



Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης

Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας

Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Επιχειρήσεων Φιλοξενίας

ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Χριστιάνα Θεοδώρου

(Α.Μ: 028/08)

Επιβλέπων Καθηγητής:

Κουρτέσας Γεώργιος

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΜΑΡΤΙΟΣ 2015



ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ECOFIN	Economic and Finance Affairs Council
ESOMAR	Ευρωπαϊκή Εταιρία Ερευνών Κοινής Γνώμης & Μάρκετινγκ
IRTS '08	International Recommendation for Tourism Statistics 2008
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
UNWTO	World Tourism Organization
UNWTO	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
WTTC	World Travel and Tourism Council-Oxford Economics
Α.Ε.Π.	Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν
ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
ΑΠΑ	Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία
ΔΕΚΟ	Δημόσιες Επιχειρήσεις και Οργανισμοί
ΔΛΤ	Δορυφόροι Λογαριασμών Τουρισμού
ΔΛΤ	Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού
ΔΝΤ	Διεθνές Νομισματικό Ταμείο
Ε.Ο.Τ.	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΚΤ	Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
Η.Π.Α.	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
Ι.Ο.Β.Ε.	Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
ΙΟΒΕ	Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών
ΙΤΕΠ	Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων
Κ.Π.Σ.	Κεντρικό Πλαίσιο Στήριξης
ΚΕΠΕ	Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών
Μ.Μ.Ε.	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
ΜΠΔΣ	Μεσοπρόθεσμο Πλαίσιο Δημοσιονομικής Στρατηγικής
Ο.Η.Ε.	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών
ΟΝΕ	Οικονομική και Νομισματική Ένωση
ΟΣΕ	Οργανισμός Συγκοινωνιών Ελλάδος
Π.Ο.Τ.	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

Π.Ο.Τ.Α.	Περιοχές Οργανωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης
ΠΔΕ	Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων
Σ.Ε.Τ.Ε.	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΤτΕ	Τράπεζα της Ελλάδος
χ.χ.	χωρίς χρονολογία

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1.	Βασικά στοιχεία του ελληνικού τουρισμού	24
Πίνακας 2.1.	Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών	32
Πίνακας 2.2.	Αφίξεις και Έσοδα από Κρουαζιέρα	34
Πίνακας 2.3.	Εγχώριος Τουρισμός. Ταξίδια με τουλάχιστον 4 διανυκτερεύσεις	35
Πίνακας 2.4.	Πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας	37
Πίνακας 2.5.	Συνολική επίπτωση του Τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας	38
Πίνακας 2.6.	Περιφερειακή κατανομή της Τουριστικής Δραστηριότητας στην Ελλάδα και η συμβολή της ανά Περιφέρεια	39
Πίνακας 2.7.	Η σημασία του τουρισμού και για την κάλυψη του εμπορικού ισοζυγίου σε αριθμούς	40
Πίνακας 2.8.	Συνολική μισθωτή απασχόληση στον κλάδο του τουρισμού τον Ιανουάριο/Ιούλιο 2014	41
Πίνακας 2.9.	Ξενοδοχεία και Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	41

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πρωτοφανής οικονομική κρίση που πλήττει τη χώρα έχει δημιουργήσει ένα αποπνικτικό περιβάλλον στον κλάδο του τουρισμού, καθώς η συνεχής δυσφήμιση της χώρας και τα σενάρια για την ενδεχόμενη έξοδό της από την ευρωζώνη έχουν εδραιώσει μια αρνητική εικόνα της χώρας στη συνείδηση των τουριστών.

Στη σημερινή συγκυρία της παγκόσμιας κρίσης, το πρόβλημα εντοπίζεται και στη μείωση του αριθμού των ξένων τουριστών και στη μείωση της τουριστικής δαπάνης. Συνεπώς, η σχετική συζήτηση για τους τρόπους με τους οποίους θα αυξηθεί ο ποιοτικός τουρισμός και θα διευρυνθεί η τουριστική περίοδος αποκτά ιδιαίτερη σημασία. Όμως, όπως συνήθως, περισσεύουν οι συζητήσεις, αλλά λείπουν οι συγκεκριμένες δημόσιες πολιτικές και οι ιδιωτικές συμπεριφορές που θα μπορούσαν να προσφέρουν λύσεις στο διαπιστωμένο πρόβλημα.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να καταγράψει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες που αφορούν την κατάσταση του ελληνικού τουρισμού, πριν και μετά την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης παγκοσμίως.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την συγγραφή της εργασίας, ήταν η ανεύρεση υλικού από την ξενόγλωσση και ελληνόγλωσση βιβλιογραφία, επιστημονικά άρθρα και πηγές του διαδικτύου.

Λέξεις κλειδιά: *οικονομική κρίση, παγκόσμιος τουρισμός, εγχώριος τουρισμός, τουριστική πολιτική*

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	2
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Ορισμοί του Τουρισμού	10
1.2 Ιστορική Αναδρομή του τουρισμού	12
1.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα	14
1.4 Ανάπτυξη και τουριστική πολιτική στην Ελλάδα	15
1.5 Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος	22
1.6 Το ζήτημα της εποχικότητας	24
1.7 Το προφίλ των τουριστών της Ελλάδας	27

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 Στοιχεία για τον Παγκόσμιο Τουρισμό	30
2.2 Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών στην Ελλάδα	32
2.3 Αφίξεις και Έσοδα από Κρουαζιέρα	33
2.4 Έσοδα Αερομεταφορών και Θαλάσσιων Μεταφορών	34
2.5 Έσοδα Οδικών και Σιδηροδρομικών Μεταφορών	35
2.6 Εγχώριος Τουρισμός	35
2.7 Επενδύσεις στον Τουρισμό	36
2.8 Τα έμμεσα οφέλη του τουρισμού	36
2.9 Η συνολική επίπτωση του Τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας	37
2.10 Η περιφερειακή κατανομή της Τουριστικής Δραστηριότητας στην Ελλάδα και η συμβολή της ανά Περιφέρεια	38
2.11 Η συμβολή του Τουρισμού στο Ισοζύγιο Πληρωμών	39
2.12 Τουρισμός και Απασχόληση	40

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Διαχρονική εξέλιξη της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα	42
3.2 Τα αίτια της οικονομικής κρίσης	46
3.3 Περιφερειακές Ανισότητες	48
3.4 Περιφερειακή Ανθεκτικότητα	49
3.5 Περιφέρειες και τουρισμός	52
3.6 Περιφέρειες και κρίση	54
3.7 Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στα Ιόνια Νησιά, το Βόρειο και Νότιο Αιγαίο και την Κρήτη	56
3.8 Οι επιπτώσεις του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας	60

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	62
--------------	----

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το 2008 σηματοδοτεί την πρώτη οικονομική κρίση της Παγκοσμιοποίησης. Καθώς οι μεγάλες οικονομίες του κόσμου εισέρχονται σε μια ύφεση που μπορεί να είναι βαθιά και μακροχρόνια, καταναλωτές και επιχειρήσεις περιορίζουν τις δαπάνες τους με ταχύτατους ρυθμούς.

Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών και των επιχειρηματιών έχει βυθιστεί σε ιστορικά χαμηλά επίπεδα. Επιπλέον, μαζί με τον οικονομικό κύκλο «έκλεισε» και ο πιστωτικός, γεγονός που προδιαθέτει για την ισχυρότερη οικονομική επιβράδυνση της τελευταίας – τουλάχιστον - τριακονταετίας.

Οι πιστωτικοί δίαυλοι σε πολλά νοικοκυριά και επιχειρήσεις έχουν διακοπεί παγκοσμίως, σε μια περίοδο όπου η δανειακή επιβάρυνση ιδιωτών και επιχειρηματιών ήταν και παραμένει σημαντική, εξαιτίας του «φτηνού» χρήματος από το 2001 και μετέπειτα.

Την καταθλιπτική αυτή εικόνα συμπληρώνουν τα αρνητικά επακόλουθα της εκτόνωσης πολλαπλών φαινομένων φουσκών σε αγορές χρήματος και αγαθών. Η εμπιστοσύνη στις διατραπεζικές αγορές έχει πληγεί σοβαρά, δυσχεραίνοντας σε μεγάλο βαθμό την παροχή ρευστότητας σε όλες τις διαστάσεις και τα επίπεδα πολλών εθνικών καθώς και της παγκόσμιας οικονομίας, και του εμπορίου.

Σε αυτό το δυσχερές περιβάλλον καλείται η ελληνική βιομηχανία του τουρισμού, πλώνοντας της ελληνικής οικονομίας, να ανταγωνιστεί τους ποιοτικούς και κατά πολύ φτηνότερους προορισμούς πολλών γειτονικών μας χωρών.

Στόχος της παρούσας εργασίας είναι να αποσαφηνίσει την έννοια του τουρισμού, να καταγράψει τα ερευνητικά δεδομένα που αφορούν τον παγκόσμιο και εγχώριο τουρισμό, αλλά να αναλύσει τους παράγοντες της οικονομικής κρίσης που επέδρασαν στον κλάδο του τουρισμού.

Συγκεκριμένα:

Στο πρώτο κεφάλαιο με τίτλο «Τα χαρακτηριστικά του Τουρισμού» δίνονται οι ορισμοί του τουρισμού, παρουσιάζεται η ιστορική αναδρομή του, καταγράφονται στοιχεία που αφορούν τον τουρισμό στην Ελλάδα, αναλύεται η ανάπτυξη και η ελληνική τουριστική πολιτική, δίνονται πληροφορίες για τον κύκλο ζωής του τουριστικού προϊόντος, γίνεται αναφορά στο ζήτημα της εποχικότητας και αναλύεται το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο με τίτλο «Οικονομικά Δεδομένα του Τουρισμού Παγκοσμίως και στην Ελλάδα» παρουσιάζονται στοιχεία που αφορούν τον παγκόσμιο τουρισμό, καταγράφονται οι αφίξεις και τα έσοδα εισερχομένων τουριστών στην Ελλάδα, οι αφίξεις και τα έσοδα από κρουαζιέρες και αερομεταφορές, τα έσοδα οδικών και σιδηροδρομικών μεταφορών, αναλύονται οι επενδύσεις στον τουρισμό, τα έμμεσα οφέλη του τουρισμού και η συνολική επίπτωση του τουρισμού στο ακαθάριστο εθνικό προϊόν της Ελλάδας. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την ανάλυση της περιφερειακής κατανομής της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα και τη συμβολή της ανά Περιφέρεια. Επίσης, δίνονται στοιχεία για τη συμβολή του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών και την σχέση που κατέχει ο κλάδος του τουρισμού με την απασχόληση.

Στο τρίτο κεφάλαιο με τίτλο «Οικονομική Κρίση και Τουρισμός» γίνεται ανάπτυξη του θέματος της διαχρονικής εξέλιξης της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα, αναλύονται τα αίτια της οικονομικής κρίσης, όπως επίσης αναλύονται και οι περιφερειακές ανισότητες, η περιφερειακή ανθεκτικότητα, η επίδραση της κρίσης στις περιφέρειες. Στο σημείο αυτό, γίνεται αναφορά στην επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στα Ιόνια νησιά, το βόρειο και νότιο αιγαίο και την Κρήτη, ολοκληρώνοντας το κεφάλαιο με την καταγραφή των επιπτώσεων του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας.

Στο τέλος παρατίθενται τα γενικά Συμπεράσματα της εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Ορισμοί του Τουρισμού

Κατά το παρελθόν, πολλοί επιστήμονες έχουν προσπαθήσει να δώσουν τον ορισμό του τουρισμού. Σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996), το τουριστικό φαινόμενο είναι άμεσα συνδεδεμένο με πολλές επιστήμες, όπως είναι η γεωγραφία, η ψυχολογία, η ιστορία, η οικολογία, και οι οικονομικές και πολιτικές επιστήμες. Η φύση του τουρισμού και οι θετικές ή και αρνητικές επιδράσεις που μπορεί να επιφέρει σε μια χώρα υποδοχής, έχει οδηγήσει σε μια πληθώρα ορισμών του φαινομένου, ωστόσο μέχρι σήμερα δεν μπορούμε να πούμε ότι υπάρχει ένας μόνο γενικά αποδεκτός ορισμός. Ακριβή ορισμό της λέξης «τουρισμός» είναι δύσκολο να δοθεί καθώς το κίνητρο του τουρίστα διαφέρει κάθε φορά.

Η ραγδαία αύξηση των τουριστικών μετακινήσεων τον 20ό αιώνα με σκοπό την αναψυχή αλλά και οι σημαντικές επιπτώσεις στις οικονομίες των κρατών υποδοχής κυρίως, δημιούργησε την ανάγκη καταγραφής ενός κοινά αποδεκτού ορισμού. Για κάποιους, ο τουρισμός αποτελεί ένα ταξίδι αναψυχής, για άλλους απλά μια ανθρώπινη επιθυμία ή δραστηριότητα, ενώ για κάποιους άλλους ο τουρισμός έχει μετατραπεί σε κοινωνική ανάγκη και κοινωνικό φαινόμενο (Ζαχαράτος 2000).

Κατά περίπτωση οι διαφορετικοί ορισμοί αντιστοιχούν στην προσέγγιση της επιστήμης που εξετάζει τον τουρισμό (Κοινωνιολογία, Γεωγραφία, Οικονομία, Ανθρωπολογία κ.α.) όσο και από τους οργανισμούς που ασχολούνται με τον τουρισμό. Πολλοί οργανισμοί (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών, Σ.Ε.Τ.Ε., IOBE κ.α.) κατά καιρούς προσπάθησαν να δώσουν τον ορισμό της λέξης «τουρισμός», αλλά οι προσπάθειές τους βρήκαν εμπόδιο στο σκοπό του ταξιδιού και τη διάρκεια παραμονής. Έτσι θα μπορούσαμε να ορίσουμε τη λέξη τουρισμό ως «το γεγονός εκείνο που συμβαίνει όταν ένα άτομο αλλάζει φυσικό περιβάλλον (αλλαγή παραστάσεων) και ρυθμό ζωής. Μπορεί να χαρακτηριστεί ότι είναι ένα πολυσύνθετο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο και πραγματοποιείται όταν συναντιέται η ανθρώπινη θέληση με το ταξίδι. Η σύμπτωση αυτή παρέχει ικανοποίηση σε ψυχοσωματικές ανάγκες και πνευματικές περιέργειες μέσα από μια συνειδητή και αποκλειστικά για το σκοπό αυτό πρόσκαιρη μετακίνηση και παραμονή των ατόμων σε ξένο γεωγραφικό χώρο όπου αναπτύσσονται πλήθος δραστηριοτήτων αναψυχής και ψυχαγωγίας στο πλαίσιο πάντα του ελεύθερου χρόνου τους (Λαγός 2005)».

Σύμφωνα με τους Hunziger & Krapf (1942), το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού και της παραμονής των ξένων σε έναν τόπο διαφορετικό από εκείνον της μόνιμης κατοικίας τους και δεν έχουν σκοπό κερδοφορίας, ονομάζεται «τουρισμός». Ήταν και ο πρώτος ορισμός της λέξης τουρισμός που έτυχε μεγάλης αποδοχής και έδειχνε τις σχέσεις που δημιουργούνται μεταξύ των τουριστών και του τοπικού πληθυσμού. Δεν αναφερόταν μόνο στα οικονομικά αποτελέσματα που εμπεριείχε ο τουρισμός αλλά και στις σχέσεις (όπως κοινωνικές) που δημιουργούνταν από τη μετακίνηση και την προσωρινή παραμονή του ατόμου σε χώρο πέρα από τη μόνιμη κατοικία του.

Οι Burkart & Medlik (1981), χώρισαν τους διάφορους ορισμούς σε δύο κύριες κατηγορίες:

- α) τους εννοιολογικούς ορισμούς, που επιχειρούν να δώσουν το θεωρητικό πλαίσιο με τα βασικά χαρακτηριστικά του τουριστικού φαινομένου αλλά και τα στοιχεία που το κάνουν ξεχωριστό από άλλα συγγενή φαινόμενα, και,
- β) τους τεχνικούς ορισμούς, που προσφέρουν τα στοιχεία για ανάλυση του τουριστικού φαινομένου από στατιστική σκοπιά.

Κατά τον Matley (1976), τουρισμός είναι ένα ταξίδι αναψυχής, το οποίο περιλαμβάνει το δυναμικό του στοιχείο, που είναι η μετάβαση από και προς έναν προορισμό και το στατικό του στοιχείο, που περιλαμβάνει τις δραστηριότητες αναψυχής, ενώ πολλοί συγγραφείς επισημαίνουν την ανθρώπινη διάσταση του τουριστικού φαινομένου που προκύπτει από την ανάγκη του ατόμου να κάνει ένα ταξίδι, εκτός του τόπου της μόνιμης κατοικίας του χωρίς ωστόσο να έχει καταναγκαστικό χαρακτήρα (Gartner 2001, Gee et al., 2001, Gilbert 1990, Jovicic 1988).

Σύμφωνα με τους Mitchell & Murphy (1991), ο τουρισμός αποτελεί δραστηριότητα στον ελεύθερο χρόνο του ατόμου και ορίζουν ως τουριστική ζήτηση την πρόθεση του ατόμου να εκμεταλλευτεί τις όποιες ευκαιρίες αναψυχής του παρουσιαστούν σε διαφορετικό τόπο από αυτόν της μόνιμης κατοικίας του. Ωστόσο αναφέρουν ότι «δε δύναται να μελετούμε τον τουρισμό μόνο από τη πλευρά της τουριστικής ζήτησης καθ' ότι υπάρχει και η τουριστική προσφορά που συνδέεται με τη διερεύνηση του τόπου υποδοχής αλλά και της χωρικής τους διασύνδεσης». Δηλαδή ο τουρισμός πραγματοποιείται στον τόπο προέλευσης, στον τόπο προορισμού αλλά και στη χωρική διασύνδεση αυτών των δύο, μέσω της οποίας γίνεται εφικτή η τουριστική κατανάλωση.

Αρκετοί πάλι ορίζουν τον τουρισμό ως βιομηχανία υπηρεσιών, δηλαδή μια πηγή τελικής ζήτησης υπηρεσιών που παρέχονται από τους επιμέρους κλάδους, όπως οι

μεταφορές, τα κέντρα διασκέδασης, οι μονάδες διαμονής, τα εστιατόρια, τα εμπορικά μαγαζιά, τα μεταφορικά μέσα, τους χώρους αθλητισμού κ.α. (Smith 1988).

Είναι παρόμοια, σύμφωνα με αυτούς, με μια βιομηχανία υλικών προϊόντων καθώς περιέχει και αυτή διαδικασίες διοίκησης, χρηματοδότησης, παραγωγής, μάρκετινγκ και καταλήγουν ότι ο τουρισμός αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες παγκοσμίως.

Από την άλλη έχουμε και τους επικριτές αυτής της άποψης που υποστηρίζουν ότι δε δύναται να ορίσουμε τον τουρισμό σαν μια βιομηχανία, αλλά μόνο τους τουρίστες ως καταναλωτές πολλών διαφορετικών βιομηχανικών τομέων εξαιτίας της επίσκεψης των τουριστών σε πολλά μνημεία και αξιοθέατα και της χρήσης διαφορετικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών (Medlik 1996).

Ακόμη σύμφωνα με τους Mill & Morrison (1992), ο τουρισμός ορίζεται η ραστηριότητα που περιλαμβάνει ότι σχετίζεται με την προετοιμασία, την πραγματοποίηση, την παραμονή και επιστροφή στον τόπο κατοικίας αλλά και τις αναμνήσεις του ταξιδιού.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ο ορισμός της λέξης περιλαμβάνει ένα πλήθος δραστηριοτήτων.

Συγκεκριμένα σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ. ο τουρισμός αποτελείται από δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν σε διαφορετικούς τόπους από αυτούς της μόνιμης κατοικίας τους και του συνήθους περιβάλλοντος τους, (πρέπει να σημειωθεί πως δεν περιλαμβάνονται ταξίδια ρουτίνας τακτικά εντός των περιοχών της συνηθισμένης διαμονής του ατόμου) για λόγους αναψυχής, επιχειρηματικούς, επαγγελματικούς, θεραπευτικούς, θρησκευτικούς, συνεδριακούς κ.α. και για διάρκεια όχι μεγαλύτερη του ενός έτους.

Γενικότερα σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ. ο τουρισμός συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, αύξηση επενδύσεων, μεγέθυνση της οικονομίας και άνοδο του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων.

Ακόμη ένας σημαντικός ορισμός που δόθηκε ήταν αυτός του Βαρβαρέσου (1998), που ορίζει τον τουρισμό σαν το σύνολο των σχέσεων που προέρχονται από την επικοινωνία των τουριστών με τους προμηθευτές, τις τουριστικές επιχειρήσεις ακόμη και με τις κυβερνήσεις των χωρών υποδοχής.

1.2 Ιστορική Αναδρομή του τουρισμού

Η αρχική μορφή της τουριστικής μετακίνησης είναι τοποθετημένη στη στιγμή που ο άνθρωπος άρχισε να διακινείται από το μόνιμο τόπο της διαμονής του σε άλλους τόπους

για πολλούς και διάφορους σκοπούς, όπως εμπορία, συμμετοχή σε θρησκευτικές γιορτές, αθλητικές εκδηλώσεις, ικανοποίηση της έμφυτης περιέργειας του κ.α.

Στον Ελληνικό χώρο το αναπτυγμένο αίσθημα της ξενίας κατά την περίοδο της αρχαιότητας, μας μαρτυρά ότι τέτοιου είδους μετακινήσεις και με πολλαπλούς σκοπούς, υπήρχαν από τότε. Το φαινόμενο του τουρισμού κατά την αρχαιότητα είχε διαφορετική μορφή από την σημερινή, αλλά τα βασικά στοιχεία του ήταν σχεδόν τα ίδια. Οι κύριοι λόγοι των μετακινήσεων ήταν θρησκευτικοί, αθλητικοί, υγείας καθώς και εμπορικοί.

Η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού αρχίζει μετά τον Α΄ Παγκόσμιο πόλεμο και ιδιαίτερα μετά τον Β'.

Οι μεγάλες κοινωνικές μεταβολές που έγιναν μετά τον πόλεμο αυτό ήταν η βασική τονωτική ένεση στον τουρισμό, για να φθάσουμε στη σημερινή του μορφή.

Τα οικονομικά οφέλη από την εξάπλωση του τουρισμού σε όλο το κόσμο, είναι τεράστια και γι'αυτό τον λόγο τόσο οι ιδιωτικοί όσο και οι κρατικοί φορείς των διαφόρων χωρών έχουν αναλάβει μεγάλες δραστηριότητες τουριστικού περιεχομένου, για να ικανοποιήσουν τα εκατομμύρια των τουριστών που διακινούνται καθημερινά σ' όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου.

