετικές εξελικτικές φάσεις. Αρχικά, μια από αυτές ήταν οπωσδήποτε και

αυτή του «εκδημοκρατισμού» του, η οποία τοποθετείται χρονολογικά αμέσως μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Συνεπώς, ο τουρισμός άρχισε βαθμιαία αλλά σταθερά να γίνεται δικαίωμα των εργαζομένων και γενικότερα των μη προνομιούχων, δηλαδή των πολλών. Η μεταπολεμική εποχή, εκτός ότι εκδημοκράτησε σε μεγάλο βαθμό τον τουρισμό και τον έκανε πιο προσιτό στις μεγάλες λαϊκές μάζες, έκανε και τους ανθρώπους πρακτικότερους, καθώς στον τουρισμό βρήκαν ένα μέσο μάλλον ξεκούρασης και ανανέωσης των σωματικών και ψυχικών τους δυνάμεων, παρά κοινωνικής προβολής και επίδειξης (Λαγός, 2005).

Μεταπολεμικά, το τουριστικό φαινόμενο, πήρε μεγάλες διαστάσεις και γενικότερα η συνειδητοποίηση των ευεργετικών επιπτώσεων του στις οικονομίες έκανε πολλές χώρες να οδηγηθούν όχι μόνο στη λήψη μέτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού, αλλά και στην αντιμετώπιση του σαν ιδιαίτερου κλάδου οικονομικής δραστηριότητας. Το συγκεκριμένο γεγονός είχε ως αποτέλεσμα να διαμορφωθεί βαθμιαία τουριστική οικονομία, που έχει σκοπό τη μελέτη και την ανάλυση των οικονομικών σχέσεων οι οποίες αναπτύσσονται κατά την διάρκεια της παραγωγής και της κατανάλωσης ή της χρήσης των τουριστικών προϊόντων σε συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο. Μέσω της λήψης μέτρων σχετικά με την τουριστική οικονομία, ξεκινά η εσκεμμένη επέμβαση των φορέων της πολιτικής εξουσίας σε αυτήν, που αποβλέπει βασικά στη θέσπιση κανόνων για μια ελεγχόμενη και αρμονική ανάπτυξη της.

Ο έντονος κρατικός παρεμβατισμός που σκοπεύει στην ανάπτυξη του τουρισμού καθώς και της τουριστικής οικονομίας, η οποία εκδηλώνεται είτε άμεσα, μέσω της εκτέλεσης έργων τουριστικής υποδομής είτε έμμεσα, μέσω του μηχανισμού των χρηματοδοτήσεων και γενικότερα των κινήτρων αποτελεί ένα ακόμα γνώρισμα που χαρακτηρίζει τον σύγχρονο τουρισμό, αλλά την ίδια στιγμή και μια έμπρακτη απόδειξη ότι το κράτος θέλει ουσιαστικά να αναπτυχθεί ο σημαντικός αυτός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, γιατί έτσι υπολογίζει να ωφεληθεί σημαντικά και η οικονομία του από τις ευεργετικές αλυσιδωτές

επιδράσεις του και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας (Λαγός, 2005).

#### **1.4. Οι επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας**

---

Αν θέλουμε να εξετάσουμε τις επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας πρέπει να λάβουμε υπ' όψιν τις τρεις διαστάσεις της βιώσιμης ανάπτυξης (οικονομική αποτελεσματικότητα, κοινωνική ισότητα και περιβαλλοντική διατήρηση), και πιο συγκεκριμένα, όταν λαμβάνεται υπόψη και η μακροχρόνια διάστασή τους, παραπέμποντας στην έννοια του βιώσιμου τουρισμού. Στο σύνολό τους, οι μορφές τουρισμού δεν έχουν τις ίδιες, είτε θετικές είτε αρνητικές, επιπτώσεις.

Τις πιο θετικές επιπτώσεις έχουν οι μορφές του τουρισμού οι οποίες είναι καλύτερα προσαρμοσμένες στις ιδιαίτερες συνθήκες της περιοχής όπου αναπτύσσονται, μέσω της αξιοποίησης, με μακροχρόνια προοπτική, των φυσικών ανθρώπινων και ανθρωπογενών πόρων.<sup>1</sup> Εξάλλου, και το γεγονός ότι οι μορφές αυτές βασίζονται στους τοπικούς πόρους περισσότερο από τις συμβατικές μορφές τουρισμού, μας οδηγεί στο να εξετάζουμε τα τουριστικά προϊόντα, όπως προσφέρονται στις συγκεκριμένες περιοχές.

Συμπερασματικά, το ζητούμενο είναι η εξεύρεση του κατάλληλου πλαισίου για την αξιολόγηση των διαφορετικών τουριστικών προϊόντων σε ό,τι αφορά στη συμβολή τους στη βιώσιμη ανάπτυξη μιας περιοχής υποδοχής, σκοπεύοντας έτσι να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης και

---

<sup>1</sup> Η ίδια μορφή τουρισμού έχει διαφορετικές επιπτώσεις σε διαφορετικές περιοχές, εφόσον εφαρμόζεται με διαφορετικό κάθε φορά τρόπο. Αυτό σημαίνει ότι για κάθε μορφή τουρισμού μπορεί να υπάρχουν τόσα προϊόντα, όσοι είναι και οι προορισμοί που την εφαρμόζουν.

ύστερα να επιβεβαιωθεί η υπόθεση ότι οι ειδικές μορφές τουρισμού έχουν καλύτερες επιδόσεις από το μαζικό τουρισμό παραλίας.

Η επίτευξη της βελτίωσης των επιδόσεων του μαζικού τουρισμού μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσα από την εφαρμογή των συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης στα ξενοδοχεία, τα οποία να οδηγούν στη μείωση της κατανάλωσης νερού και ενέργειας, στη μείωση των υλικών συσκευασίας και στην ανακύκλωση των υπόλοιπων στερεών αποβλήτων, με την εκπαίδευση του τοπικού δυναμικού και την αξιοποίησή του στις τουριστικές επιχειρήσεις, με την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, με τον εμπλουτισμό του προϊόντος με νέες δραστηριότητες, με τη χρήση των προϊόντων των τοπικών επιχειρήσεων και με την επανεπένδυση των κερδών.

Η συγκεκριμένη διαδικασία βελτίωσης έχει κάποια όρια που σχετίζονται με τα εγγενή χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου προϊόντος. Ο μαζικός τουρισμός, μεταξύ άλλων (Mathieson & Wall 1982):

- δημιουργεί προσωρινές και εποχικές θέσεις απασχόλησης, κυρίως για μη ειδικευμένο προσωπικό, διανέμοντας χαμηλά εισοδήματα..
- έχει υψηλό βαθμό τυποποίησης, γεγονός που οδηγεί σε παραγκωνισμό προϊόντα και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των περιοχών υποδοχής, ομογενοποιώντας τα παραγόμενα προϊόντα.
- κατευθύνεται από τους μεγάλους Tour-Operators, οι οποίοι λόγω της δεσπόζουσας θέσης τους στην αγορά, επιτυγχάνουν χαμηλές τιμές σε βάρος των τοπικών παραγωγών, που βρίσκονται σε υψηλό ανταγωνισμό μεταξύ τους.
- οδηγεί σε υψηλές συγκεντρώσεις πληθυσμού σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο με αποτέλεσμα τις υψηλές περιβαλλοντικές και κοινωνικές πιέσεις.

Ο τουρισμός είναι ένας δυναμικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, ο οποίος έχει σημασία τόσο στις αναπτυγμένες όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες του

πλανήτη και έχει τύχει γενικής αναγνώρισης κατά καιρούς, παρά τις όποιες επιφυλάξεις έχουν διατυπωθεί, από ορισμένους κύκλους.

Πιο παλιά αλλά και μέχρι πρόσφατα, δηλαδή το πρώτο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα, ο τουρισμός ήταν ένα οικονομικό φαινόμενο το οποίο είχε περιοσμένη έκταση και σημασία και υπήρχε λίγο πολύ σε λανθάνουσα κατάσταση. Η παραγωγική του δραστηριότητα ως κλάδος της οικονομίας ήταν ουσιαστικά ασήμαντη, η δε ανάπτυξη του απρογραμμάτιστη, δηλαδή συμπτωματική, ευκαιριακή και άναρχη. Κατά την διαδικασία της επίτευξης του σημερινού σταδίου ανάπτυξης, χρειάστηκαν να περάσουν πολλά χρόνια. Η εξέλιξη του τουρισμού πάντως, η οποία σε πολλές περιπτώσεις υπήρξε εντυπωσιακή, του εξασφάλισε δίκαια μια καίρια θέση ανάμεσα στις διάφορες οικονομικές δραστηριότητες του ανθρώπου (Ηγουμενάκης, 2004).

Σε πάρα πολλές χώρες και πιο συγκεκριμένα στις αναπτυσσόμενες, ο τουρισμός είναι, αν όχι η αξιολογότερη συναλλαγατοφόρα πηγή τους, τουλάχιστον μια από τις πιο σημαντικές. Το συνάλλαγμα το οποίο εισρέει σε αυτές κάθε χρόνο μέσω του τουρισμού, καλύπτει σε πολλές περιπτώσεις ένα μεγάλο ποσοστό του παθητικού του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών τους. Αν εξαιρέσουμε αυτό το γεγονός ο τουρισμός συμβάλλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη και όλων σχεδόν των άλλων κλάδων της οικονομικής τους δραστηριότητας. Όπως ξέρουμε, τα χρήματα τα οποία ξοδεύουν οι τουρίστες σε έναν τουριστικό προορισμό, διοχετεύονται μέσα από τις τουριστικές επιχειρήσεις σε άλλους κλάδους της οικονομίας για την αγορά των προϊόντων που παράγουν, όπως για παραδείγματος χάριν, αγροτικά, βιομηχανικά κλπ., καθώς επίσης άυλα προϊόντα, δηλαδή υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να τονώνεται σημαντικά η εγχώρια παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα (Λαγός, 2005).

Αν εξαιρέσουμε το γεγονός πως αποτελεί έναν από του πιο σημαντικούς κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, ο τουρισμός είναι και σημαντικός εργοδότης, το γεγονός αυτό προκύπτει γιατί η ανάπτυξη ή μεγέθυνση του σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο είναι στενά συνυφασμένη και με τη δημιουργία

ικανοποιητικού αριθμού θέσεων εργασίας, έστω και αν αυτές έχουν τις περισσότερες φορές εποχιακό χαρακτήρα. Το πιο σημαντικό γεγονός απ' όλα είναι πως ο τουρισμός έχει την δυνατότητα να δημιουργεί θέσεις εργασίας εκεί που άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, για διάφορους λόγους, αδυνατούν να δημιουργήσουν. Μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας, ο τουρισμός δημιουργεί και έσοδα για τις περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται ή μεγεθύνεται. Μέσω του συγκεκριμένου τρόπου συμβάλλει και στην εξομάλυνση του εισοδήματος, σε προσωπικό αλλά και σε περιφερειακό επίπεδο, ιδιαίτερα δε σε περιοχές που διακρίνονται για το χαμηλό δείκτη της οικονομικής τους δραστηριότητας και το χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα των πληθυσμών τους.

Η ανάπτυξη του τουρισμού στις περιοχές αυτές προκαλεί χωρίς άλλο αξιόλογες εισροές. Συγκεκριμένα φέρνει, μεταξύ άλλων, και άφθονα χρήματα στους τόπους όπου πραγματοποιείται αυτή, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων κυκλοφορεί μέσα σε αυτούς, δημιουργώντας έτσι πρόσθετο εισόδημα για τους κατοίκους τους, καθώς επίσης έσοδα για την τοπική αυτοδιοίκηση και γενικότερα για το κράτος. Εκτός από τις άμεσες και εμφανείς επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία μιας χώρας, υπάρχουν και αυτές που χαρακτηρίζονται σαν πολλαπλασιαστικές, οι οποίες εκτός ότι διευρύνουν τον οικονομικό και κοινωνικό ρόλο του τουρισμού, διευρύνουν παράλληλα και τον κύκλο των κοινωνικών ομάδων που επηρεάζονται από το φαινόμενο (Ηγουμενάκης, 2004).

Αναφορικά με τις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού, αυτές εκδηλώνονται μέσω μιας σειράς συναλλακτικών πράξεων και προκαλούν ποσοτικά και ποιοτικά αποτελέσματα. Τα ποσοτικά αποτελέσματα αναφέρονται στη διαμόρφωση του τουριστικού εισοδήματος, το τελικό ύψος του οποίου εξαρτάται από τον αριθμό των συναλλακτικών πράξεων που πραγματοποιούνται στο τουριστικό κύκλωμα, ενώ η πραγματοποίηση μεγάλου αριθμού τους δίνει τις ποιοτικές διαστάσεις του φαινομένου που αποτελούν, δηλαδή του τουρισμού, καθώς επίσης τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να πούμε δύο λόγια και για τις άλλες προεκτάσεις που έχουν αυτές στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο, πλην όμως κατά έμμεσο τρόπο. Οι συναλλακτικές πράξεις στον

τουρισμό αποφέρουν σημαντικά φορολογικά έσοδα στην τοπική αυτοδιοίκηση και το κράτος. Ένα μέρος από αυτά επιστρέφεται εκ μέρους της τοπικής αυτοδιοίκησης και του κράτους στους τουριστικούς τόπους από τους οποίους εισπράχθηκαν με τη μορφή κοινωνικών επενδύσεων που πραγματοποιούνται σε αυτούς (Ηγουμενάκης, 2004).

Χωρίς αμφιβολία, ο τουρισμός είναι ένας πολύ σημαντικό παράγοντας παράγοντα οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης των χωρών και πιο συγκεκριμένα αυτών των χωρών, που για διαφορετικούς λόγους, δεν έχουν κατορθώσει να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας που τις μαστίζει. Το γεγονός αυτό όμως, σε καμιά περίπτωση δεν σημαίνει ότι ο τουρισμός αποτελεί πανάκεια για τα οικονομικά προβλήματα τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσόμενων χωρών. Οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού στις οικονομίες των χωρών για τις οποίες ο λόγος γίνονται αισθητές μόνο όταν η επιχειρούμενη ανάπτυξη ή μεγέθυνση του πραγματοποιείται ορθολογιστικά, προγραμματισμένα «αϊ κυρίως όταν ελέγχεται αυτή, αλλά παράλληλα και όταν συνοδεύεται από μια προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα της οικονομίας τους. Με αυτόν τον τρόπο περιορίζονται και οι όποιες αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού (Ηγουμενάκης, 2004).

Σήμερα, ο τουρισμός, θεωρείται, και όχι άδικα, σαν μια από τις πιο ταχύρρυθμα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες στον κόσμο. Ο αριθμός των εσωτερικών τουριστών έχει υπολογιστεί ότι ανέρχεται σε 1,5 δισεκατομμύριο περίπου τουρίστες και οι προβλέψεις μιλάνε για μια σημαντική αύξηση μέχρι το τέλος του αιώνα μας. Το ίδιο ισχύει και για τον αριθμό των διεθνών τουριστών, που έχει υπολογιστεί ότι ανέρχεται σε 500 εκατομμύρια περίπου. Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ), ο αριθμός αυτός των διεθνών τουριστών θα ξεπεράσει, εκτός απροβλέπτου, το φράγμα των 600 εκατομμυρίων. Αν οι προβλέψεις αυτές του ΠΟΤ επαληθευτούν, τότε είναι προκαταβολικά βέβαιο ότι στο τέλος του 20ου αιώνα ή το αργότερο στις αρχές του 21<sup>ου</sup> αιώνα ο



τουρισμός θα έχει αδιαφιλονίκητα γίνει και ουσιαστικά η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο: η τουριστική βιομηχανία (Ηγουμενάκης, 2004).

Υπό αυτές τις συνθήκες, ο τουρισμός, αποτελεί πια κοινή συνείδηση ότι το μάρκετινγκ στον τουρισμό, θα είναι όσο ποτέ άλλοτε απαραίτητο για την πληρέστερη ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων, ενώ η συμβολή του στο να γίνει ο τουρισμός η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο θα είναι αναμφίβολα καθοριστικής σημασίας (Ηγουμενάκης, 2004).

## **Κεφάλαιο 2ο**

### **Ο Ελληνικός Τουρισμός**

#### **2.1. Τα κύρια χαρακτηριστικά του Ελληνικού τουρισμού**

---

Βάσει των προβλέψεων του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ), μέσα στα επόμενα έτη, η τουριστική δραστηριότητα αναμένεται να αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό, φθάνοντας το 2020 τις 1.6 δισεκατομμύρια αφίξεις από 665 εκατομμύρια που ήταν το 2000, δηλαδή καταγράφοντας μια εντυπωσιακή ετήσια μέση αύξηση 4,3%. Η Ελλάδα έχει μια ιδιαίτερα προνομιούχα θέση στον ευρωπαϊκό χάρτη με μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα (ΣΕΤΕ, 2014). Τα κύρια χαρακτηριστικά που έχει ο Ελληνικός τουρισμός συνοψίζονται στα παρακάτω (ΣΕΤΕ, 2014):

- Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών με συνέπεια την δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών.
- Αυξανόμενη συμμετοχή εσωτερικού τουρισμού με συνέπεια την δυνατότητα χρονικής κατανομής της ζήτησης.
- Διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές με συνέπεια την έλλειψη κινήτρων αναβάθμισης καταλυμάτων.
- Μικρής διάρκειας τουριστική περίοδος με συνέπεια την θερινή επιβάρυνση των υποδομών και την υπολειτουργία εκτός σεζόν γεγονός που κάνει αναγκαία την ανάπτυξη άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού για τους υπόλοιπους μήνες.
- Μικρό μέγεθος των μη – ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων με αποτέλεσμα την δημιουργία προβλημάτων βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα.

- Μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: ‘‘Ήλιος – θάλασσα’’, με συνέπεια την εύκολη υποκατάσταση από άλλες μεσογειακές χώρες.
- Ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα τα οποία είναι μικρού ή μεσαίου μεγέθους και προσφέρουν χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών.
- Περιορισμένη διάρθρωση τουριστικής ζήτησης με λίγους τουριστικούς πράκτορες με αποτέλεσμα την ύπαρξη ισχυρών πιέσεων για χαμηλές τιμές.
- Σημαντική μείωση του μεριδίου των Αμερικανών τουριστών με αποτέλεσμα την απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος και αναγκαστική αναζήτηση νέων αγορών.
- Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι κυρίως κληρονομημένα όπως για παράδειγμα το φυσικό περιβάλλον και η πολιτισμική κληρονομιά.
- Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής στις πόλεις με αποτέλεσμα την άνιση ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών.

Αναφορικά με την σημερινή οικονομική κατάσταση της Ελλάδος, συνάγονται ορισμένα πλεονεκτήματα αλλά και αδυναμίες του Ελληνικού Τουρισμού. Τα πλεονεκτήματα της χώρας μας είναι τα εξής (Βρανόπουλος, 1996):

- Η παρουσία της μέσα στην Ευρώπη, τον κύριο προορισμό του παγκόσμιου τουρισμού, και η άμεση γειτνίασή της με άλλες χώρες ιδιαίτερου τουριστικού ενδιαφέροντος.
- Η πολύ υψηλή και θετική αναγνωρισιμότητα. Η Ελλάδα ως χώρα είναι γνωστή και ευμενώς αποδεκτή σε μεγάλο ποσοστό κατοίκων του πλανήτη.
- Η αφθονία και ποικιλομορφία των φυσικών πόρων που επιτρέπουν τουρισμό 12μηνης βάσης.
- Η δημιουργία κατά την τελευταία 15ετία σημαντικών επιχειρήσεων που προσφέρουν εμπλουτισμένο προϊόν για την προσέλκυση τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων.

- Η θετική συνεισφορά του Αναπτυξιακού Νόμου στην αναβάθμιση των ξενοδοχειακών και τουριστικών υποδομών γενικότερα.
- Η πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής.
- Ο σημαντικός ρόλος του Τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη.
- Οι εξαιρετικές φυσικές ομορφιές και το ήπιο, φιλικό στον άνθρωπο, μεσογειακό κλίμα.
- Οι μοναδικές ιστορικές και πολιτισμικές καταβολές της, που ασκούν παγκόσμια γοητεία.

Αναφορικά με τις αδυναμίες του Ελληνικού τουρισμού, αυτές συνοψίζονται στις παρακάτω: (Βρανόπουλος, 1996):

- Δεν υπάρχει επαρκώς ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό.
- Η αλλοίωση των πολιτιστικών χαρακτηριστικών στις τοπικές κοινωνίες.
- Η άνιση τουριστική ανάπτυξη των Περιφερειών της χώρας.
- Η επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος.
- Η μείωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος εξαιτίας της ανάπτυξης νέων αγορών όπως είναι της Τουρκίας.
- Η μη διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- Η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστικών μονάδων είναι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις με περιορισμένη ικανότητα προώθησης, αξιοποίησης και αποτελεσματικής οικονομικής διαχείρισης.
- Ο έντονος εποχικός χαρακτήρας.
- Οι σημαντικές ελλείψεις σε υποδομές και ανωδομές όπως είναι οι μεταφορές, οι ξενοδοχειακές υποδομές και οι συνεδριακοί χώροι.

## **2.4. Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος**

---

Αναφορικά με τη τουριστική αγορά της χώρας μας, αυτή θεωρείται σαν έναν ώριμο τουριστικό προορισμό ο οποίος έχει να αντιμετωπίσει έντονο ανταγωνισμό που προκύπτει μέσω αναδυόμενων μεσογειακών προορισμών, κατά βάση σε επίπεδο τιμών, προσφέρει το ίδιο προϊόν με τους ανταγωνιστές της και διεκδικεί μερίδιο από τις ίδιες τουριστικές αγορές.

