



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

**«Οργάνωση και Διοίκηση Δημοσίων Υπηρεσιών, Δημοσίων Οργανισμών και
Επιχειρήσεων»**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΙΤΛΟΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

**ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙ
ΕΠΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΠΟΥ ΠΡΟΕΡΧΕΤΑΙ
ΑΠΟ ΑΛΛΟΔΑΠΟΥΣ**

Θεοχάρης Κωνσταντίνος

Επιβλέπων καθηγητής: κ. Αγγελίδης Τιμόθεος

ΤΡΙΠΟΛΗ

Φεβρουάριος 2012

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στην ολοκλήρωση της παρούσας μελέτης συνέβαλαν πολλοί παράγοντες τους οποίους στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω. Πρώτα από όλα θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα καθηγητή, κύριο Αγγελίδη Τιμόθεο για την πολύτιμη βοήθεια που μου έδωσε, τις υποδείξεις και παρατηρήσεις του καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της μεταπτυχιακής μου διατριβής.

Θα ήθελα, επίσης, να εκφράσω τις ευχαριστίες και την εκτίμηση μου στους γονείς μου, Δημήτρη και Ευρυδίκη, στην αδερφή μου Λίτσα και την φίλη μου Βάσω, οι οποίοι έκαναν ότι ήταν δυνατό από τη δική τους πλευρά για να φτάσει στο τέλος της η παρούσα εργασία.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τους συνεταίρους μου, τον Γιάννη, τον Μίλτο και την Ευπραξία, για την ηθική υποστήριξη και την υπομονή τους, όλο αυτό το διάστημα.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	ii
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	iii
ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ.....	v
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	vi
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	vii
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	viii
ABSTRACT	x
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	xi

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Εισαγωγή στον τουρισμό

1.1 Εισαγωγή	1
1.2 Ορισμοί του τουρισμού	4
1.3 Τουριστική ζήτηση	7
1.3.1 Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης	7
1.3.2 Παράγοντες που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση.....	11
1.4 Χαρακτηριστικά της προσφοράς των τουριστικών υπηρεσιών	15
1.5 Προσαρμογή της τουριστικής προσφοράς στις ανάγκες της ζήτησης	16

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Η Ελληνική τουριστική αγορά

2.1 Μορφές τουρισμού	19
2.2 Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου	23
2.3 Χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα και αδυναμίες του Ελληνικού τουρισμού	25
2.4 Σπουδαιότητα τουριστικού τομέα στην Ελλάδα	28
2.5 Συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ και την απασχόληση	29
2.5.1 Παράγοντες που επηρεάζουν τη συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ	30
2.5.2 Εξέλιξη του ΑΕΠ και της Απασχόλησης στην Ελλάδα	32
2.6 Ελληνική τουριστική ανάπτυξη και πολιτική	33
2.7 Οι επιδόσεις της Ελλάδας και ο ανταγωνισμός	36
2.7.1 Οι επιδόσεις των μεσογειακών χωρών	36

2.7.2 Η κατάταξη της Ελλάδας ως προς την διεθνή ανταγωνιστικότητα του τομέα του τουρισμού	40
2.8 Οι προοπτικές του διεθνούς τουρισμού.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στον κλάδο του τουρισμού	
3.1 Η κρίση του 1929 και η κρίση του 2008-2009: Συγκριτική προσέγγιση	44
3.2 Η παθογένεια του ελληνικού τουρισμού	49
3.3 Παγκόσμια οικονομική κρίση και παγκόσμιος τουρισμός	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Η εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης και των τουριστικών εισπράξεων στην Ελλάδα	
4.1 Η πορεία των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στα σύνορα	52
4.2 Η εξέλιξη των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ	55
4.3 Εποχικότητα της τουριστικής κίνησης	68
4.4 Αφίξεις των τουριστών κατά μέσο μεταφοράς	61
4.5 Η εξέλιξη των τουριστικών εισπράξεων	64
4.6 Η εξέλιξη των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ	67
4.7 Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ αφίξεων και διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών	71
Συμπεράσματα	75
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	78

ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

Δ.Α.Τ	Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού
Π.Ο.Τ	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
Δ.Σ.Τ.Τ	Διεθνές Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού
Ο.Α.Ε.Δ	Οργανισμός Απασχολήσεως Εργατικού Δυναμικού
Ε.Ο.Τ	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
Π.Σ.Τ.Τ	Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών
Ε.Π.Ο.Π.Σ	Εταιρεία Παροχής Οικονομικής Πληροφορήσεως και Συμβουλών
Π.Ο.Φ	Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ
ΕΛ. ΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
Α.Ε.Π	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
Ο.Ο.Σ.Α	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
Ε.Τ.С	European Travel Commission
UN.W.T.O	The World Tourism Organization

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Πίνακας 2.1	Εξέλιξη του ΑΕΠ και της Απασχόλησης για τα έτη 2000-2010	33
Πίνακας 2.2	Εξέλιξη αφίξεων τουριστών στις χώρες της Μεσογείου 2004-2009	37

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πίνακας 4.1	Εξέλιξη των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στα σύνορα	53
Πίνακας 4.2	Η εξέλιξη των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ 2004-2009	55
Πίνακας 4.3	Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών ανά χώρα προέλευσης (2003-2009)	58
Πίνακας 4.4	Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών ανά γεωγραφική περιοχή προέλευσης 2003-2009	59
Πίνακας 4.5	Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά μήνα 2004-2009	60
Πίνακα 4.6	Τα κυριότερα αεροδρόμια κατά σειρά αριθμού αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών	62
Πίνακας 4.7	Αφίξεις κατά μέσο μεταφοράς	63
Πίνακας 4.8	Εξέλιξη ισοζυγίου συναλλαγών στον τομέα του τουρισμού 2002- 2010(σε εκ. ευρώ)	65
Πίνακας 4.9	Διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ 2003-2009	67
Πίνακας 4.10	Διανυκτερεύσεις ανά χώρα μόνιμης διαμονής 2003-2009	69
Πίνακας 4.11	Κατανομή συνολικών διανυκτερεύσεων ανά μήνα σε ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ	70
Πίνακας 4.12	Αφίξεις και διανυκτερεύσεις για τα έτη 2003-2009	71
Πίνακας 4.13	Στατιστικά παλινδρόμησης	72
Πίνακας 4.14 α	Ανάλυση διακύμανσης (ANOVA)	73
Πίνακας 4.14β	Ανάλυση διακύμανσης (ANOVA)	73

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Διάγραμμα 2.1	Εξέλιξη του ΑΕΠ και της Απασχόλησης για τα έτη 2000-2010	33
Διάγραμμα 2.2	Εξέλιξη αφίξεων τουριστών σε κύριους μεσογειακούς προορισμούς 2004-2009	38
Διάγραμμα 2.3	Ο διεθνής τουρισμός το 2020 κατά την πρόγνωση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού	43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Διάγραμμα 4.1	Εξέλιξη των αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα 1990-2010	54
Διάγραμμα 4.2	Εξέλιξη των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα και καμπινγκ 2004-2009	56
Διάγραμμα 4.3	Εξέλιξη των αφίξεων τουριστών ανα χώρα προέλευσης 2003-2009	57
Διάγραμμα 4.4	Εποχικότητα των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα 2004-2009	60
Διάγραμμα 4.5	Αφίξεις μη μόνιμων κατοίκων ανά αεροδρόμιο 2007-2010	62
Διάγραμμα 4.6	Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών κατά μέσο μεταφοράς 2009	63
Διάγραμμα 4.7	Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών κατά μέσο μεταφοράς 2010	64
Διάγραμμα 4.8	Εξέλιξη ισοζυγίου συναλλαγών στον τομέα του τουρισμού 2002-2010 (σε εκ. ευρώ)	66
Διάγραμμα 4.9	Εξέλιξη των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα και καμπινγκ	68
Διάγραμμα 4.10	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα 2008-2009 (κατά σειρά όγκου 2009)	70
Διάγραμμα 4.11	Εποχικότητα διανυκτερεύσεων τουριστών αλλοδαπών στην Ελλάδα	71

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Οι αρνητικές επιδόσεις της ελληνικής οικονομίας επιβάλλουν να εντοπίσουμε και να κατανοήσουμε τα αίτια που οδηγούν στη σημερινή πραγματικότητα για να ασκηθούν κατάλληλες και αποτελεσματικές πολιτικές για την αντιμετώπισή τους. Τα αίτια της κρίσης πρέπει να αναζητηθούν αφενός στα χρόνια διαρθρωτικά προβλήματα και τις πολιτικές που εφαρμόστηκαν, αφετέρου, στη διεθνή συγκυρία της χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης που τα ανέδειξε με ιδιαίτερα έντονο και οξύ τρόπο.

Είναι γεγονός ότι ο παγκόσμιος τουρισμός είναι ένας από τους κλάδους που επηρεάστηκαν άμεσα από την οικονομική κρίση, κάτι που αποτυπώθηκε αφενός στην μειωμένη τουριστική ζήτηση και αφετέρου στους μειωμένους ρυθμούς ανόδου των διεθνών τουριστικών αφίξεων. Η εντυπωσιακή ανάπτυξη του τουρισμού της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια τον τοποθετεί ήδη σαν μια από τις σημαντικότερες δραστηριότητες της οικονομίας. Μια τέτοιου είδους μεγάλης κλίμακας δραστηριότητα όπως είναι ο τουρισμός, φυσικό είναι να έχει θετικές και αρνητικές επιπτώσεις τόσο για την οικονομία όσο και για την κοινωνία και το περιβάλλον στους τουριστικούς προορισμούς. Ο Ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. Η Ελλάδα διατηρεί σε γενικές γραμμές τη θέση της ανάμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, μετά την Ισπανία και την Ιταλία, τα τελευταία χρόνια όμως αισθάνεται ισχυρή πίεση ιδιαίτερα από την Τουρκία.

Το πλαίσιο της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής είναι η πορεία και οι επιπτώσεις του τουρισμού στην Ελλάδα που προέρχονται από τους αλλοδαπούς τουρίστες. Ειδικότερα γίνεται ανάλυση των αφίξεων και διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα τόσο κατά μήνα όσο και κατά χώρα προέλευσης τους, όπως αυτά προκύπτουν από την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛ.ΣΤΑΤ).

Τα αποτελέσματα αυτής της ανάλυσης δείχνουν ότι το παρά τις θετικές ενδείξεις που παρουσιάζονται στις αφίξεις το έτος 2010 ο ελληνικός τουρισμός, δεν έχει κατορθώσει ακόμη να βγει από την φάση της ύφεσης στην οποία

βρίσκεται από το 2008. Παρατηρούμε ακόμη, στη διάρκεια των τελευταίων ετών μια συνεχή μείωση του αριθμού διανυκτερεύσεων από την Γερμανία και το Ην. Βασίλειο οι οποίες είναι οι σημαντικότερες αγορές για το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Ακόμη παρατηρούμε ότι η κατανομή των αφίξεων παρουσιάζουν έντονα φαινόμενα υπερσυγκέντρωσης κατά τους θερινούς μήνες (Ιούνιος-Σεπτέμβριος). Παρά τις πολυετής προσπάθειες για επιδίωξη άμβλυνσης της εποχικότητας, η οποία θεωρείται ως μια από τις μεγαλύτερες αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού, δεν έχει σημειωθεί καμία ουσιαστική πρόοδος. Με άλλα λόγια, το ελληνικό τουριστικό προϊόν δεν έχει κατορθώσει να επανατοποθετηθεί στη διεθνή τουριστική αγορά .

ABSTRACT

The negative performance of the Greek economy impose to identify and understand the causes leading to the current reality and execute appropriate and effective policies for their confrontation. The causes of the crisis must be found both in the structural problems that have been done for many years and the policies implemented, on the other hand, in a situation of international financial and economic crisis that revealed them in a very intense and acute way.

The fact is that global tourism is one of the sectors directly affected by the economic crisis, which was reflected both in reduced tourism demand and also to the reduced growth rate of international tourist arrivals. The impressive growth of tourism in Greece over the past years places it already as one of the major activities of the economy. Such large-scale activity such as tourism, naturally has positive and negative effects on both the economy as well as the society and the environment in tourist destinations. The Greek tourism is one of the few sectors of national economy, which is competitive globally. Greece has in general its position among the main competing countries of the Mediterranean, after Spain and Italy in recent years, however, there is very strong pressure from Turkey.

The framework of the present postgraduate thesis is the trend and the impact of tourism in Greece coming from foreign tourists. In particular, an analysis is made of arrivals and overnight stays of foreign tourists visiting Greece checking both, months and the country of origin, such as those derived from the Greek Statistical Authority.

The results of this analysis indicate that despite the positive signs shown in arrivals in 2010. Greek tourism has not yet been able to come out of recession which is from 2008. We see a steady decline in the number of nights from Germany and the United Kingdom over the past years, which are the most important markets for the Greek tourist product. Furthermore, we observe that the distribution of arrivals present intense phenomena of over-concentration at the aestival months (June-September). Despite the multiannual efforts to seek mitigation of seasonality, which is regarded as one of the biggest weaknesses of the Greek tourism, there has been no substantial progress. In other words, the Greek tourism product has not managed to reposition itself in the international tourism market.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι αφενός να καταγράψει και να αναλύσει την τάση του αριθμού των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα, να προσδιορίσει τη σημασία της τουριστικής προσέλευσης και μέσα από την στατιστική επεξεργασία δεδομένων να αναδείξει την συσχέτιση μεταξύ των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μας.

Ο στόχος της συγκεκριμένης μεταπτυχιακής εργασίας είναι η ανάλυση των δεδομένων σχετικά με τους αλλοδαπούς επισκέπτες στην Ελλάδα όπως αυτά προκύπτουν από την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛ.ΣΤΑΤ). Συγκεκριμένα το ενδιαφέρον εστιάστηκε στις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις και ειδικότερα στην συσχέτιση αυτών.

Πιο συγκεκριμένα, η δομή της εργασίας αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται και αναλύεται το γενικό πλαίσιο του Τουρισμού και οι βασικές έννοιες αυτού. Ειδικότερα γίνεται αναφορά στον ορισμό του τουρισμού, την προσφορά και ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών καθώς επίσης και τους παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση.

Στο δεύτερο κεφάλαιο δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην σταδιακή εξέλιξη του τουρισμού στην Ελλάδα, δηλαδή το πέρασμα από τον κλασικό τουρισμό σε άλλες μορφές του τουρισμού που υπάρχουν στην χώρα μας, τα χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού. Ακολουθεί αναφορά στη σπουδαιότητα του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα, τη θέση που η Ελλάδα κατέχει παγκοσμίως και τους ανταγωνιστές της, ενώ στο επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται μια συγκριτική προσέγγιση της κρίσης του 1929 με την κρίση του 2008, η παθογένεια του Ελληνικού τουρισμού καθώς και η σχέση της παγκόσμιας κρίσης με τον παγκόσμιο τουρισμό.

Στο τέταρτο κεφάλαιο προβάλλεται η σπουδαιότητα της στατιστικής επιστήμης για την καλύτερη κατανόηση και εξήγηση του τουριστικού φαινομένου και παρατίθενται πίνακες και διαγράμματα που αφορούν σε στατιστικά στοιχεία σχετικά με την τουριστική προσέλευση στην χώρα μας τα έτη 2003-2009.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1 Εισαγωγή

Ο τουρισμός παρουσιάστηκε ως όργανο για παραγωγή εργασίας, μείωση της φτώχειας και της βιώσιμης ανθρώπινης ανάπτυξης. Ο τουρισμός προωθεί την κατανόηση των ανθρώπων και ανθρωπίνων σχέσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ παράλληλα δίνει τη δυνατότητα για προώθηση των τοπικών εθίμων, τεχνών και παραδόσεων του προορισμού. Παράλληλα, αποτελεί ένα απαραίτητο τμήμα της οικονομικής δραστηριότητας της κάθε χώρας που τον αναπτύσσει, ιδιαίτερα σε σχέση με την αύξηση του συναλλάγματος, την παραγωγή επιπρόσθετου εισοδήματος και τη δημιουργία εργασιακών ευκαιριών.

Ο Peters (1969) θεωρεί ότι ο διεθνής τουρισμός είναι «το μεγαλύτερο μεμονωμένο στοιχείο του παγκόσμιου εμπορίου και για μερικούς αιώνες αποτελεί τη μεγαλύτερη βιομηχανία εξαγωγών και συγκομιδής συναλλάγματος».

Στην αρχή της νέας χιλιετίας ο τουρισμός καθορίζεται ως η κύρια βιομηχανία σε πολλές χώρες και ο γρηγορότερα αναπτυσσόμενος οικονομικός τομέας σε σχέση με το ξένο συνάλλαγμα και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Ο διεθνής τουρισμός είναι ο πιο επικερδής τομέας εξαγωγών και ένας σημαντικός παράγοντας στο ισοζύγιο πληρωμών πολλών κρατών. Ο τουρισμός έγινε μία από τις πιο σημαντικές πηγές δημιουργίας θέσεων εργασίας. Συνδυάζει μεγάλο όγκο επενδύσεων και υποδομής, ενώ μεγάλο μέρος του βοηθά στη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης των μόνιμων κατοίκων της κάθε χώρας. Οι περισσότερες θέσεις εργασίας και τουριστικές επιχειρήσεις δημιουργούνται στις αναπτυσσόμενες χώρες, βοηθώντας με αυτό τον τρόπο στην ανάπτυξη των οικονομικών ευκαιριών και στην καταπολέμηση της αστευφιλίας (UNWTO, 2006). Η “πολιτιστική αφύπνιση” και οι προσωπικές φιλίες που δημιουργούνται μέσω του τουρισμού μεταξύ των μόνιμων κατοίκων και των επισκεπτών, αποτελούν μια ισχυρή δύναμη για τη βελτίωση της παγκόσμιας κατανόησης και συνεισφέρουν στην παγκόσμια ειρήνη μεταξύ των εθνών.

Μια τέτοιου είδους μεγάλης κλίμακας δραστηριότητα όπως είναι ο τουρισμός, φυσικό είναι να έχει θετικές και αρνητικές επιπτώσεις τόσο για την οικονομία όσο και για την κοινωνία και το περιβάλλον στους τουριστικούς

προορισμούς. Γι' αυτό το λόγο στο Hague Declaration on Tourism (1989) ο τουρισμός αναφέρεται ως «επανάσταση». Ο τουρισμός και το φυσικό περιβάλλον θεωρούνται ως άρρηκτα συνδεδεμένα δημιουργώντας ένα βιώσιμο σύστημα που είναι «οικολογικά ασφαλές, οικονομικά βιώσιμο, κοινωνικά δίκαιο και πολιτιστικά κατάλληλο και ανθρώπινο» (Fargel & McLellan, 1987). Παρ' όλα αυτά η εμπειρία δείχνει ότι τα οικονομικά οφέλη που παρουσιάζονται από την τουριστική ανάπτυξη δε μεταφράζονται πάντα σε κοινωνικοοικονομικά οφέλη και περιβαλλοντική βιωσιμότητα (Loon & Polakow, 2001).

Ο τουρισμός περά το ότι έχει θετικές επιπτώσεις στην οικονομία έχει και αρνητικές επιπτώσεις. Πιο συγκεκριμένα οι αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις είναι η υπερβάλλουσα ζήτηση, η φοροδιαφυγή, η αύξηση του πληθωρισμού και η ανισόροπη οικονομική ανάπτυξη των περιοχών.

Όσον αφορά για την υπερβάλλουσα ζήτηση, κατά την υψηλή περίοδο σε πολλούς προορισμούς δεν επαρκούν οι υφιστάμενες υποδομές για την εξυπηρέτηση των τουριστών. Τα αρνητικά αποτελέσματα της υπερβάλλουσας ζήτησης είναι πολλαπλά καθώς οι επιχειρήσεις δεν θέλουν να χάσουν την ευκαιρία να βγάλουν γρήγορα πολλά κέρδη. Στην προσπάθειά τους αυτή υποβαθμίζουν σημαντικά την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, με αποτέλεσμα οι τουρίστες να φεύγουν δυσαρεστημένοι από τον τρόπο εξυπηρέτησής τους. Οι δυσαρεστημένοι τουρίστες στη συνέχεια θα ζητήσουν χαμηλότερες τιμές προκειμένου να επισκεφτούν ξανά τον ίδιο προορισμό και έτσι θα δημιουργηθεί ένας φαύλος κύκλος υποβάθμισης της τουριστικής οικονομίας μιας χώρας.

Επίσης εντοπίζονται φαινόμενα φοροδιαφυγής. Πολλές από τις συναλλαγές που γίνονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις συχνά δεν δηλώνονται στην εφορία είτε γιατί οι επιχειρηματίες του κλάδου επιδιώκουν τη φοροδιαφυγή είτε διότι το ίδιο το κράτος δεν έχει θεσπίσει διαδικασίες και μεθόδους ελέγχου όλων των μορφών συναλλαγών που διενεργούνται στον τουρισμό.

Η αύξηση του πληθωρισμού είναι συνηθισμένο φαινόμενο λόγω των διαφορών στις τιμές μεταξύ των καταστημάτων που βρίσκονται σε τουριστική περιοχή και των καταστημάτων που βρίσκονται σε περιοχές χωρίς τουριστική ζήτηση.

Επίσης η επιλογή των τουριστών να επισκέπτονται ορισμένα μόνο γεωγραφικά σημεία, πχ. τα νησιά μιας χώρας, αυξάνει τις πιθανότητες αυτά τα

νησιά να γνωρίσουν ραγδαία οικονομική άνοδο και τα υπόλοιπα, που δεν προτιμώνται από τους τουρίστες, τον οικονομικό μαρασμό.

Οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι ότι δημιουργεί κοινωνικά προβλήματα. Ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση της εγκληματικότητας και της διαφθοράς με αποτέλεσμα την αύξηση των κοινωνικών συγκρούσεων. Επίσης υποβαθμίζει το φυσικό περιβάλλον και αυξάνει τη μόλυνση. Συχνά η άναρχη δόμηση και η ανεξέλεγκτη διαχείριση των αποβλήτων έχει ως αποτέλεσμα την χωρίς μέτρο εκμετάλλευση του φυσικού περιβάλλοντος η οποία τελικά οδηγεί στη σταδιακή υποβάθμισή του. Το πρόβλημα είναι ότι συχνά αυτή η υποβάθμιση και μόλυνση των φυσικών πόρων να γίνεται μη αναστρέψιμη, με αποτέλεσμα την ευρύτερη υποβάθμιση μιας περιοχής. Επίσης συμβάλλει στην εξάπλωση ασθενειών. Παλαιότερα κυρίαρχο ρόλο είχαν στην περίπτωση αυτή τα σεξουαλικά μεταδιδόμενα νοσήματα. Σήμερα εμφανίστηκαν άλλες σύγχρονες μορφές ασθενειών όπως η γρίπη των πούλερικών.

Συμπερασματικά, ο διεθνής τουρισμός και το περιβαλλοντικό κίνημα που αναπτύχθηκε παράλληλα, έχουν πολλές φορές συγκρουστεί εξ' αιτίας της περιβαλλοντικής ζημιάς, της καταστροφής της βάσης των ανθρωπογενών πηγών και της διαμάχης των συμφερόντων μεταξύ των διαφορετικών ομάδων που μετέχουν στο τουριστικό προϊόν (Kousis, 2000).

1.2 Ορισμοί του τουρισμού

Στον τουρισμό νοούμενο ως μία από τις «μεγαλύτερες βιομηχανίες του κόσμου» είναι δύσκολο να δοθεί ένας ορισμός. Είναι αλήθεια, ότι αυτός ως φαινόμενο έχει άμεση σχέση και συνδέεται στενά με «οικονομικά, κοινωνικοπολιτικά και περιβαλλοντικά θέματα» και «στηρίζεται σε πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή στοιχεία της παραγωγής και της παροχής υπηρεσιών» (Fennel, 2001).

Ας γίνει όμως μία προσπάθεια ανασκόπησης των ορισμών ή καλύτερα των προσπαθειών για μια αποτύπωση της έννοιας του τουρισμού.

Η λέξη τουρισμός ουσιαστικά έχει προέλθει από τη Γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει γύρος και την Αγγλική «Touring» που έχει να κάνει με την επίσκεψη των ανθρώπων σε περιοχές με αξιοθέατα.

Ένας άλλος ορισμός έρχεται από τη Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού (Δ.Α.Τ) η οποία θεωρεί ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν απ' αυτές που προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και διάφορη ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης» (Ρούπας, 1993). Στον αντίποδα η Κοινωνία των Εθνών (1937) θεωρεί ότι τουρίστας αποκαλείται κάθε άτομο που ταξιδεύει για μια περίοδο μεγαλύτερη από 24 ώρες σε τόπο διαφορετικό από αυτό που έχει τη μόνιμη κατοικία του.

Οι Ρούπας και Λαλούμης (1998) θεωρούν ότι ο «τουρισμός είναι η πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής σε άλλο, με σκοπό την ψυχική ευχαρίστηση». Ο Καλφιώτης (1976) πιστεύει ότι τουρισμός είναι η μετακίνηση των ατόμων που δημιουργεί κατανάλωση τουριστικών προϊόντων.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ, 1981) ορίζει τον τουρισμό ως μια δραστηριότητα που περιλαμβάνει κάθε είδους μετακινήσεις, είτε μέσω διεθνών συνόρων (αλλοδαπός) είτε όχι (ημεδαπός), για πάνω από 24 ώρες και για διάφορους λόγους, στους οποίους δεν συμπεριλαμβάνονται λόγοι μετανάστευσης και τακτικής ημερήσιας απασχόλησης. Ο ανωτέρω ορισμός καθορίζει την τουριστική δραστηριότητα με βάση τη συγκυριακή μετακίνηση των ανθρώπων. Στο παρελθόν, μια στενότερη αστική θεώρηση περιόριζε την

έννοια του τουρισμού σε μετακινήσεις και δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου.

Σύμφωνα με τους Hunziker και Kraft,(1942) «Ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων που προκύπτουν από την μετακίνηση από ένα μέρος σε ένα άλλο δεδομένου ότι αυτή δεν έχει αποβεί σε μόνιμη κατάσταση αλλά και δεν συνδέεται με καμία δραστηριότητα κερδοσκοπικού χαρακτήρα».

Από μία άλλη οπτική γωνία οι Jansen-Verbeke και Dietvorst, (1987), δεν δίνουν τόσο σημασία στη μετακίνηση των ανθρώπων μεταξύ κρατών και στις οικονομικές συναλλαγές που πραγματοποιούνται αλλά για αυτούς: «Οι όροι αναψυχή, ελεύθερος χρόνος και τουρισμός αντιπροσωπεύουν μια χαλαρή και αρμονική ομάδα που εστιάζεται στα εμπειρικά χαρακτηριστικά που τυποποιούν αυτούς τους όρους».

Η σχέση ωστόσο που φαίνεται να έχει ο τουρισμός με πολλές άλλες επιστήμες όπως τη οικονομία, την ψυχολογία, την κοινωνιολογία, τη γεωγραφία κλπ. του προσδίδει αυτή τη σύνθετη και περίπλοκη μορφή σύμφωνα με τον Fennel, (2001), αλλά και βάζει άλλους στη λογική όπως τον Leiper, (1981), να θεωρούν, να πιστεύουν και να διακηρύττουν ότι ο τουρισμός μπορεί από μόνος του να θεωρηθεί μία ξεχωριστή επιστήμη. Μάλιστα σύμφωνα με τον Leiper, (1981), η προσέγγιση της τουριστικής επιστήμης θα πρέπει να γίνει με κέντρο τη δομή της βιομηχανίας η οποία είναι ένα σύστημα των εξής πέντε βασικών στοιχείων: του ανθρώπινου δυναμικού, της περιοχής προέλευσης, μίας ενδεχόμενης ενδιάμεσης περιοχής, της περιοχής περιορισμού ή της περιοχής υποδοχής και της τουριστικής βιομηχανίας.

Από την άλλη για τους Mathieson και Wall, (1982) τρία είναι τα στοιχεία που συνθέτουν τον τουρισμό :

- Το δυναμικό στοιχείο: το ταξίδι προς ένα επιλεγμένο τουριστικό προορισμό.
- Το στατικό στοιχείο: η παραμονή στο παραπάνω επιλεγμένο προορισμό.
- Το τεχνητό στοιχείο: είναι αυτό που προκύπτει από την σύμπραξη των παραπάνω δύο στοιχείων και αφορά τις επιδράσεις που προκύπτουν από τα οικονομικά, κοινωνικά και φυσικά υποσυστήματα με τα οποία ο τουρίστας έρχεται άμεσα σε επαφή.

Τέλος, για τους Mill και Morrisson, (1985), το σύστημα του τουρισμού περιλαμβάνει τέσσερα βασικά στοιχεία όπως την αγορά, το ταξίδι, τον προορισμό και το marketing.

Κάνοντας μια ανακεφαλαίωση για την έννοια του τουρισμού και την πολυπλοκότητά της, λόγω της σύνδεσης της με διάφορες επιστήμες, θα μπορούσε κανείς να συμπεράνει ότι τα βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού συγκεντρώνονται στα εξής σημεία σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (1999):

- Τουρισμός νοείται η μεμονωμένη ή η ομαδική μετακίνηση προς εκπλήρωση τουριστικών αναγκών και επιθυμιών από έναν προορισμό σε έναν άλλον όταν η διαμονή στο τόπο προορισμού διαρκεί τουλάχιστον ένα 24ωρο.
- Δύο είναι τα βασικά στοιχεία που εννοούνται ότι συνυπάρχουν με οποιαδήποτε μορφή τουρισμού: το ταξίδι (η μετακίνηση δηλαδή προς τον τόπο προορισμού) και η διαμονή μαζί βεβαίως με τη διατροφή.
- Η μετακίνηση θεωρείται δεδομένο ότι γίνεται για τουριστικούς και μόνο λόγους και πέραν του μόνιμου τόπου διαμονής των ταξιδιωτών - τουριστών.
- Θεωρείται δεδομένη η επιστροφή των ταξιδιωτών στον τόπο διαμονής τους μετά από την μετακίνησή τους προς ένα τουριστικό επιλεγμένο προορισμό για μικρό χρονικό διάστημα (λίγες μέρες, εβδομάδες ή έστω μήνες).
- Οι λόγοι για τους οποίους οι ταξιδιώτες επισκέπτονται έναν προορισμό είναι καθαρά για την εκπλήρωση τουριστικών αναγκών και επιθυμιών και δεν έχουν καμία άλλη σχέση με άλλους λόγους όπως πχ επαγγελματικούς.

