

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ ΔΙΚΑΤΕΡΙΝΗ
ΜΑΝΩΛΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ ,2017

Περιεχόμενα

Περίληψη	3
Abstract	3
Εισαγωγή.....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο :Εισαγωγικά και προσδιοριστικά στοιχεία ελληνική τουριστικής πραγματικότητας	5
1.1 Ορισμοί τουρισμού-οικονομική κρίση.	5
1.1.1 Ορισμός τουρισμού	5
1.1.2 Οικονομική κρίση.....	7
1.2 Ιστορική αναδρομή στο ελληνικό τουρισμό.....	11
1.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα (προσδιοριστικά στοιχεία).....	13
1.3.1 Γενικότερα στατιστικά τουρισμού	14
1.4 Οικονομικά δεδομένα ελληνικού τουρισμού.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο :Οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός.....	25
2.1 Συγκριτικά στοιχεία ελληνικού τουρισμού πριν και μετά την κρίση	25
2.2 Επίδραση της οικονομικής κρίσης στο ελληνικό τουρισμό.....	26
2.3 Επενδύσεις και επενδυτικά σχέδια πριν και μετά την κρίση στον ελληνικό τουρισμό. ...	32
2.4 Στοιχεία ανταγωνισμού πριν και μετά την οικονομική κρίση.....	35
2.4.1 Οι επιδόσεις των μεσογειακών χωρών.	35
2.4.2 Η κατάταξη της Ελλάδας ως προς τη διεθνή ανταγωνιστικότητα στον τομέα του τουρισμού.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : Στρατηγικές αντιμετώπισης	44
3.1 Επιπτώσεις της οικονομικής τουριστικής πολιτικής κατά την περίοδο της οικονομική κρίσης.....	44
3.2 Μέτρα ανασχέσεις των πολιτικών αυτών από τους εμπλεκόμενους φορείς στον τουρισμό.....	48
3.3 Προβολή ελληνικού τουρισμού κατά την περίοδο της οικονομική κρίσης.	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : Ερευνητικό μέρος.....	54
4.1 Μεθοδολογία έρευνας.	54
4.2 Αποτελέσματα έρευνας.....	55
Συμπεράσματα.....	71
Βιβλιογραφία	73

Ευχαριστίες

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά τον προϊστάμενο και καθηγητή του Τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων, κ. Παναγόπουλο Αναστάσιο, για την επιστημονική του καθοδήγηση προς την ολοκλήρωση της πτυχιακής μας εργασίας, διευρύνοντας έτσι τις γνώσεις μας πάνω στην Οικονομική Κρίση και στο πως συνέβαλε αυτή στον Τουρισμό.

Περίληψη

Στην ακόλουθη εργασία γίνεται μια προσπάθεια προσδιορισμού των αποτελεσμάτων της οικονομικής κρίσης στο κλάδο του τουρισμού στην ελληνική πραγματικότητα. Ο τουρισμός ως ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία συνεισφοράς στο ελληνικό ΑΕΠ πρέπει να του παρέχεται ιδιαίτερη προσοχή. Έτσι την δεδομένη χρονική στιγμή που ο ανταγωνισμός από γειτονικά κράτη εντείνεται θα πρέπει να υπάρξει μεριμνά την παρούσα χρονική στιγμή με την οικονομική κρίση παρούσα ώστε να μην παγιωθεί μια κατάσταση που θα καταστεί αρνητική για τον ελληνικό τουρισμό.

Abstract

The following report is to determine the effects of economic crisis in the tourism industry in the Greek reality. Tourism as one of the major contribution to Greek GDP figures should receive special attention. So at the moment as the competition from neighboring countries intensified should be ensure at the present time with the financial crisis this as not established a state that would become negative for Greek tourism.

Εισαγωγή.

Η παρούσα εργασία ολοκληρώθηκε στα πλαίσια ολοκληρώσεις των σπουδών μας στο τμήμα τουριστικών επιχειρήσεων της Πάτρας. Το αντικείμενο που πραγματεύεται αφορά το ζήτημα της οικονομική κρίσης και τις επιπτώσεις που αυτό έχει στον τουριστικό κλάδο της Ελλάδος.

Στην πρώτη ενότητα γίνεται ένας προσδιορισμός του τουρισμού και της οικονομικής κρίσης. Στην συνέχεια παρουσιάζονται κάποια ιστορικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού. Ακολουθούν κάποια προσδιοριστικά στοιχεία του ελληνικού τουρισμού και η ενότητα ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των οικονομικών δεδομένων που διέπουν τον ελληνικό τουρισμό.

Η επομένη ενότητα παρέχει συγκριτικά στοιχεία για τον ελληνικό τουρισμό τόσο πριν την οικονομική κρίση όσο και μετά. Επίσης γίνεται μια προσπάθεια προσδιορισμού της επίδρασης της οικονομικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό. Ακολούθως παρουσιάζονται οι επενδυτικές δράσεις στο ελληνικό τουρισμό πριν και μετά την οικονομική κρίση και η ενότητα ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των στοιχείων του ανταγωνισμού πριν και μετά την οικονομική κρίση.

Και το θεωρητικό μέρος ολοκληρώνεται με την ενότητα που αφορά στις στρατηγικές δράσεις. Παρουσιάζοντας αρχικά τις επιπτώσεις της οικονομικής του τουριστικής πολιτικής κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, τα μετρά που έχουν ή πρόκειται να ληφθούν από τους αρμοδίους φορείς για την αντιστροφή τους κλίματος. Επίσης γίνεται παρουσίαση των μέτρων για την προβολή κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης. Και τέλος γίνεται αναφορά στην συνεισφορά του τουρισμού στην ελληνική οικονομία.

Και τέλος υπάρχει το ερευνητικό μέρος που παρουσιάζει κάποιες ερευνητικές μας προσπάθειες να προσδιοριστούν κάποια ερωτήματα που αφορούν την οικονομική κρίση και τον τουριστικό κλάδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο:Εισαγωγικά και προσδιοριστικά στοιχεία ελληνική τουριστικής πραγματικότητας

1.1 Ορισμοί τουρισμού-οικονομική κρίση.

Στην πρώτη αυτή ενότητα γίνεται μια προσπάθεια προσδιορισμού τόσο της έννοιας του τουρισμού όσο και της οικονομικής κρίση που αποτελούν και το ζήτημα της παρούσας εργασία όσο και των πως επιδρά το ένα πάνω στο άλλο.

1.1.1 Ορισμός τουρισμού

Ξεκινώντας από ένα βασικό ερώτημα στο οποίο πρέπει να δώσουμε απάντηση και αυτό είναι τι ακριβώς είναι ο τουρισμός. Η πολυπλοκότητα και οι πολλές διαστάσεις που τον περιβάλλουν και επιδρούν πάνω του μέσα από μια τεράστια σύνθεση των ανθρωπογενών δραστηριοτήτων, δεν έχει δώσει την δυνατότητα ακόμα να δοθεί ένα ορισμός, αποδεκτός απ' όλους, για το τι είναι ο τουρισμός.

Λόγο αυτού του κενού έχουν γίνει πολλές προσπάθειες να περιγραφεί ο τουρισμός. Η ρίζα της λέξης τουρισμός προέρχεται από την Γαλλική “Tour” που αποδίδεται ως γύρος και από την Αγγλική «Touring» η οποία περιγράφει την επίσκεψη ανθρώπινων ομάδων σε περιοχές με αξιοθέατα. Σε αναφορές του ο Ηγουμενάκης τονίζει την αξιόλογη πρώτη προσπάθεια ορισμού του τουρισμού η οποία ήταν αυτή των Hunziker και Krapf και είχε να κάνει με την άποψη ότι ο τουρισμός είναι «το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σ' ένα προορισμό και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σ' αυτόν εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δε συνδέονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα». (Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. 1999).

Επίσης, ο ίδιος αναφέρει ότι «αν εξεταστεί προσεκτικά ο τουρισμός θα διαπιστωθεί ότι αποτελεί ένα συνδυασμό δραστηριοτήτων, προϊόντων και παραγωγικών μονάδων που προσφέρει μια τουριστική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους και ταξιδεύουν σε κάποιο τουριστικό προορισμό για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες

ξεκούρασης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης κλπ. Ο τουρισμός δηλαδή περιλαμβάνει όλους τους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων αλλά ταυτόχρονα κι εκείνους που σε καμία περίπτωση δε μπορούν να χαρακτηριστούν σαν τέτοιοι πλην όμως τα προϊόντα που προσφέρουν είναι λίγο – πολύ απαραίτητα στους τουρίστες κατά τη διάρκεια της πρόσκαιρης και βραχυχρόνιας διαμονής τους σ' ένα τουριστικό προορισμό ή ακόμα κατά τη μετακίνησή τους από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους στον τουριστικό προορισμό της επιλογής τους και αντίστροφα».

Ένας άλλος ορισμός έρχεται από τη Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού (Α.Ι.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 πραγματοποιήσή του σε διάφορους βαθμούς και ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης».

Το 1937 σε αναφορά της Κοινωνίας των Εθνών, προσδιορίζεται ότι τουρίστας είναι εκείνο το άτομο που ταξιδεύει για πάνω από μια μέρα σε τόπο διαφορετικό από αυτό που διαμένει μόνιμα.

Ακόμη, προσδιορίζουν τον τουρισμό ως την πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής σε άλλο, με απώτερο σκοπό την ψυχική ευχαρίστηση. (*Ρούπας, Β., 1992*) σελ.7).

Ο Καλφιώτης πιστεύει ότι τουρισμός είναι η μετακίνηση των ατόμων που προάγει την κατανάλωση τουριστικών προϊόντων. Παρ' όλα αυτά ο τουρισμός σήμερα είναι μια από τις σημαντικότερες και μεγαλύτερες βιομηχανίες του σύγχρονου κόσμου, βιομηχανία που προσδιορίζεται πια από τεράστια δυναμική. Αντίστοιχα, όπως και στους υπόλοιπους οικονομικούς κλάδους έτσι και τον τουρισμό η δυναμική, η ανάπτυξη και η εξέλιξη είναι αυστηρά καθορημένη από την προσφορά και τη ζήτηση που διακρίνει τον κλάδο. Αυτός είναι και ο λόγος που σε επόμενη ενότητα του παρόντος κεφαλαίου ασχολούμαστε ακριβώς με αυτό το κομμάτι του τουρισμού. (*Καλφιώτης, Σ., 1976*).

1.1.2 Οικονομική κρίση

Το δεύτερο εξάμηνο του 2007 με αφετηρία τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής ξέσπασε η οικονομική κρίση, η οποία επεκτάθηκε σε ολόκληρο τον κόσμο. Στις αγορές χρήματος της Αμερικής, η πτώση των αξιών των κατοικιών και η δυσκολία αποπληρωμής των δανείων, ήταν ο λόγος της μείωσης των τιμών στον κτηματομεσιτικό κλάδο ώστε να δημιουργηθεί το πρόβλημα της ρευστότητας στις τράπεζες, οι οποίες κατά συνέπεια αναγκάστηκαν να στραφούν σε εκτεταμένο δανεισμό από τις αγορές χρήματος. Στις αρχές του 2008 το πρόβλημα στον χρηματοπιστωτικό κλάδο είχε πλέον διογκωθεί αρκετά και ξηραντικοί κλάδοι της οικονομίας, όπως ο τραπεζικός, ο κατασκευαστικός, ο τουρισμός και του εμπορίου, είχαν πληγεί σε σημαντικό βαθμό παρουσιάζοντας σημαντικές μειώσεις του ανάλογους δείκτες. Οι κυριότερες συνέπειες στην αγορά ήταν το σοβαρό και γενικευμένο πρόβλημα ρευστότητας, η ραγδαία αύξηση της ανεργίας και η πτώση της ιδιωτικής κατανάλωσης. Δεν υπήρχε πλέον εμπιστοσύνη στις αγορές και το ποτήρι “ξεχείλισε” με το κλείσιμο της Lehman Brothers, μιας εκ των 5 μεγαλύτερων επενδυτικών τραπεζών παγκοσμίως. Συνέπεια του προβλήματος της ρευστότητας και της απώλειας της εμπιστοσύνης προς το τραπεζικό σύστημα είναι να μην υπάρχουν γραμμές χρηματοδότησης, γεγονός που οδήγησε και σε άλλες πτωχεύσεις άλλων τραπεζών, κυρίως στις Η.Π.Α. αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Το “ντόμινο” των εξελίξεων στην παγκόσμια αγορά δεν ήταν δυνατόν να μην επηρεάσει την οικονομία της Ελλάδας και σε συνδυασμό με τις παθογένειες δεκαετιών της ελληνικής οικονομία το πρόβλημα έγινε οξύτερο. Οι διεθνείς οικονομικές αναταραχές αρχικά επηρέασαν ήπια το χρηματοπιστωτικό κλάδο της Ελλάδας, διότι το σύστημα λειτουργούσε με εσωστρέφεια κάτι που σημαίνει ότι οι Ελληνικές τράπεζες δεν ήταν αρκετά εκτεθειμένες σε τοξικά προϊόντα και εξωτερικό δανεισμό. Συνέπεια των διεθνών εξελίξεων ήταν να αυξηθεί το κόστος του χρήματος στην Ευρώπη αλλά και στην παγκόσμια αγορά, γεγονός το οποίο δεν μπορούσε να μην επηρεάσει την Ελλάδα. Το κόστος δανεισμού των εταιριών από τις τράπεζες αυξήθηκε, με αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους των δανειακών υποχρεώσεων των εταιριών και τη μείωση των διαθεσίμων τους.

Η χώρα μας, την περίοδο εκείνη, ήδη αντιμετώπιζε διαρθρωτικά προβλήματα στον τομέα του τουρισμού, τα οποία επηρέαζαν την ανταγωνιστικότητά της με τις

γειτονικές χώρες. Αυτές πρόσφεραν τουριστικές υπηρεσίες με πολύ χαμηλότερο κόστος και κατά συνέπεια προσέφεραν πολύ χαμηλότερες τιμές στους τουρίστες ώστε να απολαμβάνουν το τουριστικό προϊόν. Έτσι, αφενός η οικονομική κρίση και αφετέρου η συνεχής μείωση της ανταγωνιστικότητάς μας, έφεραν σε εξαιρετικά δυσχερή θέση έναν από τους πιο καίριους τομείς της ελληνικής οικονομίας και ένα από αυτούς ήταν και ο τουρισμός. Το ζήτημα που προκύπτει είναι κατά πόσο επηρεάστηκε ο τουρισμός μας από τη κρίση αυτή και τι χειρισμούς που έκαναν οι αρμόδιοι για να το αντιμετωπίσουν. Είναι τελικά το μέλλον του τουρισμού μας δυσοίωνα ή μπορούμε να ελπίζουμε σε κάτι καλύτερο.

Ο Βαρβαρέσος σε ημερίδα για τον τουρισμό και την οικονομική κρίση θέτει ένα ζήτημα κατά ποσό η κρίση του ελληνικού τουρισμού είναι απόρροια της πρόσφατης οικονομικής κρίσης. Το 1991 παρατηρήθηκε μείωση κατά 11,2% του αριθμού των διεθνών τουριστών η οποία σηματοδοτείται η έναρξη της κρίσης του ελληνικού τουρισμού. Όλοι οι παραδοσιακοί δείκτες μειώνονται. Η λέξη «κρίση» αποτέλεσε συχνή λέξη για τους επαγγελματίες του τουριστικού τομέα. Παρόλα αυτά ελάχιστες ήταν οι αναφορές στην πραγματική κρίση, ενώ δεν υπήρχε πουθενά διατυπωμένη η εμπειριστατωμένη άποψη των εθνικών τουριστικών φορέων και οργανισμών. Από πολλούς αναφέρθηκε ότι είναι δομικές οι αδυναμίες του τουριστικού συστήματος και αμφισβητούν την αρμονική σχέση που διέπει τουρισμό και οικονομική ανάπτυξη. Για το παράδειγμα τις Ελλάδας μέσα από ερευνητικές προσπάθειες προκύπτει ότι η ελληνική τουριστική κρίση παρουσιάζει ταυτόχρονα έναν χαρακτήρα συγκυριακό και δομικό. Τελικά πέρα από μία γενικότερη οικονομική κρίση του ελληνικού τουρισμού, είναι δεδομένη και η διαχρονική χειροτέρευση του υιοθετημένου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης. Το ποσοτικό μοντέλο ανάπτυξης που υιοθετήθηκε εφαρμόστηκε στην Ελλάδα, προσδιορίζεται στις βάση τεσσάρων διαφορετικών περιόδων μεταξύ 1950 και 2008, σε σχέση με τις αυξητικές τάσεις του διεθνούς τουρισμού και τις φάσεις του κύκλου ζωής του προϊόντος.

- Η πρώτη περίοδος περιλαμβάνει την χρονική περίοδο 1950-1970 και αντιπροσωπεύει την φάση της εισαγωγής-ανάπτυξης.
- Η δεύτερη περίοδος προσδιορίζει την χρονική περίοδο 1971-1980 και αντιπροσωπεύει την φάση της σταθεροποίησης.

- Η τρίτη περίοδος αφορά την χρονική περίοδο 1981-1990 και αντιπροσωπεύει μία φάση αβεβαιότητας.
- Η τέταρτη περίοδος αφορά την χρονική περίοδο 1991-2008 που αντιπροσωπεύει μία φάση ωριμότητας-κορεσμού, συνοδευόμενης από ένα ασταθές διεθνές πολιτικό σκηνικό και μία παγκοσμία χρηματοοικονομική κρίση.

Στατιστικά το φαινόμενο της μαζικοποίησης, στην περίπτωση του ελληνικού τουριστικού μοντέλου θα μπορούσε να περιγράψει ως μία αύξηση των αφίξεων. Φυσικά η αύξηση των αφίξεων των διεθνών τουριστικών ανάγεται σε μία σύνθετη διαδικασία εφόσον προϋποθέτει :

- A. Μία αύξηση του αριθμού των τουριστών.
- B. Μία αντικατάσταση των τουριστών μεσαίων ή υψηλών εισοδηματικών κατηγοριών από τουρίστες χαμηλότερων κατηγοριών.

Αυτό περιγράφει κατάσταση περιορίσου της κατανάλωσης του προϊόντος ήλιος και θάλασσα, η οποία δεν επηρεάζει ουσιαστικά την διαμόρφωση ενός ιδίου και αμετάβλητου προϊόντος. Μέσα από τα παραπάνω διαπιστώνεται ότι η κρίση μπορεί να είναι περισσότερο γενικευμένη, με πολλές μεταβλητές και πολυδιάστατη.

Οι στατιστικές παρατηρήσεις δεν είναι ικανές να θεωρηθούν επαρκείς για να διαγνώσουν την κρίση του τουριστικού τομέα. Μετά το 1990 και συγκεκριμένα την περίοδο 1990-1996 η στασιμότητα ή και ο περιορισμός των τουριστικών αφίξεων δεν αντιπροσωπεύουν το πιο ανησυχητικό σημείο. Εκείνο το οποίο θα πρέπει να ανησυχήσει είναι η διακοπή της αναπτυξιακής τάσης που είχε καταγράψει έως τότε ο τουρισμός.

Η ελληνική τάση μεταξύ 1990 και 1991 ακολούθησε την διεθνή τάση, χωρίς συνέχεια ωστόσο για τα επόμενα χρόνια. Φυσικά μεταξύ τουριστικών αφίξεων και

τουριστικών εισπράξεων παρατηρείται ένα περιορισμός των εισπράξεων, χωρίς σε να υπάρξει απόλυτη αντιστοίχιση μεταξύ τους.

Η παρούσα κρίση περιγράφεται ως πολυδιάστατη και πολυεπίπεδη. Για να προκύψουν αξιόπιστα αποτελέσματα απαιτείται μία εις βάθος ανάλυση όπου θα λαμβάνονται υπόψη αρκετές μεταβλητές. Ως εκ τούτου ο ελληνικός τουρισμός με έντονες χωρικές διαφοροποιήσεις, γνώρισε μία σύνθετη και πολυδιάστατη κρίση η οποία προκύπτει τόσο από:

- Την αρνητική συγκυρία που επηρέασε και τον τουρισμό.
- Τις διαρθρωτικές/δομικές αιτίες/αδυναμίες.

Σε μια ποιο σφαιρική ωστόσο προσέγγιση του ζητήματος η οικονομική και πολιτική συγκυρία δεν αρκεί από μόνη της να αιτιολογήσει την κρίση και το μέγεθός της. Ως εκ τούτου θα πρέπει να συνυπολογιστεί στα παραπάνω και ένας αριθμός δομικών-διαρθρωτικών αιτιών που χαρακτηρίζονται ως πολυεπίπεδες που είναι οι ακόλουθες:

1. Οι «φυσικές αιτίες» ερμηνεύονται από τους τουριστικούς κύκλους και τις περιόδους ανάπτυξης και παρακμής ενός μοντέλου.
2. Η Ελλάδα σταμάτησε να αποτελεί μια φθηνή επιλογή για τουρισμό.
3. Η εμφάνιση ανταγωνιστριών χωρών, οι οποίες προσφέρουν τουριστικά προϊόντα που προσδιορίζονται από κρουαζιέρες και οργανωμένα ταξίδια παρόμοια με εκείνα της Ελλάδας, με καλύτερο συνδυασμό ανάμεσα σε προϊόντος και τιμής.
4. Η σημαντική εξάρτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος από έναν μικρό αριθμό χωρών προέλευσης που προκύπτει από την γερμανική και βρετανική τουριστική αγορά.

Τα δεδομένα στόχευα που περιγράφηκα παραπάνω αποτελούν προβλήματα του ελληνικού τουρισμού που δεν αποτελούν αποτέλεσμα της δεδομένης οικονομικής κρίση ωστόσο. (Βαρβαρέσος,2009)

1.2 Ιστορική αναδρομή στο ελληνικό τουρισμό.

Αρκετά χρόνια τώρα όπως και με τον ορισμό του ο τουρισμό αποτελεί μια δραστηριότητα στην οποία ο επιστημονικός κόσμος επιχειρεί να ερευνήσει, οι προσπάθειες αυτές μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο έγιναν εντονότερες. Στις μέρες μας αποτελεί μια πολύ σημαντική ανθρώπινη δραστηριότητα αποτέλεσμα των μεγάλων οικονομικών επιδράσεων που έχει τόσο σε τοπικές κοινωνίες όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο που έχει λάβει.

