

Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: " Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ "

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:
Α. ΔΑΝΕΛΙΑΝ



ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:
ΔΟΥΒΗΣ ΣΠΥΡΟΣ
ΚΑΛΛΙΑΚΟΥΔΗΣ ΣΑΒΒΑΣ
ΚΑΡΝΙΚΑΚΗΣ ΓΙΩΡΓΟΣ

ΠΑΤΡΑ 1996

ΠΙΘΜΟΣ	2234
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: " Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ "

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:
Α. ΔΑΝΕΛΙΑΝ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:
ΔΟΥΒΗΣ ΣΠΥΡΟΣ
ΚΑΛΛΙΑΚΟΥΔΗΣ ΣΑΒΒΑΣ
ΚΑΡΝΙΚΑΚΗΣ ΓΙΩΡΓΟΣ

ΠΑΤΡΑ 1996

Εισαγωγή

Ο τουρισμός σαν πρόθεση μετακίνησης είναι συνυφασμένος με την ιστορία του ίδιου του ανθρώπου.

Οι πρώτες ενδείξεις τουριστικών ροών καταγράφονται στην αρχαιότητα είτε ως θρησκευτικός τουρισμός είτε ως φυσική ανάγκη για κατάκτηση γνώσης και εξερεύνησης του αγνώστου.

Από τα μέσα του 19ου αιώνα διαμορφώθηκε το κατάλληλο κοινωνικό και οικονομικό πλαίσιο, το οποίο επέτρεψε την πραγματοποίηση των πρώτων ταξιδίων με αποκλειστικό σκοπό την ψυχαγωγία. Με την πάροδο των χρόνων ο τουρισμός, σαν σύγχρονο κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, μετεξελίχθηκε σε μια διεθνοποιημένη καθιερωμένη οικονομική δραστηριότητα.

Ελληνικός τουρισμός: Ήλιος, θάλασσα αλλά και τοπίο στην ομίχλη. Εμείς σαν λαός είμαστε φιλόξενος και φιλικός και η χώρα μας είναι πλούσια σε φυσικές ομορφιές και αρχαιολογικούς χώρους. Τι να πρωτοαναφέρει κανείς για την Ελλάδα των δύο ηπείρων και των πέντε θαλασσών. Τόσο το μεσογειακό της ζεστό κλίμα όσο και οι απέραντες ακρογιαλιές της γίνονται πόλος έλξης για εκατομύρια τουρίστες κάθε χρόνο.

Εκεί λοιπόν που θα περίμενε κανείς, σαν χώρα να δίνουμε έμφαση στον τομέα του τουρισμού, στρέφουμε την προσοχή μας στη βαριά βιομηχανία με αποτέλεσμα απώλεια κερδών από τον τουρισμό.

Πολλές φορές από την κακή οργάνωσή μας σαν λαός αλλά και από την επιπολαιότητα που μας διακρίνει, δυσφημιζόμαστε μόνοι μας προς τα έξω. Ενώ οι επιδόσεις μας στις δημόσιες σχέσεις είναι υψηλές, εμφανίζουμε προς τα έξω μόνο τις επιδόσεις μας στην παραξενοδοχία και φοροδιαφυγή.

Όπως λοιπόν θα φανεί και στην εργασία μας έχουμε έναν πλουτόφορο τουρισμό που εξασφαλίζει συνάλλαγμα, συμβάλει στην ανάπτυξη, εξασφαλίζει νέες θέσεις εργασίας αλλά εμείς αρμόδιοι και μη, εθελουφλούμε κάνοντας και το ίδιο το κράτος να αδιαφορεί μερικώς.

Λοιπόν, σκοπός της εργασίας αυτής είναι να εξετάσει την συμβολή και επίδραση του τουρισμού στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας μέσα από τα πολλά και διαφορετικά μεταξύ τους προβλήματα.

Στην προσπάθεια μιας όσο το δυνατόν πιο αναλυτικής προσέγγισης του θέματός μας, θα διακρίνουμε την εργασία μας στις εξής ενότητες:

- Ο Ρόλος του Τουρισμού στην Ελληνική οικονομία.

Στην ενότητα αυτή θα αναφερθούμε στο πώς συνδέεται ο τουρισμός με την Ελληνική οικονομία και οι επιπτώσεις του σ'αυτή.

- Τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα την περίοδο '90-'95.

Θα εξετάσουμε τη ζήτηση και τη προσφορά τουριστικών υπηρεσιών την περίοδο αυτή όπως αυτή εκφράζεται σε οικονομικά και στατιστικά μεγέθη.

- Ισοζύγιο πληρωμών και τουριστικό συνάλλαγμα.

Στην ενότητα αυτή θα εξεταστεί πώς διαμορφώθηκε το ισοζύγιο πληρωμών την τελευταία πενταετία καθώς και το πώς διακυμάνθηκε το τουριστικό συνάλλαγμα σε αριθμούς.

- Συναλλαγματική πολιτική.

Στην ενότητα αυτή θα παρουσιασθεί το εθνικό μας νόμισμα και οι διακυμάνσεις τους στις διεθνείς αγορές.

- Τιμολογιακή πολιτική.

Αναφέρεται στο κεφάλαιο αυτό το ύψος των τιμών των ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών και η σύγκριση τους με τις τιμές άλλων ευρωπαϊκών χωρών.

- Επιχειρήσεις του κλάδου.

Εξετάζουμε στην ενότητα αυτή τα είδη των επιχειρήσεων στον κλάδο του τουρισμού και πώς αυτά εξελίχθηκαν τα τελευταία χρόνια.

- Κίνητρα επένδυσες και αποτελεσματικότητα.

Εδώ εξετάζουμε το νέο αναπτυξιακό νόμο 2324/95, τα κίνητρα που αυτός θέσπισε για επενδύσεις και η αποτελεσματικότητα αυτών.

- Προβολή του ελληνικού τουρισμού.

Στο κεφάλαιο αυτό θα εξετασθεί η έως τώρα προβολή του ελληνικού τουρισμού και η επάρκεια ή η ανεπάρκεια της.

- Προβλήματα και λήψεις μέτρων.

Τα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού και τα μέτρα που έχουν ληφθεί όσο και αυτά που θα πρέπει να ληφθούν στο μέλλον θα εξετάσουμε στην ενότητα αυτή.

- Προοπτικές και συμπεράσματα.

Το μέλλον του ελληνικού τουρισμού και του διεθνούς θα εξεταστεί

στο κεφάλαιο αυτό.

Στην προσπάθεια συλλογής των στοιχείων απευθυνθήκαμε σε διάφορα άτομα και οργανισμούς. Έτσι θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε για τη βοήθεια που μας προσέφεραν τους:

- Γ. ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΗ, υπεύθυνο του τμήματος ερευνών και μελετών του Υπουργείου Τουρισμού.
- Β. ΣΚΑΛΤΣΙΩΤΗ, τμήμα στατιστικής υπηρεσίας του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.).
- Γ. ΑΡΓΥΡΟ, αρχισυντάκτη του μηνιαίου περιοδικού "ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ".
- Β. ΤΣΑΜΑΔΟΥ, υπεύθυνη τμήματος marketing του ίδιου περιοδικού.
- Β. ΜΑΡΑΣΟΓΛΟΥ, τμήμα μελέτης της εταιρείας "ARTHUR ANDERSEN".

Επίσης πολλά στοιχεία (βιβλιογραφία, δημοσιεύσεις, περιοδικά) συγκεντρώθηκαν από την Τράπεζα της Ελλάδος (εχθέσεις Διοικητού), πολλά οικονομικά περιοδικά και εφημερίδες όπως: "ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ", "ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ", "ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ", "ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ" και από το περιδικό "ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΟΣ".

Επίσης τα στατιστικά στοιχεία συγκεντρώθηκαν από το Ινστιτούτο Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.), το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας (ΥΠ.ΕΘ.Ο.) και από την εταιρεία στατιστικών ερευνών ICAP.

- ΣΧΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ -

Ο κλάδος του τουρισμού είναι ένας από τους πλέον σημαντικούς τομείς στην ελληνική οικονομία. Η συμβολή και η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία προκύπτει από την παράθεση διαφόρων "τουριστικών μεγεθών". Στην Ελλάδα ο τουρισμός συμβάλλει κατά 9,6% στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (Α.Ε.Π.), ενώ οι απασχολούμενοι στον τουρισμό σε περίοδο αιχμής αποτελούν το 10,6% του ενεργού πληθυσμού (περίπου 600.000 άτομα).

Τη μεγαλύτερη βέβαια σημασία και συμβολή στην οικονομία έχει ο τουρισμός στον τομέα του Ισοζυγίου πληρωμών και ειδικότερα στην εισροή συναλλάγματος (η συμμετοχή του τουριστικού συναλλάγματος στο Ισοζύγιο Πληρωμών εξετάζεται σε επόμενη παράγραφο). Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία καθίσταται προφανής και από το γεγονός ότι οι συναλλαγματικές εισροές καλύπτουν σε μακροχρόνια βάση το 1/2 του εμπορικού ελλείματος της χώρας.

Υπάρχουν εθνικά ευαίσθητες περιοχές (νησιά Αιγαίου) στις οποίες το σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας περιστρέφεται γύρω από τον τουρισμό, και τα αποτελέσματα είναι θεαματικά.

Η συμβολή βέβαια και ο ρόλος του τουρισμού σε καμία περίπτωση δεν εξαντλείται με την παράθεση κάποιων οικονομικών μεγεθών δεδομένου ότι ο τουρισμός με την ευρεία έννοια του όρου περιλαμβάνει ένα σύνολο δραστηριοτήτων.

- ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ -

ΖΗΤΗΣΗ

Το σύνολο των αφίξεων των τουριστών στη χώρα μας για την περίοδο 1981 - 1995 παρουσιάζεται στον πίνακα (1). Μελετώντας τον πίνακα αυτό βλέπουμε ότι οι μεταβολές στις αφίξεις των τουριστών την περίοδο 1990 - 1995 που μας ενδιαφέρει άμεσα είναι οι εξής: Το 1991 παρατηρήθηκε μείωση των αφίξεων κατά 11.2%. Η μείωση αυτή οφείλεται κυρίως στην αρνητική επίδραση της κρίσης του Περσικού Κόλπου, καθώς και στα γεγονότα που συνέβησαν εκείνη την περίοδο στην Γιουγκοσλαβία, όπου είχαμε εσωτερικές διαταραχές.

Το 1992 σε σχέση με το 1991 παρουσιάστηκε αύξηση των αφίξεων κατά το 18%. Αυτό συνέβη για τους εξής δύο λόγους : α) ποιοτικότερη προσφορά τουριστικών υπηρεσιών και β) ανταγωνιστικότερες τιμές των τουριστικών υπηρεσιών σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης.

Το 1993 σε σχέση με το 1992 σημειώθηκε αύξηση κατά 1.61% και αυτό οφείλεται στο ότι οι συνθήκες προσφοράς και ζήτησης παρέμειναν σχεδόν στα ίδια επίπεδα μ'αυτές του 1992.

Το 1994 παρατηρείται μια μεγάλη αύξηση των αφίξεων των τουριστών της τάξης του 14,01% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Αυτή η αύξηση οφείλεται στο γεγονός ότι οι ανταγωνίστριες χώρες αντιμετώπισαν εκείνη την περίοδο εξωοικονομικά προβλήματα δηλαδή τα νομίσματα τους δέχθηκαν ανατίμηση σε σχέση με το δολλάριο και όχι υποτίμηση όπως τα προηγούμενα χρόνια και έτσι οι τιμές των τουριστικών τους υπηρεσιών εμφανίστηκαν υψηλές και λιγότερο ελκυστικές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1 - ΠΟΡΕΙΑ ΧΩΡΑΣ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ

	Ιανουάριος	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Νοέμβριος	Δεκέμβριος	Σύνολο
1981	104.195	108.164	174.471	457.472	612.543	651.552	1045817	1049203	691.447	421.489	144.454	116.302	5577109
1982	100.806	100.723	188.619	464.739	625.166	670.548	1045633	966.804	678.896	401.830	121.982	98.114	5463860
1983	79.535	77.028	203.333	371.507	638.211	654.221	1005027	911.125	707.691	396.762	115.387	98.545	5258372
1984	89.967	86.387	169.338	510.945	649.236	747.964	1129879	1.054.555	838.634	481.310	149.048	120.003	6027266
1985	97.218	97.034	247.405	497.791	811.194	944.819	1259448	1.265.318	965.120	529.434	169.945	154.722	7039428
1986	107.323	110.758	279.368	466.884	857.560	912.259	1321387	1.355.313	944.606	579.582	202.108	201.867	7339015
1987	107.292	104.544	160.674	585.435	896.338	1033714	1546950	1.552.132	1.095.691	683.190	147.792	139.300	8053052
1988	118.091	127.982	228.297	552.008	990.080	1131059	1589460	1.582.106	1.103.973	622.484	166.016	138.626	8351182
1989	110.470	113.903	309.551	572.957	1024666	1129443	1554818	1.607.393	1.143.421	630.826	203.354	140.200	8540962
1990	118.651	119.476	310.912	678.034	1120756	1230575	1693318	1.748.226	1.251.614	670.301	217.610	151.019	9310492
1991	92.956	89.388	259.373	353.668	888.585	1057884	1629671	1.667.894	1.189.492	661.335	220.664	160.348	8271258
1992	103.597	108.215	210.370	588.917	1190702	1378845	1842769	1.900.727	1.381.468	705.564	189.574	155.264	9756012
1993	112.017	107.648	202.933	562.005	1183373	1286265	1856403	1.945.247	1.451.158	839.228	203.081	163.909	9913267
1994	146.269	129.778	239.545	637.451	1399610	1543119	2059306	2.113.445	1.709.328	940.164	215.203	168.504	11301722
1995	135.693	125.566	237.504	697.985	1278007								

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

Όσον αφορά το 1995 θα πρέπει να αναφέρουμε ότι τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν αφορούν την περίοδο από ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ '95 έως και ΜΑΙΟ '95 την περίοδο αυτή παρατηρήθηκε πτώση της τάξης του 4% και αυτό οφείλεται στο ότι η αύξηση του 1994 ήταν αφύσικη και συγκυριακή και δεν ήταν δυνατόν να συνεχισθεί λόγω του ότι οφείλονται σε εξωγενείς παράγοντες που προαναφέρθηκαν. Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να δούμε πιο αναλυτικά τα ειδικότερα στοιχεία που αφορούν τον τουρισμό στη χώρα μας.

Τώρα όσον αφορά τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών από τις κυριότερες τουριστικές αγορές αυτές εμφανίζονται στον πίνακα (2) σε μορφή ποσοστών επί τας εκατό (%). Εξετάζοντας τον πίνακα αυτό παρατηρούμε ότι οι δύο μεγαλύτερες τουριστικές αγορές για τη χώρα μας είναι το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία. Σε γενικές γραμμές παρατηρείται μια σταθερότητα αφίξεων από όλες τις χώρες που αναφέρονται στον πίνακα. Αυτό υποδηλώνει σταθερή προτίμηση για την Ελλάδα.

Εφόσον εξετάσαμε την προέλευση των τουριστών ενδιαφέρον παρουσιάζει και η αναφορά του μεταφορικού μέσου που χρησιμοποίησαν για να έρθουν στην χώρα μας. Έτσι λοιπόν οι πίνακες (3),(4),(5) και (6) μας υποδηλώνουν τον τρόπο άφιξης ξεκινώντας αεροπορικώς, σιδηροδρομικώς, θαλασσίως και οδικώς αντίστοιχα. Όσον αφορά τα στοιχεία των πινάκων (3), (4), (5), (6) βλέπουμε ότι, το 1992 το μεγαλύτερο ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών προτίμησε να έρθει αεροπορικώς και το ποσοστό αυτό ανέρχεται σε 78,29%. Οι υπόλοιποι αφίχθησαν θαλασσίως (το 12,25%), οδικώς (το 8,64%) και τέλος σιδηροδρομικώς (το 0,82%). Το έτος 1993 η προτίμηση προς το αεροπλάνο σαν μέσο μεταφοράς συνεχίσθηκε και ανήλθε σε ποσοστό της τάξης του 79,64%. Οδικώς

αφίχθηκε το 9,36%, θαλασίως το 10,39% και σιδηροδρομικώς το 0,60%.

Το έτος 1994 αεροπορικώς αφίχθηκε το 82,36%, οδικώς το 8,56%, θαλασίως το 8,68% και σιδηροδρομικώς το 0,40%. Το 1995 σύμφωνα με τα στοιχεία που συγκεντρώσαμε ο τρόπος άφιξης είναι παρόμοιος με τα προηγούμενα έτη καθώς πάλι ως κύριο μέσο μεταφοράς χρησιμοποιήθηκε το αεροπλάνο και σε μικρότερο ποσοστό ο σιδηρόδρομος.

Ενα σημαντικό θέμα το οποίο θα πρέπει στη συνέχεια να εξετάσουμε στην ενότητα αυτή είναι οι διανυκτερεύσεις στο σύνολο τους αλλά και στην κατανομή τους στις διάφορες περιοχές της χώρας. Σημαντικά στοιχεία παίρνουμε εξετάζοντας τον πίνακα (7). Σαν πρώτο συμπέρασμα το οποίο μπορούμε να εξάγουμε είναι ότι υπάρχει μια σταθερή άνοδος των διανυκτερεύσεων την περίοδο 1992 - 1995. Οσον αφορά το έτος 1995 τα στοιχεία που υπάρχουν αφορούν μέχρι και του μήνα Αύγουστο. Ενα δεύτερο συμπέρασμα το οποίο μπορούμε να αναφέρουμε είναι ότι οι τουρίστες έχουν μια σταθερή προτίμηση στις περιοχές του Νοτίου Αιγαίου και της Κρήτης. Αυξητικές βέβαια τάσεις στις διανυκτερεύσεις παρουσιάζει και η περιφέρεια του Νόμου Αττικής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ					
	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ 1992	% ΣΤΟ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ 1993	% ΣΤΟ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ 1994
ΚΡΑΤΗ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ
1. ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	23,09%		23,28%		22,77%
2. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	20,84%		21,98%		22,71%
3. ΙΤΑΛΙΑ	6,67%		6,65%		6,77%
4. ΓΑΛΛΙΑ	5,81%		5,89%		5,81%
5. ΟΛΛΑΝΔΙΑ	5,85%		5,43%		5,52%
6. ΣΟΥΗΔΙΑ	3,37%		3,37%		3,74%
7. ΑΥΣΤΡΙΑ	3,70%		3,07%		3,31%
8. ΔΑΝΙΑ	3,01%		2,69%		2,86%
9. ΠΡΩΗΝ ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	1,00%		2,04%		2,59%
10. Η.Π.Α.	2,99%		2,73%		2,48%
11. ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ	23,66%		22,88%		21,42%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	100,00%		100,00%		100,00%
* Τα ποσοστά των κρατών υπολογίζονται ως προς το σύνολο των αλλοδαπών.					

