

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΕΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**  
**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ**  
**ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ**  
**ΕΛΛΑΔΑΣ ( 2010 – 2017 )**

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ : ΣΥΒΡΙΑΔΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ 2019**

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω κάθε συνάδελφο που με βοήθησε ανιδιοτελώς και συνέβαλε όλα αυτά τα χρόνια στην πορεία που είχαμε μαζί στο εκπαιδευτικό ίδρυμα.

Επίσης ευχαριστώ κάθε καθηγητή που κατάφερε να με διδάξει με την εμπειρία του , όχι μόνο γνώσεις αλλά και τρόπο σκέψης , όχι μόνο μαθήματα της σχολής , αλλά μαθήματα για το πως να σταθώ στο εργασιακό μου περιβάλλον με τις πολύτιμες συμβουλές τους .

Ειλικρινείς και θερμές ευχαριστίες στον επιβλέποντα καθηγητή Δρ. Αναστάσιο Παναγόπουλο που εισηγήθηκε προσωπικά και με βοήθησε για να αναλάβω την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία .

Και το διαρκές και μεγαλύτερο ευχαριστώ της ζωής μου , ακόμα και έτσι θα είναι λίγο ,είναι προς τους γονείς μου και την αδερφή μου ,αλλά ειδικότερα προς την μητέρα μου ,που όλα αυτά τα χρόνια έκανε θυσίες για να μας στηρίξει με κάθε τρόπο.

Με επιμονή , ήθος και αξίες είναι πάντα το κίνητρο μας και μας ωθεί στο να γινόμαστε καλύτεροι και να κάνουμε τον κόσμο όσο καλύτερο μπορούμε , σαν κάθε σωστό πρότυπο .



## Κατάλογος Περιεχομένων

Περίληψη .....	8
Abstract .....	9
Εισαγωγή .....	10
Κεφάλαιο 1: Τουρισμός .....	11
1.1 Η έννοια του τουρισμού .....	11
1.2 Κατηγορίες τουρισμού .....	12
1.2.1 Μαζικός τουρισμός.....	12
1.2.2 Ατομικός τουρισμός .....	13
1.2.3 Εσωτερικός τουρισμός .....	13
1.2.4 Εξωτερικός τουρισμός.....	13
1.2.5 Συνεχής τουρισμός .....	14
1.2.6 Εποχιακός τουρισμός.....	14
1.3 Τύποι τουρισμού αναψυχής .....	14
1.4 Χαρακτηριστικά ελληνικού τουριστικού προϊόντος.....	17
1.5 Είδη τουριστών .....	19
1.6 Πλεονεκτήματα ελληνικού τουρισμού.....	21
1.7 Μειονεκτήματα ελληνικού τουρισμού.....	22
Κεφάλαιο 2: Οικονομική κρίση .....	24
2.1 Η έννοια της οικονομικής κρίσης .....	24
2.2 Αιτίες διεθνούς οικονομικής κρίσης .....	26
2.3 Συνέπειες διεθνούς οικονομικής κρίσης .....	29
2.4 Η ελληνική οικονομική κρίση.....	32
2.4.1 Αίτια .....	32
2.4.2 Επιπτώσεις.....	36
Κεφάλαιο 3: Τουρισμός και οικονομική κρίση στην Ελλάδα .....	40

3.1 Η πορεία του τουρισμού πριν την κρίση.....	40
3.1.1 Διεθνείς αφίξεις τουριστών περιόδου 2004 - 2010 .....	40
3.1.2 Τουριστικές εισπράξεις περιόδου 2004 - 2010 .....	41
3.1.3 Απασχόληση και τουρισμός περιόδου 2004 – 2010.....	41
3.1.4 Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ 2004 – 2010 .....	43
3.1.5 Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη τουρισμού Ελλάδος 2004 - 2010.....	44
3.1.6 Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών Ελλάδος περιόδου 2004 – 2010.....	45
3.1.7 Κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών 2004 - 2010.....	45
3.2 Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό .....	46
3.2.1 ΑΕΠ και τουρισμός 2011 - 2017 .....	47
3.2.2 Διεθνείς αφίξεις τουριστών περιόδου 2011 - 2017 .....	47
3.2.3 Τουριστικές εισπράξεις περιόδου 2011-2017 .....	48
3.2.4 Απασχόληση και τουρισμός περιόδου 2011 – 2017.....	49
3.2.5 Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών κατοίκων στα ξενοδοχειακά καταλύματα περιόδου 2011 – 2017.....	50
3.2.6 Διανυκτερεύσεις ημεδαπών κατοίκων στα ξενοδοχειακά καταλύματα περιόδου 2011 – 2017.....	50
3.2.7 Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη τουρισμού Ελλάδος 2011 – 2017 .....	51
3.2.8 Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών Ελλάδος περιόδου 2011 – 2017.....	52
3.2.9 Κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών 2011 – 2017 .....	53
3.3 Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.....	54
3.3.1 Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας.....	54
3.3.2 Ανταγωνιστικότητα ελληνικού τουρισμού.....	56
3.4 Ανάλυση του τουριστικού προϊόντος σε επίπεδο περιφέρειας .....	59
3.4.1 Τουριστική κίνηση ανά περιφέρεια.....	59
3.4.2 Διανυκτερεύσεις ανά περιφέρεια.....	60
3.4.3 Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά περιφέρεια .....	62

3.4.4 Δαπάνη ανά επίσκεψη .....	64
3.4.5 Μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση.....	66
3.5 Ανάλυση της πορείας του ξενοδοχειακού δυναμικού της σε εθνικό επίπεδο ....	67
Κεφάλαιο 4: Στρατηγικές βελτίωσης της πορείας του τουρισμού .....	70
4.1 Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού .....	70
4.2 Προβολή ελληνικού τουριστικού προϊόντος.....	73
Συμπεράσματα .....	76
Βιβλιογραφία .....	78
Α. Ελληνική.....	78
Β. Ξενόγλωσση .....	79
Γ. Ηλεκτρονική .....	80

## **Κατάλογος Πινάκων**

Πίνακας 1: Διεθνείς αφίξεις τουριστών περιόδου 2004 – 2010 .....	40
Πίνακας 2: Τουριστικές εισπράξεις περιόδου 2004 – 2010 .....	41
Πίνακας 3: Πορεία απασχόλησης στον τουρισμό περιόδου 2004 – 2010.....	42
Πίνακας 4: Πορεία διανυκτερεύσεων ημεδαπών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ περιόδου 2004 – 2010 .....	43
Πίνακας 5: Πορεία διανυκτερεύσεων αλλοδαπών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ περιόδου 2004 – 2010 .....	43
Πίνακας 6: Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη τουρισμού περιόδου 2004 – 2010 .....	44
Πίνακας 7: Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών Ελλάδος περιόδου 2004 – 2010.....	45
Πίνακας 8: Κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών περιόδου 2004 – 2010 (ποσά σε χιλιάδες ταξιδιώτες) .....	46
Πίνακας 9: Συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος περιόδου 2011 - 2017 .....	47
Πίνακας 10: Διεθνείς αφίξεις τουριστών περιόδου 2011 – 2017 .....	47
Πίνακας 11: Τουριστικές εισπράξεις περιόδου 2011 – 2017 .....	48
Πίνακας 12: Πορεία απασχόλησης στον τουρισμό περιόδου 2011 – 2017.....	49

Πίνακας 13: Πορεία διανυκτερεύσεων μη ντόπιων κατοίκων στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και τύπου κάμπινγκ περιόδου 2011 – 2017.....	50
Πίνακας 14: Πορεία διανυκτερεύσεων ντόπιων κατοίκων στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και τύπου κάμπινγκ περιόδου 2011 – 2017.....	51
Πίνακας 15: Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη τουρισμού περιόδου 2011 – 2017 .....	52
Πίνακας 16: Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών Ελλάδος περιόδου 2011 – 2017.....	52
Πίνακας 17: Κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών περιόδου 2011 – 2017 (ποσά σε χιλιάδες ταξιδιώτες) .....	53
Πίνακας 18: Παγκόσμια κατάταξη ανταγωνιστικότητας χωρών 2018.....	55
Πίνακας 19: Παγκόσμια κατάταξη τουριστικής ανταγωνιστικότητας χωρών 2017 ...	57
Πίνακας 20: Διανυκτερεύσεις τουριστών ανά περιφέρεια 2017 .....	61
Πίνακας 21: Εισπράξεις τουριστών ανά περιφέρεια 2017 .....	63
Πίνακας 22: Ξενοδοχειακό δυναμικό Ελλάδος 2017 .....	68

### **Κατάλογος Εικόνων**

Εικόνα 1: Στάδια οικονομικής κρίσης .....	24
Εικόνα 2: Κύκλος εργασίας μιας οικονομικής κρίσης .....	25
Εικόνα 3: Κατάταξη ανταγωνιστικότητας ελληνικού τουρισμού 2017.....	58
Εικόνα 4: Επισκέψεις τουριστών ανά περιφέρεια 2017 .....	59
Εικόνα 5: Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά περιφέρεια 2017 .....	63
Εικόνα 6: Δαπάνη ανά επίσκεψη ανά περιφέρεια 2017 .....	65
Εικόνα 7: Δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανά περιφέρεια 2017.....	66

## Περίληψη

Η μελέτη αυτή εξέτασε τη σύνδεση της οικονομικής κρίσης με τον τουρισμό στην Ελλάδα, στοχεύοντας στην παροχή προτάσεων με απώτερο στόχο τη συνολική βελτίωση του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδος τα επόμενα χρόνια, έτσι ώστε ο τουρισμός να αποτελέσει το βασικό πυλώνα μιας συνολικής ανάκαμψης της ελληνικής οικονομίας τα επόμενα έτη.

Το βασικό συμπέρασμα στο οποίο κατέληξε η παρούσα εργασία ήταν η ενίσχυση του τουρισμού μέσα στην οικονομική κρίση, γεγονός το οποίο αποτυπώθηκε από τη ραγδαία αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού την περίοδο από το 2010 και έπειτα σε σχέση με την περίοδο πριν την κρίση, γεγονός το οποίο οδήγησε στη σημαντική βελτίωση τόσο στον εισπράξεων των περιοχών που ωφελήθηκαν από τον τουρισμό, καθώς επίσης και στην ενίσχυση της απασχόλησης των πολιτών.

Συνεπώς, για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού τα επόμενα έτη είναι βασικό να δοθεί έμφαση στην πραγματοποίηση επενδύσεων στον εναλλακτικό τουρισμό, σε συνδυασμό με την εντατική χρήση των εργαλείων μάρκετινγκ με απώτερο στόχο την όσο το δυνατόν καλύτερη τοποθέτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις αγορές του εξωτερικού, ώστε με αυτό τον τρόπο να αυξηθεί ακόμα περισσότερο ο εισερχόμενος τουρισμός τα επόμενα χρόνια.

**Λέξεις κλειδιά:** τουρισμός, οικονομική κρίση, εναλλακτικός τουρισμός, μάρκετινγκ



## Abstract

This study examined the link between the economic crisis with tourism in Greece, aiming at providing proposals with a view to the overall improvement of the tourist product of Greece in the coming years, so that tourism will be the main pillar of a global recovery of the Greek economy in the coming years.

The main conclusion reached in this work was the strengthening of tourism in the economic crisis, which was reflected in the rapid increase of incoming tourism from 2010 onwards and in relation to the period before the crisis, which led the significant improvement in both the revenues of the regions benefiting from tourism and the strengthening of the employment of the citizens.

Therefore, for the further development of tourism in the coming years, it is essential to focus on investing in alternative tourism combined with the intensive use of marketing tools with the ultimate aim of placing the Greek tourist product as much as possible in foreign markets, in order to further increase incoming tourism in the coming years.

**Keywords:** tourism, economic crisis, alternative tourism, marketing

## Εισαγωγή

Αντικείμενο μελέτης της παρούσας εργασίας είναι η σύνδεση της οικονομικής κρίσης με τον τουρισμό στην Ελλάδα, στοχεύοντας μέσω ανάδειξης των επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης και γενικότερα της κατάστασης του τουρισμού στην Ελλάδα σήμερα, στην παροχή προτάσεων με απώτερο στόχο τη συνολική βελτίωση του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδος τα επόμενα χρόνια, έτσι ώστε ο τουρισμός να αποτελέσει το βασικό πυλώνα μιας συνολικής ανάκαμψης της ελληνικής οικονομίας τα επόμενα έτη.

Προς αυτή την κατεύθυνση, στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας θα γίνει αναφορά στις βασικές έννοιες του τουρισμού, μέσω προσδιορισμού της έννοιας του τουρισμού, των κυριότερων κατηγοριών του τουρισμού, των σημαντικότερων χαρακτηριστικών του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, καθώς επίσης και στα σημαντικότερα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ελληνικού τουρισμού.

Στη συνέχεια, στο δεύτερο κεφάλαιο θα γίνει αναφορά στην οικονομική κρίση και ειδικότερα στην έννοια της οικονομικής κρίσης, στις αιτίες της διεθνούς οικονομικής κρίσης, στις συνέπειες διεθνούς οικονομικής κρίσης, ενώ στη συνέχεια η παρούσα εργασία θα εστιάσει στην ελληνική οικονομική κρίση και ειδικότερα στα αίτια και τις επιπτώσεις της στην ελληνική κοινωνία και οικονομία.

Αντίστοιχα, στο τρίτο κεφάλαιο θα γίνει μια προσπάθεια σύνδεσης του τουρισμού στην Ελλάδα με την οικονομική κρίση, μέσω αναφορών στην πορεία του τουρισμού πριν την κρίση, στην επίδραση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό, στην ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, στην ανάλυση του τουριστικού προϊόντος σε επίπεδο περιφέρειας, καθώς επίσης και στην ανάλυση της πορείας του ξενοδοχειακού δυναμικού της σε εθνικό επίπεδο τα τελευταία χρόνια.

Τέλος, η εργασία θα ολοκληρωθεί με το τέταρτο κεφάλαιο στο οποίο θα αναλυθούν οι στρατηγικές βελτίωσης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, μέσω αναφορών στη σημασία ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς επίσης και στις ενέργειες που πρέπει να γίνουν με στόχο την καλύτερη δυνατή προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ενώ έπειτα θα παρατεθούν τα συμπεράσματα και η σχετική βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας.

## Κεφάλαιο 1: Τουρισμός

### 1.1 Η έννοια του τουρισμού

Είναι γεγονός, ότι ο τουρισμός αποτελεί μια πολυσύνθετη έννοια, καθώς σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί σαν τουρισμό κάθε είδους ταξίδι. Προς αυτή την κατεύθυνση, η έννοια τουρισμός περιγράφεται από τον παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού ως εξής:

Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων, που ταξιδεύουν και να διαμένουν σε μέρη εκτός τους συνήθη περιβάλλον για όχι περισσότερο από ένα διαδοχικό έτος για αναψυχή, για επιχειρηματικούς σκοπούς και άλλους σκοπούς, οι οποίοι δεν σχετίζονται με την άσκηση μιας δραστηριότητας αμειβόμενης από τον τόπο επίσκεψής τους. (WTO, 2007)

Αντίστοιχα, ένας άλλος ορισμός, ο οποίος έχει δοθεί για τον τουρισμό, αναφέρει ότι σαν τουρισμός ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων, τα οποία προκύπτουν από την ύπαρξη ταξιδιών των πολιτών και τη διαμονή τους σε μη μόνιμη βάση σε ένα προορισμό, με τον οποίο τα άτομα δεν σχετίζονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα. (Βενετσανοπούλου, 2006)

Ως εκ τούτου, από τους παραπάνω ορισμούς είναι σαφές, ότι ο τουρισμός έχει επιπτώσεις στην οικονομία, στο φυσικό περιβάλλον, στον τοπικό πληθυσμό στον προορισμό και στους τουρίστες. Λόγω αυτών των πολλαπλών επιπτώσεων, του μεγάλου εύρους και της ποικιλίας των συντελεστών παραγωγής που απαιτούνται για την παραγωγή των αγαθών και των υπηρεσιών που αποκτούν οι επισκέπτες και του ευρέος φάσματος των εμπλεκόμενων ή επηρεαζόμενων από τον τουρισμό ενδιαφερόμενων φορέων, υπάρχει συνεπώς ανάγκη για μια ολιστική προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης, και την παρακολούθηση. (WTO, 2007)

Η προσέγγιση αυτή συνιστάται έντονα για τη διαμόρφωση και εφαρμογή εθνικών και τοπικών πολιτικών τουρισμού καθώς και των απαραίτητων διεθνών συμφωνιών ή άλλων διαδικασιών στον τομέα του τουρισμού. (WTO, 2007)

Τέλος, η έννοια του τουρισμού, όπως είναι προφανές συνδέεται άμεσα και με την έννοια του τουρίστα, ο οποίος σύμφωνα με τον παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού ορίζεται ως εξής:

Τουρίστας (tourist), είναι εκείνος ο επισκέπτης (εγχώριος, εισερχόμενος ή εξερχόμενος), ο οποίος μετακινείται σε μια περιοχή διαφορετική από τη μόνιμη κατοικία του, μόνο εάν το ταξίδι του περιλαμβάνει και διανυκτέρευση. (WTO, 2007)

Αντίθετα, σε αντίθεση με τους τουρίστες, οι εκδρομείς επισκέπτονται ένα τόπο διαφορετικό από αυτόν της μόνιμης διαμονής τους, αλλά παραμένουν σε αυτόν λιγότερες από 24 ώρες. (WTO, 2007)

## 1.2 Κατηγορίες τουρισμού

Δεν επιδέχεται αμφισβήτησης, ότι λόγω της πολυπλοκότητας και του μεγάλου εύρους του φαινομένου του τουρισμού, είναι δυνατή η διάκριση τους σε μια σειρά κατηγοριών, η οποία εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την οπτική πλευρά που παρατηρεί κανείς το φαινόμενο, καθώς επίσης και από το σύνολο των επηρεαζόμενων παραγόντων του.

Παρόλα αυτά, στην παρούσα ενότητα θα γίνει αναφορά στις έξι πιο σημαντικές κατηγορίες τουρισμού, οι οποίες καλύπτουν ένα μεγάλο εύρος του φαινομένου και οι οποίες είναι οι κάτωθι: (Ηγουμενάκης κ.α, 1988)

- Μαζικός τουρισμός,
- Ατομικός τουρισμός,
- Εσωτερικός τουρισμός,
- Εξωτερικός τουρισμός,
- Συνεχής τουρισμός
- Εποχικός τουρισμός.

### 1.2.1 Μαζικός τουρισμός

Ειδικότερα, σαν μαζικός τουρισμός ορίζεται εκείνη η κατηγορία τουριστών, βασικό στοιχείο των οποίων είναι η ομαδική συμμετοχή τους, κάτι το οποίο δεν υπάρχει στην περίπτωση του τουρισμού αναψυχής. (Ηγουμενάκης κ.α, 1988)

Ειδικότερα, στην περίπτωση του μαζικού τουρισμού, τα άτομα εισέρχονται σε ομάδες και προσαρμόζονται στο πεδίο της συμπεριφοράς στα πλαίσια της ομάδας, διασφαλίζοντας με αυτό τον τρόπο ένα ελάχιστο επίπεδο ικανοποίησής τους. (Ηγουμενάκης κ.α, 1988)

### 1.2.2 Ατομικός τουρισμός

Από την άλλη πλευρά, ο ατομικός τουρισμός είναι ακριβώς η αντίπερα όχθη του μαζικού τουρισμού, ενώ βασικό χαρακτηριστικό αυτής της μορφής είναι ο χαρακτήρας τους, ο οποίος είναι κατά κύριο λόγο περιηγητικός, ενώ η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού επηρεάστηκε κατά κύριο λόγο από την πρόοδο της τεχνολογίας και την ανάπτυξη των ιδιωτικών μέσων μεταφοράς (π.χ αυτοκίνητο, μηχανή). (Ηγουμενάκης κ.α, 1988)

### 1.2.3 Εσωτερικός τουρισμός

Από την άλλη πλευρά, ο εσωτερικός τουρισμός συντελείται από τον εγχώριο πληθυσμό μιας χώρας, εντός της χώρας αυτής, δηλαδή αφορά σε άτομα που κατοικούν μόνιμα σε μια χώρα και επιλέγουν για τις διακοπές τους να μετακινηθούν σε άλλη επικράτεια εντός της ίδιας χώρας. (Jayapalan, 2001)

Όπως είναι προφανές, μέσω αυτού τους είδους του τουρισμού είναι δυνατή η συγκράτηση των εκροών συναλλάγματος, λόγω της μη πραγματοποίησης από τα άτομα αυτά δραστηριοτήτων εξωτερικού τουρισμού. (Jayapalan, 2001)

### 1.2.4 Εξωτερικός τουρισμός

Αντίστοιχα, όπως προαναφέρθηκε και παραπάνω, ο εξωτερικός τουρισμός προέρχεται από τα άτομα που κατοικούν σε μια χώρα και αποφασίζουν να μετακινηθούν προσωρινά, επιλέγοντας να επισκεφθούν μια άλλη χώρα για τουριστικής φύσεως λόγους, ενώ είναι σημαντικό να τονισθεί, ότι ο εξωτερικός τουρισμός διακρίνεται σε δύο μέρη, στο ενεργητικό και το παθητικό. (Jayapalan, 2001)

Οι λόγοι διάκρισης του εξωτερικού τουρισμού στα δύο αυτά μέρη έγκειται στις ροές χρήματος, καθώς στον ενεργητικό εξωτερικό τουρισμό έχουμε την εμφάνιση εισροών συναλλάγματος, δηλαδή την εισροή χρημάτων από το εξωτερικό, ενώ αντίθετα στον παθητικό τουρισμό έχουμε την εμφάνιση εκροών συναλλάγματος, δηλαδή την εκροή χρημάτων προς το εξωτερικό. (Jayapalan, 2001)

### 1.2.5 Συνεχής τουρισμός

Από την άλλη πλευρά, ο συνεχής τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού, η διάρκεια της οποίας είναι όλη η περίοδος του έτους, χωρίς σε καμία περίπτωση ο τουρισμός να συνδέεται με τις κλιματολογικές συνθήκες. (Jayapalan, 2001)

Αν θέλουμε να γίνουμε πιο συγκεκριμένοι, ορισμένα συγκεκριμένα παραδείγματα συνεχή τουρισμού είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός πόλεων, ο εκθεσιακός τουρισμός, καθώς επίσης και ο τουρισμός κινήτρων. (Jayapalan, 2001)

### 1.2.6 Εποχιακός τουρισμός

Τέλος, σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό, ο εποχιακός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού, η οποία δεν έχει διάρκεια όλο το χρόνο, αλλά αντιθέτως αφορά σε μια συγκεκριμένη περίοδο του χρόνου, ενώ ο τύπος αυτός τουρισμού βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με τις κλιματολογικές συνθήκες. (Jayapalan, 2001)

Πιο συγκεκριμένα, οι σημαντικότερες μορφές του εποχιακού τουρισμού είναι ο καλοκαιρινός τουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός, καθώς επίσης και ο τουρισμός παραχείμασης (τουρισμός κατά τη διάρκεια του χειμώνα, όπου τα άτομα κάνουν διακοπές μεγάλης έκτασης). (Jayapalan, 2001)

## 1.3 Τύποι τουρισμού αναψυχής

Όπως είναι φανερό, οι μορφές τουρισμού είναι δυνατόν να ταξινομηθούν σε επιμέρους κατηγορίες, λόγω των πολλών λόγων για τους οποίους οι πολίτες μετακινούνται στα πλαίσια του τουρισμού τους από τη μια περιοχή σε μια άλλη. Ειδικότερα, στην προκειμένη περίπτωση, θα γίνει αναφορά στον τουρισμό αναψυχής, ο οποίος αποτελεί μια από τις πλέον συνηθισμένες μορφές τουρισμού σήμερα, ενώ οι κυριότερες μορφές του τουρισμού αναψυχής είναι οι κάτωθι: (Tureac & Turtureanu, 2008)

- Τουρισμός διακοπών
- Τουρισμός υγείας

- Û Τουρισμός επίσκεψης
- Û Διαμετακομιστικός Τουρισμός
- Û Τουρισμός μικρών αποστάσεων

Πιο συγκεκριμένα, **ο τουρισμός διακοπών** αποτελεί το σημαντικότερο τύπο τουρισμού, ενώ οι τουριστικές διακοπές μπορεί να συνίστανται είτε σε περίοδο σχεδόν ολικής ανάπαυσης (που πραγματοποιείται σε μια περιοχή πολύ ήσυχη, με λίγα αξιοθέατα στη γύρω περιοχή), είτε ως ενεργό περίοδο ανάπαυσης, όπου οι καθημερινές δραστηριότητες αντικαθίστανται από άλλες, συνήθως συμπληρωματικές εργασίες που συνήθως επιλέγονται για αθλήματα, βόλτες, εκδρομές κλπ. (Tureac & Turtureanu, 2008)

Ουσιαστικά, ο τουρισμός διακοπών επικεντρώνεται κυρίως στις περιόδους άδειας και αργιών των ενηλίκων που πραγματοποιούνται το καλοκαίρι ή το χειμώνα του φοιτητή (περίπου τις χειμερινές διακοπές), ενώ για το λόγο αυτό, ο τουρισμός διακοπών φαίνεται ότι συσχετίζεται με μακροχρόνια παραμονή (1-2 εβδομάδες). (Tureac & Turtureanu, 2008)