Οι μετακίνηση πληθυσμών αποτελεί αναπόσπαστο κώματα της ευρωπαϊκής ιστορίας (Κλασσικοί χρόνοι, Ρωμαϊκή αυτοκρατορία, Μεσαίωνα) που δεν ήταν αποτέλεσμα μόνο εμπορικών δραστηριοτήτων άλλα και για μορφωτικούς, θρησκευτικούς αλλά και για λόγους αναψυχής. (Ηγουμενάκης, 1999)

Η μορφή του τουρισμού με την μομφή που την γνωρίζουμε σήμερα κάνει την εμφάνιση της μετά τα πρώτα χρόνια του ξεπέσματος της βιομηχανικής επανάστασης, και για το λόγο ότι τότε δημιουργήθηκαν τα πρώτα μέσα μεταφοράς όπως τα πλοία και το τραίνο. Μέσα από αυτήν την εξέλιξη εμφανίζονται οι πρώτες προσπάθειες μετατροπής του ελεύθερου αγαθού περιήγησης σε οικονομικό αγαθό και πρόσφερας υπηρεσιών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την πρόσφορα του πρώτου τουριστικού πακέτου από τον Τόμας Κουκ. Με το τέλος του δεύτερου παγκόσμιου πόλεμου, ο τουρισμός μέσα από τις εναλλάχτηκες μορφές του θα ανακάλυψη πρόσφορο έδαφος για ανάπτυξη. Περίοδο που προσδιορίζεται ως ευνοϊκή για την εξέλιξη του τουρισμού, καθώς είναι μια περίοδο με ειρήνη, κατά την οποία ο άνθρωπος καλύπτει τις βασικές του ανάγκες (τροφή, ένδυση, στέγη) και συνεπώς μπορεί να αναζητήσει μεγαλύτερη κάλυψη αναγκών ασχοληθεί όπως αυτές περιγράφονται από τον τουρισμό. Οι εξέλιξη και η ανάπτυξη του τουρισμού στις μέρες μας είναι δεδομένη και σε σημαντικό βαθμό. Μπορεί να προσδιοριστεί ως μαζικός άλλωστε αυτός είναι και ο λόγος που γίνονται αναφορές σε αυτόν με την έκφραση τουριστική βιομηχανία. Η εξέλιξη του τουρισμού οφείλεται έχει πολλά στοιχεία ορισμένοι όπως :

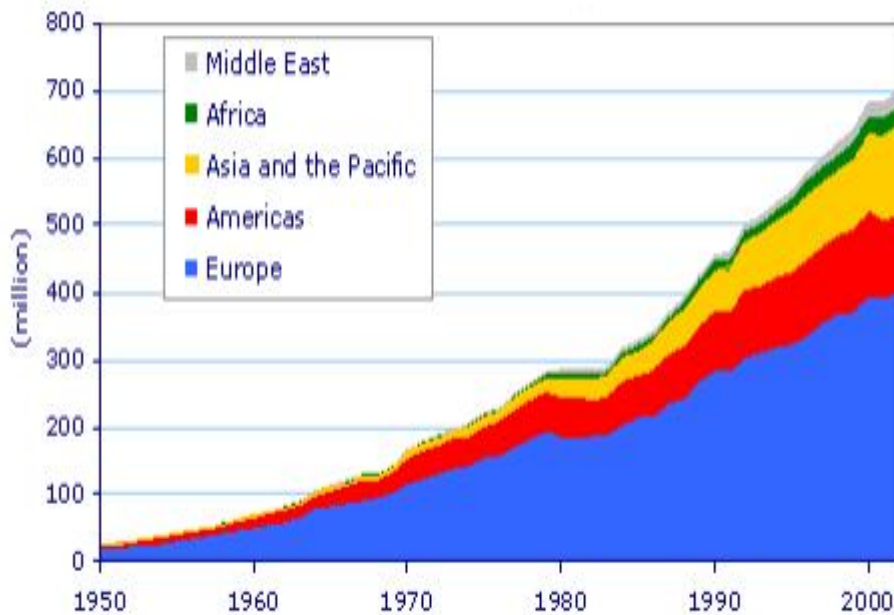
- i. Η τεχνολογική πρόοδος.
- ii. Η άνοδος του πολιτιστικού και μορφωτικού επιπέδου του ατόμου.
- iii. Η βελτίωση των ατομικών εισοδημάτων και η άνοδος του βιοτικού επιπέδου.

- iii. Οι κοινωνικές παροχές, όπως η βελτίωση των ασφαλίσεων και η θεσμοθετημένη άδεια.
- iv. Η πληρότητα της ενημέρωσης.
- v. Η τουριστική εκπαίδευση.
- vi. Η παροχή κινήτρων και χρηματοδοτικών διευκολύνσεων από τον κρατικό μηχανισμό.
- vii. Οι οργανισμοί προώθησης και μελέτης του φαινομένου του τουρισμού.
- viii. Η ανάπτυξη της τουριστικής επιχειρηματικότητας και η διεθνοποίησή της.
- ix. Οι διεθνείς συμβάσεις για τον τουρισμό.
- x. Η προσπάθεια για τη δημιουργία καλύτερων όρων υγιεινής και ασφάλειας.

(Κολτσιδόπουλος, 2000)

Βάση στοιχείων του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 2000 οι αφίξεις των τουριστών ήταν περίπου 694 εκατομμύρια. Η πρόοδος του τουρισμού, όπως περιγράφεται στο παρακάτω διάγραμμα είναι (διάγραμμα_1) είναι προφανής. Ενώ το 1950 υπήρχαν σχεδόν μηδενικές αφίξεις ενώ στη δεκαετία του 2000 οι αφίξεις έφθασαν τα 700 εκατομμύρια περίπου.

Διάγραμμα 1.1 : Αναχωρήσεις τουριστών από το 1950-2005



Πηγή: ΠΟΤ

1.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα (προσδιοριστικά στοιχεία).

Από την άλλη πλευρά η Ελλάδα είναι σημαντικό ότι η βιομηχανία αυτή δεν βλέπει πια την Μεσόγειο σαν μια περιοχή με μονό εποχιακή δραστηριότητα, αλλά όλο και περισσότερο τα μεγάλα brands της προγραμματίζουν δρομολόγια καθόλα την διάρκεια του έτους, από σταθερά λιμάνια-κόμβους. Στους σταθερούς κόμβους που φιλοξενούνται, διακινούν εκατοντάδες χιλιάδες άτομα το χρόνο και πραγματοποιούν σοβαρές επενδύσεις σε τοπικές υποδομές εξυπηρέτησης για τα υπερσύγχρονα εκτός έδρας πλοία τους.

Το μέγεθος της ζήτησης κρουαζιέρα στη Μεσόγειο παρουσιάζει σταθερή ανάπτυξη. Στην Μεσογειακή αγορά διακρίνεται δυο μέρη το ανατολικό και δυτικό μέρος, με φυσικό σύνορο την ιταλική χερσόνησο.

Την ανατολή η μεσογειακή αποτελεί :

- Το Αιγαίο πέλαγος.
- Η Μαύρη Θάλασσα.
- Levante (Κύπρος - τα ιερά μέρη - Αίγυπτος).
- Βενετία - η αδριατική θάλασσα - η ιόνια θάλασσα.

Η Έκθεση της "European Cruises" της MINTeL το καλοκαίρι του 2007 και σε έκθεση της "Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe" της G.P.Wild (International) Limited and Business Research and Economic Advisors στις αρχές του 2007 περιγράφεται η αλματώδης από το 2004 ανάπτυξη της παγκόσμιας αγοράς κρουαζιέρας συνεχίστηκε και το 2006 με 15,5 εκατ. επιβάτες (7% περισσότερους από το 2005), ενώ εκτιμάται ότι μέχρι το 2010 θα αναπτύσσεται με ρυθμό τουλάχιστον 6% ετησίως. Η ευρωπαϊκή αγορά κρουαζιέρας κινήθηκε με ταχύτερους ρυθμούς (9,1% το 2006 και 10,3% το 2005).

Η προσέλκυση περισσότερων Ευρωπαίων και η αύξηση της αμερικανικής ζήτησης για κρουαζιέρες στην Ευρώπη, συντέλεσαν σε αυτήν την τόσο σημαντική αύξηση της ευρωπαϊκής κρουαζιέρας και ειδικότερα στη Μεσόγειο και τη Βόρεια Ευρώπη. Ένα ακόμα στοιχείο που συνέβαλε ήταν και η υποτίμηση του δολαρίου έναντι του ευρώ και της στερλίνας το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα στο να θεωρείται η κρουαζιέρα πλέον συμφέρουσα από τους Αμερικανούς που θέλουν να ταξιδέψουν στην Ευρώπη. (Βλάχος,2007)

1.3.1 Γενικότερα στατιστικά τουρισμού

Μέσα από τις γενικότερες αυξητικές τάσεις που παρουσιάζει η κρουαζιέρα που προσελκύει διεθνώς πάνω από 11 εκατομμύρια άτομα ετήσιος. Σε μια πρόχειρη ανάλυση τα 3,2 εκατομμύρια προέρχονται από την Ευρώπη. Όμως η βασικότερη πηγή τουριστών κρουαζιέρας έχει πηγή τις Η.Π.Α., που έχει φτάσει τα 9.1 εκατομμύρια άτομα σε ετήσια βάση. Στην Ευρώπη, την μεγαλύτερη αγορά στην κρουαζιέρα αποτελεί η Αγγλία που ξεπερνά το ένα εκατομμύριο και ακολουθούν η Γερμανική με 640 χιλ, η Ιταλική με 512 χιλ, η Ισπανική με 380 χιλ και η Γαλλική με 235χιλ σε ετησία βάση.

Η δεδομένη αυξανόμενη ζήτηση την κρουαζιέρα στη Μεσόγειο ως σημαντικό προορισμό και αναμένεται να έχει ραγδαία αύξηση τα επόμενα χρόνια, κάποιιοι ακόμα κάνουν λόγο ότι μπορεί να πλησιάσει και τα μεγέθη της Καραϊβικής, που αποτελεί σήμερα την περιοχή που κρατά την πρώτη θέση στην αγορά της κρουαζιέρας. Η κρουαζιέρα αποτελεί για τις τουριστικές βιομηχανίες έναν ταχύτατα αναπτυσσόμενο κλάδο που στην ουσία ελέγχεται από 3 ομίλους γίγαντες, που έχουν τα γραφεία τους στις ΗΠΑ. Αυτή η δυναμική πηγάζει από την κυρίαρχη αγορά κρουαζιέρας της Βόρειας Αμερικής (πάνω από 9 εκ. τουρίστες).

Η σημαντικότητα του κλάδου της διεθνούς κρουαζιέρας για τον παγκόσμιο τουρισμό προσδιορίζεται από το γεγονός ότι αναπτύσσεται και να ανανεώνεται με υψηλούς ρυθμούς. Οι όμιλοι «οδηγοί» θα παίξουν καθοριστικό ρόλο στις εξελίξεις της κρουαζιέρας στην Μεσόγειο, όπως κάνουν και σε όλες τις άλλες κύριες αγορές κρουαζιέρας, στοιχείο που βασίζεται σε σημαντικό βαθμό στα μεγέθη που διαχειρίζονται. (<http://www.cruiseindustrynews.com/>)

Στην Ευρώπη, βάσει του πλήθους των ανεξάρτητων επιβατών αλλά και βάσει του πλήθους των επισκεπτών σε όλα τα λιμάνια, η Ιταλία και η Ισπανία είναι οι χώρες που έχουν λάβει τα περισσότερα ωφελεία από την ανάπτυξη της αγοράς κρουαζιέρας. Τα νέα κρουαζιερόπλοια ήταν 47 που αναμένονταν να κατασκευαστούν μέχρι το 2012, κάτι που σημαίνει επένδυση ρεκόρ US\$25 δις. Το 40% της δυναμικότητας τους προορίζεται αποκλειστικά ή κυρίως για τη βρετανική αγορά και την Ευρώπη. Το 2007 δρομολογήθηκαν συνολικά 12% περισσότερα κρουαζιερόπλοια στη Μεσόγειο ενώ το μεγαλύτερο μέγεθός τους αναλογεί σε 15% επιπλέον δυναμικότητα. Οι εταιρείες που πραγματοποιούν δράσεις στον κλάδο της κρουαζιέρας είναι αναγκαίο να φροντίσουν για την αύξηση της ποικιλίας των προορισμών καθώς και χωρών προσέλκυσης των επιβατών τους με σκοπό να διασφαλίσουν υψηλές αποδόσεις μακροπρόθεσμα. Στην Ευρώπη κυριαρχούν οι κρουαζιέρες διάρκειας μιας ή δύο εβδομάδων που το 2006 αποτέλεσαν και την μερίδα του λέοντος στο σύνολο των κρουαζιερών που πραγματοποιήθηκαν με ποσοστό το 87% των συνολικών πωλήσεων. Παρόλο που ο ευρωπαϊκός κλάδος της κρουαζιέρας χωρίζεται κατά τον ίδιο τρόπο με τον αμερικανικό σε Luxury (5 αστέρων), Premium (4 αστέρων), Contemporary (3+ αστέρων) και Budget (2/3 αστέρων) κρουαζιερόπλοια, δεν υπήρχαν στην Ευρώπη μέχρι πρόσφατα καινούργια και μεγάλα Contemporary κρουαζιερόπλοια. Η ύπαρξη περισσότερων γηραιότερων και μικρότερων

κρουαζιερόπλοιων συνέβαλε στη ίδρυση πολλών μικρών εταιρειών. Η είσοδος όμως των νέων Contemporary κρουαζιερόπλοιων έχει αποδεκατίσει τις οικονομικές γραμμές (Budget) που δεν μπορούν να ανταγωνιστούν τις πολύ χαμηλές τιμές. Σήμερα, τα περισσότερα κρουαζιερόπλοια είναι μάλλον πιο κοντά σε Contemporary παρά σε Budget, παρέχοντας ευκολίες στις χρεώσεις υψηλότερων τιμών και τη βελτίωση των αποδόσεων. Η ανάπτυξη της μαζικής κρουαζιέρας στηρίχτηκε σε εντελώς διαφορετικά στοιχεία συγκριτικά με τα πακέτα διακοπών που κυριάρχησαν στην αγορά διακοπών της Μεγάλης Βρετανίας και της Γερμανίας, όπως το χαμηλό κόστος και οι σχετικά ελάχιστες παροχές υπηρεσιών. Το 2005, η αγορά της κρουαζιέρας στην Ευρώπη κάλυπτε το 8,4% (€1,04) του συνολικού τζίρου της αγοράς των πακέτων διακοπών (€48,15 δις). Μόνο στην Ισπανία (10,4%), την Ιταλία (12,1%) και τη Μεγάλη Βρετανία (18,2%) αντιπροσώπευαν οι πωλήσεις κρουαζιέρας με ποσοστό μεγαλύτερο από το 10% των πωλήσεων πακέτων διακοπών.

Πίνακας 1.1

Ρυθμός αύξησης των πωλήσεων κρουαζιέρας και πακέτων διακοπών, 2004/05

	Αγορά Κρουαζιέρας %	Πακέτα Διακοπών %
Γερμανία	9.6	3.6
Μεγ. Βρετανία	8.2	4.3
Γαλλία	5.0	4.6
Ιταλία	28.5	3.4
Ισπανία	26.3	5.0
Ολλανδία	20.0	3.2
Βέλγιο	35.6	4.1
Ελβετία	21.1	5.1
Αυστρία	12.8	4.2
Σύνολο	13.1	4.1

Πηγή: ΣΕΤΕ

Πίνακας 2.1

Οι 10 πιο δημοφιλείς προορισμοί κρουαζιέρας στην Ευρώπη ήταν το 2005

Προορισμός	Επισκέπτες Κρουαζιέρας	Μερίδιο Αγοράς (%)
Ιταλία	3,028,224	23.0
Ισπανία	2,627,726	20.0
Ελλάδα	2,069,767	15.7
Γαλλία	1,034,092	7.9
Νορβηγία	691,209	5.3
Πορτογαλία	498,431	3.8
Μάλτα	336,400	2.6
Μεγ.Βρετανία	322,000	2.4
Σουηδία	301,826	2.3
Ρωσία	299,703	2.3
Εσθονία	292,000	2.2

Πηγή:ΣΕΤΕ

Από όλη την Ευρώπη, η μεγαλύτερη αγορά κρουαζιέρας είναι η βρετανική, με μερίδιο που αυξήθηκε από 33% το 2005 σε 35% το 2006. Η οποία αναμένεται ότι θα παραμείνει σε υψηλά επίπεδα λόγω των "Baby Boomers" η οποία αποτελείται από άτομα ηλικίας 50 έως 60 και πλέον ετών. Η ηλικιακή αυτή ομάδα πέραν του γεγονότος του ότι κατέχει το 80% του πλούτου στη Βρετανία, παρέχει το περισσότερο «υλικό» στην αγορά της κρουαζιέρας. Τρεις φορές περισσότεροι Βρετανοί κάνουν σήμερα κρουαζιέρα στη Μεσόγειο απ' ό τι 10 χρόνια πριν. Σήμερα περίπου 28% των Βρετανών ταξιδιωτών κρουαζιέρας επιλέγει ως προορισμό τη Μεσόγειο, ενώ 17% περίπου επιλέγει την Καραϊβική και 17% τη Βόρεια Ευρώπη. Το 2006 οι κρουαζιέρες με διάρκεια από 8 έως 14 ημέρες προτιμήθηκαν από τους Βρετανούς. Πάνω από το 365% των ταξιδιωτών κρουαζιέρας από την ηπειρωτική Ευρώπη επιλέγουν τη Μεσόγειο.

Πίνακας 3.1

Προορισμοί κρουαζιέρας τουριστών από την ηπειρωτική Ευρώπη 2005

Χώρα προέλευσης	Μεσόγειος	Βόρεια Ευρώπη	Καραϊβική κ.α.
Γερμανία	314,000	192,000	133,000
Ιταλία	423,000	42,000	48,000
Ισπανία	311,000	17,000	51,000
Γαλλία	152,000	26,000	55,000
Άλλες χώρες	268,000	34,000	78,000

Πηγη:ΣΕΤΕ

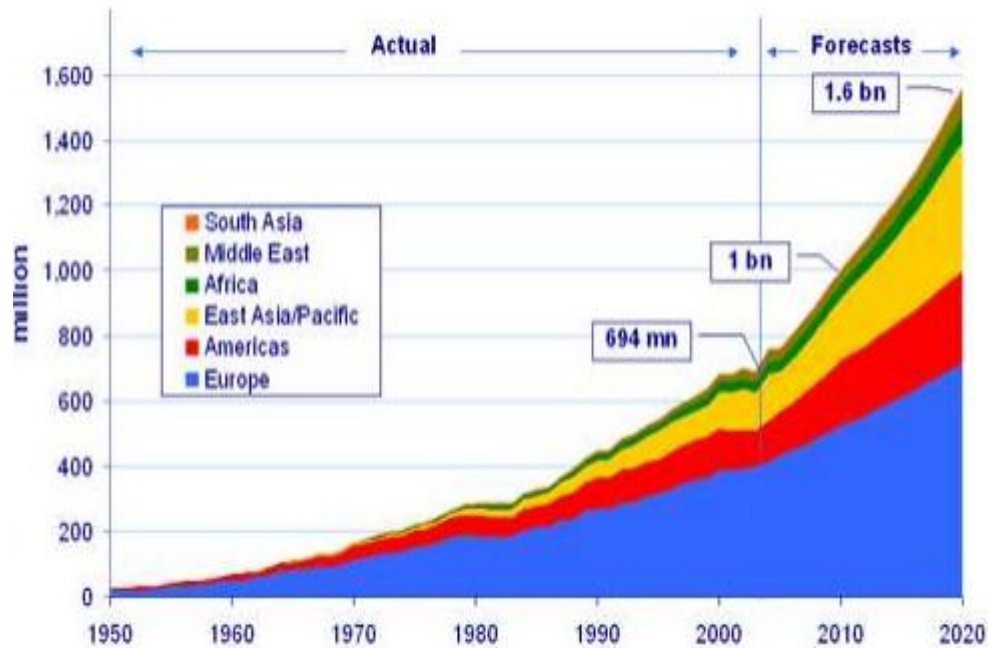
Η Καραϊβική ο πρώτος προορισμός κρουαζιέρας του κόσμου έχει ποια κορεστεί ασφυκτικά και η ανάγκη των ομίλων «οδηγών» να ανακαλύψουν εναλλακτικές περιοχές αποτελεί για αυτούς επιτακτική ανάγκη. Η ανάγκη λοιπόν, εκτόνωσης της Καραϊβικής και το δέλεαρ ενός συνολικού Ευρωπαϊκού πληθυσμού 400 εκατομμυρίων που έχει τα στοιχεία δυνητικών πελατών, ωθούν όλα τα μεγάλα brands της κρουαζιέρας να οργανώσουν ποιο συστηματικά μια ολοένα αυξανόμενη παρουσία πλοίων τους στην Μεσόγειο. Αυτή η εξέλιξη έχει ήδη δημιουργήσει μια τεράστια προσδόκιμη «πίτα» στην αγορά της κρουαζιέρας και η ανάπτυξης για τις χώρες που θα αποτελέσουν τους υποδοχείς θα είναι για αυτούς μια ραγδαία αναπτυσσόμενη διεθνή δραστηριότητα.

Όπως ανέφερε και ο Πρόεδρος της Medcruise, δηλαδή της Ένωσης Λιμένων της Κρουαζιέρας της Μεσογείου, σε συνέδριο που πραγματοποίησαν το 2006 με θέμα «Η Ελλάδα μπορεί να αποτελέσει διεθνή Κόμβος Κρουαζιέρας της Ανατολικής Μεσογείου» για την δημιουργία κομβικού σημείου χρειάζονται:

- Ø Ένας προορισμός διεθνούς επιπέδου.
- Ø Σύγχρονο διεθνές αεροδρόμιο και μεταφορικές συνδέσεις.
- Ø Επιβατικός σταθμός τελευταίας τεχνολογίας.

- Ø Πολύ υψηλά μεγέθη προβλητών για τα πολύ μεγάλα πλοία.
- Ø Μη ύπαρξη περιορισμών καμποτάζ

Διάγραμμα 2.1: Προβλέψεις για το μέλλον του τουρισμού

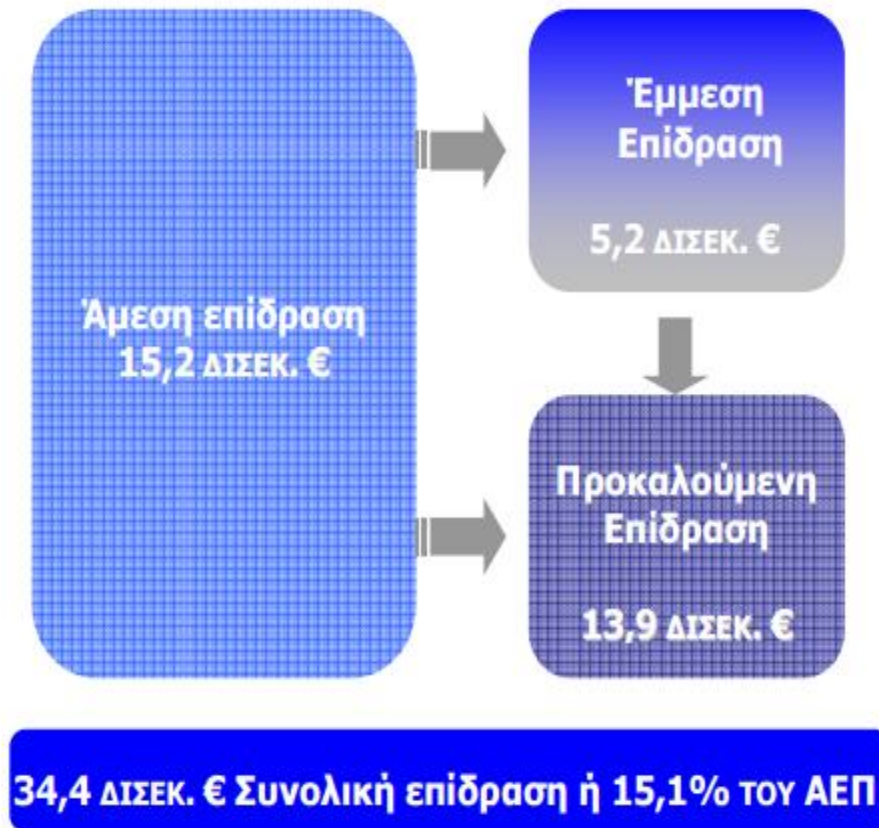


Πηγή: <http://www.elime.gr/index.php/krouaziera>

1.4 Οικονομικά δεδομένα ελληνικού τουρισμού.

Η σημαντικότητα του τουρισμού στην ελληνική οικονομία προσδιορίζεται σε σημαντικό βαθμό από το ακόλουθο διάγραμμα που δημοσιεύτηκε από τον IOBE το Σεπτέμβριο του 2012 σε έκθεσή του για τον ελληνικό τουρισμό.

Διάγραμμα 3.1 : Επίδραση του ελληνικού τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2010.