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ						
ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΣ						
	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
ΚΡΑΤΗ	1992	1993	1994	1993 / 1992	1994 / 1993	1994 / 1993
1. ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	2.037.548	2.084.390	2.346.974	2,30%	12,60%	12,60%
2. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	1.644.585	1.827.961	2.209.896	11,15%	20,89%	20,89%
3. ΟΛΛΑΝΔΙΑ	479.683	466.307	555.236	-2,79%	19,07%	19,07%
4. ΓΑΛΛΙΑ	424.280	461.220	537.737	8,71%	16,59%	16,59%
5. ΙΤΑΛΙΑ	313.835	365.595	424.600	16,49%	16,14%	16,14%
6. ΣΟΥΗΔΙΑ	298.734	307.024	383.526	2,78%	24,92%	24,92%
7. ΑΥΣΤΡΙΑ	312.987	269.111	327.069	-14,02%	21,54%	21,54%
8. ΔΑΝΙΑ	243.274	225.706	288.169	-7,22%	27,67%	27,67%
9. Η.Π.Α.	239.069	211.569	227.303	-11,50%	7,44%	7,44%
10. ΠΡΩΗΝ Γιουγκοσλαβία	11.296	13.375	17.622	-18,58%	31,56%	31,56%
11. ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ	1.264.157	1.264.157	1.504.642	-2,76%	19,02%	19,02%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	7.305.312	7.496.435	8.822.774	2,76%	17,69%	17,69%

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ						
ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΟΣ						
ΚΡΑΤΗ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ 1992	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ 1993	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ 1994	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1993 / 1992	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1994 / 1993	
1. ΠΡΩΗΝ Γιουγκοσλαβία	10.437	18.264	9.378	74,99%	-48,65%	
2. Γερμανία	11.890	5.950	5.060	-49,96%	-14,96%	
3. Ην. Βασίλειο	6.350	2.710	3.330	-57,32%	22,88%	
4. Ιταλία	2.860	1.680	2.140	-41,26%	27,38%	
5. Ολλανδία	4.540	1.930	1.900	-57,49%	-1,55%	
6. Αυστρία	2.501	1.198	1.314	-52,10%	9,68%	
7. Σουηδία	514	782	1.205	52,14%	54,09%	
8. Γαλλία	3.390	1.680	1.190	-50,44%	-29,17%	
9. Η.Π.Α.	1.515	1.149	1.103	-24,16%	-4,00%	
10. Δανία	2.290	580	340	-74,67%	-41,38%	
11. Λοιπα Κρατη	30.421	20.891	15.976	-31,33%	-23,53%	
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	76.708	56.814	42.936	-25,93%	-24,53%	

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ						
ΘΑΛΛΑΣΙΩΣ						
	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
ΚΡΑΤΗ	1992	1993	1994	1993 / 1992	1994 / 1993	1994 / 1993
1. ΙΤΑΛΙΑ	285.734	241.824	285.072	-15,37%	17,88%	17,88%
2. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	256.189	216.278	200.133	-15,58%	-7,46%	-7,46%
3. ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	102.792	96.627	83.737	-6,00%	-13,34%	-13,34%
4. ΓΑΛΛΙΑ	104.772	83.374	74.808	-20,42%	-10,27%	-10,27%
5. Η.Π.Α.	31.264	36.751	31.166	17,55%	-15,20%	-15,20%
6. ΟΛΛΑΝΔΙΑ	53.824	36.525	28.838	-32,14%	-21,05%	-21,05%
7. ΑΥΣΤΡΙΑ	22.209	16.583	24.445	-25,33%	47,41%	47,41%
8. ΔΑΝΙΑ	32.541	25.606	16.369	-21,31%	-36,07%	-36,07%
9. ΣΟΥΗΔΙΑ	12.600	6.702	12.831	-46,81%	91,45%	91,45%
10. ΠΡΩΗΝ Γιουγκοσλαβία	5.322	4.777	4.819	-10,24%	0,88%	0,88%
11. ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ	235.787	213.211	167.866	-9,57%	-21,27%	-21,27%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	1.143.034	978.258	930.084	-14,42%	-4,92%	-4,92%

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ						
ΟΔΙΚΩΣ						
	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ 1992	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ 1993	ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ 1994	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1993 / 1992	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1994 / 1993	
ΚΡΑΤΗ						
1. ΠΡΩΗΝ ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	66.358	155.356	245.699	134,12%	58,05%	
2. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	32.040	19.190	17.950	-40,11%	-7,77%	
3. ΙΤΑΛΙΑ	20.190	16.410	12.950	-18,72%	-21,08%	
4. ΓΑΛΛΙΑ	9.780	8.370	7.770	-14,42%	-7,17%	
5. Η.Π.Α.	7.093	7.250	7.205	2,21%	-0,62%	
6. ΗΝ.ΒΑΣΙΛΕΙΟ	8.160	7.620	5.680	-6,62%	-25,46%	
7. ΟΛΛΑΝΔΙΑ	8.140	6.110	5.250	-24,94%	-14,08%	
8. ΣΟΥΗΔΙΑ	2.403	2.522	3.537	4,95%	40,25%	
9. ΑΥΣΤΡΙΑ	7.562	1.744	2.207	-76,94%	26,55%	
10. ΔΑΝΙΑ	3.130	1.730	1.980	-44,73%	14,45%	
11. ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ	639.458	653.021	605.197	2,12%	-7,32%	
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	806.306	881.316	917.016	9,30%	4,05%	

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	1995				1995			
	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1995	ΜΑΡΤΙΟΣ
	1995	1995	1995	1995	1995	1995	1995	1995
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΜΑΙΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ	366.822	404.752	376.323	4.220	3.829	6.006		
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1.842.764	1.998.465	2.618.878	28.090	44.078	35.438		
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	23.251	26.189	22.134	1.538	1.058	2.394		
ΗΠΕΙΡΟΣ	206.529	214.671	239.807	3.421	2.566	3.801		
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	526.056	504.682	635.305	2.904	4.358	4.596		
ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ	3.864.610	3.550.261	3.890.956	1.245	1.467	2.459		
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	598.905	611.197	680.447	3.479	6.436	11.364		
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	574.819	534.726	593.396	3.188	3.653	8.126		
ΑΤΤΙΚΗ	4.858.121	5.064.620	5.184.996	195.230	221.745	335.647		
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	1.072.576	1.025.836	1.111.284	7.501	5.282	15.784		
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	938.785	1.146.666	1.188.264	756	568	5.617		
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	12.443.762	12.192.327	14.070.474	2.948	3.050	17.583		
ΚΡΗΤΗ	8.943.299	9.200.489	10.045.280	11.701	18.472	53.610		
ΣΥΝΟΛΟ	36.260.299	36.474.881	40.657.544	266.221	316.562	502.425		
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	1995	1995	1995	1995	1995	1995		
ΑΝ.ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ	7.711	34.372	75.464	97.315	97.315	107.652		
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	57.479	269.219	377.858	456.401	456.401	448.779		
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1.699	2.768	2.103	2.457	2.457	2.804		
ΗΠΕΙΡΟΣ	12.819	25.495	38.925	48.315	48.315	51.985		
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	16.334	64.201	100.620	120.662	120.662	110.108		
ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ	43.480	532.226	740.376	851.019	851.019	839.356		
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	50.292	67.679	72.772	86.002	86.002	110.771		
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	41.967	62.738	97.443	106.841	106.841	115.921		
ΑΤΤΙΚΗ	471.412	527.153	520.050	608.337	608.337	756.053		
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	94.725	128.946	145.929	170.785	170.785	222.364		
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	10.321	157.310	241.382	261.036	261.036	267.177		
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	566.251	1.699.310	2.150.816	2.450.643	2.450.643	2.525.575		
ΚΡΗΤΗ	781.493	1.326.486	1.441.281	1.608.703	1.608.703	1.691.848		
ΣΥΝΟΛΟ	2.155.983	4.897.903	6.005.019	6.868.516	6.868.516	7.250.393		

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

Οι λόγοι για τους οποίους εμφανίζονται αυτές οι σταθερές προτιμήσεις των τουριστών είναι καταρχήν η τουριστική παράδοση της κάθε περιοχής όπως μνημεία και αρχαιολογικοί χώροι, ανταγωνιστικές τιμές και προσφορά υπηρεσιών της κάθε περιοχής, η υποδομή, και η ύπαρξη πολλών ιστορικών μνημείων.

Οι τάσεις που διαμορφώνονται για το 1995 (περιόδου ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ) είναι και αυτές αυξητικές όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις και σύμφωνα με έγκυρες πληροφορίες από το Υπουργείο Τουρισμού το γενικό σύνολο των διανυκτερεύσεων του 1995 ξεπερνά αυτό του 1994. Μια άλλη παρατήρηση πάντως προκαλεί το γεγονός παρατηρώντας τον πίνακα (7), ότι τους τρεις πρώτους μήνες του έτους 1995, ο νόμος Αττικής ξεπερνά κατά πολύ όλες τις άλλες γεωγραφικές περιοχές και μάλιστα περιοχές που παρουσιάζουν μια παραδοσιακά μεγάλη δύναμη στις προτιμήσεις των τουριστών όπως π.χ (Ν. Αιγαίο). Πάντως από το μήνα Απρίλιο και μετά αυτές οι περιοχές αυξάνουν κατά πολύ τις διανυκτερεύσεις και ξεπερνούν την περιφέρεια του νομού Αττικής.

Ο λόγος που συμβαίνουν όλα τα παραπάνω είναι ότι με την έναρξη της θερινής περιόδου, οι περιοχές του Νοτίου Αιγαίου και της Κρήτης κατά κύριο λόγο γίνονται πόλος έλξης του μεγαλύτερου όγκου των τουριστών. Αυτό οφείλεται κυρίως στη γεωγραφική θέση των παραπάνω περιοχών η οποία συνδυάζει ήλιο, θάλασσα και φιλοξενία.

Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να αναφερθούμε στην ποσότητα και το είδος της προσφοράς των τουριστικών υπηρεσιών στην χώρα μας .

ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΞΟΔΟΧΕΙΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	1993		1994	
	ΜΟΝΑΔΕΣ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	ΔΩΜΑΤΙΑ
ΕΞΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΛ.	39	8.998	42	9.556
Α' ΤΑΞΗΣ	296	45.576	311	47.339
Β' "	807	50.584	890	52.778
Γ' "	2.122	67.381	2.587	79.990
Δ' "	901	15.220	912	15.411
Ε' "	757	9.468	780	9.716
MOTEL-BANGAL	136	18.491	126	17.873
ΔΙΑΦΟΡΑ	2.452	56.562	1970	48.549
ΣΥΝΟΛΟ	7.510	272.280	7.618	281.212
				499.593

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

Για τον τουριστικό τομέα η έννοια της "προσφοράς" συνδέεται με το υπάρχον τουριστικό δυναμικό, έμψυχο ή άψυχο, το οποίο καλείται να ικανοποιήσει τη ζήτηση. Εξετάζοντας λοιπόν το δυναμικό αυτό ο πίνακας (8) μας δίνει αναλυτικά στοιχεία για:

α) Ποιά και πόσα είδη καταλυμάτων υπάρχουν.

β) Πόσα δωμάτια και κλίνες έχουν αυτά τα καταλύματα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί ότι τα στοιχεία του πίνακα 8 αναφέρονται στα έτη 1993 και 1994 και αυτό γιατί από το έτος 1993 και μετά άρχισαν να συγκεντρώνονται επίσημα στατιστικά στοιχεία για τα ξενοδοχειακά καταλύματα όλης της Ελλάδος.

Εξετάζοντας λοιπόν τον πίνακα (8) σαν γενικό συμπέρασμα έχουμε ότι τα ξενοδοχεία πολυτελείας αυξήθηκαν σε όλες τις τάξεις με μεγαλύτερη αύξηση της Γ' κατηγορίας καταλυμάτων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αυξηθούν αντίστοιχα τα δωμάτια και οι κλίνες. Εξετάζοντας τα Μπαγκαλούς πολυτελείας υπάρχει μια γενική μείωση σε όλες τις κατηγορίες.

Σαν γενικό συμπέρασμα θα λέγαμε ότι υπάρχει μια στροφή των επιχειρηματιών για επενδύσεις στα ξενοδοχεία πολυτελείας και αυτό διότι ο τουριστικός κόσμος ενδιαφέρεται για ποιοτικότερες και πολυτελείς υπηρεσίες.

Από την άλλη μεριά θα πρέπει να αναφέρουμε τα παράνομα και μη δηλωθέντα δωμάτια που χρησιμοποιούνται για τουριστική εκμετάλευση με αποτέλεσμα την απώλεια τεραστίων εσόδων του κράτους. Για το λόγο αυτό η Βουλή ασχολήθηκε με το θέμα αυτό σε μια από τις τελευταίες συνεδριάσεις της.

Οι παράνομες κλίνες μέσα στα ξενοδοχεία αναμένεται να φθάσουν τις 250.000, ξέχωρα από τις 450.000 παράνομες κλίνες των πάσης φύσεως καταλυμάτων, οι υπηρεσίες του Ε.Ο.Τ. έχουν ήδη

καταγράφει στοιχεία για περίπου 6.700 μονάδες, σε σύνολο 7.500 σε όλη τη χώρα. Για τις 800 μονάδες που υπολείπονται, η μη απόκτηση σήματος λειτουργίας αφορά καταλύματα που έχουν καταθέσει ελλιπή στοιχεία κυρίως όσον αφορά στα δικαιολογητικά σχετικά με το ιδιοκτησιακό τους καθεστώς κυρίως πρόκειται για μισθωμένα δωμάτια.

Το υπάρχον νομικό καθεστώς ορίζει ότι πρέπει να υπάρχει, η ειδική καρτέλα του ξενοδοχείου που αναγράφει τον επιτρεπόμενο αριθμό δωματίων και τον φορολογικό κωδικό των εγκαταστάσεων. Οι ξενοδόχοι πληρώνουν 20.000 - 200.000 δρχ. ανά κλίνη, ανάλογα με το μέγεθος και την κατηγορία του ξενοδοχείου. Η άδεια τους ισχύει για 5 χρόνια.

Πολλοί ξενοδόχοι έχουν προχωρήσει στο κτίσιμο περισσότερων δωματίων από όσα προβλέπει η άδεια τους προκειμένου να συμμορφωθούν με τους κανονισμούς του Ε.Ο.Τ. εκ των υστέρων, τους ζητείται, να καταβάλλουν πρόστιμα, τα οποία κυμαίνονται από 500.000 έως 1.500.000 δρχ., αλλά και φόρο που ανέρχεται σε 100.000 - 300.000 δρχ. ανά κλίνη. Ακόμα και τότε όμως οι ξενοδόχοι αυτοί εξακολουθούν να είναι εκτεθειμένοι έναντι του ΥΠΕΧΩΔΕ, σε σχέση με την άδεια οικοδομικού σχεδιασμού. Οι ίδιοι πάντως υποστηρίζουν ότι το πρόστιμο που πληρώνουν θα έπρεπε να καλύπτει και την εκρεμότητα ως προς την άδεια τους. Σαν τελικό συμπέρασμα παρατηρώντας το φαινόμενο των παράνομων κλινών θα λέγαμε ότι ζημιώνεται το ελληνικό κράτος με την απώλεια τεραστίων εσόδων από τη μία και από την άλλη ένας μεγάλος αριθμός αλλοδαπών τουριστών διαφεύγει από την καταγραφή των διανυκτερεύσεων και ταυτόχρονα μειώνεται το ποιοτικό επίπεδο των τουριστών.

Μετά απ' αυτή τη σύντομη εξέταση του ξενοδοχειακού δυναμικού θα εξετάσουμε την πληρότητα αυτού του δυναμικού τη χρονική περίοδο 1992 έως Αύγουστο 1995. Ο πίνακας (9) μας δίνει μια σφαιρική άποψη του ποσοστού πληρότητας των διαφόρων γεωγραφικών περιοχών στην Ελλάδα κατά την περίοδο αυτή.

ΕΚΤΥΠΩΣΗ ΚΑΚΕΘΩΜΕΝΟΝ

	1992	1993	1994	1995	1995	1995
	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	ΜΑΡΤΙΟΣ
ΠΑΡΟΤΗΤΑ						
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ	46,99%	47,08%	40,38%	28,14%	27,75%	32,52%
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	50,69%	50,86%	59,03%	34,31%	41,90%	35,68%
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	38,71%	40,38%	38,85%	31,61%	30,72%	32,57%
ΗΠΕΙΡΟΣ	45,65%	45,01%	46,20%	34,12%	31,03%	39,16%
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	43,21%	41,14%	43,16%	32,41%	31,15%	29,69%
ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ	68,19%	64,91%	68,67%	20,45%	24,51%	23,85%
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	41,08%	39,62%	43,08%	25,38%	26,89%	33,09%
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	36,24%	33,15%	35,24%	23,87%	19,90%	25,44%
ΑΤΤΙΚΗ	44,71%	46,11%	46,82%	33,79%	35,95%	47,75%
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	39,56%	36,99%	38,34%	20,39%	17,93%	23,82%
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	53,95%	56,17%	58,22%	20,06%	19,97%	34,72%
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	75,70%	72,42%	80,75%	16,17%	17,35%	11,94%
ΚΡΗΤΗ	79,93%	77,12%	82,52%	25,32%	27,66%	29,07%
ΣΥΝΟΛΟ	58,14%	56,77%	60,63%	29,55%	30,71%	34,15%
	1995	1995	1995	1995	1995	1995
ΠΑΡΟΤΗΤΑ	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΜΑΙΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ	32,33%	32,65%	37,65%	51,73%	65,09%	
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	32,53%	48,99%	56,76%	70,97%	77,03%	
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	34,86%	32,67%	29,62%	29,38%	30,82%	
ΗΠΕΙΡΟΣ	41,45%	38,00%	43,59%	57,53%	71,26%	
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	34,48%	33,69%	37,28%	50,36%	56,23%	
ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ	33,17%	61,16%	75,08%	88,83%	98,69%	
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	33,83%	41,95%	39,29%	50,08%	67,28%	
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	30,45%	28,40%	31,80%	42,09%	58,46%	
ΑΤΤΙΚΗ	45,42%	48,48%	51,77%	54,52%	60,29%	
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	35,14%	32,13%	34,26%	46,39%	60,39%	
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	17,33%	44,59%	62,28%	71,08%	83,48%	
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	42,90%	63,28%	76,07%	87,61%	96,33%	
ΚΡΗΤΗ	54,77%	74,20%	76,21%	82,49%	87,29%	
ΣΥΝΟΛΟ	41,96%	54,97%	61,55%	71,20%	79,72%	

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

Εξετάζοντας τα στοιχεία του Πίνακα 9, σαν πρώτο συμπέρασμα θα αναφέρουμε ότι όλες οι περιοχές της χώρας έχουν το περιθώριο να δεχθούν ένα ακόμα μεγαλύτερο αριθμό τουριστών, αυτό σημαίνει ότι ένα ποσοστό κλινών παραμένει ανεκμετάλλευτο. Το παραπάνω γεγονός μας δίνει να πιστεύουμε ότι μπορούμε να εξυπηρετήσουμε ακόμα μεγαλύτερο αριθμό τουριστών από τον υπάρχοντα. Αυτό θα συμβεί με την καλλίτερη προβολή της χώρας της χώρας προς τα έξω, την προσφορά ποιοτικότερων τουριστικών υπηρεσιών και την επιβολή ανταγωνιστικότερων τιμών.

Πιο αναλυτικά τώρα, θα λέγαμε ότι οι περιοχές που είχαν τις περισσότερες αφίξεις είχαν και τη μεγαλύτερη πληρότητα. Αν κι' αυτό είναι κάπως σχετικό π.χ. η Κρήτη και τα Νησιά του Αιγαίου έχουν την υψηλότερη πληρότητα. Ενώ περιοχές όπως Στερεά Ελλάδα και Δυτική Μακεδονία έχουν την μικρότερη πληρότητα. Ίσως αυτές οι περιοχές να θεωρούνται λιγότερο τουριστικές από τις υπόλοιπες. Την έκπληξη την παρατηρούμε στην Κεντρική Μακεδονία η οποία αύξησε κατά πολύ το ποσοστό πληρότητας της το έτος 1994 και σύμφωνα με τις προβλέψεις το ίδιο έκανε και το 1995. Αυτό το γεγονός είναι ιδιαίτερας σημασίας για την Ελλάδα, διότι αρχίζει να διαφαίνεται μια σχετικώς λογική αναδιανομή της τουριστικής κίνησης στη χώρα μας.

Ένα αλλά γενικότερο στοιχείο είναι ότι η συνολική πληρότητα της χώρας αυξήθηκε από το 58,14% το 1992 στο 60,63 το 1994. Εξετάζοντας το 1995 ξεχωριστά ανά μήνα μέχρι το μήνα Αύγουστο φαίνεται ότι ισχύουν τα ίδια αποτελέσματα με τις διανυκτερεύσεις. Δηλαδή τους θερινούς μήνες υπάρχει μεγαλύτερη πληρότητα σε σχέση με τους υπόλοιπους μήνες λόγω της εποχικής ζήτησης. Εάν θέλουμε τώρα να παρατηρήσουμε τον μήνα Αύγουστο σαν μήνα έξαερσης της

τουριστικής κίνησης μας προκαλεί ιδιαίτερη εντύπωση το ποσοστό πληρότητας των Ιονίων Νήσων που φθάνει στα επίπεδα του 99,69%. Συνεπώς έχουμε μια πληρότητα αρίστου βαθμού. Όσον αφορά τα Νησιά του Αιγαίου και την Κρήτη τα αντίστοιχα ποσοστά πληρότητας είναι 96,33% και 87,29% αντίστοιχα. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρουμε ότι το θέμα της πληρότητας αφορά όχι μόνο την κίνηση αλλοδαπών τουριστών αλλά και των ημεδαπών. Δεν θα μπορούσε λοιπόν να παραβλεφθεί το φαινόμενο του εσωτερικού τουρισμού που πάντοτε υπήρχε και θα υπάρχει, εμείς βέβαια στην εργασία μας θα ασχοληθούμε κύρια με τον εξωτερικό τουρισμό.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10

ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΑΔΗΛΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ
(Σε εκατομύρια δολάρια)

	1991	1992	1993	1994
ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ				
1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ	2.567	3.271	3.335	3.905
2. ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΝΑΥΤΙΛΙΑ - ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	1.774	1.993	1.920	1.957
3. ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΤΙΚΑ ΕΜΒΑΣΜΑΤΑ	2.165	2.431	2.431	2.657
4. ΤΟΚΟΙ, ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ, ΚΕΡΔΗ	362	390	632	789
5. ΑΝΑΛΗΨΕΙΣ ΑΠΟ ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΣΕ ΜΕΤΑΤΡΕΨΙΜΕΣ ΔΡΧ.	2.765	3.012	2.290	2.640
6. ΛΟΙΠΟΙ ΑΔΗΛΟΙ ΠΟΡΟΙ	1.684	2.109	2.330	2.508
7. ΚΑΘΑΡΕΣ ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΕΙΣ	4.034	4.058	4.085	4.307
ΣΥΝΟΛΟ	15.352	17.264	17.023	18.763
ΠΛΗΡΩΜΕΣ				
1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ	1.015	1.188	1.003	1.124
2. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΥ	243	265	334	354
3. ΤΟΙΚΟΙ, ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ, ΚΕΡΔΗ	2.014	2.370	2.086	2.101
4. ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	377	422	294	313
5. ΛΟΙΠΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ	918	1.205	1.441	1.472
ΣΥΝΟΛΟ	4.567	5.450	5.158	5.364

* Πηγή: ΕΚΘΕΣΗ ΔΙΟΙΚΗΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ.

ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ

Οι συναλλαγές μιας χώρας με το εξωτερικό παρουσιάζονται στο ισοζύγιο πληρωμών το οποίο απλά παρουσιάζει την προσφορά και την ζήτηση συναλλάγματος. Το συνάλλαγμα με την ευρεία έννοια του όρου μπορεί να θεωρηθεί σαν ένα αγαθό που ζητείται και προσφέρεται. Κατά συνέπεια, οι δυνάμεις της προσφοράς και ζήτησης ορίζουν την τιμή του συναλλάγματος.