Σχετικά με την χώρα μας όσον αφορά την τουριστική ανάπτυξη, γνωρίζουμε ότι μέχρι τα μέσα της 10ετίας του 1950 ο διεθνής τουρισμός περιοριζόταν κύρια σε τρεις ευρωπαϊκές χώρες την Ελβετία, την Ιταλία και την Αυστρία. Ο τουρισμός την εποχή αυτή έχει την μορφή του ατομικού τουρισμού. Στην 10ετία του 1960 η τουριστική αγορά άρχισε να περιλαμβάνει και άλλες χώρες. Μια από αυτές ήταν και η χώρα μας, που διέθετε ορισμένα συγκριτικά πλεονεκτήματα, έναντι άλλων χωρών. Έτσι άρχισε να αυξάνεται ο αριθμός των επισκεπτών και να δημιουργούνται οι προϋποθέσεις μιας νέας συναλλαγματοφόρος πηγής για την οικονομία μας. Για να επιτευχθεί μια σωστή ανάπτυξη του τουρισμού, πέρα από τις αποφάσεις των διαφόρων αρμόδιων κέντρων, απαραίτητο στοιχείο είναι τα άτομα, που εργάζονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική αγορά να έχουν αναπτυγμένη την τουριστική συνείδηση. Με τον όρο τουριστική συνείδηση εννοείται το σύνολο των εργασιών που συμβάλλουν στην καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των τουριστών, τη διευκόλυνσή τους και τη δημιουργία σ' αυτούς ευχάριστης εντύπωσης κατά την πρόσκαιρη παραμονή τους στον επισκεπτόμενο τόπο.

Η ύπαρξη της τουριστικής συνείδησης αποτελεί βασικό προσόν του λαού της χώρας υποδοχής τουριστών. Η απόκτησή της γίνεται με την σωστή παιδεία και την τόνωση της σημασίας του τουρισμού τόσο από οικονομικοκοινωνική όσο και από πολιτιστική άποψη (Gartner, 2001).

1.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Η Ελλάδα αποτελεί κορυφαίο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως, κάτι που την κατατάσσει ανάμεσα στους 10 πρώτους τουριστικούς προορισμούς (Lonely Planet). Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ, ο τουρισμός είναι σήμερα ο δυναμικότερα αναπτυσσόμενος τομέας της ελληνικής οικονομίας αφού:

- Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά πάνω από 15% και κατά περιόδους ξεπέρασε το 18%. Ειδικότερα για το 2012 η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2012 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 16,4%
- Δημιουργεί απασχόληση σε ένα ευρύτατο φάσμα δραστηριοτήτων, σε διαφορετικά επίπεδα γνώσεων και ειδίκευσης και κυρίως στους νέους και στη περιφέρεια. Ειδικότερα για το 2012 η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (688.800 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 18,3% των απασχολουμένων.
- Ένας (1) στους πέντε (5) κατοίκους της Ελλάδας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα.
- Κάθε Ευρώ που καταναλώνεται στον τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία.

Πίνακας 1.1. Βασικά στοιχεία του ελληνικού τουρισμού

Έτος	Συμβολή στο Α.Ε.Π.	Έσοδα	Συμβολή στην απασχόληση	Αριθμός εργαζομένων	Θέση σε διεθνείς αφίξεις	Δείκτης Ταξιδιωτικής & Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας	Μερίδιο Αγοράς	
							Παγκόσμια	Ευρώπη
2008	16,8%	11,6 δις	18,7%	854400	16 ^η	24 ^η (στις 133)	1,7%	3,3%
2009	15,9%	10,4 δις	17,7%	798600	16 ^η	24 ^η (στις 133)	1,7%	3,2%
2010	16%	9,6 δις	17,8%	786000	17 ^η	29 ^η (στις 139)	1,6%	3,1%
2011	15,8%	10,5 δις	17,6%	720600	17 ^η	29 ^η (στις 139)	1,7%	3,2%

Πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, <http://www.sete.gr/>

Είναι επομένως προφανές ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. Προκειμένου να διαπιστωθεί ο βαθμός σημαντικότητας καθώς και η συνεισφορά του τουρισμού στην ανάπτυξη των περιφερειών, θα παρουσιαστούν κάποιοι βασικοί δείκτες, για τις νησιωτικές περιφέρειες, για την περίοδο 2008-2011.

Στον πίνακα 1.1 δίνεται μία πρώτη εικόνα για τα στοιχεία που επικρατούν στην Ελλάδα αναφορικά με τον τουρισμό. Ειδικότερα, παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη βασικών μεγεθών που σχετίζονται με τον τουρισμό δηλαδή παρουσιάζεται η συμβολή του στο Α.Ε.Π. καθώς επίσης και στην απασχόληση.

Παρατηρείται πως παρότι το μερίδιο αγοράς στην παγκόσμια και στην ευρωπαϊκή αγορά δεν έχει μεταβληθεί, στην πραγματικότητα ο τουρισμός ακολουθεί μία φθίνουσα πορεία. Τα έσοδα που προέρχονται από αυτή την δραστηριότητα έχουν μειωθεί σχεδόν 10%, καθώς και το ποσοστό των εργαζομένων που απασχολεί έχει πέσει περίπου κατά 16%. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η οικονομική κρίση αρχίζει να πλήττει τον κλάδο του τουρισμού. Η οικονομική κρίση μπορεί να έχει συγκεκριμένη διάρκεια και να συμβαίνει σε αναγνωρίσιμο χρόνο και χώρο, αλλά η επίδραση της και τα αποτελέσματα που αυτή επιφέρει είναι μακροχρόνια και απρόβλεπτα (Ren, 2000).

1.4 Ανάπτυξη και τουριστική πολιτική στην Ελλάδα

Η παρούσα οικονομική κρίση τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και στη χώρα μας, αποτελεί επίκαιρο και φλέγον θέμα συζήτησης με το οποίο ασχολούνται εκπρόσωποι όλων των παραγωγικών τάξεων. Στη συζήτηση αυτή έχει αναδειχθεί η ιδιαίτερη σημασία και συμβολή του τουριστικού κλάδου για τη μελλοντική έξοδο της χώρας μας από την κρίση και την οικονομική ύφεση. Ο τουρισμός διαχρονικά αποτελεί για την ελληνική οικονομία τον σημαντικότερο πυλώνα ανάπτυξης και εισροής εσόδων, τόσο με άμεσο όσο και με έμμεσο τρόπο. Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας εκτιμάται μεταξύ 15% και 18% κατά την τελευταία πενταετία, ή μεταξύ 30 δις και 45 δις περίπου.

Αν και σύμφωνα με τις περισσότερες αρχικές εκτιμήσεις το 2013 αποτέλεσε μια ανοδική χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό, δεν θα πρέπει να μας διαφεύγει ότι, ο τουριστικός κλάδος στην Ελλάδα έχει εισέλθει σε έναν κύκλο παρατεταμένης κρίσης με χαρακτηριστικά αργής αλλά σταθερής παρακμής εδώ και αρκετά χρόνια, ιδιαίτερα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας και την επακόλουθη εμφανή αδυναμία και προφανή αποτυχία τουριστικής αξιοποίησης της κληρονομιάς των αγώνων σε βάθος χρόνου (Σιγάλα και Χρήστου, 2014).

Έχει διαπιστωθεί ότι, εάν κατά τα τελευταία τρία έτη διάφορες ανταγωνιστικές προς την Ελλάδα χώρες (όπως η Αίγυπτος, η Τυνησία, η Τουρκία, κ.ά.) δεν αντιμετώπιζαν έκτακτες καταστάσεις και προβλήματα από τα οποία ωφελήθηκε ευκαιριακά (και ελάχιστα σε σχέση με τα οφέλη που αποκόμισαν από αυτή την κρίση άλλες χώρες) ο τουρισμός

στην Ελλάδα, τότε η έκταση της παρακμής του ελληνικού τουριστικού κλάδου θα ήταν σημαντική. Ακόμα, η παρατεταμένη κρίση της τουριστικής βιομηχανίας μας επηρεάζεται και από τη γενικότερη εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό, η οποία δεν είναι και η ιδανικότερη τα τελευταία έτη. Όμως, τα βαθύτερα αίτια της κρίσης δεν είναι συγκυριακά αλλά σχετίζονται με τον τρόπο με τον οποίο ως χώρα, ως πολιτεία, ως επιχειρήσεις, ως κοινωνία αλλά και ως πολίτες και εργαζόμενοι αντιμετωπίζουμε τον τουρισμό.

Στο πλαίσιο αυτό, ο ρόλος της προβολής της χώρας στο εξωτερικό αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για τη βελτίωση της υπάρχουσας -προβληματικής- κατάστασης της εικόνας της Ελλάδας, εφόσον όμως η αξιοποίηση των τεχνικών προβολής γίνει οργανωμένα, με σχέδιο και με αντίστοιχες αλλαγές-βελτιώσεις στο τουριστικό προϊόν της χώρας και όχι αποσπασματικά, περιστασιακά και διακοσμητικά, όπως σχεδόν πάντα συνέβαινε μέχρι τώρα (Σιγάλα και Χρήστου, 2014).

Στο πλαίσιο αυτό, αξίζει να επισημανθεί ότι, ο τουρισμός αποτελεί μεν τα τελευταία 30 χρόνια την ατμομηχανή της οικονομικής μας ανάπτυξης, αλλά σε μεγάλο βαθμό αναπτύχθηκε άναρχα και χωρίς συντονισμό (όπως και άλλοι κλάδοι στη χώρα μας). Ο προσεκτικός και μακροχρόνιος σχεδιασμός, όπως αρμόζει σε μια βαριά βιομηχανία εθνικής σημασίας, συχνά ήταν ανεπαρκής. Κάθε αλλαγή προσώπων (π.χ. υπουργών και λοιπών ιθυνόντων) οδηγούσε στην ανατροπή των σχεδίων που οι προηγούμενοι κατάρτισαν, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει στρατηγική, διοικητική και λειτουργική συνοχή και διάρκεια. Ταυτόχρονα, η έλλειψη τουριστικής παιδείας και συνείδησης του μέσου πολίτη είχε σαν αποτέλεσμα την αντιμετώπιση του τουρισμού ως έναν ευκαιριακά προσοδοφόρο κλάδο, και όχι με την προσοχή που θα άξιζε ως η πραγματική βαριά βιομηχανία της Ελλάδας.

Στο παρελθόν και κυρίως μέχρι το 2002, ο ελληνικός τουρισμός αναπτυσσόταν με σταθερό ρυθμό, κυρίως εξαιτίας του χαμηλού κόστους παραγωγής και πώλησης των τουριστικών προϊόντων, γεγονός το οποίο είχε σαν αποτέλεσμα η σχέση ποιότητας-τιμής για τον αλλοδαπό τουρίστα να είναι ικανοποιητική. Παρόλο που κατά το 2013 εμφανίστηκαν ενθαρρυντικά σημάδια βελτίωσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι, τα τελευταία δέκα έτη το κόστος είναι υψηλό με αποτέλεσμα είτε η τελική τιμή του τουριστικού προϊόντος να είναι ιδιαίτερα ακριβή κατ' αναλογία με την ποιότητά του, είτε να διατηρείται μεν η τιμή σε λογικά επίπεδα αλλά η ποιότητα του προϊόντος να είναι δυσανάλογα χαμηλότερη. Και στις δύο περιπτώσεις, η σχέση ποιότητας-τιμής για τον τουρίστα βαίνει μειούμενη, με αποτέλεσμα τη διαρκή μείωση της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας μας. Παράλληλα, εδώ και δεκαετίες έχουμε

εγκλωβιστεί σε αφελή στερεότυπα και ιδεοληψίες, όπως «έχουμε την ομορφότερη χώρα του κόσμου και τις ωραιότερες παραλίες, ή ότι η Ελλάδα αποτελεί το καλύτερο οικόπεδο, κ.λπ.», τα οποία εντείνουν τη συχνά εσωστρεφή προσέγγιση και μυωπική διαχείριση του τουριστικού μας προϊόντος (Christou, 2011).

Αναφορικά με την εικόνα της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού (και κατ' επέκταση με την εικόνα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος), η υπάρχουσα κατάσταση είναι ιδιαίτερα ασαφής και ανομοιογενής. Καταρχάς, είναι σωστότερο να αναφερόμαστε στην εικόνα επιμέρους στοιχείων και τουριστικών προϊόντων της χώρας.

Συγκεκριμένα, μπορούμε να προσδιορίσουμε δύο κύρια προϊόντα που συνθέτουν το χαρτοφυλάκιο της τουριστικής προσφοράς μας: α) τον μαζικό τουρισμό, και β) τις διάφορες εναλλακτικές ή ειδικές μορφές τουρισμού.

Μεταξύ αυτών των δύο κύριων τουριστικών προϊόντων παρουσιάζονται σημαντικότερες διαφορές και διαφοροποιήσεις, τόσο στην εικόνα και διαχείρισή τους όσο και στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και κατ' επέκταση και στην εξυπηρέτηση του πελάτη (Christou and Nella, 2010).

Ως μαζικός τουρισμός στην Ελλάδα (διότι σε άλλες χώρες υπάρχουν διαφοροποιήσεις) νοείται ο παραθαλάσσιος παραθεριστικός τουρισμός - αυτό που διεθνώς ορίζεται ως τουρισμός των 3S (sun, sand, sea) (Σιγάλα και Χρήστου, 2014).

Εκτός λίγων εξαιρέσεων (και φωτεινών παραδειγμάτων κάποιων βέλτιστων πρακτικών), η εικόνα που έχει στο εξωτερικό το ελληνικό προϊόν του μαζικού τουρισμού -το οποίο αποτελεί τη ραχοκοκαλιά του τουριστικού κλάδου- είναι αρκετά συγκεχυμένη και εν μέρει προβληματική. Θεωρείται ως ένα προϊόν με σχετικά καλούς ή και πολύ καλούς φυσικούς πόρους (π.χ. κλίμα, τοπίο, θάλασσα, κ.ά.), μέτρια προς καλή ξενοδοχειακή και λοιπή τουριστική υποδομή (π.χ. αεροδρόμια, λιμάνια, πεζοδρόμια, καθαριότητα κ.λπ.), αλλά μέτρια προς κακή (και σε αρκετές περιπτώσεις αρκετά κακή) ποιότητα υπηρεσιών και εξυπηρέτηση πελατών. Τα τελευταία σε συνδυασμό με τις αντικειμενικά υψηλές τιμές (τουλάχιστον μέχρι και το 2012) καθιστούν κατά κανόνα προβληματική τη σχέση αξίας προς τιμή (value for money) του μαζικού ελληνικού τουριστικού προϊόντος έναντι των ανταγωνιστών του. Πρέπει να σημειωθεί ότι, η εικόνα αυτή δεν δημιουργήθηκε ξαφνικά αλλά αποτελεί το αποτέλεσμα μιας πολύχρονης διαδικασίας κατά τα τελευταία δέκα, τουλάχιστον, έτη. Η εικόνα αυτή έχει δημιουργηθεί τόσο μέσα από τις ίδιες τις εμπειρίες των ξένων τουριστών όσο και από τα σχόλια που μεταδίδουν σε φίλους τους, γνωστούς και σε συγγενείς, ακόμα και σε σχετικές ιστοσελίδες στο Internet, όπως σε wikis, fora, customer review websites και σε άλλους ανάλογους

ιστοχώρους που αξιοποιούν τη φιλοσοφία του λεγόμενου Web 2.0 (ή social web/κοινωνικού διαδικτύου). Ακόμα, δεν είναι άμοιρη ευθυνών για τη δημιουργία αυτής της εικόνας και η μέχρι τώρα στρατηγική (ή ενδεχομένως η έλλειψη ουσιαστικής στρατηγικής) προβολής και μάρκετινγκ που ακολουθήθηκε (Σιγάλα και Χρήστου, 2014).

Αναφορικά με τα προϊόντα των ειδικών ή εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αν και αποτελούν ένα σχετικά μικρό τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας, η υπάρχουσα κατάσταση παρουσιάζεται αρκετά διαφορετική σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό. Γενικότερα, η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι αρκετά καλή - σε ορισμένες δε περιπτώσεις είναι πολύ καλή. Όμως, το βασικό πρόβλημα αυτού του τουριστικού κλάδου σχετίζεται με την έντονη ανομοιομορφία της παρεχόμενης ποιότητας και εξυπηρέτησης από περιοχή σε περιοχή, καθώς και μεταξύ διαφορετικών τουριστικών επιχειρήσεων, η οποία με τη σειρά της συμβάλλει στη διαμόρφωση μιας εικόνας μειωμένης αξιοπιστίας του προϊόντος και αυξανόμενης δυσπιστίας της τουριστικής αγοράς (Σιγάλα και Χρήστου, 2014).

Για την ανάπτυξη ενός βέλτιστου πλαισίου εφαρμογής μιας νέας τουριστικής στρατηγικής, θα πρέπει καταρχήν να γίνουν σαφή και να συνυπολογιστούν ορισμένα κρίσιμα στοιχεία που σχετίζονται με το ίδιο το τουριστικό προϊόν (μαζικό ή εναλλακτικό). Συγκεκριμένα, ως προς τη φύση του τουριστικού προϊόντος, θα πρέπει να γίνει ξεκάθαρα αντιληπτό και κατανοητό από όλους τους εμπλεκόμενους στον τουριστικό κλάδο και στην προβολή του, το γεγονός ότι το τουριστικό προϊόν διαφέρει σημαντικότερα από όλα τα υπόλοιπα προϊόντα. Οι περισσότεροι άνθρωποι πιστεύουν -εσφαλμένα- ότι το τουριστικό προϊόν εντάσσεται στις υπηρεσίες.

Όμως, η πραγματικότητα είναι διαφορετική: το τουριστικό προϊόν αποτελεί στην ουσία ένα «υβρίδιο», καθώς περιλαμβάνει μια ποικιλία αλληλοεπηρεαζόμενων συστατικών στοιχείων όπως υλικά προϊόντα, υπηρεσίες, φυσικό περιβάλλον, ιδέες, πληροφορίες, δραστηριότητες, αλλά και ανθρώπους οι οποίοι περιλαμβάνουν: τους φυσικούς παρόχους του τουριστικού προϊόντος, την τοπική κοινωνία και φορείς της, καθώς και τους άλλους επισκέπτες που παρευρίσκονται στον προορισμό. Ταυτόχρονα, το τουριστικό προϊόν παρουσιάζει και όλες τις κλασικές ιδιαιτερότητες των υπηρεσιών, όπως: η σύντομη απαξίωση (υπηρεσίες δεν μπορούν να αποθηκευτούν για μελλοντική πώληση και κατανάλωση και συνεπώς, απούλητες υπηρεσίες αποτελούν χαμένες πωλήσεις για πάντα), η άυλη φύση του (ο καταναλωτής δεν γνωρίζει και δεν μπορεί να κρίνει/αξιολογήσει τι ακριβώς αγοράζει πριν καταναλώσει και βιώσει το προϊόν), η εξάρτηση (ποιότητας, εξυπηρέτησης κ.λπ.) από τον ανθρώπινο παράγοντα, και τέλος η

συχνά ταυτόχρονη παραγωγή και κατανάλωσή του, η οποία απαιτεί την ετοιμότητα και ικανότητα του παροχέα να προσφέρει ποιότητα και να αφογκράζεται και να ικανοποιεί τις απαιτήσεις του κάθε επισκέπτη σε πραγματικό χρόνο, καθώς δεν είναι εφικτό ο παροχέας πρώτα να παράγει και μετά να διαθέτει υπηρεσίες που έχουν ελεγχθεί/αξιολογηθεί ως ποιοτικές.

Όλες οι παραπάνω παράμετροι θα πρέπει να ληφθούν υπόψη για τη διαμόρφωση μιας νέας στρατηγικής τουριστικής πολιτικής για μια αποτελεσματικότερη διαχείριση και μάρκετινγκ του τουριστικού προϊόντος.

Στην πραγματικότητα, οι καταναλωτές τουριστικών προϊόντων αγοράζουν όνειρα - αγοράζουν τις ωφέλειες τις οποίες προσδοκούν και φαντάζονται ότι θα βιώσουν κατά την επίσκεψή τους σε έναν τουριστικό προορισμό ή κατά τη διαμονή τους σε ένα τουριστικό κατάλυμα. Κατά συνέπεια, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι άνθρωποι δεν αγοράζουν απλώς τουριστικά προϊόντα αλλά αγοράζουν την προσδοκία μιας εμπειρίας.

Από την πλευρά της τουριστικής παραγωγής, είτε σε μακροοικονομικό επίπεδο (φορείς και διοίκηση ενός τουριστικού προορισμού) είτε σε μικροοικονομικό επίπεδο (τουριστικές επιχειρήσεις), το κρίσιμο ζήτημα είναι η διαμόρφωση της προσφοράς μιας επιθυμητής από τον καταναλωτή εμπειρίας με χαρακτηριστικά υψηλής ποιότητας και καλής εξυπηρέτησης. Αναλυτικότερα, ο στόχος είναι η προσφορά μιας αξέχαστης και βεβαίως θετικής τουριστικής εμπειρίας που να μπορεί να προσφέρει ποικίλες ωφέλειες στον επισκέπτη, όπως: λειτουργικές (ξεκούραση, ηρεμία), κοινωνικές (γνωριμία, διάδραση και ανάπτυξη σχέσεων με άλλους ανθρώπους, ομάδες και πολιτισμούς), γνωστικές (μάθηση, ανάπτυξη ικανοτήτων) και ψυχολογικές (αυτοπραγμάτωση, προσωπική έκφραση και ανάπτυξη). Κατά συνέπεια, η τουριστική πολιτική του μέλλοντος θα πρέπει να ενσωματώνει τη λογική της «προσδοκώμενης εμπειρίας» πάνω στην οποία θα πρέπει να αναπτυχθεί σαφής στρατηγική για το branding της Ελλάδας (Σιγάλα και Χρήστου, 2014).

Λαμβάνοντας υπόψη τις προηγούμενες παρατηρήσεις, η ανάπτυξη της βέλτιστης τουριστικής πολιτικής της χώρας για την επόμενη πενταετία θα πρέπει να βασίζεται στις παρακάτω ευρύτερες επιδιώξεις:

- Η άμεση και έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕ Π της χώρας να ξεπεράσει το 20% και τα 50 δις ετησίως
- Οι θέσεις εργασίας στον τουριστικό κλάδο να αυξηθούν κατά 20% και να ξεπεράσουν τις 1.000.000.

Αναφορικά με τα τμήματα της αγοράς στα οποία συνιστάται η Ελλάδα να στοχεύσει, αυτά αποτελούνται

από τα εξής:

- Παραθεριστικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός (τουρισμός σκαφών αναψυχής/γιάτινγκ αλλά και τουρισμός κρουαζιέρας)
- Πολιτιστικός τουρισμός (π.χ. οίνο-τουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός κ.λπ.)
- Θεραπευτικός τουρισμός (περιλαμβάνεται τόσο ο αμιγώς τουρισμός υγείας όσο και γενικότερα ο τουρισμός ευεξίας)
- Τουρισμός γεγονότων (περιλαμβάνονται οι εκθέσεις, καθώς και ο συνεδριακός και ο αθλητικός τουρισμός)
- Τουρισμός πόλεων (κυρίως στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη)
- Τουρισμός υπαίθρου (περιλαμβάνονται οι περισσότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού)
- Περιηγητικός τουρισμός (Σιγάλα και Χρήστου, 2014).