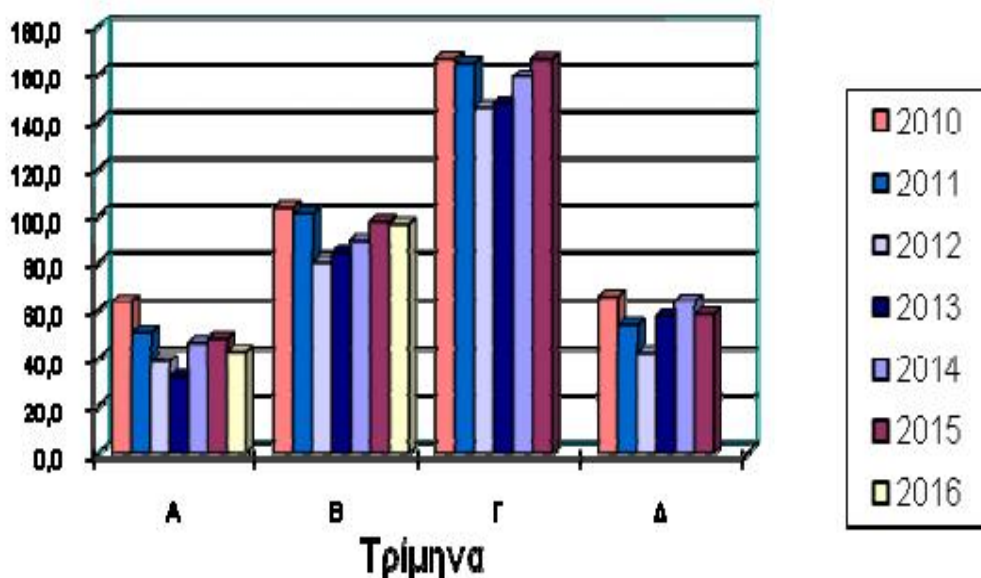
πηγή: IOBE,2010

Πέραν όμως του χαρακτηριστικού προηγούμενου διαγράμματος το 2010 στο τουρισμό απασχολήθηκαν 446 χιλ. άτομα είτε με άμεσης και έμμεσης απασχόλησης και 741 χιλ. θέσεις εργασίας υποστηρίζονται από την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα. Ακόμα αποδόθηκε 1,4 δισεκ. € έσοδα από την έμμεση φορολογία. Το προαναφερθέντα στοιχείο είναι ενδεικτικά της σημαντικότητας του τουρισμού στην ελληνική οικονομία. (IOBE, 2010).

Στην συνέχεια προσδιορίζεται ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης για το δεύτερο τρίμηνο 2016, σε

σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του δευτέρου τριμήνου 2015, τα αποτελέσματα ήταν μια μείωση 1,1% έναντι αύξησης 8,6% που σημειώθηκε κατά τη σύγκριση της αντίστοιχης περιόδου του έτους 2015 προς το 2014. Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης για το δεύτερο τρίμηνο του 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη του πρώτου τριμήνου 2016, παρουσίασε αύξηση 125,7% έναντι αύξησης 102,7% που παρουσίασε κατά τη σύγκριση της αντίστοιχης περιόδου του έτους 2015, κάνοντας φανερή την έντονη εποχικότητα που προσδιορίζει τον κλάδο. (ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2016).

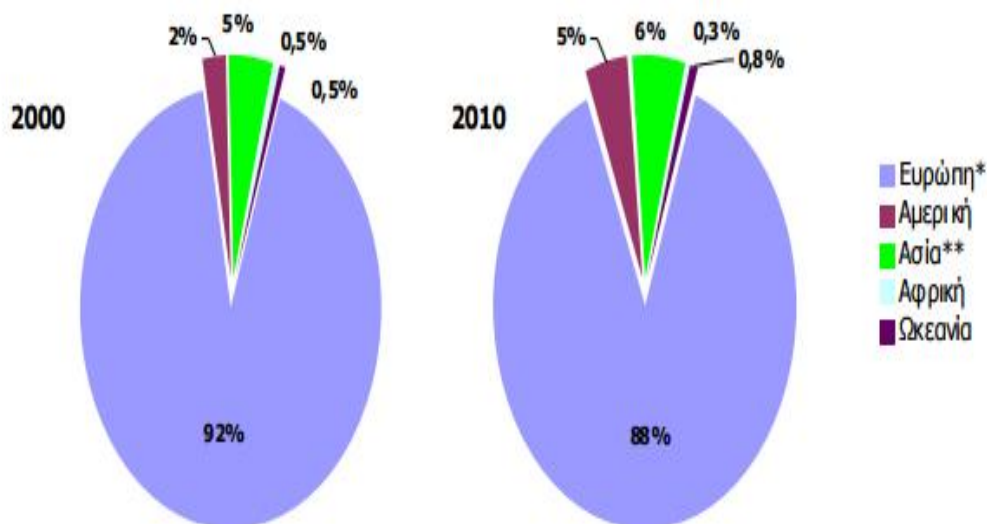
Διάγραμμα 4.1: Εξέλιξη του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης.



Πηγή: ΕΛ. ΣΤΑΤ.2016

Κυρίαρχο χαρακτηριστικό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί ο γεωγραφικός προσδιορισμός της ζήτησης από το εξωτερικό, καθώς στο σύνολό της προέρχεται κατά κύριο λόγο από την Ευρωπαϊκή ήπειρο, με σταθερά στοιχεία την τελευταία δεκαετία με βάση το ακόλουθο διάγραμμα (Διάγραμμα_5). Το 2010 οι αφίξεις από τις ευρωπαϊκές χώρες ανήλθαν σε 13,3 εκατ., εκ των οποίων το 68% προήλθε από χώρες της ΕΕ-27, ενώ το 40% αφορούσε επισκέπτες από χώρες-μέλη της Ευρωζώνης.

Διάγραμμα 5.1 : διαχρονική εξέλιξη αφίξεων αλλοδαπών επισκεπτών ανά ήπειρο.

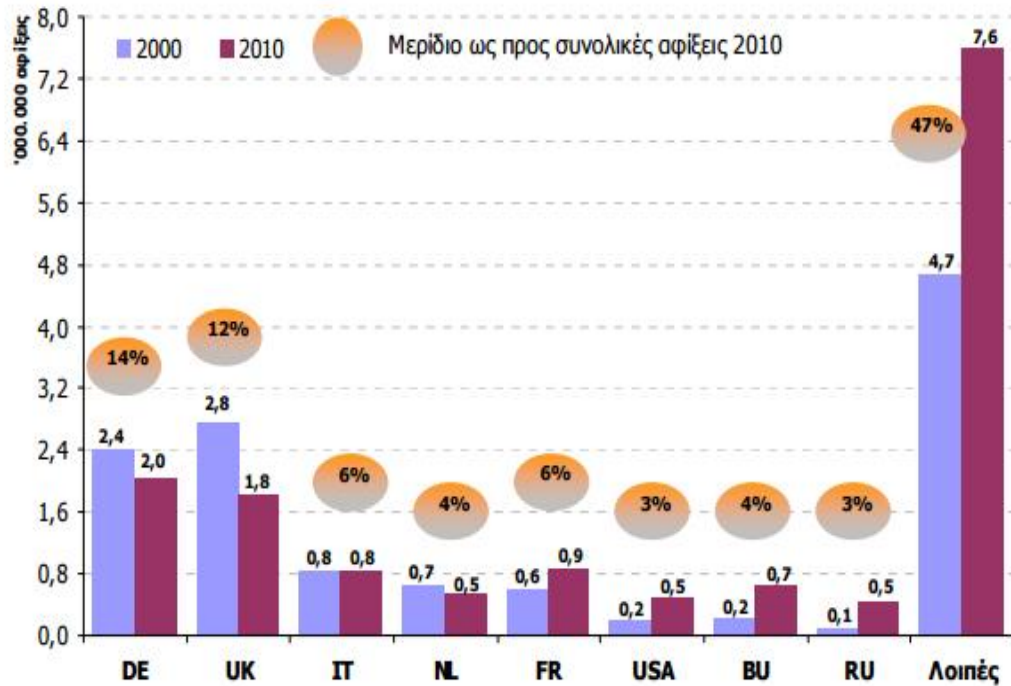


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ Επεξεργασία: IOBE

Αν γίνει μια εκτενέστερη ανάλυση, η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούν διαχρονικά τις παραδοσιακές αγορές από τις οποίες προκύπτει το σημαντικότερο μέρος των ξένων επισκεπτών, παρόλο την μείωση που παρουσιάζεται σε αυτήν την ομάδα τουριστών τα τελευταία χρόνια. Χαρακτηριστικό ότι το 2010 το ποσοστό από τις χώρες αυτές διαμορφώθηκε στο 14% και 12% των συνολικών αφίξεων, όταν το 2000 τα ποσοστά ήταν 19% και 22% αντίστοιχα. Την τελευταία δεκαετία ωστόσο, παρουσιάστηκαν και νέες αγορές από τις οποίες η Ελλάδα έχει προσελκύσει σημαντικό αριθμό επισκεπτών. Οι χώρες αυτές είναι κυρίως η Ρωσία και οι Βαλκανικές με τις αφίξεις να μετριάζουν την προαναφερθείσα κάμψη (Διάγραμμα 6). Οι αφίξεις από την Ρωσία εμφανίζουν σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια, συμβάλλοντας παράλληλα στην ενίσχυση των τουριστικών εισπράξεων, καθώς η μέση δαπάνη των επισκεπτών από τη χώρα αυτή κυμαίνεται σε διπλάσιο σχεδόν επίπεδο από τον αντίστοιχο μέσο όρο στο σύνολο των ξένων επισκεπτών, αναλυτικότερα στα 1.099 ευρώ έναντι 640 ευρώ μέση δαπάνη ανά ταξίδι για το έτος 2010. Αντίθετα, μικρός είναι ο αριθμός των επισκεπτών από χώρες όπως η Ιαπωνία και η Κίνα, γεγονός που προσδιορίζει την ύπαρξη ακόμα περισσότερων αγορών από τις οποίες η Ελλάδα θα μπορούσε να προσελκύσει τουρισμό και

ειδικότερα από την κίνα που αποτελεί ην πολυπληθέστερη χώρα του πλανήτη.

Διάγραμμα 6.1: Αφίξεις ξένων επισκεπτών στην Ελλάδα μεταξύ 2000 και 2010

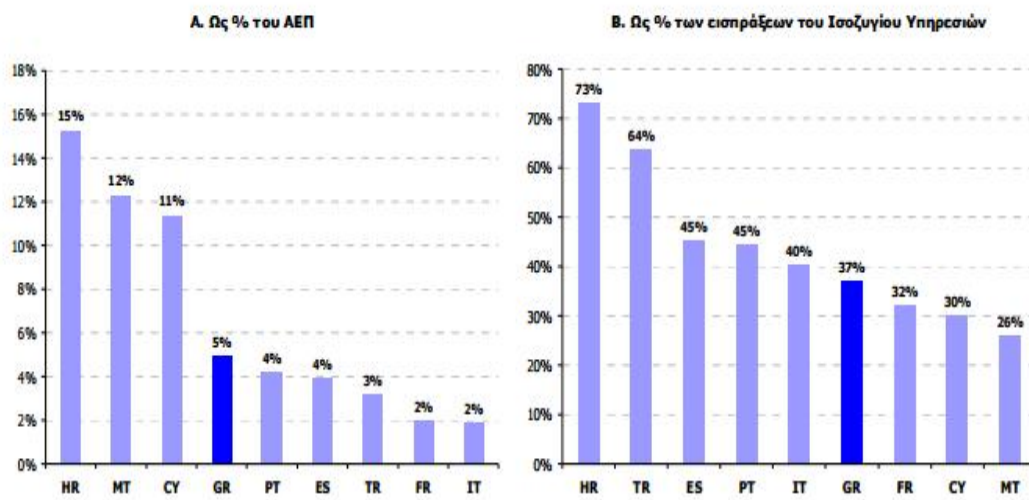


DE: Γερμανία, UK: Ην. Βασίλειο, IT: Ιταλία, NL: Ολλανδία, FR: Γαλλία, USA: Η.Π.Α., BU: Βουλγαρία, RU: Ρωσία

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ Επεξεργασία: IOBE

Η συνεισφορά του τουρισμού στην ελληνική οικονομία αποτυπώνεται στις τουριστικές εισπράξεις, που περιγράφεται από την δαπάνη δηλαδή των ξένων όταν επισκέπτονται την Ελλάδα και η οποία αποτελεί το 5% του ΑΕΠ, το ποσοστό αυτό προκύπτει από την πενταετία 2005 έως 2010. Η οποία αναλογικά είναι μεγαλύτερη σε σύγκριση με άλλες Μεσογείου, όπως η Ισπανία και η Τουρκία που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα. (Διάγραμμα 7.1).

Διάγραμμα 7.1: Τουριστικές εισπράξεις σε προορισμούς της Μεσογείου, ως % του ΑΕΠ.



HR: Κροατία, MT: Μάλτα, CY: Κύπρος PT: Πορτογαλία ES: Ισπανία TR: Τουρκία FR: Γαλλία IT: Ιταλία

Πηγή: Eurostat Επεξεργασία: IOBE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο:Οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός

2.1 Συγκριτικά στοιχεία ελληνικού τουρισμού πριν και μετά την κρίση

Άξιο αναφοράς αποτελεί το γεγονός της θέσης που κατέχει η Ελλάδα στην διεθνή αγορά του τουρισμού, προκειμένου να καταλάβουμε ακόμα καλύτερα τη σημασία που έχει για την οικονομία της χώρας μας. Βλέποντας στον πίνακα 2 παρακάτω, η κατάταξη της Ελλάδας για το έτος 2010 σε διεθνείς αφίξεις ήταν 17ης θέσης και σε έσοδα ήταν 21ης θέσης, αρκετά υψηλές θέσεις για μια μικρή χώρα όπως είναι η Ελλάδα. Επίσης, στον ίδιο πίνακα βλέπουμε για το ίδιο έτος, ότι κατέχουμε μερίδιο 1,6% των παγκόσμιων αφίξεων και μερίδιο 1,4% των εσόδων από τον τουρισμό.

Πινάκας 2.1 Ελλάδα συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της.

Δείκτες Απόδοσης 2009	Ελλάδα	Ισπανία	Κύπρος	Τουρκία	Αίγυπτος	Κροατία
Κατάταξη - Διεθνείς Αφίξεις	16η	3η	κάτω από την 50η	7η	18η	24η
Κατάταξη - Έσοδα	15η	2η	κάτω από την 50η	9η	21η	30η
Διεθνείς Αφίξεις 2009 (εκατ.)	14,9	52,2	2,1	25,5	11,9	8,7
% μεταβολή αφίξεων 2000 - 2009	20,2%	12,5%	-22,2%	165,6%	133,3%	64,2%
Έσοδα - 2009 δις USD	14,5	53,2	2,2	21,3	10,8	8,9
% μεταβολή εσόδων 2000-2009	57,6%	77,3%	15,8%	180,3%	151,2%	217,9%
Μέση κατά κεφαλή Δαπάνη ανά ταξίδι σε USD	973,2	1.019,2	1.047,6	835,3	907,6	1.023,0
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε Αφίξεις	1,7%	5,9%	0,2%	2,9%	1,4%	1,0%
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε Έσοδα	1,7%	6,3%	0,3%	2,5%	1,3%	1,0%

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2010

2.2 Επίδραση της οικονομικής κρίσης στο ελληνικό τουρισμό.

Η κρίση και οι επιπτώσεις της στην πραγματική οικονομία δεν θα αφήσουν ανεπηρέαστο τον παγκόσμιο τουρισμό. Η επισήμανση ανήκει στον οικονομικό σύμβουλο της Eurobank, καθηγητή κ. Γκίκα Χαρδούβελι, ο οποίος χαρακτήρισε ως ιδιαίτερα αρνητική την επίδραση της κρίσης στον ελληνικό τουρισμό, καθώς οι χώρες που τροφοδοτούν την Ελλάδα με τουρίστες είναι πιθανόν να εισέλθουν σε μεγαλύτερης διάρκειας οικονομική ύφεση. Σύμφωνα με τον κ. Γκίκα Χαρδούβελι, ο οποίος χαρακτήρισε ως ιδιαίτερα αρνητική την επίδραση της κρίσης στον ελληνικό τουρισμό, καθώς οι χώρες που τροφοδοτούν την Ελλάδα με τουρίστες είναι πιθανόν να εισέλθουν σε μεγαλύτερης διάρκειας οικονομική ύφεση.

Σύμφωνα με τον κ. Χαρδούβελι, ο τουρισμός συμπεριφέρεται όπως και το διεθνές εμπόριο, του οποίου ο ρυθμός ανάπτυξης μειώνεται. Το διεθνές εμπόριο είναι διαχρονικά πολύ ευαίσθητο σε μεταβολές του ΑΕΠ. Ο μ.ο. αύξησης του πραγματικού ΑΕΠ την περίοδο 1980 – 2008 ήταν 3,3% ενώ η αντίστοιχη αύξηση του παγκόσμιου εμπορίου ήταν 6,7%.

Και οι σχετικές μετρήσεις και αναλύσεις έχουν δείξει πως η πτώση της παγκόσμιας οικονομικής δραστηριότητας κατά μία ποσοστιαία μονάδα οδηγεί σε πτώση του παγκόσμιου εμπορίου κατά 2,3 ποσοστιαίες μονάδες. Έτσι, η προβλεπόμενη μεγάλη πτώση του παγκόσμιου ΑΕΠ οδηγεί σε συρρίκνωση του ρυθμού ανάπτυξης του παγκόσμιου εμπορίου το 2009 στο 4,5%.

Οι 5 χώρες που τροφοδοτούν την ελληνική τουριστική αγορά με πάνω από το 50% των τουριστών (κατά σειρά: Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, ΗΠΑ, Ιταλία, Γαλλία) αναμένεται να εμφανίσουν αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης το 2009, ενώ η όποια ανάκαμψη μετά τα μέσα του 2009 θα είναι αναιμική, σημείωσε ο οικονομικός σύμβουλος της Eurobank.

Αξιοσημείωτο είναι ότι οι υφέσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο, την κυριότερη αγορά του ελληνικού τουρισμού, διαρκούν πολύ περισσότερο από τις υπόλοιπες χώρες του ΟΟΣΑ και κοστίζουν σε απώλεια οικονομικής δραστηριότητας και εθνικού εισοδήματος 2,5 φορές περισσότερο. Συνεπώς, οι Βρετανοί τουρίστες το

2009 θα είναι πολύ πιο ευαίσθητοι στην ύφεση και, έτσι, η αρνητική επίδρασή τους στην Ελλάδα μεγεθύνεται.

Ο καταναλωτής είναι πλέον πεισμένος και όλο και πιο απαισιόδοξος για το μέλλον του. Οι δείκτες καταναλωτικής εμπιστοσύνης σε ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο και Ευρωζώνη έχουν βυθιστεί σε ιστορικά χαμηλά. Επιπλέον, η δανειακή επιβάρυνση των νοικοκυριών στις χώρες προέλευσης των τουριστών εμφανίζεται πολύ υψηλή

«Κάτω από αυτές τις συνθήκες είναι αναπόφευκτο να μειωθούν οι ταξιδιωτικές / τουριστικές δαπάνες, που θεωρούνται για τους περισσότερους αγαθό πολυτελείας», τόνισε ο κ. Χαρδούβελης.

Ο ίδιος πρόσθεσε πως οι συνέπειες της διεθνούς κρίσης δεν θα είναι αμελητέες ούτε για την ελληνική οικονομία, κάτι που θα επηρεάσει τόσο τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις όσο και τον έλληνα καταναλωτή, άρα και τον εσωτερικό τουρισμό.

«Η διεθνής κρίση λειτουργεί ως τεστ αντοχής της ελληνικής οικονομίας», ανέφερε. Οι επόμενοι 15 μήνες θα είναι ιδιαίτερα κρίσιμοι. Στην Ελλάδα, το 2008 ο ρυθμός ανάπτυξης θα κυμανθεί μεταξύ 3,1% και 3,3% και για το 2009, η ΕΕ προβλέπει 2,5%, ενώ η κυβέρνηση στον Προϋπολογισμό 2,7%.

«Πιστεύω ότι δύο είναι τα πιθανά σενάρια για το 2009. Είτε ένας ρυθμός ανάπτυξης λίγο υψηλότερος του 2% είτε μια μεγάλη ύφεση. Για να συμβεί, όμως, το πρώτο και καλό σενάριο της ανάπτυξης, πρέπει (1) τα δάνεια προς τις επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά σύντομα να απεγκλωβιστούν από τη σημερινή τους στασιμότητα, (2) οι δημόσιες επενδύσεις να πολλαπλασιαστούν, δηλαδή η δημοσιονομική πολιτική να γίνει πιο επεκτατική, (3) η αγορά να ομαλοποιηθεί ώστε να μην επικεντρωθεί στις μεγάλες ανισορροπίες της ελληνικής οικονομίας.» τόνισε ο κ. Χαρδούβελης.

Κατά τον καθηγητή, η πιθανότητα ύφεσης της ελληνικής οικονομίας το 2009 πάντως δεν είναι αμελητέα. Αν τελικά επικρατήσει το κακό σενάριο της ύφεσης, τότε η οικονομική απραγία αναμένεται να πολλαπλασιαστεί. Η χώρα θα βρεθεί σε δύσκολη θέση. Η δυσκολία πηγάζει από το γεγονός ότι μέσα στην Ευρωζώνη τα μακροοικονομικά εργαλεία αντιμετώπισης της αναπτυξιακής ύφεσης είναι περιορισμένα.

Επιπλέον, η ιστορική εμπειρία με υφέσεις στην Ελλάδα δεν είναι καθόλου ενθαρρυντική. Η Ελλάδα είναι μια χώρα του ΟΟΣΑ όπου στο παρελθόν επικράτησαν πολύ υψηλές διακυμάνσεις της οικονομικής δραστηριότητας.

«Σε περιόδους ύφεσης, η συνολική απώλεια της οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα ήταν περίπου 3 φορές μεγαλύτερη από τη διάμεση απώλεια των χωρών του ΟΟΣΑ! Συνεπώς, η αρνητική επίδραση στον εσωτερικό τουρισμό αναμένεται ισχυρή», κατέληξε ο οικονομικός σύμβουλος της Eurobank.

Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών στην Ελλάδα Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (Ελληνική Στατιστική Αρχή) και της ΤτΕ (Τράπεζα της Ελλάδος), το 2013 η Ελλάδα υποδέχθηκε 17.919.581 τουρίστες, μονίμους κατοίκους άλλων χωρών («Μη Κάτοικοι»), και εισέπραξε € 11,7 δις. Από αυτούς, 69% ήρθε αεροπορικά - που παραδοσιακά αποτελεί τον κύριο τρόπο μετάβασης των τουριστών από το εξωτερικό στην Ελλάδα, 27% οδικώς και 5% δια θαλάσσης (Πίνακας 2.1). Πίνακας 2.1. Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE> Σε σχέση με την εποχικότητα, αυτή παρατηρείται έντονη, με 61% των εσόδων και 56% των αφίξεων να πραγματοποιούνται το 3ο τρίμηνο του έτους, 36% και 38% αντίστοιχα το 2ο και 4ο τρίμηνο συνολικά, και μόλις 3% και 6% αντίστοιχα κατά το 1ο. Βάσει της ακολουθούμενης μεθοδολογίας για την καταγραφή των εσόδων, αυτά δεν περιλαμβάνουν το μέρος της δαπάνης του τουρίστα που παρέμεινε πρωτογενώς στο 31 εξωτερικό, πχ η αμοιβή και το κέρδος του Tour Operator, αλλά περιλαμβάνουν μόνο το μέρος της δαπάνης του τουρίστα που καταναλώθηκε στην Ελλάδα, πχ το έσοδο του ξενοδοχείου ή τη δαπάνη του τουρίστα στα καταστήματα. Επίσης, δεν περιλαμβάνουν τα έσοδα από τις αερομεταφορές και τις θαλάσσιες μεταφορές των τουριστών που καταγράφονται ξεχωριστά και αθροίζονται με όλες τις άλλες δαπάνες μεταφορών όπως π.χ. cargo (<http://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/oikodelt200607.pd>).

