



ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Π Τ Υ Χ Ι Α Κ Η Ε Ρ Γ Α Σ Ι Α



ΘΕΜΑ: « Άνοιγμα του τουρισμού σε Ανατολικές χώρες. Μελέτη περίπτωσης της Ρωσίας. Επιπτώσεις και αποτελέσματα. »

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΣΙΑΦΛΑ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩ

Πάτρα, Σεπτέμβριος 2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ	6
«Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΑΝΟΙΓΜΑ ΤΟΥ ΣΕ ΑΝΑΤΟΛΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ»	6
1.1 Ορισμός του τουρισμού	6
1.2. Ιστορική αναδρομή.....	8
1.3. Ο Ελληνικός Τουρισμός.....	10
1.3.1. Γενικά.....	10
1.3.2. Οι στόχοι του ελληνικού τουρισμού	10
1.3.3. Το τουριστικό προϊόν.....	12
1.3.4. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού.	15
1.3.5. Περιφέρειες της Ελλάδας.....	17
1.3.6. Το ζήτημα εποχικότητας.....	18
1.4. Η ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας.....	22
1.5. Η τουριστική πολιτική της Ελλάδας.....	27
1.6. Οι επιπτώσεις της Οικονομικής Κρίσης στον κλάδο του τουρισμού.....	35
1.6.1. Η παθογένεια του ελληνικού τουρισμού.....	35
1.6.2. Παγκόσμια οικονομική κρίση και παγκόσμιος τουρισμός.....	37
1.6.3. Παγκόσμια οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός.....	38
1.7. Πηγές Προελεύσεως Αλλοδαπών Τουριστών - Δυνατότητες και Προοπτικές	41
1.7.1. Βασικές Διαπιστώσεις	41
1.7.2. Νέες Ευρωπαϊκές Προελεύσεις - Χώρες Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης.....	44
1.7.3. Ρωσική Ομοσπονδία και Λοιπές Χώρες της τ. Σοβιετικής Ενώσεως.....	46
2^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ	48
«ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΡΩΣΙΑΣ»	48
2.1. Γενικά.....	48
2.2 Εξελίξεις του πληθυσμού και της οικονομίας της Ρωσίας και η επίδρασή τους στον τουρισμό.....	50
2.2.1. Χάρτης της Ρωσικής Ομοσπονδίας	50
2.2.2. Γενικά χαρακτηριστικά- Οικονομικά και λοιπά μεγέθη.....	50
2.2.3. Σκιαγράφηση των βασικών στοιχείων της Ρωσίας:.....	54
2.3. Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης για τουρισμό εκτός χώρας των Ρώσων πολιτών.....	58

2.3.1. Γενικά.....	58
2.3.2. Στατιστικά στοιχεία εξερχόμενου Ρωσικού τουρισμού.....	58
2.3.3. Συμπερασματικές Παρατηρήσεις.....	62
2.4 . Χώρες προς τις οποίες κατευθύνονται οι Ρώσοι τουρίστες.....	64
2.5 Συντελεστές ανταγωνιστικότητας μεταξύ Ελλάδας και ορισμένων Μεσογειακών χωρών στην προσέλκυση Ρώσων τουριστών	65
2.5.1. Γενικά.....	65
2.5.2. Δυσκολίες πριν από το Ταξίδι.....	67
2.5.3. Μετά την Επάνοδο στη Ρωσία.....	68
2.5.4. Εγχώριες Τιμές και Συναλλαγματικές Ισοτιμίες	68
2.5.5. Άλλοι παράγοντες ανταγωνιστικότητα (εκτός των σχετικών τιμών).....	70
2.5.6. Προβλέψεις του Μελλοντικού Τουριστικού Ρεύματος προς την Ελλάδα	71
2.6. Εισερχόμενος τουρισμός στη Ρωσία και η επίδρασή του στον Εξερχόμενο τουρισμό.....	71
2.7. Οικονομικές περιφέρειες της Ρωσίας και η σημασία τους για την προσέλκυση Ρώσων τουριστών	72
2.8. Γενικά συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής για την προσέλκυση Ρωσικού τουρισμού	73
2.8.1.Γενικά Συμπεράσματα.....	73
2.8.2 Προτάσεις Πολιτικής.....	76
3° ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....	79
«ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ»	79
3.1. Κοινωνιολογία του τουρισμού.....	79
3.2. Θετικές και Αρνητικές επιπτώσεις του Τουρισμού.....	81
3.2.1. Οικονομικές επιπτώσεις.....	82
3.2.2. Περιβαλλοντικές επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης.....	84
3.2.3. Κοινωνικές και Πολιτισμικές επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης.....	90
3.3. Τα αποτελέσματα του τουρισμού στην Ελλάδα βάσει στοιχείων.....	93
3.3.1. Γενικά.....	93
3.3.2. Οικονομική Διάσταση.....	94
3.3.3. Κοινωνική Διάσταση.....	96
3.3.4. Περιβαλλοντική διάσταση.....	99
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	102
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	104

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία θα εξετάσουμε διεξοδικά το άνοιγμα του Ελληνικού Τουρισμού σε νέες αγορές όπως αυτές της τέως Σοβιετικής Ένωσης και της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης καθώς οι παραδοσιακές τουριστικές αγορές (Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία) για την χώρα μας έχουν πλέον παρουσιάσει κορεσμό αλλά και έχουν πληγεί ιδιαίτερα από την οικονομική κρίση. Άξια μελέτης είναι η περίπτωση της Ρωσίας ως νέα τουριστική αγορά για την Ελλάδα. Τελειώνοντας την εργασία αυτή, αναλύονται οι επιπτώσεις και τα αποτελέσματα της ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού από κοινωνιολογικής απόψεως πάντοτε βάσει στοιχείων.

Στο πρώτο κεφάλαιο με τίτλο: «Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΑΝΟΙΓΜΑ ΤΟΥ ΣΕ ΑΝΑΤΟΛΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ», ορίζεται η έννοια του τουρισμού, γίνεται μια ιστορική αναδρομή του κλάδου και παρουσιάζεται με στοιχεία ο ελληνικός τουρισμός καθώς και οι στόχοι του. Ακόμη, γίνεται πλήρης καταγραφή των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του ελληνικού τουρισμού, αναλύονται οι περιφέρειες της χώρας και παρουσιάζεται το ζήτημα της εποχικότητας. Επίσης, δίνονται απαντήσεις στα ερωτήματα σχετικά με το ποια είναι η ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας σε επίπεδο τουρισμού, για την τουριστική πολιτική που ασκείται από την Ελλάδα και τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης τόσο σε παγκόσμιο και ελληνικό επίπεδο. Τέλος, καταγράφονται οι πηγές προέλευσης αλλοδαπών τουριστών και οι δυνατότητες και οι προοπτικές για την Ελλάδα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο με τίτλο: «ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΡΩΣΙΑΣ», εξετάζεται η δυνατότητα της Ρωσικής Δημοκρατίας να δημιουργήσει ρεύματα εξερχόμενου τουρισμού (outbound), δηλαδή, τουρισμού των Ρώσων πολιτών στην αλλοδαπή, στο άμεσο και απώτερο μέλλον, από τα οποία θα μπορούσε να επωφεληθεί και η Ελλάδα. Γίνεται έρευνα της σημερινής κατάστασης και των μελλοντικών προοπτικών της ρωσικής οικονομίας, όπως και των παραγόντων που αναμένεται να

βελτιώσουν την τουριστική τάση των Ρώσων, ή όσων αναμένεται να παίξουν αρνητικό ρόλο στην εξέλιξη του εξερχόμενου ρωσικού τουριστικού ρεύματος. Συμπληρωματικά, διαμορφώνονται προτάσεις πολιτικής, η εφαρμογή των οποίων θα φέρει την Ελλάδα σε πιο πλεονεκτική θέση μέσα στην ομάδα των σκληρά ανταγωνιζόμενων μεσογειακών χωρών. Ο εξερχόμενος ρωσικός τουρισμός ευρίσκεται «εν τη γενέσει» του και συνεπώς αποτελεί επιτακτική ανάγκη η επίδειξη εκ μέρους των αρμοδίων φορέων (ιδιωτικών και μη) άμεσου ενδιαφέροντος για την προώθηση του. Εν κατακλείδι, γίνονται προτάσεις για ανάπτυξη του θρησκευτικού ρωσικού τουρισμού, καθώς ο θρησκευτικός/μουσειακός πλούτος της χώρας μας παρουσιάζει σημαντικό ενδιαφέρον ιδιαίτερος για τους Ρώσους οι οποίοι ως θρησκευτικά ομόδοξοι, επιδεικνύουν σημαντικό ενδιαφέρον για επίσκεψη σε ιερούς ναούς, μονές και Μουσεία θρησκευτικού περιεχομένου.

Στο τρίτο κεφάλαιο με τίτλο: «ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ», αναλύονται η κοινωνιολογική διάσταση του τουρισμού και οι επιπτώσεις, θετικές και αρνητικές σε οικονομικό, περιβαλλοντικό, κοινωνικό και πολιτισμικό επίπεδο, ενώ τέλος παρατίθενται στοιχεία που αφορούν την επίδραση της ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού και τα αποτελέσματα αυτής σε οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό επίπεδο προς διεξαγωγή συμπερασμάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

«Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΑΝΟΙΓΜΑ ΤΟΥ ΣΕ ΑΝΑΤΟΛΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ».

1.1 Ορισμός του τουρισμού .

Ο τουρισμός στις μέρες μας αποτελεί μια οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα, κινούμενη σε διεθνή επίπεδα. Καλύπτει σχεδόν όλες τις κοινωνικές και εισοδηματικές τάξεις αποβλέποντας στην ικανοποίηση της βασικής πλέον ανάγκης του ανθρώπου, της ανάγκης της πρόσκαιρης φυγής από την καθημερινότητα, και επιπλέον δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας προϋποθέσεων γνωριμίας και συναδέλφωσης των λαών, για ένα καλύτερο και ειρηνικό μέλλον της ανθρωπότητας.

Ο όρος «τουρισμός» προέρχεται από την αγγλική λέξη TOURING ή την γαλλική λέξη TOUR, που στη γλώσσα μας σημαίνει περιηγητισμός. Δεν υιοθετήθηκε όμως ο όρος αυτός και έτσι επικράτησε ο όρος ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, που χρησιμοποιείται και διεθνώς.

Ποια είναι όμως η σημασία του όρου «τουρισμός»;

Ως «τουρισμός» θα μπορούσε να οριστεί η μετακίνηση των ανθρώπων από έναν τόπο σε έναν άλλο. Η ιστορική του πορεία είναι τέτοια, όσο και ο ανθρώπινος πολιτισμός.

Η έννοια του «τουρισμού» είναι δυνατόν να εξεταστεί από δυο σκοπιές: πρώτον, μια θεωρητική, που να καλύπτει όλες τις πτυχές του φαινομένου (οικονομικές, κοινωνικές και ψυχολογικές) και δεύτερον, μια πρακτική που να ρυθμίζει τις συναλλακτικές σχέσεις. Από την πρακτική του σκοπιά, ο τουρισμός έχει σκοπό την εύρεση του κατάλληλου τρόπου συνεννόησης όλων αυτών που ασχολούνται σε διεθνή κλίμακα με τις τουριστικές δραστηριότητες.

Ο τουρισμός θεωρητικά προσδιορίζεται ως η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων από τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους σε έναν άλλο τόπο για λόγους κυρίως ψυχολογικούς, χωρίς κερδοσκοπικό κίνητρο και έτσι βρισκόμαστε μπροστά σε μια οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και εξυπηρέτηση των ατόμων. Ο συγκεκριμένος τύπος τουρισμού έχει δυο πλευρές. Η πρώτη αναφέρεται στη μετακίνηση των ατόμων, η οποία αντιπροσωπεύει το καταναλωτικό μέρος του τουρισμού και έρχεται σε πλήρη ταύτιση με την τουριστική ζήτηση ενώ η δεύτερη αναφέρεται στην υποδοχή και την εξυπηρέτηση των μετακινούμενων ατόμων, αντιπροσωπεύοντας με αυτό τον τρόπο το παραγωγικό μέρος του τουρισμού που και αυτό με τη σειρά του ταυτίζεται με την τουριστική προσφορά.

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού (A.I.T.-Monte Carlo) δίνει και εκείνη το δικό της ορισμό στον τουρισμό. Σύμφωνα με αυτόν, «τουρισμός καλείται το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν». Επιπλέον, αυτές οι μετακινήσεις και δεξιότητες προκαλούνται μέσω της εξωτερίκευσης και πραγματοποίησης του πόθου που έχει κάθε άτομο για απόδραση. Ο πόθος αυτός εκδηλώνεται σε διάφορους βαθμούς και κατά διαφορετική ένταση σε κάθε άτομο».

Συναντάμε στην μέχρι τώρα πορεία του τουρισμού διάφορες προσπάθειες ορισμού του όρου που αξίζει να σημειωθούν. Κατά τον Jacques Gouet, «ο τουρισμός είναι ο τρόπος του να ταξιδεύεις, ο οποίος συνδυάζει σε διάφορες αναλογίες, κατά άτομα, την περιέργεια του πνεύματος, μαζί με τον πόθο της προσαρμογής στα κατά τόπους ήθη και έθιμα». Ο καθηγητής W.Hunziker και ο K. Krapf δήλωσαν στη Βέρνη το 1942 ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των εκδηλώσεων, οι οποίες γεννιούνται κατά τη διαμονή ξένων, όταν αυτή καλύπτεται κατά το μεγαλύτερο μέρος της από κάποια απασχόληση κερδοσκοπικής μορφής». Επίσης, ο Jean Medecin αναφέρει ότι «ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα ευκαιρίας που συνιστάται στο να ταξιδεύει κάποιος μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του, για διασκέδαση, ανάπαυση, εμπλουτισμό της πείρας του και ανύψωση του μορφωτικού του επιπέδου λόγω της παρουσίας νέων μορφών ανθρώπινης δράσης και εικόνων της άγνωστης φύσης».

Είναι άξιο τονισμού το γεγονός ότι οι παραπάνω δοθέντες ορισμοί έχουν γίνει δεκτοί από όλες τις χώρες με αποτέλεσμα η τουριστική κίνηση να παρακολουθείται με ομοιόμορφο τρόπο. **(Gartner, 2001)**

1.2. Ιστορική αναδρομή

Η γενέθλια μορφή της τουριστικής μετακίνησης τοποθετείται τη στιγμή που ο άνθρωπος ξεκίνησε να πηγαίνει από το μόνιμο τόπο της διαμονής του σε άλλους τόπους για πολλούς και διάφορους σκοπούς (εμπόριο, συμμετοχή σε θρησκευτικές γιορτές, αθλητικές εκδηλώσεις, ικανοποίηση της έμφυτης περιέργειας του κ.α.).

Στον ελληνικό χώρο, το αναπτυγμένο αίσθημα της φιλοξενίας, κατά την περίοδο της αρχαιότητας, μαρτυρά ότι τέτοιου είδους μετακινήσεις πολλαπλών σκοπών υπήρχαν από τότε. Το φαινόμενο του τουρισμού βέβαια κατά την αρχαιότητα είχε διαφορετική μορφή από αυτή που έχει σήμερα, όμως, τα βασικά στοιχεία του είναι με μικρές διαφοροποιήσεις τα ίδια. Οι λόγοι των μετακινήσεων στα αρχαία χρόνια ήταν κυρίως θρησκευτικοί, αθλητικοί, λόγοι υγείας αλλά και εμπορικοί. Η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού σημειώνεται μετά τον Α΄ Παγκόσμιο πόλεμο και ιδιαίτερος μετά τον Β'. Εξαιτίας των μεγάλων κοινωνικών μεταβολών που έκαναν την εμφάνιση τους αμέσως μετά τη λήξη του πολέμου αυτού, λειτούργησαν και ως η βασική τονωτική ένεση στον τουρισμό, έτσι ώστε να φτάσουμε στη σημερινή του μορφή.

Τα οικονομικά οφέλη της εξάπλωσης του τουρισμού παγκοσμίως, είναι τεράστια. Για αυτό τον λόγο, τόσο οι ιδιωτικοί όσο και οι κρατικοί φορείς των διαφόρων χωρών έχουν καταπιαστεί με μεγάλες δραστηριότητες τουριστικού περιεχομένου προς την ικανοποίηση εκατομμυρίων τουριστών που διακινούνται καθημερινά σε όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου.

Σχετικά με την χώρα μας ως προς την τουριστική ανάπτυξη, γνωρίζουμε ότι μέχρι τα μέσα της 10ετίας του 1950 ο διεθνής τουρισμός περιοριζόταν κύρια σε τρεις ευρωπαϊκές χώρες: την Ελβετία, την Ιταλία και την Αυστρία. Ο τουρισμός την εποχή εκείνη είχε τη μορφή του «ατομικού τουρισμού». Στη 10ετία του 1960, η τουριστική αγορά δειλά-δειλά περιλαμβάνει και άλλες χώρες. Μια από αυτές ήταν και η χώρα μας, που διέθετε ορισμένα συγκριτικά πλεονεκτήματα, έναντι των άλλων χωρών. Τοιούτοτρόπως, παρουσιάστηκε αύξηση του αριθμού των επισκεπτών και να ξεκίνησε η δημιουργία των προϋποθέσεων μιας νέας συναλλαγματοφόρου πηγής για την οικονομία μας. Ωστόσο, για την επίτευξη της ορθής ανάπτυξης του τουρισμού,

είναι απαραίτητη προϋπόθεση, πέρα από τις αποφάσεις των διαφόρων αρμόδιων κέντρων, τα άτομα, που εργάζονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική αγορά να έχουν αναπτυγμένη την τουριστική συνείδηση. Με τον όρο «τουριστική συνείδηση» εντάσσουμε το σύνολο των εργασιών που συμβάλλουν στην καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των τουριστών, τη διευκόλυνσή τους και τη δημιουργία σε αυτούς ευχάριστων εντυπώσεων κατά την πρόσκαιρη παραμονή τους στον καθένα επισκεπτόμενο τόπο.

Είναι αναμφισβήτητο γεγονός ότι η ύπαρξη της τουριστικής συνείδησης αποτελεί βασικό προσόν του λαού της χώρας υποδοχής τουριστών. Η απόκτησή της γίνεται με την σωστή παιδεία και την τόνωση της σημασίας του τουρισμού τόσο από οικονομικοκοινωνική όσο και από πολιτιστική άποψη.

(Gartner, 2001)

1.3. Ο Ελληνικός Τουρισμός.

1.3.1. Γενικά.

Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται ως παραδοσιακός προορισμός διακοπών και ως εκ τούτου δεν ανήκει στην ομάδα των Νέων Τουριστικών Κρατών. Η δυναμικότητα της χώρας σε κλίνες (κύρια και συμπληρωματικά καταλύματα, νόμιμα και παράνομα) ξεπερνά το ένα εκατομμύριο. Ουσιαστικά υπάρχει υπερπροσφορά τουριστικών κλινών, ενώ οι σχέσεις προσφοράς και ζήτησης σήμερα είναι τελείως διαφορετικές σε σχέση με εκείνες που υπήρχαν επί δεκαετίες. Ο τουρισμός στην Ελλάδα από τον τρόπο οργάνωσης και διακίνησης χαρακτηρίζεται ως μαζικός, οργανωμένος, παραθεριστικός τουρισμός. Το image της χώρας που έχει διαμορφωθεί στις ξένες αγορές ταυτίζεται με το περίφημο σλόγκαν των τεσσάρων S (Sun, Sand, Sea, Sex).

(Τουριστική αγορά, τεύχος 15, Φεβρουάριος 1997)

Εδώ και μερικά χρόνια η ελληνική τουριστική πολιτική φαίνεται να ασπάζεται την πολιτική για έναν ενσωματωμένο – εναλλακτικό τουρισμό όπου το κύριο βάρος επικεντρώνεται στην κοινωνία, τον πολιτισμό και το φυσικό περιβάλλον.

Σύμφωνα με άρθρο του Σταύρου Ανδρεάδη, Προέδρου του Σ.Ε.Τ.Ε. (Χρήμα & Τουρισμός, 2006), αναφέρεται ότι το 2006 βρίσκει την Ελλάδα σε μια περίοδο όπου αγωνίζεται για την επίτευξη μιας σειράς μακροοικονομικών στόχων, που δεν απορρέουν μόνο από τις υποχρεώσεις της ως χώρας – μέλους της ενωμένης Ευρώπης, αλλά που κυρίως στοχεύουν στο να εξασφαλίσουν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για μια σταθερή σε βάθος χρόνου οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Ο Τουρισμός κατέχει σπουδαίο ρόλο στην προσπάθεια επίτευξης των μακροοικονομικών αυτών στόχων.

(Χρήμα & Τουρισμός, 2006)

1.3.2. Οι στόχοι του ελληνικού τουρισμού

Ανάμεσα στους στόχους του ελληνικού τουρισμού αναφορικά με την ανάπτυξη του και σε παραλληλία με την περιφερειακή ανάπτυξη, θα πρέπει να υιοθετηθούν και οι ακόλουθοι:

- Η διαφοροποίηση και αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης.
- Η αύξηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Όσον αφορά την εθνική τουριστική πολιτική θα πρέπει κι αυτή να στοχεύει:

α) στη βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχονται από τον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα της οικονομίας.

β) στην αποτελεσματική αντιμετώπιση των υπαρχόντων προβλημάτων

γ) στην αύξηση της παραγωγικότητας και του αποκτηθέντος κέρδους σε σχέση προς το κεφάλαιο που επενδύθηκε για την πραγματοποίησή του (απόδοση επένδυσης).

Προκειμένου όμως να επιτευχθούν οι στόχοι αυτοί, θα πρέπει να υλοποιηθούν και οι εξής προϋποθέσεις:

A. Η υπάρχουσα νομοθεσία πρέπει να προσαρμοστεί τις παρούσες καταστάσεις, ώστε να μπορούν να αντιμετωπίζονται αποτελεσματικά όχι μόνο στο παρόν αλλά και στο μέλλον.

B. Να δημιουργηθεί ένα πλάνο εργασιών το οποίο θα εντοπίσει τα προβλήματα και την έλλειψη υποδομής ανά περιφέρεια έτσι ώστε να είναι σε θέση να υπολογιστεί τι θα αναπτυχθεί.

Παράλληλα όμως, η ελληνική τουριστική πολιτική οφείλει να στοχεύει:

- Στη μελλοντική ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, ώστε να είναι ανταγωνιστική.
- Στην παροχή και διατήρηση υψηλού επιπέδου προδιαγραφών στις υπηρεσίες.

Και οι στόχοι αυτοί με τη σειρά τους προϋποθέτουν:

- Δημιουργία ενός μακροπρόθεσμου σχεδίου για τη μείωση του προβλήματος της εποχικότητας.
- Ανάπτυξη των στοιχείων που αποτελούν το συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας μας, όπως οι ειδικές μορφές τουρισμού.

(Τουριστική αγορά, τεύχος 15, Φεβρουάριος 1997)

1.3.3. Το τουριστικό προϊόν.

Η έννοια του «τουριστικού προϊόντος» επαναλαμβάνεται συχνά από όλους τους τουριστικούς παραγωγούς (κράτος και ιδιώτες) χωρίς ωστόσο να φαίνεται ότι γνωρίζουν σε βάθος το κύρος και την πολυδιάστατη σημαντικότητα της συγκεκριμένης έννοιας, τόσο στη διαδικασία της παραγωγής, όσο και στα οικονομικά αποτελέσματα και την άσκηση της τουριστικής πολιτικής.

Ένας από τους πληρέστερους ορισμούς του τουριστικού προϊόντος δόθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού το 1980 και αφορά σε επτά τύπους στοιχείων:

- 1) Τη φυσική κληρονομιά.
- 2) Την ενεργητική κληρονομιά.
- 3) Την ανθρώπινη κληρονομιά (δημογραφικά στοιχεία, συνθήκες διαβίωσης, απόψεις και

νοοτροπίες του πληθυσμού σχετικά με το τουριστικό φαινόμενο, πολιτιστικά δεδομένα).

4) Τις θεσμικές, πολιτικές, νομικές και διοικητικές δομές.

5) Τις κοινωνικές δομές της χώρας (συμμετοχή του πληθυσμού στο δημοκρατικό σύστημα

της χώρας, στην οργάνωση του χρόνου εργασίας και του ελεύθερου χρόνου, στις διακοπές

μετ' αποδοχών, στο επίπεδο μόρφωσης, υγείας και αναψυχής).

6) Τα αγαθά και τις υπηρεσίες, τα μεταφορικά μέσα και τους εξοπλισμούς, την ειδική υποδομή των διακοπών.

7) Τις οικονομικές και χρηματοδοτικές δραστηριότητες.

(Τουριστική αγορά, τεύχος 15, Φεβρουάριος 1997)

Από μια έρευνα του R. Hollier (Τουριστική αγορά, 02/1997) προκύπτει ότι τα κύρια μειονεκτήματα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος σε σχέση με τις άλλες χώρες της Ε.Ο.Κ. (Πίνακας 1) είναι:

α) Ο μικρός βαθμός αλλαγής που χαρακτηρίζει τις μετακινήσεις του διεθνούς τουρίστα εντός της χώρας. Αυτός ο παράγοντας σχετίζεται με τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτιστικές αλλοιώσεις του τόπου υποδοχής.

β) Ο χαμηλός βαθμός ξενοδοχειακής άνεσης.

γ) Η αλλοίωση των φυσικών τοπίων ως απόρροια της έλλειψης περιβαλλοντικής προστασίας.

δ) Ο μικρός βαθμός ανάπτυξης των αθλητικών κέντρων και δραστηριοτήτων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1 Τα ελκυστικότερα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος.

Φυσικές ιδιομορφίες	Τοπία	Χαμηλές τιμές	Μουσεία	Μνημεία	Αλλαγή	Ξενοδ.	Διασκέδαση άνεση	Σπορ
Βέλγιο	42	43	25	16	30	25	22	14
Δανία	62	43	25	21	36	17	9	7
Γερμανία	47	43	40	30	23	22	21	14
Ελλάδα	39	16	36	25	16	14	25	7
Ισπανία	52	17	12	28	5	14	19	9
Γαλλία	68	34	35	31	46	20	20	22
Ιρλανδία	360	28	53	14	23	39	47	15
Ιταλία	63	37	38	27	30	24	22	14
Λουξεμβούργο	67	52	36	35	25	42	15	25
Ολλανδία	66	42	36	25	32	22	17	16
Πορτογαλία	36	17	35	22	11	11	22	13
Ην. Βασίλειο	56	51	36	27	21	51	31	12
Μ.Ο.Ε.Ο.Κ.	56	37	34	28	26	26	23	14

ΠΗΓΗ: R. Hollier, 1989 [Τουριστική αγορά, τεύχος 15, Φεβρουάριος 1997]

Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις του τουριστικού προϊόντος και τα αποτελέσματα της έρευνας του R.Hollier, υπογραμμίζουν την ανάγκη να αναπτυχθεί ένα τουριστικό μοντέλο, όπου θα εμπεριέχεται το στοιχείο της διαφοροποίησης και σε αυτό θα συναντώνται όλοι οι παραγωγικοί συντελεστές. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν μπορεί να διαφοροποιηθεί έναντι άλλων ανταγωνιστικών προϊόντων που έχουν το ίδιο «image», προβάλλοντας στοιχεία που σχετίζονται πρώτον με τον πολιτισμό, δεύτερον με το φυσικό περιβάλλον και τον πολιτισμό, τρίτον με το φυσικό περιβάλλον και τον άνθρωπο και τα οποία στοιχεία χαρακτηρίζονται από «μοναδικότητα».

Ένας ουσιαστικός τρόπος συμβολής στη διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μπορεί να θεωρηθεί και η τουριστική αξιοποίηση παραδοσιακών κτισμάτων και οικιστικών συνόλων, που χαρακτηρίζονται από τη μοναδικότητά τους και βρίσκονται σε κατάσταση εγκατάλειψης και ερήμωση. Τέτοια παραδοσιακά οικιστικά σύνολα βρίσκονται διάσπαρτα στον ελλαδικό χώρο. Μερικά εξ αυτών είναι:

- Τα ορεινά χωριά της Πίνδου.
- Τα ορεινά χωριά της Κρήτης.
- Τα ορεινά χωριά της Μυτιλήνης.
- Το μικρό χωριό της Τήλου.
- Ο Ανάβατος της Χίου.
- Το Πλωμάρι στη Μυτιλήνη.
- Ο Όλυμπος στην Κάρπαθο.

(Τουριστική αγορά, τεύχος 15, Φεβρουάριος 1997)

1.3.4. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού.

Στην Ελλάδα, ο τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες γιατί συμβάλλει με 10% περίπου στο Α.Ε.Π., πάνω από 10% στην απασχόληση και πάνω από 7% στο καθαρό πάγιο κεφάλαιο της οικονομίας. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού εμφανίζονται στον **Πίνακα 2** που ακολουθεί:

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 Συγκριτικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Σημαντικός τουριστικός προορισμός παγκοσμίως.

Πολύ σημαντικοί ιστορικοί και πολιτιστικοί πόροι.

Αφθονία και ποικιλομορφία φυσικών πόρων.

Ευρύτατη παραγωγή προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα στο πλαίσιο των τελευταίων τάσεων διατροφής. Δημιουργία τα τελευταία χρόνια σημαντικών επιχειρήσεων όλων των κλάδων για προσέλκυση ειδικού τουρισμού, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός μονάδων.

Τέλεση Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004 και Πολιτιστική Ολυμπιάδα.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ελλείψεις σε κοινωνικές υποδομές, εξοπλισμό και συναφές υπηρεσίες.

Αδυναμίες οργάνωσης και λειτουργίας επιμέρους τουριστικών κλάδων που οδηγούν σε χαμηλής ποιότητας τουριστικό προϊόν.

Περιορισμένη διεύρυνση τουριστικού προϊόντος σε νέες κατηγορίες και νέες αγορές.

Περιορισμένη διεύρυνση τουριστικής περιόδου.

Τέλεση Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004 και Πολιτιστική Ολυμπιάδα.

Χαμηλή ανταγωνιστικότητα τουριστικού προϊόντος.

Εξάρτηση από μεγάλα πρακτορεία διεθνούς τουρισμού.

Έλλειψη κατάλληλα εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού τόσο σε μέγεθος όσο και σε σύνθεση.

Άνιση ανάπτυξη μεταξύ Περιφερειών της χώρας.

Το σύνολο σχεδόν των τουριστικών

μονάδων είναι Μ.Μ.Ε. με ανεπάρκεια κεφαλαίων οργάνωσης και διαχείριση, marketing και εκμετάλλευσης ευκαιριών νέων τεχνολογιών.

Πηγή: Αλιευτικά Νέα, άρθρο με θέμα: Αλιευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα, Φεβρουάριος 2004, σελ.46.

1.3.5. Περιφέρειες της Ελλάδας.

Στο σύνολό τους, οι ελληνικές περιφέρειες παρουσιάζουν αξιόλογους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους. Η κατανομή των παραγωγικών δραστηριοτήτων, η απόδοσή τους, οι προοπτικές εξέλιξης και η διάρθρωση των υποδομών ποικίλουν τόσο σε επίπεδο περιφερειών όσο και ενδοπεριφερειακά. Το τελευταίο αποτελεί ίσως και το κυριότερο χαρακτηριστικό των περισσότερων Περιφερειών της Ελληνικής Επικράτειας.

Πιο συγκεκριμένα, οι περιφέρειες της Αττικής και της Κεντρικής Μακεδονίας παρουσιάζουν υψηλά Α.Ε.Π. και σημαντική τουριστική ανάπτυξη με ανάλογες υποδομές. Άλλωστε, ο πρωτογενής τομέας διαθέτει στις περιοχές αυτές μια ιδιαίτερη δυναμική παρά την υποβάθμισή του, λόγω της μεγάλης ανάπτυξης τόσο του δευτερογενή όσο και του τριτογενή τομέα.

Σε παρόμοια κατάσταση βρίσκονται και άλλες περιφέρειες. Αξίζει να αναφέρουμε την περίπτωση της Θεσσαλίας, κυρίως λόγω του ιδιαίτερου ανεπτυγμένου πρωτογενούς τομέα (μεγάλες εύφορες καλλιεργήσιμες εκτάσεις) αλλά και της Κρήτης, λόγω των σημαντικών καλλιεργήσιμων εκτάσεων, της σημαντικής ζωικής παραγωγής και κυρίως των συνεχώς αυξανόμενων ρυθμών στον τουριστικό κλάδο.

Αντίθετα, οι περιφέρειες της Δυτικής Μακεδονίας, της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, με εξαίρεση τα τελευταία χρόνια την αναπτυσσόμενη Ξάνθη, και ιδιαίτερα η Ήπειρος, βρίσκονται σε μειονεκτική θέση. Ως αίτια για αυτή τη θέση μπορούν να θεωρηθούν: τα προβλήματα ζεύξης, η μεγάλη απόσταση από τα αναπτυγμένα κέντρα, το μεγάλο ποσοστό ορεινών όγκων τα οποία λειτουργούν ως

παράγοντες απομόνωσης, ο χαμηλός ρυθμός τουριστικής ανάπτυξης και η έλλειψη υποδομών.

Για τις υπόλοιπες περιφέρειες το κυριότερο χαρακτηριστικό το οποίο αξίζει να επισημανθεί είναι αυτό της μεγάλης εσωτερικής ανομοιογένειας. Πιο συγκεκριμένα, μπορούμε να επισημάνουμε τα κάτωθι:

- Η Στερεά Ελλάδα με ιδιαίτερα υψηλό Α.Ε.Π. αλλά με περιοχές όπως είναι ο νομός Ευρυτανίας (υψηλό δείκτη ανεργίας, χαμηλό Α.Ε.Π.).

- Η Δυτική Ελλάδα με ικανοποιητικό Α.Ε.Π. χαρακτηρίζεται παράλληλα από υψηλή ανεργία και χαμηλή τουριστική ανάπτυξη.

- Η Πελοπόννησος δείχνει μια σημαντική πτώση στον πρωτογενή τομέα με σταθερή μετακίνηση στον τριτογενή τομέα.

- Στις νησιωτικές περιφέρειες του Βορείου Αιγαίου, των Ιονίων Νήσων και του Νότιου Αιγαίου, βρίσκονται οι μεγαλύτερες ανομοιομορφίες.

(Αλιευτικά Νέα, άρθρο με θέμα: Αλιευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα, Φεβρουάριος 2004)

1.3.6. Το ζήτημα εποχικότητας.

Με τον όρο «τουριστική εποχικότητα» εννοούμε το φαινόμενο της εκδήλωσης της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του έτους.

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

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

Τα πιο σημαντικά αίτια της τουριστικής εποχικότητας είναι:

(1) Ένας σημαντικός αριθμός των τουριστικών δραστηριοτήτων πραγματοποιούνται σε συγκεκριμένη εποχή του χρόνου, όπως ο παράκτιος τουρισμός που πραγματοποιείται το καλοκαίρι ενώ ο χιονοδρομικός το χειμώνα.

(2) Παρόλο που κάποιες δραστηριότητες μπορούν να πραγματοποιηθούν όλες τις εποχές του χρόνου, στην τελική απόφαση του υποψήφιου τουρίστα, παίρνουν μέρος και άλλοι παράγοντες όπως είναι το κλίμα. Το καλοκαίρι το κλίμα είναι ευνοϊκότερο όσον αφορά ότι δεν υπάρχει βαρύς ρουχισμός, ενοχλητικές βροχές και χιονοπτώσεις που χαλάνε τη διάθεση, η περίπτωση να αρρωστήσει κανείς ελαχιστοποιείται και έτσι καταλήγει η εποχή αυτή να υπερτερεί του χειμώνα.

(3) Ένα ακόμη σημαντικό αίτιο θεωρείται ότι η οικογένεια βρίσκεται σε απαρτία συνήθως κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, γιατί τότε κλείνουν τα σχολεία και δίνονται συνήθως οι άδειες διακοπών από τις επιχειρήσεις.

(4) Υπάρχει επίσης η παραδοσιακή νοοτροπία ότι οι διακοπές πρέπει να γίνονται το καλοκαίρι και όχι το χειμώνα. Όμως, παίζει βασικό ρόλο και το ότι οι διακοπές μπορούν να συνδυαστούν και κατά συνέπεια να πραγματοποιηθούν μαζί με φιλικές ή συγγενικές παρέες, επειδή οι περισσότεροι θα πάρουν τις άδειές τους κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού.

Παρόλο που ο κλάδος του «τουρισμού» προσφέρεται για δημόσιες ή ιδιωτικές επενδύσεις, διαπιστώνουμε πως η εποχικότητα είναι αυτή που παίζει το σημαντικότερο ρόλο. Είναι εκείνη που επηρεάζει τη χρήση της γης, των κτιρίων και του εξοπλισμού, με αποτέλεσμα οι αναμενόμενες αποδόσεις να είναι χαμηλές. Κάπως έτσι δικαιολογείται και ο δισταγμός πολλών επιχειρηματιών να «σκλαβώσουν» τα

κεφάλαιά τους για μεγάλο χρονικό διάστημα σε μια τουριστική δραστηριότητα και για αυτό οι διάφορες κυβερνήσεις προσφέρουν το δέλεαρ των επιδοτήσεων, των μακροπρόθεσμων δανείων και των φοροαπαλλαγών.