Το Ισοζύγιο Πληρωμών διακρίνεται σε τρία επιμέρους Ισοζύγια:

i) Το Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών το οποίο με τη σειρά του περιλαμβάνει:

α) Το Εμπορικό Ισοζύγιο (εισαγωγές - εξαγωγές)

β) Το Ισοζύγιο Άδηλων Πόρων (άδηλες πληρωμές - άδηλοι πόροι)

ii) Το Ισοζύγιο Κίνησης Κεφαλαίων τόσο του ιδιωτικού όσο και του δημόσιου τομέα (εκροές και εισροές κεφαλαίων) και

iii) Το Ισοζύγιο Επισήμων Συναλλαγών το οποίο παρουσιάζει τις συναλλαγές της χώρας με το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (Δ.Ν.Τ.) και άλλους διεθνείς χρηματοδοτικούς οργανισμούς καθώς και την μεταβολή των συναλλαγματικών διαθεσίμων.

Οι εισπράξεις του συναλλάγματος από τον τουρισμό εντάσσονται στο ισοζύγιο άδηλων συναλλαγών της χώρας μας.

Το ισοζύγιο άδηλων συναλλαγών της χώρας μας την περίοδο 1990-1994 εμφανίζεται στον Πίνακα 10.

Ειδικότερα τώρα όσον αφορά το τουριστικό συνάλλαγμα θα μπορούσαμε να το μελετήσουμε στον Πίνακα 11 για την χρονική περίοδο 1990-1995 ξεχωριστά για κάθε μήνα αυτής της περιόδου.

Για το έτος 1990, το τουριστικό συνάλλαγμα έφτασε τα 2.586,80 εκατομύρια δολάρια, σημειώνοντας αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά 30,9% , ενώ από τις μεταβολές στις αφίξεις

ξένων τουριστών και στις τιμές των ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών προκύπτει αύξηση της συνολικής τουριστικής δαπάνης κατά 26,2% ποσοστό ελαφρά μόνο χαμηλότερο από το ρυθμό ανόδου του τουριστικού συναλλάγματος στο ισοζύγιο πληρωμών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11
ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ						
ΜΗΝΕΣ	1990	1991	1992	1993	1994	1995
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	60,70	100,00	93,60	109,60	137,40	164,00
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	61,50	78,10	82,80	106,90	92,60	120,00
ΜΑΡΤΙΟΣ	79,70	91,20	105,30	126,50	135,00	170,00
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	133,30	130,20	170,50	180,40	183,50	210,00
ΜΑΙΟΣ	229,70	227,40	286,30	252,90	286,00	412,00
ΙΟΥΝΙΟΣ	300,90	266,30	407,80	413,00	429,00	572,00
ΙΟΥΛΙΟΣ	408,60	405,20	540,80	477,80	570,00	604,00
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	465,40	445,70	371,90	555,70	649,80	604,00
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	146,10	364,00	377,20	528,10	579,00	512,00
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	431,40	243,40	209,00	296,30	399,00	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	168,20	118,00	140,20	165,30	254,90	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	101,30	97,90	3.271,80	122,60	188,70	
ΣΥΝΟΛΟ	2.586,80	2.567,40		3.335,10	3.904,90	3.368,00

* σε εκατομύρια δολάρια Η.Π.Α.

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

Στην αύξηση του τουριστικού συναλλάγματος την περίοδο αυτή βοήθησαν η υποτίμηση του δολλαρίου και οι υποτιμητικές προσδοκίες, ότι η δραχμή θα υποτιμηθεί σε σχέση με τα ισχυρά νομίσματα. Πιό συγκεκριμένα το διαθέσιμο εισόδημα στις ευρωπαϊκές χώρες του Ο.Ο.Σ.Α. που αποτελούν την κύρια αγορά των ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών αυξήθηκε κατά 3,9%. Συνχρόνως η ανταγωνιστικότητα των προσφερόμενων τιμών φαίνεται ότι βελτιώθηκε αισθητά. Οι τιμές των ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών εκτιμάται ότι αυξήθηκαν κατά 15% περίπου σε δολάρια, ως αποτέλεσμα της πολύ μικρής αν όχι μηδενικής αύξησης των τιμών των ξενοδοχειακών υπηρεσιών που έχει συμφωνηθεί μεταξύ των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων του εξωτερικού που διακινούν τουρίστες (tour operators), της ανόδου των τιμών καταναλωτή κατά 20,4%, και της ανατιμήςσεως της δραχμής σε σχέση με το δολλάριο κατά 2,5%.

Οι τιμές των τουριστικών υπηρεσιών σε δολάρια των κυριότερων ανταγωνιστριών χωρών εκτιμάται, με βάση τις υπάρχουσες πληροφορίες, ότι αυξήθηκαν με σημαντικά υψηλότερο ρυθμό (20% περίπου). Αποτέλεσμα των ευνοϊκών αυτών εξελίξεων ήταν η άνοδος κατά 6,3% των διανυκτερεύσεων τους σε ξενοδοχεία.

Το 1990 φαίνεται ότι αυξήθηκε και η συμμετοχή της χώρας μας στην τουριστική αγορά της Μεσογείου αφού στην Ισπανία που είναι χώρα με τη μεγαλύτερη συμμετοχή στην αγορά αυτή, οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστικών μειώθηκαν κατά 3,7%.

Την περίοδο 1991 η ελαφρά μείωση που παρουσίασαν οι εισπράξεις του τουριστικού συναλλάγματος (-0,7%) οφείλεται κυρίως στην αρνητική επίδραση της κρίσης του Περσικού Κόλπου στην τουριστική δραστηριότητα της ευρύτερης περιοχής όπου βρίσκεται

και η χώρα μας, καθώς και στα γεγονότα στη Γιουγκοσλαβία. Η ερμηνεία αυτή ενισχύεται και από το γεγονός ότι χώρες μακριά από τον Περσικό κόλπο, όπως η Ισπανία και η Πορτογαλία, με παρεμφερείς προς την Ελλάδα τουριστικές υπηρεσίες εμφάνισαν αύξηση της εισροής τουριστικού συναλλάγματος κατά 4% και στα 13% αντίστοιχα.

Στο πρώτο εξάμηνο του 1991 οι αφίξεις και διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα μειώθηκαν σημαντικά, ενώ στο δεύτερο εξάμηνο σημειώθηκε μικρή βελτίωση. Η μείωση των αφίξεων δεν εξηγείται από την εξέλιξη στους βασικούς προσδιοριστικούς παράγοντες των εξαγωγών τουριστικών υπηρεσιών, η οποία ήταν εθνοϊκή για τις ελληνικές τουριστικές υπηρεσίες.

Συγκεκριμένα οι τιμές καταναλωτή αυξήθηκαν κατά 18,9% ενώ η αύξηση στις τιμές των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων υπολογίζεται σε 10% κατά όρο. Σε συνδυασμό με τη διολίσθηση της δραχμής την περίοδο αυτή έναντι του δολλαρίου Η.Π.Α., οι τιμές των ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών σε δολάρια διατηρήθηκαν περίπου σταθερές. Αντίθετα οι τιμές των κυριοτέρων ανταγωνιστριών χωρών εκτιμάται ότι αυξήθηκαν κατά 6% περίπου. Παράλληλα με τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών σημειώθηκε περιορισμένη αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος στις χώρες μέλη του Ο.Ο.Σ.Α. που αποτελούν την κύρια αγορά των ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών. Υπάρχουν πάντως σοβαρές ενδείξεις ότι οι εισπράξεις του τουριστικού τομέα υποεκτιμούνται στο ισοζύγιο πληρωμών και αυτό συμβαίνει λόγω της ύπαρξης των παράνομων κλιμών, η οποία μας εμποδίζει να καταγράψουμε τον πραγματικό αριθμό διανυκτερεύσεων.

Την περίοδο του 1992 οι εισπράξεις παρουσίασαν άνοδο κατά

27,3% παρά τις συνέπειες της κρίσης στην πρώην Γιουγκοσλαβία, οι οποίες οδήγησαν σε μείωση κατά 80% των αφίξεων από τη χώρα αυτή και στην περιορισμένη αύξηση του εισοδήματος στις χώρες μέλη του Ο.Ο.Σ.Α. (επισημαίνεται πάντως ότι η σύγκριση των εξελίξεων του 1992 γίνεται με ένα ιδιαίτερα δυσμενές έτος για τον τουρισμό όπως ήταν το 1991 λόγω του πολέμου στον Περσικό Κόλπο)

Γενικότερα το 1992 κρίνεται ως αρκετά ικανοποιητική χρονιά για τον τουρισμό τομέα όπως φαίνεται από τον αριθμό των αφίξεων, που απεικονίζονται σε άλλη ενότητα της εργασίας (βλέπε πίνακα 2) παρουσιάζοντας άνοδο κατά 18%. Η επιβράδυνση στην εισροή του τουριστικού συναλλάγματος που παρατηρήθηκε στο γ' τρίμηνο του έτους αναστράφηκε κατά το τελευταίο τρίμηνο. Αυτή η εξέλιξη αντανακλεί τη σταθεροποίηση, στα μέλη του έτους, των προσδοκιών για την συναλλαγματική ισοτιμία της δραχμής μετά την αβεβαιότητα που επικράτησε το γ' τρίμηνο και το Σεπτέμβριο λόγω της συναλλαγματικής κρίσης. Οσον αφορά τους βασικούς προσδιοριστικούς παράγοντες του τουριστικού συναλλάγματος σημειώνεται ότι το εισόδημα στις χώρες μέλη του Ο.Ο.Σ.Α. παρουσίασε μικρή άνοδο για δεύτερο κατά σειρά έτος, ενώ η ανταγωνιστικότητα των τιμών των ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών εκτιμάται ότι βελτιώθηκε ελαφρά, εφόσον οι τιμές σε δολάρια των κυριότερων ανταγωνιστριών χωρών αυξήθηκαν από 5% έως 8%.

Την περίοδο του 1993 οι εισπράξεις τουριστικού συναλλάγματος αυξήθηκαν κατά 1,9%. Οι αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών και οι διανυκτερεύσεις παρουσίασαν μικρή άνοδο σε σχέση με τα επίπεδα του 1992. Με δεδομένη την ανατίμηση του δολλαρίου έναντι της δραχμής, η σημειωθείσα αύξηση των εισπράξεων του τουριστικού συναλλάγματος ερμηνεύται σε μεγάλο βαθμό από την εξόφληση

τουριστικών υπηρεσιών με αναλήψεις από λογαριασμούς μετατρέψιμων δραχμών, που αντιστοιχούν σε 200 εκατομμύρια δολάρια.

Όσον αφορά τους παράγοντες που προσδιορίζουν την εισροή τουριστικού συναλλάγματος, σημειώνεται ότι το εισόδημα στις Ευρωπαϊκές χώρες - μέλη του Ο.Ο.Σ.Α παρέμεινε ουσιαστικά στάσιμο, ενώ η ανταγωνιστικότητα των τιμών των ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών παρουσίασε σχετική επιδείνωση.

Την περίοδο 1994 η εισροή τουριστικού συναλλάγματος παρουσίασε αύξηση 17,1%. Η αύξηση του εισοδήματος στις χώρες - μέλη του Ο.Ο.Σ.Α συνέβαλε στην αύξηση της ζήτησης για ελληνικές τουριστικές υπηρεσίες και επομένως της εισροής του τουριστικού συναλλάγματος.

Η ζήτηση για ελληνικές τουριστικές υπηρεσίες επηρεάστηκε ευνοϊκά και από τα νομισματικά προβλήματα, που αντιμετώπισαν ορισμένες χώρες και μάλιστα ανταγωνίστριες. Η πιο υψηλή εισροή τουριστικού συναλλάγματος οφείλεται στην σημαντική άνοδο των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών τουριστών, ενώ οι τιμές των ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών σε δολάρια παρουσίασαν περιορισμένη άνοδο.

Την περίοδο ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ - ΙΟΥΝΙΟ 1995 το τουριστικό συνάλλαγμα παρουσίασε άνοδο του ύψους του 30,2%, αφού έφθασε τα 1648 εκατομμύρια δολάρια έναντι 1266,2 εκατομμύρια δολάρια της αντίστοιχης περιόδου του 1994. Οι παράγοντες που συνέλαβαν ήταν οι καλλίτερες και ποιοτικότερες τιμές και οι καλλίτερες τουριστικές υπηρεσίες.

Όλες οι παραπάνω μεταβολές του τουριστικού συναλλάγματος την χρονική περίοδο 1990 - 1994 απεικονίζονται στο διάγραμμα (1). Ενώ στο διάγραμμα (3) απεικονίζεται η σύγκριση που κάναμε για το α΄

εξάμηνο του 1994 σε σχέση με αυτό του 1995 όσον αφορά πάντοτε το τουριστικό διάγραμμα σε εκατομμύρια δολάρια.

Ομως εκτός από τις εισπράξεις από το τουριστικό συνάλλαγμα έχουμε και τις πληρωμές για τουριστικό συνάλλαγμα οι οποίες απεικονίζονται κι αυτές στο ισοζύγιο άδηλων συναλλαγών. Πληρωμές για τουριστικό συνάλλαγμα είναι οι δραχμές που δαπανώνται για αγορά ξένου συναλλάγματος από τους Έλληνες οι οποίοι θέλουν να κάνουν διακοπές σε ξένες χώρες. Θεωρούμε απαραίτητο να μελετήσουμε και τις μεταβολές στις πληρωμές για ξένο συνάλλαγμα την χρονική περίοδο 1990 - 1994. Αυτές οι μεταβολές απεικονίζονται στο διάγραμμα (4).

Το 1990 οι πληρωμές για τουριστικό συνάλλαγμα ανήλθαν στο 33,5% οι οποίες αποδίδονται σε αγορές και διακράτηση ξένου συναλλάγματος λόγω των έντονων προσδοκιών για υποτίμηση της δραχμής.

Το 1991 αξιοσημείωτη είναι η κάμψη κατά 6,8% των πληρωμών τουριστικού συναλλάγματος. Η μείωση αντικατροπτίζει την εξασθένιση των προσδοκιών για υποτίμηση της δραχμής καθώς αυτή τη χρονιά ήταν αρκετά "σκληρή".

Το 1992 η απελευθέρωση του συναλλάγματος για ταξίδια σε χώρες εκτός της Ε.Ε.Κ αλλά και οι προσδοκίες για υποτίμηση της δραχμής συντέλεσαν στην αύξηση κατά 17% των πληρωμών για τουριστικό συνάλλαγμα.

Την περίοδο του 1993 οι πληρωμές για τουριστικό συνάλλαγμα μειώθηκαν κατά 15,6%, ως αποτέλεσμα της περιορισμένης αύξησης του εγχώριου διαθέσιμου εισοδήματος αλλά και της σταθεροποίησης των προσδοκιών για την εξέλιξη της συναλλαγματικής ισοτιμίας της δραχμής.

Το έτος 1994 οι πληρωμές τουριστικού συναλλάγματος παρουσίασαν άνοδο της τάξης του 12,1% η οποία οφείλεται σε αύξηση της ζήτησης κατά την περίοδο της τότε συναλλαγματικής αναταραχής. Πάντως την περίοδο αυτή πολλοί Έλληνες προέβησαν σε αποθησαυρισμό ξένων τραπεζογραμματίων κι έτσι δεν υπήρχε αντίστοιχη αύξηση του ελληνικού τουρισμού στο εξωτερικό.

Τα παραπάνω φαίνονται πιο καθαρά στο διάγραμμα (5) στο οποίο απεικονίζονται οι πληρωμές τουριστικού συναλλάγματος για τις παραπάνω περιόδους, σε εκατομμύρια δολάρια.

- ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος εξαρτάται από τις τιμές και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, το εισόδημα των τουριστών και από διάφορους άλλους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες. Η τιμή του συναλλάγματος και γενικότερα η συναλλαγματική πολιτική της χώρας είναι ένας από τους πλέον σημαντικούς παράγοντες προσέλκυσης τουριστών και κατά συνέπεια της αύξησης της τουριστικής κίνησης από το εξωτερικό.

Είναι φυσικό λοιπόν όταν το νόμισμα μας υποτιμάται σε σχέση με τα άλλα νομίσματα ο τουρισμός στην Ελλάδα για τους ξένους να καθιστάται φθηνός. Η υποτίμηση γενικά ενός νομίσματος μιας χώρας είναι ικανή να στρέψει το τουριστικό ρεύμα προς τη χώρα αυτή σε βάρος των άλλων ανταγωνιστικών χωρών. Συνεπώς, η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού τομέα συνδέεται άμεσα με τη συναλλαγματική πολιτική που ακολουθεί η χώρα αυτή σε σχέση με τα κύρια νομίσματα της αλλοδαπής.

Είναι γεγονός ότι η πολιτική της "σκληρής δραχμής" για μερικούς ή της επιβραδυνόμενης διολίσθησης για άλλους, δε συμβάλλει στην ανάπτυξη του τουρισμού και στην ανταγωνιστικότητα του τομέα, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν είναι σήμερα η ενδεδειγμένη συναλλαγματική πολιτική αφού υπηρετεί τους μακροοικονομικούς στόχους της χώρας μας μέσα στα πλαίσια της οικονομικής και νομισματικής ένωσης της Ευρώπης (μείωση του πληθωρισμού, μείωση του εξωτερικού χρέους κ.α.)

Ιδιαίτερη σημασία για τη χώρα μας έχουν οι ανατιμήσεις της δραχμής σε σχέση με την Ιταλική λιρέτα κατά 9,5% και την Ισπανική πεσέτα κατά 10,7%. Αργότερα από αυτές τις ανατιμήσεις της δραχμής, υπήρξε και άλλη μία σε σχέση με το εσκούδο της

Πορτογαλίας. Τα παραπάνω γεγονότα είχαν σαν αποτέλεσμα να προσανατολίσουν πολλούς τουρίστες προς τις χώρες με υποτιμημένα νομίσματα. Μάλιστα τα ξένα τουριστικά γραφεία στις διαπραγματεύσεις με τις Ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν κατά κόρον το επιχείρημα (όπλο) της υποτίμησης των νομισμάτων της Ιταλίας, Ισπανίας και Πορτογαλίας και οι πιέσεις για μείωση των τιμών είναι πολύ έντονες. Οι ανατιμήσεις που αναφέρθηκαν προηγούμενως, σημειώθηκαν την περίοδο 1992-94 και σημειώθηκαν για το λόγο του ότι η λιρέτα εξήλθε από τον μηχανισμό του Ευρωπαϊκού Νομισματικού Συστήματος (Ε.Ν.Σ.), καθώς και στις διαδοχικές υποτιμήσεις που είχε το νόμισμα της Ισπανίας λόγω της συναλλαγματικής διαταραχής της Ευρώπης που ξεκίνησε την περίοδο 1992.

Η σκληρή δραχμή μας μπορεί να ανατιμήθηκε σε σχέση με τα παραπάνω νομίσματα την περίοδο 1992-94 αλλά και υποτιμήθηκε σε σχέση με νομίσματα τα οποία είναι πιο ισχυρά από αυτή όπως το δολάριο, το μάρκο και το ECU. Αυτές οι υποτιμήσεις είχαν ως αποτέλεσμα να δημιουργηθεί ένα ευνοϊκό κλίμα για τους τουρίστες οι οποίοι προέρχονταν από χώρες όπως Αμερική και Γερμανία καθώς ευνοούνται τώρα πια από τις συναλλαγματικές ισορροπίες που έχουν διαμορφωθεί στο διεθνή χώρο.

Ενδεικτικά θα παραθέσουμε ένα πίνακα ισοτιμίας του δολαρίου σε σχέση με τη δραχμή για να γίνει κατανοητό ότι η δραχμή υποτιμήθηκε σε σχέση με το δολάριο (υποτιμήθηκε μάλιστα τέσσερις φορές κατά την περίοδο 1990-94). Συγκεκριμένα το 1991 υποτιμήθηκε κατά 13%, το 1992 κατά 4,4%, το 1993 κατά 16,8% και το 1994 κατά 5,%. Ο πίνακας 12 μας δείχνει την μεταβολή των ισοτιμιών μεταξύ των δύο νομισμάτων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 12
ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΙΣΟΤΙΜΙΑ \$ - ΔΡΧ						
ΜΗΝΕΣ	1990	1991	1992	1993	1994	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	157,560	159,389	181,778	215,175	249,532	
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	157,448	158,036	186,495	219,734	249,977	
ΜΑΡΤΙΟΣ	161,984	172,231	191,578	222,781	246,215	
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	163,414	184,218	192,228	216,769	246,395	
ΜΑΙΟΣ	163,033	187,265	191,428	217,247	244,705	
ΙΟΥΝΙΟΣ	164,345	194,372	190,311	224,352	244,517	
ΙΟΥΛΙΟΣ	160,149	195,152	182,299	233,942	241,318	
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	154,414	192,042	178,808	237,012	236,289	
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	154,622	187,805	181,468	231,732	235,395	
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	152,607	187,706	191,105	236,495	232,390	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	151,804	183,288	205,562	242,910	236,399	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	155,092	179,118	203,583	244,599	242,114	
ΜΕΣΗ ΙΣΟΤΙΜΙΑ ΕΤΟΥΣ	158,039	181,719	190,135	229,250	242,603	

* Πηγή: Υπουργείο Ανάπτυξης - "Ε.Ο.Τ."

ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Στο επίκεντρο της προσοχής των ανθρώπων που ασχολούνται με τον τουρισμό βρίσκεται η τιμολογιακή πολιτική των ξενοδοχείων πάντοτε, καθώς έχει γίνει εμφανές ότι σωστή τιμολογιακή πολιτική προσελκύει πάντοτε μεγάλο αριθμό τουριστών.