Από την άλλη πλευρά, ο τουρισμός υγείας αποτελεί μια μορφή διακοπών, οι οποίοι συνδέονται με την παροχής στους τουρίστες ενός ευρέος φάσματος ιατρικών υπηρεσιών και ευεξίας, ενώ μέσα στις εκφράσεις του τουρισμού αυτού περιλαμβάνονται μια σειρά από εξειδικευμένες υπηρεσίες, όπως είναι η θαλασσοθεραπεία, η υδροθεραπεία, τα ιαματικά μπάνια κλπ. (Σφακιανάκης, 2000)

Αντίθετα, ο τουρισμός επίσκεψης είναι ένας συνδυασμός διαφόρων τύπων τουρισμού. Είναι επίσης ένας τουρισμός αναψυχής, με μια ισχυρή πολιτιστική πλευρά. Ειδικότερα, οι άνθρωποι επιλέγουν αυτόν τον τύπο τουρισμού για την έντονη ανάγκη να διευρύνουν τον ορίζοντα και τον γενικό πολιτισμό, ενώ πρόκειται κυρίως για άτομα, τα οποία είναι διανοούμενοι, λόγω της επιθυμίας τους να συνεχίσουν τη συσσώρευση νέων γνώσεων. (Tureac & Turtureanu, 2008)

Σε αντίθεση με τις δύο προηγούμενες μορφές, ο τουρισμός επίσκεψης χαρακτηρίζεται από μικρό αριθμό συμμετεχόντων. (Tureac & Turtureanu, 2008)

Ένας σημαντικός παράγοντας που ευνόησε την ανάπτυξη αυτού του τύπου του τουρισμού είναι η χρησιμοποίηση όλο και ευρύτερης κλίμακας αυτοκινήτων ως μέσου μεταφοράς, γεγονός το οποίο συνέβαλε στη μεγαλύτερη κινητικότητα των τουριστών και τη δυνατότητα που τους δίνει το αυτοκίνητο για αλλαγή των επιλογών προορισμού κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. (Tureac & Turtureanu, 2008)

Από την άλλη πλευρά, ο διαμετακομιστικός Τουρισμός ή transit tourism δεν αποτελεί έναν ανεξάρτητο τύπος του τουρισμού, σε σχέση με τις μορφές, που αναφέρθηκαν παραπάνω. Ειδικότερα, όπως έχει σαφές παραπάνω, ο τουρισμός είναι μια διέλευση, ιδίως, όπου ο τουριστικός προορισμός βρίσκεται σε μεγάλη απόσταση από την πόλη κατοικίας του τουρίστα. (Tureac & Turtureanu, 2008)

Έτσι, ένα ταξίδι μέσω του εδάφους μεταξύ της τοποθεσίας προέλευσης και του προορισμού μπορεί να πραγματοποιηθεί με ή χωρίς διακοπές σε διάφορα σημεία που βρίσκονται κατά μήκος της διαδρομής. Η μετακίνηση είναι εν προκειμένω αυτό που ευνοεί την εμφάνιση αυτού του τύπου τουρισμού, εξαιτίας της ελεύθερης επιλογής των ενδιάμεσων στάσεων στη διαδρομή. (Tureac & Turtureanu, 2008)

Ουσιαστικά, ο τουρισμός διαμετακόμισης είναι συνήθως σύντομος, ενώ φτάνει σε ορισμένες περιπτώσεις ακόμη σε λιγότερες από 24 ώρες. Σχεδόν όλες οι περιπτώσεις συνδυάζεται με την επίσκεψη τουριστών, ο διαχωρισμός των οποίων είναι σχεδόν αδύνατος. (Tureac & Turtureanu, 2008)

Τέλος, ο τουρισμός μικρών αποστάσεων έχει αναπτυχθεί απόρροια της βιομηχανικής ανάπτυξης των πόλεων, συνέπεια της οποίας είναι η εργασία να αυξάνεται και περιλαμβάνει έναν παράγοντα μεγάλης ρουτίνας, καθώς όλο και περισσότεροι πολίτες αισθάνονται την ανάγκη για αναψυχή τα Σαββατοκύριακα. (Tureac & Turtureanu, 2008)

Ειδικότερα, ο τουρισμός μικρών αποστάσεων είναι στενά συνδεδεμένος με την εποχή, τις καιρικές συνθήκες και τον τύπο χαλάρωσης, ενώ η ο τύπος αυτός τουρισμού χρησιμοποιείται ιδιαίτερα από ανθρώπους, που κατοικούν στα μεγάλα αστικά κέντρα. (Tureac & Turtureanu, 2008)



Οι μελέτες για το φαινόμενο αυτό δείχνουν ότι περίπου το ένα τρίτο του πληθυσμού στις ευρωπαϊκές πόλεις προτιμά την αναψυχή μειωμένης απόστασης, ενώ το ποσοστό συμμετοχής ποικίλλει ανάλογα το μέγεθος των πόλεων. (Tureac & Turtureanu, 2008)

#### 1.4 Χαρακτηριστικά ελληνικού τουριστικού προϊόντος

Η Ελλάδα είναι μια μεσογειακή χώρα, βασικό χαρακτηριστικό της οποίας είναι η πλούσια δραστηριότητα στο οικονομικό, θρησκευτικό και πνευματικό επίπεδο, ενώ εμφανίζει ιδιαίτερα μακρά παράδοση στον τομέα του τουρισμού, απόρροια της ιστορίας και του αρχαίου πολιτισμού της (Μπούχαλης, 2001).

Πιο συγκεκριμένα, το αίσθημα του τουρισμού και της φιλοξενίας ήταν ιδιαίτερα αναπτυγμένο στην αρχαία Ελλάδα, καθώς κάθε λογής επισκέπτες θεωρούνταν ως ιεροί, ενώ από την πλευρά του, ο αρχαίος θεός της ελληνικής μυθολογίας Δίας, εκτός των άλλων τίτλων του, είχε και τον τίτλο του θεού της φιλοξενίας, ο οποίος λειτουργούσε σαν ασπίδα προστασίας για κάθε επισκέπτη, ενώ αποτελούσε και πνοή για τους ντόπιους ως προς την φροντίδα που έπρεπε να επιδεικνύουν σε κάθε επισκέπτη τους (Μπούχαλης, 2001).

Ειδικότερα, στην αρχαία Ελλάδα, η φιλοξενία είχε ισχύ άγραφου νόμου και αποτελούσε μια από τις σημαντικότερες υποχρεώσεις των πολιτών. Όταν ένας ταξιδιώτης έφτανε στον προορισμό του, αισθανόταν ασφαλής και σίγουρος ότι θα έβρισκε στέγη και τροφή. Άλλωστε, δεν ήταν τυχαίο ότι ο Δίας ήταν προστάτης των ξένων και για αυτό τον λόγο ονομαζόταν Ξένιος Ζευς. Όμως, από τον 5ο αιώνα π.Χ. η αύξηση της κίνησης των ξένων οδήγησε στην αντικατάσταση του αφιλοκερδούς θεσμού της φιλοξενίας με τον νέο θεσμό της πολιτικής προξενίας, όπου η διαμονή ήταν με πληρωμή (δηλαδή έχουμε μια μορφή των σημερινών ξενοδοχείων). (Λαγός, 2016)

Όσον αφορά τα αξιοθέατα της χώρας μας, τα φυσικά αξιοθέατα καταλαμβάνουν μια έκταση περίπου 16.000 χιλιομέτρων, ενώ σε αυτά πρέπει να προστεθούν και τα άνω των 2.500 νησιών, βασικό χαρακτηριστικό των οποίων είναι η πλούσια χλωρίδα και πανίδα τους, καθώς και το ιδιαίτερα μεσογειακό κλίμα τους, απόρροια των ζεστών καλοκαιριών και των ήπιων χειμώνων, που υπάρχουν στη χώρα. (Butler, 2008)

Όσον αφορά το πολιτιστικό κομμάτι, η Ελλάδα διαθέτει μια μοναδική στα χρονικά πολιτιστική κληρονομιά, ενώ διαθέτει περίπου 25.000 μνημεία, πολλά από τα οποία είναι προστατευμένης κληρονομιάς, πλήθος μουσείων και αρχαιολογικών χώρων, ενώ διαθέτει και περίπου 500 χωρία παραδοσιακού τύπου. (Butler, 2008)

Ειδικότερα, τα πιο σημαντικά προϊόντα του ελληνικού τουρισμού είναι η θάλασσα, η αμμουδιά και ο ήλιος, σε συνδυασμό με τη μακρά ιστορία της χώρας, τον αναπτυγμένο πολιτισμό της και την πλούσια παράδοσή της. Όσον αφορά το πεδίο των τουριστικών υποδομών στην χώρα, αυτές θεωρούνται αρκετά αναπτυγμένες σήμερα, ενώ ο απώτερος στόχος είναι η επέκτασή τους σε όλες τις εποχές του χρόνου, έτσι ώστε να μπορέσει η χώρα να καλύψει την πληθώρα απαιτήσεων, που υπάρχουν σήμερα. (Gros, 2010).

Όσον αφορά τα κυριότερα προβλήματα, του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, είναι γεγονός ότι το σημαντικότερο πρόβλημα, που πρέπει να ξεπεράσει η Ελλάδα είναι το πρόβλημα της εποχικότητας. (Skoultzos & Vagionis, 2015)

Εκτιμάται ότι περισσότερο από το ήμισυ των συνολικών αφίξεων πραγματοποιούνται κατά τους μήνες αυτούς, με αποτέλεσμα να υπάρχουν αρκετά προβλήματα στους προορισμούς και τα ξενοδοχεία. Για παράδειγμα, τα ελληνικά ξενοδοχεία πρέπει να ξεπεράσουν το πρόβλημα των χαμηλών ποσοστών πληρότητας εκτός εποχής. (Skoultzos & Vagionis, 2015)

Είναι γεγονός, ότι τα χαμηλά ποσοστά πληρότητας αποτελούν σημαντικό πρόβλημα σε εθνικό επίπεδο. Για παράδειγμα, το 2014, ο υψηλότερος ρυθμός πληρότητας καταγράφηκε τον Αύγουστο (74,5%) και ο χαμηλότερος καταγράφηκε τον Ιανουάριο (17,1%), όταν το 2008 τα σχετικά ποσοστά ήταν 81,5% τον Αύγουστο και 25,4% τον Ιανουάριο. (Skoultzos & Vagionis, 2015)

Τέλος, όσον αφορά την πορεία της Ελλάδος στο πεδίο του τουρισμού διεθνώς, σύμφωνα με το δείκτη Ανταγωνιστικότητας Ταξίδια & Τουρισμός του 2017, η Ελλάδα βρίσκεται στην 24<sup>η</sup> θέση, ανεβαίνοντας 7 θέσεις σε σχέση με το 2015, σε σύνολο 134 χωρών. (<http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/ranking/#series=TTCI>)

Σύμφωνα με το WEF (World Economic Forum), οι επιδόσεις της Ελλάδας συνδέονται με τις εξαιρετικές προσπάθειες της χώρας να εκτιμήσει τους φυσικούς της πόρους (32η, άνοδος 14 θέσεων), τόσο άμεσα, μέσω της ισχυρότερης ψηφιακής ζήτησης (19η) όσο και έμμεσα μέσω της προστασίας του περιβάλλοντος (39<sup>η</sup>), και την εμπορική δραστηριότητα (43η, άνοδος 19 θέσεων).

Ταυτόχρονα, η τιμή, η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος έχουν αυξηθεί σημαντικά (90η, άνοδος 23 θέσεων) χάρη στο μειωμένο κόστος διαμονής για τους διεθνείς τουρίστες, το χαμηλότερο κόστος καυσίμων και τους μειωμένους φόρους εισιτηρίων και τα αερολιμενικά τέλη για την άμεση παροχή κινήτρων στον τουρισμό. (<https://news.gtp.gr/2017/04/07/wef-greece-jumps-global-travel-tourism-competitiveness/>)

Άμεση συνέπεια, αυτών των πολιτικών, όπως θα αναλυθεί και σε επόμενο κεφάλαιο ήταν η δημιουργία περισσότερων διεθνών αφίξεων, συνεπώς και σε υψηλότερα μικτά αποτελέσματα όσον αφορά τα έσοδα, ενώ για να αυξηθούν οι αφίξεις και τα έσοδα, η Ελλάδα πρέπει να επικεντρωθεί στη δημιουργία φιλικότερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος (103ο), με χαμηλότερα εμπόδια στις άμεσες ξένες επενδύσεις, μείωση της φορολογίας στα κέρδη και βελτίωση της αποτελεσματικότητας του νομοθετικού συστήματος, κατέληξε η έκθεση του WEF. (<https://news.gtp.gr/2017/04/07/wef-greece-jumps-global-travel-tourism-competitiveness/>)

## 1.5 Είδη τουριστών

Δεν επιδέχεται αμφισβήτησης, ότι ένα κομβικό στοιχείο στον ίδιο τον τουρισμό είναι ο διαχωρισμός των ατόμων που συμμετέχουν σε αυτόν, δηλαδή των τουριστών, γεγονός το οποίο καθιστά απαραίτητη τη διάκριση των ατόμων που συμμετέχουν σε τουριστικές διαδικασίες. Ειδικότερα, η τυπολογία αυτή των τουριστών μπορεί να λάβει διάφορες μορφές, ενώ μια από τις πιο γνωστές τυπολογίες διακρίνει τους τουρίστες σε δύο κατηγορίες: (Λαγός, 2005)

- Τουρίστες, οι οποίοι λατρεύουν τα ταξίδια
- Τουρίστες, οι οποίοι λατρεύουν τον ήλιο.

Αντίστοιχα, ένας άλλος διαχωρισμός των τουριστών στηρίζεται στα διαφορετικά κίνητρα των τουριστών, τα οποία συντελούν στη διαφοροποίηση των επιμέρους κατηγοριών τουριστών, δημιουργώντας με τη σειρά τους αρκετά πρότυπα από

τουριστικές ομάδες, ενώ ο διαχωρισμός αυτός προκύπτει με βάση το επίπεδο της οικειότητας, που αισθάνονται τα άτομα. (Λαγός, 2005)

Πιο συγκεκριμένα, με βάση τη διάκριση αυτή, οι τουρίστες διακρίνονται ως εξής:

- Οργανωμένοι μαζικοί τουρίστες
- Ανεξάρτητοι αλλά μαζικοί τουρίστες
- Εξερευνητές τουρίστες
- Περιηγητές τουρίστες

Τέλος, άλλη μια ιδιαίτερα γνωστή τυπολογία τουριστών προσδιορίζει τους τύπους τουριστών για λογαριασμό των tour operators, ενώ η διάκριση αυτή οφείλεται στον τρόπο ζωής των ατόμων, επιτρέποντας με αυτό τον τρόπο τον κατάλληλο προσδιορισμό των επιμέρους προτιμήσεων των τουριστών, έτσι ώστε οι tour operators να έχουν αποκτήσει μια όσο το δυνατόν ικανοποιητικότερη γνώση της αγοράς τουρισμού. (Λαγός, 2005)

Προς αυτή την κατεύθυνση, η διάκριση αυτή έχει ως εξής: (Λαγός, 2005)

- Τουρίστες, οι οποίοι επιθυμούν οικογενειακές διακοπές
- Τουρίστες, οι οποίοι επιθυμούν οι διακοπές τους να είναι όσο το δυνατόν πιο οικονομικές
- Τουρίστες, οι οποίοι δεν έχουν ή έχουν αρκετά χαμηλή αυτοπεποίθηση
- Οργανωμένοι τουρίστες
- Τουρίστες, οι οποίοι στοχεύουν μέσω των διακοπών τους στην επίτευξη του αυτοπροσδιορισμού τους και της επιβεβαίωσης του εαυτού τους.
- Τουρίστες, οι οποίοι είναι λάτρεις της ιστορίας και του πολιτισμού
- Τουρίστες, οι οποίοι πρωτίστως ενδιαφέρονται στις διακοπές τους για τη νυκτερινή ζωή που προσφέρει ο προορισμός τους.
- Κοινωνικοί τουρίστες
- Τουρίστες με έντονο ενδιαφέρον για την οικολογία
- Αθλητικοί τουρίστες
- Διανοούμενοι τουρίστες
- Πολιτιστικοί τουρίστες.

Τέλος, είναι βασικό να τονισθεί, ότι πολλοί από τους τουρίστες είναι πιθανόν ανάλογα με την περίοδο της ζωής τους να ανήκουν ακόμα και ταυτόχρονα σε περισσότερες από μια κατηγορίες τουριστών, γεγονός το οποίο μας οδηγεί στο συμπέρασμα, ότι η διάκριση των τουριστών εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τα κίνητρα και τους λόγους για τους οποίους τα άτομα πραγματοποιούν διακοπές κάθε φορά.

## 1.6 Πλεονεκτήματα ελληνικού τουρισμού

Με περισσότερα από 16.000 χιλιόμετρα ακτογραμμής, πάνω από 6.000 νησιά και νησιά και μια καλά εδραιωμένη τουριστική βιομηχανία, η Ελλάδα παρουσιάζει αρκετά πλεονεκτήματα σήμερα στον τομέα του τουρισμού.

(<https://www.enterprisegreece.gov.gr/en/invest-in-greece/sectors-for-growth/tourism>)

Ειδικότερα, η χώρα αποτελεί έναν από τους κορυφαίους παγκόσμιους τουριστικούς προορισμούς για διακοπές στον ήλιο και τις παραλίες και προσφέρει επίσης ελκυστικές προτάσεις για διακοπές για όλο το χρόνο.

(<https://www.enterprisegreece.gov.gr/en/invest-in-greece/sectors-for-growth/tourism>)

Όσον αφορά τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας, σε αυτά συγκαταλέγονται η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η φυσική ομορφιά και η γεωγραφική ποικιλία, στοιχεία τα οποία έχουν προσελκύσει σημαντικές τουριστικές επενδύσεις τα τελευταία χρόνια, ενισχύοντας έτσι την εικόνα της Ελλάδας ως ιδανικό προορισμό τόσο για διακοπές όσο και για επενδύσεις σχετικές με τουρισμό.

(<https://www.enterprisegreece.gov.gr/en/invest-in-greece/sectors-for-growth/tourism>)

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί, ότι η οικονομική κρίση στην Ελλάδα υπήρξε ένας από τους βασικούς άξονες της οικονομικής ανάπτυξης και της απασχόλησης, με τη συνεχή αύξηση των αφίξεων τουριστών και των εισοδημάτων που οφείλονται κυρίως:

(<https://www.enterprisegreece.gov.gr/en/invest-in-greece/sectors-for-growth/tourism>)

- την προσπάθεια των ελληνικών τουριστικών αρχών και ενώσεων να αναβαθμίσουν την προσφορά τουριστικού προϊόντος.
- την ανάπτυξη βασικών και νέων αγορών όπως η Ρωσία, το Ισραήλ, η Τουρκία και η Κίνα.

Επιπλέον, στα πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού περιλαμβάνονται εκτός των άλλων και τα ακόλουθα: (<https://www.enterprisegreece.gov.gr/en/invest-in-greece/sectors-for-growth/tourism>)

- Αξία της επωνυμίας: Η Ελλάδα έχει διάφορους προορισμούς που είναι από τις βασικές προτιμήσεις των παγκόσμιων τουριστών και έχει διεθνή αναγνώριση ότι έχει εξαιρετική προσφυγή στις διακοπές.
- Γεωγραφία και Τοπίο: Από το πλήθος των ηλιόλουστων νησιών μέχρι τις χιονισμένες κορυφές και τα δάση, η Ελλάδα προσφέρει απεριόριστη ποικιλία ελκυστικών προορισμών για διακοπές όλο το χρόνο.
- Ιστορία και Πολιτισμός: Περισσότερες από τέσσερις χιλιετίες ιστορίας και αφθονία τόπων, μουσείων και τοποθεσιών όπου μπορεί κανείς να δει την ιστορία να ξεδιπλώνεται μπροστά στα μάτια.
- Εγκατεστημένη Υποδομή: Περισσότερα από 700.000 κλίνες ξενοδοχείων, περισσότερες από 500 συνεδριακές εγκαταστάσεις, περισσότερες από 6.000 γιορτές, άμεσες αεροπορικές συνδέσεις από μεγάλα ευρωπαϊκά αεροδρόμια σε περισσότερους από 20 προορισμούς.

### 1.7 Μειονεκτήματα ελληνικού τουρισμού

Όπως είναι φανερό, εκτός των πλεονεκτημάτων, που εμφανίζει σήμερα ο ελληνικός τουρισμός υπάρχουν και μια σειρά από μειονεκτήματα, τα οποία εμποδίζουν ως ένα βαθμό την αναμενόμενη ακόμα πιο ραγδαία ανάπτυξή του. (Βενετσανοπούλου, 2006)

Ειδικότερα, τα κυριότερα μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι τα κάτωθι:

- Προβλήματα όσον αφορά τις συγκοινωνίες, καθώς επίσης και τα μέσα για την υποδοχή των τουριστών από τα αεροδρόμια ή τα λιμάνια.
- Σε σχέση με γειτονικές χώρες (π.χ Βουλγαρία, Τουρκία), η Ελλάδα θεωρούνταν πιο ακριβός προορισμός για διακοπές.
- Το γεγονός, ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις επιδιώκουν εντός 2 μηνών να βγάλουν τα έξοδα όλου του έτους.
- Το γεγονός επίσης ότι η πλειονότητα του ελληνικού τουρισμού, ειδικά εν μέσω της οικονομικής κρίσης, απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε διεθνείς πελάτες και όχι σε πελάτες από το εσωτερικό της χώρας.

- Άμεση εξάρτηση της ελληνικής τουριστικής αγοράς από τους πράκτορες και τους tour operators.
- Έντονη εποχικότητα
- Ανεπάρκεια αποτελεσματικής προώθησης της χώρας στο εξωτερικό.  
(Βενετσανοπούλου, 2006)

Από τα παραπάνω είναι σαφές, ότι το μεγαλύτερο πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού σήμερα είναι το ζήτημα της εποχικότητας και της μη ύπαρξης κατάλληλης και αποτελεσματικής προώθησης του στο εξωτερικό, μια κατάσταση η οποία ήταν πολύ χειρότερη προ της οικονομικής κρίσης.