Η τουριστική αγορά της χώρας μας απευθύνεται κατά βάση σε τουρίστες από χώρες της Βορειοδυτικής Ευρώπης που επιθυμούν να προσελκύσουν μαζικό τουρισμό καθώς και ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα αποτελεί το χαμηλό κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών. Μέσα από την αύξηση του ποσοστού των εισπράξεων φαίνεται μια πιθανή βελτίωση της αποτελεσματικότητας της ελληνικής τουριστικής αγοράς η οποία κυρίως πηγάζει από την αύξηση των τιμών των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Παρ' όλα αυτά, η διατήρηση της ανταγωνιστικότητας οδηγεί στην προσπάθεια να συμβαδίζει η αύξηση των τιμών με την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών (Βαρβαρέσος, 2000).

Ο τομέας της ανταγωνιστικότητας, αποτελεί γεγονός πως επηρεάζεται από μια πληθώρα παραγόντων και διαμορφώνεται μέσα από την ικανότητά τους να ικανοποιούν την ζήτηση για τουριστικά προϊόντα που μπορούν να τα προσφέρουν με καλύτερο τρόπο σε συγκεκριμένη τουριστική αγορά από τις άλλες επιχειρήσεις. Είναι γνωστό το γεγονός πως η τουριστική δραστηριότητα έχει μειωμένη πληροφόρηση και αυτό που επιτρέπει στους φορείς της τουριστικής βιομηχανίας να αναπτύσσουν πολλές και ποικίλες μεθόδους όσον αφορά στην αποτύπωση της συμβολής του στην ελληνική οικονομία (Βαρβαρέσος, 2000).

Ουσιαστικά, βάσει των προαναφερθέντων, είναι ανέφικτο, σε πρακτικό επίπεδο, να εκφραστεί η συνολική τουριστική ζήτηση μέσα από τους εθνικούς λογαριασμούς και να πραγματοποιηθεί η εκτίμηση της συμβολής του τουρισμού στα βασικότερα μακροοικονομικά μεγέθη και, κατά συνέπεια, η χάραξη των αναγκαίων πολιτικών.

Η συγκεκριμένη προσέγγιση, που προαναφέραμε, συνιστά αδυναμία αναφορικά με την εκτίμηση της τρέχουσας ανταγωνιστικότητας, εφόσον δεν λαμβάνει υπ όψιν τις συνθήκες αλλά και τις τάσεις της τουριστικής αγοράς της κάθε χώρας σε δεδομένο χρόνο. Παρ' όλα αυτά, αποτελεί μια προσέγγιση που έχει την δυνατότητα να δείξει τη σχετική τάση για την σύγκριση με ανταγωνίστριες χώρες. Ισχύουν τα παρακάτω στοιχεία (Βαρβαρέσος, 1991):

- Η χώρα μας καταλαμβάνει την 24η θέση στη γενική κατάταξη ανταγωνιστικότητας. Σε επίπεδο άμεσων ανταγωνιστών υστερεί έναντι Ισπανίας, της Κύπρου και της Πορτογαλίας και υπερτερεί έναντι της Κροατίας, της Τουρκίας και της Αιγύπτου.
- Με βάση τα «Έσοδα ανά Κάτοικο» κατατάσσεται στην 9η θέση με 1.390 USD ανά άφιξη.
- Με βάση τη «Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη» - ΜΚΔ», η χώρα μας κατατάσσεται στην 15η θέση με 1.019 USD ανά τουρίστα.
- Με βάση το «Έσοδο ανά κάτοικο ως ποσοστό του κατά κεφαλή ΑΕΠ» που αντιστοιχεί στο 5% του κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας μας, αυτό μας φέρνει στην 6η θέση της σχετικής κατάταξης.

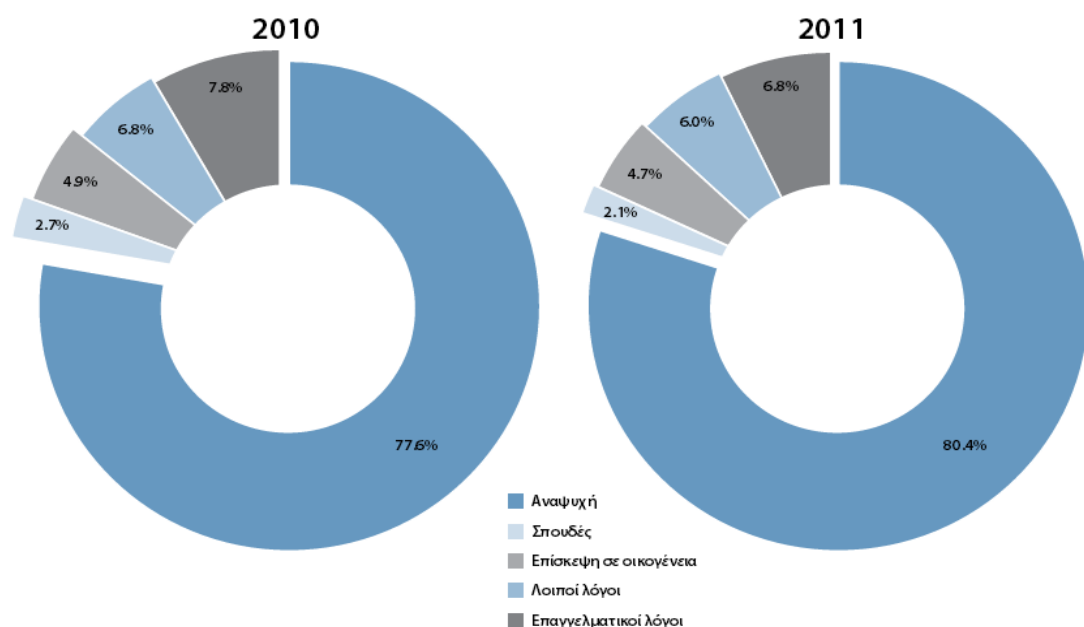
Από τα παραπάνω δεδομένα και σε σύγκριση με τα αντίστοιχα τουριστικά μεγέθη των δύο προηγούμενων εκθέσεων του World Economic Forum, προκύπτει ότι ο τουρισμός της χώρας μας εξακολουθεί να είναι σημαντικός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης, παρά τις μικρές διαχρονικές διακυμάνσεις των οικονομικών μεγεθών.

### 2.3. Λόγοι επίσκεψης στην Ελλάδα.

Το ποσοστό του 80% εκ των αλλοδαπών οι οποίοι επισκέπτονται τη χώρα μας είναι για λόγους αναψυχής. Από την άλλη πλευρά, μόνο το ποσοστό του 6,8% των επισκεπτών επισκέπτονται την Ελλάδα για επαγγελματικούς λόγους. Τα τελευταία χρόνια η οικονομική δυσπραγία έχει οδηγήσει σε μείωση του ποσοστού των ταξιδιών για λόγους υγείας, εκπαίδευσης και διεκπεραίωσης επαγγελματικών υποθέσεων. Συνεπώς, το ποσοστό όσων ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής αυξάνεται διαρκώς.

Η μείωση του αριθμού των ταξιδιών για επαγγελματικούς σκοπούς προς την Ελλάδα συνεχίστηκε το 2012. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το 2ο τρίμηνο του 2012 τα επαγγελματικά ταξίδια μειώθηκαν κατά 19,2% σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο του 2011 (ΣΕΤΕ, 2014).

Διάγραμμα 4: Ταξιδιωτικές Εισπράξεις στην Ελλάδα κατά Λόγο Ταξιδιού 2009 & 2011



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος.

Πίνακας 2: Ταξιδιωτικές εισπράξεις κατά λόγο ταξιδιού

| Περίοδος | Προσωπικοί Λόγοι |         |              |                        |              |                         | Επαγγελματικοί Λόγοι | Σύνολο   | % Μεταβολής ως προς το προηγούμενο έτος |   |
|----------|------------------|---------|--------------|------------------------|--------------|-------------------------|----------------------|----------|---|---|
|          | Αναψυχή          | Σπουδές | Λόγοι υγείας | Επίσκεψη σε οικογένεια | Λοιποί λόγοι | Σύνολο προσωπικών λόγων |                      |          |   |   |
| 2007     | 8.765,8          | 280,6   | 41,7         | 715,5                  | 534,9        | 10.338,5                | 980,7                | 11.319,2 | -0,3                                    |   |
| 2008     | 9.301,2          | 272,2   | 50,4         | 646,0                  | 462,0        | 10.731,8                | 904,1                | 11.635,9 | 2,8                                     |   |
| 2009     | 8.336,1          | 306,4   | 40,3         | 546,6                  | 472,4        | 9.701,9                 | 698,4                | 10.400,3 | -10,6                                   |   |
| 2010     | 7.461,8          | 282,1   | 29,8         | 471,6                  | 620,4        | 8.865,7                 | 745,6                | 9.611,3  | -7,6                                    |   |
| 2011     | 8.446,7          | 223,9   | 35,2         | 489,5                  | 596,1        | 9.791,3                 | 713,1                | 10.504,7 | 9,3                                     |   |
| 2009     | I                | 163,5   | 53,4         | 7,9                    | 65,0         | 55,6                    | 345,5                | 140,8    | 486,3                                   | % Μεταβολή ως προς το αντίστοιχο 3μηνο του προηγούμενου έτους |
|          | II               | 2.123,6 | 96,6         | 10,3                   | 126,4        | 122,1                   | 2.479,0              | 193,5    | 2.672,5                                 |   |
|          | III              | 5.343,2 | 80,2         | 16,5                   | 247,5        | 186,2                   | 5.873,7              | 176,5    | 6.050,2                                 |   |
|          | IV               | 705,8   | 76,1         | 5,5                    | 107,7        | 108,5                   | 1.003,7              | 187,6    | 1.191,3                                 |   |
| 2010     | I                | 135,7   | 53,2         | 7,7                    | 71,1         | 60,9                    | 328,5                | 148,1    | 476,6                                   | -2,0  |
|          | II               | 1.814,0 | 92,1         | 10,4                   | 107,7        | 153,7                   | 2.177,8              | 197,0    | 2.374,8                                 | -11,1   |
|          | III              | 4.811,7 | 67,5         | 5,1                    | 205,8        | 314,2                   | 5.404,3              | 247,2    | 5.651,5                                 | -6,6  |
|          | IV               | 700,4   | 69,3         | 6,7                    | 87,1         | 91,6                    | 955,1                | 153,3    | 1.108,4                                 | -7,0  |
| 2011     | I                | 158,1   | 45,0         | 4,5                    | 63,3         | 61,7                    | 332,6                | 134,1    | 466,7                                   | -2,1  |
|          | II               | 2.091,0 | 74,5         | 7,2                    | 110,2        | 151,0                   | 2.433,9              | 187,2    | 2.621,1                                 | 10,4  |
|          | III              | 5.437,9 | 53,4         | 15,9                   | 225,2        | 279,0                   | 6.011,5              | 234,5    | 6.246,0                                 | 10,5  |
|          | IV               | 759,7   | 51,0         | 7,6                    | 90,8         | 104,5                   | 1.013,5              | 157,5    | 1.171,0                                 | 5,6   |
| 2012     | I                | 115,5   | 37,2         | 6,7                    | 74,3         | 58,4                    | 292,1                | 115,3    | 407,3                                   | -12,7   |
|          | II               | 1.932,1 | 64,0         | 6,4                    | 116,0        | 143,7                   | 2.262,2              | 151,3    | 2.413,5                                 | -7,9  |

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος.



## **2.5. Οι εξελίξεις στο θεσμικό περιβάλλον του ελληνικού τουρισμού (ΣΕΤΕ, 2014)**

---

Αναφορικά με νομοσχέδιο το οποίο και κατατέθηκε προς δημόσια διαβούλευση τον Ιανουάριο του 2013, επιχειρείται η συγκέντρωση στο Υπουργείο Τουρισμού των αρμοδιοτήτων που ασκεί ο Ε.Ο.Τ. στον τομέα των τουριστικών μελετών και επενδύσεων. Εκτός από τη μεταφορά των αρμόδιων Διευθύνσεων του Ε.Ο.Τ., το Υπουργείο απορροφά και την Ειδική Υπηρεσία Προώθησης και Αδειοδότησης Τουριστικών Επενδύσεων, που συστήθηκε στον Ε.Ο.Τ. με το άρθρο 12 του Ν.4002/2011 (ΦΕΚ Α' 180/2011), όπως τροποποιήθηκε από το άρθρο 148 του Ν.4070/2012 (ΦΕΚ Α' 82/2012).

Στο συγκεκριμένο σημείο αυτό, αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως με την ευπρόσδεκτη επανίδρυση του Υπουργείου Τουρισμού η τουριστική επιχειρηματική κοινότητα, όπως εκφράζεται από τους επαγγελματικούς συλλογικούς της φορείς, είχε διατυπώσει τη θέση ότι το Υπουργείο Τουρισμού θα πρέπει να ενισχυθεί με αρμοδιότητες που ασκούνται από άλλα Υπουργεία, οι οποίες όμως είναι καθοριστικές για τη λειτουργία και την ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων. Η ενεργοποίηση της από το 2011 εκκρεμούς Ειδικής Υπηρεσίας Προώθησης και Αδειοδότησης Τουριστικών Επενδύσεων, που θα εγκρίνει και θα αδειοδοτεί ως «υπηρεσία μιας στάσης» τις τουριστικές επενδύσεις άνω των 300 κλινών, τα σύνθετα τουριστικά καταλύματα και τις εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, σηματοδοτεί το πρώτο δείγμα υλοποίησης αυτής της νέας πολιτικής από το Υπουργείο Τουρισμού.

Το 2012 σηματοδοτήθηκε από την επανίδρυση του Υπουργείου Τουρισμού (π.δ. 85/2012, ΦΕΚ Α' 141/2012). Βάση για τη συγκρότηση του νέου υπουργείου αποτέλεσαν οι υπηρεσίες του πρώην Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, που είχαν συγχωνευθεί στο Υπουργείο Πολιτισμού-Τουρισμού με τις ακόλουθες επιμέρους θεσμικές και διοικητικές ρυθμίσεις:

Αν εξαιρέσουμε τις προγραμματισμένες μεταβολές στις δημόσιες διοικητικές δομές και αρμοδιότητες του τουρισμού, έλαβαν χώρα οι παρακάτω σημαντικές ρυθμιστικές παρεμβάσεις στο πλαίσιο λειτουργίας του τουριστικού τομέα.

Ουσιαστικό στοιχείο αναφορικά με την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας είναι το καθεστώς της αδειοδότησης των τουριστικών καταλυμάτων, το οποίο τροποποιήθηκε με τις διατάξεις του Ν. 4070/2012, με σκοπό την απλούστευση και την επιτάχυνση της διαδικασίας χορήγησης του ειδικού σήματος λειτουργίας. Το ειδικό σήμα λειτουργίας του τουριστικού καταλύματος καθίσταται ενιαίο για το σύνολο της μονάδας, συμπεριλαμβανομένων των επιμέρους καταστημάτων και των κολυμβητικών δεξαμενών που διαθέτει το κατάλυμα. Στο εξής, το ίδιο φυσικό πρόσωπο θα μπορεί να είναι υπεύθυνο και για την τήρηση των υγειονομικών διατάξεων. Προβλέπεται η δυνατότητα χορήγησης προέγκρισης λειτουργίας του καταλύματος από τον Ε.Ο.Τ. με την υποβολή και την εξέταση της πληρότητας των δικαιολογητικών, καθώς και προθεσμία 50 ημερών για τη διεξαγωγή των αναγκαίων ελέγχων από μικτό κλιμάκιο των αρμόδιων υπηρεσιών για τη χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας με αυστηρές πειθαρχικές κυρώσεις σε βάρος των αρμόδιων υπαλλήλων στην περίπτωση που δεν τηρηθούν οι προθεσμίες.

Τα προσόντα και οι προϋποθέσεις για τον ορισμό διευθυντή ξενοδοχειακού καταλύματος επικαιροποιήθηκαν για τα ξενοδοχεία 5 και 4 αστερών με βάση τις ανώτερες ή ανώτατες σπουδές και την εργασιακή εμπειρία του ενδιαφερόμενου.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Το πλέγμα των διατάξεων που αναφέρονται στην αδειοδότηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων δέχθηκε την ευνοϊκή επίδραση του εξορθολογισμού και της απλοποίησης της περιβαλλοντικής νομοθεσίας. Με την υπ.αριθμ.59845/2012 Κοινή Υπουργική Απόφαση (ΦΕΚ Β' 3438/2012) για την περιβαλλοντική αδειοδότηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων εντός σχεδίου πόλης άνω των 120 κλινών και εκτός σχεδίου πόλης με δυναμικότητα κάτω των 100 κλινών δεν απαιτείται η υποβολή και αξιολόγηση Μελέτης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (ΜΠΕ), αλλά η υπαγωγή σε Πρότυπες Περιβαλλοντικές Δεσμεύσεις (ΠΠΔ), που αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της άδειας, εν προκειμένω του ειδικού σήματος λειτουργίας, που εκδίδεται από τον Ε.Ο.Τ. Δεν προβλέπεται

Το 2012 ολοκληρώθηκε το πλαίσιο δημιουργίας και λειτουργίας των σύνθετων τουριστικών καταλυμάτων, τα οποία είχαν θεσπιστεί με το άρθρο 8 του Ν.4002/2011 με την έκδοση μιας σειράς εκτελεστικών αποφάσεων όπως:

- η υπ. αριθμ. 177/2012 Υπουργική Απόφαση περί καθορισμού των τεχνικών και λειτουργικών προδιαγραφών των σύνθετων τουριστικών καταλυμάτων (ΦΕΚ Β' 319/2012),
- η υπ. αριθμ. 278/2012 Κοινή Υπουργική Απόφαση για την πρόβλεψη ειδικών ενεργειακών προδιαγραφών (ΦΕΚ Β' 615/2012), καθώς και
- η υπ. αριθμ.125/2012 Υπουργική Απόφαση για τον καθορισμό πρότυπου κανονισμού συνιδιοκτησίας και λειτουργίας σύνθετων τουριστικών καταλυμάτων (ΦΕΚ Β' 195/2012).

Αναφορικά με τα σύνθετα τουριστικά καταλύματα, αυτά είναι μια νέα μορφή ολοκληρωμένου καταλύματος, που συμπεριλαμβάνει ξενοδοχείο 5 αστέρων σε συνδυασμό με τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες και εγκαταστάσεις τουριστικής υποδομής σε γήπεδα τουλάχιστον 150.000 τ.μ. Οι κατοικίες μπορούν να πωληθούν ή να εκμισθωθούν τουλάχιστον για 10 χρόνια, ενώ το ποσοστό αυτών δεν πρέπει να υπερβαίνει το 30% της συνολικά δομούμενης επιφάνειας του καταλύματος. Επιτρέπεται η δημιουργία σύνθετου τουριστικού καταλύματος και σε υφιστάμενο ξενοδοχειακό κατάλυμα σε γήπεδο τουλάχιστον 50.000 τμ με συγκεκριμένους όρους και προϋποθέσεις που ορίζονται στην παράγραφο 6 του άρθρου 8 του Ν.4002/2011. Η νέα μορφή καταλύματος μετά τη νομοθετική αποσαφήνιση, κατ' απαίτηση του Ξ.Ε.Ε. και των συλλογικών φορέων του τουρισμού, ότι μπορεί να υφίσταται μόνο με υποχρεωτική συνύπαρξη τριών ειδών εγκαταστάσεων (ξενοδοχειακό κατάλυμα, εγκατάσταση ειδικής τουριστικής υποδομής και κατοικίες σύμφωνα με τις τεχνικές

---

χρονική διάρκεια των ΠΠΔ, οι οποίες παραμένουν σε ισχύ, εκτός εάν επέλθουν σημαντικές μεταβολές στις εγκαταστάσεις, παραδείγματος χάριν η αύξηση της δυναμικότητας της μονάδας άνω του 10%.

προδιαγραφές των τουριστικών επιπλωμένων κατοικιών) έπαψε να αποτελεί σημείο αντιπαράθεσης μεταξύ της Πολιτείας και του ξενοδοχειακού κλάδου.

Στο συνεχώς μεταβαλλόμενο τοπίο των ειδικών μορφών τουρισμού, το Υπουργείο Πολιτισμού-Τουρισμού στις ρυθμίσεις που εισήγαγε με το Ν. 4070 /2012 θεσμοθέτησε τη μορφή του αλιευτικού τουρισμού,<sup>3</sup> η οποία συνίσταται στην παροχή επιχειρηματικά οργανωμένων τουριστικών υπηρεσιών και αγαθών που συνδέονται με την αλιεία, τις υδατοκαλλιέργειες, την σπογγαλιεία και όλο το πολιτιστικό και γαστρονομικό περιβάλλον των αλιευτικών κοινοτήτων. Προβλέπεται η χορήγηση ειδικής άδειας αλιευτικού τουρισμού σε επιχειρήσεις που ανήκουν σε επαγγελματίες αλιείς ή συνεταιρισμούς αλιέων ή υδατοκαλλιεργητές, οι οποίοι χρησιμοποιούν επαγγελματικά αλιευτικά ή σπογγαλιευτικά σκάφη.

Φαίνεται πως η Γενική Γραμματεία Τουρισμού πλέον συγκεντρώνει το σύνολο των αρμοδιοτήτων χωροθέτησης, διοίκησης, διαχείρισης, εκμετάλλευσης, ελέγχου, παρακολούθησης της λειτουργίας και τήρησης ηλεκτρονικού μητρώου των τουριστικών λιμένων. Θεσπίζεται απαγόρευση ελλιμενισμού σκαφών αναψυχής σε αλιευτικούς λιμένες ή καταφύγια, εφόσον υφίσταται χωροθετημένος και αδειοδοτημένος τουριστικός λιμένας σε απόσταση μικρότερη των 5 ναυτικών μιλίων. Καταργείται ο ξενοδοχειακός τουριστικός λιμένας που αποτελούσε ιδιαίτερη κατηγορία λιμένα στο Ν.2160/1993, ενώ ρυθμίζονται μια σειρά από θέματα, που κυρίως αναφέρονται στη δημιουργία, τη διαδικασία και την εκμετάλλευση μαρινών, στον κανονισμό λειτουργίας των τουριστικών λιμένων, καθώς και τα δικαιώματα του φορέα διαχείρισης.