Με την εξαίρεση του παραθεριστικού τουρισμού (ο οποίος εντάσσεται στον μαζικό τουρισμό), οι υπόλοιποι κλάδοι αποτελούν ειδικές μορφές τουρισμού, οι οποίες συνήθως απαιτούν εξειδικευμένες υποδομές και στοχεύουν σε συγκεκριμένα τμήματα αγοράς. Αξίζει να σημειωθεί ότι, σε ανάλογους τουριστικούς κλάδους και μορφές είχε καταλήξει στο παρελθόν και σχετική μελέτη που εκπόνησε για τον ΕΟΤ η κοινοπραξία μελετητικών εταιρειών PRC Group-THR-MRB.

Τελευταία, η τουριστική πολιτική της χώρας έχει αρχίσει να διαμορφώνεται στη βάση της Ευρωπαϊκής Ολοκλήρωσης, όπως αυτή εξειδικεύεται μέσα από τα ΚΠΣ και χρηματοδοτείται από τα Διαρθρωτικά Ταμεία κ.α.).

Εξετάζοντας το περιεχόμενο των δύο τελευταίων ΚΠΣ μπορούμε να εκτιμήσουμε το πλαίσιο της τουριστικής πολιτικής που ακολουθεί η Ελλάδα:

Έτσι, ενδεικτικά αναφέρονται οι δράσεις που σχεδιάστηκαν για το Υποπρόγραμμα «Τουρισμός» του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Τουρισμός – Πολιτισμός» στα πλαίσια του Β' Κ.Π.Σ., οι οποίες ανά μέτρο ήταν:

- Μέτρο 1.1.: Δημόσιες επενδύσεις για τη δημιουργία υποδομών υποστήριξης του θαλάσσιου τουρισμού.
- Μέτρο 1.2.: Δημόσιες επενδύσεις για τη δημιουργία υποδομών υποστήριξης του ορεινού, οικολογικού, θεραπευτικού και χιονοδρομικού τουρισμού.
- Μέτρο 1.3.: Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων ολοκληρωμένης μορφής εκσυγχρονισμού ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για τη μετατροπή

παραδοσιακών ή διατηρητέων κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα.

- Μέτρο 1.4.: Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για τη δημιουργία εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (μαρίνες, γήπεδα γκολφ, συνεδριακά κέντρα, κέντρα θαλασσοθεραπείας, κέντρα τουρισμού υγείας, υδροθεραπευτήρια, κέντρα προπονητικού αθλητισμού, χιονοδρομικά κέντρα) και ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για τη δημιουργία Π.Ο.Τ.Α.
- Μέτρο 1.5.: Στήριξη ΜΜΕ του τουρισμού με ιδιωτικές επενδύσεις και δημιουργία πληροφοριακού δικτύου του Ε.Ο.Τ., με δημόσια επένδυση.
- Μέτρο 1.6.: Κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού στον τομέα του τουρισμού (Τσάρτας και Λαγός, χ.χ.).

Στα πλαίσια του Γ' ΚΠΣ, οι γενικοί και οι ειδικοί στόχοι στον τουρισμό, έχουν ως ακολούθως:

Γενικοί στόχοι είναι:

- Η αναβάθμιση της ζήτησης, μέσω ενός μεγαλύτερου "ανοίγματος" προς νέες αγορές και επιμέρους τμήματα αγορών, "ανοίγματος" προς τις νέες μορφές τουρισμού για την προσέλκυση διαφοροποιημένης πελατείας, με σκοπό τη μερική και σταδιακή απεξάρτηση από το μαζικό τουρισμό χαμηλών αποδόσεων, την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού και την προσέλκυση ζήτησης σε δωδεκάμηνη βάση.
- Η διαφοροποίηση του συνολικού ελληνικού προϊόντος, μέσω της βελτίωσης του επιπέδου των προσφερομένων υπηρεσιών και της αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς προς την κατεύθυνση τόσο του εκσυγχρονισμού της υφιστάμενης τουριστικής υποδομής και ανωδομής και του εμπλουτισμού της, όσο και της δημιουργίας πρόσθετης προσφοράς υψηλής στάθμης.

Οι ειδικοί στόχοι που προτείνονται για την επίτευξη των γενικών είναι:

- Ο ποιοτικός Εκσυγχρονισμός των υφιστάμενων Τουριστικών Επιχειρήσεων και των Εγκαταστάσεων και Εμπλουτισμός του προϊόντος τους. Η δημιουργία διαφοροποιημένης τουριστικής προσφοράς υψηλής στάθμης.
- Η ανάπτυξη διαφόρων μορφών θεματικού τουρισμού (Πολιτιστικού τουρισμού, Θαλάσσιου τουρισμού, Ορεινού και Περιπατητικού Τουρισμού, Οικολογικού Τουρισμού, Αγροτουρισμού, Αθλητικού Τουρισμού, Συνεδριακού Τουρισμού, Θεραπευτικού Τουρισμού (Τουρισμού Υγείας) και Τουρισμού Περιπέτειας).
- Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ όλων των κλάδων του Τομέα (Τσάρτας και Λαγός, χ.χ.).
- Η βελτίωση της συμβολής του Τουριστικού Τομέα στη διατήρηση και αύξηση της Απασχόλησης.

- Η βελτίωση της σύνδεσης του Τουριστικού Τομέα με τους τομείς παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων και τη σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή.

Όσον αφορά στις Περιφέρειες, οι γενικοί στόχοι του (τομεακού) ΣΠΑ και μάλιστα όπως εξειδικεύονται κατωτέρω σε ειδικούς στόχους-στρατηγική, ταυτίζονται απόλυτα με τις Περιφερειακές Προτεραιότητες του συνοπτικού ΣΠΑ. Με τους γενικούς στόχους του τομεακού ΣΠΑ επιδιώκεται:

- Η αξιοποίηση των έργων που χρηματοδοτήθηκαν από το Β ΚΠΣ και η ολοκλήρωση των λειτουργικών χαρακτηριστικών αυτών των έργων, που εντάσσονται στην προσπάθεια αναβάθμισης και εμπλουτισμού της ελληνικής τουριστικής προσφοράς.
- Η ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των περιφερειών, ώστε να επιτευχθεί η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος μέσα από την ανάπτυξη συμπλεγμάτων δραστηριοτήτων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που αρμόζουν ιδιαίτερα στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους των ορεινών, παραμεθόριων και νησιωτικών περιοχών.
- Η αναβάθμιση και διαφοροποίηση της ζήτησης των ανεπτυγμένων τουριστικά περιοχών, ώστε να είναι κατά το δυνατόν λιγότερο εκτεθειμένες στις διακυμάνσεις της ζήτησης και στην έντονη εποχικότητα.

Οι παραπάνω γενικοί στόχοι θα πρέπει να υλοποιηθούν με κύριο γνώμονα την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος και την εφαρμογή των αρχών της αειφορίας, σύμφωνα και με τις σχετικές κοινοτικές επιταγές και τις αντίστοιχες εθνικές δεσμεύσεις (Τσάρτας και Λαγός, χ.χ.).

1.5 Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος

Η ανάπτυξη του τουρισμού στις περισσότερες περιοχές, βασίζεται στον τοπικό φυσικό και πολιτισμικό πλούτο. Συχνά όμως ο βαθμός (και ο τρόπος) στον οποίο αναπτύσσεται, επηρεάζει σημαντικά την ποιότητα του περιβάλλοντος και τη φυσική και πολιτισμική κληρονομιά, απειλώντας την ίδια τη βάση της ανάπτυξής του. Αυτό συμβαίνει διότι, στο μέτρο που η ανάπτυξη του τουρισμού σε ένα τόπο εξαρτάται από τους τοπικούς φυσικούς (πχ παραλίες, δάση κλπ) και πολιτιστικούς (πχ οικισμός παραδοσιακός) πόρους, η μείωση της ελκυστικότητας ενός τόπου λόγω υποβάθμισης του περιβάλλοντος, εκτός από τις αρνητικές συνέπειες που έχει για την ποιότητα ζωής των κατοίκων, οδηγεί συχνά και σε πτώση του τουρισμού με σημαντικές συνέπειες για την τοπική οικονομία και κοινωνία.

Αν η επίδραση του τουρισμού στο μετασχηματισμό του περιβάλλοντος είναι αναπόφευκτη, το ερώτημα που τίθεται είναι κατά πόσο είναι εφικτό η επίδραση αυτή να

είναι περιορισμένη έτσι ώστε να ελαχιστοποιούνται οι αρνητικές συνέπειες και τα κόστη για το σύνολο. Οι συνέπειες αυτές δεν αφορούν μόνο στο παρόν, αλλά κυρίως στο μέλλον και στη δυνατότητα του συγκεκριμένου χώρου να υποστηρίξει και στο μέλλον την τουριστική δραστηριότητα, αποκομίζοντας στους κατοίκους του οφέλη αντίστοιχα με τα σημερινά. Όταν αυτό δεν συμβεί, τότε το περιβάλλον σταματάει να παρέχει πλέον τις φυσικές του υπηρεσίες στους τουρίστες, οι οποίοι το εγκαταλείπουν για άλλες περιοχές που μπορούν να τις προσφέρουν, παραχωρώντας τη θέση τους σε άλλους τουρίστες-καταναλωτές που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν λιγότερο για να καταναλώσουν τουριστικό προϊόν χαμηλότερης ποιότητας. Μια ακραία κατάσταση είναι η πλήρης εγκατάλειψη της περιοχής από τουρίστες, όταν η τελευταία δεν μπορεί να ανταποκριθεί στα χαρακτηριστικά της ζήτησης. Σε μια τέτοια περίπτωση μπορεί να αναφέρεται κανείς στον *κύκλο ζωής ενός τουριστικού προορισμού*, σε αντιστοιχία με την *έννοια του κύκλου ζωής προϊόντος* (Χατζηβγέρης, 2003).

Πράγματι, υπάρχει αντιστοιχία μεταξύ των δύο, με τη διαφορά βέβαια ότι το προϊόν μπορεί εύκολα να υιοθετηθεί ή να αντικατασταθεί ή ακόμη και να αφαιρεθεί από την αγορά με τη μεσολάβηση μιας τεχνολογικής λύσης, ενώ δεν μπορεί να ισχύει το ίδιο για την τουριστική περιοχή.

Ένας τουριστικός προορισμός γνωρίζει τη φάση της *άνθησης-επέκτασης* με σημαντική συσσώρευση κερδών, τη φάση της *ωρίμανσης* που συνοδεύεται από την εμφάνιση αρνητικών εξωτερικών οικονομικών και έντονου ανταγωνισμού (μείωση κερδών) και τη φάση της *κάμψης-κρίσης* την οποία θα ακολουθήσει η *ανανέωση* ή η *κατάρρευση*.

Κατά συνέπεια, για την αποφυγή της κατάρρευσης και την διατήρηση της διάρκειας και ποιοτικής διάστασης του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προορισμού, το ζητούμενο είναι η επιδίωξη ενός εσωτερικού σχεδιασμού και μια ολοκληρωμένη διαχείριση, προκειμένου ο συγκεκριμένος προορισμός να ανταποκριθεί στις διαχρονικές εναλλασσόμενες προκλήσεις της τουριστικής αγοράς αλλά και του τοπικού περιβάλλοντος, όπως αυτό καθορίζεται από τους περιορισμούς και τις ιδιαιτερότητές του. Απαραίτητη προϋπόθεση για αυτόν τον σχεδιασμό είναι να ληφθεί υπ' όψη η φέρουσα ικανότητα του προορισμού (Χατζηβγέρης, 2003).

1.6 Το ζήτημα της εποχικότητας

Με τον όρο *τουριστική εποχικότητα* εννοούμε το φαινόμενο της εκδήλωσης της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του έτους (Αποστολόπουλος και συν., 1996).

Η εποχικότητα μοιάζει να είναι το σημαντικότερο πρόβλημα που έχει να αντιμετωπίσει ο Τουρισμός, καθώς οι αλλαγές των καιρικών συνθηκών (φυσική εποχικότητα) μαζί με τη «θεσμική» εποχικότητα (άδειες εργασίας τόσο του δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα) είναι οι παράγοντες που καθορίζουν την πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων αλλά και το ζήτημα της απασχόλησης του κατάλληλου τουριστικού προσωπικού.

Η εποχικότητα παρατηρείται σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο και δεν επηρεάζει το ίδιο όλες τις μορφές τουρισμού. Ο πολιτιστικός και ο συνεδριακός τουρισμός δείχνουν να επηρεάζονται λιγότερο σε σχέση με τον τουρισμό διακοπών (Αποστολόπουλος και συν., 1996).

Τα πιο σημαντικά αίτια της τουριστικής εποχικότητας είναι:

- (1) Κάποιες από τις τουριστικές δραστηριότητες πραγματοποιούνται σε συγκεκριμένη εποχή του χρόνου, όπως π.χ. ο παράκτιος τουρισμός πραγματοποιείται το καλοκαίρι ενώ ο χιονοδρομικός το χειμώνα κ.λ.π.
- (2) Παρόλο που κάποιες δραστηριότητες μπορούν να πραγματοποιηθούν όλες τις εποχές του χρόνου, στην τελική απόφαση του υποψήφιου τουρίστα, παίρνουν μέρος και άλλοι παράγοντες όπως είναι το κλίμα. Το καλοκαίρι το κλίμα είναι ευνοϊκότερο όσον αφορά ότι δεν υπάρχει βαρύς ρουχισμός, ενοχλητικές βροχές και χιονοπτώσεις που χαλάνε τη διάθεση, η περίπτωση να αρρωστήσει κανείς ελαχιστοποιείται κ.λ.π. και έτσι καταλήγει η εποχή αυτή να υπερτερεί του χειμώνα.
- (3) Επίσης, λόγω του ότι π.χ. η οικογένεια βρίσκεται σε απαρτία συνήθως κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, γιατί τότε κλείνουν τα σχολεία και δίνονται συνήθως οι άδειες διακοπών από τις επιχειρήσεις.
- (4) Και η παραδοσιακή νοοτροπία ότι οι διακοπές πρέπει να γίνονται το καλοκαίρι και όχι το χειμώνα αλλά σημαντικό ρόλο παίζει και το ότι οι διακοπές μπορεί να συνδυαστούν να πραγματοποιηθούν μαζί με φιλικές ή συγγενικές παρέες, που ως επί το πλείστον θα πάρουν κι αυτές τις άδειές τους το καλοκαίρι και όχι το χειμώνα (Αποστολόπουλος και συν., 1996).

Παρόλο που ο κλάδος του Τουρισμού προσφέρεται για δημόσιες ή ιδιωτικές επενδύσεις, η εποχικότητα είναι αυτή που παίζει το σημαντικότερο ρόλο καθώς επηρεάζει τη χρήση της γης, των κτιρίων και του εξοπλισμού, με αποτέλεσμα οι αναμενόμενες

αποδόσεις να είναι χαμηλές. Έτσι, δικαιολογείται και ο δισταγμός πολλών επιχειρηματιών να «σκλαβώσουν» τα κεφάλαιά τους για μεγάλο χρονικό διάστημα σε μια τουριστική δραστηριότητα και γι' αυτό οι διάφορες Κυβερνήσεις προσφέρουν το δέλεαρ των επιδοτήσεων, των μακροπρόθεσμων δανείων και των φοροαπαλλαγών.

Όσον αφορά την επαγγελματική απασχόληση σε εποχικές εργασίες είναι κι αυτό ένα μειονέκτημα καθώς ο εργαζόμενος που απασχολείται στον τουρισμό έχει ένα αβέβαιο μέλλον και η εργασία που προσφέρει έχει τις πιο πολλές φορές ημερομηνία λήξης. Στην εποχή εργασία αυτού του είδους κατευθύνονται είτε επαγγελματίες που είναι εις γνώση τους ότι η απασχόλησή τους θα είναι εποχιακή, είτε μια άλλη κατηγορία εργαζομένων όπως π.χ. οι φοιτητές κ.λ.π. που επιθυμούν να αποκτήσουν ένα πρόσθετο εισόδημα ή να συνδυάσουν τις οικονομικές απολαβές με τις διακοπές. Ειδικά σε περιόδους τουριστικής «αιχμής» το εργατικό προσωπικό ενισχύεται και από άτομα άλλων περιοχών, είτε της χώρας διαμονής ή ακόμη και ξένων.

Τα κυριότερα προβλήματα που συνεπάγονται της εποχικότητας είναι:

- Η μείωση όσο γίνεται των απωλειών κερδών καθώς οι ξενοδοχειακές μονάδες κ.λ.π. δεν λειτουργούν κανονικά όλο το χρόνο.
- Η ύπαρξη ικανού ταμειακού αποθέματος για την κάλυψη των αναγκών ιδιαίτερα στις «νεκρές» περιόδους.
- Η διαδικασία 'ανοίγματος' και 'κλεισίματος' μιας επιχείρησης από περίοδο σε περίοδο, και
- Η πραγματική κάλυψη των αναγκών σε εργατικό προσωπικό σε σχέση με την προσφορά των ατόμων που θα ήθελαν να εργαστούν εποχιακά σ' αυτόν τον τομέα.
- Λόγω της μεγάλης αύξησης σε τουριστικές υπηρεσίες σε συγκεκριμένες εποχές του χρόνου (καλοκαίρι), οι τιμές των τουριστικών υπηρεσιών αυξάνονται ενώ μειώνεται η ποιότητά τους, καθώς οι τουριστικές επιχειρήσεις δεν μπορούν να ανταποκριθούν στην υπερβολική ζήτηση.
- Λόγω του μεγάλου αριθμού τουριστών σημειώνονται προβλήματα στην κυκλοφορία των οχημάτων και στα συγκοινωνιακά δίκτυα καθώς και μόλυνση του περιβάλλοντος (Αποστολόπουλος και συν., 1996).

Η εποχικότητα είναι ένα ζήτημα που δεν μπορεί να λυθεί εντελώς, υπάρχουν όμως οι δυνατότητες ελαχιστοποίησής του μέσα από ένα ικανό σχέδιο marketing. Η κατάλληλη προώθηση του τουριστικού προϊόντος ειδικά στις μη περιόδους αιχμής πρέπει να υιοθετηθεί τόσο από τον δημόσιο όσο και από τον ιδιωτικό φορέα ως το καταλληλότερο

μέτρο αντιμετώπισης της εποχικότητας. Η κίνηση αυτή πρέπει να περιλαμβάνει διάφορα πακέτα τιμών που θα απευθύνονται και στα διάφορα τμήματα της αγοράς. Πάντα και παντού υπάρχουν υποψήφιοι τουρίστες που ενδιαφέρονται να απολαύσουν τις διακοπές τους ή να ψυχαγωγηθούν σε περιόδους ‘νεκρές’ όπου δεν υπάρχει συνωστισμός, που το ζήτημα των καιρικών αλλαγών λίγο τους ενδιαφέρει, που έχουν ειδικά ενδιαφέροντα (όπως αθλητισμός, επίσκεψη μοναστηριών και εκκλησιών, οικοτουρισμός κ.λ.π.) ή ακόμη αναγκάζονται να ταξιδεύουν όλο το χρόνο λόγω του ότι πρέπει να παρακολουθήσουν κάποιο συνέδριο ή να κάνουν ένα επιχειρηματικό ταξίδι.

Στους παραπάνω υποψήφιους τουρίστες έρχονται να προστεθούν και οι τουρίστες Τρίτης ηλικίας καθώς ο χρόνος που διαθέτουν είναι περισσότερος απ’ ότι οι εργαζόμενοι, με μειωμένο όμως, στις περισσότερες περιπτώσεις, οικονομικό εισόδημα. Επίσης, υπάρχει η κατηγορία των πρόωρων συνταξιούχων, οι οποίοι απελευθερωμένοι πια από εργατικές δεσμεύσεις ή από τη φροντίδα των παιδιών, αναζητούν τουριστικούς προορισμούς καθ’ όλη τη διάρκεια του χρόνου. Μια άλλη κατηγορία είναι και ο μαθητικός τουρισμός ο οποίος ως επί το πλείστον ολοκληρώνει τις εκπαιδευτικές ή ψυχαγωγικές του εκδρομές κατά τη διάρκεια του σχολικού έτους, δηλαδή το χειμώνα.

Εύλογη είναι επομένως η ρύθμιση των προσφερόμενων τουριστικών τιμών προς όφελος του πελάτη, καθώς σε μια νεκρή περίοδο οι τιμές είναι χαμηλότερες ή μπορεί να υπάρχει μια άλλη ειδική προσφορά ως δέλεαρ για την προσέλκυση πελατών.

Προκειμένου, τέλος, να καταπολεμηθεί όσο γίνεται περισσότερο το ζήτημα της εποχικότητας, είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η δημιουργία ελκυστικών πακέτων σε δελεαστικές τιμές, η διατήρηση ή αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος σε όλες τις εποχές του χρόνου και η ανάπτυξη και προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Αποστολόπουλος και συν., 1996).

1.7 Το προφίλ των τουριστών της Ελλάδας

Οι τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα μας είναι κατά κανόνα νεαρής ηλικίας, μεσαίας και κατώτερης κοινωνικής και εισοδηματικής τάξης, που ξοδεύουν στη χώρα μας κατά μέσο όρο από 74 ευρώ έως 83 ευρώ ημερησίως. Αυτό προκύπτει από έρευνα μεταξύ 1.912 τουριστών που αναχώρησαν από τα αεροδρόμια Ελ. Βενιζέλος, Μακεδονία, Ηρακλείου, Κέρκυρας και Ρόδου κατά την περίοδο 10 Αυγούστου - 10 Σεπτεμβρίου 2008. Η έρευνα κάλυψε τους επισκέπτες των μεγαλύτερων χωρών - πελατών μας, και ειδικότερα τις δυτικές χώρες που έχουν το υψηλότερο

κατά κεφαλή εισόδημα, και είναι οι παραδοσιακοί επισκέπτες της χώρας μας. Συγκεκριμένα, εξετάστηκε το προφίλ των επισκεπτών από ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία, Ολλανδία, Αυστρία, Σουηδία και Βέλγιο. Με βάση τα οριστικά στοιχεία του 2007, οι χώρες αυτές συμμετέχουν με ποσοστό 53% στο σύνολο των αφίξεων στην Ελλάδα (<http://kefaloniapress.gr>).