Στο σημείο αυτό, όσον αφορά τη χώρας μας, διαφαίνεται ότι υπάρχει μια αρνητική εικόνα η οποία δημιουργήθηκε από το 1995 καθώς οι υψηλές τιμές που συμφωνήθηκαν για τη χρονιά αυτή από τις ξενοδοχειακές οργανώσεις, φαίνεται να επηρέασε αρνητικά τις αφίξεις και διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών.

Για το 1996 υπάρχει μια σχετική επιφύλαξη και κάποια ψυχραιμία από πλευράς ξενοδοχειακών οργανώσεων έτσι ώστε να καθιερωθεί μια πιο ορθολογική πολιτική τιμών. Σ' αυτό συνέβαλαν και οι πιέσεις τις οποίες δέχθηκε η χώρα μας από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες των ξένων χωρών και κυρίως τους Γερμανούς, οι οποίοι για κανένα λόγο δεν συμφωνούν με νέες αυξήσεις τιμών.

Εκείνο που παρουσιάζονται ως το πλέον βέβαιο είναι ότι τα ξενοδοχεία που πέρυσι ζήτησαν αναπροσαρμογές τιμών της τάξης του 14-15% θα υποχρεωθούν το 1996 σε μηδενικές αυξήσεις. Απεναντίας τα ξενοδοχεία τα οποία είχαν πιο συγκρατημένη τιμολογιακή πολιτική τα οποία είχαν πιο συγκρατημένη τιμολογιακή πολιτική έχουν φέτος τη δυνατότητα για ελαφρές αυξήσεις.

Σημαντικό λοιπόν είναι το γεγονός της άμεσης σύνδεσης της κάμψης της κίνησης με τις αυξήσεις τιμών. Τουλάχιστον για ορισμένους ταξιδιωτικούς πράκτορες η περίπτωση της Κρήτης και της Κέρκυρας είναι ενδεικτική: η μεν πρώτη που το 1994 είχε επιτύχει ορισμένες από τις υψηλότερες αυξήσεις, εμφάνισε το 1995 μείωση

ιδιαίτερα από τις Κεντροευρωπαϊκές αγορές και τη Βρετανία, ενώ η δεύτερη, με μια πιο συγκρατημένη πολιτική τιμών το 1994 δεν εμφάνισε την επόμενη χρονιά προβλήματα όπως της Κρήτης.

Πάντως το γενικό πρόβλημα οξύνθηκε και από την πολιτική της "σκληρής δραχμής" σε συνδυασμό με τις υποτιμήσεις των εθνικών νομισμάτων ανταγωνιστριών χωρών. Στο σημείο αυτό θα πρέπει πάντως να επισημανθεί ότι όταν ο επιχειρηματίας "ποντάρει" στις διακυμάνσεις των νομισματικών ισοτιμιών - και ποντάρει σ' αυτό όπως αποδείχθηκε, όταν για παράδειγμα το 1994 ζητήθηκαν αυξήσεις 20% με το σκεπτικό ότι η δραχμή έναντι του μάρκου θα διολισθήσει κατά 22% - τότε αναλαμβάνει και το ρίσκο του συναλλαγματικού παιχνιδιού, με όλες τις επιπτώσεις αρνητικές ή θετικές που αυτό μπορεί να έχει.

Σήμερα οι ξενοδόχοι θα πρέπει να λάβουν υπόψη τους ότι με τον προβλεπόμενο από την κυβέρνηση πληθωρισμό της τάξης του 7-8% στο τέλος του 1995 και στόχο για περαιτέρω μείωση στο 4-5% το 1996 και βελτίωση όλων των δεικτών της ελληνικής οικονομίας, η διολίσθηση της δραχμής προβλέπεται σημαντικά κατώτερη του 11%.

Με δεδομένη τη σχετική κάμψη που παρουσίασε η τουριστική κίνηση κατά το 1995, όλοι οι τουριστικοί φορείς συνιστούν τη διαμόρφωση μιας ορθολογικής πολιτικής τιμών από κάθε ξενοδόχο, η οποία θα λαμβάνει υπόψη της τόσο την ανταγωνιστικότητα του προϊόντος, ειδικότερα σε σχέση με τις τιμές που διαμορφώνονται στο εξωτερικό, όσο και την ιδιαιτερότητα της κάθε επιχείρησης σε σχέση με την περιοχή που βρίσκεται το προϊόν που προσφέρει κ.λ.π.

Στο πλαίσιο αυτό παραθέτουμε και τα συμπεράσματα σχετικής μελέτης του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε) για τη διαμόρφωση των τιμών η μέση αύξηση τιμών από το

1993 ως το 1994 ήταν στην Ελλάδα 6% σε δραχμές και μεταφράσθηκε στους ταξιδιωτικούς καταλόγους στη Γερμανία σε μέση μείωση 7% σε μάρκα. Στην ίδια χρονική περίοδο και στην ίδια χώρα η μέση μείωση τιμών στους καταλόγους σε γερμανικά μάρκα ήταν:

- στην Ισπανία 8%
- στην Πορτογαλία 16%
- στην Κύπρο 8%
- τέλος στην Τουρκία υπήρξε αύξηση 2%

Αντίστοιχα η διολίσθηση του κατά χώρα εθνικού νομίσματος σε σχέση με το μάρκο ήταν:

- στην Ελλάδα 20%
- στην Ισπανία 22%
- στην Πορτογαλία 14%
- και στην Κύπρο 0,9%.

Να σημειωθεί ότι ο παράγων διολίσθηση ενός νομίσματος δεν μεταφράζεται αυτόματα σε πλεονέκτημα για τους τουριστικούς πράκτορες. Ο βαθμός εκμετάλλευσης αυτού του στοιχείου από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες εξαρτάται από την πολιτική προαγορά συναλλάγματος που ακολουθείται κάθε φορά, δηλαδή έχει έντονο το χαρακτήρα του αβέβαιου.....

Η συγκριτική μελέτη εξέλιξης των τιμών στους καταλόγους του Σ.Ε.Τ.Ε και η διολίσθηση του εθνικού νομίσματος δείχνει ότι με την Ισπανία ακολουθήσαμε παράλληλη πορεία με σοβαρές απώλειες (διολίσθηση 20% - αύξηση μόνο 6%, η Ισπανία διολίσθηση είχε 22% ενώ αύξηση 8%). Αρα για τις δύο χώρες Ελλάδα και Ισπανία χάθηκαν κέρδη σοβαρά τα οποία αποκόμισαν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες, αφού τη μείωση τιμών σε ξένο νόμισμα την έδωσαν κατά ένα μέρος στον πελάτη και κατά ένα μέρος την κράτησαν οι ίδιοι.

Στην Τουρκία οι ταξιδιωτικοί πράκτορες κράτησαν το κέρδος για τον εαυτό τους αυξάνοντας κατά 2% τις τιμές στους καταλόγους. Αντίθετα στην Πορτογαλία οι μεγάλες διαφορές μοιράστηκαν τόσο στους πελάτες όσο και στους ταξιδιωτικούς πράκτορες.

Ακολουθώντας την ίδια λογική στη σύγκριση των μεταβολών μεταξύ 1994 - 1995 βρίσκουμε για παράδειγμα ότι για τον προορισμό Ηρακλείου η μέση αύξηση ήταν 20% και μεταφράσθηκε σε αύξηση στους γερμανικούς καταλόγους σε 10% σε μάρκα κατά μέσο όρο λόγω της διολίσθησης της δραχμής σε σχέση με το μάρκο.

Στην Antalya (Τουρκία) υπήρξε μείωση της μέσης τιμής στους καταλόγους κατά 10%, στο Faro (Πορτογαλία) υπήρξε μείωση κατά 0,2% και στην Λάρνακα υπήρξε μείωση κατά 4% ενώ αύξηση υπήρξε στο Las Palmas (Ισπανία) κατά 4%.

Αντίστοιχα η διολίσθηση των εθνικών νομισμάτων των πιο πάνω χωρών σε σχέση με το μάρκο ήταν:

- Στην Ελλάδα 11,1%
- Στην Ισπανία 9,2%
- Στην Πορτογαλία 3,2%
- Στην Κύπρο 6,2%

Ο παράγων διολίσθηση στην περίπτωση της Τουρκίας δεν παίζει σχεδόν κανένα ρόλο στην τιμή του ταξιδιωτικού πακέτου αφού τα συμβόλαια γίνονται σε μάρκα. Στην περίπτωση του Ηρακλείου που στην παραπάνω ανάλυση αποτέλεσε το παράδειγμα, προκύπτει σαφέστατα ότι με διολίσθηση παραπλήσια αυτής της Ισπανίας υπογράφηκαν συμβόλαια με τιμές κατά 10 περίπου ποσοστιαίες μονάδες υψηλότερο από της Ισπανίας και κατέληξαν τα συμβόλαια αυτά σε τελικές τιμές καταλόγου κατά 5,5 ποσοστιαίες μονάδες υψηλότερα. Έτσι τελικά, ο προορισμός για Ηράκλειο αφενός βγήκε

στους καταλόγους με διαφορά τιμής σε σχέση με το 1994 κατά 5,5 ποσοστιαίες μονάδες περισσότερες από το ανταγωνιστικό προϊόν της Ισπανίας και αφετέρου προκάλεσε μείωση του περιθωρίου μεικτού κέρδους των ταξιδιωτικών πρακτόρων κατά 4 ποσοστιαίες μονάδες, με συνέπεια να περιορίσει το ενδιαφέρον τους για προώθηση της Ελλάδας, γενικά και ακόμα εντονότερα της Κρήτης, που έκανε και τις μεγαλύτερες αυξήσεις. Έτσι ενώ το 1994 οι ταξιδιωτικοί πράκτορες είχαν σοβαρά περιθώρια μεικτού κέρδους το 1995 αντιστράφησαν οι όροι και έχουμε σαφή περιορισμό τους. Η ίδια πιο πάνω συγκριτική μελέτη έδωσε σχεδόν μηδενική διακύμανση για τους κυριότερους προορισμούς προς:

- Πορτογαλία (συμβόλαια +5% κατάλογος σταθερός, διολήσθηση 3,2%)
- Κύπρος (συμβόλαια +4%, κατάλογοι -4%, διολίσθηση 6,2%)

Η αιφνίδια προς τα πάνω αλλαγή από το 1994 ως το 1995 του μέσου επιπέδου των τιμών των ξενοδοχείων και των άλλων τουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, φαίνεται στο επίπεδο των επιμέρους ξενοδοχειακών μονάδων σε σχέση πάντοτε με τις ανταγωνίστριες χώρες προορισμού.

Αυτό φαίνεται από το εξής παράδειγμα, τα ξενοδοχεία "ELEGANCE" και "TURQUISE" στην Τουρκία πωλούσαν το 1995 ένα πακέτο μιας εβδομάδας κατά 12% περίπου φθηνότερα από ότι το 1994. Στην Ισπανία, σε άλλο παράδειγμα, τα ξενοδοχεία "NILO" και "BANANZA CLUB" πωλούνται κατά 3% περίπου ακριβότερα το 1995 από ότι το 1994. Στην Ελλάδα την ίδια περίοδο αντίστοιχα σε κατηγορία ξενοδοχεία πωλούν τα πακέτα τους από 10%-15% ακριβότερα από το 1994.

Οι εξελίξεις αυτές επηρέασαν σημαντικά τη ναγορά της Μ.Βρετανίας. Αυτό συνέβη γιατί η διολίσθηση της δραχμής σε σχέση

με την Αγγλική λίρα ακολούθησε μια πιο ήπια πορεία (από 2%-6% ήταν η διολίσθηση της περιόδου 1992-95). Συνέπεια αυτού οι αυξήσεις που επήλθαν στους αγγλικούς καταλόγους έφεραν αρνητικές αντιδράσεις από το αγγλικό κοινό. Οπότε και οι Αγγλοι ταξιδιωτικοί πράκτορες δεν συνεργάζονται πια σε μεγάλη έκταση με ξενοδοχεία, τουλάχιστον υψηλών κατηγοριών, της Ελλάδας.

Η μεταβολή στη συμπεριφορά των Ελλήνων επιχειρηματιών στον τομέα του Τουρισμού ως προς την πολιτική τιμών από το 1993 ως το 1995 κυρίως οφείλεται:

- α) στην καθυστερημένη διαπίστωση ότι έκαναν μικρές αυξήσεις για το 1994, ενώ υπήρχε μεγάλη ζήτηση, κενό που προσπάθησαν να καλύψουν με μεγάλες αυξήσεις το 1995 και
- β) στην κακώς προβλεφθείσα από ξενοδόχους και ταξιδιωτικούς πράκτορες, μεγάλη διολίσθηση της δραχμής.

Δυστυχώς για τους Έλληνες επιχειρηματίες στον τομέα του τουρισμού αυτές οι κινήσεις τους όχι μόνο δεν βγήκαν σωστές, αλλά επιπλέον, ενισχύθηκαν με τους πιο κάτω αρνητικούς παράγοντες:

- α) την αύξηση των ταξιδιωτικών ασφαλίσεων,
- β) την δραματική πτώση του δολαρίου των Η.Π.Α. που έκανε, μεταξύ άλλων, εξαιρετικά φθηνές τις διακοπές στις χώρες ζώνης του δολαρίου, με αποτέλεσμα να τραβήξει σημαντικό αριθμό τουριστών, όχι ιδιαίτερα υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, δηλαδή απ' αυτούς που αντλεί την πελατεία της και η Ελλάδα και
- γ) τη σημαντική μείωση των τιμών στην Τουρκία (κατά μέσο όρο 15%).

Δυστηχώς και πάλι, οι νόμοι της αγοράς είναι ανεξάρτητοι, από τα κόστη, μεγάλα ή μικρά, των επιμέρους επιχειρήσεων και ακολουθούν αντίθετα δύο ισχυρούς κανόνες:

α) Πόσο πουλάμε τη συγκεκριμένη ποιότητα και

β) Πόσο πουλάνε την ίδια ποιότητα οι ανταγωνίστριες χώρες.

Τόσο οι τελικοί πελάτες όσο και οι πράκτορες, επηρεάζονται από τους δύο παραπάνω νόμους.

Σύμφωνα με επίσημες πληροφορίες, οι Ισπανοί προγραμματίζουν μέση αύξηση 6%-7% των τιμών των ξενοδοχείων τους με ρυθμό διολίσθησης της πεσέτας ελαφρά χαμηλότερο σε σχέση με τη δραχμή, ενώ αντίθετα στην Τουρκία, το γεγονός ότι τα συμβόλαια συνάπτονται σε ξένο νόμισμα συμβάλλει θετικά γιατί όταν προγραμματίζεται αύξηση της τάξης του 3% των τιμών, η αύξηση αυτή παραμένει σταθερή και στους καταλόγους. Τελικά αναμένεται να δούμε αν οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις ακολουθήσουν μια ορθολογική πολιτική τιμών για το 1996 και όχι να οδηγηθούν σε καταστάσεις ξέφρενων αυξήσεων οι οποίες οδηγούν σε αποστροφή όχι μόνο τους αλλοδαπούς αλλά και τους Έλληνες τουρίστες.

Αφού βρισκόμαστε στην ενότητα της τιμολογιακής πολιτικής καλό θα ήταν να αναφέρουμε ενδεικτικά τις ελάχιστες τιμές δωματίων και διαμερισμάτων για το 1996 οι οποίες έχουν καθοριστεί από τον Ε.Ο.Τ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 13

ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ						
	ΜΟΝΟΚΛΙΝΟ		ΔΙΚΛΙΝΟ		ΤΡΙΚΛΙΝΟ	
ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ						
ΤΑΞΗ	ΑΠΛΑ	ΜΕ ΛΟΥΤΡΟ	ΑΠΛΑ	ΜΕ ΛΟΥΤΡΟ	ΑΠΛΑ	ΜΕ ΛΟΥΤΡΟ
A	2.050	2.500	2.600	3.700	3.800	4.400
B	1.600	2.200	2.300	3.200	3.200	3.500
Γ	1.400	1.900	2.000	2.800	2.700	2.900
ΜΕΣΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ						
A	2.800	3.600	3.800	5.400	5.500	6.400
B	2.300	3.100	3.400	4.500	4.600	5.000
Γ	2.000	2.600	2.900	4.000	4.100	4.300
ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ						
A	2.800	3.600	3.800	5.400	5.500	6.400
B	2.300	3.400	3.400	4.500	4.600	5.000
Γ	2.000	2.600	2.900	4.000	4.100	4.300

ΠΙΝΑΚΑΣ 14

ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ			
ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ			
ΤΑΞΗ	ΜΟΝΟΧΩΡΟ	ΔΙΧΩΡΟ	ΤΡΙΧΩΡΟ
A	7.500	10.000	13.700
B	5.600	7.600	10.000
Γ	4.400	6.300	8.800
ΜΕΣΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ			
A	10.900	14.500	19.800
B	8.000	11.000	14.400
Γ	6.400	9.200	12.800
ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ			
A	10.900	14.500	19.800
B	8.000	11.000	14.400
Γ	6.400	9.200	12.800

Σημείωση: Στις παραπάνω τιμές δεν περιλαμβάνεται ο κλιματισμός ο οποίος ορίζεται στις 1.200 δεχ. για το δωμάτιο και στις 1.500 για τα διαμερίσματα.

Στην συνέχεια θα κάνουμε μια σύντομη αναφορά στις επιχειρήσεις στον κλάδο του Τουρισμού.

α. Τουριστικά γραφεία: Όσον αφορά τα τουριστικά γραφεία, οι αλλαγές στο ισχύον νομικό πλαίσιο στη λειτουργία των γραφείων αυτών, η χορήγηση του Σήματος Λειτουργίας, η είσοδος των τεχνολογιών πληροφορικής κυρίως με τα συστήματα κράτησης και οι νέες τάσεις στην τουριστική αγορά αναμένεται να επηρεάσουν καθοριστικά τις επιχειρήσεις τουριστικών γραφείων και κυρίως την αγορά, καθώς είναι αδύνατο σε ένα μεγάλο αριθμό τουριστικών επιχειρήσεων να προσαρμοστούν στον έντονο ανταγωνισμό, με αποτέλεσμα το κλείσιμο τους ή στην καλλίτερη περίπτωση τη συνένωσή τους με άλλα πιο οργανωμένα για μπορέσουν να επιβιώσουν.

Οι υπηρεσίες του Ε.Ο.Τ. στο τέλος του 1994 είχαν καταγράψει 5.313 επιχειρήσεις τουριστικών γραφείων (πίνακας 15), εκ των οποίων τα 4.305 ήταν γραφεία γενικού τουρισμού και τα υπόλοιπα 1.008 γραφεία εσωτερικού τουρισμού. Παράλληλα οι εκτιμήσεις της αγοράς αναφέρονται σε περίπου 8.000 τουριστικά γραφεία που λειτουργούν. Ένας αριθμός που, αναλογικά είναι μεγαλύτερος από ότι στις υπόλοιπες χώρες της ευρωπαϊκής αγοράς. Εύκολα μπορεί κανείς να καταλάβει ότι η εικόνα αυτή είναι αδύνατο να αντέξει σε μια σειρά μεταβολών, στις οποίες υπόκειται η ταξιδιωτική αγορά. Το πρώτο και μεγάλο ξεκαθάρισμα αναμένεται να γίνει με την ολοκλήρωση των στοιχείων που επεξεργάζονται οι υπηρεσίες του Ε.Ο.Τ. σχετικά με το Σήμα Λειτουργίας.

Εκτιμάται ότι ο συνολικός αριθμός, στον οποίο θα καταλήξει η καταγραφή αυτή, θα είναι κατά 20% μικρότερος, κυρίως λόγω της αύξησης της εγγυητικής επιστολής από 300.000 δρχ. σε 4.000.000

δεχ. για γραφεία γενικού τουρισμού και σε 2.000.000 δεχ. για γραφείο εσωτερικού τουρισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 15

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΕΣΩΤ. ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΕΞΩΤ. ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΘΗΝΑ	1.284	452	1.736
ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	318	82	400
ΚΕΡΚΥΡΑ	300	16	316
ΚΡΗΤΗ	286	45	331
ΡΟΔΟΣ	118	17	135
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ	23	6	29
ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΧΩΡΑ	1.088	411	1.499
ΣΥΝΟΛΟ	3.417	1.029	4.446

* Πηγή: Ε.Ο.Τ.

Η εξαγορά ή η συγχώνευση ταξιδιωτικών γραφείων με πρωταγωνιστές κυρίως τους μεγάλους του χώρου και κυρίως οι πρωτοβουλίες των ξένων αλυσίδων για τοπικούς αντιπροσώπους, αποτελούν τις χαρακτηριστικές περιπτώσεις των επιχειρηματικών συνεργασιών της αγοράς.

Ο έντονος ανταγωνισμός με καθοριστικές οικονομικές επιπτώσεις είναι αδύνατο να αφήσει ανεπηρέαστη την ελληνική ταξιδιωτική αγορά. Τα πρώτα σημεία του ανταγωνισμού αναμένονται μετά τα φετινά αποτελέσματα της τουριστικής κίνησης. Ο πόλεμος των προσφορών θα δημιουργήσει πολλά οικονομικά προβλήματα στο τουριστικά γραφεία αλλά και στο σύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων, ενώ στο ίδιο πλαίσιο θα κινηθεί και το 1996, οπότε

αναμένεται να κορυφωθεί η φετινή τουριστική κίνηση.