Όποιο όμως ορισμό και εάν υιοθετήσει κανείς το σίγουρο είναι ότι σήμερα ο τουρισμός αποτελεί τη μεγαλύτερη βιομηχανία του πλανήτη. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Διεθνές Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (Δ.Σ.Τ.Τ) τα ταξίδια και ο τουρισμός είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο ξεπερνώντας την αυτοκινητοβιομηχανία, τη σιδηροβιομηχανία, τα ηλεκτρονικά και τον αγροτικό τομέα. Μάλιστα σύμφωνα με τις προβλέψεις του ο τουρισμός αναμένεται να αποτελέσει το 3,6% του παγκόσμιου συνολικού προϊόντος, το 8,3% της

παγκόσμιας απασχόλησης, το 9,5% των παγκόσμιων επενδύσεων και το 3,8% της παγκόσμιας κατανάλωσης.

Όπως σε όλους τους οικονομικούς κλάδους έτσι και στον τουρισμό η δυναμική, η ανάπτυξη και η εξέλιξη προσδιορίζονται από την προσφορά και τη ζήτηση που υπάρχει. Έτσι λοιπόν είναι σημαντικό ν' αναλυθεί η προσφορά και η ζήτηση του τουρισμού.

1.3 Τουριστική ζήτηση

Η τουριστική ζήτηση έχει οριστεί με διάφορους τρόπους όπως: ο συνολικός αριθμός των ατόμων που ταξιδεύουν ή επιθυμούν να ταξιδέψουν, για να χρησιμοποιήσουν τις τουριστικές εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες των τόπων που βρίσκονται μακριά από τα μέρη που δουλεύουν και κατοικούν (Mathieson and wall, 1982). Άλλες μελέτες την έχουν ορίσει ως τη σχέση ανάμεσα στο κίνητρο των ανθρώπων να ταξιδέψουν και στην ικανότητα τους να το κάνουν (Pearce, 1995). Αντιθέτως, οι πιο οικονομικά επικεντρωμένοι ορισμοί για τη ζήτηση, ως μια καταγραφή της ποσότητας οποιουδήποτε προϊόντος ή υπηρεσίας που οι άνθρωποι θέλουν και μπορούν να αγοράσουν σε κάθε συγκεκριμένη τιμή από ένα σύνολο πιθανών τιμών κατά την διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου (Cooper et al. , 1993).

1.3.1 Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης

- Η ετερογένεια

Ο τουρίστας τόσο κατά την διάρκεια του ταξιδιού όσο και κατά την διάρκεια της παραμονής του στον τόπο υποδοχής, ζητά και καταναλώνει μια πληθώρα αγαθών και υπηρεσιών, που αποσκοπούν στην ικανοποίηση των αναγκών του.

Επομένως, ζητά να καταναλώσει, στα πλαίσια του περιορισμένου χρόνου διακοπών του, μεταφορικά μέσα, φυσικούς πόρους, τουριστικά καταλύματα, τρόφιμα και ποτά, υπηρεσίες αναψυχής, καλαισθησία και κτλ. Ως εκ τούτου, η ζήτηση των αγαθών και υπηρεσιών που επιδιώκει να καταναλώσει ο τουρίστας φαίνεται να είναι ετερογενής και να απεικονίζει ουσιαστικά την ίδια τη δομή του τουριστικού τομέα.

Άρα, εφόσον η ζήτηση αφορά ετερογενή τουριστικά προϊόντα που προέρχονται από διαφορετικούς οικονομικούς κλάδους, συνεπάγεται ότι δεν υπάρχει ένα τουριστικό προϊόν ή ένας τουριστικός κλάδος και η τουριστική δραστηριότητα συμμετέχει σε όλους σχεδόν τους οικονομικούς κλάδους μίας χώρας.

- Οι χωρο-χρονικές συγκεντρώσεις

Η τουριστική ζήτηση χαρακτηρίζεται από μια χρονική και από μία χωρική συγκέντρωση.

Όσον αφορά την πρώτη, η τουριστική δραστηριότητα είναι μια κατεξοχήν εποχική δραστηριότητα η οποία συγκεντρώνεται σε μερικούς μήνες του έτους. Ο εποχικός χαρακτήρας επηρεάζει όλους τους τομείς που εμπλέκονται στη τουριστική παραγωγή και δημιουργεί αρκετά προβλήματα σχετικά με το διαχειριστικό πλάνο και την αποδοτικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων.

Ακολούθως, η χωρική συγκέντρωση εμφανίζεται λιγότερο ανελαστική από ότι η πρώτη, εφόσον, σε ένα ευρύτερο πλαίσιο η αναζήτηση του νέου ή της μόδας, η μείωση των τιμών, η ταχύτητα, η άνεση, η χωρητικότητα και η ασφάλεια των αερομεταφορών αύξησαν, μεταξύ άλλων παραγόντων, τη γεωγραφική κινητικότητα των τουριστών.

Δύο φαινόμενα συσχετίζονται ουσιαστικά μεταξύ τους για να δημιουργήσουν την εποχική συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας. Αυτά είναι :

- Η προτίμηση των τουριστών να έχουν τις διακοπές τους κατά την διάρκεια της «καλής εποχής», η οποία συμπίπτει με τους θερινούς μήνες. Για τις ορεινές ζώνες, η «καλή περίοδος» συμπίπτει με τους χειμερινούς μήνες, όπου παρατηρείται επαρκής χιονόπτωση, ενώ στις τροπικές περιοχές, ταυτίζεται με την ενδιάμεση ή ήπια περίοδο.
- Η φιλοσοφία οργάνωσης του χρόνου στις χώρες προέλευσης των τουριστών. Αυτή περιλαμβάνει μια περίοδο διακοπών, οι οποίες μπορούν να διακριθούν σε τρεις επιμέρους κατηγορίες: τις σχολικές διακοπές, τις διακοπές των εργαζόμενων στη βιομηχανία και τις διακοπές των απασχολούμενων στον τριτογενή τομέα.

Οι παραπάνω περιοριστικές συνθήκες δημιουργούν σημαντικά προβλήματα όσον αφορά τη διαθεσιμότητα του ελεύθερου χρόνου των συμμετεχόντων και, κατ' επέκταση, όσον αφορά την κινητικότητα τους για πραγματοποίηση ταξιδιών μεγάλων αποστάσεων.

Πιθανές προτάσεις επίλυσης των προβλημάτων της εποχικότητας του τουριστικού φαινομένου μπορεί να εξευρεθούν μέσα από την υιοθέτηση ενός προγράμματος διαφοροποίησης της υπάρχουσας κατανομής των διακοπών. Πιο συγκεκριμένα, αυτές μπορεί να αφορούν τις νέες ρυθμίσεις της περιόδου των διακοπών στις χώρες προέλευσης των τουριστών. Αυτές αφορούν την υιοθέτηση της πέμπτης εβδομάδας διακοπών και τον καταμερισμό των συνολικών διακοπών σε δύο ή τρεις επιμέρους περιόδους. Η νομοθετική κατοχύρωση στη Σουηδία της πέμπτης εβδομάδας διακοπών και του καταμερισμού των διακοπών σε δυο περιόδους αποτελεί ένα παράδειγμα.

Επίσης, μια πολιτική διαφοροποίησης της πελατείας θα μπορούσε να βοηθήσει στην προσέλευση πελατείας εκτός περιόδου αιχμής, όπως εκείνης των συνεδρίων, της τρίτης ηλικίας κτλ.

Η τμηματοποίηση των σχολικών διακοπών με την υιοθέτηση μιας πολιτικής περισσότερων επιμέρους διακοπών κατά την διάρκεια μιας σχολικής περιόδου, θα είχε σίγουρα θετικές επιπτώσεις στη μείωση των προβλημάτων της εποχικότητας. Τέλος, η σταδιακή προσαρμογή της λειτουργίας των επιχειρήσεων σε μια πολιτική ανακατανομής της περιόδου των διακοπών.

Φυσικά, κύριοι παράγοντες της επιμονής της εποχικότητας παραμένουν οι κλιματολογικοί παράγοντες, οι συνθήκες των ατόμων να περνούν τις διακοπές τους μια προκαθορισμένη χρονική περίοδο και των επιχειρήσεων να συνδέουν την περίοδο της μειωμένης λειτουργία τους με τη δυναμική των παραπάνω παραγόντων.

Τα κυριότερα μέτρα πολιτικής που εφαρμόστηκαν στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, υπό μορφή κινήτρων, και απέβλεπαν στη μείωση της εποχικότητας είναι τα ακόλουθα:

- Επιδότηση των ξένων Tour-Operators για κάθε εισερχόμενο τουρίστα.
- Αναστολή της καταβολής των τελών χρήσης αερολιμένα από πτήσεις charters.
- Επιδότησεις κατά 25% των καυσίμων των πτήσεων charters.

- Έκπτωση κατά 50% των εισιτηρίων εισόδου σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους.
- Δωρεάν προσφορά εισιτηρίων για τρεις πτήσεις εσωτερικού με την Ολυμπιακή Αεροπορία για προγράμματα μεγαλύτερα των τριών εβδομάδων.

Τα παραπάνω κίνητρα ίσχυαν για την περίοδο 1975-82 και είχαν διάρκεια 7 χειμερινές περιόδους, από τον Οκτώβριο έως το Μάρτιο και η συνολική δαπάνη ανήλθε σε 320 εκατομμύρια δραχμές. Όμως παρά την εφαρμογή των παραπάνω μέτρων, οι αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών, τουλάχιστον στις τρεις τελευταίες χειμερινές περιόδους 1979-80, 1980-1981, 1981-82, ήταν φθίνουσες, με αντίστοιχα ποσοστά 21,5%, 19,4% και 19,4%.

Τα παραπάνω αποτελέσματα επιβεβαιώνουν απλά την ιδιόρρυθμη φύση του τουριστικού φαινομένου και την εμμονή της εποχικότητας σχετικά με τη χρονική κατανομή των τουριστικών ροών.

Από το 1982 υπήρξε μια διαφοροποίηση των κινήτρων, τα οποία προσανατολίστηκαν κυρίως προς την τουριστική προσφορά. Αυτά προέβλεπαν τα εξής: από το 1982 την επιδότηση των άγονων γραμμών Κρήτης-Πελοποννήσου και Ν. Αιγαίου-Β. Ελλάδας, από το 1983 την προσφορά δωρεάν ακτοπλοϊκών εισιτηρίων για τα μικρότερα νησιά των συμπλεγμάτων της Δωδεκανήσου και των Κυκλάδων καθώς και της Χίου την περίοδο Απριλίου-Μαΐου και Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου, από το 1985 και σε συνεργασία με τον Ο.Α.Ε.Δ την επιδότηση με επίδομα ανεργίας των ξενοδοχοϋπάλληλων και των εργαζόμενων σε ξενοδοχειακά καταλύματα που παρέτειναν την περίοδο λειτουργία τους και από το 1986 και μέχρι το 1989 καθιερώθηκε η απαλλαγή των αεροσκαφών charters από τα τέλη προσγείωσης και η μείωση κατά 50% των τελών χρήσης αεροδρομίου, για τους μήνες Νοέμβριο-Μάρτιο εκτός της περιόδου των Χριστουγέννων.

Όπως και παραπάνω, έτσι και κατά τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, τα υιοθετημένα μέτρα είχαν μικρή επίπτωση στην ελάττωση της εποχικότητας και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

1.3.2 Παράγοντες που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση

Τα τελευταία χρόνια ένας μεγάλος αριθμός εμπειρικών μελετών για την τουριστική ζήτηση και των παραγόντων που την καθορίζουν έχει πραγματοποιηθεί. Κάθε μια από τις μελέτες αυτές παρέχει μια πολύτιμη συμβολή στον προσδιορισμό των παραγόντων που επηρεάζουν σε διαφορετικούς βαθμούς τη ζήτηση τουρισμού. Μια πληθώρα καθοριστικών παραγόντων έχουν εξεταστεί και τα συμπεράσματα που προέκυψαν διαφέρουν αρκετά από τη μία μελέτη στην άλλη (Crouch, 1992). Η κλαστική οικονομική θεωρία υποδηλώνει πως οι σημαντικότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης είναι οι οικονομικοί παράγοντες όπως το εισόδημα των τουριστών και οι τιμές των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, οι οποίοι λειτουργούν καταλυτικά αποτρέποντας συνήθως την πρόθεση για τουριστικό ταξίδι, αλλά και άλλοι μη ποσοτικοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τις προτιμήσεις των τουριστών.

Κάθε ένας από τους παράγοντες αυτούς επηρεάζει διαφορετικούς ανθρώπους και με διαφορετικούς τρόπους και ένταση, οι οποίοι μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

- **Οικονομικοί παράγοντες**

Ο ρόλος του εισοδήματος

Η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου είναι απόρροια του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων των χωρών προέλευσης των τουριστών. Μάλιστα το ποσοστό αναχώρησης για διακοπές σχετίζεται άμεσα με το επίπεδο του εισοδήματος και αυξάνεται παράλληλα με τις αυξήσεις του (Βαρβαρέσος, 1997).

Από πολλούς μελετητές το εισόδημα έχει προσδιοριστεί ως ο σημαντικότερος προσδιοριστικός παράγοντας της τουριστικής ζήτησης. Οι αλλαγές στο εισόδημα των καταναλωτών μπορεί να προκαλέσουν αλλαγές στη ζήτηση των προϊόντων, καθώς αυξάνεται η αγοραστική τους δύναμη. Όσο μεγαλύτερο είναι το κατά κεφαλήν εισόδημα μια χώρας, τόσο πιο πιθανόν είναι οι πολίτες της να μπορούν να αγοράζουν ταξιδιωτικές υπηρεσίες στο εξωτερικό. Επομένως, η αγοραστική δύναμη των εν δυνάμει ταξιδιωτών συνδέεται άμεσα και αποτελεί κυρίαρχο παράγοντα των τουριστικών εισροών, ενώ η αιτιακή τους σχέση αναμένεται να είναι ισχυρή. Αν η αύξηση των δαπανών για ένα προϊόν

υπερέχει της αύξησης του εισοδήματος, το προϊόν αυτό θεωρείται ως προϊόν πολυτελείας. Ένα τέτοιο προϊόν είναι και ο τουρισμός.

Ο ρόλος της τιμής

Η τουριστική αγορά, όπως οποιαδήποτε άλλη αγορά, παρουσιάζεται ιδιαίτερα ευαίσθητη στις τιμές και τις διακυμάνσεις τους, οι οποίες αποτελούν τον δεύτερο κατά σειρά σημαντικότητας προσδιοριστικό παράγοντα της τουριστικής ζήτησης μετά το εισόδημα.

Για ένα προϊόν όπως ο διεθνής τουρισμός, η μεταβλητή της τιμής είναι πολύπλοκη και πολύ δύσκολη να προσδιοριστεί αφού είναι συνάρτηση του συνολικού μείγματος των αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται από τον κάθε τουρίστα. Το κόστος των αγαθών και υπηρεσιών που αγοράζονται στον προορισμό, το κόστος μεταφοράς από την χώρα προέλευσης στη χώρα προορισμού, οι τιμές των υποκατάστατων και συμπληρωματικών προϊόντων (προορισμών) και οι αλλαγές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες επηρεάζουν με διαφορετικό τρόπο και βαρύτητα την απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει (Crouch, 1992).

Τιμές Υποκατάστατων και Συμπληρωματικών

Σύμφωνα με την οικονομική θεωρία, οι τιμές των υποκατάστατων είναι καθοριστικοί παράγοντες της ζήτησης. Για παράδειγμα, μια αύξηση των τιμών στην Ισπανία μπορεί να αυξήσει τη ζήτηση για διακοπές στην Ελλάδα, καθώς η αύξηση του επιπέδου τιμών σε έναν προορισμό (Ισπανία), αναδιανέμει τη ζήτηση των τουριστών για άλλους φθηνότερους ανταγωνιστικούς προορισμούς (Ελλάδα). Κάποιοι διεθνείς προορισμοί όμως μπορεί να είναι συμπληρωματικά προϊόντα και όχι υποκατάστατα. Για παράδειγμα, οι τουρίστες που ταξιδεύουν στην Ιταλία μπορεί να επισκεφτούν και τη Γαλλία στο ίδιο ταξίδι. Μια μείωση στις εγχώριες τιμές της Ιταλίας μπορεί να αυξήσει τον τουρισμό και στη Γαλλία, παρά να προσελκύσει τουρίστες από τη Γαλλία στην Ιταλία (Crouch, 1992).

Κόστος μεταφοράς

Ένα συστατικό της τελικής τιμής που οι καταναλωτές πρέπει να πληρώσουν για το προϊόν του τουρισμού είναι το κόστος μεταφοράς και αναφέρεται στις δαπάνες του μετά επιστροφής ταξιδιού μεταξύ της χώρας προέλευσης και των χωρών προορισμού. Σε αντίθεση με τα άλλα προϊόντα, ο καταναλωτής (τουρίστας) πρέπει να μεταφερθεί στο προϊόν (προορισμό) και όχι το αντίστροφο. Αλλαγές στο κόστος ταξιδιού μπορούν να προκαλέσουν σημαντικές μεταβολές στη ζήτηση τουρισμού. Επομένως, μια αύξηση του κόστους μεταφοράς αναμένεται να προκαλέσει μείωση του διεθνούς τουρισμού (Uysal and Crompton, 1984).

- **Ψυχολογικοί παράγοντες**

Οι παράγοντες αυτοί απεικονίζουν τις προσωπικές προτιμήσεις και τον τρόπο ζωής των δυνητικών τουριστών. Το ταξίδι αποτελεί μια διέξοδο από την ρουτίνα και φυγή προς την ξεκούραση, την ηρεμία και το διαφορετικό περιβάλλον. Οι τουρίστες ωθούνται σε αυτή την επιλογή από την ψυχολογική ανάγκη τους να ξεφύγουν από ένα τρόπο ζωής που χαρακτηρίζεται από ένταση στους ρυθμούς εργασίας και από μονοτονία (Τσάρτας, 1996). Για τον λόγο αυτόν έχει αποδειχθεί ότι είναι πολύ λίγοι οι τουρίστες εκείνοι που επισκέπτονται μακρινούς τουριστικούς προορισμούς για δεύτερη φορά, εκτός αν υπάρχουν συναισθηματικοί λόγοι ή ισχυρά οικονομικά κίνητρα (Ηγουμενάκης, 1997).

Σύμφωνα με τους Song et al.(2000), η απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει επηρεάζεται και από τα ατομικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και της ψυχοσύνθεσής του, τις επιθυμίες του, τα ενδιαφέροντά του, το πολιτιστικό του υπόβαθρο και τα ιδιαίτερα γεωγραφικά χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού.

- **Πολιτικοί και διεθνείς παράγοντες**

Διάφοροι πολιτικοί και διεθνείς παράγοντες επηρεάζουν το διεθνή τουρισμό, ασκώντας άλλοτε θετικές και άλλοτε αρνητικές επιδράσεις. Τα τρομοκρατικά χτυπήματα, η πολιτική αστάθεια στο εσωτερικό μιας χώρας, οι δραστηριότητες βίας και πολέμου κ.α. αποτελούν αποτρεπτικό παράγοντα στην απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει προς ένα συγκεκριμένο προορισμό,

στρέφοντας τον στην αναζήτηση άλλων ασφαλέστερων περιοχών. Οι δυσμενείς επιπτώσεις της γενικότερης πολιτικής αστάθειας προκαλούν μείωση του τουρισμού σε έναν προορισμό ή και ακόμα την εξαφάνισή του από το τουριστικό χάρτη, δημιουργώντας νέες χωρικές ανακατατάξεις των διεθνών τουριστικών ροών. Οι πετρελαϊκές κρίσεις επηρεάζουν τις τιμές του τουρισμού αυξάνοντας το κόστος ταξιδιού, ενώ οι περίοδοι αστάθειας της παγκόσμιας οικονομικής κατάστασης έχουν ψυχολογικό αντίκτυπο στους τουρίστες, μειώνοντας τη διεθνή ζήτηση τουρισμού.

Παραδείγματα αποτελούν η σημαντική μείωση των Αμερικανών τουριστών στην Ευρώπη το 1986 λόγω καταστροφής του Τσερνομπίλ αλλά και ο πόλεμος στην πρώην Γιουγκοσλαβία, ο οποίος δημιούργησε σημαντικά προβλήματα όχι μόνο στην τουριστική δραστηριότητα αυτής της χώρας αλλά και της Ελλάδος επίσης (Βαρβαρέσος, 1997). Από την άλλη πλευρά, αθλητικά γεγονότα όπως οι Ολυμπιακοί αγώνες και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις αυξάνουν την αναγνωσιμότητα των περιοχών αυτών με φυσικό επακόλουθο το αυξημένο τουριστικό ρεύμα προς τις συγκεκριμένες χώρες.

- **Δημογραφικοί- κοινωνιολογικοί παράγοντες**

Σύμφωνα με την Walsh (1996), παράγοντες όπως η ηλικία, το επάγγελμα, η αστικοποίηση και το επίπεδο μόρφωσης των χωρών προέλευσης προκαλούν σημαντικές μεταβολές στη διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης, δημιουργώντας νέες τμηματοποιήσεις των τουριστικών αγορών. Μερικά παραδείγματα που υποδηλώνουν το διαφορετικό βαθμό επίδρασης των παραγόντων αυτών στην απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει είναι πως οι νέοι και τα άτομα τρίτης ηλικίας διαθέτουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο να ταξιδέψουν, τα ανώτερα στελέχη και οι επαγγελματίες παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά αναχώρησης για διακοπές, ενώ οι έντονοι ρυθμοί της σύγχρονης αστικής κοινωνίας γεννούν την ανάγκη του ανθρώπου για απόδρασή του από αυτήν.

Σημαντικό κρίνεται και το επίπεδο μόρφωσης καθώς τα μορφωμένα άτομα έχουν καλύτερη πληροφόρηση και διαφορετικά κίνητρα για να ταξιδέψουν. Δεν θα μπορούσε να παραληφθεί και η επιρροή της οικογενειακής κατάστασης καθώς η ύπαρξη πχ. παιδιών μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά στην επιλογή κάποιων τύπων ταξιδιών, όπως μακρινά ταξίδια ή περιπετειώδη (Τσάρτας, 1996). Αλλά και ο πληθυσμός επηρεάζει την τουριστική ζήτηση, καθώς όσο

μεγαλύτερος είναι ο πληθυσμός της χώρας προέλευσης, τόσο μεγαλύτερη θα είναι και η ζήτηση για τουρισμό (Munoz and Amaral, 2000).

- **Φυσικοί και κλιματολογικοί παράγοντες**

Αυτοί αποτελούν τα ιδιαίτερα κλιματολογικά και φυσικά στοιχεία της κάθε χώρας προορισμού, όπως η μορφολογία του εδάφους, η βλάστηση, η ηλιοφάνεια, η θερμοκρασία κ.α. τα οποία παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού (θαλάσσιος τουρισμός, τουρισμός χειμερινών σπορ, ορεινός τουρισμός κτλ) και ανταποκρίνονται σε διαφορετικό βαθμό στις ψυχολογικές ανάγκες του κάθε ατόμου (Ηγουμενάκης, 1997).

1.4 Χαρακτηριστικά της προσφοράς των τουριστικών υπηρεσιών

Τα κύρια χαρακτηριστικά της δομής του τουριστικού κλάδου και του προσφερόμενου προϊόντος συνοψίζονται στον μεγάλο αριθμό των μικρών επιχειρήσεων, στη τουριστική βιομηχανία που χαρακτηρίζεται ως εύθραυστη, την κάθετη ενοποίηση και την εισαγωγή νέων τεχνολογιών και διαδικασιών στην προσφορά τουριστικών υπηρεσιών.

Πιο συγκεκριμένα, σε όλη την αλυσίδα που προσφέρει το τουριστικό προϊόν δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός μικρών επιχειρήσεων (ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά γραφεία, τουριστικοί πράκτορες, αεροπορικές εταιρίες κλπ). Το γεγονός αυτό από την μια πλευρά δίνει μια πλατειά επιλογή στον τουρίστα από την άλλη όμως οδηγεί σε έντονο ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων γεγονός που περιορίζει τα περιθώρια κέρδους.

Όσον αφορά την τουριστική βιομηχανία, παρά το διεθνή της χαρακτήρα χαρακτηρίζεται ως εύθραυστη. Μεταξύ των λόγων που συμβάλλουν σε αυτό περιλαμβάνονται ο μεγάλος αριθμός μικρών επιχειρήσεων, το γεγονός ότι το τουριστικό προϊόν έχει το στοιχείο της μόδας και της φθαρτότητας, η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος δεν μπορεί να προβλεφθεί και η εποχικότητα που χαρακτηρίζει το τουριστικό προϊόν. Τα χαρακτηριστικά αυτά σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες ωθούν σε μεγάλη θνησιμότητα των επιχειρήσεων του κλάδου.

Τα τελευταία χρόνια πραγματοποιούνται συγχωνεύσεις και εξαγορές μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων με στόχο την κάθετη ενοποίηση των επιχειρήσεων

του κλάδου. Η ενοποίηση αυτή δίνει την δυνατότητα της προσφοράς από ένα προμηθευτή ολόκληρου ή μεγάλου μέρους του φάσματος των υπηρεσιών που απαρτίζουν το τουριστικό πακέτο. Με άλλα λόγια η κάθετη ενοποίηση επιτρέπει την αξιοποίηση των οικονομιών κλίμακας, οι οποίες οδηγούν στην μείωση του κόστους προσφοράς του τουριστικού πακέτου, αλλά και συγκέντρωσης της αγοράς σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων.

Τέλος η εισαγωγή νέων τεχνολογιών στις τουριστικές υπηρεσίες βελτιώνει την παραγωγικότητα τους, συνεπώς μειώνει το κόστος παραγωγής και βοηθά στην καλύτερη οργάνωση και διοίκηση σε όλα τα επίπεδα της τουριστικής επιχείρησης (Πατσουράτης Β., 2000).

1.5 Προσαρμογή της τουριστικής προσφοράς στις ανάγκες της ζήτησης

Η επερχόμενη μεταβολή στην τουριστική ζήτηση, που εκδηλώνεται με τη μετάβαση από το στάδιο της διαθεσιμότητας, θεωρείται σχεδόν βέβαιη σαν αναγκαστική συνέπεια μιας σειράς παραγόντων, ανάμεσα στους οποίους ξεχωρίζουμε την αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού, την αυτοματοποίηση των μέσων παραγωγής και την επίδραση που είχε αυτή στο χρόνοσχόλης την αύξηση των κατά κεφαλή ατομικών εισοδημάτων, τη μείωση του παράγοντα «απόσταση-χρόνος» των ταξιδιών κτλ. Όλοι αυτοί οι παράγοντες διαμορφώνουν μία κοινωνία, η οποία μέσω του τουρισμού βρίσκει διέξοδο σε ευχάριστη ενασχόληση, χρησιμοποιώντας τον χρόνο τηςσχόλης της. Κάτω απ αυτές τις συνθήκες μαζικοποίησης της τουριστικής ζήτησης καλούνται οι χώρες υποδοχής τουριστών να πάρουν τα κατάλληλα μέτρα, ώστε οι παράγοντες της τουριστικής τους προσφοράς να είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις ανάγκες της διαμορφούμενης νέας ζήτησης.

Υπάρχουν έξι σημεία, τα οποία κάθε χώρα υποδοχής τουριστών πρέπει να αντιμετωπίσει για να κατορθώσει να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των διαμορφούμενων νέων τουριστικών ρευμάτων :

1) Το βασικότερο πρόβλημα, που αντιμετωπίζουν σήμερα οι «τουριστικές» λεγόμενες χώρες αναφέρεται στην προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος. Το πρόβλημα αυτό είναι, βέβαια, γενικό, αλλά παρουσιάζεται εντονότερο στην περίπτωση του τουρισμού, επειδή τα φυσικά και πολιτιστικά δεδομένα κάθε τόπου αποτελούν τα στοιχεία έλξης και την τουριστική

«προσωπικότητά του». Αυτό το περιβάλλον, το οποίο παρουσιάζεται είτε υπό μορφή φυσικών δεδομένων (παραλίες, θάλασσα, τοπίο, χλωρίδα, πανίδα κτλ.), είτε υπό μορφή πολιτιστικών δεδομένων (αρχαιότητες, αρχιτεκτονικός ρυθμός, λαϊκή τέχνη κτλ.), πρέπει με κάθε θυσία να διατηρηθεί και να αξιολογηθεί πριν καταστραφεί. Διεθνείς οργανισμοί και Κυβερνήσεις ανέλαβαν πρωτοβουλίες, με τη θέσπιση μάλιστα διεθνών συμφωνιών, οι οποίες υλοποιήθηκαν με αντίστοιχα εσωτερικά μέτρα από τις επιμέρους χώρες που αποβλέπουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

2) Άλλο πρόβλημα, εξίσου σημαντικό, αναφέρεται στην ποιότητα της τουριστικής πελατείας. Το πρόβλημα αυτό εκφράζεται στο ερώτημα κατά πόσο οι χώρες υποδοχής μαζικού τουρισμού μπορούν να ακολουθήσουν πολιτική επιλογής πελατείας, με την έννοια ότι θα προτιμούνται οι υψηλής εισοδηματικής στάθμης τουρίστες από εκείνους τους «πτωχούς». Ανεξάρτητα από το γεγονός ότι η άνοδος του βιοτικού επιπέδου των λαών και η δικαιότερη κατανομή του εθνικού πλούτου έχουν μικρύνει κατά πολύ τις εισοδηματικές ανισότητες, με συνέπεια η κατά χώρες τουριστική κατανάλωση να εκδηλώνεται σχεδόν ομοιόμορφα, η στροφή προς πελατεία ορισμένης εισοδηματικής τάξης είναι πραγματικά ανέφικτη.