Η έρευνα διεξήχθη από το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) το καλοκαίρι του 2008 και είχε ως αντικείμενο την καταγραφή των χαρακτηριστικών του ταξιδιού των τουριστών (είδος πακέτου, αριθμός διανυκτερεύσεων, αριθμός ατόμων που ταξιδεύουν μαζί, κ.λπ.), το κοινωνικό-οικονομικό τους προφίλ (ηλικία, μόρφωση, επάγγελμα, εισόδημα και κοινωνική τάξη) και το ύψος της δαπάνης του ταξιδιού με επιμερισμό στο ποσό που δαπανήθηκε στην χώρα τους και στο ποσό που δαπανήθηκε στην Ελλάδα. Με αυτήν την έρευνα το ΙΤΕΠ συμβάλλει στη διερεύνηση δύο ουσιαστικών θεμάτων που αφορούν τον τουρισμό. Το πρώτο είναι η καταγραφή του κοινωνικού προφίλ των επισκεπτών μας και ως εκ τούτου την διερεύνηση των ενεργειών που απαιτούνται προκειμένου να προσελκύσουμε τουρίστες υψηλότερου επιπέδου. Το δεύτερο είναι η εκτίμηση του συναλλάγματος που εισρέει στη χώρα μας με βάση τις άμεσες δαπάνες των τουριστών, αφού η καθιέρωση του Ευρώ και η κατάργηση των συνόρων κάνει δύσκολη τη συγκέντρωση τέτοιων στοιχείων.

Από την ανάλυση των στοιχείων με βάση τις συνεντεύξεις που έκαναν εξειδικευμένοι ερευνητές προέκυψαν τα εξής:

Το 5,4% των ερωτηθέντων έχει ηλικία κάτω των 20 ετών, το 50,4% έχει ηλικία μεταξύ 20 και 39 ετών, 34,3% μεταξύ 40 και 59 ετών, και μόνο το 9,9% είναι άνω των 60 ετών δίνοντας μέση ηλικία τα 38,7 έτη. Κατά μέσο όρο συνταξιδεύουν 1,8 άτομα, εκ των οποίων, κατά μέσο όρο, ένας στους τρεις είναι ανήλικος. Ο μέσος αριθμός διανυκτερεύσεων των επισκεπτών της χώρας μας ανέρχεται σε 10,3 διανυκτερεύσεις. Η συνηθέστερη διάρκεια παραμονής είναι 7 διανυκτερεύσεις με ποσοστό εμφάνισης 20,1%, 10 διανυκτερεύσεις (17,4%) και 14 διανυκτερεύσεις (10,3%) (<http://kefaloniapress.gr>).

Οι επισκέπτες από τις ΗΠΑ παρουσιάζουν την υψηλότερη μέση δαπάνη ταξιδιού ανά άτομο, που ανέρχεται σε ευρώ 3.160, ενώ για τους επισκέπτες από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης η μέση δαπάνη ανά άτομο κυμαίνεται από ευρώ 1.084 (Ιταλία) έως ευρώ 1.779 (Σουηδία). Οι δαπάνες αυτές επιμερίστηκαν στα ποσά που δαπανήθηκαν στη χώρα τους και στα ποσά που δαπανήθηκαν στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, οι δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν στη χώρα μας αποτελούν, για το σύνολο του δείγματος, το 48,8% της συνολικής δαπάνης του ταξιδιού και κυμαίνεται από 38,5% στις ΗΠΑ έως 54,9% στο Βέλγιο. Αποτέλεσμα αυτού είναι η μέση δαπάνη ανά άτομο, που πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα, να διαμορφώνεται σε μέσα

επίπεδα στα ευρώ 672 και να κυμαίνεται για τις χώρες της E.E., από ευρώ 542 για τους Αυστριακούς έως ευρώ 936 για τους Σουηδούς, και για τους Αμερικάνους στα ευρώ 1.216.

Από το λόγο της δαπάνης ανά άτομο στη χώρα μας ως προς τον αριθμό των διανυκτερεύσεων προκύπτει η ημερήσια δαπάνη των τουριστών στην Ελλάδα. Αυτή ανέρχεται για τους επισκέπτες από τις χώρες της E.E. στα ευρώ 79, και κυμαίνεται από ευρώ 54 έως ευρώ 110 ανάλογα με την εθνικότητα των επισκεπτών, ενώ οι Αμερικάνοι ξοδεύουν στη χώρα μας κατά μέσο όρο ευρώ 132.

Πιο αναλυτικά, το 25% του συνόλου των τουριστών ξοδεύει ημερησίως έως ευρώ 36, το 50% των τουριστών έως ευρώ 57 και το 75% έως ευρώ 93.

Περισσότερο από ευρώ 100 ημερησίως ξοδεύει μόνο το 18% των τουριστών. Όσον αφορά τα αεροδρόμια αναχώρησης, η υψηλότερη μέση ημερήσια δαπάνη εμφανίζεται στους τουρίστες που αναχώρησαν από τα αεροδρόμια του Ηρακλείου και Ελ. Βενιζέλος με ευρώ 87 και ευρώ 86, αντίστοιχα, και ακολουθούν το αεροδρόμιο Μακεδονία με ευρώ 69, της Κέρκυρας με €55 και της Ρόδου με €38 (<http://kefaloniapress.gr>).

Τέλος, όσον αφορά την κοινωνικοοικονομική σύνθεση των τουριστών (που βασίζεται στο συνδυασμό επιπέδου μόρφωσης και επαγγέλματος σύμφωνα με το τυποποιημένο σύστημα της Ευρωπαϊκής Εταιρίας Ερευνών Κοινής Γνώμης & Μάρκετινγκ (ESOMAR), στην ανώτερη τάξη A/B (διευθυντικό στέλεχος με ανώτατη εκπαίδευση) βρέθηκε να ανήκει το 35% των τουριστών, στις μεσαίες κοινωνικές τάξεις C1 (προϊστάμενος τμήματος ή απλό στέλεχος) και C2 (ειδικευμένος τεχνίτης με μέση ή ανώτερη εκπαίδευση) το 56,3% και στις κατώτερες τάξεις D (υπάλληλος γραφείου με κατώτερη εκπαίδευση) και E (ανειδίκευτος εργάτης με στοιχειώδη εκπαίδευση) το 8,7%. Ενώ, σε αναφορά με το καθαρό μηνιαίο εισόδημα, άνω των ευρώ 5.000 δήλωσε το 26,9%, ευρώ 3.000 - ευρώ 4.999 το 30,8%, ευρώ 1.000 - ευρώ 2.999 το 37,4% και κάτω από ευρώ 1.000 το 4,9%. Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι χώρες που κάλυψε η έρευνα έχουν από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν εισοδήματα, τα αποτελέσματα ως προς την εισοδηματική τους τάξη κρίνονται ως ικανοποιητικά (<http://kefaloniapress.gr>).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 Στοιχεία για τον Παγκόσμιο Τουρισμό

Ο τουρισμός είναι ένας από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους. Αποτελώντας κυρίαρχη δραστηριότητα σε πολλές χώρες, έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στους άλλους τομείς της οικονομίας και συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών.

Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών σημείωσε αξιοσημείωτη μεγέθυνση, συνδεδεμένος άμεσα με την κοινωνικοοικονομική αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην άνοδο του επιπέδου διαβίωσης των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και, συνακόλουθα, στην ευημερία των πολιτών. Ο τουρισμός ως οικονομικός τομέας συνδέεται άμεσα με πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας και της παραγωγής. Κατά συνέπεια, τα οφέλη που η αύξησή του επιφέρει είναι πολυποίκιλα και τον τομέα της απασχόλησης.

Επίσης, ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην καταπολέμηση της φτώχειας και στην ενδυνάμωση της θέσης της γυναίκας μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας ενώ η σωστή διαχείριση της τουριστικής κίνησης μπορεί να συμβάλλει αποφασιστικά στην προστασία του περιβάλλοντος.

Ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα ενδεχομένως ξεπερνά αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινήτων, ενώ παράλληλα παραμένει η βασική πηγή εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες.

Οι αριθμοί είναι ενδεικτικοί του μεγέθους της συμβολής του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία:

- Το 2006 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 842 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 4,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.
- Το 2007 παρουσιάζεται ως το τέταρτο συνεχόμενο έτος σταθερής μεγέθυνσης της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, η οποία παρουσιάζεται συνολικά ευπροσάρμοστη στις ποικίλες κρίσεις που ενδεχομένως προκύπτουν.

- Το 2008 ήταν το έτος που ο παγκόσμιος τουρισμός επλήγη σημαντικά από την παγκόσμια οικονομική κρίση και άρχισε μια αντίστροφη πορεία που συνεχίστηκε και το πρώτο μισό του 2009.
- Το 2009 οι παγκόσμιες αφίξεις μειώθηκαν κατά 4,2% σε σχέση με το 2008, φτάνοντας τα 880 εκατομμύρια.
- Το 2010 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 940 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 6,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.
- Το 2011 οι παγκόσμιες αφίξεις σημείωσαν άνοδο κατά 4,6% σε σχέση με το 2010, φθάνοντας τα 983 εκατομμύρια.
- Το 2012 ο τουρισμός συνέχισε την ανάκαμψη του, ξεπερνώντας για πρώτη φορά το φράγμα του 2 δισ. στις διεθνείς αφίξεις.
- Το 2013 ο τουρισμός συνεχίζει την ανάπτυξή του και αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση των διεθνών αφίξεων μεταξύ 3-4%.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων της τάξης του 4,1% με ορίζοντα το 2020. Συνεπώς, οι διεθνείς αφίξεις αναμένεται ως τότε να ξεπεράσουν το 1,5 δισ ταξιδιωτών.

Ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις εν όψει του 21^{ου} αιώνα, οι οποίες σχετίζονται με τη βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση των ανισοτήτων σε ζητήματα πλούτου και ευκαιριών αλλά και την ορθή κατανομή και διαχείριση των υπαρχόντων φυσικών πόρων, όπως ακριβώς συμβαίνει με κάθε ζωντανό κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας που έρχεται αντιμέτωπο με τη διαρκώς εξελισσόμενη διεθνή πραγματικότητα.

Το 2012 οι τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως ξεπέρασαν το 1 δισ. σημειώνοντας αύξηση κατά 4% σε σχέση με το 2011 (39 εκατ. περισσότερες αφίξεις σε σχέση με τις αφίξεις του 2011).

Η αύξηση αυτή οφείλεται στα θετικά αποτελέσματα που παρουσίασαν οι περισσότερες περιοχές κατά τη διάρκεια του έτους. Πιο συγκεκριμένα, η Ασία παρουσίασε τη μεγαλύτερη αύξηση στα νούμερα των διεθνών αφίξεων (+7,1%). Ακολουθούν Αφρική (+5,4%), Αμερική (+4,1%) και Ευρώπη (+3,6%), με την περιοχή της Μέσης Ανατολής να παρουσιάζει μείωση των διεθνών αφίξεων (-5,3%) (UNWTO, 2013).

Η ανάδυση νέων αγορών και νέων προορισμών οδηγεί σε αναδιάταξη του παγκόσμιου τουριστικού χάρτη, όπου οι νέοι δυναμικοί παίκτες, όπως οι χώρες Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία, Κίνα, καθώς και άλλοι αναδυόμενοι προορισμοί, όπως π.χ. το Βιετνάμ, το Ντουμπάι, η Κούβα κ.ά., πρόκειται να διαδραματίσουν πρωταγωνιστικό ρόλο στις

μελλοντικές εξελίξεις. Οι διαφαινόμενες τάσεις επηρεάζουν ήδη και τους ευρωπαϊκούς προορισμούς, οι οποίοι βλέπουν το συνολικό τους μερίδιο στη διεθνή τουριστική αγορά να μειώνεται, σύμφωνα με τα στοιχεία που έχει συγκεντρώσει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΕΚΕΤΑ/ΙΕΤΕΘ, 2013).

2.2 Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (Ελληνική Στατιστική Αρχή) και της ΤτΕ (Τράπεζα της Ελλάδος), το 2013 η Ελλάδα υποδέχθηκε 17.919.581 τουρίστες, μόνιμους κατοίκους άλλων χωρών («Μη Κάτοικου»), και εισέπραξε € 11,7 δις. Από αυτούς, 69% ήρθε αεροπορικώς - που παραδοσιακά αποτελεί τον κύριο τρόπο μετάβασης των τουριστών από το εξωτερικό στην Ελλάδα, 27% οδικώς και 5% δια θαλάσσης (Πίνακας 2.1).

Πίνακας 2.1. Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2013				
	Αφίξεις	%	Έσοδα (€)	%
Ιαν	365.605	2%	127.600.000	1%
Φεβ	295.652	2%	119.600.000	1%
Μαρ	362.098	2%	142.100.000	1%
Απρ	557.496	3%	227.600.000	2%
Μαι	1.467.134	8%	1.013.686.000	9%
Ιουν	2.372.846	13%	1.656.459.603	14%
Ιούλ	3.263.921	18%	2.337.971.700	20%
Αυγ	3.885.717	22%	2.807.386.000	24%
Σεπ	2.963.439	17%	1.983.281.447	17%
Οκτ	1.547.626	9%	950.000.000	8%
Νοε	435.303	2%	204.500.000	2%
Δεκ	402.744	2%	168.500.000	1%
Σύνολο	17.919.581	100%	11.738.684.750	100%
Αεροπορικώς	12.302.448	69%		
Οδικώς	4.810.172	27%		
Δια Θαλάσσης	806.960	5%		
Σύνολο	17.919.580	100%		

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE>

Σε σχέση με την εποχικότητα, αυτή παρατηρείται έντονη, με 61% των εσόδων και 56 % των αφίξεων να πραγματοποιούνται το 3^ο τρίμηνο του έτους, 36% και 38% αντίστοιχα το 2^ο και 4^ο τρίμηνο συνολικά, και μόλις 3% και 6% αντίστοιχα κατά το 1^ο.

Βάσει της ακολουθούμενης μεθοδολογίας για την καταγραφή των εσόδων, αυτά δεν περιλαμβάνουν το μέρος της δαπάνης του τουρίστα που παρέμεινε πρωτογενώς στο

εξωτερικό, πχ η αμοιβή και το κέρδος του Tour Operator, αλλά περιλαμβάνουν μόνο το μέρος της δαπάνης του τουρίστα που καταναλώθηκε στην Ελλάδα, πχ το έσοδο του ξενοδοχείου ή τη δαπάνη του τουρίστα στα καταστήματα. Επίσης, δεν περιλαμβάνουν τα έσοδα από τις αερομεταφορές και τις θαλάσσιες μεταφορές των τουριστών που καταγράφονται ξεχωριστά και αθροίζονται με όλες τις άλλες δαπάνες μεταφορών όπως π.χ. cargo (<http://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/oikodelt200607.pdf>).

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία για το 2014, ο εισερχόμενος τουρισμός παρουσιάζει αύξηση αφίξεων κατά 23% και αύξηση εσόδων κατά 13%. Η συγκριτικά χαμηλότερη αύξηση των εσόδων σε μεγάλο βαθμό αντικατοπτρίζει τη διαφοροποίηση του μίγματος εισερχόμενου τουρισμού το 2014 με την ιδιαίτερα μεγάλη αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς την Αθήνα: ως γνωστόν οι διακοπές city break είναι μικρότερης διάρκειας από τις διακοπές «Ήλιος & Θάλασσα» και, συνεπώς, είναι αναμενόμενο η μέση δαπάνη ανά τουρίστα (όχι όμως απαραίτητα και ανά διανυκτέρευση) να είναι μικρότερη.

Δεδομένου ότι η περίοδος Ιανουαρίου – Νοεμβρίου καλύπτει το 98% της τουριστικής δραστηριότητας σε αφίξεις και το 99% σε έσοδα, εκτιμάται ότι το 2014 οι αφίξεις ήταν περί τα 22 εκ. και οι εισπράξεις περί τα € 13,2 δις. Και τα δύο αυτά μεγέθη αποτελούν ρεκόρ για τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα.

2.3 Αφίξεις και Έσοδα από Κρουαζιέρα

Τα στοιχεία της Έρευνας Συνόρων της ΤτΕ που παραθέσαμε ανωτέρω δεν περιλαμβάνουν τους επιβάτες κρουαζιέρας, εκτός από αυτούς που τελειώνουν την κρουαζιέρα τους στην Ελλάδα και αναχωρούν από κάποιο ελληνικό αεροδρόμιο ή λιμάνι. Το ποσοστό των επιβατών αυτών είναι πολύ μικρό. Προκειμένου, συνεπώς, να καταγραφεί και η κίνηση των επιβατών κρουαζιέρας και οι εισπράξεις από αυτούς, η ΤτΕ εκπονεί και την Έρευνα Κρουαζιέρας (Πίνακας 2.2).

Πίνακας 2.2. Αφίξεις και Έσοδα από Κρουαζιέρα

Τουρισμός Κρουαζιέρας				
	Αφίξεις		Έσοδα (€)	
	2013	2014	2013	2014
Α' Τρίμηνο	68.600	76.300	12.600.000	13.300.000
Β' Τρίμηνο	658.000	744.900	126.200.000	136.000.000
Γ' Τρίμηνο	1.138.200	1.035.300	214.700.000	222.700.000
Δ' Τρίμηνο	509.400		91.700.000	
Σύνολο	2.374.200	1.856.500	445.200.000	372.000.000
Μεταβολή Ιαν - Σεπ		0%		5%

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Τα στοιχεία εσόδων για το 2014 και το 3ο τρίμηνο 2013 είναι προσωρινά και υπόκεινται σε αλλαγή.

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος,

<http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας αυτής, το 2013 η Ελλάδα υποδέχθηκε σχεδόν 2,4 εκ. τουρίστες κρουαζιέρας και εισέπραξε € 445 εκ. Η εποχικότητα των επιβατών κρουαζιέρας είναι επίσης μεγάλη αλλά συγκριτικά μικρότερη από αυτή του εισερχόμενου τουρισμού, αφού στο 3^ο τρίμηνο έχουμε το 47,9% των αφίξεων και το 48,3% των εισπράξεων και στο 2^ο και 4^ο τρίμηνο το 49,2% και το 48,9% αντίστοιχα. Το 1^ο τρίμηνο η κρουαζιέρα είναι πρακτικά ανύπαρκτη με μόλις 2,9% των αφίξεων και 2,8% των εσόδων.

Πλέον των παραπάνω, για τον υπολογισμό του συνολικού εσόδου από κρουαζιέρα, θα πρέπει να προσμετρηθούν και οι δαπάνες των εταιρειών κρουαζιέρας που, σύμφωνα με την ετήσια έκδοση του Cruise Line Industry Association, το 2013 ανήλθαν σε € 216 εκ. Συνεπώς, με αντίστοιχη αναλογική αύξηση όπως τα έσοδα που αποτυπώνονται στην Έρευνα Κρουαζιέρας της ΤτΕ, τα έσοδα αυτά εκτιμώνται σε € 227 εκ. για το 2014 (Cruise Line Industry Association, 2014).

2.4 Έσοδα Αερομεταφορών και Θαλάσσιων Μεταφορών

Όπως αναφέρθηκε, η Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ δεν περιλαμβάνει την δαπάνη των τουριστών για μεταφορά προς και από την Ελλάδα. Ένα μέρος της δαπάνης αυτής εισπράττεται από ελληνικές εταιρείες και άρα το σύνολο των εσόδων αυτών αποτελεί έσοδο της χώρας προερχόμενο από τον τουρισμό. Ένα άλλο μέρος της δαπάνης αυτής καταβάλλεται σε εταιρείες του εξωτερικού οι οποίες, στη συνέχεια, καταβάλλουν μέρος του εσόδου τους για την εξυπηρέτηση των πελατών τους (πχ για το προσωπικό που απασχολούν στην Ελλάδα ή για αμοιβές εταιρειών handling).

Προκειμένου να προσδιορίσουμε το έσοδο της χώρας από αεροπορικές και θαλάσσιες μεταφορές, επικοινωνήσαμε με επαγγελματικές ενώσεις και εταιρείες που δραστηριοποιούνται στους κλάδους αυτούς (αεροπορικές εταιρείες, ακτοπλοϊκές εταιρείες, εταιρείες handling κλπ.).

Σύμφωνα με τα στοιχεία που συλλέχθηκαν, τα έσοδα των ελληνικών επιχειρήσεων από τη δραστηριότητα αυτή το 2013 ανήλθαν σε € 1.077 εκ. για τις αερομεταφορές και € 132 εκ. για τις θαλάσσιες μεταφορές και σε € 1.177 εκ. και € 133 εκ. αντίστοιχα για το 2014 (Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, <http://www.hcaa.gr/profile/statistics/>).

2.5 Έσοδα Οδικών και Σιδηροδρομικών Μεταφορών

Οδικές Μεταφορές: το μέρος της δαπάνης των κατοίκων αλλοδαπής που αφορά σε κατανάλωση εντός Ελλάδος (πχ κατανάλωση βενζίνης) καταγράφεται από την Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ, ενώ το μέρος της δαπάνης που αφορά σε κατανάλωση εκτός Ελλάδος δεν αφορά στην παρούσα καταγραφή.

Σιδηροδρομικές Μεταφορές: το μέρος της δαπάνης των κατοίκων αλλοδαπής που αφορά σε κατανάλωση εντός Ελλάδος καταγράφεται από την Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ, ενώ το μέρος της δαπάνης που αφορά σε κατανάλωση εκτός Ελλάδος δεν αφορά στην παρούσα καταγραφή.

Το εκτιμώμενο πρόσθετο έσοδο του ΟΣΕ κρίνεται ως αμελητέο αφού από τον Μάιο του 2014 που αποκαταστάθηκε η διεθνής σιδηροδρομική σύνδεση της Ελλάδας έως τις 30/09/14, η εκτίμηση για τον αριθμό εισερχομένων τουριστών με σιδηρόδρομο ανήρχετο σε λιγότερο από 6.000.

2.6 Εγχώριος Τουρισμός

Η τελευταία διαθέσιμη εκτίμηση της δαπάνης του εγχώριου τουρισμού είναι η «Έρευνα Διακοπών» της ΕΛΣΤΑΤ για το 2012. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, η εγχώρια τουριστική δαπάνη ήταν € 1.478 εκ. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2008, η αντίστοιχη δαπάνη ήταν € 3.868 εκ. Δηλαδή, κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, ο εγχώριος τουρισμός μειώθηκε κατά περίπου 62%.

Η εικόνα αυτή αναδεικνύεται και από τον πίνακα 2.3 για ταξίδια με τουλάχιστον 4 διανυκτερεύσεις :

Πίνακας 2.3. Εγχώριος Τουρισμός. Ταξίδια με τουλάχιστον 4 διανυκτερεύσεις

Εγχώριος Τουρισμός Ταξίδια με 4 τουλάχιστον Διανυκτερεύσεις			
	2008	2012	Δ
Ταξίδια	3.480.200	2.360.851	-32%
Δαπάνη (€)	3.159.801.317	1.137.510.939	-64%
ΜΚΔ (€) / Ταξίδι	908	482	-47%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE>

Μεταξύ 2008 και 2012, ως αποτέλεσμα της ύφεσης:

- ο αριθμός ταξιδίων με τουλάχιστον 4 διανυκτερεύσεις μειώθηκε κατά 32%,
- η Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη ανά ταξίδι μειώθηκε κατά 47%,
- ως αποτέλεσμα, η συνολική Δαπάνη μειώθηκε κατά 64%.