Ένα αρνητικό σημείο του τουρισμού θεωρείται η επαγγελματική απασχόληση σε εποχικές εργασίες. Αυτό συμβαίνει διότι ο εργαζόμενος που απασχολείται στον τουρισμό έχει ένα αβέβαιο μέλλον και η εργασία που προσφέρει έχει τις πιο πολλές φορές ημερομηνία λήξης. Στην εργασία αυτού του είδους κατευθύνονται είτε επαγγελματίες που είναι εν γνώση τους ότι η απασχόλησή τους θα είναι εποχιακή, είτε μια άλλη κατηγορία εργαζομένων όπως φοιτητές που επιθυμούν να αποκτήσουν ένα πρόσθετο εισόδημα ή κάποιοι που επιθυμούν να συνδυάσουν τις οικονομικές απολαβές με τις διακοπές. Ειδικά σε περιόδους τουριστικής «αιχμής» το εργατικό προσωπικό ενισχύεται και από άτομα άλλων περιοχών, είτε της χώρας διαμονής ή ακόμη και ξένων.

Τα κυριότερα προβλήματα που συνεπάγονται της εποχικότητας είναι:

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

- Λόγω του μεγάλου αριθμού τουριστών σημειώνονται προβλήματα στην κυκλοφορία των οχημάτων και στα συγκοινωνιακά δίκτυα καθώς και μόλυνση του περιβάλλοντος.

Η εποχικότητα είναι ένα ζήτημα που δεν μπορεί να λυθεί απόλυτα. Υπάρχουν όμως οι δυνατότητες ελαχιστοποίησής του μέσα από ένα ικανό σχέδιο «marketing». Η κατάλληλη προώθηση του τουριστικού προϊόντος ειδικά στις μη περιόδους αιχμής οφείλει να υιοθετηθεί τόσο από τον δημόσιο όσο και από τον ιδιωτικό φορέα ως το καταλληλότερο μέτρο αντιμετώπισης της εποχικότητας. Η κίνηση αυτή είναι αναγκαίο να περιλαμβάνει διάφορα πακέτα τιμών που θα απευθύνονται και στα διάφορα τμήματα της αγοράς. Υποψήφιοι τουρίστες υπάρχουν παντού και πάντα. Μεγάλος αριθμός ατόμων ενδιαφέρεται να απολαύσει τις διακοπές του και να ψυχαγωγηθεί σε «νεκρές» περιόδους χωρίς συνωστισμό. Επιπλέον υπάρχουν και εκείνοι τους οποίους το ζήτημα των καιρικών αλλαγών λίγο τους ενδιαφέρει και έχουν ειδικά ενδιαφέροντα (αθλητισμός, επίσκεψη μοναστηριών και εκκλησιών, οικοτουρισμός κ.λ.π.) ή αναγκάζονται να ταξιδεύουν όλο το χρόνο εξαιτίας κάποιου συνεδρίου ή επιχειρηματικού ταξιδιού.

Στους παραπάνω υποψήφιους τουρίστες προστίθενται και οι τουρίστες τρίτης ηλικίας καθώς ο διαθέσιμος χρόνος τους είναι περισσότερος συγκριτικά με των εργαζόμενων. Βέβαια είναι μειωμένο, στις περισσότερες περιπτώσεις, το οικονομικό εισόδημα. Μια ακόμη κατηγορία είναι αυτή των πρόωρων συνταξιούχων, οι οποίοι απελευθερωμένοι πια από εργατικές δεσμεύσεις ή από τη φροντίδα των παιδιών, αναζητούν τουριστικούς προορισμούς όλο το χρόνο. Στη λίστα συμπεριλαμβάνεται και ο μαθητικός τουρισμός ο οποίος ως επί το πλείστον ολοκληρώνει τις εκπαιδευτικές ή ψυχαγωγικές του εκδρομές κατά τη διάρκεια του σχολικού έτους (φθινόπωρο, χειμώνα και άνοιξη).

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

Τέλος, προκειμένου να καταπολεμηθεί όσο γίνεται περισσότερο το ζήτημα της «εποχικότητας»: επιμηκύνεται η τουριστική περίοδος, δημιουργούνται ελκυστικά

πακέτα σε δελεαστικές τιμές, διατηρείται ή αναβαθμίζεται το τουριστικό προϊόν όλες τις εποχές του χρόνου και αναπτύσσονται και προωθούνται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

(Αποστολόπουλος Ευθ. και συν. ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ. ΜΥΘΟΙ & ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ:1996)

1.4. Η ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας.

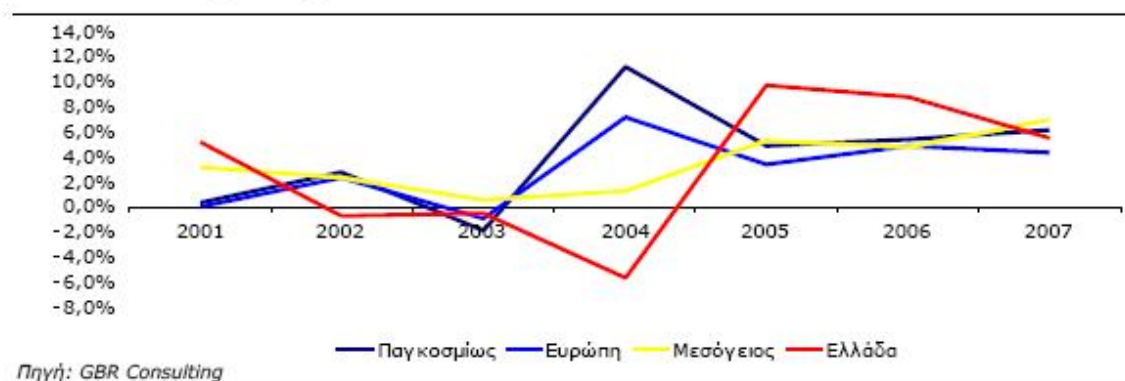
Αν καταφύγουμε στην ανάλυση των στοιχείων των αφίξεων στην Ελλάδα, αποκλειομένων των Αλβανών επισκεπτών, είναι εμφανές από το παρακάτω γράφημα ότι παρά τη διαχρονική αυξητική τάση τόσο του παγκόσμιου όσο και του Ευρωπαϊκού Τουρισμού, η ανάπτυξη του Ελληνικού εισερχόμενου τουρισμού χαρακτηρίζεται από έντονες διακυμάνσεις. Ενώ κατά τα έτη 2002, 2003 και 2004, ο ρυθμός ανάπτυξης είναι αρνητικός και συνεπώς χαμηλότερος των αντίστοιχων ετών στις μεσογειακές χώρες, το 2005 και 2006 παρουσιάζει έναν έντονο δυναμισμό, εν μέρει και ως απόρροια της «Ολυμπιακής ώθησης» (Γράφημα 1). Παρά ταύτα, ήδη από το 2005 αλλά κυρίως από το 2007 διαφαίνεται έντονη κόπωση του δυναμισμού αυτού, με αποτέλεσμα ο ρυθμός αύξησης να πέσει πάλι σε χαμηλότερα επίπεδα από αυτόν της Μεσογείου.

Χαρακτηριστικά:

- κατά την περίοδο 2000-2006 η αύξηση των αφίξεων για την Ελλάδα κυμαίνεται στο 16,72%, για τη Μεσόγειο στο 18,31% και παγκοσμίως στο 24,05%, καταδεικνύοντας την υστέρηση της Ελλάδας έναντι των χωρών της Μεσογείου κατά 1,6%.

- κατά την περίοδο 2000-2007 η αύξηση των αφίξεων για την Ελλάδα είναι 23,13%, για τη Μεσόγειο 26,56% και παγκοσμίως 31,67%, αυξάνοντας τη διαφορά έναντι της Μεσογείου από τις 1,6 στις 3,4 ποσοστιαίες μονάδες. Επίσης αν εξετάσουμε τα ποσοστά έναντι της παγκόσμιας αγοράς η υστέρηση αυξήθηκε από 7,3% σε 8,5%.

Γράφημα 1: Ετήσια Αύξηση Εισερχόμενου Τουρισμού (Αφίξεις στην Ελλάδα χωρίς Αλβανούς)



Στον ακόλουθο πίνακα αποτυπώνεται η συνολική εικόνα αναφορικά με την απώλεια του μεριδίου αγοράς στις κύριες χώρες-πηγές του Ελληνικού Τουρισμού, που ανέρχεται σε 7% στο σύνολο (από 3,0% σε 2,8%) και 9% στο top 20 των Ευρωπαϊκών χωρών-πηγών (από 3,9% σε 3,6%). Εξαιρέση αποτελούν οι υπερπόντιες (long haul) χώρες-πηγές όπου παρατηρείται σημαντική αύξηση στο μερίδιο που πλησιάζει το 50% - πλην όμως αφ' ενός η βάση εκκίνησης είναι πολύ χαμηλή και τα στοιχεία των 2 τελευταίων ετών δείχνουν να αναστρέφεται η αυξητική τάση από τις ΗΠΑ που ήταν ο κύριος τροφοδότης της σχετικής αύξησης.

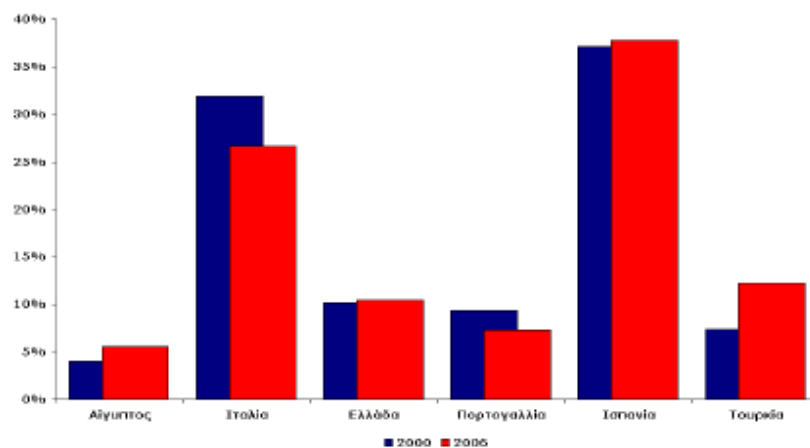
	Μερίδιο Αγοράς Ελληνικού Τουρισμού	
	2000	2006
Τop 20 Ευρωπαϊκών χωρών-πηγών Ελληνικού Τουρισμού	3,9%	3,6%
Κύριες Υπερπόντιες χώρες πηγές Ελληνικού Τουρισμού	0,4%	0,6%
Σύνολο	3,0%	2,8%

Πηγή: GBR Consulting

Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εισερχόμενο τουρισμό στην Ευρώπη κυμαίνεται περίπου στο 3,6%, με την Πορτογαλία και την Τουρκία να έχουν 2,4% και 4,1 αντίστοιχα. Αντίθετα, η Ισπανία και η Ιταλία έχουν πολύ μεγαλύτερα μερίδια, 12,7% και 8,9% αντίστοιχα.

Συγκρίνοντας την Ελλάδα με τους άμεσους ανταγωνιστές της (Γράφημα 2) παρατηρούμε ότι κατέχει σχεδόν 10% του μεριδίου ανάμεσα στις χώρες αυτές με τάσεις σταθεροποίησης. Η χώρα με το μεγαλύτερο μερίδιο είναι η Ισπανία (38%) με ελαφρά αυξητική τάση, ακολουθούμενη από την Ιταλία (27%) με έντονα πτωτικές τάσεις, την Τουρκία που είναι λίγο ψηλότερα από την Ελλάδα αλλά με έντονα ανοδική τάση, και ακολουθούν η Πορτογαλία (7%) με πτωτικές τάσεις και η Αίγυπτος (6%) με αυξητικές τάσεις.

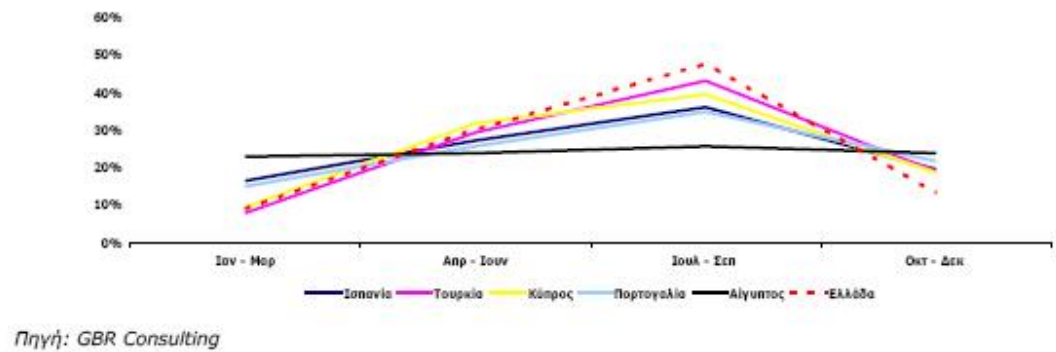
Γράφημα 2: Σχετικό Μερίδιο Τουριστικής Αγοράς Ελλάδας και Άμεσων Ανταγωνιστών



Πηγή: WTO

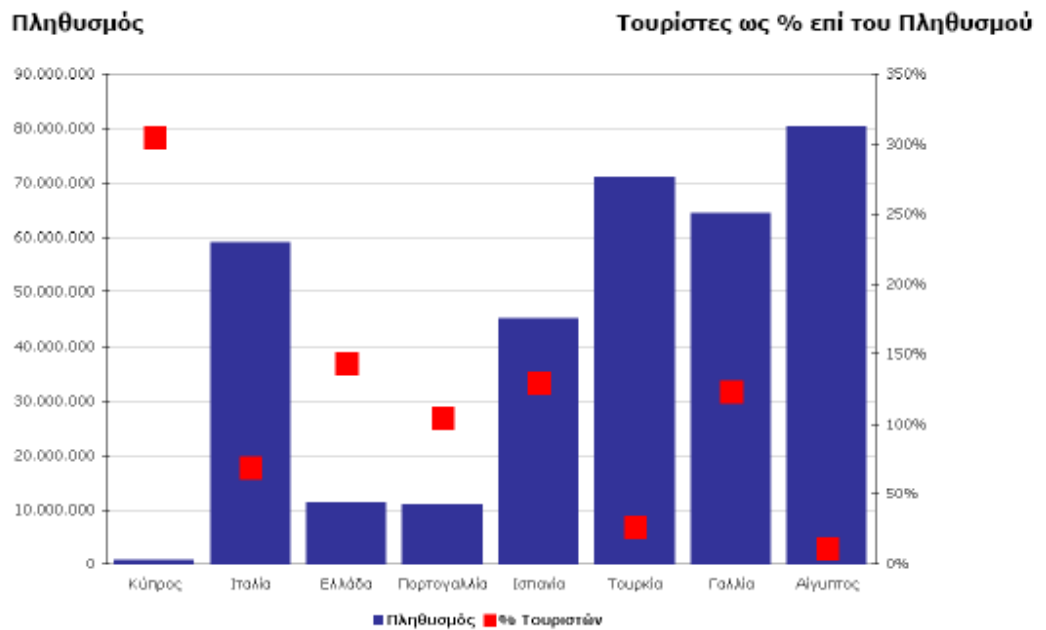
Επιπλέον, παρατηρείται ενδιαφέρον και στην ανάλυση της εποχικότητας στο παρακάτω γράφημα (Γράφημα 3). Η Ελλάδα υστερεί σημαντικά σε σχέση με τους άμεσους ανταγωνιστές της ως προς το να προσελκύει τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Σημαντικό παράδειγμα προς μίμηση αποτελεί εξάλλου η Αίγυπτος η οποία παρουσιάζει σχεδόν «μηδενική» εποχικότητα, ενώ σε σχετικά ίδια επίπεδα κυμαίνονται η Ισπανία, η Τουρκία, η Κύπρος και η Πορτογαλία.

Γράφημα 3: Εποχικότητα Ανταγωνιστών 2006



Από την άλλη πλευρά, άξια μελέτης είναι και η συσχέτιση του εισερχόμενου τουρισμού της κάθε χώρας με τον πληθυσμό της (Γράφημα 4) – ως ένας έμμεσος δείκτης της δυνατότητας της χώρας να απορροφήσει πρόσθετους τουρίστες.

Γράφημα 4: Πληθυσμός Χώρας και Εισερχόμενοι Τουρίστες ως % επί του Πληθυσμού



Με εξαίρεση την Κύπρο που δέχεται αριθμό τουριστών ισοδύναμο με 3,5 φορές περίπου τον πληθυσμό της, στις υπόλοιπες Μεσογειακές χώρες παρατηρείται ότι σε Ελλάδα, Ισπανία και Πορτογαλία το ποσοστό των εισερχόμενων τουριστών σε σχέση με τον πληθυσμό της χώρας είναι περίπου στο 100-130%, ενώ στην Ιταλία και ιδιαίτερα στην Τουρκία είναι σημαντικά χαμηλότερα. Δεν θα πρέπει όμως να αποκρυφτεί ότι σε όλες τις περιπτώσεις υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση του εισερχόμενου τουρισμού σε ορισμένες περιοχές, ιδιαίτερα στην Τουρκία, καθώς και η ιδιαιτερότητα της Κύπρου που είναι ένα νησί.

Το συμπέρασμα που προκύπτει από τα παραπάνω στοιχεία για την Ελλάδα είναι ότι διαθέτει σημαντικά περιθώρια βελτίωσης της συγκριτικής της θέσης, με γνώμονα 2 βασικούς αλληλένδετους στόχους:

- 1. την ενίσχυση συγκριτικής θέσης ως προς το μερίδιο αγοράς και**
- 2. την άμβλυνση της εποχικότητας.**

Προϋπόθεση για την επίτευξη των στόχων αυτών είναι :

- η στρατηγική επιλογή των ελκυστικότερων χωρών προέλευσης τουριστών
- η δημιουργία του τουριστικού προϊόντος που ανταποκρίνεται στις συντελούμενες αλλαγές στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

Με τον τρόπο αυτό ο Ελληνικός τουρισμός χώρα θα ξεφύγει από το μοντέλο του μαζικού και κατά συνέπεια – φθηνού τουρισμού που χαρακτηρίζεται και από έντονη εποχικότητα.

**(ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, μελέτη, GBR Consulting, 2007)**

1.5. Η τουριστική πολιτική της Ελλάδας.