3) Το πρόβλημα της μορφής των μέσων διαμονής τουριστών παρουσιάζεται επίσης αρκετά οξύ με τις διαμορφούμενες καταστάσεις στη σύνθεση της τουριστικής πελατείας. Οι χώρες υποδοχής οφείλουν να αποφασίσουν ποιά πολιτική θα ακολουθήσουν πάνω στη μορφή γενικά των στεγαστικών μονάδων του άμεσου μέλλοντος. Θα ακολουθήσουν τον τύπο του παραδοσιακού-κλασσικού ξενοδοχείου ή θα στραφούν προς τα μεγάλα σύνθετης μορφής συγκροτήματα, που φαίνεται ότι ανταποκρίνονται περισσότερο στις ανάγκες του οργανωμένου μαζικού τουρισμού; Τα μεγάλα αυτά συγκροτήματα αναμφισβήτητα λειτουργούν με όρους ορθολογικότερους και με συνθήκες κόστους ευνοϊκότερες, έχουν όμως ένα μειονέκτημα! Ο άνθρωπος-πελάτης χάνει την προσωπικότητά του και συνθλίβεται μέσα στην πολυπληθή πελατεία του συγκροτήματος και κάτω από τον αυτοματισμό της οργανωμένης διαβίωσης του. Η μορφή των μονάδων του μέλλοντος θα πρέπει, να είναι από άποψη αισθητικής και μεγέθους, ώστε να ανταποκρίνεται στις βιολογικές και προπάντων τις ψυχικές ανάγκες του σύγχρονου τουρίστα.

4) Το πρόβλημα, επίσης, της διατροφής των τουριστών, παρουσιάζει εποχικά τουλάχιστον, μεγάλη ένταση, ιδιαίτερα σε περιοχές υποδοχής, όπου ο όγκος των επισκεπτών υπερβαίνει το μόνιμο πληθυσμό και επομένως χρειάζεται μια διαφορετική οργάνωση της αγοράς για την αντιμετώπιση της αυξημένης ζήτησης, που ως σημειωθεί δεν είναι μια συνηθισμένη ζήτηση, αλλά μια «διακριτική» κατανάλωση με υπερβολικές απαιτήσεις. Στην περίπτωση αυτή είναι απαραίτητη η συνεργασία μεταξύ δημοσίου και ιδιωτικού τομέα για έγκαιρο εφοδιασμό της αγοράς, τόσο από πλευράς ποσότητας όσο, ιδιαίτερα και από πλευράς ποιότητας και ποικιλίας.

5) Κάτω από την πίεση του μαζικού τουρισμού του μέλλοντος οι χώρες υποδοχής θα βρεθούν μπροστά σε δύσκολα προβλήματα σε ότι αφορά και στην ποιοτική στάθμη των προσφερόμενων υπηρεσιών σε όλες τις βαθμίδες και διαδικασίες της υποδοχής. Ο εκσυγχρονισμός της διοίκησης στα σημεία επαφής, η αυτοματοποίηση των τραπεζικών εργασιών, η βελτίωση των υπηρεσιών επικοινωνίας, η άνοδος της ποιότητας των υπηρεσιών του ιδιωτικού τομέα στις καθημερινές σχέσεις-συναλλαγές των τουριστών, η καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης, μεταξύ του ντόπιου πληθυσμού κτλ., αποτελούν προβλήματα προς αντιμετώπιση.

6) Τέλος, υπάρχει και το πρόβλημα της ψυχαγωγίας. Η μαζικοποίηση του τουρισμού δεν θα επιτρέψει πια την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών αναγκών των τουριστών με τα συνηθισμένα ψυχαγωγικά μέσα. Θα χρειαστεί να αναζητηθούν ψυχαγωγικά μέσα μαζικής μορφής και ταυτόχρονα υψηλής στάθμης, τα οποία η ιδιωτική πρωτοβουλία αδυνατεί να καλύψει. Ο ρόλος του δημόσιου τομέα στην περίπτωση αυτή θα είναι αποφασιστικός.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Εισαγωγή

Η Ελλάδα είναι ένας από τους πιο διάσημους τουριστικούς προορισμούς, τόσο στη Μεσόγειο, όσο και παγκοσμίως. Ο τουρισμός συνεισφέρει περισσότερο από 10% στο Α.Ε.Π. ενώ αυτή η συνεισφορά φτάνει στο 18% του Α.Ε.Π., αν ληφθούν υπόψη οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του στο σύνολο της οικονομίας (Ανδρεάδης, 2005). Κατά τη μεταπολεμική περίοδο ο τουρισμός στην Ελλάδα επέφερε σημαντικές αλλαγές στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον.

Τις τρεις τελευταίες δεκαετίες ο ελληνικός τουρισμός αποτέλεσε πεδίο μελέτης τόσο για τις κρατικές υπηρεσίες όσο και για τους ερευνητές (Moutafi, 2004). Η Ελληνική τουριστική ανάπτυξη και οι πολιτικές που ακολουθήθηκαν από τις τοπικές ηγεσίες και το κεντρικό κράτος, δημιούργησαν την ανάγκη για διερεύνηση των αιτιών που οδήγησαν στην υφιστάμενη κατάσταση, καθώς και στην κατανόηση της αναγκαιότητας για λήψη δράσεων ώστε να βελτιωθεί το εθνικό τουριστικό προϊόν.

2.1 Μορφές τουρισμού

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός διακρίνεται σε :

- 1) Εγχώριο, που αφορά τους κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν εντός αυτής.
- 2) Εξερχόμενο, που αφορά τους κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν σε άλλη χώρα.
- 3) Εισερχόμενο, που αφορά τους αλλοδαπούς που ταξιδεύουν σε μια δεδομένη χώρα.

Πέρα από τις τρεις βασικές κατηγορίες τουρισμού, υπάρχει και ο λεγόμενος εσωτερικός τουρισμός, ο οποίος καλύπτει τον εγχώριο και τον εισερχόμενο τουρισμό μαζί, ο εθνικός τουρισμός που καλύπτει τον εγχώριο και τον

εξερχόμενο τουρισμό και τέλος ο διεθνής τουρισμός, ο οποίος είναι ο εξερχόμενος και ο εισερχόμενος μαζί.

Πέρα από τις διακρίσεις του τουρισμού στις παραπάνω κατηγορίες, έχουν καθιερωθεί επίσης ορολογίες σχετικές με μορφές τουρισμού με κριτήριο τα κίνητρα των τουριστών που ταξιδεύουν. Έτσι η πρώτη και πιο διαδεδομένη μορφή τουρισμού είναι ο μαζικός τουρισμός. Ουσιαστικά περιλαμβάνει τους τουρίστες, που αναζητούν στο ταξίδι κυρίως ξεκούραση και διασκέδαση, ενώ κύρια χαρακτηριστικά του είναι η μαζικότητα, η ομαδικότητα και ο διεθνισμός.

Η δεύτερη μορφή τουρισμού είναι γνωστή ως ειδικός τουρισμός και περιλαμβάνει τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων και τον εναλλακτικό τουρισμό. Αφορά περισσότερο τους τουρίστες που επιλέγουν ειδικές μορφές τουρισμού ανάλογα με πιο εξειδικευμένα ενδιαφέροντα και κίνητρα που έχουν (πχ. θρησκευτικός τουρισμός, οικολογικός-περιβαλλοντικός τουρισμός, ιαματικός τουρισμός, πολιτιστικός και συνεδριακός τουρισμός, αγροτουρισμός κτλ.) και τουρίστες, οι οποίοι αναζητούν γενικότερα διαφορετικό τύπο διακοπών (αθλητικός τουρισμός, θαλάσσιος, ορειβατικός).

Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια γίνεται προσπάθεια να αναπτυχθεί ιδιαίτερα ο συνεδριακός τουρισμός, ο οποίος αποτελεί μια από τις σημαντικότερες ειδικές μορφές τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται πιο παραδοσιακός και συνδέεται πιο άμεσα με τα τουριστικά γραφεία, σε αντίθεση με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που είναι λιγότερο εξαρτημένες από τους tour operators και λιγότερο συνδεδεμένες με την θερινή περίοδο.

Τα είδη του τουρισμού στην Ελλάδα είναι τα εξής:

Θαλάσσιος Τουρισμός: Τα νησιά της Ελλάδος θεωρούνται από τα καλύτερα στον κόσμο και για το λόγο αυτό αποτελούν και ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Αυτός ο τουριστικός πλούτος της Ελλάδας είναι μοναδικός στη Μεσόγειο και αξιοποιείται από ξένους επισκέπτες υψηλού εισοδηματικού και ποιοτικού επιπέδου. Ο θαλάσσιος τουρισμός ετησίως αποφέρει πολλά έσοδα στη χώρα.

Ενδημικός Τουρισμός: Ο ενδημικός τουρισμός αφορά κυρίως την τρίτη ηλικία τουριστών όπως για παράδειγμα συνταξιούχους αλλά και νεότερους που δεν έχουν δεσμεύσεις εργασίας στη χώρα τους και έχουν ανάγκη να ζήσουν σε καλύτερο κλίμα. Η Ελλάδα διαθέτει πολύ καλό κλίμα και ορισμένες περιοχές της χώρας μας είναι παραδείγματα τόπων όπου διαμένουν ξένοι για μακρές

περιόδους ή έχουν κάνει τη δεύτερη κατοικία τους. Αυτό το είδος του τουρισμού είναι συνάρτηση του επιπέδου των υπηρεσιών υγείας, του επιπέδου της ψυχαγωγίας και της αποτελεσματικής προστασίας του περιβάλλοντος.

Εσωτερικός Τουρισμός: Ο εσωτερικός τουρισμός αποτελεί τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής και ανταποκρίνεται σε ζωτικές ανάγκες του πληθυσμού. Στην Ελλάδα αναπτύσσεται με τη βοήθεια των διαφόρων τουριστικών οργανώσεων.

Κοινωνικός Τουρισμός: Ο κοινωνικός τουρισμός επιδιώκει την ενίσχυση από το κράτος, από τους εργοδότες, από τα συνδικάτα και από τα ασφαλιστικά ταμεία, των εργαζομένων και των οικογενειών τους που δεν έχουν τα οικονομικά μέσα εκείνα τα οποία θα τους βοηθήσουν να πραγματοποιήσουν ευχάριστες και φθηνές διακοπές. Η ενίσχυση αυτή πραγματοποιείται με διάφορους τρόπους όπως δημιουργία και λειτουργία κατάλληλων τουριστικών εγκαταστάσεων με χαμηλό κόστος, οικονομικές παροχές, εξασφάλιση καλύτερων τιμών μέσω ομαδικών κρατήσεων κλπ.

Εναλλακτικός Τουρισμός: Ο τουρισμός αυτός σηματοδοτεί μία νέα περίοδο τουριστικής ανάπτυξης και τουριστικής πολιτικής για τον ελληνικό χώρο. Οι πρώτες προσπάθειες ξεκίνησαν από το τέλος της δεκαετίας του 1980. Τα κοινωνικά στρώματα που συμμετέχουν σε αυτό το τουρισμό είναι μέσης και άνω μόρφωσης αλλά και εισοδήματος. Τα σημαντικότερα είδη εναλλακτικού τουρισμού που υπάρχουν και τα οποία έχουν την δυνατότητα να αναπτυχθούν στην χώρα μας για να επιτευχθεί βιώσιμος τουρισμός είναι ο οικοτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο ιαματικός τουρισμός, ο χιονοδρομικός τουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο ορειβατικός τουρισμός και ο περιπατητικός τουρισμός (Ραφαήλ, Μ., 2001).

Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών ο εξελίξεις στην τουριστική οικονομία τα τελευταία χρόνια είναι οι εξής:

- Η τουριστική οικονομία, δηλαδή το σύνολο της προστιθέμενης αξίας που προσδιορίζεται αμέσως και εμμέσως από την τουριστική ζήτηση, κυμαίνεται στο επίπεδο 18 – 20% του ΑΕΠ.
- Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα ανέρχεται σε 690.000 άτομα.

- Το συνάλλαγμα που αποκτάται φτάνει τα 9 δις. \$ και έχει αποδειχθεί ότι ο τουρισμός έχει καταφέρει να βελτιώσει την κατανομή του περιφερειακού εισοδήματος τα τελευταία 20 – 30 έτη.
- Το τουριστικό συνάλλαγμα είναι 2,5 φορές μεγαλύτερο από το συνάλλαγμα των βιομηχανικών εξαγωγών και 1,8 φορές μεγαλύτερο από το σύνολο των εξαγωγών.
- Το 1960 το τουριστικό ακαθάριστο προϊόν ήταν ίσο με 3% του ΑΕΠ, ενώ το 2000 έφτανε το 20% του ΑΕΠ (ΙΤΕΠ, 2006).

Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι ο τουρισμός έχει πάρει οριστικά τη σκυτάλη ως πρωταγωνιστής στην αναπτυξιακή διαδικασία. Καταφέρνει να ξεπερνά σημαντικά προβλήματα και να προσφέρει περισσότερη απασχόληση και έσοδα στην χώρα μας. Χωρίς καμία υπερβολή μπορεί να υποστηριχθεί ότι το βασικό εμπόδιο της συνεχούς ανάπτυξης του τουριστικού τομέα είναι οι δυνατότητες προσφοράς των σχετικών ανθρωπογενών υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές και ποιότητα. (Παυλόπουλος, Π., 2001).

Το παραπάνω είναι αναγκαίο να γίνει κατανοητό για να μπορέσουν να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που προσφέρονται στον τουρισμό, να αναπτυχθούν οι υποδομές και γενικότερα η χώρα μας να αποκτήσει μια πιο ανταγωνιστική θέση σε σχέση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες.

2.2 Ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου

Ο τουρισμός, παρόλο που στηρίχτηκε από την αρχαιότητα έως σήμερα στον ελεύθερο χρόνο και τη μετακίνηση, εντούτοις παρουσίασε διαχρονικά μια μορφολογική εξέλιξη και μια διευρυμένη χωρικά διάρθρωση.

Στην αρχαία Ελλάδα και στην αρχαία Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος απεικόνιζε την προέλευση και την τάξη των πολιτών που ήταν ελεύθεροι και οικονομικά εύποροι, απαλλαγμένοι από κάθε εξαναγκαστική απασχόληση. Ωστόσο, ήταν υποχρεωμένοι να ασχολούνται με τα κοινωνικά, ηθικά και πολιτικά αιτήματα που δημιουργούσε η εύρυθμη λειτουργία της πολιτείας. Όσοι διέθεταν ελεύθερο χρόνο, δηλαδή αυτοί που ανήκαν στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα, είχαν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε διαφόρων τύπων ταξιδιωτικές μετακινήσεις. Μπορούμε να αναφέρουμε τις ταξιδιωτικές μετακινήσεις για λόγους αναψυχής των αρχαίων Ελλήνων και Ρωμαίων στην Αίγυπτο καθώς και τις εσωτερικές μετακινήσεις για να παραβρεθούν σε αθλητικούς αγώνες, θεατρικές παραστάσεις, εορτές κτλ.

Ο Ηρόδοτος (480-421 π.Χ.) περιγράφει στις περιηγήσεις του γεωγραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά των τόπων που επισκέπτεται και μπορεί να χαρακτηριστεί σύμφωνα με την τουριστική τυπολογία που διαμορφώνεται το 19^ο αιώνα ως “μοντέλο τουρίστα”. Αυτή την περίοδο εμφανίζονται πρώτα κρατικά πανδοχεία, που παρείχαν δωρεάν τις υπηρεσίες τους στους ταξιδιώτες, καθώς και τα πρώτα πανδοχεία κερδοσκοπικής μορφής. Αρχικά βρίσκονται αυτόνομα κατά μήκος των μεγάλων οδικών αξόνων, ενώ προς το τέλος της αρχαιότητας εμφανίζονται οι πρώτες τάσεις εμπορικοποίησης των ταξιδιωτικών μετακινήσεων (Βαρβαρέσος, Σ., 1998).

Το νεαρό της ηλικίας του όρου “τουρισμός”, που χρονολογείται μόνον από τις αρχές του 19ου αιώνα, δεν πρέπει να σκιάζει το γεγονός ότι, το κοινωνικό φαινόμενο που σήμερα ονομάζουμε τουρισμό, λαμβάνει χώρα από πολύ νωρίτερα στην ανθρώπινη ιστορία.

Στα χρόνια του πρωτόγονου ανθρώπου, η περιήγηση, συνδεδεμένη με την εύρεση νέων περιοχών με αποθέματα τροφής και δυνατότητες ασφαλέστερης κατοικίας, ήταν από σχετικώς σύνηθες φαινόμενο έως τρόπος ζωής, αναλόγως την δομή των εν λόγω κοινωνιών. Το φαινόμενο αυτό του πρωτόγονου

"εξερευνητικού τουρισμού" ήταν συγγενές με αυτό του "εκστρατευτικού" και πρόδρομος των διαφόρων εν συνεχεία μορφών πολέμου.

Στα χρόνια της Αρχαίας Ελλάδας και της Αρχαίας Ρώμης ο τουρισμός ήταν περίπου τόσο διαδεδομένος, όσο και σήμερα. Ακούγεται ίσως εντυπωσιακό ή υπερβολικό, όμως συνοπτικά μπορούμε να αναφερθούμε στον τουρισμό λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων, από το 776 π.Χ. και μετά, που υποστηριζόταν μάλιστα και από την "παγκόσμια εκχειρία", για τη διευκόλυνση όχι μόνο της συμμετοχής των αθλητών, αλλά κυρίως της τουριστικής ροής. Όσον αφορά τον ιαματικό τουρισμό, αυτός άκμαζε στις διάφορες λουτροπόλεις και θέρμες, που στα ρωμαϊκά χρόνια γνώρισε μεγάλη άνθιση, με συμμετοχή κοινωνικών ελίτ και με κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά αντίστοιχα με τον ιαματικό τουρισμό των αρχών του 20ου αιώνα. Ο θρησκευτικός τουρισμός ήκμαζε σε όλη την αρχαία περίοδο, είτε ως επισκέψεις στα πολλά μαντεία της εποχής (Δελφών, Δωδώνης, κ.α.) είτε ως καθαρά θρησκευτικές επισκέψεις λατρευτικών τόπων, ή και θρησκευτικά-λατρευτικά φεστιβάλ πχ. τα Ελευσίνια, σε διάφορες πόλεις, σε εξοχικές τοποθεσίες ή σε νησιά. Υπήρχε επίσης φιλοσοφικός-εκπαιδευτικός τουρισμός, προς την Αίγυπτο, τη Σάμο, τη Μίλητο, συνεδριακός τουρισμός, στην Κόρινθο, τη Νεμέα αλλά και στη Δήλο, πολιτιστικός τουρισμός, στα μεγάλα και παγκόσμια γνωστά (τότε, αλλά και σήμερα) θεατρικά φεστιβάλ, τους δραματικούς αγώνες στην Αθήνα, την Επίδαυρο, την Έφεσο, κλπ.

Στα χρόνια του μεσαίωνα, ο τουρισμός έγινε φαινόμενο που σταδιακά αφορούσε περισσότερο τις κοινωνικές ολιγαρχίες και λιγότερο το πλήθος των μικροαστών και καθόλου τους εργάτες της γης και τους δουλοπάροικους. Στον αγροτικό χώρο ο μεσαίωνας προσομοίαζε με τις αρχαίες κοινωνικές δομές και την ύπαρξη της δουλείας. Με τη διαφορά βέβαια ότι ενώ ορισμένοι δούλοι της αρχαίας εποχής ταξίδευαν μαζί με τους κυρίους τους, οι δουλοπάροικοι του μεσαίωνα ήταν προσδεδεμένοι με τη γη, πουλιόνταν, μεταβιβάζονταν, κλπ μαζί μ' αυτήν και ποτέ δεν την εγκατέλειπαν. Όσον αφορά τους κατοίκους των μικρότερων ή μεγαλύτερων πόλεων, υπήρχε έντονο το χαρακτηριστικό του αυστηρού θρησκευτικού ελέγχου της συμπεριφοράς, που αλληλεπιδρούσε με το προφανές έλλειμμα ελευθερίας και δημοκρατίας στις κοινωνικές δομές.

Στην κοινωνική δομή του μεσαίωνα, οι διακοπές και εν γένει ο τουρισμός ήταν συνδεδεμένες σχεδόν αποκλειστικά με θρησκευτικούς λόγους, εξ ου και το αγγλικό "holidays" = holy days, ή ιερές-άγιες μέρες. Απόηχος αυτού έφτασε

σχεδόν μέχρι τις μέρες μας με κάποιους ηλικιωμένους που τα μόνα τους τουριστικά ταξίδια ήταν κάποια "τάματα".

Όταν ο θρησκευτικός φανατισμός κόπασε, και επήλθε η αναγέννηση και ο διαφωτισμός, δηλαδή η ανάπτυξη των επιστημών και η εστίαση της προσοχής στον άνθρωπο και την παρούσα, μάλλον, παρά τη μετά θάνατον ζωή, σημαντικές κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές προέκυψαν, με αποκορύφωμα την αστική Γαλλική Επανάσταση και την Αγγλική Βιομηχανική Επανάσταση. Η επίδραση των κοσμοϊστορικών αυτών γεγονότων στο κοινωνικοοικονομικό γίνεσθαι ήταν καθοριστική και ανεπίστροφη, και φυσικά το φαινόμενο του τουρισμού δεν θα μπορούσε να μην επηρεαστεί θετικά. Αναφορικά μόνον θα υπογραμμίσουμε ότι το δικαίωμα (κοινωνικό ή και νομικό) για ταξίδι δεν είχαν πλέον μόνο οι ευγενείς και οι κάθε είδους απεσταλμένοι τους, όπου η τάξη αυτή συνέχισε να υφίσταται. Η νέα τάξη που δημιουργήθηκε, η αστική τάξη, των βιοτεχνών, των βιομηχάνων, των εμπόρων και των επιστημόνων, απελευθερωμένη από θρησκευτικούς ή φεουδαρχικούς δεσμούς και περιορισμούς είχε και τη διάθεση και την οικονομική άνεση να ταξιδέψει, οπότε άρχισε η ανάπτυξη του μοντέρνου τουρισμού, και προέκυψε και ο όρος "τουρισμός" (Βαγιόνης, 2002).

2.3 Χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα και αδυναμίες του Ελληνικού τουρισμού

Τα βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού είναι τα παρακάτω:

1. Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών με συνέπεια την δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών για την προσέλκυση της αυξανόμενης πελατείας.
2. Σημαντική μείωση του μεριδίου των Αμερικανών τουριστών με αποτέλεσμα την απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος και την αναζήτηση νέων αγορών.
3. Αυξανόμενη συμμετοχή εσωτερικού τουρισμού με συνέπεια την δυνατότητα χρονικής κατανομής της ζήτησης.
4. Μικρή διάρκεια τουριστικής περιόδου με συνέπεια την θερινή επιβάρυνση των υποδομών και την υπολειτουργία εκτός σεζόν γεγονός που κάνει αναγκαία την ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού για τους υπόλοιπους μήνες.

5. Μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: “Ήλιος-θάλασσα”, με συνέπεια την εύκολη υποκατάσταση από άλλες μεσογειακές χώρες.
6. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι κυρίως κληρονομημένα όπως για παράδειγμα το φυσικό περιβάλλον και η πολιτισμική κληρονομιά με συνέπεια να υπάρχει σημαντικό περιθώριο ποιοτικής βελτίωσης με την δημιουργία υποδομών.
7. Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής με αποτέλεσμα την άνιση ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών.
8. Περιορισμένη διάρθρωση τουριστικής ζήτησης με λίγους τουριστικούς πράκτορες με αποτέλεσμα την ύπαρξη ισχυρών πιέσεων για χαμηλές τιμές.
9. Ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα τα οποία είναι μικρού ή μεσαίου μεγέθους και προσφέρουν χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών με αποτέλεσμα την αδυναμία διαπραγμάτευσης με τους ισχυρούς ταξιδιωτικούς πράκτορες.
10. Διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές με συνέπεια την έλλειψη κινήτρων αναβάθμισης καταλυμάτων.
11. Μικρό μέγεθος των μη ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων με αποτέλεσμα την δημιουργία προβλημάτων βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001, «Τουριστική Πολιτική 2002 –2006», ΕΟΤ).

Σύμφωνα με την σημερινή οικονομική κατάσταση της Ελλάδος, συνάγονται ορισμένα πλεονεκτήματα αλλά και αδυναμίες του Ελληνικού Τουρισμού. Τα πλεονεκτήματα της χώρας μας είναι η αφθονία και ποικιλομορφία των φυσικών πόρων που επιτρέπουν τουρισμό 12μηνης βάσης, η θέση της χώρας μας στον παγκόσμιο τουρισμό αφού κατέχει την 17^η θέση σε αφίξεις και σε εισπράξεις την 27^η, το σημαντικό ιστορικό και πολιτιστικό απόθεμα καθώς και η σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή, ο σημαντικός ρόλος του τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη, η θετική συνεισφορά του Αναπτυξιακού Νόμου στην αναβάθμιση των ξενοδοχειακών και τουριστικών υποδομών, η δημιουργία κατά την τελευταία 15ετία σημαντικών επιχειρήσεων που προσφέρουν εμπλουτισμένο προϊόν για την προσέλκυση τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων και τέλος η πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής.

Όσον αφορά τον Αναπτυξιακό Νόμο 3908/2011 για τον τουρισμό οι επιλέξιμες επιχειρήσεις είναι οι υφιστάμενες, οι νέες και οι υπό σύσταση τουριστικές επιχειρήσεις με έδρα όλη την Ελληνική επικράτεια. Οι επιλέξιμες δραστηριότητες είναι η ίδρυση, η επέκταση και ο εκσυγχρονισμός των ξενοδοχειακών μονάδων τουλάχιστον 3 αστέρων. Τα ποσοστά των ενισχύσεων είναι από 15% έως 50% ανάλογα με την δραστηριότητα και τον τόπο εγκατάστασης της επένδυσης. Ο ελάχιστος προϋπολογισμός των επενδυτικών έργων είναι για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις 200.000 ευρώ, για τις μικρές επιχειρήσεις, 300.000 ευρώ, για τις μεσαίες επιχειρήσεις 500.000 ευρώ και για τις μεγάλες επιχειρήσεις 1.000.000 ευρώ. Οι σημαντικότερες επιλέξιμες δαπάνες είναι ο ξενοδοχειακός εξοπλισμός (έπιπλα και σκεύη), ο ηλεκτρονικός εξοπλισμός (υπολογιστές, περιφερειακές συσκευές και το λογισμικό), ο εξοπλισμός εξοικονόμησης ενέργειας και προστασίας του περιβάλλοντος, η κατασκευή, η επέκταση και ο εκσυγχρονισμός κτιριακών, ειδικών και βοηθητικών εγκαταστάσεων, οι δαπάνες διαμόρφωσης του περιβάλλοντος χώρου, οι δαπάνες αγοράς τεχνογνωσίας, ευρεσιτεχνιών και πνευματικών δικαιωμάτων, η σύνταξη εγχειριδίων συστημάτων διαχείρισης και τέλος οι μελέτες και οι δαπάνες των συμβούλων.

Ο τουρισμός μας όμως παρουσιάζει και αρκετές αδυναμίες. Χαρακτηριστικά ο έντονος εποχικός χαρακτήρας, η επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος λόγω των τουριστικών δραστηριοτήτων αφού δεν τηρούνται οι περιβαλλοντικοί όροι, η μείωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος εξαιτίας της ανάπτυξης νέων αγορών όπως είναι της Τουρκίας, η αλλοίωση των πολιτιστικών χαρακτηριστικών στις τοπικές κοινωνίες, η μη διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, η άνιση τουριστική ανάπτυξη των Περιφερειών της χώρας. Επιπλέον οι σημαντικές ελλείψεις σε υποδομές όπως είναι οι μεταφορές, οι ξενοδοχειακές υποδομές και οι συνεδριακοί χώροι, το υψηλό ποσοστό μέσης και χαμηλής τάξης κλινών, η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστικών μονάδων είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις με περιορισμένη ικανότητα προώθησης, αξιοποίησης και αποτελεσματικής οικονομικής διαχείρισης και τέλος το γεγονός ότι δεν υπάρχει επαρκώς ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό αποτελούν κάποιες από τις αδυναμίες (Υπουργείο Ανάπτυξης, 2005).

2.4 Σπουδαιότητα τουριστικού τομέα στην Ελλάδα

Κατά την τελευταία δεκαετία διαπιστώθηκε σε μεγάλο βαθμό η σπουδαιότητα του τουρισμού για την μελλοντική οικονομική ανάπτυξη και τον περιορισμό της ανεργίας τόσο στην Ευρώπη όσο και στην χώρα μας. Η συνειδητοποίηση αυτή έστρεψε τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού και τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον προσδιορισμό της συμβολής του τουριστικού τομέα στην δημιουργία του ΑΕΠ και στο μέγεθος της απασχόλησης.

Η κατασκευή και η καθιέρωση τουριστικών λογαριασμών, με βάση τα αυστηρά κριτήρια καταρτίσεως των εθνικών λογαριασμών, θα προσέφερε μια αξιόπιστη και ολοκληρωμένη γνώση για τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Οι πληροφορίες των τουριστικών λογαριασμών έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να περιλαμβάνουν το σύνολο της δραστηριότητας που συνδέεται με τον τουρισμό. Με βάση τα ανωτέρω, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών (Π.Σ.Τ.Τ) σε συνεργασία με την Εταιρεία Παροχής Οικονομικής Πληροφορήσεως και Συμβουλών (Ε.Π.Ο.Π.Σ), χρησιμοποιούν δυο έννοιες στην προσπάθειά τους να προσεγγίσουν το πρόβλημα μετρήσεως του τουριστικού προϊόντος. Την έννοια του τουριστικού κλάδου, ο οποίος αναφέρεται στις δραστηριότητες που παράγουν αγαθά και υπηρεσίες συνδεδεμένα με τους τουρίστες. Αυτές οι δραστηριότητες είναι τα ξενοδοχεία και τα καταλύματα, τα γραφεία ταξιδιών πάσης φύσεως, ορισμένοι κλάδοι μεταφορών, κέντρα πληροφορήσεως τουριστών, κλάδοι παραγωγής κλπ. και την έννοια της τουριστικής οικονομίας, στην οποία περιλαμβάνονται τόσο τα αγαθά και υπηρεσίες που συνδέονται άμεσα με τον τουρίστα, όσο και οι παραγωγικές δραστηριότητες που εξαρτώνται σε υψηλό βαθμό, ακόμη και για την ύπαρξή τους, από την τουριστική δαπάνη.

