



Πανεπιστήμιο Κρήτης

**Σχολή Κοινωνικών, Οικονομικών και Πολιτικών
Επιστημών**

Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης

Διπλωματική Εργασία

Ελληνική Τουριστική Πολιτική: Σύγχρονες Προκλήσεις

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Μαυρομούστακου Ήβη-Αγγελική

Επιμέλεια: Ραζή Θεοδώρα-Πηνελόπη



Ρέθυμνο, Κρήτης 2016

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
SUMMARY	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ.....	6
1. Η πορεία του Διεθνή Τουρισμού	6
2. Ο Τουρισμός ως Δραστηριότητα στην Ελλάδα	8
2.1 Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος	11
2.2 Τα πλεονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας	12
2.3 Τα μειονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας.....	13
3. Η επιρροή του τουρισμού στην οικονομία με στοιχεία	17
3.1 Συμμετοχή στο Α.Ε.Π.	20
3.2 Τουριστική Απασχόληση (2000-2013)	22
3.3 Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών	25
4. Η Ελληνική Τουριστική Πολιτική	28
4.1 ΕΟΤ.....	33
4.2 ΞΕΕ - Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος	33
4.3 ΣΕΤΕ - Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων	35
4.4 Marketing Greece ΑΕ	36
4.5 Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021 (SETE Report).....	37
5. Πολιτιστική Ανάπτυξη	41
ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ: ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ.....	44
6. Συνέπειες Διεθνών Εξελίξεων	44
6.1 Οικονομική Κρίση - Grexit – Capital Controls	45
6.2 Τρομοκρατία σε Ευρώπη & Μεσόγειο	60
6.3 Προσφυγικό - Μεταναστευτικό Ζήτημα.....	66
7. Η Ελληνική Τουριστική Πολιτική σε συνάρτηση με τις διεθνείς εξελίξεις	77
7.1 2017- Διεθνές Έτος Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης.....	79
ΤΡΙΤΟ ΜΕΡΟΣ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	80
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	87

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται το πως ανταποκρίνεται η Ελληνική Τουριστική Πολιτική στις επιπτώσεις των σύγχρονων εξελίξεων στην περιοχή της Μεσογείου και εάν και κατά πόσο έχει ανασταλεί λόγω των εξελίξεων αυτών η πολιτιστική ανάπτυξη στη χώρα.

Στο πρώτο μέρος, αναλύουμε το θεωρητικό υπόβαθρο με βάση τον τουρισμό ως δραστηριότητα στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα παρουσιάζουμε τον κύκλο ζωής του τουριστικού προϊόντος, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας, καθώς και την επιρροή του τουρισμού στην οικονομία, την οποία επιβεβαιώνουμε με στατιστικά στοιχεία συμμετοχής στο Α.Ε.Π., την τουριστική απασχόληση και το ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών.

Στη συνέχεια παρουσιάζουμε την Ελληνική τουριστική πολιτική μέσω των δράσεων των επίσημων φορέων τουρισμού που εποπετεύονται από το Υπουργείο, όπως ο Ε.Ο.Τ., η Ξ.Ε.Ε., ο Σ.Ε.Τ.Ε., η Marketing Greece Α.Ε. και εξετάζουμε τον σχεδιασμό της πολιτικής μέχρι και το έτος 2021 μέσω του Τουριστικού Στρατηγικού Σχεδιασμού 2021 (SETE Report). Τέλος, γίνεται ειδική μνεία στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ιδιαίτερα στην πολιτιστική διάσταση του τουρισμού που συνδέεται άμεσα με την πολιτιστική ανάπτυξη και τις τουριστικές ροές.

Στο δεύτερο μέρος, αναλύουμε τις πρόσφατες διεθνείς εξελίξεις και τις συνέπειες που είχαν αυτές για τη χώρα μας, ιδιαίτερα όσον αφορά τον αντίκτυπό τους στον τουρισμό. Οι διεθνείς εξελίξεις που επιλέχθηκαν να εξεταστούν είναι η οικονομική κρίση με το ενδεχόμενο Grexit και την επακόλουθη επιβολή Capital Controls στη χώρα μας, η τρομοκρατία στην Ευρώπη και τη Μεσόγειο, και το προσφυγικό – μεταναστευτικό ζήτημα.

Τέλος, αναλύσαμε την Ελληνική Τουριστική Πολιτική σε συνάρτηση με τις προαναφερθείσες διεθνείς εξελίξεις και προβήκαμε σε συμπεράσματα.

SUMMARY

The present work discusses the response of Greek Tourism Policy to the impact of current developments in the Mediterranean region and whether and how much has been suspended because of these factors the cultural development in the country.

In the first part, we analyze the theoretical background of tourism as an activity in Greece and in particular by presenting the life cycle of the touristic product especially in Greece, its advantages and disadvantages as well as the influence of tourism in the economy, a fact that is being confirmed by statistical values on GDP participation, tourism employment and the balance of travel services.

Consequently, we present the Greek Tourism Policy through the actions of the official tourism bodies supervised by the Ministry, such as the Greek National Tourism Organization, the Hellenic Chamber of Hotels, the Greek Tourism Confederation, Marketing Greece S.A. and examine the planning of the policy up to the year 2021 through the Tourism Strategic Plan 2021 (SETE Report). Finally, we refer to alternative forms of tourism and especially to the cultural dimension of tourism that is directly linked to the cultural development and tourism flows.

In the second part, we analyze the recent developments and their implications for our country, especially regarding their impact on tourism. International developments chosen to consider is the financial crisis with the potential Grexit and the subsequent enforcement of Capital Controls in our country, terrorism in Europe and the Mediterranean, and the refugee - immigration issue.

Finally, we focus on the Greek Tourism Policy in relation to the abovementioned international developments and we make conclusions.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το φαινόμενο του τουρισμού επεκτείνεται και καλύπτει ένα ευρύ φάσμα τόσο εννοιών όσο και πρακτικών. Οι διαστάσεις του είναι σχεδόν αδύνατο να οριοθετηθούν ενώ δεν παύει να απασχολεί πλήθος διαφορετικών δρώντων όχι μόνο εξαιτίας αριθμητικών μεγεθών -ο αριθμός των ατόμων που μετακινούνται, οι τουριστικές εισπράξεις, οι τουριστικές δαπάνες, ο αριθμός των ατόμων που απασχολούνται από τον τουρισμό, κ.α.- αλλά κυρίως διότι σαν θέμα παρουσιάζει μια ιδιαίτερη πολυπλοκότητα. Ο τουρισμός αποκτά μεγάλη βαρύτητα αν κάποιος αναλογιστεί όχι μόνο το βαθμό που επηρεάζει τους ανθρώπους και τις μεταξύ τους σχέσεις -τον άνθρωπο που φεύγει από τη χώρα του για να ταξιδέψει σε μία άλλη χώρα αλλά και τον άνθρωπο που τον υποδέχεται στη χώρα του-, αλλά και το βαθμό που ο ίδιος ο τουρισμός επηρεάζεται από τον κόσμο γύρω του.

Παραδοσιακά, στην Ελλάδα, ο τουριστικός κλάδος διαμόρφωσε σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της χώρας. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός πως ο τουρισμός θεωρείται για τη χώρα μας, η ατμομηχανή της βαριάς Ελληνικής βιομηχανίας. Τα τελευταία χρόνια, τόσο λόγω εξωγενών όσο και ενδογενών παραγόντων και συνθηκών, ο κλάδος αποδείχτηκε ο μόνος που μπόρεσε να ανταπεξέλθει της οικονομικής κρίσης.

Με τους λοιπούς κλάδους σε ύφεση, οι ελπίδες ανάκαμψης επικεντρώθηκαν, έτσι, στον τουριστικό τομέα. Παρά τις όποιες αντιξοότητες αντιμετωπίζουν εγχώριοι και ξένοι τουρίστες, όπως προσφάτως το καλοκαίρι του 2015 με τα capital controls και την προσφυγική κρίση που είχε και έχει άμεσες επιπτώσεις στα ελληνικά νησιά, οι αριθμοί του κλάδου κλονίζονται αλλά δε μειώνονται. Χαρακτηριστική τουριστική περίοδος το φετινό καλοκαίρι, όπου η οικονομική ύφεση άγγιξε το κατώτατο της όριο, οι τουριστικές μονάδες είχαν πληρότητα επισκέψεων και τα έσοδα συνέβαλαν τα δέοντα στην ελληνική οικονομία. Παρά την εποχικότητα στην προσφορά εργασίας, το εισόδημα που προκύπτει καλύπτει πρώτες και βασικές ανάγκες, επιστρέφει στην ελληνική αγορά και ο Οργανισμός Απασχολουμένων, έστω και εποχιακά, σταθεροποιεί το δείκτη ανεργίας, ώστε να αποφευχθεί η περαιτέρω αύξηση ανέργων.

Η παρούσα εργασία, έχει ως σκοπό να παρουσιάσει αρχικά το Ελληνικό τουριστικό προϊόν και την τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα με απώτερο στόχο να απαντηθεί το ερευνητικό ερώτημα του πως ανταποκρίνεται η Ελληνική Τουριστική Πολιτική στις επιπτώσεις των

σύγχρονων εξελίξεων στην περιοχή της Μεσογείου και εάν και κατά πόσο έχει ανασταλεί λόγω των εξελίξεων αυτών η πολιτιστική ανάπτυξη στη χώρα.

Στην πορεία της εργασίας, θα παραθέσουμε αποτιμήσεις που βασίζονται σε έγκυρες πηγές και επίσημους φορείς του κλάδου και θα επιχειρήσουμε μία προσπάθεια συγκεντρωμένης απεικόνισης δεδομένων που αφορούν τον κλάδο από το 2000.

Στο πρώτο μέρος της μελέτης μας, που αποτελεί και το θεωρητικό υπόβαθρό της, θα παρουσιάσουμε τον τουρισμό ως δραστηριότητα στην Ελλάδα και θα προβούμε σε μια σύντομη εξέταση των δυνατών και αδύναμων σημείων του. Στη συνέχεια, θα προχωρήσουμε στην παρουσίαση της Ελληνικής Τουριστικής Πολιτικής και στο πώς αυτή ενσαρκώνεται μέσα από τη συμβολή των συλλογικών φορέων που έχουν συγκροτηθεί και με επιτυχία λειτουργούν στη χώρα μας.

Στο δεύτερο μέρος, που θα αποτελέσει και τον κορμό της ανάλυσής μας, θα αναφερθούμε στις διεθνείς εξελίξεις που επηρέασαν τον κλάδο: ενδεικτικά αναφέρουμε το ενδεχόμενο Grexit που «λάβωσε» τη διεθνή εικόνα της χώρας και δημιούργησε κλίμα ανασφάλειας, τα τρομοκρατικά χτυπήματα που εντάθηκαν στην ευρύτερη περιοχή της Ευρώπης και της Μεσογείου, και φυσικά το μεταναστευτικό ζήτημα που τα τελευταία χρόνια πλήττει συστηματικά τη χώρα μας. Σε συνάρτηση με τις παραπάνω εξελίξεις, θα προσπαθήσουμε να καταγράψουμε τις αντιδράσεις της Ελληνικής Τουριστικής Πολιτικής καθώς και την προσπάθειά της να προσαρμοστεί σε αυτές.

Τέλος, στο τρίτο μέρος της εργασίας, θα προβούμε σε συμπεράσματα βάσει της μελέτης μας αυτής όπου και θα καταστεί φανερό το μέγεθος των κραδασμών που έχει δεχθεί η χώρα μας τόσο σε οικονομικό, πολιτικό και πολιτιστικό επίπεδο όπως επίσης και η αντιμετώπιση αυτών από πλευράς ηγεσίας. Καταληκτικά, θα είμαστε σε θέση να εντοπίσουμε το κατά πόσο η Ελληνική Τουριστική Πολιτική είναι σε θέση να αντιμετωπίσει έγκαιρα και αποτελεσματικά τις επιπτώσεις των σύγχρονων εξελίξεων και εάν και κατά πόσο έχει ανασταλεί η πολιτιστική μας ανάπτυξη λόγω των διεθνών και εγχώριων αυτών γεγονότων.

ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

1. Η πορεία του Διεθνή Τουρισμού

Ο σύγχρονος τουρισμός είναι ένα οικολογικό, οικονομικό και πολιτικό σύστημα, σύνθετο και παγκόσμιο. Καθώς ωριμάζει, επιτυγχάνει ένα βαθμό διαχωρισμού από το υπόλοιπο της κοινωνίας. Το σύστημα χαρακτηρίζεται από μία φυγοκεντρική τάση, καθώς διαρκώς επεκτείνεται σε νέες περιοχές, ως αποτέλεσμα κάποιας εσωτερικής ώθησης ή κάποιας χορηγίας, που προκαλείται μέσα από τις προσπάθειες των εθνικών αρχών ή των υπευθύνων ανάπτυξης μεγάλης κλίμακας. Η διάκριση μεταξύ των κοινωνικοοικονομικών και των κοινωνικοπολιτισμικών επιπτώσεων του τουρισμού μας δίνει κατά βάση οκτώ σημαντικά ζητήματα: τις συναλλαγματικές ισοτιμίες, το εισόδημα, την απασχόληση, τις τιμές, την κατανομή των κερδών, την ιδιοκτησία και τον έλεγχο, την ανάπτυξη και τα δημόσια έσοδα. Είναι τεκμηριωμένο πως ο τουρισμός αποτελεί σημαντική πηγή δημοσίων εσόδων, γι' αυτό και πολλές κυβερνήσεις είναι πρόθυμες να ενθαρρύνουν την ταχεία ανάπτυξή του¹.

Ειδικότερα, το φαινόμενο του σύγχρονου τουρισμού αναπτύχθηκε δυναμικά και ραγδαία τις δεκαετίες 1950 και 1960 με κέντρα του τη Βόρεια Αμερική και τη Δυτική Ευρώπη. Από εκεί κι έπειτα, εξαπλώθηκε και κατάφερε έως και σήμερα να αποτελεί σημαντική δραστηριότητα και για τον υπόλοιπο κόσμο. Η Ασία, ο Ειρηνικός, η Μέση Ανατολή, η Αφρική και η Λατινική Αμερική διεκδικούν πλέον ένα μεγάλο μερίδιο από τις τουριστικές ροές.

Στην πορεία της εξέλιξης του, ο διεθνής τουρισμός, παρουσίασε την εγγενή του σχέση με τις διεθνείς εξελίξεις και το διεθνές γίνεσθαι. Είναι πλέον προφανές πως ο τουρισμός επηρεάζεται άμεσα από τη διεθνή πολιτική σκηνή, από τη διεθνή οικονομία καθώς και γεγονότα που διαταράσσουν τη φυσική ροή του κόσμου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, τα γεγονότα τις 11ης Σεπτεμβρίου 2001, με το αίσθημα ανασφάλειας που προκάλεσαν στο τουριστικό κοινό. Η ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού από το 2004 και μετά στηρίχτηκε σε μεγάλο βαθμό στην αποκατάσταση του αισθήματος ασφάλειας όλων των δυνητικών τουριστών, ιδιαίτερα στα υπερατλαντικά ταξίδια και, γενικότερα, στους μακρινούς προορισμούς.

¹ **Cohen**, E. (1984), "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings", Annual Review of Sociology, Vol. 10, pp. 373-392

Ωστόσο, η άνοδος των τιμών του πετρελαίου και η χρηματοπιστωτική κρίση που ξεκίνησε το 2008 στις ΗΠΑ αλλά σύντομα επεκτάθηκε στις διεθνείς οικονομίες, ανέκοψαν τη ροπή για ταξίδια προς τις περισσότερες περιοχές (με εξαίρεση τους ασιατικούς προορισμούς) και την ανοδική πορεία των διεθνών αφίξεων. Παρόλ' αυτά, αν και ευάλωτος σε τέτοιου είδους γεγονότα, ο τουρισμός επιδεικνύει ταυτόχρονα ιδιαίτερες αντοχές και ανακάμπτει σε σχετικά σύντομο διάστημα και έτσι, παρά τις επιμέρους διακυμάνσεις, η διεθνής τουριστική κίνηση εμφανίζει μακροπρόθεσμα θετική πορεία.

Από πλευράς πολιτείας, η σημασία του τουρισμού άρχισε σταδιακά να αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο από τις κυβερνήσεις των χωρών. Για πρώτη φορά στη σύνοδο των G20 το 2012 στο Μεξικό, ο τουρισμός αναγνωρίστηκε ως ένας από τους τομείς που θα μπορούσαν να πυροδοτήσουν την παγκόσμια οικονομική ανάκαμψη. Στη σύνοδο αυτή, οι ηγέτες των χωρών δεσμεύτηκαν να επεξεργαστούν σχέδια για την προώθηση των τουριστικών διευκολύνσεων, ώστε να τονωθεί αφενός η ζήτηση και η κατανάλωση και αφετέρου να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας.

Με βάση τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού², εκτιμάται ότι το 2010 παρουσιάστηκε ανάκαμψη του παγκόσμιου τουριστικού ρεύματος, με αύξηση +6,6% ως προς το 2009, οπότε είχε σημειωθεί πτώση κατά 4,0% των διεθνών αφίξεων, σε σύγκριση με την επίδοση του 2008. Οι συνολικές αφίξεις εισερχόμενων τουριστών υπολογίζεται ότι το 2010 έφθασαν τα 940 εκατομμύρια έναντι μόλις 881 εκ. το 2009 και 916 εκ. το 2008. Οι περιοχές που επλήγησαν περισσότερο εξαιτίας της οικονομικής κρίσης το 2009 ήταν η Ευρώπη (-5%), η Μέση Ανατολή (-5,7%) και η Αμερική (-4,9%). Η Ασία και ο Ειρηνικός κατόρθωσαν την πιο εντυπωσιακή αναστροφή, από πτώση -7% το πρώτο εξάμηνο σε αύξηση 4% το δεύτερο εξάμηνο του έτους, κλείνοντας συνολικά το έτος 2009 στο -1,7%.

Για το σύνολο του έτους 2014, οι υπολογισμοί του Π.Ο.Τ. δείχνουν ότι η έστω και βραδεία ανάκαμψη των οικονομιών των χωρών οδήγησε σε αύξηση του συνολικού αριθμού των διεθνών αφίξεων κατά 4,2%, σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι συνολικές αφίξεις εισερχόμενων τουριστών σε όλες τις χώρες του κόσμου υπολογίζεται ότι το 2014 έφθασαν τα 1.133 εκατομμύρια έναντι 1.087 εκ. το 2013 και 1.039 εκ. το 2012. Πρόκειται για το πέμπτο συνεχόμενο έτος σταθερής ανόδου μετά την κρίση του 2009. Την ισχυρότερη αύξηση σημείωσαν οι χώρες της

² Διαδικτυακός τόπος, Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, <http://www2.unwto.org>

Βόρειας και της Ν. Αμερικής (+8,4%), οι χώρες της Ασίας και του Ειρηνικού (+5,7%) και η Μέση Ανατολή (+6,3%), ενώ η Ευρώπη (+2,3%) και η Αφρική (+2,2%) σημείωσαν βραδύτερη άνοδο. Ωστόσο, διαπιστώνεται ότι ο όγκος των διεθνών αφίξεων ανακάμπτει ταχύτερα από ό,τι οι εισπράξεις, δεδομένου ότι οι ταξιδιώτες ταξιδεύουν σε κοντινότερους στις πατρίδες τους προορισμούς.

Με 1,184 δισ. διεθνείς αφίξεις κατέγραψε το 2015 ο παγκόσμιος τουρισμός, σημειώνοντας άνοδο 4,4% σύμφωνα με το Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο του Π.Ο.Τ. Σε απόλυτα μεγέθη, η πιο πάνω επίδοση σημαίνει πως το 2015, όχι μόνο ταξίδεψαν 50 εκατ. επιπλέον τουρίστες σύγκριση με το 2014 αλλά ήταν και η έκτη κατά σειρά ανοδική χρονιά για τον παγκόσμιο τουρισμό εν μέσω κρίσης, ο οποίος μεγεθύνεται πάνω από 4% κάθε χρόνο μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης του 2010.

Τέλος, και για το 2016 ο τουρισμός κατάφερε να διατηρήσει την ανοδική και επιτυχή του πορεία. Περισσότεροι από 1,2 δισεκατομμύρια τουρίστες έφυγαν από τις χώρες τους για να επισκεφθούν άλλες χώρες προσφέροντας στον τουρισμό έναν ρυθμό ανάπτυξης της τάξης του 3,9%, ο οποίος είναι και ο μεγαλύτερος από κάθε άλλο κλάδο της οικονομίας. Ανάλογη αύξηση (3% - 4%) αναμένεται και για το 2017.

Με λίγα λόγια, μπορούμε να πούμε πως ο τουριστικός τομέας, παρά την οικονομική κρίση και την αβεβαιότητα που αυτή προκαλεί, εξακολουθεί να παραμένει η κύρια κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη καθώς ως εξαγωγικός τομέας βρίσκεται στη 4η θέση παγκοσμίως, μετά τα καύσιμα, τα χημικά και τα τρόφιμα, ενώ σε πολλές χώρες κατέχει την 1η θέση.

2. Ο Τουρισμός ως Δραστηριότητα στην Ελλάδα

Οι απαρχές του σύγχρονου τουρισμού στο δυτικό κόσμο, όπως προαναφέραμε, συνδέονται άρρηκτα με τις κοινωνικές, πολιτισμικές και οικονομικές εξελίξεις της βιομηχανικής περιόδου αλλά και με το αίτημα του εκσυγχρονισμού. Ο τουρισμός δεν αποτέλεσε όμως μόνο όχημα οικονομικής ανάπτυξης, αλλά επίσης και τρόπο σύλληψης του Έθνους. Επρόκειτο για ένα νεωτερικό όραμα, που, ενώ σχεδιάστηκε από αστικές ελίτ σε εθνικές πρωτεύουσες, απευθυνόταν κυρίως στους πληθυσμούς της απομακρυσμένης περιφέρειας, ενσωματώνοντας δημιουργικά τη γεωγραφία, την ιστορία, τη μυθολογία, το κλίμα, αλλά επίσης την αγροτική παράδοση και τη

λαϊκή αρχιτεκτονική. Οι ταξικές διαιρέσεις, οι τοπικές διενέξεις και οι πολιτικές διαφοροποιήσεις περιπλέκονταν και διαχέονταν ιδανικά μέσα σε αυτό το πλαίσιο ανακατασκευής και εμπέδωσης της εθνικής αυτό-εικόνας. Στο διάκενο των δύο αυτών ιδανικών, δηλαδή της επιδιωκόμενης τουριστικής προσέλκυσης (με στόχο τη συναλλαγματική κατανάλωση) και της ενδυνάμωσης της εικόνας του κράτους, κυμάνθηκε η ιστορία του τουρισμού στην Ελλάδα³.

Στην πράξη, ο τουρισμός, σε αντίθεση με τις περισσότερες μεταποιητικές δραστηριότητες ή τις δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα, αποτελεί οριζόντια δραστηριότητα και όχι κάθετη. Αποτελεί, δηλαδή, μια δραστηριότητα που οριοθετείται από την πλευρά της ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών σε αντίθεση με τις μεταποιητικές δραστηριότητες ή τις δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα που αποτελούν δραστηριότητες παραγωγής και προσφοράς προϊόντων.

Η δραστηριότητα του τουρισμού επιδρά σε πολλούς κλάδους της οικονομίας, όπως μεταφορές (π.χ. ταξίδι με αεροπλάνο και transfer με λεωφορείο), διαμονής (σε ξενοδοχείο ή αλλού), εστίασης (σε εστιατόρια ή bar εντός ή εκτός του χώρου διαμονής), διασκέδασης (συμπεριλαμβανομένων των επισκέψεων σε αξιοθέατα) και κατανάλωσης σε καταστήματα. Έτσι, ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα που -ούτως ή άλλως- αφορά πολλά και διάφορα μέρη του κοινωνικού και παραγωγικού ιστού μιας χώρας.

Στην Ελλάδα, συμβάλλει σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση του ΑΕΠ και επιπλέον, λόγω της διασποράς των τουριστικών προορισμών ανά τη χώρα, έχει καταλυτικό ρόλο στη διασπορά του εθνικού εισοδήματος στις περιφέρειές της. Από την άλλη πλευρά, λόγω της κυριαρχίας του τουριστικού διπόλου «Ήλιος - Θάλασσα», ο τουρισμός έχει εξελιχθεί σε εποχική δραστηριότητα με επακόλουθο την επιβάρυνση των φυσικών και ανθρωπογενών πόρων τους μήνες αιχμής και αχρηστίας τους τους χειμερινούς μήνες. Ταυτόχρονα, η εποχική του φύση, αναγκαστικά οδηγεί και στην εποχική απασχόληση με επακόλουθο τη μη απασχόληση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα για μεγάλες χρονικές περιόδους, έχοντας ως αποτέλεσμα την

³ Βλάχος Α. «Ο ελληνικός τουρισμός στα πρώτα του βήματα: Τόποι, τοπία και εθνικός εαυτός» Διαθέσιμο στο: <https://eclass.gunet.gr/modules/document/file.php/ARTGU163/%CE%92%CE%99%CE%92%CE%9B%CE%99%CE%9F%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%A6%CE%99%CE%91%3A%202%CE%BF%20%CE%9C%CE%91%CE%98%CE%97%CE%9C%CE%91/PLANTZOS%20ET%20EROTOPIA.pdf>

αστάθεια του εισοδήματός τους αλλά και σημαντικές επιπτώσεις στην κοινωνική ζωή των τουριστικών περιοχών.

Κατά τις προηγούμενες δεκαετίες, το ισοζύγιο του τουρισμού ήταν θετικό για την ελληνική οικονομία. Τόσο λόγω της γεωγραφικής της θέσης και της κλιματικής υπεροχής της περιοχής, όσο και λόγω του μεγάλου ιστορικού πλούτου της Ελλάδας στον παγκόσμιο χάρτη, ο τουρισμός έχει αναδειχθεί σε έναν από τους παραδοσιακότερους πυλώνες ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας και επάξια έχει κερδίσει τον χαρακτηρισμό της «βαριάς» της «βιομηχανίας».

Παρά τη μεγάλη προσφορά του τουριστικού κλάδου στα έσοδα του Κράτους, η αντιμετώπιση του από μέρους πολιτείας, όπως θα αποδείξουμε και παρακάτω, είναι καθαρά φορολογική και αντιαναπτυξιακή. Στον κλάδο του τουρισμού έμμεσα, ή άμεσα, επιβάλλονται αμέτρητα είδη φόρων, με αποτέλεσμα την αύξηση της τιμής που επιβαρύνει σημαντικά τον τελικό καταναλωτή. Θα αναφέρουμε ενδεικτικά μερικά από τα είδη φόρων, σύμφωνα πάντα με τη μελέτη του καθηγητή Β. Πατσουράτη για λογαριασμό του ΣΕΤΕ⁴: ο ΦΠΑ, το τέλος χρήσης αιγιαλού, ο δημοτικός φόρος, το τέλος επί των ακαθάριστων εσόδων κέντρων διασκέδασης, εστιατορίων κ.λπ. τα δυνητικά τέλη, τα τέλη που επιβάλλονται στις αεροπορικές εταιρίες όπως, τέλος διαδρομής, τέλος χρήσης αεροδρομίου, προσγείωση και παραμονή, σπατόσημο (τέλος εκσυγχρονισμού και ανάπτυξης αερολιμένων), τα τέλη αυτοκινήτων, ο ΦΠΑ στη ναύλωση σκαφών και κρουαζιερόπλοιων, το κόστος έκδοσης alexa καθώς και πολλοί άλλοι φόροι, είναι ο σημαντικότερος παράγοντας διαμόρφωσης της αγοράς του τουριστικού κλάδου στην Ελλάδα. Οι φόροι αυτοί που επιβάλλονται από το κράτος, μας δίνουν μια εικόνα για το γενικό κλίμα που επικρατεί περί ανταγωνιστικότητας του τουριστικού μας προϊόντος.

Σήμερα, με το πέρας του 15^{ου} Συνεδρίου του ΣΕΤΕ «Τουρισμός και Ανάπτυξη» που πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 2016, επιβεβαιώθηκε από τον Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος, κ. Στουρνάρα η σταδιακή βελτίωση της τουριστικής οικονομίας όπως αυτή απεικονίζεται στην πορεία των μακροοικονομικών δεικτών της βιομηχανικής παραγωγής, των λιανικών πωλήσεων και της απασχόλησης, ενώ σύμφωνα με τα λεγόμενα του κ. Σχοινά, του Επικεφαλής Εκπροσώπου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στο τέλος της επόμενης δεκαετίας, το

⁴ Πατσουράτης, Β. (2000) «Η Φορολογική Επιβάρυνση του Τουρισμού» Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)

2026, η συνολική συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας θα ξεπεράσει το 22%, ενώ η άμεση και έμμεση απασχόληση που συνδέεται με τον τομέα θα φτάσει το 28% του συνόλου της απασχόλησης. Βασικός ωστόσο κανόνας που πρέπει να τηρείται, η ικανότητα αυτή του τουρισμού να ωθεί την ανάπτυξη και να δημιουργεί θέσεις απασχόλησης πρέπει να συνοδεύεται από ανάλογες υποστηρικτικές πολιτικές από την εκάστοτε κυβέρνηση. Η άριστη συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, η επαναφορά των φορολογικών συντελεστών σε ανταγωνιστικά επίπεδα, η εφαρμογή πλέγματος επενδυτικών κινήτρων και η σταθερότητα στο πολιτικό περιβάλλον αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για την προστασία του τουρισμού και την ανάπτυξή του.

Κυρίως δε για χώρες που αντιμετωπίζουν σοβαρά δημοσιονομικά προβλήματα και μειωμένη εγχώρια ζήτηση, η περαιτέρω προώθηση και αναβάθμιση του τουριστικού τομέα καθίσταται ιδιαίτερα κρίσιμη και επιτακτική. Ο εξαγωγικός χαρακτήρας του τουριστικού τομέα έχει αυξανόμενη στρατηγική σημασία για την κάλυψη των εξωτερικών ελλειμμάτων των χωρών αυτών, την αύξηση της απασχόλησης, τη δημιουργία εμπορικών ευκαιριών και τελικά την αναδιάρθρωση και ανάπτυξη των οικονομιών και την έξοδο τους από την ύφεση.

Γίνεται έτσι αντιληπτή η κρίσιμη σημασία που λαμβάνει ο κλάδος του τουρισμού για τη χώρα μας, ιδιαίτερα στα πλαίσια μιας οικονομικής κρίσης που μαστίζει την οικονομία της.

2.1 Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος

Ο τουρισμός είναι ένα δυναμικό φαινόμενο το οποίο υπόκειται στις τυχαίες συχνά μεταβολές ενός οικονομικό-κοινωνικού περιβάλλοντος με κύρια μεταβλητή του σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο «το προϊόν και όχι τη ζήτηση στην οποία αναφέρονται ως επί το πλείστον όλοι»⁵.

Έτσι το τουριστικό προϊόν, και κατ' επέκταση το ελληνικό τουριστικό προϊόν, στα πλαίσια μιας παραδοσιακής καταναλωτικής διαδικασίας, από τη δεκαετία του '60 έως σήμερα, υπέστη αρκετές μεταβολές και διήνυσε τα στάδια του κύκλου ζωής του προϊόντος: δημιουργία/εισαγωγή,

⁵ Βαρβαρέσος, Σ. (2012) «Η κρίση του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση» Ημερίδα: Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός, ΤΕΙ Αθήνας, Τμήμα: Τουριστικών Επιχειρήσεων

ανάπτυξη, ωριμότητα, κορεσμός, παρακμή. Όπως διαβάζουμε στη συγκεκριμένη μελέτη, «αρχικά κάθε προϊόν αποτελεί μία ανακάλυψη, μία καινοτομία που απευθύνεται σ' ένα περιορισμένο τμήμα ενός πληθυσμού, εξαιτίας του σχετικά υψηλού του κόστους. Τα κέρδη παραγωγικότητας που καταγράφονται σταδιακά οφείλονται στην αύξηση της παραγωγικής βάσης, στον εξορθολογισμό και τη βελτίωση των μεθόδων παραγωγής, οι οποίες σχετίζονται και μ' έναν σταδιακό εκδημοκρατισμό και μαζικοποίηση του τουρισμού». Στην πορεία, ενδέχεται να παρατηρηθούν φαινόμενα όπως εκείνα του μιμητισμού, τα οποία τείνουν να καταστήσουν το προϊόν στη συνέχεια banal/κοινότυπο, ενώ αντίστοιχα, τυχόν υποκατάστατά του το οδηγούν σε μία φάση μικρού βαθμού χρησιμότητας που ως αποτέλεσμα έχει τη μείωση των εσόδων και την αρχή μιας περιόδου παρακμής του (τουριστικού) προϊόντος (Βαραβαρέσος, 2012).