Όπως γίνεται αντιληπτό ο τουρισμός έχει μεγάλη σημασία για την χώρα μας και συνεπώς επιβάλλει την εφαρμογή ενός μοντέλου τουριστικής πολιτικής με γνώμονα πάντα τη βελτίωση του τελικού τουριστικού προϊόντος. Ο βασικός φορέας ασκήσεως τουριστικής πολιτικής, τα τελευταία πέντε χρόνια, ήταν το Υπουργείο Τουρισμού, το οποίο ανασυστάθηκε το 2004 και μετονομάστηκε το 2005 σε Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Υπό την εποπτεία του Υπουργείου ήταν φορείς και νομικά πρόσωπα δημοσίου και ιδιωτικού δικαίου όπως ο Ε.Ο.Τ., ο Ο.Τ.Ε.Κ., η Ε.Τ.Α. κ.ά. Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης είχε ως βασική αποστολή του: τον προγραμματισμό και τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής, το σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης σύμφωνα με την κυβερνητική πολιτική, τη διαμόρφωση και προώθηση των αναγκαίων θεσμικών και λοιπών ρυθμίσεων καθώς και το σχεδιασμό των απαιτούμενων μέτρων εφαρμογής. Η συγχώνευση των Υπουργείων Πολιτισμού και Τουριστικής Ανάπτυξης σε ένα, βάσει της νέας οργανωτικής δομής που προώθησε η από τις εκλογές της 4ης Οκτωβρίου 2009 προκύψασα κυβέρνηση αναγνωρίζει τις συνέργειες που υπάρχουν μεταξύ των δύο κλάδων (δηλαδή πολιτισμού και τουρισμού). Ωστόσο, από διοικητικής πλευράς, είναι απαραίτητο να υπάρξουν διακριτές αρμοδιότητες προκειμένου να αποφευχθεί ένας νέος γραφειοκρατικός φόρτος, εφόσον ελλοχεύει ο κίνδυνος της εκ νέου υποβάθμισης του ρόλου του τουρισμού στην κυβερνητική «agenda». Άλλωστε βάσει του Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (World Economic Forum), η διαφάνεια της κυβερνητικής τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα παρουσιάζει έντονα αρνητική πορεία, καθώς η χώρα κατέλαβε την 99η θέση το 2009 σε σχέση με την 74η το 2008.

Οι **μεταφορές** είναι ένα πολύ σημαντικό τμήμα των σημερινών κοινωνιών πόσο μάλλον του τουρισμού μιας και αποτελούν το ένα από τα δύο θεμελιώδη στοιχεία του. Να αναφέρουμε απλώς ότι το δεύτερο σχετίζεται με την παροχή υπηρεσιών καταλύματος και εστίασης στους τουριστικούς προορισμούς. Τις τελευταίες δεκαετίες, παρά τις μορφολογικές δυσκολίες της χώρας μας, το ελληνικό

συγκοινωνιακό δίκτυο σταδιακά εκσυγχρονίζεται αποσκοπώντας στην ασφαλή και γρήγορη μετακίνηση στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Επιπροσθέτως, ο εκσυγχρονισμός αυτός αναμένεται να λειτουργήσει θετικά στο συνολικό εισόδημα ως αποτέλεσμα της επένεργειας του πολλαπλασιαστή και του επιταχυντή επενδύσεων. Ας μην παραλειφθούν όμως και οι δυνατότητες ανάπτυξης της τουριστικής κίνησης των νέων μορφών τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός που ενδέχεται να προκύψουν μέσω της βελτίωσης της προσβασιμότητας σε περιοχές που παρουσιάζουν τουριστική δυναμική. Μεγάλα έργα προς αυτή την κατεύθυνση αποτελούν η καλωδιακή γέφυρα Ρίου – Αντιρρίου, η Εγνατία Οδός, ο οδικός άξονας Π.Α.Θ.Ε., η Αττική Οδός, οι βελτιωτικές εργασίες στο λιμάνι του Πειραιά και της Ραφήνας και ο νέος Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών. Ωστόσο, άσχημα γεγονότα όπως οι πρόσφατες κατολισθήσεις στην περιοχή των Τεμπών και ο μεγάλος αριθμός ατυχημάτων στο επαρχιακό οδικό δίκτυο λόγω κακοτεχνιών και ελλιπούς οδικής σήμανσης, αναδεικνύουν την ύπαρξη σημαντικών προβλημάτων υποδομών που έστω και σε κάποιο βαθμό επισκιάζουν τη σημασία και την επίδραση των μεγάλων μεταφορικών έργων.

Όσον αφορά στις «αερομεταφορές», η Ελλάδα, κατ' εφαρμογή της σχετικής ευρωπαϊκής πολιτικής, έχει πλήρως απελευθερώσει το πλαίσιο λειτουργίας τους από το 1998 επιτρέποντας, τουλάχιστον θεσμικά, την ελεύθερη και ανταγωνιστική ανάπτυξη του αεροπορικού δικτύου. Αλλαγή στο αεροπορικό τοπίο της χώρας έφερε και η αποκρατικοποίηση των Ολυμπιακών Αερογραμμών με την πώληση τους στην M.I.G. ενισχύοντας, με ενδεχομένως θετικά αποτελέσματα για τις ελληνικές αερομεταφορές, τον αεροπορικό ανταγωνισμό τόσο εντός όσο και εκτός Ελλάδος. Φυσικά, αυτό που θα έδινε ώθηση στην αεροπορική κινητικότητα σχετίζεται απaráμιλλα με την προσέλκυση νέων αεροπορικών εταιρειών τόσο συμβατικής μορφής όσο και εταιρειών χαμηλού κόστους και charter. Ωστόσο, ουσιαστικές προσπάθειες και διαπραγματεύσεις από την πολιτεία για την προσέλκυση εταιρειών χαμηλού κόστους και charter με διαφορετικό πτητικό μοντέλο, είτε δεν γίνονται είτε απεδείχθησαν αναποτελεσματικές. Επιπλέον, αναφορικά με τον κλάδο των αερομεταφορών αναμένεται να προωθηθεί η σταδιακή απελευθέρωση των υπηρεσιών επίγειας εξυπηρέτησης σε όλους τους αερολιμένες της χώρας καθώς εκεί που έχει ήδη

εφαρμοστεί παρατηρούνται, λόγω του ελεύθερου ανταγωνισμού, πτωτικές τάσεις στην τιμολόγηση και ποιοτική αναβάθμιση. Ένας ακόμη βασικός στόχος της τουριστικής πολιτικής των αερομεταφορών πρέπει να είναι η ανάπτυξη των περιφερειακών αεροδρομίων είτε μέσω κρατικής δαπάνης είτε μέσω συμπράξεων ιδιωτικού και δημόσιου τομέα (Σ.Δ.Ι.Τ.).

Απελευθέρωση υφίσταται και η «ελληνική ακτοπλοΐα» από την 1η Νοεμβρίου 2002, στοχεύοντας στην ενίσχυση του ανταγωνισμού και στην αναβάθμιση του επιπέδου ποιότητας των υπηρεσιών προς τον επιβάτη. Σε αρκετές περιπτώσεις, ωστόσο, έχουν παρατηρηθεί προβλήματα. Χαρακτηριστικά αναφέρεται η περίπτωση όπου ενώ μέχρι πριν από μερικά χρόνια η απόσταση Πειραιά – Χίου καλυπτόταν σε περίπου 6 ώρες από τα ταχύπλοα πλοία, οι διάφορες επαναδρομολογήσεις στη συνέχεια, οδήγησαν στην αύξηση της διάρκειας του ταξιδιού έως και 50%. Αντίστοιχα προβλήματα έχουν παρατηρηθεί και σε άλλα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου με δυσμενείς επιπτώσεις στην τουριστική ανταγωνιστικότητά τους. Γενικώς, η ελληνική ακτοπλοΐα στο σύνολο της έχει φτάσει σε επίπεδα ωρίμανσης καθώς τα αναλυόμενα ετήσια μεγέθη παρουσιάζουν οριακές αυξομειώσεις παρά το γεγονός ότι η επιβατική κίνηση παρουσιάζει διακυμάνσεις μεγαλύτερου εύρους. Οι μεταβολές αυτές οφείλονται στην ελαστικότητα ζήτησης του επιβατικού κοινού, κυρίως λόγω οικονομικών και κοινωνικών παραγόντων. Οι διακυμάνσεις σε συνδυασμό με την εποχικότητα που χαρακτηρίζει την εν λόγω ζήτηση κάνει τον προγραμματισμό των ακτοπλοϊκών εταιρειών σύνθετη διαδικασία.

Όσον αφορά στις «χερσαίες μεταφορές», η κατάσταση δεν παρουσιάζει σημαντική πρόοδο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το μονοπώλιο των ΚΤΕΛ το οποίο παρατάθηκε μέχρι το 2019, ρύθμιση που δεν συμβαδίζει με τους κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και την στήριξη του ελεύθερου ανταγωνισμού στις μεταφορές.

Σχετικά με τις «κρουαζιέρες», το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών που ξεκινούν από ελληνικούς λιμένες είναι μικρής και μεσαίας διάρκειας με εξαίρεση όσες προσεγγίζουν στον Πειραιά ή στη Ρόδο, λιμάνια που αποτελούν ενδιάμεσο σταθμό μίας μεσογειακής κρουαζιέρας διάρκειας 7 ή 14 ημερών. Σε γενικές γραμμές, ο αριθμός των κρουαζιέρων που ξεκινούν από την Ελλάδα παραμένει μικρός λόγω του

προστατευτισμού ο οποίος χαρακτηρίζει τον τομέα της κρουαζιέρας καθώς το ελληνικό κράτος αρνείται την εκχώρηση δικαιωμάτων «cabotage» σε πλοία νηολογημένα εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, αν και αυτά αποτελούν την πλειονότητα στον κλάδο της κρουαζιέρας. Εξαιρουμένων 7 λιμένων, ο αριθμός των διερχομένων τουριστών δεν ξεπερνά τις 50.000 σε ετήσια βάση. Η έλλειψη επαρκών υποδομών ελλιμενισμού και η ανεπάρκεια της σχετικής τουριστικής πολιτικής φαίνεται και από τη σχετική έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ, όπου η χώρα μας έχει απολέσει 16 θέσεις στο διάστημα της τριετίας 2007 - 2009 (41η το 2007 και 57η το 2009).

Μελετώντας το ζήτημα της κατασκευής μεγάλων λιμενικών υποδομών διαπιστώνουμε πως διακατέχεται από το σημαντικό πρόβλημα του μη ανακτήσιμου κόστους της σχετικής επένδυσης ιδιαίτερα καθώς η σχετική ζήτηση δεν είναι ουσιαστικά εξασφαλισμένη. Πέρα από την ανάπτυξη του όποιου «brand name» σε επίπεδο προορισμό, το πρόβλημα θα μπορούσε ενδεχομένως να μετριαστεί μέσω της διασποράς του σχετικού κινδύνου στα πλαίσια μιας ΣΔΙΤ, όπου ιδανικά μέρος της επένδυσης θα αναλαμβανόταν από τις ίδιες τις εταιρείες κρουαζιερόπλοιων. Εναλλακτικά, θα μπορούσε αρχικά το κράτος να προωθήσει μια φιλελεύθερη πολιτική εκχώρησης δικαιωμάτων «cabotage» με στόχο την ανάπτυξη των νησιών του Ανατολικού Αιγαίου, όπου κρουαζιερόπλοια μικρο-μεσαίας κλίμακας θα χρησιμοποιούσαν ως λιμένες βάσης «home ports» κάποια από τα νησιά αυτά στη βάση ενός προϊόντος «fly – cruise».

Η πολιτεία, σε μια προσπάθεια να βελτιώσει το ελληνικό τουριστικό προϊόν και να περιορίσει τις αρνητικές συνέπειες της οικονομικής κρίσης, περιλαμβάνει τον κλάδο του τουρισμού στα **κυβερνητικά πακέτα κινήτρων**. Παράλληλα, εξετάζει και υιοθετεί, όπου κρίνει σκόπιμο και αποδοτικό, πολιτικές μείωσης ή μερικής / ολικής αναστολής πληρωμής διάφορων χρεώσεων όπως είναι ο φόρος παρεπιδημούντων (που είχε όμως αρνητικές επιπτώσεις στα έσοδα αρκετών ΟΤΑ). Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η κατάργηση των τελών χρήσης (προσγείωσης και παραμονής) των αεροσκαφών στα περιφερειακά αεροδρόμια κατά την περίοδο Απριλίου - Σεπτεμβρίου 2009 προσπαθώντας να τονώσει τις τουριστικές αφίξεις. Όμως, σύμφωνα πάντα με τα στοιχεία που αφορούν στις διεθνείς αφίξεις των περιόδων Ιανουαρίου – Οκτωβρίου

2008 και 2009 η παραπάνω κίνηση απέφερε μέσο όφελος ανά τουριστικό πακέτο €10 - €12 ποσό που όπως αποδείχθηκε δεν ήταν ισχυρό κίνητρο προσέλκυσης ταξιδιωτών. Ως αποτέλεσμα αυτού είχαμε τη μείωση των διεθνών αφίξεων κατά 7,42%9. Δυστυχώς, σε ομολογουμένως δυσμενέστερη θέση βρίσκεται η χώρα εάν λάβουμε υπ' όψιν στοιχεία που αφορούν στο θεσμικό πλαίσιο που διέπει τις άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ). Σύμφωνα με στοιχεία του Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (World Economic Forum), η χώρα λαμβάνει 107η θέση το 2009 (επί συνόλου 133 χωρών) σημειώνοντας έντονα αρνητική πορεία καθώς το 2007 έλαβε την 89η και το 2008 την 94η θέση. Τα στοιχεία αυτά έρχονται σε ευθεία αντίθεση με το γεγονός ότι η Ελλάδα κατέχει την 3η θέση παγκοσμίως ως προς το βαθμό προτεραιότητας που δίνει σε ζητήματα του τουριστικού κλάδου. Είναι δε ιδιαίτερος ανησυχητικά καθώς αναδεικνύουν τη διαρθρωτική αδυναμία της Ελλάδας να προσελκύσει ξένα κεφάλαια που θα έχουν ουσιαστικό πολλαπλασιαστικό και όχι απλά αναδιανεμητικό (από περιοχή σε περιοχή ή από κλάδο σε κλάδο) οικονομικό αποτέλεσμα.

Η πολιτεία χρηματοδότησε μελέτες που αφορούν στη δημιουργία **Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού**, στοχεύοντας στην καταγραφή και στην παρακολούθηση, βάσει επιστημονικών μεθόδων, των μεγεθών που αφορούν στην τουριστική δραστηριότητα. Σύμφωνα με τον αρχικό σχεδιασμό, η κατανόηση των πραγματικών προβλημάτων, η εφαρμογή αποδοτικότερων πολιτικών επίλυσης τους και η βέλτιστη οργάνωση και λειτουργία των ελληνικών Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού θα επιτευχθεί κυρίως μέσα από την συνεργασία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας με την «Eurostat» και τις αντίστοιχες υπηρεσίες ξένων κρατών. Παράλληλη και συνεπακόλουθη λειτουργία θα έχει το **Παρατηρητήριο Τουρισμού** το οποίο, κατόπιν επεξεργασίας των δεδομένων των δορυφορικών λογαριασμών, θα παρέχει λεπτομερή και αναλυτική πληροφόρηση σε όλους τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό φορείς. Μια επιπλέον σημαντική λειτουργία του Παρατηρητηρίου σχετίζεται με τη λήψη, καταγραφή και συνολική επεξεργασία των παραπόνων καταναλωτών για θέματα τουριστικής φύσεως όπως η ακρίβεια και το παράνομο κέρδος. Σε συνεργασία με επιστήμονες του χώρου θα διαμορφωθούν οριστικά οι Δορυφόροι Λογαριασμών και θα γίνει άρτια συνεισφορά

στην ουσιαστική λειτουργία του Παρατηρητηρίου Τουρισμού που αφορά στην κατανόηση των προβλημάτων του κλάδου και την ανάπτυξη εργαλείων μέτρησης και αποδοτικότητας του τουριστικού προϊόντος. Ωστόσο, οι εν λόγω μελέτες παραμένουν μέχρι σήμερα αναξιοποίητες και όπως είναι επόμενο δεν έχουν αξιολογηθεί στο σύνολο τους ενώ είναι απαραίτητο να τεθούν επίκαιρες για να αποτελέσουν χρήσιμο εργαλείο για τους φορείς άσκησης της τουριστικής πολιτικής.

Προσπάθειες, εν τω συνόλω, γίνονται και για την αντιμετώπιση: πρώτον της **εποχικότητας** του τουρισμού και δεύτερον της **υψηλής συγκέντρωσης** της τουριστικής προσέλευσης σε συγκεκριμένες περιοχές της ελληνικής επικράτειας. Το μοντέλο τουριστικής μεγέθυνσης που εφαρμοζόταν μέχρι σήμερα και αφορούσε κυρίως στον παραθεριστικό τουρισμό χαρακτηρίζεται από σχετική αναπτυξιακή στασιμότητα και έλλειψη δυναμικής αδυνατώντας έτσι να προσεγγίσει τα περιθώρια ανάπτυξης που θα επέτρεπαν στη χώρα μας να διατηρήσει υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας. Τα παραπάνω έχουν ως αποτέλεσμα να επικεντρώνονται οι προσπάθειες της πολιτείας σταδιακά στη μείωση της διακύμανσης της πληρότητας και την επέκταση της τουριστικής περιόδου σε περιοχές όπου είναι δυνατόν να αναπτυχθούν νέες μορφές τουρισμού και ολοκληρωμένα προγράμματα αναψυχής.

Μεσοπρόθεσμος στόχος της πολιτείας είναι λοιπόν, πέραν της περαιτέρω ανάπτυξης και η διασπορά της τουριστικής κίνησης στον ελλαδικό χώρο καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Η υψηλή εποχικότητα επηρεάζει σημαντικά την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων που φαίνονται να αδυνατούν να είναι τιμολογιακά ανταγωνιστικές καθώς οφείλουν με τις εισπράξεις της περιορισμένης χρονικά τουριστικής περιόδου να συντηρήσουν την λειτουργική βιωσιμότητα της επιχείρησης καθ' όλο το έτος.