Στα ανωτέρω πρέπει να προστεθούν και οι πολλές επιδράσεις της τουριστικής δαπάνης. Επισημαίνεται ότι η πραγματοποιηθείσα πρόοδος στην προσέγγιση του μεγέθους του τουριστικού τομέα και της συμβολής του τουρισμού στην διαμόρφωση του ΑΕΠ δεν είναι εύκολο να προσδιοριστεί στατιστικά. Η δυσκολία αυτή έγκειται στο ότι δεν είναι γνωστό το μέγεθος του στατιστικού σφάλματος και δεν προκύπτει σαφώς από τα πρώτα ευρήματα το

εννοιολογικό περιεχόμενο των κονδυλίων που περιλαμβάνονται στον λογαριασμό του Ακαθάριστου Τουριστικού Προϊόντος.

2.5 Συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ και την απασχόληση

Σύμφωνα με τον Bull Adrian (2002) το μέγεθος και η αξία μιας εθνικής οικονομίας εκφράζονται συνήθως ως η συνολική αξία όλων των αγαθών και των υπηρεσιών που παράγονται από την οικονομία αυτή στη διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου, όπως πχ. ένα έτος. Για λόγους ευκολίας, αυτή την αξία μπορούμε να την ονομάσουμε Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) της χώρας, αν και αυτό απλουστεύει μερικούς υπολογισμούς σχετικά με τις ακριβείς πηγές και τις χρήσεις μερικών, από αυτά τα αγαθά και τις υπηρεσίες. Τα δύο κυριότερα συστατικά του ΑΕΠ είναι τα αγαθά και οι υπηρεσίες που παράγονται για κατανάλωση (C) ή για να χρησιμοποιηθούν ως έχουν, καθώς και αυτά που παράγονται για το σχηματισμό πάγιου κεφαλαίου ή επένδυσης (I) με σκοπό την παραγωγή άλλων αγαθών και υπηρεσιών.

Ο απλός αυτός ορισμός, $ΑΕΠ=C+I$, υποθέτει ότι μια οικονομία είναι κλειστή στο εξωτερικό (διεθνές εμπόριο). Επειδή η υπόθεση αυτή δεν είναι ρεαλιστική για όλες σχεδόν τις οικονομίες, πρέπει να συμπεριλάβουμε την αξία όλων των εξαγωγών (X), αλλά να αφαιρέσουμε την αξία όλων των εισαγωγών (M) αγαθών και υπηρεσιών κατά την διάρκεια της επιλεγμένης χρονικής περιόδου. Έτσι ο ορισμός βελτιώνεται ελαφρώς και γίνεται $ΑΕΠ=C+I+X-M$.

Ο τομέας των ταξιδιών και του τουρισμού εμφανίζεται σε όλες ίσως τις πτυχές του ΑΕΠ. Πρώτον, το μεγαλύτερο μέρος της δαπάνης εκ μέρους των τουριστών θα θεωρείται καταναλωτική δαπάνη (C) αν αφορά τον εγχώριο τουρισμό ή τα στοιχεία ενός διεθνούς ταξιδιού που διατίθενται από την ίδια χώρα. Δεύτερον, η δαπάνη εκ μέρους των επιχειρήσεων για κτίρια, εργοστάσια, μηχανήματα κλπ. για την παροχή τουριστικών υπηρεσιών αποτελεί μέρος της επένδυσης (I) μεγάλο μέρος της οποίας είναι πιθανό να είναι κρατικές δαπάνες, ειδικά για έργα υποδομής. Τρίτον, ένας τουρίστας ο οποίος δαπανά χρήματα σε μια χώρα του εξωτερικού ή ταξιδεύει με μεταφορικές που ανήκουν σε άλλες χώρες, κατά κάποια έννοια εισάγει υπηρεσίες. Η δαπάνη αυτή αποτελεί διαρροή από την εθνική οικονομία. Τέλος, η αντίστροφη κατάσταση αποτελεί εξαγωγή

όταν μια χώρα μπορεί να πουλάει τις μεταφορικές ή τουριστικές υπηρεσίες τις σε διεθνείς τουρίστες από άλλες περιοχές.

2.5.1 Παράγοντες που επηρεάζουν τη συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ

Κατά τον Bull Adrian(2002) πέντε είναι οι σημαντικοί παράγοντες οι οποίοι καθορίζουν το ρόλο του τουρισμού στο ΑΕΠ. Σε κάθε περίπτωση η φύση αυτών των παραγόντων μέσα στον τουριστικό τομέα σε σχέση με άλλους οικονομικούς τομείς-ή η “μέση” κατάσταση μέσα σε μια οικονομία-παρά οι απόλυτες τιμές τους ,είναι πιθανό να είναι οι καθοριστικοί παράγοντες.

α) Το απόθεμα πόρων

Η οικονομική δραστηριότητα εξαρτάται πρώτα και κύρια από το απόθεμα των πόρων που είναι διαθέσιμοι να χρησιμοποιηθούν ως συντελεστές παραγωγής. Με παραδοσιακούς οικονομικούς όρους, σε αυτούς περιλαμβάνονται το έδαφος, η εργασία, το κεφάλαιο, και η επιχειρηματικότητα. Επίσης παρόλο που πολλές εργασίες σε αυτόν τον κλάδο μπορεί να μην απαιτούν πολύ υψηλό επίπεδο παραδοσιακών δεξιοτήτων ή προσόντων, η παρουσία ή η απουσία ενός αποθέματος εργατικών χεριών με θετική στάση απέναντι στον τουρισμό και τους τουρίστες έχει ζωτική σημασία.

Ο κλάδος του τουρισμού για να αναπτυχθεί εξαρτάται από την προθυμία και την ικανότητα μιας οικονομίας να προσφέρει την επένδυση κεφαλαίου που απαιτείται από τον κλάδο του τουρισμού, με τη μορφή της υποδομής, των κατάλληλων ξενοδοχείων, των ποιοτικών μεταφορών, κλπ.

β) Το επίπεδο των τεχνικών γνώσεων

Ο τουρισμός τα τελευταία χρόνια σε παγκόσμιο επίπεδο αυξάνεται και εξελίσσεται με τεχνολογίες ανώτερου επιπέδου. Έτσι όταν εφαρμοστούν οι τεχνικές πρόοδοι στις υπάρχουσες εισροές άλλων πόρων, προάγουν την παραγωγικότητα του σχετικού κλάδου και συνεπώς και τη συμβολή του στο ΑΕΠ. Επομένως προκειμένου να προαχθεί η παραγωγικότητα του τουρισμού μπορούν να εφαρμοστούν τα εξής :

- Εφαρμογή επιστημονικών και τεχνικών διοικητικών μεθόδων και πρακτικές στην παραγωγή, τιμολόγηση, διανομή και προώθηση τουριστικών προϊόντων.

- Άσκηση σύγχρονων μεθόδων διοίκησης (πχ. Ηλεκτρονικό επιχειρείν) για την επίτευξη των στόχων της τουριστικής επιχείρησης.
- Αποτελεσματικότερη διαχείριση ανθρώπινων πόρων μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων (πχ. Ηλεκτρονικά συστήματα καταγραφής ανθρωποωρών) της τουριστικής επιχείρησης.
- Χρησιμοποίηση νέων τεχνολογικών μεθόδων (πχ. Ηλεκτρονικές ψηφοφορίες/προτιμήσεις) στην διεξαγωγή έρευνας, προκειμένου να διαπιστωθεί ποια προϊόντα ζητούν οι πιθανοί τουρίστες.
- Χρήση τεχνολογιών που σέβονται το φυσικό περιβάλλον (πχ. Ηλεκτρονική προώθηση αντί χρήση φυλλαδίων).

Σίγουρα θα υπάρχει πάντα μια θέση για τουρισμό χαμηλής τεχνολογίας (φθηνά ξενοδοχεία, χαμηλού επιπέδου εξυπηρέτηση), αφού υπάρχουν τουρίστες που σκόπιμα επιδιώκουν ή εξαναγκάζονται να κάνουν χαμηλού προϋπολογισμού διακοπές. Αλλά από την άλλη μεριά υπάρχουν περιοχές που αποτελούν πόλους έλξης τουριστών διότι διαθέτουν κατάλληλες υποδομές όπου υποστηρίζονται από καλές γνώσεις και εφαρμογές.

γ) Κοινωνική και πολιτική σταθερότητα

Οι οικονομικοί παράγοντες, πολιτικοί και πολιτισμικοί, παίζουν σημαντικό ρόλο στον τομέα της οικονομίας και κατ' επέκταση στον τομέα του τουρισμού. Ένας καταναλωτής δεν είναι υποχρεωμένος να πάει στο εργοστάσιο για να αγοράσει ένα προϊόν, αλλά ένας τουρίστας πρέπει να πάει στον τουριστικό προορισμό προκειμένου να “καταναλώσει” ένα τουριστικό προϊόν (πχ. Διαμονή σε ξενοδοχείο). Οι κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες που επικρατούν στον τουριστικό προορισμό επηρεάζουν άμεσα την αποδοχή του προϊόντος και κατά συνέπεια την επιτυχία του κλάδου. Για παράδειγμα μπορεί κάποιος καταναλωτής να συνεχίσει να αγοράζει αγαθά εισαγόμενα από μια χώρα όπου επικρατεί πολιτική αναταραχή, αλλά είναι αδύνατο να την επισκεφθεί.

δ) Στάσεις και συνήθειες

Οι στάσεις των κατοίκων της χώρας φιλοξενίας απέναντι στους τουρίστες, και ειδικά οι εργαζόμενοι στον τουριστικό κλάδο, αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα του τουριστικού προϊόντος και η συμπεριφορά τους επηρεάζει άμεσα τους τουρίστες διότι έχουν διαπροσωπική συναλλαγή. Αν η στάση των εργαζομένων στο τουρισμό είναι αρνητική και οι ίδιοι κινδυνεύουν να απολυθούν, αλλά και οι τουρίστες δεν θα ξαναεπισκεφτούν την περιοχή τους.

ε) Επενδύσεις

Ο Bull Adrian αναφέρει «οι οικονομίες που διαθέτουν ένα σημαντικό απόθεμα πόρων διαθέσιμο για χρήση στον τουρισμό μπορεί να έχουν σοβαρό προβάδισμα στην ανάπτυξη του τομέα, αλλά το επίπεδο των επενδύσεων ή του σχηματισμού πάγιου κεφαλαίου που αναλαμβάνει μια οικονομία αποκτά όλο και πιο μεγαλύτερο ρόλο».

Κάποιες επενδύσεις είναι απαραίτητες για την αντικατάσταση εξοπλισμού που φθείρεται από τη χρήση, όπως η αντικατάσταση των παλιών επίπλων ενός ξενοδοχείου. Ωστόσο, ένας κλάδος όπως ο τουρισμός που επηρεάζεται από την μόδα, και φιλοξενεί τους πελάτες του στο φυσικό του χώρο, πρέπει να επενδύει σε καινούργιες, καλύτερες και περισσότερες εγκαταστάσεις σύμφωνα με μια στρατηγική ανταγωνισμού.

Η ικανότητα και η πολιτική προθυμία μιας οικονομίας να χρηματοδοτήσει αυτού του είδους τις επενδύσεις επηρεάζει το ρόλο που παίζει ο τουρισμός σε αυτήν. Αυτό, με τη σειρά του επηρεάζεται, από τη φύση των οικονομικών αγορών, και από το ποσοστό συμμετοχής που έχει ο τουρισμός στα κέρδη συγκριτικά με άλλους τομείς, και όλα αυτά υπό το πρίσμα των κοινωνικών αντιλήψεων για τον τουριστικό τομέα και την υποστήριξη του κράτους προς αυτόν.

2.5.2 Εξέλιξη του ΑΕΠ και της Απασχόλησης στην Ελλάδα

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα και συμβάλλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη της χώρας. Κατά την δεκαετία 1999-2008, οι εισπράξεις από την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών αυξήθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό 2-3% και αντιπροσώπευαν κατά μέσον όρο το 6% του ΑΕΠ. Πέρα όμως από τον ίδιο τον τουριστικό κλάδο, πολλές δραστηριότητες, κυρίως σε τοπικό επίπεδο, ενισχύονται από τη βιομηχανία του τουρισμού και επομένως ο τουριστικός κλάδος συμβάλλει και έμμεσα στη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδήματος. Μάλιστα, έχει εκτιμηθεί από την έρευνα των Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού του World Travel and Tourism Council για το 2008 ότι αυτά τα έμμεσα οφέλη έχουν την ίδια βαρύτητα στην οικονομία όσο και τα άμεσα οφέλη από την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών. Σύμφωνα με την παραπάνω έρευνα, στην Ελλάδα η συνολική άμεση και έμμεση συμβολή

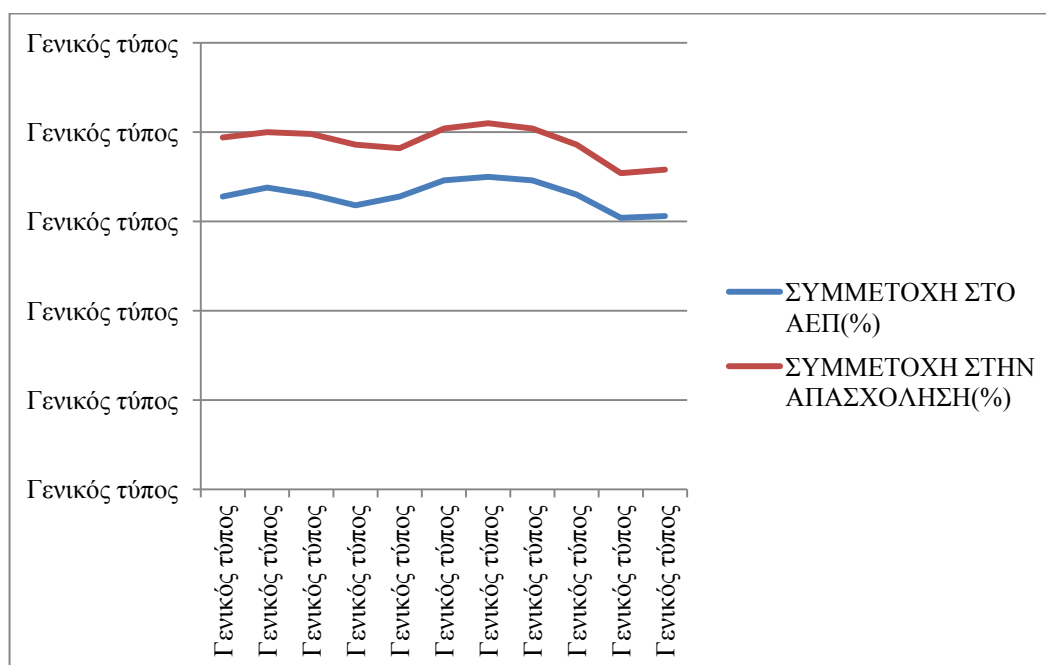
της βιομηχανίας του τουρισμού στο ΑΕΠ ανέρχεται σε 17,2%, ενώ η άμεση συμμετοχή της στη δημιουργία θέσεων εργασίας εκτιμάται σε 10,8% και η συνολική συμβολή της σε 20,9%.

Πίνακας 2.1: Εξέλιξη του ΑΕΠ και της Απασχόλησης για τα έτη 2000-2010

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΟ ΑΕΠ(%)	16,4	16,9	16,5	15,9	16,4	17,3	17,5	17,3	16,5	15,2	15,3
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ(%)	19,7	20	19,9	19,3	19,1	20,2	20,5	20,2	19,3	17,7	17,9

Πηγή στοιχείων: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 2.1: Εξέλιξη του ΑΕΠ και της Απασχόλησης για τα έτη 2000-2010



Πηγή στοιχείων: Τράπεζα της Ελλάδος

2.6 Ελληνική τουριστική ανάπτυξη και πολιτική

Σε ολόκληρη τη περίοδο του μεσοπολέμου ο αριθμός των ξένων τουριστών στην Ελλάδα παρέμεινε μάλλον περιορισμένος γύρω στις 100.000 ετησίως, από τους οποίους το 1/3 ταξίδευε ομαδικά σε κρουαζιέρες και διέμενε στην Αθήνα μόνο μια ημέρα. Από τα δέκα ταξιδιωτικά γραφεία της Αθήνας, τα τέσσερα ελέγχονταν από ξένους (Μουσείο Τουρισμού, 2006). Παρά την αδιαμφισβήτητη πρόοδο που σημειώνονταν στις αφίξεις και στην ανάπτυξη της υποδομής, ο τουρισμός δεν είχε ακόμη πλήρως πείσει για τις δυνατότητές του.

Τα πράγματα άλλαξαν ριζικά μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Η τουριστική ανάπτυξη, υπό την επίδραση της γενικότερης φιλελευθεροποίησης στις ιδέες και στα ήθη, προσανατολίσθηκε σε ολοένα και περισσότερο φυσιολατρικές κατευθύνσεις και κυρίως προς τον θαλάσσιο τουρισμό, χωρίς ωστόσο να ατονήσει τελείως η σχέση με την ιστορία και τον πολιτισμό που συμπλήρωναν σε κάποιο βαθμό το πρόγραμμα των επισκεπτών.

Η τουριστική ανάπτυξη που συντελέστηκε στην Ελλάδα τη μεταπολεμική περίοδο δε μετέβαλε μόνο τον τρόπο των διακοπών και τα ενδιαφέροντα των επισκεπτών, αλλά αύξησε σημαντικά και τον πληθυσμιακό τους όγκο. Υπάρχουν πολλοί λόγοι που αναπτύχθηκε μεταπολεμικά ο τουρισμός τόσο στον κόσμο όσο και στην Ελλάδα. Οι βασικότεροι λόγοι είναι έξι (Pappas, 2001):

- Η μείωση των ωρών εργασίας των δυνητικών τουριστών.
- Η δυναμική ανάπτυξη του «δικαιώματος» για διακοπές, νοώντας ότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι είχαν και διαθέταν χρόνο για αναψυχή.
- Η ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς.
- Η βελτίωση του εισοδήματος των πολιτών, ιδιαίτερα αυτών που προέρχονταν από χώρες αποστολής τουριστών, και η δημιουργία μεσαίας κοινωνικής τάξης.
- Η μαζική παραγωγή και κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος με αποτέλεσμα τη μείωση της τιμής στο διατιθέμενο προϊόν.
- Η ανάπτυξη των τεχνολογιών επικοινωνίας και η πρόσβαση των τουριστών με τη δουλειά και το σπίτι τους.

Όλοι αυτοί οι λόγοι που συντέλεσαν στη ραγδαία πληθυσμιακή αύξηση των τουριστών και στη δημιουργία τουριστικών πακέτων που ήταν πλέον προσιτά και σε χαμηλότερες οικονομικές τάξεις, οδήγησαν στον επαναπροσδιορισμό των οικονομικών σχέσεων, τόσο των ντόπιων μεταξύ τους, όσο και των τομέων παραγωγής των κοινωνιών υποδοχής.

Κατά τη δεκαετία του 70' πολλές Ελληνικές περιφέρειες, ιδιαίτερα οι νησιωτικές, γνώρισαν δραματικές αλλαγές στην οικονομική τους βάση. Ύστερα από πολλές δεκαετίες με μια οικονομία που η γεωργία αποτελούσε το βασικό τομέα παραγωγής και που συμπληρώνονταν από την αλιεία και τη ναυσιπλοΐα, η ζήτηση για διακοπές των ατόμων που προέρχονταν κυρίως από τις δυτικοευρωπαϊκές χώρες επαναπροσδιόρισε την εθνική παραγωγική

δραστηριότητα (Andiriotis, 2000). Έτσι δόθηκε έμφαση στην τουριστική ανάπτυξη, προσδιορίζοντάς την ως την κύρια αναπτυξιακή στρατηγική με στόχο τη βελτίωση της τοπικής και εθνικής οικονομίας, καθώς και του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων.

Ο Ελληνικός τουρισμός αυξήθηκε σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες ενώ αυτή η ανάπτυξη αναμένεται να συνεχιστεί. Μη μητροπολιτικές περιοχές της χώρας έχουν ήδη επωφεληθεί από αυτή την ανάπτυξη. Ο τουρισμός αποτέλεσε για την Ελλάδα ένα σημαντικό συστατικό στην οικονομία της επαρχίας, ενώ η ανάπτυξη αυτών των περιοχών ουσιαστικά τις μετέβαλε στις οικονομικά ισχυρές περιφέρειες της χώρας (πχ. Κρήτη, Κέρκυρα, Κυκλάδες, Δωδεκάνησα κλπ).

Το σύνολο των εσόδων της Ελλάδας από τον τουρισμό έφθασε το 2010 τα 9,6 δισεκατομμύρια € σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας. Επίσης κατά το 2010 απασχολήθηκαν άμεσα και έμμεσα 746.200 εργαζόμενοι.

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο Ελληνικός τουρισμός καταγράφει εντυπωσιακές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ), η Ελλάδα το 2010 ήταν 17^η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 21^η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (Π.Ο.Φ) το 2011, η χώρα μας καταλαμβάνει την 29^η θέση μεταξύ 139 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 83^η. Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.

Παρ' όλα αυτά ο εντεινόμενος ανταγωνισμός των παραδοσιακών τουριστικών προορισμών και η είσοδος νέων, σε συνδυασμό με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές τουριστικές και ιδιαίτερα ξενοδοχειακές επιχειρήσεις καθιστούν απαραίτητη την ανάγκη της εθνικής τουριστικής στρατηγικής πολιτικής και σχεδιασμού με έμφαση στην ποιότητα του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος, την αναβάθμιση των υποδομών και την αρτιότερη εκπαίδευση και κατάρτιση του εργατικού δυναμικού.

2.7 Οι επιδόσεις της Ελλάδας και ο ανταγωνισμός

2.7.1 Οι επιδόσεις των μεσογειακών χωρών

Ύστερα από την περίοδο 2002-2004, οπότε είχε παρουσιαστεί και στην Ελλάδα μία στασιμότητα στην εισροή τουριστών από τις περισσότερες χώρες πηγές, με κατακόρυφη πτώση των αφίξεων ιδιαίτερα από τις ΗΠΑ, ακολούθησε μια ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού τα χρόνια έως το 2008, η οποία καταγράφηκε και στη χώρα μας με την αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού. Σημειώνεται ότι η χαμηλή αφετηρία σύγκρισης, που οφείλεται στην κάμψη του διεθνούς τουρισμού και στη συνακόλουθη μείωση της εισροής τουριστών και στη χώρα μας, εξηγεί και τα σημαντικά μεγέθη της αύξησης που καταγράφηκε, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, στις αφίξεις τουριστών προς τη χώρα μας στη διάρκεια του 2005(+10,91%), του 2006(+8,63%) και του 2007(+9,22%).

Βέβαια, τα στοιχεία αυτά στηρίζονται στο σύστημα καταγραφής αφίξεων αλλοδαπών στα σύνορα που υιοθετούσε η ΕΣΥΕ έως το 2008 και το οποίο στηριζόταν σε καταγραφές των υπηρεσιών του Υπουργείου Δημόσιας Τάξης και της ΥΠΑ. Έτσι στους «αλλοδαπούς τουρίστες» συμπεριλαμβάνονταν πχ. και οι Αλβανοί υπήκοοι, που το 2006 εμφανίζονται μάλιστα να πραγματοποιούν 1.591.688 αφίξεις. Το σύστημα αυτό, προβληματικό από πολλές πλευρές, έχει πλέον αντικατασταθεί από την υιοθέτηση των στοιχείων της Έρευνας Συνόρων, η οποία πραγματοποιείται για λογαριασμό της Τράπεζας Ελλάδος. Από το 2008 και εξής, η ΕΣΥΕ (νυν ΕΛΣΤΑΤ) αποδέχεται και ανακοινώνει τα στοιχεία που προκύπτουν από την έρευνα αυτή, η οποία είναι δειγματοληπτική, διεξάγεται σε τακτά διαστήματα στους σταθμούς εισόδου-εξόδου από τη χώρα κατά την αναχώρηση των μη μονίμων κατοίκων Ελλάδας.

Στις χώρες της Μεσογείου ο τουρισμός ακολούθησε μια γενικά ανοδική πορεία την τελευταία δεκαετία, όχι όμως χωρίς διακυμάνσεις, οφειλόμενες σε σημαντικό βαθμό και στις πολιτικές συγκυρίες στην περιοχή αυτή.

Πίνακας 2.2: Εξέλιξη αφίξεων τουριστών στις χώρες της Μεσογείου 2004-2009

A/A	ΧΩΡΑ	(*)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	ΙΣΠΑΝΙΑ	TF	52.430	55.914	58.190	58.666	57.192	52.231
2	ΙΤΑΛΙΑ	TF	37.071	36.513	41.058	43.654	42.734	43.239
3	ΤΟΥΡΚΙΑ	TF	16.826	20.273	18.916	22.248	24.994	25.506
4	ΕΛΛΑΔΑ	TF	13.313	14.765	16.039	16.153	15.939	14.915
5	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	TF	11.617	10.612	11.282	12.321	6.962	6.439
6	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	TF	7.795	8.244	8.646	10.610	12.296	11.914
7	ΚΡΟΑΤΙΑ	TCE	7.912	8.467	8.659	9.307	9.415	9.335
8	ΜΑΡΟΚΟ	TF	5.477	5.843	6.558	7.408	7.879	8.341
9	ΤΥΝΗΣΙΑ	TF	5.998	6.378	6.550	6.762	7.049	6.901
10	ΙΣΡΑΗΛ	TF	1.506	1.903	1.825	2.068	2.572	2.321
11	ΚΥΠΡΟΣ	TF	2.349	2.470	2.401	2.416	2.404	2.141
12	ΑΛΓΕΡΙΑ	VF	1.234	1.443	1.638	1.743	1.772	1.912
13	ΣΕΡΒΙΑ&ΜΑΥΡΟΒ.	TCE	580	725	847	1.680	1.677	1.689
14	ΣΛΟΒΕΝΙΑ	TCE	1.499	1.555	1.617	1.751	1.771	1.668
15	ΜΑΛΤΑ	TF	1.156	1.171	1.124	1.244	1.291	1.183
16	ΛΙΒΑΝΟΣ	TF	1.278	1.140	1.063	1.017	1.333	1.851
17	ΒΟΣΝΙΑ-ΕΡΖ.	TCE	190	217	256	306	322	311
18	ΑΛΒΑΝΙΑ		42	46	60	57	1.337	1.792
19	ΣΥΡΙΑ	TCE	3.033	3.571	3.777	4.158	5.340	6.092
Σύνολο			171.306	181.250	190.506	203.569	204.369	199.781

Πηγές στοιχείων: -UNWTO, World Tourism Barometer.Vol.8.No 3,October 2010

-UNWTO, Tourism Highlights, 2006 Edition

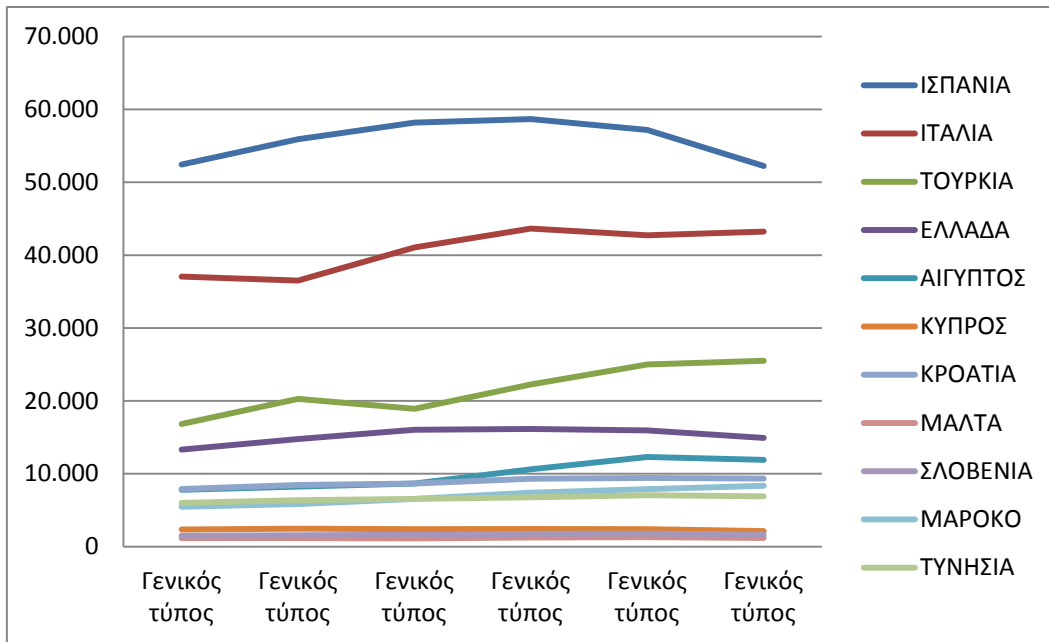
-WTO, Compendium of Tourism Statistics, 2005 Edition

(*)TF=αφίξεις τουριστών στα σύνορα

TCE=αφίξεις σε συλλογικά καταλύματα

VF=αφίξεις επισκεπτών στα σύνορα

Διάγραμμα 2.2: Εξέλιξη αφίξεων τουριστών σε κύριους μεσογειακούς προορισμούς 2004-2009



Πηγές στοιχείων: -UNWTO, World Tourism Barometer. Vol.8.No 3,October 2010

-UNWTO, Tourism Highlights, 2006 Edition

-WTO, Compendium of Tourism Statistics, 2005 Edition

Επισημαίνουμε την ανοδική πορεία της Τουρκίας τα τρία τελευταία χρόνια μετά την κάμψη του 2006, σε αντίθεση με την πτώση των αφίξεων σε προορισμούς της ζώνης του ευρώ (Ελλάδα, Ιταλία, Κύπρος, Μάλτα). Άνοδος παρουσιάζεται και στην Κροατία και τη Σλοβενία, καθώς επίσης στις χώρες της Βόρειας Αφρικής(Αίγυπτος, Τυνησία, και Μαρόκο). Τα στοιχεία αυτά είναι τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα και προέρχονται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO, World Tourism Barometer).

Η Ελλάδα διατηρεί σε γενικές γραμμές τη θέση της ανάμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, μετά την Ισπανία και την Ιταλία, τα τελευταία χρόνια όμως αισθάνεται ισχυρή πίεση ιδιαίτερα από την Τουρκία, όπως απεικονίζεται και στον συγκεντρωτικό πίνακα.