---

<sup>3</sup> Στο πεδίο του θαλάσσιου τουρισμού, που αποτελεί μείζονος σημασίας τομέα για τον ελληνικό τουρισμό, το Υπουργείο Πολιτισμού-Τουρισμού στο πλαίσιο του ίδιου πολυνόμου 4070/2012, ενέταξε ειδικό κεφάλαιο για τους τουριστικούς λιμένες, τροποποιώντας τη νομοθεσία για τη δημιουργία και τη λειτουργία τους.

Βάσει της έγκρισης το Μεσοπρόθεσμου Πλαισίου Δημοσιονομικής Στρατηγικής 2013-2016 από τη Βουλή με το Ν.4093/2012 (ΦΕΚ Α΄ 222/2012), σ' αυτό συμπεριλαμβάνοντας μια σειρά από διατάξεις που έχουν επίπτωση στον τουριστικό τομέα, όπως:

- Αναγνωρίζεται κατά συνέπεια το δικαίωμα πρόσβασης και άσκησης του επαγγέλματος του ξεναγού και σε υπηκόους των κρατών-μελών της Ε.Ε., κατόχους σχετικών τίτλων εκπαίδευσης, που έχουν αποκτηθεί σε άλλο κράτος-μέλος της Ε.Ε. και έχουν αναγνωρισθεί από το Συμβούλιο Αναγνώρισης Επαγγελματικών Προσόντων, σύμφωνα με τις προβλεπόμενες διαδικασίες.
- Διευκολύνεται η εκμίσθωση επιβατηγών αυτοκινήτων ιδιωτικής χρήσης με οδηγό από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ικανοποιώντας ένα πάγιο αίτημα του ξενοδοχειακού κλάδου, και παράλληλα προσαρμόζοντας η εθνική νομοθεσία με τα ισχύοντα σε όλα τα άλλα κράτη-μέλη της Ε.Ε.
- Θεσμοθετούνται ταχύρυθμα προγράμματα κατάρτισης στην ειδικότητα ξεναγού για αποφοίτους τμημάτων αρχαιολογίας και ιστορίας πανεπιστημίων της ημεδαπής και αναγνωρισμένων της αλλοδαπής.
- Τροποποιείται το καθεστώς άσκησης του επαγγέλματος του ξεναγού, προκειμένου να εναρμονιστεί με τις επιταγές της κοινοτικής νομοθεσίας, που έχουν ενσωματωθεί στο ελληνικό δίκαιο (Π.Δ.38/2010).

## **Κεφάλαιο 3ο**

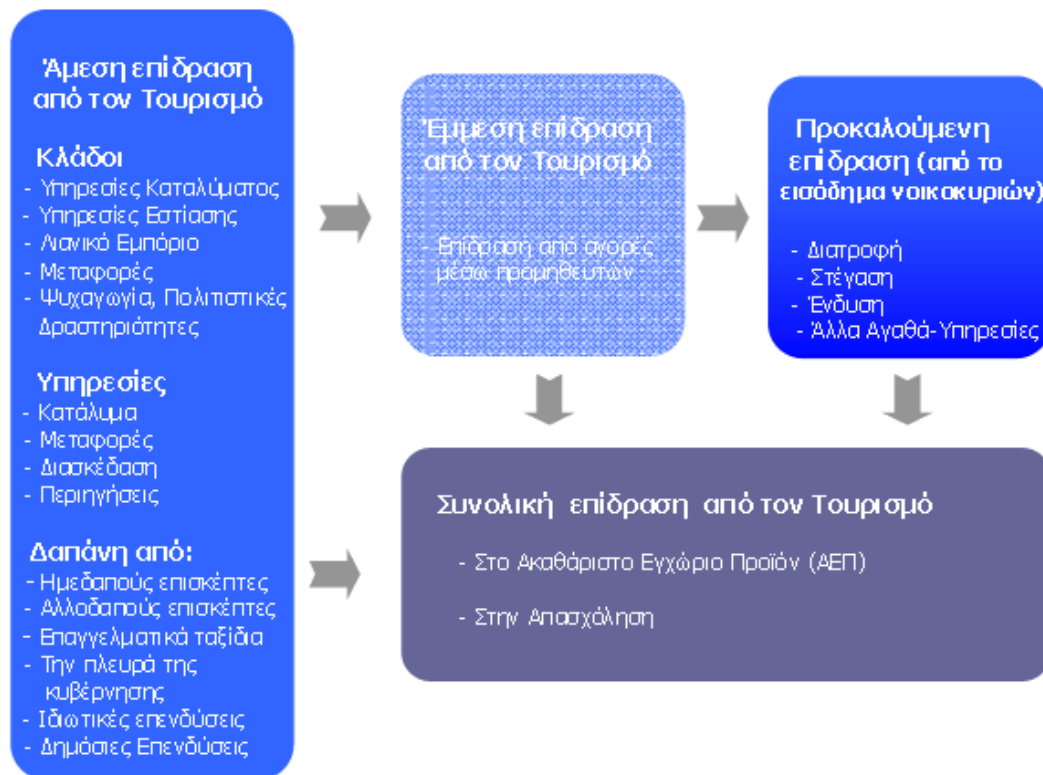
### **Η συμβολή του τουρισμού στα οικονομικά μεγέθη της χώρας**

#### **3.1. Εισαγωγή**

---

Παρ' όλο που η συρρίκνωση του ακαθάριστου προϊόντος ενδεχομένως μπορεί να οδηγήσει σε μείωση των μεγεθών σε απόλυτους όρους, οι εκτιμήσεις που προκύπτουν ως αναλογία στο σύνολο της οικονομίας αναδεικνύουν το σημαντικό ρόλο του τουρισμού στην ελληνική οικονομία (Λαγός, 2005).

Η επίδραση του τουρισμού στα μεγέθη της εγχώριας οικονομίας διακρίνεται σε άμεση, έμμεση και προκαλούμενη (διάγραμμα 11). Η αύξηση της τελικής ζήτησης ως αποτέλεσμα της τουριστικής δαπάνης επηρεάζει τις επιχειρήσεις εκείνες που το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών τους προέρχεται από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας. Οι μεταβολές του επιπέδου της παραγωγής, λόγω της τουριστικής κατανάλωσης, σε συνδυασμό με την αύξηση των αρχικών εισροών που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις αυτές αντιπροσωπεύουν την άμεση επίδραση από την τουριστική κατανάλωση (Λαγός, 2005).



Διάγραμμα 11: Μορφές επίδρασης από την ανάπτυξη του τουρισμού στην οικονομία

Πηγή: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/methodology/>

Το μεγαλύτερο ποσοστό της παραγωγής όσον αφορά στους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας οι οποίοι επηρεάζονται με άμεσο τρόπο από τον τουρισμό, συνεπάγεται την αύξηση της ζήτησης αναφορικά με τα προϊόντα κάποιων άλλων κλάδων τα οποία και χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία. Συνεπώς, μ' αυτό τον τρόπο, έχουμε την δημιουργία, από την πλευρά των προμηθευτών, της ανάγκης επιπρόσθετων εισροών αναφορικά με την κάλυψη της ζήτησης, που προκύπτει επιπλέον, των προϊόντων που οι ίδιες παράγουν. Η συγκεκριμένη αλληλεξάρτηση ανάμεσα στις παραγωγικές διαδικασίες σε μια οικονομία είναι η έμμεση επίδραση (Βαρβαρέσος, 2008).

Εν συνεχεία, οι αμοιβές των νοικοκυριών με εισοδήματα αναφορικά με την εργασία που προσφέρουν, λειτουργούν στα πλαίσια της ικανοποίησης της τελικής ζήτησης αναφορικά με τα τουριστικά προϊόντα και τις υπηρεσίες κατά το μήκος της αλυσίδας αξίας (Βαρβαρέσος, 2008). Την ίδια στιγμή, λειτουργώντας σαν καταναλωτές, ξοδεύουν τα εισοδήματά τους έτσι ώστε να αγοράσουν αγαθά και υπηρεσίες. Συνεπώς, μια αλλαγή που προκύπτει στην ποσότητα της εργασίας επηρεάζει άμεσα το εισόδημα τους καθώς και τις δαπάνες που κάνουν ως καταναλωτικές μονάδες. Ως αποτέλεσμα, το ύψος των αγορών τους εξαρτάται από το εισόδημά τους, που με τη σειρά του εξαρτάται από το μέγεθος της παραγωγής κάθε κλάδου.<sup>4</sup>

Αναφορικά με την διαδικασία της εξέτασης που έχει η οικονομική επίπτωση του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας, η μελέτη επικεντρώνεται στην Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (ΑΠΑ) (Βαρβαρέσος, 2008). Η Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία ορίζεται ως τη διαφορά ανάμεσα στην αξία παραγωγής και στη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση. Ουσιαστικά, πρόκειται για τους πόρους που «μένουν» στην οικονομία και αφορούν στην πληρωμή μισθών, εργοδοτικών εισφορών, φόρων στην παραγωγή, αποσβέσεων κεφαλαίου και μερισμάτων στους μετόχους των εταιρειών, καθώς και για την συσσώρευση κεφαλαίου ως αποθεματικό κερδών των επιχειρήσεων, το οποίο αποτελεί σημαντική πηγή πόρων για μελλοντικές επενδύσεις. Το άθροισμα της ΑΠΑ και των έμμεσων φόρων επί των προϊόντων που καταναλώνονται, αποτελεί το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) που παράγεται από κάθε κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Το ΑΕΠ από τον τουρισμό, ισοδυναμεί με το ακαθάριστο προϊόν των κλάδων που συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος.

---

<sup>4</sup> Με τον όρο προκαλούμενη επίδραση περιγράφεται η συνεισφορά στα αποτελέσματα (ΑΕΠ, απασχόληση, κλπ.) από τη ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες στην οικονομία, ως αποτέλεσμα της μεταβολής του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών που λαμβάνουν κατά το μήκος της αλυσίδας αξίας των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.



### **3.2. Εκτίμηση της συμβολής του τουριστικού συναλλάγματος στη διαμόρφωση του ΑΕΠ κατά το χρονικό διάστημα 2000 – 2012**

---

Όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω, για την Ελλάδα, ο τουρισμός και το τουριστικό συνάλλαγμα αποτελούν ένα κεντρικό πυλώνα όσον αφορά στην ανάπτυξή της, έχοντας ιδιαίτερη συνεισφορά στο ΑΕΠ της χώρας αλλά και στην απασχόληση και επενδύσεις (Λαγός, 2005). Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ οι τομείς του τουρισμού και της ναυτιλίας είναι οι πιο εξωστρεφείς τομείς της οικονομίας της. Η εισροή ταξιδιωτικού συναλλάγματος ασκεί θετική επίδραση στο ισοζύγιο πληρωμών βοηθώντας στη μείωση του ελλείμματος τρεχουσών συναλλαγών. Σε σύγκριση με τις συνολικές εισπράξεις από εξαγωγές, το τουριστικό συνάλλαγμα υπερβαίνει ήδη το σύνολο των εισπράξεων αυτών. Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζεται η ποσοστιαία συμμετοχή του τουριστικού συναλλάγματος στο Α.Ε.Π.

**Πίνακας 1: Η ποσοστιαία συμμετοχή του τουριστικού συναλλάγματος στο Α.Ε.Π.**

| <b>ΕΤΟΣ</b> | <b>ΣΥΜΕΤΟΧΗ ΣΤΟ ΑΕΠ</b> |
|-------------|-------------------------|
| 2000        | 16,6 %                  |
| 2001        | 17,1 %                  |
| 2002        | 16,5 %                  |
| 2003        | 15,9 %                  |
| 2004        | 16.3 %                  |
| 2005        | 17,6 %                  |
| 2006        | 17,8 %                  |
| 2007        | 17.5%                   |
| 2008        | 16.8 %                  |
| 2009        | 15,9 %                  |
| 2010        | 16 %                    |
| 2011        | 15.8 %                  |
| 2012        | 16.4 %                  |

**Πηγή:**

**<http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/Vasika%20Megethi%20tou%20Ellinikoy%20Tourismoy/>**

Όπως προκύπτει από τον πίνακα που παρατίθενται παραπάνω (Πίνακας 1), η συμμετοχή του τουριστικού συναλλάγματος στο ΑΕΠ είναι ιδιαίτερα υψηλή και ακολουθεί μια πορεία ουσιαστικά σταθερή από το 2000 έως το 2012 με πολύ μικρές αποκλίσεις μεταξύ τους. Αναλυτικότερα, φαίνεται μια μικρή αύξηση της συμβολής του τουριστικού συναλλάγματος στο ΑΕΠ από το 2004 και ύστερα λόγω ίσως των ολυμπιακών αγώνων, γεγονός που λειτούργησε κατασταλτικά για την αύξηση της τουριστική κίνησης. Ύστερα, ωστόσο, παρατηρείται μια μικρή πτώση του ποσοστού γεγονός που ίσως να οφείλεται στην οικονομική κρίση που αντιμετώπισε η παγκόσμια οικονομία.

### **3.3. Οι επιπτώσεις τουρισμού στα φορολογικά έσοδα**

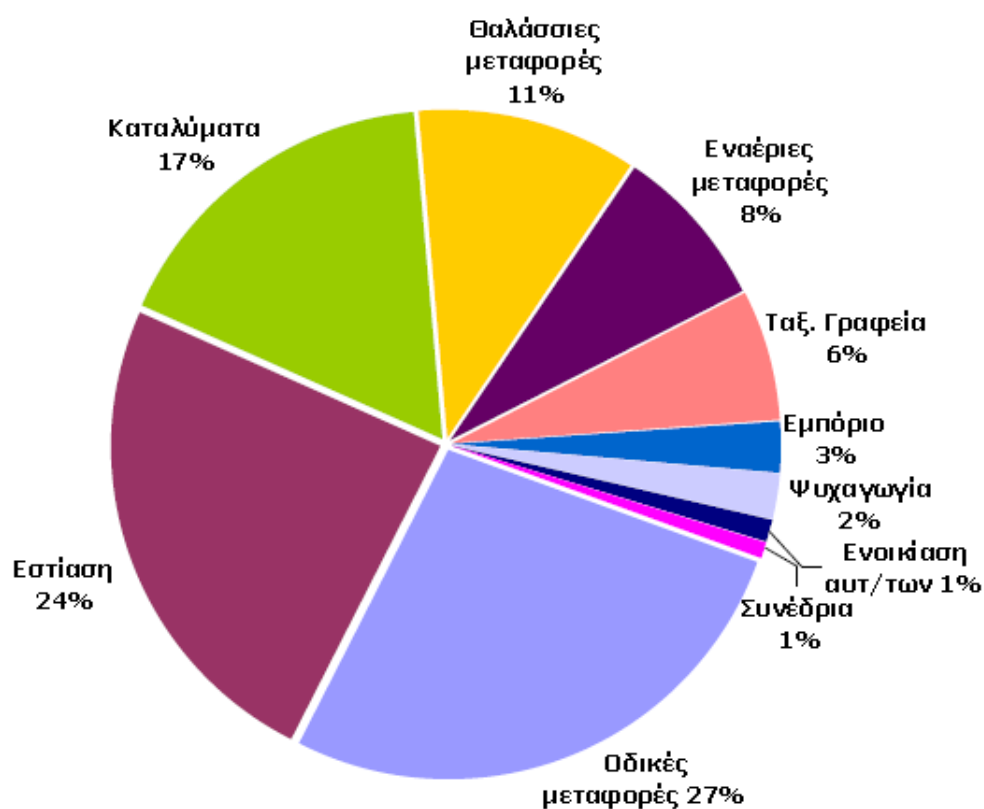
---

Η φορολογική πολιτική που ακολουθείται από το εκάστοτε κράτος αποτελεί και βασικό παράγοντα όσον αφορά στην διαδικασία της άσκησης της δημοσιονομικής πολιτικής. Το κράτος αντλεί έσοδα από πολλές κατηγορίες φόρων που επιβάλλει σε νομικά και φυσικά πρόσωπα, όπως είναι, παραδείγματος χάριν, ο φόρος εισοδήματος, οι φόροι κατανάλωσης, αλλά και οι φόροι που επιβάλλονται στα διάφορα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας (Τσάτσος, 2012).

Η συγκεκριμένη κατηγορία φόρων αφορά στην έμμεση φορολογία<sup>5</sup> την οποία και καταβάλλουν οι επιχειρήσεις κάθε κλάδου αναφορικά με την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών που αποτελούν τις εισροές στην παραγωγική τους διαδικασία (Τσάτσος, 2012). Φόροι επί των υπηρεσιών που προσφέρουν οι τουριστικές επιχειρήσεις στους πελάτες τους, όπως για παράδειγμα ο ΦΠΑ που καταβάλλεται από τον καταναλωτή για τη διαμονή του σε ένα ξενοδοχειακό κατάλυμα, δεν αποτυπώνεται σε κλαδικό επίπεδο στο σύστημα των πινάκων εισροών-εκροών.

---

<sup>5</sup> Βλ. ΦΠΑ, φόροι και δασμοί επί των προϊόντων που εισάγονται και Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης.

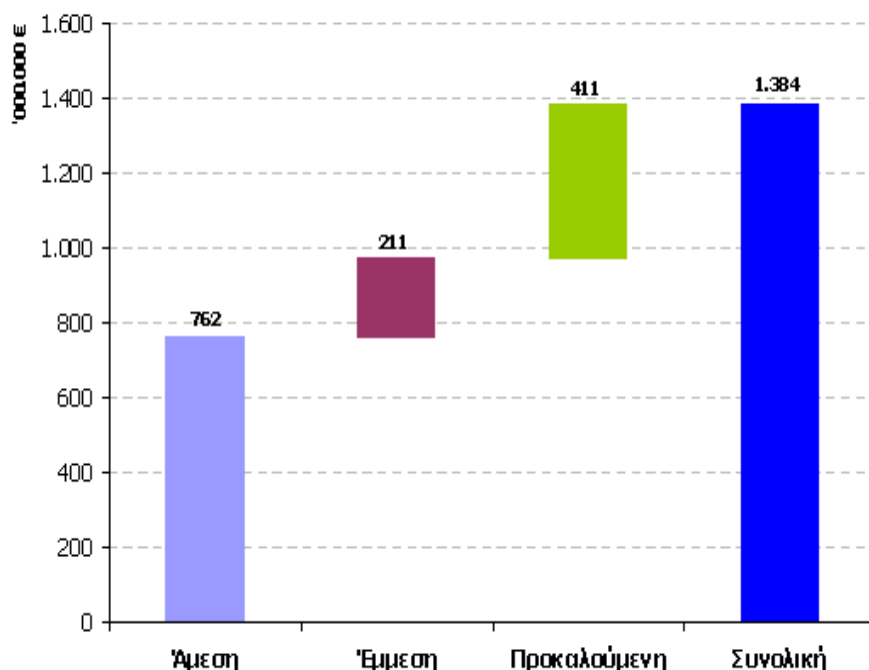


Διάγραμμα 12: Κατανομή της επίδρασης στα έσοδα έμμεσης φορολογίας από την τουριστική δαπάνη κατά την διάρκεια του έτους 2010

Πηγή: <http://www.iobe.gr/>

Όπως προκύπτει από έρευνα που διεξήχθη από το IOBE το έτος 2012, η επίδραση στην έμμεση φορολογία από την τουριστική δαπάνη εκτιμάται για το 2010 σε 733 εκατ. ευρώ. Το μεγαλύτερο μέρος της συνεισφοράς αυτής προέρχεται από τον κλάδο των μεταφορών (Θαλάσσιες, Αεροπορικές, Οδικές), γεγονός που σχετίζεται με την πληρωμή του ΕΦΚ στα καύσιμα που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις των κλάδων αυτών για τη δραστηριότητά τους. Αντίστοιχα, σημαντική είναι η συμβολή στην έμμεση φορολογία από την Εστίαση (24%) και τον κλάδο παροχής καταλύματος (ΣΕΤΕ, 2014).

Λαμβάνοντας υπόψη την επίδραση που προέρχεται από τις επενδύσεις οι οποίες συνδέονται με την ανάπτυξη του εγχώριου τουριστικού προϊόντος, η άμεση επίδραση στα φορολογικά έσοδα ανέρχεται σε 762 εκατ. ευρώ, ενώ συμπεριλαμβανομένης και της ιδιωτικής κατανάλωσης η συνεισφορά ενισχύεται κατά 411 εκατ. ευρώ. Σωρευτικά, η συμβολή στα φορολογικά έσοδα εκτιμάται σε 1,4 περίπου δισεκ. ευρώ, επίδοση που αντιστοιχεί στο 5% των συνολικών εσόδων του κράτους το 2010 από την έμμεση φορολογία (ΣΕΤΕ, 2014).



Διάγραμμα 13: Επίδραση του τουρισμού στα έσοδα από την έμμεση φορολογία, 2010

Πηγή: <http://www.iobe.gr/>

Αναφορικά με επιμέρους κατηγορίες, βασικό στοιχείο της φορολόγησης των επιχειρήσεων είναι ο φόρος εισοδήματος.<sup>6</sup> Δεδομένου ότι από τα στοιχεία της

<sup>6</sup> Η διαφορά που προκύπτει μεταξύ των καθαρών αποτελεσμάτων χρήσης προ φόρων και των κερδών χρήσης μετά των φόρων.

Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων δεν είναι διαθέσιμη η κατανομή των εσόδων από φορολογητέα κέρδη με βάση την οικονομική δραστηριότητα, ακολουθείτε μια έμμεση μέθοδος προσέγγισης του μεγέθους.

Μέσω δημοσιευμένων ισολογισμών οικονομικών καταστάσεων για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους συναφείς με τον τουρισμό κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, υπολογίστηκε ο φόρος εισοδήματος για τις κερδοφόρες επιχειρήσεις. Το γινόμενο του συνολικού φόρου εισοδήματος, ως ποσοστό του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων του δείγματος κάθε κλάδου, επί την αξία παραγωγής από τον πίνακα εισροών-εκροών θεωρείται ως μια ένδειξη του ύψους του φόρου εισοδήματος που καταβάλλεται από τις επιχειρήσεις.