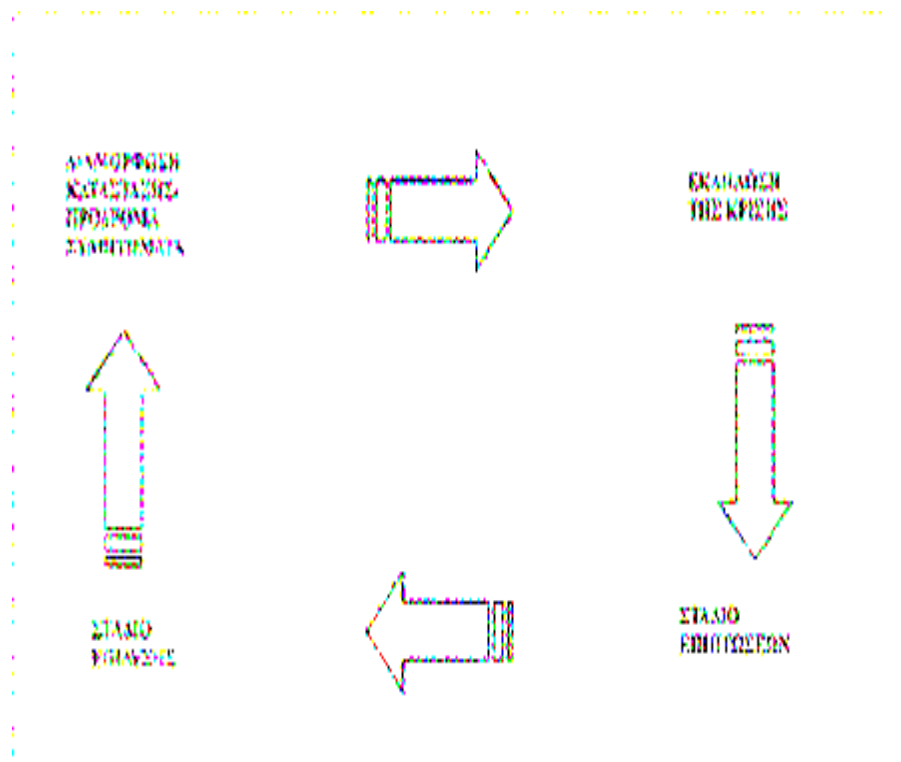
## Κεφάλαιο 2: Οικονομική κρίση

### 2.1 Η έννοια της οικονομικής κρίσης

Ίσως ο καλύτερος ορισμός μιας χρηματοπιστωτικής κρίσης ορίζει ως μια χρηματοπιστωτική κρίση, μια απότομη, σύντομη, εξαιρετικά κυκλική επιδείνωση όλου ή του συνόλου μιας ομάδας οικονομικών δεικτών βραχυπρόθεσμα, όπως είναι τα επιτόκια, οι τιμές των περιουσιακών στοιχείων (τιμές αποθεμάτων, ακινήτων, γης), εμπορικές αδυναμίες και αποτυχίες χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. (Summers et. al, 1991)

Επίσης, είναι σημαντικό να τονισθεί, ότι μια οικονομική κρίση είναι δυνατόν να αποτελείται από τέσσερα διαφορετικά και διακριτά στάδια, τα οποία συνοψίζονται στα κάτωθι: (Σφακιανάκης, 1998)

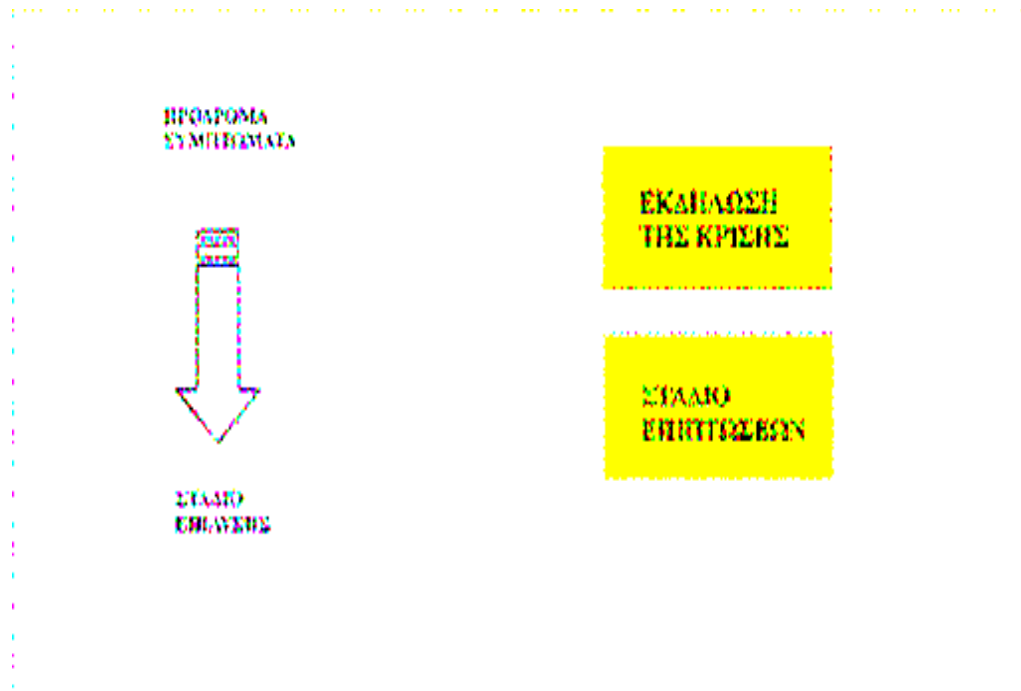
- Στάδιο Διαμόρφωσης της κατάστασης ή Πρόδρομων συμπτωμάτων
- Στάδιο εκδήλωσης-κορύφωσης της κρίσης
- Στάδιο των επιπτώσεων
- Στάδιο επίλυσης - ομαλοποίησης



Εικόνα 1: Στάδια οικονομικής κρίσης

Πηγή: Σφακιανάκης, (1998)





Εικόνα 2: Κύκλος εργασίας μιας οικονομικής κρίσης

Πηγή: Σφακιανάκης, (1998)

Αξίζει να σημειωθεί επίσης, ότι σε μια χρηματοπιστωτική κρίση, είναι σύνηθες η αξία των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων ή περιουσιακών στοιχείων μειώνεται ραγδαία. (Summers et. al, 1991)

Ειδικότερα, μια οικονομική κρίση συνδέεται συχνά με έναν πανικό ή μια τράπεζα όπου οι επενδυτές πωλούν περιουσιακά στοιχεία ή αποσύρουν χρήματα από λογαριασμούς ταμειυτηρίου, επειδή φοβούνται ότι η αξία αυτών των περιουσιακών στοιχείων θα μειωθεί εάν παραμείνουν σε ένα χρηματοπιστωτικό ίδρυμα. (Summers et. al, 1991)

Επιπλέον, μια χρηματοπιστωτική κρίση μπορεί να προκύψει εάν τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ή τα περιουσιακά στοιχεία υπερτιμηθούν και μπορεί να επιδεινωθεί από μια ενδεχόμενη παράλογη συμπεριφορά των επενδυτών. Στο ίδιο μήκος κύματος μια ταχεία σειρά πωλήσεων μπορεί επίσης να οδηγήσει σε χαμηλότερες τιμές των περιουσιακών στοιχείων ή σε περισσότερες αποσύρσεις εξοικονομήσεων, ενώ η κατάσταση παραμένει ανεξέλεγκτη, μια κρίση μπορεί να προκαλέσει μια οικονομία να πάει σε ύφεση ή σε συνολική κατάρρευση. (Summers et. al, 1991)

## 2.2 Αιτίες διεθνούς οικονομικής κρίσης

Η πιστωτική κρίση που ξέσπασε το 2008 ήταν άμεσο αποτέλεσμα της αποτυχίας της αγοράς ενυπόθηκων δανείων στις ΗΠΑ. Το πρόβλημα άρχισε το 2001, όταν η Federal Reserve of America (FED) αποφάσισε να μειώσει το επιτόκιο στο 1%, προκειμένου να ξεπεράσει το αρνητικό γεγονός της τρομοκρατικής επίθεσης της 11 Σεπτεμβρίου σχετικά με την ανάπτυξη της οικονομίας. (Ramadhan & Naseeb, 2015)

Η δράση της FED συνοδευόμενη από εισροή χρημάτων από την αυξανόμενη Κίνα και τη Μέση Ανατολή οδήγησε στην ύπαρξη άφθονης πίστωσης στις Ηνωμένες Πολιτείες. Αντίστοιχα, οι χρηματοπιστωτικοί επενδυτές που εκπροσωπούνται από τις επενδυτικές τράπεζες και τις εταιρείες Wall Street αναζητούσαν σταθερή απόδοση της επένδυσής τους πέραν του επιτοκίου FED 1%. (Ramadhan & Naseeb, 2015)

Οι τελευταίοι χρησιμοποίησαν την ευκαιρία που παρουσίαζε η αυξανόμενη αγορά ενυπόθηκων δανείων στα κράτη, ενώ η αφθονία των πιστώσεων ενθάρρυνε πολλούς Αμερικανούς να αγοράσουν τα δικά τους σπίτια, λαμβάνοντας δάνεια από δανειστές δανείων όπως οι Fannie May και Freddy Mack. (Ramadhan & Naseeb, 2015)

Ειδικότερα, για να διατηρηθεί η διαδικασία ομαλή, οι Mortgage Lenders άρχισαν να ξεμένουν από αξιόλογους υποψηφίους και άρχισαν να προσελκύνουν επικίνδυνους υποψηφίους με κακό πιστωτικό ιστορικό, χρησιμοποιώντας προγράμματα όπως μη προκαταβολή, καμία απόδειξη εισοδήματος και κανένα πιστωτικό έλεγχο για να προσελκύσουν νέους επικίνδυνους αιτούντες δανείων. Τα κεφάλαια στα δάνεια χαμηλής εξασφάλισης (Sub-Prime Loans) οδήγησαν σε έκρηξη την αγορά στεγαστικών δανείων. (Ramadhan & Naseeb, 2015)

Η δικαιολογία πίσω από τα δάνεια χαμηλής εξασφάλισης ήταν ότι, ακόμη και αν κάποιος ρισκοκίνδυνος υποψήφιος αθετήθηκαν, οι εξασφαλίσεις τους (σπίτια) μπορούν να πωληθούν σε κάποιον άλλο για υψηλότερη τιμή. Αυτό μπορεί να είναι αληθές μόνο στην περίπτωση εκείνη που λίγοι υποψήφιοι αθέτησαν τις υποχρεώσεις τους. (Ramadhan & Naseeb, 2015)

Ωστόσο, το ποσοστό αθέτησης των αποπληρωμών δανείων ήταν υψηλότερο από το αναμενόμενο και οι τράπεζες επενδύσεων διέθεταν πολλά σπίτια για τα οποία όμως δεν βρέθηκαν αγοραστές. (Ramadhan & Naseeb, 2015)

Αυτή ακριβώς η υπερβάλλουσα προσφορά σε σχέση με τη ζήτηση οδήγησε στο να ξεσπάσει η φούσκα και οι τιμές των κατοικιών άρχισαν να βυθίζονται. Αντίστοιχα, η μείωση των τιμών οδήγησε επίσης τους κατόχους ενήμερων δανείων σε αδυναμία πληρωμής, καθώς δεν άξιζε να καταβάλουν πληρωμές για φθηνά σπίτια. (Ramadhan & Naseeb, 2015)

Καθώς οι πτωχεύσεις στις πληρωμές σάρωσαν τη χώρα, οι Τράπεζες Επενδύσεων και οι επενδυτές κατέληξαν με τεράστια δάνεια (τα οποία αφορούσαν στη χρηματοδότηση των πωλήσεων κατοικιών) και άχρηστα σπίτια. Από την άλλη πλευρά, οι δανειστές υποθηκών δεν μπορούν να βρουν νέους αιτούντες και δεν μπόρεσαν να πουλήσουν τα δάνειά τους στους επενδυτές. (Ramadhan & Naseeb, 2015)

Με λίγα λόγια, ολόκληρο το χρηματοπιστωτικό σύστημα ήταν παγωμένο. Η κατάρρευση του χρηματοπιστωτικού συστήματος είχε ως αποτέλεσμα πολλές πτωχεύσεις και αποκλεισμό χρηματοπιστωτικών επιχειρήσεων στις Ηνωμένες Πολιτείες και σε όλο τον κόσμο. (Ramadhan & Naseeb, 2015)

Ειδικότερα, οι κυριότεροι παράγοντες που οδήγησαν στην πρόκληση της διεθνούς οικονομικής κρίσης είναι οι κάτωθι: (Rida, 2009)

- **Ανισορροπία στο παγκόσμιο εμπόριο**

Η Κίνα ωφελήθηκε πολύ από την ένταξη στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (ΠΟΕ) το 2001, καθώς αξιοποίησε τα πλεονεκτήματα του νέου παγκόσμιου εμπορικού συστήματος και πλημμύρισε τον κόσμο με φθηνές εξαγωγές. (Rida, 2009)

Διατηρώντας τη συναλλαγματική ισοτιμία του γουάν πολύ χαμηλά, οι κινεζικές εξαγωγές ήταν πολύ ανταγωνιστικές στην παγκόσμια αγορά. Αυτό επέτρεψε στην Κίνα να συγκεντρώσει τεράστια εμπορικά πλεονάσματα, ενώ ο υπόλοιπος κόσμος, ιδίως οι ΗΠΑ, αύξησαν το εμπορικό τους έλλειμμα.

Για παράδειγμα, το έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο των Ηνωμένων Πολιτειών τριπλασιάστηκε από 69 εκατ. δολάρια το 1999 σε περισσότερα από 256 εκατ. δολάρια το 2007. Ως εκ τούτου, η παραγωγή βιομηχανικών και καταναλωτικών αγαθών παρουσίασε δραματική πτώση στις ΗΠΑ και η αμερικανική οικονομία μετατράπηκε σε μια οικονομία υπηρεσιών. (Rida, 2009)

- **Πρότυπο κατανάλωσης στις Ηνωμένες Πολιτείες**

Η οικονομία των ΗΠΑ δεν προσαρμόστηκε για αρνητικές επιπτώσεις στο εμπορικό ισοζύγιο της, ενώ η υψηλή κατανάλωση των εισαγωγών και η μείωση της παραγωγής συνεχίζονταν. Αντίθετα, το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου και του δημόσιου προϋπολογισμού χρηματοδοτούνταν με εκτεταμένο δανεισμό. (Rida, 2009)

Ο δανεισμός ήταν κυρίως η Κίνα, η οποία επανεπένδυσε τα τεράστια οικονομικά της πλεονάσματα στην αγορά αμερικανικών κρατικών ομολόγων και χρεογράφων. Αυτή η ταυτόχρονη διαδικασία επιδείνωσε το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου και αύξησε το έλλειμμα στον δημόσιο προϋπολογισμό σε περίπου 1,5 τρισεκατομμύρια το 2007. (Rida, 2009)

- **Υπερβολική απελευθέρωση των χρηματοπιστωτικών αγορών**

Από το 1980, οι Ηνωμένες Πολιτείες οδήγησαν τον κόσμο στην ελευθέρωση της χρηματοπιστωτικής αγοράς. Για να επιτευχθεί αυτό, η χρηματοπιστωτική αγορά ήταν σε μεγάλο βαθμό απελευθερωμένη, ενώ η εποπτεία και η παρακολούθηση της FED ήταν χαλαρή.

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, η έννοια της ελευθέρωσης της αγοράς σάρωσε τον κόσμο με μια ώθηση από τη συμφωνία GATS. Αυτό επέτρεψε στις Ηνωμένες Πολιτείες να διευρύνουν το ρόλο τους ως κυρίαρχος παράγοντας στην παροχή χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών. (Rida, 2009)

Συνέπεια αυτού ήταν πολλά χρηματοπιστωτικά προϊόντα και παράγωγα να εισέλθουν ως αποτέλεσμα του αυξανόμενου παγκόσμιου εμπορίου και της απελευθέρωσης. Ειδικότερα, η συμμετοχή πολλών χρηματοπιστωτικών και επενδυτικών τραπεζών στην αγορά ενυπόθηκων δανείων (χρεόγραφα και δάνεια) αποτελεί παράδειγμα της επίπτωσης της απορρύθμισης και της απελευθέρωσης. Μια τέτοια επέκταση οδήγησε στη φούσκα που ξέσπασε και πάγωσε την πιστωτική αγορά. (Rida, 2009)

- **Ο κυρίαρχος ρόλος του αμερικανικού δολαρίου**

Μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, η αμερικανική οικονομία ήταν η ισχυρότερη και η πιο σταθερή. Η συμφωνία του Bretton Woods το 1944 επέτρεψε στις ΗΠΑ να στρέψουν το νόμισμά τους στο χρυσό και να κυριαρχούν σε παγκόσμια νομίσματα.

Η αύξηση της ζήτησης για δολάρια ΗΠΑ και ο φόβος της απώλειας του χρυσού επέτρεψε στις Ηνωμένες Πολιτείες να υιοθετήσουν το σύστημα κυμαινόμενης συναλλαγματικής ισοτιμίας το 1971. Για να καλύψουν την παγκόσμια ζήτηση για δολάρια ΗΠΑ, οι ΗΠΑ συνέχισαν να εκτυπώνουν το δολάριο χωρίς καμία αποτελεσματική ρύθμιση ή κριτήρια. (Rida, 2009)

Αυτή η διαδικασία επέτρεψε την εισροή παγκόσμιων αγαθών και κεφαλαίων στις Ηνωμένες Πολιτείες για την ανταλλαγή των ΗΠΑ. Το πιο σημαντικό, έδωσε τη δυνατότητα τις Ηνωμένες Πολιτείες να καταναλώνουν πέρα από τις δυνατότητές τους, οδηγώντας τη χώρα σε ένα σταθερό έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο. (Rida, 2009)

Τις τελευταίες δεκαετίες, η υψηλή εισαγωγική κατανάλωση μείωσε τη βιομηχανική παραγωγή και μετατόπισε την παραδοσιακή οικονομία προς τις υπηρεσίες. Η εισροή χρημάτων στις ΗΠΑ δημιούργησε την έννοια του «φθηνού χρήματος» και οδήγησε στην αφθονία των πιστώσεων που χρησιμοποιήθηκαν σε μη παραγωγικές δραστηριότητες, οι οποίες με τη σειρά τους οδήγησαν στην οικονομική κρίση. (Rida, 2009)

### 2.3 Συνέπειες διεθνούς οικονομικής κρίσης

Δεν επιδέχεται αμφισβήτησης, ότι η οικονομική κρίση που ξέσπασε το 2008 με αφετηρία τις ΗΠΑ και εν συνεχεία επεκτάθηκε στον υπόλοιπο κόσμο θα επέφερε μια σειρά από συνέπειες, πολλές από τις οποίες είναι ορατές μέχρι και σήμερα. (Bartmann, 2016)

Ειδικότερα, οι κυριότερες επιπτώσεις της διεθνούς οικονομικής κρίσης μπορούν να ταξινομηθούν στις κάτωθι κατηγορίες: (Bartmann, 2016)

#### · **Επιπτώσεις ξεσπάσματος της κρίσης**

Το 2006, όταν η αμερικανική αγορά ακινήτων άρχισε να καταρρέει και οι τιμές μειώθηκαν δραματικά, οι συνέπειες τόσο για την οικονομία όσο και για τους πολίτες των ΗΠΑ ήταν σοβαρές. Δεν ήταν σε θέση να εξυπηρετήσουν τα στεγαστικά δάνεια τους, οι άνθρωποι έπρεπε να εγκαταλείψουν τα σπίτια τους προς πώληση. (Bartmann, 2016)

Ο αποκλεισμός των σπιτιών έφτασε τα 6 εκατομμύρια μέχρι το 2010. Όμως, όχι μόνο οι άνθρωποι έπρεπε να εγκαταλείψουν τα σπίτια τους, αλλά και η οικοδομική βιομηχανία και ο τομέας των ακινήτων άρχισε να αντιμετωπίζει δύσκολες στιγμές, καθώς δεν υπήρχε αρκετή ζήτηση μετά τη διακοπή της φούσκας. (Bartmann, 2016)

Σύντομα οι πρώτες εταιρείες στεγαστικών δανείων οδηγήθηκαν σε πτώχευση και η κρίση των ενυπόθηκων στεγαστικών δανείων μετατράπηκε σε χρηματοπιστωτική κρίση. (Bartmann, 2016)

Από την πλευρά τους, οι πιστωτικές αγορές αντέδρασαν ιδιαίτερα στην συνεχιζόμενη ύφεση της αγοράς κατοικιών. Καθώς όλο και περισσότερο τα CDO (Εγγυημένες δανειακές υποχρεώσεις), αποτύγγαναν οι τιμές των ακινήτων που ανήκαν σε ιδιόκτητες κατοικίες έπρεπε να προσαρμοστούν στα υπόλοιπα των επιχειρήσεων επενδύσεων, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν οι πρώτες τεράστιες απώλειες. Το 2008, δύο γίγαντες δανειστές ενυπόθηκων δανείων, οι Fannie Mae και Freddy Mac, αναλήφθηκαν από την Federal Reserve λόγω έλλειψης ρευστότητας. Σύντομα οι πρώτες επενδυτικές τράπεζες άρχισαν να αγωνίζονται για την επιβίωσή τους. (Bartmann, 2016)

Πρώτα η Bear Stearns αποκτήθηκε από τον J.P Morgan και αργότερα η διάσημη επενδυτική τράπεζα Lehmann Brothers αντιμετώπισε για πρώτη φορά μια τεράστια πτώση της χρηματιστηριακής τιμής, ενώ στη συνέχεια παρουσίασε έλλειψη ρευστότητας, ώστε να εξυπηρετήσει τους πελάτες της και εν συνεχεία κήρυξε πτώχευση. (Bartmann, 2016)

Τη στιγμή εκείνη, ολόκληρος ο τραπεζικός κλάδος επηρεάστηκε και δημιουργήθηκε ανασφάλεια γύρω από την πιστωτική και χρηματιστηριακή αγορά, κάτι το οποίο προκάλεσε ακόμη μεγαλύτερα προβλήματα. (Bartmann, 2016)

Φοβούμενοι ότι δεν μπορούσαν να επιστραφούν τα δάνεια, η δυσπιστία μεταξύ των τραπεζών προκάλεσε τη διακοπή της χορήγησης δανείων και οι τράπεζες αναζητούσαν απεγνωσμένα δανειστές χρημάτων. Στην περίπτωση της AIG, η μεγαλύτερη ασφαλιστική εταιρεία στον κόσμο έπρεπε να αναληφθεί από την κυβέρνηση, καθώς υπέστη τεράστιες απώλειες από τις συμβάσεις αντιστάθμισης πιστωτικού κινδύνου (credit default swaps). (Bartmann, 2016)

#### · **Ζημιές επενδυτών**

Πιθανώς οι πιο σοβαρές συνέπειες της κατάρρευσης της στεγαστικής αγοράς και της χρηματοπιστωτικής κρίσης έπρεπε να αντιμετωπίσουν τους επενδυτές. Όχι μόνο οι επιχειρήσεις επενδύσεων και οι διαχειριστές των hedgefonds υπέστησαν τεράστιες ζημιές όταν αθετήθηκαν οι εγγυημένες χρεωστικές τους υποχρεώσεις και οι εγγυημένες ενυπόθηκες χρεώσεις, αλλά υπήρχαν επίσης και μικρότερα ιδρύματα και ιδιώτες επενδυτές που τοποθετούσαν τα χρήματά τους σε CDO για να επωφεληθούν από τα κέρδη από τόκους. (Bartmann, 2016)

Ιδιαίτερα τα συνταξιοδοτικά ταμεία και οι δημόσιες συντάξεις των εργαζομένων, οι οποίες επενδύθηκαν στην ασφαλέστερη δόση ενός CDO, σχεδόν έχασαν όλα τα χρήματά τους. (Bartmann, 2016)

#### · **Παγκόσμια ύφεση**

Καθώς η οικονομική ύφεση στις ΗΠΑ συνεχιζόταν ακαταμάχητα, η ύφεση άρχισε να εξαπλώνεται παγκοσμίως. Η παγκόσμια οικονομία συνδέεται σήμερα τόσο κοντά, καθώς οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ εταιρειών, επενδυτών και τραπεζών αυξήθηκαν σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες, ενώ στα τέλη του 2008 η παγκόσμια χρηματιστηριακή αγορά αντέδρασε στην κρίση με μια τεράστια πτώση. (Bartmann, 2016)

Χαρακτηριστικά μπορεί να αναφερθεί, ότι στην Ευρώπη, πολλές θυγατρικές και γραφεία των τραπεζικών εταιρειών έπρεπε να κλείσουν και οι τράπεζες στη Γερμανία χρειάστηκαν, για παράδειγμα, να διασωθούν από την κυβέρνηση, καθώς επίσης επένδυναν σε αμερικανικές κινητές αξίες. Οι καταναλωτές σε όλο τον κόσμο κατανάλωναν λιγότερο και ξόδευαν λιγότερα, επειδή είτε έχασαν χρήματα είτε φοβούνταν να χάσουν τη δουλειά τους σε μια ανασφαλή εξέλιξη της κατάστασης με την οικονομική κρίση. (Bartmann, 2016)

Ως συνέπεια αυτού, οι εξαγωγές κυρίως στις ΗΠΑ κατέρρευσαν, οι οποίες επηρέασαν τους προμηθευτές από την Κίνα και την Ιαπωνία. Εξαρτώμενοι από την αμερικανική αγορά, οι κινέζοι κατασκευαστές αντιμετώπισαν προβλήματα καθώς οι μεγάλες αγορές τους σταμάτησαν να επενδύσουν και μείωσαν τη ζήτηση. (Bartmann, 2016)

Μόνο στην Κίνα περισσότεροι από 10 εκατομμύρια μετανάστες εργαζόμενοι έχασαν τη δουλειά τους. (Bartmann, 2016)

Εν τω μεταξύ, τα ποσοστά ανεργίας στις ΗΠΑ επίσης έφτασαν στο 7,2% το Δεκέμβριο του 2008 από το πρόσφατο χαμηλό 4,4% τον Μάρτιο του 2007, γεγονός το οποίο επιβεβαίωσε σε μεγάλο βαθμό την ύφεση στην οποία είχε εισέλθει η οικονομία των ΗΠΑ. (Bartmann, 2016)

Τέλος, αξίζει να τονισθεί, ότι η ύφεση επηρέασε σχεδόν όλους τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Ακόμη και οι κορυφαίες επιχειρήσεις παγκοσμίως, όπως η G.M και η Chrysler που απασχολούν μαζί περισσότερα από 280.000 άτομα, αντιμετώπιζαν προβλήματα βιωσιμότητας και πτώχευσης και έπρεπε επίσης να διασωθούν από κρατικούς πόρους. (Bartmann, 2016)

## 2.4 Η ελληνική οικονομική κρίση

### 2.4.1 Αίτια

Όσον αφορά τις κυριότερες αιτίες πρόκλησης της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα, είναι σαφές ότι πρωταρχικά η ελληνική οικονομία επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό από την κρίση, που ξέσπασε στην Αμερική και επεκτάθηκε στη συνέχεια σε όλο τον κόσμο. Προς αυτή την κατεύθυνση, οι αιτίες της οικονομικής κρίσης δεν είναι δυνατόν να αποδοθούν σε μία αιτία,, καθώς αντιθέτως οφείλονται σε έναν συνδυασμό παραγόντων, αρκετοί από τους παράγοντες αυτούς επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό και επέκτειναν τη δυναμική των υπολοίπων. (Χαρδούβελης, 2009)

Πιο συγκεκριμένα, ένας βασικός παράγοντας επηρεασμού της οικονομικής κρίσης είναι οι διεθνείς ανισορροπίες μεταξύ των χωρών ανά τον κόσμο ως προς το πεδίο των επενδύσεων και της εσωτερικής αποταμίευσης, ανισορροπίες οι οποίες οδήγησαν στη δημιουργία υψηλών ελλειμμάτων στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών των ΗΠΑ, καθώς επίσης και υψηλών πλεονασμάτων των χωρών της Ασίας και ιδιαίτερα της Κίνας. (Χαρδούβελης, 2009)

Άμεση συνέπεια της πρόκλησης των παραπάνω ανισορροπιών ήταν η δημιουργία φθηνού χρήματος, υψηλής ρευστότητας και χαμηλών πραγματικών επιτοκίων. Εν συνεχεία, η ύπαρξη χαμηλών πραγματικών επιτοκίων είχε σαν συνέπεια να δοθεί ώθηση στις υπάρχουσες ανισορροπίες στο χρηματοοικονομικό τομέα, όπως είναι χαρακτηριστικά η φούσκα των ακινήτων και το κυνήγι των υψηλών αποδόσεων μέσω χρησιμοποίησης εξειδικευμένων χρηματοοικονομικών εργαλείων. (Χαρδούβελης, 2009)