Σύμφωνα με τα στοιχεία των αεροπορικών αφίξεων εσωτερικού και της ακτοπλοΐας, το 2013 εκτιμάται οριακή μικρή μείωση σε σχέση με το 2012, ενώ το 2014 εκτιμάται σημαντική αύξηση του εσωτερικού τουρισμού σε σχέση με το 2013. Συνεπώς, η ταξιδιωτική δαπάνη του εγχώριου τουρισμού για το 2013 εκτιμάται σε € 1.434 εκ., μειωμένη κατά 3% σε σχέση με το 2012, και το 2014 σε € 1.578 εκ., αυξημένη κατά 10% σε σχέση με το 2013.

2.7 Επενδύσεις στον Τουρισμό

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του IOBE (2012), η επενδυτική δαπάνη στον τουριστικό κλάδο, καθαρή από την αξία εισαγόμενου εξοπλισμού, μηχανημάτων κλπ., το 2010 ανήλθε σε € 600 εκ. Δεδομένης της επενδυτικής κάμψης στην Ελλάδα μετά το 2009, η εκτίμησή μας είναι ότι οι επενδύσεις στον τουρισμό το 2013 και το 2014 ανήλθαν σε € 200 εκ. την κάθε χρονιά.

2.8 Τα έμμεσα οφέλη του τουρισμού

Σύμφωνα με το IOBE (2012), κάθε 1 € που δημιουργεί η τουριστική δραστηριότητα, προξενεί έμμεση και προκαλούμενη πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα 1,2 € και άρα, συνολικά, δημιουργεί 2,2 € ΑΕΠ. Δηλαδή, ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας ανέρχεται σε 2,2.

Στον πίνακα 2.4 απεικονίζονται οι πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη του ΚΕΠΕ (2014), καθώς και η ποσοστιαία συμβολή του κάθε υποκλάδου στην ελληνική τουριστική δραστηριότητα σύμφωνα με την μελέτη του IOBE (2012).

Πίνακας 2.4. Πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας

	% Κατανομή Τουριστικών Εσόδων	Πολλα- πλασιαστής
Καταλύματα	45,3	2,50
Εστίαση	18,0	2,50
Θαλάσσιες Μεταφορές	9,0	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Εναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,90
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	1,39
Συνέδρια	1,0	4,13
Σταθμισμένος Μέσος Όρος		2,65

Πηγή: ΚΕΠΕ, IOBE - Επεξεργασία SETE Intelligence

Πηγή: IOBE (2012). *Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία*, ΚΕΠΕ (2014). *Οικονομικές Εξελίξεις*, Τεύχος 24, Ιούνιος 2014.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 2.4, ο προκύπτων πολλαπλασιαστής του τουρισμού για την ελληνική τουριστική οικονομία ανέρχεται σε 2,65 που σημαίνει πως για κάθε 1 € από την τουριστική δραστηριότητα, προξενείται έμμεση και προκαλούμενη πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα 1,65 € και άρα, συνολικά, το ΑΕΠ αυξάνει κατά 2,65 €.

Συνεπώς ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας κυμαίνεται μεταξύ 2,2 και 2,65.

2.9 Η συνολική επίπτωση του Τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας

Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, το ΑΕΠ της χώρας το 2013 διαμορφώθηκε σε € 182,4 δις. Για το 2014 εκτιμάται ότι, σε τρέχουσες τιμές, παρουσιάζει αρνητική ανάπτυξη 2% (που συνίσταται από 2,5% αποπληθωρισμό τιμών και 0,5% ανάπτυξη) και θα διαμορφωθεί σε € 178,9 δις.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω εκτεθέντα στοιχεία:

Προσθέτοντας στην δαπάνη εισερχόμενων τουριστών και κρουαζιέρας (€ 13,2 δις και 468 εκ. αντίστοιχα το 2014), τις δαπάνες των εταιρειών κρουαζιέρας (227 εκ.), τη δαπάνη των εισερχόμενων τουριστών για Αερομεταφορές (1.177 εκ.) και Θαλάσσιες Μεταφορές (133 εκ.), την δαπάνη του εγχώριου τουρισμού (1,58 δις) και με μια συντηρητική εκτίμηση της επενδυτικής δαπάνης, καθαρής από εισαγόμενο εξοπλισμό, (€ 200 εκ.), προκύπτει ότι η άμεση συμμετοχή του τουρισμού στη διαμόρφωση του ΑΕΠ στη χώρα ανέρχεται σε € 17 δις περίπου ή 9.5% του ΑΕΠ. Συνυπολογίζοντας και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη, η συνολική συμμετοχή ανέρχεται μεταξύ 37 και 45 δις, δηλαδή

περισσότερο από 20% του ΑΕΠ και ίσως να υπερβαίνει το 25% του ΑΕΠ, καθιστώντας τον τουρισμό βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας (Πίνακας 2.5).

Πίνακας 2.5. Συνολική επίπτωση του Τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας

Κατηγορία Δαπάνης	2013	2014
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	€11.739	€13.187
Δαπάνη Τουριστών Κρουαζιέρας	445	468
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	216	227
Αερομεταφορές	1.077	1.177
Θαλάσσιες Μεταφορές	132	133
Εγχώριος Τουρισμός	1.434	1.578
Επενδύσεις	200	200
Άμεση Επίπτωση Τουρισμού	€15.243	€16.971
ως % ΑΕΠ	8,4%	9,5%
πολλαπλασιαστής ΙΟΒΕ	2,2	2,2
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€33.534	€37.337
ως % ΑΕΠ	18,4%	20,9%
πολλαπλασιαστής ΚΕΠΕ	2,65	2,65
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€40.393	€44.974
ως % ΑΕΠ	22,1%	25,1%
ΑΕΠ	€182.400	€178.900

Πηγή: SETE Intelligence

Πηγή: http://sete.gr/media/2005/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf

2.10 Η περιφερειακή κατανομή της Τουριστικής Δραστηριότητας στην Ελλάδα και η συμβολή της ανά Περιφέρεια

Ελλείπει στοιχείων για την περιφερειακή κατανομή της τουριστικής δαπάνης, η εκτίμησή της γίνεται προσεγγιστικά, χρησιμοποιώντας ως δείκτη την περιφερειακή κατανομή των διανυκτερεύσεων.

Τα στοιχεία αυτά συγκρίνονται με τα τελευταία διαθέσιμα (2012) στοιχεία ΑΕΠ ανά περιφέρεια. Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, το ΑΕΠ του 2013 (για το οποίο δεν υπάρχουν στοιχεία ανά περιφέρεια) ήταν μειωμένο σε σχέση με το 2012 και άρα η σχετική σημασία του τουρισμού στις περιφερειακές οικονομίες είναι υψηλότερη από αυτήν που απεικονίζεται στον πίνακα 2.6.

Πίνακας 2.6. Περιφερειακή κατανομή της Τουριστικής Δραστηριότητας στην Ελλάδα και η συμβολή της ανά Περιφέρεια

Περιφέρεια	% κατανομή διανυκτερεύσεων Ξενοδοχείων 2013	αναλογία άμεσης τουριστικής δαπάνης 2013 - σε € εκ.	ΑΕΠ Περιφέρειας 2012 - σε € εκ.	συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ Περιφέρειας με στοιχεία 2012	κατά κεφαλήν ΑΕΠ - σε €
Κρήτη	28,7%	4.372	9.067	48%	14.398
Ν. Αιγαίο	24,7%	3.767	6.240	60%	18.064
Ιόνια Νησιά	11,0%	1.680	3.402	49%	16.100
Κεντ. Μακεδονία	10,7%	1.626	26.109	6%	13.645
Αττική	9,2%	1.403	94.964	1%	24.099
Πελοπόννησος	3,2%	481	8.241	6%	13.870
Θεσσαλία & Θράκη	2,6%	394	9.505	4%	12.757
Β. Αιγαίο	2,1%	325	2.784	12%	13.394
Δυτ. Ελλάδα	2,1%	317	9.150	3%	13.431
Στερεά Ελλάδα	1,7%	257	8.543	3%	15.075
Ήπειρος	1,2%	185	4.242	4%	12.207
Δυτ. Μακεδονία	0,5%	69	4.304	2%	15.050
Σύνολο Χώρας	100,0%	15.242	194.204	8%	17.507

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE>

Το συμπέρασμα αυτό ισχύει έτι περισσότερο για το 2014 όπου υπήρξε περαιτέρω υποχώρηση του ονομαστικού ΑΕΠ και αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας.

Λόγω της προσεγγιστικής φύσης των στοιχείων του πίνακα και της σύγκρισης στοιχείων από διαφορετικές χρονιές (Δαπάνες και Διανυκτερεύσεις 2013 και Περιφερειακό ΑΕΠ 2012), η εικόνα που αναδεικνύει είναι κατά κύριο λόγο ενδεικτική.

Παρ' όλ' αυτά είναι εντυπωσιακή η συμμετοχή του τουρισμού στην διαμόρφωση του ΑΕΠ της Κρήτης (48%), του Νοτίου Αιγαίου (60%) και των Ιονίων (49 %).

Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει το γεγονός ότι – εξαιρουμένης της Αττικής - το Νότιο Αιγαίο και τα Ιόνια Νησιά, με κύρια οικονομική τους δραστηριότητα τον τουρισμό, έχουν το υψηλότερο κατά κεφαλήν ΑΕΠ ενώ η επίσης «τουριστική» Κρήτη έχει από τα υψηλότερα.

2.11 Η συμβολή του Τουρισμού στο Ισοζύγιο Πληρωμών

Ο τουρισμός αποτελεί μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων της χώρας που εξισορροπούν το Ισοζύγιο πληρωμών. Η εικόνα αυτή απεικονίζεται στον πίνακα 2.7, σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία της ΤτΕ.. Από τον πίνακα προκύπτει η εξαιρετικά μεγάλη σημασία του τουρισμού και για την κάλυψη του εμπορικού ισοζυγίου. Συγκεκριμένα, για το 2014 οι ταξιδιωτικές εισπράξεις αναμένεται να καλύψουν το 75% του εμπορικού ισοζυγίου.

Πίνακας 2.7. Η σημασία του τουρισμού και για την κάλυψη του εμπορικού ισοζυγίου σε αριθμούς.

	Ιαν - Δεκ 2013	Ιαν - Νοε 2013	% επί συνόλου	Ιαν - Νοε 2014
Εμπορικό Ισοζύγιο	-17.229	-15.913	92%	-16.830
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις	11.995	11.826	99%	13.262
ως % ελείμματος Εμπορικού Ισοζυγίου	70%	74%		79%
Εκτίμηση Εσόδων από Μεταφορές	1.425			1.538
Εξαγωγές Αγαθών	22.535	20.670	92%	21.632
Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	14.151	12.874	91%	13.519
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις / Εξαγωγές	53%	57%		61%
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις / Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	85%	92%		98%

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Τα στοιχεία εσόδων για το 2014 και το 3ο τρίμηνο 2013 είναι προσωρινά και υπόκεινται σε αλλαγή.

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος,

<http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

Μάλιστα, αν συνυπολογισθούν και τα έσοδα αερομεταφορών, κρουαζιέρας κλπ. που η ΤτΕ υπολογίζει σε άλλους κωδικούς του Ισοζυγίου Πληρωμών, τότε η συμβολή του εισερχόμενου τουρισμού στην κάλυψη του εμπορικού ισοζυγίου αυξάνεται κατά 10 περίπου ποσοστιαίες μονάδες σε 85% περίπου.

Επίσης, εξαιρουμένων εξαγωγών καυσίμων και πλοίων, οι εισπράξεις από τον τουρισμό είναι σχεδόν ίσες με τις εισπράξεις από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων (αγροτικά, βιομηχανικά, κλπ.) που εξάγει η χώρα.

2.12 Τουρισμός και Απασχόληση

Ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα εντάσεως εργασίας. Ταυτόχρονα, αποτελεί και μια έντονα εποχιακή δραστηριότητα και για το λόγο αυτό απεικονίζουμε την απασχόληση του κλάδου τον Ιούλιο, μήνα αιχμής, και τον Ιανουάριο, εκτός αιχμής.

Σύμφωνα με στοιχεία του ΙΚΑ, τον Ιανουάριο / Ιούλιο 2014, η συνολική μισθωτή απασχόληση στον κλάδο τουρισμού και εστίασης ανήλθε σε 183/ 450 χιλιάδες αντίστοιχα, επί συνόλου 1,5 εκ. περίπου μισθωτών στον ιδιωτικό τομέα σε όλη τη χώρα, δηλαδή 12% / 30% του συνόλου (Πίνακας 2.8).

Πίνακας 2.8. Συνολική μισθωτή απασχόληση στον κλάδο του τουρισμού
τον Ιανουάριο/Ιούλιο 2014

Ασφαλισμένοι ΙΚΑ			
	2013	2014	
Ιανουάριος	Ξενοδοχεία	40.173	46.934
	Τουριστικά Γραφεία	7.069	7.946
	Camping	627	769
	υποσύνολο	47.869	55.649
	Εστ. / Μπαρ	68.161	127.006
Σύνολο Ιανουαρίου	116.030	182.655	
Ιούλιος	Ξενοδοχεία	205.629	236.790
	Τουριστικά Γραφεία	12.249	13.919
	Camping	8.304	11.303
	υποσύνολο	226.182	262.012
	Εστ. / Μπαρ	109.559	188.176
Σύνολο Ιουλίου	335.741	450.188	

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος,
<http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

Εξ αυτών οι 56 / 262 χιλιάδες απασχολούνται σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις. Την περίοδο Ιανουαρίου – Ιουλίου 2014 οι συνολικές εισφορές για τα άτομα αυτά εκτιμώνται σε € 640,5 εκ., αυξημένες κατά € 104 εκ. από το αντίστοιχο διάστημα της προηγούμενης χρονιάς, και υπερκαλύπτοντας την πώση εσόδων από τους λοιπούς κλάδους κατά € 78εκ.

Επιπλέον, όπως φαίνεται από τον πίνακα 2.9, μεγάλο μέρος των καταλυμάτων της χώρας είναι μικρές οικογενειακές μονάδες, όπου παρατηρείται υψηλός αριθμός αυτοαπασχολουμένων και απασχόλησης μελών της οικογένειάς τους.

Πίνακας 2.9. Ξενοδοχεία και Ενοικιαζόμενα Δωμάτια

Ξενοδοχεία και Ενοικιαζόμενα Δωμάτια			
< 50 Δωμάτια		> 50 Δωμάτια	
Μονάδες	Δωμάτια	Μονάδες	Δωμάτια
31.263	326.531	1.903	231.281

Πηγή: http://sete.gr/media/2005/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf

Το ίδιο ισχύει και για τις δεκάδες χιλιάδες επιχειρήσεις εστίασης που απευθύνονται στους τουρίστες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Διαχρονική εξέλιξη της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα

1974-2009: Η Ελλάδα μετά το 1974 έκανε πολλά δάνεια με συνέπεια τη διόγκωση του χρέους. Το ετήσιο έλλειμμα ήταν επίσης υψηλό. Μετά το 1993 η οικονομία είχε ομαλότερο δρόμο με στόχο την ικανοποίηση των κριτηρίων σύγκλισης του Μάαστριχτ. Το χρέος (*ως ποσοστό του ΑΕΠ*) μειώνεται ελαφρά και το έλλειμμα πέφτει μέχρι το 1999 κάτω από 3%, πετυχαίνοντας τελικά η Ελλάδα να γίνει μέλος της ΟΝΕ. Αργότερα αποκαλύφθηκε ότι οι υψηλές επιδόσεις οφείλονταν σε αποκρύψεις ελλειμμάτων και δανείων, πρακτική γνωστή ως *δημιουργική λογιστική*. Στα τέλη 2004, η κυβέρνηση έκανε οικονομική απογραφή, η οποία αποκάλυψε αποκρύψεις δαπανών με αποτέλεσμα την αναθεώρηση των ελλειμμάτων των προηγούμενων ετών, τη μείωση της αξιοπιστίας της χώρας και την τριετή επιτήρηση από την Ε.Ε. Από τα τέλη του 2008 όμως, λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, η ελληνική οικονομία εκτροχιάζεται και το έλλειμμα, αλλά και το χρέος αρχίζουν να αυξάνονται με γρήγορους ρυθμούς. Το κλίμα της Ελληνικής οικονομίας είναι δυσάρεστο. Ο πρωθυπουργός Κ. Καραμανλής, που κυβερνούσε με μία μικρή πλειοψηφία, εξαγγέλλει πρόωρες εκλογές για τις 4 Οκτωβρίου 2009. Τις εκλογές κέρδισε το ΠΑΣΟΚ με υποσχέσεις για αυξήσεις μισθών στα όρια του πληθωρισμού και με βασικό σύνθημα *λεφτά υπάρχουν* (Μπασαράς, 2012).

Οκτώβριος, 2009 - Ιανουάριος, 2010:

Ο υπουργός Οικονομικών ανακοίνωσε στο ECOFIN ότι το έλλειμμα για το 2009 θα εκτιναχτεί στο 12,5% από 6% που εκτιμούσε η προηγούμενη κυβέρνηση (*το 2010 αναθεωρήθηκε στο 15,4%*). Οι διεθνείς οίκοι αξιολόγησης υποβαθμίζουν την Ελληνική οικονομία. Η κυβέρνηση αποφεύγει την άμεση λήψη μέτρων δημοσιονομικής εξυγίανσης για τον καθησυχασμό των αγορών και εφαρμόζει προεκλογικές υποσχέσεις (*π.χ., επίδομα αλληλεγγύης*). Ο προϋπολογισμός του 2010 είναι συνεπής στις προεκλογικές υποσχέσεις με αυξήσεις, στα όρια του πληθωρισμού, σε χαμηλούς μισθούς και συντάξεις. Μετά την κατάθεση του προϋπολογισμού νέα αρνητική εξέλιξη στην πιστοληπτική ικανότητα της Ελλάδας. Περαιτέρω υποβαθμίσεις από τους διεθνείς οίκους και αναστάτωση των αγορών. Από τον Ιανουάριο του 2010 συνεχής άνοδος των *spreads*, ξεπερνώντας ακόμα u954 και τις 1000 μονάδες τον Απρίλιο του 2010 (Μπασαράς, 2012).

Φεβρουάριος, 2010: Πρώτο πακέτο οικονομικών μέτρων:

Ο πρωθυπουργός ευρισκόμενος στο Νταβός (*Ελβετία, ετήσιο Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ*) δέχτηκε έντονες πιέσεις από ξένους ηγέτες για άμεση λήψη μέτρων. Η κυβέρνηση ανακοίνωσε μέτρα για τον δημόσιο τομέα που περιλάμβαναν: *πάγωμα μισθών, περικοπές επιδομάτων, υπερωριών και οδοιπορικών.*

Μάρτιος, 2010: Δεύτερο πακέτο μέτρων:

Έντονη φημολογία χρεοκοπίας. Λήψη νέων σκληρών μέτρων, όπως: Μειώσεις 30% δώρων, 12% επιδομάτων Δημοσίου, 7% αποδοχών υπαλλήλων ΔΕΚΟ, ΟΤΑ, ΝΠΙΔ, αυξήσεις ΦΠΑ και φόρου βενζίνης κλπ.

Απρίλιος-Μάιος, 2010: Μνημόνιο και Τρίτο πακέτο οικονομικών μέτρων:

Η Ελλάδα δεν κατάφερε να βελτιώσει την θέση της στις διεθνείς αγορές, παρά την λήψη των μέτρων, και στις 23 Απριλίου ο πρωθυπουργός ανακοινώνει στο Καστελόριζο την προσφυγή της χώρας στο μηχανισμό στήριξης (ONE, ΕΚΤ, ΔΝΤ) και λήψη μέτρων, όπως:

- Αντικατάσταση 13/14ου μισθού των δημοσίων υπαλλήλων με επίδομα 500€ σε όλους όσους έχουν αποδοχές μέχρι 3.000€ και πλήρης κατάργηση των δύο μισθών για μεγαλύτερες αποδοχές,
- Αντικατάσταση 13/14^{ης} σύνταξης με επίδομα 800€ για συντάξεις ως 2500€, Αύξηση ΦΠΑ κλπ.

Στις 3 Μαΐου 2010, η Ελλάδα αιτήθηκε 80Β€ από τις υπόλοιπες χώρες της ONE και 30Β€ από το ΔΝΤ. Η αίτηση υπερψηφίστηκε από ΠΑΣΟΚ, ΛΑΟΣ και είχε τρία μνημόνια:

- Μνημόνιο Οικονομικής και Χρηματοπιστωτικής Πολιτικής,
- Τεχνικό Μνημόνιο Συνεννόησης και
- Μνημόνιο Συνεννόησης στις Συγκεκριμένες Προϋποθέσεις Οικονομικής Πολιτικής).

Ιούνιος-Οκτώβριος, 2011: Δεύτερο Μνημόνιο και Τέταρτο-Πέμπτο Πακέτα Μέτρων:

Στις 29 Ιουνίου 2011 η Βουλή των Ελλήνων εψήφισε το Μεσοπρόθεσμο Πλαίσιο Δημοσιονομικής Στρατηγικής 2012-2015. Το μεσοπρόθεσμο προβλέπει σειρά μέτρων περιορισμού δαπανών και αύξησης εσόδων, όπως:

- Περιορίζονται μισθολογικές και λειτουργικές δαπάνες και νέα φορολογικά μέτρα.

- Ιδρύεται Οργανισμός Αποκρατικοποιήσεων για την αξιοποίηση της δημόσιας περιουσίας.
- Νέα μέτρα όπως: Αλλαγή φορολογικής κλίμακας.
- Έκτακτη εισφορά για όσους έχουν εισόδημα πάνω από 12.000€,
- Αύξηση κλίμακας ΦΠΑ εστίασης,
- αύξηση ποσοστού παρακράτησης ΛΑΦΚΑ σε όλες τις συντάξεις άνω των 1450€ κλπ. (Μπασαράς, 2012).

Στο τέλος Αυγούστου ανακοινώθηκε πως η οικονομία της Ελλάδας βρισκόταν εκτός στόχων, καθώς υπήρχε μεγάλη υστέρηση εσόδων και αύξηση δαπανών. Νέα μέτρα όπως: Διεύρυνση εργασιακής εφεδρείας, Νέος έκτακτος φόρος κατοικιών μέσω του λογαριασμού της ΔΕΗ, Περικοπή συντάξεων και μεγάλες περικοπές στο εφάπαξ, Άνοιγμα όλων των κλειστών επαγγελμάτων κλπ

Οκτώβριος 2011 έως Νοέμβριο 2012: Κούρεμα, Πρόσθετο Πακέτο Στήριξης, Εκλογές, Ανακεφαλαιοποίηση:

Στις 23 Οκτωβρίου έκτακτη σύνοδος κορυφής ΕΕ για την κατάρτιση ενός σχεδίου αντιμετώπισης της κρίσης χρέους στην Ευρωζώνη. Στις 27 Οκτωβρίου η σύνοδος συμφώνησε σε: Κούρεμα κατά 50% ελληνικού χρέους, πρόσθετο πακέτο βοήθειας ύψους 130B€, πρόγραμμα δημοσιονομικής προσαρμογής μέχρι το 2021, δημιουργία μηχανισμού μόνιμης εποπτείας της Ελλάδας και συνεχούς παρακολούθησης της εφαρμογής των μεταρρυθμίσεων, ανακεφαλαιοποίηση Ελληνικών τραπεζών ύψους 30B€ και αύξηση κατά 1G€ των κεφαλαίων του Ταμείου Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας.