Με βάση αυτή την προσέγγιση, ο φόρος εισοδήματος που καταβλήθηκε από τον κλάδο των υπηρεσιών καταλύματος εκτιμάται σε 89 εκατ. ευρώ, από τον κλάδο των Ταξιδιωτικών πρακτορείων σε 11 εκατ. ευρώ, ενώ σε διπλάσιο σχεδόν επίπεδο κυμαίνεται η εκτίμηση για τον φόρο εισοδήματος στις εταιρείες ενοικίασης και εκμίσθωσης οχημάτων.<sup>7</sup>

### **3.4. Η επίδραση του ξενοδοχειακού κλάδου στην οικονομία**

---

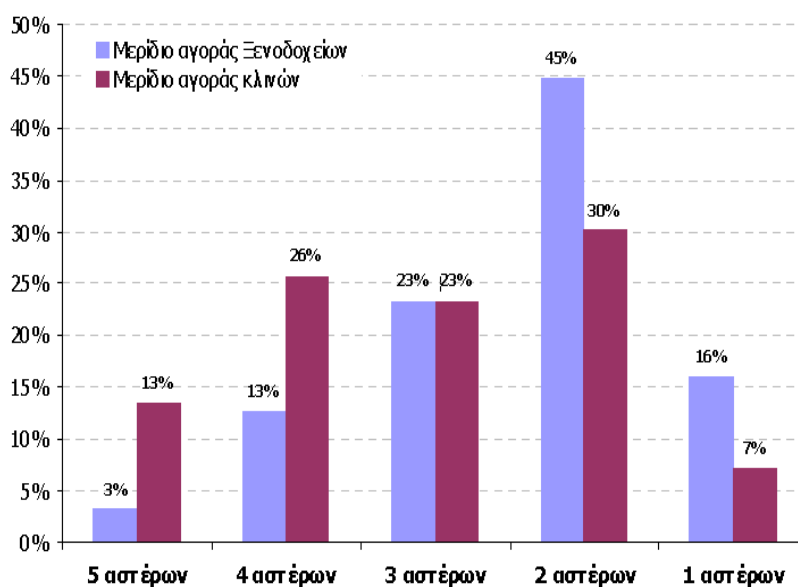
Ανάμεσα στις δραστηριότητες τις οποίες συνθέτουν το τουριστικό προϊόν, οι υπηρεσίες καταλύματος διαδραματίζουν κύριο ρόλο εφόσον καλύπτουν τις ανάγκες της διαμονής των επισκεπτών, αλλά και της εσωτερικής τουριστικής κίνησης. Αναφορικά με την τελευταία δεκαετία, ο ξενοδοχειακός κλάδος ακολούθησε ανοδική πορεία, με επενδύσεις που αφορούν στην αναβάθμιση και στη βελτίωση υπηρεσιών που προσφέρονται στους επισκέπτες, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της οικονομίας καθώς και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Το γεγονός αυτό, είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση του μεριδίου των

---

<sup>7</sup> Για την περίπτωση των υπηρεσιών εστίασης και του κλάδου των μεταφορών το δείγμα των επιχειρήσεων είναι μικρό, ενώ στις κυριότερες ακτοπλοϊκές εταιρείες, με βάση τους δημοσιευμένους ισολογισμούς, καταγράφονται ζημίες στην οικονομική χρήση του 2010.

ξενοδοχειακών μονάδων οι οποίες προσφέρουν επώνυμο προϊόν και κατατάσσονται στις υψηλές κατηγορίες τεσσάρων και πέντε αστερών.

Παρ' όλα αυτά, το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας, στην πλειοψηφία του αποτελείται από χαμηλής κατηγορίας καταλύματα, ενός και δύο αστερών, με αποτέλεσμα το μέσο μέγεθος των μονάδων να είναι μικρό. Το γεγονός αυτό αντανακλά την ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων, οικογενειακού συνήθως τύπου, των οποίων βασική επιδίωξη αποτελεί η κάλυψη της εποχικής τουριστικής ζήτησης (IOBE, 2013).



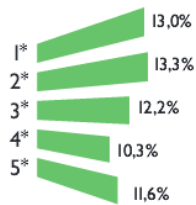
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ Επεξεργασία: IOBE

Διάγραμμα 14: Μερίδιο αγοράς ξενοδοχείων και κλινών ανά κατηγορία αστερών 2012

Πηγή: <http://www.iobe.gr/>

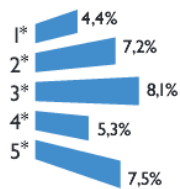
1

Στερεά Ελλάδα Central Greece



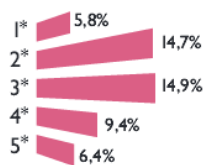
2

Πελοπόννησος Peloponnese



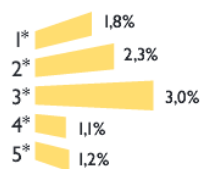
3

Ιόνια Νησιά Ionian Islands



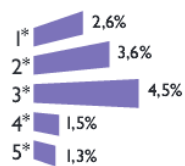
4

Ηπειρος Epirus



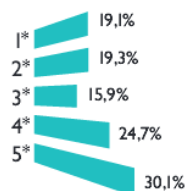
5

Νησιά Αιγαίου Aegean Islands



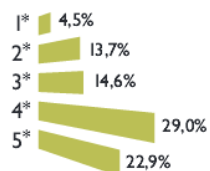
6

Κρήτη Crete

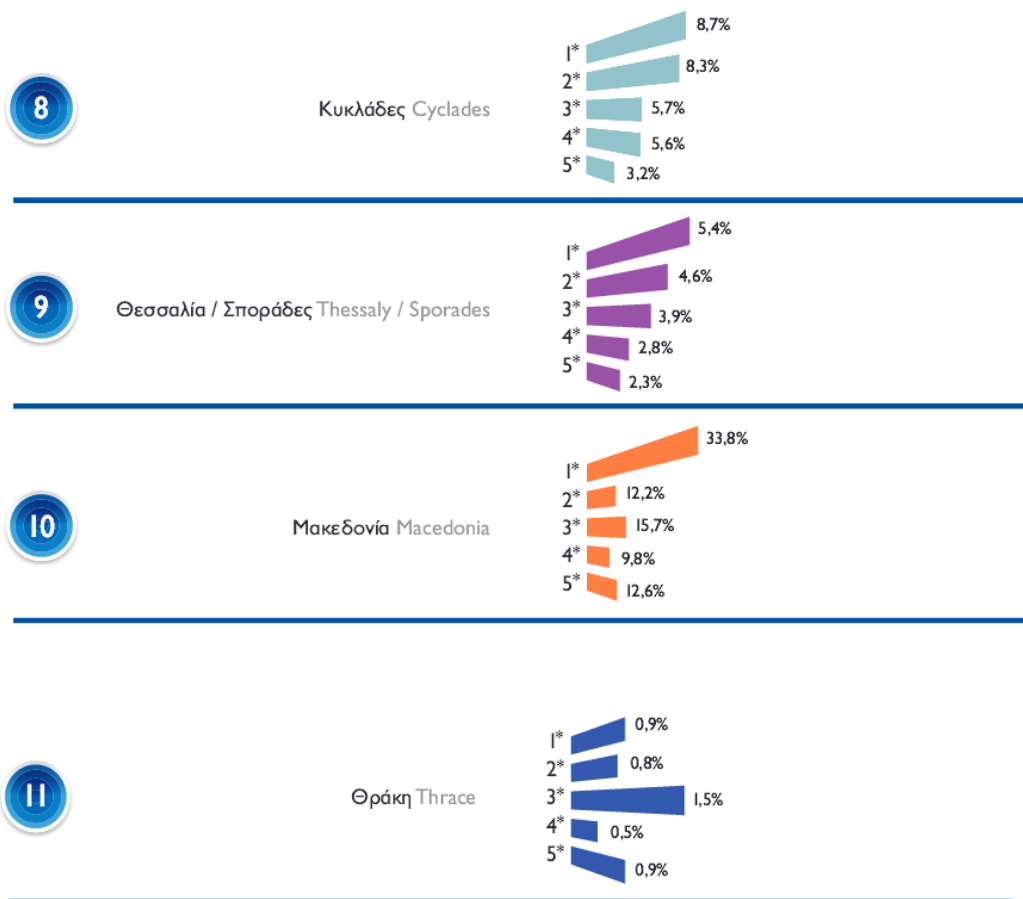


7

Δωδεκάνησα Dodecanese







Διάγραμμα 15: Ποσοστά των ξενοδοχειακών κλινών ανά περιφέρεια στο σύνολο της χώρας, 2012

Πηγή:

[http://sete.gr/\\_fileuploads/tourism\\_Facts\\_Figures/FACTS%20%20FIGURES%202013.pdf](http://sete.gr/_fileuploads/tourism_Facts_Figures/FACTS%20%20FIGURES%202013.pdf)

Αναφορικά με την τουριστικής ζήτησης στη χώρα μας, ενδεικτικό στοιχείο είναι η γεωγραφική κατανομή των τουριστικών καταλυμάτων, καθώς η πλειοψηφία τους εντοπίζεται σε πέντε από τις δεκατρείς συνολικά περιφέρειες, ενώ οι μισές από αυτές είναι εγκαταστημένες στο νησιωτικό σύμπλεγμα της χώρας.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο ξενοδοχειακός κλάδος είναι ένα αναπόσπαστο τμήμα του ελληνικού τουρισμού, συμβάλλοντας στην προώθηση-προβολή του τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό, εκτιμήθηκε η συμβολή του σε κύρια μεγέθη της οικονομίας μέσα από τις διακλαδικές σχέσεις με άλλες εγχώριες οικονομικές δραστηριότητες, τα προϊόντα των οποίων αποτελούν τις εισροές για την παραγωγή των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.

### **3.5. Στατιστικά στοιχεία τουριστικής κίνησης**

#### **3.5.1. Ταξιδιωτική δαπάνη και μέση διάρκεια παραμονής**

---

Βάσει των στοιχείων που προκύπτουν από ετήσια έρευνα συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδας, η μέση δαπάνη ανά ταξίδι προς τη χώρα μας διαρκώς μειώνεται. Από 730€ που ήταν το 2008, έφτασε στα 639,50€ το 2011. Αντίστοιχα, η μέση ημερήσια κατανάλωση έπεσε από 76,3 € το 2008 στα 69,6 € το 2011. Η μέση διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα μειώθηκε από 9,6 μέρες που ήταν το 2008 σε 8,0 το 2011 (ΞΕΕ, 2014).

| Περιφέρεια              | Σύνολο          | Χώρες Ε.Ε.      | Γαλλία        | Γερμανία      | Ηνωμένο Βασίλειο | Ιταλία        | Χώρες Ευρώπης εκτός Ε.Ε. | Ρωσία         | Λοιπές χώρες Εκτός Ευρώπης |
|-------------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|------------------|---------------|--------------------------|---------------|----------------------------|
| Ανατ. Μακεδονία - Θράκη | 100,35          | 41,75           | 5,11          | 14,97         | 4,41             | 6,68          | 47,28                    | 5,75          | 11,31                      |
| Κεντρ. Μακεδονία        | 290,39          | 109,48          | 2,40          | 41,91         | 12,47            | 21,23         | 171,11                   | 49,91         | 9,80                       |
| Δυτική Μακεδονία        | 13,91           | *               | *             | *             | *                | *             | *                        | *             | *                          |
| Ήπειρος                 | 33,54           | 20,30           | 1,58          | 1,47          | *                | 10,75         | *                        | *             | *                          |
| Θεσσαλία                | 32,97           | 19,34           | 1,43          | 3,67          | *                | 5,85          | 9,33                     | *             | 4,30                       |
| Ιόνια Νησιά             | 315,38          | 265,18          | 15,27         | 33,38         | 73,28            | 62,00         | 45,08                    | 24,82         | 5,12                       |
| Δυτική Ελλάδα           | 23,65           | 17,68           | 4,43          | *             | 3,28             | 4,41          | 2,97                     | *             | 3,00                       |
| Στερεά Ελλάδα           | 16,67           | 6,25            | 1,59          | *             | *                | 0,83          | *                        | *             | *                          |
| Πελοπόννησος            | 43,53           | 23,35           | 9,50          | 2,45          | 4,59             | 3,44          | 7,30                     | 4,39          | 12,88                      |
| Αττική                  | 145,48          | 68,13           | 14,50         | 6,90          | 16,73            | 7,73          | 25,68                    | 8,54          | 51,67                      |
| Νησιά Βορ. Αιγαίου      | 16,20           | *               | *             | *             | *                | *             | *                        | *             | *                          |
| Νησιά Νοτ. Αιγαίου      | 811,64          | 579,90          | 113,22        | 74,79         | 106,98           | 87,22         | 146,45                   | 94,94         | 85,29                      |
| Κρήτη                   | 615,41          | 442,80          | 108,71        | 109,19        | 55,58            | 37,23         | 150,14                   | 116,96        | 22,47                      |
| <b>Σύνολο</b>           | <b>2.459,00</b> | <b>1.604,64</b> | <b>279,77</b> | <b>294,95</b> | <b>281,48</b>    | <b>248,57</b> | <b>626,43</b>            | <b>318,18</b> | <b>228,06</b>              |

Πίνακας 4: Ταξιδιωτική δαπάνη στην Ελλάδα κατά την διάρκεια Αύγουστου 2013

Πηγή: <http://www.tovima.gr/files/1/2013/11/13/xec.pdf>

Από τις ενδείξεις που προκύπτουν φαίνεται πως οι περισσότερες δαπάνες συγκεντρώνονται στα νησιά του Νοτ. Αιγαίου ενώ ακολουθεί η Κρήτη και η Κεντρική Μακεδονία.

## 17<sup>Η</sup> ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ

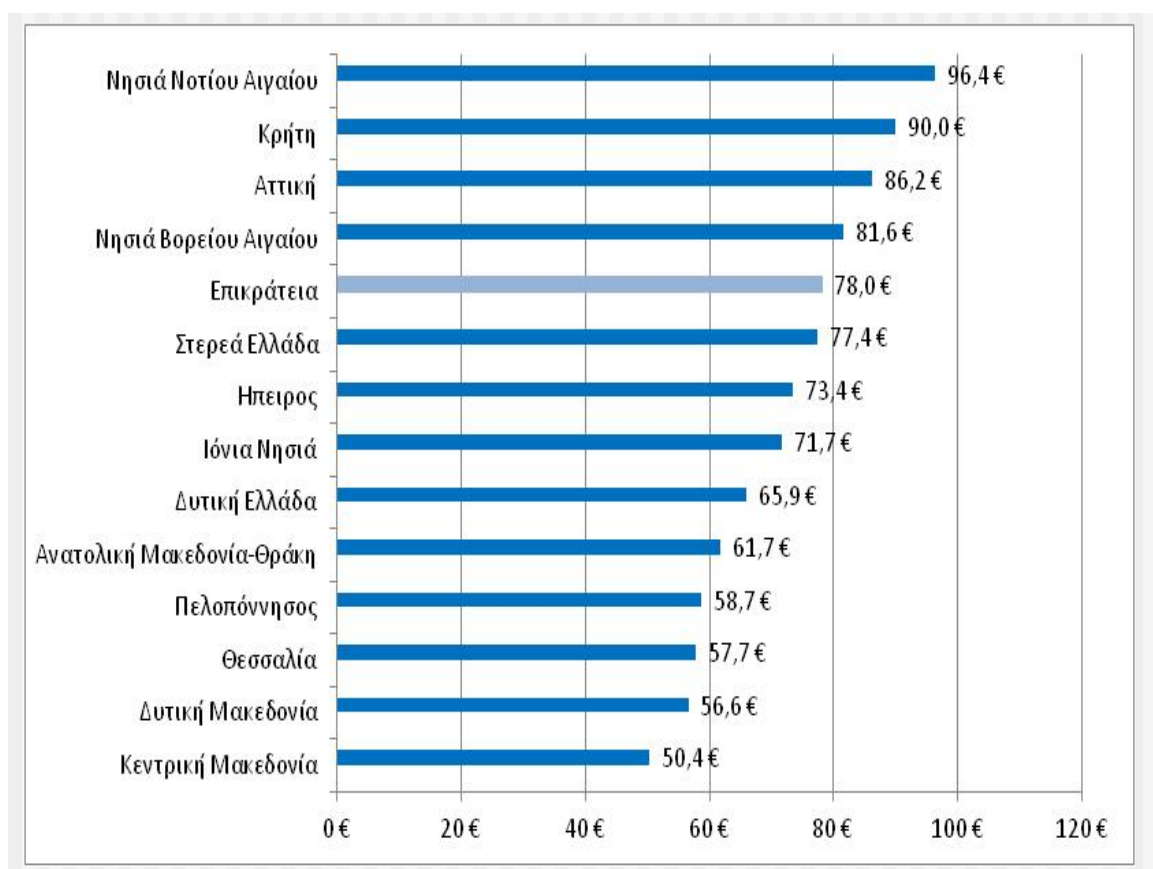
| Έτος | 3μηνο | Δαπάνη ανά ταξίδι (€) | Δ% Δαπάνης κατά ταξίδι σε σχέση με το αντίστοιχο 3μηνο του προηγούμενου έτους | Δαπάνη ανά διανυκτέρευση (€) | Μέση διάρκεια παραμονής |
|------|-------|-----------------------|---|------------------------------|-------------------------|
| 2008 |       | 730,0                 |   | 76,3                         | 9,6                     |
| 2009 |       | 697,3                 |   | 73,5                         | 9,5                     |
| 2010 |       | 640,4                 |   | 68,6                         | 9,3                     |
| 2011 |       | 639,5                 |   | 69,6                         | 9,2                     |
| 2009 | I     | 469,7                 | -0,5%   | 61,9                         | 7,6                     |
|      | II    | 687,9                 | -4,1%   | 74,4                         | 9,2                     |
|      | III   | 777,2                 | -5,7%   | 74,6                         | 10,4                    |
|      | IV    | 539,1                 | -4,1%   | 72,0                         | 7,5                     |
| 2010 | I     | 486,1                 | 3,5%  | 61,9                         | 7,9                     |
|      | II    | 646,3                 | -6,0%   | 65,9                         | 9,8                     |
|      | III   | 686,0                 | -11,7%  | 70,5                         | 9,7                     |
|      | IV    | 524,3                 | -2,7%   | 68,1                         | 7,7                     |
| 2011 | I     | 421,1                 | -13,4%  | 62,8                         | 6,7                     |
|      | II    | 624,7                 | -3,3%   | 70,5                         | 8,9                     |
|      | III   | 699,8                 | 2,0%  | 70,4                         | 9,9                     |
|      | IV    | 532,9                 | 1,6%  | 66,5                         | 8,0                     |
| 2012 | I     | 416,2                 | -1,2%   | 59,8                         | 7,0                     |
|      | II    | 627,0                 | 0,4%  | 70,3                         | 8,9                     |

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδας.

Πίνακας 5: Ταξιδιωτική δαπάνη μη κατοίκων στην Ελλάδα 2008 – 2012

### 3.5.2. Δαπάνες ανά επίσκεψη και ημέρα παραμονής στην Ελλάδα

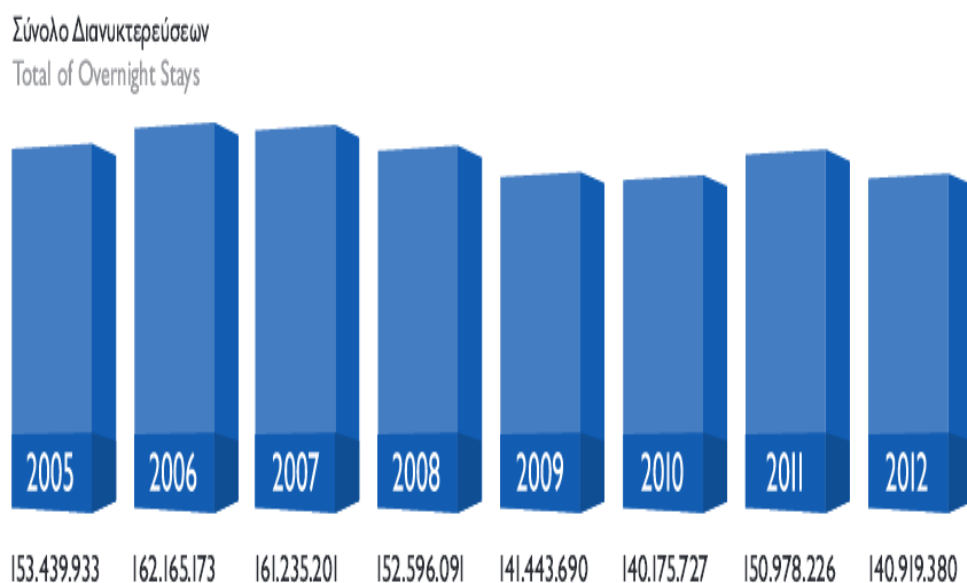
Οι μεταβολές των τουριστικών δαπανών ανά επίσκεψη στη διάρκεια ενός έτους είναι αντίστοιχες με τις μεταβολές του πλήθους των διανυκτερεύσεων ανά επίσκεψη.