Τώρα όσον αφορά τις προμήθειες των τουριστικών γραφείων στη χώρα μας έχουν ως εξής:

- Αεροπορικές Εταιρείες:

Για πτήσεις εσωτερικού 7%

Για πτήσεις εξωτερικού 9%

Για πτήσεις εξωτερικού (ομάδες ταξιδιωτών) 9%

- Εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων 20%-40%

- Ξενοδοχεία 8%-25%

- Σιδηροδρομικές εταιρείες (π.χ. Ο.Σ.Ε. 4%)

- Ναυτιλιακές εταιρείες:

Πλοία εσωτερικού 4%-12%

Πλοία εξωτερικού 12%-20%

Κρουαζιερόπλοια 15%-50%.

Επειδή ο τουρισμός έχει μεγάλη σύνδεση με τη διαφήμιση γι' αυτό κρίνουμε σκόπιμο να αναφερθούμε στις διαφημιστικές δαπάνες των μεγαλύτερων και πιο οργανωμένων ταξιδιωτικών της χώρας μας που σημείωσαν αύξηση της διαφημιστική τους δαπάνη κατά 35,6% το πρώτο εξάμηνο του 1995 έναντι του αντίστοιχου διαστήματος του 1994. Έτσι στην πιο κάτω λίστα αναφέρονται τα δέκα τουριστικά γραφεία ανάλογα με το ποσό διάθεσής τους στη διαφημιστικής τους προβολής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 16

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ - ΙΟΥΛΙΟΣ 1995 (ποσά σε χιλιάδες δραχμές)		
	1995	1994
1. TRAVEL PLAN	247.911	133.080
2. ALEXANDER TRAVEL	119.476	77.046
3. MANOS	108.970	63.056
4. SIGNATURE TRAVEL	49.126	32.797
5. GINIS	42.326	25.877
6. ARDAMOR	35.709	35.881
7. VEN TOURS	29.273	15.684
8. PYRAMIS	27.161	44.441
9. SUNWAVES TRAVEL	22.805	2.594
10. CEL TOUR	14.856	17.118
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ	697.613	447.574

Πηγή: "ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ".

Πάντως θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο σημαντικότερος λόγος αύξησης της διαφημιστικής δαπάνης των τουριστικών γραφείων το φετινό επτάμηνο Ιανουαρίου - Ιουλίου, έναντι του ίδιου διαστήματος πέρυσι, είναι η μείωση της τουριστικής κίνησης. Το μεγαλύτερο μέρος της δαπάνης αυτής αφορά προσφορές που κατκλυσαν τα εγχώρια Μ.Μ.Ε., ειδικά την καλοκαιρινή περίοδο.

Ξενοδοχειακές Μονάδες:

α. Τώρα θα αναφέρουμε τα στατιστικά στοιχεία των ξενοδοχειακών

επιχειρήσεων. Αυτά τα στοιχεία έχουν παρατεθεί σε προηγούμενα πίνακα (β) στο κεφάλαιο της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών. Μελετώντας πάλι τον πίνακα βλέπουμε την τάση που υπάρχει για επενδύσεις σε ξενοδοχεία πολυτελείας, πράγμα που δείχνει ότι οι τουρίστες δέχονται να πληρώσουν κάποιο υψηλότερο τίμημα προκειμένου να εξασφαλίσουν ποιοτικότερη εξυπηρέτηση. Όλα τα υπόλοιπα είδη ξενοδοχειακών επιχειρήσεων μειώθηκαν τα τελευταία χρόνια για το λόγο που προαναφέραμε. Πάντως ως συνολικό συμπέρασμα εξάγουμε από τον πίνακα β, ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες αυξάνονται κατά τις δύο χρονιές. Για το 1995 τα μέχρι τώρα στοιχεία, τα οποία ακόμη δεν έχουν επίσημα συγκεντρωθεί, επιδεικνύουν κι αυτά αύξηση των συνολικών ξενοδοχειακών μονάδων και ειδικότερα για ξενοδοχεία πολυτελείας ειδικότερα όλων των κατηγοριών.

β. Οι ξενοδοχειακές μονάδες είναι η βασικότερη κατηγορία τουριστικών επιχειρήσεων στην οποία στηρίζεται η τουριστική υποδομή μιας χώρας. Σαν πρώτο στοιχείο που παραθέτουμε είναι το γεγονός ότι η ενιαία παρουσίαση των ξενοδοχείων εμφανίζει διαχρονικά ζημιές. Αυτό είναι άξιο απορίας γιατί όπως παρατηρήσαμε στις αφίξεις και διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών σημειώθηκε σταδιακή αύξηση την περίοδο 1990-1995. Μια απάντηση στην απορία αυτή μας δίνει ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης (Ξένα Κεφάλαια / Σύνολο Κεφαλαίων), ο οποίος το 1990 ήταν 51%, ενώ στο τέλος του 1995 έφθασε το 80%. Αυτό σημαίνει ότι τα ελληνικά ξενοδοχειακά χρωστούν τεράστια ποσά, περίπου 76 δις δραχμές, σε τράπεζες και πιστωτικούς οργανισμούς οι οποίοι βέβαια δεν αφήνουν τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να αποκομίσουν τα κέρδη που

παρουσίασαν αυτές τις χρονιές.

Πάντως ο κλάδος των ξενοδοχείων δεν θεωρείται συνολικά ζημιογόνος καθώς πολλές επιχειρήσεις έχουν καταφέρει να παρουσιάσουν μεγάλα κέρδη, αφού έχουν καταφέρει να χρηματοδοτηθούν με δικά τους χρήματα (εσωτερική χρηματοδότηση) ώστε να μην χρωστούν σε εξωεπιχειρησιακούς παράγοντες. Μερικές από τις μεγαλύτερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις όπως αυτές που μετρήθηκαν στο τέλος του 1994 παρουσιάζονται παρακάτω.

ΠΙΝΑΚΑΣ 17

ΕΤΑΙΡΙΕΣ*	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	ΕΣΟΔΑ	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ
ΑΣΤΗΡ Α.Ε.Ε.	4.373.056	5.750.287	8.888.564
ΑΚΤΗΣ ΒΟΛΑΚΑ Α/Ε	718.475	1.376.170	4.652.524
ΓΕΚΕ Α/Ε	424.103	520.817	1.388.065
ΗΛΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α/Ε	423.607	1.202.150	3.249.474
ΣΑΝΕΤ Α/Ε	345.197	882.596	1.059.562
ΑΘΗΝΑΙΟΝ ΞΕΝΟΔ.	325.113	1.670.354	3.518.282
ΚΑΨΗ - ΒΑΡΔΑ, ΤΟΥΡ. ΕΠΙΧ. Α/Ε	306.430	477.002	847.958
ΚΟΛΟΣΣΟΣ, Ο, Α/Ε	283.586	713.757	2.349.546
ΤΙΤΑΝΙΑ Α.Ε.Ε.Τ.Ε	267.307	607.964	1.211.443
ΗΛΕΚΤΡΑ ΠΑΛΛΑΣ ΞΕΝΟΔ.	262.291	401.362	202.485

* Πηγή:

** ποσά σε χιλιάδες δραχμές.

γ. Μαρίνες: Σημαντική αύξηση της ζήτησης θέσεων ελιμενισμού προβλέπει το I.O.B.E. στις μαρίνες σε πρόσφατη σχετική μελέτη του. Από εκτιμήσεις που υπάρχουν το άνοιγμα μεταξύ προσφοράς και ζήτησης θέσεων μαρινών θα αύξανε με μέσο ετήσιο ρυθμό 12%, φθάνοντας στις 17.000 θέσεις το έτος 2.000. Η αντικειμενική αδυναμία δημιουργίας θέσεων νέων μαρινών στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες της Μεσογείου λόγω γεωγραφικών αδυναμιών (Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία), θα μετατοπίσει τη ζήτηση προς την Ελλάδα, η οποία θα κληθεί να την απορροφήσει. Η συνολική υφιστάμενη ζήτηση θέσεων μαρινών στη Μεσόγειο είναι της τάξης των 1.500.000 θέσεων, ενώ οι προσφερόμενες θέσεις κατά το 1994 είναι της τάξης των 300.000.

Στη συνέχεια παραθέτουμε πίνακα που παρουσιάζει τη μέση προσφορά θέσεων μαρινών στην Ελλάδα την περίοδο 1990-1995.

ΠΙΝΑΚΑΣ 18

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΘΕΣΕΩΝ
ΑΛΙΜΟΣ	1.000
ΖΕΑ	950
ΘΕΣ/ΝΙΚΗ, ΑΡΕΤΣΟΥ	300
ΦΛΟΙΣΒΟΣ	370
ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗ	115
ΠΑΤΡΑ	400
ΚΕΡΚΥΡΑ (ΓΟΥΒΙΑ)	450
ΓΛΥΦΑΔΑ	750
ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ	150
ΡΟΔΟΣ	115
ΜΕΘΑΝΑ	150
OLYMPIC MARINE	50
ΣΥΝΟΛΟ	4.800

* Πηγή:

Οι παράγοντες που προσδιορίζουν τη ζήτηση υπηρεσιών μαρινών στη χώρα μας είναι οι εξής:

- οι συνθήκες προσφοράς θέσεων και υπηρεσιών μαρινών στις υπόλοιπες μεσογειακές χώρες,
- οι εξελίξεις στην αγορά σκαφών αναψυχής και
- οι τιμές πώλησης των υπηρεσιών που προσφέρουν οι οργανωμένες μαρίνες και τα τέλη ελιμενισμού.

Πάντως οι τιμές των ελληνικών μαρινών προβλέπονται χαμηλότερες των αντίστοιχων μαρινών των χωρών της Β.Δ. Μεσογείου.

Ο ουσιαστικός ανταγωνιστής στον τομέα αυτό είναι η Τουρκία, η οποία βρίσκεται σε πολύ υψηλότερα επίπεδα ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού. Το 1991 η Ελλάδα δεν διέθετε καμιά μαρίνα υψηλών προδιαγραφών, ενώ η Τουρκία διέθετε 2.856 θέσεις και είχε ήδη αρχίσει να εφαρμόζει πρόγραμμα άμεσης επέκτασης σε 7.000 θέσεις. Σήμερα η Τουρκία εκτιμάται ότι διαθέτει πάνω από 13.600 θέσεις μαρινών οι τιμές των οποίων υπολογίζονται κατά 20% πιο φθηνές απ'αυτές των ελληνικών μαρινών.

δ. Σκάφη αναψυχής: Τα τελευταία χρόνια τα σκάφη αναψυχής αποτελούν μια από τις βασικότερες επιχειρήσεις στον κλάδο.

Η Ελλάδα έχει το μεγαλύτερο αριθμό επιβατηγών σκαφών, αφού φθάνει τα 340 σκάφη με τονάζ που υπερβαίνει τους 800.000 τόρους. Τα σκάφη αυτά είναι όλων των ειδών ακτοπλοϊκά, πορθμεία και κρουαζιερόπλοια. Από τα 340 σκάφη, τα 33 είναι κρουαζιερόπλοια με δυναμικό 20.000 κλινών και απασχολούν 12.000 άτομα.

Το 1990 ήρθαν 5.000 σκάφη και είχαν 47.600 προσεγγίσεις. Η Ελλάδα είναι η μοναδική ίσως χώρα που έχει θεσπίσει κανονιστικές διατάξεις για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού με σκάφη

αναψυχής. Μια σωστή ανάπτυξη θα οδηγήσει μελλοντικά στο σωστό δρόμο του επαγγελματικού γιωτινγκ.

Η πορεία του θαλάσσιου τουρισμού με κρουαζιέρες είναι ανοδική. Η Ελλάδα είναι η μοναδική χώρα για θαλάσσιο τουρισμό που δημιούργησε ένα στόλο κρουαζιεροπλοίων και ένα θεσμικό πλαίσιο προστασίας. Διαθέτουμε σαν χώρα 4.000 περίπου σκάφη αναψυχής διαφόρων τύπων που δραχμοποιούν συνάλλαγμα μέσου ύψους 7 δις δραχμών. Αυτό φυσικά το συνάλλαγμα προέρχεται από τους ναύλους που πραγματοποιούν τα σκάφη, δηλαδή από τα μισθώματα ενοικιάσεως τους.

Βεβαίως το συνάλλαγμα που δραχμοποιείται από τη δραστηριότητα όλων των σκαφών αναψυχής είναι τελικά μεγαλύτερο από αυτό της δραχμοποίησης των ναυλοσυμφώνων. Τούτο γιατί θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη ότι τα καύσιμα, τα εφόδια, τα έξοδα ναυταθλητισμού, οι επιπλέον μισθοί πληρωμάτων, η ενοικίαση αυτοκινήτων, τα οποία επιβαρύνουν τους ναυλωτές.

Υπολογίζεται ότι μετακινούνται γύρω στους 200.000 επισκέπτες ναυλωτές κάθε χρόνο και ξοδεύονται περίπου 250 εκατομύρια δολάρια το χρόνο. Τώρα, όσον αφορά την εθνικότητα των ατόμων που ναυλώνουν τα ελληνικά σκάφη αυτή έχει ως εξής:

- Γερμανοί 40%
- Γάλλοι 12%
- Σκανδιναβοί 15%
- Αμερικάνοι και Αγγλοι 10%

Τα χρηματοοικονομικά στοιχεία του κλάδου αυτού έχουν την εξής μορφή:

1. Ο κλάδος δεν παρουσίασε σταθερότητα τα τελευταία 5 χρόνια, καθώς το 1990 ήταν κερδοφόρος, το 1991 ζημιογόνος, το 1992

ζημιογόνος, το 1993 κερδοφόρος και το 1994 ζημιογόνος.

2. Ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης του κλάδου είναι αντίστοιχα για τα χρόνια: το 1990 70%, το 1991 72%, το 1992 75%, το 1993 76% και το 1994 78%.¹

Η μορφή λοιπόν που έχει πάρει ο κλάδος μας δείχνει μια ευαισθησία του και μια αστάθεια η οποία οφείλεται στη μεγάλη χρησιμοποίηση ξένων κεφαλαίων από τους επιχειρηματίες.

ε. Ενοικιάσεις Αυτοκινήτων

Το "Rent a Car" είναι μια υπηρεσία που καλύπτει τις ανάγκες μετακίνησης ατόμων είτε για επαγγελματικούς είτε για τουριστικούς σκοπούς.

Στην Ελλάδα η δραστηριότητα αυτή ξεκίνησε πριν 30 χρόνια υποκινούμενη από τον τουρισμό, γεγονός που ισχύει και σήμερα σε πολύ μεγάλο ποσοστό. Η ενοικίαση αυτοκινήτου συμβάλλει αποφασιστικά στην προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, που απαιτούν πληρότητα υπηρεσιών και ελευθερία κινήσεως.

Οι σωστά οργανωμένες και με μεγάλα δίκτυα εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων είναι κυρίως αυτές που χρησιμοποιούν διεθνείς τίτλους (πίνακας 19).

Στην Ελλάδα από εκτιμήσεις που υπάρχουν αναμένεται μια μείωση των εσόδων από τις επιχειρήσεις αυτές λόγω του ότι οι προβλεπόμενες αφίξεις θα είναι σχετικά μικρότερες από το 1995. Το γεγονός αυτό αναμένεται να επηρεάσει ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων ενοικιάσεων αυτοκινήτων, που αναγκάστηκαν λόγω του έντονου ανταγωνισμού να λειτουργήσουν με μικρά ή μηδενικά

¹ Πηγή: Περιοδικό " Τουρισμός & Οικονομία ".

περιθώρια καθαρού κέρδους. Σ' αυτό συνέβαλε και ο μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που υπάρχουν στην αγορά, χωρίς να πληρούν τις απαιτούμενες προδιαγραφές αλλά και χωρίς να έχουν τη δυνατότητα να ανταπεξέλθουν σε κάποιες μη ευνοϊκές οικονομικές περιόδους.

Πάντως το μεγάλο πρόβλημα του κλάδου, όπως πολλές φορές έχει εκφραστεί από επιχειρηματίες είναι η κατάσταση που επικρατεί στα ελληνικά αεροδρόμια. Παρά το γεγονός ότι οι χώροι ακριβοπληρώνονται, οι συνθήκες λειτουργίας των ελληνικών αεροδρομίων οι ελλιπείς χώροι, η έλλειψη καθαριότητας, και άλλες αδυναμίες που παρουσιάζει η χώρα μας κυρίως στις πύλες εισόδου της, αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες για τις επιχειρήσεις του κλάδου.

Στον πίνακα (13) αναγράφονται οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων βάση καθαρών κερδών σε χιλιάδες δραχμές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 18
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ 20 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΥ (1994)

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΑΗ	ΕΣΟΔΑ	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	ΑΠΟΛΟΤ. ΙΔ. ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ %	ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘ. ΚΕΡΑΟΥΣ %	COMPANIES
1. ΟΤΟ ΕΛΛΑΣ (HERTZ) Α.Τ.Ε.	301.796	1.662.430	1.706.798	17,68	18,15	AUTO HELLAS (HERTZ) A.E.
2. OLYMPIC "AVIS RENT A CAR" Α.Ε.	191.709	869.482	1.115.934	17,18	22,05	OLYMPIC "AVIS RENT A CAR" A.E.
3. BATEK Α.Ε.	152.432	730.194	802.574	18,99	20,88	VATEK S.A.
4. ΣΤΑΜΟΥ Α.Ε.	134.579	460.776	228.905	58,79	29,21	STAMOY,M, S.A.
5. OLYMPIC CRETE AVIS RENT A CAR Α.Ε.	97.519	421.248	537.977	18,13	23,15	OLYMPIC CRETE AVIS RENT A CAR S.A.
6. MOTORENT HELLAS Α.Ε.	39.519	99.786	154.757	25,54	39,61	MOTORENT HELLAS S.A.
7. SYNERGY ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	31.303	45.041	35.633	87,85	69,50	SYNERGY HELLAS S.A.
8. KOSMOS Ε. ΧΡΗΣΤΟΠΟΥΛΟΣ - Ε. ΓΙΑΝΝΑΚΑΚΙΔΗΣ Ε.Π.Ε.	14.719	64.764	48.153	30,57	22,73	KOSMOS E. CHRISTOPOULOS- E. GIANNAKAKIDIS LTD
9. ΧΟΜΠΥ Ε.Π.Ε.	6.650	47.991	16.035	41,47	13,86	HOBBY LTD
10. ΚΑΡΔΑΡΕΛΗΣ ΑΔΕΣ. & ΣΙΑ Ε.Π.Ε	6.376	91.298	26.427	24,13	6,98	KARDARELLIS ALEX. & CO LTD
11. OLYMPIA ENTERPRISES "VISA" Α.Ε.	5.495	43.132	78.781	6,98	12,74	OLYMPIA ENTERPRISES "VISA" S.A.
12. JUST RENT A CAR Ε.Π.Ε	5.136	23.447	24.758	20,74	21,90	JUST RENT A CAR LTD
13. ΣΙΓΜΑ Α.Ε.	4.591	115.101	145.265	3,16	3,99	SIGMA S.A.
14. ΒΕΛΟ Α.Ε.	4.585	42.225	50.774	9,03	10,86	VELO S.A.
15. HOLIDAY Α.Ε.	4.235	20.815	19.716	21,48	20,35	HOLIDAY S.A.
16. ΠΡΟΠΟΡΕΙΑ ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΙΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ Ε.Π.Ε.	3.249	44.160	30.138	10,78	7,36	AVANCE-RENT A CAR LTD
17. ARENA ΤΡΑΒΕΛ ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΙΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ Ε.Π.Ε	3.204	9.457	9.234	34,70	33,88	ARENA TRAVEL RENT-A-CAR LTD
18. EURODOLLAR Ι.Γ.ΒΟΜΒΥΛΑΣ Α.Ε.	3.090	96.501	69.499	4,45	3,20	EURODOLLAR J.G. VOMVYLAS S.A.
19. ΓΑΛΩΝΗΣ Δ. "ΑΤΤΙΚΗ" Ε.Π.Ε	3.061	49.069	36.952	8,28	6,24	GALONIS D. "ATTIKI" LTD
20. ΠΡΙΣΜΑ Ε.Π.Ε	2.772	14.384	16.860	16,44	19,27	PRISMA LTD

* Πηγή: "ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ"

Από τα υπάρχοντα στοιχεία του κλάδου προκύπτουν τα εξής:

- Εταιρίες ενοικίασης 2.000
- Ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα 30.000
- Υπάλληλοι 5.500
- Εισαχθέν συνάλλαγμα 25 δις
- Έμμεσοι φόροι 4,5 δις
- Άμμεσοι φόροι 3 δις
- Ενοίκια στην Υ.Π.Α 250 εκατομμύρια

Τα στοιχεία αυτά αφορούν όλη την Ελλάδα και αναφέρονται στην χρονιά 1995.

Οι βασικότερες πηγές κρατήσεων ενοικιάσεων αυτοκινήτων είναι:

- Ταξιδιωτικοί πράκτορες
- Ταξιδιωτικά πρακτορεία
- Αεροπορικές εταιρίες

Παρά τις απαισιόδοξες προβλέψεις για το 1996, οι προβλέψεις για το μέλλον του κλάδου θα είναι καλές. Οι εταιρίες που θα επενδύσουν στη σωστή και γρήγορη εξυπηρέτηση, σε σωστό προϊόν και με ανταγωνιστικές τιμές, αυτές και μόνο θα απολαύσουν τις τεράστιες δυνατότητες που επιφυλάσσει το μέλλον του κλάδου.