Η ανταγωνιστικότητα της Ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας αντιμετωπίζει ήδη σημαντικές προκλήσεις, τόσο λόγω των διαρθρωτικών χαρακτηριστικών της και των εγγενών αδυναμιών της ,όσο και εξαιτίας του

ισχυρού διεθνούς ανταγωνισμού. Η ανάδειξη νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου (Τουρκία, Κροατία, Βουλγαρία, Μαυροβούνιο), αλλά και αλλού, οι οποίοι προβάλλουν με αξιώσεις παρεμφερές τουριστικό προϊόν, καθώς και ορισμένες παράμετροι του μακροοικονομικού περιβάλλοντος, όπως η ισχυρή ισοτιμία του ευρώ έναντι του δολαρίου, η άνοδος της τιμής του πετρελαίου, η παρατεινόμενη δημοσιονομική και χρηματοοικονομική κρίση, επιβάλλουν στην Ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική. Με άλλα λόγια, είναι απόλυτα αναγκαίο να ενταθούν οι προσπάθειες για διατήρηση και βελτίωση της θέσης της χώρας μας στη διεθνή τουριστική αγορά.

Οι σύγχρονες τάσεις που επικρατούν στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον και οι έντονες ανταγωνιστικές συνθήκες επιτάσσουν, αφενός, ανανέωση και διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και αφετέρου, προσανατολισμό προς τις τμηματοποιημένες αγορές, επανατοποθέτηση του προορισμού στη διεθνή αγορά και εξειδικευμένη στόχευση των δράσεων προώθησης.

Μπορεί κανείς να εκτιμήσει ότι η πίεση αυτή από τις ανταγωνίστριες χώρες θα συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια, στο μέτρο που εκείνες θα κατορθώσουν να διατηρήσουν και να αξιοποιήσουν τα τρία βασικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν, όπως την παραμονή εκτός ζώνης του ευρώ, την πιο πρόσφατα δημιουργημένη τουριστική προσφορά και το χαμηλότερο κόστος των τουριστικών υπηρεσιών.

Οι πρόσφατες πολιτικές εξελίξεις και αναταραχές στις χώρες του Μαγκρέμπ, αλλά και Αίγυπτο και τη Συρία έχουν μάλλον πρόσκαιρα θετικές επιπτώσεις στους ελληνικούς προορισμούς, οι οποίοι παρέχουν ασφαλέστερο περιβάλλον για την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων. Ανάλογες διακυμάνσεις θα εμφανίζονται ενδεχομένως και στο μεσοπρόθεσμο μέλλον, αλλά δεν είναι βέβαιο ότι οποιοδήποτε αστάθμητοι παράγοντες θα ευνοούν πάντοτε ή θα αφήνουν αλώβητο τον ελληνικό τουρισμό, όπως άλλωστε έχει δείξει και το πρόσφατο παρελθόν (Χατζηδάκης, Α., 2008).

2.7.2 Η κατάταξη της Ελλάδας ως προς την διεθνή ανταγωνιστικότητα του τομέα του τουρισμού

Το γεγονός, ότι ο ελληνικός τουρισμός δραστηριοποιείται σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον, απεικονίζεται τόσο στον πίνακα κατάταξης του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού όσο και στην πιο πρόσφατη έκδοση της ετήσιας έκθεσης του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ «Έκθεση για την ανταγωνιστικότητα στον τομέα του τουρισμού και των ταξιδιών-2011».

Ο γενικός δείκτης ανταγωνιστικότητας του Π.Ο.Φ. για τον τουρισμό αποτελεί τη συνισταμένη 71 επιμέρους ειδικών δεικτών, οι οποίοι υπάγονται σε 14 «πυλώνες», που κι αυτοί με τη σειρά τους ομαδοποιούνται σε τρεις μείζονες ενότητες όπως το ρυθμιστικό πλαίσιο του τουρισμού, το επιχειρηματικό περιβάλλον και τις υποδομές και τους ανθρώπινους, πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους.

Η Ελλάδα, σύμφωνα με την παραπάνω έκθεση, έρχεται μόλις 29^η στη συνολική παγκόσμια κατάταξη (18^η στη Ευρώπη) ως προς τον γενικό δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού και ταξιδιών, υποχωρώντας κατά πέντε θέσεις σε σύγκριση με την προηγούμενη Έκθεση. Η γενική επίδοση της είναι μάλιστα μειωμένη σε σύγκριση με την Έκθεση του 2009 (4,78 έναντι 4,91 μονάδες, με άριστα το 7).

Οι δείκτες στους οποίους τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της χώρας μας εμφανίζονται να είναι ισχυρότερα, σύμφωνα με την παραπάνω έκθεση, είναι η παρουσία των μεγάλων εταιρειών ενοικίασης αυτοκινήτων, η πυκνότητα σε γιατρούς, η κύρωση των διεθνών περιβαλλοντικών συνθηκών, στους οποίους η Ελλάδα πρωτεύει. Ακολουθούν η επάρκεια σε ξενοδοχειακές κλίνες, η στοιχειώδης εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού και ο αριθμός των τόπων Παγκόσμιας Κληρονομιάς. Αντίθετα, οι δείκτες με τις χειρότερες επιδόσεις είναι η ποιότητα του εκπαιδευτικού συστήματος, οι πρακτικές προσλήψεων και απολύσεων, η ισοτιμία αγοραστικής δύναμης, η έκταση της χρήσης του διαδικτύου από τις επιχειρήσεις και οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Αξιοσημείωτη είναι η κατάληψη από την χώρα μας της 17^{ης} θέσης ως προς τον πυλώνα «προτεραιότητα του τουρισμού», ενώ στην αντίστοιχη θέση του 2009 κατείχε την 3^η θέση. Αντίθετα, η επίδοση ως προς τον πυλώνα «κανόνες και ρυθμίσεις της τουριστικής πολιτικής» επιδεινώθηκε περισσότερο (82^η θέση, από

τη 57^η που κατείχε στη έκθεση του 2009). Η χειρότερη επίδοση όμως καταγράφεται στον κρίσιμο δείκτη της ανταγωνιστικότητας των τιμών στην τουριστική βιομηχανία, όπου η χώρα μας, πέφτοντας ακόμη χαμηλότερα από την επίδοση της προηγούμενης έκθεσης, κατατάσσεται 129^η σε σύνολο 139 χωρών (έναντι της 114^{ης} θέσης σε σύνολο 133 χωρών) με βαθμό 3,8. Αυτό σημαίνει, με απλά λόγια, ότι οι τιμές των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών δεν ανταποκρίνονται στην προσδοκώμενη ποιότητα τους.

Η κατάσταση αυτή έχει δυσμενείς συνέπειες και στην εθνική οικονομία. Όπως έχει ήδη επισημανθεί και στην Έκθεση του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδας του 2009, «η μέτρια επίδοση των τουριστικών εισπράξεων, αντανακλά τόσο τις αδυναμίες της υπάρχουσας υποδομής, που επηρεάζουν δυσμενώς το επίπεδο της ανταγωνιστικότητας ως προς τις τιμές».

Ως συμπέρασμα μπορούμε να συναγάγουμε ότι, προκειμένου να κατανοήσουμε, να κατοχυρώσουμε και τελικά να βελτιώσουμε τη θέση μας στον διεθνή ανταγωνισμό στο πεδίο του τουρισμού, δεν μπορεί να επαναπαυόμαστε στη σχετικά καλή σειρά που διατηρούσαμε έως τώρα στην παγκόσμια κατάταξη ως προς το γενικό αριθμό αφίξεων τουριστών στα σύνορα της χώρας. Προβάλλει ήδη το απειλητικό φάσμα μιας σειράς από ανταγωνιστικούς παραδοσιακούς και αναδυόμενους προορισμούς, οι οποίοι διεκδικούν να αποσπάσουν μεγαλύτερα μερίδια από την διεθνή τουριστική αγορά, αμφισβητώντας έτσι την έως τώρα σχετικά ικανοποιητική δική μας τοποθέτηση. Απαιτείται επανατοποθέτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στη διεθνή αγορά, με αναβάθμιση, διαφοροποίηση και εμπλουτισμό της προσφοράς και παράλληλα, με την χάραξη μέσο-μακροπρόθεσμης στρατηγικής μάρκετινγκ, με εξειδικευμένους στόχους ανά αγορά.

2.8 Οι προοπτικές του διεθνούς τουρισμού

Η ανάπτυξη νέων αγορών και νέων προορισμών οδηγεί σε αναδιάταξη του παγκόσμιου τουριστικού χάρτη, όπου οι νέοι δυναμικοί «παίχτες», όπως οι χώρες «BRIC» (Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία, Κίνα), καθώς και άλλοι αναδυόμενοι προορισμοί (όπως πχ. Το Βιετνάμ, το Ντουμπάι, η Κούβα κ.ά.), πρόκειται να διαδραματίσουν πρωταγωνιστικό ρόλο στις μελλοντικές εξελίξεις. Οι διαφαινόμενες τάσεις επηρεάζουν ήδη και τους ευρωπαϊκούς προορισμούς, οι

οποίοι βλέπουν το συνολικό μερίδιο τους στη διεθνή τουριστική αγορά να μειώνεται, σύμφωνα με τα στοιχεία που έχει συγκεντρώσει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού.

Στις ανεπτυγμένες χώρες, ο τουρισμός κατέχει ήδη σημαντικό μερίδιο στην οικονομία και στην απασχόληση. Οι χώρες του ΟΟΣΑ αποτελούν το 60% της τουριστικής αγοράς και το μερίδιο του τουρισμού στο ΑΕΠ των χωρών αυτών κυμαίνεται από 2% έως 11%, ενώ στη συνολική απασχόληση ανά χώρα το μερίδιο φθάνει από 3% έως 12%. (Tourism in oecd countries 2008: Trends and Policies, February 2008). Οι προβλέψεις υποδεικνύουν μια μέση γενική ετήσια αύξηση του τουρισμού κατά 4%, ωστόσο το ποσοστό αυτό ενδέχεται να είναι μικρότερο για αρκετές ανεπτυγμένες χώρες που έχουν ήδη φθάσει σε ένα στάδιο σχετικής ωρίμανσης στην τουριστική τους ανάπτυξη και τώρα αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις του ανταγωνισμού.

Οι ενδείξεις για το 2011 θεωρούνται σχετικά ικανοποιητικές, με βάση τις περισσότερες εκτιμήσεις διεθνών φορέων (UNWTO, ETC), σύμφωνα με τα σημάδια ανάκαμψης μετά την οικονομική ύφεση που ακολούθησε την κρίση του διεθνούς χρηματοπιστωτικού συστήματος. Πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι, αν δεν επιταχυνθεί ο ρυθμός ανάκαμψης, τα επόμενα χρόνια ο διεθνής ανταγωνισμός πρόκειται να συνεχιστεί με ακόμη μεγαλύτερη ένταση και επομένως, η μάχη μεταξύ προορισμών για αύξηση ή ακόμη και διατήρηση των μεριδίων στη διεθνή αγορά θα είναι ιδιαίτερα σκληρή. Σε κάθε περίπτωση, όσο θα αυξάνεται ο όγκος των διεθνών ταξιδιών, σύμφωνα με τις προβλέψεις του UNWTO, τόσο θα αναδιατάσσεται η περιφερειακή ισορροπία.

Η ολοένα διευρυνόμενη χρήση του διαδικτύου με τις διάφορες εφαρμογές του (τόσο από τις τουριστικές επιχειρήσεις όσο και από τους καταναλωτές), η ανάπτυξη των αερομεταφορών χαμηλού κόστους και οι δημογραφικές εξελίξεις αποτελούν τους τρεις ισχυρότερους παράγοντες μελλοντικού μετασχηματισμού της τουριστικής αγοράς.

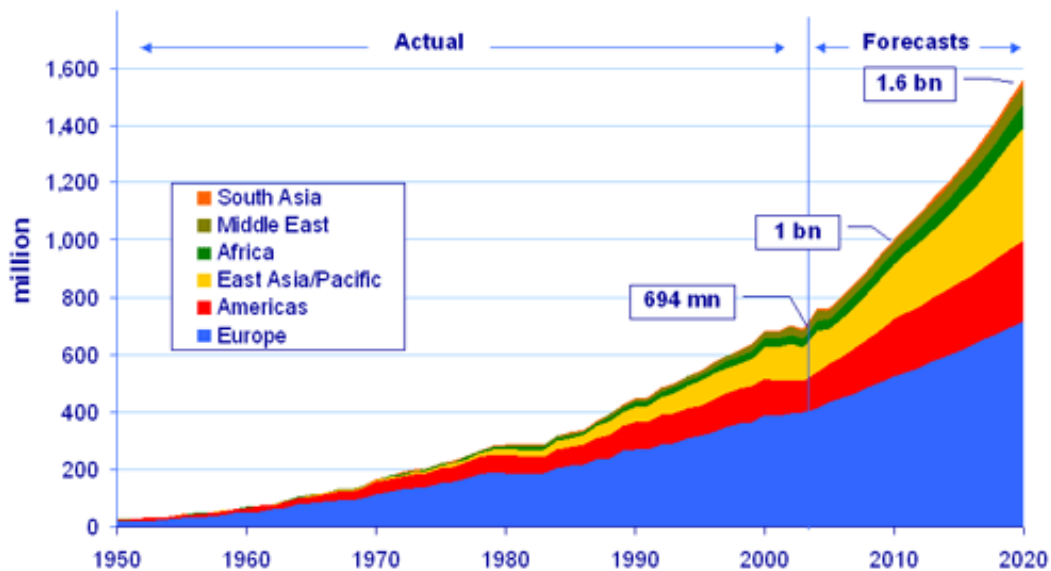
Ειδικότερα, οι δημογραφικές εξελίξεις θα διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο. Η αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού, ιδιαίτερα στην Ασία και τη Ν. Αμερική, και η μεταβολή στην ηλικιακή δομή του πληθυσμού των παραδοσιακών αγορών, όπως πχ. η γήρανση των κατοίκων των Ευρωπαϊκών χωρών, θα επιδράσουν σημαντικά στον διεθνή τουρισμό (UNWTO-ETC, Demographic Change and Tourism, 2010). Χαρακτηριστικά, το 2030 το μερίδιο

του συνολικού πληθυσμού των χωρών της ΕΕ (27) άνω των 65 ετών υπολογίζεται ότι θα είναι 23,5% του συνόλου, έναντι 17,1% το 2008, ενώ ταυτόχρονα θα αυξηθεί ο αριθμός των εργένηδων και των ζευγαριών χωρίς παιδιά (EUROSTAT, statistics in focus,69/2008 and statistics in focus ,1/2010).

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται η πιο πρόσφατη πρόγνωση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) για την πορεία των διεθνών αφίξεων σε όλο τον κόσμο έως το έτος 2020. Υπολογίζεται ότι ο αριθμός των αφίξεων θα ακολουθήσει συνεχώς ανοδική πορεία και από 880 εκατομμύρια το 2009 (935 εκατομμύρια το 2010) θα φθάσει στα 1.600 εκατομμύρια το 2020.

Η σχετικά αισιόδοξη αυτή εκτίμηση υποστηρίζεται από τη διαπίστωση ότι, παρά τις κατά καιρούς εμφανιζόμενες αντιξοότητες της διεθνούς πολιτικής ή οικονομικής συγκυρίας ή τις φυσικές καταστροφές, ο διεθνής τουρισμός επιδεικνύει αξιοσημείωτη αντοχή. Τις πρόσκαιρες περιόδους ύφεσης ακολουθούν φάσεις ανάκαμψης και ταχείας επανόδου σε τροχιά ανάπτυξης.

Διάγραμμα 2.3: Ο διεθνής τουρισμός το 2020 κατά την πρόγνωση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού



Πηγή στοιχείων: UNWTO, Tourism Highlights, 2010 Edition

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 Η κρίση του 1929 και η κρίση του 2008-2009: Συγκριτική προσέγγιση

Είναι χρήσιμο να επιχειρηθεί στο σημείο αυτό μια σύντομη συγκριτική παρουσίαση των δύο ιστορικών επεισοδίων χρηματοοικονομικής κρίσης, δηλαδή της κρίσης του 1929 και της διεθνούς κρίσης των δύο τελευταίων ετών. Η σύγκριση αυτή αφορά όχι μόνο τα αίτια και τα βασικά χαρακτηριστικά τους, αλλά και πολύ περισσότερο τον τρόπο αντίδρασης των οικονομικών αρχών. Αν και οι ιστορικοί της οικονομίας αποδίδουν τη Μεγάλη Ύφεση στην ξαφνική και καθολική κατάρρευση (το “κραχ”) του Χρηματιστηρίου της Νέας Υόρκης την Τρίτη 29 Οκτωβρίου 1929 μετά τη διαμόρφωση των τιμών των μετοχών σε πολύ υψηλά επίπεδα το μήνα που είχε προηγηθεί, οι οικονομολόγοι θεωρούν την κατάρρευση των μετοχών σύμπτωμα και όχι βασικό αίτιο της κρίσης (Bernanke and Frank, 2007).

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι, αμέσως μετά τη χρηματιστηριακή αναταραχή, κλίμα αισιοδοξίας επικράτησε για λίγο, τόσο στη κυβέρνηση όσο και στην αγορά. Στις αρχές του 1930, το χρηματιστήριο ανέκαμψε προσωρινά και οι τιμές επέστρεψαν στα επίπεδα του Απριλίου του 1929. Αν και οι δημόσιες δαπάνες και οι ιδιωτικές επενδύσεις συνέχιζαν να αυξάνονται το πρώτο εξάμηνο του 1930, η καταναλωτική δαπάνη μειώθηκε σημαντικά εξαιτίας των μεγάλων απωλειών εισοδήματος από την πτώση των τιμών των μετοχών. Παράλληλα, ένα μεγάλο μέρος της γεωργικής παραγωγής καταστράφηκε εξαιτίας της μεγάλης ανομβρίας το καλοκαίρι του 1930, συμπιέζοντας ακόμη περισσότερο το εισόδημα των αγροτικών οικογενειών. Η μείωση επομένως της κατανάλωσης και η απροθυμία των νοικοκυριών να συνάψουν νέα δάνεια προκάλεσαν μείωση της συνολικής ενεργού ζήτησης, πτώση των τιμών, συσσώρευση αποθεμάτων, μείωση των πωλήσεων κυρίως των βιομηχανικών αγαθών και εν τέλει της συνολικής παραγωγής. Οι επιπτώσεις ήταν σοβαρότερες στις αγροτικές περιοχές, στις οποίες καταγράφηκαν τα μεγαλύτερα ποσοστά ανεργίας και μείωσης του εισοδήματος.

Η οικονομική δυσπραγία στις ΗΠΑ μεταδόθηκε στις οικονομίες της Ευρώπης. Η ένταση και η διάρκεια των αρχικών επιπτώσεων αποτέλεσαν συνάρτηση των διαρθρωτικών χαρακτηριστικών κάθε επιμέρους οικονομίας. Οι οικονομολόγοι ορίζουν την ύφεση ως αρνητική διαταραχή στο προϊόν, στην ανεργία και στο επίπεδο των τιμών. Όσον αφορά το προϊόν που παρουσιάζει τη διαχρονική εξέλιξη του ρυθμού οικονομικής ανάπτυξης σε τέσσερις χώρες (Βρετανία, ΗΠΑ, Γαλλία και Γερμανία) κατά την περίοδο 1921-1939, φαίνεται ότι το βάθος της ύφεσης ήταν μεγάλο σε όλες τις χώρες, αλλά η έξοδος των χωρών από την ύφεση ήταν ασύμμετρη. Συγκριτικά με τις άλλες χώρες, η Βρετανία εμφάνισε τα μικρότερα ποσοστά καθίζησης και τη μικρότερη διάρκεια παραμονής σε πτωτική τροχιά. Αντίθετα, οι ΗΠΑ και η Γερμανία κατέγραψαν διηγήφια ποσοστά πτώσης του πραγματικού προϊόντος, ενώ η Γαλλία καθυστέρησε σημαντικά να επανέλθει σε ανοδική τροχιά. Η Γαλλία εμφάνισε το μικρότερο ποσοστό ανεργίας, αλλά η Βρετανία κατέγραψε τη μικρότερη αύξηση της ανεργίας. Μεταξύ των περιόδων 1921-29 και 1930-38 η ανεργία στη Βρετανία αυξήθηκε μόνο κατά το 1/3, ενώ σε όλες τις άλλες χώρες υπερδιπλασιάστηκε. Όσον αφορά πάντως τις τιμές, η διαχρονική συμπεριφορά τους χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερη συμμετρία μεταξύ των χωρών. Μεταξύ των ετών 1929 και 1932 όλες οι χώρες είχαν την εμπειρία μιας έντονης και παρατεταμένης μείωσης του γενικού επιπέδου των τιμών. Η κρίση του μεσοπολέμου μπορεί, όπως προαναφέρθηκε, να θεωρηθεί ως κρίση οικονομικής πολιτικής και παραμένει έως σήμερα η “μητέρα” όλων των κρίσεων.

Η κρίση των ημερών μας είναι η μεγαλύτερη χρηματοοικονομική κρίση που γνώρισε η παγκόσμια οικονομία μεταπολεμικά. Εκδηλώθηκε ως “κρίση εμπιστοσύνης” μεταξύ των πιστωτικών ιδρυμάτων, η οποία μεταδόθηκε στις διατραπεζικές αγορές προκαλώντας έντονο πρόβλημα ρευστότητας. Σε αντιδιαστολή με προγενέστερες κρίσεις που εκδηλώθηκαν σε μεμονωμένες χώρες και μεταδόθηκαν σε περιορισμένο αριθμό χωρών, η κρίση του 2008-2009, όπως και η κρίση του μεσοπολέμου, προήλθε από τον πυρήνα των ανεπτυγμένων οικονομιών. Και οι δύο κρίσεις εκδηλώθηκαν ως τοπικές κρίσεις στις ΗΠΑ και μεταδόθηκαν γρήγορα στην παγκόσμια οικονομία. Από το καλοκαίρι του 2007 έως το Σεπτέμβριο του 2008 η παγκόσμια οικονομία δέχθηκε την ταυτόχρονη επίδραση από δύο αντίρροπες δυνάμεις. Πρώτον, την απαξίωση των περιουσιακών στοιχείων (ακινήτων και μετοχών) στις χώρες υψηλού

εισοδήματος και δεύτερον, τη ραγδαία και συνεχή αύξηση των τιμών των εμπορευμάτων (τροφίμων, μετάλλων και πετρελαίου), που προκάλεσε διατροφική και ενεργειακή κρίση.

Από τη μια πλευρά, η πιστωτική κρίση έπληξε τις αξίες των ακινήτων (τόσο ως περιουσιακών στοιχείων όσο και ως εξασφαλίσεων για δάνεια) και κατά συνέπεια περιόρισε την κατανάλωση των νοικοκυριών και τη ρευστότητα και την κερδοφορία των τραπεζών. Οι τράπεζες προχώρησαν σε εκτεταμένες διαγραφές δανείων και σε μείωση της απασχόλησης. Από την άλλη πλευρά, ο πληθωρισμός των τιμών των βασικών εμπορευμάτων αντανακλούσε εν μέρει κερδοσκοπικές κινήσεις των επενδυτών που προσπαθούσαν να καλυφθούν (hedging) έναντι του φθίνοντος δολαρίου, ενώ δεν είναι ακόμη ξεκάθαρο σε ποιο βαθμό αποτελούσε πρόσκαιρο πληθωρισμό κόστους ή ήταν συνέπεια μιας μονιμότερης, δομικής, αλλαγής στη διεθνή ζήτηση και τον καταμερισμό εργασίας. Η σημαντική πτώση, από το Σεπτέμβριο του 2008, των διεθνών τιμών ενέργειας και τροφίμων λειτούργησε ως πρόδρομος δείκτης της επερχόμενης ύφεσης.

Οι ομοιότητες των δύο κρίσεων φαίνεται να είναι τελικά πολύ λιγότερες από τις πολύ σημαντικές διαφορές τους. Αν και η παγκόσμια κλίμακα αποτελεί κοινό στοιχείο τους, το ποσοτικό μέγεθος των επιπτώσεων διαφέρει. Την περίοδο 1930-38 το ποσοστό ανεργίας στις ΗΠΑ ανήλθε σε 26,1%, από 7,9% τη δεκαετία που είχε προηγηθεί. Το 1932 η βιομηχανική παραγωγή κατέγραψε τη μεγαλύτερη συρρίκνωση, σημειώνοντας απώλεια μεγαλύτερη από 40% σε σχέση με το επίπεδό της το 1929. Ο δείκτης τιμών λιανικής πώλησης εμφάνισε “ελεύθερη πτώση”. Στη σημερινή κρίση, μέχρι στιγμής, η αμερικανική οικονομία συρρικνώθηκε μόνο κατά 2,7% και η οικονομία της ζώνης του ευρώ κατά 4,2%, σε σύγκριση με έναν υποτονικό ρυθμό ανάπτυξης το 2008 (0,4% και 0,7% αντίστοιχα). Η ανεργία στις ΗΠΑ αυξήθηκε το Σεπτέμβριο του 2009 κατά 4 εκατοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2008, σε 9,8% από 5,8%, ενώ στη ζώνη του ευρώ τον Αύγουστο του 2009 αυξήθηκε κατά 2 εκατοστιαίες μονάδες (σε 9,6%, έναντι 7,6% ένα χρόνο νωρίτερα).

Όπως είναι γνωστό, επιδόματα ανεργίας δεν υπήρχαν πριν από το 1935 και μέτρα κοινωνικής πολιτικής άρχισαν να εφαρμόζονται μόνο στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1930, στο πλαίσιο του “New Deal”. Η δημοσιονομική πολιτική παρέμενε τότε αναξιόποιγη. Το έλλειμμα του προϋπολογισμού των

ΗΠΑ αυξήθηκε ελάχιστα το 1934, σε 5,9% του ΑΕΠ από 4,5% το αμέσως προηγούμενο έτος. Σήμερα, η ομοσπονδιακή κυβέρνηση των ΗΠΑ έχει ακολουθήσει έντονα επιθετική πολιτική τόνωσης της ζήτησης και εφαρμόζει ένα δαπανηρό πρόγραμμα σταθεροποίησης, αυξάνοντας το έλλειμμα της γενικής κυβέρνησης σε 12,8% του ΑΕΠ το 2009 από 5,9% το 2008 και 2,8% το 2007. Στην Ευρώπη, εξάλλου, όλες οι κυβερνήσεις προχώρησαν σε πρωτοφανείς παρεμβάσεις σταθεροποίησης, εξαντλώντας τα δημοσιονομικά περιθώρια. Στη ζώνη του ευρώ, το συνολικό δημοσιονομικό έλλειμμα της γενικής κυβέρνησης αυξήθηκε το 2009 σε 6,2% του ΑΕΠ από μόλις 1,8% το 2008. Η άσκηση μιας έντονα επιθετικής δημοσιονομικής πολιτικής, σε συνδυασμό με τη σημαντική μείωση των επιτοκίων παρέμβασης και την παροχή ρευστότητας από τις κεντρικές τράπεζες σε όλο τον κόσμο, που οδήγησε σε μείωση των επιτοκίων της διατραπεζικής αγοράς και των τραπεζικών επιτοκίων χορηγήσεων και σε βελτίωση των συνθηκών χρηματοδότησης, προσδοκείται ότι θα ενεργοποιήσει μηχανισμούς ανάκαμψης. Η αύξηση της καταναλωτικής δαπάνης θα συμβάλει σε μείωση των αποθεμάτων των επιχειρήσεων και τελικά σε εκ νέου αύξηση της παραγωγής και της απασχόλησης.

Ενώ τη δεκαετία του 1930 ήταν ο κανόνας χρυσού που εν τέλει έδρασε ως μηχανισμός μετάδοσης της ύφεσης από χώρα σε χώρα, το 2008 ήταν η “οικονομική απληστία” των επενδυτών και των τραπεζών, σε συνδυασμό με τις ατέλειες και τις αδυναμίες του εποπτικού πλαισίου, που δημιούργησε συνθήκες οι οποίες ευνόησαν την εκδήλωση της κρίσης. Αν και, όπως προαναφέρθηκε, η υφειακή διαταραχή του μεσοπολέμου ήταν πολύ εντονότερη, ορισμένες επιπτώσεις ήταν παρόμοιες, πχ. η άμεση και μαζική ρευστοποίηση τίτλων, η διακράτηση ρευστών διαθεσίμων και η πιστωτική ασφυξία. Πριν εκδηλωθεί η παρούσα κρίση, όλες οι οικονομικές μονάδες (επενδυτές, αποταμιευτές, επιχειρήσεις και νοικοκυριά) προσδοκούσαν ένα λαμπρό μέλλον και πωλούσαν χωρίς δυσκολία αξίες υψηλού κινδύνου, καθώς οι αγοραστές υποτιμολογούσαν τον κίνδυνο. Το αποτέλεσμα ήταν να εμφανιστεί χρηματιστηριακή “φούσκα”, που επηρέασε αρνητικά τις τιμές των ακινήτων και αύξησε το βαθμό μόχλευσης των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Η κρίση προκάλεσε γρήγορα τριγμούς στο παγκόσμιο χρηματοπιστωτικό σύστημα και ανέδειξε τις σοβαρές αδυναμίες του. Οι τιμές των αξιών κατέγραψαν ελεύθερη πτώση και έγιναν εξαιρετικά ευμετάβλητες στο άκουσμα (από τους επενδυτές) κάθε “νέας είδησης”. Η

έλλειψη εμπιστοσύνης οδήγησε στην επιβολή υψηλών επασφαλιστρων κινδύνου και συνεπώς στη διαμόρφωση των επιτοκίων δανεισμού στη διατραπεζική αγορά σε ασυνήθιστα υψηλά επίπεδα. Η πιστωτική κρίση γρήγορα μεταδόθηκε και στον πραγματικό τομέα, με μείωση της παραγωγής και με την αναβολή προγραμματισμένων επενδυτικών σχεδίων.

Η πτώχευση της Lehman Brothers, η μη διάσωσή της και η εν τέλει κατάρρευσή της ήταν το σύμπτωμα και όχι το αίτιο της επερχόμενης πιστωτικής κρίσης και οικονομικής δυσπραγίας. Η χρηματοοικονομική κρίση ήταν συνέπεια της δυσλειτουργίας του σύγχρονου διεθνούς χρηματοπιστωτικού συστήματος, του υπερβολικά μεγάλου μεγέθους και του σύνθετου χαρακτήρα των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, της μεγάλης αλληλεξάρτησής τους, των προβληματικών μεθόδων δανεισμού και της συστηματικής αποφυγής επιβολής ρυθμίσεων για τον έλεγχο των νέων επενδυτικών προϊόντων.