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία για το 2014, ο εισερχόμενος τουρισμός παρουσιάζει αύξηση αφίξεων κατά 23% και αύξηση εσόδων κατά 13%. Η συγκριτικά χαμηλότερη αύξηση των εσόδων σε μεγάλο βαθμό αντικατοπτρίζει τη διαφοροποίηση του μίγματος εισερχόμενου τουρισμού το 2014 με την ιδιαίτερα μεγάλη αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς την Αθήνα: ως γνωστόν οι διακοπές

city break είναι μικρότερης διάρκειας από τις διακοπές «Ήλιος & Θάλασσα» και, συνεπώς, είναι αναμενόμενο η μέση δαπάνη ανά τουρίστα (όχι όμως απαραίτητα και ανά διανυκτέρευση) να είναι μικρότερη. Δεδομένου ότι η περίοδος Ιανουαρίου – Νοεμβρίου καλύπτει το 98% της τουριστικής δραστηριότητας σε αφίξεις και το 99% σε έσοδα, εκτιμάται ότι το 2014 οι αφίξεις ήταν περί τα 22 εκ. και οι εισπράξεις περί τα € 13,2 δις. Και τα δύο αυτά μεγέθη αποτελούν ρεκόρ για τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα.

Η ανάπτυξη του τουρισμού, πέραν των αμέσων δαπανών που κάνουν οι επισκέπτες τουρίστες στο τόπο που επισκέπτονται επιφέρει πρόσθετες ωφελεί στην οικονομία, καθώς ενεργοποιεί σημαντικό αριθμό παραγωγικών μονάδων που μπαίνουν σε λειτουργία με σκοπό να καλύψουν τις πρόσθετες ανάγκες που δημιουργούνται με την έλευση περισσότερου πληθυσμού στον τόπο τους για την κάλυψη της ζήτησης που δημιουργείται.

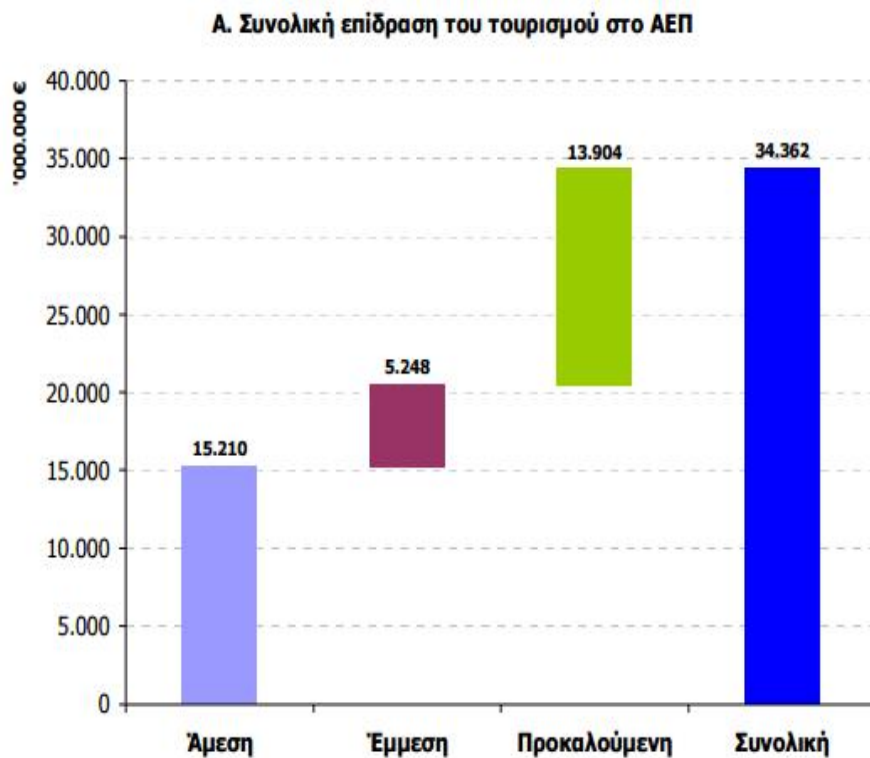
Για την ελληνική οικονομία η επίδραση από τη δαπάνη για τουριστικές υπηρεσίες, αλλά και τις επενδύσεις που σχετίζονται με τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Σε αυτό το σημείο κρίνεται απαραίτητο να υπάρξει μια διευκρίνιση, σε αντιδιαστολή με σημαντικούς κλάδους της οικονομίας, όπως για παράδειγμα αυτόν της Γεωργίας, η Βιομηχανία, το Εμπόριο, τις Κατασκευές, κλπ., η οικονομική δραστηριότητα που προκύπτει μέσω του τουρισμού δεν αποτυπώνεται σε ένα μεμονωμένο κωδικό στο Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών. Η ιδιαιτερότητα του τουρισμού προκύπτει στον προσδιορισμό του κλάδου με βάση τη ζήτηση που προέρχεται από συγκεκριμένη κατηγορία καταναλωτών, τους ταξιδιώτες. Ένα άτομο καταναλώνει αγαθά-υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό όταν πραγματοποιεί ένα ταξίδι σε μια συγκεκριμένη περιοχή άλλη από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του για χρονικό διάστημα μικρότερο του έτους και σκοπό που δεν αφορά εργασίας. Το γεγονός αυτό διαφοροποιεί τον επισκέπτη από άλλες κατηγορίες καταναλωτών, καθιστώντας αναγκαίο τον ορισμό του τουριστικού τομέα με διαφορετικό τρόπο από αυτόν της ζήτησης. Για το λόγο αυτό, η μέτρηση της τουριστικής δραστηριότητας να γίνεται με τη χρήση Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού (ΔΛΤ), οι οποίοι αποτελούν ένα αναλυτικό πλαίσιο εντός του οποίου προσδιορίζονται οι πηγές της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς. Όμως, η πλήρης ανάπτυξη ΔΛΤ διακρίνεται από τα χαρακτηριστικά της χρονοτριβής και το σημαντικό κόστος. (IOBE,2012)

Το ΑΕΠ μια χώρας προσδιορίζεται με αξία σε χρηματικές μονάδες των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται σε χρονικό διάστημα ενός έτους. Μέρος της παραγωγής αυτής από κάθε κλάδο δαπανάται από άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας ως εισροή στην παραγωγική τους διαδικασία. Εκτός όμως από την ενδιάμεση ζήτηση, το προϊόν που παράγεται καταναλώνεται από τα νοικοκυριά, το κράτος, κατευθύνεται σε επενδύσεις, αλλά και σε εξαγωγικές δραστηριότητες εκτός χώρας. Το άθροισμά αυτών των παραγόντων αντιπροσωπεύει την τελική ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες η οποία συγκεντρωτικά με την ενδιάμεση προσδιορίζουν τη συνολική ζήτηση για το προϊόν κάθε κλάδου.

Αναφορικά με τον τουρισμό, η κατανάλωση των τουριστικά χαρακτηριστικών προϊόντων από την πλευρά των νοικοκυριών αντιπροσωπεύει τη ζήτηση που δημιουργείται από τον κατοίκους της χώρας αυτής και τις διακοπές τους εντός συνόρων, ενώ η ζήτηση από το κράτος σχετίζεται με δαπάνες από την πλευρά της κυβέρνησης, όπως για παράδειγμα η προβολή και η προώθηση του τουριστικού προϊόντος και τα έξοδα φιλοξενίας ξένων στη διάρκεια επίσκεψης και παραμονής τους στην Ελλάδα. Ανάλογα και οι επενδύσεις αφορούν στα χρήματα που δαπανώνται από τον δημόσιο, αλλά και τον ιδιωτικό τομέα για επενδυτικά έργα που ως στόχο έχουν τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και των παρεχόμενων υπηρεσιών στους επισκέπτες ενός τόπου.

Οι εξαγωγές, από την άλλη πλευρά προσδιορίζουν τη ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες από τους ξένους που επισκέπτονται την Ελλάδα, μέγεθος το οποίο, σε χρηματική αξία, αποτυπώνεται μέσα από τις ταξιδιωτικές εισπράξεις και τα έσοδα από την κρουαζιέρα. Έτσι μέσα από τις παραπάνω διευκρινήσεις η άμεση επίδραση του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας το 2010 προσδιορίζεται στα 15,2 δισεκ. ευρώ, η έμμεση στα 5,2 δισεκ. ευρώ και η προκαλούμενη σε 13,9 δισεκ. ευρώ. Έτσι, η συνολική επίδραση ανέρχεται σε 34,4 περίπου δισεκ. ευρώ, στοιχεία που κάνουν κάτι παραπώ από σαφές την σημαντικότητα του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, καθώς η συμβολή τους στο συνολικό ακαθάριστο προϊόντος της χώρας, ξεπερνά το 15%.

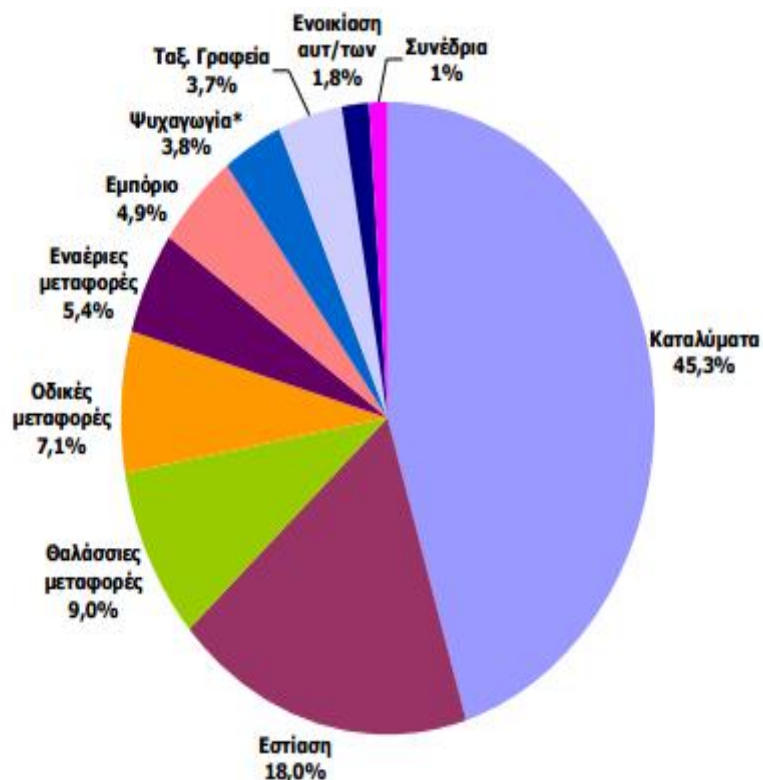
Διάγραμμα 2.1: Η επίδραση (άμεση, έμμεση, προκαλούμενη) του τουρισμού στο ΑΕΠ, της Ελλάδος.



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ Επεξεργασία: IOBE

Από τη συνολική επίδραση των 34,4 δισεκ. ευρώ στην ελληνική οικονομία, τα 32,4 δισεκ. προκύπτουν από την τουριστική δαπάνη, ενώ 1,9 δισεκ. ευρώ αποτελούν την επίδραση στο εγχώριο προϊόν από τις τουριστικές επενδύσεις. Σε όρους συνολικής επίδρασης στο ΑΕΠ αυτό αντιστοιχεί σε επιπλέον επίδραση μεγαλύτερη των 7 δισεκ. ευρώ σε σύγκριση με το 2010. Ακόμα, στη διαμόρφωση της άμεσης επίδρασης από την τουριστική δαπάνη, η μεγαλύτερη συνεισφορά προέρχεται από τις υπηρεσίες καταλύματος και δευτερευόντως από την εστίαση, με αποτέλεσμα οι δύο αυτές κατηγορίες να αποτελούν πάνω από το 30% της άμεσης επίδρασης του τουρισμού από την τουριστική δαπάνη (Διάγραμμα_4).

Διάγραμμα 2.2: Άμεση επίδραση στους συναφείς με τον τουρισμό κλάδους οικονομικής δραστηριότητας.



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ Επεξεργασία: IOBE

2.3 Επενδύσεις και επενδυτικά σχέδια πριν και μετά την κρίση στον ελληνικό τουρισμό.

Όπως αναφέρθηκε και πριν το προϊόν που προσδιόριζε μέχρι πρότινος τον ελληνικό τουρισμό «ήλιου και θάλασσας» που έχει μαζική απήχηση, αλλά μέτρια ποιότητα, χωρίς διαφοροποίηση από άλλους προορισμούς διακοπών της Μεσογείου πια δεν αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και η επένδυση σε διαφορετικά πεδία κρίνεται επιτακτική για το ελληνικό τουρισμό αν επιδιώκει να μετάσχει στο ανταγωνισμό που έχει οξυνθεί τουλάχιστον στην Μεσόγειο. Έτσι, η οικονομική βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος για την Ελλάδα είναι ανασφαλής καθώς δεν υπάρχουν ούτε οικονομίες κλίμακας, ούτε επαρκείς υποδομές υψηλής ποιότητας,

τόσο πριν όσο και μετά την κρίση. Σε ότι αφορά την αξιοποίηση της γης, τη δημιουργία υποδομών και το επενδυτικό πλαίσιο, υπάρχουν πολλά εμπόδια που δεν επιτρέπουν εκείνη τη μορφή ανάπτυξης που θα ικανοποιεί τις σύγχρονες δομές ζήτησης και τα νέα προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας, όπως για παράδειγμα Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης – ΠΟΤΑ, παραθεριστικές κατοικίες, μαρίνες, λιμάνια για κρουαζιερόπλοια κ.α. Ταυτόχρονα, οι περίπλοκες διαδικασίες αδειοδότησης και το διαρκώς μεταβαλλόμενο φορολογικό πλαίσιο αποθαρρύνουν τις επενδύσεις, οι οποίες το τελευταίο χρονικό διάστημα μετά την κρίση έχουν μεταβάλει προς τα πάνω του φορολογικούς συντελεστές. Η σύνδεση της Ελλάδας με τις νέες αναδύμενες και υπεράκτιες αγορές είναι περιορισμένη, ενώ τα σημεία εισόδου των τουριστών είναι ακριβές για τους αερομεταφορείς.

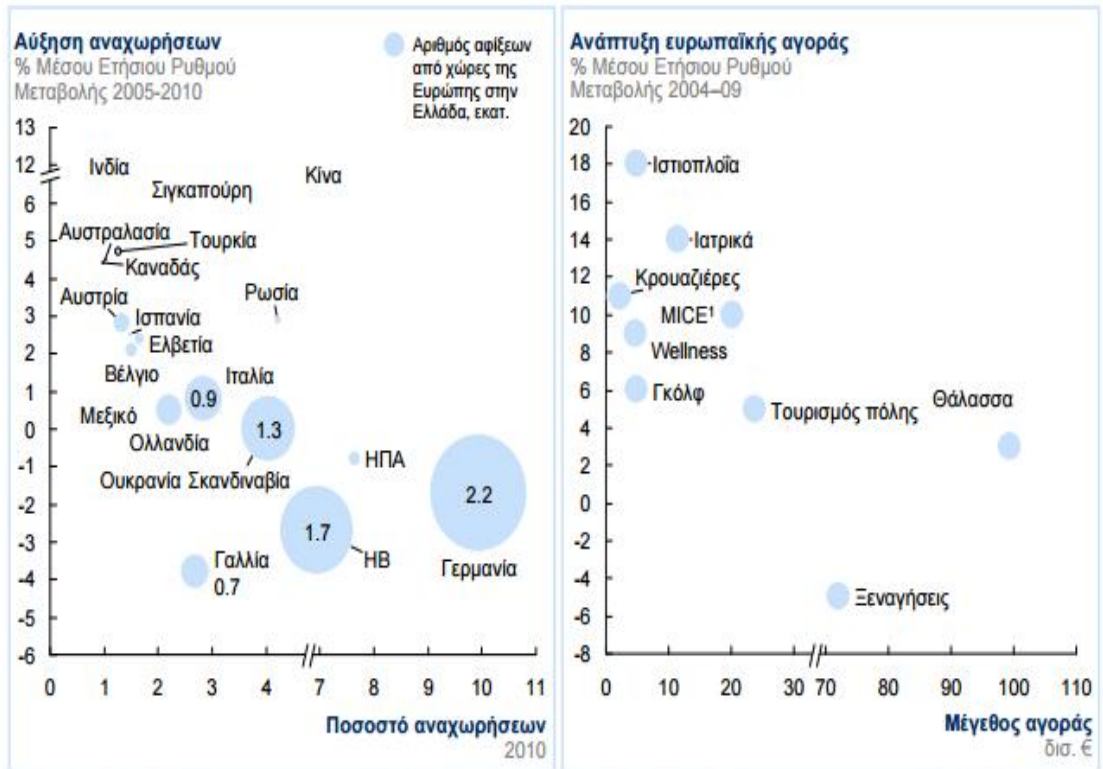
Από πλευράς επαγγελματικών δυνατοτήτων και τεχνογνωσίας, η Ελλάδα υστερεί στην ποιότητα και ποσότητα καταρτισμένων ανθρώπινων πόρων, καθώς και στο ακαδημαϊκό επίπεδο των επαγγελματιών του τουρισμού που αποφοιτούν από τις ελληνικές σχολές. Τέλος, απουσιάζει ένας αποτελεσματικός εθνικός οργανισμός, που να λειτουργεί στην βάση των αρχών που διέπουν την αγορά, προωθώντας αποτελεσματικά το ελληνικό τουριστικό προϊόν στο εξωτερικό.

Ακολουθούν δεκατρείς προτάσεις- στρατηγικές προτεραιότητες, ομαδοποιημένες σε τέσσερις θεματικές ενότητες που είναι δυνατόν να συμβάλουν στον περιορισμό των στρεβλώσεων που διέκριναν τον ελληνικό τουρισμό τόσο πριν όσο και μετά το ξέσπασμα της κρίσης:

- Επαναπροσδιορισμός της εμπορικής πολιτικής. Ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να επιδιώξει να κρατήσει τα μερίδιά του στις παραδοσιακές ευρωπαϊκές αγορές που είχε πάντα όπως αυτή του Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Σκανδιναβία, αυξημένη προτεραιότητα: Ιταλία, Γαλλία, Ολλανδία ενώ παράλληλα να υιοθετήσει μία στρατηγική διείσδυσης σε ανατασσομένης μεγάλες χώρες αγορές όπως για παράδειγμα η Ρωσία και Κίνα αλλά και στη αγορά των ΗΠΑ. Η εμπορική πολιτική θα πρέπει επίσης να επιδιώξει να αλλάξει το μίγμα των τουριστών και να στραφεί σε αυτές της κοινωνικές ομάδες των ανώτερων εισοδηματικών τάξεων, αυτό θα προκύψει μέσα από ποιοτικής αναβάθμισης του προϊόντος «ήλιου και θάλασσας» και της

επέκτασης του σε κρουαζιέρες, σε θαλάσσιο τουρισμό, και στην καθιέρωση της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης ως προορισμών για «αστικές αποδράσεις».

Διάγραμμα 2.3:Στρατηγική αγορών και προϊόντων: παρούσα κατάσταση και παρατηρούμενες τάσεις.



Πηγή: Euromonitor; WTCC

- Μέσα από την κατασκευή ποιοτικών υποδομών με παράλληλη επιτάχυνση των επενδύσεων. Προτεραιότητα πρέπει να υπάρξει μερισμός των εμποδίων για την ίδρυση παραθεριστικών κατοικιών και ΠΟΤΑ.
- Καλύτερη ποιότητα και διευκόλυνση πρόσβασης και μεταφορών. Η Ελλάδα πρέπει να δημιουργήσει σημεία επιπλέον σύνδεσης με τις αναδυόμενες και τις πιο απομακρυσμένες αγορές, αυτό θα προκύψει μέσα από την δημιουργία απευθείας πτήσεων και της άρσης ή αναθεώρησης διαδικασιών για την παροχή άδειας εισόδου.
- Ριζική αναβάθμιση των επαγγελματικών δυνατοτήτων και της τεχνογνωσίας. Η χώρα χρειάζεται τριτοβάθμια Πανεπιστημιακή Σχολή Τουρισμού με ισχυρές διεθνείς διασυνδέσεις, με αλλά επιστημονικά κέντρα και τουριστικά πρακτορεία παγκοσμίας κλίμακας

Μέχρι το 2021, ο τουρισμός έχει την δυναμική να δημιουργήσει επιπλέον 18 δισ. άμεση και έμμεση ΑΠΑ σε ετήσια βάση και να αυξήσει την απασχόληση κατά περίπου 220 χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας. Η θετική δημοσιονομική επίπτωση θα μπορούσε να φτάσει τα 3 δισ. ευρώ ενώ για το εμπορικό ισοζύγιο θα μπορούσε να προκύψει ένα όφελος κατά περίπου 9 δισ. ευρώ σε ετήσια βάση. (McKinsey&Company, 2011).

2.4 Στοιχεία ανταγωνισμού πριν και μετά την οικονομική κρίση.

2.4.1 Οι επιδόσεις των μεσογειακών χωρών.

Το γεγονός ότι παρατηρήθηκε επανεκκίνηση των διεθνών τουριστικών ροών μετά το ξέσπασμα της παγκοσμίας οικονομικής κρίσης του 2008-2009 φαίνεται να προκύπτει από την ανακοπή της ύφεσης στις παραδοσιακές οικονομικές δυνάμεις, τον δυναμισμό και την ενίσχυση των μεσαίων εισοδηματικών τάξεων που προέκυψαν από τις αναδυόμενων χωρών, καθώς επίσης και από την σημαντική πτώση στην τιμή του πετρελαίου. Στις Μεσογειακές χώρες τις τελευταίες σχεδόν δυο δεκαετίες, ο τουρισμός καταγράφει κατά γενική ομολογία μια ανοδική πορεία, που δεν διακρίνεται όμως από σταθερότητα όσον αφορά την ανάπτυξη του διακυμάνσεις, που προκύπτουν κατά κύριο λόγο από της πολιτικές συγκυρίες στην περιοχή αυτή όπως διακρίνεται και στο ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 2.2: Εξέλιξη αφίξεων τουριστών στις χώρες της Μεσογείου 2008-2014.

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

(*) TF = αφίξεις τουριστών στα σύνορα
TCE = αφίξεις σε συλλογικά καταλύματα
VF= αφίξεις επισκεπτών στα σύνορα

Πηγή: UNWTO, World Tourism Barometer, Vol 13, June 2015- UNWTO, Tourism Highlights, 2015 Edition

Στο παραπάνω πίνακα δεν θα μπορούσε να μην επισημανθεί η διαρκής ανοδική πορεία της Τουρκίας τα τελευταία χρόνια μετά την κάμψη του 2006, και τη σχετική άνοδο των αφίξεων σε προορισμούς της ζώνης του ευρώ όπως αυτές καταγράφονται σε χώρες όπως η Ισπανία, η Ιταλία, η Κύπρος, η Μάλτα μετά το 2011. Άνοδος καταγράφεται και στην χώρας της πρώην Γιουγκοσλαβίας όπως την Κροατία και την Σλοβενία, αλλά και στην χώρες της Β. Αφρικής όπως το Μαρόκο, ενώ ο εισερχόμενος τουρισμός στην Αίγυπτο και στην Τυνησία έχει πληγεί από τη διαρκή πολιτική αστάθεια. Η Ελλάδα διατηρεί σε γενικές γραμμές τη θέση της ανάμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, έπειτα από την Ισπανία και την

Ιταλία. Τα τελευταία χρόνια, όμως, δέχεται σημαντική πίεση και ειδικότερα από την Τουρκία, όπως απεικονίζεται και στον συγκεντρωτικό πίνακα 6 καθώς.