Εν συνεχεία, ένας δεύτερος παράγοντας πρόκλησης της οικονομικής κρίσης ήταν η φούσκα των ακινήτων στις ΗΠΑ, όπου όπως αναφέρθηκε και παραπάνω από το 2001 οι τιμές των ακινήτων είχαν ανοδική πορεία από το 2001, με αποτέλεσμα όταν η άνοδος των τιμών σταμάτησε το 2006 και ακολούθησε ραγδαία πτώση να οδηγηθούμε στο ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, η οποία στη συνέχεια μεταδόθηκε και στην Ελλάδα. (Χαρδούβελης, 2009)

Επιπλέον, ένας τρίτος παράγοντας που συνέβαλε στη κρίση αυτή ήταν η υψηλή μόχλευση. Στην πράξη, υψηλή μόχλευση συνίσταται σε λιγιστά ίδια κεφάλαια και υψηλό δανεισμό σε σχέση με το ενεργητικό ενός χρηματοοικονομικού ιδρύματος. Μάλιστα ο δανεισμός, που χρηματοδοτούσε τις επενδύσεις την εποχή εκείνη ήταν κυρίως βραχυχρόνιος. (Αγγελόπουλος, 2009)

Έτσι, όταν οι τιμές των περιουσιακών στοιχείων στα οποία είχαν επενδύσει οι επενδυτικές τράπεζες άρχισαν να πέφτουν και οι αγορές αντιλήφθηκαν την κεφαλαιακή απώλεια των δανεισμένων επενδυτικών τραπεζών, τότε δυσκόλεψαν ή και αρνήθηκαν την ανανέωση της βραχυχρόνιας χρηματοδότησης, αναγκάζοντας έτσι τις επενδυτικές τράπεζες να προβαίνουν σε περαιτέρω πωλήσεις άλλων περιουσιακών στοιχείων, οι οποίες με τη σειρά τους πίεζαν τις τιμές των περιουσιακών στοιχείων ακόμα περισσότερο προς τα κάτω. (Αγγελόπουλος, 2009)

Επιπλέον, η έλλειψη επαρκών κεφαλαίων έχει μια πολλαπλασιαστική αρνητική επίδραση στο ενεργητικό των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Στην πράξη, δημιουργήθηκε η λεγόμενη απομόχλευση. (Αγγελόπουλος, 2009)

Στην προσπάθειά τους αυτή στο να κρατήσουν το λόγο ιδίων κεφαλαίων προς ενεργητικό σταθερό, όπως τους επιβάλουν οι εποπτικές αρχές, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα αναγκάζονται να μειώσουν τον παρονομαστή του κλάσματος όταν δεν μπορούν να αυξήσουν τον αριθμητή. Η μείωση, όμως, αυτή του παρονομαστή είναι εξ ορισμού πολλαπλάσια της αρχικής μείωσης των κεφαλαίων. (Αγγελόπουλος, 2009)

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, το αρχικό χάσμα κεφαλαίων αναγκάζει τις τράπεζες να περιορίζουν το μέγεθος του ενεργητικού τους μέσω πωλήσεων στοιχείων του ενεργητικού, όπως ομόλογα και μετοχές, ή και του περιορισμού στην παροχή νέων

δανείων, κάτι το οποίο επεκτείνει τη κρίση και δεν βοηθάει την οικονομία να ανακάμψει, καθώς τόσο η πώληση στοιχείων του ενεργητικού επεκτείνει την κρίση. (Χαρδούβελης, 2009)

**Επίσης, τέταρτος** και ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας της κρίσης ήταν η πλημμελής διαβάθμιση πιστοληπτικού κινδύνου ομολόγων μειωμένης εξασφάλισης (Bond Ratings). (Χαρδούβελης, 2009)

Πιο συγκεκριμένα, οι διαμεσολαβητικοί οργανισμοί, οι οποίοι δέχονται τα τιτλοποιημένα δάνεια, τα χρηματοδοτούν αυτά με υψηλούς δείκτες υποχρεώσεων προς ίδια κεφάλαια, εκδίδοντας τα λεγόμενα εταιρικά ομόλογα ή Mortgage Backed Securities ή MBS. (Αγγελόπουλος, 2009)

Τα εταιρικά ομόλογα αγοράζονται κατά κύριο λόγο από θεσμικούς επενδυτές, αλλά και από ιδιώτες, όπως είναι τα συνταξιοδοτικά και ασφαλιστικά ταμεία, τα αμοιβαία κεφάλαια, οι τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρείες και τα κεφάλαια υψηλού κινδύνου (hedge funds). (Αγγελόπουλος, 2009)

Στην πράξη όμως οι επενδυτικές τράπεζες που εξέδωσαν τα εταιρικά ομόλογα μειωμένης εξασφάλισης κατόρθωσαν να πείσουν τις εταιρείες Διαβάθμισης (Bond Rating Agencies) να βαθμολογήσουν πολύ υψηλά (AAA, AA, κλπ) τα ομόλογα που είχαν ως αντίκρισμα τα τιτλοποιημένα δάνεια μειωμένης εξασφάλισης. (Αγγελόπουλος, 2009)

Ένας από τους σημαντικότερους λόγους αυτής της «λανθασμένης» βαθμολόγησης ήταν ο λεγόμενος ηθικός κίνδυνος, δηλαδή η σχέση εξάρτησης που υπήρχε μεταξύ τους, καθώς οι εταιρείες διαβάθμισης πληρώνονται από τις επενδυτικές τράπεζες που είναι ανάδοχοι των ομολόγων. (Αγγελόπουλος, 2009)

Άμεσο αποτέλεσμα του γεγονότος αυτού ήταν οι επενδυτές να παραπλανηθούν ως προς το κίνδυνο των ομολόγων που αγόρασαν. Επιπλέον, για τη διασφάλισή τους, οι θεσμικοί επενδυτές αγόρασαν συμβόλαια προστασίας έναντι του κινδύνου χρεοκοπίας των ομολόγων (Credit Default Swaps). (Αγγελόπουλος, 2009)

Με βάση τα παραπάνω, μπορούμε να συνοψίσουμε τις κυριότερες αιτίες της ελληνικής οικονομικής κρίσης στις ακόλουθες: (INE – ΓΣΕΕ, 2008)

- Η φούσκα στις ΗΠΑ, η οποία οδήγησε στο να διευκολυνθεί η υπερκατανάλωση της οικονομίας, με συνέπεια την αύξηση του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών της χώρας, μια κατάσταση, η οποία επεκτάθηκε στη συνέχεια και στον υπόλοιπο κόσμο.
- Η ιδιαίτερα υψηλή ανάπτυξη των χορηγήσεων δανείων με υψηλό κίνδυνο μη αποπληρωμής τους στο μέλλον, όπου τις περισσότερες φορές η εγγύηση που είχαν τράπεζες βασιζόταν στην αναμενόμενη αύξηση της τιμής των κατοικιών στο μέλλον.
- Οι προσπάθειες μεταφοράς τόσο του ρίσκου όσο και των κινδύνων από τους ισολογισμούς των τραπεζών στους επενδυτές και το κοινό μέσω των τιτλοποιήσεων, με αποτέλεσμα οι τράπεζες να δανείζουν πολίτες μη φερέγγυους με δέλεαρ τις υψηλές αποδόσεις, αποκτώντας με αυτό τον τρόπο επιπλέον ρευστότητα, χωρίς να απαιτείται η αναζήτηση νέων καταθετών.
- Επιπλέον, στην Ελλάδα μια επίσης αιτία της οικονομικής κρίσης είναι η συνεχής μείωση της φορολογίας, η οποία είχε επιβληθεί την δεκαετία πριν το ξέσπασμά της.
- Μια άλλη αιτία της ελληνικής οικονομικής κρίσης είναι το γενικότερο πλαίσιο στρατηγικής, που ακολουθείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και το οποίο δεν δίνει τη δυνατότητα στις κυβερνήσεις δανεισμού τους από την ΕΚΤ, αλλά αντιθέτως μόνο από τις εμπορικές τράπεζες, καθώς επίσης και από τις χρηματαγορές. Συνέπεια αυτού ήταν με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης και η συνακόλουθη μείωση της εμπιστοσύνης προς την ελληνική κυβέρνηση από τις χρηματαγορές, τα επιτόκια δανεισμού να αυξηθούν δραματικά, γεγονός το οποίο κατέστησε ιδιαίτερα ασύμφορο το δανεισμό από το εξωτερικό για την ελληνική κυβέρνηση, με συνέπεια την υπαγωγή της στο Διεθνές Νομισματικό Ταμείο.
- Η μείωση των κεφαλαιακών εισροών στην Ελλάδα με το ξέσπασμα της κρίσης αφαίρεσε από τη χώρα τη δυνατότητα ισοσκελισμού του ισοζυγίου πληρωμών της, κάτι το οποίο συνέβαινε προ κρίσης όπου λόγω του ευρώ ήταν δυνατή η άμεση μεταφορά πόρων προς τις χώρες που αναπτύσσονταν περισσότερο και γρηγορότερα, γεγονός το οποίο επέτρεπε την ύπαρξη πλεονασμάτων στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της χώρας. (INE – ΓΣΕΕ, 2008)

## 2.4.2 Επιπτώσεις

Οι σημαντικότερες επιπτώσεις που είχε η εμφάνιση της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα σύμφωνα με το δελτίο της Τράπεζας της Ελλάδος για το 2012 είναι οι εξής παρακάτω:

### **▼ Μείωση εισοδημάτων**

Η οικονομική ύφεση είχε σαν συνέπεια τη μείωση της ζήτησης για εργασίας, απόρροια της οποίας ήταν η αύξηση της ανεργίας και η μείωση του επιπέδου των μισθών. Πιο συγκεκριμένα, η οικονομική κρίση αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα μείωσης της ζήτησης για εργασία, παρόλα αυτά δεν αποτελεί τον μοναδικό παράγοντα. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Εν προκειμένω, τα γεγονότα που συνέβη και οδήγησε στη μείωση των εισοδημάτων των νοικοκυριών ήταν ο περιορισμός της πιστωτικής κάλυψης των επιχειρήσεων από τη πλευρά των τραπεζών και η υποχώρηση της ζήτησης για τέτοιου είδους υπηρεσίες. Ειδικότερα, η κρίση οδήγησε στη μείωση των εισοδημάτων από αυτοαπασχόληση, καθώς επίσης οδήγησε και στη μείωση των εισοδημάτων από συντάξεις ή άλλου είδους κοινωνικές παροχές, καθώς επίσης και από την απασχόληση στο Δημόσιο, οι οποίες μειώνονται απευθείας μέσω των μέτρων λιτότητας που εφαρμόστηκαν από την κυβέρνηση με κύριο στόχο την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη μείωση των κρατικών δαπανών και κατά συνέπεια του δημόσιου ελλείμματος του προϋπολογισμού του κράτους. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

### **▼ Αίσθηση δυσπραγίας**

Είναι γεγονός, ότι τα επίπεδα της αγοραστικής δύναμης των νοικοκυριών έχουν επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από τη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος, καθώς επίσης και την ύπαρξη υπερβολικού όγκου χρεών από τα νοικοκυριά, όπως είναι για παράδειγμα η ύπαρξη χρεών από στεγαστικά ή καταναλωτικά δάνεια κλπ.

Όπως είναι φανερό, η κατανάλωση και η αποταμίευση επηρεάζονται σε αρκετά μεγάλο βαθμό από την υποχώρηση της αξίας της ιδιόκτητης κατοικίας καθώς και από την πτώση άλλων περιουσιακών στοιχείων. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Κατά συνέπεια, ο περιορισμός του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών σε συνδυασμό με την μείωση της αξίας των περιουσιακών στοιχείων οδήγησε στο να δημιουργηθεί μια γενικότερη αίσθηση οικονομικής στενότητας και υλικής στέρησης. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Το τελευταίο γίνεται ακόμα πιο έντονο στα άτομα εκείνα τα οποία ανήκουν στις μεγαλύτερες ηλικιακές κατηγορίες και τα οποία έχουν συνδυάσει σε μεγάλο βαθμό την αποταμίευση τους με τις ενέργειες απόκτησης κάποιων περιουσιακών στοιχείων. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Τέλος, η αύξηση των τιμών δημιουργεί ενισχυτικά ως προς τη γενική αίσθηση δυσπραγίας. Πιο συγκεκριμένα, οι κοινωνικές επιπτώσεις εξαντλούνται με την υποχώρηση των εισοδημάτων των καταναλωτών και νοικοκυριών, χωρίς όμως οι επιπτώσεις αυτές είναι κρίσιμης σημασίας. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

#### **▼ Κίνδυνοι για τη συνοχή της ελληνικής κοινωνίας:**

Όσον αφορά τους παράγοντες, που θέτουν σε κίνδυνο τη συνοχή της ελληνικής κοινωνίας, δεν χωρά αμφιβολία, ότι πρόκειται για πλήθος τέτοιων παραγόντων ειδικά στην σημερινή περίοδο ύφεσης και αύξησης της ανεργίας. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Ειδικότερα, μεταξύ των παραγόντων αυτών περιλαμβάνονται η σταδιακή αποδυνάμωση του θεσμού της οικογένειας, καθώς επίσης και η έλλειψη ενός αποτελεσματικού δικτύου κοινωνικής προστασίας, στοιχείο το οποίο οδηγεί σε μια κατάσταση ανασφάλειας τα νέα στρώματα του πληθυσμού, τα οποία παραδοσιακά τουλάχιστον δεν οδηγούν στο να διατρέχουν κοινωνικούς κινδύνους. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Τα ζητήματα αυτά συνδέονται σε μεγάλο βαθμό με την εξασφάλιση της συνοχής της κοινωνίας, γεγονός το οποίο συνιστά απαραίτητη προϋπόθεση για τη σταθερότητα και την ανάπτυξη σε οικονομικό επίπεδο, κάτι το οποίο είναι απαραίτητο εάν επιθυμούμε η χώρα να ανακάμψει από την κρίση την οποία αντιμετωπίζει η ελληνική οικονομία σήμερα. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

## **V Επιπτώσεις στην ψυχική υγεία**

Δεν επιδέχεται κανενός είδους αμφισβήτησης, ότι η οικονομική κρίση επιδρά σε μεγάλο βαθμό αρνητικά στη ψυχική υγεία των ατόμων, λόγω των συντελούμενων αλλαγών στο οικονομικό τοπίο, οι οποίες έχουν συνηθίσει την τάση κίνησης προς το χειρότερο. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Ειδικότερα, η κρίση οδηγεί πλήθος ατόμων εξαιτίας του οικονομικού αδιεξόδου το οποίο βιώνουν σε κατάθλιψη, κάτι το οποίο τα άτομα βιώνουν είτε εξαιτίας των υπερβολικών χρεών είτε λόγω της αύξησης της ανεργίας, με αποτέλεσμα να αδυνατούν τα άτομα να αποπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους αυτές. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Επιπλέον, σε ορισμένες περιπτώσεις η κατάθλιψη οδηγεί μεγάλο αριθμό ατόμων σε αυτοκτονίες, ενώ η κατάσταση αυτή επιδεινώθηκε στα χρόνια της κρίσης, λόγω της αρνητικής επίδρασης της οικονομικής κρίσης στην ψυχική και σωματική υγεία των ατόμων. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Σε γενικές γραμμές είναι σαφές, ότι η απώλεια εργασίας δημιουργεί στα άτομα έντονα αισθήματα άγχους και ανησυχίας, με συνέπεια πολλοί άνθρωποι για να βρουν διέξοδο να οδηγούνται στο αλκοόλ και στις παραισθησιογόνες ουσίες, γεγονός το οποίο δημιουργεί ιδιαίτερα αρνητικές συνέπειες στο εργατικό δυναμικό της χώρας. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

### **V Διαφαινόμενος κλονισμός της εμπιστοσύνης των πολιτών προς τους θεσμούς, την πολιτική και το κράτος:**

Επιπλέον, είναι γεγονός ότι στη σημερινή εποχή οι ανάγκες και η ικανοποίηση των πολιτών βρίσκονται σε σημαντική υστέρηση έναντι των καλλιεργούμενων προσδοκιών των προηγούμενων ετών, βασικό χαρακτηριστικό των οποίων είναι ο υψηλός καταναλωτισμός των ατόμων. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Η έλλειψη των μέσων ικανοποίησης των αυξημένων αναγκών, όπως είναι προφανές, οδηγεί στη δημιουργία αισθήματος αποστερήσης και αποκλεισμού των ατόμων. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Από την πλευρά τους, τα νοικοκυριά οδήγησαν μέσω του δανεισμού από το τραπεζικό σύστημα, στη χρηματοδότηση ενός υψηλού επιπέδου κατανάλωσης, στοιχείο το οποίο επέτρεψε στα άτομα να αποφύγουν σημαντικές καταστάσεις φτώχειας σε πολύ μεγαλύτερο επίπεδο σε σχέση με το τρέχον εισόδημά τους. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να τονισθεί, ότι η προσπάθεια αυτή διευκολύνθηκε σε μεγάλο βαθμό από την πιο εύκολη πρόσβαση των νοικοκυριών στο δανεισμό, καθώς επίσης και τη μείωση σε σημαντικό επίπεδο των τραπεζικών επιτοκίων μετά την εισαγωγή του ευρώ, καθώς επίσης και εξαιτίας του ιδιαίτερα αυξανόμενου ανταγωνισμού στη χρηματοπιστωτική αγορά μετά την απελευθέρωσή της αγοράς αυτής. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

Τέλος, ο εντεινόμενος κλονισμός της εμπιστοσύνης των πολιτών προς τους θεσμούς, ειδικά ως προς την εφαρμοζόμενη πολιτική και το κράτος δοκιμάζει και την ίδια την κοινωνική συνοχή, με συνέπεια την εμφάνιση εκδηλώσεων αποδοκμασίας του πολιτικού σκηνικού τα τελευταία χρόνια (όπως ήταν τα φαινόμενα εκδηλώσεων επεισοδίων μπροστά στη βουλή των Ελλήνων), στοιχεία τα οποία δημιούργησαν αμφιβολίες ως προς την κοινωνική σταθερότητα και τη συνοχή της χώρας. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012)

## Κεφάλαιο 3: Τουρισμός και οικονομική κρίση στην Ελλάδα

### 3.1 Η πορεία του τουρισμού πριν την κρίση

Όταν αναφερόμαστε στην πορεία του τουρισμού πριν την οικονομική κρίση, στην ουσία αναφερόμαστε στη περίοδο πριν το 2010, χρονιά στην οποία εκδηλώθηκε σε μεγάλο βαθμό η οικονομική κρίση στην Ελλάδα. Προς αυτή την κατεύθυνση, στην ενότητα αυτή θα αναφερθούμε σε ορισμένα στατιστικά στοιχεία, τα οποία σχετίζονται με την πορεία του ελληνικού τουρισμού για το διάστημα 2004 – 2010, δηλαδή από τη χρονιά των Ολυμπιακών Αγώνων και έπειτα, ώστε να γίνει εξαγωγή κάποιων συμπερασμάτων σχετικά με την πορεία του τουρισμού τη περίοδο αυτή.

#### 3.1.1 Διεθνείς αφίξεις τουριστών περιόδου 2004 - 2010

Έτος	Αφίξεις τουριστών	Μεταβολή
2004	11.735.556	-5.88%
2005	12.902.048	9.94%
2005	12.902.048	9.94%
2006	13.993.371	8.46%
2007	16.165.265	15.52%
2008	15.938.806	-1.40%
2009	14.914.534	-6.43%
2010	15.007.490	0.62%

Πίνακας 1: Διεθνείς αφίξεις τουριστών περιόδου 2004 – 2010

Πηγή: ΣΕΤΕ

Από τον παραπάνω πίνακα είναι φανερό, ότι από την χρονιά ολοκλήρωσης των Ολυμπιακών αγώνων της Αθήνας και έπειτα και μέχρι το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης παρατηρείται μια ραγδαία ανάπτυξη των αφίξεων των τουριστών στην Ελλάδα, γεγονός το οποίο οδήγησε μια αύξηση της τάξεως των 3.500.000 τουριστών μεταξύ των ετών 2004 – 2010.

Το γεγονός αυτό αποτελεί στην πράξη μια σημαντική απόδειξη της ραγδαίας ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα προ κρίσης, η οποία εντάθηκε μετά την επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας, η οποία κατέστησε γνωστή τη χώρα σε κάθε γωνιά του κόσμου.



### 3.1.2 Τουριστικές εισπράξεις περιόδου 2004 - 2010

Έτος	Εκατομμύρια ευρώ	Μεταβολή	Συμμετοχή στο ΑΕΠ
2004	10.347,80	8.98%	16.40%
2005	10.729,50	3.69%	17.30%
2006	11.356,70	5.85%	17.50%
2007	11.319,20	-0.33%	17.30%
2008	11.635,90	2.80%	16.50%
2009	10.400,20	-10.62%	15.20%
2010	9.611,30	-7.59%	15.40%

Πίνακας 2: Τουριστικές εισπράξεις περιόδου 2004 – 2010

Πηγή: ΣΕΤΕ

Όσον αφορά τις τουριστικές εισπράξεις σε εκατομμύρια ευρώ, αυτές αυξήθηκαν ελαφρώς την περίοδο 2004 – 2008 ενώ από το 2009 και έπειτα παρατηρείται μια σημαντική μείωση των τουριστικών εισπράξεων, γεγονός το οποίο δεν είναι αντίστοιχο της αύξησης του αριθμού των τουριστών από το εξωτερικό.

Στην πραγματικότητα, το γεγονός αυτό μπορεί να δικαιολογηθεί ως ένα βαθμό από το ξέσπασμα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στις ΗΠΑ και των πρώτων ενδείξεών της για μεταφορά της στις χώρες της Ευρώπης, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, γεγονός το οποίο οδήγησε σε σημαντικές απώλειες εσόδων, οι οποίες ανήλθαν σε -10,62% για το 2009 σε σύγκριση με το 2008 και -7,59% για το 2010, σε σύγκριση με το 2009, ενώ συνολικά από το 2008 έως το 2010 σημειώθηκε μείωση των εσόδων κατά περίπου 17,4% ή 2.024.600 ευρώ.

Επιπλέον, ο πίνακας δείχνει τη σταδιακή μείωση της συμμετοχής των εισπράξεων από τον τουρισμό στο ΑΕΠ της χώρας, φθάνοντας συνολικά μείωση 2% από το 2007 έως το 2010, γεγονός ιδιαίτερα αρνητικό για μια οικονομία όπως η Ελλάδα.

### 3.1.3 Απασχόληση και τουρισμός περιόδου 2004 – 2010

Ένα επίσης ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο της ελληνικής οικονομίας που συνδέεται με τον τουρισμό είναι η απασχόληση των ατόμων στον τουριστικό κλάδο, καθώς λόγω της φύσης της χώρας και του μεσογειακού της κλίματος, ο τουριστικός κλάδος αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες απασχόλησης της ελληνικής οικονομίας,

συνεπώς η πορεία της απασχόλησης είναι ένας σημαντικός δείκτης μελέτης της πορείας του τουρισμού στη χώρα.

Ειδικότερα, για την περίοδο 2004 – 2010, η απασχόληση στον τουρισμό παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα:

Έτος	Άμεση απασχόληση σε χιλ.	Συνολική απασχόληση (Άμεση και έμμεση) σε χιλ.
2004	320.6	775.8
2005	355.1	844.8
2006	366.5	877.7
2007	365.0	877.5
2008	357.6.	847.4
2009	325.8	787.6
2010	328.8	754.4

Πίνακας 3: Πορεία απασχόλησης στον τουρισμό περιόδου 2004 – 2010

Πηγή: ΣΕΤΕ

Ειδικότερα, όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, τόσο η άμεση όσο και η έμμεση απασχόληση στον τουριστικό κλάδο παρουσίασε μια σημαντική ανάπτυξη από το 2004 έως το 2008, γεγονός το οποίο είναι συνακόλουθο της ανάπτυξης του τουρισμού την περίοδο αυτή και της συνεχούς αύξησης των διεθνών αφίξεων τουριστών.

Ειδικότερα, η τουριστική απασχόληση διαχωρίζεται σε δύο κατηγορίες, στην άμεση τουριστική απασχόληση, η οποία αφορά στην απασχόληση σε καταλύματα, μεταφορικά μέσα, τουριστική εκπαίδευση, γραφεία ταξιδιών, καθώς επίσης και στην έμμεση απασχόληση, η οποία αφορά στην απασχόληση στον τομέα των κατασκευών, ενώ τέλος υπάρχει επίσης και η λεγόμενη απορρέουσα απασχόληση, η οποία αφορά σε θέσεις εργασίας που έχουν δημιουργηθεί εξαιτίας του τουρισμού, ενώ το βασικό χαρακτηριστικό της απασχόλησης αυτής είναι η εποχικότητα.

Όμως από το 2008 και έπειτα η κατάσταση αυτή φαίνεται να αλλάζει, απόρροια των πρώτων συμπτωμάτων της οικονομικής κρίσης, καθώς παρατηρείται μια μείωση των απασχολούμενων στον τουρισμό, καθώς το 2008 ο αριθμός των απασχολούμενων μειώθηκε κατά 50.500 υπαλλήλους, το 2009 έπεσε ακόμη κατά 76.600, ενώ το 2010 σημειώθηκε ελαφρά αύξηση 4.700 ατόμων, ενώ υπήρξε συνολικά μείωση άνω των 100.000 ατόμων από το 2007.