Διάγραμμα 7: Δαπάνες επισκεπτών ανά μέρα διανυκτέρευσης σε επίπεδο περιφέρειας (Αύγουστος 2013)

Πηγή: <http://www.tovima.gr/files/1/2013/11/13/xee.pdf>

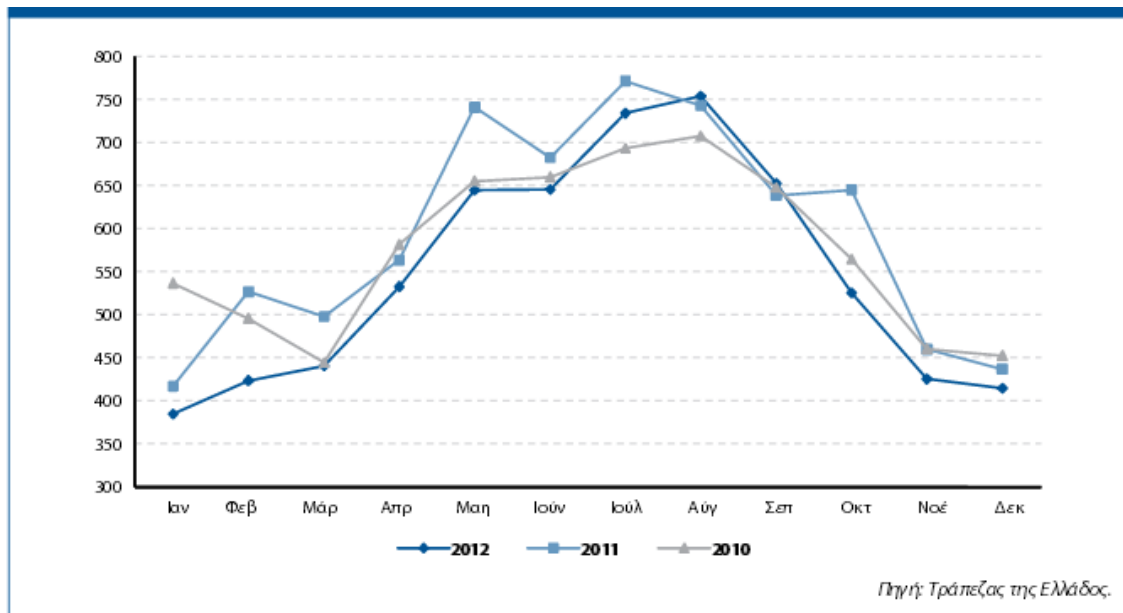
Όπως βλέπουμε και από το παραπάνω διάγραμμα, πρώτα σε κατάταξη είναι τα νησιά του Νοτ. Αιγαίου με 94,6 ευρώ ανά μέρα διανυκτέρευσης. Αναφορικά με το έτος 2012, τον Αύγουστο, οι τουρίστες ξόδεψαν κατά μέσο όρο περίπου 750 ευρώ ανά ταξίδι, ενώ το Δεκέμβριο περίπου 420 ευρώ (45% λιγότερα). Γενικότερα οι δαπάνες ανά επίσκεψη είναι υψηλότερες κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Όμως αυτό οφείλεται αποκλειστικά στη μεγαλύτερη διάρκεια των ταξιδιών κατά τους θερινούς μήνες.



Διάγραμμα 8: Διανυκτερεύσεις μη κατοίκων στην Ελλάδα, 2005- 2012

Πηγή:

[http://sete.gr/\\_fileuploads/tourism\\_Facts\\_Figures/FACTS%20%20FIGURES%202013.pdf](http://sete.gr/_fileuploads/tourism_Facts_Figures/FACTS%20%20FIGURES%202013.pdf)

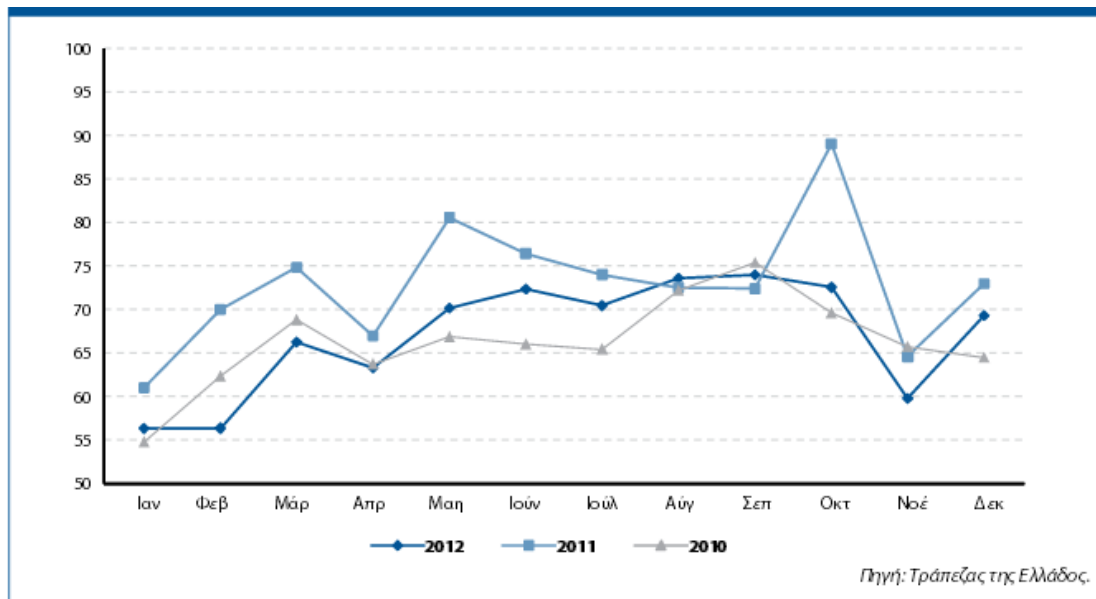


Διάγραμμα 9: Τουριστικές δαπάνες ανά επίσκεψη σε μηνιαία βάση

Πηγή: [www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx](http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx),

Αναφορικά με τις δαπάνες ανά εθνικότητα, οι μόνες αξιοσημείωτες διαφοροποιήσεις σχετίζονται με το μέγεθος των δαπανών Αμερικανών και Ρώσων, οι οποίοι ξοδεύουν περισσότερο κατά την παραμονή τους σε σύγκριση με τους επισκέπτες άλλων εθνικοτήτων.

Αν εξαιρέσουμε τους μήνες Αύγουστο και Σεπτέμβριο, οι τουριστικές δαπάνες ανά ημέρα παραμονής μειώθηκαν το 2012 σε σχέση με το 2011. Η εξέλιξη αυτή είχε σαν αποτέλεσμα να μεταβληθεί η εικόνα του 2011 που χαρακτηριζόταν από σημαντικά υψηλότερες δαπάνες ανά ημέρα παραμονής κατά την αρχή και το τέλος της καλοκαιρινής 23 τουριστικής περιόδου, και να επιστρέψει η μηνιαία κατανομή του συγκεκριμένου μεγέθους στην εικόνα του 2010.



Διάγραμμα 10: Τουριστικές δαπάνες ανά ημέρα παραμονής σε μηνιαία βάση

Πηγή: [www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx](http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx),

Οι Αμερικάνοι και οι Ρώσοι φαίνεται πως δαπανούν 90 - 110 ευρώ ανά ημέρα παραμονής κατά την περίοδο Μαΐου – Οκτώβριου, ποσό που είναι αισθητά μεγαλύτερο σε σύγκριση με εκείνο των επισκεπτών από άλλες χώρες. Οι Ρώσοι επιπλέον ξόδεψαν περισσότερα από 160 ευρώ ανά ημέρα το Δεκέμβριο, ενώ σημαντικά αυξημένες σε σύγκριση με τους υπόλοιπους μήνες ήταν οι δαπάνες κατά το μήνα Δεκέμβριο και για τους Γάλλους (ΞΕΕ, 2014).

Πάντως οι συγκεκριμένες διαπιστώσεις δεν αναιρούν τη γενική εικόνα που θέλει τις ημερήσιες δαπάνες των τουριστών από τις 6 βασικές χώρες προέλευσης να είναι αυξημένες κατά τους καλοκαιρινούς μήνες σε σύγκριση με τους χειμερινούς.



### **3.1.1. Αφίξεις αλλοδαπών ανά χώρα προέλευσης**

---

Σύμφωνα με στοιχεία του ΙΤΕΠ, κατά την διάρκεια των ετών 2012 – 2013 σημειώνεται η μείωση του ποσοστού των αφίξεων από τις παραδοσιακές αγορές των περισσότερων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχοντας ως αποτέλεσμα να καταγραφεί μία πτώση ίση με το ποσοστό του 8,5% συγκριτικά με το 2011. Το μεγαλύτερο μέρος των απωλειών σημειώθηκε στην πολωνική αγορά (-43,5%), από την οποία προσελκύσαμε 200.000 λιγότερους τουρίστες. Σημαντική κάμψη σημειώθηκε επίσης στη γαλλική (-15%), την Ολλανδική (-14%), την ελβετική (-17,1%) και τη φιλανδική αγορά (-8,1%) (ΞΕΕ, 2014).

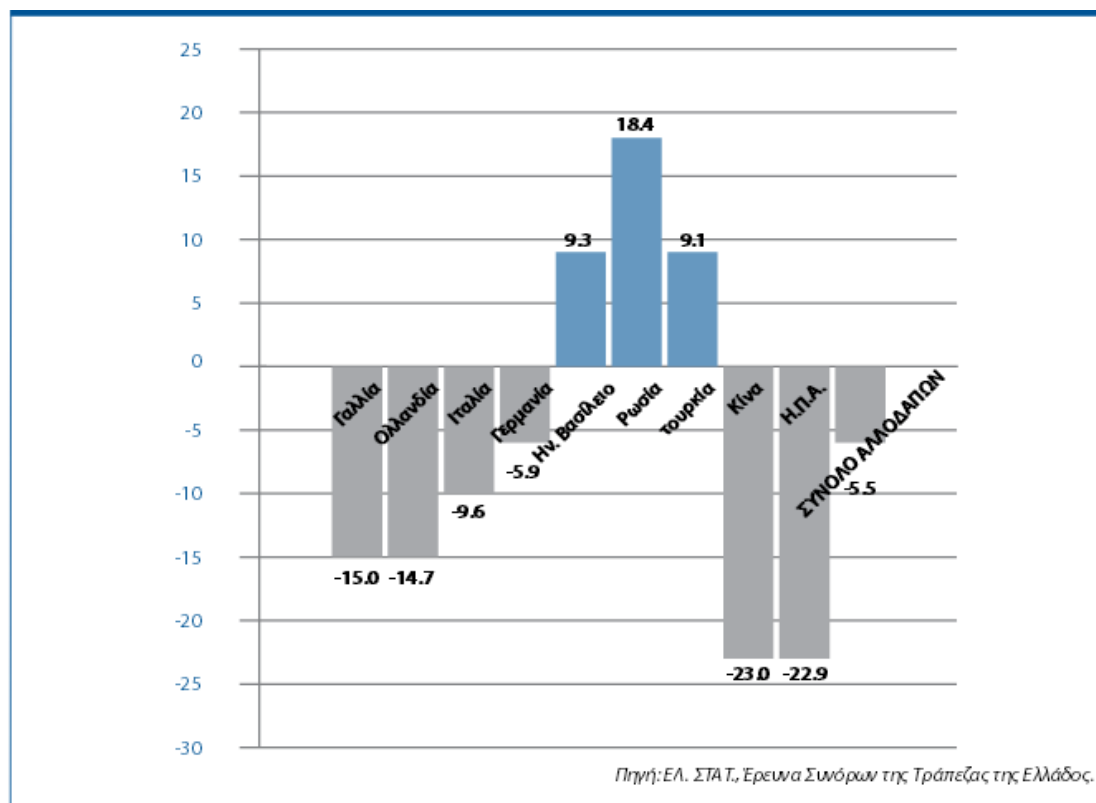
Αναφερόμενοι στη γερμανική αγορά, βλέπουμε πως αυτή σημείωσε μια μείωση της τάξης του 5,9%, δηλαδή 150.000 αφίξεις λιγότερες. Όσον αφορά στον εισερχόμενο τουρισμό από τη Βόρεια Ευρώπη, και πιο συγκεκριμένα από τη Γερμανία, την Ολλανδία και τις Σκανδιναβικές χώρες, επηρεάστηκε αμε αρνητικό τρόπο από την πολιτική συγκυρία την οποία δημιούργησε η αβεβαιότητα, τα δυσφημιστικά σχόλια των διεθνών ΜΜΕ γύρω από την κοινωνική και οικονομική κατάσταση στη χώρα μας και τον κίνδυνο εξόδου από την ευρωζώνη (ΞΕΕ, 2014).

| ΧΩΡΕΣ                       | 2010              | 2011              | 2012              | Δ% 2011/10   | Δ% 2012/11   |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|--------------|
| <b>I. ΕΥΡΩΠΗ</b>            | <b>13.275.962</b> | <b>14.651.513</b> | <b>13.866.306</b> | <b>10,4</b>  | <b>-5,4</b>  |
| <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ</b>      | <b>10.199.904</b> | <b>10.698.013</b> | <b>9.791.900</b>  | <b>4,9</b>   | <b>-8,5</b>  |
| Γαλλία                      | 868.346           | 1.149.388         | 977.376           | 32,4         | -15,0        |
| Γερμανία                    | 2.038.871         | 2.240.481         | 2.108.787         | 9,9          | -5,9         |
| Ην Βασίλειο                 | 1.802.203         | 1.758.093         | 1.920.794         | -2,4         | 9,3          |
| Ισπανία                     | 155.302           | 154.774           | 155.722           | -0,3         | 0,6          |
| Ιταλία                      | 843.613           | 938.232           | 848.073           | 11,2         | -9,6         |
| Ολλανδία                    | 528.157           | 560.723           | 478.483           | 6,2          | -14,7        |
| Ουγγαρία                    | 109.160           | 69.756            | 69.789            | -36,1        | 0,0          |
| Πολωνία                     | 402.170           | 450.618           | 254.682           | 12,0         | -43,5        |
| Πορτογαλία                  | 19.497            | 34.642            | 20.483            | 77,7         | -40,9        |
| Ρουμανία                    | 257.939           | 223.699           | 230.396           | -13,3        | 3,0          |
| Σουηδία                     | 281.069           | 333.906           | 319.756           | 18,8         | -4,2         |
| Τσεχία                      | 294.936           | 309.062           | 289.034           | 4,8          | -6,5         |
| Φινλανδία                   | 205.282           | 167.632           | 154.134           | -18,3        | -8,1         |
| Ελβετία                     | 274.418           | 361.405           | 299.619           | 31,7         | -17,1        |
| Νορβηγία                    | 187.319           | 226.627           | 294.114           | 21,0         | 29,8         |
| Ρωσία                       | 451.239           | 738.927           | 874.787           | 63,8         | 18,4         |
| <b>III. ΑΣΙΑ</b>            | <b>869.737</b>    | <b>882.643</b>    | <b>921.808</b>    | <b>1,5</b>   | <b>4,4</b>   |
| Ιαπωνία                     | 10.021            | 10.125            | 8.841             | 1,0          | -12,7        |
| Κίνα                        | 13.620            | 15.838            | 12.203            | 16,3         | -23,0        |
| Ισραήλ                      | 197.159           | 226.110           | 207.711           | 14,7         | -8,1         |
| Τουρκία                     | 561.198           | 552.090           | 602.306           | -1,6         | 9,1          |
| <b>IV. ΚΡΑΤΗ ΑΦΡΙΚΗΣ</b>    | <b>44.239</b>     | <b>38.450</b>     | <b>37.411</b>     | <b>-13,1</b> | <b>-2,7</b>  |
| Αίγυπτος - Σουδάν           | 15.925            | 4.675             | 4.724             | -70,6        | 1,0          |
| Νοτιοαφρ. Ένωση             | 19.985            | 21.981            | 19.686            | 10,0         | -10,4        |
| <b>II. ΑΜΕΡΙΚΗ</b>          | <b>691.379</b>    | <b>719.661</b>    | <b>558.728</b>    | <b>4,1</b>   | <b>-22,4</b> |
| Βραζιλία                    | 34.015            | 52.118            | 31.125            | 53,2         | -40,3        |
| Η.Π.Α                       | 498.301           | 484.708           | 373.831           | -2,7         | -22,9        |
| Καναδάς                     | 113.358           | 142.287           | 102.694           | 25,5         | -27,8        |
| <b>V. ΩΚΕΑΝΙΑ</b>           | <b>126.173</b>    | <b>134.979</b>    | <b>133.368</b>    | <b>7,0</b>   | <b>-1,2</b>  |
| Αυστραλία                   | 108.088           | 115.902           | 117.852           | 7,2          | 1,7          |
| <b>VI. ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ</b> | <b>15.007.490</b> | <b>16.427.247</b> | <b>15.517.622</b> | <b>9,5</b>   | <b>-5,5</b>  |

Πίνακας 3: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα κατά χώρα προέλευσης

Πηγή: [www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx](http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx)

Αναφορικά με την έντονη μείωση που προέρχεται από τις αγορές της Νότιας Ευρώπης, κατά κύριο λόγο, θα πρέπει να αποδοθεί στην οικονομική ύφεση, με την οποία βρίσκονται αντιμέτωπες οι συγκεκριμένες χώρες.



Διάγραμμα 5: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα

Πηγή: [www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx](http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx)

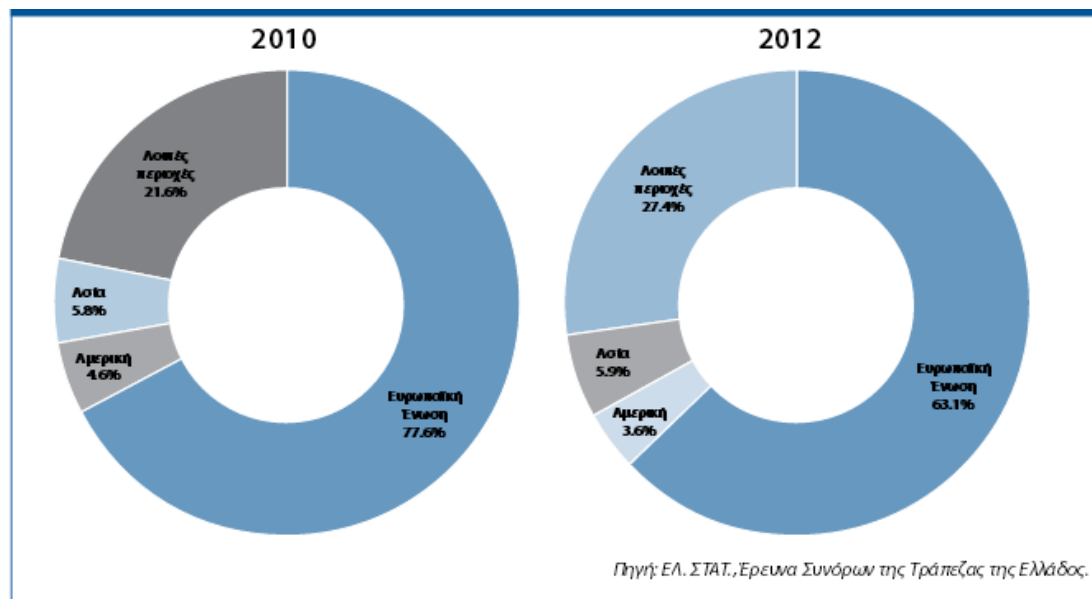
Ωστόσο, η Μεγάλη Βρετανία αποτέλεσε εξαίρεση αναφορικά με την πρωτική πορεία την οποία ακολούθησαν οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πιο συγκεκριμένα, το 2012 προσελκύσαμε 160.000 περισσότερους Άγγλους (+9,3%). Αν εξαιρέσουμε την εντυπωσιακή άνοδο, η αγγλική αγορά εξακολουθεί να υπολείπεται κατά 350.000 από τα υψηλότερα επίπεδα του 2008. Η γερμανική αγορά εξακολούθησε για μια ακόμα χρονιά να διατηρεί τη θέση της μεγαλύτερης

πηγής προέλευσης τουριστικών ροών στην Ελλάδα, με δεύτερη τη Μεγ. Βρετανία και τρίτη τη Γαλλία (ΞΕΕ, 2014).

Η Ρωσία και η Νορβηγία αποτέλεσαν δύο αγορές που συνέχισαν να αναπτύσσονται με μεγάλους ρυθμούς παρ' όλη τη μεγάλη άνοδο που είχαν σημειώσει και κατά το προηγούμενο έτος. Πιο συγκεκριμένα, η ρωσική αγορά διευρύνθηκε κατά 18,4% μετά από την εντυπωσιακή άνοδο του 63,8% που είχε καταγράψει το 2011. Η ρωσική αγορά με 875.000 αφίξεις το 2012 αναρριχήθηκε στην 4η θέση της κατάταξης, ξεπερνώντας σε μέγεθος την ιταλική αγορά. Οι αφίξεις από τη Νορβηγία αυξήθηκαν κατά 29,8% μετά από μια ανάλογη αύξηση το 2011. Την ανοδική πορεία συνέχισε και η τουρκική αγορά που αυξήθηκε κατά 9,1% (ΞΕΕ, 2014).

Η δεύτερη μεγαλύτερη ασιατική αγορά, μετά την Τουρκία, είναι το Ισραήλ. Το 2012 σημείωσε κάμψη κατά 8,1%, μετά από άνοδο της τάξης του 139% κατά το προηγούμενο έτος. Οι αφίξεις από την Άπω Ανατολή μειώθηκαν σημαντικά, κυρίως λόγω της καθίζησης του επιχειρηματικού τουρισμού.

Ωστόσο, μια πτώση καταγράφηκε στις αφίξεις από την Αμερική. Η αγορά των ΗΠΑ συρρικνώθηκε κατά 22,9% και του Καναδά κατά 27,8%.



Διάγραμμα 6: Εξέλιξη μεριδίων αλλοδαπού τουρισμού στην Ελλάδα ανά περιοχή

Πηγή: [www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx](http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx),

Γενικότερα βλέπουμε πως το μερίδιο των χωρών της ΕΕ μειώθηκε κατά 5 ποσοστιαίες μονάδες. Στη μεγαλύτερη τους έκταση οι απώλειες αυτές καλύπτονται από την άνοδο των αφίξεων τουριστών που προέρχονται από ευρωπαϊκές χώρες που δεν συμμετέχουν στην ΕΕ (Ρωσία, Νορβηγία). Επιπλέον, κατά την διάρκεια του 2012, η εικόνα των αγορών δείχνει σημαντική συρρίκνωση των μεριδίων από την Αμερική και τις χώρες της ΕΕ. Οι αγορές της Ασίας βελτιώνουν 17 ελαφρά το μερίδιό τους, κυρίως χάρη στην ανοδική δυναμική που εξακολουθεί να εμφανίζει η τουρκική αγορά.