- ΚΑΖΙΝΟ

Τα καζίνο θα τα εξετάσουμε όχι ως τουριστική επιχείρηση αλλά σαν ιδιωτικές επιχειρήσεις οι οποίες συνδέονται έμμεσα με τον τουρισμό καθώς αποφέρουν έσοδα αλλά και γενικότερα στην οικονομία της χώρας.

Το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο δεν προβλέπει κανένα είδος εμποδίου στον ξέφρενο χώρο των δεκάδων δις που παίζονται στα

καζίνο, Όπως προχωρεί όλη η υπόθεση αρχίζουν να εκφράζονται προβληματισμοί από όλες σχεδόν τις πλευρές για το ουσιαστικότερο θέμα που ενδιαφέρει τον τουριστικό κόσμο, τα οφέλη δηλαδή που μπορεί να έχει ο ελληνικός τουρισμός. Μέχρι στιγμής σημαντικά οφέλη δεν έχουν υπάρξει, αλλά αυτό δεν θα πει ότι δεν είναι και ορατά στον ορίζοντα. Πάντως γίνονται συμβάσεις με τις κοινοπραξίες των καζίνο οι οποίες περιλαμβάνουν τη δημιουργία "ρεύμα" ξένων επισκεπτών που θα έρχονται με βασικό σκοπό να παίξουν στα καζίνο και να περάσουν κάποιες μέρες στη χώρα διαμένοντας στα προαναφερθέντα ξενοδοχεία.

Σαν παράδειγμα τέτοιων συμφωνιών αναφέρουμε ότι η CLUB HOTEL έφερε ένα μεγάλο γκερούπ παικτών (400 άτομα) από το Ισραήλ για να παίξουν στο καζίνο του Λουτρακίου και να διαμένουν στο ξενοδοχείο του.

Βάσει των διαφόρων συμβάσεων προβλέπεται ακόμη φόρος πληρωτέος στον Ε.Ο.Τ. αξίας 1,2 δις ετησίως για τις άδειες των καζίνο στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Κρήτη, 200 εκ.δραχ. για το καζίνο στη Ρόδο, Κέρκυρα και Πάτρα. Και τέλος 50 εκ.δραχ. για τα υπόλοιπα καζίνο. Οι όροι των αδειών προβλέπουν εκτεταμένες επενδύσεις σε έργα υποδομής που σχετίζονται με τον τουρισμό, ειδικά στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη.

Αυτό για το οποίο δεν υπάρχει καμμία αμφιβολία, είναι ότι τα καζίνο δίνουν μια νέα δυναμική, όσον αφορά την κίνηση εν γένει κυρίως στις περιοχές που αντιμετωπίζουν προβλήματα πριν και μετά την περίοδο αιχμής, όπως η Ρόδο, η Φλώρινα, η Σύρος και η Αχαΐα.

Τα προβλήματα αυτά είναι κυρίως η ανεργία και η οικονομική στενότητα των πολιτών κατά τη διάρκεια της μη τουριστικής

περιόδου καθώς αυτά μέρη στηρίζονται οικονομικά κατά ένα μεγάλο ποσοστό από το τουρισμό.

Τα καζίνο σε αριθμούς έχουν ως εξής για τον μήνα Νοέμβριο του 1995:

ΠΙΝΑΚΑΣ 19

	ΛΟΥΤΡΑΚΙ	ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ	ΠΑΡΝΗΘΑ
ΤΖΙΡΟΣ	6,5 ΔΙΣ	4 ΔΙΣ	3,7 ΔΙΣ
ΚΕΡΔΗ	1,3 ΔΙΣ	1,1 ΔΙΣ	913.000.000
ΠΟΣΟΣΤΟ ΚΕΡΔΩΝ ΕΠΙ ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ	20%	27,5%	24,6%
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΗΜΕΡΗΣΙΟΥ ΤΖΙΡΟΥ	209.677.000	129.032.000	119.355.000
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΕΡΔΩΝ ΑΝΑ ΜΕΡΑ	41.936.000	35.484.000	29.452.000
ΚΕΡΔΗ ΑΠΟ "ΚΟΥΛΟΧΕΡΗΔΕΣ"	161.000.000	175.000.000	-

Πηγή:

Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι τα καζίνο του Λουτρακίου και του Πόρτο Καρράς είναι ιδιωτικά, ενώ της Πάρνηθας είναι κρατικό. Φανερό είναι το γεγονός ότι τα κέρδη των δύο ιδιωτικών καζίνο είναι υψηλότερα απ' αυτά της Πάρνηθας και για το λόγο αυτό τα κρατικά καζίνο προχωρούν σε πακέτα νέων προσφορών και νέων παροχών για προσέλκυση πελατών.

ΤΑ ΚΑΖΙΝΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1) ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ: Το καζίνο άνοιξε στις 18 Μαΐου 95' στο ξενοδοχείο "Σιθωνία" του τουριστικού συγκροτήματος "Πόρτο Καρράς". Ως στόλος έχει θέσει το καζίνο τζίρο 13 δις, που μάλλον είναι εύκολο να επιτευχθεί.

2) ΛΟΥΤΡΑΚΙ: Το καζίνο άρχισε να λειτουργεί στα μέσα Σεπτεμβρίου 1995 σε ένα παλιό νεκροταφείο αυτοκινήτων. Θα κάνει μεγάλη επένδυση συνολικού ύψους 25 εκατομμυρίων για την κατασκευή ενός ξενοδοχείου 5 αστέρων με 300 δωμάτια, με υπερσύγχρονη μαρίνα και συνεδριακό κέντρο. Ο στόχος για ετήσιο τζίρο είναι 12 δις ενώ αρχικά ήταν 9 δις.

3) ΞΑΝΘΗ: Το ιδιωτικό αυτό καζίνο αναμενόταν να ανοίξει στις αρχές Δεκεμβρίου του 1995. Το τίμημα της άδειας ήταν 250.000.000 δρχ., ενώ τα προσδοκώμενα κέρδη φθάνουν στα 8 δις. Το καζίνο αυτό διεκδικεί το τίτλο του ωραιότερου καζίνο στην Ελλάδα. Το 20% των Μ. Κερδών πάει στο Δημόσιο.

4) ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: Η κοινοπραξία έχει λάβει την άδεια και το καζίνο προβλέπεται να λειτουργήσει στο τέλος του 1996. Η άδεια κόστισε 8 δις, τα προσδοκώμενα κέρδη φθάνουν στα 22 δις και στο δημόσιο πηγαίνει το 30% των μεικτών κερδών.

5) ΡΟΔΟΣ: Η κοινοπραξία δεσμεύεται για επενδύσεις ύψους 20.000.000.000. δις.δρχ. στο νησί. Το τίμημα για την άδεια είναι 1,5 δις και τα προσδοκώμενα κέρδη 17 δις από τα οποία 30% πηγαίνουν στο δημόσιο.

6) ΑΧΑΪΑ: Η άδεια δόθηκε και κόστισε 1,5 δις. Θα στεγάζεται στο "ΠΟΡΤΟ ΡΙΟ", τα προσδοκώμενα κέρδη είναι 9 δις και το ποσοστό του δημοσίου θα είναι 30%. Για αυτό το καζίνο κατατέθηκε μια μόνο προσφορά από την κοινοπραξία "THEROS". Μέτοχοι είναι οι αδελφοί

Μαυράκη.

7) ΣΥΡΟΣ: Η άδεια κόστισε 250.000.000 δρχ. Τα κέρδη είναι 5 δις και το δημόσιο παίρνει το 20%.

8) ΦΛΩΡΙΝΑ: Το τίμημα της άδειας ήταν 250.000.000 δρχ., κέρδη προσδοκώμενα 4 δις και το ποσοστό του δημοσίου ήταν 20%.

Στους διαγωνισμούς που έγιναν για τα καζίνο της Δοϊράνης, Κρήτης, Κέρκυρας και του Φλοίσβου υπήρξαν προβλήματα και οι άδειες δεν δόθηκαν για λόγους χωροταξικούς, περιβαλλοντολογικούς και κοινωνικούς.

Τέλος σαν γενικό συμπέρασμα για τις επιχειρήσεις του κλάδου του τουρισμού μπορούμε να πούμε ότι η δημιουργία δυναμικών τουριστικών επιχειρήσεων αποτελεί αναγκαιότητα στην ελληνική τουριστική επιχειρηματική πραγματικότητα. Ετσι πράξεις εξαγορών και συγχωνεύσεων θα διαδραματίσουν στο μέλλον ένα ιδιαίτερο και καθοριστικό ρόλο στις ανάγκες και τις προοπτικές των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων. Η συνένωση ομοειδών επιχειρήσεων ώστε να αποκτηθεί η απαραίτητη δυναμική και δυνατότητα για τη χρησιμοποίηση σύγχρονων μέσων και εργαλείων πρόωθησης και προβολής της επιχείρησης αποτελεί για τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις, όπως άλλωστε έχει εκφραστεί από επιχειρηματίες του χώρου, αναγκαία επιχειρηματική επιλογή. Στις νέες συνθήκες αγοράς η δημιουργία νέων εταιριών θα πρέπει να εκπληρώνει πλέον συγκεκριμένες ανάγκες όχι μόνο της εγχώριας αγοράς αλλά γενικότερα των αναγκών του κλάδου. Πάντως θεωρείται ότι οι ρυθμοί αυτοί αξιοποίησης των πράξεων συγχωνεύσεων και εξαγορών είναι ιδιαίτερα αργοί.

ΚΙΝΗΤΡΑ - ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ - ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ο νέος αναπτυξιακός νόμος 2234/94 προσδιορίζει ποια θα είναι τα κίνητρα για επενδύσεις μιας τουριστικής πολιτικής, η οποία έχει διαμορφωθεί με επίκεντρο το βασικό προγραμματικό στόχο της προστασίας του περιβάλλοντος.

Τα κίνητρα του αναπτυξιακού νόμου αφορούν συνοπτικά:

α) Ολοκληρωμένες επενδύσεις εκσυγχρονισμού κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Στόχος: Αναβάθμιση ποιότητας τουριστικής ανάπτυξης (ΠΟΤΑ).

Στόχος: Ποιοτική αναβάθμιση και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος.

γ) Επενδύσεις σε νέα ξενοδοχειακά καταλύματα εντός "ζωνών τουρισμού - αναψυχής" και σε παραδοσιακά κτίσματα.

Στόχος: Περιορισμένη επέκταση της τουριστικής προσφοράς και η διαφοροποίηση της.

Από τα παραπάνω κίνητρα μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι:

- Το κίνητρο (α) προορίζεται να εφαρμοσθεί σε ολόκληρη την επικράτεια με προτεραιότητα τις αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές, όπου υπάρχει μεγάλος αριθμός ξενοδοχείων που χρήζουν εκσυγχρονισμού.

- Το κίνητρο (β) εφαρμόζεται συγκεκριμένα σε μικρό αριθμό ΠΟΤΑ και έχει στόχο να συμπληρώνει την προσφορά αναπτυγμένων περιοχών με καταλύματα υψηλής στάθμης και ειδική τουριστική υποδομή καθώς και να επιδιώξει τουριστική ανάπτυξη μη αναπτυγμένων περιοχών. Έτσι ώστε να αποφευχθεί η απόλυτη εξάρτηση των περιοχών αυτών από το μαζικό τουρισμό και τα επακόλουθα της εξάρτησης αυτής.

- Το κίνητρο (γ) αφορά κατά προτεραιότητα τις αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές, η τουριστική προσφορά των οποίων χηίζει στήριξης, με έργα ειδικής τουριστικής υποδομής, προκειμένου να ανοιχθεί σε πελατεία ειδικών μορφών τουρισμού (συνεδριακού, αθλητικού). Αυτό θα επιφέρει επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου των περιοχών αυτών.

- Το κίνητρο (δ) το οποίο είναι το μόνο κίνητρο που αφορά την επέκταση της τουριστικής προσφοράς και το οποίο χρηματοδοτεί μεμονομένες μονάδες, μεσαίου κατά προτίμηση μεγέθους, σε περιοχές με ανεπαρκή ξενοδοχειακή προσφορά, να δημιουργήσουν νέες ξενοδοχειακές κλίνες πάντα μέσα στις ζώνες τουρισμού.

Στόχος βέβαια δεν είναι να δημιουργηθούν νέοι προορισμοί μαζικού τουρισμού, αλλά να καλυφθούν οι τουριστικές και κοινωνικές ανάγκες των περιοχών αυτών.

Μέσα στα πλαίσια της γενικότερης τουριστικής ανάπτυξης ο Ε.Ο.Τ. είχε προγραμματίσει να εκτελέσει μια σειρά έργων ειδικής τουριστικής υποδομής για το 1995. Από αυτά ο οργανισμός κατάφερε να ολοκληρώσει 37 έργα αξίας 5,5 δις ενώ άλλα 31 έργα προϋπολογισμού 9 δις βρίσκονται υπό κατασκευή. Τα έργα που ολοκληρώθηκαν ή κατασκευάζονται ακόμα καλύπτουν όλες τις περιοχές της χώρας και η χρηματοδότηση τους προήλθε είτε από κοινοτικά προγράμματα είτε από το κονδύλι των δημοσίων επενδύσεων. Πατράκτω θα παραθέσουμε μερικά από τα έργα τα οποία έχουν ολοκληρωθεί:

1) Προστασία διαβρούμενης ακτής Αγ. Νικολάου Κρήτης. Τελική δαπάνη: 110.000.000 δρχ.

2) Επισκευή και διαρύθμιση κτισμάτων φόρου Κρανάης σε μουσείο. Τελική δαπάνη: 29.700.000 δρχ.

- 3) Βιολογικός καθαρισμός Ι.Π Καϊάφα. Τελική δαπάνη: 44.000.000 δρχ.
- 4) Κατασκευή Μ/Σ Κακαβιάς. Τελική δαπάνη: 900.000.000 δρχ
- 5) Ανακαίνιση "Ξενία" Λαγονησίου Α' φάση. Τελική δαπάνη: 150.000.000 δρχ.
- 6) Ανακαίνιση "Ξενία" Λαγονησίου Β' φάση. Τελική δαπάνη: 508.000.000 δρχ.
- 7) Κατασκευή Μ/Σ Ορμενίου. Τελική δαπάνη: 630.000.000 δρχ.
- 8) Επισκευή παρασπίτου Μακρυνίτσας Πηλίου. Τελική δαπάνη: 100.000.000 δρχ.
- 9) Εγκατάσταση πυρασφάλειας στο ΜΟΝΤ ΠΑΡΝΕΣ. Τελική δαπάνη: 32.000.000 δρχ.
- 10) Κατασκευή τμήματος πάρκου μαρίνας Φλοίσβου. Τελική δαπάνη: 300.000.000 δρχ.
- 11) Εγκατάσταση κολυμβητικής δεξαμενής Θεσ/κης. Τελική δαπάνη: 100.000.000 δρχ.
- 12) Επεξεργασία και διάθεση λυμάτων ανακτόρου Αχιλλείου Κέρκυρας. Τελική δαπάνη: 28.000.000 δρχ.

Περνώντας τώρα από τις δημόσιες επενδύσεις στις ιδιωτικές αυτές στο α' εξάμηνο του 1995 ανήλθαν στο ύψος των 15,17 δις για εκσυγχρονισμό 21 ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Οι συνολικές επιχορηγήσεις που θα διατεθούν γι' αυτές τις επενδύσεις ανέρχονται στα 4,3 δις. Οι παραπάνω επενδύσεις καταγράφονται στον πίνακα (14).

Σαν παρατηρήσεις βάσει αυτού του πίνακα είναι ότι στο νομό Αττικής γίνονται οι περισσότερες σε αριθμό επενδύσεις σ' αυτή τη περίοδο, δείχνοντας έτσι μια τάση των επιχειρηματιών για εκσυγχρονισμό των ξενοδοχείων που βρίσκονται στην Αθήνα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι εκρεμμούν επενδύσεις του ύψους 1,223 δις. για την ανέγερση ή επέκταση 10 ξενοδοχειακών μονάδων οι οποίες εγκρίθηκαν και ολοκληρώθηκαν το τελευταίο χρονικό διάστημα. Οι επενδύσεις αυτές είχαν εγκριθεί με τον προηγούμενο αναπτυξιακό νόμο και λόγω έλλειψης χρημάτων η ολοκλήρωση τους παρέμεινε εκρεμής.

Εντεκα τουριστικές επενδύσεις ύψους 2,7 δις.δρχ. και επιχορηγήσης 760 εκατομ. δρχ. εγκρίθηκαν το α' εξάμηνο για Μακεδονία και τη Θράκη. Στο σύνολο της χώρας στο πρώτο εξάμηνο του 95' εγκρίθηκαν συνολικές επενδύσεις ύψους 30,9 δις δρχ. και επιχορήγηση 8,3 δις δρχ. Οι δέκα επενδύσεις είναι συνολικού προϋπολογισμού 2,2 δις δρχ. και αιτούμενης επιχορήγησης 561 εκατ.δρχ. και αφορούν στον εκσυγχρονισμό αντίστοιχων ξενοδοχειακών μονάδων στην Κεντρική Μακεδονία.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΓΚΡΙΘΕΙΣΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟΥ 1995
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ	ΤΟΠΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ σε χιλ. δολαρίων	ΥΨΟΣ ΕΠΙΧ./ΣΗΣ σε χιλ. δολαρίων	ΝΕΕΣ ΘΕΣΕΙΣ
ΡΕΕΤΕ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	ΡΟΔΟΣ Ν. ΔΩΔΕΚ/ΣΟΥ	710.000	177.500	24
ΕΛΤΟΝΕ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΑΤΤΙΚΗΣ	420.000	105.000	0
ΑΝ.ΞΕΝ. & ΤΟΥΡ.ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΣΤΥ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΑΤΤΙΚΗΣ	632.850	158.212,5	0
ΛΕΩΝΙΔΑΣ ΑΥΔΗΣ ΤΕΧΝ. & ΞΕΝ.ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	320.000	80.000	0
ΤΟΥΡ. ΕΠΕΝΔ.ΞΕΝ. ΡΟΔΑ ΜΠΗΤΣ	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΚΕΡΚΥΡΑΣ	890.000	222.500	0
ΑΓΑΠΗ ΜΠΗΤΣ ΞΕΝ.ΕΠΙΧ./ΣΕΙΣ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	515.000	128.750	0
ΕΠΙΧ./ΣΕΙΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ Α.Ε. ΦΑΙΑΣ	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΚΕΡΚΥΡΑΣ	680.000	170.000	0
ΔΙΒΑΝΗ ΑΚΡΟΠΟΛΙΣ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΑΤΤΙΚΗΣ	317.000	79.250	0
ΔΗΜΗΤΡΑ ΜΠΗΤΣ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	ΚΩΣ Ν. ΔΩΔΕΚ/ΣΟΥ	420.000	126.000	4
ΤΟΥΡ. ΞΕΝ.ΕΠΙΧ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΧΑΝΙΩΝ	900.000	225.000	0
ΗΑΡΙΜΑC ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	592.400	148.100	9
ΑΣΤΗΡ Α.Ε.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΑΤΤΙΚΗΣ	700.000	175.000	0
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΚΤΗΜΑΤΙΚΗ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ	374.300	93.575	0
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΧΑΝΔΡΗ	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΑΤΤΙΚΗΣ	908.000	227.000	0
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΡΑΒΕΛ Α.Ε.	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΑΤΤΙΚΗΣ	840.000	210.000	0
ΑΚΤΗ ΜΥΡΙΝΑ	ΕΠΕΚΤΑΣΗ & ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΛΗΜΝΟΥ	1.927.640	813.955	84
ΞΕΝ. ΕΠΙΧ. Θ. ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ Α.Ε.	ΙΔΡΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ	Ν. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	1.420.000	355.000	50
ΦΥΣΙΚΗ ΖΩΗ - ΤΣΑΡΒΙΛΗΣ	ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΥ	Ν. ΛΑΚΩΝΙΑΣ	177.000	53.100	6
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ ΚΑΨΗ	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	ΡΟΔΟΣ Ν. ΔΩΔΕΚ/ΣΟΥ	1.000.000	250.000	0
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ ΚΑΨΗ	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	900.000	225.000	0
ΑΚΤΗ ΚΑΡΔΑΜΑΙΝΑ ΚΩΣ	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	ΚΩΣ Ν. ΔΩΔΕΚ/ΣΟΥ	543.818	163.145	10
ΑΝ. ΞΕΝ. ΤΟΥΡ. ΕΤ. ΚΑΛΑΜΩΝ ΡΕΧ	ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	Ν. ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	493.000	147.900	25
		ΣΥΝΟΛΟ	15.681.008	4.333.987,5	212

Ένα ακόμη βήμα στο πλαίσιο των επενδύσεων είναι και η κατασκευή μιας νέας τουριστικής μονάδας μπαγκαλόους στη Χαλκιδική (θα αποτελείται από 100 συνολικά μπαγκαλόους εκ των οποίων τα 93 θα είναι δίχωρα και τα 10 μονόχωρα). Ο προϋπολογισμός του έργου ανέρχεται σε 2,4 δις δρχ., εκ των οποίων το 1 δις θα χρηματοδοτηθεί με ίδια κεφάλαια και τα υπόλοιπα με τραπεζικό δανεισμό. Η ολοκλήρωση του έργου τοποθετείται ως το τέλος του 1996.