Ο πολιτικός σχεδιασμός των παρεμβάσεων στον τομέα του τουρισμού, στηριζόμενος στις δυνατότητες της Ελλάδας, επιχειρεί να προωθήσει πολιτικές ανάπτυξης της τουριστικής κινητικότητας σε δωδεκάμηνη βάση. Αυτό προκύπτει αφενός λόγω του ότι σημαντικό ποσοστό των τουριστικών επιχειρήσεων έχει δυνατότητα λειτουργίας και εκτός της καλοκαιρινής περιόδου και αφετέρου εξαιτίας της ύπαρξης πολλών ελληνικών περιοχών προσφερομένων για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού ετησίως. Η εν λόγω πολιτική εστιάζει στην

ενθάρρυνση των απαραίτητων επιχειρηματικών κινήσεων αποσκοπώντας στην τόνωση της περιφερειακής ανάπτυξης και της πολυμορφίας που οφείλει να αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Ο εγχώριος, με τη σειρά του, τουρισμός είναι δυνατόν να ενισχυθεί εάν τεθούν οι καίριες βάσεις για την αντιμετώπιση της εποχικότητας του ελληνικού τουρισμού και της οικονομικής κρίσης. Παρά το γεγονός ότι ο συγκεκριμένος τύπος τουρισμού επηρεάζεται από την τρέχουσα αρνητική διεθνή οικονομική συγκυρία, εμφανίζει μολαταύτα σχετική σταθερότητα και δυναμική ικανοποιητικής ανάπτυξης και μάλιστα σε αντίθεση με τον εισερχόμενο τουρισμό δεν δείχνει να αποθαρρύνεται από ζητήματα όπως ο ιός της νέας γρίπης (H1N1) και τα διάφορα κοινωνικά επεισόδια ή τρομοκρατικές ενέργειες που διαδραματίζονται κατά καιρούς στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας.

Η προσπάθεια ανάπτυξης «των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού» στη χώρα μας ενισχύθηκε τα τελευταία χρόνια μέσα από επενδύσεις σε διάφορα έργα υποδομής. Στην περίπτωση του **τουρισμού πόλεων** περιλαμβάνονται επιχειρηματικά ταξίδια, συνέδρια, εκδηλώσεις πολιτιστικού ενδιαφέροντος κ.ά. Εν αντιθέσει με την πολιτική των περασμένων δεκαετιών, τα τελευταία χρόνια ο ΕΟΤ σε συνεργασία με το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, τις δημοτικές επιχειρήσεις και τους Ο.Τ.Α. προώθησε μια σειρά από επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές αστικής ζώνης. Είναι απόλυτα λογικό ότι για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού απαιτείται η ικανοποίηση αναγκαίων συνθηκών οι οποίες προϋποθέτουν τη συντονισμένη δράση φορέων και οργανισμών που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με το τουριστικό προϊόν. Η βελτίωση των συγκοινωνιακών υποδομών, της κοινωνίας της πληροφορίας, του αισθήματος ασφάλειας, της δημόσια υγείας και της υγιεινής αποτελούν ορισμένους από τους τομείς συντονισμένης δράσης των οποίων το όφελος λειτουργεί πολλαπλασιαστικά για την ανάπτυξη και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Παρόλο που στη χώρα μας η συνολική προσπάθεια για τουριστική ανάπτυξη και επένδυση σε υποδομές που αφορούν σε τομείς τουρισμού εκτός του δίπτυχου «ήλιος – θάλασσα» προχωρά με βραδείς ρυθμούς, έχουν σημειωθεί σημαντικές προσπάθειες όπως αυτή της πόλης της Αθήνας, η οποία μετά τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, δε φαίνεται να

υστερεί σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές πόλεις ως προς το εύρος και την ποιότητα των τουριστικών αξιοθέατων αλλά και των υποδομών. Ειδικότερα και σε ότι αφορά τον συνεδριακό τουρισμό σε επίπεδο πόλεων, η Αθήνα παρουσίασε αξιοσημείωτη πρόοδο καταλαμβάνοντας, σε διεθνές επίπεδο, την 15η θέση ανάμεσα σε 65 χώρες το 2008 (25η το 2007).

Ο **συνεδριακός τουρισμός** αποτελεί επίσης ένα τομέα με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την πολιτεία. Ο τελευταίος αναπτυξιακός νόμος δίνει κίνητρα για την επένδυση σε συνεδριακές υποδομές και έτσι η πολιτεία, μέσω του Ε.Σ.Π.Α. προωθεί τη δημιουργία συνεδριακών κέντρων μέσω ΣΔΙΤ, αυτόνομα, ή και με τη χρηματοδότηση / επιδότηση αποκλειστικά ιδιωτικών πρωτοβουλιών. Όσον αφορά στον αθλητικό τουρισμό, οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 αποτέλεσαν ορόσημο για τη χώρα μας. Ο εκσυγχρονισμός της υφιστάμενης αθλητικής υποδομής σε συνδυασμό με την κατασκευή αθλητικών και βοηθητικών εγκαταστάσεων, κατέστησαν την Ελλάδα υπολογίσιμη δύναμη στο παγκόσμιο αθλητικό στερέωμα. Η Πολιτεία μέσα από τον Αναπτυξιακό Νόμο, τις ΣΔΙΤ αλλά και τις λοιπές χρηματοδοτικές πολιτικές επιδοτήσεων, στηρίζει τις επενδύσεις σε υποδομές αθλητικού τουρισμού όπως αθλητικούς χώρους και εγκαταστάσεις γκολφ, ιππασίας, θαλασσίων σπορ, χειμερινών αθλημάτων, αθλημάτων βουνού κ.ά.

Πρόσφατα η Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης (ΕΤΑ) ολοκλήρωσε την κτιριακή ανακαίνιση και αναβάθμιση του Χιονοδρομικού Κέντρου Παρνασσού ενώ σε εξέλιξη βρίσκεται ο διαγωνισμός για τη μακροχρόνια μίσθωση (60 έτη) του γκολφ της Αφαντου στη Ρόδο που σήμερα βρίσκεται υπό την εποπτεία της Ε.Τ.Α. Η συμφωνία της μίσθωσης περιλαμβάνει και την υποχρέωση του μισθωτή για την ανέγερση ξενοδοχείου τουλάχιστον 4 αστέρων, για βελτίωση του υφιστάμενου χώρου και δημιουργία νέου γηπέδου, ρήτρες που αποσκοπούν κατ' αναλογία στη σταδιακή μετατροπή της Ρόδου σε σημαντικό προορισμό γκολφ.

Στον τομέα του **αγροτουρισμού ή τουρισμού υπαίθρου**, η ΑΓΡΟ.Τ.Η.Μ.Α. Α.Ε. (πρώην Αγροτουριστική Α.Ε.) η οποία υπάγεται στο Υπουργείο Τουρισμού και Πολιτισμού, αποτελεί τον επιχειρησιακό βραχίονα για την προώθηση και την υλοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού υπαίθρου και αγροτουρισμού. Η εν λόγω εταιρεία μέσα από τις δραστηριότητες της τα τελευταία τέσσερα χρόνια, οδηγήθηκε

στην ανάδειξη και προβολή του σύγχρονου υποδείγματος του ελληνικού τουρισμού υπαίθρου.

Εν συνεχεία, ο **ιαματικός τουρισμός**, λόγω της γεωλογικής σύστασης του ελληνικού υπεδάφους, αποτελεί άξονα αξιοποίησης της Ελληνικής πολιτείας. Η Ε.Τ.Α. έχει υπό την εποπτεία της εγκαταστάσεις ιαματικών πηγών σε όλη την ελληνική επικράτεια ενώ η αξιοποίηση και η εκμετάλλευση τους είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας του Ε.Ο.Τ. και της τοπικής αυτοδιοίκησης. Ο Νόμος 3498/2006 «Ανάπτυξη ιαματικού τουρισμού και λοιπές διατάξεις» (ΦΕΚ Α' 230/24.10.2006) συνέβαλε σημαντικά στην αντιμετώπιση του ελλείμματος θεσμικού πλαισίου και διευκόλυνε την ανάπτυξη ιδιωτικών επενδυτικών πρωτοβουλιών στον κλάδο.

Τέλος, καθοριστικό παράγοντα της πολιτικής ανάπτυξης του τουρισμού αποτελούν οι σχετικές **διακρατικές συμφωνίες** και τα **μνημόνια συνεργασίας**. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που αφορά στην κατάργηση της βίζας εισόδου στις Η.Π.Α. για τους Έλληνες πολίτες καθώς η Ελλάδα είναι υποψήφια για το «Visa Waiver Program», πρόγραμμα που αφορά τις χώρες οι πολίτες των οποίων μπορούν να ταξιδέψουν στις Η.Π.Α. χωρίς βίζα. Θα πρέπει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι η ένταξη της Ελλάδος στο συγκεκριμένο πρόγραμμα εκκρεμεί εδώ και αρκετά χρόνια λόγω της συνεχούς έγερσης διαφόρων προσκομμάτων. Στον αντίποδα, λόγω της συνεχώς αυξανόμενης τουριστικής κινητικότητας από τη Ρωσία προς την Ελλάδα, απαιτείται ταχύτερη έκδοση θεωρήσεων εισόδου (Schengen Visa) σε Ρώσους πολίτες μέσω των «Visa Centres» καθώς και σε πολίτες άλλων κρατών που βάσει σχετικών μελετών χαρακτηρίζονται από υψηλή κατά κεφαλήν ταξιδιωτική δαπάνη.

1.6. Οι επιπτώσεις της Οικονομικής Κρίσης στον κλάδο του τουρισμού.

1.6.1. Η παθογένεια του ελληνικού τουρισμού.

Πολύ πριν ξεσπάσει η παγκόσμια οικονομική κρίση, ο ελληνικός τουρισμός είχε ήδη φανερώσει έντονα σημεία παθογένειας με σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα που σταδιακά τον οδηγούσαν σε απώλεια του ανταγωνιστικού του πλεονεκτήματος

από άποψη σχέσης αξίας-τιμής (value for money), συγκριτικά με τους νέους ανταγωνιστές στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου οι οποίοι για το ίδιο μαζικό παραθεριστικό και, κατά συνέπεια, εποχικό τουριστικό προϊόν, έχουν χαμηλότερο κόστος παραγωγής και χαμηλότερη τιμή.

Εμφανή συμπτώματα αυτής της παθογένειας θεωρούνται: η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, η μείωση της διαπραγματευτικής μας ικανότητας - που εκδηλώνεται με φαινόμενα όπως οι στάσιμες ή μειούμενες τιμές - η αυξανόμενη τάση για συμβόλαια «all inclusive», αλλά και η σταθερή υποβάθμιση του οικονομικού και κοινωνικού προφίλ του μέσου τουρίστα.

Δυστυχώς, τόσο οι αναπτυσσόμενες παραδοσιακές χώρες προέλευσης του ελληνικού τουρισμού (Γερμανοί και Βρετανοί αποτελούν το ήμισυ περίπου των τουριστικών μας αφίξεων), όσο και οι αναδυόμενες αγορές, βρίσκονται στο επίκεντρο της οικονομικής κρίσης με διογκούμενη ανεργία, συρρίκνωση εισοδημάτων και πολύ υψηλό δείκτη ανασφάλειας και αβεβαιότητας των κατοίκων τους.

Ένα πρόσθετο πρόβλημα είναι η υποτίμηση των νομισμάτων πολλών από τις χώρες- μέλη της Ε.Ε., εκτός Ευρωζώνης και της Ανατολικής Ευρώπης καθώς και των ανταγωνιστών μας στην Ανατολική Μεσόγειο. Αυτομάτως, το τουριστικό μας προϊόν αναδεικνύεται σε ακριβό για τους πελάτες μας απ' αυτές τις χώρες και το προϊόν των ανταγωνιστών μας σε φθινό. Αρκετοί τουριστικοί πράκτορες απ' αυτές τις χώρες αδυνατούν να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους έναντι ημών για το 2008 λόγω του ακριβού πλέον γι' αυτούς Ευρώ (€).

Ένας άλλος παράγοντας που οφείλουμε να λάβουμε υπόψη είναι η μεγάλη εισοδηματική ελαστικότητα της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών. Σαφώς λοιπόν, οι δαπάνες για τουριστικές υπηρεσίες δεν αποτελούν την πρώτη προτεραιότητα διάθεσης του 'διακριτικού' (discretionary) εισοδήματος και θεωρείται σχεδόν αυτονόητο ότι η ελαστικότητα της ζήτησης για διακοπές και ψυχαγωγία αυξάνεται όσο χαμηλότερα είναι τα εισοδήματα του νοικοκυριού.

Κοντολογίς, η πλούσια, οικονομικά ανεξάρτητη οικογένεια, ακόμα και σε ημέρες κρίσης, πιθανότατα δεν θα στερηθεί τις διακοπές της σε εγκαταστάσεις πολυτελείας. Η φτωχή οικογένεια, πιθανότατα, θα τις αναβάλει ή θα μειώσει τη διάρκεια και τη δαπάνη της. Παρά το γεγονός αυτό τα τελευταία χρόνια, η ανάγκη για

διακοπές καθιστά την τουριστική ζήτηση όλο και πιο ανελαστική. Η ανελαστικότητα όμως αυτή δεν έχει δοκιμαστεί σε συνθήκες παγκόσμιας κρίσης αυτού του μεγέθους.

(Σκουλάς Ν., 17/03/2009, http://www.travelreport_int.gr)

1.6.2. Παγκόσμια οικονομική κρίση και παγκόσμιος τουρισμός.

Η συγκεκριμένη κρίση διαφέρει από προηγούμενες στο γεγονός ότι ο τουρίστας σήμερα αντιμετωπίζει οικονομικό πρόβλημα για να χρηματοδοτήσει τις διακοπές του, ενώ στις προηγούμενες κυριαρχούσε ο φόβος για την ακεραιότητά του. Δημιουργούνται έτσι νέες τάσεις, που αφορούν στη μείωση της απόστασης του προορισμού από τον τόπο μόνιμης κατοικίας, της διάρκειας του ταξιδιού και την ανάδειξη προορισμών με καλή σχέση ποιότητας – τιμής.

Για την άμβλυνση των αρνητικών επιπτώσεων της κρίσης προτείνονται κάποια μέτρα όπως: η εισαγωγή του τουρισμού στα κυβερνητικά πακέτα κινήτρων, η αναστολή πληρωμής των φόρων, η στενή συνεργασία του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, η οικονομική στήριξη του κλάδου από την τραπεζική και την οικονομική κοινότητα γενικότερα, η συνεχής στατιστική παρακολούθησης των μεγεθών που περιγράφουν τον κλάδο, η ύπαρξη εντατικής και στοχευόμενης διαφήμισης, η αύξηση της ποιότητας του προϊόντος με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στον κλάδο και η εισαγωγή καινοτόμων μεθόδων για την ενίσχυση του «branding». Σύμφωνα με τα προγνωστικά, οι ειδικές μορφές τουρισμού δεν θα υποστούν στον ίδιο βαθμό τις επιπτώσεις της κρίσης.

Συγκεκριμένα, εκείνες που θα επηρεαστούν σε μικρότερο ποσοστό είναι: ο πολιτιστικός τουρισμός, ο τουρισμός ευεξίας και ο τουρισμός υγείας. Λίγο μεγαλύτερη θα είναι η επίδραση που θα δεχτεί ο συνεδριακός τουρισμός, ενώ η επίδραση που θα δεχθεί ο θαλάσσιος τουρισμός θα αφορά κυρίως τον τομέα της κρουαζιέρας. Αμφίβολη είναι η επίδραση που θα δεχθούν ο χειμερινός, ο αθλητικός και ο εκθεσιακός τουρισμός, ωστόσο ισχυρό πλήγμα θα δεχθούν ο θρησκευτικός τουρισμός και ο τουρισμός τρίτης ηλικίας.

(Παγκόσμια οικονομική κρίση και παγκόσμιος τουρισμός, 2009,
www.infopeloponnisos.gr)

1.6.3. Παγκόσμια οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός.

Τα τελευταία χρόνια συνέστησαν μία περίοδο πλούσια σε δυσμενή γεγονότα, των οποίων η επίδραση στην τουριστική κίνηση της χώρας μας δεν ήταν πάντοτε η ίδια. Γενικώς πάντως, η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα εξαρτάται από το μέγεθος του κινδύνου που μπορεί να ανεχθεί ο δυνητικός τουρίστας. Όσο αυξάνεται ο κίνδυνος τόσο αυξάνεται η ανασφάλεια και η αβεβαιότητα κι επομένως μειώνεται η ζήτηση αλλά και από την οξύτητά του και τη συχνότητα εμφάνισής του. Η εξέλιξη στην τουριστική κίνηση εξαρτάται, επίσης, από τα μέτρα που λαμβάνει η κάθε χώρα, τόσο για την αντιμετώπιση του συμβάντος εφόσον αυτό την επηρεάζει άμεσα, όσο και για την εκμετάλλευση της συγκυρίας εφόσον αυτή επηρεάζει αρνητικά άλλες χώρες ώστε να την χρησιμοποιήσει ως ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα.

Το διάστημα πριν την κρίση, ήταν ταχύτερος ο ρυθμός της ελληνικής τουριστική κίνηση συγκριτικά με την ευρωπαϊκή και την παγκόσμια. Επίσης, οι τουριστικές εισπράξεις αυξάνονταν κατά 3% το χρόνο το διάστημα 2000-2004, οι ταξιδιωτικές πληρωμές στο εξωτερικό μειώνονταν σημαντικά το διάστημα 2000-2007 και η πορεία των αφίξεων είναι ασύμμετρη με εκείνη των εισπράξεων.

Η Ελλάδα από πλευράς ανταγωνιστικότητας εμφανίζεται σε χειρότερη κατάσταση από το 2007 (24η από 22η το 2007). Ειδικότερα, από πλευράς ανταγωνιστικότητας τιμών, παρόλο που ανεβαίνει 6 σκαλοπάτια στην 114η θέση επί συνόλου 133 χωρών, κατέχει μία από τις κατώτερες θέσεις, σε μία περίοδο που η οικονομική κρίση θα αυξήσει κατακόρυφα το ειδικό βάρος του ανταγωνισμού τιμών ως κριτηρίου τουριστικής επιλογής.

Στο κατώφλι της οικονομικής κρίσης, η μείωση των προκρατήσεων, όσο και η έλλειψη ρευστότητας των τουριστικών επιχειρήσεων, καταδεικνύουν την έναρξη μίας δύσκολης περιόδου για το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Την εκτίμηση αυτή προδιαγράφει η αρνητική πορεία των αεροπορικών αφίξεων αλλοδαπών τουριστών το 2008 στη χώρα μας.

Οι περισσότερες από τις ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας σε τουριστικό επίπεδο παρουσίασαν επίσης μείωση στις αφίξεις, με τη χώρα μας να καταλαμβάνει μία από τις τελευταίες θέσεις στη μεταξύ τους σύγκριση. Εξάιρεση αποτελούν οι πορείες της Κροατίας (+2,1%), αλλά κυρίως της Τουρκίας, που με 16,1% είναι η μόνη

χώρα με διψήφιο ποσοστό αύξησης του εν λόγω μεγέθους. Κατά το 2009 ο ελληνικός τουρισμός, θα βρεθεί υπό το καθεστώς της διεθνούς οικονομικής ύφεσης και ισχυρού ανταγωνισμού.