Πίνακας 2.4: Δείκτης Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού και Ταξιδιών για την Ελλάδα (WEF)

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

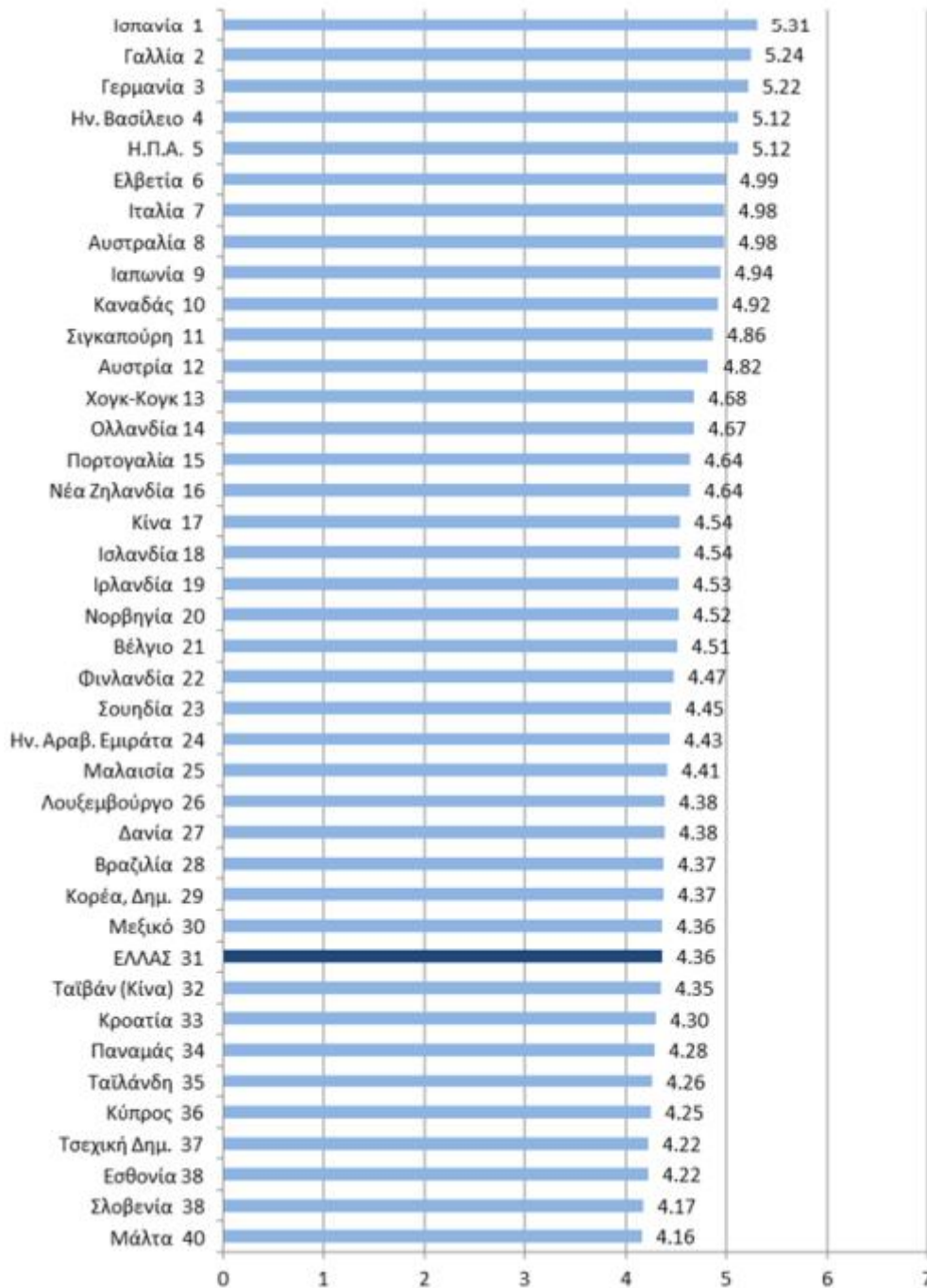
Πηγή: WEF, *The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2009, 2011, 2013, 2015.*

Θα πρέπει όμως να γίνει κατανοητό το γεγονός ότι η προηγηθείσα παρατεταμένη κάμψη της εισροής τουριστών στην Ελλάδα για το χρονικό διάστημα από το 2009 έως και το 2012 αποτέλεσε χαμηλό σημείο έναρξης για την σύγκριση,

στοιχείο το οποίο εξηγεί και τα σημαντικά μεγέθη της αύξησης που κατάγραψε, χαρακτηριστικά η ΕΛΣΤΑΤ, στις αφίξεις τουριστών προς τη Ελλάδα στη διάρκεια του 2013 αύξηση κατά 15,5%, και του 2014 αύξηση κατά 23%.

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

Διάγραμμα 2.4: Κατάταξη χωρών ως προς την ανταγωνιστικότητα στο τουρισμό.



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

Οι σύγχρονες τάσεις που επικρατούν στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον και οι έντονες ανταγωνιστικές συνθήκες επιτάσσουν, αφενός, ανανέωση και

διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και, αφετέρου, αναπροσανατολισμό προς τμηματοποιημένες αγορές και αναζήτηση νέων τμημάτων αγοράς, επανατοποθέτηση του προορισμού στη διεθνή αγορά, αξιοποίηση ευκαιριών και εξειδικευμένη στόχευση των δράσεων προώθησης. Η επισήμανση αυτή αφορά τόσο στις τουριστικές επιχειρήσεις όσο και στους δημόσιους φορείς, κεντρικούς ή τοπικούς, που διαχειρίζονται τους επιμέρους προορισμούς. Οι πολιτικές εξελίξεις των τελευταίων ετών και οι διατηρούμενες εστίες αναταραχής στις χώρες της Β. Αφρικής, όπως στην Τυνησία και τη Λιβύη, στη Μέση Ανατολή στη Συρία και το Ισραήλ θα έχουν πιθανόν πρόσκαιρα θετικές επιπτώσεις στον ελληνικό τουρισμό, οι οποίοι παρέχουν καλύτερο περιβάλλον για την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων. Ανάλογες διακυμάνσεις θα εμφανίζονται και στο μεσοπρόθεσμο μέλλον. Αλλά οι ενδεχόμενες αναφλέξεις στις περιοχές πολιτικών, εθνοτικών ή θρησκευτικών συγκρούσεων δεν θα ευνοούν πάντοτε ή δεν θα αφήνουν αλώβητο τον ελληνικό τουρισμό, όπως έχει δείξει και το σχετικά πρόσφατο παρελθόν. (UNWTO, 2015).

2.4.2 Η κατάταξη της Ελλάδας ως προς τη διεθνή ανταγωνιστικότητα στον τομέα του τουρισμού.

Είναι δεδομένο όπως καταγράφεται και σε επίσημα στοιχεία ότι τα τελευταία χρόνια ο ελληνικός τουρισμός έχει απολέσει θέσεις σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον. Το γεγονός αυτό είναι φανερό τόσο στους πίνακες κατάταξης του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) που αναφέρονται στις αφίξεις και στις εισπράξεις κάθε χώρας όσο και στην πιο πρόσφατη έκδοση της ετήσιας έκθεσης για την ανταγωνιστικότητα στον τομέα του τουρισμού και των ταξιδιών του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ. (World Economic Forum, 2015).

Στην πρώτη θέση ως προς τον γενικό δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού και ταξιδιών στην Έκθεση του 2015 βρίσκεται για πρώτη φορά η Ισπανία, ακολουθούμενη από τη Γαλλία και τη Γερμανία δίγραμμα (11). Η Ελλάδα, σύμφωνα, έρχεται μόλις 31η, σε σύνολο 141 χωρών και 18η στην Ευρώπη, βελτιώνοντας ελαφρά τη θέση της, δεδομένου ότι το 2013 ήταν 32η αλλά επί 140 χωρών.

Η γενική επίδοσή της είναι μάλιστα αρκετά μειωμένη σε σύγκριση με την Έκθεση του 2009 4,91 μονάδες, με άριστα το 7, αλλά και του 2013 (4,36 μονάδες έναντι 4,8, όπως φαίνεται και στον σχετικό πίνακα 2. Είναι χαρακτηριστικό ότι η

θέση που καταλαμβάνει η χώρα μας στην κατάταξη του WEF υστερεί σημαντικά σε σύγκριση τόσο με τη θέση που κατέχει στην παγκόσμια κατάταξη του UNWTO για το έτος 2013 ως προς τον αριθμό τουριστικών εισπράξεων 19^η θέση όσο και ως προς τον αριθμό αφίξεων 16^η θέση. Ο γενικός δείκτης ανταγωνιστικότητας του WEF για τον τουρισμό στην έκθεσή του 2015, η οποία καταγράφει την τάση για το 2014, αποτελεί τη συνισταμένη 90 επιμέρους ειδικών δεικτών, οι οποίοι υπάγονται σε 14 «πυλώνες», που κι αυτοί με τη σειρά τους ομαδοποιούνται σε τέσσερις ενότητες. Οι ενότητες αυτές έχουν αναδιαρθρωθεί σε σχέση με εκείνες που υπήρχαν στις προηγούμενες εκθέσεις, με αντίστοιχη ανακατανομή των επιμέρους δεικτών. Εξετάζοντας τους 14 βασικούς δείκτες διαπιστώνετε ότι εκεί όπου τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας εμφανίζονται να είναι ισχυρότερα είναι η υγιεινή και η περιθαλψή. Το 2015 οι τουριστικές υποδομές έχουν υποχωρήσει στη 12^η θέση με 6,09 μονάδες. Την 5^η θέση είχε ως προς τον ίδιο δείκτη και το 2009, αλλά τότε καλύτερη θέση είχε ως προς την «Προτεραιότητα του τουρισμού» 3^η θέση. Σε αντιδιαστολή τις χειρότερες θέσεις καταλαμβάνει η χώρα μας στην ανταγωνιστικότητα των τιμών 113^η θέση, βελτιωμένη ωστόσο ως προς την κατάταξη της προηγούμενης Έκθεσης 127^η θέση, και στο επιχειρηματικό περιβάλλον 104^η θέση. Ο δείκτης «ανταγωνιστικότητα των τιμών» παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον και στηρίζεται στη στάθμιση τεσσάρων υπο-δεικτών: φόροι εισιτηρίων και επιβαρύνσεις αεροδρομίων, δείκτης τιμών ξενοδοχείων, ισοδυναμία αγοραστικής δύναμης (PPP) και επίπεδα τιμής καυσίμων. Η Ελλάδα βρίσκεται στη 113^η θέση ως προς τον δείκτη αυτόν, η σχετική κατάταξη, ωστόσο, θα μπορούσε να έχει και διαφορετική. Συγκεκριμένα, αρκεί να σημειώσουμε ότι στην κορυφή της κατάταξης των «ανταγωνιστικών» τιμών βρίσκεται το Ιράν, ακολουθούμενο κατά σειρά από την Αίγυπτο, την Ινδονησία και την Υεμένη, χώρες εξαιρετικά επισφαλείς και μάλλον μη δημοφιλείς προορισμοί, τουλάχιστον για το άμεσο χρονικό διάστημα.

Στο αντίθετο άκρο, συναντάμε κατά σειρά την Αυστραλία, τη Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τελευταία, στην 141^η θέση, την Ελβετία, με άλλα λόγια, από τον «φθηνότερο» μεν αλλά απωθητικό προορισμό προς τον «ακριβότερο» αλλά δημοφιλή. Εάν αντιστραφεί η σειρά, από την «ακριβότερη» προς τη «φθηνότερη» χώρα, τότε η Ελλάδα κατέχει την 29^η θέση. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι η τιμολόγηση στην Ελλάδα είναι σε σχετικά ικανοποιητικό επίπεδο ως προς τις επιπτώσεις στην προσέλκυση τουριστών, δεδομένου ότι οι τιμές των τουριστικών

υπηρεσιών δεν στέκονται εμπόδιο ώστε να παραμείνει είναι δημοφιλής προορισμός. Πάντοτε παρόλα αυτά θα υπάρχουν περιθώρια μείωσης των τιμών που αν συνδυαστούν με την αναβάθμιση μπορεί να συμβάλουν στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας. Τα προαναφερθέντα σαφώς θα επηρεάζονται και είναι συνάρτηση του μείγματος που αποτελούν τα κόστη, οι φορολογικές και ασφαλιστικές επιβαρύνσεις και το επιδιωκόμενο ποσοστό επιχειρηματικού κέρδους.

Θα πρέπει ολοκληρώνοντας την ενότητα να επισημάνουμε ότι τα κριτήρια με τα οποία έχει γίνει η βαθμολόγηση των επιμέρους δεικτών δεν είναι σε όλες τις περιπτώσεις υπολογίσιμα ούτε και απολύτως αντικειμενικά, γεγονός που σχετικοποιεί τόσο την ακρίβεια της μεθοδολογίας που χρησιμοποιήθηκε από το WEF όσο και την ασφάλεια των συμπερασμάτων που μπορούν να προκύψουν από αυτήν. Ως συμπέρασμα μπορεί να ειπωθεί ότι, προκειμένου να κατοχυρώσουμε και τελικά να βελτιώσει τη θέση της η Ελλάδα στον διεθνή τουριστικό ανταγωνισμό, δεν μπορεί να επαναπαύεται στην καλή επίδοση ως προς το γενικό αριθμό αφίξεων τουριστών στα σύνορα της. Μια σειρά από ανταγωνιστικούς παραδοσιακούς και αναδυόμενους προορισμούς διεκδικούν ήδη να αποσπάσουν μεγαλύτερα μερίδια από τη διεθνή τουριστική αγορά, αμφισβητώντας έτσι την έως τώρα σχετικά ικανοποιητική της τοποθέτηση. Απαιτείται επανατοποθέτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στη διεθνή αγορά, με αναβάθμιση, διαφοροποίηση και εμπλουτισμό της προσφοράς και, παράλληλα, με τη χάραξη μεσο- μακροπρόθεσμης στρατηγικής μάρκετινγκ, με εξειδικευμένους στόχους ανά αγορά και στοχεύεις σε εισοδηματικά υψηλότερες κοινωνικές ομάδες. (*World Economic Forum, 2013*).

Πίνακας 2.5: Δείκτης Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού και Ταξιδιών για την Ελλάδα (WEF)

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

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο: Στρατηγικές αντιμετώπισης

3.1 Επιπτώσεις της οικονομικής τουριστικής πολιτικής κατά την περίοδο της οικονομική κρίσης.

Οι σημαντικότερες απώλειες από τουριστικά εσόδων, ανάμεσα στις ων μεσογειακές χώρες, παρουσίασε η Ελλάδα στο πρώτο τρίμηνο του 2009, σε στοιχεία που παρουσίασε το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ). αναλυτικότερα, παρουσίασε μείωση εσόδων κατά 18,2%, έχοντας απώλειες αφίξεων που έφτανε το 7,3%. Για το 2014, η εκτίσεις ήταν ότι οι αφίξεις αναμένεται να ξεπεράσουν τα 17 εκατομμύρια, ενώ το οκτάμηνο Ιανουαρίου-Αυγούστου του 2014, η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση αυξήθηκε κατά 14,7%, οι δε καθαρές τουριστικές εισπράξεις αυξήθηκαν κατά 18% περίπου. Μάλιστα μέχρι το 2021, η Άμεση Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία του τουρισμού είτε αυτή προκύπτει από άμεση και έμμεση συνεισφορά έχει την δυνατότητα να αυξηθεί κατά 17 δισ. ευρώ και να φτάσει τα 44 δισ. ευρώ, ενώ ταυτόχρονα έχει την δυνατότητα παράλληλα να δημιουργήσει 300.000 άμεσες και έμμεσες θέσεις εργασίας. Στα πλαίσια όμως του γεγονότος του εκσυγχρονίσουν στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν και στον εμπλουτισμό του στη βάση των νέων επιταγών της τουριστικής ζήτησης.

Τα μεγαλύτερα και σημαντικότερα αεροδρόμια της χώρας έδειχναν δέχονται τις επιπτώσεις της διεθνούς οικονομικής κρίσης είδη από τις αρχές του 2009. Σε μια παρατήρηση των στοιχείων που παρουσίασε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) για τις αφίξεις εξωτερικού στα αεροδρόμια την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2009 δείχνει πως τα προειδοποιητικά σημάδια ήταν φανερά από το 2008, αλλά δεν δόθηκε η απαιτούμενη προσοχή από τους υπευθύνους. Στους δύο πρώτους θερινούς μήνες του 2008 είχε καταγραφεί πτώση της επιβατικής κίνησης που έφτανε το 1,5% έναντι του 2007, ενώ η αντίστοιχη περίοδος του 2009 ξεκίνησε με υποχώρηση 7,1%. Για το Ηράκλειο Κρήτης, το δεύτερο μεγαλύτερο αεροδρόμιο της Ελλάδας σε επιβατικής κίνησης, εμφάνισε στην περίοδο Ιουνίου-Ιουλίου παρουσίασε πτώση κατά το 11%, ενώ από την αρχή του χρόνου οι απώλειες υπολογίζονται στο 10%. Το «Ελευθέριος Βενιζέλος» της Αθήνας καταγράφει απώλειες 7% στο επτάμηνο του 2014, ενώ για την περίοδο Ιουνίου-Ιουλίου

κατέγραψε ελάχιστα θετικό πρόσημο. Με βάση τα προσωρινά στοιχεία του ΣΕΤΕ καταγράφεται μικρή αύξηση 0,8% στις αφίξεις εξωτερικού για το αεροδρόμιο της Αθήνας. Το «Μακεδονία» της Θεσσαλονίκης δεν διαχωρίζει τους επιβάτες με βάση την προέλευσή τους, αν έρχονται δηλαδή από το εξωτερικό ή από κάποια άλλη πόλη της Ελλάδας. Παρόλα την διάκριση αυτή, τα στοιχεία είναι συγκεντρωτικά καταγράφουν πτώση 8% από την αρχή του χρόνου και 9% του μήνες Ιούλιο–Ιούνιο. Μέσα από εκπτωτικές διαδικασίες που προσέφερε το υπουργείο μεταφορών, στα τέλη που καταβάλλουν οι αεροπορικές εταιρείες για τη χρήση των περιφερειακών αεροδρομίων πέτυχε μια μικρή αύξηση στην επιβατική κίνηση των περιφερειακών αεροδρομίων. Παρόλα αυτά τα περιφερειακά αεροδρόμια που περιλαμβάνονται στους υπολογισμούς του ΣΕΤΕ εμφανίζουν πτώση που αγγίζει το 26% για τη Χίο και το 23,5% για την Κεφαλονιά. Από την άλλη πλευρά η Σαντορίνη, η Κέρκυρα και η Κως βρίσκονται επίσης αντιμέτωπες με την ύφεση και την αναμονή ανάκαμψης στους μήνες που απομένουν έως το τέλος της χρονιάς μάλλον αποτελεί, τελικά, χάσιμο χρόνου.

Τα αιτία του προβλήματος εντοπίζονται στις αεροπορικές εταιρείες έκαναν περικοπές στα δρομολόγια με το κόψιμο δρομολογίων σε προορισμούς που δεν παρουσίαζαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον από εμπορική άποψη είτε με περικοπές στις παρεχόμενες θέσεις. Στην πράξη αυτό σήμαινε πως είτε δρομολογήθηκαν σε κάποιες γραμμές αεροσκάφη μικρότερης χωρητικότητας ή, το συνηθέστερο, περιοριστική η συχνότητα και τον δρομολογίων.

Αποτέλεσμα αυτών των πολιτικών ήταν να περίοστεα σημαντικά και ο αριθμός των πτήσεων που εξυπηρετούν όχι μόνο τα ελληνικά, αλλά το σύνολο των ευρωπαϊκών αεροδρομίων. Βάση στοιχείο που προέρχονται ευρωπαϊκό τομέα του Διεθνούς Συμβουλίου Αεροδρομίων, η πτώση στον πλήθος των επιβατών που εξυπηρετήθηκαν από 110 αεροδρόμια της άγγιξε το 10% στο πρώτο εξάμηνο του 2009. Τη μεγαλύτερη μείωση δεχτήκαν τα αεροδρόμια που εξυπηρετούν 10-25 εκατ. επιβάτες και στα οποία συνυπολογίζεται και το «Ελευθέριος Βενιζέλος». (Μουμούρης, 2009)

Στοιχεία του Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.), στο 14,5% η περιορίστηκαν οι συναλλαγματικές εισπράξεις λόγω του περιορισμού και των πολιτικών των αφίξεων ξένων επισκεπτών στα περιφερειακά αεροδρόμια της

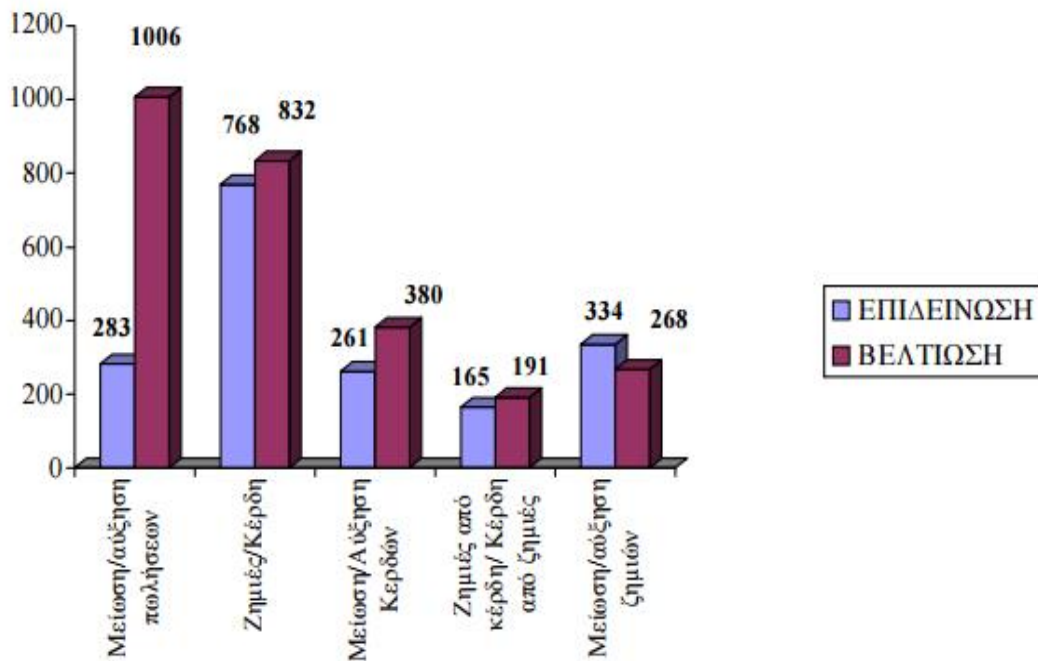
χώρας και τον Ιούλιο. Το ινστιτούτο παρόλα αυτά εξέφρασε την αισιόδοξο ότι η υποχώρηση θα παραμείνει σε μονοψήφια επίπεδα για το σύνολο του 2014, με την υπόθεση ότι ο Αύγουστος θα ακολουθήσει την τάση που έχει διαμορφωθεί. Παράλληλα, θεωρεί ενθαρρυντικό το γεγονός ότι οι αφίξεις ξένων επισκεπτών στο διεθνές αεροδρόμιο της Αθήνας αυξήθηκαν τον Ιούλιο, κατά 7,6%. Περισσότερο «ανθεκτικοί» προορισμοί αναφέρονται η Ρόδος, η Σκιάθος και η Ζάκυνθος, με υποχώρηση των αφίξεων στο 3% για τα δύο πρώτα νησιά και 5,5% για το τελευταίο. Περισσότερο πλήττονται Χίος με πτώση στο 26,3%, η Κεφαλονιά στο -23,6%, η Σάμος στο -14,1% και Χανιά στο -13,4%. Υποχώρηση κατά 20% παρουσιάζει η άφιξη Ρώσων τουριστών στη Χαλκιδική, ενώ κατά 50% και 35% έχουν περιοριστεί η άφιξη των Γερμανών και Βρετανών στο Ηράκλειο.