Στην Ελλάδα ο τρόπος οργάνωσης και διακίνησης του τουρισμού χαρακτηρίζεται κυρίως ως **μαζικός, οργανωμένος και παραθεριστικός**. Τα τελευταία χρόνια, γίνεται μια προσπάθεια να μπει κι ο **εναλλακτικός τουρισμός** στη χώρα, όπου το βάρος θα επικεντρώνεται στην **κοινωνία**, στον **πολιτισμό** και το **φυσικό περιβάλλον**.

Στη χώρα μας οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι οι εξής: πολιτιστικός, χειμερινός, ορεινός και ορειβατικός τουρισμός, αγροτουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός και τουρισμός περιπέτειας, ενώ σποραδικά και αποσπασματικά συναντούμε και κάποιες ειδικές μορφές τουρισμού που είναι πιο εξειδικευμένες, οι οποίες δεν υποκαθιστούν το μαζικό τουρισμό αλλά λειτουργούν συμπληρωματικά, όπως ο κοινωνικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο θρησκευτικός, ο επαγγελματικός, ο συνεδριακός κι ο εκθεσιακός τουρισμός⁶.

2.2 Τα πλεονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας

Ο τουρισμός στη χώρα μας, όπως και όλοι οι άλλοι κλάδοι της οικονομίας, χαρακτηρίζεται από κάποια πλεονεκτήματα τα οποία ενισχύουν τη θέση του έναντι των ανταγωνιστών μας.

⁶ **Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω** (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα του που συντελούν στην προσέλευση τουριστών στη χώρα μας, σύμφωνα με τη Βενετσανοπούλου (2006) είναι κυρίως τα παρακάτω:

- Το φυσικό περιβάλλον της χώρας μας, με την πλούσια ελληνική φύση και την ομορφιά των ελληνικών τοπίων μας.
- Οι καλές κλιματολογικές συνθήκες και το μεσογειακό κλίμα κατάλληλο για διακοπές.
- Ο μεγάλος αριθμός νησιών που έχουμε με την απίστευτη μορφολογία του εδάφους και της νησιώτικης συγκρότησης, με τις αμέτρητες παραλίες ιδανικές για να απολαύσει κάποιος τον ήλιο και τη θάλασσα τους καλοκαιρινούς μήνες.
- Τα εκατοντάδες μνημεία του πολιτισμού μας, η Ελλάδα τείνει να χαρακτηριστεί ως μουσείο της ιστορίας του πολιτισμού, διότι εδώ βρίσκεται κανένας μνημεία από όλες τις εποχές.
- Επίσης, η πνευματική καλλιέργεια και το ανεπτυγμένο αίσθημα φιλοξενίας των Ελλήνων επιδρούν θετικά στην τουριστική εικόνα της χώρας.

2.3 Τα μειονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας

Εστιάζοντας κυρίως στα μειονεκτήματα που χαρακτηρίζουν τον ελληνικό τουρισμό για να γίνει πιο κατανοητό το εναλλακτικό μοντέλο ανάπτυξης που προωθείται τα τελευταία έτη, θα λέγαμε ότι ο Ελληνικός τουρισμός πέρασε και περνάει κρίση. Οι διαρθρωτικοί παράγοντες που συνηγορούν στη διαπίστωση αυτή κατά τον Βαρβαρέσο⁷ είναι:

- Το ποσοτικό μοντέλο, το οποίο ωθήθηκε στα όριά του και απεικονίζεται στην υπέρ προσφορά τουριστικών καταλυμάτων.

Η αύξηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην παράκτια ζώνη, βασιζόταν στη βασική προϋπόθεση διατήρησης και μεγέθυνσης της τουριστικής ζήτησης. Ωστόσο αυτή η προϋπόθεση δεν επαληθεύτηκε και αποτέλεσε την απαρχή μείωσης της ποιότητας, ως απόρροια μίας ξενοδοχειακού τύπου κρίσης (συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα, παραθεριστικές κατοικίες κ.λπ., που είναι δύσκολο να καταγραφούν στατιστικά). Έτσι η αύξηση των τιμών των

⁷ Βαρβαρέσος, Σ. (2012) «Η κρίση του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση» Ημερίδα: Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός, ΤΕΙ Αθήνας, Τμήμα: Τουριστικών Επιχειρήσεων

ξενοδοχειακών καταλυμάτων οδήγησε τους τουρίστες στην αναζήτηση άλλου τύπου καταλυμάτων, χαμηλότερης ποιότητας και παρεχόμενων υπηρεσιών. Η κρίση του ελληνικού τουρισμού, υπήρξε εξαρχής μία κρίση του τουριστικού καταλύματος χωρικά προσδιορισμένου στην παράκτια ζώνη και απευθυνόμενου σε μία αγορά οριοθετημένη από τα 4S γεγονός που συνετέλεσε πιθανότατα και στη διαρροή ενός αριθμού πελατών, συνήθως υψηλής εισοδηματικής στάθμης, προς άλλους προορισμούς.

- Η προσφορά ενός και μόνο προϊόντος (4S = Sun, Sand, Sea, and Sex).

Η αντίληψη αυτή είχε επιτρέψει στη χώρα να αυξήσει τις τουριστικές εισπράξεις που απαιτούνται για την οικονομική της ανάπτυξη. Σήμερα φαίνεται η αντίληψη αυτή φαίνεται ξεπερασμένη έχοντας φθάσει σε ένα επίπεδο κορεσμού με αποτέλεσμα να αναζητούνται νέες προοπτικές μέσω του εναλλακτικού τουρισμού.

- Η διαρκής αλλοίωση των χωρικών ενοτήτων υποδοχής των τουριστών.

Η κατάσταση αυτή οφείλεται στην περιβαλλοντική, αισθητική και ηχητική ρύπανση, την υπερβολική συγκέντρωση των δομών της υποδοχής, την ελλειμματική ποιότητα των δημοσίων υπηρεσιών και των εγκαταστάσεων υγιεινής, των ανεπαρκών υποδομών κ.λπ.

Σε συνάρτηση με τα παραπάνω η άποψη του Άγγελου Βλάχου⁸ επιβεβαιώνει πως δομικά, δύο είναι τα διαχρονικά και ταυτόχρονα δυσεπίλυτα ζητήματα που αναχαιτίζουν την εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας: η ενίσχυση της εικόνας της χώρας, το λεγόμενο σήμερα branding, το οποίο θα αναβαθμίσει τη μορφή της επισκεψιμότητας από το εξωτερικό ενισχύοντας το αποτύπωμα της καταναλωτικής δαπάνης (=έσοδα), και η άρση της εποχικότητας, δηλαδή, η διεύρυνση της τουριστικής περιόδου – με διάφορους τρόπους.

Πλαισιώνοντας και στοιχειοθετώντας τη δεύτερη υπόθεση, αυτή της εποχικότητας δεν μπορούμε να παραλείψουμε τη θεωρητική ανάλυση του Norbert Vanhove⁹. Η εποχικότητα παρουσιάζει μια σειρά από δυσάρεστες οικονομικές και οικολογικές συνέπειες για τους τουριστικούς προορισμούς:

⁸ <http://fragilemag.gr/tourismos-aggelos-vlaxos/>

⁹ Vanhove, N., (2005), “The Economics of Tourism Destinations”, Elsevier Butterworth-Heinemann

1. Η εποχικότητα της ζήτησης επηρεάζει το ποσοστό πληρότητας των καταλυμάτων καθιστώντας αδύνατο για έναν ξενοδόχο να λειτουργήσει το ξενοδοχείο του με επικερδή τρόπο. Αυτό αποτελεί τυπικό παράδειγμα υπο-χρησιμοποίησης των διαθέσιμων πόρων.
2. Οι τουριστικές υποδομές (αξιοθέατα, υποδομές στάθμευσης, δρόμοι, μαρίνες, κ.λ.π.) χρησιμοποιούνται συγκεκριμένες ώρες. Παράδειγμα λάθος (ή εν μέρει λάθος) χρήσης του κεφαλαίου.
3. Ο δημόσιος τομέας βρίσκεται αντιμέτωπος με ένα υψηλό επιχειρησιακό κόστος (αστυνομία, πυροσβεστική, χωρητικότητα νοσοκομείων, κ.λ.π.). Οι εν λόγω δαπάνες να μεν περιορίζονται κατά τη διάρκεια της υψηλής τουριστικής περιόδου, αλλά έχουν επιπτώσεις όλο το χρόνο.
4. Σε πολλές περιοχές, η εποχικότητα του τουριστικού φαινομένου αυτόματα οδηγεί και στην εποχική απασχόληση, και η συνακόλουθη εποχική ανεργία μπορεί να προκαλέσει προβλήματα ευζωίας.
5. Ο τουρίστας ως καταναλωτής βρίσκεται αντιμέτωπος με τις υψηλές τιμές, την υπερβολική συγκέντρωση, την κυκλοφοριακή συμφόρηση και πολύ συχνά των χαμηλών επιδόσεων των υπηρεσιών κατά τη διάρκεια της υψηλής περιόδου με αποτέλεσμα να του προκαλείται δυσαρέσκεια.
6. Η έντονη ζήτηση που όμως περιορίζεται σε χρονικό διάστημα λίγων εβδομάδων σε πολλές περιπτώσεις προκαλεί σοβαρούς οικολογικούς κινδύνους ή οδηγεί σε υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας των φυσικών ή πολιτιστικών θέλγητρων.

Η Ελλάδα πράγματι παρουσιάζει μεγάλο δείκτη εποχικότητας όπως χαρακτηριστικά φανερώνουν και τα στοιχεία του ΣΕΤΕ¹⁰: από τις συνολικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών ετησίως, πάνω από το 50% καταφθάνει στη χώρα μας τους μήνες Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο. Θεωρητικά, είναι απόλυτα λογικό να προτιμούνται οι θερινοί μήνες για την περίοδο των διακοπών από τους τουρίστες οι οποίοι επιθυμούν να επισκεφτούν τη χώρα μας, με δεδομένο τις καλές κλιματολογικές συνθήκες που προσφέρει η συγκεκριμένη περίοδος.

¹⁰ Διαδικτυακός τόπος ΣΕΤΕ, <http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourism2011&la=1> τελ. πρόσβαση 01/02/2013

Πρακτικά όμως και σε ένα περισσότερο «λειτουργικό» επίπεδο θα μπορούσαμε να απαριθμήσουμε τις αδυναμίες του κλάδου σε γεωγραφικό, οικονομικό και οργανωτικό επίπεδο όπως αυτές διαμόρφώνονται και πραγματώνονται βάσει της παραπάνω ανάλυσης:

- Δημιουργείται έντονη δυσχέρεια στην ομαλή ανάπτυξη της εγχώριας και διεθνούς επιχειρηματικότητας και των επενδύσεων εξαιτίας μιας πολύπλοκης γραφειοκρατικής διαδικασίας.
- Υφίστανται καίρια προβλήματα στις συγκοινωνίες και τα μέσα υποδοχής των τουριστών (αεροδρόμια, λιμάνια κτλ.).
- Η Ελλάδα σε σχέση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες αποτελεί ακριβό τουριστικό προορισμό.
- Οι τουριστικές επιχειρήσεις λειτουργούν καιροσκοπικά και σίγουρα χωρίς την προοπτική βιωσιμότητας (μέσα σε δύο μήνες προσπαθούν να βγάλουν τα έσοδα όλου του χρόνου).
- Ο Ελληνικός τουρισμός είναι εξωστρεφής, διότι απευθύνεται σχεδόν αποκλειστικά στη διεθνή πελατεία, αγνοώντας τη μεγάλη μερίδα εσωτερικού τουρισμού που μένει ανεκμετάλλευτη.
- Ο Ελληνικός τουρισμός είναι εξαρτημένος διότι η τουριστική αγορά διαμορφώνεται κυρίως στα μητροπολιτικά κέντρα και στην πίεση των πρακτόρων προς τους ξενοδόχους.
- Υπάρχει έντονη εποχικότητα η οποία επηρεάζει το κόστος και την ποιότητα του προϊόντος.
- Η μάζα των τουριστών επισκέπτεται συγκεκριμένες περιοχές όπως την Κρήτη, την Αττική, τα νησιά του Αιγαίου και του Ιόνιου πελάγους.
- Η προώθηση της χώρας είναι ανεπαρκής ή χρονικά καθυστερημένη.
- Η χώρα μας στερείται μιας ρεαλιστικής πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη καθώς δεν έχει καταρτιστεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα με βάση το οποίο θα επιχειρείται η τουριστική ανάπτυξη¹¹.

¹¹ Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks

Επιπλέον, στην Ελλάδα ακόμα διατηρούνται κατά βάση κεντρικοί χωρικά και συγκεντρωτικοί λειτουργικά μηχανισμοί, χωρίς να υφίστανται αποκεντρωμένοι αυτόνομοι τουριστικοί οργανισμοί σε επίπεδο περιφέρειας, νομού και τόπου.

Όλα τα παραπάνω μειονεκτήματα δρουν αρνητικά ως προς τη δημόσια εικόνα της χώρας μας, επιβεβαιώνοντας έτσι και την αρχική υπόθεση, της αναγκαιότητας ενός άρτια προωθημένου branding. Ταυτόχρονα, υπογραμμίζουν «μια κακή τουριστική ανάπτυξη» και αποτελούν σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα στην ανάπτυξη ενός ποιοτικού τουρισμού.

Αξιοσημείωτη παρατήρηση σε αυτό το σημείο είναι πως εκτός από την απουσία πολιτικής ευαισθησίας για τον τουριστικό τομέα και τη βέλτιστη ανάπτυξη του, εντυπωσιακή είναι και η απουσία ευαισθησίας και η στενότητα αντίληψης από μεγάλο μέρος της κοινωνίας. Έτσι, η δομική κρίση του ελληνικού τουρισμού είναι ταυτόχρονα αποτέλεσμα της σύγκρουσης όχι μόνο μεταξύ του τουρισμού και του πολιτικού διαλόγου αλλά και μεταξύ του πρώτου και τοπικών κοινωνικών δράσεων. Έχουν υπάρξει πολλές διαμάχες στο παρελθόν ανάμεσα σε κρατικούς φορείς που στόχο τους έχουν να προωθήσουν την προστασία της πολιτιστικής και αρχαιολογικής κληρονομιάς και του περιβάλλοντος και σε ένα ευρύτερο πλαίσιο και της οικονομικής ανάπτυξης και σε πλήθος κόσμου που κινητοποιείται αρνητικά υπερασπιζόμενος τη βιομηχανική και οικοδομική ανάπτυξη με στόχο το προσωπικό κέρδος¹².

Σε αυτά τα ήδη υπάρχοντα και χρόνια προβλήματα, έρχονται να προστεθούν οι σύγχρονες, δυσμενείς για τον ελληνικό τουρισμό, διεθνείς εξελίξεις που θα εξετάσουμε στο δεύτερο μέρος της εργασίας μας.

3. Η επιρροή του τουρισμού στην οικονομία με στοιχεία

Έχουμε ήδη κάνει αρκετές μνείες στη μέχρι τώρα ανάλυσή μας, σχετικά με την εξέχουσα σημασία που έχει ο τουρισμός για την Ελληνική οικονομία. Στο σημείο αυτό, θα παραθέσουμε περισσότερες πηγές και στατιστικά που να επιβεβαιώνουν την εκτίμηση αυτή.

Η πραγματική διάσταση των επιπτώσεων του τουρισμού στα πλαίσια μιας εθνικής οικονομίας και ταυτόχρονα η διττή επιδίωξη του είναι: η συμβολή του στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας και η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων.

¹² **Leontidou, L.** (1991), «Tourism and Economic Development: Western European Experiences», ed. Allan M. Williams and Gareth Shaw, Belhaven Press, London

Πιο συγκεκριμένα και σύμφωνα με μια μελέτη του Π.Ο.Τ.¹³, οι επιπτώσεις του τουρισμού στο σύνολο μιας εθνικής οικονομίας εκτιμώνται από το βαθμό συμμετοχής της συγκεκριμένης δραστηριότητας στους οικονομικούς της στόχους, δηλαδή τη συμβολή της στην οικονομική ανάπτυξη, τη σταθερότητα των τιμών, την ισορροπία του εμπορικού ισοζυγίου, τη δίκαιη και ισόρροπη κατανομή του εθνικού εισοδήματος και την πλήρη απασχόληση. Η μελέτη αυτή ομαδοποιεί τις επιπτώσεις σε τρεις κατηγορίες:

- Οι επιπτώσεις στην αναπτυξιακή στρατηγική ή οι σφαιρικές επιπτώσεις (π.χ. επιπτώσεις στην εθνική οικονομία, την παραγωγή, την απασχόληση, κ.α.).
- Οι μερικές επιπτώσεις στην εθνική οικονομία, δηλαδή στους παραγωγούς, τους οικονομικούς τομείς και τις μακρό-οικονομικές μεταβλητές της εθνικής οικονομίας (π.χ. επιπτώσεις στις συναλλαγματικές ισοτιμίες, την προσφορά χρήματος και την ταχύτητα κυκλοφορίας του, τις δημόσιες εισπράξεις και δαπάνες, τον πληθωρισμό, τη διανομή των εισοδημάτων, κ.α.).
- Οι εξωγενείς επιπτώσεις, οι οποίες στον κοινωνικό-πολιτιστικό τομέα των ανθρώπινων πόρων και του φυσικού περιβάλλοντος βρίσκονται πιο κοντά στις οικονομικές επιπτώσεις (π.χ. οι επιπτώσεις στην επαγγελματική κατάρτιση, τις καταναλωτικές συνήθειες)¹⁴.

Όπως τονίσαμε και παραπάνω, μέσω της ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας, δημιουργούνται σημαντικές επενδύσεις κεφαλαίων στα έργα τουριστικής ανάπτυξης (λιμάνια, δρόμοι, αξιοποίηση φυσικών πόρων κ.τ.λ.), οι οποίες επενδύσεις με τη σειρά τους αναπτύσσουν γενικότερα την οικονομία της χώρας και δημιουργούν επιπλέον θέσεις εργασίας. Εκτός του έμμεσου όμως τρόπου, μέσω των επενδύσεων, ο τουριστικός τομέας προσφέρει και άμεσα πολύ σημαντικά έσοδα στην οικονομία της χώρας.

¹³ Διαδικτυακός τόπος, Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, <http://www2.unwto.org> ημ. πρόσβασης 01/09/2016

¹⁴ **Βαρβαρέσος, Σ.** (1997), «Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις» Αθήνα, Εκδόσεις Προπομπός

Σύμφωνα με την μελέτη των Δαριβιανάκης-Μπορμπουδάκης¹⁵, οι επιπτώσεις από τη τουριστική κίνηση σε μια οικονομία διαχωρίζονται σε άμεσες και έμμεσες:

ΑΜΕΣΕΣ

- Η τουριστική δραστηριότητα επηρεάζει τις διεθνείς συναλλαγές, ως σημαντικός παράγοντας συναλλαγματικών εισροών και εκροών (ισοζύγιο πληρωμών).
- Η τουριστική δραστηριότητα αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό τμήμα σημαντικής κατανάλωσης.
- Ο τουρισμός είναι δημιουργός μιας πληθώρας άμεσων και έμμεσων παραγωγικών δραστηριοτήτων.
- Η τουριστική δραστηριότητα είναι δημιουργός θέσεων εργασίας.

ΕΜΜΕΣΕΣ

Οι έμμεσες επιπτώσεις από την άλλη, συνοψίζονται στα παράγωγα αποτελέσματα της τουριστικής ζήτησης καθώς και του πολλαπλασιαστή, όπου σύμφωνα με τη βασική ιδέα του τελευταίου, τα χρήματα που δαπανούν οι τουρίστες σ' έναν τόπο δεν παύουν να κυκλοφορούν μετά την αρχική τους εμφάνιση αλλά διαχέονται σε όλο το φάσμα της οικονομίας στο πλαίσιο διαδοχικών συναλλαγών τόσο σε τοπικό αλλά και σε εθνικό επίπεδο.

Συνοψίζοντας, οι εισροές από τον τουρισμό ετησίως αποτελούν μεγάλο κομμάτι των συνολικών εισροών μιας οικονομίας (Δαριβιανάκης-Μπορμπουδάκης, 2012).

Στο σημείο αυτό, θα αποκρυσταλλώσουμε τη συνολική εικόνα της προσφοράς του τουριστικού κλάδου στην Ελληνική οικονομία και κοινωνία, παρουσιάζοντας ορισμένους δείκτες – κλειδιά.

¹⁵ Δαριβιανάκης, Α. – Μπορμπουδάκης, Ε. (2012) «Οικονομική κρίση και τουρισμός. Συνέπειες της οικονομικής κρίσης. Πιθανοί τρόποι αντιμετώπισης φαινομένου»

3.1 Συμμετοχή στο Α.Ε.Π.

Βασικός δείκτης μέτρησης της σημασίας ενός κλάδου στην οικονομική ζωή μιας χώρας αποτελεί η συμμετοχή του κλάδου στο ΑΕΠ της. Ο παρακάτω πίνακας του ΣΕΤΕ μας φανερώνει τη σχέση του τουρισμού με το ΑΕΠ κατά τα έτη 2000-2015.

Τουρισμός & ΑΕΠ 2000-2015¹⁶		
Tourism & GDP 2000-2015		
Έτος	% Συμμετοχή Τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ	Άμεσες Τουριστικές Εισπράξεις (εκατ. €)
Year	Travel & Tourism Total Contribution to GDP	Direct Tourism Receipts (mi. €)
2000	16,6%	10.061,2
2001	17,1%	10.579,9
2002	16,5%	10.284,7
2003	15,9%	9.495,3
2004	16,3%	10.347,8
2005	17,6%	10.729,5
2006	17,8%	11.356,7
2007	17,5%	11.319,2
2008	16,8%	11.635,9
2009	15,9%	10.400,2
2010	16,0%	9.611,3
2011	16,5%	10.504,7

¹⁶ Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του World Travel & Tourism Council

2012	16,4%	10.024,9
2013	16,3%	11.706,9
2014	17,3%	13.393,4
2015	18,5%	13.606,9

Από τον παραπάνω πίνακα, μπορούμε να εξάγουμε τα εξής συμπεράσματα:

1. Την τελευταία δεκαπενταετία ο ελληνικός τουρισμός σταθερά συμμετέχει ενεργά στο Α.Ε.Π. με κλίμακα από **15% - 19%**. Μπορεί φαινομενικά να θεωρείται συμβολικό ποσοστό συγκριτικά με το σύνολο αλλά δεν είναι διόλου ευκαταφρόνητο. Με το σκεπτικό ότι αποτυπώνονται σχεδόν τα περισσότερα έσοδα της τουριστικής δραστηριότητας και αποδίδονται σε κράτος και επιχειρηματίες, τότε η σταθερότητα σημαίνει ότι ο κλάδος αντέχει τους κλονισμούς της οικονομίας στο χρόνο, αποδίδει σταθερά και με πιθανότητες βελτίωσης.
2. Μαζί με τον αγροτικό κλάδο, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους πυλώνες της ελληνικής οικονομίας. Οι επιχειρηματίες επενδύουν και το χρήμα επιστρέφει στην αγορά μέσω των τοπικών αγορών που περιβάλλουν τις μεγάλες τουριστικές μονάδες. Εισπρακτικά έπεσαν κάτω από 1 εκ. τα έσοδα το 2010 όπου έγιναν αισθητά τα σημάδια της πρόωρης κρίσης, αλλά η ανάκαμψη δεν άργησε να επιστρέψει, όπως φαίνεται από τα στοιχεία της αμέσως επόμενης χρονιάς.

Χαρακτηριστικά για το 2014, οπότε και σημειώθηκε σημαντική ανάπτυξη και πρόοδος σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές, ο τουρισμός επιβεβαίωσε ότι αποτελεί τη «βαριά βιομηχανία» της Ελλάδας, καθώς σύμφωνα με τη μελέτη του SETE Intelligence, με τίτλο «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών»¹⁷, ο τουρισμός συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία τουλάχιστον 9% του ΑΕΠ της χώρας, ενώ η άμεση και έμμεση συμβολή του εκτιμάται σε 20% έως 25%.

¹⁷ http://sete.gr/media/3004/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf

3.2 Τουριστική Απασχόληση (2000-2013)¹⁸

Ο δεύτερος δείκτης που μπορεί να αποκαλύψει τη συμβολή του τουριστικού προϊόντος στη συνολική οικονομία, είναι αυτός της απασχόλησης στον τουριστικό τομέα. Ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας όχι μόνο στις άμεσα τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και σε άλλους κλάδους της οικονομίας οι οποίοι σχετίζονται και επωφελούνται άμεσα από τη λειτουργία του τουριστικού τομέα και πιο συγκεκριμένα της τουριστικής κατανάλωσης. Κυρίως δε, επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τις εργασιακές δομές στις λιγότερο ανεπτυγμένες και νησιωτικές περιοχές της χώρας υποδοχής. Όπως χαρακτηριστικά υπογραμμίζει ο Cohen¹⁹, ο τουρισμός δημιουργεί νέες ευκαιρίες απασχόλησης στην περιοχή υποδοχής επιδρώντας στις μεταναστευτικές ροές με δύο κύριες κατευθύνσεις: πρωτίστως, βοηθά την κοινότητα να διατηρήσει τα μέλη εκείνα που λόγω ανεργίας ή υποαπασχόλησης, ειδικά σε απομακρυσμένες-οικονομικά περιθωριακές περιοχές, θα μετανάστευαν μακριά, ενώ ταυτόχρονα προσελκύει τους ξένους που ψάχνουν οικονομικές ευκαιρίες και οι οποίοι συχνά προέρχονται από άλλους κλάδους της οικονομίας, προωθώντας με αυτόν τον τρόπο την αστικοποίηση.

Σήμερα, σε μια εποχή όπου η ανεργία μαστίζει τη νεανική απασχόληση, ο δείκτης της τουριστικής απασχόλησης με το επακόλουθο της πρόκλησης υψηλής εργασιακής έντασης, αποδεικνύεται υψίστης σημασίας για την οικονομία της χώρας.

¹⁸ Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του World Travel & Tourism Council, Μάρτιος 2014

¹⁹ Cohen, E. (1984), "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings", Annual Review of Sociology, Vol. 10, pp. 373-392

Έτος	Άμεση Απασχόληση (000)*	Συνολική Απασχόληση (000)*	Πολλαπλασιαστής
Year	Travel & Tourism Direct Contribution to Employment (000)*	Travel & Tourism Total Contribution to Employment (000)*	Multiplier
2000	347,6	788,3	2,268
2001	341,7	796,6	2,331
2002	340,9	796,2	2,336
2003	327,6	776,3	2,370
2004	325,8	785,3	2,410
2005	360,9	855,1	2,369
2006	371,0	885,6	2,387
2007	365,4	878,2	2,403
2008	361,5	854,4	2,363
2009	331,9	798,6	2,406
2010	345,3	786,0	2,276
2011	329,0	720,6	2,190
2012	330,6	688,8	2,083
2013	319,5	657,1	2,057

Προς κατανόηση του διαγράμματος, η άμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις και η συνολική απασχόληση ισούται με την άμεση, την έμμεση και την προκαλούμενη απασχόληση. Ο Συντελεστής Απασχόλησης αναφέρεται σε πόσες θέσεις απασχόλησης (έμμεσης) δημιουργούνται στην ευρύτερη τουριστική οικονομία από κάθε θέση άμεσης απασχόλησης.

Η έμμεση απασχόληση παρουσιάζει σταθερότητα στο πλήθος των εργαζομένων ανά έτος, με μικρή πτωτική τάση από το 2011 και μετά, όπου αδιαμφισβήτητα η κρίση πλήττει ευρύτερα και άλλους τομείς, παρά την τουριστική τόνωση. Το **2014**, ωστόσο, η συνολική απασχόληση, με ποσοστό 17,3%, έφτασε τους 699.000 απασχολούμενους ενώ το **2015**, με ποσοστό 23,1%, 821.900 άτομα απασχολήθηκαν στον τουριστικό τομέα καταγράφοντας σημαντικά βήματα ανάπτυξης στον τομέα.

Οι τουριστικές μονάδες απασχολούν μεγάλο πλήθος ανέργων κυρίως κάτω των 25 ετών, όπου η μισθολογική κλίμακα είναι χαμηλή, ενώ ανεβάζουν ελαφρώς το κόστος με άτομα σε θέση εξειδικευμένης ευθύνης, πχ. μάγειροι, διευθυντές προσωπικού κτλ.

Επί δεκαετίες, υπάρχει στον κλάδο η φήμη περί σταθερών προσλήψεων, ατόμων δηλαδή που εκπαιδεύονται στις θέσεις τους μία περίοδο και καλούνται να εργαστούν την επόμενη περίοδο στα ίδια πόστα, προκειμένου να μειωθούν οι εργατοώρες εκπαίδευσης νέου προσωπικού και να γίνει αποδοτικότερη και αποτελεσματικότερη η εργασία αυτών. Προφανώς είναι ένας βασικός λόγος που βλέπουμε ότι διαχρονικά η άμεση απασχόληση κυμαίνεται μεταξύ 320.000 - 360.000 εργαζομένων, ακόμα και σε περιόδους καθοδικής πορείας για την οικονομία, ιδιαιτέρως από το 2009 κι έπειτα.

3.3 Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών²⁰

Ο τρίτος δείκτης που αξίζει να παρουσιάσουμε, είναι αυτός του ισοζυγίου ταξιδιωτικών υπηρεσιών.

Ισοζύγιο Ταξιδιωτικών Υπηρεσιών 2003-2013 (σε εκατ. ευρώ)		
Balance of Travel Services 2003-2013 (in mi. euros)		
Έτος	Ταξιδιωτικές εισπράξεις	Ταξιδιωτικές πληρωμές
Year	Travel receipts	Travel payments
2003	9.495,3	2.136,0
2004	10.347,8	2.310,4
2005	10.729,5	2.445,7
2006	11.356,7	2.382,8
2007	11.319,2	2.485,7
2008	11.635,9	2.679,2
2009	10.400,2	2.424,6
2010	9.611,3	2.156,0
2011	10.504,7	2.266,5
2012	10.442,5	1.843,9
2013	12.152,2	1.835,2

Από τον πίνακα μπορούμε να αντιληφθούμε πως τα έσοδα από τον τουριστικό κλάδο παραμένουν σε ελαφρώς σταθερά επίπεδα, ενώ θα μπορούσαν να αυξάνονται ολοένα και περισσότερο. Το γεγονός ότι δεν αξιοποιούνται από την πλειοψηφία των ιδιοκτητών κονδύλια ανάπτυξης των μονάδων τους και διατηρούν το ίδιο προφίλ διαχρονικά (όπως αναφέραμε στην ενότητα των μειονεκτημάτων του ελληνικού τουρισμού), προσελκύοντας τον ίδιο επισκέπτη το

²⁰ Από την είσοδο της Ελλάδας στη ζώνη του ευρώ το 2002, η Τράπεζα της Ελλάδος διενεργεί μηνιαία δειγματοληπτική έρευνα στα κυριότερα σημεία εισόδου-εξόδου της χώρας, «Έρευνα Συνόρων», για τη συλλογή των αναγκαίων πληροφοριών για την εκτίμηση των ταξιδιωτικών δαπανών.

Η Έρευνα Συνόρων αποτελείται ουσιαστικά από δύο ανεξάρτητες έρευνες:

Την Έρευνα Εισπράξεων, η οποία αποσκοπεί στην εκτίμηση της δαπάνης των ταξιδιωτών με κατοικία στο εξωτερικό που επισκέπτονται την Ελλάδα και την Έρευνα Πληρωμών, η οποία αποσκοπεί στην εκτίμηση της δαπάνης των ταξιδιωτών με κατοικία την Ελλάδα που επισκέπτονται το εξωτερικό.