Ειδικότερα, η απαρχή της κρίσης αναζητείται στη συνισταμένη πολλών παραγόντων (Blanchard 2008, IFS 2008, Nowotny 2009):

Πρώτον, στο παγκόσμιο οικονομικό σύστημα είχαν συσσωρευθεί σημαντικές μακροοικονομικές ανισορροπίες. Η παγκόσμια υπερπροσφορά (global glut) αποταμίευσης κυρίως από την Ασία και το αμερικανικό έλλειμμα “τρεχουσών συναλλαγών” (Krugman 2009, Bernanke 2004α, 2004β, 2005) δημιούργησαν συνθήκες υπερβάλλουσας ρευστότητας οι οποίες, σε συνδυασμό με μια διευκολυντική νομισματική πολιτική, οδήγησαν σε χαμηλά επιτόκια χορηγήσεων και ταχεία άνοδο των τιμών των χρηματιστηριακών αξιών, που δεν άφησε ανεπηρέαστη την αγορά ακινήτων. Εξάλλου, η αθρόα εισροή φθηνών δανειακών κεφαλαίων προς ταχέως αναπτυσσόμενες οικονομίες, όπως οι χώρες της “Νέας Ευρώπης”, αλλά και η Ιρλανδία και η Ισλανδία, διευκόλυνε την πιστωτική επέκταση, η οποία με τη σειρά της τροφοδότησε τον υψηλό ρυθμό ανάπτυξης που γνώρισαν οι χώρες αυτές τα χρόνια πριν από την κρίση.

Δεύτερον, σημαντικές διαρθρωτικές μεταβολές, όπως η απελευθέρωση των αγορών στη δεκαετία του 1990 και τα νέα χρηματοοικονομικά προϊόντα, εξασθένισαν την διαδικασία της διαχείρισης κινδύνων και αύξησαν το βαθμό μόχλευσης (IFS 2008, FSF 2008).

Τρίτον, η κρίση ανέδειξε σοβαρές ατέλειες του συστήματος εποπτείας. Συγκεκριμένα, αποκάλυψε σοβαρά προβλήματα επικοινωνίας και ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ των εποπτικών αρχών, τόσο σε διασυνοριακό επίπεδο όσο

και μέσα σε κάθε χώρα. Μέχρι τώρα, έμφαση δινόταν κυρίως στη μικροπροληπτική εποπτεία, δηλαδή στην εποπτεία των επιμέρους πιστωτικών ιδρυμάτων, και λιγότερο στη μακροπροληπτική εποπτεία, η οποία εστιάζεται στους κινδύνους που απορρέουν από τις διασυνδέσεις και αλληλεξαρτήσεις των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, των αγορών και της μακροοικονομικής συγκυρίας.

Τέταρτον, τόσο οι μέτοχοι όσο και τα διευθυντικά στελέχη κυριαρχούνταν από κίνητρα που οδηγούσαν στην αποσταθεροποίηση του συστήματος. Από τη μια πλευρά, εξαιτίας της επιδίωξής τους για υψηλές βραχυπρόθεσμες ανταμοιβές και της αδιαφορίας τους για τη μακροχρόνια απόδοση των επιλογών τους, απέτυχαν να εκτιμήσουν ρεαλιστικά το είδος και το μέγεθος των κινδύνων που αναλάμβαναν. Από τη άλλη πλευρά, ο επιμερισμός του κινδύνου σε όλο το τραπεζικό σύστημα δημιούργησε την ψευδαίσθηση του περιορισμού του (Rajan, 2009).

Τέλος, σημαντικό μερίδιο ευθύνης φέρουν οι εταιρίες αξιολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας, οι οποίες, ελλείψει ιστορικής πληροφόρησης, βαθμολογούσαν τα νέα και πολυσύνθετα παράγωγα προϊόντα εξομοιώνοντάς τα με τα κρατικά ομόλογα υψηλής διαβάθμισης, με συνέπεια οι επενδυτές να υποεκτιμούν και να υποτιμολογούν τον κίνδυνο.

3.2 Η παθογένεια του ελληνικού τουρισμού

Πολύ πριν ακόμα ξεσπάσει η παγκόσμια οικονομική κρίση, ο ελληνικός τουρισμός είχε ήδη έντονα σημεία παθογένειας με σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα που σταδιακά τον οδηγούσαν σε απώλεια του ανταγωνιστικού του πλεονεκτήματος από άποψη σχέσης αξίας-τιμής (value for money), συγκριτικά με τους νέους ανταγωνιστές στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου που, για το ίδιο μαζικό παραθεριστικό (και κατά συνέπεια, εποχικό) τουριστικό προϊόν, έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος παραγωγής και πολύ χαμηλότερη τιμή. Εμφανή συμπτώματα αυτής της παθογένειας είναι η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, η μείωση της διαπραγματευτικής μας ικανότητας (που εκδηλώνεται με φαινόμενα όπως οι στάσιμες ή μειούμενες τιμές) η αυξανόμενη τάση για συμβόλαια 'all inclusive', αλλά και η σταθερή υποβάθμιση του οικονομικού και κοινωνικού προφίλ του μέσου τουρίστα.

Δυστυχώς, τόσο οι αναπτυγμένες παραδοσιακές χώρες προέλευσης του ελληνικού τουρισμού (Γερμανοί και Βρετανοί αποτελούν το ήμισυ περίπου των τουριστικών μας αφίξεων), όσο και οι αναδυόμενες αγορές, βρίσκονται στο επίκεντρο της οικονομικής κρίσης με διογκούμενη ανεργία, συρρίκνωση εισοδημάτων και πολύ υψηλό δείκτη ανασφάλειας και αβεβαιότητας των κατοίκων τους.

Ένα πρόσθετο πρόβλημα είναι η υποτίμηση των νομισμάτων πολλών από τις χώρες-μέλη της Ε.Ε., εκτός Ευρωζώνης και της Ανατολικής Ευρώπης καθώς και των ανταγωνιστών μας στην Ανατολική Μεσόγειο. Αυτό κάνει ακριβό το τουριστικό μας προϊόν για τους πελάτες μας απ' αυτές τις χώρες και φθηνότερο το προϊόν των ανταγωνιστών μας. Αρκετοί τουριστικοί πράκτορες απ' αυτές τις χώρες αδυνατούν να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους έναντι ημών για το 2008 λόγω του ακριβού πλέον γι' αυτούς Ευρώ.

Ένας άλλος παράγοντας που οφείλουμε να λάβουμε υπόψη είναι ότι η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών παρουσιάζει εξαιρετικά μεγάλη εισοδηματική ελαστικότητα και οι δαπάνες για τουριστικές υπηρεσίες δεν αποτελούν την πρώτη προτεραιότητα διάθεσης του “διακριτικού” εισοδήματος, είναι δε περίπου αυτονόητο ότι η ελαστικότητα της ζήτησης για διακοπές και ψυχαγωγία αυξάνεται όσο χαμηλότερα είναι τα εισοδήματα του νοικοκυριού.

Η πλούσια και οικονομικά ανεξάρτητη οικογένεια, ακόμα και σε ημέρες κρίσης, πιθανότατα δεν θα στερηθεί τις διακοπές της σε εγκαταστάσεις πολυτελείας. Η φτωχή οικογένεια, πιθανότατα, θα τις αναβάλει ή θα μειώσει τη διάρκεια και τη δαπάνη της. Αυτό ισχύει, παρά το γεγονός ότι, τα τελευταία χρόνια, η ανάγκη για διακοπές καθιστά την τουριστική ζήτηση όλο και πιο ανελαστική. Η ανελαστικότητα όμως αυτή δεν έχει δοκιμαστεί σε συνθήκες παγκόσμιας κρίσης αυτού του μεγέθους (Σκουλάς, Ν., 2009).

3.3 Παγκόσμια οικονομική κρίση και παγκόσμιος τουρισμός

Η συγκεκριμένη κρίση διαφέρει από προηγούμενες στο γεγονός ότι ο τουρίστας σήμερα αντιμετωπίζει οικονομικό πρόβλημα για να χρηματοδοτήσει τις διακοπές του, ενώ στις προηγούμενες τον κυριαρχούσε ο φόβος για την ακεραιότητά του. Δημιουργούνται έτσι νέες τάσεις, που αφορούν στη μείωση της απόστασης του προορισμού από τον τόπο μόνιμης κατοικίας και της διάρκειας του ταξιδιού και στην ανάδειξη προορισμών με καλή σχέση ποιότητας – τιμής.

Για την άμβλυνση των αρνητικών επιπτώσεων της κρίσης προτείνεται η εισαγωγή του τουρισμού στα κυβερνητικά πακέτα κινήτρων, η αναστολή πληρωμής των φόρων, η στενή συνεργασία του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, η οικονομική στήριξη του κλάδου από την τραπεζική και την οικονομική κοινότητα γενικότερα, η συνεχής στατιστική παρακολούθησης των μεγεθών που περιγράφουν τον κλάδο, η ύπαρξη εντατικής και στοχευμένης διαφήμισης, η αύξηση της ποιότητας του προϊόντος με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στον κλάδο και η εισαγωγή καινοτόμων μεθόδων για την ενίσχυση του branding. Σύμφωνα με τα προγνωστικά, στις ειδικές μορφές τουρισμού, αυτές δεν θα υποστούν στον ίδιο βαθμό τις επιπτώσεις της κρίσης.

Συγκεκριμένα, εκείνες που θα επηρεαστούν λιγότερο είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, ο τουρισμός ευεξίας και ο τουρισμός υγείας. Λίγο μεγαλύτερη θα είναι η επίδραση που θα δεχτεί ο συνεδριακός τουρισμός, ενώ η επίδραση που θα δεχθεί ο θαλάσσιος τουρισμός θα αφορά κυρίως τον τομέα της κρουαζιέρας. Αμφίβολη είναι η επίδραση που θα δεχθούν ο χειμερινός, ο αθλητικός και ο εκθεσιακός τουρισμός, ωστόσο ισχυρό πλήγμα κα δεχθούν ο θρησκευτικός τουρισμός και ο τουρισμός τρίτης ηλικίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Η πορεία των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στα σύνορα

Κατά την δεκαετία 1991-2000, ο συνολικός αριθμός αφίξεων αλλοδαπών στα σύνορα παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις. Οι συνολικές αφίξεις τουριστών ολόκληρο το 1991 ανήλθαν σε 8.271.000, δηλαδή εμφάνισαν μείωση κατά 11,16% σε σύγκριση με το 1990. Το 1992, τα στοιχεία δείχνουν ότι το τουριστικό ρεύμα βρίσκεται σε ανάκαμψη μετά τις αρνητικές συγκυρίες του 1991. Η σημαντικότερη όμως αύξηση σημειώθηκε το έτος 1994 (+20,06%) όπου οι αφίξεις ανήλθαν στα 11.301.722. Κατά το έτος 2000, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών υποδοχής. Η αύξηση του συνόλου των αφίξεων αλλοδαπών κατά το διάστημα Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2000 σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 1999, έφτασε το +7,66%, με 13.095.545 αφίξεις .

Αξίζει να αναφερθεί ότι ο αριθμός των τουριστών που επισκέφτηκε τη χώρα μας την περίοδο 1990-1999 ήταν σημαντικά μικρότερος (22,0%) από αυτόν που σημειώθηκε την περίοδο 1980-1990 (76,6%) και το γεγονός αυτό εξηγείται, μεταξύ άλλων, από τη συναλλαγματική πολιτική που ακολούθησε η χώρα μας την περίοδο 1990-1999, η οποία οδήγησε στην υπερτίμηση της δραχμής σε σχετικούς πραγματικούς όρους, με αποτέλεσμα τη συνεχή εξασθένηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Αντίστοιχα για την δεκαετία 2001-2010, παρουσιάζονται αρκετές αυξομειώσεις. Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ για τον αριθμό των αφίξεων στα σύνορα, διαπιστώνεται ότι η τουριστική κίνηση προς την χώρα μας μετά την κάμψη των ετών 2001-2003 ακολούθησε ανοδική πορεία τα έτη 2005-2007. Γενικά, η θετική αυτή εξέλιξη εκείνης της περιόδου οφείλεται κατά κύριο λόγο στο θετικό αντίκτυπο των Ολυμπιακών Αγώνων. Αυτός συνίσταται αφενός, στην γενικευμένη αναβάθμιση των τεχνικών, συγκοινωνιακών και ξενοδοχειακών υποδομών και αφετέρου, στην ευρύτατη έκθεση και προβολή της εικόνας της Αθήνας και της Ελλάδας, με την ευκαιρία των Ο.Α του 2004. Στο χαμηλότερο σημείο έφθασε, παραδόξως για πολλούς το 2004, την χρονιά των

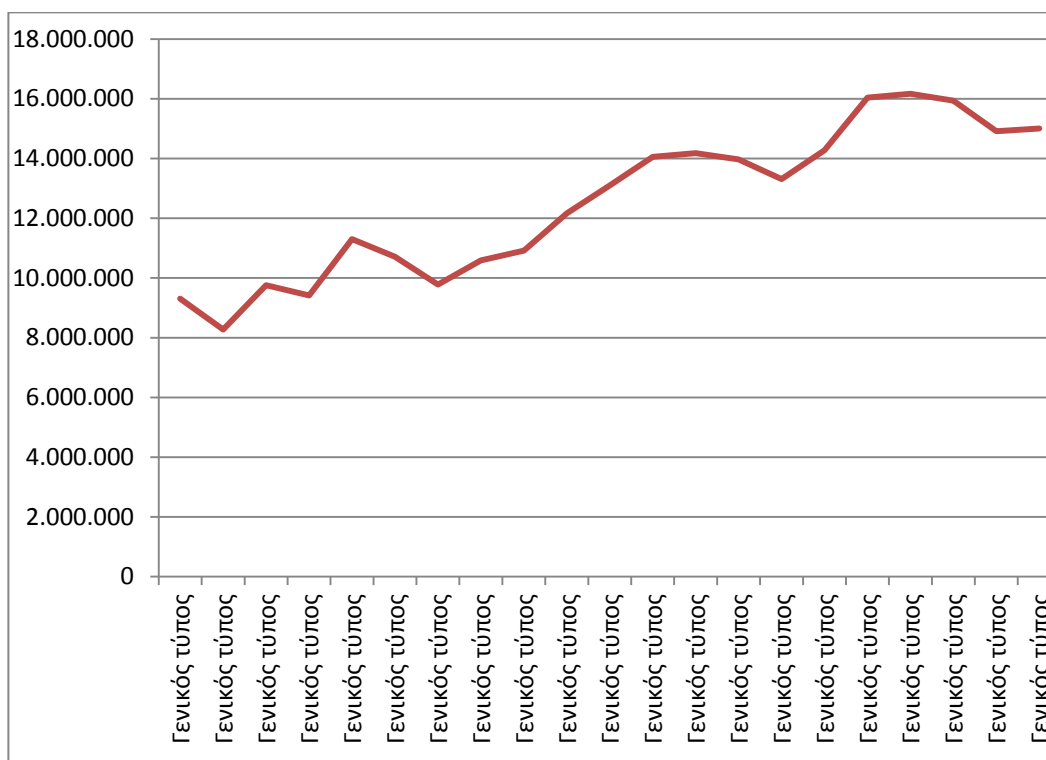
Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας. Μετά το έτος 2004, παρατηρούμε στο διάγραμμα 4.1 αυξητική τάση των αφίξεων μέχρι και το έτος 2007 όπου άρχισαν να εμφανίζονται τα πρώτα σημάδια στασιμότητας. Αντιθέτως από το έτος 2008 και το 2009 καταγράφεται πτωτική τάση των αφίξεων κατά 1,4% και 6,43%, αντίστοιχα. Τα στοιχεία για τις αφίξεις του 2010 δείχνουν ότι ο ελληνικός τουρισμός, παρά τις θετικές ενδείξεις που παρουσιάζονται στις αφίξεις, δεν έχει κατορθώσει ακόμη να βγει συνολικά από την φάση της ύφεσης στην οποία βρίσκεται από το 2008.

Πίνακας 4.1: Εξέλιξη των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στα σύνορα

Έτη	Αφίξεις στη χώρα	Μεταβολή (σε %)
1990	9.310.492	-
1991	8.271.258	-11,162
1992	9.756.012	17,951
1993	9.412.923	-3,517
1994	11.301.722	20,066
1995	10.712.145	-5,217
1996	9.782.061	-8,683
1997	10.588.489	8,244
1998	10.916.046	3,094
1999	12.164.088	11,433
2000	13.095.545	7,657
2001	14.057.331	7,344
2002	14.179.999	0,873
2003	13.969.393	-1,485
2004	13.312.629	-4,701
2005	14.276.465	7,240
2006	16.039.216	12,347
2007	16.165.265	0,786
2008	15.938.806	-1,401
2009	14.914.534	-6,426
2010	15.007.490	0,623

Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Διάγραμμα 4.1: Εξέλιξη των αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα 1990-2010



Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Δεν θα πρέπει, ωστόσο, να παραλείψουμε να αναφέρουμε την αλλαγή του συστήματος παρακολούθησης των αφίξεων στα σύνορα από την ΕΛ.ΣΤΑΤ που εφαρμόζεται από το 2008 η οποία έχει μεταβάλει τα δεδομένα για την αξιοπιστία των στατιστικών στοιχείων ως προς την μεταβλητή αυτή. Με το νέο σύστημα υπολογίζονται οι αφίξεις μόνιμων κατοίκων χωρών του εξωτερικού αντί για τους «αλλοδαπούς» υπηκόους, όπως γινόταν έως το 2007. Η παρεχόμενη εικόνα είναι πλέον απαλλαγμένη από ορισμένα λάθη του παρελθόντος, όπως πχ. η καταγραφή των αφίξεων Αλβανών οικονομικών μεταναστών, που εμφανίζονταν ως «αλλοδαποί τουρίστες» από τις υπηρεσίες του Υπουργείου Δημόσιας Τάξης, τροφοδοτώντας έτσι την ΕΛ.ΣΤΑΤ με εξωπραγματικά στοιχεία.

4.2 Η εξέλιξη των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ

Στη διάρκεια της επταετίας 2003-2009, ο συνολικός αριθμός αφίξεων αλλοδαπών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις.

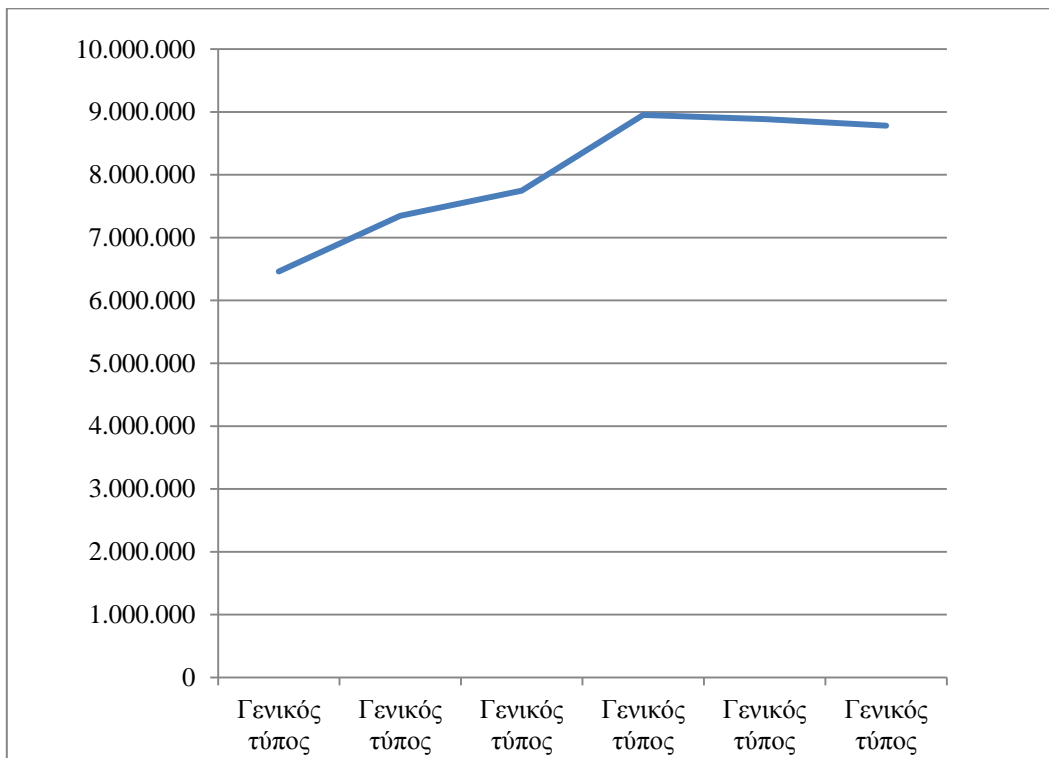
Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ, μετά το 2004 καταγράφηκε σημαντική ετήσια αύξηση των αφίξεων τουριστών στη χώρα μας με βάση σύγκρισης την χαμηλή επίδοση του 2004. Το 2005 η ετήσια αύξηση ήταν +13,74%, το 2006 ήταν +19,92%, το 2007 ήταν +38,58%, το 2008 ήταν +37,54% και το 2009 έφθασε το +37,30% (Πίνακας 4.2).

Πίνακας 4.2: Η εξέλιξη των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ 2004-2009

Έτη	Αφίξεις	Μεταβολή (σε %)
2004	6.461.062	-
2005	7.348.706	13,74
2006	7.748.208	19,92
2007	8.953.757	38,58
2008	8.886.342	37,54
2009	8.871.095	37,30

Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Διάγραμμα 4.2: Εξέλιξη των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα και καμπινγκ 2004-2009

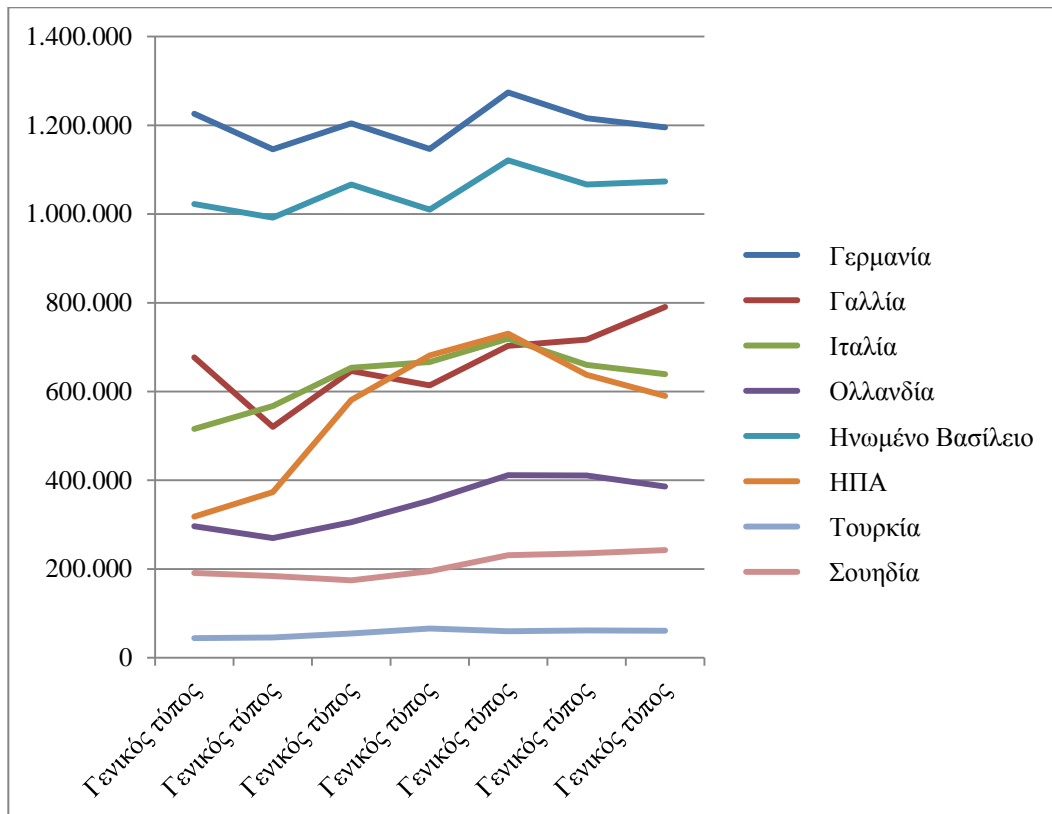


Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Η πτωτική τάση των αφίξεων άρχισε να καταγράφεται ήδη από το έτος 2008, οπότε για το σύνολο του έτους είχε παρουσιαστεί μείωση -0,75% σε σύγκριση με το έτος 2007. Ανάλογα για το έτος 2009, είχε παρουσιαστεί μείωση -0,93% σε σύγκριση με το 2007.

Στη διάρκεια των τελευταίων ετών παρουσιάστηκαν έντονες διακυμάνσεις και σημαντικές ανακατατάξεις στις αγορές των χωρών που αποτελούν τις κυριότερες πηγές εισροής τουριστών προς την χώρα μας (βλ. διάγραμμα 4.3). Αυτό είναι αποτέλεσμα των εξελίξεων στην κατάσταση της οικονομίας των χωρών αυτών, των ανακατατάξεων στην οργάνωση της διεθνούς αγοράς ταξιδιών, των πολιτικών εξελίξεων στις χώρες αυτές αλλά και του εντεινόμενου ανταγωνισμού μεταξύ παραδοσιακών και αναδυόμενων τουριστικών προορισμών.

Διάγραμμα 4.3: Εξέλιξη των αφίξεων τουριστών ανα χώρα προέλευσης 2003-2009



Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 4.3, παρατηρείται ότι οι χώρες όπως, η Γερμανία, η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, παρουσιάζουν διαχρονικά μεγάλες διακυμάνσεις. Αντίστοιχα χώρες όπως, οι ΗΠΑ και η Ιταλία, παρουσιάζουν μια ανοδική πορεία μέχρι και το έτος 2007, ενώ τα έτη 2008 και 2009 η πορεία των αφίξεων είναι καθοδική. Αντίθετα στις χώρες, Σουηδία και Τουρκία, δεν παρατηρούνται στις αφίξεις μεγάλες διακυμάνσεις.

Ο κύριος όγκος των αφίξεων το έτος 2009, όπως προκύπτει από τα στοιχεία που ανακοινώνει η ΕΛ.ΣΤΑΤ, προέρχεται από χώρες της Ευρωπαϊκής Ηπείρου (82,25% του συνόλου), ενώ οι 26 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρέχουν το 72,20% του συνόλου των αφίξεων μη μόνιμων κατοίκων στη χώρα μας. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τα έτη 2007 και 2008 για τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι 72,19% και 72,05%.

Όπως φαίνεται και στον πίνακα 4.3, παρατηρείται μείωση των αφίξεων από τις κύριες αγορές μας το 2009, σε σύγκριση με το έτος 2007. Το μερίδιο των πέντε κυριότερων αγορών του 2007 (Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Ιταλία,

Γαλλία και Ολλανδία) στο σύνολο των αφίξεων ήταν 47,23%, ενώ για τα έτη 2008 και 2009 ήταν 45,81% και 46,05% αντίστοιχα. Σε απόλυτους αριθμούς από τις πέντε αυτές βασικές πηγές σε διάστημα τριών χρόνων (2007 έως 2009) σημειώθηκε απώλεια συνολικά 144.098 χιλιάδων αφίξεων (από 4.228.797 το 2007 σε 4.084.699 το 2009).

Διαπιστώνοντας από τα στοιχεία του πίνακα 4.3, οι δύο σημαντικότερες αγορές για το ελληνικό τουριστικό προϊόν κατά τα τελευταία χρόνια, είναι το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία.

Πίνακας 4.3: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών ανά χώρα προέλευσης (2003-2009)

Κράτη	Έτος							Ρυθμός Μεταβολής %	
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2008/07	2009/08
Ην. Βασίλειο	1.022.618	992.035	1.066.797	1.010.019	1.121.111	1.066.498	1.073.564	-4,87	0,66
Γερμανία	1.225.978	1.146.156	1.204.580	1.146.719	1.273.912	1.215.954	1.195.325	-4,55	-1,70
Ιταλία	515.766	567.219	653.608	666.697	719.328	660.103	639.105	-8,23	-3,18
Γαλλία	677.143	520.589	646.486	613.813	703.083	717.225	790.787	2,01	10,26
Ολλανδία	296.302	269.894	305.310	354.115	411.363	410.899	385.918	-0,11	-6,08
Σουηδία	191.103	184.184	174.576	194.941	231.238	235.321	242.848	1,77	3,20
Αυστρία	215.944	218.967	203.561	215.200	241.079	202.789	203.996	-15,88	0,60
Δανία	119.417	115.261	112.401	132.261	148.820	161.027	160.463	8,20	-0,35
Η.Π.Α	318.251	373.143	581.085	681.386	730.585	637.702	590.153	-12,71	-7,46
Λοιπά Κράτη	2.185.454	2.073.614	2.400.302	2.733.057	3.373.238	3.578.824	3.588.936	6,09	0,28
Σύνολο	6.767.976	6.461.062	7.348.706	7.748.208	8.953.757	8.886.342	8.871.095	-0,75	-0,17

Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Συγκεκριμένα το 2009 στη χώρα μας αφίχθησαν 1.073.564 εκατ. Βρετανοί και 1.195.325 εκατ. γερμανοί τουρίστες, καταλαμβάνοντας από κοινού μερίδιο 25,58% επί του συνόλου των αφίξεων.