Όσον αφορά στους Έλληνες τουρίστες, φαίνεται ότι επιλέγουν να κάνουν διακοπές περιορίζοντας την διάρκεια τους σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων παρουσιάζει πτώση που ξεπερνούν σε ορισμένες περιοχές και το 20%. Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις τουριστικές βιομηχανίες και των γειτονικών χωρών, είναι ευδιάκριτη. Οι αφίξεις τουριστών από την αρχή του έτους έχουν περιορίστηκε κατά 18,2% στο Ισραήλ, 11,5% στην Ισπανία και 10,8% στην Κύπρο. Οριακή είναι πάντως η πτώση των αφίξεων στην Τουρκία - 0,9%, ενώ αυξήθηκαν οι αφίξεις στο Μαρόκο και στην Τυνησία, κατά 9% και 0,9% αντίστοιχα. οι συναλλαγματικές εισπράξεις και σε αυτές τις τρεις χώρες παρόλα αυτά έχουν περιοριστεί. Οι δυσοίωνες προβλέψεις επιβεβαιώθηκαν, καθώς η μείωση της τουριστικής κίνησης από το εξωτερικό συνεχίστηκε και τον Αύγουστο του 2009, ενώ οι πολιτική των μειωμένων τιμών που παρείχαν οι ξενοδόχοι στους tour operator προσδιόρισαν χαμηλή βάση ενόψει των διαπραγματεύσεων στα μελλοντικά συμβόλαια και ειδικά του επόμενου χρόνου 2010 που ακολούθησε. Με σχετική σιγουριά, πλέον, κορυφαίοι παράγοντες της τουριστικής αγοράς υπολόγισαν την επόμενη χρόνια ότι οι αφίξεις ξένων θα είναι περιορισμένες κοντά στο 10%. Υποχώρηση της τάξης του 15% αναμένεται να εμφανίσουν οι συνολικές εισπράξεις της χώρας, ενώ τα έσοδα των τουριστικών επιχειρήσεων αναμένεται ότι θα υποχωρήσουν κοντά στο 20%. Σε απόλυτους αριθμούς υπολογίζεται ότι φέτος θα έλθουν τελικά στη χώρα μας περίπου 1,5 εκατ. λιγότεροι ξένοι τουρίστες, η ελληνική οικονομία θα απολέσει κοντά στο 1,7 δισ. ευρώ έσοδα, ενώ οι περίπου 9.500 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της χώρας υπολογίζεται ότι θα λάβουν φέτος περί τα 1,2

δισ. ευρώ λιγότερα χρήματα. Ιδιαίτερη ανησυχία προκαλεί το γεγονός ότι ο περιορισμός των εσόδων των επιχειρήσεων είναι διπλάσια σε σχέση με τον περιορισμό των αφίξεων. Στοιχείο που στην πράξη σημαίνει ότι για να έλθουν αυτοί οι λιγότεροι ξένοι, οι ξενοδόχοι χρειάστηκε να δώσουν «σημαντικές προσφορές στους tour operator.

Παράλληλα η Ελλάδα χάνει από πολλές διαφορετικές κατηγορίες πελατών. Οι μεν πλούσιοι δεν την προτιμούν πλέον, καθώς τη θεωρούν χαμηλού επιπέδου για τα επίπεδα πολυτέλειας που θέλουν να ικανοποιήσουν. Από την άλλη πλευρά, την αποφεύγουν ολοένα περισσότεροι ξένοι πελάτες μεσαίων οικονομικών δυνατοτήτων, καθώς τη θεωρούν υψηλού κόστους προορισμό. Ισχυροί επιχειρηματίες του χώρου καθώς και γνώστες της αγοράς υπολογίζουν ότι ο ελληνικός τουρισμός «θα ξαναγίνει μια κερδοφόρα επιχείρηση το επόμενο χρονικό διάστημα». Μέχρι τότε, όμως, οι χιλιάδες επιχειρήσεις που ζουν άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό θα καλούνται να επιβιώσουν σε ένα περιβάλλον που χαρακτηρίζεται ως εχθρικό για μία τουλάχιστον την επομένη διετία τουλάχιστον. Μία και μόνη δύσκολη χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό ήταν αρκετή για να αποδειχθεί ότι οι τουριστική στρατηγική και πολιτική της Ελλάδας στηρίζεται σε σαθρά θεμέλια. Με περιορισμό των εσόδων πάνω από το 20% τη φετινή χρονιά, η βασική κινητήριος δύναμη της τουριστικής βιομηχανίας τα ξενοδοχεία δυσλειτουργούν επικίνδυνα και δεν είναι δεδομένο ότι αν θα καταφέρουν να επιβιώσει στην οικονομική κρίση που διανύει η Ελλάδα. Χαρακτηριστικό είναι το στοιχείο ότι το 2008 σημειώθηκε μείωση των αφίξεων κατά 3,2% και των διανυκτερεύσεων κατά 3,5% σύμφωνα με μελέτη της Hellastat ΑΕ.

Διάγραμμα 3.1: Η πορεία του κλάδου ξενοδοχειακών επιχειρήσεων



Πηγή: www.hellastat.eu

(Λίτσας, 2009)

3.2 Μέτρα ανασχέςεις των πολιτικών αυτών από τους εμπλεκόμενους φορείς στον τουρισμό.

Αρκετοί είναι αυτοί που προτονίσουν ότι ο ελληνικός τουρισμός θα πρέπει να στέφει προς την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Σε αυτό το σημείο κρίνεται απαραίτητο να προσδιορίσει τι είναι βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη σε σύγκριση με αυτή του μαζικού τουρισμού. Θα πρέπει να γίνει σαφές ότι η επιλογή της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, αυτόματα προσδιορίζει και τον αποκλεισμό των χαρακτηριστικών που προσδιορίζουν τον μαζικού τουρισμό, τόσο από την πλευρά της προσφοράς, όσο και της ζήτησης. Η βιασύνη τουριστική ανάπτυξη στηρίζεται σε μη εντατικές παρεμβάσεις και δραστηριότητες, θέτοντας την ποιότητα ως προτεραιότητα και εναντιώνεται στην ποσότητα. Αναλυτικότερα θα μπορούσε να ειπωθεί ότι περιγράφεται από:

α) Υποδομές που υποστηρίζουν το τουριστικό ρεύμα σε λογικά μεγέθη.

β) Τουριστική κίνηση που θα είναι σαφώς μικρότερου όγκου από την αντίστοιχη των τυπικών τουριστικών.

Το παράδειγμα των ανεπτυγμένων τουριστικά περιοχών, αναδεικνύει καταρχήν χωρικά, το ζήτημα της υπερβολικής συγκέντρωσης της τουριστικής προσφοράς και χρονικά, την ανισοκατανομή της τουριστικής ζήτησης που χαρακτηρίζεται από την έντονη εποχικότητα και σε να πλαίσιο που η Ελλάδα προσπαθεί να αποξαρτηθεί από την προσέγγιση ήλιο και θάλασσα. Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη προωθεί την χωρο-χρονική ισοκατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, με τέτοιο τρόπο ώστε να ελαχιστοποιούνται οι δυσμενείς επιπτώσεις που προσδιορίζονται ως περιβαλλοντικές, κοινωνικές κ.α., από την υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας του εκάστοτε τουριστικού πόλου και παράλληλα να διασφαλίζεται η ύπαρξη και κατασκευή κρίσιμων πυρήνων εξυπηρέτησης και διάχυσης της τουριστικής κίνησης. Ο βιώσιμος τουρισμός μέσα από την διαχείριση του τουριστικού προϊόντος συνιστά κατεξοχήν παράγοντα διασφάλισης του ήπιου και βιώσιμου χαρακτήρα της τουριστικής ανάπτυξης, από τον προσδιορισμό του αποβλέπει στην ισορροπία των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών παραμέτρων και αναγκών.

Το τρίπτυχο της αειφορίας, οικονομική αποτελεσματικότητα, κοινωνική δικαιοσύνη και προστασία περιβάλλοντος, εξασφαλίζει την τουριστική ανάπτυξη ως βιώσιμη αλλά και ωφέλιμη σε μακροπρόθεσμη βάση μέσα από το πλαίσιο ότι η φυσική πόροι δεν είναι ανεξάντλητη. Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει ότι:

- Ότι ο αρχικός σχεδιασμός και εν συνεχεία η διαχείριση των πόρων, αποκλείουν φαινόμενα υπέρβασης της εν λόγω “οροφής”.
- Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός κ.α., σαφώς και περιλαμβάνονται στο μοντέλο που περιγράφει την βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθόσον είναι δραστηριότητες που δεν λαμβάνουν εντατική μορφή και χαρακτηρίζονται ως περιβαλλοντικά φιλικές.

Ένα σημαντικό στοιχείο διασφάλισης της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, είναι η κατασκευή του απαραίτητου θεσμικού και ρυθμιστικού πλαισίου επί θεμάτων όπως:

- Προδιαγραφές έργων.
- Ζώνες δραστηριοτήτων και επιλεγμένες τοποθεσίες.
- Ειδικές ζώνες περιβαλλοντικής προστασίας.
- Διατήρηση Πολιτιστικού αποθέματος .
- Αναγκαίες μελέτες.
- Μηχανισμοί.
- Φορείς στήριξης, παρακολούθησης και ελέγχου.
- Επιχειρηματικά κίνητρα.
- Χωροταξικός και πολεοδομικός σχεδιασμός
- Ρύθμιση χρήσεων γης.
- Διατήρηση της τοπικής αρχιτεκτονικής και φυσικού περιβάλλοντος.
- Λοιπά γενικά πλαίσια.
- Πρότυπα.

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη γίνεται πράξη σε ένα πρώτο στάδιο μέσα από ένα μελετημένο σχεδιασμό, αλλά κυρίως με ενέργειες μεσομακροπρόθεσμης εφαρμογής. Ο συστηματικός προγραμματισμός ενεργειών και πρωτοβουλιών, ο συντονισμός των εμπλεκόμενων, η σταδιακή παρέμβαση και η αξιολόγηση/αξιοποίηση της ενδιάμεσης εμπειρίας από κάθε ολοκληρωμένο στάδιο, είναι διαδικασίες απαραίτητες και προαπαιτούμενες.

Η ταχεία και απρογραμμάτιστη παρέμβαση αυξάνει τις πιθανότητες βλάβης των πόρων οι οποίοι αποτελούν μία ευρύτερη ενότητα ελκυστική από τουριστικής απόψεως περιβαλλοντική πολιτισμική κ.α. Το κατά πρότιμηση περιορισμένο μέγεθος των παρεμβάσεων, που διασφαλίζει την ηπιότητα και αποτρέπει την υπερβολή και δεν αποκλείει το προαπαιτούμενο της οικονομικής αποτελεσματικότητας.

Οι υποδομές θα πρέπει να είναι ικανού μεγέθους και ανταποδοτικότητας, η χωρική παρεμβάσεις να μην οδηγούν πρακτικά σε κατακερματισμό και σπατάλη πόρων, οι επενδύσεις να δημιουργούν ευκαιρίες απασχόλησης σε όλα τα στάδια υλοποίησης και γενικά ο συνολικός σχεδιασμός να δημιουργεί προστιθέμενη αξία σε τοπικό επίπεδο.

Οι ώριμες τουριστικά περιοχές, εκτός από τη «συμφόρηση» παρουσιάζουν και λόγω υπερβάλλουσας προσφοράς μεγάλο μέγεθος και συγκέντρωση υποδομών και

καταλυμάτων και χωρικής ανισοκατανομής προσφοράς, παρουσιάζουν μια παράλληλη «ατέλεια», αυτήν που σχετίζεται με τη ροή της ζήτησης.

Είναι προφανές ότι η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη δε υπάρχει, όταν το μέγεθος της τουριστικής κίνησης ξεπερνά την ικανότητα του τόπου φιλοξενεί και τουριστικού προορισμού. Κατά συνέπεια, από πλευράς σχεδιασμού, η προοπτική τουριστικής ανάπτυξης μια περιοχής με τρόπο ήπιο, απαιτεί σε ένα πρώτο επίπεδο μέτρα ελέγχου της ζήτησης τόσο από πλευράς όγκου τουριστών, όσο και από πλευράς χρονικής κατανομής περιορισμού της εποχικότητας, αλλά και προγραμματισμένη προβολή με κριτήρια επάρκειας των υποδομών, αντοχής του φυσικού περιβάλλοντος και βούλησης φυσιολογικής ζήτησης.

Ολοκληρώνοντας αυτή την ενότητα η ελκυστικότητα ενός τουριστικού προορισμού, προκύπτει ανάμεσα στα αλλά και από τη φήμη που δημιουργεί το τοπικό, υπάρχον και εν δυνάμει, συγκριτικό πλεονέκτημα. Άρα η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, προϋποθέτει τη συστηματική διαφύλαξη του τοπικού πλεονεκτήματος, με έμφαση στην πρόληψη του εκφυλισμού και την απαξίωσης του. Στοιχεία τα οποία είναι συνυφασμένα και απαντώνται στις περιπτώσεις του μαζικού τουρισμού. (http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/meleti_B_fasi_kriti.pdf).

3.3 Προβολή ελληνικού τουρισμού κατά την περίοδο της οικονομική κρίσης.

Τα 16.000 χιλιόμετρα ακτογραμμής, τα πάνω από 6.000 νησιά και με εδραιωμένη πλέον θέση στην παγκόσμια αγορά τουρισμού, η Ελλάδα παρουσιάζει σημαντικές επενδυτικές ευκαιρίες στο κλάδο του τουρισμού. Το γεγονός ότι η Ελλάδα συγκαταλέγεται σε έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για καλοκαιρινές διακοπές σε συνδυασμό με την προσφορά για ελκυστικές προτάσεις για θεματικό τουρισμό όλο τον χρόνο, αποτελεί ένα στοιχείο που προφανώς θα πρέπει να αναδειχτεί από τους μετέχοντες στην στρατηγική οργάνωση του. Αν σε αυτά τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της συνυπολογιστούν, η πλούσια πολιτισμική κληρονομιά, η φυσική ομορφιά του τόπου και η γεωγραφική ποικιλομορφία που προσελκύουν τα τελευταία χρόνια σημαντικές επενδύσεις στον κλάδο του τουρισμού, ενισχύοντας την εικόνα της Ελλάδας αφενός ως τουριστικού προορισμού παγκόσμιου βεληνεκούς, και αφετέρου ως τουριστική αγορά με εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες.

Τα στοιχειά όμως αυτά δεν αρκούν και κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, ο τουρισμός στην Ελλάδα υπήρξε από τους βασικούς πυλώνες ανάπτυξης, με σημαντική συμβολή στην αγορά εργασίας, παρουσιάζοντας συνεχή αύξηση στα έσοδα και στις αφίξεις επισκεπτών, καθοδηγούμενη από:

- Τη συνεχή προσπάθεια της ελληνικής κυβέρνησης και των τουριστικών επιχειρήσεων να αναβαθμίσουν τα προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα και τα προβάλλουν με τον καλύτερο τρόπο.
- Την ανάπτυξη νέων και σημαντικών αγορών για την Ελλάδα όπως η Ρωσία, το Ισραήλ, η Τουρκία και η Κίνα, μέσα από διαρκή προβολή του τουριστικού προϊόντος στα εκεί τουριστικά πρακτορεία. Την παρούσα χρονική στιγμή, ο τουριστικός κλάδος στο πλαίσιο μιας νέας πρωτοβουλίας στρατηγικής αναβάθμισης, προβάλλει την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, και στην προσέλκυση υψηλότερης αξίας τουριστικών ομάδων όπως για παράδειγμα επισκέπτες με υψηλά εισοδήματα, σε επισκέπτες High-net-worth και στην αύξηση του μέσου εσόδου ανά επισκέπτη και στο άνοιγμα της Ελλάδας σε νέες αγορές.

Για τα επόμενα χρόνια υπάρχει δέσμευση από την Ελλάδα να προβεί σε σημαντικές επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού, εστιάζοντας τόσο στην αναβάθμιση, όσο και στον εμπλουτισμό του παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα» με έναν σημαντικό αριθμό περισσότερο εστιασμένων τουριστικών προϊόντων υψηλότερης αξίας, όπως:

- **Εμπλουτισμός του κλασσικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα»**, με προβολή των εννοιών και υπηρεσιών όπως: ευεξία, πολυτέλεια, τοπική γαστρονομία, με στόχο την αναβάθμιση και επέκταση των κλασσικών καλοκαιρινών διακοπών.
- **Θαλάσσιος τουρισμός**, δεν νοητέ με τόσο μεγάλη ακτογραμμή και νησιά να μην προβλέπεται και να μην προβάλλεται αυτό του είδος του τουρισμού όπου γίνονται προσπάθειες αφενός για την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού κρουαζιερόπλοιων, αφετέρου για την αναβάθμιση και την ενίσχυση της προσφοράς των διακοπών με σκάφος αναψυχής/ ιστιοπλοϊκό.

- **Προβολή του πολιτισμικός και θρησκευτικός τουρισμού**, ο οποίος έχει ως στόχο την αναβάθμιση και την εκμετάλλευση ορισμένων ιστορικών, πολιτισμικών και θρησκευτικών μνημείων και μουσείων που διαθέτει η Ελλάδα.
- **Ιατρικός τουρισμός**, ο οποίος αποτελεί μία εξαιρετικά ενδιαφέρουσα ευκαιρία ανάπτυξης και προβολής, υπό την προϋπόθεση ότι το εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό θα πλαισιωθεί από με επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και υποδομές.
- **Συνεδριακός τουρισμός**, με στόχο την εδραίωση της θέσης της Ελλάδας και την καθιέρωση της χώρας ως επίκεντρο του συνεδριακού τουρισμού για τους διεθνείς οργανισμούς και τις εταιρίες, μέσα από την προβολή και την επένδυση σε σύγχρονα συνεδριακά κέντρα.
- **Παρουσίαση και προβολή σύνθετων τουριστικών καταλυμάτων**, με εξοχικές κατοικίες αναπτύσσονται σε παραδοσιακούς και νέους προορισμούς αξιοποιώντας και προβάλλοντας τον νέο σχετικό νόμο και την νέα άδεια διαμονής σε κατοίκους τρίτων χωρών που επενδύουν σε ακίνητα.

Η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος υποστηρίζεται από σημαντικές πρωτοβουλίες του ελληνικού κράτους, του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, καθώς και από τις Περιφερειακές Αρχές και τους Δήμους, και θεωρείται ένας από τους πιο στρατηγικούς παράγοντες ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας.

(www.itep.gr).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: Ερευνητικό μέρος

4.1 Μεθοδολογία έρευνας.

Για την πραγματοποίηση της παρούσας έρευνας, προσδιορίστηκε αρχικά το αντικείμενο της, καθορίστηκε το πεδίο της και συντάχθηκε το πλάνο του ερωτηματολογίου βάση των αναγκών της έρευνας και μερικές παρόμοιες δημοσιευμένες συζητήσεις αλλά και στηριζόμενοι στην θεωρητική προσέγγιση της παρούσας εργασίας. Ακολούθως προσδιορίστηκε το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας απευθύνεται σε έλληνες όσο και ξαίνουιν. Ο πληθυσμός του ερωτηματολογίου αποτελείται από 180 ερωτώμενους.

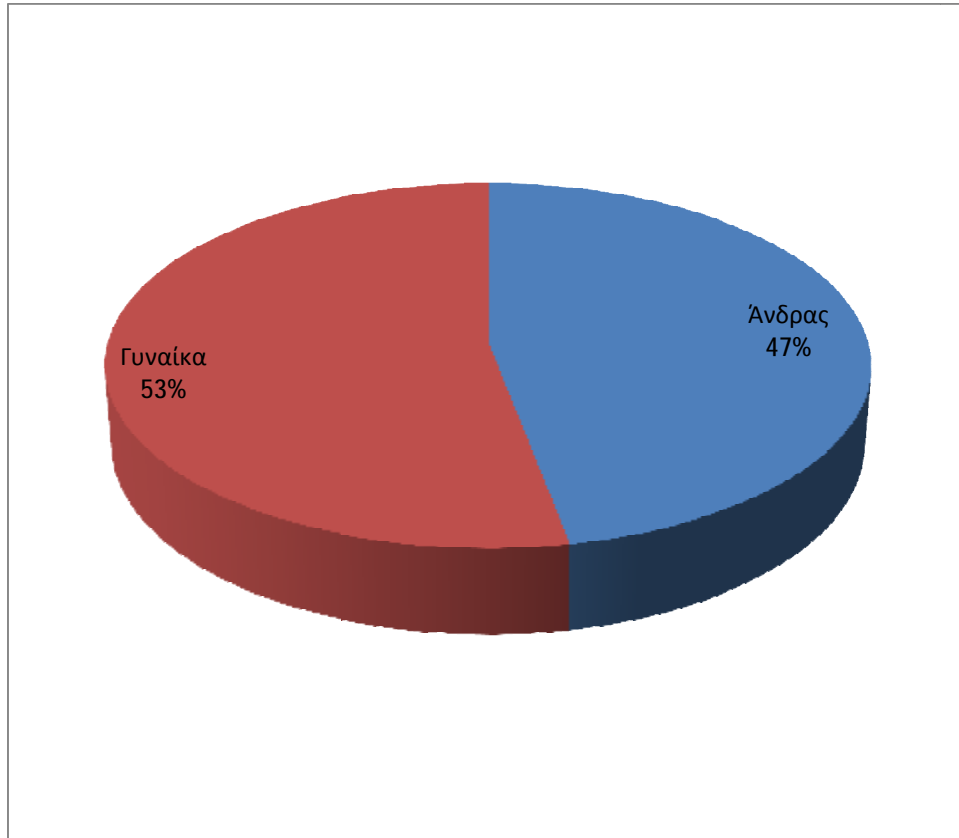
Η παρούσα έρευνα διεξήχθη εντός χρονικού διαστήματος από τον Μάιο έως κατά μέσα Οκτωβρίου, συλλέγοντας στοιχεία και χρησιμοποιώντας ως βασικό εργαλείο της το ερωτηματολόγιο. παρόν ερωτηματολόγιο αποτελείται από ερωτήσεις κλειστού τύπου.

Την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων επακολούθησε η συλλογή των ερωτηματολογίων και η κωδικοποίηση των μεταβλητών που ερευνήθηκαν. Ύστερα τα στοιχεία εισήχθησαν και επεξεργάστηκαν μέσω στατιστικού προγράμματος (Excel 2010). Μέσω της βοήθεια του προγράμματος αυτού διενεργήθηκε και η διαγραμματική αναπαράσταση των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Η παρούσα εργασία διασφαλίζει την ηθική της ερευνητικής διαδικασίας. Αυτό τεκμηριώνεται με το γεγονός ότι τα δεδομένα που καταγράφηκαν παρουσιάζονται ανώνυμα και με τέτοιο τρόπο ώστε να μην μπορεί να προκύψει ταυτοποίησης των συμμετεχόντων. Τα μόνα προσωπικά στοιχεία που αναφέρονται είναι το φύλο και η ηλικία, και το μορφωτικό επίπεδο τα οποία είναι σημαντικά στοιχεία για την μέτρηση και την παρουσίαση των αποτελεσμάτων. Συνεπώς, μπορεί να ισχυριστούμε ότι δεν παραβιάζονται τα ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα ούτε υπάρχει περίπτωση επιβλαβών συνεπειών, για τα άτομα που συνέβαλαν στην ερευνά μας.

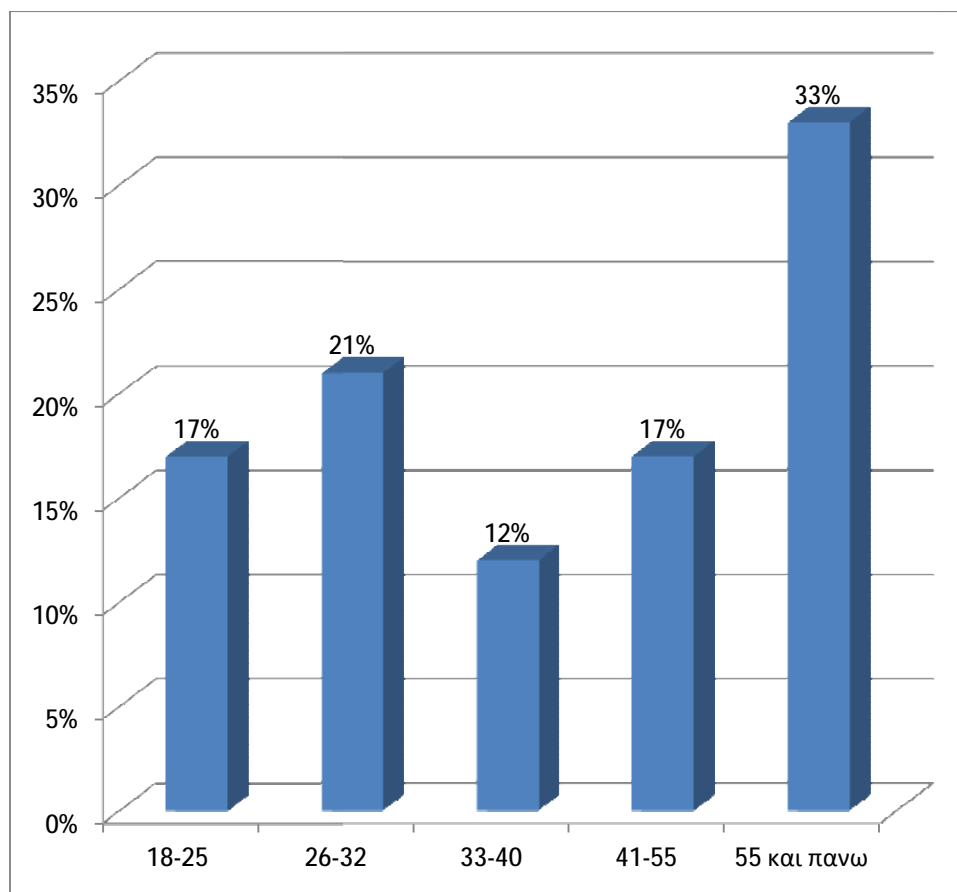
4.2 Αποτελέσματα έρευνας.