Πηγή: ΣΕΤΕ, Αύγουστος 2014 (επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος και του World Travel & Tourism Council)

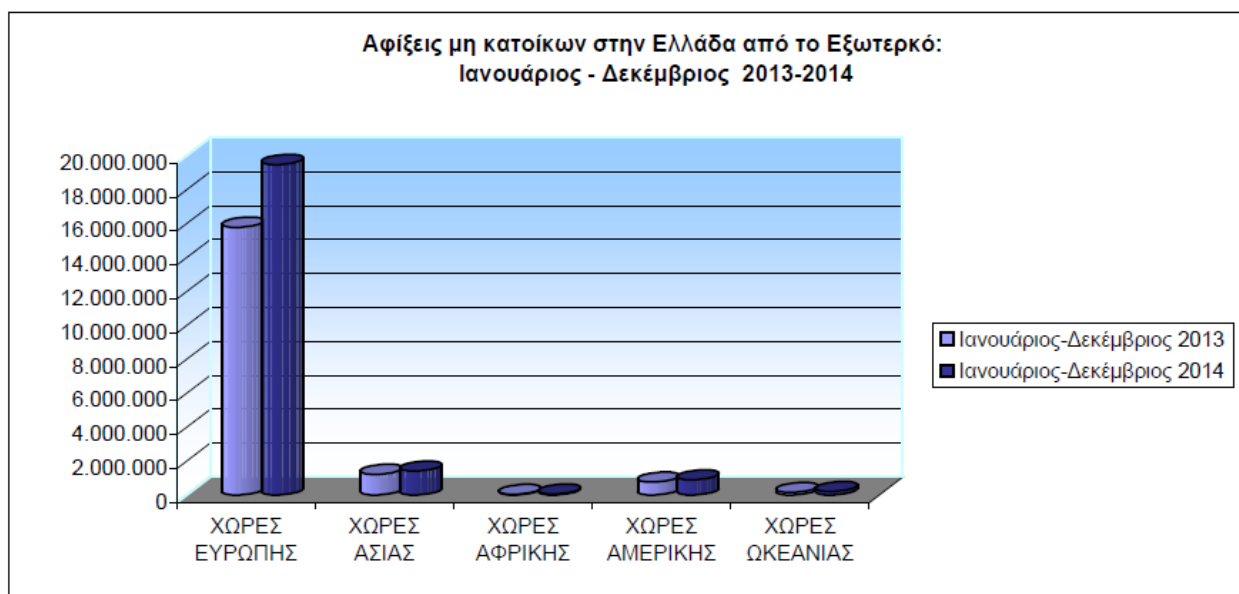
πολύ δύο φορές στην ίδια μονάδα και ότι οι υπηρεσίες, πέραν των χώρων, επίσης δεν εκσυγχρονίζονται με την πάροδο του χρόνου οδηγούν σε μη πλήρη αξιοποίηση των πόρων (κεφάλαιο, προσωπικό) και επομένως σε ανεπαρκή εισπραξιμότητα.

Από την άλλη πλευρά, σε δυσμενέστερη κατάσταση είναι οι πληρωμές. Οι διακοπές σε περιόδους κρίσης είναι πολυτελείας και η διασκέδαση γίνεται σε τοπικά πλαίσια χωρίς τη δαπάνη ενός ταξιδιού. Ιδιαίτερα, από το 2012 έως σήμερα η πτώση αρχίζει να γίνεται εμφανής σε πραγματικά νούμερα. Βέβαια πέραν της κρίσης, διαχρονικά και παραδοσιακά οι εγχώριοι τουρίστες, έχοντας πρόσβαση λόγω της γεωγραφίας και του κλίματος της χώρας, σε παραθαλάσσιους και ορεινούς προορισμούς, διατηρούν τις μετακινήσεις τους σε χαμηλότερα επίπεδα και άρα δεν αναμένονται έσοδα/έξοδα με μεγάλα πραγματικά νούμερα.

Παγκόσμια Κατάταξη Βάσει Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων 2007-2013									
World Ranking based on International Tourist Arrivals 2007-2013									
Θέση 2013 World Ranking 2013	Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις (εκατ.)								
	International Tourist Arrivals (ml.)								
	Χώρα	Country	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	Γαλλία	France	80,9	79,2	76,8	77,6	81,6	83,0	n/a
2	Η.Π.Α.	U.S.A	56,0	57,9	55,0	60,0	62,7	66,7	69,8
3	Ισπανία	Spain	58,7	57,2	52,2	52,7	56,2	57,5	60,7
4	Κίνα	China	54,7	53,0	50,9	55,7	57,6	57,7	55,7
5	Ιταλία	Italy	43,7	42,7	43,2	43,6	46,1	46,4	47,7
6	Τουρκία	Turkey	22,2	25,0	25,5	31,4	34,7	35,7	37,8
7	*Γερμανία ²	*Germany	24,4	24,9	24,2	26,9	28,4	30,4	31,5
8	Ην Βασίλειο	United Kingdom	30,9	30,1	28,2	28,3	29,3	29,3	31,2
9	Ρωσία	Russia	20,6	21,6	19,4	20,3	22,7	25,7	28,4
10	Ταϊλάνδη	Thailand	14,5	14,6	14,1	15,9	19,2	22,4	26,5
11	Μαλαισία	Malaysia	21,0	22,1	23,6	24,6	24,7	25,0	25,7
12	Χονγκ Κονγκ	Hong Kong	17,2	17,3	16,9	20,1	22,3	23,8	25,7
13	*Αυστρία	*Austria	20,8	21,9	21,4	22,0	23,0	24,2	24,8
14	Ουκρανία	Ukraine	23,1	25,4	20,8	21,2	21,4	23,0	24,7
15	Μεξικό	Mexico	21,4	22,6	22,3	23,3	23,4	23,4	24,2
16	Ελλάδα	Greece	16,2	15,9	14,9	15,0	16,4	15,5	17,9
17	Καναδάς	Canada	17,9	17,1	15,7	16,2	16,0	16,3	16,6
18	Πολωνία	Poland	15,0	13,0	11,9	12,5	13,4	14,8	15,8
19	Μακάο	Macao	12,9	10,6	10,4	11,9	12,9	13,6	14,3
20	Σαουδ. Αραβία	Saudi Arabia	11,5	14,8	10,9	10,9	17,5	14,3	13,2
21	*Ολλανδία	*Netherlands	11,0	10,1	9,9	10,9	11,3	12,2	12,8
22	**Κορέα	**Korea	6,4	6,9	7,8	8,8	9,8	11,1	12,2
23	Σιγκαπούρη	Singapore	8,0	7,8	7,5	9,2	10,4	11,1	11,9
24	Κροατία	Croatia	9,3	8,7	8,7	9,1	9,9	10,4	11,0

Πηγή στοιχείων: UNWTO

Ο πίνακας με τις διεθνείς αφίξεις ανά χώρα από το 2007 κατατάσσει την Ελλάδα ως δέκατη έκτη χώρα υποδοχής παγκόσμιου τουρισμού. Διατήρησε τις αφίξεις των τουριστών της μετά από τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, με μοναδικό σημάδι πτώσης το πρώτο έτος - σημείο αναφοράς το 2009 - της οικονομικής κρίσης. Για το 2014 η Ελλάδα με 22,0 εκ. αφίξεις κατέλαβε τη 15^η θέση και για το 2015, με εξαίρεση το δίμηνο διάστημα του καλοκαιριού του 2015 με τα capital controls, ο αριθμός αφιχθέντων από το εξωτερικό ήταν 23,6 εκ. καθιστώντας εμφανές ότι οι όποιες διαταράξεις δεν αποτελούν εμπόδιο προσέλευσης για τους επισκέπτες.



Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ. - Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδας

Όπως επιβεβαιώνεται και από το παραπάνω διάγραμμα, τη διετία 2013-2014 οι ευρωπαϊκές χώρες στήριξαν τον ελληνικό τουρισμό και κατέφθασαν στη Μεσόγειο με την πρώτη ευκαιρία. Οι τουρίστες εξ' Ανατολής σημείωσαν ένα μικρό ποσοστό επισκεψιμότητας, ενώ ελάχιστη συμμετοχή παρουσίασαν και οι επισκέπτες αφρικανικής και αμερικανικής καταγωγής.

Τα νησιά του Αιγαίου προσφέρουν ελκυστικά τουριστικά πακέτα ταξιδιών αναψυχής τόσο σε Άγγλους όσο και σε Γάλλους. Οι Ιταλοί, ευκόλως προσβάσιμοι, προτιμούν τα νησιά του Ιονίου πελάγους, ενώ οι Σκοπιανοί διατηρούν άριστες επαφές με τα τουριστικά καταλύματα της κεντρικής & βόρειας Ελλάδας, κυρίως λόγω γεωγραφικής ευκολίας και εξοικονόμησης χρόνου ταξιδιού και κόστους μεταφορικών.

Το δείγμα εκτίμησης και εμπιστοσύνης από την παγκόσμια κοινότητα αποδεικνύει ότι η μικρή αυτή χώρα έχει μεγαλύτερη τουριστική και κοινωνικο-πολιτιστική αξία από το γεωγραφικό της μέγεθος. Επάξια ανταγωνιζόμαστε χώρες διεθνούς ισχύς, γεγονός που θα πρέπει να αποτελεί κίνητρο για περαιτέρω αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών από τις μονάδες μας.

Το γεγονός, παρόλ' αυτά, ότι η επισκεψιμότητα των τουριστών δεν παρουσιάζει ιδιαίτερες διακυμάνσεις, δεν πρέπει να προκαλεί επανάπαυση στις αρχές που εποπτεύουν και ασκούν πολιτική στον τουριστικό κλάδο. Οι αυτοματισμοί, που έχουν αναπτυχθεί λόγω εμπειρίας ως επί το πλείστον, εκ μέρους των επιχειρηματιών δεν αρκούν στο να προσελκύουν συνεχώς το τουριστικό κύμα, ιδιαιτέρως όταν με το πέρασμα των ετών η οικονομική ύφεση απασχολεί συνεχώς τα διεθνή μέσα ενημέρωσης.

Ο Δρ. Νίκος Τριχάς κρίνει πως «σε μια περίοδο στην οποία οι επιπτώσεις της οικονομικής ύφεσης αποτυπώνονται με ιδιαίτερα αρνητικό τρόπο στην καθημερινότητά μας, τα παραπάνω στοιχεία αποδεικνύουν ότι ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης της χώρας, ενώ ταυτόχρονα είναι και ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο τουρισμός μαζί με τη ναυτιλία αποτελούν τους πιο εξωστρεφείς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, με ιδιαίτερα θετική συνεισφορά στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών»²¹.

4. Η Ελληνική Τουριστική Πολιτική

Κοιτώντας στο πρόσφατο παρελθόν, είναι σημαντικό να αναφέρουμε πως στα πλαίσια της γενικότερης τάσης φιλελευθεροποίησης, που άρχισε τη δεκαετία του 1980 με τον αναπτυξιακό νόμο Ν.1892/1990 και τροποποιήθηκε ύστερα με τον Ν.2234/1994, εισήχθησαν μια σειρά μέτρων που περιόριζαν σημαντικά τις επιδοτήσεις και ένα σύστημα συναγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων που υπέβαλαν αιτήματα χρηματοδότησης. Την ίδια περίοδο, με τις λεγόμενες Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (Π.Ο.Τ.Α.) σηματοδοτείται η ανάπτυξη

²¹ <https://giaperan.wordpress.com/2013/02/15/%CE%B7-%CF%83%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BC%CE%AC%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%B3%CE%BA-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD-2/> τ.ε.λ. πρόσβαση 18/09/2016

τουριστικών εγκαταστάσεων μεγάλης κλίμακας. Η περίοδος 1998-2004 χαρακτηρίζεται από την εισαγωγή του Ευρώ στην ελληνική οικονομία και τους περιορισμούς, τις δυνατότητες, τις προδιαγραφές και συστάσεις των εκάστοτε Κοινοτικών Πλαίσιων Στήριξης, πράγμα που διευκολύνει ιδιαίτερα τον τουριστικό τομέα. Το 2004 το Υπουργείο Τουρισμού επανιδρύεται ως «Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης», μέσα σε μια προσπάθεια να εμφανιστεί ως το βασικό επιτελικό και συντονιστικό όργανο χάραξης εθνικής τουριστικής πολιτικής, με τον ΕΟΤ ως τον εκτελεστικό του βραχίονα. Στα τέλη του 2006, με τον καθορισμό των νέων και αυστηρότερων κατευθυντηρίων γραμμών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις κρατικές ενισχύσεις προχώρησε η θέσπιση του Ν.3522/2006 και η μετέπειτα -έως το τέλος της δεκαετίας- εισαγωγή της λογικής των ΕΣΠΑ που διαμορφώνουν πλέον ένα νέο επενδυτικό περιβάλλον σε σχέση με τα επενδυτικά κίνητρα που κινητοποιούσαν οι προγενέστεροι νόμοι. Το 2013 και ύστερα από 18 χρόνια ικανοποιείται το αίτημα του ΣΕΤΕ για ισότιμη θεσμική συμμετοχή στο πλαίσιο κοινωνικής διαβούλευσης, γεγονός το οποίο καθιστά σαφή τη μεγάλη προσοχή που πλέον δίνεται στον τουρισμό από μεριά πολιτείας.

Σήμερα, την κύρια ευθύνη της άσκησης τουριστικής πολιτικής, τη φέρει το Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού (Υπουργός Ε. Κουντουρά) με κύρια αποστολή του τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής και τον επιτελικό σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας στο πλαίσιο της κυβερνητικής πολιτικής.

Όπως αναφέρει ο επίσημος ιστότοπος του Υπουργείου²², «το έργο αυτό υλοποιεί με την κατάρτιση βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων προγραμμάτων ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, στήριξης των επενδύσεων, προώθησης της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης αλλά και της συντονισμένης επικοινωνιακής προβολής της εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό. Ειδικότερα:

- Εισηγείται προς τα αρμόδια κυβερνητικά όργανα τα αναγκαία μέτρα και τις απαραίτητες ενέργειες για την αποτελεσματική λειτουργία του τουριστικού τομέα.
- Παρεμβαίνει για την εναρμόνιση των πολιτικών που επηρεάζουν τον Τουρισμό.

²² <http://www.mintour.gov.gr/el/Ministry/VisionMission/> τελ. πρόσβαση 18/09/2016

- Ασκεί επιτελικό και συντονιστικό ρόλο σε θέματα Τουρισμού και συνεργάζεται και υποστηρίζει τις αρχές της Περιφερειακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλους φορείς με αρμοδιότητες στον τομέα του Τουρισμού.

Αρμοδιότητες του υπουργείου (Ν. 3270/2004, ΦΕΚ187/Α/11.10.2004) συνοπτικά αποτελούν:

- Ο προγραμματισμός και η χάραξη της τουριστικής πολιτικής, ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης στο πλαίσιο της γενικότερης κυβερνητικής πολιτικής και η διαμόρφωση και προώθηση των αναγκαίων θεσμικών και λοιπών ρυθμίσεων καθώς και ο σχεδιασμός των απαιτούμενων μέτρων εφαρμογής.

- Η εισήγηση προς τα αρμόδια κυβερνητικά όργανα των αναγκαίων μέτρων για την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία του τουριστικού τομέα και η παρακολούθηση της απόδοσής του, σύμφωνα με τις μεθόδους και τις απαιτήσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς.

- Η έρευνα και η μελέτη των επιπτώσεων του τουρισμού στην εθνική οικονομία, στην κοινωνική ζωή της Χώρας καθώς και των όρων του ανταγωνισμού στη διεθνή τουριστική αγορά, με σκοπό τη δημιουργία τουριστικών δεικτών και δεικτών αιεφόρου τουριστικής ανάπτυξης και της απαραίτητης τεκμηρίωσης και αξιολόγησης των αποτελεσμάτων των ερευνών αυτών.

- Οι κατευθύνσεις για τη μελέτη και κατάρτιση προγραμμάτων τουριστικής υποδομής και ανάπτυξης.

- Η από κοινού με το Υπουργείο Οικονομικών προώθηση και λήψη μέτρων για την προσέλκυση ιδιωτικών κεφαλαίων στον τομέα του τουρισμού.

- Η συνεργασία με τα συναρμόδια Υπουργεία για την εναρμόνιση των πολιτικών που επηρεάζουν τον τουρισμό και το συντονισμό των δράσεων, με σκοπό την υποβοήθηση της τουριστικής ανάπτυξης και τη βελτίωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού της Χώρας.

- Η εκπροσώπηση της χώρας στους διεθνείς οργανισμούς και στις διακρατικές σχέσεις που αφορούν τον τουρισμό, η σύναψη διεθνών συμβάσεων που αναφέρονται στον τουριστικό τομέα και διμερών συμφωνιών τουριστικής συνεργασίας.

- Η προώθηση των ελληνικών θέσεων στον τομέα τουρισμού προς τα αρμόδια όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τους άλλους διεθνείς οργανισμούς, η μέριμνα σε συνεργασία με άλλα Υπουργεία για την εξασφάλιση κοινοτικών πόρων, καθώς και η εναρμόνιση της εθνικής νομοθεσίας με το ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο σε θέματα τουρισμού.
- Ο σχεδιασμός του προγράμματος τουριστικής προβολής της χώρας ή περιοχών αυτής στο εσωτερικό και το εξωτερικό.
- Ο σχεδιασμός της πολιτικής για την υποβοήθηση της ποιοτικής αναβάθμισης των τουριστικών υπηρεσιών της χώρας και ιδίως η αξιολόγηση των προτεινόμενων προγραμμάτων τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης, η εξασφάλιση πόρων για τη χρηματοδότηση των προγραμμάτων αυτών από τον Κρατικό Προϋπολογισμό και το Κοινωνικό Ταμείο της Ε.Ε.
- Η πρόταση έκδοσης προεδρικών διαταγμάτων για την κήρυξη τόπων ως τουριστικών και για το χαρακτηρισμό πηγών υδάτων ως ιαματικών καθώς και για την άρση των χαρακτηρισμών αυτών».

Στην πράξη, το Υπουργείο επιβλέπει κάποιους φορείς που βοηθούν στην εκτέλεση των παραπάνω στόχων του με κύριους τον ΕΟΤ (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού) και το ΞΕΕ (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας), των οποίων την πολιτική θα αναπτύξουμε παρακάτω, αφού πρώτα αναφερθούμε στην ουσία του τουριστικού μάρκετινγκ που αποτελεί και το αντικείμενο εργασιών των παραπάνω διακηρύξεων από μέρους του Υπουργείου.

Το τουριστικό μάρκετινγκ λοιπόν, ως επιστήμη, ασχολείται με τη μελέτη και εφαρμογή των βασικών αρχών και στρατηγικών μάρκετινγκ στο πεδίο της τουριστικής αγοράς. Περιλαμβάνει εξειδικευμένα θέματα όπως για παράδειγμα τα κίνητρα και η ικανοποίηση του τουρίστα, η έρευνα και η τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς, η προώθηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, η διαφήμιση κι επωνυμία τουριστικών προορισμών, η τουριστική βιομηχανία και καλύπτει έννοιες και κλάδους όπως το μάρκετινγκ τουριστικών οργανισμών, την προώθηση του τουριστικού προϊόντος, τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, το μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών ή τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Τη στιγμή που η παγκόσμια κοινή γνώμη παρακολουθεί με αμείωτο ενδιαφέρον και στασιμότητα τις πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές εξελίξεις σε κάθε πλευρά του πλανήτη,

ιδίως μετά την απειλή των τρομοκρατικών χτυπημάτων σε πολυπληθή και τουριστικά σημεία, στην απέναντι πλευρά προσπαθούν με κάθε μέσο τουριστικοί φορείς, κυβερνητικοί και μη, να καθησυχάσουν το πλήθος που επιθυμεί να συνεχίσει να ταξιδεύει για κάθε μορφής αιτία. Στο σημείο αυτό και κυρίως λόγω των εξελίξεων αυτών, η συμβολή των οργανισμών αυτών, αλλά και δια του επισήμου στόματος της πολιτείας, κρίνεται ως αναγκαία για την αντιστροφή του αρνητικού κλίματος για την χώρα.

Η συμβολή των οργανισμών τουριστικού σκοπού ήταν ανέκαθεν αξιόλογη μέσα από τις δράσεις τους, ιδιαίτερα από το 1950 κι έπειτα, όπου οι περισσότεροι απέκτησαν σταθερή μορφή και οργάνωση. Διαχρονικά γινόταν προσπάθεια να καταμερίζεται ισάξια το τουριστικό ενδιαφέρον μέσω προωθήσεων πολλών ανεξερεύνητων περιοχών και με νέα είδη τουρισμού, όπως π.χ. ο αγροτουρισμός, ο ιατρικός και ο θρησκευτικός τουρισμός κ.τ.λ., ενώ όταν ο υπερπληθυσμός σε ορισμένες περιοχές έπαιρνε αρνητικές κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντολογικές διαστάσεις, φρόντιζαν με μετατόπιση του ενδιαφέροντος να επαναφέρουν την τάξη.

Νέες τεχνολογίες κρατήσεων, προγράμματα καταμέτρησης επισκέψεων και πτήσεων, ιστοσελίδες άμεσης έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων και εύρεσης καταλύματος είναι μερικά από τα αποτελέσματα διεθνών εκθέσεων και συνεδρίων μεταξύ οργανωμένων, πλέον, εκπροσώπων του τουριστικού κλάδου.

Σήμερα, στις περισσότερες αναπτυσσόμενες και αναπτυγμένες χώρες εδρεύουν φορείς με εξειδίκευση σχεδόν σε κάθε στοιχείο του τουριστικού κυκλώματος. Οργανισμοί για ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, για μεταφορές και για εστίαση, δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου, σε περιφερειακό και παγκόσμιο βεληνεκές, πρεσβεύουν τη φιλοξενία και τα οφέλη που πηγάζουν από την προσωρινή ανταλλαγή πληθυσμών.

Παρακάτω, γίνεται αναφορά στα χαρακτηριστικά και τις δράσεις ορισμένων διακεκριμένων τουριστικών φορέων σε εγχώριο επίπεδο.

4.1 ΕΟΤ²³

Ο ΕΟΤ ιδρύθηκε το 1950 με τον Α.Ν. 1565/50 που κυρώθηκε με τον Ν. 1624/51 και έκτοτε αποτελεί τον βασικό κρατικό φορέα του τουριστικού τομέα. Κύριος σκοπός του (αρθρ. 1 παρ. 3 του Ν. 2160/93) αποτελεί η οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού στην Ελλάδα. Μέσω της υλοποίησης της κυβερνητικής τουριστικής πολιτικής, αξιοποιώντας όλες τις δυνατότητες της χώρας, ακολουθώντας δράσεις τουριστικής προβολής της Ελλάδας στο εσωτερικό και το εξωτερικό, εποπτείας και ελέγχου της γενικότερης τουριστικής αγοράς, αλλά και κάθε άλλη δραστηριότητα που κρίνεται απαραίτητη για την υποστήριξη και προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ο ΕΟΤ καθίσταται ο κύριος φορέας εισήγησης και υλοποίησης της Ελληνικής Τουριστικής Πολιτικής.

Η αποστολή του ΕΟΤ είναι να ενισχύσει την αξία του Ελληνικού Τουρισμού, σε συνεργασία με την τουριστική βιομηχανία και όλους τους εμπλεκόμενους φορείς με στόχο την αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού και ταυτόχρονα των τουριστικών εσόδων. Ο ΕΟΤ λειτουργεί με γνώμονα την ανάπτυξη του τουρισμού, του σημαντικότερου πυλώνα οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης της χώρας, έχοντας πλήρη συνείδηση ότι το παραγόμενο προϊόν του διαχέεται σε όλες τις κοινωνικές ομάδες της χώρας επηρεάζει άμεσα την ποιότητα ζωής των Ελλήνων πολιτών, ανταποκρινόμενος με επιτυχία σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον.

Η Διοίκηση του απαρτίζεται από τον Γενικό Γραμματέα και το Διοικητικό Συμβούλιο.

4.2 ΞΕΕ - Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος²⁴

Βάσει του άρθρου 1 παρ. 1 του Β.Δ. της 13/29.04.1955 ορίστηκε ότι «όλα τα ξενοδοχεία ύπνου και φαγητού και τα οικοτροφεία που λειτουργούν στη χώρα ύστερα από νόμιμη άδεια, ακόμα και τα ξενοδοχεία Δ και Ε τάξης, δηλαδή τα μη τουριστικά, είναι υποχρεωτικά μέλη του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος».

²³ <http://www.gnto.gov.gr/> τελ. πρόσβαση 18/09/2016

²⁴ <http://www.mintour.gov.gr/el/Ministry/SupervisedOrganisations/KsenodoxeiakoEpimelitirioElladas/> τελ. πρόσβαση 18/09/2016

Το ανώτατο συλλογικό όργανο διοίκησης του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος είναι το Διοικητικό Συμβούλιο. Του Δ.Σ. προΐσταται ο Πρόεδρος και συμμετέχουν σε αυτό αιρετοί αντιπρόσωποι των ξενοδοχείων και των οργανωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων (κάμπινγκ) όλης της χώρας καθώς και εκπρόσωποι του κράτους.

Οι σημαντικότερες δράσεις του επιμελητηρίου παρατίθενται εν συνεχεία:

I. Παρέχει συμβουλευτική υποστήριξη στα μέλη του σχετικά με θέματα οικονομίας, εργασιακών συνθηκών και νομικής προστασίας των επιχειρήσεων τους μέσω ημερίδων και συνεδρίων που διεξάγονται σε τακτική βάση.

II. Συγκεντρώνει δεδομένα και εκπονεί μελέτες βασισμένες σε στατιστικά στοιχεία που αφορούν τον κλάδο του τουρισμού (λχ. αριθμός πτήσεων, διανυκτερεύσεων) και τα κοινοποιεί ευρέως μέσω ενημερωτικών δελτίων.

III. Παρέχει πληθώρα πληροφοριών στους εν δυνάμει καταναλωτές για τις ξενοδοχειακές μονάδες και τους χώρους camping ανά την επικράτεια που είναι μέλη του επιμελητηρίου.

IV. Συμμετέχει σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις και συνεργάζεται με την πλειοψηφία των δημόσιων φορέων εγχώριων και μη.

Εκτός από τις βασικές υπηρεσίες στα κατά τόπους υποκαταστήματα του, το ξενοδοχειακό επιμελητήριο προσφέρει μία ευρεία γκάμα ηλεκτρονικών υπηρεσιών, διευκολύνοντας την πρόσβαση στις παροχές του από όλα τα μέρη της χώρας. Η βάση με τα στοιχεία των μελών του είναι πλήρως ενημερωμένη και χρηστική όχι μόνο για τις ομοειδείς επιχειρήσεις αλλά και για το απλό καταναλωτικό κοινό. Ο τουριστικός οδηγός του επιμελητηρίου είναι ένα άρτια σχεδιασμένο εργαλείο για τον τουρίστα και τον ενδιαφερόμενο που αναζητεί τουριστικά μέρη για έναρξη σχετικού επιτηδεύματος. Μέσω της ιστοσελίδας του, επίσης, δίνεται πληροφόρηση σχετικά με νέες εκδηλώσεις, οδηγίες για νέους ξενοδόχους και παρατίθεται ηλεκτρονική βιβλιοθήκη με αρχειακό υλικό τουριστικής νομοθεσίας. Τέλος, τόσο για τα μέλη του, όσο και για ξενοδοχοϋπαλλήλους, το ΞΕΕ λειτουργεί στη διαδικτυακή πύλη υπηρεσία διαμεσολάβησης στην εύρεση και προσφορά εργασίας.

4.3 ΣΕΤΕ - Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων²⁵

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων είναι μία ιδιωτική πρωτοβουλία που πήρε μορφή οργανισμού το 1991, έπειτα από συνάντηση επιχειρηματιών του τουριστικού κόσμου. Αντιλαμβανόμενοι τις νομοθετικές ελλείψεις, δημιούργησαν ένα ελληνικό φόρουμ προκειμένου να διατηρήσουν ανταγωνιστικές τις εγχώριες τουριστικές υπηρεσίες.

Τα μέλη του διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: τις πανελλήνιες κλαδικές ενώσεις τουριστικών επιχειρήσεων και τις μεμονωμένες τουριστικές επιχειρήσεις. Οι Πανελλήνιες κλαδικές ενώσεις τουριστικών επιχειρήσεων, εκπροσωπούν τους κλάδους των καταλυμάτων, των μεταφορών (αεροπορικών, χερσαίων και θαλάσσιων) και γενικότερα το σύνολο των κλάδων του τουρισμού. Οι μεμονωμένες επιχειρήσεις προέρχονται από ολόκληρο το φάσμα των άμεσων και έμμεσων τουριστικών δραστηριοτήτων.

Με βάση τον επιχειρησιακό σχεδιασμό του, ο ΣΕΤΕ εντείνει την παρουσία του σε πέντε περιφέρειες, με στόχο τον καλύτερο συντονισμό και την άμεση επαφή με τις περιφέρειες και τους δήμους ανά την Ελλάδα. Σκοπός του Συνδέσμου στο εγγύς μέλλον είναι η διατήρηση της βιωσιμότητας των εγχώριων τουριστικών επιχειρήσεων, η σταδιακή βελτίωση στις αποδόσεις τους ώστε να διευρύνουν την εποχικότητα που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουρισμό και η συνεχής αναζήτηση αναπτυξιακών λύσεων, ιδιαιτέρως τα τελευταία χρόνια που η βιομηχανία του εγχώριου τουρισμού έχει συμπαρασυρθεί στην οικονομική ύφεση της χώρας.

Επίσης, αξιοσημείωτοι είναι οι άξονες δράσης βάσει των οποίων χαράζει προτάσεις και παρέχει υποστήριξη σε φορείς και επιχειρήσεις ως οργανισμός. Συγκεκριμένα ως βασικό στόχο έχει τη συνεχή παρέμβαση στους δημόσιους διαλόγους περί τουριστικής ανάπτυξης με την εμπειρία του επιχειρείν και τη γνώση της αγοράς μέσω των στελεχών του. Σε δεύτερο πλάνο φροντίζει ως φορέας να έχει διεθνή παρουσία για λόγους προώθησης του ελληνικού τουρισμού, να συγκεντρώνει δεδομένα προς ανάλυση και να φροντίζει για την κατάρτιση και επιμόρφωση τόσο των στελεχών όσο και των εργαζομένων τους.

²⁵ <http://sete.gr/> τελ. πρόσβαση 18/09/2016

Αναλυτικότερα, η συμβολή του Συνδέσμου στην τουριστική ανάπτυξη του τόπου αποδεικνύεται ως εξής:

I. Υπενθυμίζει με κάθε ευκαιρία σε τοπικές, κυβερνητικές αρχές, δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, ότι ο τουρισμός είναι ένας πολυπαραγοντικός κλάδος, είναι άμεσα εξαρτώμενος από την οικονομική κατάσταση της χώρας και έχει κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο.

II. Φροντίζει μέσω δελτίων τύπου και ημερίδων να κρατά ενήμερους την εγχώρια αγορά και τον επιχειρηματικό κόσμο με διεθνή τουριστικά πρότυπα και νέες τάσεις.

III. Ενισχύει την κλαδική συνεργασία τομέων συνυφασμένων με τις τουριστικές δραστηριότητες.

IV. Από την παρουσία σε διεθνή συνέδρια μεταφέρει μέσω των στελεχών του νέα τεχνογνωσία σε θέματα τουρισμού, ενώ υψηλή θέση στις εργασίες του συνδέσμου είναι η συνεργασία με ερευνητικά κέντρα προκειμένου να συλλέγει τα απαραίτητα στατιστικά στοιχεία, υποστηρικτικά των προτάσεων που παραθέτει σε άλλους κυβερνητικούς και μη φορείς.

4.4 Marketing Greece AE²⁶

Στα πλαίσια της στενότερης συνεργασίας ΕΟΤ – ΞΕΕ – Υπουργείου Τουρισμού, ιδρύθηκε η εταιρεία «Marketing Greece AE» (το 2013) από το Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ) και την Ένωση Εταιρειών Διαφήμισης και Επικοινωνίας Ελλάδος (ΕΔΕΕ). Η εταιρεία αποτελεί μία πρωτοποριακή πρωτοβουλία και είναι η μετουσίωση της ταύτισης απόψεων των οργανισμών, όπως αυτοί αναπτύχθηκαν στις προηγούμενες ενότητες.

Σκοπός της εταιρίας είναι να υποστηρίζει το Υπουργείο Τουρισμού και τον Ε.Ο.Τ. στη δημιουργία μιας νέας τουριστικής ταυτότητας για την Ελλάδα και τους προορισμούς της μέσω μιας υψηλής επικοινωνιακής στρατηγικής.

²⁶ <http://www.marketinggreece.com/> τελ. πρόσβαση 18/09/2016

Η Marketing Greece ΑΕ θα είναι οικονομικά ανεξάρτητη και μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Ως κύριος μέτοχος ορίστηκε ο ΣΕΤΕ και συμμετέχουν το ΞΕΕ και η ΕΔΕΕ, σε στενή συνεργασία με το υπουργείο Τουρισμού και τον ΕΟΤ. Ο κυρίαρχος ρόλος της είναι η παροχή στήριξης στην ελληνική δημοκρατία, τους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης, τις τουριστικές ενώσεις και τις τουριστικές επιχειρήσεις, υλοποιώντας ποικίλες δράσεις οι οποίες θα αποσκοπούν στη συνολική αναβάθμιση της εικόνας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Η εταιρεία έχει δημιουργήσει ένα παγκοσμίου επιπέδου website εφαρμόζοντας ολοκληρωμένα προγράμματα προώθησης επιμέρους τουριστικών περιοχών και τουριστικών προϊόντων. Ταυτοχρόνως, έχει συμβουλευτικό ρόλο στην ανάπτυξη ενός πλήρους συστήματος branding της χώρας και των περιοχών της, σχεδιάζοντας και υποστηρίζοντας στρατηγικά σχέδια δημιουργίας και προβολής τουριστικών προϊόντων ανά προορισμό, συμβάλλοντας στη βελτιστοποίηση της εμπορικής διαχείρισης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και τη γενικότερη εικόνα της χώρας.