#### 3.1.4 Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ 2004 – 2010

Έτος	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	Μεταβολή
2004	13.757.825	
2005	14.529.739	5.61%
2006	14.741.170	1.46%
2007	17.338.763	17.62%
2008	17.650.614	1.80%
2009	19.345.283	9.60%
2010	17.814.235	-7.91%

Πίνακας 4: Πορεία διανυκτερεύσεων ημεδαπών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ περιόδου 2004 – 2010

Πηγή: ΣΕΤΕ

Έτος	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	Μεταβολή
2004	38.796.196	
2005	40.734.354	5.00%
2006	43.055.381	5.70%
2007	48.081.473	11.67%
2008	47.973.949	-0.22%
2009	46.676.987	-2.70%
2010	48.986.136	4.95%

Πίνακας 5: Πορεία διανυκτερεύσεων αλλοδαπών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ περιόδου 2004 – 2010

Πηγή: ΣΕΤΕ

Από τους παραπάνω δύο πίνακες είναι φανερό, ότι όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών και των ημεδαπών, αυτές παρουσίασαν ραγδαία αύξηση από το 2004 μέχρι το 2007, απόρροια της οικονομικής άνθισης του τουρισμού στη χώρα, καθώς και της αναπτυξιακής πορείας της οικονομίας.

Εντούτοις, όμως από το 2008 διαφαίνεται μια πτώση στις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών, γεγονός το οποίο μπορεί να συνδεθεί ως ένα βαθμό και την παγκόσμια οικονομική κρίση που ξέσπασε το 2008. Αντίστοιχα, η πτώση αυτή στις διανυκτερεύσεις των ημεδαπών εντοπίζεται μόνο το 2010, χρονιά κατά την οποία ξέσπασε η οικονομική κρίση στην Ελλάδα, με αποτέλεσμα πλήθος ατόμων λόγω της αβεβαιότητας της στιγμής να μην πραγματοποιήσει διακοπές, όπως συνήθιζε να κάνει τα προηγούμενα έτη.

### 3.1.5 Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη τουρισμού Ελλάδος 2004 - 2010

Έτος	Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη
2004	882 €
2005	746 €
2006	746 €
2007	700 €
2008	730 €
2009	697 €
2010	640 €

Πίνακας 6: Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη τουρισμού περιόδου 2004 – 2010

Πηγή: ΣΕΤΕ

Όσον αφορά την πορεία της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης του τουρισμού για την περίοδο 2004 – 2010, από τον παραπάνω πίνακα είναι εμφανές, ότι υπάρχει μια ιδιαίτερα σημαντική πτώση της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης με το πέρασμα των ετών.

Η μείωση αυτή οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού στην χώρα, όπως αναλύθηκε παραπάνω, με αποτέλεσμα η αύξηση του αριθμού των τουριστών να πιέζει προς τα κάτω τη μέση κατά κεφαλήν δαπάνη στην περίοδο πριν την οικονομική κρίση, με συνέπεια η μέση κατά κεφαλήν δαπάνη του 2010 να είναι κατά 242 ευρώ χαμηλότερη από την αντίστοιχη μέση κατά κεφαλήν δαπάνη του 2004.

### 3.1.6 Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών Ελλάδος περιόδου 2004 – 2010

Έτος	Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών Ελλάδος (σε εκατ. ευρώ)
2004	8.037,4
2005	8.283,8
2006	8.973,9
2007	8.833,5
2008	8.956,8
2009	7.975,7
2010	7.455,3

Πίνακας 7: Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών Ελλάδος περιόδου 2004 – 2010

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Το ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών δεν είναι τίποτα άλλο από τη διαφορά μεταξύ των εισπράξεων από τον τουρισμό και των πληρωμών από τον τουρισμό, ενώ ένα πλεονασματικό ισοζύγιο σημαίνει ότι για τη χώρα τα έσοδα από τον τουρισμό είναι υψηλότερα από τα αντίστοιχα έξοδα για αυτόν, ενώ στην περίπτωση ελλείμματος ισχύουν τα αντίθετα.

Στην προκειμένη περίπτωση, όπως μπορεί κανείς να δει από τον παραπάνω πίνακα, η Ελλάδα προ της οικονομικής κρίσης εμφανίζει θετικό ή πλεονασματικό ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών, στοιχείο το οποίο είναι ιδιαίτερα θετικό, καθώς δείχνει ότι ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο κερδοφόρο, ο οποίος φέρνει σημαντικά έσοδα στα κρατικά ταμεία, παρά την ελαφρά μείωση του ισοζυγίου αυτού την περίοδο 2009 – 2010, πιθανότατα απόρροια του ξεσπάσματος της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, η οποία είχε σαν συνέπεια πολλοί τουρίστες από το εξωτερικό να αποθαρρυνθούν να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους εκτός της χώρας διαμονής τους.

### 3.1.7 Κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών 2004 - 2010

Ένα ακόμα ιδιαίτερα ενδιαφέρον στατιστικό στοιχείο, είναι η εξέταση των κυριότερων χωρών προέλευσης των τουριστών στην Ελλάδα για την περίοδο 2004 – 2010, κάτι το οποίο παρουσιάζεται αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα:

Χώρα	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ην. Βασίλειο	2.869,3	2.287,3	2.388,0	2.508,7	2.278,0	2.112,2	1.802,2
Γερμανία	2.189,2	2.782,3	2.877,0	2.711,7	2.469,2	2.364,5	2.038,9
Ιταλία	898,2	1.085,3	1.296,5	1.251,8	1.100,0	935,0	843,6
Γαλλία	621,4	753,1	765,7	991,1	910,0	962,4	868,3
Ολλανδία	611,9	656,7	722,9	737,8	756,9	651,4	528,2

Πίνακας 8: Κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών περιόδου 2004 – 2010 (ποσά σε χιλιάδες ταξιδιώτες)

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Από τον παραπάνω πίνακα είναι φανερό, ότι οι πέντε κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών για την περίοδο 2004 – 2010 στην Ελλάδα είναι και οι πέντε χώρες της Ευρώπης και πιο συγκεκριμένα το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, η Ιταλία, η Γαλλία και η Ολλανδία.

Ειδικότερα, από το παραπάνω πίνακα είναι σαφές, ότι μεταξύ των κυριότερων χωρών προέλευσης, παρατηρείται μια μείωση μεταξύ της περιόδου 2004 – 2010 των τουριστών, που προέρχονται από το Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ μικρότερη είναι η μείωση των τουριστών, που προέρχονται από την Γερμανία, με αποτέλεσμα το 2010, η Γερμανία να βρίσκεται στη πρώτη θέση των χωρών προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα.

Αντίστοιχα, όσον αφορά τους τουρίστες από την Ιταλία και την Ολλανδία και σε αυτή την περίπτωση παρατηρείται μια μείωση τους μεταξύ των ετών 2004 – 2010, ενώ μόνο οι τουρίστες από την Γαλλία παρουσιάζουν αύξηση μεταξύ των ετών 2004 – 2010, καθώς από 621.000 περίπου το 2004, το 2010 ανέρχονταν στους 868.000 τουρίστες.

### 3.2 Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

Στην ενότητα αυτή θα αναφερθούμε σε ορισμένα στατιστικά στοιχεία αναφορικά με το πώς η οικονομική κρίση στην Ελλάδα επηρέασε το ελληνικό τουριστικό προϊόν και αντίστοιχα δείκτες που σχετίζονται συνολικά με την ελληνική οικονομία, όπως είναι το ΑΕΠ και η απασχόληση.

Προς αυτή την κατεύθυνση, θα γίνει αναφορά σε στατιστικά στοιχεία της περιόδου 2011 – 2017, έτσι ώστε σε σύγκριση με την ανάλυση που προηγήθηκε παραπάνω να εξαχθούν όσο το δυνατόν πιο ασφαλή συμπεράσματα αναφορικά με το εάν και κατά πόσον η οικονομική κρίση επηρέασε τον τουρισμό στην Ελλάδα.

### 3.2.1 ΑΕΠ και τουρισμός 2011 - 2017

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ΑΕΠ και τουρισμός	15,8%	16,4%	16,3%	17,3%	18,5%	18,6%	27,3%

Πίνακας 9: Συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος περιόδου 2011 - 2017

Πηγή: ΣΕΤΕ

Από τον παραπάνω πίνακα, είναι σαφές ότι με το πέρασμα των ετών από τη στιγμή, που ξέσπασε η οικονομική κρίση και έπειτα το ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος αυξήθηκε με ιδιαίτερα ταχείς ρυθμούς, γεγονός το οποίο οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην ύφεση της ελληνικής οικονομίας και ειδικά σε κλάδους όπως των κατασκευών, οι οποίοι προ κρίσης ήταν ιδιαίτερα αναπτυγμένοι στην Ελλάδα.

Κατά συνέπεια, από τη μία πλευρά η ύφεση σε παραδοσιακούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας και από την άλλη πλευρά η ανάπτυξη του τουρισμού οδήγησαν στη σημαντική αύξηση της συνεισφοράς του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας, γεγονός το οποίο καθιστά σήμερα με τον πλέον επίσημο τρόπο τον τουρισμό, σαν βασικό πυλώνα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας.

### 3.2.2 Διεθνείς αφίξεις τουριστών περιόδου 2011 - 2017

Έτος	Αφίξεις τουριστών	Μεταβολή
2011	16.427.246	9,46%
2012	16.946.542	3,16%
2013	20.111.405	18,68%
2014	24.272.387	20,69%
2015	26.114.227	7,59%
2016	28.070.833	7,49%
2017	30.161.030	7,45%

Πίνακας 10: Διεθνείς αφίξεις τουριστών περιόδου 2011 – 2017

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Από το παραπάνω πίνακα είναι σαφής η ραγδαία ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού την περίοδο της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα, καθώς οι αφίξεις των τουριστών από το εξωτερικό παρουσιάζουν ραγδαία άνοδο, η οποία έχει σαν συνέπεια το 2017 οι τουρίστες στην Ελλάδα να είναι διπλάσιοι από τους αντίστοιχους τουρίστες το 2010, χρονιά δηλαδή στην οποία ξέσπασε η οικονομική κρίση.

Με άλλα λόγια παρά την οικονομική κρίση, χρόνο με το χρόνο ολοένα και περισσότεροι τουρίστες επισκέπτονταν την Ελλάδα για τις διακοπές τους, γεγονός το οποίο με τη σειρά του οδήγησε και στη ραγδαία αύξηση της συνεισφοράς του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας, όπως είδαμε και παραπάνω.

Ουσιαστικά, τα παραπάνω δεδομένα αποτελούν μια ακόμα ισχυρή ένδειξη των ιδιαίτερα θετικών προοπτικών, που έχει ο ελληνικός τουρισμός σήμερα και τη σημασία που έχει για τους φορείς χάραξης πολιτικής της χώρας η σωστή εκμετάλλευσή του, έτσι ώστε να λειτουργήσει σαν βάση της ανάπτυξης της χώρας τα επόμενα χρόνια.

### 3.2.3 Τουριστικές εισπράξεις περιόδου 2011-2017

Έτος	Εκατομμύρια ευρώ	Μεταβολή
2011	10.504.727	9,30%
2012	10.442.474	-0,59%
2013	12.152.223	16,37%
2014	13.393.008	10,21%
2015	14.825.811	10,70%
2016	13.206.779	-10,92%
2017	14.630.061	10,78%

Πίνακας 11: Τουριστικές εισπράξεις περιόδου 2011 – 2017

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Όσον αφορά την πορεία των τουριστικών εισπράξεων για την περίοδο 2011 – 2017, αυτές παρουσιάζουν μια σημαντική βελτίωση, η οποία σε επίπεδο τετραετίας φτάνει περίπου τα 4.000.000 ευρώ εν μέσω της οικονομικής κρίσης, στοιχείο το οποίο είναι ιδιαίτερα θετικό για τη συνολική οικονομία της Ελλάδος, καθώς οι εισπράξεις αυτές βελτιώνουν σημαντικά το ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών, όπως θα αναλυθεί στη



συνέχεια, ενώ λειτουργούν και ανασταλτικά της ύφεσης που υπάρχει σε άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας.

### 3.2.4 Απασχόληση και τουρισμός περιόδου 2011 – 2017

Έτος	Συνολική απασχόληση (Άμεση και έμμεση)	Ποσοστό συμμετοχής στη συνολική απασχόληση
2011	720.600	17.6%
2012	688.800	18.3%
2013	657.100	18.2%
2014	699.000	17.3%
2015	821.900	23.1%
2016	860.315	23.4%
2017	934.500	27.3%

Πίνακας 12: Πορεία απασχόλησης στον τουρισμό περιόδου 2011 – 2017

Πηγή: ΣΕΤΕ

Είναι γεγονός, ότι τα πρώτα συμπτώματα της οικονομικής κρίσης οδήγησαν σε μια ραγδαία μείωση απασχολούμενων στον τουρισμό, η οποία συνεχίστηκε μέχρι και το 2013, απόρροια κατά κύριο λόγο της αβεβαιότητας, που υπήρχε στην ελληνική οικονομία σε σχέση με την πιθανότητα χρεοκοπίας ή μη της χώρας, με συνέπεια να φοβούνται οι ιδιοκτήτες τουριστικών επιχειρήσεων και συνεπώς να μην προβαίνουν σε επιπλέον προσλήψεις προσωπικού, παρά τη σημαντική αύξηση των αφίξεων τουριστών από το εξωτερικό.

Αντίθετα, από το 2014 και έπειτα η κατάσταση στην απασχόληση στον τουρισμό φαίνεται να αλλάζει, καθώς χρόνο με το χρόνο παρατηρείται μια ραγδαία αύξηση του αριθμού των απασχολούμενων στον τουρισμό, ενώ αντίστοιχα αυξήθηκε σημαντικά και το ποσοστό συμμετοχής της απασχόλησης στον τουρισμό στη συνολική απασχόληση, καθώς το 2017 το ποσοστό αυτό άγγιξε το 27,3% ή 934.000 εργαζόμενοι στον τουριστικό κλάδο.

Το γεγονός αυτό δημιουργεί ιδιαίτερα θετικές προοπτικές για το μέλλον, καθώς ας μην λησμονείται ότι μια βασική συνέπεια της οικονομικής κρίσης, η οποία είναι ορατή μέχρι και σήμερα, είναι η ραγδαία αύξηση της ανεργίας, ειδικά των νέων, με συνέπεια η συνεχής αύξηση της τουριστικής απασχόλησης στο μέλλον να αναμένεται

να οδηγήσει και στη σημαντική μείωση της συνολικής ανεργίας της Ελλάδος , έστω και αν πρόκειται για εποχιακή απασχόληση (δηλαδή μεταξύ Μαΐου και Οκτωβρίου) στη πλειονότητα των περιπτώσεων.

### 3.2.5 Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών κατοίκων στα ξενοδοχειακά καταλύματα περιόδου 2011 – 2017

Έτος	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	Μεταβολή
2011	54.518.196	11,29%
2012	51.094.816	-6,28%
2013	57.745.731	13,02%
2014	61.658.663	6,78%
2015	64.365.096	4,39%
2016	66.727.447	3,67%
2017	74.344.832	11,42%

Πίνακας 13: Πορεία διανυκτερεύσεων μη ντόπιων κατοίκων στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και τύπου κάμπινγκ περιόδου 2011 – 2017

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Όσον αφορά την πορεία των διανυκτερεύσεων των μη ντόπιων κατοίκων από τον παραπάνω πίνακα είναι φανερή η ραγδαία ανάπτυξη που παρουσιάζουν, απόρροια της αύξησης του εισερχόμενου τουρισμού από το εξωτερικό στην Ελλάδα παρά την οικονομική κρίση της περιόδου αυτής.

Το στοιχείο αυτό είναι ιδιαίτερα θετικό, καθώς πρόκειται για μια αύξηση 20.000.000 διανυκτερεύσεων περίπου μεταξύ της περιόδου 2011 – 2017, γεγονός το οποίο ισοδυναμεί με μια σημαντική αύξηση εσόδων από το εσωτερικό, ειδικά σε μια περίοδο, όπου η οικονομική κρίση ήταν ιδιαίτερα αισθητή στο σύνολο της ελληνικής οικονομίας.

### 3.2.6 Διανυκτερεύσεις ημεδαπών κατοίκων στα ξενοδοχειακά καταλύματα περιόδου 2011 – 2017

Όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις των ημεδαπών, αυτές συνεχίζονται μετά το ξέσπασμα της κρίσης το 2010 μέχρι και το 2012, απόρροια της συνεχιζόμενης αβεβαιότητας, που επικράτησε στη χώρα την περίοδο αυτή.

Έτος	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	Μεταβολή
2011	16.329.678	-8,33%
2012	13.290.000	-18,61%
2013	13.723.272	3,26%
2014	13.732.663	0,07%
2015	13.201.273	-3,87%
2016	13.943.606	5,62%
2017	14.154.141	1,51%

Πίνακας 14: Πορεία διανυκτερεύσεων ντόπιων κατοίκων στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και τύπου κάμπινγκ περιόδου 2011 – 2017

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Εν συνεχεία, παρατηρούμε ότι υπήρξε μια μικρή αύξηση στις διανυκτερεύσεις την περίοδο 2013 της τάξεως των 500.000 διανυκτερεύσεων, για να ακολουθήσει μια αντίστοιχη μείωση το 2015, ενώ από το 2016 και έπειτα παρατηρείται μια συνεχής άνοδος των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών, στοιχείο ιδιαίτερα ενθαρρυντικό, καθώς δείχνει μια έστω και σε πρώιμο στάδιο ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας.

Αυτό μπορεί να εξηγηθεί από την αύξηση των διανυκτερεύσεων των ντόπιων κατοίκων, οι οποίοι είναι και οι κύριοι επηρεαζόμενοι από την οικονομική κρίση του 2010, με συνέπεια η αύξηση αυτή να δημιουργεί θετικές προοπτικές για τη μελλοντική πορεία της χώρας, και τη συνολική ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας, που είναι και το ζητούμενο σήμερα.

### 3.2.7 Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη τουρισμού Ελλάδος 2011 – 2017

Όσον αφορά την πορεία της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης του τουρισμού για την περίοδο 2011 – 2017, αυτή είναι παρόμοια με την πορεία της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης της περιόδου 2004 – 2010, ακολουθώντας δηλαδή μια πτωτική πορεία, γεγονός το οποίο σημαίνει ότι κάθε τουρίστας κατά μέσο όρο δαπανά λιγότερα χρήματα χρόνο με το χρόνο.

Εν προκειμένω, η μείωση αυτή οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού στην χώρα, με αποτέλεσμα η αύξηση του αριθμού των τουριστών να πιέζει προς τα κάτω τη μέση κατά κεφαλήν δαπάνη στη χώρα, με

συνέπεια η μέση κατά κεφαλήν δαπάνη του 2017 να είναι κατά 117 ευρώ χαμηλότερη από την αντίστοιχη μέση κατά κεφαλήν δαπάνη του 2011 και συνολικά 360 ευρώ χαμηλότερη από την αντίστοιχη του 2004 (ήταν 882 ευρώ).

Έτος	Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη
2011	639 €
2012	646 €
2013	653 €
2014	590 €
2015	580 €
2016	514 €
2017	522 €

Πίνακας 15: Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη τουρισμού περιόδου 2011 – 2017

Πηγή: ΣΕΤΕ

Ουσιαστικά, η οικονομική κρίση αποτέλεσε για πολλούς τουρίστες από διάφορες χώρες του κόσμου το κίνητρο για να επισκεφθούν την Ελλάδα, λόγω του ότι ήταν περισσότερο προσιτή από άποψη τιμών σε σχέση με το παρελθόν, με αποτέλεσμα να αυξηθούν οι ροές τουριστών όλων των κατηγοριών εισοδημάτων από το εξωτερικό.

### 3.2.8 Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών Ελλάδος περιόδου 2011 – 2017

Έτος	Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών Ελλάδος (σε εκατ. ευρώ)
2011	8.238,2
2012	8.598,6
2013	10.317,0
2014	11.316,5
2015	12.088,4
2016	11.201,5
2017	11.725,3

Πίνακας 16: Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών Ελλάδος περιόδου 2011 – 2017

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Όσον αφορά το ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών της Ελλάδος, αυτό ακολουθεί ανοδική πορεία σε όλη την εξεταζόμενη περίοδο 2011 – 2017, με μόνη εξαίρεση το 2016, γεγονός το οποίο είναι αναμενόμενο λόγω της σημαντικής αύξησης των ταξιδιωτικών εισπράξεων από τον τουρισμό, όπως αναλύθηκε παραπάνω, με συνέπεια την σημαντική αύξηση του ισοζυγίου ταξιδιωτικών υπηρεσιών της Ελλάδος.

### 3.2.9 Κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών 2011 – 2017

Ένα ακόμα ιδιαίτερα ενδιαφέρον στατιστικό στοιχείο, είναι η εξέταση των κυριότερων χωρών προέλευσης των τουριστών στην Ελλάδα για την περίοδο 2011 – 2017, κάτι το οποίο παρουσιάζεται αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα:

Χώρα	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ην. Βασίλειο	1.758,1	1.920,8	1.846,3	2.089,5	2.397,2	2.894,7	3.002,0
Γερμανία	2.240,5	2.108,8	2.267,5	2.459,2	2.810,3	3.138,7	3.706,0
Ιταλία	938,2	848,1	964,3	1.117,7	1.355,3	1.386,9	1.441,3
Γαλλία	1.149,4	977,4	1.152,2	1.463,2	1.522,1	1.313,5	1.419,8
Ρωσία	738,9	874,8	1.352,9	1.250,2	512,8	595,5	588,7

Πίνακας 17: Κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών περιόδου 2011 – 2017 (ποσά σε χιλιάδες ταξιδιώτες)

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Όσον αφορά τις κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών για την περίοδο 2011 – 2017, βλέπουμε μια έντονη αύξηση του αριθμού των τουριστών που προέρχονται από τη Ρωσία για την περίοδο 2013 – 2014 αν και τα επόμενα χρόνια ο αριθμός των τουριστών από τη Ρωσία μειώθηκε σημαντικά, πιθανόν λόγω της στροφής των Ρώσων τουριστών προς την Τουρκία τα τελευταία χρόνια, απόρροια της σημαντικής υποτίμησης της τουρκικής λίρας τα τελευταία χρόνια και αντίστοιχα της ανατίμησης του ευρώ σε σχέση με το ρούβλι της Ρωσίας.

Αντίθετα, ιδιαίτερα έντονη είναι η αύξηση των τουριστών από τις άλλες τέσσερις κύριες χώρες προέλευσης τουριστών, καθώς ο αριθμός των τουριστών από το Ηνωμένο Βασίλειο σχεδόν διπλασιάστηκε το 2017 σε σχέση με το 2011, ενώ

αντίστοιχα στη πρώτη θέση προέλευσης τουριστών βρίσκεται η Γερμανία με σημαντική διαφορά έναντι του Ηνωμένου Βασιλείου και έπειτα της Ιταλίας.

Εν προκειμένω, η αύξηση αυτή των τουριστών από τις τέσσερις αυτές χώρες αποτελεί την καλύτερη δυνατή ένδειξη, ότι ο ελληνικός τουρισμός άνθισε εν μέσω της οικονομικής κρίσης, αποτελώντας ουσιαστικά ένα ανάχωμα της συνολικής ύφεσης της ελληνικής οικονομίας.