Διάγραμμα 1. Φύλο



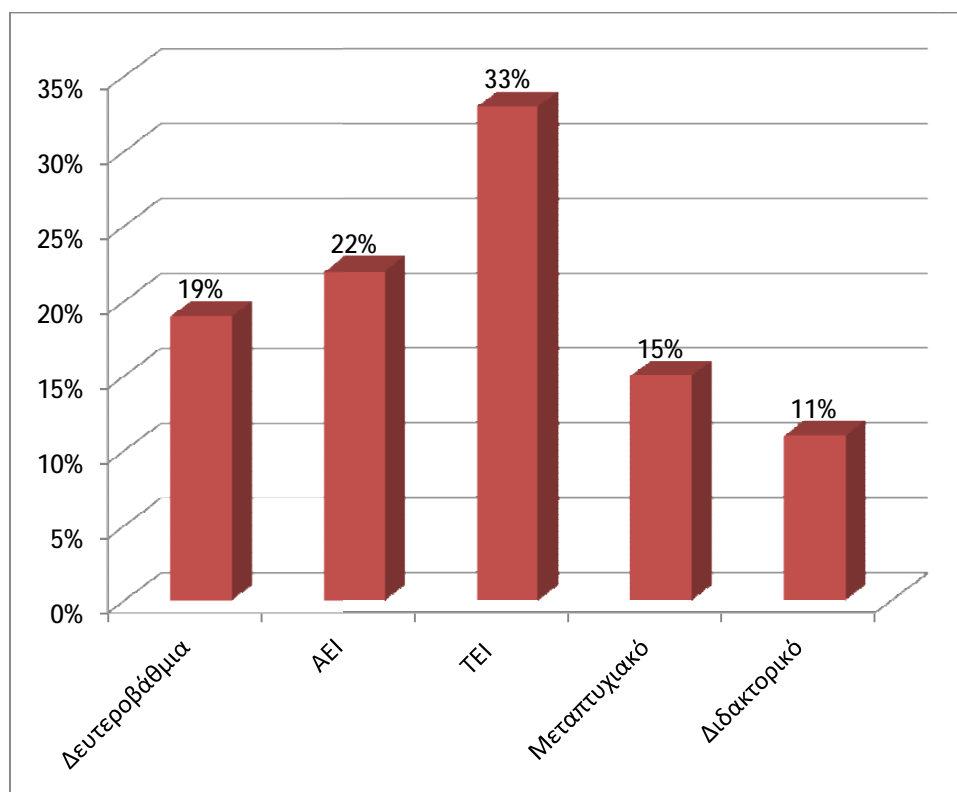
Το δείγμα μας αποτελείται από 47% άνδρες και 53% γυναίκες.

Διάγραμμα 2. Ηλικία



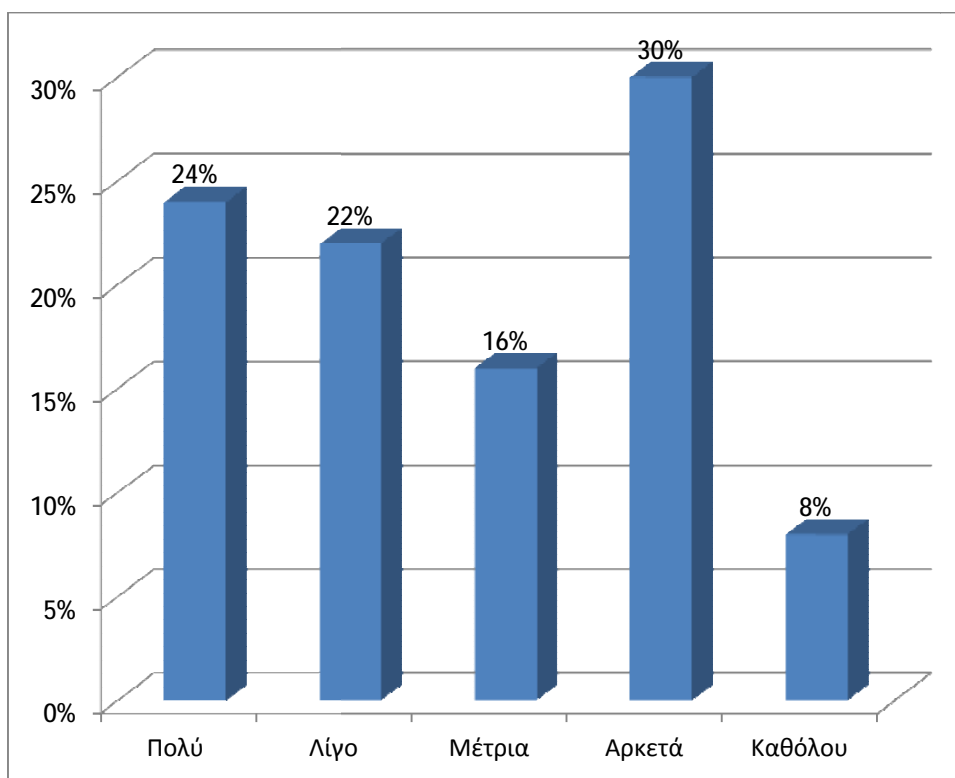
Η ηλικιακή διάρθρωση του δείγματος μας ήταν κατά 17% από άτομα 18 έως 25 ετών, το 21% από άτομα από 26 έως 32 ετών, το 12% από 33 έως 40 ετών, 17% από 41 έως 55 ετών και το υπόλοιπο 33% αποτελούνταν από άτομα που ήταν πάνω από 55 ετών.

Διάγραμμα 3. Επίπεδο εκπαίδευσης



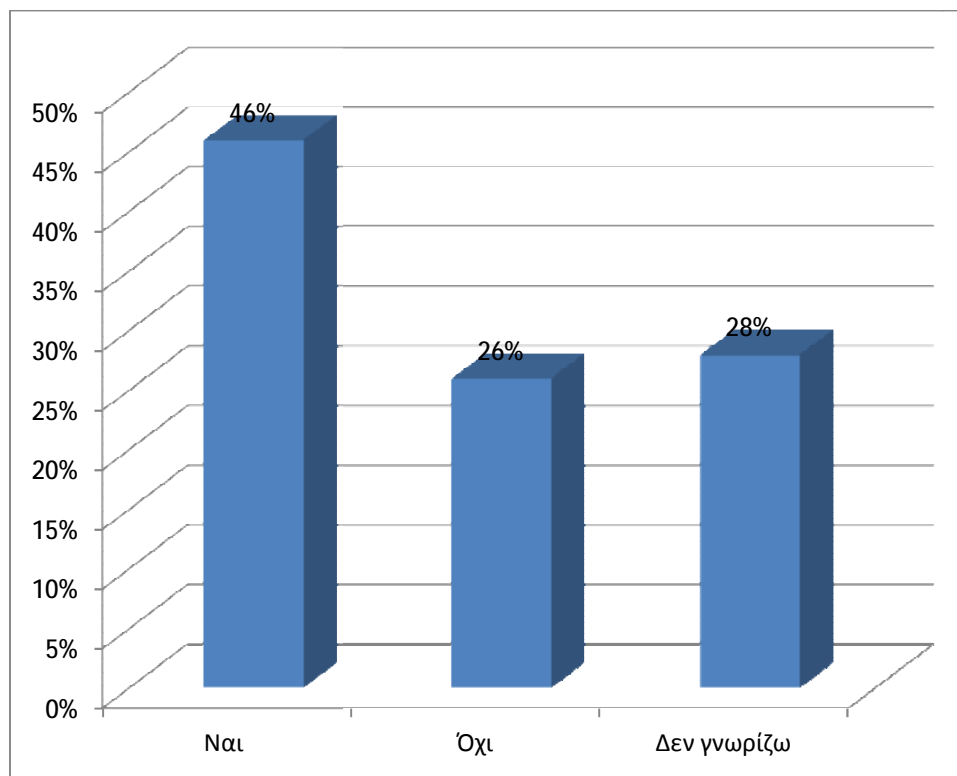
Το μορφωτικό επίπεδο του δείγματος μας ήταν, 19% είχε δευτεροβάθμια γνώση, το 22% ήταν απόφοιτος πανεπιστήμιου, το 33% απόφοιτος ΤΕΙ, το 15% κάτοχος μεταπτυχιακού και το 11% είχε διδακτορικό δίπλωμα.

Διάγραμμα 4. Ποσό έντονα έχετε βιώσει την οικονομική κρίση, στο εισόδημα σας.



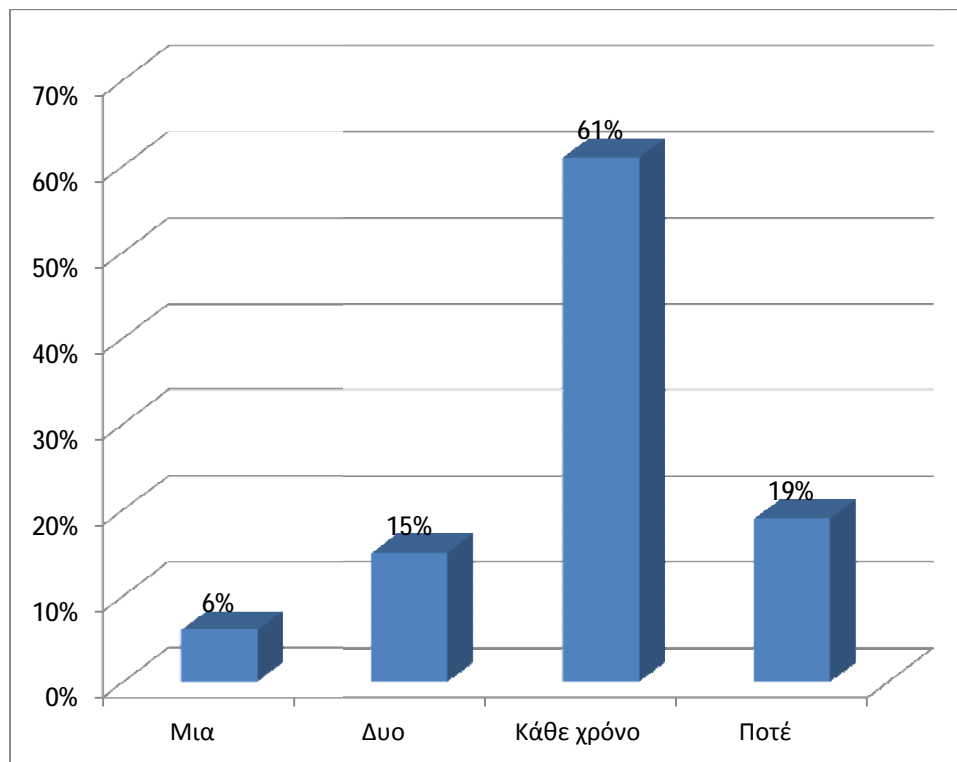
Για το βίωμα της οικονομική κρίση το 24% ανέφερε ότι το έχει αισθανθεί πολύ, το 22% λίγο, το 16% σε μέτριο επίπεδο, το 30% αρκετά και το 8% δεν το έχει αντιληφθεί καθόλου.

Διάγραμμα 5. Φέτος πήγατε διακοπές ή σκοπεύετε να πατέ.



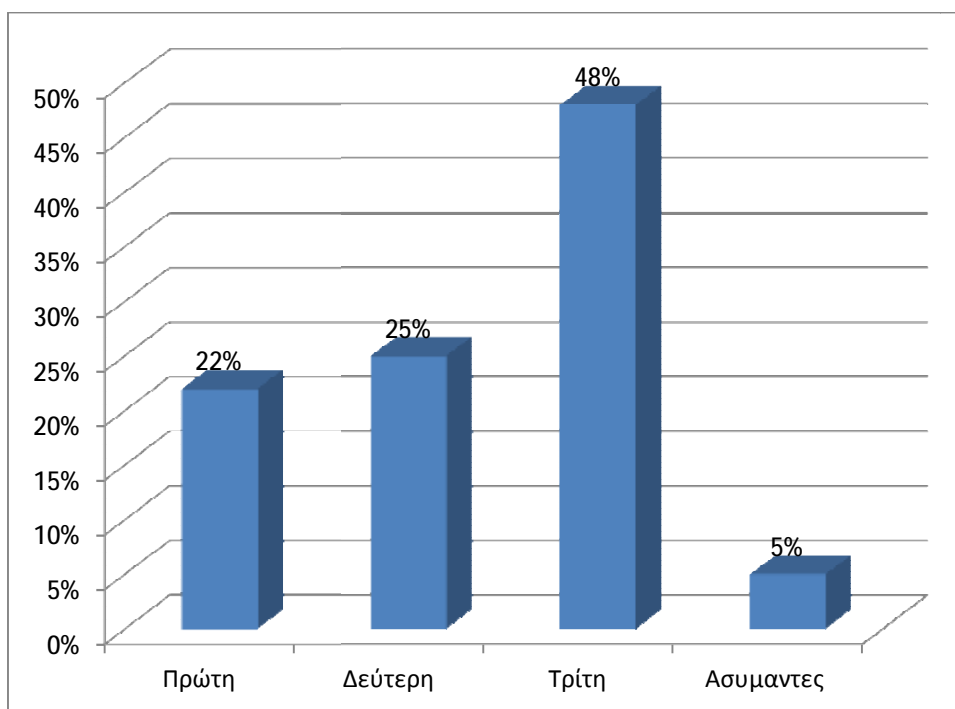
Για το έχουν πάει διακοπές ή σκοπεύουν να πάνε το 46% απάντησε θετικά το 26% αρνητικά και ένα 28% απάντησε πως δεν γνωρίζει.

Διάγραμμα 6. Πόσες φορές έχετε πάει διακοπές.



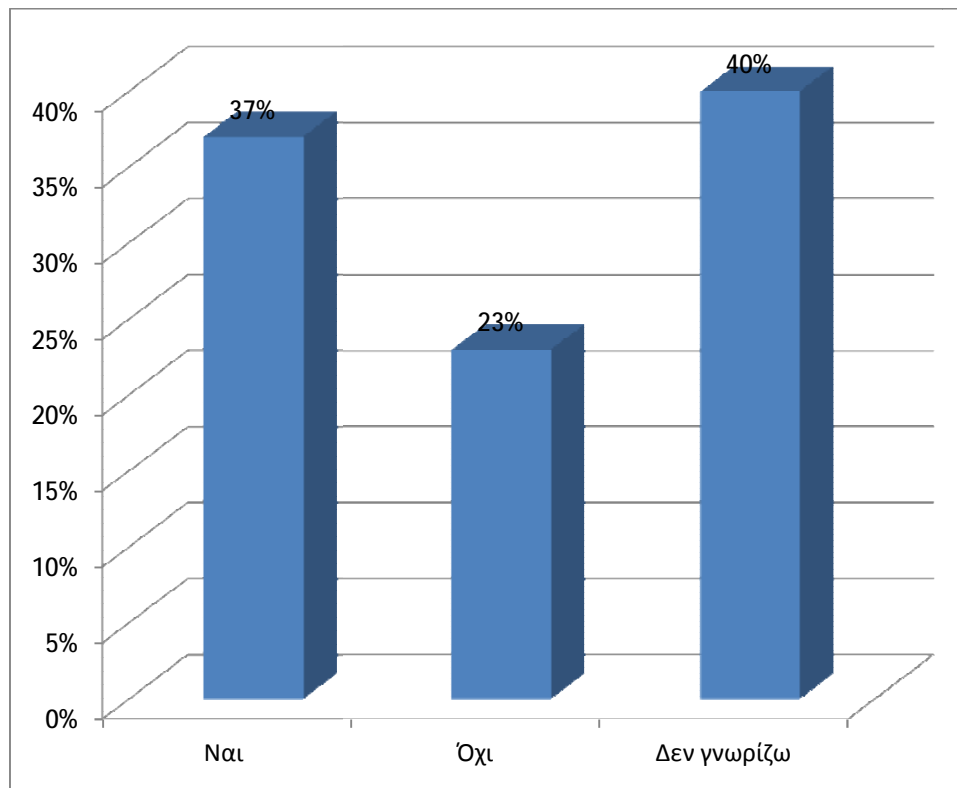
Για το πόσες φορές έχουν πάει διακοπές το 6% ανέφερε μια, το 15% δυο, το 61% πάει κάθε χρόνο και το 19% ανέφερε ότι δεν έχει πάει ποτέ.

Διάγραμμα 7. Σε πια θέση κατατάσσετε την ανάγκη σας για διακοπές.



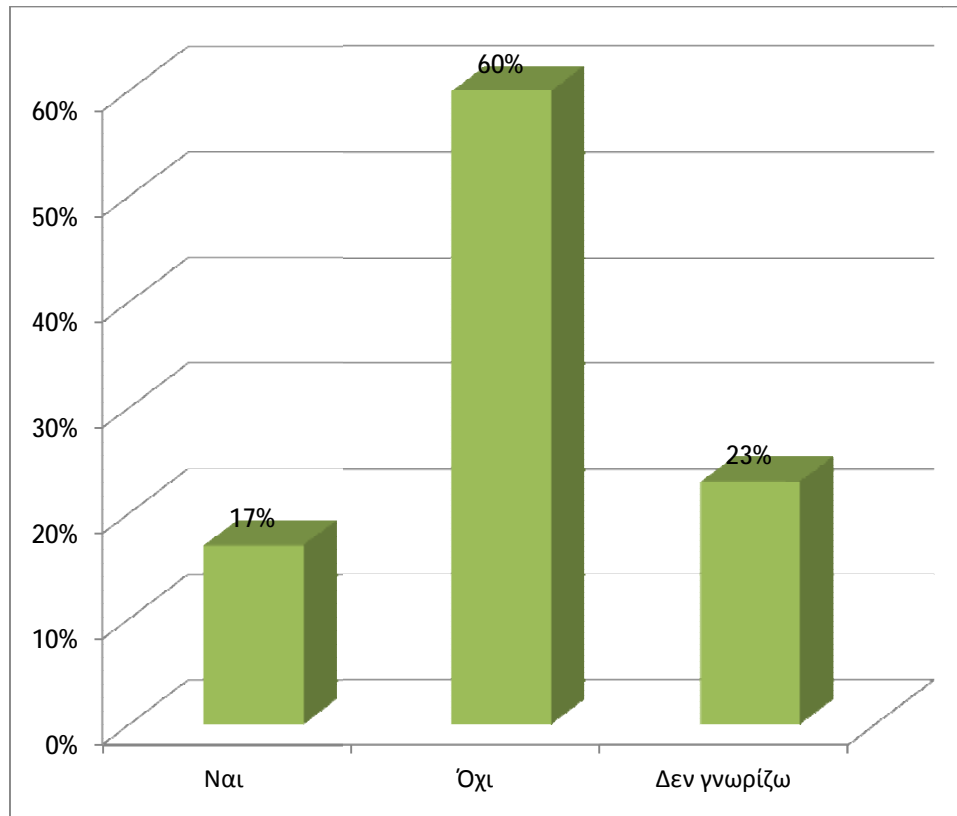
Για την θέση που κατατάσσει στις ανάγκες του τις διακοπές, το 22% ανέφερε πρώτη, το 25% δεύτερη, το 48% Τρίτη και το 5% τις θεωρεί ασήμαντες.

Διάγραμμα 8. Τον επόμενο χρόνο πιστεύεται ότι θα έχετε την οικονομική δυνατότητα να πατέ διακοπές.



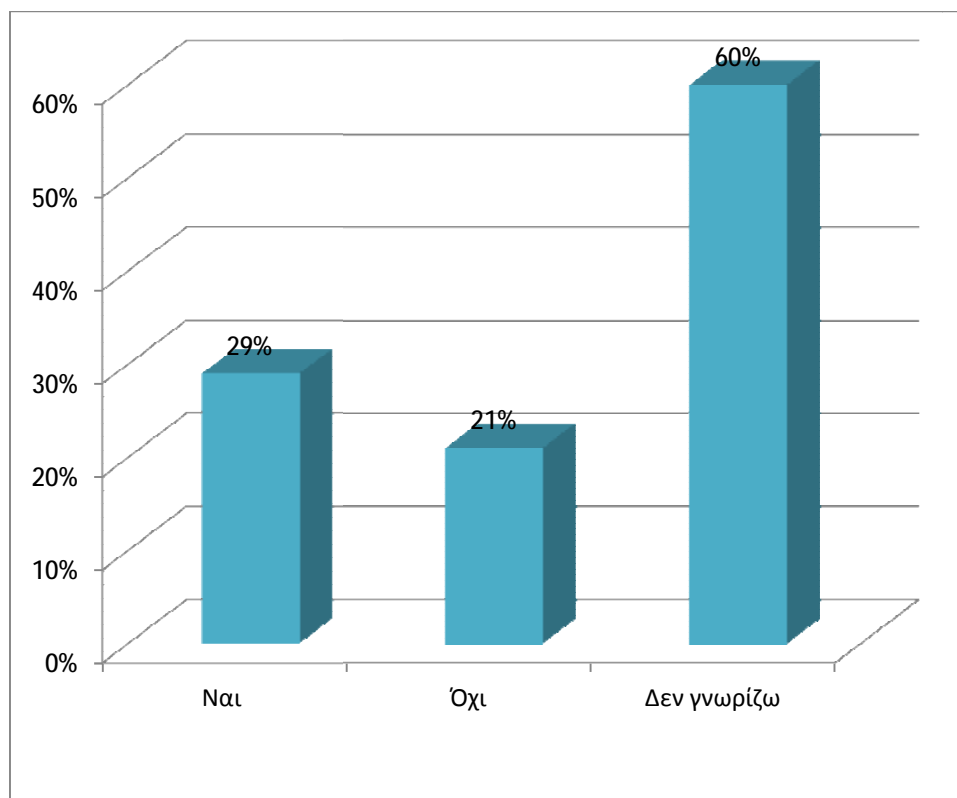
Για το αν θα έχουν την οικονομική δυνατότητα να πάνε διακοπές τον επόμενο χρόνο το 37% απάντησε θετικά, το 23% αρνητικά και το υπόλοιπο 40% απάντησε πως δεν γνωρίζει.

Διάγραμμα 9. Πιστεύεται ότι η κρίση έχει επηρεάσει την ποιότητα των προσφορών τουριστικών υπηρεσιών.