4.5 Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021 (SETE Report)²⁷

Σύμφωνα με τον στρατηγικό σχεδιασμό του ΣΕΤΕ για τα έτη έως το 2021, η έμφαση θα πρέπει να δοθεί «στη δημιουργία ενός ισχυρού και διαφοροποιημένου χαρτοφυλακίου προϊόντων» με έξι κύρια και μερικά συμπληρωματικά προϊόντα τουρισμού όπως αυτά αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα:

Κύρια Τουριστικά Προϊόντα

1. Sun & Beach
2. Ναυτικός Τουρισμός
3. City Break
4. Ιατρικός Τουρισμός
5. Πολιτιστικός / Θρησκευτικός
6. MICE (Συνέδρια, εκθέσεις, κτλ.)

²⁷ http://sete.gr/media/1910/sete-report_2021.pdf τελ. πρόσβαση 18/09/2016

Ως «υποστηρικτικά», κρίνονται τα είδη του αγρο-τουρισμού, του οικο-τουρισμού και του γαστρο-τουρισμού ενώ στο πλάνο συμπεριλαμβάνονται και άλλες εξειδικευμένες κατηγορίες όπως της 3^{ης} ηλικίας, της ευζωίας και της επίσκεψης σε γνωστούς και φίλους.



Πηγή: SETE-Report/ Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021: Οδικός Χάρτης Υλοποίησης

Ο ΣΕΤΕ χρησιμοποιεί τα διαφορετικά προφίλ δαπάνης επισκεπτών ανά αγορά προέλευσης ώστε να τα αξιοποιήσει για την προτεραιοποίηση των αγορών ενώ υποστηρίζει πως για κάθε προϊόν έχει σχεδιάσει τη στρατηγική του προϊόντος, της αγοράς και της προώθησης.

Πιο συγκεκριμένα, για την ανάπτυξη του **Sun&Beach**, απαιτείται ο καθορισμός και η προτεραιοποίηση υποπροϊόντων που απευθύνονται σε κατηγορίες επισκεπτών υψηλότερης κλάσης/ποιότητας και δαπάνης, η στρατηγική προτεραιοποίηση αγορών με βάση το ύψος της μέσης δαπάνης, την απόσταση ως προς τους ανταγωνιστές και τις μελλοντικές προοπτικές, στρατηγικές παρεμβάσεις στον τομέα των υποδομών (δυναμικό και υπηρεσίες αεροδρομίων, θαλάσσιες μεταφορές) και η δημιουργία ενός συστήματος κατηγοριοποίησης και προώθησης 3 επιπέδων που θα βασίζεται στην αναθεωρημένη πιστοποίηση ποιότητας (αστέρια, κλειδιά), τον

ορισμό και τη διαπίστευση με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τη δημιουργία και προώθηση θεματικών ενοτήτων.

Ακόμη, ο σχεδιασμός του ΣΕΤΕ για τη δημοφιλή αυτή ενότητα, αφορά την επανεξέταση των κινήτρων για ανάπτυξη ξενοδοχειακού δυναμικού με στόχο τη διευκόλυνση της αλλαγής του μίγματος ποιότητας, την αναβάθμιση των καταλυμάτων και την ισορροπημένη ανάπτυξη. Τέλος, η προώθηση και η διαμόρφωση των προϊόντων θα βασίζονται σε τρεις άξονες: προορισμός, επισκέπτες, θεματικές ενότητες. Ο κύριος στόχος αυτής της ενότητας είναι η ποιοτική αναβάθμιση των διαθέσιμων κλινών.

Ενότητα **CityBreak**: εδώ η έμφαση δίνεται στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη με απευθείας πτήσεις προς τις πόλεις αυτές, διάρκειας λιγότερης των 4 ωρών. Η δόμηση της στρατηγικής αφορά στην ανάπτυξη ενός περιεκτικού χρονολογίου εκδηλώσεων στα πρότυπα της Βαρκελώνης (ένα γεμάτο ημερολόγιο που να ευνοεί τα escape weekends) με κυρίαρχα 3-4 γεγονότα που να επαναλαμβάνονται ετησίως. Παράλληλα, θα πρέπει να αναπτυχθούν θεματικές διαδρομές και να αξιοποιηθεί η παραλιακή ζώνη ως ξεχωριστό στοιχείο. Σε αυτά τα πλαίσια, ο ΣΕΤΕ κάνει αναφορά και στην επιβολή υψηλών προτύπων καθαρισμού και υγιεινής, και την αναβάθμιση της κάρτας πόλης (αφορά την Αθήνα).

Κατά τα CityBreaks που διαρκούν 2-3 ημέρες, ο κύριος σκοπός είναι η επίσκεψη αξιοθέατων και εκδηλώσεων της πόλης. Οι άξονες είναι ο πολιτισμός και η τέχνη / αθλητισμός, το περιβάλλον, η γαστρονομία, το shopping, η νυχτερινή ζωή και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού ως ξεχωριστή θεματική ενώ ιδιαίτερη μνεία γίνεται στους θεματικούς περιπάτους.

Η κατηγορία **MICE** αναλύεται ως «Meetings / Incentives / Conferences / Exhibitions» και ως στόχο έχει την κάλυψη των τριών κύριων τομέων της βιομηχανίας συνεδρίων (υγεία – τεχνολογία – επιστήμη) αξιοποιώντας τη συνάφεια της Ελλάδας με άλλους τομείς όπως π.χ. γεωργία. Η έμφαση δίνεται στις μικρής και μεσαίας κλίμακας εκδηλώσεις με λιγότερους από 1000 συμμετέχοντες που να αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 85% της αγοράς. Με αυτόν τον γνώμονα, προτείνεται η πλήρης αξιοποίηση των υφιστάμενων δομών της πόλης (ξενοδοχεία) και επιλεγμένων εναλλακτικών υποδομών (χώροι όπως μουσεία, θέατρα κτλ.).

Ίσως ο πιο σημαντικός άξονας για την παρούσα μελέτη να είναι ο **Πολιτιστικός Τουρισμός** σύμφωνα με το πλάνο του οποίου, ο ΣΕΤΕ προτείνει να αξιοποιηθεί ως αυτόνομο προϊόν κυρίως

ως αντίβαρο για τους προορισμούς που δεν διαθέτουν το Sun&Beach της πρώτης ενότητας. Προτεραιότητα θα πρέπει να είναι η αναβάθμιση των αρχαιολογικών χώρων και χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς με στόχο να προσφέρονται αρχικά οι 25 βασικοί χώροι σε επίπεδο παγκόσμιας κλάσης υποδομών. Ο ΣΕΤΕ προτείνει ακόμη την αναβάθμιση των 15 μεγαλύτερων μουσείων και των μεγαλύτερων εκδηλώσεων και φεστιβάλ μέσα από στοχευμένες παρεμβάσεις ώστε ένα γίνουν πιο ελκυστικά στο διεθνές κοινό. Ακόμη, προτείνεται ο σχεδιασμός και η διαμόρφωση μιας σειράς από «μοναδικές» εμπειρίες όπως, π.χ. δραστηριότητες για απαιτητικούς (π.χ. συμμετοχή στην αποκατάσταση μνημείων, κ.ο.κ.) ενώ τέλος, απαραίτητη είναι η αναβάθμιση του πολιτιστικού προϊόντος μέσω της χρήσης ψηφιακών εργαλείων για τους τουρίστες (π.χ. εφαρμογές οδηγών).

Ο πολιτιστικός τουρισμός **δεν αφορά μόνο** μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους

Πολιτιστικός τουρισμός				Θρησκευτικός τουρισμός
Πολιτιστική κληρονομιά	Εκδηλώσεις και φεστιβάλ	Παραδοσιακός/λαογραφικός τουρισμός	«Πολιτιστικές εμπειρίες»	Θρησκευτικοί χώροι και τοποθεσίες
↓	↓	↓	↓	↓
Αρχαιολογικοί χώροι	Μουσικά φεστιβάλ	Τοπική κουλτούρα και παραδόσεις	Συμμετοχή σε καλλιτεχνικές δραστηριότητες (π.χ., τέχνες θεάματος)	Θρησκευτικές επισκέψεις
Μουσεία, βιβλιοθήκες	Φεστιβάλ καλών τεχνών	Λαογραφικές ιδιαιτερότητες	Ανασκαφές	Αρχιτεκτονικές/πολιτιστικές επισκέψεις
Αρχιτεκτονικά μνημεία	Θεματικά φεστιβάλ (σινεμά κλπ.)	Θεματικές διαδρομές (γαστρονομικές, γλωσσολογικές κλπ.)		Χώροι προσκυνήματος
Ξενάγηση πόλεων	Αθλητικές εκδηλώσεις (π.χ. μααραθώνιος)			

Οι πολιτιστικές επισκέψεις μπορούν να γίνουν ελκυστικότερες με την αξιοποίηση **σύγχρονων τεχνολογιών**

Εφαρμογές αστικών οδηγών	Εφαρμογές οδηγών μουσείων	Εφαρμογές οδηγών αρχαιολογικών χώρων
Κύρια χαρακτηριστικά: ευέλικτες περιηγήσεις, σημεία ενδιαφέροντος, πληροφορίες για αγορές, εστιατόρια, ξενοδοχεία, δρώμενα, κλπ..	Κύρια χαρακτηριστικά: Περιηγήσεις, δημοφιλή εκθέματα, χάρτες της τοποθεσίας, νέα του μουσείου, πληροφορίες (π.χ. WC)	Κύρια χαρακτηριστικά: δυνατότητα αναπαράστασης του χώρου όπως ήταν στην αρχαιότητα, επιπλέον χαρακτηριστικά αντίστοιχα με τους οδηγούς μουσείων
Παραδείγματα: Όλες οι σημαντικές πόλεις	Παραδείγματα: MoMA, Μουσείο εθνικής Ιστορίας (Νέα Υόρκη)	Παραδείγματα: i-MiBAC (Ρώμη)

Πηγή: SETE-Report/ Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021: Οδικός Χάρτης Υλοποίησης

Όσον αφορά το **Ναυτικό τουρισμό**, η έμφαση δίνεται στην ανάπτυξη της κρουαζιέρας και τη προσέλκυση επισκεπτών με λιμάνι επιβίβασης στην Ελλάδα. Η ενδυνάμωση της κρουαζιέρας γίνεται με την προσθήκη παρεχόμενων υπηρεσιών όπως εκδρομές σε παράκτιους προορισμούς (π.χ. αστικές περιοχές κοντά στα λιμάνια εκκίνησης). Κρίνεται απαραίτητη η δημιουργία νέων και η ενίσχυση των υφιστάμενων δρομολογίων στην Ανατολική Μεσόγειο και το Αιγαίο ενώ η δημιουργία ενός αποκλειστικού τερματικού σταθμού για κρουαζιερόπλοια στο λιμάνι του Πειραιά, είναι κρίσιμης σημασίας. Φυσικά και άλλοι προορισμοί όπως η Θεσσαλονίκη ή το Ηράκλειο θα πρέπει να αναπτυχθούν με στόχο τον θεματικό και τον θρησκευτικό τουρισμό. Ο τουρισμός αυτός συνδυάζεται και με τον τουρισμό πόλης. Η αναβάθμιση λοιπόν των σχετικών υπο δομών αποτελεί προϋπόθεση επιτυχίας για τον ναυτικό τουρισμό.

Τέλος, ο ΣΕΤΕ μιλά για τον **Ιατρικό τουρισμό** και ζητά να προβληθούν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας σε συγκεκριμένες ιατρικές επεμβάσεις (π.χ. η τιμή ή το ρυθμιστικό πλαίσιο για τη θεραπεία της γονιμότητας κ.ο.κ.). Η προσέγγιση εδώ αφορά το μοντέλο b2b (businesstobusiness) - η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει ηλεκτρονικές εμπορικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (συνήθως χονδρικό εμπόριο) που δραστηριοποιούνται στο χώρο του Internet.

5. Πολιτιστική Ανάπτυξη

Όπως αναλύσαμε και στην προηγούμενη ενότητα, για να λειτουργήσει το μοντέλο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, θα πρέπει αυτό να βασίζεται στην ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, στον εμπλουτισμό και τη διαφοροποίησή του και στην ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εξ' ορισμού συνάδουν με το μοντέλο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθόσον είναι δραστηριότητες που δε λαμβάνουν εντατική μορφή και είναι κατεξοχήν περιβαλλοντικά φιλικές. Στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού συμπεριλαμβάνονται ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο χιονοδρομικός, ο ορεινός, ο θρησκευτικός, ο αστικός, ο συνεδριακός, ο ιαματικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο τουρισμός κινήτρων, ο τουρισμός μεγάλων γεγονότων, ο εκθεσιακός, ο θαλάσσιος, ο τουρισμός κρουαζιέρας, ο κοινωνικός τουρισμός, ο τουρισμός τρίτης ηλικίας, ο τουρισμός θεματικών πάρκων, ο τουρισμός

γκολφ κ.ά²⁸. Ίσως ξεχωρίζει ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οποίος, όπως θα δούμε και παρακάτω, συνδέεται και με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Στην Ελληνική πραγματικότητα, και μέχρι το 1950, ο πολιτιστικός τουρισμός στην Ελλάδα αποτελούσε την κύρια τουριστική δραστηριότητα στα πλαίσια της οποίας ο πολιτιστικός τουρίστας μπορούσε να αναπτύξει παράλληλες τουριστικές δραστηριότητες άλλων μορφών τουρισμού²⁹. Δυστυχώς σήμερα, έχει επικρατήσει να συμβαίνει το αντίθετο: η πολιτιστική δραστηριότητα είναι συνήθως δευτερεύουσα και αναπτύσσεται στα πλαίσια των κύριων δραστηριοτήτων που βασίζονται στο δίπολο «θάλασσα - ήλιος». Το ίδιο συμβαίνει και σε άλλες χώρες, αν και σε αρκετές περιπτώσεις χωρών, η επικρατούσα μορφή τουρισμού εξακολουθεί να είναι ο πολιτιστικός τουρισμός.

Ο πολιτισμικός τουρισμός αποτελεί, όπως ήδη είδαμε, μια από τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, έχει σαν κύρια δραστηριότητα την επαφή του επισκέπτη με τα ήθη και έθιμα της περιοχής, την τοπική γαστρονομία, τη συμμετοχή σε ή την παρακολούθηση διαφόρων πολιτιστικών εκδηλώσεων, επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και γνωριμία με την ιστορία και γενικότερα με τους πολιτιστικούς πόρους του τόπου υποδοχής.

Ως ενότητα, οι πολιτιστικοί πόροι καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα χαρακτηριστικών που εκτείνεται από τον τρόπο ζωής του παρελθόντος και του παρόντος, τις νοοτροπίες και τα κοινωνικά χαρακτηριστικά, ενώ περιλαμβάνουν ακόμη και στοιχεία της ιστορίας του τόπου (π.χ. αρχαία μνημεία και ερείπια, κάστρα, φρούρια και ιστορικές οικίες), στοιχεία βασισμένα σε ιστορικά γεγονότα και σε ιστορικά αντικείμενα (π.χ. μουσεία, περιοχές ιστορικής κληρονομιάς), αλλά και κατασκευές (κτήρια, οικήματα) σε ιστορικές πόλεις και κωμοπόλεις. Ιδιαίτερα για τον ευρωπαϊκό χώρο, το αστικό περιβάλλον και η αρχιτεκτονική των πόλεων, αποτελεί ένα σημαντικό πλεονέκτημα για τον προορισμό. Η πεποίθηση αυτή δεν περιορίζεται άλλωστε στο αστικό περιβάλλον αλλά εκτείνεται και στα φυσικά τοπία της επαρχίας, όπου κι εκεί η ποιότητα των κτισμάτων αποτελεί σημαντικό πολιτιστικό και τουριστικό στοιχείο.

²⁸ Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων - Γενική Γραμματεία δια βίου μάθησης (2013) «Επιχειρηματικότητα και Τουριστική Πολιτιστική Ανάπτυξη» <http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.3.pdf>

²⁹ Σφακιανάκης, Μ. (2000) «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Εκδόσεις Έλλην

Οι πολιτιστικοί πόροι αντανακλούν τις βασικές πτυχές της κοινωνίας και τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι από διαφορετικές περιοχές και με διαφορετική εθνότητα ζουν, εργάζονται και διασκεδάζουν, ενώ περιλαμβάνουν και τις θρησκευτικές δοξασίες και πεποιθήσεις, τα στοιχεία της εθνικότητας, άλλες όψεις του τρόπου ζωής ενός ιδιαίτερου πολιτισμού των ντόπιων κατοίκων, τα σπουδαία γεγονότα, τις τοποθεσίες όπου εξελίχθηκαν σημαντικά κοινωνικά γεγονότα (π.χ. γύρισμα διάσημων κινηματογραφικών ταινιών ή τηλεοπτικών σειρών). Τα περισσότερα στοιχεία τούτης της κατηγορίας, όπως και οι φυσικοί πόροι που έχουν προαναφερθεί, αποτελούν τουριστικό πόρο, παρόλο που η αρχική λειτουργία τους και ο αρχικός σκοπός τους ήταν άλλος³⁰.

Όσον αφορά τη διάκρισή τους, οι πολιτιστικοί χώροι χωρίζονται σε «θρησκευτικούς», «κληρονομιάς» και λοιπούς. Στους θρησκευτικούς πολιτιστικούς χώρους, συγκαταλέγονται χριστιανικοί ναοί, μουσουλμανικά τεμένη, βουδιστικοί ναοί και συναγωγές. Παρεκκλήσια, τάφοι, βωμοί και προσκυνηματικοί τόποι, επίσης εντάσσονται στην κατηγορία αυτή. Όσον αφορά τους χώρους κληρονομιάς, εμπίπτουν τα κάστρα, τα οχυρά, τα ιστορικά κτίρια και οικίες, όπως και οι τόποι γέννησης και διαβίωσης διασήμων, ιστορικές τοποθεσίες, αγροικίες, αρχοντικά, γραφικά χωριά και πόλεις, τόποι λαϊκών παραδόσεων, αρχαιολογικά, λαογραφικά, εθνογραφικά μουσεία καθώς και μουσεία μοντέρνας τέχνης, φυσικά και τεχνολογικά μνημεία, αρχαιολογικοί τόποι, ερείπια παλαιών εποχών, διατηρητέα κτίρια, τόποι που έγιναν μάχες, αρχαίες οδοί και μονοπάτια. Τέλος, στους λοιπούς πολιτιστικούς χώρους και αγαθά, εντάσσονται οι λαϊκές τοπικές παραδόσεις ενός τόπου, οι ντόπιες φορεσιές, η γαστρονομία, η μουσική, η εργασία, η χειροτεχνία κ.ο.κ. Στη σύγχρονη εποχή, ως πολιτιστικοί χώροι, λογίζονται και οι τοποθεσίες γυρισμάτων κινηματογραφικών ταινιών – σειρών και οι κατοικίες διασήμων εν ζωή.

Από την παραπάνω καταλογογράφηση, εύκολα συνάγουμε πως η Ελλάδα διαθέτει αφθονία πολιτιστικών τόπων επίσκεψης και πως ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να αναδειχθεί σε κύριο άξονα της τουριστικής πολιτικής της χώρας, με φανερά ιστορικό πλεονέκτημα.

³⁰ **Καραγιάννης, Σ. & Ξεάρχος, Γ.** (2006) «Τουριστική ανάπτυξη» Κοινωνική ευθύνη και στοχασμοί, Εκδόσεις Δίαυλος

Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού, ο Σφακιανάκης³¹ συντάσσει την παρακάτω συνοπτική λίστα:

- Λαμβάνεται ως μορφωτικός τουρισμός, γιατί μέσω της τουριστικής - πολιτιστικής δραστηριότητας οι τουρίστες μαθαίνουν τον πολιτισμό του τουριστικού προορισμού.
- Συνδέεται με τις έννοιες της πολιτιστικής κληρονομιάς και του πολιτιστικού πλούτου του τουριστικού προορισμού, τα συστατικά στοιχεία των οποίων χρησιμοποιεί ως τουριστικά προϊόντα.
- Συντελεί στην προβολή των χαρακτηριστικών του πολιτισμού του τουριστικού προορισμού και προκαλεί την ανάπτυξη, αναβίωση και προστασία των πολιτιστικών στοιχείων από τα οποία κι αυτός εξαρτάται.
- Αναπτύσσεται παράλληλα με άλλες μορφές τουρισμού.
- Θεωρείται φιλική προς το περιβάλλον μορφή τουρισμού, αφού απαραίτητη προϋπόθεση ανάπτυξής του είναι η προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, προστασία που αυτή καθεαυτή θεωρείται πολιτιστική ενέργεια.
- Προϋπόθεση ανάπτυξής του είναι η ευαισθητοποίηση του τοπικού πληθυσμού και των τουριστικών φορέων και η εκπαίδευσή τους στον κανονικό τρόπο διαχείρισης και προστασίας του πολιτιστικού πλούτου και τη διάθεση των πολιτιστικών προϊόντων.

ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ: ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ

6. Συνέπειες Διεθνών Εξελίξεων

Όπως είναι αναμενόμενο, οι διεθνείς εξελίξεις στην περιοχή της Μεσογείου αλλά και ευρύτερα, επηρεάζουν την ποιότητα αλλά και την ποσότητα των τουριστικών ροών στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, μπορούμε να πούμε πως δυσμενείς εξελίξεις, όπως για παράδειγμα το ενδεχόμενο ενός Grexit ή η επιβολή περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων (capital controls) λόγω της διεθνούς οικονομικής κρίσης, μεταλλάσσουν τον χαρακτήρα του τουριστικού προϊόντος μέσω της

³¹ Σφακιανάκης, Μ. (2000) «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Εκδόσεις Έλλην

μεταβολής της αντίληψης που έχουν για τη χώρα μας, οι λαοί του εξωτερικού - δυνητικοί τουρίστες.

Εάν σε αυτά, έρθουν να προστεθούν και οι μεταναστευτικές ροές που περνούν κυρίως από τη χώρα μας, με στόχο τη λοιπή Ευρώπη, τη συγκέντρωσή τους στα ελληνικά νησιά και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι ίδιοι οι νησιώτες, τότε μπορούμε να αντιληφθούμε το μέγεθος της επιρροής που μπορεί να έχει το κακό αυτό «branding» για τη χώρα μας και την επακόλουθη τουριστική της κινητικότητα.

Τέλος, μια από τις διεθνείς εξελίξεις που επιλέξαμε να εξετάσουμε στα πλαίσια της παρούσας εργασίας, είναι και τα -δυστυχώς όλο και συχνότερα- τρομοκρατικά χτυπήματα στην περιοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και τη λεκάνη της Μεσογείου (Βόρειος Αφρική και Μέση Ανατολή – Τουρκία). Ο παράγοντας αυτός, λειτουργεί αποσταθεροποιητικά για την περιοχή, ωστόσο υπάρχουν φωνές που υποστηρίζουν πως λόγω των καλών σχέσεων που έχει παραδοσιακά η χώρα μας με τις αραβικές χώρες, και με βάση το γεγονός πως δεν έχει συμβεί «χτύπημα» επι ελληνικού εδάφους, η χώρα μας «ευνοείται» ως «ασφαλής / ασφαλέστερος» προορισμός σε σχέση πάντα με τις γειτονικές - ανταγωνίστριες χώρες που προσφέρουν παρόμοιο τουριστικό προϊόν, όπως για παράδειγμα η Τουρκία.

Επιλέξαμε να αναλύσουμε μόνο τους τρεις αυτούς παράγοντες στα πλαίσια της παρούσας εργασίας καθώς κρίναμε πως η οικονομία, η τρομοκρατία και το μεταναστευτικό, είναι οι πλέον αντιπροσωπευτικοί παράγοντες σε διεθνές επίπεδο που επηρεάζουν την ελληνική τουριστική κίνηση. Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε φυσικά, πως για την ποιότητα του τουρισμού μας δεν ευθύνονται οι διεθνείς συγκυρίες και μόνο αλλά και όσα ήδη αναφέραμε στο προηγούμενο μέρος της εργασίας μας, σχετικά με τις δομικές ανωμαλίες και υστερήσεις που αντιμετωπίζει ο κλάδος.

6.1 Οικονομική Κρίση - Grexit – Capital Controls

Όσον αφορά λοιπόν, την επιρροή της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό, θα πρέπει να σημειώσουμε πως αρκετό καιρό πριν ακόμα ξεσπάσει η παγκόσμια οικονομική κρίση, ο τουρισμός στην Ελλάδα ήδη φανέρωνε έντονα σημεία παθογένειας που σχετίζονται κυρίως με τα σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα που σταδιακά, έτος με το έτος, σεζόν με τη σεζόν, τον οδηγούσαν σε απώλεια του ανταγωνιστικού του πλεονεκτήματος από άποψη σχέσης αξίας - τιμής

(value for money), συγκριτικά με τους νέους ανταγωνιστές στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου που, για το ίδιο μαζικό παραθεριστικό (και, κατά συνέπεια, εποχικό) τουριστικό προϊόν, έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος παραγωγής και πολύ χαμηλότερη τιμή³².

Στα συμπτώματα αυτής της παθογένειας, σύμφωνα με τους Σολκίδη και Ζιμπίδου (2009), οι ειδικοί εντοπίζουν τη συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, τη μείωση της διαπραγματευτικής μας ικανότητας - που εκδηλώνεται με φαινόμενα όπως οι στάσιμες ή μειούμενες τιμές - την αυξανόμενη τάση για συμβόλαια 'all inclusive', αλλά και τη σταθερή υποβάθμιση του οικονομικού και κοινωνικού προφίλ του μέσου τουρίστα.

Τα παραπάνω γίνονται ακόμη πιο φανερά, αν εξετάσουμε τη συμπεριφορά τόσο των αναπτυγμένων παραδοσιακών χώρων προέλευσης του ελληνικού τουρισμού, όπως είναι οι Γερμανοί και οι Βρετανοί που αποτελούν το ήμισυ περίπου των τουριστικών μας αφίξεων. Οι τουρίστες αυτοί, όπως και αυτοί που προέρχονται από αναδύμενες αγορές, αντιμετωπίζουν την οικονομική κρίση με επίκεντρό της τη διαρκώς διογκούμενη ανεργία και τη συρρίκνωση των εισοδημάτων τους που οδηγεί σε μία επακόλουθη μείωση της τάσης για μετακινήσεις και ταξίδια και κυρίως στο συνολικό budget που ξοδεύει κάποιος στις διακοπές του.

Αντιστρόφως ανάλογα, όσο η κρίση βαθαίνει, ο δείκτης ανασφάλειας και αβεβαιότητας των κατοίκων των χωρών που μαστίζονται από την κρίση, ανεβαίνει, έχοντας ως αποτέλεσμα μεγαλύτερη στασιμότητα και λιγότερα σχέδια για διακοπές και ταξίδια. Ένα ακόμη πρόβλημα που έρχεται να προστεθεί είναι η υποτίμηση των νομισμάτων πολλών από τις χώρες-μέλη της Ε.Ε., εκτός Ευρωζώνης καθώς και των ανταγωνιστών της Ελλάδας στην Ανατολική Μεσόγειο που καθιστά ακριβό το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας για τους πελάτες απ' αυτές τις χώρες και φθηνότερο το προϊόν των ανταγωνιστών. Είναι γνωστό πως αρκετοί τουριστικοί πράκτορες από τις χώρες αυτές, βλέπουν το ευρώ ως σκληρό (ακριβό) νόμισμα αδυνατώντας να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους (Σολκίδη και Ζιμπίδου, 2009).

Για να επεκταθούμε στα όσα ήδη αποσπασματικά αναφέραμε παραπάνω, η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών αποτελεί ένα μέγεθος που παρουσιάζει εξαιρετικά μεγάλη εισοδηματική ελαστικότητα. Σήμερα, και εν μέσω κρίσης, οι δαπάνες για τουριστικές υπηρεσίες δεν αποτελούν πια την πρώτη προτεραιότητα διάθεσης του εισοδήματος του καταναλωτή. Ο τουρισμός, έτσι,

³² Σολκίδης, Α. - Ζιμπίδου, Ι.(2009) «Η Οικονομική Κρίση στον Τουρισμό» ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης, Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης, Θεσσαλονίκη

καταβαραθρώνεται και εμπλέκεται στη δίνη της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, ειδικά στις περιοχές όπου ο στόχος είναι να προσελκύσουν τουρίστες χαμηλού εισοδήματος. Για παράδειγμα, η Ελλάδα, σίγουρα πλήττεται περισσότερο από ότι οι Κάννες, σε τέτοιες περιπτώσεις, καθώς το target group τους με εισοδηματικά κριτήρια είναι πολύ διαφορετικό και η κρίση έχει χτυπήσει διεθνώς κατά κόρον τα μικρά - μεσαία στρώματα.

Η οικονομική κρίση γενικότερα, φέρνοντας μαζί της τη διαρκώς αυξανόμενη ανεργία, έχει αποσταθεροποιήσει την έννοια της ασφαλούς διαβίωσης για μια μεγάλη μερίδα πολιτών που υπό άλλες συνθήκες, εκτός κρίσης, θα αποτελούσαν το target group του τουρισμού. Σε αυτούς, έρχονται να προστεθούν οι «προνοητικοί», όσοι δηλαδή εξαιτίας του φόβου της οικονομικής κρίσης αποταμιεύουν το εισόδημα τους για ώρα έκτακτης ανάγκης, αποφεύγοντας φυσικά τον τουρισμό. Δυστυχώς, οι ομάδες αυτές αποτελούν πλέον την πλειοψηφία του τουριστικού κοινού για την Ελλάδα.

Συχνά ακούμε πως η κρίση γεννά ευκαιρίες και ίσως να συνέβαινε κάτι τέτοιο και στην περίπτωση του τουρισμού. Σίγουρα ένας προορισμός που θα προσέλκυε πελάτες με μηδαμινό εισόδημα, να εκτοξευόταν στην κορυφή των τουριστικών προτιμήσεων. Μια τέτοια συνθήκη όμως δεν είναι δυνατόν να συμβεί στο ισχύον σύστημα. Βλέπουμε έτσι πως με βάση τις τρέχουσες κοινωνικές και οικονομικές εξελίξεις, η διεθνής κρίση επηρεάζει σημαντικά τον τουρισμό και πως οι επιπτώσεις της, έχουν ήδη γίνει εμφανείς. Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο³³, αυτό φαίνεται και από την ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού, καθώς περιορίστηκαν τα ταξίδια σε μακρινούς προορισμούς και υπερίσχυσαν τα μεσαίας και μικρής απόστασης ταξίδια στις προτιμήσεις των εγχώριων τουριστών.

Ιστορικά, θα πρέπει να πούμε πως η οικονομική κρίση που βιώνει η Ελλάδα, ως κλάσμα μιας ευρύτερης - παγκόσμιας κρίσης, ξεκίνησε το δεύτερο εξάμηνο του 2007 με αφετηρία τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, από όπου και προωθήθηκε - επεκτάθηκε σε ολόκληρο τον κόσμο. Στις αγορές χρήματος της Αμερικής, η πτώση των αξιών των κατοικιών κι η δυσκολία αποπληρωμής των δανείων, ήταν ο λόγος της μείωσης των τιμών στον κτηματομεσιτικό κλάδο ώστε να

³³ Βαρβαρέσος, Σ. (2012) «Η κρίση του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση» Ημερίδα: Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός, ΤΕΙ Αθήνας, Τμήμα: Τουριστικών Επιχειρήσεων

δημιουργηθεί το πρόβλημα της ρευστότητας στις τράπεζες, οι οποίες κατά συνέπεια αναγκάστηκαν να στραφούν σε εκτεταμένο δανεισμό από τις αγορές χρήματος.