Εν τέλει, η έντονη μείωση των αφίξεων από Κίνα και Ιαπωνία που καταγράφηκε δείχνει πως οι κάτοικοι αυτών των χωρών συνδυάζουν τα ταξίδια προς την Ελλάδα με επιχειρηματικές ή άλλες εμπορικές δραστηριότητες. Δηλαδή, από το γεγονός αυτό προκύπτει, πως οι ελληνικοί προορισμοί δεν έχουν καταξιωθεί σαν σημαντικά κέντρα περιηγητικού τουρισμού στις αναδυόμενες αγορές της Ασίας.

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>

### Περιπτωσιολογική μελέτη – Η περίπτωση της Καλαμάτας

#### 4.1. Η σημασία της τοπικής ανάπτυξης

---

Το ενδιαφέρον που έχει εκδηλωθεί πρόσφατα για τη στρατηγική της τοπικής ανάπτυξης, δεν έχει οδηγήσει ακόμα στη δημιουργία ενός προτύπου δημόσιας δράσης, που να μπορεί να προταθεί ως υπόδειγμα σε όσους θέλουν να επιχειρήσουν αυτή τη στρατηγική της ανάπτυξης (Καραγκούνης, 2009). Υπάρχουν πολλές ιδεολογικές αμφιβολίες, ατέλειες στο θεσμικό πλαίσιο καθώς και άγνοια σχετικά με τις διαδικασίες διαμόρφωσης των πολιτικών της τοπικής ανάπτυξης, που δυσκολεύουν την εμφάνιση ενεργών μορφών της τοπικής πολιτικής.

Η τοπική ανάπτυξη είναι μια διαδικασία ανάπτυξης και διαρθρωτικής αλλαγής, που επιδρά σε μία χωρικά καθορισμένη κοινότητα και αποβλέπει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της. Έτσι, η τοπική εκβιομηχάνιση, που για δεκαετίες αποτέλεσε τον τρόπο ανάπτυξης των τοπικών οικονομιών, δεν είναι από μόνη της ένας σκοπός, αλλά ένα εργαλείο του μετασχηματισμού του τοπικού παραγωγικού συστήματος (Αγοραστάκης, 2003).

Ο σχεδιασμός της τοπικής ανάπτυξης εισάγει ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να καθορίζουν τις πολιτικές της τοπικής ανάπτυξης. Κατ' αρχήν, θα πρέπει να θεωρηθούν ως μακροχρόνιες πολιτικές, αφού οι τελικοί στόχοι τους είναι ο μετασχηματισμός του τοπικού παραγωγικού συστήματος, η αύξηση της παραγωγής και η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού (Χριστοφάκης, 2001).

Η εφαρμογή αυτών των στόχων συνοδεύεται από μία μεγαλύτερη και καλύτερη χρήση των ανθρώπινων πόρων που υπάρχουν στην τοπική κοινότητα και από μία

βελτίωση της θέσης της περιοχής, στην οποία εφαρμόζεται η τοπική πολιτική, σε σχέση με τις πιο εκβιομηχανισμένες ζώνες της χώρας. Γι' αυτό μπορεί να ειπωθεί ότι οι πολιτικές της τοπικής ανάπτυξης υποδεικνύουν έμμεσα την αύξηση της απασχόλησης και τη μείωση των χωρικών διαφοροποιήσεων του εισοδήματος.

Με αυτή την έννοια, μπορεί να υπάρξει τέτοια δράση ώστε να συνδυαστούν προσωρινά οι αρχές της ισότητας και της αποτελεσματικότητας. Η δημιουργία εργαλείων για την πολιτική της τοπικής ανάπτυξης απαιτεί τα κριτήρια της οικονομικής αποτελεσματικότητας να έχουν ειδική αναφορά σε βραχυχρόνιο και μεσοπρόθεσμο επίπεδο. Αυτό σχετίζεται με την εκμετάλλευση των δυνατοτήτων ανάπτυξης που υπάρχουν σε ένα χώρο και την ικανότητά τους να δημιουργούν μεγαλύτερα επίπεδα απασχόλησης και πλούτου (Αγοραστάκης, 2003). Για το λόγο αυτό, είναι απαραίτητη όχι μόνο η παραγωγική αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων αλλά και ο έλεγχος της μεταφοράς των πόρων έξω από το τοπικό σύστημα.

Μεσοπρόθεσμα, η όλη διαδικασία οδηγεί σε μία κατάσταση μεγαλύτερης χωρικής ισότητας. Η σωστή λειτουργία των τοπικών συστημάτων μπορεί να επιτευχθεί μόνον όταν εξαλειφθούν οι μηχανισμοί που ευνόησαν ιστορικά την πολιτική και αστική ανάπτυξη και εμπόδισαν την διαχυμένη και αγροτική ανάπτυξη, γεγονός που θα υποκαταστήσει μέρος της χαμένης ισότητας ύστερα από δεκαετίες παρεμβατισμού (Παπακωνσταντινίδης, 2007). Επιπλέον όταν σταματούν αυτές οι διαδικασίες, η αύξηση του βιοτικού επιπέδου των αγροτικών κοινοτήτων οδηγεί σε μείωση των χωρικών διαφορών.

Αυτός ο σχεδιασμός των πολιτικών της τοπικής ανάπτυξης εισάγει ένα νέο δεδομένο: τη μείωση του βαθμού εξάρτησης αυτών των διαδικασιών από τα κέντρα αποφάσεων του παραγωγικού συστήματος στο σύνολο του (Χριστοφάκης, 2001). Έτσι, η ενίσχυση των τοπικών συστημάτων επιτρέπει στις τοπικές κοινότητες να έχουν περισσότερη αυτονομία στη λήψη των αποφάσεων που αφορούν την ίδια την ανάπτυξή τους.

Ένας από τους άξονες πάνω στους οποίους βασίζεται ο σχεδιασμός της τοπικής ανάπτυξης είναι η γνώση ότι στις οικονομίες της αγοράς οι επιχειρηματίες, ή καλύτερα οι επιχειρήσεις, είναι εκείνες που καλούνται να παίξουν δυναμικό ρόλο στις διαδικασίες της ανάπτυξης και της διαρθρωτικής αλλαγής. Έτσι, ένας από τους κύριους αντικειμενικούς σκοπούς αυτών των πολιτικών είναι η ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Ωστόσο, μπορούν να υπάρχουν πολύ διαφορετικές περιπτώσεις, όταν επιχειρείται να εφαρμοστεί αυτή πολιτική. Στις περιπτώσεις όπου ήδη εφαρμόζονται οι διαδικασίες της τοπικής εκβιομηχάνισης, θα πρέπει πάνω από όλα να δοθεί έμφαση σε τομείς όπως η βελτίωση της λειτουργίας των αγορών προϊόντων και συντελεστών ή η ενίσχυση εκείνων των υπηρεσιών που παρουσιάζουν ελλείψεις στα συστήματα των επιχειρήσεων (Αγοραστάκης, 2003). Στις περιπτώσεις όπου δεν έχουν ακόμα ξεκινήσει οι διαδικασίες επιχειρείται, πάνω από όλα, να ενισχυθεί η ανάδειξη μιας τοπικής επιχείρησης (ατομικής ή εταιρικής ή συνεργατικής), ικανής να μετατραπεί σε δυναμικό μηχανισμό της διαδικασίας της τοπικής ανάπτυξης.

Η επίτευξη αυτών των στόχων και η σειρά προτεραιότητας τους παρουσιάζεται με διαφορετική μορφή σε κάθε περίπτωση και εκείνοι που πρέπει να τους προβάλλουν και να τους εξηγήσουν είναι τα μεγάλα κέντρα αποφάσεων, δημόσια ή ιδιωτικά. Ωστόσο, η επίτευξη τους και ο λειτουργικός σχεδιασμός τους παρουσιάζουν εμπόδια, που δεν είναι πάντα εύκολο να ξεπεραστούν (Χριστοφάκης, 2001).

Δεν πρέπει να παραβλέπεται ότι αυτές οι πολιτικές σχεδιάζονται σε ένα θεσμικό και πολιτικό πλαίσιο εχθρικό, στην καλύτερη περίπτωση.

Η επιτυχία των πολιτικών της τοπικής ανάπτυξης είναι δυνατή μόνο όταν οι τοπικές κοινότητες τις θεωρήσουν ως κατάλληλες. Αυτό απαιτεί όχι μόνο γνώση των ικανοτήτων τους και των δυνατοτήτων να χρησιμοποιούν παραγωγικά τους υπάρχοντες τοπικούς πόρους, αλλά και τη γνώση του ότι υπάρχει μία σιωπηρή



συμφωνία ή συνεχής και σταθερή επιθυμία της τοπικής κοινότητας να επισπευθούν οι διαδικασίες της διαρθρωτικής αλλαγής (Παπακωνσταντινίδης, 2007). Για το λόγο αυτό, μία αναγκαία συνθήκη είναι η επίτευξη ενός σημαντικού βαθμού αυτονομίας, γεγονός που προσκρούει σε εμπόδια που πηγάζουν από τις περιορισμένες αρμοδιότητες των τοπικών κυβερνήσεων και την ύπαρξη ενός χαμηλού βαθμού ανεξαρτησίας των τοπικών φορέων.

Ο σχεδιασμός ορισμένων πραγματοποιήσιμων σκοπών και το ξεπέρασμα των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι πολιτικές της τοπικής ανάπτυξης, μπορούν να αντιμετωπιστούν μόνο κατά τη διαδικασία της διαμόρφωσης των πολιτικών της τοπικής ανάπτυξης και την εφαρμογή τους (Χριστοφάκης, 2001). Πράγματι, θα πρέπει να τονιστεί ότι η χωρική διάσταση της τοπικής ανάπτυξης εισάγει ένα μεγαλύτερο βαθμό πολυπλοκότητας στη διαμόρφωση και εφαρμογή αυτών των πολιτικών, καθότι πρέπει να λαμβάνονται υπόψη, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, όλες οι ενέργειες και τα προγράμματα που, άμεσα ή έμμεσα, επηρεάζουν τη διαδικασία της τοπικής ανάπτυξης.

Με δεδομένο το ότι η τοπική ανάπτυξη είναι η ανάπτυξη ενός χώρου, οι πολιτικές που επιχειρούν αυτή την ανάπτυξη θα πρέπει να είναι πολιτικές ολοκληρωμένης ανάπτυξης. Έτσι, ένας από τους σκοπούς τους πρέπει να είναι ο συντονισμός των δραστηριοτήτων της τοπικής κοινότητας στο χώρο, γεγονός που θα οδηγήσει σε μία συγκεκριμένη διαδικασία τοπικής ανάπτυξης (Αγοραστάκης, 2003). Αυτό αφορά την επίτευξη ενός πολλαπλασιαστικού αποτελέσματος από τις δραστηριότητες όλων των φορέων που δρουν στην περιοχή και έχουν ως στόχο το μετασχηματισμό της. Ταυτόχρονα, όμως, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις εκείνων των πολιτικών που σιωπηρά επηρεάζουν τις διαδικασίες της τοπικής ανάπτυξης.

## 4.2. Τα μέτρα για την τοπική ανάπτυξη

---

Η ανάπτυξη των διαδικασιών της ενδογενούς τοπικής ανάπτυξης απαιτεί ένα λεπτομερή σχεδιάσμα των μέτρων και ενεργειών που πρέπει να αναλάβουν οι αρχές και οι διάφορες βαθμίδες της διοίκησης (Αγοραστάκης, 2003). Με δεδομένο το ότι τα μέτρα αυτά αφορούν την ενίσχυση της δημιουργίας νέων τοπικών επιχειρήσεων, την παροχή βοήθειας στις υπάρχουσες επιχειρήσεις και, τελικά, το μετασχηματισμό και την ενίσχυση των τοπικών παραγωγικών συστημάτων, απαιτείται η εφαρμογή μιας πολιτικής κατάλληλης για καθεμιά από αυτές τις περιπτώσεις και για κάθε ζώνη που έχει δυνατότητες ενδογενούς ανάπτυξης (Καραγκούνης, 2009). Οι περιπτώσεις της τοπικής εκβιομηχάνισης, που αναφέρθηκαν σε αυτή την μελέτη, μπορούν να αποτελέσουν σημεία αναφοράς για να προσδιοριστούν τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματα από την εφαρμογή της στρατηγικής της τοπικής ανάπτυξης.

Στις συνθήκες κάτω από τις οποίες λειτουργεί μία οικονομία της αγοράς, εάν το επιθυμητό είναι ο συνδυασμός του πρωταγωνιστικού ρόλου των επιχειρήσεων με τον αντίστοιχο των τοπικών κοινοτήτων στις διαδικασίες της ενδογενούς ανάπτυξης, τότε τα μέτρα στήριξης πρέπει να αποβλέπουν στη βελτίωση του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δρουν οι τοπικές επιχειρήσεις (ευνοώντας την αποδοτικότητά τους) και αναπτύσσονται οι διαδικασίες (ενισχύοντας τον έλεγχο των τοπικών κοινοτήτων) (Παπακωνσταντινίδης, 2007). Για το λόγο αυτό, οι ενέργειες των διάφορων βαθμίδων της διοίκησης πρέπει να κατευθύνονται προς τη διάρθρωση των λειτουργικών αδυναμιών του οικονομικού συστήματος και του θεσμικού πλαισίου, που δημιουργήθηκαν κατά την περίοδο στην οποία η οικονομική πολιτική έκανε ισχυρές διακρίσεις προς όφελος των μεγάλων επιχειρήσεων των αστικών περιοχών.

Επομένως, τα μέτρα που ευνοούν τις διαδικασίες της τοπικής ανάπτυξης επιδρούν στους παράγοντες που αποτελούν την αιτία των προβλημάτων των τοπικών συστημάτων επιχειρήσεων και οι οποίοι εμποδίζουν τη δημιουργία νέων

διαδικασιών τοπικής ανάπτυξης (Καραγκούνης, 2009). Επιπλέον, με δεδομένο ότι οι τοπικές επιχειρήσεις βρίσκονται πολύ μακριά από τα κέντρα λήψης των οικονομικών και πολιτικών αποφάσεων, ότι έχουν περιορισμένη πρόσβαση στην οικονομική πληροφόρηση και στις τεχνολογικές καινοτομίες και ότι η διαδικασία ολοκλήρωσης των τοπικών συστημάτων είναι αργή, οι ενέργειες των δημόσιων και των ιδιωτικών φορέων πρέπει να ενισχύουν, ταυτόχρονα, τη δημιουργία υπηρεσιών και υποδομής, που να διευκολύνουν την εμφάνιση και ενίσχυση των διαδικασιών της τοπικής ανάπτυξης (Παπακωνσταντινίδης, 2007).

Κατά συνέπεια, τα μέτρα για την τοπική ανάπτυξη θα πρέπει απαραίτητα να κατευθύνονται προς την εξάλειψη των δυσκολιών που εμποδίζουν την επέκταση των διαδικασιών της τοπικής ανάπτυξης.

#### **4.2.1. Η χρηματοδότηση των τοπικών επιχειρήσεων**

---

Εκτός από το δυναμισμό και τη δραστηριότητα των επιχειρηματιών, τα συστήματα των τοπικών επιχειρήσεων υστερούν ως προς τους αναγκαίους χρηματικούς πόρους για την επίτευξη των στόχων τους (Παπακωνσταντινίδης, 2007). Το πρόβλημα είναι, αναμφίβολα, πολύπλοκο, αλλά σε τελική ανάλυση οφείλεται στην αύξηση του κόστους της παραγωγικής δραστηριότητας, στις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι τοπικές επιχειρήσεις όσον αφορά την πρόσβαση τους στις χρηματοδοτικές αγορές και στην ανεπάρκεια των πολιτικών στήριξης.

Η οικονομική κρίση της τελευταίας δεκαετίας επέδρασε σε μεγάλο αριθμό τοπικών επιχειρήσεων (Αγοραστάκης, 2003). Λόγω της μείωσης των ποσοστών κέρδους, ο παραδοσιακός μηχανισμός χρηματοδότησής τους, η αυτοχρηματοδότηση, αποδεικνύεται ανεπαρκής, όχι μόνον όσον αφορά την αύξηση του μεγέθους της επιχείρησης και το μετασχηματισμό της παραγωγικής της διάρθρωσης, αλλά και για τη συνέχιση της καθημερινής διαχείρισης και λειτουργίας της. Η αύξηση του εργατικού κόστους (Κοινωνική Ασφάλιση), του

κόστους των διοικητικών εργασιών (διεκπεραίωση των πολύπλοκων διαδικασιών πληροφόρησης), η αύξηση της φορολογίας (μεταβολή του συστήματος επιβολής φόρων, μεγαλύτερη χρηματοδοτική διαφάνεια) και, τέλος, της ίδιας της επιχειρηματικής διαχείρισης, οδήγησαν πολλές επιχειρήσεις στην καταστροφή.

Οι πολιτικές της χρηματοδότησης για την ανάπτυξη του χώρου, οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν κατά τις δύο τελευταίες δεκαετίες, δεν ήταν οι πλέον κατάλληλες για την προώθηση της τοπικής ανάπτυξης. Κατευθύνονταν περισσότερο προς την προσέλκυση επιχειρήσεων εκτός περιοχής παρά προς την προώθηση της αξιοποίησης και ανάπτυξης των τοπικών δυνατοτήτων, προτιμούσαν τα μεγάλα σχέδια σε σύγκριση με τα μικρά τοπικά σχέδια και απευθύνονταν προς την Κεντρική Διοίκηση, αγνοώντας τον ενεργό ρόλο που μπορούσαν να παίζουν οι τοπικές κυβερνήσεις.

Οι φορείς χρηματοδότησης θα πρέπει να προσαρμόζονται στις συνθήκες δημιουργίας και βιωσιμότητας των τοπικών επιχειρήσεων, αναπτύσσοντας πρωτοβουλίες δημόσιες, ιδιωτικές και μικτές, οι οποίες κατευθύνονται προς τη συγκέντρωση της τοπικής αποταμίευσης, χρησιμοποιώντας τη σε τοπικά σχέδια και ικανοποιώντας τις ιδιαίτερες ανάγκες της επιχείρησης (Παπακωνσταντινίδης, 2007). Από αυτή την άποψη, ένα βασικό θέμα που αφορά τις πολιτικές της χρηματοδότησης των τοπικών επιχειρήσεων είναι η σύνδεση της παροχής χρηματοδοτικών πόρων με τη φύση των υπηρεσιών χρηματοδότησης, αφού οι χρηματοδοτικές ανάγκες εντοπίζονται στην αναγκαιότητα επίλυσης των προβλημάτων που έχουν σχέση με τη διεύθυνση της επιχείρησης, την έρευνα και ανάπτυξη, την τεχνική κατάρτιση και την εμπορία των τοπικών προϊόντων.

Πάντως, είναι απαραίτητη η προσαρμογή της ισχύουσας νομοθεσίας που αφορά τους συνεταιρισμούς, με τρόπο που να τους προωθεί, όχι μόνο στο χώρο της παραγωγής, αλλά και στο χώρο της χρηματοδότησης και των υπηρεσιών. Αναγκαία είναι, επίσης, και η εξάλειψη των διοικητικών και γραφειοκρατικών εμποδίων, που εμποδίζουν, για παράδειγμα, την κατανομή των πιστώσεων των αγροτικών συνεταιρισμών και των συνεταιρισμών δευτέρου βαθμού. Η

απελευθέρωση του συνεταιριστικού κινήματος θα είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στις διαδικασίες της τοπικής ανάπτυξης, αφού αποτελεί χρήσιμο εργαλείο στις τοπικές κοινότητες για την επίλυση του χρηματοδοτικού προβλήματος που αντιμετωπίζουν.

#### **4.2.2. Παροχή υπηρεσιών στα τοπικά συστήματα επιχειρήσεων**

---

Η αναγκαιότητα ικανοποίησης των απαιτήσεων σε πληροφόρηση αποκαλύπτει ένα σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι τοπικές επιχειρήσεις και το οποίο αφορά την έλλειψη υπηρεσιών στην παραγωγή. Από τη σύλληψη ενός προϊόντος ή την έναρξη μίας δραστηριότητας μέχρι την κυκλοφορία του προϊόντος στην αγορά ή την πλήρη ανάπτυξη της δραστηριότητας, η επιχείρηση πρέπει να επιλύσει τεχνολογικά προβλήματα, προβλήματα διαχείρισης ή εμπορίας. Για το λόγο αυτό, απαιτεί όχι μόνο την ύπαρξη εσωτερικών ή εξωτερικών προς την επιχείρηση μονάδων στις οποίες αναθέτει υπηρεσίες, αλλά, επιπλέον, επιχειρηματικούς πόρους και εργατικό δυναμικό με επαρκή κατάρτιση.

Στην πραγματικότητα, πολλές από τις τοπικές επιχειρήσεις λειτουργούν κάτω από συνθήκες έλλειψης παροχής υπηρεσιών, γεγονός που οφείλεται τόσο στο αυξημένο κόστος που συνεπάγεται για κάθε επιχείρηση η απόκτηση όλου του φάσματος των υπηρεσιών που απαιτεί η παραγωγή και η εμπορία, όσο και στην ταχύτητα με την οποία δημιουργήθηκαν και διαμορφώθηκαν πολλά από τα τοπικά συστήματα επιχειρήσεων στις τελευταίες δεκαετίες. Η διατήρηση ενός τμήματος ελέγχου της ποιότητας του προϊόντος ή ενός τμήματος έρευνας και ανάπτυξης, η δημιουργία μίας υπηρεσίας ικανής να ασχολείται με αγορές ή πωλήσεις, η επίτευξη μίας σύγχρονης οικονομικής διαχείρισης που ξεπερνά τα παραδοσιακά σχήματα που χρησιμοποιούνται στην οικογενειακή επιχείρηση, απαιτεί ενίσχυση και οικονομικούς πόρους που ξεφεύγουν από τις δυνατότητες πολλών τοπικών επιχειρήσεων (Παπακωνσταντινίδης, 2007).