### 3.3 Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος

#### 3.3.1 Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας

Όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας, σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ, αυτή μειώθηκε το 2018 με αποτέλεσμα η Ελλάδα να κατέχει πλέον την 57η θέση ως προς στην ανταγωνιστικότητα μεταξύ 140 χωρών, βρισκόμενη στην κατάταξη από τη Βουλγαρία (51η) και τη Ρουμανία (52η). (Chrysopoulos, 2018)

Ειδικότερα, η Έκθεση για την Παγκόσμια Ανταγωνιστικότητα 2018-2019 χρησιμοποιεί τον Δείκτη Παγκόσμιας Ανταγωνιστικότητας 4.0, ο οποίος μετρά την εθνική ανταγωνιστικότητα, η οποία ορίζεται ως ένα σύνολο θεσμών, πολιτικών και παραγόντων που καθορίζουν το επίπεδο παραγωγικότητας σε 140 χώρες. (Chrysopoulos, 2018)

Με βάση το δείκτη αυτό η βαθμολογία της Ελλάδας ήταν 62,1 στα 100, σημειώνοντας την 57η θέση, σε σχέση με την περυσινή κατάταξη της 53ης θέσης, κινούμενη πιο μακριά από τις ισχυρές οικονομίες. (Chrysopoulos, 2018)

Αντίθετα, για το 2018-2019, οι Ηνωμένες Πολιτείες κατατάσσονται στην κορυφή της λίστας των πιο ανταγωνιστικών οικονομιών στον κόσμο με βαθμολογία 85,6, ενώ η Σιγκαπούρη κατέχει την δεύτερη θέση με 83,5 και αντίστοιχα η Γερμανία βρίσκεται στην τρίτη θέση με 82,8. (Chrysopoulos, 2018)

Από την άλλη πλευρά, η Ελβετία, με βαθμό 82,6, κατατάσσεται στην τέταρτη θέση μεταξύ των πιο ανταγωνιστικών οικονομιών στον κόσμο, με την Ιαπωνία να κατατάσσεται πέμπτη (82,5) παγκοσμίως, ενώ ο κατάλογος των δέκα πιο δυναμικών οικονομιών στον κόσμο ολοκληρώνεται με την Ολλανδία στην έκτη θέση (82,4), το

Χονγκ Κονγκ στην έβδομη (82.3), τη Μεγάλη Βρετανία στην όγδοη θέση (82), τη Σουηδία (81.7) και τη Δανία (80.6) να συμπληρώνει τη δεκάδα. (Chrysopoulos, 2018)

Αξίζει στο σημείο αυτό να σημειωθεί, ότι ο παραπάνω δείκτης καθορίζεται βάσει 12 κριτηρίων για κάθε χώρα: θεσμός, υποδομή, πληροφόρηση και επικοινωνία, υιοθέτηση τεχνολογιών (ΤΠΕ), μακροοικονομική σταθερότητα, υγεία, δεξιότητες, αγορά προϊόντων, αγορά εργασίας, χρηματοπιστωτικό σύστημα, μέγεθος αγοράς, δυναμισμός των επιχειρήσεων και ικανότητα καινοτομίας. (Chrysopoulos, 2018)

EBC from 2017/4				EBC from 2017/4				EBC from 2017/4						
Rank	Economy	Score1	Rank	Score	Rank	Economy	Score1	Rank	Score	Rank	Economy	Score1	Rank	Score
1	United States	85.6	—	+0.8	26	Hungary	64.3	—	+0.9	86	Paraguay	53.4	+1	+0.5
2	Singapore	83.5	—	+0.5	27	Mauritius	63.7	—	+0.8	87	Guatemala	53.4	-5	-0.1
3	Germany	82.8	—	+0.2	28	Bahrain	63.6	-4	-0.2	88	Niger Republic	53.0	+3	+1.1
4	Switzerland	82.6	—	+0.2	29	Bulgaria	63.6	—	+1.2	89	El Salvador	52.8	—	+0.4
5	Japan	82.5	+3	+0.9	30	Romania	63.5	—	+1.3	90	Mongolia	52.7	-4	-0.2
6	Netherlands	82.4	-1	+0.2	31	Uruguay	62.7	-3	—	91	Namibia	52.7	-1	+0.3
7	Hong Kong SAR	82.3	—	+0.3	32	Kuwait	62.1	+2	+0.5	92	Honduras	52.5	+2	+1.2
8	United Kingdom	82.0	-2	-0.1	33	Costa Rica	62.1	-1	+0.4	93	Tajikistan	52.2	-5	-0.6
9	Sweden	81.7	—	+0.1	34	Philippines	62.1	+12	+2.3	94	Bangladesh	52.1	-1	+0.7
10	Denmark	80.5	+1	+0.7	35	Greece	62.1	-4	+0.3	95	Nicaragua	51.5	-3	—
11	Ireland	80.3	+1	+0.5	36	India	62.0	+5	+1.2	96	Bolivia	51.4	n/a	n/a
12	Canada	79.9	-2	-0.1	37	Kazakhstan	61.8	—	+0.7	97	Ghana	51.3	-2	+1.4
13	Taiwan, China	79.3	—	+0.1	38	Colombia	61.6	-3	+0.1	98	Pakistan	51.1	-1	+1.3
14	Australia	78.9	+1	+0.7	39	Turkey	61.6	-3	+0.2	99	Rwanda	50.9	-1	+1.3
15	Korea, Rep.	78.8	+2	+0.8	40	Emiri Daneslam	61.4	+2	+1	100	Nepal	50.8	-1	+1.3
16	Norway	78.2	-2	-0.8	41	Flori	61.3	-3	+0.2	101	Cambodia	50.2	-1	+0.8
17	France	78.0	+1	+0.6	42	Panama	61.0	-9	-0.6	102	Cape Verde	50.2	-6	+0.4
18	New Zealand	77.5	-2	-0.6	43	Serbia	60.9	+5	+1.7	103	Lao PDR	49.3	-2	+0.7
19	Luxembourg	76.5	+3	+0.6	44	Georgia	60.9	+1	+1.0	104	Senegal	49.0	-2	+0.6
20	Israel	76.6	—	+0.4	45	South Africa	60.8	-5	-0.1	105	Cote d'Ivoire	47.6	n/a	n/a
21	Belgium	76.6	-2	—	46	Croatia	60.1	-2	—	106	Nigeria	47.5	-3	-0.5
22	Austria	76.3	-1	+0.2	47	Azerbaijan	60.0	-4	-0.2	107	Tanzania	47.2	-2	+0.8
23	Iceland	75.7	—	-0.3	48	Armenia	59.9	+2	+1.0	108	Uganda	46.8	-4	-0.2
24	Iceland	74.5	—	-0.1	49	Montenegro	59.6	+2	+1.4	109	Zambia	46.1	-3	+0.6
25	Malaysia	74.4	+1	+1.1	50	Erazil	59.5	-3	-0.2	110	Gambia, The	45.5	—	+0.8
26	Spain	74.2	-1	+0.4	51	Jordan	59.3	-2	+0.1	111	Eswatini	45.3	-4	+0.2
27	United Arab Emirates	73.4	—	+1.1	52	Saychelles	58.5	+10	+3.3	112	Cameroon	45.1	-3	+0.2
28	China	72.6	—	+0.9	53	Morocco	58.5	+2	+0.8	113	Ethiopia	44.5	-2	+0.6
29	Czech Republic	71.2	—	+0.3	54	Albania	58.1	+4	+0.8	114	Benin	44.4	-1	+0.8
30	Cuba	71.0	+2	+0.6	55	Viet Nam	58.1	-3	+0.1	115	Burkina Faso	43.9	n/a	n/a
31	Italy	70.8	—	+0.3	56	Trinidad and Tobago	57.9	-2	+0.1	116	Mali	43.6	-4	-0.1
32	Estonia	70.8	-2	—	57	Jamaica	57.9	-1	+0.5	117	Ghana	43.2	-3	+0.3
33	Chile	70.3	+1	+0.9	58	Lebanon	57.7	-5	-0.1	118	Venezuela	43.2	-10	-1.9
34	Portugal	70.2	-1	+0.5	59	Argentina	57.5	-2	+0.1	119	Zimbabwe	42.6	-4	+0.6
35	Slovenia	69.6	—	+1.1	60	Dominican Republic	57.4	—	+1.8	120	Malawi	42.4	—	+1.8
36	Malta	68.8	—	+0.3	61	Ukraine	57.0	+6	+3.1	121	Lesotho	42.3	-4	+0.9
37	Poland	68.2	—	+0.2	62	Macedonia, FYR	56.6	n/a	n/a	122	Mauritania	40.8	-3	+0.1
38	Thailand	67.5	+2	+1.3	63	Sri Lanka	56.0	-4	-0.4	123	Liberia	40.5	-2	+0.6
39	Saudi Arabia	67.5	+2	+1.6	64	Ecuador	56.8	-3	+0.4	124	Micrombique	39.8	-6	-2.1
40	Lithuania	67.1	-2	+0.7	65	Turkisa	56.6	-1	+1	125	Sierra Leone	38.8	-3	+0.1
41	Slovak Republic	66.8	-2	+0.6	66	Moldova	56.5	-1	+0.9	126	Congo, Democratic Rep.	38.2	-8	-2.6
42	Latvia	66.2	—	+1.4	67	Iran, Islamic Rep.	54.9	-1	+0.4	127	Burundi	37.5	-4	-1.0
43	Russian Federation	65.6	+2	+1.7	68	Botswana	54.5	-5	-0.5	128	Angola	37.1	n/a	n/a
44	Cyprus	65.6	-1	+0.9	69	Bosnia and Herzegovina	54.2	-1	+0.3	129	Haiti	36.5	-5	+0.7
45	Indonesia	64.9	+2	+1.4	70	Algeria	53.8	—	+0.3	130	Yemen	36.4	-4	+0.9
46	Mexico	64.6	-2	+0.5	71	Kenya	53.7	—	+0.4	131	Chad	36.5	-6	—
47	Oman	64.4	+14	+3.4	72	Egypti	53.6	—	+0.4					

Πίνακας 18: Παγκόσμια κατάταξη ανταγωνιστικότητας χωρών 2018

Πηγή: Schwab (2018)

Τέλος, όσον αφορά τις περισσότερο προβληματικές περιοχές της ελληνικής οικονομίας, η έκθεση για την Παγκόσμια Ανταγωνιστικότητα 2018-2019 ανέφερε σαν χειρότερα πεδία αυτά της καινοτομίας, του χρηματοπιστωτικού της συστήματος, των θεσμών, της αγοράς εργασίας και της δυναμικής των επιχειρήσεων.

Είναι σημαντικό να τονισθεί, ότι η βελτίωση των παραπάνω αρνητικών τομέων της ελληνικής οικονομίας θα συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στη συνολική βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς της, γεγονός το οποίο θα επιτρέψει την γρηγορότερη και ευκολότερη ανάκαμψη της χώρας από τη δύνη της οικονομικής κρίσης την οποία βιώνει η ελληνική οικονομία από το 2010 μέχρι και σήμερα.

### 3.3.2 Ανταγωνιστικότητα ελληνικού τουρισμού

Όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος,, σύμφωνα με την έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (WEF) για την Ταξιδιωτική και Τουριστική Ανταγωνιστικότητα 2017, η Ελλάδα σημείωσε εντυπωσιακή ανάκαμψη επτά θέσεων φτάνοντας στην 24η θέση στην παγκόσμια κατάταξη. (Schwab, 2017)

Η έκθεση αυτή κατατάσσει 136 χώρες ανάλογα με την ελκυστικότητα και την ικανότητά τους να αναπτύξουν τις ταξιδιωτικές και τουριστικές τους βιομηχανίες, ενώ στην προηγούμενη έκθεση αυτή του 2015 η Ελλάδα είχε καταλάβει την 31η θέση μεταξύ 141 χωρών. (Schwab, 2017)

Από την άλλη πλευρά, η Ισπανία βρίσκεται στην πρώτη θέση με βάση την έκθεση για την ανταγωνιστικότητα στον τομέα τουρισμού και ακολουθείται από τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ιαπωνία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Αυστραλία, την Ιταλία, τον Καναδά και την Ελβετία. (Schwab, 2017)

Σύμφωνα με το WEF, οι επιδόσεις της Ελλάδας συνδέονται με τις εξαιρετικές προσπάθειες της χώρας να εκτιμήσει τους φυσικούς της πόρους (32η, άνοδος 14 θέσεων), τόσο άμεσα, μέσω της ισχυρότερης ψηφιακής ζήτησης (19ο) όσο και έμμεσα μέσω της προστασίας του περιβάλλοντος (39<sup>ο</sup>), και την εμπορική δραστηριότητα (43η, άνοδος 19 θέσεων). (Schwab, 2017)



Rank	Economy	Score	Rank	Economy	Score	Rank	Economy	Score
1	Spain	5.49	47	Qatar	4.08	98	Iran, Islamic Rep.	3.43
2	France	5.32	48	Chile	4.06	94	Lao PDR	3.40
3	Germany	5.28	49	Hungary	4.06	96	Serbia	3.38
4	Japan	5.26	50	Argentina	4.05	96	Lebanon	3.37
5	United Kingdom	5.20	51	Peru	4.04	97	Rwanda	3.36
6	United States	5.17	52	Cyprus	4.02	98	Albania	3.35
7	Australia	5.10	53	South Africa	4.01	99	Bolivia	3.34
8	Italy	4.99	54	Latvia	3.97	100	Kuwait	3.33
9	Canada	4.97	55	Mauritius	3.92	101	Cambodia	3.32
10	Switzerland	4.94	56	Lithuania	3.91	102	Mongolia	3.31
11	Hong Kong SAR	4.86	57	Ecuador	3.91	103	Nepal	3.28
12	Austria	4.86	58	Barbados	3.91	104	Venezuela	3.28
13	Singapore	4.85	59	Slovak Republic	3.90	105	El Salvador	3.28
14	Portugal	4.74	60	Bahrain	3.89	106	Uganda	3.20
15	China	4.72	61	Israel	3.84	107	Tajikistan	3.18
16	New Zealand	4.68	62	Colombia	3.83	108	Zambia	3.18
17	Netherlands	4.64	63	Saudi Arabia	3.82	109	Cote d'Ivoire	3.16
18	Norway	4.64	64	Sri Lanka	3.81	110	Paraguay	3.15
19	Korea, Rep.	4.57	65	Morocco	3.81	111	Senegal	3.14
20	Sweden	4.55	66	Oman	3.78	112	Gambia, The	3.12
21	Belgium	4.54	67	Vietnam	3.78	113	Bosnia and Herzegovina	3.12
22	Mexico	4.54	68	Romania	3.78	114	Zimbabwe	3.11
23	Ireland	4.53	69	Jamaica	3.71	115	Kyrgyz Republic	3.10
24	Greece	4.51	70	Georgia	3.70	116	Ethiopia	3.10
25	Iceland	4.50	71	Azerbaijan	3.70	117	Moldova	3.09
26	Malaysia	4.50	72	Montenegro	3.68	118	Algeria	3.07
27	Brazil	4.49	73	Trinidad and Tobago	3.67	119	Gabon	3.06
28	Luxembourg	4.49	74	Egypt	3.64	120	Ghana	3.04
29	United Arab Emirates	4.49	75	Jordan	3.63	121	Madagascar	2.99
30	Taiwan, China	4.47	76	Dominican Republic	3.62	122	Mozambique	2.91
31	Denmark	4.49	77	Uruguay	3.61	123	Malawi	2.91
32	Croatia	4.42	78	Bhutan	3.61	124	Pakistan	2.89
33	Finland	4.40	79	Philippines	3.60	125	Bangladesh	2.89
34	Thailand	4.38	80	Kenya	3.59	126	Cameroon	2.88
35	Panama	4.37	81	Kazakhstan	3.59	127	Banin	2.84
36	Malta	4.35	82	Namibia	3.59	128	Lesotho	2.84
37	Estonia	4.29	83	Cape Verde	3.55	129	Nigeria	2.82
38	Costa Rica	4.22	84	Armenia	3.53	130	Mali	2.78
39	Czech Republic	4.22	85	Botswana	3.52	131	Sierra Leone	2.69
40	India	4.18	86	Guatemala	3.51	132	Mauritania	2.64
41	Slovenia	4.18	87	Tunisia	3.50	133	Congo, Democratic Rep.	2.64
42	Indonesia	4.16	88	Ukraine	3.50	134	Burundi	2.57
43	Russian Federation	4.15	89	Macedonia, FYR	3.49	135	Chad	2.52
44	Turkey	4.14	90	Honduras	3.49	136	Yemen	2.44
45	Bulgaria	4.14	91	Tanzania	3.45			
46	Poland	4.11	92	Nicaragua	3.44			

Πίνακας 19: Παγκόσμια κατάταξη τουριστικής ανταγωνιστικότητας χωρών 2017

Πηγή: Schwab (2017)

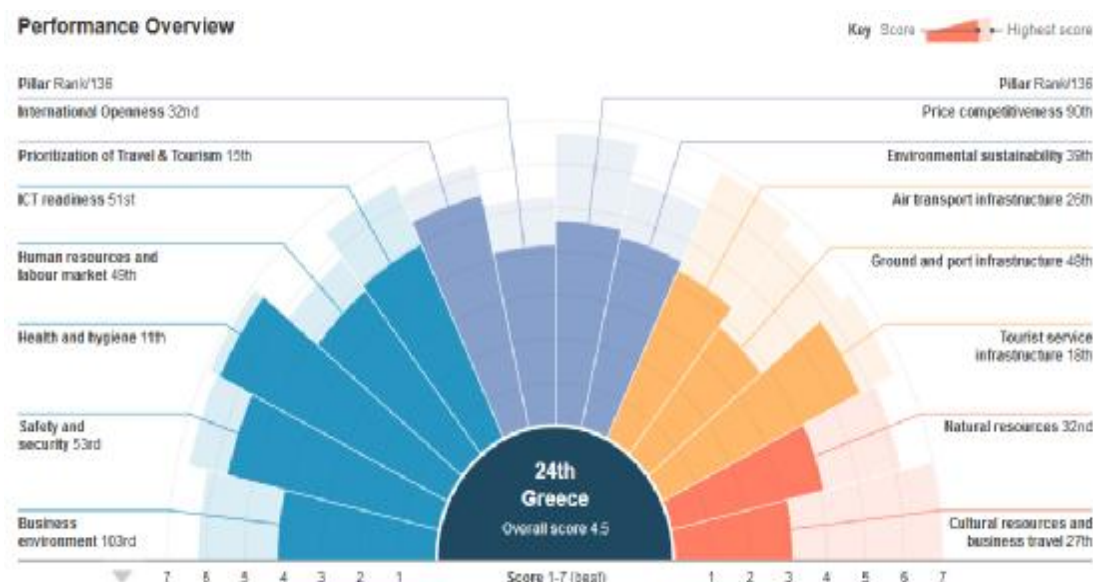
Ταυτόχρονα, η τιμή, η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού αυξήθηκαν σημαντικά (90η, άνοδος 23 θέσεων) χάρη στο μειωμένο κόστος διαμονής για τους διεθνείς τουρίστες, το χαμηλότερο κόστος καυσίμων και τους μειωμένους φόρους εισιτηρίων και τις χρεώσεις των αεροδρομίων, στοιχεία τα οποία οδήγησαν στην άμεση τόνωση του τουρισμού, κάτι το οποίο ειδικά εν μέσω κρίσης είναι ακόμα πιο θετικό για τη χώρα μας. (Schwab, 2017)

Αυτές οι πολιτικές έχουν συμβάλει στη δημιουργία περισσότερων διεθνών αφίξεων, αλλά έχουν δημιουργήσει μικτά αποτελέσματα όσον αφορά τα έσοδα, σημειώνει η έκθεση. (Schwab, 2017)

Επιπλέον, σύμφωνα με την έκθεση για να αυξηθούν οι αφίξεις και τα έσοδα, η Ελλάδα πρέπει να επικεντρωθεί στη βελτίωση του επιχειρηματικού της περιβάλλοντος (103ο), με λιγότερα εμπόδια στις άμεσες ξένες επενδύσεις, μείωση των φόρων στα κέρδη και βελτίωση της αποτελεσματικότητας του νομοθετικού συστήματος. (Schwab, 2017)

Επιπλέον, στον σημερινό τεχνολογικό κόσμο, η Ελλάδα πρέπει επίσης να γίνει πιο έτοιμη για ΤΠΕ (51η). Μέχρι σήμερα, οι επιχειρήσεις εξακολουθούν να μην χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες για τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (business to business) (98η) και συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών (business to customer) (82η). (Schwab, 2017)

Επίσης, βελτιώσεις στον τομέα των θεωρήσεων (visa) (73η) είναι ένα άλλο μέτρο που θα επηρεάσει τα έσοδα και τις διεθνείς αφίξεις, με ελάχιστες οικονομικές επενδύσεις από την πλευρά της ελληνικής κυβέρνησης, καθώς θα επιτρέψει την ευκολότερη προσέλκυση τουριστών από χώρες από τις οποίες σήμερα χρειάζονται πολύπλοκες διαδικασίες για να επισκεφθούν την Ελλάδα. (Schwab, 2017)



Εικόνα 3: Κατάταξη ανταγωνιστικότητας ελληνικού τουρισμού 2017

Πηγή: Schwab (2017)

Συμπερασματικά, δεν χωρά αμφιβολία, ότι το γεγονός ότι παρά την οικονομική κρίση, υπάρχει σημαντική βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού αποτελεί μια ιδιαίτερα θετική εξέλιξη για τον κλάδο του τουρισμού στη χώρα μας, ενώ δημιουργεί ιδιαίτερα θετικές προοπτικές για το μέλλον και την ανάπτυξη τόσο του κλάδου του τουρισμού όσο και συνολικά της ελληνικής οικονομίας.

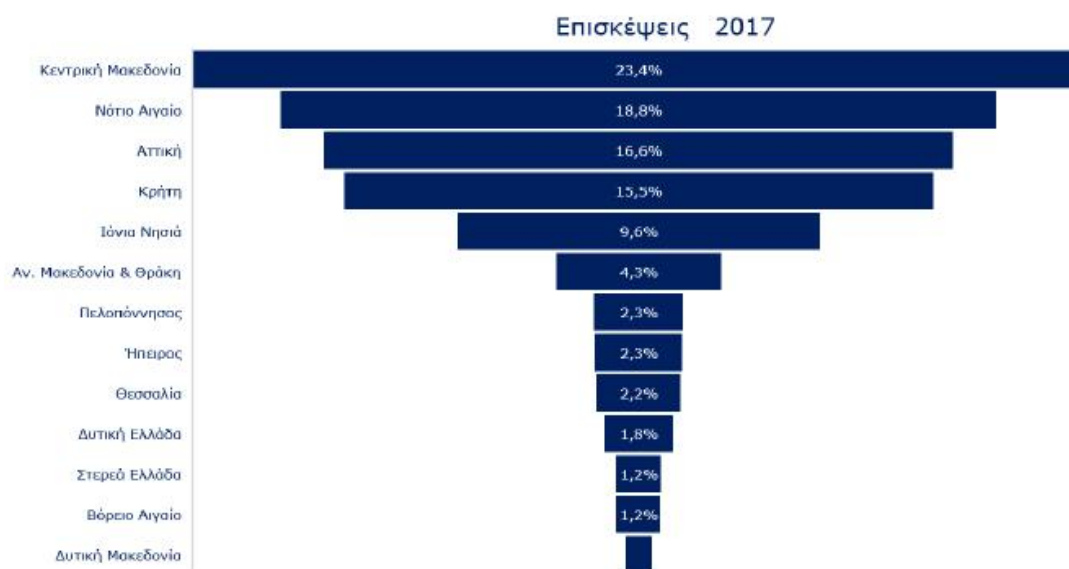
### 3.4 Ανάλυση του τουριστικού προϊόντος σε επίπεδο περιφέρειας

#### 3.4.1 Τουριστική κίνηση ανά περιφέρεια

Για την ανάλυση του τουριστικού προϊόντος σε επίπεδο περιφέρειας, θα βασιστούμε στην ανάλυση που πραγματοποίησε το Ινστιτούτο του Συνδέσμου των Ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) για ο 2017, όπου ειδικά όσον αφορά τις επισκέψεις των τουριστών ανά περιφέρεια, αυτές σύμφωνα με την έκθεση ανέρχονται σε 31.021 χιλιάδες επισκέψεις, αριθμός ο οποίος είναι μεγαλύτερος από τον αριθμό των εισερχόμενων τουριστών για το 2017, ο οποίος ήταν ίσος με 27.194 χιλιάδες ταξιδιώτες. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Ο λόγος για τον οποίο υπάρχει η συγκεκριμένη διαφορά, οφείλεται στο ότι οι εισερχόμενοι ταξιδιώτες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους στην Ελλάδα μπορεί να έκαναν στάση σε περισσότερες από μία περιφέρειες, με αποτέλεσμα την ύπαρξη της παραπάνω διαφοράς. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Ειδικότερα, η τουριστική κίνηση ανά περιφέρεια για το 2017 απεικονίζεται στο ακόλουθο γράφημα: (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)



Εικόνα 4: Επισκέψεις τουριστών ανά περιφέρεια 2017

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Από το παραπάνω γράφημα είναι φανερό, ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών που επισκέφθηκαν το 2017 τη χώρα μας επισκέφθηκαν την περιοχή της Κεντρικής Μακεδονίας με ποσοστό 21,4% (ή 7.262 χιλ. επισκέπτες), ενώ στη δεύτερη θέση έπεται η περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου με ποσοστό 18,8% (ή 5.841 χιλ. επισκέπτες), στη συνέχεια η περιφέρεια Αττικής με ποσοστό 16,6% (ή ποσοστό 5.137 χιλ. επισκέπτες) και έπειτα οι περιφέρειες της Κρήτης (4.806 χιλ. επισκέπτες) και των Ιονίων Νήσων (2.966 χιλ. επισκέπτες) με ποσοστά 15,5% και 9,6% αντίστοιχα. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

#### 3.4.2 Διανυκτερεύσεις ανά περιφέρεια

Όσον αφορά το πεδίο των διανυκτερεύσεων ανά περιφέρεια, εδώ υπάρχει μια αλλαγή στην κατάταξη, καθώς στην πρώτη θέση των διανυκτερεύσεων κατατάσσεται η περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου, έχοντας σαν βασικές χώρες προέλευσης τουριστών κατά σειρά τις χώρες της Γερμανίας, του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γαλλίας, όπου ο αριθμός των διανυκτερεύσεων άγγιξε τις 7.790 χιλ., 5.879 χιλ και 3.878 χιλ. αντίστοιχα. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Εν συνεχεία, όπως φαίνεται και από τον πίνακα παρακάτω, στη δεύτερη θέση από πλευράς διανυκτερεύσεων συναντάμε την περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας με 40.782 χιλ. διανυκτερεύσεις για το 2017, ή 19,4% των συνολικών διανυκτερεύσεων. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Όσον αφορά δε τις τρεις κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών στην περιφέρεια αυτή, αυτές προέρχονται κατά κύριο λόγο από τη Γερμανία, όπου Γερμανοί ταξιδιώτες πραγματοποίησαν 9.689 χιλ. διανυκτερεύσεις, ενώ στη δεύτερη θέση ήταν ταξιδιώτες από τις χώρες των Βαλκανίων Σερβία και Βουλγαρία, με αριθμούς διανυκτερεύσεων οι οποίοι έφτασαν τους 7.430 χιλ. και 4.209 χιλ. διανυκτερεύσεις αντίστοιχα. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Από την άλλη πλευρά, η περιφέρεια Κρήτης βρίσκεται στη τρίτη θέση από πλευράς αριθμού διανυκτερεύσεων για το 2017, καθώς ο αριθμός τους έφτασε τις 40.271 χιλ, ποσοστό το οποίο αντιστοιχεί στο 19,2% του συνόλου των διανυκτερεύσεων της χώρας για το 2017. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Αναφορικά δε με τις τρεις κυριότερες αγορές προέλευσης τουριστών στην Περιφέρεια Κρήτης και εδώ στη πρώτη θέση συναντάμε ταξιδιώτες από τη Γερμανία και εν συνεχεία ταξιδιώτες από το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία, με τον αριθμό των διανυκτερεύσεων για τις χώρες αυτές να αντιστοιχεί σε 11.050 χιλ, 6.032 χιλ και 3.969 χιλ. αντίστοιχα. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