Το διεθνές πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον συνεχώς επιδεινώνεται, αντιμετωπίζοντας παράλληλα τη συνεχιζόμενη πολιτική και κοινωνική αστάθεια σε εσωτερικό επίπεδο και τις δυσμενείς εξελίξεις των εθνικών μακροοικονομικών παραμέτρων. Βιώνοντας όλα αυτά, η Ελλάδα καλείται να αντιμετωπίσει τη μεταστροφή στην καταναλωτική συμπεριφορά και τις επιλογές των Ευρωπαίων τουριστών υπέρ του εσωτερικού τουρισμού, των κοντινών εξωτερικών προορισμών και κυρίως των τουριστικών αγορών χαμηλού κόστους, λόγω του υψηλού βαθμού χρέωσης των νοικοκυριών σε πολλές βασικές χώρες - πελάτες μας, της κάμψη της υπερτιμημένης αγοράς ακινήτων και της ανασφάλειας στην αγορά εργασίας (απολύσεις, μείωση πραγματικών μισθών), που συμπιέζουν το διαθέσιμο εισόδημα των εν δυνάμει τουριστών.

Τονίζεται ιδιαίτερα ότι στην παρούσα φάση είναι αδύνατο και ακολούθως επικίνδυνο να προσπαθήσει κάποιος να εκτιμήσει το προς τα πάνω όριο των αρνητικών επιπτώσεων της κρίσης. Οι οποιοσδήποτε εξελίξεις στον τομέα των κρατήσεων σήμερα μπορούν να εκληφθούν μόνο ως μια ενδεικτική τάση και όχι το πραγματικό μέγεθος των επιπτώσεων. Για αυτό και πρέπει να εστιάσουμε το ενδιαφέρον μας, όχι στην εκτίμηση του μεγέθους της συρρίκνωσης της τουριστικής δραστηριότητας, αλλά στη λήψη των αναγκαίων μέτρων για την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων. Επειδή η οικονομική δραστηριότητα εξαρτάται κυρίως από το ψυχολογικό κλίμα που υπάρχει δίπλα μας, θα πρέπει να αποφεύγονται εκτιμήσεις καταστροφής, οι οποίες μόνο κακό μπορούν να προκαλέσουν, χωρίς βέβαια να ωραιοποιούνται καταστάσεις.

Ανάμεσα στους παράγοντες που εκτιμάται ότι θα βοηθήσουν στην ανάσχεση της δραματικής πτώσης της τουριστικής κίνησης, συγκαταλέγονται η ανεκτικότητα που έχει επιδείξει στο παρελθόν ο κλάδος, η μεταπήδηση των διακοπών από το επίπεδο της πολυτέλειας σε εκείνο της ανάγκης, οι τάσεις αποπληθωρισμού που σημειώνονται σε πολλές χώρες εξαιτίας της κρίσης, η συγκράτηση του κόστους και οι προσφορές στις οποίες αναμένεται να προβούν οι επιχειρηματίες του κλάδου.

Για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος εν μέσω αυτών των δυσμενών συνθηκών απαιτείται οπωσδήποτε επίπεδο κεντρικής και τοπικής κυβέρνησης, λήψη μέτρων για τη διασφάλιση της απασχόλησης, η αναπλήρωση μέρους τουλάχιστον του χαμένου εισοδήματος των ανέργων, η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και η προώθησή του και τέλος η στήριξη της ρευστότητας και βιωσιμότητας των τουριστικών επιχειρήσεων. Μεταξύ των μέτρων αυτών είναι:

1. Η διεύρυνση των προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης.
2. Η μείωση των τελών αεροδρομίων (Σπατόσημο, τέλη προσγείωσης και διαμονής, κ.ά.).
3. Η επαναδιαπραγμάτευση των τελών του αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος».
4. Η μείωση του κόστους της ακτοπλοΐας.
5. Η μείωση του συντελεστή Φ.Π.Α. Σε επίπεδο που να προσεγγίζει το επίπεδο των ανταγωνιστριών χωρών (Ισπανία, Πορτογαλία).
6. Η ενίσχυση των προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού.
7. Η μείωση των φορολογικών επιβαρύνσεων στις μεταφορές, κ.ά.

Η τουριστική κοινότητα της χώρας, αντιλαμβανόμενη το φαινόμενο της οικονομικής κρίσης και τις επιπτώσεις του στην Ελλάδα, έδρασε καταλυτικά ωθώντας την κυβέρνηση να εξαγγείλει δια στόματος του πρωθυπουργού δέσμη μέτρων, βασικά χαρακτηριστικά της οποίας είναι η αύξηση των δαπανών για την προβολή της χώρας, η κατάρτιση των εργαζομένων στον κλάδο, αλλά κυρίως η διευκόλυνση των επιχειρήσεων σε ό,τι αφορά τη χρηματοδότηση, την επιστροφή του ΦΠΑ, κ.ά.

Εκτός από τη δράση στην οποία πρέπει να προβεί η Πολιτεία για την αντιμετώπιση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, αναγκαία είναι και η ανάληψη

πρωτοβουλίας από την πλευρά των ίδιων των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, η πολιτική που προτείνεται να ακολουθηθεί αφορά στον επαναπροσδιορισμό των επιχειρηματικών στόχων, του τύπου δανεισμού, των επενδύσεων και της στρατηγικής marketing, τον περιορισμό των λειτουργικών εξόδων, την αναβάθμιση της προσφερόμενης ποιότητας, την επανεξέταση της τιμολογιακής πολιτικής και την εστίαση στο ανθρώπινο δυναμικό.

Τέλος οι παραδοσιακές τουριστικές αγορές της Ελλάδας είναι χώρες που έχουν πληγεί ιδιαίτερα από την κρίση (Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία). **Για το λόγο αυτό είναι επιβεβλημένο το ελληνικό τουριστικό προϊόν να στραφεί και σε άλλες αγορές, όπως αυτής της τέως Σοβιετικής Ένωσης και της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, αλλά και στον εσωτερικό τουρισμό.**

(Παγκόσμια οικονομική κρίση και παγκόσμιος τουρισμός, 2009,
www.infopeloponnisos.gr)

1.7. Πηγές Προελεύσεως Αλλοδαπών Τουριστών - Δυνατότητες και Προοπτικές

1.7.1. Βασικές Διαπιστώσεις

Το 91% των αφίξεων έχει προέλευση την Ευρώπη. Το υπόλοιπο 9% διαμοιράζεται μεταξύ Ασίας (κυρίως χώρες Μ. Ανατολής) και Αμερικής, με μερίδια 4,2% και 2,4%, αντιστοίχως.

Η ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού τομέα στηρίχθηκε μονοσήμαντα στη δυναμική της δυτικοευρωπαϊκής οικονομίας. Είναι χαρακτηριστική η καθολικά φθίνουσα συμμετοχή των λοιπών περιοχών, το μερίδιο των οποίων μειώθηκε από 36,6% το 1960 σε 8,7% το 2006. Ασφαλώς, η διαχρονική κατεύθυνση των μεριδίων, για προφανείς λόγους, δεν θα μπορούσε να ήταν διαφορετική. Ωστόσο, έπρεπε να είναι λιγότερο οξεία, από δε το 1995 και εντεύθεν να έχει αναστραφεί ορατά η τάση.

Το δυσάρεστο συναίσθημα που δημιουργεί η τεκμαιρομένη ολιγογρία που επιδείχθηκε αναφορικά προς την τουριστική πολιτική, δηλ. την δυσμενή εικόνα της διηπειρωτικής δομής των τουριστικών αφίξεων, απαλύνεται σε κάποιο βαθμό από την πορεία μιας μεγάλης και ταχέως αναπτυσσόμενης αναξιοποίητης από την Ελλάδα τουριστικής αγοράς. Η αξιοποίηση της εν λόγω αγοράς θα μπορούσε να προσδώσει μακροπρόθεσμη δυναμική στον ελληνικό τουριστικό τομέα.

Η τεκμαιρομένη ολιγογρία της τουριστικής Ελλάδας – κυβερνήσεων και επιχειρούντων – αναδύεται και μέσω της στατιστικώς καταγραμμένης μεγαλύτερης εξάρτησης της Ελλάδας από την Ευρώπη σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες χώρες. Υστερούμε μεν συγκριτικά, αλλά ας μην ξεχνάμε πως και στις εν λόγω χώρες ο βαθμός συγκεντρώσεως των αφίξεων από ευρωπαϊκές προελεύσεις είναι υψηλός. Χρεωνόμαστε, όμως, ως χώρα την αδιαφορία και αβελτηρία, τουλάχιστον για τα τελευταία 10 χρόνια, κατά τα οποία άρχισαν να εμφανίζονται φαινόμενα αποδυναμώσεως της μακροπρόθεσμης ανοδικής τάσεως του αλλοδαπού τουρισμού.

Η μείωση του μεριδίου αφίξεων εκ των υπερπόντιων χωρών από 36,6% το 1960 σε 8,7% το 2006, στο βαθμό που ήταν αναπόφευκτη, δεν μπορεί σε καμιά περίπτωση να εξηγηθεί πειστικά χρησιμοποιώντας την προσφυγή σε παράγοντες, όπως το κατά κεφαλήν εισόδημα, η απόσταση, οι ταξιδιωτικοί προορισμοί και μάλιστα σε χώρες που τυγχάνει να έχουν μεγάλο πληθυσμό. Οι πραγματικοί ιθύνοντες είναι: η διαχρονική αμέλεια, η αδυναμία κατανοήσεως των μακροπρόθεσμων τάσεων και, φυσικά, η απουσία ενδεδειγμένης πολιτικής.

Οι 10 κύριες χώρες προελεύσεως αλλοδαπού τουρισμού για την Ελλάδα είναι 8 χώρες της Δυτικής Ευρώπης, μια χώρα της Ανατολικής Ευρώπης (η Βουλγαρία, που όμως δεν είναι βέβαιο ότι είναι όλοι τουρίστες) και η Αμερική. Από τις προελεύσεις αυτές προέρχεται το 69% του συνόλου των αφίξεων σε σχέση με όλες τις προελεύσεις, ενώ οι 9 μείζονες ευρωπαϊκές προελεύσεις αντιστοιχούν στο 72,5% του συνόλου των τουριστών της ευρωπαϊκής προελεύσεως.

Οι ευρωπαϊκής προελεύσεως τουριστικές αφίξεις αντιστοιχούσαν στο 62,4% των συνολικών αφίξεων το 1960, για να αυξηθούν σε 81% το 1980 και 91% το 2006.

Από τις 9 ευρωπαϊκές χώρες, οι 7 είναι πάντοτε παρούσες από το 1980 και μετά, ενώ οι ΗΠΑ είναι πάντοτε παρούσες, με εξαίρεση το 2000. Αυτό αντανακλά την

ελλειμματική τουριστική πολιτική, παράλληλα υπογραμμίζει την ύπαρξη ενός στέρεου διαρθρωτικού χαρακτηριστικού στην προέλευση των τουριστών, το οποίο δεν μπορεί να αγνοηθεί. Ωστόσο, οι νέες ευρωπαϊκές προελεύσεις, όπως και οι υπερπόντιες, πρέπει να τυγχάνουν τουλάχιστον οριακής προτεραιότητας, διότι μεσομακροπρόθεσμα από αυτές θα επιτευχθεί η συντήρηση της δυναμικής του τομέα. Το αθροιστικό σύνολο αφίξεων που αντιστοιχεί στις 10 μείζονες προελεύσεις αυξήθηκε 10,3% κατά την πενταετία 2000-2005, που ισοδυναμεί με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 1,6%.

Το συμπέρασμα πολιτικής που συνεπάγεται από τις πρόσφατες τάσεις οδηγεί κατευθείαν στην ανάγκη αναζήτησης και ενεργοποίησης νέων ακόρεστων πηγών προελεύσεως, με δυναμική ανάπτυξης και αρκετά μεγάλη πληθυσμιακή βάση, με στόχο την εξουδετέρωση της αδρανούς στασιμότητας ή έστω τον μειωμένο ρυθμό αύξησης, πρόσφατο χαρακτηριστικό των αφίξεων εκ των κύριων χωρών προελεύσεως.

Η Ευρώπη, μετά το πέρας της πτώσης του ολοκληρωτικού συστήματος διακυβέρνησης και την μετέπειτα διαμόρφωση της, θα αποτελεί πάντοτε τον κύριο τροφοδότη της χώρας σε τουριστική ζήτηση. Η αξιοποίηση των ταχέως διευρυνόμενων δυνατοτήτων παρόλα αυτά, πρωτίστως στην Ανατ. και Ν.Α. Ασία, δύναται να αυξήσει το μερίδιο των υπερπόντιων χωρών σε 15-20% αντί του σημερινού 9%. Μολαταύτα, μελέτη της τουριστικής ζήτησεως από την δυτικοευρωπαϊκή προέλευση, κατά την περίοδο 2000-2004, δείχνει δραματική μείωση του δυναμισμού της. Ενδεικτικά να αναφέρουμε ότι έναντι αύξησης 18,2% και 19,4% στις πενταετείς περιόδους 1990-95 και 1995-2000, η αύξηση περιορίζεται σε 4,2% την περίοδο 2000-2006. Η εξασθένηση αυτή δεν μπορεί να εξηγηθεί πειστικά λαμβάνοντας υπόψη το άκρως απωθητικό περιβάλλον για πραγματοποίηση ταξιδιών, που οφείλονται κατά την περίοδο αυτή, σε ισχυρούς εξωτερικούς αρνητικούς παράγοντες.

Η μείωση του δυναμισμού της δυτικοευρωπαϊκής προελεύσεως εντοπίζεται πρωτίστως στις μείζονες προελεύσεις (Γερμανία, Ην. Βασίλειο, Γαλλία και Ιταλία). Η μείωση αυτή δεν γίνεται να εξουδετερωθεί από τις λοιπές δυτικοευρωπαϊκές προελεύσεις, όποια επιθετική πολιτική προσελκύσεως και αν ασκηθεί, δεδομένου του βαθμού κορεσμού που τις χαρακτηρίζει σε αριθμό ταξιδιών ανά 1.000 κατοίκους. Για 6 συγκεκριμένες χώρες, στις οποίες περιλαμβάνεται και το Ην. Βασίλειο, ο αριθμός

ταξιδιών κυμαίνεται από 1.046 μέχρι 1.478 ανά 1.000 κατοίκους (2005). Οι χώρες με χαμηλή σχέση ταξιδιών-πληθυσμού όπως η Ισπανία, εμφανίζουν μακροπρόθεσμα χαμηλό βαθμό τουριστικής κινητικότητας, πέραν των άλλων αποτρεπτικών παραγόντων (προορισμοί βάσει δολαρίου, νέοι ευρωπαϊκοί προορισμοί).

Οφείλουμε, ωστόσο, να επισημάνουμε τη συντελούμενη αλλαγή στις παραπάνω χώρες, μια αλλαγή που αφορά στην πληθυσμιακή γήρανση. Τα προχωρημένης ηλικίας άτομα, άνω των 55-60 ετών, έχουν την τάση να ταξιδεύουν σε άλλες χώρες, με μεγαλύτερη διάρκεια και με την ανάπτυξη ανάλογων για αυτούς δραστηριοτήτων που συνεπάγονται υψηλότερη ημερήσια δαπάνη.

Μακροπρόθεσμη αξιοποίηση της ανωτέρω δυνατότητας απαιτεί από τους ενδιαφερομένους: επαγρύπνηση, ευρηματικότητα, αναβάθμιση υποδομών και έγκαιρη διάγνωση και μελέτη των εξελισσόμενων αναγκών της τρίτης ηλικίας.

(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. - Πηγές Προελεύσεως Αλλοδαπών Τουριστών: Δυνατότητες και Προοπτικές, 2006)

1.7.2. Νέες Ευρωπαϊκές Προελεύσεις - Χώρες Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης.

Αν προσπαθήσουμε να αναλύσουμε και να εξάγουμε συμπεράσματα βάσει των στατιστικών στοιχείων θα διαπιστώσουμε πως κάτι τέτοιο είναι αδύνατο. Αυτό εξηγείται αν αναλογιστούμε πως τα στατιστικά στοιχεία: (α) εμπεριέχουν εφάπαξ εξόδους, μη δικαιολογούμενες από το τρέχον βιοτικό επίπεδο και (β) ατελή διαχωρισμό μεταξύ τουριστών και μεταναστών. Είναι χαρακτηριστικοί οι αριθμοί που δείχνουν την σχέση (αριθμός ταξιδιών : μέγεθος πληθυσμού). Οι φερόμενοι ως τουρίστες στις ελληνικές στατιστικές με προέλευση ορισμένες βαλκανικές χώρες, αλλά και άλλες χώρες του τέως Ανατολικού Συνασπισμού, αποτελούν διαφωτιστικό παράδειγμα.

Παρά ταύτα, εάν οι ως άνω ατελείς πληροφορίες συνδυαστούν με άλλους παράγοντες, διαμορφώνεται μια άκρως αισιόδοξη προοπτική, με έμφαση στα παρακάτω σημεία:

(α) Τα πολύ μικρά ποσοστά των επιμέρους μεσογειακών προορισμών στο σύνολο του εξερχόμενου τουρισμού εκ των ανατολικών χωρών, αντιστρατεύονται προς τις

ενδείξεις των επισήμων στοιχείων για τον εξερχόμενο από αυτές τουρισμό. Λόγω της γεωγραφικής θέσης των προελεύσεων, θα ήταν αναμενόμενο, οι προτιμήσεις να στρέφονται προς τον ήλιο και την θάλασσα, που συμβαίνει μάλιστα να συνδυάζονται κατά μοναδικό τρόπο και με πολιτισμικά στοιχεία, συχνά μοναδικής αξίας.

(β) Διαπιστώνεται υψηλός βαθμός προτίμησης για την Ελλάδα έναντι των ανταγωνιστριών μεσογειακών χωρών, που ασφαλώς, παρά τον μη ώριμο χαρακτήρα του, αποτελεί αισιόδοξο μήνυμα. Το σχετικό ποσοστό για το 2004 ήταν 27,5% και 35,7% για το 2005. Η Ελλάδα εμφανίζεται να αποτελεί τον δεύτερο προσφιλή μεσογειακό προορισμό για τις μελετώμενες χώρες, με πρώτη την Ιταλία (37,4% το 2005).

(γ) Η Ελλάδα φαίνεται να υστερεί σε δυναμική έναντι των ανταγωνιστριών χωρών. Αυτό λαμβάνει χώρα προφανώς επειδή οι τελευταίες διέθεταν πολύ χαμηλό επίπεδο εκκίνησης. Ωστόσο, η χώρα διαθέτει, με τη σειρά της, αρκετά ισχυρή δυναμική, ώστε να δικαιολογείται υιοθέτηση αισιόδοξης προοπτικής.