Ο πρωθυπουργός Γ. Παπανδρέου ανακοινώνει ξαφνικά διεξαγωγή δημοψηφίσματος με θέμα την νέα δανειακή σύμβαση. Η απόφαση προκαλεί έντονες αντιδράσεις της αντιπολίτευσης, άλλα και στο εσωτερικό του κυβερνώντος κόμματος. Οι εξελίξεις στην Ελλάδα υπήρξαν κύριο θέμα συζήτησης της συνόδου των G-20, στην οποία κλήθηκε και ο Έλληνας πρωθυπουργός. Οι Μέρκελ και Σαρκοζί ανακοίνωσαν πως το δημοψήφισμα θα κρίνει την παραμονή της Ελλάδας στην Ευρωζώνη. Ακολούθησαν τετραήμερες διαβουλεύσεις με συμμετοχή των κομματικών επιτελείων του ΠΑΣΟΚ, της ΝΔ και του ΛΑΟΣ, για την επιλογή προσώπου που θα ηγηθεί στο νέο κυβερνητικό σχήμα. Στις 10/11 επιλέχτηκε ο Α. Παπαδήμος ως νέος πρωθυπουργός. Τα νέα μέτρα του δεύτερου μνημονίου εγκρίθηκαν από την Κυβέρνηση στις 10 Φεβρουαρίου 2012 και περιλαμβάνουν τα εξής:

- Μείωση κατά 22% κατώτατου μισθού σε όλα τα κλιμάκια του βασικού μισθού και 32% στους νεοεισερχόμενους μέχρι 25 ετών.
- Κατάργηση 150.000 θέσεων από το δημόσιο τομέα έως το 2015, εκ των οποίων 15.000 μέσα στο 2012. κλείσιμο 200 εφοριών, κατάργηση φοροαπαλλαγών και χαμηλού ΦΠΑ στα νησιά κλπ.
- Ψηφίζεται το δεύτερο Μνημόνιο(υπέρ 199 βουλευτές, κατά 74 και 5 ψήφισαν παρών). Στις 9 Μαρτίου ολοκληρώνεται με επιτυχία το PSI. Η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα έφτασε το 95,7%.

Στις 11 Απριλίου ο πρωθυπουργός ανακοίνωσε την ημερομηνία των εκλογών (6 Μαΐου). Το αποτέλεσμα των εκλογών οδήγησε σε ριζική αλλαγή του πολιτικού τοπίου και κατακερματισμό του πολιτικού σκηνικού χωρίς κυβέρνηση (Μπασαράς, 2012).

Στις 16 Μαΐου ορίστηκε υπηρεσιακή κυβέρνηση (πρωθυπουργός Π. Πικραμμένος) και προκηρύχθηκαν νέες εκλογές (17 Ιουνίου). Οι εκλογές ανέδειξαν την ΝΔ πρώτο κόμμα, χωρίς αυτοδυναμία. Με την συνεργασία ΠΑΣΟΚ/ΔΗΜΑΡ, σχηματίστηκε κυβέρνηση συνεργασίας με πρωθυπουργό τον Αντώνη Σαμαρά.

Ιούνιος-Νοέμβριος, 2012: Τρίτο Μνημόνιο και Έκτο Πακέτο Μέτρων:

Από τον Αύγουστο τρίμηνες σκληρές διαπραγματεύσεις κυβέρνησης και τρόικας κατέληξαν στην κατάρτιση του Μεσοπρόθεσμου Πλαισίου Δημοσιονομικής Στρατηγικής, ΜΠΔΣ- 2013-16 (προβλέπει μέτρα ύψους 18,9B€, από τα οποία τα 9,4B€ αφορούν το έτος 2013), που υπερψηφίστηκε στις 7 Νοεμβρίου (153 ψήφοι ΝΔ, ΠΑΣΟΚ). Το νέο πακέτο μέτρων περιλαμβάνει μεταξύ άλλων: Αύξηση των ορίων ηλικίας συνταξιοδότησης κατά 2 έτη, από 1-1-2013, Μείωση συντάξεων από 5-15%, από τα 1.000€ και άνω, Περικοπές στα ειδικά μισθολόγια, Ένταξη στο ενιαίο μισθολόγιο εργαζομένων στις ΔΕΚΟ κλπ.

Στις 27 Νοεμβρίου, το Eurogroup με στόχο να διασφαλίσει ότι η Ελλάδα θα έχει χρέος στο 124% του ΑΕΠ το 2020 και χαμηλότερο του 110% του ΑΕΠ στο 2022:

- χαιρετίζει την αξιολόγηση της τρόικας ότι η Ελλάδα έχει υλοποιήσει ικανοποιητικά ένα ευρύ σύνολο μεταρρυθμίσεων και μέτρων και επικυρώσει τον προϋπολογισμό 2013 και μια φιλόδοξη μεσοπρόθεσμη δημοσιονομική στρατηγική για την περίοδο 2013-16.
- αποφασίζει τη σταδιακή διευκόλυνση της Ελλάδας για να μπορέσει να μειώσει το υπέρογκο δημόσιο χρέος της, υπό την προϋπόθεση ότι θα εφαρμόζει αυστηρά τα συμφωνηθέντα διαρθρωτικά μέτρα τόσο κατά τη διάρκεια του προγράμματος, όσο και μετά τη λήξη του. Οι διευκολύνσεις περιλαμβάνουν: αποδέσμευση της επόμενης δόσης

του 43.7B€ για τη στήριξη του προϋπολογισμού και την τραπεζική ανακεφαλαίωση, μείωση των επιτοκίων των διμερών δανείων στα πλαίσια του πρώτου Μνημονίου κατά 1%, μείωση κατά 0,1% της αμοιβής του ΕΜΣ για τα δάνεια στην Ελλάδα, επιμήκυνση του χρόνου αποπληρωμής των δανείων του ΕΜΣ κατά 15 έτη, αναβολή για 10 έτη της πληρωμής των τόκων στο ΕΜΣ για τα διατεθέντα και διατιθέμενα δάνεια (Μπασαράς, 2012).

3.2 Τα αίτια της οικονομικής κρίσης

Υπάρχει μια πληθώρα αιτίων της Ελληνικής οικονομικής κρίσης. Μπορούμε να τα κατατάξουμε σε δύο κατηγορίες. Στα γενικά διαχρονικά αίτια και στα αίτια μετά το 2008.

Τα βασικά γενικά διαχρονικά αίτια είναι τα εξής :

- Πτωχό, πελατειακό και ως επί το πλείστον κληρονομικό πολιτικό σύστημα.
- Κακοδιοίκηση των φορέων δημοσίων οικονομικών, ΔΕΚΟ και Ασφαλιστικών Ταμείων
- Συνεχή πρωτογενή ελλείμματα από το 1974
- Κακοδιοικούμενος, κακοκαμωμένος, φτωχά - μηχανοοργανωμένος, διεφθαρμένος, γραφειοκρατικός, υπερδιογκωμένος και πελατειακός δημόσιος τομέας
- Διεφθαρμένος, κομματικός και πελατειακός συνδικαλισμός
- Κρατικίστικη ανάπτυξη και περιορισμός της ιδιωτικής πρωτοβουλίας (πχ. αγροτικές επιδοτήσεις, κρατικοποίηση ιδιωτικών επιχειρήσεων). Τα μέλη της κυβέρνησης ανήκουν στην εκτελεστική εξουσία αλλά και στη νομοθετική με συνέπεια να δαπανούν περισσότερα και να αποταμιεύουν λιγότερα για να μη δυσαρεστήσουν τους ψηφοφόρους τους
- Απόκρυψη του δανεισμού καθώς οι πολιτικοί ήθελαν να ικανοποιήσουν τα κριτήρια Μάστριχτ (Ελλειμμα 3%, Λόγος Χρέος / ΑΕΠ <120%)
- Καμιά συστηματική προσπάθεια για έλεγχο: των δαπανών, της εκτεταμένης φοροδιαφυγής, της φοροείσπραξης, της διαφθοράς του δημόσιου τομέα σε υψηλές βαθμίδες (πολεοδομία, εφορίες), των χρεών των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης
- Μεταφορά / κατάθεση χρήματος σε τράπεζες εξωτερικού, σκάνδαλα προμηθειών, ξέπλυμα μαύρου χρήματος
- Είσοδος της χώρας στην ΟΝΕ χωρίς επαρκή προετοιμασία, συνεχής χειροτέρευση της ανταγωνιστικότητας και πτώση της παραγωγής μετά την είσοδο στην ΟΝΕ
- Η Ελλάδα ζούσε πέρα από τις δυνατότητές της ακόμη και προ ΟΝΕ, φουσκωμένες δημόσιες δαπάνες, αύξηση μισθών / συντάξεων / εφάπαξ πολύ πέρα από τις χώρες της ΟΝΕ, συντάξεις και επιδόματα μαϊμού, πολλαπλές συντάξεις, συντάξιμη ηλικία κλπ.

- Υπερδιόγκωση των συστημάτων υγείας και εκπαίδευσης
- Μεγάλα χρέη και υπερβολικές δαπάνες για την εκτέλεση των ΟΑ το 2004.
- Μετά την είσοδο στην ΟΝΕ, η χώρα δεν μπορεί να τυπώσει χρήμα και να υποβαθμίσει το νόμισμά της
- Υπερδιογκωμένη παράνομη μετανάστευση
- Αναρίθμητες απεργίες / στάσεις εργασίας πολύ – πολύ πάνω από τις άλλες χώρες της Ε.Ε. (Μπασαράς, 2012).

Κατά το 2008 και 2009 τα βασικά αίτια είναι τα εξής:

- Παρά τα προειδοποιητικά μηνύματα από τις αρχές του 2008 (ιδιαίτερα της καταστροφής της Αθήνας το Δεκέμβριο, 2008) και της επάρκειας χρόνου για τη λήψη μέτρων υπήρξε υπερβολικός δισταγμός, αναποφασιστικότητα και καμιά αντίδραση από το πολιτικό και οικονομικό σύστημα.
- Οι δύο μεγαλύτερες Ελληνικές ‘βιομηχανίες’ της ναυτιλίας και του τουρισμού επλήγησαν βαριά από την παγκόσμια ύφεση.
- Το κυβερνητικό, διοικητικό και πολιτικό σύστημα απέτυχε να κατανοήσει τη μορφή και τη σημασία των οικονομικών θεμάτων, παρόντα σε όλες σχεδόν τις χώρες και τότε θεραπεύσιμα εύκολα. Όταν χτύπησε η παγκόσμια οικονομική κρίση και τα Ελληνικά χρέη ήλθαν στο φως η χώρα ήταν ανέτοιμη να τα αντιμετωπίσει.
- Αναποφασιστικότητα, διστακτικότητα και μη πολιτική βούληση για τη λήψη σοβαρών δημοσιονομικών μέτρων για τη διόρθωση της κατάστασης.
- Τεράστια ελλείμματα. Ενώ τα χρήματα έρρεαν από τα ταμεία της πολιτείας, τα έσοδα επλήγοντο από τη φοροδιαφυγή, την περιορισμένη φοροείσπραξη, μαζικές μεταφορές σε τράπεζες του εξωτερικού και αναλήψεις για τα ‘σεντούκια’ του εσωτερικού.
- Όταν η Ελληνική κρίση έγινε παγκόσμια γνωστή το φθινόπωρο του 2009, η τότε κυβέρνηση ήταν αναποφάσιστη, αναβλητική και διστακτική να πάρει τα απαραίτητα άμεσα μέτρα σταματήματος και ανάκαμψης της κρίσης.
- Η υπεραπλούστευση της οικονομικής κατάστασης και ο λαϊκισμός των ΜΜΕ (Μπασαράς, 2012).

3.3 Περιφερειακές Ανισότητες

Το πρόβλημα της άνισης κατανομής των εισοδημάτων, των οικονομικών ευκαιριών και δραστηριοτήτων στις περιφέρειες αποτελεί ένα ζήτημα μείζονος ενδιαφέροντος για

κάθε χώρα. Οι ανισότητες που παρουσιάζονται μέσα στις χώρες -είτε αναπτυγμένες είτε αναπτυσσόμενες- δηλαδή σε περιφερειακό επίπεδο αναφορικά με την οικονομική τους ανάπτυξη και την ευημερία τους είναι πολύ πιο έντονες εν συγκρίσει με αυτές που αναπτύσσονται ανάμεσα στις χώρες (Patuelli, 2007).

Όσον αφορά την Ελλάδα οι περιφερειακές ανισότητες οξύνθηκαν κατά την διάρκεια των τριών πρώτων μεταπολεμικών δεκαετιών και σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει το φαινόμενο αυτό εξελίσσεται συνεχώς εξαιτίας των γεωγραφικών χαρακτηριστικών των περιφερειών, των αλλαγών στην παραγωγική τους δομή, των χωρικών πολιτικών που εφαρμόζονται και του διεθνούς οικονομικού περιβάλλοντος που έχει διαμορφωθεί (Petrakos and Saratsis, 2000). Η Ελλάδα παρουσιάζει έντονες περιφερειακές ανισότητες σε διαπεριφερειακό και ενδοπεριφερειακό επίπεδο, καθώς επίσης υπάρχει και μεγάλο αναπτυξιακό χάσμα μεταξύ ολόκληρης της χώρας και του μέσου όρου της Ε.Ε., ιδιαίτερα όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα. Η περιφερειακή πολιτική στην Ελλάδα αποσκοπεί στην αντιμετώπιση αμφότερων των πτυχών του προβλήματος, αλλά εστιάζεται περισσότερο στην ανάπτυξη σε εθνικό επίπεδο παρά σε περιφερειακό.

Η Ελλάδα διαιρείται σε 13 περιφέρειες τύπου NUTS 2 και 51 τύπου NUTS 3. Οι περιφερειακές ανισότητες στο πλαίσιο της οικονομικής ανάπτυξης καθορίζονται από τον πληθυσμό, το επίπεδο αστικοποίησης, τη γεωγραφική θέση και τη διαθεσιμότητα μεταφορικών υποδομών. Για παράδειγμα, το 2007 οι διαφορές του κατά κεφαλήν Α.Ε.Π. κυμαινόταν μεταξύ των 14.900 ευρώ και 31.900 ευρώ, συναρτήσει της αντίστοιχης περιφέρειας, ενώ το ποσοστό ανεργίας παρουσίαζε διαφοροποίηση μεταξύ του 5.3% και του 12.7%. Οι μοναδικές εύπορες περιφέρειες είναι οι περιφέρειες γύρω από τα δύο μητροπολιτικά κέντρα (Αθήνα και Θεσσαλονίκη), ήτοι η Αττική και η Κεντρική Μακεδονία, εκ των οποίων η Αττική σημειώνει τις καλύτερες επιδόσεις στον τομέα της αύξησης της παραγωγικότητας. Επίσης, λόγω των φυσικών τους πλεονεκτημάτων (κλιματολογικές συνθήκες που ευνοούν τον τουρισμό και φυσικοί πόροι που ευνοούν την παραγωγή ενέργειας), οι περιφέρειες των Νήσων του Αιγαίου και του Ιονίου καθώς και της Δυτικής Μακεδονίας κατατάσσονται σε επίπεδα πάνω από το αντίστοιχο εθνικό κατά κεφαλήν Α.Ε.Π. (Μπασαράς, 2012).

3.4 Περιφερειακή Ανθεκτικότητα

Ως περιφερειακή ανθεκτικότητα ορίζεται η ικανότητα μιας περιφέρειας να προλάβει, να προετοιμαστεί, να αποκριθεί και τέλος να ξεπεράσει μία ταραχή που θα υποστεί (Foster, 2007).

Επίσης, σύμφωνα με τους Hill et al (2008) ως περιφερειακή ανθεκτικότητα νοείται η ικανότητα που έχει μία περιφέρεια να ξεπερνάει επιτυχώς τα σοκ έτσι ώστε να μην στέκονται αυτά εμπόδια στην ανάπτυξή της. Εμπόδια στην αναπτυξιακή της πορεία μπορούν να σταθούν:

- διαρθρωτικές αλλαγές που προέρχονται από τον παγκόσμιο ή τοπικό ανταγωνισμό, από αλλαγές στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που έχει μία περιφέρεια για την παραγωγή κάποιου προϊόντος και από αλλαγές στη ζήτηση από την πλευρά των καταναλωτών για προϊόντα που παράγει η ίδια η περιφέρεια, και
- διαταραχές του εξωτερικού περιβάλλοντος δηλαδή μία φυσική καταστροφή, η μετακίνηση των εγκαταστάσεων μιας επιχείρηση σε άλλη περιοχή, η οικονομική κρίση κ.α.

Σύμφωνα με τους Reggiani et al (2002) η εφαρμογή του όρου της ανθεκτικότητας στις περιφέρειες κρίνεται αναγκαία προκειμένου αποσαφηνιστεί ο τρόπος που αντιδρούν αυτές στα διάφορα σοκ και διαταραχές που υφίστανται. Οι λόγοι που ώθησαν τους ερευνητές τα τελευταία 7 χρόνια να μελετήσουν την περιφερειακή ανθεκτικότητα είναι:

- οι μεγάλες περιβαλλοντικές καταστροφές που πλήττουν τις περιφέρειες,
- ο διαφορετικός τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζει αυτές τις καταστάσεις η κάθε περιφέρεια,
- η έντονη επιρροή της ανθεκτικότητας στις οικονομικές μεταβολές των περιφερειών μέσω των συμπεριφορών που αυτές επιδεικνύουν στην προσπάθεια τους να ξεπεράσουν το σοκ, και
- η παγκόσμια οικονομική κρίση (2008 έως σήμερα), η οποία ωθεί στην επιβολή ενιαίων αυστηρών μέτρων στις περιφέρειες προκειμένου να μειώσουν τα χρέη τους χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τους τις διαφορές αυτών (Martin, 2012).

Οι 3 βασικές διαστάσεις της ανθεκτικότητας στο πλαίσιο των περιφερειών είναι οι ακόλουθες:

1. Η ικανότητα μίας περιφερειακής οικονομίας να αντέχει στις εξωτερικές πιέσεις (Foster, 2007· Hill et al, 2010· Hudson, 2010· Simmie and Martin, 2010· Davies, 2011).
2. Η δυνατότητα μίας περιφέρειας να ανταποκρίνεται θετικά σε εξωτερικές αλλαγές (Ficenc, 2010· Hill et al, 2010· Davies, 2011).

3. Η ικανότητα που έχει να προσαρμόζεται μακροχρόνια και να μαθαίνει (Pendall et al, 2010· Simmie and Martin, 2010· Davies, 2011).

Προκειμένου μια περιφέρεια να είναι ανθεκτική, πρέπει να είναι ικανή να διατηρήσει το επιτυχημένο μονοπάτι ανάπτυξης, που έχει ακολουθήσει, έπειτα από μια διαταραχή, ανεξαρτήτως του αν η επιτυχία εκλαμβάνεται σε όρους κάποιου παραδοσιακού δείκτη, όπως η μεγέθυνση ή η μεταβολή της απασχόλησης ή σε όρους κάποιου συνθετικού δείκτη (Μαλλιώρας, 2011).

Σύμφωνα με τους Christopherson et al (2010) αυτή η επιτυχία της μπορεί να εντοπιστεί μέσω της παρακολούθησης της οικονομικής της ανάπτυξης στο παρόν και στο παρελθόν και να γίνει μία σύγκριση, καθώς το ίδιο μπορεί να συμβεί και με το ποσοστό απασχόλησης και τις συνθήκες και την ποιότητα ζωής.

Βέβαια μελετώντας αυτά τα στοιχεία δεν είναι εύκολο πάντα να καταλήγεις στο αν τελικά η συγκεκριμένη περιφέρεια είναι ανθεκτική ή όχι, αλλά σίγουρα αποτελεί έναν τρόπο για να αξιολογηθεί τελικά ο βαθμός ανθεκτικότητας μιας περιφέρειας (Καρουλιά και συν., χ.χ.).

Αρχικά όταν αναφερόμαστε στη διατήρηση ενός επιτυχημένου μονοπατιού ανάπτυξης δεν εννοούμε κατ' ανάγκη ότι πρέπει να επιστρέψει στο ίδιο μονοπάτι ανάπτυξης (Briguglio et al, 2006· Christopherson et al, 2010). Εν τούτοις κι αυτό αποτελεί μία εναλλακτική, πάνω στην οποία έχει βασιστεί ολόκληρη θεωρία. Ειδικότερα, μία μορφή ανθεκτικότητας είναι η μηχανική (engineering resilience). Η συγκεκριμένη μορφή ανθεκτικότητας επικεντρώνει την προσοχή της στην ελαστικότητα ή αλλιώς ικανότητα μιας περιφέρειας να απορροφήσει τις συνέπειες μιας ταραχής χωρίς να υποστεί σημαντικές διαρθρωτικές αλλαγές (Walker et al, 2006· Pendall et al, 2010· Simmie and Martin, 2010). Δηλαδή η κεντρική ιδέα της μηχανικής ανθεκτικότητας είναι ότι μία ταραχή μετακινεί την οικονομία μιας περιφέρειας έξω από το μονοπάτι που ακολουθούσε, αλλά τελικά οι ικανότητες που έχει να αυτό-διορθώνεται, την επαναφέρουν στην αρχική της κατάσταση (σημείο ισορροπίας).

Επομένως, η ανθεκτικότητα κάποιας περιφέρειας υπολογίζεται με βάση την ευαισθησία που έχει απέναντι στις ταραχές και την ταχύτητα απόκρισης της σε αυτές. Άρα μία περιφέρεια, η οποία επιστρέφει ταχύτερα στην κατάσταση που βρισκόταν προ της ταραχής, θεωρείται περισσότερο ανθεκτική σε σχέση με κάποια άλλη που χρειάζεται περισσότερο χρόνο.

Έτσι, ένα πιο ρεαλιστικό σενάριο αναφορικά με την αντίδραση των περιφερειών στις νέες συνθήκες που δημιουργούνται είναι η ύπαρξη περισσότερων μονοπατιών ανάπτυξης, όπου μπορεί να επιστρέψει εναλλακτικά η περιφέρεια μετά την ταραχή μέσω της βιομηχανικής αναδιάρθρωσης.