Στις αρχές του 2008 το πρόβλημα στον χρηματοπιστωτικό κλάδο είχε πλέον διογκωθεί και σημαντικοί κλάδοι της οικονομίας, όπως ο τραπεζικός, ο κατασκευαστικός και του εμπορίου, είχαν πληγεί. Οι κυριότερες συνέπειες στην αγορά ήταν το σοβαρό και γενικευμένο πρόβλημα ρευστότητας, η ραγδαία αύξηση της ανεργίας και η πτώση της ιδιωτικής κατανάλωσης. Δεν υπήρχε πλέον εμπιστοσύνη στις αγορές και το ποτήρι “ξεχείλισε” με το κλείσιμο της Lehman Brothers, μιας εκ των 5 μεγαλύτερων επενδυτικών τραπεζών παγκοσμίως. Συνέπεια του προβλήματος της ρευστότητας και της απώλειας της εμπιστοσύνης προς το τραπεζικό σύστημα ήταν να μην υπάρχουν γραμμές χρηματοδότησης, γεγονός που οδήγησε και σε άλλες πτωχεύσεις άλλων τραπεζών, κυρίως στις Η.Π.Α. αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Το “ντόμινο” των εξελίξεων στην παγκόσμια αγορά δεν ήταν δυνατόν να μην επηρεάσει την οικονομία της Ελλάδας. Σύμφωνα με την εκτεταμένη ανάλυση που πραγματοποίησε ο Δημήτρης Στράντζαλης³⁴, οι διεθνείς οικονομικές αναταραχές αρχικά επηρέασαν ήπια το χρηματοπιστωτικό κλάδο της Ελλάδας, διότι το σύστημα λειτουργούσε με εσωστρέφεια κάτι που σημαίνει ότι οι Ελληνικές τράπεζες δεν ήταν αρκετά εκτεθειμένες σε τοξικά προϊόντα και εξωτερικό δανεισμό. Συνέπεια των διεθνών εξελίξεων ήταν να αυξηθεί το κόστος του χρήματος στην Ευρώπη αλλά και στην παγκόσμια αγορά, γεγονός το οποίο δεν μπορούσε να μην επηρεάσει την Ελλάδα. Το κόστος δανεισμού των εταιρειών από τις τράπεζες αυξήθηκε, με αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους των δανειακών υποχρεώσεων των εταιριών και τη μείωση των διαθεσίμων τους.

Όσον αφορά τη σχέση του τουρισμού με την οικονομία μιας χώρας, έχουμε ήδη πει πόσο σημαντική είναι, ειδικά όταν η χώρα αυτή έχει ανεπτυγμένη την τουριστική της δραστηριότητα. Είναι γνωστό, ότι μέσω του τουρισμού, δημιουργούνται σημαντικές επενδύσεις κεφαλαίων στα έργα τουριστικής ανάπτυξης (λιμάνια, δρόμοι, αξιοποίηση φυσικών πόρων κ.τ.λ.), οι οποίες επενδύσεις με τη σειρά τους αναπτύσσουν γενικότερα την οικονομία της χώρας και δημιουργούν επιπλέον θέσεις εργασίας. Εκτός του έμμεσου όμως τρόπου μέσω των επενδύσεων, ο τουριστικός

³⁴ Στράντζαλης, Δ. (2010) «Η Παγκόσμια Χρηματοοικονομική Κρίση και η Επίδρασή της στις Ελληνικές Τράπεζες» Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής

τομέας προσφέρει άμεσα και πολύ σημαντικά έσοδα στην οικονομία της χώρας. Οι εισροές από τον τουρισμό ετησίως αποτελούν μεγάλο κομμάτι των συνολικών εισροών μια οικονομίας.

Ιστορικά, ο διεθνής τουρισμός, αφού διένυσε διάφορα στάδια εξέλιξης μέχρι σήμερα, μετά και τον εκδημοκρατισμό και τη μαζικοποίησή του, έφτασε να αντιπροσωπεύει σήμερα μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα για την ανάπτυξη πολλών χωρών. Ήδη από τη δεκαετία του '70, ειδήμονες της παγκόσμιας τράπεζας εκτιμούσαν ότι: *“ο τουρισμός αντιπροσωπεύει για τις χώρες που βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης πραγματική κινητήριο δύναμη για να αναπτυχθούν, όπως υπήρξε η βιομηχανία στην Ευρώπη το 19ο αιώνα”* (Davis, 1966). Η κύρια λοιπόν επίπτωση μιας τουριστικής σεζόν με θετικό πρόσημο, συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας και άρα βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της. Αντίθετα, η μείωση της τουριστικής κίνησης και ποιότητας, οδηγεί σε ύφεση. Σε συνδυασμό με την κρίση που αναλύσαμε προηγούμενα, ερχόμαστε στο Ελληνικό παράδειγμα.

Ο λόγος που οι συνέπειες της κρίσης, έγιναν πιο έντονες στην Ελλάδα, οφείλονταν κυρίως στο ότι η Ελλάδα παραμελούσε επί έτη να αντιμετωπίσει το δημοσιονομικό έλλειμμα (έσοδα - έξοδα) και το εμπορικό έλλειμμα (εξαγωγές - εισαγωγές) του κράτους. Αφενός, το δημοσιονομικό προήλθε από τα μειωμένα έσοδα, εξαιτίας της φοροδιαφυγής, της φοροκλοπής (δε δίνουν αποδείξεις, ενώ εισπράττουν τον ΦΠΑ) και της παραοικονομίας - παραεμπορίου (λαθρεμπόριο καυσίμων, τσιγάρων και μικροπωλητές) αλλά και λόγω των αυξημένων εξόδων του κράτους (μεγάλος αριθμός δημοσίων υπαλλήλων, διαφθορά, εξοπλιστικά προγράμματα, προμήθειες, υπερκοστολόγηση δημοσίων έργων, τόκους δημοσίου χρέους, τεράστιες αμυντικές δαπάνες). Αφετέρου, το εμπορικό έλλειμμα αντικατοπτρίζει την ελληνική πραγματικότητα, πως δηλαδή η χώρα δεν παράγει βιομηχανικά προϊόντα, φάρμακα, τρόφιμα, πετρέλαιο, φυσικό αέριο, και άρα είναι αναγκασμένη να τα εισάγει³⁵.

Στα μόνιμα προβλήματα που αντιμετωπίζει η χώρα μας, ειδικά για τον κλάδο του τουρισμού, έρχονται να προστεθούν και τα υπάρχοντα διαρθρωτικά προβλήματα που αφορούν αποκλειστικά τον τομέα αυτό, και τα οποία επηρέαζαν την ανταγωνιστικότητά της με τις γειτονικές χώρες.

³⁵ Διαδικτυακός τόπος Wikipedia, λήμμα «Φοροδιαφυγή» <http://el.wikipedia.org/wiki/Φοροδιαφυγή> τελ. πρόσβαση 01/09/2016

Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο³⁶ οι γειτονικές χώρες πρόσφεραν τουριστικές υπηρεσίες σε πολύ χαμηλότερο κόστος από ότι η Ελλάδα, καθιστώντας το τουριστικό τους προϊόν πιο ελκυστικό.

Εν κατακλείδι, από τη μία η οικονομική κρίση και από την άλλη η συνεχής μείωση της ανταγωνιστικότητάς μας, κατάφεραν να φέρουν σε εξαιρετικά δυσχερή θέση τον πυλώνα της ελληνικής οικονομίας, τον τουρισμό. Όπως ήταν αναμενόμενο, όσο οι διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα μειωνότουσαν, τόσο οι (ακόμη και εποχικές) θέσεις εργασίας περικόπτονταν στον τουριστικό και ιδιαίτερα τον ξενοδοχειακό κλάδο. Ο φαύλος αυτός κύκλος επιφέρει δε πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα καθώς μια μείωση στον τουρισμό, οδηγεί σε αρνητικά αποτελέσματα και τους λοιπούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας που εμπλέκονται στην τουριστική παραγωγική διαδικασία.

Σε γενικές γραμμές, και σύμφωνα με τα στοιχεία του Βαρβαρέσου³⁷, οι πέντε Ευρωπαϊκές χώρες που αντιπροσωπεύουν όλες μαζί πάνω από το 50% των διεθνών τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα (δηλαδή Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Η.Π.Α, Ιταλία, Γαλλία) αναμένεται να εμφανίζουν αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Όσον αφορά τον εσωτερικό τουρισμό, από τη μία βλέπουμε την τάση του να μην επιλέγουν οι πληγέντες από την κρίση Έλληνες μακρινούς προορισμούς και άρα να περιορίζονται εντός της ελληνικής επικράτειας, από την άλλη, έχει αποδειχθεί ότι σε περιόδους ύφεσης τα τουριστικά αγαθά υποκαθίστανται ως αγαθά πολυτελείας και άρα οι διακοπές περιορίζονται σε έκταση και σε budget.

Σε κάθε περίπτωση και όπως αναφέραμε και νωρίτερα στη μελέτη μας, δεν πρέπει να αγνοούμε πως το ελληνικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης έχει εισέλθει σε φάση κρίσης από την δεκαετία του 1990. Οι διεθνείς εξελίξεις και κυρίως η οικονομική κρίση, δε θα πρέπει να χρησιμοποιείται ως δικαιολογία για τη μη βελτίωση των δομικών λειτουργιών του τουριστικού μας συστήματος. Αντίθετα, είναι πιθανόν, μία σειρά από στρεβλώσεις που χαρακτηρίζουν την κρίση του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης της χώρας, να γίνουν εντονότερες με την εξάπλωση της διεθνούς οικονομικής κρίσης και άρα έχουμε έναν ακόμη λόγο να εντείνουμε ως χώρα, τις προσπάθειες για τη βελτίωση του συστήματος (Βαρβαρέσος, 2012).

³⁶ Βαρβαρέσος, Σ. (2012) «Η κρίση του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση» Ημερίδα: Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός, ΤΕΙ Αθήνας, Τμήμα: Τουριστικών Επιχειρήσεων

³⁷ Βαρβαρέσος, Σ. (2012) «Η κρίση του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση» Ημερίδα: Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός, ΤΕΙ Αθήνας, Τμήμα: Τουριστικών Επιχειρήσεων

Συνοπτικά, επανερχόμενοι σε προγενέστερα συμπεράσματά μας, μπορούμε να πούμε πως σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο³⁸, από την αύξηση της τουριστικής κίνησης άμεσα επηρεάζονται ο τομέας των διεθνών συναλλαγών, αυτός της κατανάλωσης, των παραγωγικών δραστηριοτήτων, καθώς και ο τομέας της απασχόλησης.

Στις περισσότερες «έμμεσες» επιπτώσεις, από την άλλη, μπορούμε να συνοψίσουμε τα παράγωγα αποτελέσματα της τουριστικής ζήτησης και του πολλαπλασιαστή τους, όπου σύμφωνα με τη μελέτη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού που προαναφέραμε και στο Μέρος Α' της παρούσας εργασίας, οι επιπτώσεις του τουρισμού στο σύνολο μιας εθνικής οικονομίας εκτιμώνται από το βαθμό συμμετοχής της συγκεκριμένης δραστηριότητας στους οικονομικούς της στόχους, δηλαδή τη συμβολή της στην οικονομική ανάπτυξη, τη σταθερότητα των τιμών, την ισορροπία του εμπορικού ισοζυγίου, τη δίκαιη και ισόρροπη κατανομή του εθνικού εισοδήματος, την πλήρη απασχόληση.

Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης όμως στην τουριστική βιομηχανία, δεν ήταν η ίδια, ούτε είχε την ίδια ένταση σε όλες τις περιοχές. Πιο συγκεκριμένα, θα ανατρέξουμε στην μελέτη των Καρουλιά, Γάκη και Λαγός³⁹ για να εξηγήσουμε με νούμερα τι συνέβη στα Ιόνια νησιά, το Νότιο Αιγαίο και την Κρήτη.

Είναι αλήθεια πως ο κλάδος του τουρισμού, ήταν από τους τελευταίους που επλήγησαν από την παγκόσμια ύφεση, σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού. Ο διεθνής τουρισμός άρχισε να μειώνεται στο τέλος του 2008 και η ύφεση έπληξε κυρίως τις τουριστικές περιφέρειες της Ελλάδας αλλά και διεθνώς, με μείωση των τουριστικών αφίξεων και διανυκτερεύσεων, αλλά και με μείωση των χρημάτων που καταναλώνονταν στις τουριστικές περιοχές από τους επισκέπτες τους.

³⁸ Βαρβαρέσος, Σ. (1997), «Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις» Αθήνα, Εκδόσεις Προπομπός

³⁹ Καρουλιά, Στ., Γάκη, Ε., Λαγός, Δ. (2013) «Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό: μια συγκριτική μελέτη» Διαθέσιμο στο: http://grsa.prd.uth.gr/conf2013/52_karoulia_etal_ersagr13.pdf [πρόσβαση στις 30/09/2016]

Οι Καρουλιά, Γάκη και Λαγός (2013) λοιπόν, πραγματοποίησαν έρευνα προκειμένου να εξεταστεί η διαφορετική επίδραση της κρίσης σε κάθε μία από τις νησιωτικές περιφέρειες, δηλαδή τα Ιόνια Νησιά, το Βόρειο και το Νότιο Αιγαίο και την Κρήτη όσον αφορά τον τουρισμό σε σχέση με το Α.Ε.Π. Κατόπιν, εστίασαν στις ανισότητες των υπό εξέταση περιφερειών έτσι ώστε να διαπιστώσουν αν υπάρχει μία σύγκλιση των περιφερειών λόγω της κρίσης ή όχι και τέλος, εξέτασαν τον βαθμό ανθεκτικότητας που επιδεικνύει η κάθε μία από αυτές τις τέσσερις περιφέρειες όσον αφορά τον τουρισμό.

Ειδικότερα, προκειμένου να διαπιστώσουν αν οι 4 περιφέρειες που χρησιμοποιούνται στην έρευνά τους είναι ανθεκτικές στην επίδραση της κρίσης στον τουρισμό χρησιμοποίησαν τέσσερις δείκτες:

1. τον αριθμό των αφίξεων
2. τον αριθμό των διανυκτερεύσεων
3. τον αριθμό των καταλυμάτων, και
4. το Α.Ε.Π. (Καρουλιά και λοιποί, 2013).

Οι τρεις πρώτοι δείκτες σχετίζονται με τον τουρισμό άμεσα αφού δίνουν στοιχεία αποκλειστικά και μόνο για τον συγκεκριμένο κλάδο. Ο τελευταίος δείκτης που χρησιμοποιείται είναι το ΑΕΠ. Αυτός ο δείκτης δείχνει κάποια στοιχεία για τον τουρισμό έμμεσα αφού η κύρια πηγή εσόδων για τις συγκεκριμένες περιφέρειες είναι ο τουρισμός. Προκειμένου να καλυφθούν οι στόχοι της έρευνας που ετέθησαν παραπάνω και να επεξεργαστούνε τα δεδομένα που συλλέχτηκαν χρησιμοποίησαν το στατιστικό πακέτο SPSS 19 (Statistical Package for the Social Sciences).

Ειδικότερα χρησιμοποίησαν τα εξής:

- Διαγράμματα, τα οποία παρουσιάζουν τους δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν στην αρχή της κρίσης (2009 για την Ελλάδα) έως και το 2011 και σε ορισμένες περιπτώσεις λόγω έλλειψης στοιχείων το 2010.
- Περιγραφικά στοιχεία, τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για να υπολογιστούν η διακύμανση, ο συντελεστής μεταβλητότητας καθώς και η μέση τιμή των δεικτών ανά περιφέρεια.

Έχοντας αναλύσει το θεωρητικό πλαίσιο και εφαρμόζοντάς το στην περίπτωση των Ιονίων Νήσων, του Βορείου και Νοτίου Αιγαίου και της Κρήτης, οι ερευνητές προέβησαν σε ορισμένα συμπεράσματα, τα οποία απαντούν στα αρχικά τους ερωτήματα⁴⁰. Ο αρχικός τους στόχος ήταν να εξετάσουν το βαθμό επίδρασης της οικονομικής κρίσης σε κάθε περιφέρεια. Χρησιμοποιώντας τους τέσσερις δείκτες που προαναφέραμε, τους τρεις που έχουν να κάνουν αποκλειστικά με τον τουρισμό και το Α.Ε.Π., εντόπισαν τις μεταβολές που υπέστη η κάθε περιφέρεια λόγω της οικονομικής κρίσης. Παρατήρησαν ότι, αναφορικά με τους τρεις δείκτες (αφίξεις, διανυκτερεύσεις, αριθμός καταλυμάτων) όλες οι περιφέρειες, εξαιρουμένης αυτής του Βορείου Αιγαίου, η οποία επλήγη σοβαρά από την οικονομική κρίση, αναδιαρθρώθηκαν.

Αυτό σημαίνει ότι η κρίση βοήθησε τις νησιωτικές περιφέρειες να διατηρήσουν τις αξιόλογες προσπάθειες από πλευράς δομών και αφάνισε τις μη συνειδητές προσπάθειες που είχαν γίνει γρήγορα και χωρίς οργάνωση. Μιλάμε δηλαδή για ένα ξεκαθάρισμα του τι θα έπρεπε να επιβιώσει και τι όχι. Ειδικότερα, στην περίπτωση του Βόρειου Αιγαίου, η μείωση που παρουσιάστηκε και στους τρεις δείκτες αποδεικνύει την ελλιπή οργάνωση της περιφερειακής πολιτικής ως προς τον τουρισμό και την επιφανειακή λειτουργία του. Όσον αφορά το Α.Ε.Π. και στις τέσσερις περιφέρειες έχουμε μείωση, φανερώνοντας έτσι την πτώση των εσόδων από τον τουριστικό κλάδο είτε λόγω περιορισμού των εξόδων από μέρους των τουριστών είτε λόγω μείωσης των τιμών από μέρους της περιφέρειας.

Σε δεύτερη φάση, οι ερευνητές εξέτασαν τις ανισότητες που διακρίνουν αυτές τις 4 περιφέρειες στο διάστημα 2008-2011 χρησιμοποιώντας τη μεταβολή που επήλθε στους δείκτες και ειδικότερα το συντελεστή μεταβλητότητας που προέκυψε από αυτήν. Παρατήρησαν πως οι ανισότητες μεταξύ των περιφερειών οξύνθηκαν την περίοδο της κρίσης επιβεβαιώνοντας προηγούμενες έρευνες που είχαν διεξαχθεί, όπου καταλήγουν πως σε περιόδους κρίσης οι περιφερειακές ανισότητες οξύνονται, ενώ σε περιόδους ανάπτυξης αμβλύνονται, δηλαδή δεν παρουσιάζουν μία κυκλική συμπεριφορά. Αυτό το συμπέρασμα είναι απολύτως λογικό διότι πρόκειται για νησιωτικές περιφέρειες, όπου οι παράγοντες που τις επηρεάζουν δεν είναι συγκεκριμένοι. Έτσι, η διαφορετική τους θέση στο χάρτη προσφέρει διαφορετικά πλεονεκτήματα σε κάθε μία από αυτές,

⁴⁰ **Καρουλιά, Στ., Γάκη, Ε., Λαγός, Δ.** (2013) «Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό: μια συγκριτική μελέτη» Διαθέσιμο στο: http://grsa.prd.uth.gr/conf2013/52_karoulia_etal_ersagr13.pdf [πρόσβαση στις 30/09/2016]

π.χ. εγγύτητα σε χώρες του εξωτερικού, καλές και ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες κ.α. Επίσης, η ύπαρξη ενός ανεπτυγμένου δικτύου μεταφορών κι επικοινωνίας που κατά συνέπεια σημαίνει και χαμηλό κόστος μετακίνησης καθώς και η συνειδητοποιημένη προσπάθεια ανάπτυξης των τουριστικών υποδομών από μέρους της κάθε περιφέρειας αποτελούν βασικούς παράγοντες που θα επηρεάσουν την επιλογή κάποιου προορισμού κι επομένως θα ευνοήσουν μία περιφέρεια έναντι κάποιας άλλης⁴¹.

Φυσικά, εν μέσω κρίσης, οι αρμόδιες αρχές αμελούν τη διεύθυνση τέτοιου είδους ζητημάτων με αποτέλεσμα να χάνουν βραχυπρόθεσμα χρήματα και μακροπρόθεσμα να υπονομεύουν την βασική πηγή εσόδων τους και ανάπτυξής τους, τον τουρισμό. Στα πλαίσια της συγκεκριμένης μελέτης οι ερευνητές εστίασαν στο βαθμό ανθεκτικότητας που χαρακτηρίζει την κάθε περιφέρεια. Πρέπει να τονιστεί πως δεδομένου του ότι η οικονομική κρίση βρίσκεται ακόμα σε εξέλιξη, επικεντρώθηκαν στα δύο από τα τρία χαρακτηριστικά της περιφερειακής ανθεκτικότητας, δηλαδή στην ικανότητα μιας περιφέρειας να αντέχει στις εξωτερικές πιέσεις και στη δυνατότητά της να ανταποκρίνεται θετικά σ' αυτές τις αλλαγές.

Όπως είναι λογικό, δε μπορεί να γίνει αναφορά στην ικανότητα προσαρμογής, διότι ακόμα οι περιφέρειες δεν έχουν ξεπεράσει την κρίση και επομένως δε μπορεί να ειπωθεί ότι μέσα από όλο αυτό έμαθαν να λειτουργούν σε ένα διαφορετικό περιβάλλον. Με βάση τα στατιστικά που προέκυψαν, διαπιστώθηκε ότι οι περιφέρειες των Ιονίων Νήσων, του Νοτίου Αιγαίου και της Κρήτης είναι ανθεκτικές ως προς τους τρεις δείκτες που αφορούν τον τουρισμό. Αυτό μπορεί να διαπιστωθεί αν κανείς δει ότι παρότι η κρίση έπληξε τον κλάδο του τουρισμού, στην πραγματικότητα αυτές οι τρεις περιφέρειες αναδιοργανώθηκαν και διατήρησαν τα υψηλά τους επίπεδα.

Στον αντίποδα, το Βόρειο Αιγαίο δεν είχε προβλέψει κατάλληλα και η οικονομική κρίση επέδρασε αρνητικά όσον αφορά την τουριστική του ανάπτυξη. Δεν μπόρεσε να αντέξει στις εξωτερικές πιέσεις και να ανταποκριθεί θετικά στις αλλαγές αυτές, όπως δείχνουν οι αρνητικές μεταβολές.

⁴¹ Καρουλιά, Στ., Γάκη, Ε., Λαγός, Δ. (2013) «Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό: μια συγκριτική μελέτη» Διαθέσιμο στο: http://grsa.prd.uth.gr/conf2013/52_karoulia_etal_ersagr13.pdf [πρόσβαση στις 30/09/2016]

Τέλος, όσον αφορά την ανθεκτικότητα των περιφερειών όπως αυτή αποτυπώνεται μέσω του δείκτη του Α.Ε.Π., παρατηρείται ότι όλες υπέστησαν μείωση, με μικρότερη μεταβολή να παρουσιάζει η Κρήτη (-5,3%). Συνεπώς, όλες οι υπό εξέταση περιφέρειες πρέπει να βρουν νέους τρόπους ώστε να μην μειώνονται τα εισοδήματά τους⁴².

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να τονίσουμε πως όποια προσπάθεια να εκτιμηθεί η «ζημία» που επιφέρει η κρίση στον τουρισμό, θα αποβεί μάταιη. Το όριο προς τα επάνω για τις αρνητικές επιπτώσεις είναι δύσκολο να οριστεί καθώς όπως αναφέραμε ήδη, ο τουρισμός επηρεάζει πολλούς κλάδους ταυτόχρονα και διαχέει τις αρνητικές του επιδράσεις στο σύνολο της εγχώριας οικονομίας. Οι όποιες θετικές ή/και αρνητικές εξελίξεις μπορούν να εκληφθούν μόνο ως ενδεικτικές της τάσης και όχι του μεγέθους των επιπτώσεων.

Σκοπός λοιπόν της παρούσας εργασίας είναι να δοθεί μεγαλύτερη βαρύτητα, όχι στην εκτίμηση του μεγέθους της συρρίκνωσης της τουριστικής δραστηριότητας, αλλά στη λήψη των αναγκαίων μέτρων για την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων. Κύριος δρων στο παιχνίδι του τουρισμού, είναι η ψυχολογία. Η όποια οικονομική δραστηριότητα συμβάλλει στην αύξηση της επισκεψιμότητας, οφείλεται βασικά στο ψυχολογικό κλίμα που επικρατεί.

Το κλίμα αυτό επιδεινώθηκε με την έλευση της φημολογίας περί Grexit και την επιβολή περιορισμών στη κίνηση κεφαλαίων εντός της χώρας. Οι τουρίστες βίωσαν την αβεβαιότητα και πολλοί από αυτούς ακύρωσαν διαμονές και πακέτα λόγω του κλίματος ανασφάλειας και αποσταθεροποίησης που τελικά αποδείχθηκε πως ήταν απλώς αποτέλεσμα κακής ψυχολογίας και φημολογιών. Από την άλλη, υπάρχει μία τάση που αποδεικνύει την εγγενή ελαστικότητα του τουριστικού κλάδου. Όταν οι οικονομικές συνθήκες στενεύουν, οι διακοπές μεταπηδούν από το επίπεδο της πολυτελείας σε αυτό της ανάγκης. Ωστόσο, να σημειωθεί πως το μεγαλύτερο μέρος των τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα δεν απευθύνεται σε luxury διαμονές. Δεν μπορούμε να αρνηθούμε φυσικά πως οι επιχειρηματίες του κλάδου, στρέφονται αναγκαστικά σε προσφορές με στόχο τη συγκράτηση του κόστους.

⁴² **Καρουλιά, Στ., Γάκη, Ε., Λαγός, Δ.** (2013) «Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό: μια συγκριτική μελέτη» Διαθέσιμο στο: http://grsa.prd.uth.gr/conf2013/52_karoulia_et_al_ersagr13.pdf [πρόσβαση στις 30/09/2016]

Όπως αναφέραμε και προηγούμενα, οι παραδοσιακές τουριστικές αγορές της Ελλάδας είναι ευρωπαϊκές χώρες που έχουν πληγεί ιδιαίτερα από την κρίση (Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία). Ο στόχος λοιπόν του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ειδικά στη Βόρεια Ελλάδα, αναπροσαρμόστηκε για να επιβιώσει και σήμερα οι ροές στην περιοχή αφορούν περισσότερο στο πρώην ανατολικό μπλόκ, (τέως Σοβιετική Ένωση και Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη), αλλά και στον εσωτερικό τουρισμό. Η αναπροσαρμογή αυτή, αλλάζει πολλά δεδομένα για το προσφερόμενο προϊόν και το επίπεδο διακοπών της νέας αγοράς που δε διαθέτει όμοια χαρακτηριστικά με τις παραδοσιακές.

Στο μέτωπο του εσωτερικού τουρισμού, η θεωρία διδάσκει πως οι επιπτώσεις από τη μείωση του εισοδήματος στην Ελλάδα, θα επιφέρει μείωση και στον εσωτερικό τουρισμό. Σε συνδυασμό με την επιβολή των capital controls στην χώρα μας, τα περιορισμένα κεφάλαια που διακινούνται, μειώνουν όπως είναι φυσικό και την κατανάλωση στον τουριστικό κλάδο. Η τουριστική δαπάνη του εσωτερικού τουρισμού δημιουργεί συγκριτικά πολύ μικρότερη προστιθέμενη αξία, ενώ τα πολλαπλασιαστικά αποτελέσματά της είναι σημαντικά μικρότερα. Θα πρέπει να τονίσουμε πως η αξιοποίηση του εσωτερικού τουρισμού, ακόμη κι αν δεν καλύπτει τις απώλειες του αλλοδαπού τουρισμού, είναι ιδιαίτερα ωφέλιμη καθώς βοηθά κυρίως την περιφέρεια και συνδέεται με την περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας.

Όσον αφορά το πεδίο των τουριστικών εισπράξεων, τις μεγαλύτερες απώλειες τουριστικών εσόδων, μεταξύ των μεσογειακών χωρών, εμφανίζει η Ελλάδα για το έτος κορύφωσης της κρίσης 2009, σύμφωνα με στοιχεία που επεξεργάστηκε το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ).

Ειδικότερα, η χώρα μας παρουσιάζει μείωση εσόδων κατά 18,2%, έχοντας απώλειες αφίξεων (στο τετράμηνο) «μόλις» 7,3%. Αν και η περίοδος εσόδων-αφίξεων δεν είναι ακριβώς η ίδια, η αναντιστοιχία επιβεβαιώνει τις εκτιμήσεις των τουριστικών παραγόντων ότι η ζημιά στα τουριστικά έσοδα θα είναι υψηλότερη (σε ποσοστό) από αυτήν των αφίξεων, λόγω των χαμηλών τιμών, που έδωσαν οι ξενοδόχοι, προκειμένου να προσελκύσουν πελατεία. Τα στοιχεία δείχνουν ότι σε επίπεδο αφίξεων, στο πρώτο τετράμηνο τη μεγαλύτερη μείωση είχαν η Κροατία και η Πορτογαλία με απώλειες περίπου 22% και 21% αντίστοιχα και ακολουθούν η Ισπανία (-12%), η Κύπρος (περίπου 9%) και η Ελλάδα (-7,3%). Η Τουρκία, παρά την εντυπωσιακή αύξηση αφίξεων,

που σημειώνει τα τελευταία χρόνια, στο τετράμηνο είχε οριακή πτώση 0,5%. Σε επίπεδο τουριστικών εσόδων (στοιχεία α τριμήνου), τη μεγαλύτερη μείωση είχε η Ελλάδα (-18,2%) και ακολουθούν η Πορτογαλία (-17%), η Ισπανία (-15,4%), η Κύπρος (-13%) και η Τουρκία (-11%).

Το ΙΤΕΠ αποδίδει τη σημαντική αυτή μείωση εσόδων σε τέσσερις λόγους:

- Στη μείωση των αφίξεων,
- στη "συμπίεση" του χρόνου παραμονής των τουριστών,
- στον περιορισμό των δαπανών τους και
- στις χαμηλότερες τιμές που προσέφεραν τα ξενοδοχεία σε σχέση με το 2008.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ινστιτούτου, οι αφίξεις ξένων επισκεπτών στα αεροδρόμια της χώρας ακολουθούν σταθερά πτωτική πορεία, σημειώνοντας μεγαλύτερη υποχώρηση τον Αύγουστο, κατά 9%, απ' ότι τον Ιούλιο (-6%) ενώ οι αφίξεις για την περίοδο Ιανουαρίου-Αυγούστου έχουν παρουσιάσει μείωση κατά 8,5% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2008.

Ένα ακόμη έτος - ορόσημο που αξίζει να αναφέρουμε, είναι το 2014, όπου και πάλι σύμφωνα με τα στοιχεία του ΙΤΕΠ: *«μετά το 2013 που υπήρξε για την Ελλάδα μια εξαιρετικά καλή τουριστική χρονιά, οι θετικές επιδόσεις του ελληνικού τουρισμού συνεχίστηκαν και το 2014. Σύμφωνα με τα οριστικά στοιχεία της Έρευνας Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος, οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών αυξήθηκαν κατά 20,7%, οι διανυκτερεύσεις κατά 14,7% και οι τουριστικές εισπράξεις κατά 10,2% (περιλαμβάνονται και στοιχεία από τις κρουαζιέρες, πέρα από αυτά που περιλαμβάνονται στην Έρευνα Συνόρων). Παρά την αύξηση, όμως, του αριθμού των αφίξεων το 2014, παρατηρείται μια επιβράδυνση στο ρυθμό αύξησης των τουριστικών εισπράξεων και μια στασιμότητα στο ρυθμό αύξησης των διανυκτερεύσεων.»*⁴³

Σύμφωνα με την ίδια πηγή, *«Οι ενδείξεις από την πορεία του ελληνικού τουρισμού μέχρι το πρώτο 5μηνο του έτους ήταν αρκετά ενθαρρυντικές και προμήνυαν μια ακόμα καλή τουριστική χρονιά. Οι ρυθμοί αύξησης τόσο των αφίξεων όσο και των τουριστικών εισπράξεων υπερέβαιναν κατά πολύ τους αντίστοιχους ρυθμούς του 5μηνου του 2014»*. Και σε αυτή τη μελέτη, αναφέρεται ο παράγοντας των capital controls: *«Οι πρόσφατες, όμως, οικονομικές εξελίξεις με την επιβολή των*

⁴³ <http://hotelmag.gr/news/%CE%B7-%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-2013-2014-2015/>

κεφαλαιακών ελέγχων (*capital controls*) επέφεραν μεγάλη αναστάτωση στην τουριστική αγορά, όπου παρατηρήθηκε κύμα ακυρώσεων μέσα στο μήνα αιχμής (τον Ιούλιο) του ελληνικού τουρισμού. Η κατάσταση αντιστράφηκε, όταν ξεκαθάρισε το θέμα ότι οι ξένοι τουρίστες με πιστωτικές / χρεωστικές κάρτες της αλλοδαπής δεν θα υπόκειντο στους κεφαλαιακούς περιορισμούς και έτσι οι αφίξεις από το εξωτερικό ανέκαμψαν με τον Αύγουστο, αλλά και το Σεπτέμβριο, να εξελίσσονται σε πολύ καλούς τουριστικά μήνες».