Όλα αυτά είχαν ως αποτέλεσμα να εξασθενίσουν τα τοπικά παραγωγικά συστήματα με την πάροδο των ετών και οι επιχειρήσεις να αντιμετωπίζουν σημαντικές δυσκολίες στη συνέχιση της δραστηριότητάς τους για την επίτευξη των αναγκαίων επιπέδων παραγωγικότητας και ανταγωνιστικότητας. Το θέμα είναι ιδιαίτερα σοβαρό σε μία περίοδο όπου, εκτός των άλλων, οι μεγάλες επιχειρήσεις των αστικών περιοχών εκσυγχρονίζουν και εξωτερικεύουν σημαντικό μέρος των υπηρεσιών τους.

Η ανάπτυξη της τοπικής επιχειρηματικής ικανότητας απαιτεί, επιπλέον, το ξεπέρασμα των δυσκολιών που υπάρχουν στην παροχή άλλων υπηρεσιών, ανάμεσα στις οποίες περιλαμβάνονται οι εξής (Αγοραστάκης, 2003):

- πρόσβαση σε κέντρα χρηματοδοτικά και θεσμικά.
- παροχή τεχνικής βοήθειας, κύρια στον εξοπλισμό και τον γενικότερο βιομηχανικό σχεδιασμό.
- παροχή βοήθειας για την αγορά πρώτων υλών και μηχανολογικού εξοπλισμού και για την εμπορία των προϊόντων.
- δημιουργία δικτύων πώλησης στο εξωτερικό, μέσω της ενίσχυσης των συνεταιρισμών και των επιχειρήσεων εμπορίας για την προώθηση των εξαγωγών.

#### **4.2.3. Βελτίωση των υποδομών στις επικοινωνίες και στις υπηρεσίες**

---

Τα συστήματα των τοπικών επιχειρήσεων δημιουργήθηκαν και αναπτύχθηκαν συχνά κάτω από πολύ δυσμενείς συνθήκες παροχής υπηρεσιών, περιορισμό που κατάφεραν να ξεπεράσουν χάρη στην ενίσχυση και ικανότητα των πρωτοβουλιών των επιχειρηματιών και των τοπικών κοινοτήτων.

Σήμερα, με την αύξηση του ενδιαφέροντος για την ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης, οι δημόσιες αρχές πρέπει να αντιμετωπίσουν, αναγκαστικά, τα προβλήματα της πρόσβασης των επιχειρήσεων στις αγορές προϊόντων και

συντελεστών και της ύπαρξης ικανοποιητικού αριθμού κέντρων εκπαίδευσης και υγείας για την κάλυψη των αναγκών του τοπικού πληθυσμού (Παπακωνσταντινίδης, 2007). Στη σημερινή κατάσταση δεν μπορεί να υπάρχουν στις τοπικές κοινότητες προβλήματα των οποίων η επίλυση υπερβαίνει τις δυνατότητες τους, όχι μόνον επειδή υστερούν στους αναγκαίους χρηματικούς πόρους, αλλά κύρια επειδή δεν έχουν αρμοδιότητες για να τα επιλύσουν.

Όταν όμως οι αρχές πρέπει να αντιμετωπίσουν στα τέλη της δεκαετίας του 1980 τη βελτίωση της υποδομής στις μεταφορές και επικοινωνίες, βρίσκονται αντιμέτωπες με το γεγονός ότι οι τεχνολογικές αλλαγές στους τομείς αυτούς είναι πολύ ισχυρές. Έτσι, τα μέτρα που πρέπει να λάβουν για την ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης θα πρέπει να περιλαμβάνουν, τουλάχιστον, τις ίδιες τεχνολογικές βελτιώσεις που ήδη υπάρχουν στα παραγωγικά συστήματα των αστικών περιοχών (Παπακωνσταντινίδης, 2007). Δεν μπορούμε να ισχυριστούμε ότι οι τοπικές επιχειρήσεις θα βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους και ότι θα σταθεροποιηθούν οι διαδικασίες της τοπικής ανάπτυξης, αν δεν διαθέτουν τα αναγκαία μέσα επικοινωνίας ώστε να μπορούν να συμμετέχουν στις εθνικές και διεθνείς αγορές.

#### **4.2.4. Ενίσχυση της τοπικής επιχειρηματικότητας**

---

Όλα τα μέτρα στήριξης των τοπικών συστημάτων επιχειρήσεων προϋποθέτουν την ύπαρξη τοπικής επιχειρηματικής ικανότητας, η οποία διαθέτει επαρκή δημιουργική δύναμη για την ανάληψη νέων δραστηριοτήτων σε περιοχές με δυνατότητες ενδογενούς ανάπτυξης. Ωστόσο, σε ορισμένες ζώνες, λόγω των εξωτερικών πιέσεων προς την τοπική κοινότητα, δεν υπήρξαν αρκετοί επιχειρηματίες ή τοπικές αρχές που να είναι ικανές να κινητοποιήσουν το υπάρχον ενδογενές δυναμικό της περιοχής.

Σε αυτές τις περιπτώσεις, οι πολιτικές της τοπικής ανάπτυξης πρέπει να δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στη δημιουργία ενός οικονομικού και κοινωνικού

περιβάλλοντος που να ευνοεί την οργάνωση της τοπικής κοινότητας και την επιχειρηματική ικανότητα. Ένας κατάλληλος μηχανισμός είναι να διευκολύνεται η πρόσβαση στην πληροφόρηση για το πώς λειτουργεί γενικά το οικονομικό σύστημα, η παραγωγή αγαθών και συγκεκριμένων υπηρεσιών και για το ποιοί είναι οι μηχανισμοί στήριξης και ενίσχυσης των προγραμμάτων που προωθούν οι αρχές (Χριστοφάκης, 2001).

Σε ένα δεύτερο στάδιο μπορεί να διευκολυνθεί η πρόσβαση στις πηγές χρηματοδότησης, μέσω των οργανισμών τοπικής ανάπτυξης που μεσολαβούν ανάμεσα στο χρηματοδοτικό σύστημα και στους δυναμικούς επιχειρηματίες.

Το πρόβλημα έγκειται κύρια στο να πειστούν οι τοπικοί πληθυσμοί ότι υπάρχουν πραγματικές δυνατότητες μετασχηματισμού του τοπικού παραγωγικού συστήματος, που έχουν σημαντική απόδοση για εκείνους που αναλαμβάνουν τον κίνδυνο να εκπονήσουν ένα βιώσιμο σχέδιο και γενικά επιχειρούν μία βελτίωση της ποιότητας ζωής στην τοπική κοινότητα (Παπακωνσταντινίδης, 2007). Πρόκειται για την προώθηση της κοινωνικής αλλαγής στην τοπική κοινότητα και την ανάδειξη ενεργών τοπικών επιχειρηματιών.

### **4.3. Η οικονομική συγκρότηση της πόλης**

---

Κύριο χαρακτηριστικό της ελληνικής μεσαίας πόλης είναι η έλλειψη κεντρικότητας, που σε συνδυασμό με το επίπεδο οικονομικής και τεχνολογικής δομής της προσδίδει μια ιδιότητα που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί «περιθωριακή παρουσία» που παράγει και συντηρεί επαρχιακή ατμόσφαιρα (Μπάνου κ.α., 2012).

Η διαπίστωση αυτή επαληθεύεται στην περίπτωση της Καλαμάτας που σε κανέναν τομέα δεν έχει κατορθώσει να αποκτήσει κεντρικότητα, παρά μόνο στα πλαίσια της ενδοχώρας της, αφού κι αυτή όπως οι περισσότερες ελληνικές



επαρχιακές πόλεις επισκιάζονται από το συγκεντρωτισμό της Αθήνας (Αραπογιάννη κ.α., 2007).

Καθώς γνωρίζουμε, σε κάθε οργανωμένη κοινωνία το κλειδί της ανάπτυξης είναι οι επενδύσεις, κυρίως στο βιομηχανικό τομέα. Την εικοσαετία 1961-1981, η Καλαμάτα χαρακτηριζόταν ως αναπτυσσόμενο κέντρο στο δευτερογενή τομέα. Την τελευταία όμως εικοσαετία, η πόλη βιώνει πολύ έντονα το φαινόμενο της αποβιομηχάνισης, γεγονός που συνέβαλε στο να περιέλθει ο νομός σε βαθιά οικονομική κρίση, η οποία έχει επιπτώσεις σε όλες τις δραστηριότητες των κατοίκων (Αραπογιάννη κ.α., 2007).

Οι σεισμοί του 1986 συνέτειναν στην ταχύτερη κάθοδο της Μεσσηνίας από τη θέση που κατείχε στον οικονομικό πίνακα της Ελλάδας, διότι οι υλικές καταστροφές ήταν μεγάλου μεγέθους.<sup>8</sup>

Πολλές από τις βιομηχανίες και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της πόλης έκλεισαν ή μείωσαν το προσωπικό τους, με αδυναμία «εξισορρόπησης» μεταξύ απώλειας θέσεων εργασίας και δημιουργίας νέων.

Το 1999, το κατά κεφαλήν Α.Ε.Π. στο νομό ανερχόταν στα 2,47 εκατ. δρχ. και ήταν μεταξύ των νομών που είχαν Α.Ε.Π. κατώτερο του 80% του μέσου κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας και συγκαταλέγεται στους προβληματικούς νομούς, αφού ο μέσος όρος για τη χώρα ήταν 3,64 εκατ. δρχ. Οι αριθμοί αυτοί δείχνουν ότι ο κίνδυνος «αποκοπής» της Μεσσηνίας από την αναπτυξιακή διαδικασία είναι εμφανή (Μπάνου κ.α., 2012).

Οικονομικοί, πληθυσμιακοί και εθνικοί λόγοι συντρέχουν, ώστε η προσοχή του κράτους και των επιχειρηματιών να στρέφονται στις επαρχίες της Βόρειας Ελλάδας με επακόλουθο άλλες περιοχές της χώρας όπως αυτή της Μεσσηνίας, να βιώνουν σήμερα την περιθωριοποίηση.

---

<sup>8</sup> Τα περισσότερα δημόσια κτήρια. (50%) έπαθαν σοβαρές ζημιές, τα σχολεία (33%), οι εκκλησίες (80%), καθώς και κτήρια που στεγάζονταν καταστήματα, βιοτεχνίες και βιομηχανίες της πόλης.

Η κατάσταση αυτή δείχνει ότι ο Νομός δεν είχε την ανάλογη πολιτική δύναμη να τον στηρίξει ούτε ισχυρούς τοπικούς θεσμούς, ώστε να αντισταθμίσει τις οικονομικές και κοινωνικές δυσκολίες που βιώνει αυτήν τη στιγμή. Για παράδειγμα, η πολιτιστική πολιτική που έχει διαμορφώσει έως τώρα η δημοτική αρχή δεν έχει δημιουργήσει πολιτιστική ανάπτυξη σε τέτοιο βαθμό, ώστε να λειτουργήσει ως μέσον προσέλκυσης πολιτιστικού τουρισμού και να συμβάλει στην οικονομική ανάκαμψη της πόλης (Μπάνου κ.α., 2012).

Στη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης των επαγγελματιών του Νομού αποσκοπούσε η πρωτοβουλία που την ξεκίνησαν εκπρόσωποι του επαγγελματικού κόσμου της πόλης, τον Ιούνιο του 1995, για ίδρυση συνεταιριστικής τράπεζας με την επωνυμία «Μεσσηνιακή Πίστη».

Κύριο στόχο της αποτελούσε η προσφορά χαμηλότοκων δανείων σε μικρομεσαίους, η επανεπένδυση των αποταμιεύσεων και των ιδιωτικών καταθέσεων στη Μεσσηνία και η στήριξη τοπικών αναπτυξιακών πρωτοβουλιών, η ανάπτυξη του πνεύματος αλληλεγγύης και συνεργασίας μεταξύ των μελών. Η προσπάθεια αυτή θυμίζει αυτή του «Μεσσηνιακού Συνδέσμου» που είχε δημιουργηθεί στην πόλη, επίσης σε μια περίοδο οικονομικής κρίσης και αβεβαιότητας όπως αυτής του 1884.

Το Δεκέμβριο του 1996 αποφασίστηκε η διακοπή της όλης προσπάθειας για την ίδρυση της Μεσσηνιακής Συνεταιριστικής Τράπεζας, διότι δεν υπήρξε επαρκής συμμετοχή μετόχων. Πιθανόν διότι δεν είχε αναπτυχθεί ανάλογη εμπιστοσύνη στο θεσμό και ο κόσμος δεν είχε αποδεχθεί ακόμη ότι οι τοπικές πρωτοβουλίες ήταν ο μοναδικός τρόπος επίλυσης τοπικών προβλημάτων και δεν είναι δυνατόν όλα να τα περιμένει κανείς από το Κράτος.

Ένας άλλος σοβαρός παράγοντας στην καθυστέρηση της οικονομικής ανάπτυξης της περιοχής αποτελεί η έλλειψη άρτιου δικτύου επικοινωνίας της πόλης με τον εθνικό και διεθνή χώρο. Η βελτίωση του συστήματος μεταφορών με στόχο την εξάλειψη της γεωγραφικής, οικονομικής και κοινωνικής απομόνωσης αποτελεί

την κύρια μέριμνα των εκάστοτε πολιτικών εκπροσώπων του νομού, χωρίς όμως να έχει λυθεί μέχρι σήμερα το ουσιαστικό αυτό πρόβλημα. Η εικόνα που παρουσιάζουν τα δίκτυα μεταφορών είναι η ακόλουθη (Μπάνου κ.α., 2012):

- Στο λιμάνι η εμπορική κίνηση είναι περιορισμένη. Υπάρχει σύνδεση με ferry-boat με το Καστέλι Χανίων μία ή δύο φορές την εβδομάδα, που κατά περιόδους λόγω οικονομικών δυσχερειών διακόπτεται.
- Το σιδηροδρομικό δίκτυο έχει παραμεληθεί και η υποδομή του έχει παραμείνει στην κατάσταση που ήταν στις αρχές του αιώνα, με αποτέλεσμα η εξυπηρέτηση να είναι υποβαθμισμένη και τα δρομολόγια να έχουν συρρικνωθεί.
- Το αεροδρόμιο κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών εξυπηρετεί τη σύνδεση της πόλης με ευρωπαϊκές πρωτεύουσες (πτήσεις τσάρτερ).
- Με λεωφορεία εκτελούνται οι περισσότερες υπεραστικές μετακινήσεις (Αθήνα-Πάτρα-Θεσ/νίκη), όμως η πρόοδος των εργασιών στο τμήμα του νέου εθνικού δρόμου Τρίπολης - Καλαμάτας γίνεται με πολύ αργό ρυθμό, γεγονός που επηρεάζει την οικονομική ανάπτυξη του νομού και θεωρείται ως μια από τις αιτίες της αποβιομηχάνισής του.

Εκτός από το προαναφερθέν έργο που είναι ζωτικής σημασίας για το Νομό, αναγκαία για την ανάπτυξη του νομού θεωρείται η δημιουργία του Περιφερειακού Δακτυλίου, η λεγόμενη «Ιόνιος οδός», ήτοι Ηγουμενίτσας - Αντιρρίου - Ρίου - Πάτρας - Πύργου - Κυπαρισσίας - Καλαμάτας που θα αποτελέσει τη φυσική συνέχεια του θαλάσσιου αδριατικού διαδρόμου.

Δεν πρέπει τέλος να ξεχνάμε το ενδοπεριφερειακό συγκοινωνιακό πρόβλημα που δυσχεραίνει την επικοινωνία των κατοίκων των ορεινών και άλλων χωριών της Μεσσηνίας με την Καλαμάτα και που θα πρέπει το συντομότερο να επιλυθεί.

Στα νέα πρότυπα περιφερειακής ανάπτυξης και αποκέντρωσης της χώρας εντάσσεται η δημιουργία στην πόλη Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (1990) με δυο Σχολές, καθώς και η ίδρυση Πανεπιστημιακής Σχολής για τη

λειτουργία του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου (2000) με δυο Τμήματα, αυτό της Ιστορίας Αρχαιολογίας και Διαχείρισης Πολιτισμικών Αγαθών (2003) και αυτό της Φιλολογίας (2005) (Μπάνου κ.α., 2012).

Η προσφορά αυτών των εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη της πόλης είναι πολύ σημαντική. Αποτελούν τους κυριότερους επενδυτικούς παράγοντες για τον νομό, αφού η εισροή χρημάτων από τους φοιτητές είναι η σημαντικότερη πηγή εσόδων για την πόλη και συμβάλλουν στη δημιουργία πολιτιστικών ωσμώσεων και νέων πυρήνων πολιτιστικά ενδιαφερόμενου κοινού.

#### **4.4. Η πολιτιστική υποδομή της πόλης**

---

Η ευρωπαϊκή εμπειρία έχει δείξει ότι βασική προϋπόθεση άσκησης πολιτιστικής πολιτικής σε τοπικό επίπεδο είναι η ενασχόληση της τοπικής αυτοδιοίκησης με τον πολιτιστικό τομέα και τη στήριξη των διάφορων πολιτιστικών δραστηριοτήτων με τη δημιουργία κατάλληλης κτηριακής υποδομής, λαμβάνοντας υπόψη τις πνευματικές δυνατότητες του τοπικού πληθυσμού, την υφιστάμενη παράδοση σε πολιτιστικούς κλάδους, καθώς και τη δομή του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (Κατσιλιέρη, 2004).

Όσον αφορά την πόλη της Καλαμάτας, ο πολιτιστικός της εξοπλισμός συγκροτείται από (Κατσιλιέρη, 2004):

Το κτηριακό συγκρότημα, το οποίο συγκεντρώνει τις περισσότερες πολιτιστικές δραστηριότητες της πόλης κυρίως κατά τους χειμερινούς μήνες είναι το Δημοτικό Πνευματικό Κέντρο-Πανταζοπούλειος Λαϊκή Σχολή, που αποτελεί από την αρχή της ίδρυσής του την κύρια εστία για την πολιτιστική ζωή της πόλης.

Το Δημοτικό Πνευματικό Κέντρο-Πανταζοπούλειος Λαϊκή Σχολή κατά τη γνώμη μας αντιμετωπίζει δύο βασικά προβλήματα: Το πρώτο αφορά το καθεστώς της διοίκησής του στην οποία συμμετέχουν η εκκλησία και ο δήμος. Κατά το παρελθόν, η αδυναμία επίτευξης συμφωνίας μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών (π.χ. Κινηματογραφικής Λέσχης και Μητροπολίτη) είχε ανασταλτικό χαρακτήρα τόσο ως προς το είδος όσο ως προς το περιεχόμενο των εκδηλώσεων.

Το δεύτερο εντοπίζεται σ' αυτό της λειτουργίας του, διότι δεν απασχολεί καταρτισμένο προσωπικό για τη διαχείρισή του (administrateurs culturels). Κατ' αυτόν τον τρόπο, η αυξημένη ζήτηση των χώρων από τους διάφορους φορείς της πόλης, σε συνδυασμό με την ελλιπή διοίκηση του κέντρου κάνει ορατή και ουσιαστική την ανάγκη δημιουργίας αίθουσας μεγαλύτερης χωρητικότητας και καλύτερων ηχητικών προδιαγραφών.

Ουσιαστικό βήμα για τη διεύρυνση της πολιτιστικής υποδομής της πόλης θα αποτελέσει η κατασκευή του Μεγάλου Χορού για το οποίο έχει αγοραστεί ο χώρος και θα χρηματοδοτηθεί από το 3ο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης.

Το Αμφιθέατρο του κάστρου της Καλαμάτας είναι χώρος 700 θέσεων που φιλοξενεί όλες τις θερινές πολιτιστικές εκδηλώσεις, όμως και αυτός ο χώρος αποδεικνύεται ότι δεν είναι αρκετός να δεχθεί τους πολυάριθμους θεατές των θερινών εκδηλώσεων.

Τα μουσεία στις ευρωπαϊκές πρωτεύουσες λειτουργούν ως κοινωνικοί, καλλιτεχνικοί αλλά και εμπορικοί πυρήνες, συγκεντρώνοντας πλήθος μαζικών καταναλωτικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων ως συμπλήρωμα του αμιγούς σκοπού τους που αποτελεί τη διαφύλαξη και προώθηση της ανθρώπινης δημιουργικότητας (Κατσιλιέρη, 2004). Έχουν, δηλαδή, πάψει να λειτουργούν μόνο ως εκθεσιακοί χώροι και έχουν γίνει χώροι συνάντησης και αγορών βιβλίων, αντίγραφων αντικειμένων τέχνης κ.λπ. Στη χώρα μας εξακολουθούν τα περισσότερα απ' αυτά να λειτουργούν κάτω από πολύ άσχημες συνθήκες όσον αφορά τον εξοπλισμό, την οργάνωση και την εκπαιδευτική τους προσφορά.

Το Μπενάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο Καλαμάτας παρέμενε κλειστό από τους σεισμούς του 1986, λόγω της φθοράς την οποία είχε υποστεί. Εγκαινιάστηκε στις 24-6-1995, στο ιστορικό κτήριο που πολλές φορές είχε φιλοξενήσει συνεδριάσεις των προκρίτων κατά των Τούρκων. Στις αίθουσες του σήμερα εκτίθενται αρχαιότητες (γλυπτά, ψηφιδωτά) από την περιοχή του Νομού. Σήμερα λειτουργεί χωρίς να διαθέτει το ανάλογο εξειδικευμένο προσωπικό και σύγχρονο οπτικοακουστικό εξοπλισμό (Κατσιλιέρη, 2004).

Το Λαογραφικό μουσείο (Ν.Π.Ι.Δ.) δημιουργήθηκε το 1951 από το «Σύλλογο προς Διάδοσιν των Γραμμάτων» και στεγάστηκε στο αρχοντικό Κυριάκού που βρίσκεται στο ιστορικό κέντρο της πόλης και το οποίο διέθεσε ο Δήμος στο σύλλογο. Με τους σεισμούς του 1986 είχε υποστεί μεγάλες ζημιές και επαναλειτούργησε τον Ιούνιο του 2002. Ο σύλλογος έχει συγκεντρώσει 3.500 αντικείμενα από τα οποία επιλέχθηκαν τα σημαντικότερα και αφού συντηρήθηκαν από ειδικούς συνεργάτες του ΥΠ.ΠΟ. εκτίθενται στον εκθεσιακό χώρο του μουσείου (Κατσιλιέρη, 2004).