## Διανυκτερεύσεις 2017

Περιφέρεια	Διανυκτερεύσεις (σε χιλ.)	%
Νότιο Αιγαίο	46.210	22,0%
Κεντρική Μακεδονία	40.782	19,4%
Κρήτη	40.271	19,2%
Αττική	29.437	14,0%
Ιόνια Νησιά	24.944	11,9%
Αν. Μακεδονία & Θράκη	5.421	2,6%
Πελοπόννησος	5.214	2,5%
Θεσσαλία	5.027	2,4%
Ήπειρος	3.643	1,7%
Βόρειο Αιγαίο	3.217	1,5%
Δυτική Ελλάδα	2.819	1,3%
Στερεά Ελλάδα	2.013	1,0%
Δυτική Μακεδονία	859	0,4%
<b>Σύνολο</b>	<b>209.855</b>	<b>100,0%</b>

Πίνακας 20: Διανυκτερεύσεις τουριστών ανά περιφέρεια 2017

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Εν συνεχεία, στη τέταρτη θέση από πλευράς όγκου διανυκτερεύσεων, αν και πολύ πίσω σε σχέση με τις τρεις προαναφερθείσες περιφέρειες, βρίσκεται η περιφέρεια Αττικής, όπου οι διανυκτερεύσεις για το 2017 έφτασαν τις 29.437, ποσοστό το οποίο αντιστοιχεί στο 14% των συνολικών διανυκτερεύσεων εισερχόμενου τουρισμού της χώρας για το 2017. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Όσον αφορά δε τις τρεις κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών στην περιφέρεια αυτή, αυτές προέρχονται κατά κύριο λόγο από την Κύπρο, όπου ταξιδιώτες από την Κύπρο πραγματοποίησαν 3.410 χιλ. διανυκτερεύσεις, ενώ στη δεύτερη θέση ήταν ταξιδιώτες από τις ΗΠΑ και ακολούθως στην τρίτη θέση ταξιδιώτες από το Ηνωμένο Βασίλειο, με αριθμούς διανυκτερεύσεων οι οποίοι έφτασαν τους 3.031 χιλ. και 2.769 χιλ. διανυκτερεύσεις αντίστοιχα. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Τέλος, στην πέμπτη θέση από πλευράς όγκου διανυκτερεύσεων βρίσκεται η περιφέρεια Ιονίων Νήσων, όπου οι διανυκτερεύσεις για το 2017 έφτασαν τις 24.944, ποσοστό το οποίο αντιστοιχεί στο 11,9% των συνολικών διανυκτερεύσεων εισερχόμενου τουρισμού της χώρας για το 2017. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Αναφορικά δε με τις τρεις κυριότερες αγορές προέλευσης τουριστών στην Περιφέρεια Ιονίων στη πρώτη θέση συναντάμε ταξιδιώτες από το Ηνωμένο Βασίλειο και εν συνεχεία ταξιδιώτες από την Ιταλία και τη Γερμανία με τον αριθμό των διανυκτερεύσεων για τις χώρες αυτές να αντιστοιχεί σε 7.741 χιλ, 2.634 χιλ και 1.973 χιλ. αντίστοιχα. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

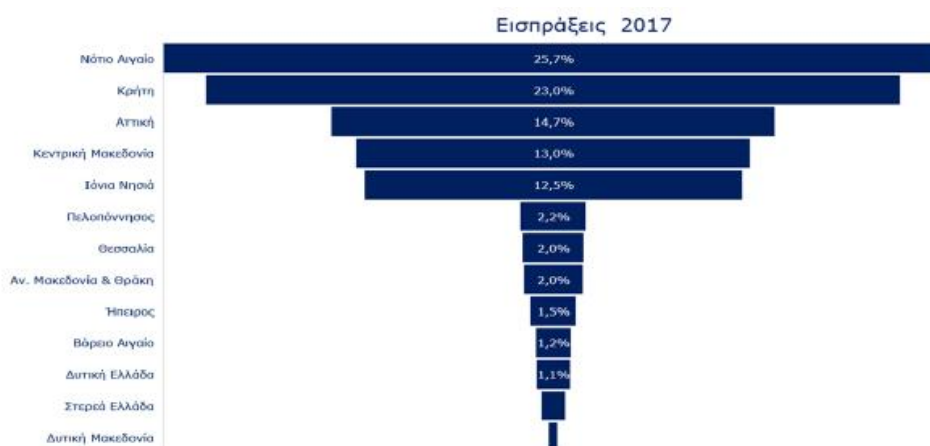
Συμπερασματικά, με βάση τα παραπάνω στοιχεία είναι φανερό, ότι το 83,6% των συνολικών διανυκτερεύσεων εισερχόμενου τουρισμού στη χώρα μας για το 2017 προήλθε από μόλις 5 σε σύνολο 13 περιφερειών της χώρας, γεγονός το οποίο θα πρέπει σίγουρα να προβληματίσει τις αρμόδιες αρχές της χώρας, έτσι ώστε να γίνει προσπάθεια προσέλκυσης περαιτέρω τουριστών στις υπόλοιπες 8 περιφέρειες της χώρας τα επόμενα χρόνια.

Αυτό μπορεί να επιτευχθεί ίσως μέσω της περαιτέρω έμφασης από την πλευρά της ελληνικής κυβέρνησης και του Υπουργείου Τουρισμού στην καλύτερη οργάνωση και προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, κάτι το οποίο σήμερα δεν είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένο στη χώρα μας, όπως θα αναφερθεί και στο επόμενο κεφάλαιο της εργασίας. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Επιπλέον, όσον αφορά τις κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών με βάση τον αριθμό των διανυκτερεύσεων παρατηρήθηκε ότι δεν υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις στις πέντε πρώτες περιφέρειες, καθώς η πλειονότητα των τουριστών με τις περισσότερες διανυκτερεύσεις προέρχονται από παραδοσιακές χώρες προσέλκυσης τουριστών της Ελλάδος, όπως είναι η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

#### 3.4.3 Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά περιφέρεια

Όσον αφορά τις ταξιδιωτικές εισπράξεις για το 2017 αυτές ανήλθαν στο ποσό των 14.202 εκατομμυρίων ευρώ, ενώ η κατανομή των εισπράξεων αυτών ανά περιφέρεια παρουσιάζεται στο ακόλουθο γράφημα:



Εικόνα 5: Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά περιφέρεια 2017

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Από το παραπάνω γράφημα είναι φανερό, ότι η πλειονότητα των εισπράξεων, όπως συνέβη και με τις διανυκτερεύσεις, κατανεμήθηκε σε πέντε περιφέρειες σε σύνολο δεκατριών και πιο συγκεκριμένα κατά σειρά στις περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου (3.653 εκατ. ευρώ), Κρήτης (3.260 εκατ. ευρώ), Αττικής (2.083 εκατ. ευρώ), Κεντρικής Μακεδονίας (1.852 εκατ. ευρώ) και περιφέρειας Ιονίων Νήσων (1.775 ευρώ), ενώ το συνολικό ποσοστό των ταξιδιωτικών εισπράξεων των πέντε αυτών περιφερειών ανήλθε στο 88,9% των συνολικών ταξιδιωτικών εισπράξεων για το 2017. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

## Εισπράξεις 2017

Περιφέρεια	Εισπράξεις (σε εκ.)	%
Νότιο Αιγαίο	3.653	25,7%
Κρήτη	3.260	23,0%
Αττική	2.083	14,7%
Κεντρική Μακεδονία	1.852	13,0%
Ιόνια Νησιά	1.775	12,5%
Πελοπόννησος	307	2,2%
Θεσσαλία	290	2,0%
Αν. Μακεδονία & Θράκη	282	2,0%
Ήπειρος	216	1,5%
Βόρειο Αιγαίο	167	1,2%
Δυτική Ελλάδα	159	1,1%
Στεριά Ελλάδα	113	0,8%
Δυτική Μακεδονία	45	0,3%
<b>Σύνολο</b>	<b>14.202</b>	<b>100,0%</b>

Πίνακας 21: Εισπράξεις τουριστών ανά περιφέρεια 2017

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Ειδικότερα, στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, η οποία ήταν στη πρώτη θέση από πλευράς ταξιδιωτικών εισπράξεων, το κυριότερο μέρος των εισπράξεων προήλθε από ταξιδιώτες που προέρχονταν από τη Γερμανία με 606 εκατ. ευρώ, ενώ ακολούθησαν στη συνέχεια οι εισπράξεις ταξιδιωτών από το Ηνωμένο Βασίλειο (505 εκατ. ευρώ) και τέλος από τη Γαλλία (321 εκατ. ευρώ). (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Αντίστοιχα, όσον αφορά την περιφέρεια Κρήτης, η οποία ήταν στη δεύτερη θέση από πλευράς ταξιδιωτικών εισπράξεων, το κυριότερο μέρος των εισπράξεων προήλθε από ταξιδιώτες που προέρχονταν από τη Γερμανία με 960 εκατ. ευρώ, ενώ ακολούθησαν στη συνέχεια οι εισπράξεις ταξιδιωτών από το Ηνωμένο Βασίλειο (504 εκατ. ευρώ) και τέλος από τη Γαλλία (344 εκατ. ευρώ). (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Από την άλλη πλευρά, στην περιφέρεια Αττικής, η οποία ήταν στη τρίτη θέση από πλευράς ταξιδιωτικών εισπράξεων, το κυριότερο μέρος των εισπράξεων προήλθε από ταξιδιώτες που προέρχονταν από τις ΗΠΑ με 303 εκατ. ευρώ, ενώ ακολούθησαν στη συνέχεια οι εισπράξεις ταξιδιωτών από την Κύπρο (178 εκατ. ευρώ) και τέλος από το Ηνωμένο Βασίλειο (166 εκατ. ευρώ). (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

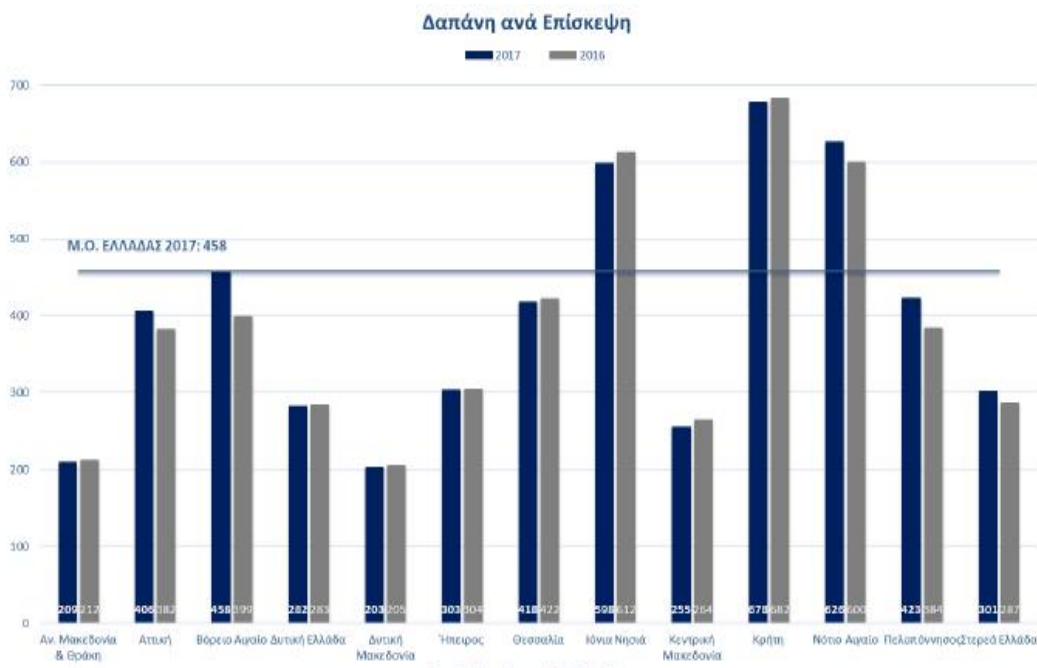
Όσον αφορά την περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, η οποία ήταν στην τέταρτη θέση από πλευράς ταξιδιωτικών εισπράξεων, το κυριότερο μέρος των εισπράξεων προήλθε από ταξιδιώτες που προέρχονταν από τη Γερμανία με 443 εκατ. ευρώ, ενώ ακολούθησαν στη συνέχεια οι εισπράξεις ταξιδιωτών από τη Σερβία (280 εκατ. ευρώ) και τέλος από την Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας (ΠΓΔΜ) (166 εκατ. ευρώ). (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Τέλος, όσον αφορά την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, η οποία ήταν στη πέμπτη θέση από πλευράς ταξιδιωτικών εισπράξεων, το κυριότερο μέρος των εισπράξεων προήλθε από ταξιδιώτες που προέρχονταν από το Ηνωμένο Βασίλειο με 604 εκατ. ευρώ, ενώ ακολούθησαν στη συνέχεια οι εισπράξεις ταξιδιωτών από την Ιταλία (184 εκατ. ευρώ) και τέλος από τη Γερμανία (159 εκατ. ευρώ). (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

#### 3.4.4 Δαπάνη ανά επίσκεψη

Ένα ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο της εξέλιξης του τουρισμού για το 2017 στις περιφέρειες της χώρας ήταν η πορεία της Δαπάνης ανά επίσκεψη ανά περιφέρεια, η οποία κατά μέσο όρο ανήλθε στα 458 ευρώ έναντι 449 ευρώ, που ήταν η αντίστοιχη δαπάνη ανά επίσκεψη το 2016. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)





Εικόνα 6: Δαπάνη ανά επίσκεψη ανά περιφέρεια 2017

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Ειδικότερα, η μέση τιμή ανά επίσκεψη καταγράφεται στα 678 ευρώ και αφορά στην Περιφέρεια Κρήτης για το 2017 με αντίστοιχη τιμή 682 ευρώ το 2016, ενώ επίσης πάνω από το μέσο όρο της δαπάνης ανά επίσκεψη της χώρας βρίσκονται οι περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου με μέση δαπάνη ανά επίσκεψη να διαμορφώνεται στα 626 ευρώ ανά επίσκεψη το 2017 έναντι 600 ευρώ το 2016, καθώς επίσης και η περιφέρεια Ιονίων Νήσων με μέση δαπάνη ανά επίσκεψη να διαμορφώνεται στα 598 ευρώ ανά επίσκεψη το 2017 έναντι 612 ευρώ το 2016. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Από την άλλη πλευρά, στη χειρότερη θέση από πλευράς της μέσης δαπάνης ανά επίσκεψη βρίσκεται η περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, η οποία καταγράφει την ελάχιστη δαπάνη ανά επίσκεψη, η οποία διαμορφώνεται το 2017 στα 203 ευρώ έναντι 205 το 2016, ενώ ακολουθούν επίσης οι περιφέρειες Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης με 209 ευρώ δαπάνη ανά επίσκεψη το 2017 (έναντι 212 € το 2016), Κεντρικής Μακεδονίας 255 ευρώ δαπάνη ανά επίσκεψη το 2017 (έναντι 264 € το 2016), Δυτικής Ελλάδας με 282 ευρώ δαπάνη ανά επίσκεψη το 2017 (έναντι 283 € το 2016) και της Στερεάς Ελλάδας 301 ευρώ δαπάνη ανά επίσκεψη το 2017 έναντι 287 € το 2016. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

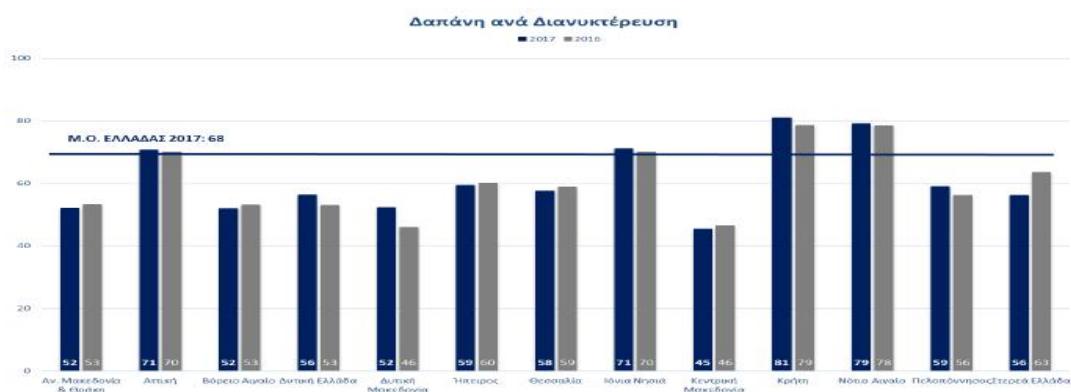
Τέλος, η μόνη Περιφέρεια που με βάση τα στοιχεία του παραπάνω γραφήματος φαίνεται να κυμαίνεται στο μέσο όρο της Ελλάδας είναι αυτή του Βορείου Αιγαίου με 458 ευρώ δαπάνη ανά επίσκεψη το 2017 έναντι 399 ευρώ δαπάνης ανά επίσκεψη το 2016. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Αντίστοιχα οι δαπάνες ανά επίσκεψη στις υπόλοιπες Περιφέρειες της χώρας κυμάνθηκαν το 2017 μεταξύ 300 ευρώ και 420 ευρώ ανά επίσκεψη, όπου συγκεκριμένα η περιφέρεια Ηπείρου εμφάνισε δαπάνη 303 ευρώ ανά επίσκεψη, η περιφέρεια Αττικής 406 ευρώ ανά επίσκεψη, η περιφέρεια Θεσσαλίας 418 ευρώ ανά επίσκεψη και η περιφέρεια Πελοποννήσου 423 ευρώ ανά επίσκεψη. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

### 3.4.5 Μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση

Από την άλλη πλευρά, η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση στις 13 περιφέρειες της χώρας κυμάνθηκε το 2017 στα 68 ευρώ κατά μέσο όρο, με τις μεγαλύτερες τιμές να εμφανίζονται στις πλέον τουριστικές περιφέρειες και ειδικότερα στην Περιφέρεια Κρήτης, όπου η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση έφτασε το 2017 τα 81 ευρώ έναντι 79 ευρώ το 2016, ενώ ακλούθησε η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου με μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση το 2017 τα 79 ευρώ έναντι 78 ευρώ το 2016. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Από την άλλη πλευρά, η χαμηλότερη τιμή ανά διανυκτέρευση παρατηρήθηκε στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, η τιμή της οποίας έφτασε τα 45 ευρώ ανά διανυκτέρευση, ενώ αρκετά κοντά στο μέσο όρο των 68 ευρώ ανά διανυκτέρευση, ήταν οι περιφέρειες της Αττικής και των Ιονίων Νήσων, οι οποίες εμφάνισαν μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση κοντά στα 71 ευρώ το 2017. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)



Εικόνα 7: Δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανά περιφέρεια 2017

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Από την άλλη πλευρά στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση μειώθηκε στα 56 ευρώ ανά διανυκτέρευση το 2017 έναντι 63 ευρώ ανά διανυκτέρευση το 2016, ενώ αντίστοιχα στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση αυξήθηκε στα 56 ευρώ ανά διανυκτέρευση το 2017 έναντι 53 ευρώ ανά διανυκτέρευση το 2016. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Τέλος, στην περιφέρεια Ηπείρου και στην περιφέρεια Πελοποννήσου η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση εκτιμήθηκε το 2017 στα 59 ευρώ ανά διανυκτέρευση, έναντι 60 ευρώ ανά διανυκτέρευση και 56 ευρώ ανά διανυκτέρευση αντίστοιχα για το 2016, ενώ η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση για τη περιφέρεια Θεσσαλίας ανήλθε στα 58 ευρώ ανά διανυκτέρευση για το 2017, ενώ στις υπόλοιπες 3 Περιφέρειες (Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Δυτική Μακεδονία και Βόρειο Αιγαίο) η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση για το 2017 ανήλθε στα πενήντα δύο ευρώ ανά διανυκτέρευση. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

### 3.5 Ανάλυση της πορείας του ξενοδοχειακού δυναμικού της σε εθνικό επίπεδο

Όσον αφορά το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδος, με βάση τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία, όπως αυτά είναι διαθέσιμα από το ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος, αυτά απεικονίζονται στον παρακάτω πίνακα:

Ειδικότερα, από τον παρακάτω πίνακα είναι φανερό, ότι στην Ελλάδα με βάση τα στοιχεία του 2017 λειτουργούσαν 9.783 ξενοδοχειακές μονάδες, η πλειονότητα των οποίων βρίσκονται κατά σειρά στις περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου (2.097 ξενοδοχειακές μονάδες), Κρήτης (1.577 ξενοδοχειακές μονάδες), καθώς επίσης και Κεντρικής Μακεδονίας (1.192 ξενοδοχειακές μονάδες) και Ιονίων Νήσων (933 ξενοδοχειακές μονάδες).

Με βάση τα όσα αναφέρθηκαν στην προηγούμενη ενότητα σχετικά με την εισροή τουριστών ανά περιφέρεια εξηγούν σε μεγάλο βαθμό τους λόγους για τους οποίους οι συγκεκριμένες περιφέρειες εμφανίζουν τις περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες σήμερα.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	Μονάδες	12	30	99	166	75	382
	Δωμάτια	1.197	1.955	3.198	3.635	1.126	11.111
	Κλίνες	2.421	3.949	6.392	7.088	2.198	22.048
ΑΤΤΙΚΗΣ	Μονάδες	35	109	140	257	107	648
	Δωμάτια	6.758	8.627	6.651	7.816	2.042	31.894
	Κλίνες	12.856	16.481	12.307	14.375	3.859	59.878
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	Μονάδες	8	34	128	180	41	391
	Δωμάτια	939	1.567	4.301	4.348	622	11.777
	Κλίνες	1.909	2.855	8.115	8.189	1.185	22.253
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	Μονάδες	4	41	98	104	23	270
	Δωμάτια	1.444	2.293	3.039	2.659	273	9.708
	Κλίνες	3.106	4.392	5.762	5.059	532	18.851
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Μονάδες	3	17	62	36	9	127
	Δωμάτια	61	448	1.604	667	173	2.953
	Κλίνες	137	942	3.336	1.386	451	6.252
ΗΠΕΙΡΟΥ	Μονάδες	11	96	149	130	27	413
	Δωμάτια	836	2.030	2.796	2.415	451	8.528
	Κλίνες	1.756	4.230	5.572	4.613	889	17.060
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	Μονάδες	28	119	135	212	76	570
	Δωμάτια	1.335	3.482	3.883	4.773	1.455	14.928
	Κλίνες	2.714	6.986	7.658	9.124	2.851	29.333
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	Μονάδες	39	126	217	476	75	933
	Δωμάτια	6.003	11.737	13.231	15.625	1.525	48.121
	Κλίνες	12.127	22.846	25.594	29.922	2.951	93.440
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Μονάδες	47	108	270	358	409	1.192
	Δωμάτια	8.560	8.731	10.392	9.624	8.518	45.825
	Κλίνες	17.769	17.128	20.719	18.704	16.407	90.727
ΚΡΗΤΗΣ	Μονάδες	104	270	368	634	201	1.577
	Δωμάτια	19.568	26.914	16.951	21.997	5.459	90.889
	Κλίνες	39.956	52.490	32.114	39.631	10.084	174.275
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	Μονάδες	174	368	500	849	206	2.097
	Δωμάτια	24.631	33.138	19.803	23.236	3.245	104.053
	Κλίνες	50.810	65.206	38.545	44.192	6.320	205.073
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	Μονάδες	22	122	212	231	72	659
	Δωμάτια	2.906	4.080	5.772	5.485	885	19.128
	Κλίνες	6.142	8.070	11.409	10.402	1.710	37.733
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	Μονάδες	9	45	137	267	66	524
	Δωμάτια	646	2.803	4.508	6.103	1.152	15.212
	Κλίνες	1.429	5.489	8.533	11.508	2.163	29.122
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ	Μονάδες	496	1.485	2.515	3.900	1.387	9.783
	Δωμάτια	74.884	107.805	96.129	108.383	26.926	414.127
	Κλίνες	153.132	211.064	186.056	204.193	51.600	806.045

Πίνακας 22: Ξενοδοχειακό δυναμικό Ελλάδος 2017

Πηγή: Ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος

([http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/Hotels\\_Total-Country\\_2017.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/Hotels_Total-Country_2017.pdf))

Πιο συγκεκριμένα, οι περιφέρειες Κρήτης, Νοτίου Αιγαίου και Ιονίων Νήσων είναι περιφέρειες, οι οποίες μπορούν να χαρακτηριστούν σαν κατεξοχήν τουριστικές περιφέρειες, λόγω των νησιών τους, τα οποία προσελκύουν πλήθος τουριστών σε ετήσια βάση, συνεπώς είναι λογικό στις περιφέρειες αυτές να συγκεντρώνεται η πλειονότητα των ξενοδοχειακών μονάδων της Ελλάδος.

Όσον αφορά την κατηγορία αστεριών των ξενοδοχειακών μονάδων της Ελλάδος, από το παραπάνω πίνακα είναι κάτι περισσότερο από εμφανές, ότι η πλειονότητα των ξενοδοχειακών μονάδων είναι 2 αστερών, καθώς στο σύνολο των 9.783 ξενοδοχειακών μονάδων οι 3.900 ξενοδοχειακές μονάδες εμπίπτουν στην κατηγορία αυτή, ενώ ακολουθούν οι ξενοδοχειακές μονάδες 3 αστερών (2.515) και έπειτα οι ξενοδοχειακές μονάδες 4 αστερών (1.485).