Επομένως, μπορούμε να αναφερθούμε στην εξάρτηση μιας περιφέρειας από ένα συγκεκριμένο μονοπάτι ανάπτυξης, το οποίο συντίθεται από πολλαπλά σημεία ισορροπίας. Αυτή η μορφή ανθεκτικότητας ονομάζεται οικολογική (ecological resilience). Σύμφωνα με τους Hill et al (2008) αυτό δίνει την ευκαιρία στην περιφέρεια να μην ακολουθήσει κάποιο μονοπάτι, το οποίο δεν είναι αρκετά αποδοτικό. Αντιθέτως, της επιτρέπει να επιλέξει εκείνο το σημείο που θα της προσφέρει την βέλτιστη οικονομική απόδοση. Μπορεί παρόλα αυτά να συμβεί και το αντίθετο. Αυτή η ιδέα γενικά στα οικονομικά ορίζεται ως υστέρηση. Η υστέρηση μπορεί να επιφέρει ολοκληρωτικές αλλαγές μέσα σε μία οικονομία και να μετακινήσει την πορεία της μετά από ένα σοκ σε ένα σημείο διαφορετικό από αυτό που βρισκόταν πριν την ταραχή. Έτσι, ανάλογα με τα πιθανά αποτελέσματα που θα έχει μία ύφεση δημιουργούνται τέσσερις περιπτώσεις:

- να ακολουθήσει ένα νέο μονοπάτι υποδεέστερο του αρχικού και μετά να συνεχίσει σε αυτό,
- να ακολουθήσει ένα συνεχώς μειούμενο μονοπάτι ανάπτυξης,
- να ακολουθήσει ένα βελτιωμένο μονοπάτι ανάπτυξης σε σχέση με τα αρχικό και μετά να συνεχίσει σε αυτό με σταθερό ρυθμό, και
- να ακολουθήσει ένα μονοπάτι το οποίο θα έχει συνεχόμενα ανοδική πορεία.

Εν τούτοις το πλαίσιο που εξηγεί καλύτερα την συμπεριφορά των περιφερειών είναι αυτό που χρησιμοποιεί τις έννοιες της προσαρμογής (adjustment/adaptation) μιας περιφέρειας στις νέες συνθήκες οι οποίες δημιουργούνται έπειτα από μια διαταραχή, προκειμένου η περιφέρεια να αναζητήσει ένα νέο επιτυχημένο μονοπάτι ανάπτυξης (Carpenter et al, 2005).

Αυτή η μορφή ανθεκτικότητας ονομάζεται προσαρμοστική ελαστικότητα (adaptive resilience). Για μία περιφέρεια, η πιθανότητα να αντέξει μακροπρόθεσμα στα διάφορα σοκ που θα υποστεί εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητα της να προσαρμόζεται στις ευμετάβλητες καταστάσεις του περιβάλλοντος της. Αυτή η εξήγηση δίνεται στα πλαίσια της θεωρίας της σύνθετης προσαρμογής. Η περιφερειακή ανθεκτικότητα σε αυτό το πλαίσιο δείχνει την ικανότητα μιας περιφερειακής οικονομίας να αναπροσαρμόσει τις δομές της όταν υποστεί κάποια ταραχή έτσι ώστε να συνεχίσει την αναπτυξιακή της πορεία. Ο βαθμός προσαρμοστικότητας εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως π.χ.

τον βαθμό καινοτομίας, της διαφοροποίησης κ.α., χαρακτηριστικά τα οποία περιγράφονται σε επόμενη ενότητα. Επομένως, η ανθεκτικότητα μέσα στο συγκεκριμένο πλαίσιο ανάπτυξης παρουσιάζεται ως μία δυναμική διαδικασία.

Τέλος, σημασία έχει να αναλυθεί ο τρόπος με τον οποίο ανταποκρίνεται η κάθε περιφέρεια μετά από κάθε διαταραχή. Σύμφωνα με τον Martin (2012) οι βασικότεροι τρόποι είναι οι ακόλουθοι:

- αντίσταση (resistance) δηλαδή την ευαισθησία της περιφερειακής οικονομίας σε ταραχές,
- ανάκτηση (recovery) δηλαδή την ταχύτητα «ανάρρωσης» έπειτα από κάποια διαταραχή,
- αναπροσανατολισμό (re-orientation) δηλαδή την έκταση της αναδιάρθρωσης των παραγωγικών δομών έπειτα από κάποια διαταραχή, και
- ανανέωση (renewal) ή επανάληψη (resumption) δηλαδή την αλλαγή (ή μη) του μονοπατιού ανάπτυξης της περιφέρειας έπειτα από κάποια διαταραχή.

Ανακεφαλαιώνοντας, οι περιφέρειες, βάσει της ανθεκτικότητας την οποία επιδεικνύουν έπειτα από μια διαταραχή διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες (Briguglio et al, 2006· Hill et al, 2008). Αρχικά, υπάρχουν περιφέρειες που μετά το σοκ που υπέστησαν βελτιώνονται και αναπτύσσονται περισσότερο ή τουλάχιστον επιστρέφουν στην αρχική τους κατάσταση –αυτή που είχαν πριν πληγούν από το συμβάν. Αυτές οι περιφέρειες καλούνται οικονομικά ανθεκτικές (economically resilient). Επίσης, μία άλλη κατηγορία περιφερειών είναι αυτές που αντέχουν σε τέτοιου είδους ταραχές και δεν «ξεφεύγουν» από την πορεία τους εξαιτίας αυτών (shock-resistant). Τέλος, υπάρχουν και οι περιφέρειες που δεν μπορούν να ανταποκριθούν σε αυτές τις διαταραχές διότι δεν μπορούν να επανέλθουν στην αρχική τους κατάσταση και χαρακτηρίζονται ως μη ανθεκτικές (non-resilient).

3.5 Περιφέρειες και τουρισμός

Η περιφερειακή ανάπτυξη αποτελεί μία διαδικασία, η οποία χωρίζεται σε δύο επίπεδα: το εξωτερικό και το εσωτερικό. Λέγοντας εξωτερικό εννοούμε τις ροές που χαρακτηρίζουν την περιφέρεια με το εξωτερικό περιβάλλον δηλαδή τις ροές προϊόντων, υπηρεσιών, κεφαλαίου και πληροφοριών (Loukissas, 1982). Από την άλλη πλευρά, το εσωτερικό επίπεδο αφορά την εσωτερική διαφοροποίηση, η οποία περιλαμβάνει την ειδίκευση του εργατικού δυναμικού, την βελτίωση των ικανοτήτων τους και γενικά την οργάνωση εκ νέου της περιφέρειας. Ο τουρισμός –ως ένα μέσο για την επίτευξη περιφερειακής ανάπτυξης- καλύπτει και τα δύο επίπεδα αφού από τη μία δημιουργεί ροές για την περιφέρεια με το εξωτερικό της περιβάλλον κι από την άλλη συνεισφέρει στην αλλαγή της κοινωνικής της και οικονομικής της δομής. Επομένως, ο τουρισμός πρέπει να

εξετάζεται υπό το πρίσμα και των δύο αυτών αξόνων προκειμένου να δειχθεί επαρκώς ο πραγματικός αντίκτυπος του ως παράγοντα κοινωνικής και οικονομικής αλλαγής (Καρούλια και συν., χ.χ.).

Ο τουρισμός παίζει ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο για κάθε περιφέρεια τόσο από οικονομική άποψη όσο και από κοινωνική αφού αποτελεί τον σύνδεσμο αυτής με τον εξωτερικό κόσμο και την εξωτερική οικονομία. Εν τούτοις, δεν υπάρχει μία κοινά αποδεκτή θέση σχετικά με την επίδραση του συγκεκριμένου κλάδου στην ανάπτυξη των περιφερειών. Γι' αυτό το λόγο έχουν διαμορφωθεί τρεις διαφορετικές απόψεις:

1. ο τουρισμός επιφέρει κοινωνικο-οικονομικές αλλαγές στις περιφέρειες και ενθαρρύνει την ανάπτυξή τους.
2. ο τουρισμός φέρνει πλήθος ατόμων στις μικρές κοινωνίες υπονομεύοντας την κουλτούρα τους και το περιβάλλον τους (Loukissas, 1982).
3. ο τουρισμός αποτελεί μία μορφή οικονομικής εκμετάλλευσης και νέο-αποικιακής κυριαρχίας (Matthews 1977· Loukissas, 1982).

Ο Foster (1964) ήταν ο πρώτος, ο οποίος εξέτασε την διαφορετική επίδραση του τουρισμού στις διάφορες κοινωνίες, ενώ ο Cohen (1979) τόνισε την σημασία της συγκριτικής ανάλυσης καθώς επίσης και την ανάγκη προσδιορισμού των οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών συνθηκών που επικρατούν σε μία περιφέρεια διότι αυτές θα συνεισφέρουν σε συνδυασμό με την ανάπτυξη του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιφέρειας. Είναι σημαντικό κάθε περιφέρεια να γνωρίζει αυτές τις συνθήκες διότι η ύπαρξη αυτών θα ευνοήσει την ανάπτυξη του τουρισμού και συγκεκριμένα την ανάπτυξη μιας συγκεκριμένη μορφής τουρισμού.

Η σημασία του τουρισμού σε περιφερειακό επίπεδο είναι ιδιαίτερα αυξημένη διότι ο τουρισμός συμβάλλει στη μείωση της ανεργίας. Αυτό επιτυγχάνεται αφενός επειδή προσφέρει νέες θέσεις εργασίας κι αφετέρου επειδή αντικαθιστά τις δραστηριότητες που χάνουν σιγά -σιγά το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα. Αυτό σημαίνει ότι περιορίζεται ο πρωτογενής τομέας και τη θέση του την παίρνει ο κλάδος του τουρισμού. Επίσης, ο τουρισμός έχει πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα στις περιφέρειες. Ειδικότερα, εκτός του ότι δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, παράλληλα αυξάνει τα έσοδα των περιφερειών βελτιώνοντας τις μεταφορές, τις κατασκευές, το εμπόριο, την βιομηχανία τροφίμων κ.α.. Επομένως, υπάρχει στενή σχέση μεταξύ του τουρισμού και των υπόλοιπων οικονομικών δραστηριοτήτων (Proenca και Soukiazis, 2008).

3.6 Περιφέρειες και κρίση

Η επίδραση της οικονομικής κρίσης σε κάθε περιφέρεια εξαρτάται από δύο παράγοντες. Αυτοί είναι οι ακόλουθοι:

- η φάση στην οποία βρίσκονται οι επιχειρηματικοί κύκλοι δηλαδή από το αν βρίσκονται σε φάση ανάπτυξης ή ύφεσης. Στη φάση ανάπτυξης, οι περιφερειακές ανισότητες οξύνονται (χωρική συγκέντρωση) διότι τα θετικά στοιχεία που διαθέτουν οι περιφέρειες αναδεικνύονται μέσω της συσσώρευσης και τελικά εμφανίζονται και οι διαφορές ανάμεσα στις περιφέρειες. Αντιθέτως, στη φάση της ύφεσης αμβλύνονται (χωρική διασπορά) για τον αντίθετο λόγο.
- ο βαθμός κι ο τύπος ειδίκευσης των περιφερειών. Η απελευθέρωση των αγορών έχει επιτρέψει στις περιφέρειες να ειδικευτούν βελτιώνοντας έμφυτα και επίκτητα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, τα οποία πλέον τα εκμεταλλεύονται καλύτερα. Η υπερβολική ειδίκευση, όμως, ενέχει τον κίνδυνο να αυξηθούν κι άλλο οι περιφερειακές ανισότητες και να καταστούν οι περιφέρειες περισσότερο ανόμοιες ως προς την παραγωγική τους δομή.

Η οικονομική κρίση που έπληξε την Ελλάδα είχε ως αποτέλεσμα να επηρεάσει την παραγωγική της βάση και το επίπεδο των εισοδημάτων των κατοίκων της. Εξαιτίας των μέτρων λιτότητας που επιβλήθηκαν στην Ελλάδα από τους δανειστές της (το Δ.Ν.Τ. και τους Ευρωπαϊκούς ομολόγους) αναπόφευκτα όλη η προσοχή δόθηκε στην χώρα κι όχι σε κάθε μία περιφέρεια ξεχωριστά. Εν τούτοις, οι επιδράσεις της κρίσης σε περιφερειακό επίπεδο είναι τόσο έντονες που δεν πρέπει να τις αγνοήσουμε. Αρχικά, οι συνθήκες που επικρατούσαν πριν την κρίση (μέγεθος αγοράς, γεωμορφολογία, πρόσβαση, φυσικοί πόροι κ.α.) διαφοροποιούνταν αρκετά ανάμεσα στις ελληνικές περιφέρειες. Έπειτα, τα μέτρα λιτότητας που εφαρμόστηκαν ήταν τα ίδια για όλες τις περιφέρειες χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι ανισότητες που παρουσίαζαν. Κατά συνέπεια, οι επιπτώσεις αυτών των μέτρων διαφέρουν από περιφέρεια σε περιφέρεια. Τέλος, σε πολλές περιπτώσεις η εφαρμογή χωρικών πολιτικών εμποδίζεται σε χώρες που βρίσκονται σε δεινή οικονομική κατάσταση. Επομένως, η άνιση επίδραση της κρίσης είναι κατά κύριο λόγο απόρροια της ομοιογένειας των μέτρων λιτότητας που εφαρμόστηκαν στις περιφέρειες χωρίς να ληφθούν υπόψη οι ανισότητες που τις χαρακτηρίζουν.

Τα μέτρα λιτότητας περιελάμβαναν μεταξύ άλλων:

- εκτεταμένες ιδιωτικοποιήσεις,
- αύξηση των εσόδων του κράτους που προέρχονται από φόρους ύψους 2-5%,
- μείωση 20-30% στους μισθούς του δημόσιου τομέα,

- περικοπές στις συντάξεις,
- 34% μείωση στις δημόσιες δαπάνες που αφορούν την εκπαίδευση, την υγεία και τα δημόσια έργα,
- αντεργατικές θεσμικές αλλαγές (Hadjimichalis, 2011).

Αυτά τα μέτρα που επιβλήθηκαν στην Ελλάδα, όπως και στις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες, ήταν γεωγραφικά οριζόντια δηλαδή ήταν ίδια για όλες τις περιφέρειες και δεν έλαβαν υπόψη τους τις ανισότητες που αυτές παρουσίαζαν ως προς το εισόδημα, τις οικονομικές δυνατότητες, την ειδίκευση κ.α.. Αυτή η πρακτική, όμως, είχε ως συνέπεια την άνιση επίδραση της κρίσης στις ελληνικές περιφέρειες διότι όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από πολύπλευρες περιφερειακές ανισότητες. Αυτό μπορεί εύκολα να το διαπιστώσει κανείς εάν αναλογιστεί ότι το 40% του πληθυσμού της Ελλάδας είναι συγκεντρωμένο στην Αττική, όπως επίσης και το 50% του Α.Ε.Π. βρίσκεται εκεί. Επίσης, το μεγαλύτερο μέρος της βιομηχανικής δραστηριότητας έχει συγκεντρωθεί στην Αττική, ενώ οι υπόλοιπες περιφέρειες στηρίζονται κυρίως στον τουρισμό, στη γεωργία και στην ελαφριά βιομηχανία. Για παράδειγμα λαμβάνοντας υπόψη μας τα μέτρα που παρουσιάστηκαν παραπάνω μπορούμε να διαπιστώσουμε πως οι αγροτικές και οι τουριστικές περιοχές θα πληγούν λιγότερο σε σχέση με αυτές που στηρίζονται στην βιομηχανία και στον δημόσιο τομέα.

Μία τέτοια τακτική, όπως είναι φυσικό, θα οδηγήσει αναπόφευκτα στην οικονομική συρρίκνωση των λιγότερο αναπτυγμένων περιφερειών. Αυτό επιτυγχάνεται και εξαιτίας των επιχειρήσεων και εξαιτίας των εργαζομένων (Καρούλια και συν., χ.χ.).

Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις, οι οποίες δρουν με γνώμονα το συμφέρον τους, θα μειώσουν τις επενδύσεις τους σε περιφέρειες που χαρακτηρίζονται από χαμηλή ζήτηση, αδύναμη φυσική σύνδεση, έλλειψη ποικιλίας εργατικού δυναμικού και ανεπαρκείς υποδομές -οι επιπτώσεις αυτές μπορεί να μην είναι ανάλογες του βαθμού επίδρασης της κρίσης- και θα τις «μεταφέρουν» σε μητροπολιτικές περιοχές και κυρίως στην πρωτεύουσα, όπου εκεί κατοικεί μεγάλο μέρος του πληθυσμού και γενικά διαθέτει τα ακριβώς αντίθετα χαρακτηριστικά από αυτά των περιφερειών.

Επιπλέον, από την πλευρά των εργαζομένων, ισχύει κάτι παρόμοιο.

Συγκεκριμένα, λόγω της υψηλής ανεργίας ένα μεγάλο μέρος του εργατικού δυναμικού που διαθέτει τις ανάλογες δεξιότητες, μετακινείται στα μεγάλα αστικά κέντρα όπου εκεί υπάρχουν περισσότερες θέσεις απασχόλησης. Ως εκ τούτου η οικονομική δραστηριότητα συγκεντρώνεται στα μεγάλα αστικά κέντρα και οι περιφέρειες θα πληγούν

περισσότερο από την ανεργία και από τις επιπτώσεις που η μετακίνηση του ενεργού εργατικού δυναμικού συνεπάγεται.

Συμπεραίνουμε από τα παραπάνω πως πρόκειται για μία κυκλική διαδικασία. Δηλαδή εάν ξεκινήσει μία τέτοια διαδικασία, οι λιγότερο επιτυχημένες περιφέρειες θα αποδυναμωθούν περισσότερο μέσα σε λίγο χρονικό διάστημα διαιωνίζοντας έτσι τις περιφερειακές ανισότητες. Σύμφωνα με διάφορες έρευνες (Angeriz et al, 2008) ο περιορισμός των οικονομικών δραστηριοτήτων στις μη ευνοημένες περιφέρειες αναμφίβολα οδηγεί σε χαμηλό βαθμό παραγωγικής ανάπτυξης. Ο χαμηλός βαθμός παραγωγικής ανάπτυξης θα οδηγήσει με την σειρά του σε μείωση της οικονομικής αποτελεσματικότητας της περιφέρειας και των μισθών και κερδών που θα λαμβάνουν εργαζόμενοι και επιχειρήσεις αντίστοιχα. Κατά συνέπεια, η μετανάστευση και η απόθεση για επενδύσεις αυξάνονται και καταλήγουμε στο προηγούμενο συμπέρασμα, ότι δηλαδή οι ανισότητες που αναπτύσσονται ανάμεσα στις αναπτυγμένες και στις μη αναπτυγμένες περιφέρειες διαιωνίζονται, ακόμα κι αν οι αρχικές συνθήκες που τις προκάλεσαν εξαφανίζονται (Monastiriotis, 2011). Εδώ πρέπει να τονίσουμε κάτι ακόμα: ο βαθμός στον οποίο θα επηρεαστεί κάθε περιφέρεια εξαρτάται από το βαθμό ανθεκτικότητας που την χαρακτηρίζει, όπως ήδη έχουμε περιγράψει εκτενώς στο προηγούμενο κεφάλαιο. Για παράδειγμα οι περιφέρειες που ειδικεύονται στον τουρισμό και στις εξαγωγές (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κρήτη, Νότιο Αιγαίο) θα επηρεαστούν λιγότερο από την οικονομική κρίση σε σχέση με τις περιφέρειες που δεν διαθέτουν αυτές τις οικονομικές δραστηριότητες διότι οι τελευταίες δεν θα είναι σε θέση με τις υποδομές που διαθέτουν να ξεπεράσουν τα μέτρα λιτότητας που θα τους επιβληθούν (Καρούλια και συν., χ.χ.).

3.7 Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στα Ιόνια Νησιά, το Βόρειο και Νότιο Αιγαίο και την Κρήτη

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο διεθνής τουρισμός άρχισε να μειώνεται στο τέλος του 2008 και έγινε έτσι ένας από τους τελευταίους τομείς που δέχθηκαν τις επιδράσεις της παγκόσμιας ύφεσης. Η τάση αυτή αποτυπώθηκε στις κατεξοχήν τουριστικές περιφέρειες τόσο της χώρας όσο και των υπολοίπων χωρών, με μείωση των τουριστικών αφίξεων και διανυκτερεύσεων, αλλά και μείωση των χρημάτων που καταναλώνοντας στις τουριστικές περιοχές από τους επισκέπτες τους. Διαφαίνεται όμως ότι η επίδραση της κρίσης στην τουριστική βιομηχανία δεν ήταν η ίδια, ή δεν ήταν σε ίδιο βαθμό και ένταση για όλες τις περιοχές.

Οι Καρουλιά και συν. (χ.χ.), πραγματοποίησαν έρευνα προκειμένου να εξεταστεί η διαφορετική επίδραση της κρίσης σε κάθε μία από της νησιωτικές περιφέρειες, δηλαδή τα Ιόνια Νησιά, το Βόρειο και το Νότιο Αιγαίο και την Κρήτη όσον αφορά τον τουρισμό και το Α.Ε.Π. Στη συνέχεια οι ερευνητές εστίαστηκαν στις ανισότητες των υπό εξέταση περιφερειών έτσι ώστε να διαπιστώσουν αν υπάρχει μία σύγκλιση των περιφερειών λόγω της κρίσης ή όχι. 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 συν., χ.χ.).

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 επεξεργαστούν 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 ερωτήματα (Καρουλιά και συν., χ.χ.).

Αρχικός τους στόχος ήταν να εξετάσουν τον βαθμό επίδρασης της κάθε περιφέρειας από την οικονομική κρίση. Χρησιμοποιώντας τέσσερις δείκτες εκ των οποίων οι τρεις αφορούσαν τον τουρισμό αποκλειστικά και ο ένας 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 «σοβαρές» δομές και να «κλείσει» τις μη συνειδητές προσπάθειες που είχαν γίνει γρήγορα και χωρίς οργάνωση. Επομένως, ξεκαθάρισε τι έπρεπε να διατηρηθεί και τι όχι. 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.

Δεύτερον, 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, καθώς και τον λόγο max/min. Παρατήρησαν πως οι ανισότητες μεταξύ των περιφερειών οξύνθηκαν την περίοδο της κρίσης επιβεβαιώνοντας προηγούμενες έρευνες που είχαν διεξαχθεί (Dunford, 1993), 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 στον χάρτη προσφέρει διαφορετικά πλεονεκτήματα σε κάθε μία από αυτές, 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 άλλης (Καρουλιά και συν., χ.χ.).

Φυσικά, εν μέσω κρίσης, οι αρμόδιες αρχές αμελούν την διευθέτηση 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

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 στην δυνατότητά της να ανταποκρίνεται θετικά σ' αυτές τις αλλαγές. Όπως είναι λογικό, δεν μπορεί να γίνει αναφορά στην ικανότητα προσαρμογής, διότι ακόμα οι περιφέρειες δεν έχουν ξεπεράσει την κρίση και επομένως δεν 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 διαπιστώνεται βλέποντας ότι παρότι η κρίση έπληξε τον κλάδο του τουρισμού στην πραγματικότητα αυτές οι τρεις περιφέρειες αναδιοργανώθηκαν και διατήρησαν τα υψηλά επίπεδα.