(δ) Το 2006 οι αφίξεις από τις χώρες που εξετάζονται, αυξήθηκαν κατά 17,8% έναντι του 2005, με συνολική αύξηση από όλες τις προελεύσεις της τάξεως του 8,7%. Για την περίοδο 2003-2006 ο μέσος ρυθμός αύξησης αφίξεων στην Ελλάδα ήταν 10,1%, έναντι 4% των συνολικών αφίξεων.

Κρίσιμης σημασίας είναι, επομένως, η έγκαιρη διάγνωση των προτιμήσεων των υποψηφίων τουριστών από τις συγκεκριμένες προελεύσεις και συνακολούθως, η εντατική προπαρασκευή και η οργάνωση υποδοχής αυτών. Αυτό δικαιολογείται στο ότι ο βαθμός κατά τον οποίο θα αυξηθεί η διεύρυνση της βάσεως του αλλοδαπού τουρισμού στην χώρα μας θα εξαρτηθεί πρωτίστως από την αξιοποίηση αυτής της δυνατότητας.

Η αναδυόμενη τουριστική αγορά της Κεντροανατολικής Ευρώπης, ως προελεύσεως, τώρα αρχίζει βάσει της σχέσης (αριθμός ταξιδιών : μέγεθος πληθυσμού). Οι φερόμενοι ως τουρίστες στις ελληνικές στατιστικές με προέλευση

ορισμένες βαλκανικές χώρες, αλλά και άλλες χώρες του τέως Ανατολικού Συνασπισμού, αποτελούν διαφωτιστικό παράδειγμα.

(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. - Πηγές Προελεύσεως Αλλοδαπών Τουριστών: Δυνατότητες και Προοπτικές, 2006)

1.7.3. Ρωσική Ομοσπονδία και Λοιπές Χώρες της τ. Σοβιετικής Ένωσης

Ο διαχωρισμός των χωρών του πρώην Ανατολικού Συνασπισμού σε δύο ομάδες οφείλεται σε λόγους πληθυσμιακούς, οικονομικούς αλλά και γεωγραφικούς, με οτιδήποτε αυτό συνεπάγεται. Ο πληθυσμός των χωρών της τέως Σοβιετικής Ένωσης είναι περίπου τριπλάσιος του πληθυσμού των χωρών της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης (277 εκατ. έναντι 100 εκατ.). Το μέσο κατά κεφαλή εισόδημα, βάσει της μεθόδου της ισοτιμίας των αγοραστικών δυνάμεων, κυμαίνεται για την περιοχή της τέως Σοβιετικής Ένωσης στο διάστημα 1.150 \$ - 9.620 \$, έναντι 7.870 \$ - 18.400 \$ των χωρών της Κεντρικής – Ανατολικής Ευρώπης. Σημειωτέον, ότι οι ρυθμοί ανάπτυξης στην πρώτη ομάδα χωρών είναι αρκετά ταχύτεροι σε σχέση με τις δεύτερες, οι οποίες εκκινούν από υψηλότερη αναπτυξιακή βάση. Ο γεωγραφικός παράγοντας (κλιματολογικές συνθήκες) είναι πολύ ισχυρότερος, ως προωθητικός της ζήτησης του μεσογειακού τουριστικού προϊόντος, για τις χώρες της σοβιετικής περιοχής. Συνάγεται ισχυρότερη μεσομακροπρόθεσμη δυναμική ζήτησης για το ευρωπαϊκό προϊόν από τις εν λόγω χώρες, με βάση την ολική επίδραση των τριών παραγόντων.

Αν ανατρέξουμε στην ελληνική εμπειρία βεβαιωνόμαστε πως υπάρχουν σχετικές ενδείξεις. Κατά την περίοδο 2000-2006, οι εκ Ρωσίας αφίξεις στην Ελλάδα αυξήθηκαν κατά 156% (μέσος ετήσιος ρυθμός 17%), έναντι μέσου ετήσιου ρυθμού 2,7% για το σύνολο των αφίξεων απ' όλες τις προελεύσεις και έναντι 10,0% για τις χώρες της Κεντρικής – Ανατολικής Ευρώπης, ποσοστό ασφαλώς υπερεκτιμημένο. Η πραγματική δυναμική της περιοχής είναι αρκετά πιο ισχυρή, εφόσον δεν εκδηλώνεται λόγω «Sengen», υπάρχει έλλειψη πληροφόρησης και η γνωστή ελληνική ολιγορία.

Με βάση ένα αισιόδοξο σενάριο μέσου ρυθμού αύξησης των αφίξεων από την ΕΕ (πριν την διεύρυνση) της τάξεως του 3%, θα απαιτηθεί από τις λοιπές ευρωπαϊκές χώρες και τις υπερπόντιες περιοχές μέσος ρυθμός αύξησης – αθροιστικά – της τάξεως

του 18%, προκειμένου να επιτευχθεί μέσο-μακροπρόθεσμος ρυθμός αύξησης της τάξεως του 6%. Το σενάριο αυτό υπογραμμίζει τον κρίσιμο ρόλο που καλείται να διαδραματίσει στο μέλλον η ρωσική προέλευση.

Για την ρωσική προέλευση και τις γειτνιαζουσες σ' αυτήν προελεύσεις έχουν βαρύτητα τα γνωστά μακροπρόθεσμα χαρακτηριστικά των μεσογειακών προορισμών, λόγω των σκληρών κλιματολογικών συνθηκών και του «μεγάλου» χειμώνα που επικρατούν στις ρωσικές προελεύσεις. Επομένως, προς το παρόν, κύριοι ανασταλτικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης είναι: οι οικονομικές δυνατότητες της πλειονότητας του πληθυσμού, τα θεσμικά εμπόδια και η ανεπαρκής πληροφόρηση.

Η παραδοχή υψηλότερης επίδοσης της δυτικοευρωπαϊκής προελεύσεως, αλλά ακόμη περισσότερο της **νέας ευρωπαϊκής προελεύσεως Κεντρικής Ανατολικής Ευρώπης, Ρωσίας και χωρών της πρώην Σοβιετικής Ενώσεως** δεν βρίσκεται στην σφαίρα της ουτοπίας και του ανέφικτου. Και η δυτικοευρωπαϊκή προέλευση είναι εφικτό να αποφέρει αύξηση ταχύτερη του 3,5% ετησίως κατά μέσο όρο, αλλά και οι νέες ευρωπαϊκές προελεύσεις έχουν αρκετά μεγαλύτερες δυνατότητες με βάση τη παραπάνω μελέτη

(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. - Πηγές Προελεύσεως Αλλοδαπών Τουριστών: Δυνατότητες και Προοπτικές, 2006)

2° ΚΕΦΑΛΑΙΟ

«ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΡΩΣΙΑΣ»

2.1. Γενικά.

Οι παραδοσιακές ευρωπαϊκές χώρες προέλευσης τουριστών για τη χώρα μας (μέλη της ΕΕ) παρά την «απαρέσκεια» που εξεδήλωσαν για το ελληνικό τουριστικό προϊόν κατά τα τελευταία έτη, εν τούτοις δεν παύουν να αποτελούν τους πυλώνες του ελληνικού τουρισμού από άποψη ζήτησης. Είναι επιπλέον σημαντικό να αναφέρουμε ότι τα περιθώρια αξιοποίησης του μεγάλου αποθέματος δυναμικής τουριστικής ζήτησης που διαθέτουν είναι μεγάλα, διότι:

(α) η διεύρυνση της ΕΕ και η αναπτυξιακή δυναμική που θα προέλθει από αυτή, θα αυξήσει τις δυνατότητες άντλησης τουριστών σε ικανή ποσότητα για να ανακόψει την κατολίπηση που βιώνει η τουριστική Ελλάδα την τρέχουσα περίοδο και να προσδώσει νέα αναπτυξιακή ώθηση, και

(β) η ίδια η ΕΕ διαθέτει δυναμικό ζήτησης μεγάλου μεγέθους, το οποίο παραμένει αναξιοποίητο.

Εξάλλου, οι υπερπόντιοι προορισμοί δεν προσφέρονται για επαναλαμβανόμενα ταξίδια, διότι αποτελούν κυρίως πολιτισμικού-περιγηγτικού τύπου τουριστικοί προορισμοί. Επομένως, το πρόβλημα της Ελλάδας σε πρώτο επίπεδο, αλλά ακολούθως και των λοιπών άμεσα ανταγωνιστριών χωρών (Ιταλία, Ισπανία), εντοπίζεται στους αναδυόμενους τουριστικούς προορισμούς της Μεσογείου. Οι προορισμοί αυτοί, ενδέχεται να μην διαθέτουν τον πλούτο των πολιτισμικών αλλά και φυσικών στοιχείων που διαθέτει η χώρα μας, διαθέτουν, όμως, τουριστικό προϊόν, η τιμή του οποίου υπολείπεται της αξίας του προϊόντος. Έχουν ακόμη και ως πλεονέκτημα, το δυναμικό καταλυμάτων που διαθέτουν. Άλλωστε, οι συμπληρωματικές υποδομές τους είναι τεχνολογικά σύγχρονες, με ανέσεις που υπερβαίνουν τις προσδοκίες του μαζικού τουρισμού.

Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι μάλλον απαισιόδοξο. Αυτό εξηγείται πλήρως αν λάβουμε υπόψη μας την απαιτούμενη μείζονα προσπάθεια που πρέπει να ασκήσουμε, για την ανάκτηση της χαμένης φήμης μας στις παραδοσιακές ευρωπαϊκές

πηγές προέλευσης, αλλά και για την μερική εξουδετέρωση του πλεονεκτήματος που έχουν αποκτήσει οι νέοι προορισμοί. Με λίγα λόγια, ο ελληνικός τουρισμός έχει εισέλθει, εξαιτίας των πολλών αμαρτημάτων αυτού, σε δύσκολη φάση. Η εξασφάλιση νέων, μεγάλων δυνητικών και δυναμικών πηγών προέλευσης, οφείλει να αποτελεί πρώτιστο χρέος της τουριστικής πολιτικής. Οι υπερπόντιες δυναμικές προελεύσεις είναι δύσκολο να αξιοποιηθούν μεσοπρόθεσμα ενώ τη συγκεκριμένη περίοδο χρειάζεται πολλή φροντίδα για να κτισθεί η τουριστική εικόνα της χώρας στις εν λόγω περιοχές. Επομένως, προσλαμβάνει επιτακτικό χαρακτήρα, η αξιοποίηση της δυνητικά μεγάλης, και ικανής να δώσει λύση, ρωσικής αγοράς. Υπάρχουν προϋποθέσεις ευόδωσης μιας τέτοιας προσπάθειας, αν φυσικά αναληφθεί άμεσα.

Η μελέτη προσεγγίζει το ζήτημα του ρωσικού τουρισμού με προσοχή και διαλαμβάνει σκέψεις και ιδέες που θα μπορούσαν να βοηθήσουν, ώστε η ομόθρησκη Ελλάδα να αποτελέσει βαθμιαίως επιθυμητό και προτιμώμενο τουριστικό προορισμό, τουλάχιστον στο ίδιο επίπεδο με ανταγωνίστριες χώρες, οι οποίες δε διαθέτουν ούτε παραδοσιακά συγγενικές σχέσεις με τη μεγάλη αυτή χώρα, ούτε ανταγωνιστικά πολιτισμικά στοιχεία προς τα ελληνικά.

(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. « ΡΩΣΙΚΟΣ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Γεώργιος Χ. Κάτσος, Αθήνα 2005)

2.2 Εξελίξεις του πληθυσμού και της οικονομίας της Ρωσίας και η επίδρασή τους στον τουρισμό

2.2.1. Χάρτης της Ρωσικής Ομοσπονδίας



(ΘΕΣΜΙΚΟ-ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ ΚΑΝΟΝΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΥΠΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ 2009-2010, σελ 2)

2.2.2. Γενικά χαρακτηριστικά- Οικονομικά και λοιπά μεγέθη

Έκταση	17.075.400 τ.χλμ.
Πληθυσμός	142,2 εκ. (εκτιμήσεις 2008)
Μεταβολή πληθυσμού	-0,467% (εκτιμήσεις 2008)
Ενεργός πληθυσμός	75,04 εκ. (εκτιμήσεις 2008)
Πληθυσμός κάτω του επιπέδου φτώχειας	16,0%. Ο πληθυσμός της χώρας είναι άνισα κατανομημένος, αφού το 23% της ευρωπαϊκής έκτασης συγκεντρώνει το 73% του πληθυσμού.

	Αστικός πληθυσμός: 73%
Εθνότητες	Ρώσοι 79,8%, Τάταροι 3,8%, Ουκρανοί 2%, Μπασκίριοι (1,2%), Τσουβάσιοι (1,2%).
Κυριότερα αστικά κέντρα	Μόσχα (10,4 εκ. κάτοικοι), Αγία Πετρούπολη (4,57 εκ. κάτοικοι), Νοβοσιμπίρσκ (1,39 εκ. κάτοικοι), Νίζνυ Νόβγκοροντ (1,27 εκ. κάτοικοι), Εκατερινμπούργκ (1,315 εκ. κάτοικοι) [Απογραφή 2007].
Εθνικό νόμισμα	Ρούβλι (Rb). Ισοτιμία €1= 37,89Rb, \$1= 29,4 ρούβλια (31/12/2008)
Πολίτευμα	Πολίτευμα: Προεδρική Ομοσπονδιακή Δημοκρατία
Νομοθετικά Σώματα	Νομοθετικά Σώματα: α) η Κρατική Δούμα (Κάτω Βουλή) με 450 μέλη που εκλέγονται άμεσα για 4ετή θητεία, και β) το Ομοσπονδιακό Συμβούλιο (Άνω Βουλή) με 178 μέλη.
Διοικητική Διάρθρωση	Η Ρωσική Ομοσπονδία χωρίζεται σε 89 περιφερειακές διοικητικές μονάδες, πολλές από τις οποίες αντανakλούν τις εθνικές ιδιαιτερότητες επί σοβιετικού καθεστώτος. Συγκεκριμένα, υπάρχουν 21 δημοκρατίες, 6 ομόσπονδες περιοχές (krays), 2 ομόσπονδες πόλεις (Μόσχα, Αγία Πετρούπολη), 49 περιφέρειες (Oblast), 1 αυτόνομη περιφέρεια και 10 αυτόνομες περιοχές (Okrug).
Εκλογικό σύστημα Εκλογές	Ο Πρόεδρος εκλέγεται με άμεση ψηφοφορία για 4 έτη, με δυνατότητα επανεκλογής για μία ακόμη φορά. Οι πρόσφατες εκλογές για την εκλογή Προέδρου διεξήχθησαν την 2η Μαρτίου 2008.
Πρόεδρος	Dmitri MEDVEDEV (εκτίει την πρώτη θητεία του, από 07/05/08)
Πρωθυπουργός	Vladimir PUTIN (από 07/05/08) Διορίζεται από τον Πρόεδρο, με τη σύμφωνη γνώμη της

	Κάτω Βουλής
Δικαιοσύνη – Κεντρική Τράπεζα	Οι Δικαστές του Συνταγματικού Δικαστηρίου, του Ανώτατου Δικαστηρίου και του Ανώτατου Διαιτητικού Δικαστηρίου διορίζονται από το Ομοσπονδιακό Συμβούλιο, κατόπιν προτάσεως του Προέδρου, και εκτίουν ισόβια θητεία. Το ίδιο ισχύει και για το Διοικητή της Κεντρικής Τράπεζας της Ρωσίας.
Οδικό δίκτυο	Εθνικό δίκτυο έκτασης 871.000 χλμ., εκ των οποίων 738.000 χλμ. (84,7%) είναι ασφαλτοστρωμένα. Αυτή τη στιγμή, υλοποιείται πρόγραμμα (2002-2010) εκσυγχρονισμού του οδικού δικτύου και συμπεριλαμβάνει πολλά έργα PPP.
Μέσος Μισθός	451,50 Ευρώ (582 \$ 17.112 ρούβλια) , (528,7 \$ το 2007 και 393,1\$ το 2006) όμως, εμφανίζεται έντονη διακύμανση ανάλογα με την περιοχή. Στη Μόσχα π.χ. κυμαίνεται στα 47.746 ρούβλια =1259 ευρώ) ενώ στην Αγία Πετρούπολη φθάνει στα 17.168Rb (€453).
Κατώτατος Μισθός (31.12.2008)	Ο κατώτατος μισθός, τον οποίο λαμβάνει μόνο ένα μικρό ποσοστό του πληθυσμού (1,9%), ανέρχεται σε 5.855 ρούβλια (μέσος όρος). Συγκεκριμένα, για τα ενεργά άτομα, ο κατώτατος μισθός ανέρχεται σε 6.624 ρούβλια ενώ, για τους συνταξιούχους σε 4.038 ρούβλια. Το ύψος των μισθών αυτών θεωρείται χαμηλό σε σχέση με το κόστος ζωής που παραμένει υψηλό.
Επίσημη γλώσσα	Ρωσική
Εμπορική γλώσσα	Αγγλική και γερμανική ή γαλλική (χρησιμοποιούνται μεταφραστές)
Ωρα	GMT + 3 ώρες για την Μόσχα και την Αγ. Πετρούπολη, δηλ. +1 ώρα από την Ελλάδα. Η ώρα στο Βλαδιβοστόκ είναι GMT + 10 ώρες
Δημόσιες Αργίες	1 & 2 Ιανουαρίου (Νέο Έτος), 7 & 8 Ιανουαρίου (Ρωσικά Χριστούγεννα), 23 Φεβρουαρίου (Ημέρα των Ενόπλων

	Δυνάμεων), 8 Μαρτίου (Ημέρα της Γυναίκας), 1 & 2 Μαΐου (Ημέρα του Εργάτη), 9 Μαΐου (Ημέρα της Νίκης), 12 Ιουνίου (Ημέρα της Ρωσίας), 4 Νοεμβρίου (Ημέρα της Συμφιλίωσης), 12 Δεκεμβρίου (Ημέρα του Συντάγματος).		
Κατά κεφαλήν Α.Ε.Π.	\$8.482, (σε μονάδες αγοραστικής δύναμης PPP: \$14.600)		
Α.Ε.Π. (ονομαστική αξία)	\$1.674 τρις.		
Μεταβολή Α.Ε.Π.	+5,6% (2008)	+8,1% (2007)	+6,7 (2006)
Πληθωρισμός	13,3% (2008)	11,9% (2007)	9,7% (2006)
Απασχόληση	<u>Ενεργός πληθυσμός</u>	75,7 εκ. (52,5% του συνολικού πληθυσμού)	
	<u>Απασχολούμενοι</u>	42,5 εκ.	
	<u>Κατανομή απασχόλησης κατά τομέα (%)</u>	Πρωτογενής Τομέας: 10,8% (εκτιμήσεις 11/2007) Δευτερογενής Τομέας: 28,8% (εκτιμήσεις 11/2007) Τριτογενής τομέας: 60,5% (εκτιμήσεις 11/2007)	
	<u>Ανεργία</u>	7,7%(2008)	6,1%(2007)
Εξωτερικό Χρέος	\$484,7 δις (2008)		
Πλεόνασμα Προϋπολογισμού	\$64,9 δις (8,2% του ΑΕΠ)		
Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών	\$+102,3δις (2008)	\$105,3δις (2007)	\$94,5 δις (2006)
Συναλλαγματικά Αποθέματα Κεντρικής Τράπεζας	\$427 δις (2008)	\$484,6 δις (2007)	\$295,6 δις (2006)
Εξαγωγές	\$467,9 δις (2008)	\$355,1δις (2007)	\$303,9 δις (2006)
Εισαγωγές	\$267,0 δις (2008)	\$223,058 δις (2007)	\$164,7 δις (2006)
Εμπορικό Ισοζύγιο (\$)	+200,9 δις (2008)	+132,117 δις (2007)	+139,2 (2006)
Αγορά της Ρωσίας - Διάκριση μεριδίου	Η Μόσχα καταλαμβάνει περίπου το 40% του συνόλου της		

ανά περιοχή	αγοράς, η Αγία Πετρούπολη το 8-12% και άλλες 5 πόλεις παρουσιάζουν μερίδιο 5-8%, ανάλογα με το προϊόν.
-------------	--

(ΘΕΣΜΙΚΟ-ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ ΚΑΝΟΝΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΥΠΑ
ΕΜΠΟΡΙΟΥ 2009-2010, σελ 3-6)

2.2.3. Σκιαγράφηση των βασικών στοιχείων της Ρωσίας:

Τα στοιχεία που αφορούν τη Ρωσία μπορούν να αναλυθούν στα παρακάτω σημεία:

1. Με βάση τα στοιχεία των Ηνωμένων Εθνών, παρατηρείται **συνεχής μείωση πληθυσμού** ακόμη και προ του έτους 2000. Τούτο αποδίδεται κυρίως στα **συνεχή μεταναστευτικά ρεύματα**. Το γεγονός αυτό **θα εντείνει** τους περιορισμούς της εισόδου Ρώσων, στους οποίους προβαίνουν οι αναπτυγμένες δυτικές χώρες.