Η Δημοτική Πινακοθήκη στεγάζεται στο διατηρητέο κτήριο Φιτσάλου-Κλειδώνα που βρίσκεται στο ιστορικό κέντρο της πόλης και έχει στην κατοχή της περισσότερα από 300 έργα ζωγράφων που τα είχαν δωρίσει στο Δήμο μετά τους σεισμούς του 1986 (Κατσιλιέρη, 2004).

Η Πινακοθήκη Σύγχρονης Ελληνικής Τέχνης (Ν.Π.Ι.Δ.) στεγάζεται σε δύο ορόφους του Δημοτικού Πνευματικού Κέντρου και περιλαμβάνει περίπου 400 έργα γλυπτικής, ζωγραφικής και χαρακτικής. Τα περισσότερα έργα προέρχονται από προσφορές των ιδίων των καλλιτεχνών ενώ μερικά έχουν αγοραστεί από το σύλλογο. Για να δικαιώσει τον πολιτιστικό της ρόλο και για να φανεί ουσιαστική η ύπαρξή της για την πόλη, ο εν λόγω σύλλογος θα πρέπει να συνεργαστεί με το δήμο και το ΥΠ.ΠΟ. ούτως ώστε (Κατσιλιέρη, 2004):

- να λειτουργήσει με εξειδικευμένο προσωπικό το οποίο θα εξασφαλίσει την καλύτερη παρουσίαση των έργων της,

- να της δοθεί η δυνατότητα να δεχθεί περιοδικές εκθέσεις της Εθνικής Πινακοθήκης της Αθήνας και
- να διευρύνει το ωράριο λειτουργίας της. Με τον τρόπο που λειτουργεί σήμερα και με το ωράριο λειτουργίας που τηρεί, η προσφορά της στην πόλη είναι μηδαμινή.

Παρόλο που οι βιβλιοθήκες αποτελούν το θεμέλιο της πολιτιστικής πολιτικής, η Καλαμάτα δε διαθέτει σύγχρονη δημόσια βιβλιοθήκη. Όπως έχουμε προαναφέρει, λειτουργεί η Λαϊκή βιβλιοθήκη (Ν.Π.Ι.Δ.) κάτω από αναχρονιστικό καθεστώς οργάνωσης, χωρίς να ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες της πνευματικής ζωής. Η Τ.Ε.Δ.Κ. του Νομού λειτουργεί Κινητές Βιβλιοθήκες για την εξυπηρέτηση των αναγκών, κυρίως των μαθητών των απομακρυσμένων χωριών (Κατσιλιέρη, 2004).

Σημαντική πολιτιστική εστία για τους ερευνητές της περιοχής αποτελεί από το 1992 το παράρτημα των Γενικών Αρχείων του Κράτους (Γ.Α.Κ.), το οποίο συνεχώς εμπλουτίζεται με δωρεές αρχείων ιδιωτών αλλά και δημόσιων υπηρεσιών, με στόχο να συμβάλλει στην καλλιέργεια της ιστορικής συνείδησης των πολιτών.

#### **4.5. Τουριστική κίνηση**

---

Ο Νομός Μεσσηνίας, τον τελευταίο καιρό, μετατρέπεται σ' έναν εκδρομικό προορισμό για όλο και περισσότερους περιηγητές. Την προτιμούν όλο και πιο πολλοί για διήμερα και τριήμερα, κάτι στο οποίο συμβάλει και η εθνική οδός.

Βάσει των στοιχείων που παρέχονται από την Ελληνική Στατιστική Αρχή, η Μεσσηνία εξακολουθεί να προσελκύει κόσμο φέτος καθώς τον Οκτώβριο κατέγραψε δεκαπλάσια τουριστική κίνηση από το εξωτερικό σε σχέση με πέρυσι (+1.004,13%), με αποτέλεσμα στο δεκάμηνο Ιαν.-Οκτ. να εμφανίζει εντυπωσιακή αύξηση 59,38% σε σύγκριση με το αντίστοιχο περυσινό διάστημα.

Όσο εντυπωσιακά κι αν ακούγονται τα ποσοστά ανόδου, στην πραγματικότητα μεταφράζονται σε περίπου 21.000 περισσότερους ξένους επισκέπτες (57.293 φέτος έναντι 35.948 το περυσινό δεκάμηνο) (ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2014).

Στον παρακάτω πίνακα μπορούμε να δούμε τις αεροπορικές αφίξεις στο αεροδρόμιο της Καλαμάτας για την περίοδο 2009 – 2013.

| Πίνακας 5. Αεροπορικές Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών σε Επιλεγμένα Αεροδρόμια της Χώρας<br>Ιανουάριος - Δεκέμβριος |        |        |        |        |       |       |       |
|--|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
| Αεροδρόμιο   | 2009   | 2010   | 2011   | 2012   | 10/09 | 11/10 | 12/11 |
| Καλαμάτα   | 30.446 | 32.874 | 30.967 | 33.407 | 8,0   | -5,8  | 7,9   |
| (Πελοπόννησος)   | 71.864 | 72.510 | 68.982 | 99.514 | 0,9   | -4,9  | 44,3  |

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2014

#### 4.6. Προοπτικές

Καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και καθ' όλη την έκταση του νομού, οι προτάσεις αλλά και οι επιλογές όσον αφορά στον τομέα της διαμονής είναι ουσιαστικά ανεξάντλητες. Η Καλαμάτα, διαθέτοντας μια μεγάλη γκάμα καταλυμάτων, απευθύνεται σε κάθε απαίτηση και επιθυμία των επισκεπτών της. Τα τελευταία χρόνια, αν εξαιρέσουμε τις φυσικές της ομορφιές, τις ατελείωτες παραλίες και τα καθάρια νερά που μπορούν οι επισκέπτες να απολαύσουν κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στο νομό, παράλληλα έχουν αναπτυχθεί και υποστηριχθεί πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως είναι φυσικά και ο αγροτουρισμός.

Αναφορικά με τις προοπτικές της τουριστικής ανάπτυξης της Καλαμάτας, υπάρχει μεγάλη αισιοδοξία. Η αισιοδοξία αυτή, στηρίζεται στο γεγονός πως η Καλαμάτα βρίσκεται σε φάση ανάπτυξης, έχοντας ως βασικό στοιχείο την



υλοποίηση της στρατηγικής ποιότητας, της μοναδικής επιλογής για το ελληνικό τουριστικό προϊόν (Αραπογιάννη κ.α., 2007).

Αρχικά, θα πρέπει να τονισθεί το γεγονός πως η Καλαμάτα αποτελεί μία από τις ελάχιστες πόλεις της χώρας που έχουν αναθέσει το στρατηγικό σχεδιασμό τους σε εταιρία συμβούλων, η οποία εξειδικεύεται σε αυτό τον τομέα.

Αναλυτικότερα, ο νομός Μεσσηνίας, σήμερα, έχει ήδη «ανοίξει» δρόμους προς συγκεκριμένες τουριστικές αγορές του εξωτερικού, όπως είναι: της Αγγλίας, της Ολλανδίας, των Σκανδιναβικών Χωρών, της Τσεχίας, κ.λπ..

Κινήσεις όπως είναι η ολοκλήρωση του Αυτοκινητοδρόμου Τρίπολης - Καλαμάτας, η κατασκευή της Ιονίας Οδού, η ολοκλήρωση του Περιφερειακού Δακτυλίου του νομού, η βελτίωση του επαρχιακού οδικού δικτύου, ο εκσυγχρονισμός και η αξιοποίηση του λιμανιού της Καλαμάτας, η ολοκλήρωση της κατασκευής του λιμανιού της Κυπαρισσίας, ο εκσυγχρονισμός του σιδηροδρομικού δικτύου, η υλοποίηση νέων αεροπορικών συνδέσεων της Καλαμάτας αποτελούν έργα αιχμής

Για τις διοικητικές αρχές, ο βασικότερος πυλώνας ανάπτυξης της Καλαμάτα αλλά και ολόκληρης της Μεσσηνίας αποτελεί τουρισμός. Με τη διαφορά όμως ότι αναζητά τη συνετή και ήπια τουριστική ανάπτυξη, με σεβασμό στον άνθρωπο, το περιβάλλον και την πολιτιστική κληρονομιά της Μεσσηνίας. Δηλαδή, την βιώσιμη ανάπτυξη.

#### **4.7. Εμπόδια τουριστικής ανάπτυξης**

---

Στο συγκριμένο σημείο, αφού αναφερθήκαμε στις προοπτικές της Καλαμάτας, θεμιτό είναι να αναφέρουμε και κάποια στοιχεία τα οποία αποτελούν εμπόδια όσον αφορά στην τουριστική της ανάπτυξη. Αρχικά, πολύ σημαντικό θεωρείται να αναφερθούμε στη μικρή τουριστική περίοδο αλλά και στο μικρό αριθμό των

κλινών που διατίθενται για τους επισκέπτες. Αυτά αποτελούν εμπόδιο για την περαιτέρω αύξηση του τουριστικού εισοδήματος ενώ μέχρι πρόσφατα ήταν γνωστά μόνο στους γύρω κατοίκους, καθώς η Μεσσηνία δεν ήταν ποτέ καταξιωμένος τουριστικός προορισμός. Ωστόσο, η λειτουργία του Costa Navarino αλλά και ο νέος αυτοκινητόδρομος Κόρινθος - Τρίπολη - Καλαμάτα έφεραν φέτος το καλοκαίρι περισσότερους επισκέπτες στο νομό (Μπάνου κ.α., 2012).

Η αύξηση του αριθμού των επισκεπτών αφενός ήταν πολύ μεγάλη και μ' αυτό τον τρόπο αναδείχθηκαν τα δύο εμπόδια της τουριστικής ανάπτυξης τα οποία ανφέρθηκαν. Πιο συγκεκριμένα, πολλοί επισκέπτες έψαχναν για ένα δωμάτιο στα ξενοδοχεία της Καλαμάτας, αλλά δεν έβρισκαν επειδή όλα ήταν ήδη κλεισμένα. Έτσι πολλοί άλλαξαν προορισμό και κατευθύνθηκαν σε άλλες πόλεις.

Η μεγάλη έλλειψη κλινών στη Καλαμάτα μπορεί να έχει τη δυνατότητα να προκαλέσει ανυπολόγιστη και ανεπανόρθωτη βλάβη στο τουριστικό προϊόν του νομού.

Εν συνεχεία, το δεύτερο εμπόδιο, που έγινε επίσης ορατό είναι η μικρή τουριστική σεζόν. Όπως και στην υπόλοιπη Ελλάδα, έτσι και στη Μεσσηνία οι επισκέπτες ακολουθούν την πολιτική του εποχιακού τουρισμού. Είναι όμως αυτονόητο ότι με τόσο μικρή σεζόν είναι αδύνατον να συντηρηθούν οι τουριστικές επιχειρήσεις, και ειδικότερα αυτές που έχουν δανεικά κεφάλαια κίνησης (Μπάνου κ.α., 2012). Αν δεν επιμηκυνθεί η τουριστική σεζόν, όλες αυτές οι επιχειρήσεις το πιθανότερο είναι πως θα διακόψουν τη λειτουργία τους.

## Επίλογος - Συμπεράσματα

---

Από τη συγγραφή της παρούσας εργασία προκύπτουν κάποια πολύ σημαντικά συμπεράσματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη, αλλά και πιο συγκεκριμένα, με τη μελέτη περίπτωσης που ασχοληθήκαμε, την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη της Καλαμάτας.

Η ανάπτυξη των διαδικασιών της ενδογενούς τοπικής ανάπτυξης απαιτεί ένα λεπτομερή σχεδιάσμα των μέτρων και ενεργειών που πρέπει να αναλάβουν οι αρχές και οι διάφορες βαθμίδες της διοίκησης. Με δεδομένο το ότι τα μέτρα αυτά αφορούν την ενίσχυση της δημιουργίας νέων τοπικών επιχειρήσεων, την παροχή βοήθειας στις υπάρχουσες επιχειρήσεις και, τελικά, το μετασχηματισμό και την ενίσχυση των τοπικών παραγωγικών συστημάτων, απαιτείται η εφαρμογή μιας πολιτικής κατάλληλης για καθεμιά από αυτές τις περιπτώσεις και για κάθε ζώνη που έχει δυνατότητες ενδογενούς ανάπτυξης. Οι περιπτώσεις της τοπικής εκβιομηχάνισης, που αναφέρθηκαν σε αυτή την μελέτη, μπορούν να αποτελέσουν σημεία αναφοράς για να προσδιοριστούν τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματα από την εφαρμογή της στρατηγικής της τοπικής ανάπτυξης.

Στις συνθήκες κάτω από τις οποίες λειτουργεί μία οικονομία της αγοράς, εάν το επιθυμητό είναι ο συνδυασμός του πρωταγωνιστικού ρόλου των επιχειρήσεων με τον αντίστοιχο των τοπικών κοινοτήτων στις διαδικασίες της ενδογενούς ανάπτυξης, τότε τα μέτρα στήριξης πρέπει να αποβλέπουν στη βελτίωση του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δρουν οι τοπικές επιχειρήσεις (ευνοώντας την αποδοτικότητά τους) και αναπτύσσονται οι διαδικασίες (ενισχύοντας τον έλεγχο των τοπικών κοινοτήτων). Για το λόγο αυτό, οι ενέργειες των διάφορων βαθμίδων της διοίκησης πρέπει να κατευθύνονται προς τη διάρθρωση των λειτουργικών αδυναμιών του οικονομικού συστήματος και του θεσμικού πλαισίου, που δημιουργήθηκαν κατά την περίοδο στην οποία η οικονομική πολιτική έκανε ισχυρές διακρίσεις προς όφελος των μεγάλων επιχειρήσεων των αστικών περιοχών.

Επομένως, τα μέτρα που ευνοούν τις διαδικασίες της τοπικής ανάπτυξης επιδρούν στους παράγοντες που αποτελούν την αιτία των προβλημάτων των τοπικών συστημάτων επιχειρήσεων και οι οποίοι εμποδίζουν τη δημιουργία νέων διαδικασιών τοπικής ανάπτυξης. Επιπλέον, με δεδομένο ότι οι τοπικές επιχειρήσεις βρίσκονται πολύ μακριά από τα κέντρα λήψης των οικονομικών και πολιτικών αποφάσεων, ότι έχουν περιορισμένη πρόσβαση στην οικονομική πληροφόρηση και στις τεχνολογικές καινοτομίες και ότι η διαδικασία ολοκλήρωσης των τοπικών συστημάτων είναι αργή, οι ενέργειες των δημόσιων και των ιδιωτικών φορέων πρέπει να ενισχύουν, ταυτόχρονα, τη δημιουργία υπηρεσιών και υποδομής, που να διευκολύνουν την εμφάνιση και ενίσχυση των διαδικασιών της τοπικής ανάπτυξης.

Κατά συνέπεια, τα μέτρα για την τοπική ανάπτυξη θα πρέπει απαραίτητα να κατευθύνονται προς την εξάλειψη των δυσκολιών που εμποδίζουν την επέκταση των διαδικασιών της τοπικής ανάπτυξης.

Αποτελεί γεγονός, αν λάβουμε υπόψη και το σύνολο των στοιχείων και αναφορών που παρατίθενται καθ' όλη την έκταση της παρούσας πτυχιακής εργασίας, πως η χώρα μας στηριχτεί σ' ένα πάρα πολύ μεγάλο ποσοστό την ανάπτυξη της στον τουρισμό. Μεγάλο ποσοστό του ΑΕΠ, όπως αναφέρεται, προέρχεται ουσιαστικά μόνο από την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών.

Αναφορικά με τη τουριστική αγορά της χώρας μας, αυτή θεωρείται σαν έναν ώριμο τουριστικό προορισμό ο οποίος έχει να αντιμετωπίσει έντονο ανταγωνισμό που προκύπτει μέσω αναδυόμενων μεσογειακών προορισμών, κατά βάση σε επίπεδο τιμών, προσφέρει το ίδιο προϊόν με τους ανταγωνιστές της και διεκδικεί μερίδιο από τις ίδιες τουριστικές αγορές.

Στην παρούσα περίπτωση, στην ανάλυση δηλαδή της πόλης της Καλαμάτας, βλέπουμε πως η τουριστική ανάπτυξή της συμβαδίζει με την οικονομική ανάπτυξή της, εφόσον ο τουρισμός αποτελεί ένα πολύ σημαντικό τομέα οικονομικής δραστηριότητας για την Καλαμάτα. Τα νέα έργα βοήθησαν όσον α

φορά στην τουριστική της ανάπτυξη και αναδείχτηκαν και νέες μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο πολιτισμικός τουρισμός και άλλοι. Ωστόσο υπάρχουν κάποια εμπόδια τα οποία κυρίως οφείλονται στην απότομη αύξηση της τουριστικής κίνησης. Αν η Καλαμάτα καταφέρει να υπερπηδήσει τα συγκεκριμένα εμπόδια θα είναι πολύ εύκολο να φιλοξενήσει μεγαλύτερα ποσοστά τουρισμού και αποτελεσματικά να αναπτυχτεί περαιτέρω οικονομικά.

## Αναφορές – Πηγές

---

### Ξένη βιβλιογραφία – Αρθρογραφία

- Mathieson, A. & Wall, G. (1982), "Tourism: economic, physical and social impacts", Longman: Harlow, UK.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride R., (2004). "Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition". Elsevier Butterworth – Heinemann Publications.
- Vassiliadis, C. & Mylonakis, J., (2007). "Marketing Factors and Correlates Affecting Website Satisfaction of Hotel Customers". Journal of Mobile Communications 1(2)

### Ελληνική βιβλιογραφία – Αρθρογραφία

- Αγοραστάκης, Γ., (2003), Περιβάλλον και τοπική ανάπτυξη, Χανιά : Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χανίων
- Αραπογιάννη Ξ. και συνεργάτες, (2007), «Μεσσηνία: Τόπος, χρόνος, άνθρωποι», Μίλητος, Αθήνα
- Βαρβαρέσος, Σ., (2013), «Οικονομική του τουρισμού: Εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις», Προπομπός, Αθήνα
- Βρανόπουλος Ε., (1996), «Ελληνικός τουρισμός: Μύθοι και πραγματικότητα: Συλλογή κειμένων που παρουσιάζει ανάγλυφα τις προοπτικές και τις ιδιομορφίες της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα μας», Anubis, Αθήνα
- Ζαχαράτος Γ., (1998), «Ο απλοϊκός εμπειρισμός, η τουριστική πολιτική και η ώρα της κρίσης (1992)», Σύγχρονα Θέματα, Τεύχος 34, Αθήνα.
- Ζαχαράτος Γ., (2000), «Τουριστική ανάπτυξη-πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις» στο «Τουριστική ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις» Αυγερινού – Κολώνια Σ.,
- Ηγουμενάκης, Ν., Γ., Κραβαρίτης, Κ., Ν., Λύτρας, Π., Ν. (1999). «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Εκδ. Interbooks, Αθήνα

- Ηγουμενάκης, Νίκος Γ. (2004), «Τουριστικό μάρκετινγκ :Γενικές αρχές», Εκδ. Interbooks, Αθήνα
- Καραγκούνης, Β., (2009), Κοινοτική εργασία και τοπική ανάπτυξη, 1η έκδ. - Αθήνα : Τόπος
- Κατσιλιέρη Μ., (2004), «Μεσσηνία: Προορισμός με στόχο: Τουριστικός οδηγός», ΕΤΑΠ Πελοποννήσου & Ιονίων Νήσων Εκδοτική, Καλαμάτα
- Λαγός Δ., (1996), «Οι Οικονομικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη», Διδ. Διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.
- Λαγός, Δ. (2005), «Τουριστική Οικονομική», Εκδ. Κριτική, Αθήνα
- Μαγουλάς Κωνσταντίνος, Καθηγητής Ε.Μ.Π. & Δρ. Παππάς Νικόλαος. Περιβάλλον – Πολιτισμός – Τουρισμός – Περιφερειακή Ανάπτυξη: Τουρισμός», Υπουργείο Εθνικής Παιδείας & Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων.
- Μπάνου Α. και συνεργάτες, (2012), «Μεσσηνία: Συμβολές στην ιστορία και στον πολιτισμό της», Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Παπακωνσταντινίδης, Λεωνίδας Α. (1993), Αγροτουρισμός: Σταθμός στο δρόμο για την τοπική ανάπτυξη / Λεωνίδας Α. Παπακωνσταντινίδης. - Αθήνα : Δωρικός
- Τσάρτας Π., (2000), «Κριτική αποτίμηση των παραμέτρων συγκρότησης των χαρακτηριστικών της μεταπολεμικής τουριστικής ανάπτυξης» στο Τουριστική ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις, Αυγερινού – Κολώνια Σ., Ζαχαράτος Γερ. et. al. (επιμέλεια Π. Τσάρτας), ΕΞΑΝΤΑΣ, Αθήνα.
- Χριστοφάκης, Μ. Σ. (2001), Τοπική ανάπτυξη και περιφερειακή πολιτική, Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση,

#### **Διαδίκτυο**

- ΣΕΤΕ, 2014, <http://sete.gr/>, [Ημερομηνία πρόσβασης: 13-08-2014]
- ΙΟΒΕ, 2013, <http://www.iobe.gr/>, [Ημερομηνία πρόσβασης : 20-08-2014]

- ΞΕΕ, 2014 <http://www.tovima.gr/files/1/2013/11/13/xee.pdf>, [Ημερομηνία πρόσβασης: 20-08-2014]
- ΣΕΤΕ, 2014 [www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx](http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/Pages/default.aspx), [Ημερομηνία πρόσβασης: 20-08-2014]