Αντιθέτως, το Βόρειο Αιγαίο δεν είχε προβλέψει κατάλληλα και η οικονομική κρίση επέδρασε αρνητικά όσον αφορά την τουριστική του ανάπτυξη. Επομένως, δεν μπόρεσε να αντέξει στις εξωτερικές πιέσεις και να ανταποκριθεί θετικά στις αλλαγές αυτές, όπως δείχνουν οι αρνητικές μεταβολές. Τέλος, όσον αφορά την ανθεκτικότητα των περιφερειών σχετικά με το 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 τους (Καρουλιά και συν., χ.χ.).

Τέλος, όσον αφορά τις προτάσεις για περαιτέρω έρευνα, θα ήταν χρήσιμο να λάβει χώρα η έρευνα εκ νέου επεκτείνοντας την έρευνά τους έως σήμερα, έτσι ώστε να εντοπιστεί η επίδραση της κρίσης σε μία περίοδο όπου η ύφεση είναι εντονότερη και να φανεί αφενός πως διαμορφώνονται τα επίπεδα των αφίξεων, των διανυκτερεύσεων και των καταλυμάτων κι αφετέρου πως μεταβάλλεται τελικά το Α.Ε.Π. κι αν γίνονται προσπάθειες από μέρους της περιφερειακής πολιτικής να το διατηρήσουν σε υψηλά επίπεδα. Επίσης, θα μπορούσε να γίνει μία σύγκριση με νησιωτικές περιφέρειες άλλων χωρών που έχουν πληγεί στον ίδιο βαθμό με την Ελλάδα από την κρίση για να φανεί αν βρίσκονται σε πλεονεκτικότερη ή όχι θέση και ανάλογα να προχωρήσουν στην υιοθέτηση των πολιτικών αυτών των περιφερειών ή όχι. Τέλος, θα ήταν ενδιαφέρον με τη λήξη της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα να γίνει μία έρευνα, η οποία θα φανερώσει ακριβώς ποιες περιφέρειες ήταν ανθεκτικές και τι μέτρα χρησιμοποίησαν προκειμένου να μην επηρεαστούν αρνητικά από την κρίση.

3.8 Οι επιπτώσεις του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας

Η ανάπτυξη του τουρισμού, εκτός από την άμεση δαπάνη των επισκεπτών σε μια περιοχή επιφέρει πρόσθετες θετικές επιπτώσεις στην οικονομία, καθώς κινητοποιεί σημαντικό αριθμό παραγωγικών μονάδων που δραστηριοποιούνται για την κάλυψη της ζήτησης που δημιουργείται.

Στο κεφάλαιο αυτό εκτιμάται η επίδραση (άμεση, έμμεση και προκαλούμενη) του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους δραστηριότητας της ελληνικής οικονομίας από τη δαπάνη για τουριστικές υπηρεσίες, αλλά και τις επενδύσεις που σχετίζονται με τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Η ανάλυση των μεγεθών στηρίζεται στα διεθνή πρότυπα για την τουριστική στατιστική του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO, 2008a), όπου περιγράφονται οι ορισμοί αναφορικά με τις διαφορετικές εκφάνσεις του τουρισμού και τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών σε μια περιοχή, όπως επίσης η έννοια της τουριστικής δαπάνης και οι κατηγοριοποιήσεις της.

Σύμφωνα με τη μεθοδολογία για την ανάπτυξη Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού (UNWTO, 2008b), η εκτίμηση σχετικών με τον τουρισμό μεγεθών θα πρέπει να βασίζεται σε έγκυρες στατιστικές πηγές οι οποίες επιτρέπουν τη διαχρονική σύγκρισή τους. Για το σκοπό αυτό συστήνεται η χρήση του Συστήματος Εθνικών Λογαριασμών το οποίο αποτελεί ένα εργαλείο ποσοτικής περιγραφής οικονομικών μεγεθών. Το σύστημα αυτό ενσωματώνει μια δέσμη στατιστικών και άλλων πληροφοριών για τις εκτιμήσεις του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) και των συνιστωσών του, ενώ περιλαμβάνει στοιχεία, όπως οι ετήσιοι πίνακες προσφοράς και χρήσεως και οι συμμετρικοί πίνακες εισροών-εκροών.

Σε αντίθεση όμως, με σημαντικούς κλάδους της οικονομίας, όπως η Γεωργία, η Βιομηχανία, το Εμπόριο, οι Κατασκευές, κλπ., η οικονομική δραστηριότητα του τουρισμού δεν αποτυπώνεται σε ένα μεμονωμένο κωδικό στο Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών. Η ιδιαιτερότητα του τουρισμού εντοπίζεται στον προσδιορισμό του κλάδου με βάση τη ζήτηση που προέρχεται από συγκεκριμένη κατηγορία καταναλωτών, τους ταξιδιώτες. Ένα άτομο καταναλώνει αγαθά-υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό όταν πραγματοποιεί ένα ταξίδι (ή μια επίσκεψη) σε μια περιοχή άλλη από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του για χρονικό διάστημα μικρότερο του έτους και σκοπό άλλο από εκείνο της εργασίας. Το γεγονός αυτό διαφοροποιεί τον επισκέπτη από άλλες κατηγορίες καταναλωτών, καθιστώντας αναγκαίο τον ορισμό του τουριστικού τομέα από την πλευρά της ζήτησης (Παυλόπουλος, 1999).

Για το λόγο αυτό, συστήνεται η μέτρηση της τουριστικής δραστηριότητας να γίνεται με τη χρήση Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού (ΔΛΤ), οι οποίοι αποτελούν ένα αναλυτικό πλαίσιο μέσα από το οποίο αναδεικνύονται οι πηγές της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ένας σημαντικός παράγοντας για τον ρυθμό κρατήσεων και αγοράς τουριστικών πακέτων με προορισμό την Ελλάδα είναι και η **αρνητική δημοσιότητα** που έχει λάβει η χώρα μας από τα διεθνή μέσα ενημέρωσης και που σχετίζονται με τις δυσχερείς οικονομικές συνθήκες, την **αβεβαιότητα που επικρατεί σχετικά με την παραμονή της χώρας στο ευρώ**, αλλά και την **αστάθεια με τις υπάρχουσες πολιτικές συνθήκες**, και επιπρόσθετα τις **φήμες για ένα αντι-γερμανικό αίσθημα που διακατέχει τον Ελληνικό λαό**, που καλλιεργεί μερίδα του διεθνούς τύπου.

Υπάρχει ένα μεγάλο ζήτημα που θα έπρεπε να αποκτήσει προτεραιότητα στην τουριστική πολιτική και βέβαια στην καθημερινή πρακτική των ασχολούμενων με τον τουρισμό στη χώρα μας, πέρα από την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών, που βελτιώνονται σταδιακά. Το ζήτημα αυτό αφορά τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, ώστε να μην μπορεί να ομογενοποιηθεί και να συρρικνωθεί στο δίπτυχο ήλιος και θάλασσα, χωρίς αναφορά στον τόπο και στον πολιτισμό του. Ήλιος και θάλασσα υπάρχουν σε αφθονία σε πολλές περιοχές του κόσμου και ειδικά της Μεσογείου. Για τον μαζικό τουρισμό, συνεπώς, το κριτήριο επιλογής είναι κυρίως το κόστος με παρόμοια ποιότητα υπηρεσιών.

Είναι προφανές ότι η χώρα μας δεν μπορεί να έχει φθηνότερες τιμές από τις άλλες μεσογειακές χώρες που δεν ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ η ποιότητα των υπηρεσιών δεν είναι πάντοτε καλύτερη. Έτσι, η προσπάθεια διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή η ανάδειξη της μοναδικότητάς του είναι απόλυτα αναγκαία. Η μοναδικότητα προκύπτει από την άρρηκτη σύνδεση του τουρισμού με τον τόπο και τον πολιτισμό του, δηλαδή με την τοπική μουσική, το τοπικό φαγητό, τα τοπικά έθιμα, την τοπική θρησκευτική παράδοση, τη συμπεριφορά των κατοίκων κ.ά.

Στο ζήτημα αυτό υπάρχει τεράστια δυσκολία, γιατί απαιτεί μια εντελώς διαφορετική αντίληψη για τον τρόπο ζωής και την αναζήτηση της ποιότητας στην καθημερινότητά μας. Η προχειρότητα, η ευκολία, η ελάχιστη προσπάθεια, η αδηφαγία στην αναζήτηση του κέρδους κ.λπ. χαρακτηρίζουν συχνά όλες σχεδόν τις εκφράσεις του πολιτισμού μας, όπως τη μουσική, το φαγητό, την αρχιτεκτονική, την πολεοδόμηση, την προστασία του τοπίου και γενικότερα του περιβάλλοντος.

Η κατάσταση αυτή οξύνεται στις τουριστικές περιοχές αρκετών νησιών μας και κυρίως των παραλίων της ηπειρωτικής Ελλάδας. Η ανυπαρξία κάποιας αστικής παράδοσης σε πολλές περιοχές της χώρας, οι οποίες από καθαρά αγροτικές αναπτύχθηκαν τουριστικά πολύ γρήγορα, επιδεινώνει την κατάσταση. Ο χώρος αντιμετωπίζεται ως αντικείμενο στυγνής κερδοσκοπίας, ενώ

η αλλοίωση του φυσικού τοπίου και η καταστροφή του περιβάλλοντος είναι συχνά ανεπανόρθωτη. Το κράτος με τις υπηρεσίες του, οι νομαρχιακές και δημοτικές αρχές θα έπρεπε να έχουν παρέμβει πριν από χρόνια για να περιορίσουν την αυθαιρέσια και τα περίφημα «ελληνουργήματα» σε όλες τις εκφράσεις του πολιτισμού μας και ταυτόχρονα να ενθαρρύνουν τις ενδιαφέρουσες πρωτοβουλίες.

Πιθανώς, η οικονομική κρίση, η οποία περιορίζει την αφθονία του μαζικού τουρισμού, να ωθήσει τόσο την τουριστική πολιτική των δημόσιων αρχών όσο και τις συμπεριφορές των ασχολούμενων με τον τουρισμό προς μια περισσότερο βιώσιμη αντιμετώπιση του ελληνικού χώρου, προσδίδοντας πολιτιστική μοναδικότητα στο τουριστικό προϊόν, προκειμένου να αναπτυχθεί ποιοτικός τουρισμός και να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος.

Συμπερασματικά, ο τουρισμός στην Ελλάδα το 2014 είχε αυξητική πορεία. Συγκεκριμένα:

- συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία τουλάχιστον 9% του ΑΕΠ της χώρας, ενώ η άμεση και έμμεση συμβολή του εκτιμάται σε 20% έως 25%, επιβεβαιώνοντας την κοινή ρήση ότι αποτελεί την «βαριά βιομηχανία» της χώρας,
- αποτελεί την ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας, αφού το 2014 παρουσίασε ανάπτυξη 11,3% ή € 1,8 δις (από € 15,2 δις άμεσης συνεισφοράς στο ΑΕΠ το 2013 σε € 17 δις το 2014) όταν το συνολικό ΑΕΠ εκτιμάται ότι μειώθηκε κατά € 3,5 δις σε ονομαστικούς όρους και αυξήθηκε κατά 0,6% περίπου σε πραγματικούς λόγω αποπληθωρισμού,
- από κάθε € 1 τουριστικής δραστηριότητας, δημιουργείται επιπλέον € 1,2 έως 1,65 πρόσθετης οικονομικής δραστηριότητας. Ως αποτέλεσμα για κάθε € 1 τουριστικού εσόδου, το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά € 2,2 έως 2,65, δηλαδή ο τουρισμός είναι ένας κλάδος με μεγάλη διάχυση ωφελειών στην οικονομία,
- για 3 νησιωτικές Περιφέρειες (Κρήτη, Νότιο Αιγαίο, Ιόνιο) συνεισφέρει άμεσα στη δημιουργία τουλάχιστον 50% του ΑΕΠ των Περιφερειών αυτών. Οι περιφέρειες αυτές έχουν από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη χώρα, υποστηρίζοντας την άποψη ότι ο τουρισμός οδηγεί σε βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται,
- προσέφερε στην αιχμή του σε συνδυασμό με την εστίαση – το 30% των θέσεων μισθωτής απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα, πλέον των θέσεων αυτοαπασχολούμενων σε 31 χιλιάδες μικρά ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια και δεκάδες χιλιάδες επιχειρήσεις εστίασης,

- υπήρξε η δραστηριότητα που στήριξε τα ασφαλιστικά ταμεία σε μια χρονιά που οι υπόλοιπες δραστηριότητες του ιδιωτικού τομέα συνέχισαν να συρρικνώνονται και ως εκ τούτου να μειώνουν την συνεισφορά τους σε αυτά, κάλυψε με τις ταξιδιωτικές εισπράξεις το 75% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου. Οι εισπράξεις αυτές σχεδόν ισούνται με τις εισπράξεις από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων που εξάγει η χώρα, εξαιρουμένων των εισπράξεων από εξαγωγή πλοίων και καυσίμων.
- αν στις ταξιδιωτικές εισπράξεις συνυπολογισθούν και οι εισπράξεις από αερομεταφορές και θαλάσσιες μεταφορές από τον εισαγόμενο τουρισμό, τότε το σύνολο υπερβαίνει κατά πολύ το σύνολο των εισπράξεων από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων πλην πλοίων και καυσίμων.

Είναι προφανής από τα παραπάνω αφενός η σπουδαιότητα του τουρισμού για την ελληνική οικονομία και αφετέρου ο δυναμισμός του κλάδου. Ο δυναμισμός αυτός αποτελεί την αφετηρία στην οποία πρέπει να βασιστούν οι πολιτικές που θα αντιμετωπίσουν τη σημαντικότερη αδυναμία του τουρισμού της χώρας που δεν είναι άλλη από την εποχικότητα (περίπου το 60% των αφίξεων και των εσόδων πραγματοποιούνται στο 3^ο τρίμηνο και μόλις 6% των αφίξεων και 3% των εσόδων στο 1^ο τρίμηνο). Δηλαδή, η αντιμετώπιση της εποχικότητας δεν μπορεί παρά να γίνει με την συμπλήρωση και τον εμπλουτισμό του βασικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα», που άλλωστε αποτελεί και την μεγαλύτερη αγορά τουρισμού (tourism product) σε όλην την Ευρώπη, και όχι με την καταπολέμησή του.

Κατά γενική εκτίμηση, η Ελλάδα χαίρει αρκετά καλής διαφοροποίησης στο τουριστικό της χαρτοφυλάκιο σε σχέση με άλλες Μεσογειακές χώρες. Ωστόσο, πρέπει να διατηρήσει και να αυξήσει τα μερίδιά της στις παραδοσιακές της αγορές (ΗΠΑ, Γερμανία, ΗΒ, Ιταλία κ.ά.), καθώς επεκτείνει το χαρτοφυλάκιο της στις νέες αγορές της Ρωσίας και της Ασίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Briguglio, L., Cordina, G., Bugejia, S. and Farrugia, N. (2006). “Conceptualizing and measuring Economic Resilience”, *University of Malta Working Paper* (13).
- Burkart A. & Medlik S. (1981). “*Tourism, Past, Present and Future*”, Oxford: Heinemann.
- Carpenter, S. R., Westley, F. and Turner, M.G. (2005): “Surrogates for resilience of social-ecological systems”, *Ecosystems* 8 (8), pp. 941-944.
- Christopherson, S., Michie, J. and Tyler, P. (2010): “Regional Resilience: theoretical and empirical perspectives”, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 3 (1), pp. 3-10.
- Cohen, E. (1979): “Rethinking the Sociology of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 6(11), pp. 8-35.
- Cruise Line Industry Association (2014). *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2014* Edition
- Davies, S. (2011): “Regional Resilience in the 2008-2010 downturn: comparative evidence from European countries”, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 4 (3), pp. 369-382.
- Ficenc, S. (2010): “Building Regional Economic Resilience: What can we learn from other files?”, Berkeley: Building Resilient Regions Network, University of California, *Working Paper* No 6.
- Foster, K.A. (2007): “A case study approach to understanding regional resilience”, University of California, Institute of Urban and Regional Development (IURD), *Working Paper* 2007-08.
- Gartner W. C. (2001). *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές*, Κορρές Γ. & Δρακόπουλος Σ.Κ. (επιμ.), Έλλην: Αθήνα.
- Gee C.Y., Makens, J.C. and Choy, D.J.L. (2001). *Τουριστική Βιομηχανία*, Μαυροδόντης Θ. (επιμ.), Έλλην: Αθήνα.
- Gilbert D.C. (1990). Conceptual Issues in the Meaning of Tourism, in Cooper, C.P. (ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, London: Belhaven Press, Vol. 2, pp. 4–27.
- Hadjimichalis, Costis (2011): “Uneven geographical development and sociospatial justice and solidarity: European Regions after the 2009 financial crisis”, *European Urban and Regional Studies* 18 (3), pp. 254-275.

- Hill, E. W., Wial, H. and Wolman, H. (2008): “Exploring regional economic resilience”, Institute of Urban and Regional Development (IURD), Berkeley, *Working Paper* 2008-04.
- Hudson, R. (2010): “Resilient regions in an uncertain world: wishful thinking or a practical reality?” , *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 2010 3 (1), pp. 11-25.
- Hunzinger W. & Krapf K. (1942). “*Grundriß der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*“, Zürich: Polygraphischer Verlag.
- Jovicic Z. (1988). A Plea for Tourismological Theory and Methodology, *Revue de Tourisme* 3, pp. 2-5.
- Loukissas, P. (1982): “Tourism’s regional development impacts: A comparative analysis of the Greek islands”, *Annals of Tourism Research*, 9(4), pp. 523-541.
- Martin, R. (2012): “Regional economic resilience, hysteresis and recessionary shocks”, *Journal of Economic Geography* 12 (1), pp. 1-32.
- Matley I.M. (1976). “*The Geography of International Tourism*”, Washington: Association of American Geographers, pp. 1-76.
- Matthews, H. (1977): “Radicals and Third World Tourism: A Caribbean Case”, *Annals of Tourism Research*, 5, pp. 20-29.
- Medlik S. (1996). *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*, 2edn., Oxford: Butterworth – Heinemann.
- Mill, R.C and Morrison, A. M (1992). *The tourism system*, 2η έκδοση, London: Prentice-Hall International.
- Mitchell L. & Murphy P. (1991). *Geography and tourism*, *Annals of Tourism Research*, 18(1), pp. 6–20.
- Patuelli, R., Schanne, N., Griffith, A.D., and Nijkamp, P. (2012): “Persistent disparities in regional unemployment: application of a spatial filtering approach to local labour markets in Germany”, *Journal of Regional Science* 52 (2), pp. 300-323.
- Pendall, R., Foster, K. A. and Cowell, M. (2010): “Resilience and Regions: Building Understanding of the Metaphor”, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 3 (1), pp. 71-84.
- Petrakos, G. and Saratsis, Y. (2000): “Regional inequalities in Greece”, *Papers in Regional Science* 79 (1), pp. 57-74.
- Proenca, S. and Soukiazis, E. (2008): “Tourism as an economic growth factor: a case study for Southern European countries”, *Tourism Economics* 14(4), pp. 791-806.

- Reggiani, A., Graff, T. and Nijkamp, P. (2002): “Resilience: an evolutionary approach to spatial economic systems”, *Networks and Spatial Economics* 2 (2), pp. 211-229.
- SETE INTELLIGENCE (2015). *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών*, Φεβρουάριος 2015. Διαθέσιμο στο: http://sete.gr/media/2005/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf [πρόσβαση στις 29/01/2015]
- Simmie, J. and Martin, R. (2010): “The Economic Resilience of Regions: Towards an Evolutionary Approach”, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 3 (1), pp. 27-43.
- Smith S.L.J. (1988). Defining Tourism: A Supply-Side View, *Annals of Tourism Research*, 15(2), pp. 179-190.
- UNWTO (2008a). International Recommendations for Tourism Statistics.
- UNWTO (2008b). Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework.
- Walker, B., Gunderson, L., Kinzig, A., Folke, C., Carpenter, S. and Schultz, L. (2006): “A handful of heuristics and some propositions for understanding resilience in socio-ecological systems”, *Ecology and Society* 11 (1). Διαθέσιμο στο: <http://www.ecologyandsociety.org/vol11/iss1/art13/> [πρόσβαση στις 25/1/2015]
- Αποστολόπουλος Ε. και συν. (1996). *Ελληνικός τουρισμός. Μύθοι & Πραγματικότητα*, Αθήνα: Nubis.
- Ινστιτούτο Έρευνας & Τεχνολογίας Θεσσαλίας (ΕΚΕΤΑ/ΙΕΤΕΘ) (2013). *Επιχειρησιακό Σχέδιο Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Θεσσαλίας*, Βόλος.
- Ελληνική Στατιστική Αρχή, <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE>
- Ζαχαράτος Γ.Α. (2000). *Package Tour*, Αθήνα: Προπομπός.
- IOBE (2012). *Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία*.
- Καρουλιά, Στ., Γάκη, Ε., Λαγός, Δ. (χ.χ.). *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 30/01/2015]
- ΚΕΠΕ (2014). *Οικονομικές Εξελίξεις*, Τεύχος 24, Ιούνιος 2014.
- Λαγός Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*, Αθήνα: Κριτική.
- Μαλλιώρας, Δ. (2011): «Η Έννοια της Ανθεκτικότητας στην Περιφερειακή Επιστήμη», Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, *Σειρά Ερευνητικών Εργασιών* 17 (4), σελ. 69-86.
- Μπασαράς, Α. (2012). Ελληνική Οικονομική Κρίση. *Ανασκόπηση, Ανάλυση και Προοπτική*. *Superior Pakistani National Management College*. Διαθέσιμο στο:

<http://www.elesme.gr/elesmegr/ellinikioikonomikikrisis.pdf> [πρόσβαση στις 05/02/2015]

Παυλόπουλος, Π. (1999). *Το Μέγεθος και η Δυναμική του Τουριστικού Τομέα*, ΙΤΕΠ.

Σιγάλα, Μ. και Χρήστου, Ε. (2014). *Από τον μαζικό τουρισμό στον τουρισμό της εμπειρίας*. Διαθέσιμο στο: <http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs//sylltomos14/191-206%20Sigala%202014.pdf> [πρόσβαση στις 20/01/2015]

Το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα. Διαθέσιμο στο: http://kefaloniapress.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=4423&Itemid=137 [πρόσβαση στις 12/02/2015]

Τράπεζα της Ελλάδος, <http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

Τσάρτας, Π. (1996). *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, Αθήνα: Εξάντας.

Τσάρτας, Π. και Λαγός, Δ. (χ.χ.). *Η ελληνική τουριστική πολιτική μπροστά στις διεθνείς εξελίξεις*. Διαθέσιμο στο: http://library.tee.gr/digital/books_notee/book_59509/book_59509_tsartas.pdf [πρόσβαση στις 05/02/2015]

Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, <http://www.hcaa.gr/profile/statistics/>

Χατζηβγέρης, Κ. (2003). *Κύκλος ζωής τουριστικού προορισμού - Φέρουσα ικανότητα*. Διαθέσιμο στο: users.teilar.gr/~hatzivgeris/link_files/kyklos-zois.doc [πρόσβαση στις 15/02/2015]