Από τα στοιχεία που παρέχουν οι πίνακες του ΙΤΕΠ, βγαίνουν τα εξής συμπεράσματα για τον τουρισμό στην Ελλάδα τα έτη 2013-2015: «οι αφίξεις από τις παραδοσιακές χώρες προέλευσης αλλοδαπού τουρισμού στην Ελλάδα αυξήθηκαν με υψηλούς ρυθμούς. Αξιοσημείωτη είναι η ανάκαμψη των αφίξεων από τη Γερμανία (5μηνο 2015: 24,7%, 6μηνο 2015: 23,5%), όταν το 5μηνο του 2014 είχε παρατηρηθεί μείωση κατά 5,8% και το 6μηνο του 2014 οριακή αύξηση 1,9%. Επιβράδυνση παρατηρήθηκε στο ρυθμό αύξησης των αφίξεων από το Ην. Βασίλειο (5μηνο 2015: 46%, 6μηνο 2015 18%). Αντίθετα, μεγάλη δυναμική παρουσιάζουν οι αφίξεις από τις ΗΠΑ, οι οποίες αυξάνονται με ρυθμό μεγαλύτερο του 30% (5μηνο 2015: 37,1%, 5μηνο 2014: 33,4% και 6μηνο 2015: 41,6%, 6μηνο 2014: 22%). Κάμψη παρατηρήθηκε στο ρυθμό αύξησης των αφίξεων από τη Γαλλία σε σχέση με το 2014 (5μηνο 2015: 5,6%, 5μηνο 2014: 13,9% και 6μηνο 2015: 12,5 έναντι 15,1 το 6μηνο του 2014). Η μόνη αρνητική εξέλιξη που παρατηρείται είναι η συνεχιζόμενη μείωση των αφίξεων από τη Ρωσία με ρυθμούς μεγαλύτερους του 60% τόσο κατά το 5μηνο όσο και κατά το 6μηνο του 2015 σε σχέση με τις αντίστοιχες περιόδους του 2014, γεγονός που θα επηρεάσει σημαντικά τον τουρισμό στη Βόρεια Ελλάδα, αλλά και στους νησιωτικούς προορισμούς του Αιγαίου.

Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις τόσο κατά το πρώτο 5μηνο όσο και κατά το α' εξάμηνο του 2015 αυξάνονται με ρυθμό που υπολείπεται αυτού των αφίξεων και είναι της τάξης του 15,02% και 8,2%, αντίστοιχα (5μηνο 2014: 8,7% και 6μηνο 2014: 9,6%). Η επιβράδυνση στις αφίξεις των Βρετανών τουριστών είχε αντίκτυπο και στην ταξιδιωτική τους δαπάνη, καθώς από 68,1% που ήταν η αύξηση το 5μηνο του 2015 περιορίστηκε στο 30,3% το 6μηνο του 2015, παραμένοντας, όμως, η μεγαλύτερη αύξηση μεταξύ των παραδοσιακών εθνικοτήτων που επισκέπτονται τη χώρα μας. Ενώ η δεύτερη μεγαλύτερη αύξηση της ταξιδιωτικής δαπάνης το 5μηνο του 2015 ήταν των Γερμανών (20%), το 6μηνο του 2015 υπερκεράστηκε από την αύξηση της ταξιδιωτικής δαπάνης των Γάλλων (21,2%). Η

τουριστική δαπάνη των Ρώσων τουριστών ακολουθεί την πορεία των αφίξεων και καταγράφει κάθετη πτώση της τάξης του 58% το 5μηνο του 2015 και 63,2% το 6μηνο του 2015.»⁴⁴

Για το έτος 2016, οι τουριστικές κρατήσεις για τη φετινή σεζόν στη χώρα μας, σύμφωνα με στοιχεία έως και τον Μάρτιο από την Amadeus που επικαλείται ο πρόεδρος του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, Ανδρέας Ανδρεάδης⁴⁵, πέρασαν σε αρνητικά επίπεδα. Ειδικότερα, τα στοιχεία δείχνουν ότι οι κρατήσεις έως και τον περασμένο μήνα παρουσίαζαν πτώση της τάξης του 1%. Σε ό,τι αφορά τις αγορές, αρνητικά κινούνται οι κρατήσεις από Γερμανία, Γαλλία, Ελβετία, Ιταλία, Βέλγιο, Αυστρία και Ολλανδία, ενώ θετικά κινούνται από Βρετανία, Ρωσία, Πολωνία και Σκανδιναβία.

Στο μεταξύ, σύμφωνα με τα συμπεράσματα έρευνας που πραγματοποίησε η airtickets, η επιδεινούμενη οικονομική κρίση σε συνδυασμό με τα capital controls έχουν επηρεάσει και τις αεροπορικές κρατήσεις. Από την έρευνα προκύπτει ότι ο μέσος όρος των αεροπορικών ταξιδιών εμφανίζει πτώση φθάνοντας σε 2,4 ταξίδια το 2016 έναντι 4,3 το 2013. Πτώση σημείωσε ο αριθμός των ταξιδιών τον τελευταίο χρόνο για όσους παλαιότερα έκαναν συνήθως ένα αεροπορικό ταξίδι (26%) ή δύο (32%)⁴⁶.

Είναι πλέον εμφανής ο ρόλος που διαδραμάτισε η ελληνική οικονομική κρίση στην τουριστική δραστηριότητα και ισορροπία της χώρας. Τέτοιου είδους κλυδωνισμοί τείνουν να δυσχαιρένουν έντονα την κατάσταση και να δημιουργούν αρνητικό κλίμα ωστόσο όπως όλα δείχνουν η χώρα μας δείχνει να τους απορροφά και αν και με δυσκολία, να ανακάμπτει και να διατηρεί την ελκυστικότητά της.

Έχοντας αφιερώσει το μεγαλύτερο μέρος της δεύτερης ενότητας της ανάλυσης της εργασίας μας στον οικονομία, θα περάσουμε στον παράγοντα της τρομοκρατίας και θα επανέλθουμε στα

⁴⁴ <http://hotelmag.gr/news/%CE%B7-%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-2013-2014-2015/>

⁴⁵ <http://www.kathimerini.gr/856636/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/tromokratia-prosfygikh--krish-kai-avevaihtha-voyliazoyn-ton-toyrismo>

⁴⁶ <http://www.kathimerini.gr/856636/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/tromokratia-prosfygikh--krish-kai-avevaihtha-voyliazoyn-ton-toyrismo>

σχετικά με την οικονομική κρίση, στην ενότητα των συμπερασμάτων μας, όπου και θα αναφέρουμε τις λύσεις ανάκαμψης που έχουν προταθεί από τους εμπλεκόμενους φορείς.

6.2 Τρομοκρατία σε Ευρώπη & Μεσόγειο

Η τρομοκρατία με τις ποικίλες μορφές που μπορεί να προσλάβει, αν και ως μέσο πολιτικής βίας εμφανίζεται από πολύ παλιά, τελευταία, λόγω της διεθνοποίησης των μέσων μαζικής ενημέρωσης καθώς και της μεγαλύτερης πολιτικής και οικονομικής αλληλεξάρτησης, έχει αποκτήσει τεράστια διάσταση, καθιστώντας τη από τα σοβαρότερα σύγχρονα προβλήματα⁴⁷. Τα τραγικά γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου 2001 στη Νέα Υόρκη αποτελούν σημαντικό παράδειγμα τρομοκρατικών ενεργειών. Από εκεί κι έπειτα οριοθετείται πλέον ξεκάθαρα η απόλυτη διασύνδεση μεταξύ του φαινομένου της τρομοκρατίας με τον τουρισμό, ενώ η απειλή της τρομοκρατίας αρχίζει να απασχολεί ουσιαστικά την τουριστική βιομηχανία.

Για να αντιληφθούμε επακριβώς τη σχέση μεταξύ τρομοκρατίας και τουρισμού, θα πρέπει να ανατρέξουμε στην πυραμίδα του Maslow σχετικά με τις ανάγκες του ανθρώπου και να προσεγγίσουμε το θέμα όχι πια με νούμερα, ποσοτικά, αλλά ποιοτικά, από πλευράς ψυχολογίας καταναλωτή.

Το τουριστικό φαινόμενο λοιπόν, αποτελεί γνώρισμα των σύγχρονων κοινωνιών, καθώς μετά τη βιομηχανική επανάσταση δόθηκε η δυνατότητα στον άνθρωπο να ταξιδέψει σε μακρινούς προορισμούς με μεγαλύτερη ασφάλεια και ταχύτητα. Η πλέον βασική προϋπόθεση, όμως, για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας είναι ένα ασφαλές διεθνές περιβάλλον, από τη στιγμή που η τουριστική δραστηριότητα αποτελεί πια ένα παγκόσμιο φαινόμενο. Η τρομοκρατία αποτελεί κι αυτή φαινόμενο των σύγχρονων κοινωνιών και σκοπός των τρομοκρατών είναι να προκαλέσουν φόβο, μέσω βίαιων πράξεων, για να επιτευχθεί ο στόχος τους. Εξαιτίας της παγκοσμιοποίησης και των επιδράσεων που έχει σε όλο τον πλανήτη, οι τρομοκρατικές επιθέσεις πλέον γίνονται σε παγκόσμια κλίμακα. Τα δύο φαινόμενα λοιπόν είναι

⁴⁷ Hall, C. M. (1999), “Tourism and politics: policy, power, and place”, Wiley, England

εν γένει τους αντικρουόμενα καθώς το ένα απαιτεί περιβάλλον ασφάλειας και το άλλο το υπονομεύει συνειδητά.

Ο τουρισμός ως οικονομική δραστηριότητα και γενικότερα ως φαινόμενο του σύγχρονου κόσμου είναι ιδιαίτερα ευπαθές σε διάφορες αλλαγές (κοινωνικές, πολιτικές, οικονομικές) που είτε συμβαίνουν στη χώρα που αποτελεί τον τουριστικό προορισμό είτε αλλαγές που συμβαίνουν σε παγκόσμια κλίμακα. Για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας είναι βασική η ύπαρξη κάποιων προϋποθέσεων, όπως ο ελεύθερος χρόνος, η οικονομική δυνατότητα και η ασφάλεια που θα αισθάνεται ο επισκέπτης σ' έναν τουριστικό προορισμό ή και προς αυτόν.

Ο Maslow⁴⁸ δημιουργώντας μία κλίμακα ανθρώπινων αναγκών, τη λεγόμενη πυραμίδα των αναγκών, κατατάσσει την ασφάλεια στην δεύτερη βαθμίδα σημαντικότητας. Η πυραμίδα του Maslow έχει ως εξής:

- Στην πρώτη βαθμίδα κατατάσσει τις φυσιολογικές – βασικές ανάγκες του ανθρώπου (τροφή, στέγη, ύπνος, υγεία, ζεστασιά).
- Στη δεύτερη βαθμίδα κατατάσσει την ασφάλεια (προστασία από κινδύνους, σταθερότητα, απελευθέρωση από το φόβο).
- Στην τρίτη βαθμίδα βρίσκεται η κοινωνική αποδοχή (αγάπη, συνεργασία, ένταξη σε κοινωνικές ομάδες).
- Στο τέταρτο επίπεδο βρίσκεται η αυτοεκτίμηση (επίτευξη στόχων, αναγνώριση σεβασμού).
- Τέλος, στο πέμπτο επίπεδο τοποθετείται η ανάγκη της αυτοπραγμάτωσης (αξιοποίηση εσωτερικών χαρισμάτων, δημιουργικότητα, πληρότητα).

⁴⁸ Maslow, A. (1998) “Maslow on Management” With added interviews by Deborah Stephens and Gary Heil. NY: Wiley

Αν το μοντέλο αυτό προσαρμοστεί στη γενικότερη επιθυμία και ανάγκη του ανθρώπου για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, τότε διακρίνονται δύο βασικές κατηγορίες:

A) Η κατηγορία των προϋποθέσεων για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, η οποία περιλαμβάνει τις δύο βασικότερες ανάγκες της πυραμίδας των ανθρώπινων αναγκών, δηλαδή των βασικών αναγκών και αυτή της ασφάλειας.

B) Η κατηγορία των στόχων ενός ταξιδιού, που περιλαμβάνει την κοινωνική αποδοχή, την αυτοεκτίμηση και την αυτοπραγμάτωση. Άρα για την πραγματοποίηση ταξιδιών, η ασφάλεια δεν αποτελεί απλά μία ανάγκη, αλλά βασική προϋπόθεση.

Η έννοια της τρομοκρατίας, αντιθέτως, σχετίζεται άμεσα με το φόβο, την απειλή και με το αίσθημα της ανασφάλειας. Δεν ήταν λίγες οι φορές που τρομοκρατικοί στόχοι έχουν υπάρξει δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί ή μέσα μεταφοράς προς αυτούς (τρένα, αεροδρόμια κ.ο.κ.), με στόχο την υψηλότερη συγκέντρωση θυμάτων, δημιουργώντας κλίμα ανασφάλειας και άρα όπως έχουμε ήδη πολλάκις αναλύσει, μείωση των τουριστικών ροών. Οι τουριστικές υποδομές είναι λογικό να στοχοποιούνται καθώς δίνουν τη δυνατότητα στους τρομοκράτες να δράσουν με μεγαλύτερο πλεονέκτημα συγκριτικά με το επιθυμητό αποτέλεσμα που είναι η απειλή ή η πράξη βίας περνώντας το πολιτικό τους μήνυμα και εκπληρώνοντας τον ιδεολογικό τους σκοπό. Επιπλέον, λόγω της διεθνούς του εμβέλειας, ο τουρισμός είναι ένας έτοιμος στόχος για τρομοκρατικές ομάδες που αποζητούν τη δημοσιότητα των σκοπών τους⁴⁹.

Καθώς λοιπόν, ο τουρισμός από τη φύση του εμπεριέχει τα στοιχεία του αγνώστου και της αβεβαιότητας, ο τουριστικός τομέας είναι εξαιρετικά ευάλωτος σε κάθε μορφή βίας που προκαλεί φόβο στους ταξιδιώτες. Η φοβία της τρομοκρατικής απειλής είναι διάχυτη σε κάθε πτυχή του τουριστικού προϊόντος και καθίσταται έντονη και διαρκής όσο διατηρείται το ασταθές διεθνές περιβάλλον που έχει διαμορφωθεί σήμερα⁵⁰. Ως αποτέλεσμα, γίνεται φανερό πως τρομοκρατία και τουρισμός δε συμβαδίζουν.

⁴⁹ Richter, L. K. and Waugh, W. L. (1986), "Terrorism and Tourism as logical companions", *Tourism Management*

⁵⁰ Μοίρα, Π., Μυλωνόπουλος, Δ. (2007) «Η Τεχνική της Συγγραφής Εργασίας στον Τουρισμό» Νικητόπουλος Ε & ΣΙΑ ΕΕ Εκδόσεις INTERBOOKS.

Χωρίς να εισέλθουμε στις τραγικές λεπτομέρειες των συμβάντων, θα αναφέρουμε σε κάποια από τα επίκαιρα χτυπήματα που έχουν χαραχθεί στη συλλογική μνήμη: Νέα Υόρκη (2001), Μπαλί (2002), Μαδρίτη (2004), Μπεςλάν Ρωσίας (2004), Λονδίνο (2005), και ακόμη πιο πρόσφατα, Μόσχα (2004-2010-2011), Νορβηγία (2011), Παρίσι (2015), Βρυξέλλες (2016).

Σύμφωνα με τον Ανδρεάδη⁵¹, η πτώση στις κρατήσεις του 2016 οφείλεται, κυρίως, στη βουτιά που κατέγραψαν οι κρατήσεις μέσα στον Μάρτιο λόγω της τρομοκρατικής επίθεσης στις Βρυξέλλες και τη γενικότερη ανησυχία που δημιούργησε στη διεθνή ταξιδιωτική αγορά. Έως και το Μάρτιο οι κρατήσεις στην Τουρκία εμφάνιζαν πτώση κατά 30% ενώ στην Ισπανία παρουσίαζαν αύξηση κατά 4%. Όπως σχολίασε ο κ. Ανδρεάδης, «ο τουρισμός στη χώρα μας πλήττεται, επιπλέον, από το προσφυγικό και το μεταναστευτικό ζήτημα αλλά και από την αβεβαιότητα που επανήλθε λόγω της καθυστέρησης ολοκλήρωσης της αξιολόγησης του ελληνικού προγράμματος», επιβεβαιώνοντας έτσι πως οι τρεις βασικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ελληνική αγορά, είναι και αυτοί που εξετάζουμε στο δεύτερο αυτό μέρος της εργασίας μας.

Ως αντίδραση στο «κακό» κλίμα και με σκοπό την ανατροπή του, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού φρόντισε επανειλημμένα να καλέσει τις χώρες – προορισμούς να λάβουν οικονομικά μέτρα εξουδετερώσεως των δυσμενών επιπτώσεων του αισθήματος ανασφάλειας στην τουριστική δραστηριότητα. Η κάθε χώρα όπως ήταν αναμενόμενο ανταποκρίθηκε διαφορετικά, σε διαφορετική έκταση και σε διαφορετικούς χρόνους.

Δυστυχώς, η Ελλάδα συγκαταλέγεται στις χώρες που επέλεξαν να χρησιμοποιήσουν την οικονομική επιβράδυνση, την κρίση και το αίσθημα ανασφάλειας που προκάλεσε το τρομοκρατικό χτύπημα (ειδικά των Βρυξελλών), ως άλλοθι για την κακή πορεία των τουριστικών τους ροών, αντί να περάσουν σε άλλα μέτρα προώθησης του τουρισμού τους, με μια πιο δυναμική πολιτική είτε μέσω κινήτρων, είτε μέσω επιθετικής προβολής και διαφημίσεως, προς εξουδετέρωση των σε λογικά πλαίσια αναστρέψιμων αρνητικών τάσεων⁵².

⁵¹ <http://www.kathimerini.gr/856636/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/tromokratia-prosfygikh--krish-kai-avevaiothta-voyliazoyn-ton-toyrismo>

⁵² <http://www.kathimerini.gr/856636/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/tromokratia-prosfygikh--krish-kai-avevaiothta-voyliazoyn-ton-toyrismo>

Στον αντίλογο, έχει υποστηριχθεί⁵³ πως γεγονότα όπως για παράδειγμα η πτώση του αεροσκάφους της EgyptAir στη Μεσόγειο, που προκάλεσε νέους κραδασμούς στην τουριστική βιομηχανία της Αιγύπτου, «ωφέλησαν» έμμεσα τη χώρα μας, εξουδετερώνοντας τον περιφερειακό ανταγωνισμό στην περιοχή μας. Η Αίγυπτος πέρα από το κακό branding που απέκτησε λόγω της αποσταθεροποίησης και των πολιτικών της προβλημάτων, έχει τώρα να αντιμετωπίσει και προβλήματα ασφάλειας, μετρώντας τουριστικές απώλειες: η Ρωσία που εξέταζε το τελευταίο διάστημα την επανέναρξη των αεροπορικών συνδέσεων με την Αίγυπτο φαίνεται ότι «παγώνει» τις σχετικές συζητήσεις⁵⁴ ενώ αξιωματούχοι στη ρωσική κυβέρνηση δήλωσαν ότι ανεξάρτητα από τα αίτια της καταστροφής του αεροσκάφους δε θα υπάρξει βιασύνη για αποφάσεις αεροπορικής επανασύνδεσης Ρωσίας - Αιγύπτου.

Παράλληλα, «κλειστό» προορισμό για τους Ρώσους τουρίστες αποτελεί και η γειτονική μας Τουρκία μετά την κατάρριψη του ρωσικού μαχητικού από τη γειτονική χώρα. Οι παραπάνω εξελίξεις επαναπροσδιόρισαν την ταξιδιωτική συμπεριφορά των Ρώσων τουριστών. Πιο δημοφιλής προορισμός των Ρώσων για τον Μάιο είναι η Ελλάδα και η Ισπανία, όταν πέρυσι τέτοια εποχή ήταν η Τουρκία και η Αίγυπτος. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της στατιστικής υπηρεσίας της Τουρκίας, οι συνολικές απώλειες της γειτονικής χώρας σε αριθμό ξένων τουριστών θα φθάσουν τα 7,6 εκατ. ενώ σημαντική πτώση αναμένεται να υποστούν και οι ταξιδιωτικές εισπράξεις. Επιπλέον, κολοσσοί του χώρου όπως η Thomas Cook, επαναπροσδιορίζουν τα προγράμματά τους μεταφέροντας την τουριστική πίτα από την Τουρκία σε άλλους προορισμούς (περίπου 1,2 εκατ. κρατήσεις από την Τουρκία, την Αίγυπτο και την Τυνησία προς Ισπανία).

Προτείνεται έτσι η Ελλάδα ως ασφαλής προορισμός, τουλάχιστον όσον αφορά τα τρομοκρατικά χτυπήματα στην περιοχή. Δεν είναι άλλωστε λίγοι αυτοί που ανεβάζουν την Ελλάδα παραδοσιακά στην κορυφή των επιλογών των ξένων τουριστών για κρατήσεις τελευταίας στιγμής. Ωστόσο, το γεγονός πως η χώρα μας δεν έχει δεχτεί επίθεση τρομοκρατίας, δεν αναιρεί την πραγματικότητα, πως γεωγραφικά και γεωστρατηγικά βρίσκεται στην «καυτή» λεκάνη της Μεσογείου.

⁵³ <http://www.dimokratiki.gr/21-05-2016/apili-tis-tromokratias-se-egipto-tourkia-evnoi-ton-elliniko-tourismo/>

⁵⁴ <http://www.dimokratiki.gr/21-05-2016/apili-tis-tromokratias-se-egipto-tourkia-evnoi-ton-elliniko-tourismo/>

Η επιρροή του παράγοντα τρομοκρατία, μπορεί να εκτιμηθεί με βάση τη μελέτη των Drakos-Kutan⁵⁵ που εξετάζει τις επιπτώσεις της τρομοκρατίας σε περιφερειακό επίπεδο για την περίοδο 1991-2000, εφαρμόζοντας τη μέθοδο SURE (Seemingly Unrelated Regression Equations).

Σύμφωνα με τη μελέτη αυτή, εξετάζονται 3 χώρες της Μεσογείου με υψηλή συχνότητα τρομοκρατικών ενεργειών: Ελλάδα, Τουρκία, Ισραήλ ενώ η Ιταλία έχει το ρόλο της χώρας ελεγκτή, που αντιπροσωπεύει τις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου. Τα εμπειρικά στοιχεία δείχνουν ότι οι τρομοκρατικές ενέργειες μειώνουν σημαντικά τις αφίξεις των τουριστών. Συνολικά, αποδεικνύεται ότι τόσο το μέγεθος των απωλειών όσο και η γεωγραφική θέση των περιστατικών έχουν σημαντικές εσωτερικές και διακρατικές επιδράσεις για τα μερίδια αγοράς των εμπλεκόμενων χωρών. Παρατηρούνται φαινόμενα υποκατάστασης: το 11% της συνολικής απώλειας των μεριδίων αγοράς κατευθύνεται προς άλλους προορισμούς εντός της ομάδας των χωρών υπό εξέταση, αλλά και φαινόμενα μετάδοσης: με το 89% να εκρέει από την περιοχή (Drakos-Kutan, 2003).

Όπως ακριβώς είχαν παρατηρήσει και οι Richter and Waugh⁵⁶ τονίζοντας πως η εξέλιξη του τουρισμού είναι δυνατόν να σημειώσει κατακόρυφη πτώση όταν οι πολιτικές συνθήκες είναι ασταθείς. Οι τουρίστες πολύ απλά επιλέγουν άλλους προορισμούς, επιβεβαιώνοντας το δυστυχές συμπέρασμα που θέλει τους περισσότερους εθνικούς ηγέτες και σχεδιαστές να μην αντιλαμβάνονται ή/και δέχονται το γεγονός πως η πολιτική σταθερότητα και όχι τα αξιοθέατα, συνιστά την πρώτη και βασική προϋπόθεση της τουριστικής ανάπτυξης.

Επόμενος, η πολιτική σταθερότητα σε μια περιοχή αναδεικνύεται σε θεμελιώδη προϋπόθεση για την προσέλκυση τουριστικών ρευμάτων καθώς και για την καθιέρωση μιας ολοκληρωμένα επιτυχημένης τουριστικής ανάπτυξης. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Hall⁵⁷, η ομαλή πορεία της πολιτικής κατάστασης ενός προορισμού, όχι μόνο παίζει κεντρικό ρόλο για την ανάπτυξη των υποδομών που είναι απαραίτητοι για τον τουρισμό αλλά διαδραματίζει και καίριο παράγοντα για

⁵⁵ **Drakos**, K. & **Kutan**, A., (2003), “Regional Effects of Terrorism on Tourism in Three Mediterranean Countries”, *Journal of Conflict Resolution*, Vol. 47, No.5, σελ.621-641.

⁵⁶ **Richter**, L. K. and **Waugh**, W. L. (1986), “Terrorism and Tourism as logical companions”, *Tourism Management*

⁵⁷ **Hall**, C. M. (1999), “Tourism and politics: policy, power, and place”, Wiley, England

την προβολή και προώθηση της τουριστικής αγοράς του συγκεκριμένου προορισμού. Η ασφάλεια όπως κατέστη εμφανές και παραπάνω αποτελεί πρωταρχική μέριμνα του δυνητικού τουρίστα.

Ωστόσο, ο παράγοντας τρομοκρατία δεν είναι εύκολα μετρήσιμος σε σχέση με τη μείωση ή την αύξηση των ροών προς την Ελλάδα σε αντίθεση με το μεταναστευτικό/προσφυγικό ζήτημα για το οποίο έχουμε δεδομένα καθώς και εκτιμήσεις φορέων σχετικά με τα αποτελέσματά του, κυρίως στις νησιωτικές περιοχές.

6.3 Προσφυγικό - Μεταναστευτικό Ζήτημα

Οι μεταναστευτικές εισροές στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία διακρίνονται από μεγάλη ένταση. Με βάση τα στοιχεία των τελευταίων απογραφών, αποδεικνύεται πως η Ελλάδα μετά τα τέλη της δεκαετίας του '80 μετατρέπεται από χώρα εξόδου σε χώρα εισόδου: σύμφωνα με τους Κοτζαμάνη και Καρκούλη⁵⁸ οι αλλοδαποί στην απογραφή του 1981 ανέρχονται σε 180.000 άτομα (εκ των οποίων 63% από τις πλέον ανεπτυγμένες χώρες αποτελώντας λιγότερο από το 2% του συνολικού πληθυσμού). Μια δεκαετία αργότερα, στην απογραφή του 1991, ο πληθυσμός τους δε μεταβάλλεται σημαντικά, αν και οι προερχόμενοι από τις πλέον ανεπτυγμένες χώρες αποτελούν λιγότερο από το 50% του συνόλου. Στην απογραφή του 2001 όμως, ο αριθμός τους υπερ-τετραπλασιάζεται, καθώς καταγράφονται πλέον 762.000 άτομα μη έχοντα την ελληνική υπηκοότητα (7% του πληθυσμού της χώρας μας που εγγίζει πλέον τα 11 εκ.), ενώ το 2011, στην τελευταία απογραφή, ο πληθυσμός τους ανέρχεται πλέον στις 912.000, αυξημένος κατά 150 χιλ. σε σχέση με το 2001 (Κοτζαμάνης - Καρκούλη, 2016). Η Ελλάδα δεν αποτελεί την εξαίρεση στη λεκάνη της Μεσογείου. Όλες οι νοτιο-ευρωπαϊκές χώρες που παραδοσιακά εξήγαγαν μετανάστες, σήμερα έχουν μετατραπεί σε χώρες υποδοχής κατά τα τελευταία τουλάχιστον 30 έτη.

Οι λόγοι που οδήγησαν τις μάζες αυτές προς τις μεσογειακές χώρες, και που συνεχίζουν έως και σήμερα να οδηγούν μετανάστες στα νότια σύνορα της Ευρώπης, είναι οι εξής:

⁵⁸ Κοτζαμάνης, Β., Καρκούλη, Α. (2016) Οι μεταναστευτικές εισροές στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία: ένταση και βασικά χαρακτηριστικά των παρατύπων εισερχομένων ως και των αιτούντων άσυλο, Δημογραφικά Νέα

α) η οικονομική και πολιτική κατάσταση των χωρών προέλευσης

β) η ζήτηση εργατικού δυναμικού από έναν άδηλο τομέα της οικονομίας των χωρών εισόδου που αναπαραγόταν διευρυμένα μέχρι την ανάδυση της πρόσφατης κρίσης, και

γ) φυσικά, η γεωγραφική εγγύτητα των χωρών προέλευσης με τις χώρες εισόδου (ως και της σχετικής ευκολίας πρόσβασης λόγω της δυσκολίας φύλαξης των θαλάσσιων συνόρων τους). Όπως ήταν αναμενόμενο, η κινητικότητα αυτή των μεταναστευτικών ρευμάτων επιφέρει αλλοιώσεις και μεταλλάξεις στις δημογραφικές εξελίξεις μιας χώρας.

Στα θετικά της κινητικότητας αυτής θα πρέπει να καταλογιστεί και η μαζική είσοδος νεαρού πληθυσμού, ενεργού και εργατικού ως επι το πλείστον, που εκτός των άλλων, συνέτεινε στην επιβράδυνση της γήρανσης του πληθυσμού της Ελλάδας, σε αύξηση της γεννητικότητάς του και σε τόνωση της δημογραφικής δυναμικότητάς του. Η αύξηση του πληθυσμού της Ελλάδας την περίοδο 1991-2011 αποδίδεται σχεδόν αποκλειστικά σε αυτές τις εισροές⁵⁹.

Μετά τις τελευταίες εξελίξεις στην περιοχή και εξαιτίας της έκρυθμης κατάστασης σε μια σειρά χωρών γύρω από τη Μεσόγειο και την ενδοχώρα της (Μέση Ανατολή και Βόρειος Αφρική), οι εισροές μεταναστών και προσφύγων προς την Ελλάδα συνεχίζονται ενώ παράλληλα η Ελλάδα βιώνει μια βαθιά οικονομική κρίση και παρουσιάζει αποθαρρυντικά υψηλά ποσοστά ανεργίας. Παρά το κλίμα αβεβαιότητας όμως, τα ρεύματα δε δείχνουν να ανακόπτονται. Τα μεγάλα ρεύματα προκαλούνται από τις συγκρούσεις στην ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής.

Η μεγάλη πλειοψηφία των παρατύπως εισερχομένων, την τελευταία δεκαετία, προέρχεται όλο και περισσότερο από τις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες της Ασίας αρχικά, της Αφρικής δε στη συνέχεια, καθώς οι συγκρούσεις κυρίως στην ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής (και, δευτερευόντως σε κάποιες άλλες αφρικανικές, μη μεσογειακές χώρες) δημιούργησαν νέα μαζικά ρεύματα φυγής. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί πως το σύνολο σχεδόν των εισερχομένων αλλοδαπών την τελευταία περίοδο στην Ελλάδα (πρόσφυγες ή/και οικονομικοί μετανάστες) δεν είχε/έχει στόχο να εγκατασταθεί στη χώρα μας, αλλά να μετακινηθεί σε σύντομο χρονικό διάστημα σε κάποια από τις πιο ανεπτυγμένες χώρες της Ε.Ε. (χώρες τις κεντρικής και βόρειας

⁵⁹ **Κοτζαμάνης, Β., Καρκούλη, Α.** (2016) Οι μεταναστευτικές εισροές στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία: ένταση και βασικά χαρακτηριστικά των παρατύπως εισερχομένων ως και των αιτούντων άσυλο, Δημογραφικά Νέα

Ευρώπης) και αυτό αποτυπώνεται στο πολύ μικρό ποσοστό των εισερχομένων που καταθέτουν αίτηση ασύλου στη χώρα μας (Κοτζαμάνης-Καρκούλης, 2016).

Όσον αφορά, ειδικότερα, τις μεταναστευτικές ροές της τελευταίας δεκαετίας, το διάστημα 2006-2015 βάσει των στοιχείων του Υπουργείου Εσωτερικών εισήλθαν παρανόμως στη χώρα μας πάνω από 1,8 εκατομμύρια άτομα (εκ των οποίων 50% σχεδόν το τελευταίο έτος) ενώ την ίδια περίοδο απελάθηκαν 175 χιλ. (οι περισσότεροι εκ των οποίων ήταν Αλβανικής υπηκοότητας). Η κατανομή των εισερχομένων διαφοροποιείται σημαντικά στις δύο υπο-περιόδους. Κατά την πρώτη (2006-11), οι προερχόμενοι από άλλη Ευρωπαϊκή χώρα (κυρίως την Αλβανία) αποτελούν το 50% σχεδόν των παρατύπως εισερχομένων, που στο μεγαλύτερο τμήμα τους είναι οικονομικοί μετανάστες, ενώ κατά τη δεύτερη περίοδο (2012-15), οι υπήκοοι τριών χωρών (Συρίας, Ιράκ και Αφγανιστάν) όπου συνεχίζουν να μαίνονται οι συγκρούσεις αποτελούν σχεδόν το >80 % του συνόλου και στην τεράστια πλειοψηφία τους αποτελούνται από άτομα που εγκατέλειψαν τις χώρες αυτές έχοντας δικαιολογημένο λόγο δίωξης (Κοτζαμάνης – Καρκούλη, 2016).