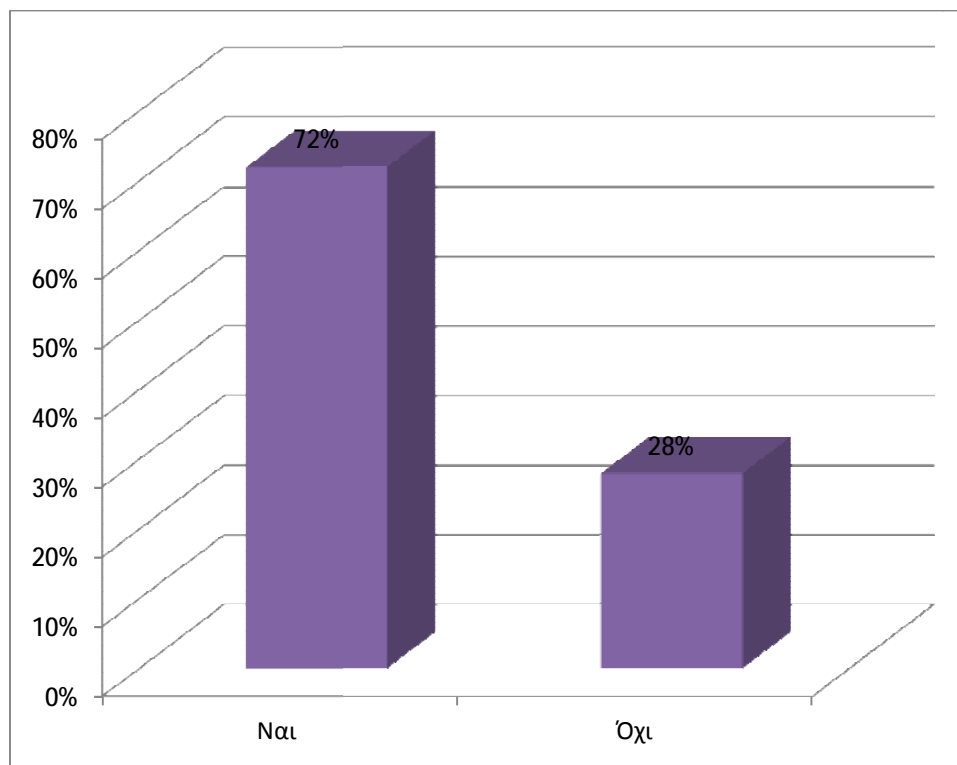
Για το αν η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την προσφερόμενη ποιότητα υπηρεσιών στο τουρισμό, το 17% απάντησε θετικά, το 60% αρνητικά και το υπόλοιπο 23% δεν γνωρίζει.

Διάγραμμα 10. Το κόστος αν και αυξημένο συνάδει με τις υπηρεσίες που παρέχονται.



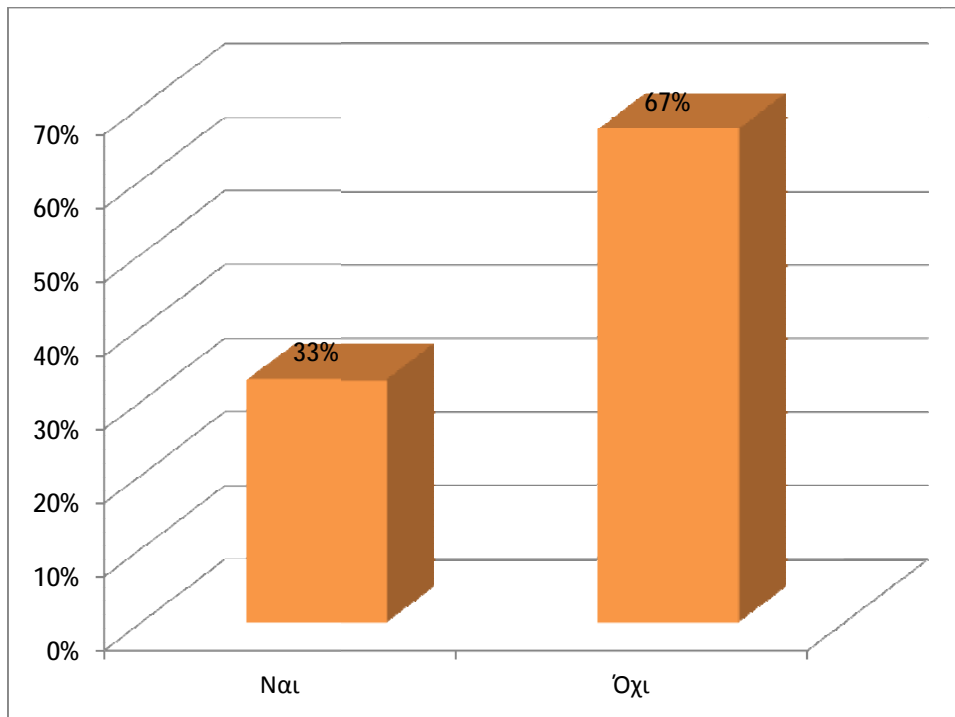
Για το αν το κόστος καλύπτει τις υπηρεσίες που προσφέρονται το 29% απάντησε θετικά, το 21% αρνητικά και το μεγαλύτερο ποσοστό 60% απάντησε πως δεν γνωρίζει.

Διάγραμμα 11. Πριν την κρίση κάνατε μεγαλύτερες χρονικά διακοπές



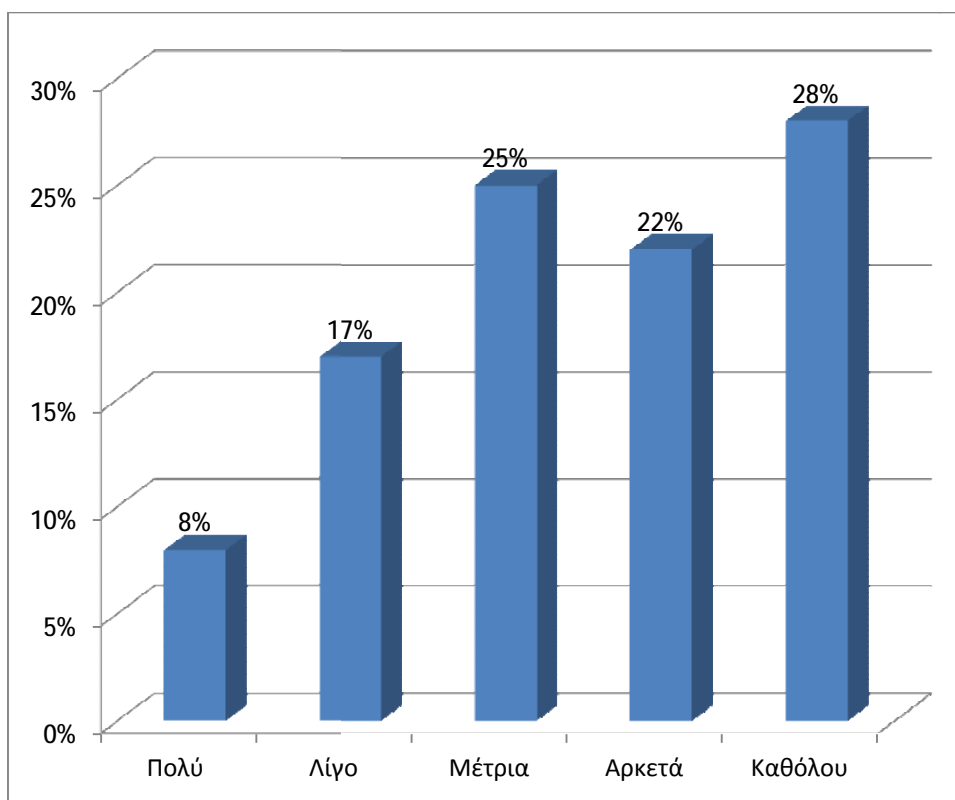
Για το έκανε διακοπές πριν την κρίση το 72% απάντησε θετικά και το 28% αρνητικά.

Διάγραμμα 12. Πριν την κρίση κάνατε διακοπές πάνω από μια φορά το χρόνο



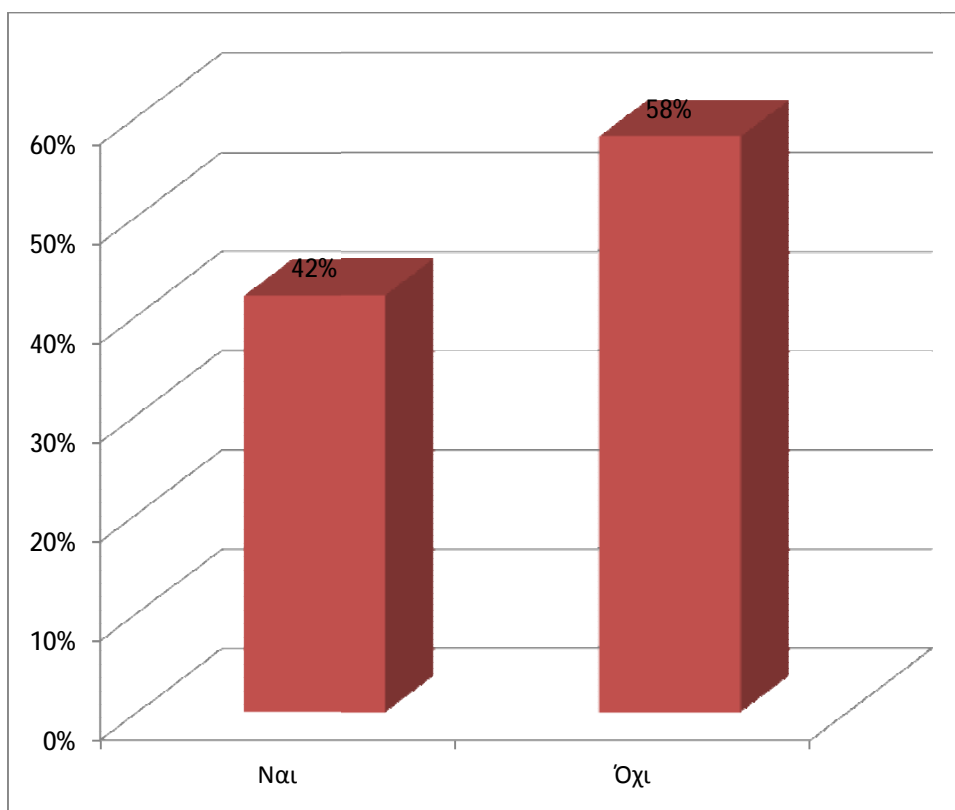
Για το πριν την κρίση έκαναν διακοπές πάνω από μια φορά το χρόνο το 33% απάντησε θετικά και το 67% απάντησε αρνητικά.

Διάγραμμα 13.Είστε ικανοποιημένοι από την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα.



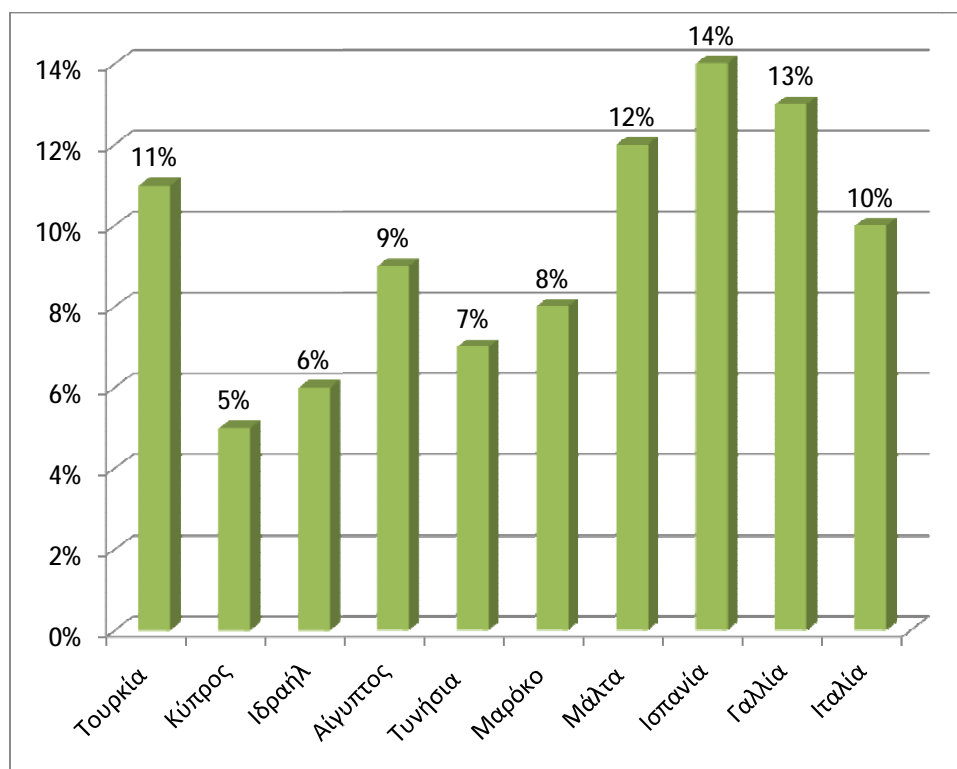
Για το αν είναι ικανοποιημένη από την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα, το 8% απάντησε πολύ, το 17% απάντησε λίγο, το 25% μετρία, το 22% αρκετά και το 28% καθόλου.

Διάγραμμα 14. Έχετε κάνει διακοπές σε άλλες μεσογειακές χώρες



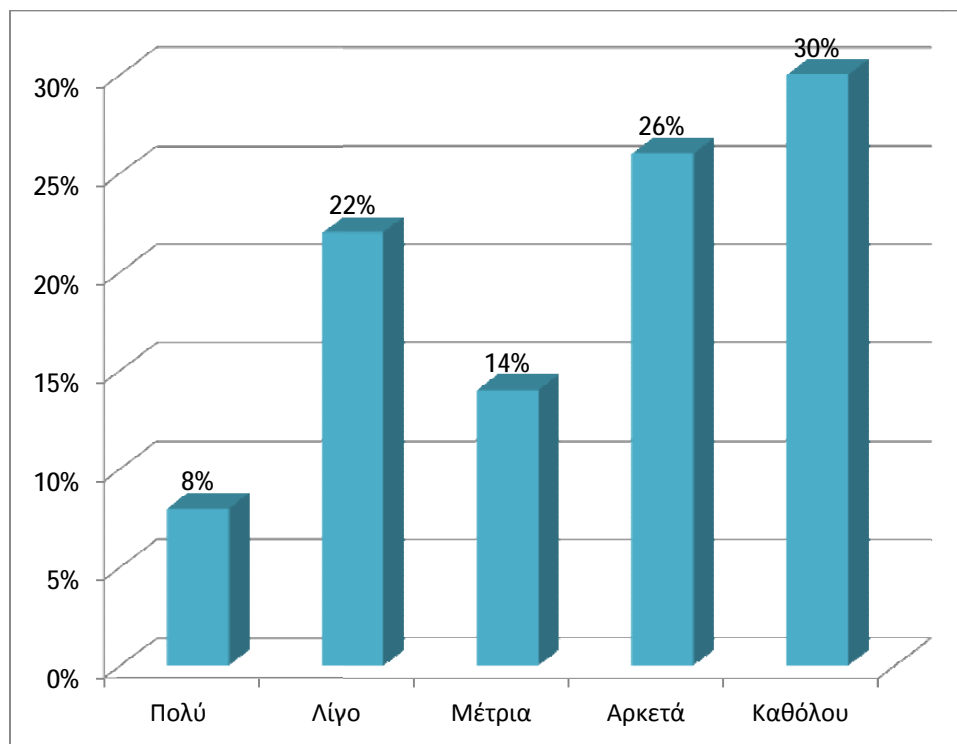
Το 42% του δείγματος μας ανέφερε ότι έχει κάνει διακοπές σε κάποια μεσογειακή χώρα ενώ το 58% απάντησε αρνητικά σε αυτό το ερώτημα.

Διάγραμμα 15. Αν ναι σε ποιές



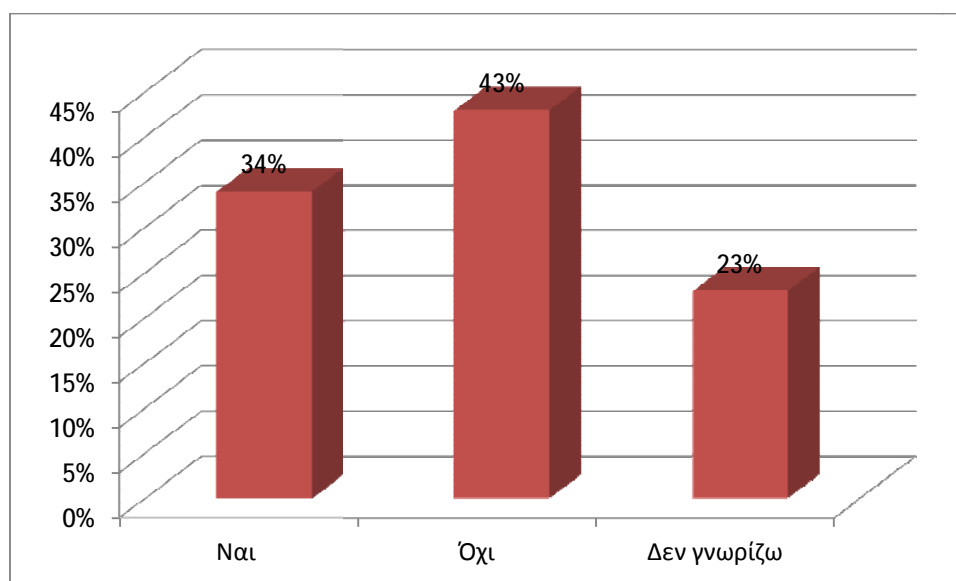
Από αυτούς που απάντησαν θετικά στο προηγούμενο ερώτημα, το 11% έχει κάνει διακοπές στην Τουρκία, το 5% στην Κύπρο, το 6% στο Ισραήλ, το 9% στην Αίγυπτο, το 7% στην Τυνησία, το 8% στο Μαρόκο, το 12% στην Μάλτα, το 14% στην Ισπανία, το 13% στην Γαλλία και το υπόλοιπο 10% σε κάποια άλλη μεσογειακή χώρα.

Διάγραμμα 16. Αν κάνατε διακοπές σε κάποια άλλη μεσογειακή χώρα μείνατε ικανοποιημένοι από την σχέση κόστους-ποιότητας



Για την ικανοποίηση που έλαβαν από τις διακοπές τους σε κάποια άλλη μεσογειακή χώρα το 8% απάντησε πολύ ικανοποιημένο, το 22% λίγο, το 14% μέτρια, το 26% αρκετά και το υπόλοιπο 30% καθόλου.

Διάγραμμα 17. Πιστεύεται ότι το ελληνικό τουριστικών προϊόν μπορεί να βγει κερδισμένο από την οικονομική κρίση που βιώνει η Ελλάδα



Τέλος για το μέλλον του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μετά το πέρας της οικονομικής κρίσης το 34% ανέφερε ότι θα βγει κερδισμένο, το 43% «λαβωμένο» και το υπόλοιπο 23% απάντησε πως δεν γνωρίζει.

Συμπεράσματα

Η κρίση και οι επιπτώσεις της στην πραγματική οικονομία δεν θα ήταν δυνατό να μην επιδράσουν στον παγκόσμιο τουρισμό. Για την Ελλάδα η κατάσταση χαρακτηρίζεται ως ιδιαίτερα αρνητική και ειδικότερα στον ελληνικό τουρισμό, καθώς οι χώρες που τροφοδοτούν την Ελλάδα με τουρίστες είναι πιθανόν να εισέλθουν σε μεγαλύτερης διάρκειας οικονομική ύφεση.

Σύμφωνα με τον κ. Χαρδούβελη, ο τουρισμός συμπεριφέρεται όπως και το διεθνές εμπόριο, του οποίου ο ρυθμός ανάπτυξης δείχνει να συρρικνώνεται. Το διεθνές εμπόριο είναι διαχρονικά πολύ ευαίσθητο σε μεταβολές του ΑΕΠ.

Οι 5 χώρες που τροφοδοτούν την ελληνική τουριστική αγορά με ποσοστό πάνω από το 50% των τουριστών είναι κατά σειρά το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, οι ΗΠΑ, η Ιταλία και η Γαλλία, και αυτές αναμένεται να παρουσιάσουν περιορισμό στην

ανάπτυξη τους τα επόμενα χρόνια, στοιχείο που προφανώς θα επιδράσει και στον ελληνικό τουρισμό.

Ο ίδιος πρόσθεσε πως οι επιπτώσεις της διεθνούς κρίσης δεν θα είναι αμελητέες ούτε για την ελληνική οικονομία και κατ' επέκταση και στον ελληνικό τουρισμό, κάτι που θα επηρεάσει τόσο τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις όσο και τον έλληνα καταναλωτή, άρα και τον εσωτερικό τουρισμό.

Επιπλέον, η ιστορική εμπειρία με υφέσεις στην Ελλάδα δεν παρέχουν ενθαρρυντικά αποτελέσματα. Η Ελλάδα αποτελεί μια από τις χώρες του ΟΟΣΑ όπου επικράτησαν πολύ υψηλές διακυμάνσεις της οικονομικής δραστηριότητας.

Όσο αφορά την ερευνά μας το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν άτομα πάνω από 55 ετών, επίσης οι περισσότεροι ήταν απόφοιτη ΤΕΙ και οι απαντήσεις για τις επίπτωση της οικονομικής κρίσης στο εισόδημα τους των περισσότερων ήταν το αρκετά. Ακόμα το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε ότι πήγε διακοπές φέτος και τα περισσότερα άτομα κατατάσσουν την ανάγκη τους για διακοπές ως Τρίτη.

Σημαντικό είναι το στοιχείο που προέκυψε από την ερευνά μας ότι το μεγαλύτερο ποσοστό δεν ξέρει αν θα έχει την οικονομική δυνατότητα να κάνει διακοπές του χρόνου. Επίσης πριν την κρίση τα άτομα ανέφεραν ότι έκαναν διακοπές μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, όπως και ότι σίγουρα έκαναν διακοπές μια φορά το χρόνο. Σημαντικό είναι και το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αναφέρει ότι δεν είναι ικανοποιημένο από το παρεχόμενο τουριστικό πρωινό στην Ελλάδα, αλλά το μεγαλύτερο ποσοστό από αυτούς δεν έχει κάνει διακοπές σε άλλη χώρα της Μεσόγειου. Από αυτούς που έχουν κάνει διακοπές σε χώρες της μεσογείου όμως και πάλι δηλώνουν ότι δεν έμεινα ικανοποιημένη από τις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες αυτών των χωρών.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- Βαρβαρέσος Σ.,(2009), *Η κρίση του ελληνικού μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση*, Ημερίδα: Διεθνής οικονομική κρίση και τουρισμός, τεχνολογικό εκπαιδευτικό ίδρυμα Αθήνας.
- Βλάχος, Γ. (2007), *Διεύρυνση των παραγόντων που επιδρούν στην ανταγωνιστικότητα των λιμένων container της Μεσογείου*. Πειραιάς: Αναπτυξιακή Επιμελητηρίων .
- Δελτίο τύπου, (2016) δελτίο τύπου ελληνική στατιστικής υπηρεσίας για το δείκτη κύκλου εργασιών στο τομέα της παροχής υπηρεσιών.
- Ηγουμενάκης, Ν., (1999), *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις: Interbooks, Αθήνα
- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1998), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks.
- Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) (2010), *η επίδραση του ελληνικού τουρισμού στην ελληνική οικονομία*.
- IOBE,(2012), *Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία*.
- Καλφιώτης, Σ.,(1976), *Εισαγωγή εις την θεωρίαν του τουρισμού*, Αθήνα εκδόσεις Interbook.
- Κολτσιδόπουλος, Γ.Δ. (2000), *Ελληνική Τουριστική και Ταξιδιωτική Γεωγραφία Ελλάδας*, Εκδόσεις Έλλην.
- Λίτσας Μ.,(2009) Άρθρο με θέμα: 8% η παγκοσμία κάμψη στο τουρισμό, δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα ελευθεροτυπία.
- Μουμούρης Ν., (2009). *Οι πτήσεις δείχνουν την πτώση στον τουρισμό*, άρθρο στην εφημερίδα ελευθεροτυπία,14/08/2009.
- Ρούπας Β., (1992), "Αρχές τουρισμού", ΟΕΔΒ, Αθήνα.

Ξένη

- *McKinsey&Company, Athens Office,(2011), Η Ελλάδα 10 Χρόνια Μπροστά, Προσδιορίζοντας το νέο Μοντέλο Ανάπτυξης της Ελλάδας.*
- *UNWTO, World Tourism Barometer, Vol. 13, June 2015, Statistical Annex.*
- *World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*
- *World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013.*

Διαδικτυακές πηγές

- <http://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/oikodelt200607.pd>.
- http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/meleti_B_fasi_kriti.pdf.
- www.itep.gr.
- <http://www.cruiseindustrynews.com/>