Τώρα όσον αφορά τα ελληνικά νησιά ο πρώην υπουργός Τουρισμού είχε ανακοίνωσε ότι έχει ολοκληρωθεί το πρώτο στάδιο κατασκευών για 9 μαρίνες σε Θάσο, Σκύρο, Χίο, Σάμο, Κω, Αγ. Νικόλαο, Αγία Γαλήνη, Πύλο και Ζάκυνθο, τα οποία έργα θα χρηματοδοτηθούν από το δεύτερο κοινοτικό πλαίσιο στήριξης. Παράλληλα προχωρά η διαδικασία κατασκευής 8 νέων μαρινών σε Ρόδο, Αργοστόλι, Μάλια, Μυτιλήνη, Μεσολόγγι, Κατάκολο, Ικαρία και Πρέβεζα διαδικασία που βρίσκεται σήμερα στο στάδιο των μελετών.

Στη Μύκονο υπάρχει προγραμματισμός για μια σειρά έργων που ήδη έχει ξεκινήσει. Μεταξύ των έργων αυτών είναι:

- 1) Το λιμάνι κρουαζιερόπλοιων στην περιοχή του Τουρλούμε προϋπολογισμού 5 δις.
- 2) Η επέκταση του αεροδρομίου με προϋπολογισμό 1 δις.
- 3) Η κατασκευή της περιφερειακής οδού.

Επίσης όσον αφορά την Κρήτη έχουμε προγραμματήσει επενδύσεις ύψους 6 δις δρχ. για τη δημιουργία δικτύου τεσσάρων γηπέδων, ένα σε κάθε νομό με πρωτοβουλία του Ε.Ο.Τ. και τη συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης, τουριστικών φορέων και ιδιωτών. Η χρηματοδότηση των επενδύσεων θα πραγματοποιηθεί, από τον αναπτυξιακό νόμο με επιχορήγηση 35% και τη συμμετοχή του Ε.Ο.Τ.,

που ανέρχεται στα 400 εκατ. για κάθε γήπεδο.

Μετά την σύντομη αναφορά που προσπαθήσαμε να κάνουμε σε σχέση με τις επενδύσεις, που έγιναν στην Ελλάδα τον τελευταίο χρόνο και σ' αυτές που βρίσκονται κοντά στην ολοκλήρωσή τους, θεωρούμε σωστό να αποσαφηνίσουμε τη σημασία που έχουν οι κρατικές επιχορηγήσεις όπως αυτές προβλέπονται στον Κρατικό προϋπολογισμό. Συγκεκριμένα ο προϋπολογισμός του Υπουργείου Τουρισμού για το 1995 ήταν: 5,502 δις δεχ. σύνολο. Απ' αυτά διατέθηκαν 2,600 δις δεχ. στον Ε.Ο.Τ. - 2,200 δις στη σχολή τουριστικών επαγγελματιών και 702 εκατ στο Υπουργείο Τουρισμού τα οποία διανέμονται ως εξής: 282 εκατ. για υπηρεσίες - 150 εκατ. για αγαθά και κεφαλαιουχικό εξοπλισμό και 270 εκατ. για διάφορα άλλα έξοδα.

Οι προβλεπόμενες επιχορηγήσεις για την πενταετία 1995-1999 όσον αφορά τις τουριστικές επενδύσεις εκσυγχρονισμού, δημιουργίας νέων ξενοδοχειακών μονάδων και μετατροπής ή επέκτασης παραδοσιακών κτισμάτων σε ξενοδοχειακά καταλύματα ανέρχεται στο ύψος των 14 δις δεχ., ενώ για τη δημιουργία εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής το ίδιο διάστημα θα δοθεί το ποσό των 4 δις δεχ. σε επιχορηγήσεις.

Πάντως γενική διαπίστωση είναι ότι τα 130 δις που είναι τα κονδύλια που διέθεσε το κράτος από το Β' κοινοτικό πλαίσιο στήριξης είναι ανεπαρκή προς ένα Υπουργείο το οποίο έχει τεράστιες ανάγκες και υψηλές προοπτικές. Μάλιστα ο πρώην Υπουργός δέχθηκε πιέσεις να διαθέσει 300 δις για τον Τουρισμό από το Β' πακέτο αλλά αυτό δεν έγινε γιατί δόθηκε μεγάλο μέρος των χρημάτων στο Υπουργείο Πολιτισμού. Η ύπαρξη της επιτακτικής ανάγκης για επιδοτήσεις σε τουριστικές επενδύσεις είναι πια εμφανής και ο πρώην Υπουργός Τουρισμού Ν. Σηφουνάκης είχε προτείνει αύξηση της

τάξης του 15% των επιδότσεων για ενθάρρυνση των επενδυτών.

Παράλληλα το Υπουργείο Τουρισμού και ο Ε.Ο.Τ. προχωρούν στον επανακαθορισμό "ζωνών τουρισμού - αναψυχής", που αφορούν μη κορεσμένες τουριστικά περιοχές και στις οποίες είναι δυνατή η επιχορήγηση και η επιδότηση επιτοκίου για τη δημιουργία νέων κλινών. Ο επανακαθορισμός των "ζωνών" αυτών θα γίνει ανάλογα με τις υφιστάμενες ελλείψεις σε κλίνες και ξενοδοχειακό δυναμικό.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Ο νέος αναπτυξιακός νόμος 2324/95, τα κίνητρα για επενδύσεις που ο ίδιος θέσπισε και τέλος οι επενδύσεις οι οποίες έγιναν ή αναμένεται να γίνουν επιφέρουν οπωσδήποτε ευνοϊκές εξελίξεις στον τομέα του τουρισμού καθώς η υποδομή βελτιώνεται, οι εγκαταστάσεις εκσυγχρονίζονται οι τουριστικές περιοχές αναβαθμίζονται και δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας.

Οπωσδήποτε βελτιώσαμε τα αεροδρόμιά μας, όπως της Κέρκυρας και της Αθήνας και αναβαθμίσαμε κάπως τις χερσαίες πύλες εισόδου και τους μεθωριακούς σταθμούς μας όπως και τα λιμάνια μας.

Εξασφαλίσαμε μια πιο ποιοτική προσφορά υπηρεσιών η οποία είναι και επιτακτική ανάγκη της εποχής μας. Οπωσδήποτε λοιπόν ωφελούν οι επενδύσεις αλλά και επιχορηγήσεις γι' αυτές τις επενδύσεις αλλά δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι χρειάζεται ακόμα περισσότερη δουλειά, κυρίως στον τομέα της οργάνωσης των προσπαθειών καθώς τα αρνητικά σημεία είναι πολλά.

Στη συνέχεια θα αναφερθούμε σε μερικά από αυτά. Σαν πρώτο είναι οι εκκρεμείς επιχορηγήσεις με αποτέλεσμα οι επενδυτές να μην μπορούν να ολοκληρώσουν τα έργα τους. Δεύτερο είναι το ύψος κονδυλίων που διαθέτει το Υπουργείο Τουρισμού, που δεν είναι

ικανό να καλύψει τις διαρκώς μεγαλύτερες ανάγκες του τουρισμού, που σύμφωνα με πολλούς ειδικούς πρέπει να δέχεται περισσότερα χρήματα από άλλα Υπουργεία που είναι λιγότερο παραγωγικά.

Ένα άλλο μειονέκτημα είναι ότι οι επενδυτές δεν διευκολύνονται προκειμένου να φτιάξουν μια τουριστική επιχείρηση είτε αυτή είναι ξενοδοχείο ή οτιδήποτε άλλο. Αυτό συμβαίνει γιατί βρίσκουν μπροστά τους τεράστιους γραφειοκρατικούς μηχανισμούς και εμπόδια στην διακπεραίωση των στόχων τους. Πιο συγκεκριμένα η διαδικασία για την εξασφάλιση όλων των απαραίτητων χαρτιών που χρειάζονται, όπως είναι οι άδειες πρέπει να πάνε σε 9 διαφορετικές υπηρεσίες του δημοσίου για να αποκτήσουν αυτές τις άδειες. Και όλα αυτά αν είναι για τον Έλληνα επενδυτή δύσκολα να τα ξεπεράσει για τον ξένο είναι αφόρητα και ο ίδιος προτιμά πολλές φορές την έτοιμη εξαγορά ξενοδοχείων ή άλλων τουριστικών επιχειρήσεων.

Ευθύνες επίσης καταλογίζονται στην πολιτεία για τη μη ρύθμιση των ληξιπρόθεσμων οφειλών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που δημιουργήθηκαν μετά τον εκτοκισμό των δανείων εκ μέρους των τραπεζών. Έτσι σαν αποτέλεσμα έχουμε ότι πολλές ξενοδοχειακές μονάδες να πληγούν, ιδίως τα τελευταία δύο χρόνια, και πολλές απ' αυτές δεν κατάφεραν να ξεπεράσουν τα προβλήματα τους με αποτέλεσμα να οδηγηθούν πολλά απ' αυτά ή σε κλείσιμο ή σε εξαγορά ή σε συγχώνευση.

Η πολιτεία δεν έλαβε υπόψη της ότι πολλές από τις οφειλές των ξενοδοχειακών μονάδων δημιουργήθηκαν εκ λόγων ανωτέρας βίας όπως: πολεμικές διενέξεις στον Περσικό και στη Γιουγκοσλαβία και σε συνδυασμό ότι και η πολιτεία καθυστερεί τις επιδοτήσεις και τις διάφορες οφειλές της εξαναγκάζει σημαντικά επενδυμένα κεφάλαια σε αποτυχία.

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι το ευνοϊκό κλίμα το οποίο δημιουργήθηκε από τις συνεχείς επενδύσεις δεν είναι ικανό από μόνο του να επιφέρει μια άριστη αποτελεσματικότητα γιατί για να επιτευχθεί αυτή πρέπει να συμπορευθούν και άλλοι παράγοντες όπως π.χ. (κράτος) το οποίο θα πρέπει να στηρίξει όχι μόνο οικονομικά αλλά και κοινωνικά τον τουρισμό.

Ο τουρισμός είναι χώρος γόνιμος για επενδύσεις στην Ελλάδα κι αυτό τείνει να γίνει γενικά αποδεκτό. Απλά χρειάζεται υπομονή, χρόνος, οργάνωση, αλληλοβοήθεια των διαφόρων φορέων και συνενόηση με την πολιτεία για να πάψουν να υπάρχουν κίνδυνοι πίσω από κάθε επένδυση.

ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η διαφήμιση θεωρείται, τόσο από τους πολιτειακούς παράγοντες όσο και από τους ιδιωτικούς φορείς, ως το Α και το Ω του ελληνικού τουρισμού. Σε μια περίοδο κατά την οποία εντείνεται ο διεθνής ανταγωνισμός μεταξύ των τουριστικών χωρών, η διαφήμιση γίνεται ακρογωνιαίος λίθος για την διατήρηση στα ίδια επίπεδα, αν όχι και για την αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς τις χώρες που έχουν σημαντικές τουριστικές υποδομές.

Στη διεθνή αγορά αυξάνει συνεχώς το μερίδιο των αναπτυσσόμενων χωρών που προσφέρουν και προβάλλουν πακέτα τουριστικών υπηρεσιών, ενώ συστηματικά ακούγονται εκφράσεις όπως "εξωτικός παράδεισος", "μνημείο πολιτισμού", "άλλος τρόπος ζωής".

Η πορεία της ελληνικής τουριστικής οικονομίας κατά το 1995 απέδειξε σε όλους ότι χρειάζεται ένταση των προσπαθειών για να προβληθεί συστηματικά στο εξωτερικό η Ελλάδα και να υπάρξει στροφή του διεθνούς τουριστικού ρεύματος προς αυτήν.

Σε 26 χώρες θα επικεντρωθεί η εθνική διαφημιστική καμπάνια των 5 δις δρχ. που προγραμματίζει ο Ε.Ο.Τ. για το 1996. Στόχος του Ε.Ο.Τ. είναι να αρχίσει η καμπάνια αρχές Ιανουαρίου 1996 και να συνεχισθεί καθόλη τη διάρκεια του χρόνου, με έμφαση βεβαίως στις περιόδους κατά τις οποίες παρατηρείται αυξημένη ζήτηση και κινητικότητα στην αγορά. Το ενδιαφέρον που εκδηλώθηκε από διαφημιστικές εταιρίες της διεθνούς και της ελληνικής αγοράς ήταν έντονο, κυρίως λόγω του σημαντικού κονδυλίου που εξασφαλίστηκε για την εθνική τουριστική καμπάνια.

Όσον αφορά την κατανομή των κονδυλίων ανά χώρα, η εννιαία καμπάνια περιλαμβάνει για πρώτη φορά χώρες τις Αν. Ευρώπης - Ρωσία, Ουκρανία, Τσεχία, Ουγγαρία, Πολωνία, Σλοβακία, Σερβία, Ρουμανία, για τις οποίες συνολικά θα διατεθούν 940 εκατ δρχ. και το Ισραήλ όπου η καμπάνια θα φθάσει τα 100 εκατ δρχ.

Οι παραδοσιακές αγορές της Ευρώπης θα συγκεντρώσουν τα μεγαλύτερα κονδύλια και σημαντική αύξηση προτείνεται για τις Η.Π.Α. 430 εκατ δρχ. από 140 εκατ δρχ. που ήταν πέρυσι και φυσικά τη Ρωσία που θεωρείται αυτή τη στιγμή μια από τις πλέον ελπιδοφόρες και πολλά υποσχόμενες αγορές. Στο σχεδιάγραμμα (6) εμφανίζονται οι δαπάνες για τουριστική προβολή που προαναφέραμε για το 1996.

Σε εξέλιξη βρίσκεται και η υπόθεση της συνδιαφήμισης με τους ξένους τουριστικούς πράκτορες, την οποία χειρίζεται κυρίως το Υπουργείο Τουρισμού. Η ανταπόκριση των τουριστικών οργανισμών ήταν μεγάλη και άρχισαν να καταθέτουν τις προτάσεις και τις προσφορές τους.

Το Υπουργείο Τουρισμού έχει αποφασίσει να διαθέσει ένα κονδύλι ύψους 1,5 δις δρχ. στα προγράμματα συνδιαφήμισης και η

επιλογή των οργανισμών με τους οποίους θα προχωρήσουν τα κοινά προγράμματα, θα γίνει με κριτήρια τη θέση τους στην αγορά, τον αριθμό και την ποιότητα των τουριστών που διακινούν στη χώρα μας, την πολιτική τους απέναντι στην ελληνική αγορά και φυσικά ανάλογα με την αποτελεσματικότητα των προτάσεων που υποβάλλουν.

Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες, αντιμετώπισαν θετικά την πρόταση για συνδιαφήμιση, αλλά έθεσαν και σειρά θεμάτων που κατά την άποψη τους, πρέπει να αντιμετωπισθούν άμεσα από το ελληνικό κράτος.

Το κυρίαρχο θέμα είναι αυτό της βελτίωσης της υποδομής της χώρας μας και των αναπτυξιακών έργων που έχουν δρομολογηθεί. Από την πλευρά τους οι ταξιδιωτικοί πράκτορες έδειξαν ιδιαίτερη επιμονή στην ανάγκη βελτίωσης της κατάστασης των αεροδρομίων, των λιμανιών και των ακτοποϊκών γραμμών.

Ο Ε.Ο.Τ. προχώρησε τον τελευταίο χρόνο στη σχεδίαση και υλοποίηση ενός προγράμματος με χρήση των νέων τεχνολογιών για την καλύτερη και πληρέστερη προβολή του ελληνικού τουρισμού στο εγγύς μέλλον.

Το πρόγραμμα αυτό περιλαμβάνει δύο φάσεις:

- Η πρώτη που αφορά τη συλλογή, ταξινόμηση και παρουσίαση των τουριστικών πληροφοριών σχετικά με ολόκληρη την τουριστική Ελλάδα, βρίσκεται στο τελικό της στάδιο. Έχουν αναπτυχθεί πέντε ηλεκτρονικοί τουριστικοί οδηγοί της Κρήτης, Δωδεκανήσων, Κυκλάδων, Νησίων του Ιονίου και Β. Αιγαίου και της Χαλκιδικής. Κάθε ένας από αυτούς τους ηλεκτρονικούς οδηγούς παρουσιάζει τη συγκεκριμένη περιοχή με χρήση πολυμέσων, συνδυασμό δηλαδή κειμένων, φωτογραφιών, γραφικών, βίντεο, ήχου και προβολής και περιλαμβάνει τεράστιο σε ποικιλία και όγκο αριθμό πληροφοριών.
- Η δεύτερη φάση περιλαμβάνει εγκατάσταση δικτύου ειδικών

αυτόνομων τεματικών σταθμών σε σημεία τουριστικής κίνησης όπως λιμάνια, αεροδρόμια, σταθμοί τρένων και διοδίων, και αποτελεί ένα από τα κύρια εργαλεία προβολής διαφήμισης και τουριστικής πληροφόρησης της χώρας μας.

Οι εφαρμογές του προγράμματος αυτού θα επιτρέψουν αφενός στον υποψήφιο ταξιδιώτη να βρεί οποιαδήποτε πληροφορία χρειάζεται για τις περιοχές της Ελλάδας με οπτικοακουστικό τρόπο και αφετέρου στους τουριστικούς επιχειρηματίες να είναι σε θέση να αναβαθμίσουν τις υπηρεσίες ενημέρωσης και εξυπηρέτησης των πελατών τους εγκαθιστώντας μηχανήματα και υπολογιστές στις επιχειρήσεις τους. Οι ίδιοι οι επιχειρηματίες θα μπορούν να καταχωρούν διαφημίσεις και ενημερωτικό υλικό για τις υπηρεσίες τους. Τέλος δίνεται η δυνατότητα για εισαγωγή στα μεγάλα δίκτυα πληροφορικής του κόσμου όπως του INTERNET.

Η πληροφορική εταιρεία AREIA ανέλαβε την υλοποίηση του παραπάνω προγράμματος και υπέγραψε σύμβαση με τον Ε.Ο.Τ. 300 εκατ δρχ. Ο Ε.Ο.Τ. ωστόσο θα εισπράξει σε πρώτη φάση με την μορφή των αντισταθμιστικών οφειλών 140 εκατ δρχ. από την εταιρεία AREIA για την εκχώρηση του δικαιώματος εισόδου και εκμετάλλευσης του δικτύου και άλλ 60 εκατ δρχ. από την εγκατάσταση των 14 τεματικών σταθμών.

Βάσει της σύμβασης, η εταιρεία υποχρεούται να προβάλλει το τελικό προϊόν στην αγορά της Ελλάδας και το ποσό των 45 εκατ δρχ. για κάθε έτος εκμετάλλευσης. Το ποσό αυτό θα καλύπτεται κατά 20% από τις διαφημίσεις στο CD-ROM και στο δίκτυο, κατά 15% από τις πωλήσεις του CD-ROM και κατά 10% από τις δυνδρομές στο δίκτυο.

Όλα αυτά λοιπόν αφορούν την ηλεκτρονική προβολή του ελληνικού τουρισμού και τη σύνδεση του με τελειοποιημένα

συστήματα πληροφορικής.

Ανεξάρτητα από τις προσπάθειες που έχει κάνει ο Ε.Ο.Τ. για την προβολή του ελληνικού τουρισμού, υπάρχει και μια πρόταση του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) που αφορά τη συνεχή και βάσει μακροπρόθεσμου προγράμματος προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και την εκπόνηση και εκτέλεση ενός στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ πενταετούς διάρκειας.

Ο ΣΕΤΕ υπέβαλε ήδη στο υπουργείο Τουρισμού πρόταση, στην οποία περιλαμβάνονται τα κύρια σημεία ενός τέτοιου σχεδίου, αναλύονται τα πλεονεκτήματα που προσφέρει, οροθετούνται οι στόχοι του και περιγράφεται η σχετική μεθοδολογία. Στην πρόταση αυτή τονίζεται, επίσης, ότι η προσπάθεια προβολής πρέπει να είναι συνεχής (3 - 5 χρόνια τουλάχιστον) και συνεπής, καθώς οι συχνές αλλαγές δεν επιτρέπουν στην τουριστική αγορά να αντιληφθεί και να αφομοιώσει την εικόνα μας.

Στην ανακοίνωση του ο Σ.Ε.Τ.Ε. επισημαίνει, ότι ο σημαντικότερος ίσως λόγος για την ανεπαρκή προβολή της χώρας ήταν ότι ουδέποτε αντιμετωπίσθηκε ως μια ενέργεια ενταγμένη σε ένα συνολικό σχέδιο μάρκετινγκ για τον ελληνικό τουρισμό.

Η εκτέλεση μιας διαφημιστικής καμπάνιας σε τυχαίο χρόνο, επισημαίνει ο Σ.Ε.Τ.Ε., χωρίς σαφείς προσανατολισμούς προς συγκεκριμένες αγορές / στόχους ή και τμήματα αυτών και η επιλογή διαφημιστικών μέσων με μόνο κριτήριο το κόστος και όχι τη σχέση κόστους - απόδοσης, κάθε άλλο παρά ουσιώδη αποτέλεσμα υπόσχεται.

Αναλυτικά, η πρόταση του Σ.Ε.Τ.Ε. περιλαμβάνει τα εξής σημεία:

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (Σ.Σ.Μ)

Ένα Σ.Σ.Μ προσφέρει τα εξής πλεονεκτήματα σε ότι αφορά στην προβολή:

- Σύνδεση διαφημιστικών δραστηριοτήτων με αγορές - στόχους.
- Συνέπεια στην ιεράρχηση των σκοπών και στην προτεραιότητα των αγορών - στόχων.
- Κοινά σημεία και όρους αναφοράς.
- Βοήθεια στη μέτρηση της επιτυχίας του προγράμματος προβολής.
- Συνέχεια μέσω μακροπρόθεσμου σχεδιασμού.