Τα τελευταία τέσσερα χρόνια, η ποιότητα και η ποσότητα των ροών στην Ελλάδα διαφοροποιείται: εκτός του ότι οι εισερχόμενοι στη χώρα μας την περίοδο αυτή αποτελούν το 50% των εισερχομένων τη δεκαετία 2006-2015, το 90% σχεδόν των αφιχθέντων εισήλθε από τα θαλάσσια σύνορα, σε αντίθεση με τα προηγούμενα έτη όπου η κύρια πύλη εισόδου ήταν τα χερσαία σύνορα. Για τη μεταστροφή αυτή, μπορούμε να πούμε πως δικαιολογείται από το γεγονός πως αφενός, δεν έχουμε την ίδια εισροή Αλβανών, και αφετέρου διότι με τη δημιουργία του φράκτη στον Έβρο μπλοκάρονται οι ροές από την πλευρά της Τουρκίας (Κοτζαμάνης – Καρκούλη, 2016). Έτσι, οι όποιοι πρόσφυγες και οικονομικοί μετανάστες αναγκάζονται να «επιλέξουν» τη θαλάσσια οδό.

Όσον αφορά τα στοιχεία που έχουμε για την ίδια περίοδο (2006-2015), αξίζει να αναφέρουμε πως μόνο ένα μικρό τμήμα των παρατύπως εισερχομένων αιτήθηκαν ασύλου στη χώρα μας. Το ποσοστό κυμαίνεται από 8-19%, ενώ το τελευταίο έτος (2015), έτος μαζικής εισόδου (991 χιλ. άτομα), το σύνολο σχεδόν (98,5%) των ατόμων που εισήλθαν στη χώρα μας απέφυγε να αιτηθεί άσυλο σε αυτήν (Κοτζαμάνης – Καρκούλη, 2016). Αντίστοιχα, η ηλικιακή κατανομή των αιτούντων δε διαφοροποιείται σημαντικά σε αντίθεση με την κατανομή τους ανά υπηκοότητα: το ειδικό βάρος των αιτούντων Σύριων, Ιρακινών και Αφγανών είναι πολύ χαμηλότερο συγκρινόμενο με το αντίστοιχο βάρος των υπηκόων που εισέρχονται από το Πακιστάν και τις «λοιπές» χώρες.

Ταυτόχρονα, ο αριθμός ανά έτος των θετικών απαντήσεων στις αιτήσεις ασύλου παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις καθώς κυμαίνονται από 40 έως 4000, και εξίσου σημαντικές διακυμάνσεις παρουσιάζει και το % των θετικών απαντήσεων (από 0,2- 42%) επί του συνόλου των αιτημάτων.

Η Ελλάδα αποτελεί πια την κύρια οδό διέλευσης για τους πληθυσμούς αυτούς. Την εξεταζόμενη περίοδο (ειδικότερα τη περίοδο 2007-2015, καθώς για το 2006 δε διαθέτουμε στοιχεία) οι παρατύπως εισερχόμενοι στην ΕΕ αγγίζουν τα 3,0 εκατομ. εκ των οποίων το 58,4% μέσω της Ελλάδας. Οι πληθυσμοί αυτοί ξεκινούν από χώρες που βρίσκονται στα νότια σύνορα της ΕΕ και ως εκ τούτου, η Ισπανία, η Ιταλία και η Ελλάδα υπήρξαν οι κύριες πύλες εισόδου ενώ η δια θαλάσσης οδός φαίνεται να είναι πια η προτιμώμενη. Μπορούμε έτσι να καταλάβουμε το μέγεθος της επίδρασης που έχει στις τοπικές νησιωτικές κοινωνίες, μια τόσο μεγάλη μαζική προσέλευση μεταναστών και προσφύγων εν μέσω της υψηλής τουριστικής περιόδου.

Όσον αφορά τις διαδρομές διέλευσης, δε φαίνεται να παραμένουν σταθερές με ιδιαίτερος μεγάλες μεταβολές να συναντώνται κατά τα μετά το 2005 έτη. Όπως αναφέραμε και προηγουμένως, οι δυσκολίες διέλευσης των συνόρων (π.χ. φράκτης Έβρου) αποτελεί μία από τις αιτίες αλλαγής στη διαδρομή διέλευσης. Ωστόσο, οι μεταβολές αυτές αποδίδονται κυρίως στη διαφοροποιημένη ένταση των εξόδων από τις χώρες τροφοδότες / χώρες πρώτης εγκατάστασης των παρατύπως εισερχομένων πριν την είσοδο σε μια από τις χώρες του ευρωπαϊκού νότου.

Πιο συγκεκριμένα, οι Κοτζαμάνης – Καρκούλη⁶⁰ εντοπίζουν μια δεκάδα διαδρομών που ακολουθούνται από τους προερχόμενους από την Ασία και την Αφρική στην προσπάθειά τους να εισέλθουν στην ΕΕ. Από όλες αυτές τις διαδρομές, την πιο δημοφιλή κατά την τελευταία δεκαετία αποτέλεσε η κεντρική και η ανατολική Μεσογειακή οδός, με την πρώτη να χρησιμοποιείται από όσους συγκεντρώνονται σε χώρες όπως η Τυνησία και η Λιβύη και επιθυμούν να περάσουν στην ΕΕ μέσω της Μάλτας και της Ιταλίας. Η δε δεύτερη οδός, που επηρεάζει άμεσα τη χώρα μας, αφορά τους προερχομένους κυρίως από την ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής (διερχόμενους από την Τουρκία) πρόσφυγες και οικονομικούς μετανάστες, με πρώτη πύλη

⁶⁰ Κοτζαμάνης, Β., Καρκούλη, Α. (2016) Οι μεταναστευτικές εισροές στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία: ένταση και βασικά χαρακτηριστικά των παρατύπων εισερχομένων ως και των αιτούντων άσυλο, Δημογραφικά Νέα

εισόδου στην Ευρώπη την Ελλάδα. Ανάμεσα στους δύο δρόμους αυτούς, και όσον αφορά την εξεταζόμενη περίοδο, φαίνεται ξεκάθαρα πως υπάρχει μια τάση από την κεντρική προς την ανατολική Μεσογειακή διαδρομή με αποτέλεσμα η Ελλάδα να αναδεικνύεται προοδευτικά ως η κύρια πύλη εισόδου στην ΕΕ.

Ο συνδυασμός της αύξησης της έντασης των ροών και η προτίμηση του Μεσογειακού δρόμου που περνά από τη χώρα μας, δημιούργησε σημαντικά προβλήματα στην Ελλάδα. Ιστορικά, η Ελλάδα, από τις αρχές του 1990 μεταβάλλεται σε χώρα εισόδου και οι μη έχοντες ελληνική υπηκοότητα κάτοικοί της αποτελούν, στην τελευταία απογραφή, το 10% περίπου του συνολικού πληθυσμού της. Οι παρανόμως εισερχόμενοι μέχρι και τα μέσα-τέλη της δεκαετίας του 2000 προέρχονται στην πλειοψηφία τους από τις πρώην σοσιαλιστικές χώρες (κυρίως από την Αλβανία), είναι οικονομικοί μετανάστες, δεν έχουν βασικά στόχο να μετακινηθούν σε κάποια άλλη χώρα της ΕΕ και σε αυτούς οφείλονται και οι υψηλοί ρυθμοί μεγέθυνσής της.

Η αλλαγή επέρχεται κατά τα τελευταία χρόνια του 2000, όταν και η Ελλάδα εισέρχεται σε φάση ύφεσης, με την ανεργία να αγγίζει εξωφρενικά επίπεδα και να μη δείχνει σημάδια βελτίωσης, με την οικονομική δραστηριότητα να συρρικνώνεται, τους μισθούς να κατρακυλάνε και ως εκ τούτου, τις ανάγκες σε εργατικό δυναμικό που συντηρούσαν την εργασία από μετανάστες, να εξαλείφονται. Παρά τις παραπάνω εξελίξεις στο εσωτερικό της χώρας όμως, οι ροές συνεχίζουν να υφίστανται, εξ' αιτίας αφενός μεν της μέχρι το 2011 σταθεροποίησης του αριθμού των από την Αλβανία προερχομένων (50-70 χιλ. ετησίως), αφετέρου δε της άφιξης όλο και περισσότερων ατόμων από την ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής (αρχής γενομένης με τους Αφγανούς). Για την τελευταία ομάδα, πρέπει να πούμε πως ο προφανής στόχος τους ήταν να φτάσουν στον τελικό τους προορισμό (άλλη χώρα της ΕΕ) περνώντας από τη χώρα μας. Και αυτό συνέβαινε μέχρι και τα τέλη του 2014: η ένταση των ροών ήταν περιορισμένη και διαχειρίσιμη και ενδεχομένως ένα μεγάλο τμήμα των παρανόμως εισερχομένων να πέτυχε το στόχο της διέλευσης του⁶¹.

Η μεγάλη αλλαγή έρχεται το 2015, όταν οι εισοδοί πολλαπλασιάζονται (από 77,0 το 2014 σε 912,0). Το 93% περνά από τα θαλάσσια σύνορα και 500 άτομα περίπου καθημερινά χάνουν τη

⁶¹ **Κοτζαμάνης, Β., Καρκούλη, Α.** (2016) Οι μεταναστευτικές εισροές στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία: ένταση και βασικά χαρακτηριστικά των παρατύπων εισερχομένων ως και των αιτούντων άσυλο, Δημογραφικά Νέα

ζωή τους στην προσπάθεια αυτή (Κοτζαμάνης - Καρκούλη, 2016). Το σύνολο σχεδόν των αφιχθέντων το 2015 (όπως και τμήμα των παρανόμως εισερχομένων των προηγούμενων ετών) επιτυγχάνει μέσω της βαλκανικής οδού να εγκαταλείψει την Ελλάδα μετά όμως και το κλείσιμο των συνόρων με την πΓΔΜ, η διαχείριση των μαζικών αυτών ροών που συνεχίζονται -εάν και με μικρότερη ένταση- και το πρώτο τρίμηνο του 2016 θέτει προβλήματα στον τουρισμό αλλά και την κοινωνία γενικότερα.

Τα προβλήματα δε αυτά εντείνονται από την ανεπαρκή διαχείριση των ροών από την πλευρά της ελληνικής δημόσιας διοίκησης που δεν είναι σε θέση να ανταποκριθεί και δε διαθέτει την απαιτούμενη εμπειρία από τη διαχείριση τέτοιας έντασης και μορφής ροών. Πιο συγκεκριμένα, ο συντονισμός είναι ανεπαρκής και οι διαθέσιμοι πόροι, όπως και η βοήθεια από τρίτες χώρες, ανύπαρκτη. Η επιδείνωση της κατάστασης έρχεται με το μονομερές κλείσιμο των συνόρων γειτονικών χωρών και την επακόλουθη αδυναμία εξόδου από τη χώρα 50.000 περίπου παρατύπων εισελθόντων που έχουν συγκεντρωθεί σήμερα κυρίως στα σύνορα με την πΓΔΜ και τον Πειραιά.

Αποκαλυπτική του μεγέθους των ζημιών που υφίστανται ιδίως τα νησιά Κω, Λέσβος, Χίος και Σάμος είναι η έρευνα του υπουργείου Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού, σύμφωνα με την οποία, ενδεικτικά αξίζει να αναφερθεί ότι μόνο για το νησί της Κω, από τις ακυρώσεις κρατήσεων και προ-κρατήσεων για το 2016 αλλά και τις χαμένες τουριστικές δαπάνες οι απώλειες στην τοπική οικονομία αγγίζουν τα 18 εκατ. ευρώ.

Αναλυτικά οι επιπτώσεις, όπως περιγράφονται στην έκθεση⁶², είναι:

- Ακυρώσεις διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και λοιπά καταλύματα: για την περίπτωση της Κω οι εν λόγω ακυρώσεις ανέρχονται στις 178.000 περίπου (120.000 από tour operators και 58.000 από μεμονωμένους πελάτες), αριθμός που αντιστοιχεί σε αύξηση ακυρώσεων κατά 400% σε σχέση με την ίδια περίοδο του 2014. Σε Λέσβο και Λέρο αγγίζουν το 30%.
- Συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου: σε αρκετά τουριστικά καταλύματα καταγράφεται η τάση διακοπής της λειτουργίας τους, τουλάχιστον κατά δύο μήνες νωρίτερα, συγκριτικά με την προηγούμενη τουριστική περίοδο.

⁶² http://www.ethnos.gr/oikonomia/arthro/oi_epiptoseis_ston_tourismo-64255078/

- Απώλειες στον κύκλο εργασιών: αποτέλεσμα των δύο προαναφερόμενων συνεπειών είναι η μείωση της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης ανά διανυκτέρευση. Στην περίπτωση της Κω εκτιμάται ότι οι εν λόγω απώλειες ξεπερνούν τα 7 εκατ. ευρώ, οι οποίες και θα επιφέρουν περαιτέρω συνέπειες στην ευρύτερη οικονομική δραστηριότητα.
- Μειωμένος ρυθμός κρατήσεων για την τρέχουσα περίοδο και προ-κρατήσεων για το 2016: στην περίπτωση της Κω, ο εν λόγω ρυθμός κρατήσεων εμφανίζεται μειωμένος από 40% έως 58% σε σχέση με το 2014, ενώ ο ρυθμός προ-κρατήσεων παρουσιάζει μείωση της τάξης του 60%, κυρίως από την αγορά της Μ. Βρετανίας (1.650 ακυρώσεις έως τα τέλη Αυγούστου 2015) σε σχέση με την περσινή περίοδο. Παράλληλα, κατά το διάστημα των τελευταίων τριών εβδομάδων του Αυγούστου διαπιστώθηκε αρνητική εξέλιξη στην πορεία των κρατήσεων.
- Ακυρώσεις συνεδρίων και προσεγγίσεων κρουαζιερόπλοιων: Στην περίπτωση της Λέσβου πρόσφατα ακυρώθηκαν πέντε αφίξεις κρουαζιερόπλοιων, ενώ αναμένεται η ακύρωση άλλων δύο μέχρι το τέλος Σεπτεμβρίου 2015, συνολικού δυναμικού περί τους 6.000 επιβαίνοντες, ενώ κάτι ανάλογο παρατηρείται και στην περίπτωση της Κω.
- Ακυρώσεις πτήσεων από το εξωτερικό: Στην περίπτωση της Κω παρατηρούνται συνεχείς ακυρώσεις πτήσεων από προορισμούς όπως η Ιταλία και το Ισραήλ, ενώ αντίστοιχη είναι και η εικόνα στην περίπτωση της Λέσβου.

Σύμφωνα με ένα ακόμη ρεπορτάζ, με χαρακτηριστικό τίτλο «Ο τουρισμός πληρώνει το προσφυγικό»⁶³, μεγάλες είναι οι διαστάσεις που λαμβάνουν, πλέον, οι επιπτώσεις για τον τουρισμό σε νησιά του Αιγαίου -όπως στη Λέσβο και στην Κω- εξαιτίας της αδυναμίας που επέδειξε η κυβέρνηση να διαχειρισθεί το ζήτημα των υψηλών μεταναστευτικών ροών. Σύμφωνα με το δημοσίευμα, η ζημιά στον τουρισμό των νησιών έχει ήδη συντελεστεί από τους προηγούμενους μήνες με αντίκτυπο τόσο και στη φετινή σεζόν του 2016.

Στοιχεία αντλούμε από την επιστολή που απέστειλε προς τον υπουργό Οικονομικών Γιώργο Χουλιαράκη και τον υπουργό Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού Νίκο Χριστοδουλάκη ο πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Λέσβου, Περικλής Αντωνίου, ο οποίος περιγράφει αναλυτικά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τουρισμός του νησιού, επισημαίνοντας

⁶³ <http://www.kathimerini.gr/830946/article/epikairothta/ellada/o-toyrismos-plhrwnei-to-prosfygiko>

ότι αρκετές εποχικές ξενοδοχειακές μονάδες αποφάσισαν φέτος να κλείσουν 30 έως 45 ημέρες νωρίτερα, ενώ και άλλες ετήσιας λειτουργίας κλείνουν τμήματά τους και συρρικνώνουν τις δραστηριότητές τους.

Σύμφωνα με τον ίδιο⁶⁴: «η πτώση των διανυκτερεύσεων και του τζίρου στις μονάδες του νησιού κυμαίνεται κοντά στο 30% ενώ ταυτόχρονα, αεροπορικές εταιρείες ακυρώνουν πτήσεις και ξένοι ταξιδιωτικοί Οργανισμοί θέτουν εκτός των προγραμμάτων τους τη Λέσβο. Αναλυτικά, η ολλανδική Sundio αποφάσισε να μην πραγματοποιήσει την προγραμματισμένη τρίτη πτήση της στο νησί από τις 3 Ιουλίου έως το τέλος της σεζόν. Σε ό,τι αφορά τις άλλες δύο πτήσεις, τις σταματά στις 15 Οκτωβρίου αντί στις 29 Οκτωβρίου. Αβέβαιη θεωρεί η Ένωση την παρουσία της για το 2016. Η εταιρεία Corendon που είχε προγραμματίσει από την Ολλανδία τρεις πτήσεις εβδομαδιαίως για όλη τη σεζόν του 2015 τις μοιράζει, πλέον, σε προορισμούς της Ελλάδας και της Τουρκίας. Για το 2016 αποφάσισε από τώρα να περιορίσει τις πτήσεις σε δύο. Η εταιρεία charter Transavia, την οποία χρησιμοποιούν οι Ολλανδοί ταξιδιωτικοί τουριστικοί οργανισμοί συμπληρωματικά με τις δικές τους, αποφάσισε να σταματήσει τις πτήσεις στις 3 αντί στις 29 Οκτωβρίου. Η Thomas Cook από το τέλος Αυγούστου πετάει με χαμηλές πληρότητες ενώ ο ταξιδιωτικός Οργανισμός Ving από τη Σουηδία λόγω έλλειψης ζήτησης άλλαξε το 212 θέσεων αεροπλάνο με άλλο 140 θέσεων. Επίσης, η Spies Δανίας άλλαξε για το 2016 το 212 θέσεων αεροπλάνο σε άλλο 189 θέσεων. Ο Τουριστικός Οργανισμός Brava Sun tours Δανίας έφερε δύο αεροπλάνα εβδομαδιαίως στο νησί και λόγω χαμηλής πληρότητας από τα μέσα Αυγούστου απέσυρε το ένα από την περασμένη Παρασκευή. Επίσης, Οργανισμός από τη Φινλανδία θα μειώσει κατά δύο εβδομάδες το πρόγραμμά του για το 2016 στο νησί, ενώ Οργανισμός από τη Τσεχία το ακύρωσε τελείως».

Σε ό,τι αφορά την κρουαζιέρα μέχρι στιγμής λόγω της κακής κατάστασης του λιμανιού έχουν ακυρωθεί 5 προσεγγίσεις πλοίων, ενώ προβλέπεται μέχρι τις εκλογές η ακύρωση και άλλων προσεγγίσεων. Η οικονομική ζημιά για το νησί είναι μεγάλη και σε αυτόν τον τομέα, καθώς η δαπάνη ανά άφιξη μέσω κρουαζιέρας υπολογίζεται σε 60 ευρώ. Η Ένωση Ξενοδόχων ζητεί από τους συναρμόδιους υπουργούς να λάβουν μέτρα στήριξης του νησιού εστιάζοντας κυρίως στη διατήρηση του σημερινού καθεστώτος ΦΠΑ για τουλάχιστον μία ακόμη 5ετία.

⁶⁴ <http://www.kathimerini.gr/830946/article/epikairothta/ellada/o-toyrismos-plhrwnei-to-prosfygiko>

Ίδια αντίδραση έχει επιδείξει και η Ένωση Ξενοδόχων της Κω κατακρίνοντας την ανεπαρκή διαχείριση του μεταναστευτικού ζητήματος: «στο νησί έχουν καταγραφεί 170.000 ακυρώσεις για τη φετινή σεζόν οι οποίες συνιστούν απώλειες 7 εκατ. ευρώ στον τζίρο των ξενοδοχείων. Επιπλέον το κλείσιμο των ξενοδοχείων από μία έως τρεις εβδομάδες νωρίτερα στο δίμηνο Σεπτεμβρίου - Οκτωβρίου θα οδηγήσει σε μείωση των θέσεων εργασίας τουλάχιστον κατά 30%. Σύμφωνα με την Ένωση λόγω του μεταναστευτικού ζητήματος έχουν χαθεί συνέδρια ενώ παρατηρείται πτώση και στις προσεγγίσεις κρουαζιερόπλοιων. Ακυρώσεις για τη σεζόν του 2016 καταγράφονται και στην Κω, ενώ ξένοι τουριστικοί οργανισμοί ζητούν μειώσεις των τιμών στα ήδη υπογεγραμμένα συμβόλαια»⁶⁵.

Στην περίπτωση του Βορείου Αιγαίου τα στοιχεία όπως ήδη είδαμε κι από την πρώτη μελέτη που παρουσιάσαμε, δεν είναι καθόλου ενθαρρυντικά. Από το 2015, εκατοντάδες χιλιάδες πρόσφυγες και μετανάστες κατέφθασαν στα ακριτικά νησιά του Ανατολικού Αιγαίου (Λέσβος, Χίος, Λήμνος, Κως, Σάμος, Λέρος κ.λ.π.) ψάχνοντας δίοδο προς την Ευρώπη. Χαρακτηριστικά και με βάση τα στοιχεία του Λιμεναρχείου Μυτιλήνης, μόνο από τη Λέσβο πέρασαν 510.000 πρόσφυγες και μετανάστες. Το 2016, η τάση δε δείχνει να μειώνεται καθώς μόνο τον Ιανουάριο καταγράφηκαν πάνω από 34.000 εισοδοί.

Είναι γεγονός πως τα ακριτικά αυτά νησιά αναγκάστηκαν να αντιμετωπίσουν πρωτόγνωρες καταστάσεις, με έναν επίσημο κρατικό μηχανισμό ανεπαρκή στο να διαχειριστεί αυτή την κρίση, αλλά με πολίτες γεμάτους ανθρωπιά να αγκαλιάζουν και να στηρίζουν τους πρόσφυγες με κάθε μέσο που τους έχει απομείνει. Όπως διαβάζουμε: «οι πλημμελώς οργανωμένοι χώροι φιλοξενίας, οδήγησαν τους μετανάστες στο να καταλάβουν αυθαίρετα ακόμα και ιδιωτικούς χώρους προκαλώντας φθορές και τους ιδιοκτήτες να σιωπούν και να υπομένουν με ευαισθησία και κατανόηση»⁶⁶.

Μια επιπλέον δυσάρεστη εξέλιξη που έρχεται να προστεθεί στο ήδη επιβαρυνόμενο κλίμα αποτελεί η αντιμετώπιση των εξελίξεων αυτών από τα διεθνή μέσα ενημέρωσης, τα οποία αναμεταδίδουν εικόνες φρίκης και απόγνωσης από τα σημεία διάσωσης και τους χώρους φιλοξενίας, ενώ δε διστάζουν να αποπροσανατολίσουν τον κόσμο από την πραγματική ουσία των

⁶⁵ <http://www.kathimerini.gr/830946/article/epikairothta/ellada/o-toyrismos-plhrwnei-to-prosfgiko>

⁶⁶ <http://www.limnosfm100.gr/limnos/item/18997-o-x-athanasiou-gia-tis-epiptoseis-ston-tourismo-ton-nision-apo-to-prosfgiko.html#sthash.JgVnUvOU.dpuf>

γεγονότων παρουσιάζοντας επιλεκτικές ειδήσεις και στιγμιότυπα. Χαρακτηριστικό είναι το δημοσίευμα της γερμανικής BILD με τίτλο “Λέσβος, νησί των νεκρών προσφύγων”⁶⁷. Η αναμετάδοση τέτοιων αποτρόπαιων εικόνων καθώς και τα αποθαρρυντικά δημοσιεύματα που αποτρέπουν τους πληθυσμούς να επισκεφθούν τα ελληνικά νησιά, δεν αντιμετωπίστηκαν από πλευράς ΕΟΤ και Υπουργείου Τουρισμού με τα «αντίποινα» που θα άρμοζαν στην περίπτωση, καθιστώντας τα νησιά αυτά «μη ελκυστικούς» για προορισμούς.

Σύμφωνα με το δημοσίευμα, μόνο στη Λέσβο υπολογίζεται ότι οι επιπτώσεις θα έχουν ως εξής:

- Οι ακυρώσεις των κρατήσεων στα ξενοδοχεία θα φτάσουν το 80%.
- Οι αφίξεις τσάρτερ και κρουαζιερόπλοιων στο νησί αποτυπώνονται με μονοψήφιο αριθμό και ενδέχεται να μηδενιστούν μέχρι τον Απρίλιο.
- Υπάρχουν επιχειρήσεις τουριστικού ενδιαφέροντος που σκοπεύουν να αναστείλουν τη λειτουργία τους για τη φετινή τουριστική περίοδο ελλείψει προκρατήσεων.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρουμε, πως οι τουριστικές επιχειρήσεις στο νησί φιλοξενούν εθελοντές, γραφεία των ΜΚΟ καθώς και πρόσφυγες - μετανάστες, βρίσκοντας, αν μη τι άλλο, μια νέα πηγή εσόδων για τη δύσκολη χειμερινή περίοδο που η τουριστική κίνηση είναι ελάχιστη⁶⁸.

Επιπλέον αποδείξεις για τη δυσχερή θέση στην οποία έχει επέλθει ο ελληνικός τουρισμός και πρόκειται να επέλθει λόγω της εκτεταμένης μεταναστευτικής ροής έρχεται να προσθέσει με μία ακόμη ειδική έρευνά του, ο SETE⁶⁹. Στα πλαίσια του SETE Intelligence πραγματοποιήθηκε από τις 12.04.2016 έως τις 14.04.2016, διαδικτυακή έρευνα στόχος της οποίας ήταν να καταδείξει την αντίληψη που επικρατεί για την εικόνα της Ελλάδας στις αγορές της Μεγάλης Βρετανίας, της Γερμανίας και των ΗΠΑ. Την υλοποίηση της έρευνας ανέλαβε η ανεξάρτητη βρετανική εταιρεία

⁶⁷ <http://www.protothema.gr/world/article/555643/bild-lesvos-to-nisi-ton-nekron-prosfugon/>

⁶⁸ <http://www.limnosfm100.gr/limnos/item/18997-o-x-athanasiou-gia-tis-epiptoseis-ston-tourismo-ton-nision-apo-to-prosfygiko.html#sthash.JgVnUv0U.dpuf>

⁶⁹ Αποτελέσματα διαδικτυακής έρευνας αντίληψης Censuswide σχετικά με το προσφυγικό / μεταναστευτικό, <http://sete.gr/el/statistika-vivliothiki/statistika/>

Censuswide, σε συνολικό δείγμα 3.046 ερωτηθέντων οι οποίοι έχουν επισκεφτεί ή σκέπτονται να επισκεφτούν τη χώρα μας.

Όσον αφορά τη *Γερμανική αγορά*, τους τελευταίους τρεις μήνες, η μεταναστευτική/προσφυγική κρίση στην Ελλάδα έχει επηρεάσει την αντίληψη των Γερμανών ως προς την επιθυμία τους να ταξιδέψουν στη χώρα μας, κατά 6 ποσοστιαίες μονάδες.

- **1^η έρευνα (21-25.01.2016) 46%**
- **2^η έρευνα (12-14.04.2016) 52%**

Αντίστοιχα, για τη Βρετανική αγορά, η αντίληψη των Βρετανών έχει επηρεαστεί κατά 16 ποσοστιαίες μονάδες.

- **1^η έρευνα (21-25.01.2016) 39%**
- **2^η έρευνα (12-14.04.2016) 55%**

Τέλος, η αντίληψη από πλευράς αγοράς Η.Π.Α. έχει επηρεαστεί κατά τις 3 ποσοστιαίες μονάδες.

- **1^η έρευνα (21-25.01.2016) 28%**
- **2^η έρευνα (12-14.04.2016) 31%**

Βάσει της μελέτη αυτής, είναι προφανές ότι το προσφυγικό / μεταναστευτικό ζήτημα έχει επιδράσει επιδεινωτικά στην αντίληψη των ερωτηθέντων σχετικά με την πρόθεσή τους να ταξιδέψουν στην Ελλάδα. Είναι επιτακτικό, επομένως, από πλευράς Πολιτείας να αντιμετωπιστούν άμεσα, ολιστικά και αποτελεσματικά οι προκλήσεις που έχει επιφέρει το προσφυγικό ζήτημα, ώστε να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα και η ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών και η εξυγίανση της οικονομίας και ταυτόχρονα να αποτραπεί με κάθε τρόπο η αλλοίωση της καθημερινότητας των κατοίκων των περιοχών αυτών, η περαιτέρω μείωση της απασχόλησης, η επιδείνωση της ομαλής λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων και η ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Βασικός στόχος, να αντιμετωπίζονται με τον πλέον έγκαιρο και οργανωμένο τρόπο οι όποιες επιπρόσθετες επιπτώσεις μπορεί να προκληθούν στην εικόνα, στις αφίξεις αλλά και στα έσοδα του Κράτους.

Έχοντας μεταφέρει τη γενικότερη αίσθηση που επικρατεί εν γένει στον Ελλαδικό χώρο καθώς και τις ακριτικές νησιωτικές περιοχές σε σχέση με το φαινόμενο της μετανάστευσης, καθώς και τις εκτιμήσεις των επιπτώσεων για τα νησιά αυτά από τους τοπικούς φορείς, θα παραθέσουμε στη συνέχεια βασικά στοιχεία τουριστικής ανάπτυξης από πλευράς Πολιτείας όπως αυτή φαίνεται να ανταποκρίνεται στις ενδογενείς και εξωγενείς προκλήσεις και θα ολοκληρώσουμε την παρούσα εργασία παραθέτοντας ουσιαστικά συμπεράσματα.

7. Η Ελληνική Τουριστική Πολιτική σε συνάρτηση με τις διεθνείς εξελίξεις

Σύμφωνα με το Υπουργείο Ανάπτυξης, οι στόχοι του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητας, περιελάμβαναν και τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος – προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού (Άξονας Προτεραιότητας 5). Στο πλαίσιο του Άξονα Προτεραιότητας 5 περιλαμβάνονται Μέτρα μέσω των οποίων επιδιώχθηκε να υλοποιηθούν οι ακόλουθοι στόχοι:

- Εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος
- Ενίσχυση της προσπάθειας για την προβολή της Χώρας
- Μείωση της εποχικότητας.

Ειδικότερα περιλαμβάνονται όλες οι παρεμβάσεις, που στοχεύουν στη διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μέσω της ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού, και στην εξειδικευμένη προβολή για την προσέλκυση ειδικών τμημάτων της ζήτησης και τη χρονική ανακατανομή της.

Στα πλαίσια αυτά εντάσσεται η δημιουργία υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού (εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής), ως ιδιωτικών επενδύσεων του αναπτυξιακού νόμου (συμπεριλαμβανομένων αντίστοιχων εγκαταστάσεων της ΠΟΤΑ), η δημιουργία δικτύων δράσεων - υποδομών πολιτιστικού τουρισμού και η δημιουργία νέων τουριστικών αγκυροβολίων, ώστε να αξιοποιηθούν περαιτέρω δύο συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας δηλ. το πολιτιστικό απόθεμα και ο νησιωτικός χαρακτήρας.

Εντάσσονται, επίσης, παρεμβάσεις, που συμπληρώνουν την ετήσια διαφημιστική εκστρατεία και τις λοιπές ενέργειες μάρκετινγκ του ΕΟΤ. Πρόκειται για δράσεις συγχρηματοδοτούμενες ή παράλληλα χρηματοδοτούμενες από τον Ιδιωτικό Τομέα.

Τέλος, περιλαμβάνονται παρεμβάσεις για τη μείωση της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας και πιο συγκεκριμένα προγράμματα προσέλκυσης χειμερινής ζήτησης σε περιοχές που διαθέτουν την αναγκαία υποδομή και τους κατάλληλους τουριστικούς πόρους⁷⁰.