Πίνακας 4.4: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών ανά γεωγραφική περιοχή προέλευσης 2003-2009

Περιοχή	Έτος						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Σύνολο Ε.Ε	4.760.606	4.454.346	5.372.835	5.434.303	6.463.539	6.402.474	6.405.312
Ασία	414.008	409.680	279.482	329.585	383.295	363.143	374.621
Αμερική	424.722	480.865	726.828	844.516	938.376	843.700	787.843
Αφρική	31.796	30.973	26.626	34.060	38.417	38.810	37.504
Ωκεανία	85.769	74.384	112.149	123.450	140.151	151.197	128.569
Λοιπές περιοχές	1.051.075	1.010.814	830.786	982.294	989.979	1.087.018	1.137.246
Σύνολο	6.767.976	6.461.062	7.348.706	7.748.208	8.953.757	8.886.342	8.871.095

Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

4.3 Εποχικότητα της τουριστικής κίνησης

Η κατανομή των αφίξεων στη διάρκεια του έτους παρουσιάζει έντονα φαινόμενα υπερσυγκέντρωσης κατά τους θερινούς μήνες (Ιούνιος-Σεπτέμβριος), όπως απεικονίζεται παραστατικά και στο διάγραμμα 4.4. Παρά τις πολυετής προσπάθειες για επιδίωξη άμβλυνσης της εποχικότητας, η οποία θεωρείται ως μια από τις μεγαλύτερες αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού, δεν έχει σημειωθεί καμία ουσιαστική πρόοδος. Με άλλα λόγια, το ελληνικό τουριστικό προϊόν δεν έχει κατορθώσει να επανατοποθετηθεί στη διεθνή τουριστική αγορά .

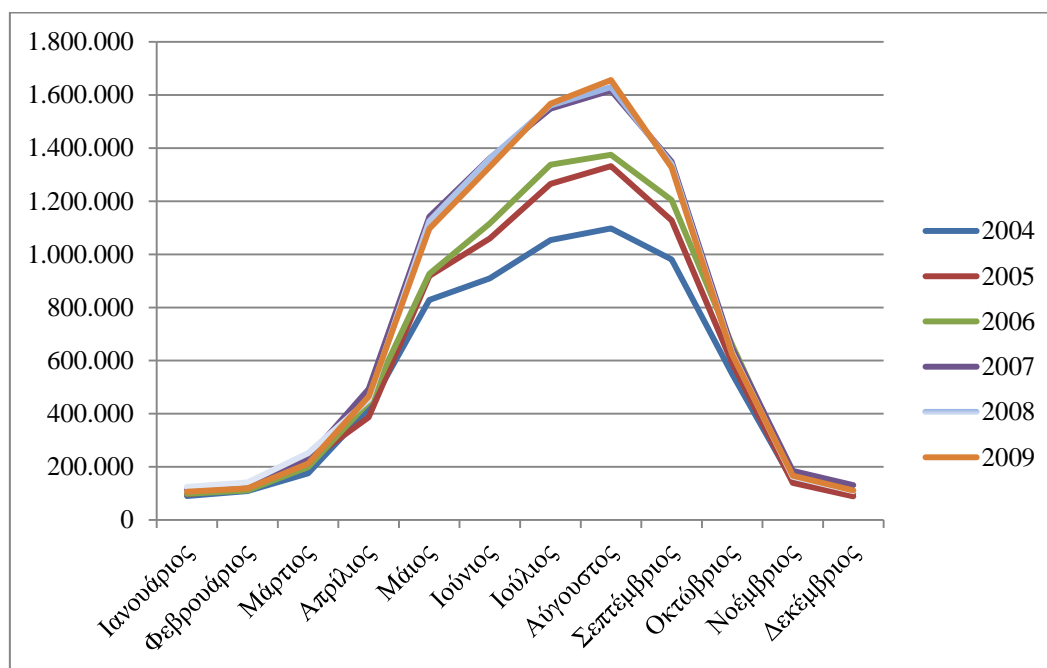
Είναι χαρακτηριστικό ότι η σχετική καμπύλη για το έτος 2009 στο διάγραμμα 4.4 εμφανίζεται ακόμη πιο «οξυμένη» σε σύγκριση με εκείνες των ετών 2004, 2005 και 2006. Τους τέσσερις θερινούς μήνες (Ιούνιος-Σεπτέμβριος) του 2009 πραγματοποιήθηκε το 58,92% του συνόλου των αφίξεων του έτους, ενώ το μερίδιο της αντίστοιχης περιόδου των ετών 2004 έως 2008 κυμαίνονταν στα ίδια ποσοστά (56,99%, 58,74%, 59,07%, 57,65%, 58,06% αντίστοιχα)

Πίνακας 4.5: Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά μήνα 2004-2009

Μήνας	Έτη					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Σύνολο	6.461.062	7.348.706	7.748.208	8.953.757	8.886.342	8.781.095
Ιανουάριος	89.982	96.964	98.284	115.620	124.033	106.433
Φεβρουάριος	108.722	118.908	111.079	129.847	140.882	119.156
Μάρτιος	176.008	221.743	198.938	234.170	251.559	212.513
Απρίλιος	419.535	386.885	443.973	492.950	453.520	464.912
Μάιος	828.176	919.083	926.680	1.141.568	1.124.670	1.096.726
Ιούνιος	909.887	1.060.025	1.116.195	1.361.954	1.360.730	1.329.852
Ιούλιος	1.054.027	1.265.202	1.337.607	1.548.547	1.560.417	1.567.309
Αύγουστος	1.097.630	1.332.103	1.375.199	1.617.473	1.629.729	1.656.522
Σεπτέμβριος	981.075	1.127.930	1.204.741	1.349.361	1.340.611	1.326.644
Οκτώβριος	549.990	591.676	659.134	646.187	628.774	623.371
Νοέμβριος	146.035	139.454	165.835	184.853	162.852	166.679
Δεκέμβριος	99.995	88.733	110.543	131.227	108.565	110.978
Μερίδιο (%) Ιούνιος-Σεπτέμβριος	56,99	58,74	59,07	57,65	58,06	58,92

Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Διάγραμμα 4.4: Εποχικότητα των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα 2004-2009



Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

4.4 Αφίξεις των τουριστών κατά μέσο μεταφοράς

Πέρα από τις γνωστές του επιδράσεις στην τοπική, περιφερειακή και εθνική οικονομία, ο κλάδος των μεταφορών συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό. Οι αερομεταφορές στην Ελλάδα έχουν αναπτυχθεί ραγδαία από την δεκαετία του 1960 έως και σήμερα. Είναι γεγονός ότι ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται την χώρα μας χρησιμοποιώντας ως μέσο μετακίνησης το αεροπλάνο υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ετησίως.

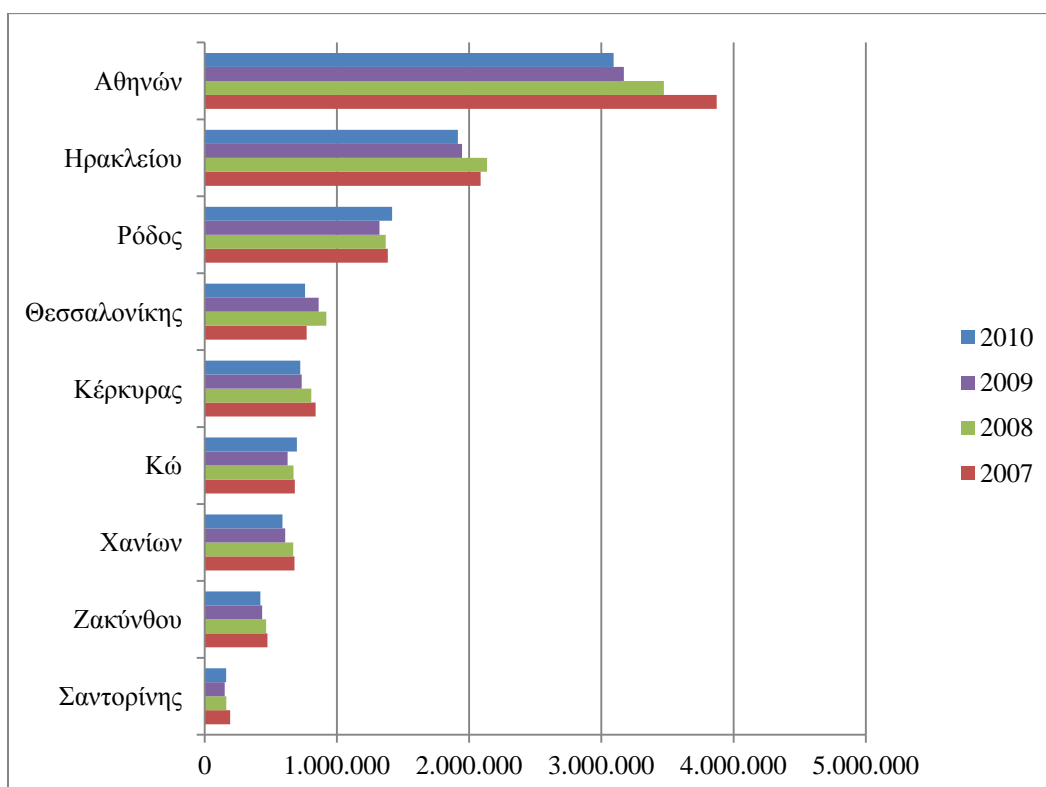
Λόγω της γεωγραφικής θέσης της χώρας μας το κύριο μέσο αφίξεων των τουριστών είναι το αεροπλάνο. Τα αεροδρόμια που συγκέντρωσαν τον μεγαλύτερο αριθμό αφίξεων αλλοδαπών του 2010 εμφανίζονται κατά σειρά όγκου αφίξεων στον πίνακα 4.6 και στο διάγραμμα 4.5. Τα πέντε μεγάλα διεθνή αεροδρόμια (Αθήνας, Ηρακλείου, Ρόδου, Κέρκυρας και Θεσσαλονίκης) συγκέντρωσαν τα $\frac{3}{4}$ (74,3%) του συνόλου των αεροπορικών αφίξεων αλλοδαπών του 2010, ενώ το υπόλοιπο μοιράστηκε στα περιφερειακά αεροδρόμια. Επίσης παρατηρείται ότι το έτος 2010 αυξήθηκε ο αριθμός των αφίξεων των αλλοδαπών στα αεροδρόμια της Ρόδου (7,2%), της Κώ (11,2%) και της Σαντορίνης (6,8%), σε σύγκριση με το 2009. Μειωμένη τάση παρατηρείται στα υπόλοιπα αεροδρόμια που αναφέρονται στον πίνακα 4.6, με την μεγαλύτερη μείωση να παρουσιάζεται στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης (-12,0%). Γενικότερα, παρά το γεγονός ότι τα περισσότερα από τα αεροδρόμια παρουσιάζουνε πτωτική τάση αφίξεων, διαπιστώνουμε ότι ο αριθμός των συνολικών αφίξεων μειώθηκε, για το έτος 2010 σε σύγκριση με το 2009, κατά 1%.

Πίνακα 4.6: Τα κυριότερα αεροδρόμια κατά σειρά αριθμού αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών

Αεροδρόμια	Έτη				Μεταβολή 2010/09
	2007	2008	2009	2010	
1. Αθηνών	3.872.156	3.472.845	3.170.478	3.092.195	-2,5
2. Ηρακλείου	2.087.144	2.135.198	1.946.544	1.914.820	-1,6
3. Ρόδος	1.384.902	1.369.406	1.321.806	1.416.991	7,2
4. Θεσσαλονίκης	770.791	919.677	862.054	758.772	-12,0
5. Κέρκυρας	839.460	806.713	733.137	722.699	-1,4
6. Κώ	681.313	671.660	627.533	697.613	11,2
7. Χανίων	678.510	669.122	608.361	587.825	-3,4
8. Ζακύνθου	475.146	464.874	435.169	420.960	-3,3
9. Σαντορίνης	192.018	162.941	151.367	161.666	6,8
Λοιπά αεροδρόμια	1.019.782	1.019.215	891.660	863.766	-3,1
Σύνολο	12.001.222	11.691.651	10.748.109	10.637.307	-1,0

Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Διάγραμμα 4.5: Αφίξεις μη μόνιμων κατοίκων ανά αεροδρόμιο 2007-2010



Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Το συνηθέστερο σφάλμα που γίνεται στις αφίξεις στα αεροδρόμια της χώρας είναι ότι στα συνολικά αθροίσματα αφίξεων τουριστών συγκαταλέγονται αδιακρίτως και οι συνολικές αφίξεις επιβατών με πτήσεις εξωτερικού, ειδικότερα στα αεροδρόμια Αθηνών και Θεσσαλονίκης, οι οποίες βέβαια περιλαμβάνουν και σημαντικό πλήθος ημεδαπών, ταξιδιωτών που επιστρέφουν από ταξίδια στο εξωτερικό.

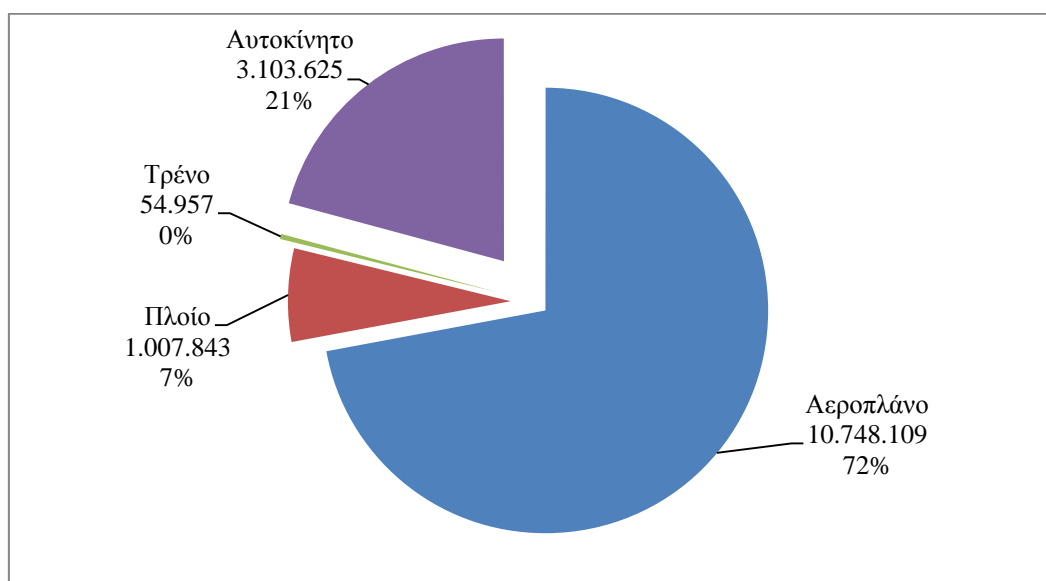
Επίσης επισημαίνεται ότι οι αφίξεις αλλοδαπών από το εξωτερικό σε λιμένες εισόδου στην χώρα με κρουαζιερόπλοια με ξένη σημαία δεν συμπεριλαμβάνονται στον αριθμό αφίξεων τουριστών με πλοίο, δεδομένου ότι, σύμφωνα με τους διεθνείς ορισμούς, οι αφίξεις αυτές θεωρούνται ως αφίξεις «ημερήσιων επισκεπτών» και όχι «τουριστών».

Πίνακας 4.7: Αφίξεις κατά μέσο μεταφοράς

Έτη	Μέσο Μεταφοράς			
	Αεροπλάνο	Πλοίο	Τρένο	Αυτοκίνητο
2009	10.748.109	1.007.843	54.957	3.103.625
2010	11.691.651	1.080.025	65.873	3.101.257

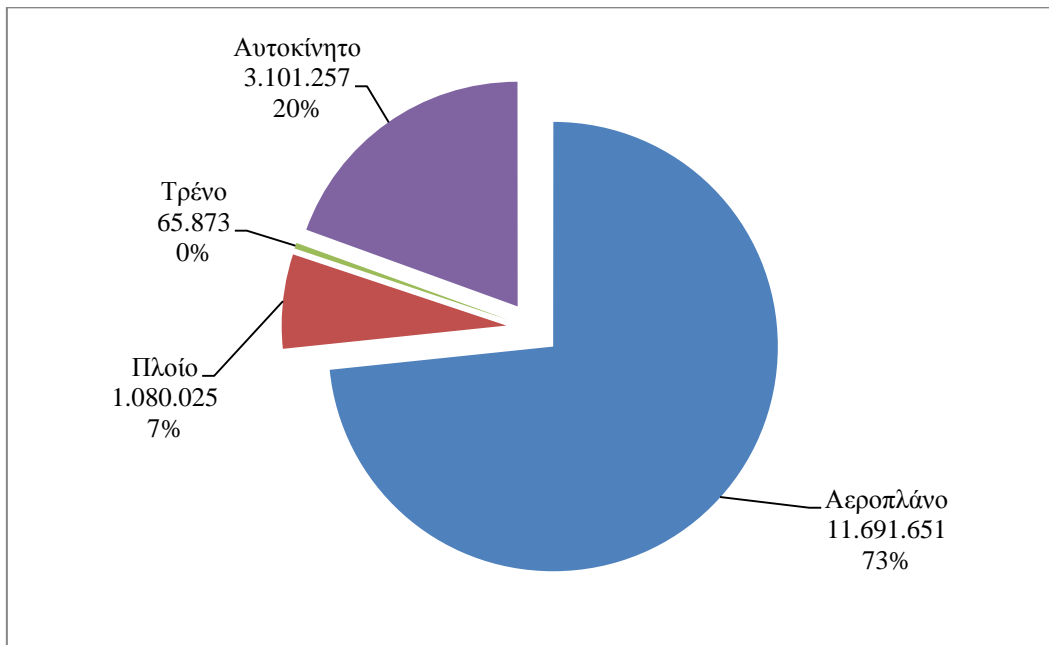
Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Διάγραμμα 4.6: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών κατά μέσο μεταφοράς 2009



Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Διάγραμμα 4.7: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών κατά μέσο μεταφοράς 2010



Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Παρατηρώντας τις αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών κατά μέσο μεταφοράς τόσο από τον πίνακα 4.7, όσο και από τα διαγράμματα 4.6 και 4.7, διαπιστώνουμε ότι το έτος 2010 οι αφίξεις με αεροπλάνο αυξήθηκαν κατά 1% (από 10.748.109 σε 11.691.651). Επίσης μικρή αύξηση στις αφίξεις έχουμε με τα μέσα μεταφοράς πλοίου και τρένου. Αντιθέτως μείωση στις αφίξεις για το έτος 2010 έχουμε με την μεταφορά αυτοκινήτου κατά 1% (από 3.103.625 σε 3.101.257).

4.5 Η εξέλιξη των τουριστικών εισπράξεων

Οι εισροές συναλλάγματος στη χώρα από τον αλλοδαπό τουρισμό ακολουθούν συνήθως την εξέλιξη των αφίξεων τουριστών. Οι συναλλαγματικές εισπράξεις από τον αλλοδαπό τουρισμό συνήθως ταυτίζονται με το ποσό του λογαριασμού «ταξιδιωτικό συνάλλαγμα» των τραπεζικών στατιστικών. Στην Ελλάδα όμως, έχει γίνει αποδεκτό ότι τα ποσά του ταξιδιωτικού συναλλάγματος που εμφανίζονται στις στατιστικές της Τράπεζας της Ελλάδος, είναι μικρότερα

από το πραγματικό τουριστικό συνάλλαγμα που εισρέει στη χώρα και αυτό γιατί διάφορα ποσά συναλλάγματος που αφορούν στον τουρισμό καταχωρούνται σε άλλες κατηγορίες αδήλων πόρων.

Ο πίνακας 4.8 εμφανίζει στοιχεία για τις εισπράξεις των ετών 2002-2010 σε εκατ. Ευρώ. Κατά το έτος 2010 παρατηρήθηκε μια περίοδος δυσμενών επιπτώσεων ως προς τις εισπράξεις από τον τουρισμό, όπως αυτές καταγράφονται από την Τράπεζα της Ελλάδας στο ισοζύγιο εξωτερικών συναλλαγών. Από τον πίνακα 4.8 παρατηρούμε ότι το έτος 2009 οι εισπράξεις από τον τουρισμό είχαν σημειώσει σημαντική πτώση έναντι του 2008 (-10,9%) και έφθασαν μόλις τα 10.400,3 εκ. ευρώ, δηλαδή είχαν περιοριστεί ήδη από τότε στα επίπεδα του 2002.

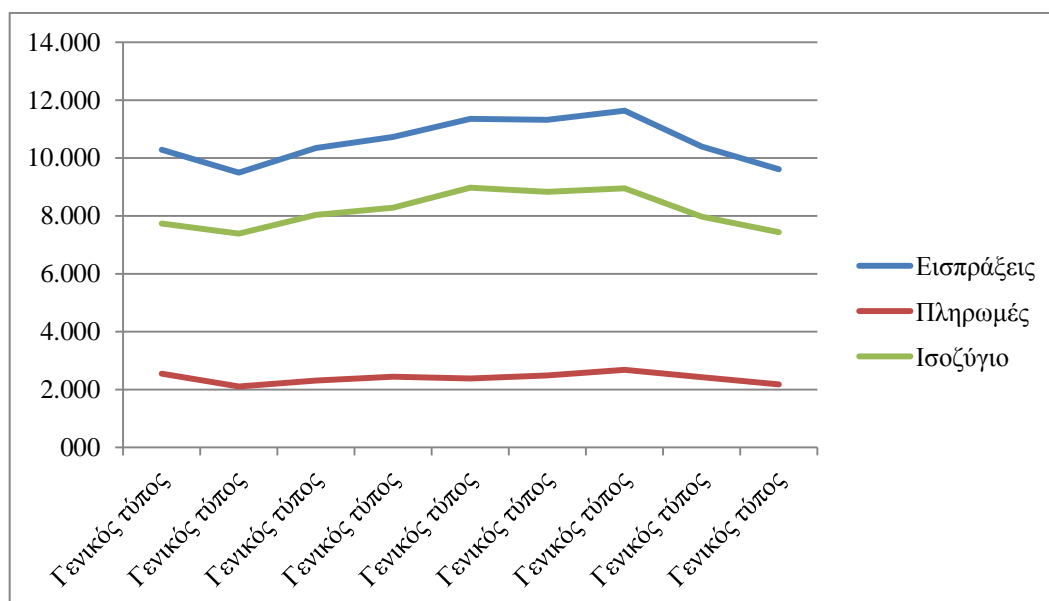
Συγκεκριμένα, η πτωτική τάση στις εισπράξεις από τον τουρισμό, μολονότι ο αριθμός των αφίξεων τουριστών στα σύνορα κατόρθωσε να διατηρηθεί στα ήδη χαμηλά επίπεδα του 2009, συνεχίστηκε σε όλη την διάρκεια του 2010, εμφανίζοντας μείωση (-7,56%) έναντι του έτους 2009. Στο διάστημα αυτό εισπράχτηκαν συνολικά 9.614,4 εκ. ευρώ, δηλαδή κατά 785,7 εκ. ευρώ λιγότερα από ότι το 2009.

Πίνακας 4.8: Εξέλιξη ισοζυγίου συναλλαγών στον τομέα του τουρισμού 2002-2010(σε εκ. ευρώ)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Εισπράξεις	10.284,70	9.495,30	10.347,80	10.729,50	11.356,70	11.319,20	11.635,90	10.400,30	9.614,40
Πληρωμές	2.548,70	2.109,00	2.310,40	2.445,70	2.382,80	2.485,70	2.679,10	2.424,60	2.177,50
Ισοζύγιο	7.736,00	7.386,30	8.037,40	8.283,80	8.973,90	8.833,50	8.956,80	7.975,70	7.436,90
Ετήσια μεταβολή ισοζυγίου (σε %)	-	-4,52	8,81	3,07	8,33	-1,56	1,40	-10,95	-6,76

Πηγή στοιχείων: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.8: Εξέλιξη ισοζυγίου συναλλαγών στον τομέα του τουρισμού 2002-2010
(σε εκ. ευρώ)



Πηγή στοιχείων: Τράπεζα της Ελλάδος

Η συνεχιζόμενη τα τελευταία χρόνια πτωτική τάση των εισπράξεων οφείλεται ασφαλώς στη διεθνή οικονομική κρίση αλλά σε μεγάλο βαθμό και σε εσωτερικές αδυναμίες, και μπορεί να αποδοθεί στη συνδρομή των ακόλουθων δυσμενών παραγόντων όπως η μειωμένη ελκυστικότητα των ελληνικών προορισμών εξαιτίας της παρατεινόμενης αρνητικής δημοσιότητας της χώρας μας, η μείωση της κατά κεφαλή δαπάνης των τουριστών λόγω της καθυστέρησης της ανάκαμψης των οικονομιών των χωρών πηγών και των μέτρων λιτότητας σε ορισμένες από αυτές, η μείωση της διάρκειας παραμονής στη χώρα μας και η συμπίεση των τιμών του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος λόγω της πίεσης του ανταγωνισμού.

Παρά τις επιμέρους διακυμάνσεις των τουριστικών πληρωμών, δηλαδή των πληρωμών που πραγματοποιήθηκαν κατά τα ταξίδια των Ελλήνων στο εξωτερικό, το ισοζύγιο των εξωτερικών συναλλαγών στο πεδίο του τουρισμού ακολούθησε τα τελευταία χρόνια μια κυμαινόμενη πορεία (πίνακας 4.8). Το 2009 και το 2010 καταγράφηκε σημαντική πτώση του ισοζυγίου (10,95% και 6,76% αντίστοιχα).

4.6 Η εξέλιξη των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ

Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούνται στα κάθε είδους τουριστικά καταλύματα εκφράζει τη δυναμική της τουριστικής αγοράς, γιατί από αυτό το μέγεθος εξαρτάται κατά κύριο λόγο το πλήθος των καταναλωτών των τουριστικών υπηρεσιών που παρέχουν οι κάθε είδους τουριστικές επιχειρήσεις. Τα στοιχεία που διαθέτει η ΕΛ.ΣΤΑΤ αναφέρονται μόνο στα ξενοδοχειακά καταλύματα και στους οργανωμένους χώρους κατασκήνωσης (κάμπινγκ), οι οποίοι κατά την ισχύουσα νομοθεσία κατατάσσονται και αυτοί στα «κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα». Δεν περιλαμβάνονται δηλαδή στοιχεία για τον αριθμό διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούν η μη μόνιμοι κάτοικοι της Ελλάδας στα μη κύρια καταλύματα (ενοικιαζόμενα δωμάτια, ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα).

Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα και σε χώρους κάμπινγκ, που πραγματοποιήθηκαν το 2009 εμφανίζεται μειωμένος κατά 2,78% έναντι του 2008.

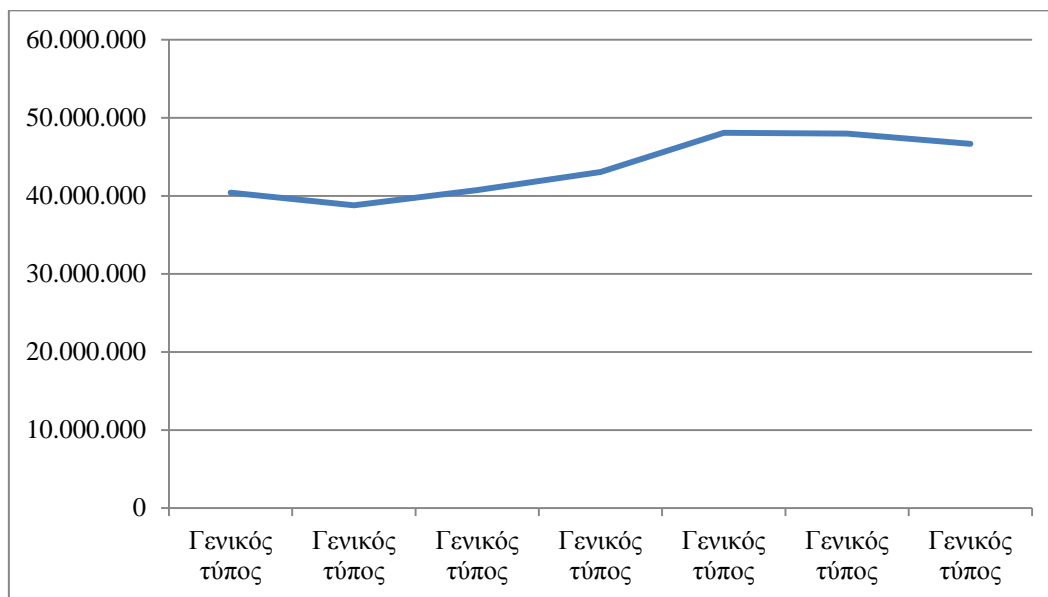
Η πορεία των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών την περίοδο 2003-2009 παρουσιάζεται στον πίνακα 4.9 που ακολουθεί, ο οποίος βασίζεται στα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Πίνακας 4.9: Διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ 2003-2009

Έτη	Διανυκτερεύσεις
2003	40.407.463
2004	38.796.196
2005	40.734.354
2006	43.055.381
2007	48.081.473
2008	47.973.949
2009	46.676.987

Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Διάγραμμα 4.9: Εξέλιξη των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα και καμπινγκ



Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Η εξέλιξη του αριθμού των διανυκτερεύσεων το 2009 σε σύγκριση με το 2008, ανά χώρα μόνιμης διαμονής των τουριστών από τις κυριότερες πηγές και κατά σειρά όγκου διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ, παρουσιάζεται αναλυτικά στο πίνακα 4.10 και στο διάγραμμα 4.10 που ακολουθούν.

Όπως προκύπτει, πρώτη πηγή διανυκτερεύσεων είναι η Γερμανία (μερίδιο 18,33%) και ακολουθούν, κατά σειρά, το Ην. Βασίλειο(15,05%), η Γαλλία(7,66%), η Ιταλία(6,25%), η Ολλανδία(5,63%) και η Σουηδία(3,37%). Οι έξι αυτές χώρες πρόσφεραν το 56,28% του συνόλου των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ. Παρατηρούμε όμως, στη διάρκεια των τελευταίων ετών μια συνεχή μείωση του αριθμού διανυκτερεύσεων από την Γερμανία και το Ην. Βασίλειο αλλά επίσης και από άλλες βασικές παραδοσιακές πηγές εισερχόμενου τουρισμού.

Διαπιστώνουμε ότι το έτος 2009, παρουσιάζει μια μείωση του αριθμού διανυκτερεύσεων από τις βασικές αγορές μας. Πιο συγκεκριμένα από τη Γερμανία -4,8%, το Ην. Βασίλειο - 1,3% , την Ιταλία -12,06%, την Ολλανδία - 6,66% και την Αυστρία -10,96%. Η μείωση που προαναφέραμε αντισταθμίστηκε εν μέρει από την σημαντική άνοδο, ως πηγή εισερχόμενου τουρισμού, της

Γαλλίας (+8,49%), της Τσεχίας (+8,30%), της Πολωνίας (+7,46%) και της Φιλανδίας (+9,84%). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να εμφανίζεται τελικά σχετικά περιορισμένη η μείωση του συνολικού αριθμού των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ του 2009, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος (-2,78%).