Τα παραπάνω στοιχεία μας οδηγούν στο συμπέρασμα, ότι η πλειονότητα των ξενοδοχειακών μονάδων στην Ελλάδα σήμερα είναι μεταξύ 2 και 3 αστερών, κάτι το οποίο φανερώνει ξενοδοχειακές μονάδες μεσαίας κατηγορίας στην Ελλάδα, γεγονός το οποίο πρέπει να βελτιωθεί τα επόμενα χρόνια, καθώς η συνεχής αύξηση του αριθμού των τουριστών στη χώρα θα πρέπει να συνδυαστεί και με την παροχή υψηλότερης ποιότητας τόσο υπηρεσιών όσο και υποδομών προς αυτούς.

## Κεφάλαιο 4: Στρατηγικές βελτίωσης της πορείας του τουρισμού

### 4.1 Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Δεν επιδέχεται αμφισβήτησης, ότι ένας τρόπος για τη βελτίωση της πορείας του τουρισμού είναι η ανάπτυξη στη χώρα μας εναλλακτικών μορφών τουρισμού, έτσι ώστε να επιτευχθεί με αυτό τον τρόπο μια αύξηση των τουριστών ειδικά σε εκείνες τις περιφέρειες, οι οποίες εμφανίζουν χαμηλό αριθμό τουριστών σε σχέση με άλλες περιφέρειες περισσότερο δημοφιλείς προς τους τουρίστες.

Επίσης, μέσω της περαιτέρω ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού δίνεται και λύση σε ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού σήμερα, το οποίο δεν είναι άλλο από την εποχικότητα του, καθώς η πλειονότητα των τουριστών, που επισκέπτονται τη χώρα το κάνουν αυτό την περίοδο μεταξύ Μαΐου και Οκτωβρίου κάθε έτους, ενώ μέσω του εναλλακτικού τουρισμού επιτυγχάνεται η προσέλκυση τουριστών σε κάθε περίοδο του έτους.

Ειδικότερα, όταν αναφερόμαστε στην έννοια των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, στην πραγματικότητα αναφερόμαστε στις ακόλουθες μορφές: (Τσάρτας, 1996)

- ü Κοινωνικός τουρισμός
- ü Εκπαιδευτικός τουρισμός
- ü Κοινωνικός τουρισμός επαγγελματιών ενώσεων
- ü Θρησκευτικός τουρισμός
- ü Αγροτουρισμός
- ü Συνεδριακός τουρισμός
- ü Εκθεσιακός τουρισμός
- ü Τουρισμός στην ύπαιθρο
- ü Τουρισμός κινήτρων
- ü Τουρισμός τρίτης ηλικίας
- ü Επαγγελματικός τουρισμός
- ü Αθλητικός τουρισμός
- ü Ορεινός τουρισμός
- ü Περιηγητικός τουρισμός
- ü Χειμερινός τουρισμός
- ü Θαλάσσιος τουρισμός

- Γυμνιστικός τουρισμός
- Οικολογικός τουρισμός
- Χρονομεριστική μίσθωση
- Τουρισμός υγείας
- Τουρισμός περιπέτειας
- Ιαματικός τουρισμός
- Τουρισμός σε οργανωμένα τουριστικά χωριά
- Πολιτιστικός τουρισμός

Ουσιαστικά, τα βασικά χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού και τα οποία αποτελούν ένα βασικό παράγοντα για τον οποίο προσελκύονται τουρίστες από το εξωτερικό μπορούν να συνοψιστούν στα κάτωθι: (Ανδριώτης, 2008)

- Έμφαση στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος των τουριστικών περιοχών
- Εκ πλήρωσης επιθυμίας τουριστών ως προς την αποφυγή των κλασικών τουριστικών προσφορών
- Δυνατότητα διατήρησης των οικοσυστημάτων
- Δυνατότητα αλληλεπίδρασης των ατόμων – τουριστών με τα πολιτιστικά μνημεία
- Στήριξη αγροτικών περιοχών

Προς αυτή την κατεύθυνση, είναι σημαντικό τα επόμενα έτη να πραγματοποιηθούν όσο το δυνατόν περισσότερες επενδύσεις προς την κατεύθυνση του εναλλακτικού τουρισμού, καθώς ειδικά στη σημερινή οικονομική συγκυρία η επένδυση στον εναλλακτικό τουρισμό σε συνδυασμό με τη θέση της χώρας στον παγκόσμιο χάρτη προσφέρει μια σειρά από πλεονεκτήματα, τα οποία μπορούν να συνοψιστούν στα κάτωθι:

- Δυνατότητα εκμετάλλευσης ενός ιδιαίτερα ποικίλου φυσικού περιβάλλοντος, το οποίο είναι πλούσιας ομορφιάς, λόγω και του μεσογειακού κλίματος της χώρας.
- Ιδιαίτερα αυξημένη τάση τα τελευταία χρόνια αναφορικά με τη ζήτηση νέων τουριστικών εμπειριών, οι οποίες οδηγούν σε ευοίωνες προοπτικές ανάπτυξης.
- Εκμετάλλευση του ιδιαίτερα πλούσιου πλούτου της χώρας όσον αφορά τον πολιτισμό και την ιστορία της.

- Τέλος, η ύπαρξη μιας ιδιαίτερα αναπτυγμένης ξενοδοχειακής υποδομής, όπως αναλύθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο αποτελεί ένα σημαντικό πλεονέκτημα για τη χώρα και τις τοπικές κοινωνίες, καθώς είναι δυνατή η χρήση της ως συμπλήρωμα για την υποστήριξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμών, μια ανάπτυξη η οποία θα επιλύσει σε μεγάλο βαθμό και το πρόβλημα της εποχικότητας του ελληνικού τουρισμού. (Ανδριώτης, 2008)

Επιπλέον, στο σημείο αυτό είναι σκόπιμο να τονισθεί, ότι η αναγκαιότητα πραγματοποίησης επενδύσεων στον εναλλακτικό τουρισμό από την ελληνική κυβέρνηση δεν σχετίζεται μόνο με τα πλεονεκτήματα, που αναφέρθηκαν παραπάνω, αλλά συνδέεται και με την ύπαρξη μιας σειράς ωφελειών για το ίδιο το κράτος, τα οποία επιγραμματικά μπορούν να συνοψιστούν στα κάτωθι:

- Ύπαρξη οικονομικών ωφελειών για τις τοπικές κοινωνίες τόσο σε οικονομικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, οι οποίες θα μειώσουν σημαντικά το ήδη υψηλό ποσοστό ανεργίας το οποίο υπάρχει σήμερα στη χώρα, ειδικά στους νέους σε ηλικίας πολίτες.
- Μέσω της επένδυσης στον εναλλακτικό τουρισμό θα στηριχθεί αποτελεσματικά και θα ενισχυθεί σε μεγάλο βαθμό η υπάρχουσα απασχόληση των ντόπιων κατοίκων των τοπικών κοινωνιών, στοιχείο το οποίο με τη σειρά του θα οδηγήσει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των τοπικών κοινωνιών, οι οποίες έχουν πληγεί σημαντικά από την οικονομική κρίση, καθώς και στην αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των ντόπιων κατοίκων, συνεπώς και στην αύξηση της δυνατότητας τους ως προς την καταβολή των φόρων, κάτι το οποίο κατά επέκταση θα αυξήσει σημαντικά και τα έσοδα του κράτους.
- Η περαιτέρω ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού θα συμβάλει επίσης σε μεγάλο βαθμό και στην μεγιστοποίηση της ευαισθητοποίησης τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επισκεπτών – τουριστών των τοπικών κοινωνιών, ως προς το φυσικό περιβάλλον, καθώς και ως προς την διατήρηση και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής τους. (Ανδριώτης, 2008)



Συμπερασματικά, θα πρέπει να δημιουργηθεί από τις κατά τόπους Περιφέρειες ένα σχέδιο με στόχο την περαιτέρω ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, μέσω της δημιουργίας κατάλληλων υποδομών και αντίστοιχα προβολής των μοναδικών χαρακτηριστικών κάθε περιοχής τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, έτσι ώστε να επιτευχθεί η μεγιστοποίηση της προσέλκυσης των τουριστών τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό.

#### 4.2 Προβολή ελληνικού τουριστικού προϊόντος

Είναι γεγονός, ότι ένα βασικό στοιχείο το οποίο επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την προσέλκυση τουριστών ετησίως και αποτελεί βασικό παράγοντα για την περαιτέρω ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι ο τρόπος με τον οποίο συντελείται η προβολή του τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Ειδικότερα, οι στόχοι της ελληνικής κυβέρνησης θα πρέπει να είναι η επέκταση του ελληνικού τουρισμού σε αναδύμενες αγορές τουριστών, όπως είναι αυτές της Κίνας και της Ρωσίας, της Τουρκίας και του Ισραήλ, έτσι ώστε με αυτό τον τρόπο να προσελκυστούν τουρίστες από αγορές, οι οποίες παρουσιάζουν αυξητική τάση ως προς τους εισερχόμενους τουρίστες τα τελευταία χρόνια.

Προς αυτή την κατεύθυνση, οι στόχοι πάνω στους οποίους θα βασιστούν οι ενέργειες, που θα πρέπει να συντελεστούν από τη ελληνική κυβέρνηση όσον αφορά την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μπορούν να συνοψιστούν στις ακόλουθες:

- Περαιτέρω ανάπτυξη και προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος «Ηλιος και Θάλασσα», μέσω έμφασης στα χαρακτηριστικά της τοπικής ελληνικής γαστρονομίας, της πολυτέλειας και της ευεξίας, με απώτερο στόχο την προσέλκυση όσο τον δυνατόν περισσότερων τουριστών, οι οποίοι θα επισκεφθούν την χώρα στα πλαίσια των συνηθισμένων καλοκαιρινών διακοπών τους.
- Μεγαλύτερη προβολή του θαλάσσιου τουρισμού και ειδικά του τουρισμού κρουαζιέρας, τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και κυρίως στην αγορά του εξωτερικού μέσω του διαδικτύου και σε συνεργασία με μεγάλους tour operators του εξωτερικού. Ο στόχος της συγκεκριμένης προσπάθειας

προβολής είναι η προσέλκυση όσο το δυνατόν περισσότερων τουριστών στον τομέα της κρουαζιέρας, καθώς επίσης και η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αναβάθμιση και ενίσχυση της προσφοράς των διακοπών με ιστιοπλοϊκά σκάφη και σκάφη αναψυχής.

- Πραγματοποίηση ενεργειών για την μεγαλύτερη δυνατή προβολή του πολιτιστικού τουρισμού, καθώς επίσης και του θρησκευτικού τουρισμού, δύο μορφών τουρισμού, οι οποίες έχουν μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης στη χώρα, ελέω της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς και ιστορίας της χώρας. Ειδικότερα, οι ενέργειες αυτές θα πρέπει να εστιάζουν στην προβολή μέσω διαδικτύου της ιστορίας και των πολιτιστικών αξιοθέατων κάθε περιφέρειας, έτσι ώστε με αυτό τον τρόπο να προσελκύονται όσο το δυνατόν περισσότεροι τουρίστες από το εξωτερικό, οι οποίοι έχουν έντονο ενδιαφέρον για την ιστορία και τον πολιτισμό των περιοχών, τις οποίες επισκέπτονται.
- Προώθηση των δυνατοτήτων ιατρικού τουρισμού, που προσφέρει η χώρα μας, μιας ιδιαίτερα ενδιαφέρουσας μορφής τουρισμού, απαραίτητη προϋπόθεση της οποίας είναι η συμπλήρωση του ιατρικού προσωπικού με επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και υποδομές.
- Προώθηση του συνεδριακού τουρισμού, ο οποίος έχει ιδιαίτερα σημαντικές προοπτικές σήμερα, ειδικά στις δύο μεγαλύτερες πόλεις της Ελλάδος, την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, ελέω της σημαντικής ύπαρξης συνεδριακών κέντρων στις πόλεις αυτές, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα στη χώρα να αποτελέσει κέντρο συνεδριακού τουρισμού στη Νότια Ευρώπη.

Όσον αφορά τις ενέργειες, που πρέπει να συντελεστούν τα επόμενα χρόνια για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, αυτές συνοψίζονται στις ακόλουθες:

- Ενέργειες συνδιαφήμισης μέσω συνεργασιών της ελληνικής κυβέρνησης με τους τουριστικούς οργανισμούς, τους tour operators και τους ταξιδιωτικούς πράκτορες, έτσι ώστε να γίνει καλύτερη προβολή των τοπικών κοινωνιών και των τουριστικών προϊόντων τους, μέσω της εφαρμογής κοινών προγραμμάτων διαφήμισεων, με απώτερο στόχο την αύξηση της τουριστικής περιόδου και τη μείωση του προβλήματος της εποχικότητας.
- Μεγαλύτερη προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ειδικότερα μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

του EOT (Facebook, Twitter, Instagram κ.τ.λ) σε συνδυασμό με τη αποτελεσματική χρήση των πλέον σημαντικών εργαλείου του τουριστικού μάρκετινγκ, όπως είναι παραδείγματος χάριν το snapchat. Απαραίτητη προϋπόθεση για τα παραπάνω είναι η ανανέωση της ιστοσελίδας Visist.greece.gr, σε συνδυασμό με την αναβάθμισή της, ώστε να είναι συμβατή με κινητές συσκευές (smartphones, tablets κτλ), όπως επίσης και δυνατότητα μετάφρασης του περιεχομένου της ιστοσελίδα σε τουλάχιστον άλλες δύο γλώσσες, εκτός της αγγλικής, όπως είναι για παράδειγμα η γερμανική και η γαλλική.

- Τοποθέτηση διαδραστικών banners, αναδυόμενων παραθύρων (pop up windows) και υπερσυνδέσεων (hyperlinks) στις πιο σημαντικές μηχανές κρατήσεων, έτσι ώστε συνδυαστικά με την αποτελεσματική χρήση τεχνικών βελτιστοποίησης των αποτελεσμάτων, που εξάγονται από τις μηχανές αναζήτησης θα επιτευχθεί σημαντική αύξηση της συνολικής επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας του EOT, καθώς και των επιμέρους σελίδων του οργανισμού στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης τους.
- Πραγματοποίηση διαφημίσεων του EOT σε διεθνή περιοδικά του εξωτερικού, με στόχο την περαιτέρω προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- Πραγματοποίηση διαφημίσεων του EOT σε διεθνή κανάλια του εξωτερικού, με στόχο την περαιτέρω προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- Συνεργασία του EOT και των επιμέρους Περιφερειών της Ελλάδος με τις σημαντικότερες εταιρίες παροχής διεθνών διαδικτυακών υπηρεσιών (όπως είναι για παράδειγμα η Yahoo και η Google), καθώς επίσης και με τα ταξιδιωτικές ιστοσελίδες (Booking, Trip Advisor κλ).
- Συμμετοχή του EOT σε εκθέσεις σχετικά με τον τουρισμό, οι οποίες πραγματοποιούνται ετησίως στο εξωτερικό με απώτερο στόχο την έγκαιρη ενημέρωση της αγοράς σχετικά με τις ομορφιές της χώρας και τις προοπτικές τουρισμού που παρέχονται ανάλογα με την εποχή και τις προτιμήσεις των ενδιαφερόμενων τουριστών. (Υπουργείο Τουρισμού, 2017)

## Συμπεράσματα

Στην παρούσα εργασία μελετήθηκε η σύνδεση της οικονομικής κρίσης της Ελλάδος που ξέσπασε το 2010 με τον τουρισμό, γεγονός το οποίο μας έδειξε ότι στην περίοδο της οικονομικής κρίσης, βασικά στοιχεία της οποίας ήταν η ύφεση της ελληνικής οικονομίας, η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των πολιτών και η ραγδαία αύξηση της ανεργίας, ο τουρισμός σαν κλάδος λειτούργησε σαν ανάχωμα της όλης κατάστασης.

Ειδικότερα, από τα όσα αναλύθηκαν παραπάνω κατέστη σαφές, ότι ο τουρισμός άνθισε μέσα στην οικονομική κρίση, γεγονός το οποίο αποτυπώθηκε από τη ραγδαία αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού την περίοδο από το 2010 και έπειτα σε σχέση με την περίοδο πριν την κρίση, γεγονός το οποίο οδήγησε στη σημαντική βελτίωση τόσο στον εισπράξεων των περιοχών που ωφελήθηκαν από τον τουρισμό, καθώς επίσης και στην ενίσχυση της απασχόλησης των πολιτών, καθώς νέες θέσεις δημιουργήθηκαν σε αντίθεση με τα όσα επικρατούσαν την ίδια περίοδο στους υπόλοιπους τομείς της ελληνικής οικονομίας.

Όσον αφορά δε το κυριότερο πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού σήμερα, αυτό δεν είναι άλλο από την έντονη εποχικότητα του φαινομένου, καθώς πάνω από το 50% του συνολικού εισερχόμενου τουρισμού πραγματοποιείται τους μήνες Μάιο με Οκτώβριο με αποτέλεσμα την απώλεια σημαντικών εισροών τόσο για την χώρα όσο και για τις τοπικές κοινωνίες, καθώς και την απώλεια θέσεων εργασίας, καθώς λόγω της έντονης εποχικότητας και η πλειονότητα των θέσεων εργασίας είναι εποχιακής φύσεως.

Προς αυτή την κατεύθυνση, όπως αναλύθηκε παραπάνω είναι καθοριστικής σημασίας η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ειδικά μορφών τουρισμού, όπως ο συνεδριακός τουρισμός και ο πολιτιστικός τουρισμός.

Ειδικά δε ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό όπλο για τους φορείς χάραξης τουριστικής πολιτικής της χώρας, εξαιτίας της πλούσιας ιστορίας και πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας, στοιχεία τα αποτελούν πόλο έλξης για μεγάλη μάζα τουριστών από το εξωτερικό.

Συνεπώς, είναι αναγκαία η δημιουργία από τις κατά τόπους Περιφέρειες ενός σχεδίου με στόχο την περαιτέρω ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, μέσω της δημιουργίας κατάλληλων υποδομών και αντίστοιχα προβολής των μοναδικών

χαρακτηριστικών κάθε περιοχής τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, έτσι ώστε να επιτευχθεί η μεγιστοποίηση της προσέλκυσης των τουριστών τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό.

Ειδικά όσον αφορά το κομμάτι της προβολής και προώθησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι αναγκαία η εφαρμογή μέτρων, τα οποία θα αποσκοπούν στην όσο το δυνατόν μεγαλύτερη διάδοση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, μέσω χρήσης κατά κύριο λόγο του καναλιού του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, εξαιτίας της ιδιαίτερα σημαντικής απήχησης που έχουν σήμερα σε όλο τον κόσμο σε συνδυασμό με το χαμηλό κόστος της προβολής στα μέσα αυτά.

Με αυτό τον τρόπο θα καταστεί εφικτό να δελεαστούν όσο το δυνατόν περισσότεροι τουρίστες από το εξωτερικό, ώστε να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους στην Ελλάδα, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος τα επόμενα χρόνια.

## Βιβλιογραφία

### Α. Ελληνική

- 1) Αγγελόπουλος, Κ. (2009), «Παγκόσμια οικονομική κρίση, ουδέ κακόν αμιγές καλού», Επιστημονικό Μάρκετινγκ, Τεύχος 56, σελ 71-72.
- 2) Ανδριώτης Κ. (2008), «Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.
- 3) Βενετσανοπούλου Γ. Μ. (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- 4) Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας Π. (1998), «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- 5) ΙΝΣΕΤΕ, (2018), «Ανάλυση εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια και ανά αγορά, 2017», Ιούλιος 2018, Αθήνα.
- 6) ΙΝΕ – ΓΣΕΕ, (2008), «Η ελληνική οικονομία και η απασχόληση», ετήσια έκθεση, Αθήνα.
- 7) Λαγός, Δ. (2016), «Θεωρητικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- 8) Λαγός, Δ. (2005), «Τουριστική οικονομία», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- 9) Μπούχαλης, Δ. (2001), «Ο τουρισμός στην Ελλάδα: Στρατηγική ανάλυση και προκλήσεις. Τρέχοντα θέματα στον Τουρισμό», σελ.. 440-480, Αθήνα, Διαθέσιμο στο: <http://www.citybranding.gr/2012/02/branding.html>, Ανακτημένο 10/01/2019
- 10) Σφακιανάκης, Μ., (2000), «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», εκδόσεις Ελλην, Αθήνα.
- 11) Τράπεζα της Ελλάδος, (2012), «Κοινωνική πολιτική και κοινωνική συνοχή στην Ελλάδα σε συνθήκες οικονομικής κρίσης», Αθήνα
- 12) Τσάρτας, Π. (1996), «Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», σελ. 296 – 327, Εκδόσεις Εξάντας Εκδοτική Α.Ε, Αθήνα.
- 13) Υπουργείο Τουρισμού, (2017), « Έγκριση της Στρατηγικής Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού για την διετία 2017-2018», αρ.πρ. ΕΟΤ 686/18.01.2017.
- 14) Χαρδούβελης, Γ. (2009), «Η χρηματοοικονομική κρίση και το μέλλον της παγκόσμιας οικονομίας», Τόμος IV, Τεύχος 8, Δεκέμβριος 2009.

## B. Ξενόγλωσση

- 1) Bartman, R. (2017), “Causes and effects of 2008 financial crisis”, HFU Business School, Internationale Betriebswirtschaft Academic Research and Writing Prof. Dr. Taylor, In winter semester 2016/17
- 2) Butler, R. (2008), “Modern Tourism and Its Development in a Post- Modern Age. Concepts, Issues and Paradigms, SAGE, Pp. 55-99, New Delhi.
- 3) Chrysopoulos, P. (2018), “World Economic Forum: Greek Competitiveness Drops in 2018”, Falls to 57<sup>th</sup>, Available at: <https://greece.greekreporter.com/2018/10/18/world-economic-forum-greek-competitiveness-drops-in-2018-falls-to-57th/>, Last Accessed 20/12/2018.
- 4) Gros, D. (2010), “Calypso study on social tourism – Greece”, Country study , pp. 1-27, Available at: [http://sete.gr/files/Media/Ebook/2011/110124\\_Calypso%20study%20on%20Social%20tourism\\_Greece.pdf](http://sete.gr/files/Media/Ebook/2011/110124_Calypso%20study%20on%20Social%20tourism_Greece.pdf), Last Accessed 20/12/2018.
- 5) Jayapalan, N. (2001), “An introduction to tourism”, Atlantic publishers and distributors, p. 1-95, New Delhi,
- 6) Ramadhan, M. & Naseeb, A. (2015), “The Global Financial Crisis: Causes and
- 7) Solutions” Conference: International Conference on Social Science and Management (ICSSAM), At Sapporo, Japan
- 8) Rida I. (2008), "The Roots of the Global Crisis", Aletq.com, Electronic Economic Newspaper.
- 9) Schwab, K. (2018), “The Global Competitiveness Report”, World Economic Forum
- 10) Schwab, K. (2017), “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future”, World Economic Forum.
- 11) Skoultzos, S. & Vagionis, N. (2015), “Cultural and religious tourism as arts of Greek Tourism Product”, IMIC2015: 1st International Conference on Experiential Tourism|Santorini, Greece 09-11/10/2015
- 12) Summers, L., Minsky, H., Samuelson, P., Poole W. & Volcker, A. (1991), “Macroeconomic Consequences of Financial Crises”, pp. 135-182.
- 13) Tureac, C & Turtureanu, A. (2008), “Types and Forms of Tourism”, ACTA Universitatis Danubius, No. 1, 2008.

14) WTO, (2007), “Understanding Tourism: Basic Glossary”.

Γ. Ηλεκτρονική

- 1) <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/ranking/#series=TTCI>
- 2) <https://news.gtp.gr/2017/04/07/wef-greece-jumps-global-travel-tourism-competitiveness/>
- 3) [http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/Hotels\\_Total-Country\\_2017.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/Hotels_Total-Country_2017.pdf)
- 4) <https://www.enterprisegreece.gov.gr/en/invest-in-greece/sectors-for-growth/tourism>
- 5) [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:GpWKuJMpLYwJ:ecourse.uoi.gr/pluginfile.php/89325/mod\\_folder/content/0/%25CE%2595%25CF%2581%25CE%25B3%25CE%25B1%25CF%2583%25CE%25AF%25CE%25B1%25201.docx%3Fforcedownload%3D1+%&cd=1&hl=el&ct=clnk&gl=gr](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:GpWKuJMpLYwJ:ecourse.uoi.gr/pluginfile.php/89325/mod_folder/content/0/%25CE%2595%25CF%2581%25CE%25B3%25CE%25B1%25CF%2583%25CE%25AF%25CE%25B1%25201.docx%3Fforcedownload%3D1+%&cd=1&hl=el&ct=clnk&gl=gr)
- 6) [http://sete.gr/\\_fileuploads/entries/Statistics/Greece/Nights%20Spent/catID56/GR/131106\\_Dianikterefseis%20-Ellada2004-2011\\_new%20layout.pdf](http://sete.gr/_fileuploads/entries/Statistics/Greece/Nights%20Spent/catID56/GR/131106_Dianikterefseis%20-Ellada2004-2011_new%20layout.pdf)
- 7) <https://www.bankofgreece.gr/pages/el/statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>
- 8) [http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/country-profiles/?doing\\_wp\\_cron=1547360803.6968970298767089843750#economy=GRC](http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/country-profiles/?doing_wp_cron=1547360803.6968970298767089843750#economy=GRC)