Όπως ήδη αναφέραμε στην προηγούμενη ενότητα, οι τοπικοί φορείς, ιδιαίτερα στα νησιά, δεν είναι ικανοποιημένοι με την πρόοδο που σημειώνουν οι παραπάνω στόχοι. Παρακάτω, αναφέρουμε ενδεικτικά κάποιες προτάσεις⁷¹ από την μεριά του Δήμου της Κω και των φορέων του νησιού, με στόχο να στηριχθεί η τουριστική οικονομία του νησιού και να αντιμετωπιστούν οι αρνητικές συνέπειες που έχουν προκληθεί από το μεταναστευτικό ζήτημα.

Τα 7 μέτρα στήριξης περιλαμβάνουν:

1. Την αναστολή κατάργησης των μειωμένων συντελεστών ΦΠΑ για την Κω.
2. Την αναστολή εφαρμογής του μέτρου της επιβολής τέλους διανυκτέρευσης στα ξενοδοχεία και στα ενοικιαζόμενα δωμάτια της Κω, το οποίο πρόκειται να εφαρμοστεί από το 2018.
3. Τη δυνατότητα επαναφοράς της ρύθμισης των 100 δόσεων, για χρέη προς εφορία και ασφαλιστικά ταμεία, για επιχειρήσεις, επαγγελματίες και πολίτες της Κω.
4. Τη θεσμοθέτηση κατ' εξαίρεση ρυθμίσεων οφειλών επιχειρήσεων και νοικοκυριών της Κω προς τη ΔΕΗ.
5. Την απαλλαγή ή τουλάχιστον τη μείωση 50% του ΕΝΦΙΑ για τα ακίνητα με επαγγελματική χρήση στην Κω.

⁷⁰ Σχέδιο Κατευθύνσεων Εθνικής Αναπτυξιακής Στρατηγικής 2014-2020 στον τομέα του Τουρισμού
<http://www.mintour.gov.gr/userfiles/de145b9b-fc1f-4650-91eb-b6315a192e52/%CE%A5%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%20%CE%A3%CE%A7%CE%95%CE%94%CE%99%CE%9F%20%CE%9A%CE%91%CE%A4%CE%95%CE%A5%CE%98%CE%A5%CE%9D%CE%A3%CE%95%CE%A9%CE%9D%202014-2020.pdf>

⁷¹ <http://www.enikonomia.gr/timeliness/118858.kos-epta-metra-gia-na-antimetopisthoun-oi-synepeies-tou-metanaste.html>

6. Τη μείωση των εργοδοτικών εισφορών κατά 50% για την τουριστική περίοδο, προκειμένου να ενισχυθεί η απασχόληση στο νησί, με ταυτόχρονη δέσμευση των επιχειρηματιών του νησιού για τη διατήρηση των ίδιων θέσεων εργασίας, συγκριτικά με το 2015.

7. Τη μείωση του ορίου για τη λήψη του επιδόματος ανεργίας στα 80 ημερομίσθια, λόγω των συνεπειών στον τουρισμό και την απασχόληση.

Λαμβάνοντας υπόψιν μας το παράδειγμα αυτό γίνεται φανερό πως υπάρχει ανάγκη για μια διαφοροποίηση του μοντέλου που επικρατεί έως σήμερα καθώς δεν είναι μόνο το νησί της Κω που παλεύει να μην παρασυρθεί στη δίνη των εξελίξεων. Στην ενότητα που ακολουθεί, θα προβούμε σε συμπεράσματα και θα προτείνουμε κάποια αντισταθμιστικά μέτρα για την «ζημία» που υπέστη ο τουρισμός τα τελευταία έτη.

7.1 2017- Διεθνές Έτος Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης

Η 70η Γενική Συνέλευση των Ηνωμένων Εθνών ανακήρυξε το 2017 ως Διεθνές Έτος Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης. Το Ψήφισμα, που εγκρίθηκε στις 4 Δεκεμβρίου, αναγνωρίζει "τη σημασία του διεθνούς τουρισμού και ειδικότερα του χαρακτηρισμού ενός διεθνούς έτους βιώσιμου τουρισμού για την ανάπτυξη και την προώθηση της καλύτερης κατανόησης μεταξύ των λαών διεθνώς, που οδηγεί σε μια μεγαλύτερη συνειδητοποίηση της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς των διαφόρων πολιτισμών και επιφέρει μια καλύτερη εκτίμηση των εγγενών αξιών των πολιτισμών, συμβάλλοντας έτσι στην ενίσχυση της ειρήνης στον κόσμο".

Στο πλαίσιο της Ατζέντας 2030 για την Αειφόρο Ανάπτυξη και των Στόχων Αειφόρου Ανάπτυξης, το Διεθνές Έτος 2017 έχει ως στόχο να στηρίξει μια αλλαγή στις πολιτικές, επιχειρηματικές πρακτικές και τη συμπεριφορά των καταναλωτών ως προς ένα πιο βιώσιμο τουριστικό τομέα. Η ευαισθητοποίηση σχετικά με τη συμβολή του βιώσιμου τουρισμού στην ανάπτυξη μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα λήψης αποφάσεων και το κοινό και η κινητοποίηση όλων των ενδιαφερόμενων μερών να συνεργαστούν για την προώθηση του τουρισμού ως καταλύτη για θετική αλλαγή και εξέλιξη, αποτελούν στοιχεία κλειδιά για την επιτυχή ολοκλήρωση του έτους.

Προωθείται έτσι, ο ρόλος του τουρισμού στους εξής πέντε βασικούς τομείς: **1)** Χωρίς αποκλεισμούς βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, **2)** Κοινωνική ένταξη, απασχόληση, μείωση της φτώχειας, **3)** Αποδοτικότητα των πόρων, προστασία του περιβάλλοντος και κλιματική αλλαγή, **4)** Πολιτιστικές αξίες, πολυπολιτισμικότητα και κληρονομιά, **5)** Αμοιβαία κατανόηση, ειρήνη και ασφάλεια.

Εντολοδόχος της εποπτείας καθίσταται ο οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών που ειδικεύεται σε θέματα Τουρισμού, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού. Ο Π.Ο.Τ. έχει λάβει εντολή να διευκολύνει την οργάνωση και την εφαρμογή του Διεθνούς Έτους, σε συνεργασία με τις κυβερνήσεις, τους συναφείς οργανισμούς του συστήματος των Ηνωμένων Εθνών, των διεθνών και περιφερειακών οργανισμών και άλλων σχετικών ενδιαφερόμενων μερών.

ΤΡΙΤΟ ΜΕΡΟΣ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε πως η τελευταία δεκαετία αποτέλεσε μία περίοδο δυναμικών και προκλητικών ενδογενών και εξωγενών εξελίξεων που επηρέασαν τη χώρα μας σε πολλά επίπεδα. Τα γεγονότα αυτά, επέδρασαν στην τουριστική κίνηση της χώρας μας ξεχωριστά και είχαν το καθένα τον δικό του βαθμό επιρροής. Σαν γενικό κανόνα, μπορούμε να θεωρήσουμε πως η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα είναι ανάλογη της έκτασης του κινδύνου που μπορεί να ανεχθεί ο δυνητικός τουρίστας. Όσο αυξάνεται ο κίνδυνος, τόσο αυξάνεται η ανασφάλεια και η αβεβαιότητα και άρα μειώνεται η τουριστική ζήτηση. Ουσιώδη ρόλο παίζει και το πόσο συχνά επαναλαμβάνονται αυτά τα φαινόμενα κινδύνου, καθώς μεμονωμένα ή σποραδικά συμβάντα μπορεί να επηρεάσουν λιγότερο την τουριστική κίνηση, από τα επαναλαμβανόμενα.

Ίσως το σημαντικότερο συμπέρασμα στο οποίο έχουμε καταλήξει να είναι πως η εξέλιξη στις τουριστικές ροές, εξαρτάται από τα μέτρα που λαμβάνει η κάθε χώρα για να αντιμετωπίσει τις δυσμενείς εξωτερικές και εσωτερικές εξελίξεις (όπως για παράδειγμα την οικονομική κρίση, το προσφυγικό, την τρομοκρατία) και πως μπορεί να τις αξιοποιήσει ώστε να τις μετατρέψει σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Στην Ελλάδα, ο τουρισμός είναι ιδιαίτερος εξαρτημένος από την εξωτερική πολιτική και τις οικονομικές διακυμάνσεις και άκρως εξειδικευμένος και εποχικός. Παρά όμως την εύθραυστη φύση του απέναντι στις κοινωνικοπολιτικές εξελίξεις, οι επιπτώσεις του τουρισμού αποτιμώνται ως θετικές για την Ελλάδα⁷².

Με στόχο, λοιπόν, την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος εν μέσω αυτών των δυσμενών συνθηκών απαιτείται, σε πρώτη φάση, μεταμόρφωση του τουρισμού κατά τα λεγόμενα της Poon⁷³. Μια νέα κοινή λογική και παραδοχή από το σύνολο του κόσμου και όχι μόνο από τους κυβερνητικούς δρώντες, μια καινούρια προσέγγιση της βέλτιστης πρακτικής σε επίπεδο προσαρμοστικότητας, αποκέντρωσης αρμοδιοτήτων και ολοκλήρωσης.

Το νέο πλαίσιο στο οποίο πρέπει να κινείται ο σύγχρονος τουρισμός είναι σημαντικό να απομακρυνθεί τελείως από την έννοια του παλιού τουρίστα και τα εγγενή αυτού στοιχεία όπως είναι το σύνδρομο της μάζας, η αποκλειστική αναζήτηση ήλιου, η αδιαφορία για τον τόπο υποδοχής εφόσον δε θα είμαστε αύριο εδώ, το σύμπλεγμα ανωτερότητας και η επίδειξη ενός προορισμού, η επίσκεψη μόνο σε αξιοθέατα, ο γευματισμός μόνο εντός του ξενοδοχείου, κ.α. Αντ' αυτών, να προσεγγιστεί το μοντέλο του σύγχρονου τουρίστα, ο οποίος δίνει βαρύτητα στην ουσιαστική βίωση της εμπειρίας του τουρισμού με προτίμηση στην αυθεντικότητα της ατομικότητας του, την αναζήτηση κάτι καινούριου, την απόλαυση αλλά όχι την καταστροφή, την προσωπική εμπειρία, την κατανόηση, της περιπέτειας στη φύση και των αθλητικών δραστηριοτήτων, την επαφή με τον τοπική κοινωνία και κουλτούρα, κ.α.

Ειδικότερα, και σε επίπεδο κυρίως κρατικής παρέμβασης απαιτούνται μέτρα από μεριάς κυβέρνησης έτσι ώστε να διασφαλιστεί η απασχόληση, να αναπληρωθεί το χαμένο εισόδημα και να αποκατασταθούν οι θέσεις εργασίας. Παράλληλα, θα πρέπει να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και να στηριχθεί η βιωσιμότητα των τουριστικών επιχειρήσεων.

⁷² **Leontidou**, L. (1991), «Tourism and Economic Development: Western European Experiences», ed. Allan M. Williams and Gareth Shaw, Belhaven Press, London

⁷³ **Poon**, A. (1989), «Competitive strategies for a «New Tourism»», in C. Cooper (ed.) Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management, vol. 1, London: Belhaven

Ανάμεσα στα προτεινόμενα μέτρα που έχουν κατά καιρούς προταθεί από φορείς βρίσκονται τα παρακάτω: η διεύρυνση των προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης, η μείωση των τελών αεροδρομίων (σπατόσημο, τέλη προσγείωσης και διαμονής, κ.ά.) και η επαναδιαπραγμάτευση των τελών του αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος», η μείωση του κόστους της ακτοπλοΐας, η μείωση του συντελεστή Φ.Π.Α. σε επίπεδο που να προσεγγίζει το επίπεδο των ανταγωνιστριών χωρών (Ισπανία, Πορτογαλία), η αξιοποίηση των κεφαλαίων της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδυτών για τις ΜΜΕ, η ενίσχυση των προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού, η μείωση των φορολογικών επιβαρύνσεων στις μεταφορές, κ.ά.

Τα θετικά που μπορούμε να καταλογίσουμε στην περίοδο αυτή, είναι η δραστηριοποίηση των τουριστικών φορέων της χώρας, που αντιλήφθηκε γρήγορα τον αντίκτυπο της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα, και προέβη σε δράσεις ώστε να ωθήσει την κυβέρνηση να εξαγγείλει δια στόματος του πρωθυπουργού, δέσμης μέτρων, όπως είναι η αύξηση των δαπανών για την προβολή της χώρας, η κατάρτιση των εργαζομένων στον κλάδο, αλλά κυρίως η διευκόλυνση των επιχειρήσεων σε ό,τι αφορά τη χρηματοδότηση, την επιστροφή του ΦΠΑ, κ.ά.

Σε ένα ευρύτερο όμως επίπεδο, και σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο⁷⁴ υπάρχουν δομικές δυσκολίες που δυσχεραίνουν τον τουρισμό στη χώρα μας: *«το μοντέλο των 4S βασίστηκε ουσιαστικά στον ορισμό του «homo-touristicus masse», τον οποίο χαρακτηρίζει μία συμπεριφορά αγέλης και ένας τύπος κατανάλωσης επικεντρωμένος στο μιμητισμό. Η ομοιομορφία, ίδια του μοντέλου, φαίνεται ότι αφήνει ελάχιστα περιθώρια σε μία εξατομίκευση των συμπεριφορών αλλά και των προτιμήσεων/επιθυμιών των δυνητικών τουριστών»*. Έχει γίνει άλλωστε φανερό πως ο παράκτιος παραθεριστικός τουρισμός, σαν παραδοσιακό μοντέλο διευθέτησης και ανάπτυξης του τουρισμού, δεν ικανοποιεί πλέον τις νέες απαιτήσεις της τουριστικής πελατείας. Αυτό το αποδεικνύει η βραδεία αύξηση του αριθμού των τουριστών στις Μεσογειακές χώρες, καθώς και οι χαμηλές πληρότητες των ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

⁷⁴ **Βαρβαρέσος, Σ.** (2012) «Η κρίση του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση» Ημερίδα: Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός, ΤΕΙ Αθήνας, Τμήμα: Τουριστικών Επιχειρήσεων

Μας τονίζει λοιπόν, με τη μελέτη του πως ο ελληνικός τουρισμός εάν επιθυμεί να επιβιώσει του διεθνούς ανταγωνισμού και εάν επιζητεί να παραμείνει ένας αξιόλογος οικονομικός παράγοντας (εισοδήματα, απασχόληση) θα πρέπει να επιχειρήσει μία αναδιάρθρωση του προϊόντος στα πλαίσια διαμόρφωσης ενός νέου αναπτυξιακού μοντέλου. Στην περίπτωση μίας δομικού τύπου κρίσης και λιγότερο μίας άλλης, απόρροιας οικονομικών κυρίως συγκυριών προτείνεται από τον ίδιο, στο ίδιο σύγγραμμα του (Βαρβαρέσος, 2012):

- Η αναζήτηση ενός μακροχρόνιου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης σε σχέση με ένα βραχυχρόνιο.
- Η ανάδειξη της ποιότητας έναντι της ποσότητας.
- Η διαφοροποίηση έναντι της ομογενοποίησης.

Φτάνουμε λοιπόν, στο ευαίσθητο ζήτημα του επαναπροσδιορισμού της στρατηγικής που ακολουθήθηκε για τον τουρισμό έως σήμερα και την εφαρμογή μίας νέας εναλλακτικής στρατηγικής που θα βασίζεται όχι στα 4s αλλά στα 4e και θα απορρέει «από τις ίδιες αναζητήσεις του τουρίστα και το τουριστικό προϊόν της χωρικής ενότητας υποδοχής», όπως ακριβώς το θέτει ο Βαρβαρέσος⁷⁵. Αυτό το νέο μοντέλο επικεντρώνεται στις ακόλουθες τέσσερις μεταβλητές, σύμφωνα με την ίδια μελέτη:

- Environment and clean nature
- Educational tourism, culture and history
- Event and mega event
- Entertainment and fun

Το υποθετικό αυτό μοντέλο αποτελεί πλέον μία κύρια στρατηγική για έναν μεγάλο αριθμό χωρών προκειμένου να έχουν πρόσβαση στο «νέο τουρισμό» και διαφέρει από το προηγούμενο ως προς την γενικότερη αντίληψη που διαμορφώνεται αναφορικά με τον τουρισμό σε μία χώρα υποδοχής. Η κρίση του ελληνικού τουρισμού για περισσότερο από μία δεκαετία, έχει κάνει συνειδητή σε μεγάλο αριθμό παραγωγών αλλά και διοικούντων την ανάγκη μετατροπής του ελληνικού τουριστικού μοντέλου των 4S σ' εκείνο των 4E καθώς και της εφαρμογής του. Η προτεραιότητα

⁷⁵ Βαρβαρέσος, Σ. (2012) «Η κρίση του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση» Ημερίδα: Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός, ΤΕΙ Αθήνας, Τμήμα: Τουριστικών Επιχειρήσεων

που πρέπει να δοθεί στην ποιότητα έναντι της ποσότητας, αποτελεί ίσως τη σημαντικότερη αναζήτηση μίας κοινωνίας υποδοχής που επιθυμεί να δώσει νέα ώθηση στον τουριστικό τομέα.

Όπως ήδη είδαμε στο Μέρος Α' & Β' της παρούσας εργασίας, η κρίση του ελληνικού τουρισμού προϋπήρχε της διεθνούς οικονομικής κρίσης και μπορεί να χαρακτηριστεί δομική ενώ η διεθνής οικονομική κρίση ήρθε να επιβαρύνει επιπλέον τα δυσμενή οικονομικά αποτελέσματα του ήδη υπάρχοντος τουριστικού μοντέλου. Οι επιπτώσεις όμως στον βραχυπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα συνεπάγονται, σύμφωνα με τη μελέτη του Βαρβαρέσου (2012), κατ' ελάχιστον τα εξής:

- συμπίεση τιμών
- μείωση της πληρότητας των τουριστικών καταλυμάτων
- αύξηση της εποχικότητας
- μείωση της διάρκειας παραμονής
- μείωση της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης

Καταληκτικά, μπορούμε να πούμε πως η Ελλάδα ως χώρα υποδοχής, θα πρέπει να εγκαταλείψει το μοντέλο στο οποίο στήριξε την τουριστική της ανάπτυξη και να διαμορφώσει ένα μοντέλο επικεντρωμένο στην ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών. Ως εκ τούτου οι αναζητήσεις αφορούν έναν τουρισμό επικεντρωμένο ως επί το πλείστον στην ποιότητα εξοπλισμών, περιβάλλοντος και εργατικού δυναμικού. Ο επαναπροσδιορισμός των στόχων και των στρατηγικών αποτελεί επιθυμητή προτεραιότητα, εάν εξακολουθούμε να θεωρούμε ότι ο κλάδος του τουρισμού είναι η μόνη μας ελπίδα προς αναπτυξιακή πορεία. Ακριβώς αυτή η σημασία του τουρισμού για τη χώρα μας επιβάλλει την εφαρμογή μιας στρατηγικής μάρκετινγκ με γνώμονα την αποτελεσματική προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό. Η ανάγκη αυτή είναι ιδιαίτερα επιτακτική στις μέρες μας, καθώς καταγράφεται έντονος ανταγωνισμός από χώρες που χαρακτηρίζονται είτε από αναβαθμισμένης ποιότητας και υψηλής διαφοροποίησης τουριστικών προϊόντων (π.χ. Ισπανία), είτε από χαμηλότερο κόστος (π.χ. Τουρκία, Αίγυπτος, Τυνησία).

Ουσιαστικά, η Ελλάδα προσφέρει το ίδιο προϊόν με τους ανταγωνιστές της και διεκδικεί μερίδιο από τις ίδιες τουριστικές αγορές (απευθύνεται κυρίως σε τουρίστες από χώρες της Β.Δ. Ευρώπης) ενώ ταυτόχρονα καταγράφεται παγκοσμίως μια αλλαγή στις τάσεις, τα κίνητρα και τις προτιμήσεις των καταναλωτών τουριστικών υπηρεσιών, σε συνέχεια των όσων αναφέραμε

παραπάνω σε σχέση με το νέο διαφοροποιημένο μοντέλο που απαιτείται. Η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών έχει πάψει να εμφανίζεται ομοιόμορφη και άρα αν η χώρα μας επιθυμεί να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της, θα πρέπει να προβεί σε μία ολοκληρωμένη στρατηγική προβολής και μάρκετινγκ του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Όλοι οι φορείς, ανάμεσα σε αυτούς και το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο, ο ΣΕΤΕ και το Υπουργείο Τουρισμού μέσω του ΕΟΤ, αναγνωρίζοντας το πλήθος των πλεονεκτημάτων από έναν υγιή τουρισμό, προσπαθούν με προωθητικές δράσεις να διατηρήσουν την εικόνα των ελληνικών προορισμών άρτια προκειμένου να μη μειωθεί η επισκεψιμότητα. Ο πελάτης μιας τουριστικής επιχείρησης ή ο επισκέπτης ενός προορισμού δε μπορεί να δοκιμάσει και να αξιολογήσει την ποιότητα των προϊόντων/υπηρεσιών πριν τα αγοράσει. Στην πραγματικότητα, οι καταναλωτές τουριστικών προϊόντων αγοράζουν αυτό το οποίο προσδοκούν και φαντάζονται ότι θα βιώσουν κατά την επίσκεψή τους. Γίνεται έτσι αντιληπτό, πως τη μεγαλύτερη σημασία για ένα επιτυχημένο πλάνο τουριστικού μάρκετινγκ, έχει ο συνδυασμός της πληροφόρησης που προέρχεται από κυβερνητικές πηγές σε συνδυασμό με τη συμβολή όλων των εμπλεκόμενων φορέων.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε πως ιδιαίτερα για την περίπτωση του Ελληνικού τουρισμού και των προβλημάτων που αντιμετωπίζει λόγω εγγύτητας με τη λεκάνη της Μεσογείου αλλά και λόγω οικονομικής κρίσης, η ανάγκη για ένα εναλλακτικό μοντέλο τουρισμού που θα βασίζεται σε νέες μορφές και τουριστικά θέλγητρα (όπως ο πολιτισμικός), αποτελεί πλέον αδήριτη ανάγκη. Ανεξάρτητα από τις δυσμενείς συνθήκες που μπορεί να επικρατούν στο εξωτερικό αλλά και το εσωτερικό της χώρας, μια νέα προσέγγιση στο τουριστικό προϊόν της, με ταυτόχρονη αναβάθμιση των υποδομών της, μπορεί να την ανεβάσει σε πολύ πιο ανταγωνιστικά επίπεδα σε σχέση με τις λοιπές χώρες της Μεσογείου. Πιο συγκεκριμένα, η έμφαση στο πολιτιστικό προϊόν το οποίο και διαθέτει σε αφθονία η χώρα μας, θα πρέπει να αποτελέσει τον κορμό για την ανάπτυξη συνδυαστικών δράσεων.

Ο ελληνικός τουρισμός, παραμένει ο εν ενεργεία τομέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, που μπορεί άμεσα να δώσει απτά αποτελέσματα για την ανάταση της ελληνικής οικονομίας. Μέσα από τη διαδικασία αυτορρύθμισης που σταθερά προωθείται στην εξυγίανση, εκπαίδευση, προώθηση και ποιότητα, προσφερόμενων υπηρεσιών, η ελληνική κοινωνία μπορεί να οδηγηθεί στην συνειδητοποίηση ότι ο τουρισμός είναι το μέλλον της χώρας.

"With more than one billion international tourists now traveling the world each year, tourism has become a powerful and transformative force that is making a genuine difference in the lives of millions of people. The potential of tourism for sustainable development is considerable. As one of the world's leading employment sectors, tourism provides important livelihood opportunities, helping to alleviate poverty and drive inclusive development."

United Nations Secretary-General, Ban Ki-moon

World Tourism Day Message, 2015

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Cohen, E. (1984), “The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings”, *Annual Review of Sociology*, Vol. 10, pp. 373-392

Drakos, K. & **Kutan**, A. (2003), “Regional Effects of Terrorism on Tourism in Three Mediterranean Countries”, *Journal of Conflict Resolution*, Vol. 47, No.5, σελ.621-641.

Hall, C. M. (1999), “Tourism and politics: policy, power, and place”, Wiley, England

Leontidou, L. (1991), «Tourism and Economic Development: Western European Experiences», ed. Allan M. Williams and Gareth Shaw, Belhaven Press, London

Maslow, A. (1998) “Maslow on Management” With added interviews by Deborah Stephens and Gary Heil, NY: Wiley

Poon, A. (1989), “Competitive strategies for a «New Tourism»”, in C. Cooper (ed.) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, vol. 1, London: Belhaven

Richter, L. K. and **Waugh**, W. L. (1986), “Terrorism and Tourism as logical companions”, *Tourism Management*

Vanhove, N. (2005), “The Economics of Tourism Destinations”, Elsevier Butterworth-Heinemann

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Βαρβαρέσος, Σ. (2012) «Η κρίση του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση» Ημερίδα: Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός, ΤΕΙ Αθήνας, Τμήμα: Τουριστικών Επιχειρήσεων

Βαρβαρέσος, Σ. (1997) «Τουριστική Πολιτική & Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής ανάπτυξης. Κριτική & Εναλλακτικές Προτάσεις» Τουριστική Αγορά, Τεύχος 15

Βαρβαρέσος, Σ. (1997), «Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις» Αθήνα, Εκδόσεις Προπομπός

Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks

Δαριβιανάκης, Α. - Μπορμπουδακης, Ε. (2012) «Οικονομική κρίση και τουρισμός. Συνέπειες της οικονομικής κρίσης. Πιθανοί τρόποι αντιμετώπισης φαινομένου»

Ζαχαράτος, Γ. (1999) «Οικονομική του Τουρισμού και Οργάνωση» Ά τόμος. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Καραγιάννης, Σ. & Ξεαρχος, Γ. (2006) «Τουριστική ανάπτυξη» Κοινωνική ευθύνη και στοχασμοί, Εκδόσεις Δίαυλος

Καρουλιά, Στ., Γάκη, Ε., Λαγός, Δ. (2013), «Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό: μια συγκριτική μελέτη» Διαθέσιμο στο:

http://grsa.prd.uth.gr/conf2013/52_karoulia_etal_ersagr13.pdf [πρόσβαση στις 30/09/2016]

Κοτζαμάνης, Β., Καρκούλη, Α. (2016) Οι μεταναστευτικές εισροές στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία: ένταση και βασικά χαρακτηριστικά των παρατύπως εισερχομένων ως και των αιτούντων άσυλο, Δημογραφικά Νέα

Μοίρα, Π., Μυλωνόπουλος, Δ. (2007) «Η Τεχνική της Συγγραφής Εργασίας στον Τουρισμό» Νικητόπουλος Ε & ΣΙΑ ΕΕ Εκδόσεις INTERBOOKS.

Πατσουράτης, Β.(2000) «Η Φορολογική Επιβάρυνση του Τουρισμού» Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)

Πρινωτάκη, Μ. and Καψής, Δ. (2008) «Οι επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία» 1sted. Αθήνα: Ινστιτούτο Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων, pp.179-192.

Σολκίδης, Α. – Ζιμπίδου, Ι.(2009) «Η Οικονομική Κρίση στον Τουρισμό» ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης, Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης, Θεσσαλονίκη

Στραντζάλης, Δ. (2010) «Η Παγκόσμια Χρηματοοικονομική Κρίση και η Επίδρασή της στις Ελληνικές Τράπεζες» Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής

Σφακιανάκης, Μ. (2000) «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Εκδόσεις Έλλην

Χατζηνικολάου, Ε. (1999) «Τουριστική Νομοθεσία» Γ Τόμος. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- **Βλάχος Α.** «Ο ελληνικός τουρισμός στα πρώτα του βήματα: Τόποι, τοπία και εθνικός εαυτός» Διαθέσιμο στο:
<https://eclass.gunet.gr/modules/document/file.php/ARTGU163/%CE%92%CE%99%CE%92%CE%9B%CE%99%CE%9F%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%A6%CE%99%CE%91%3A%20%CE%BF%20%CE%9C%CE%91%CE%98%CE%97%CE%9C%CE%91/PLANTZOS%20ETEROTOPIA.pdf>
- ΕΛ.ΣΤΑΤ., (2015). Αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα. [online] ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://www.statistics.gr/statistics/-/publication/STO04/> - [πρόσβαση 17 Νοεμ. 2015].
- Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων - Γενική Γραμματεία δια βίου μάθησης (2013) «Επιχειρηματικότητα και Τουριστική Πολιτιστική Ανάπτυξη»
- Σ.Ε.Τ.Ε., (2015). [online] ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://sete.gr/> [πρόσβαση 30 Οκτ. 2015].
- Θωμάς, Π. (2015). Η απομυθοποίηση της αύξησης του αριθμού των τουριστών στην Ελλάδα. Το Βήμα. [online] ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://www.tovima.gr/opinions> [πρόσβαση 15 Νοεμ. 2015].
- Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, <http://www2.unwto.org> ημ. πρόσβασης 01/09/2016
- Ίκκος, Α. (2015), Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών. 1sted. [e-book] Αθήνα: Ινστιτούτο ΣΕΤΕ. ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://sete.gr/> [πρόσβαση 5 Νοεμ. 2015].
- Wikipedia, (2016), World Travel & Tourism Council, Ηλεκτρονική διεύθυνση: https://en.wikipedia.org/wiki/World_Travel_and_Tourism_Council [Πρόσβαση 20 Μαρτ. 2016]
- Wikipedia, (2016), United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Ηλεκτρονική διεύθυνση: https://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_Organization [Πρόσβαση 20 Μαρτ. 2016]

- Wikipedia, (2016), International Hotel & Restaurant Association, Ηλεκτρονική διεύθυνση:
https://en.wikipedia.org/wiki/International_Hotel_%26_Restaurant_Association
[Πρόσβαση 20 Μαρτ. 2016]
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2016), Ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://www2.unwto.org/> [Πρόσβαση 20 Μαρτ. 2016]
- International Hotel & Restaurant Association (2016), Ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://ih-ra.com> [Πρόσβαση 22 Μαρτ. 2016]
- World Travel & Tourism Council (2016), Ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://www.wttc.org/>
[Πρόσβαση 22 Μαρτ. 2016]
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2016), Ηλεκτρονική διεύθυνση:
<http://www.grhotels.gr/GR/xee/identity/Pages/Institutional.aspx> [Πρόσβαση 22 Μαρτ. 2016]
- Υπουργείο Οικονομίας Ανάπτυξης & Τουρισμού, Διεθνείς Φορείς (2016), Ηλεκτρονική διεύθυνση:
<http://www.mintour.gov.gr/el/ForeignAffairs/InternationalOrganizations/>[Πρόσβαση 22 Μαρτ. 2016]
- Marketing Greece A.E. (2016), Ηλεκτρονική διεύθυνση:
<http://www.discovergreece.com/el/about-us> [Πρόσβαση 22 Μαρτ. 2016]
- Διαδικτυακός τόπος Wikipedia, λήμμα «Φοροδιαφυγή»
<http://el.wikipedia.org/wiki/Φοροδιαφυγή> τελ. πρόσβαση 01/09/2016
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2016), Ηλεκτρονική διεύθυνση:
<http://sete.gr/el/> [Πρόσβαση 22 Μαρτ. 2016]
- Europeanbusiness.gr, (2013), marketinggreece: μια πολύ θετική πρωτοβουλία, Ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://www.europeanbusiness.gr/page.asp?pid=944> [Πρόσβαση 27 Μαρτ. 2016]
- Χάρης Γκουγκουλίτσας (2014), Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, μύθος ή πραγματικότητα; Ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://maga.gr/2014/04/28/pagkosmios-organismos-tourismou-mithos-pragmatikotita/> [Πρόσβαση 27 Μαρτ. 2016]
- <http://www.reporter.gr/Eidhseis/Oikonomia/260764-SETE-Intelligence-O-toyrismos-dhmiourgei-emmesws-to-20-25-toy-AEP>

- <https://giaperan.wordpress.com/2013/02/15/%CE%B7-%CF%83%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BC%CE%AC%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%B3%CE%BA-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD-2/> τελ. πρόσβαση 18/09/2016
- ΕΟΤ, <http://www.gnto.gov.gr/> τελ. πρόσβαση 18/09/2016
- Υπουργείο Τουρισμού, <http://www.mintour.gov.gr/el/Ministry/VisionMission/> τελ. πρόσβαση 18/09/2016
- Υπουργείο Τουρισμού, <http://www.mintour.gov.gr/el/Ministry/SupervisedOrganisations/KsenodoxeikoEpimelitirioElladas/> τελ. πρόσβαση 18/09/2016
- ΣΕΤΕ: http://sete.gr/media/1910/sete-report_2021.pdf τελ. πρόσβαση 18/09/2016
- <http://fragilemag.gr/tourismos-aggelos-vlaxos/>
- http://sete.gr/media/3004/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf
- http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/ELSTAT2014.pdf