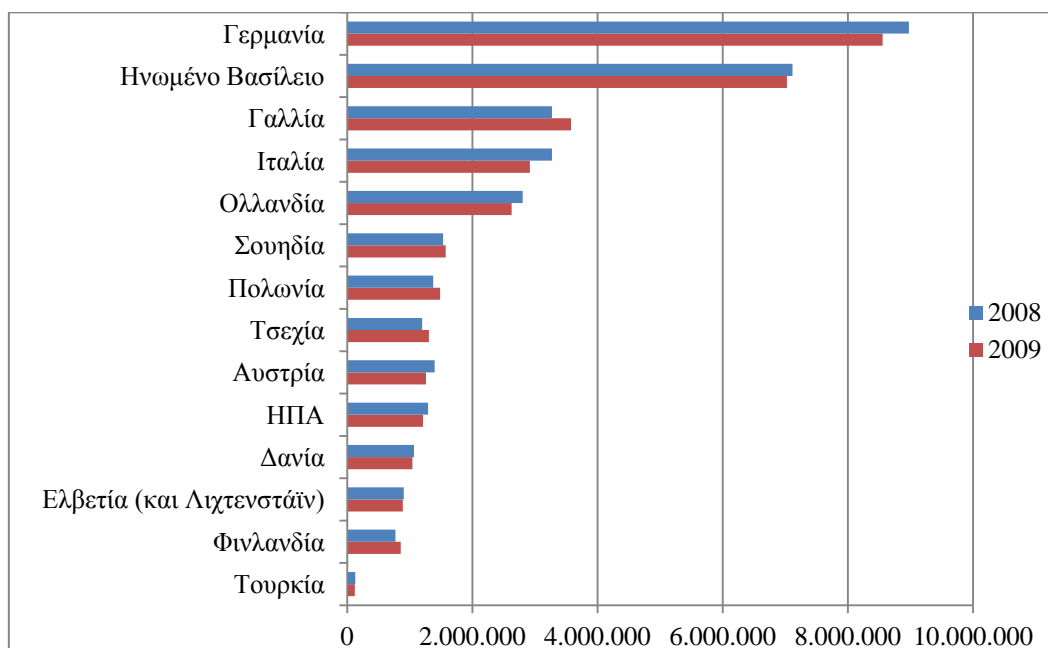
Αξιοσημείωτο γεγονός είναι η εμφάνιση της Κίνας στους πίνακες της ΕΛ.ΣΤΑΤ από το 2005 και μετά. Ωστόσο τα καταγραφόμενα μεγέθη είναι πολύ μικρά (συνολικά 93.087 διανυκτερεύσεις το 2009), σε σύγκριση βέβαια με το δυναμικό αυτής της μεγάλης αγοράς.

Πίνακας 4.10: Διανυκτερεύσεις ανά χώρα μόνιμης διαμονής 2003-2009

Χώρα	Έτος							Μερίδιο(%) 2009
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Γερμανία	10.289.315	9.407.589	9.309.365	9.122.766	9.508.382	8.972.596	8.554.859	18,33
Ηνωμένο Βασίλειο	8.009.462	7.531.312	7.647.538	7.201.373	7.645.997	7.114.931	7.023.697	15,05
Γαλλία	2.766.510	2.308.198	2.772.072	2.644.434	3.056.645	3.270.879	3.574.165	7,66
Ιταλία	2.523.360	2.676.296	3.020.081	3.208.883	3.558.272	3.270.159	2.918.214	6,25
Ολλανδία	1.932.057	1.862.091	2.091.326	2.503.353	2.875.233	2.801.166	2.626.203	5,63
Σουηδία	1.342.467	1.302.704	1.165.471	1.311.783	1.533.410	1.531.684	1.573.083	3,37
Πολωνία	566.342	531.547	718.981	861.842	1.048.543	1.373.192	1.483.854	3,18
Τσεχία	531.758	596.775	689.636	805.848	1.029.217	1.196.075	1.304.435	2,79
Αυστρία	1.696.203	-	1.507.950	1.665.573	1.627.046	1.395.337	1.257.525	2,69
ΗΠΑ	785.659	936.776	1.250.644	1.475.214	1.545.459	1.291.059	1.209.886	2,59
Δανία	791.221	758.958	725.852	872.004	963.836	1.066.901	1.040.490	2,23
Ελβετία	990.531	1.006.861	878.578	914.121	1.005.336	901.418	888.014	1,90
Φινλανδία	613.840	677.226	621.603	646.219	825.501	768.473	852.338	1,83
Τουρκία	93.977	94.218	119.810	134.545	129.989	127.741	119.764	0,26
Λοιπές Χώρες	7.474.761	9.105.645	8.215.447	9.687.423	11.728.607	12.892.338	12.250.460	26,25
Σύνολο	40.407.463	38.796.196	40.734.354	43.055.381	48.081.473	47.973.949	46.676.987	100

Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Διάγραμμα 4.10: Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα 2008-2009 (κατά σειρά όγκου 2009)



Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

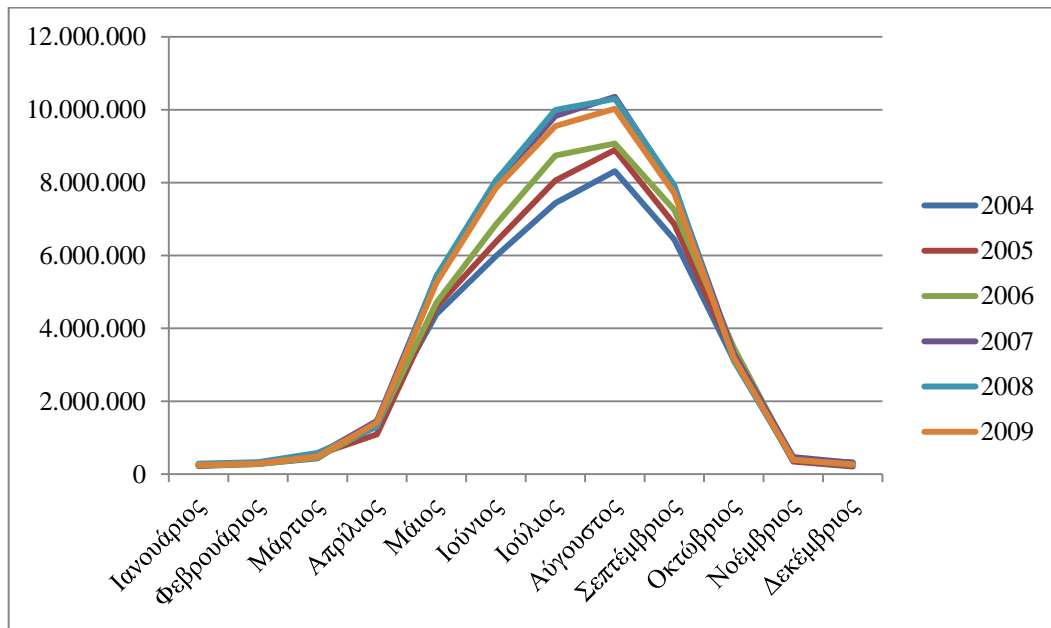
Από πλευράς κατανομής των συνολικών διανυκτερεύσεων ανά μήνα (πίνακας 4.11), έντονος είναι ο παράγων της εποχικότητας, καθώς οι μήνες Ιούνιος, Ιούλιος, Αύγουστος και Σεπτέμβριος συγκεντρώνουν το 75,26% του συνόλου των διανυκτερεύσεων κατά το 2009.

Πίνακας 4.11: Κατανομή συνολικών διανυκτερεύσεων ανά μήνα σε ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ

Μήνας							Μεταβολή 2009/08	Μερίδιο(%) 2009
	2004	2005	2006	2007	2008	2009		
Σύνολο	38.796.196	40.734.354	43.055.381	48.081.473	47.973.949	46.676.987	-2,78	
Ιανουάριος	222.409	237.307	233.284	264.931	288.114	252.300	-14,20	0,54
Φεβρουάριος	278.915	297.704	276.858	308.184	326.577	289.589	-12,77	0,62
Μάρτιος	431.036	535.348	454.680	531.187	583.123	486.501	-19,86	1,04
Απρίλιος	1.451.875	1.090.366	1.338.860	1.459.429	1.296.282	1.411.034	8,13	3,02
Μάιος	4.392.827	4.593.278	4.705.179	5.412.587	5.436.285	5.254.787	-3,45	11,26
Ιούνιος	5.979.185	6.372.737	6.852.393	7.949.952	8.059.014	7.848.564	-2,68	16,81
Ιούλιος	7.439.747	8.060.735	8.745.618	9.829.815	9.997.850	9.551.669	-4,67	20,46
Αύγουστος	8.313.470	8.898.653	9.074.920	10.355.357	10.297.228	10.028.226	-2,68	21,48
Σεπτέμβριος	6.438.611	6.857.731	7.248.551	7.878.612	7.926.515	7.701.741	-2,92	16,50
Οκτώβριος	3.134.706	3.235.578	3.467.946	3.311.254	3.111.359	3.187.847	2,40	6,83
Νοέμβριος	389.286	343.843	398.990	468.394	395.293	392.459	-0,72	0,84
Δεκέμβριος	324.129	211.074	258.102	311.771	256.309	272.270	5,86	0,58

Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Διάγραμμα 4.11: Εποχικότητα διανυκτερεύσεων τουριστών αλλοδαπών στην Ελλάδα



Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

4.7 Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ αφίξεων και διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών

Σε αυτή την ενότητα θα ελέγξουμε την ύπαρξη συσχέτισης μεταξύ των τουριστικών αφίξεων και διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών για την περίπτωση της Ελλάδας. Η περίοδος που εξετάζουμε είναι από το 2003 έως το 2009. Άρα οι συνολικές παρατηρήσεις είναι 7 χρόνια ($n=7$). Τα δεδομένα αντλήθηκαν από την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛ.ΣΤΑΤ).

Πίνακας 4.12: Αφίξεις και διανυκτερεύσεις για τα έτη 2003-2009

Έτη	Αφίξεις(X)	Διανυκτερεύσεις(Y)
2003	6.767.976	40.407.463
2004	6.461.062	38.796.196
2005	7.348.706	40.734.354
2006	7.748.208	43.055.381
2007	8.953.757	48.081.473
2008	8.886.342	47.973.949
2009	8.871.095	46.676.987
ΣΥΝΟΛΟ	55.037.146	305.725.803

Πηγή στοιχείων: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Το απλούστερο μοντέλο που θα μπορούσε να ερμηνεύσει μια τέτοια σχέση είναι το απλό γραμμικό μοντέλο. Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό, θεωρούμε ότι τα X_i (ανεξάρτητη μεταβλητή), Y_i (εξαρτημένη μεταβλητή) συνδέονται με τη σχέση

$$Y_i = b_0 + b_1X_1 + \varepsilon_i, \quad i = 1, 2, \dots, n$$

όπου b_0 και b_1 είναι δύο άγνωστες σταθερές (καλούνται και τεταγμένη ή intercept και κλίση ή slope αντίστοιχα), ενώ οι $\varepsilon_1, \varepsilon_2, \dots, \varepsilon_n$ είναι ανεξάρτητες τυχαίες μεταβλητές που ακολουθούν κανονική κατανομή $N(0, \sigma^2)$ και συνήθως καλούνται «σφάλματα των μετρήσεων». Μπορεί να θεωρηθεί ότι τα σφάλματα $\varepsilon_1, \varepsilon_2, \dots, \varepsilon_n$ εμπεριέχουν όλους τους άλλους παράγοντες (εκτός της X) που επηρεάζουν την τιμή της μεταβλητής Y .

Από την παλινδρόμηση έχουμε τα εξής αποτελέσματα:

Πίνακας 4.13: Στατιστικά παλινδρόμησης

Πολλαπλό R	0,984893342
R Τετράγωνο	0,970014896
Προσαρμοσμένο R Τετράγωνο	0,964017875
Τυπικό σφάλμα	736379,7224
Μέγεθος Δείγματος	7

Γνωρίζουμε ότι, όσο μεγαλύτερη η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 , τόσο μεγαλύτερη είναι η διακύμανση ή τόσο μεγαλύτερο είναι το τμήμα της μεταβολής στην Y το οποίο ερμηνεύεται από τη γραμμή παλινδρόμησης. Φαίνεται, δηλαδή, πόσο καλά η ευθεία ελαχίστων τετραγώνων ή η γραμμή παλινδρόμησης εκφράζει τα δεδομένα ή ισοδύναμα, πόσο καλά προσαρμόζονται τα δεδομένα σε αυτήν και αυτήν την ποιότητα προσαρμογής εκφράζει ο R^2 . Στην περίπτωσή μας έχουμε $R^2 = 0,97$, αυτό σημαίνει ότι το 97% της διακύμανσης στην Y οφείλεται στη σχέση που υπάρχει μεταξύ αυτής και της ανεξάρτητης μεταβλητής X , ή ότι το 97% της πληροφορίας που περικλείει η Y ερμηνεύεται από τη X . Κατά συνέπεια, μόνο το 3% της αρχικής πληροφορίας που αναφέρεται στην Y οφείλεται σε άλλους παράγοντες διαφορετικούς της X . Κοινώς, θα λέγαμε ότι υπάρχει υψηλή συσχέτιση μεταξύ των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών.

Επίσης, από την ανάλυση της διακύμανσης προκύπτουν οι δύο ακόλουθοι πίνακες. Ο πρώτος ονομάζεται και πίνακας ANOVA.

Πίνακας 4.14α: Ανάλυση διακύμανσης (ANOVA)

	Βαθμοί ελευθερίας	SS	MS	F	Σημαντικότητα F
Παλινδρόμηση	1	8,77095E+13	8,77E+13	161,7495	5,34381E-05
Υπόλοιπο	5	2,71128E+12	5,42E+11		
Σύνολο	6	9,04207E+13			

Πίνακας 4.14β: Ανάλυση διακύμανσης

	B	Τυπικό σφάλμα	t	τιμή-P	Κατώτερο 95%	Υψηλότερο 95%
b_0	15217904,92	2254784,29	6,749162	0,001084	9421797,36	21014012,47
b_1	3,619382236	0,28458567	12,71808	5,34E-05	2,887831484	4,350932989

Όπως φαίνεται και από τον παραπάνω πίνακα, οι σημειακές εκτιμήσεις των b_0 , b_1 είναι 15217904,92 και 3,619 αντίστοιχα, ενώ τα αντίστοιχα διαστήματα εμπιστοσύνης είναι (9421797,36, 21014012,47) και (2,888, 4,351).

Η τιμή-P για τους δύο αυτούς ελέγχους, η οποία δίνεται στον πίνακα ANOVA, είναι σχεδόν μηδέν και επομένως απορρίπτουμε ότι $b_0 = 0$, $b_1 = 0$ και άρα συνεπάγεται ότι η Y εξαρτάται από τη X (καθώς αν $b_1 = 0$ τότε η μεταβλητή Y είναι ανεξάρτητη της X).

Τέλος, γνωρίζουμε ότι στο απλό γραμμικό μοντέλο ο έλεγχος της υπόθεσης $H_0: b_1 = 0, H_1 = b_1 \neq 0$ μέσω της F τιμής στον πίνακα ANOVA είναι ισοδύναμος με τον έλεγχο που γίνεται μέσω της t_1 στον δεύτερο πίνακα. Η εκτίμηση της διασποράς των σφαλμάτων ως γνωστό είναι η $SSE/(n - 2)$ και από τον πίνακα ANOVA βλέπουμε ότι είναι ίση με 542255095489,696.

Όλοι οι έλεγχοι έγιναν σε επίπεδο σημαντικότητας $\alpha = 5\%$. Υποθέτοντας ότι οι διαταρακτικοί όροι ακολουθούν την κανονική κατανομή και είναι ανεξάρτητοι, ο έλεγχος με το κριτήριο F γίνεται ως εξής:

H_0 : Παλινδρόμηση μη σημαντική

H_1 : Παλινδρόμηση σημαντική

Έχουμε, $F_{\pi} = 161,75 > F_{1,(n-k-1),\alpha} = 6,61$ οπότε απορρίπτω την H_0 , άρα η παλινδρόμηση είναι στατιστικά σημαντική.

Ο έλεγχος με το κριτήριο t γίνεται ως εξής:

$$H_0: b_1 = 0$$

$$H_1: b_1 \neq 0$$

Έχουμε, $t_{\pi} = 12,72 > t_{n-k-1,\alpha/2} = 2,571$ οπότε απορρίπτω την H_0 , άρα ο συντελεστής είναι στατιστικά σημαντικός.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα και κατατάσσεται μεταξύ των πλέον σημαντικών βιομηχανιών διεθνώς, παρουσιάζοντας ταχείς ρυθμούς αυξήσεως του κύκλου εργασιών του. Η συμβολή του στην άνοδο του εθνικού εισοδήματος, στην αύξηση της απασχόλησης, με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό, στην περιφερειακή ανάπτυξη και στην μείωση του ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών με την σημαντική εισροή συναλλάγματος που επιφέρει, είναι αναμφισβήτητη.

Η ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού ξεκίνησε μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο παρουσιάζοντας μια συνεχόμενη αύξηση. Οι ανοδικοί αυτοί ρυθμοί όμως αναστράφηκαν αρκετές φορές λόγω ανακατατάξεων που επικράτησαν στον ελληνικό ή το διεθνή χώρο. Η χώρα όμως κατάφερε να ξεπερνάει εύκολα την κάθε κρίση και να συνεχίζει την ανοδική της πορεία στον τουρισμό. Επίσης οι αυξητικοί αριθμοί αφίξεων τουριστών δεν συνοδεύονται και από την ανάλογη αύξηση των τουριστικών εσόδων, καθώς το τουριστικό προϊόν της χώρας είναι εύκολα ανταγωνίσιμο από άλλες Μεσογειακές χώρες και δεν έχει ισχυρά χαρακτηριστικά μοναδικότητας. Ως ένας παραδοσιακός προορισμός διακοπών «ήλιου και θάλασσας», η Ελλάδα ανταγωνίζεται κυρίως την Ιταλία, τη Γαλλία και την Ισπανία (εσχάτως και την Τουρκία). Οι περισσότεροι επισκέπτες προέρχονται από τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο, όπου η Ελλάδα κατέχει 3%-4% μερίδιο αγοράς. Στις παραδοσιακές της αγορές, η Ελλάδα αντιμετωπίζει φθίνοντα μερίδια αγοράς, ενώ παρουσιάζει περιορισμένη διείσδυση σε νέες ανερχόμενες αγορές, όπως η Κίνα και η Ρωσία.

Η σύνδεση της Ελλάδας με τις νέες αναδυόμενες και υπεράκτιες αγορές είναι περιορισμένη, ενώ τα σημεία εισόδου των τουριστών (π.χ. η Αθήνα) είναι ακριβά για τους αερομεταφορείς. Από πλευράς επαγγελματικών δυνατοτήτων και τεχνογνωσίας, η Ελλάδα υστερεί στην ποιότητα και ποσότητα καταρτισμένων ανθρώπινων πόρων, καθώς και στο ακαδημαϊκό επίπεδο των επαγγελματιών του τουρισμού που αποφοιτούν από τις ελληνικές σχολές. Τέλος, απουσιάζει ένας αποτελεσματικός εθνικός οργανισμός, που να λειτουργεί με

βάση τις αρχές της αγοράς, προωθώντας αποτελεσματικά το ελληνικό τουριστικό προϊόν στο εξωτερικό.

Ο ελληνικός τουρισμός ακόμη, χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα, το πρόβλημα της οποίας είναι τόσο παλιό όσο και ο ελληνικός τουρισμός. Η κατανομή των αφίξεων στη διάρκεια του έτους παρουσιάζει έντονα φαινόμενα υπερσυγκέντρωσης κατά τους θερινούς μήνες (Ιούνιος-Σεπτέμβριος). Οι όποιες προσπάθειες άμβλυνσης της εποχικότητας από την πλευρά της κυβέρνησης δεν είχαν αποτέλεσμα είτε διότι δεν είχαν συνέπεια και συνέχεια είτε διότι δεν βασίστηκαν στην διαφοροποίηση και εμπλουτισμό του προϊόντος (οφείλεται κυρίως στην υστέρηση της χώρας μας σε ειδικές τουριστικές υποδομές).

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 προσέφεραν στην Ελλάδα μια μοναδικότητα μέσω της φήμης που δημιούργησαν αλλά και των έργων υποδομής που συνόδευσαν τους αγώνες. Ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους κλάδους που αποκόμισε πολλά από τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Η κάλυψη των αγώνων από τα ΜΜΕ πρόβαλε με μοναδικό τρόπο την χώρα παγκοσμίως. Παραδόξως για πολλούς το 2004, οι αφίξεις μειώθηκαν σε σχέση με το 2003. Μετά το έτος 2004, οι αφίξεις παρουσίασαν αυξητική τάση μέχρι και το έτος 2007 όπου άρχισαν να εμφανίζονται τα πρώτα σημάδια στασιμότητας. Αντιθέτως από το έτος 2008 και το 2009 καταγράφεται πτωτική τάση. Τα στοιχεία για τις αφίξεις του 2010 δείχνουν ότι ο ελληνικός τουρισμός, παρά τις θετικές ενδείξεις που παρουσιάζονται στις αφίξεις, δεν έχει κατορθώσει ακόμη να βγεί συνολικά από την φάση της ύφεσης στην οποία βρίσκεται από το 2008. Αντίστοιχη πορεία, παρουσιάζουν και οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών τουριστών. Όπως άλλωστε, προκύπτει από την στατιστική ανάλυση των δεδομένων αφίξεων-διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα, υπάρχει άμεση συσχέτιση αυτών.

Ο τουρισμός διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα και έχει επιδείξει αξιόλογες αναπτυξιακές επιδόσεις. Γι' αυτό και συνέβαλε σταθερά στην άμβλυνση των χρόνιων εξωτερικών ανισορροπιών. Όπως όμως συνέβη και σε άλλους τομείς έτσι και στον τουρισμό η ανάπτυξη στηρίχθηκε σε δεδομένα που δεν υπάρχουν πια και σε πολιτικές που δεν είναι πλέον εφαρμόσιμες. Πρέπει συνεπώς και εδώ να επανεξετάσουμε την πορεία μας και να δημιουργήσουμε τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του κλάδου, λαμβάνοντας υπόψη τα νέα δεδομένα. Το πρώτο δεδομένο που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι ο σταθερά

εντεινόμενος ανταγωνισμός τόσο από τους παραδοσιακούς όσο και από τους νέους ανταγωνιστές μας. Η δεύτερη εξέλιξη που πρέπει να μας προβληματίσει είναι ότι η μείωση των εισπράξεων από ταξιδιωτικές υπηρεσίες, που καταγράφεται, οφείλεται σχεδόν αποκλειστικά στη μείωση της δαπάνης ανά επισκέπτη και της μέσης διάρκειας παραμονής. Η εξέλιξη αυτή αντανακλά εν μέρει τη δύσκολη διεθνή συγκυρία, αλλά ταυτόχρονα υποδηλώνει ότι υποχωρεί το μέσο εισοδηματικό επίπεδο των τουριστών και αυτό είναι ανησυχητικό. Το προφανές συμπέρασμα είναι ότι δεν αρκεί να βελτιώσουμε μόνο την ανταγωνιστικότητα ως προς τις τιμές. Οφείλουμε να γίνουμε πιο ανταγωνιστικοί και ως προς την ποιότητα. Τέλος, βασικό στοιχείο είναι ότι η χρηματοδότηση του τουρισμού από εθνικούς πόρους θα είναι εκ των πραγμάτων περιορισμένη τα επόμενα χρόνια, καθώς η εγχώρια αποταμίευση παραμένει πολύ χαμηλή και ο τραπεζικός δανεισμός θα είναι σχετικά συμπιεσμένος υπό τις παρούσες συνθήκες ρευστότητας. Αυτό σημαίνει ότι στο μέλλον θα πρέπει, πρώτον, να χρησιμοποιηθούν με πιο αποδοτικό τρόπο οι διαθέσιμοι εθνικοί πόροι και, δεύτερον, να προσελκυστούν επαρκή κεφάλαια από το εξωτερικό.

Στις αλλαγές αυτές πρέπει να ανταποκριθούν με ευελιξία και διορατικότητα το κράτος και οι ιδιωτικοί φορείς. Βασικός στόχος προς τον οποίο πρέπει να κατατείνουν όλες οι προσπάθειες είναι η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, ώστε να προσφέρεται ποικιλία ποιοτικών υπηρεσιών, που θα καλύπτουν το ευρύτερο δυνατό φάσμα της μεταβαλλόμενης παγκόσμιας ζήτησης. Σταθερό σημείο αναφοράς είναι τα ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της γεωγραφικής μας θέσης, των κλιματικών συνθηκών, της ιστορίας και του φυσικού κάλλους. Αυτά τα πλεονεκτήματα πρέπει να αξιοποιήσουμε, αλλά με νέους, ευφάνταστους και αποτελεσματικούς τρόπους. Είναι απόλυτη ανάγκη να αποδεσμευθούμε από λανθασμένες επιλογές του παρελθόντος, όπως ο ευκαιριακός τουρισμός χαμηλού κόστους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Adrian, B. (2002) Τουριστική οικονομία. 2^η Αγγλική έκδοση. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- Βαγιονής, Ν.(2002) Στόχοι, Πολιτικές και μέσα προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα – η εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού διαχρονικά. Ημερίδα Σ.Τ.Ε., Ρόδος. 2002
- Βαρβαρέσος, Σ. (1997) Τουρισμός, Οικονομικές Προσεγγίσεις. Αθήνα: Προπομπός
- Βαρβαρέσος, Σ. (1998) Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ. (1997) Τουριστική Οικονομία. Τόμος Α'. Αθήνα: Interbooks
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ. (1999) Τουριστικό Μάρκετινγκ. Αθήνα: Interbooks
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ. (2000) Τουρισμός και Ανάπτυξη. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks
- Κοκκώσης, Χ. , Τσάρτας, Π. (2001) Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική
- Λογοθέτης, Μ. (1982) Τουριστική Πολιτική. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση
- Πατσουράτης, Β. (2000) Η φορολογική επιβάρυνση του τουριστικού προϊόντος. Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Παυλόπουλος, Π. (2001) Θέματα Οικονομικής και Τουριστικής Πολιτικής. Αθήνα: Ειδικές Εκδόσεις ΙΤΕΠ
- Ραφαήλ, Μ. (2001) Θέματα Τουριστικής Πολιτικής. Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλας Αντ. Ν.
- Ρούπας, Β. (1993) Αρχές Τουρισμού. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων
- Ρούπας, Β. & Λαλούμης, Δ. (1998) Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης
- Stephen J. Page, (2003) Εισαγωγή στον τουρισμό, Το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21^ο αιώνα. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση

- Τράπεζα της Ελλάδος. (2009) Η κρίση του 1929, Η Ελληνική οικονομία και οι εκθέσεις της τράπεζας της Ελλάδος για τα έτη 1928-1940
- Τσάρτας, Π. (1996) Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό. Αθήνα: Εξάντας
- Φράγκος, Χ. (2002) Στατιστική επεξεργασία και ανάλυση δεδομένων με χρήση του Microsoft excel. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης Αθ.
- Χατζηδάκης, Α. (2008) Εξέλιξη τουριστικής κίνησης 2005-2008. Αθήνα: Εθνικό τυπογραφείο

Αγγλική

- Andriotis, K. (2000) Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: The Island of Crete. PhD Thesis. Bournemouth: Bournemouth University
- Crouch, G. I. (1992) Effect of income and price on international tourism. Annals of Tourism Research. No. 19. pp. 643-664
- Farrel, B. & McLellan, R. (1987). Tourism and Physical Environment Research, Annals of Tourism Research, No. 14. pp. 1-16.
- Kousis, M. (2000). Tourism and the Environment, Annals of Tourism Research, No. 27. pp. 468-489.
- Loon, R. & Polakow, D. (2001). Ecotourism Ventures Rags or Riches, Annals of Tourism Research. No. 28. pp. 892-907.
- Moutafi, G. (2004) Tourism Research on Greece: A Critical Overview. Annals of Tourism Research, No. 31. pp. 157-179
- Munoz, T. G. and Amaral, T. P. (2000) An econometric model for international tourism flows to Spain. Applied Economics Letter. No. 7. pp. 525-529
- Song, H., Romilly, P. and Liu, X. (2000) An empirical study of outbound tourism demand in the UK, Applied Economic. No. 32. pp. 611-624
- Uysal, M. and Crompton, J. L. (1984) Determinants of demand for international tourist flows to Turkey, Tourism management, No. 5. pp. 24-39

Διαδίκτυο

- Ανδρεάδης, Σ. (2005) Νέες Προκλήσεις και Δεδομένα. 10ο Συνέδριο «Μεγάλα
- Τεχνικά Έργα & Real Estate Forum». (<http://www.sete.gr/?pid=66&nid=25>)
- Επίσημη ιστοσελίδα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛ.ΣΤΑΤ).
www.statistics.gr
- Παγκόσμιο οικονομικό φόρουμ. www.weforum.org
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. www.visitgreece.gr
- UNWTO (2006), Tourism for Prosperity and Peace: World Tourism Organization, (<http://www.world-tourism.org/aboutunwto/eng/menu.html>)
- Regional population projections EUROPOP2008: Most EU regions face older population profile in 2030.
(http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-10-001/EN/KS-SF-10-001-EN.PDF)
- Tourism in OECD Countries 2008: Trends and Policies
(http://www.oecd.org/document/38/0,3746,en_2649_201185_40116454_1_1_1_1,00.html)
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών, Προβλέψεων: (www.itep.gr)
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων. (www.sete.gr)
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (www.grhotels.gr)
- Σκουλάς, Ν. (17/03/2009). Τρισδιάστατη η κρίση στον Ελληνικό τουρισμό.
(<http://www.traveldailynews.gr/columns/article/1749>)
- Ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα περιφερειακής ανάπτυξης.
(www.infopeloponnisos.gr)
- Μουσείο Τουρισμού. (2006) Ιστορία του Τουρισμού.
(<http://www.tourismmuseum.gr/sub.php?showKat=10&showSub=21&lan=el>)
- Ν. 3908/2011, «Ενίσχυση Ιδιωτικών Επενδύσεων για την Οικονομική Ανάπτυξη, την Επιχειρηματικότητα και την Περιφερειακή Συνοχή»
(<http://www.mindev.gov.gr/wp-content/uploads/2011/03/%CE%9D.3908.2011-NEOS-EPENDYTIKOS.pdf>)