Η προβολή πρέπει να αποτελεί εργαλείο που θα βοηθά στην επίτευξη των στόχων του ελληνικού τουρισμού πρέπει να περιλαμβάνονται τα εξής:

ΣΤΟΧΟΙ

- Διατήρηση και, εάν είναι δυνατόν, αύξηση του μεριδίου της αγοράς.
- Αύξηση της κατά κεφαλήν δαπάνης του τουρίστα και να δικαιολογούν τις τιμές τους.
- Ταυτοποίηση τωρινών και μελλοντικών αγορών και τμημάτων τους, τόσο σε επίπεδο γεωγραφικής προέλευσης όσο και σε επίπεδο ενδιαφερόντων μορφών τουρισμού.

ΜΕΘΟΔΕΥΣΗ

Η ποσοτικοποίηση και ακριβής περιγραφή των ανωτέρω στόχων, ώστε να είναι ρεαλιστικοί, προϋποθέτει μια σειρά ενεργειών όπως:

- Ποσοτική και ποιοτική καταγραφή της υπάρχουσας προσφοράς.
- Αναγνώριση των αναγκών των σημερινών επισκεπτών της Ελλάδας.
- Πρόβλεψη μελλοντικών αναγκών τουριστών.

Οι τρεις αυτές ενέργειες, σε συνδυασμό με:

- έρευνα αγοράς στις χώρες - πηγές για τον ελληνικό τουρισμό
- τμηματοποίηση της αγοράς και
- ανάλυση του ανταγωνισμού για το ελληνικό τουριστικό προϊόν, θα βοηθήσουν στη σωστή διαμόρφωση και θα υποδείξουν την πλέον κατάλληλη τοποθέτηση του τουριστικού μας προϊόντος ανά τμήμα αγοράς. Παράλληλα, θα οροθετηθούν οι στόχοι ανά αγορά / τμήμα αγοράς και θα σχεδιασθεί ο συνδυασμός των στοιχείων του marketing.

Επειτα από όλα αυτά, μπορεί να αρχίσει η προσπάθεια για τη δημιουργία εικόνας για την τουριστική Ελλάδα. Γνωρίζοντας πλέον το προϊόν μας και την καταλληλότητα του για συγκεκριμένες αγορές, η πολιτεία μπορεί να προχωρήσει στον μακροχρόνιο σχεδιασμό

(3 - 5 χρόνια) και εκτέλεση της διαφημιστικής καμπάνιας, με τη σύμπραξη και άλλων ενδιαφερόμενων φορέων, όπως αεροπορικές εταιρίες, ταξιδιωτικοί πράκτορες εισερχόμενου τουρισμού, ξενοδόχους κ.λ.π.

- επιλογή των μέσων διείσδυσης σ' αυτές τις αγορές
- χρησιμοποιώντας τα στον κατάλληλο χρόνο και
- διαθέτοντας κονδύλια στη βάση της σχέσης κόστους - αναμενόμενης ωφέλειας.

Από τα αναφερθέντα ανωτέρω είναι, βέβαια, ευνόητο ότι η εκπόνηση και εκτέλεση ενός Σ.Σ.Μ. πρέπει να ανατεθεί σε ειδικευμένους επαγγελματίες του marketing, ώστε να γίνει σοβαρή και εμπειριστατωμένη δουλειά και όχι προχειρότητες όπως μέχρι σήμερα.

Ομως σαν τελικό συμπέρασμα πρέπει να αναφέρουμε ότι παρά τις όποιες προσπάθειες καταβάλουν οι διάφοροι φορείς και ο Ε.Ο.Τ. για

την προβολή του ελληνικού τουρισμού το αποτέλεσμα δεν πρόκειται να είναι το επιθυμητό, τη στιγμή που το κράτος αποδίδει την ανάλογη σημασία και συνεπώς τα κονδύλια που διαθέτει είναι ανεπαρκή. Σαν γενικότερη παρατήρηση θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ότι σ' αντίθεση με την Ελλάδα οι ανταγωνίστριες χώρες καταβάλλουν τα διπλάσια κονδύλια για την τουριστική τους προβολή.

Εχουν ασκηθεί πιέσεις προς αυτή την κατεύθυνση στο κράτος για αύξηση των κονδυλίων διαφήμισης στο ύψος των 20 δις δρχ. Μάλιστα τα κονδύλια θα μπορούν να εξοικονομηθούν από τις προμήθειες των τραπεζών (γύρω στα 15 δις) και από τα τέλη προς τις κοινότητες τα οποία προέρχονται από τον τουρισμό (γύρω στα 100 εκατ δρχ.). Αρα λοιπόν υπάρχει οικονομική δυνατότητα και τρόπος εξεύρεσης πόρων αρκεί να χρησιμοποιήσουμε σωστά τις μέχρι τώρα υπάρχουσες προοπτικές.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΛΗΨΕΙΣ ΜΕΤΡΩΝ

Η χώρα μας αυτή τη στιγμή βρίσκεται μέσα σε έναν κύκλο μεγάλου ανταγωνισμού ο οποίος αναμένεται να ενταχθεί ακόμη περισσότερο. Αίτιο είναι ότι οι χώρες που προβάλλονται ως ανταγωνίστριες έχουν προβεί στη λήψη τέτοιων μέτρων ώστε να προσφέρουν καλλίτερες και περισσότερες τουριστικές υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να αυξάνουν και το κατά κεφαλήν εισόδημα τους από τον τουρισμό, ενώ η χώρα μας έχει τα χαμηλότερα κατά κεφαλή έσοδα απ' αυτόν ακόμα και από αυτά της Τουρκίας, η οποία έρχεται πρώτη ενώ η Ελλάδα κατέχει την έκτη θέση. Αρα θα πρέπει να προχωρήσουμε στην εξέταση εκείνων των προβλημάτων που αποτελούν εμπόδιο στην ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού, καθώς και στη λήψη τέτοιων μέτρων ώστε η τουριστική μας βιομηχανία να προσαρμοσθεί και να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των σύγχρονων καταναλωτών και της εθνικής μας οικονομίας.

Τα υπαρκτά προβλήματα που απασχολούν τον τουριστικό κόσμο είναι τα εξής:

- Η υπερεπάρκεια των κλινών των ξενοδοχείων. Όπως έχει παρατηρηθεί οι κλίνες σε ξενοδοχεία και σε συμπληρωματικά καταλύματα αυξήθηκαν με ρυθμούς γρηγορότερους απ' αυτούς της ζήτησης, με τελικό αποτέλεσμα να μην υπάρχουν στην Ελλάδα αιτήσεις πληρότητας πάνω από το 70%. Τα μέτρα τα οποία χρειάζεται να ληφθούν από το κράτος είναι η επιθετική πολιτική ενάντια στις "μαύρες κλίνες" είτε με ελέγχους είτε με νόμους, καθώς και να υπάρχει σχετικά μικρή απόδοση αδειών για επενδύσεις νέων ξενοδοχείων σε περιοχές οι οποίες είναι πλήρεις όσον αφορά τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις.

Σημειωτέον ότι το κράτος τα τελευταία χρόνια παίρνει μέτρα για να αντιμετωπίσει το πρόβλημα αυτό τα οποία βαδίζουν σε σωστό δρόμο αλλά είναι ακόμα εμφανές ότι χρειάζεται περισσότερος κρατικός παρεμβατισμός για να υπάρξει μια ισορροπία προσφοράς και ζήτησης.

- Ανάγκη αναβάθμισης της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών.

Η αναβάθμιση των τουριστικών σπουδών στην Ελλάδα αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα για τη βελτίωση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Ένα πάρα πολύ μεγάλο ποσοστό των απασχολούμενων στα ξενοδοχεία είναι ανειδίκευτοι, εμπειρικοί και χωρίς να έχουν λάβει κάποια στοιχειώδη εκπαίδευση. Έτσι διαμορφώνεται ένα ποσοστό του ειδικευμένου προσωπικού στον τουριστικό τομέα, για την κάλυψη των αναγκών των επιχειρήσεων του κλάδου, με αποτέλεσμα να υποβαθμίζεται συνεχώς η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Αυτό αφενός δεν καλύπτει τις ανάγκες των επιχειρήσεων και αφετέρου οι περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις προτιμούν για λόγους κόστους ανειδίκευτα άτομα.

Για το λόγο αυτό στην χώρα μας τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες για την ανάπτυξη της τουριστικής εκπαίδευσης, αλλά ακόμα απονέμουν να γίνουν πολλά. Οι σπουδές στην Οργάνωση και Διοίκηση Ξενοδοχειακών και Τουριστικών Επιχειρήσεων χρειάζονται αναβάθμιση, ενώ αυτές εξασφαλίζουν στους ίδιους τους σπουδαστές μια σίγουρη απασχόληση.

Οι προοπτικές από τη συνεχή άνοδο της τουριστικής οικονομίας, δημιουργούν την αισιοδοξία ότι θα είναι ομαλή η απορρόφηση των διπλωματούχων. Σε γενικές γραμμές οι τουριστικές σχολές στην Ελλάδα θα πρέπει να επιδιώκουν την υλοποίηση των εξής

Βασικών στόχων:

1. Παροχή γνώσεων ανάλογων μ'αυτές που παρέχονται από τις αλλοδαπές τουριστικές σχολές.
2. Πλήρης ενημέρωση σχετικά με τις τρέχουσες καινοτομίες στον κλάδο της Ξενοδοχίας και του Τουρισμού.
3. Πλήρη γνώση δύο τουλάχιστον ξένων γλωσσών.
4. Πρακτική άσκηση σε ξενοδοχειακές μονάδες κοντά σε άτομα που έχουν μεγάλη εμπειρία στον κλάδο.
5. Εξειδίκευση σε ορισμένους τομείς.
6. Ενημέρωση σε συνεχή βάση αλλά και διεύρυνση γνώσεων σχετικά με τους διαφορετικούς τομείς πιθανής απασχόλησης.
7. Υλοποίηση εκπαιδευτικών σεμιναρίων που θα απευθύνονται τόσο σε άτομα που ήδη εργάζονται στην τουριστική βιομηχανία όσο και σε άτομα τα οποία συμμετάσχουν σε προγράμματα σπουδών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

- Υψηλές τιμές τουριστικών υπηρεσιών.

Όπως έχουμε προαναφέρει στην ενότητα για την τιμολογιακή πολιτική, θα πρέπει να οδηγηθεί ο ελληνικός τουριστικός επιχειρηματικός κόσμος σε μια πιο ορθολογική πολιτική τιμών. Γιατί δυστυχώς για την Ελλάδα, οι υψηλές τιμές δεν ανταποκρίνονται και σε ανάλογα υψηλές υπηρεσίες.

- Ελλείψεις στις υποδομές.

Στην Ελλάδα είναι γεγονός ότι το πρόβλημα της γενικής υποδομής. Τα 10 εκατ. Ελλήνων διαμαρτύρονται συνεχώς για την κακή κατάσταση του οδικού, σιδηροδρομικού, αποχετευτικού και ενεργειακού δικτύου, των αεροδρομίων, των λιμένων κ.ο.κ. Όταν

μάλιστα προσθέσουμε και τους 11 εκατ. τουρίστες που έρχονται, τα προβλήματα καθίστανται εκρηκτικά. Κοινοτικοί πόροι πάντως υπάρχουν. Αυτοί είναι οι πόροι που περιέχονται στο Δεύτερο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης, το οποίο αποτελεί την ύστατη ευκαιρία για τον εκσυγχρονισμό της υποδομής στη χώρα μας. Ενώ επιβάλλοντας συνεχώς καινούρια τέλη όπως: το περίφημο "σπατόσημο" ή αλλιώς τέλος εκσυγχρονισμού των αεροδρομίων, αποθυσαιρίζεται στα κρατικά ταμεία, ενώ η υποδομή των αεροδρομίων χρειάζεται στήριξη. Τα τέλη υπέρ Ο.Τ.Α. που επιβαρύνουν όλα τα ξενοδοχεία της χώρας δεν ανακουφίζουν έστω με μικρά υποδομής τον τουριστικό τομέα σε τοπικό επίπεδο αλλά διατίθενται για αλλότριους σκοπούς.

Αυτό που τελικά φαίνεται ότι λείπει είναι οι σωστές επιλογές, ολοκληρωμένος σχεδιασμός και προγραμματισμός, η ορθολογική διαχείριση των πόρων και οι αποτελεσματικοί μηχανισμοί απορρόφησης των πόρων. Χωρίς αυτό να σημαίνει ότι το κράτος δεν έχει δώσει την απαιτούμενη σημασία στην αναβάθμιση της υποδομής αλλά λόγοι όπως η έλλειψη συντονισμού μεταξύ κράτους, πολλές φορές παύει κάθε προσπάθεια προς την κατεύθυνση αυτή.

- Υπαρξη νομοθετικού κενού.

Έχει από πολλούς επισημανθεί ότι υπάρχουν νομοθετικά κενά σε νομούς τους οποίους ψηφίζει το κράτος που αφορούν τουριστικές δραστηριότητες. Για παράδειγμα η ύπαρξη του νομοθετικού κενού στον κλάδο των ενοικιάσεων αυτοκινήτων δημιουργεί προβλήματα στους τουρίστες και καταλήγει σε απώλεια συναλλάγματος. Πάντως στις πιέσεις για κάλυψη νομοθετικών κενών που τυχόν υπάρχουν το κράτος φαίνεται πρόθυμο να συζητήσει με τους ενδιαφερόμενους φορείς για την κατάρτιση ενός πληρέστερου νομοθετικού πλαισίου.

- Χρέη ξενοδοχειακών μονάδων προς τράπεζες και πιστωτικούς οργανισμούς.

Ποσοστό 18,5% του συνόλου των ξενοδοχείων, που είχαν ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις προς την Ε.Τ.Β.Α., ρύθμισαν τα χρέη τους. Το ποσοστό αυτό αντιπροσωπεύει 138 ξενοδοχειακές μονάδες επί συνόλου 747. Η Ε.Τ.Β.Α. συγκέντρωσε 3.482,8 εκατ. δρχ. επί συνόλου καθυστερούμενων οφειλών 25.750 εκατ. δρχ. Το εισπρακτέο ποσό αντιπροσωπεύει ποσοστό της τάξης του 27% περίπου του συνολικού ποσού των εισπράξεων, που θα πραγματοποιούνταν στην περίπτωση που καταβαλλόταν το 50% του συνόλου των καθυστερήσεων (περίπου 12.875 εκατ. δρχ.) των συνολικών οφειλών.

Από πλευράς τόσο της Ε.Τ.Β.Α. όσο και της Κτηματικής Τράπεζας αποφασίσθηκε η ρύθμιση των οφειλών των ξενοδοχειακών μονάδων, τόσο για την εξυγίανση του χαρτοφυλακίου των δύο αυτών τραπεζών και αφετέρου στη βιωσιμότητα των μονάδων. Συγκεκριμένα η ρύθμιση αυτή προβλέπει:

- α) τη διαγραφή τμήματος των τόκων υπερημερίας, ανάλογα με το ποσοστό εξόφλησης των ληξιπρόθεσμων οφειλών,
- β) τη μείωση του επιτοκίου ρύθμισης, στα τρέχοντα επίπεδα του εκάστοτε πελάτη και
- γ) τη διατήρηση σε αρκετές μονάδες του επιτοκίου του άληκτου κεφαλαίου στο ύψος του 19,5%.

Από την άλλη μεριά σε ρύθμιση των ληξιπρόθεσμων οφειλών προέβει και η Εθνική Τράπεζα με πρόσφατη σχετική απόφασή της. Τα μέτρα αφορούν οφειλές έως 31-12-1992. Η απόφαση προβλέπει εκπτώσεις που φθάνουν έως και το 50% σε ορισμένες περιπτώσεις και εξόφληση του υπόλοιπου ποσού σε δόσεις μέχρι και 8 χρόνια. Το

προβλεπόμενο μέρος της οφειλής που πρέπει άμεσα να καταβληθεί ανηχεται σε τουλάχιστον 20%, το οποίο υπολογίζεται επί του ποσού που προκύπτει μετά την έκπτωση. Η προς ρύθμιση οφειλή είναι το πραγματικό υπόλοιπο, όπως αυτό έχει διαμορφωθεί από την ημέρα της ρύθμισης με υπολογισμό τόκων με επιτόκιο υπηρεμερίας. Επίσης η απόφαση δίνει τη δυνατότητα στον οφειλέτη να πουλήσει υποθηκευμένο ακίνητο, με τον όρο καταβολής στην Τράπεζα ολόκληρου του τμήματος πώλησης.

Οι παραπάνω τρόποι ρύθμισης των χρεών ανεξαρτήτως από ποια τράπεζα προέρχονται έχουν προταθεί για να καλύψουν από τη μία μεριά τις υπερδιογκωμένες οφειλές των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και να αποφύγουν διαφόρους πληστηριασμούς και από την άλλη μεριά οι τράπεζες να πάρουν πίσω ένα σημαντικό μέρος των κεφαλαίων τους τα οποία έχουν επενδύσει σ' αυτές τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Εύλογο είναι ότι θα πρέπει να υπάρξει μια ταύτιση απόψεων μεταξύ τραπεζών και επιχειρήσεων για αποφυγή εντάσεων, που μόνο κακό προκαλούν στον ελληνικό τουρισμό.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μετά από σχετικές παρατηρήσεις, οι τάσεις που υπάρχουν ανά τον κόσμο υποδηλώνουν ότι η βιομηχανία του τουρισμού - σε σύνολο δραστηριοτήτων και σε αξία σε δολάρια - θα διπλασιαστεί μέσα στα επόμενα 10 χρόνια. Όπως έχει ήδη υπολογιστεί περίπου 1 δις άνθρωποι θα κάνουν το 2010 διεθνή τουρισμό. Αυτό φυσικά θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας για πολλούς ανθρώπους και συγχρόνως θα αποφέρει τεράστια κέρδη στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Οι τουρίστες σύμφωνα με τον ισχυρισμό του προέδρου του παγκοσμίου συμβουλίου ταξιδιών και τουρισμού (Λίπμαν), θα ξοδεύουν το έτος 2010 χρήματα κατά 55% περισσότερα από ότι σήμερα. Αν υπολογίσουμε ότι σήμερα ξοδεύονται περίπου 3,5 τρισεκατομμύρια δολάρια για τουριστικές υπηρεσίες, τότε το ποσό αυτό το 2010 θα ανέρχεται περίπου στα 7 τρις δολάρια. Σύμφωνα με τις προβλέψεις, υπολογίζεται, σε παγκόσμιο πάντα επίπεδο, ότι μέσα στα επόμενα 15 έτη θα δημιουργηθούν 300.035.000 θέσεις εργασίας. Η αύξηση της τουριστικής βιομηχανίας σύμφωνα με τους ειδικούς είναι καθημερινή επένδυση περισσότερων από 3 δις δολάρια, ενώ δημιουργεί μία θέση εργασίας στα 212 εξαρτώμενα απ'αυτήν επαγγέλματα, κάθε 3 δευτερόλεπτα.

Εξάλλου σύμφωνα με στοιχεία η τουριστική βιομηχανία το 2010 θα αντιπροσωπεύει το 10,9% του Ακαθάριστου Παγκόσμιου Προϊόντος (Α.Π.Π.).

Η Ευρώπη του 1996 είναι πλέον γεγονός, στον τομέα του τουρισμού σε ευρεία κλίμακα συντελούνται ανακατατάξεις και ο

ανταγωνισμός γίνεται ολοένα πιο έντονος. Οι συγχωνεύσεις, οι εξαγορές και οι συνεργασίες των επιχειρήσεων έκαναν την εμφάνισή τους στο χώρο του τουρισμού. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και γενικότερα οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι οι αποδέκτες αυτών των μηνυμάτων. Η οικονομική εξυγίανση των τουριστικών επιχειρήσεων είναι απαραίτητη προϋπόθεση ώστε οι επιχειρήσεις αυτές να μπουν στην τροχιά της αποδοτικότητας. Σε λίγα χρόνια αναμένονται πολλές τουριστικές επιχειρήσεις να εισαχθούν στα διεθνή χρηματιστήρια και να μπορούν να αντλούν κεφάλαια από το ευρύ αποταμιευτικό κοινό. Οι αποδόσεις στον τουρισμό είναι πλέον αποδοτικές αλλά χρειάζεται σωστός προγραμματισμός και οι κατάλληλοι άνθρωποι στον κατάλληλο χρόνο και χώρο.

Όσον αφορά την Ελλάδα περιμένουμε οι αφίξεις των τουριστών να έχουν διπλασιασθεί περίπου κατά το έτος 2010. Σε καμμία περίπτωση η χώρα μας δεν πρέπει να είναι ανέτοιμη στην πρόκληση και πρόσκληση αυτή.

Οι επιδόσεις, τα προβλήματα, τα παράπονα, οι προτάσεις και οι προσπάθειες από τους ειδικούς σε θέματα τουρισμού και από επιχειρηματίες στο κλάδο αυτό είναι δεμένα όλα μεταξύ τους και ως μεγάλη πρόκληση προτρέπουν τους αεμοδίους, δηλαδή αυτούς που έχουν στα χέρια τους τις τύχες του Ελληνικού τουρισμού, να κάνουν δεκτό το εξής αίτημα να βοηθηθεί ο ελληνικός τουρισμός από το κράτος αλλά και τους πολίτες αυτού του τόπου για να αναπτυχθεί ακόμα περισσότερο, για να συμβάλει περεταίρω στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας. Και το αποτέλεσμα της προσπάθειας αυτής θα είναι ανεκτίμητο για τί ο τουρισμός φαντάζεστε πια σαν μια μεγάλη κοινωνικοοικονομική δύναμη.