Πίνακας 1 ΡΩΣΙΚΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ (χιλ.)			
Έτη	Συν. Πληθυσμός	Ρυθμοί Μεταβολής	
1950	102.702		
1955	111.401	1950/55	1,64%
1960	119.906	1955/60	1,48%
1965	126.749	1960/65	1,12%
1970	130.392	1965/70	0,57%
1975	134.233	1970/75	0,58%
1980	138.660	1975/80	0,65%
1985	143.329	1980/85	0,66%
1990	148.292	1985/90	0,68%
1995	148.141	1990/95	-0,02%
2000	145.491	1995/00	-0,36%
2005*	140.920	2000/05	-0,64%
2010*	136.976	2005/10	-0,57%
2015*	133.314	2010/15	-0,54%
2020*	129.687	2015/20	-0,55%
2025*	125.687	2020/25	-0,62%
2030*	121.420	2025/30	-0,69%
2035*	117.119	2030/35	-0,72%
2040*	112.861	2035/40	-0,74%
2045*	108.629	2040/45	-0,76%
2050*	104.258	2045/50	-0,82%

Πηγή: Ηνωμένα Έθνη, Διεύθυνση Πληθυσμού.

* Προβλέψεις Η. Εθνών με βάση τη μέση μεταβολή (*medium variant*).

2. Ο πληθυσμός της Ρωσίας γηράσκει με μεγάλο ρυθμό συγκριτικά με άλλες χώρες. Ως συνέπεια αυτής της γήρανσης, αναμένεται να παρατηρηθεί στροφή της ζήτησης προς τον πολιτισμικό τουρισμό και τουρισμό πόλεων. Τούτο όμως δεν αναμένεται να συμβεί στο άμεσο μέλλον διότι τα εισοδήματα των ατόμων τρίτης ηλικίας (συντάξεις) είναι στις μέρες μας, πενιχρά.

Πίνακας 1.1 Ηλικιακή Διαστρωμάτωση του Ρωσικού Πληθυσμού												
Έτη/ Ηλικίες	0 –14		15 –29		30 –54		55- 79		80+		Σύνολο	
	εκ.	%	εκ.	%	εκ.	%	εκ.	%	εκ.	%	εκ.	%
1950	29,7	28,92	28,9	28,14	31,2	30,38	12	11,68	1	0,97	102,7	100
1960	35,9	29,96	29,1	24,29	38,4	32,06	15,2	12,69	1,2	1,0	119,6	100
1970	34,6	26,5	29,2	22,40	44	33,81	21	16,06	1,5	1,17	130,4	100
1980	30	21,65	36,7	26,50	46,6	33,63	23,4	16,86	1,9	1,35	138,7	100
1990	34	22,96	31,5	21,25	51,3	34,60	28,6	19,27	2,8	1,92	148,3	100
2000	26,1	17,95	33	22,67	54	37,14	29,4	20,22	2,9	2,02	145,5	100
2010	18,5	13,54	31,3	22,86	51,9	37,92	31,1	2,69	4,1	2,99	136,9	100
2020	17,7	13,63	20,3	15,66	51,2	39,49	35,7	27,54	4,8	3,68	129,7	100
Ρυθμός Ετήσιας Μεταβολής												
1950 έως 1980		0		0,8		1,34		2,25		2,16		
1980 έως 2000		-0,07		-0,05		0,7		1,15		2,13		
2000 έως 2020		-1,9		-2,4		-0,3		1,0		2,55		

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων που ελήφθησαν από τα Ην. Έθνη (Διεύθυνση Πληθυσμού).

3. Σημειώνεται **σημαντική αύξηση στο εθνικό εισόδημα** της Ρωσίας, από 4% έως 6% ετησίως, με προοπτικές ακόμη μεγαλύτερου ρυθμού (έως και 10%). Δεν παρατηρείται όμως και ανάλογη βελτίωση του βαθμού ισοκατανομής του εισοδήματος. Αντίθετα παρατηρείται χειροτέρευση του βαθμού ισοκατανομής των εισοδημάτων. Τούτο σημαίνει ότι, σήμερα, στόχος της τουριστικής μας πολιτικής για το ρωσικό τουρισμό πρέπει να αποτελέσουν τα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα.

4. Οι σημαντικές αυτές εισοδηματικές αυξήσεις πιστεύεται ότι είναι πιθανό να αντιστρέψουν τα μεταναστευτικά ρεύματα στο εγγύς μέλλον και οι προβλέψεις των Ηνωμένων Εθνών να δοκιμαστούν ως προς την ορθότητά τους.

5. Στη Ρωσία, όπως εξάλλου αναμένεται, **οι εσωτερικές μετακινήσεις, λόγω κλίματος, γίνονται με δυσχέρεια** ακόμη και τους καλοκαιρινούς μήνες. Το γεγονός αυτό επηρεάζει αρνητικά τον εξερχόμενο «outbound» τουρισμό, δημιουργώντας την τάση για στροφή προς τον εσωτερικό «domestic» τουρισμό.

6. Ο εξερχόμενος ρωσικός τουρισμός προς τις χώρες της Ε. Ένωσης περιορίζεται από το πρόβλημα της **βίζας «Schengen»** και ως εκ τούτου έχει την τάση να στραφεί προς άλλες χώρες.

7. Σημειώνεται η **παρουσία έντονης γραφειοκρατίας** στη Ρωσία, παρά τις προσπάθειες για αποκρατικοποίηση, με όλα τα επακόλουθα για προώθηση επενδύσεων και συνεργασιών σε όλους τους τομείς.

8. Οι **παράνομες δραστηριότητες** είναι διαδεδομένες σε ευρεία κλίμακα με αποτέλεσμα μόνο επιχειρήσεις που προκύπτουν από **συνεργασία με την τοπική αυτοδιοίκηση** «joint ventures» να είναι σε θέση να εδραιωθούν στη Ρωσία, χωρίς ιδιαίτερα προβλήματα.

9. Είναι επιτακτική ανάγκη η **εξυγίανση και αναβάθμιση** του ρωσικού τραπεζικού συστήματος. Ενδεικτικά αναφέρονται: η ενδυνάμωση των δικαιωμάτων των δανειστών, η θεσμοθέτηση ενός υγιούς συστήματος χρεοκοπίας γενικώς των επιχειρήσεων και ειδικώς των τραπεζών, η αυξημένη πληροφόρηση και διαφάνεια, η **ιδιωτικοποίηση της κρατικής Sherbank**, η ενθάρρυνση της εισόδου νέων-ξένων τραπεζών και η ρύθμιση-regulation-του όλου τραπεζικού συστήματος που θα περιέχει ως βασικά στοιχεία την επίβλεψη-monitoring-, την ασφάλεια των καταθέσεων, τη βελτίωση της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων ιδιαίτερα των ΜΜΕ και την ανάπτυξη εγχώριας αγοράς ικανοποίησης των δανειακών αναγκών της Κυβέρνησης με έκδοση κρατικών ομολόγων **υψηλής αξιοπιστίας**.

10. Οι ατέλειες που χαρακτηρίζουν το εκπαιδευτικό σύστημα θα αποτελέσουν τροχοπέδη για τον εξερχόμενο ρωσικό τουρισμό καθώς δεν δημιουργούνται σημαντικά κίνητρα στο λαό για μάθηση και γενικότερη μόρφωση.

(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. « **ΡΩΣΙΚΟΣ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**», Γεώργιος Χ. Κάτσος, Αθήνα 2005)

2.3. Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης για τουρισμό εκτός χώρας των Ρώσων πολιτών.

2.3.1. Γενικά

Οι παράγοντες που προσδιορίζουν τη ζήτηση για αλλοδαπό τουρισμό στη Ρωσία ουσιαστικά δεν διαφέρουν από εκείνους που ισχύουν και για άλλες χώρες του κόσμου. Όμως, ορισμένοι από αυτούς παίζουν σημαντικότερο ρόλο, ακριβώς λόγω της **απομόνωσης** στην οποία είχε βρεθεί η χώρα κατά το παρελθόν και της «παγιωμένης συνήθειας» των κατοίκων της χώρας να στρέφονται προς τον εσωτερικό (domestic) τουρισμό, της επακόλουθης (μετά την Perestroika) **αποδιοργάνωσης τόσο της οικονομίας** (η οποία κατέληξε σε σχεδόν εκμηδένιση των εισοδημάτων και ιδιαίτερα των συντάξεων), **όσο και της δημόσιας διοίκησης**. Άλλοι σημαντικοί παράγοντες είναι η **δυσκολία των εσωτερικών μετακινήσεων** (λόγω κλίματος) και η **μη γνώση** από τις ευρύτερες λαϊκές μάζες, μιας **διεθνούς ξένης γλώσσας** (π.χ. αγγλικά, γερμανικά, γαλλικά).

2.3.2. Στατιστικά στοιχεία εξερχόμενου Ρωσικού τουρισμού

Για να υπολογισθεί ο αριθμός των Ρώσων που εξέρχονται από τη χώρα τους με σκοπό τον τουρισμό, συμβουλευτήκαμε διάφορες πηγές, όπως: α) τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο οποίος παρέχει στοιχεία για τον αριθμό των αναχωρήσεων από τη Ρωσία, (πολιτών για το εξωτερικό) τους οποίους δεν είναι σωστό να τους ονομάσει όλους «τουρίστες» αφού έχουν αναχωρήσει από τη χώρα για διάφορους σκοπούς. β) Τα Υπουργεία Εξωτερικών, Οικονομικής Ανάπτυξης και Εμπορίου τα οποία διαχωρίζουν τους σκοπούς των εξερχόμενων ατόμων σε: i) Επαγγελματικούς (business), ii) Τουριστικούς (tourism), iii) Ιδιωτικούς (private), iv) Μετακινήσεις προσωπικού επιχειρήσεων (Operating Personnel), χωρίς στη συνέχεια να ορίζεται το ακριβές περιεχόμενο κάθε μιας από τις παραπάνω κατηγορίας. Επαφίεται στον αναγνώστη να ανακαλύψει τρόπο εκτίμησης του ποσοστού που αφορά σε τουρίστες, δηλαδή σε άτομα που κατά την επίσκεψή τους στη χώρα, επιδίδονται σε τουριστικές δραστηριότητες (διακοπές, πολιτισμός-μάθηση-μόρφωση, αθλητικές δραστηριότητες

ανάκτησης δυνάμεων και fitness, αναζήτηση της περιπέτειας, διασκέδαση, επίσκεψη συγγενών και φίλων, επαγγελματικές επισκέψεις, συμμετοχή σε συνέδρια, κ.τ.λ.).

Τονίζεται ότι όλα τα στοιχεία που αφορούν τουριστικές αναχωρήσεις τελούν υπό συνεχή αναθεώρηση τόσο από πλευράς Ρωσίας όσο και από τις χώρες στις οποίες κατευθύνονται οι Ρώσοι που δηλώνουν ότι εξέρχονται από τη χώρα τους με σκοπό τον τουρισμό.

Η βοηθητική πηγή στοιχείων για το ρωσικό τουρισμό είναι τα τρία Ρωσικά **Υπουργεία Εξωτερικών, Εμπορίου και Οικονομικής Ανάπτυξης**, τα οποία, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, συνεργάζονται, **έχουν διαχωρίσει τους εξερχομένους Ρώσους σε τρεις βασικές κατηγορίες:**

α) Η πρώτη κατηγορία αφορά άτομα που εξέρχονται για **«επαγγελματικούς σκοπούς»**. Ο αριθμός αυτών των ατόμων ανήρχετο κατά το 2002 σε 2,6 εκ. (12,8% του συνόλου).

β) Η δεύτερη κατηγορία αναφέρεται στους εξερχομένους με σκοπό τον τουρισμό. Φαίνεται ότι πρόκειται κυρίως για τουρισμό διακοπών. Τα άτομα αυτά με βάση τις ρωσικές στατιστικές ανήρχοντο κατά το έτος 2002, μόνο σε **5 εκ.** Πρόκειται μάλλον για άτομα οικονομικά εύπορα που είναι διατεθειμένα να ξοδέψουν αρκετά χρήματα για τις τουριστικές τους δραστηριότητες. Αυτό είναι το «κύριο ρωσικό τουριστικό ρεύμα» από το οποίο κάθε σοβαρή επιχείρηση ή δημόσιος Οργανισμός πρέπει να υπολογίζει τον τρόπο που θα αντλήσει ένα, όσο γίνεται αυξανόμενο μέσα στο χρόνο, ποσοστό.

γ) Η τρίτη κατηγορία αναφέρεται σε άτομα που εξέρχονται για ιδιωτικούς λόγους. Η κατηγορία αυτή, πέραν από την επίσκεψη συγγενών και φίλων και άλλων περιπτώσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό, εμπεριέχει και τους οικονομικούς μετανάστες. Είναι η πολυπληθέστερη κατηγορία διότι περιέχει το 50% των εξερχομένων από τη Ρωσία ατόμων (10,8 εκ. το 2002). **Εκτιμάται ότι το 1/5 αυτής της κατηγορίας αφορά προσωρινή επίσκεψη συγγενών και φίλων** και ως εκ τούτου μπορεί και πρέπει να ενταχθεί κατά το ποσοστό αυτό, στα τουριστικώς ενεργά άτομα.

δ) Η τέταρτη κατηγορία αναφέρεται σε προσωπικό επιχειρήσεων (operating personnel) που θα παραμείνει στη χώρα προορισμού για σχετικά μεγάλο χρονικό διάστημα (συνήθως άνω του 3μήνου). Τα άτομα αυτά για το έτος 2002, ανήρχοντο σε 1,8 εκ.

Ύστερα από την παραπάνω ανάλυση, τα άτομα που εξέρχονται από τη Ρωσία και έχουν τουριστικά ενδιαφέροντα, ή και άλλα ενδιαφέροντα τα οποία για να ικανοποιηθούν, απαιτούν προσφορά υπηρεσιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις, εκτιμάται ότι ανήρχοντο κατά το 2002, σε 11,7 εκ.28.

Η διαχρονική εξέλιξη των παρεχομένων από τη Ρωσία στοιχείων δίδεται στον Πίνακα 2 που ακολουθεί. Σημειώνεται ότι ο ΠΟΤ (Compendium of Tourism Statistics) δίνει πολύ μεγαλύτερο αριθμό εξερχομένων τουριστών από τη Ρωσία για το 2002.

Πίνακας 2

ΡΩΣΙΚΟΣ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ*

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Αναχωρήσεις για Επαγγελματικούς λόγους	2.059	1.683	1.811	1.967	2.163	2.529	2.595
Αναχωρήσεις για Τουρισμό	3.508	4.143	3.330	2.809	4.191	4.485	5.044
Αναχωρήσεις για ιδιωτικούς λόγους	5.006	3.947	4.048	5.865	10.088	9.490	10.837
Αναχωρήσεις Προσωπικού Επιχειρήσεων	1.698	1.409	1.446	1.990	1.635	1.729	1.867
Σύνολο εξερχομένων από τη Ρωσία ατόμων	12.271	11.182	10,635	12,631	18,077	18,233	20,343

*Πηγή: Υπουργεία Εξωτερικών, Εμπορίου και Οικονομικής Ανάπτυξης της Ρωσίας

Στη συνέχεια αντλήθηκαν στοιχεία και από την Επετηρίδα της Τουριστικής Στατιστικής του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Yearbook of Tourism Statistics) για τις διάφορες χώρες (έτους 2003) από όπου προκύπτει ότι οι Ρώσοι τουρίστες που εξήλθαν από τη χώρα (1999, 2000 και 2001) ανέρχονται συνολικά σε: 7.174 χιλ (1999), 6.952 χιλ (2000), 9.317 χιλ (2001) και 10.714 χιλ. (2000).

Τέλος, συνοψίζοντας τα στοιχεία που αντλήσαμε από διάφορες πηγές για τον ρωσικό αλλοδαπό τουρισμό κατασκευάσαμε τον Πίνακα 3 όπου φαίνονται οι διαφορές που υπάρχουν μεταξύ των πηγών.

Πίνακας 3						
ΡΩΣΙΚΟΣ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (σε χιλιάδες)						
Πηγή / Έτος	1998	1999	2000	2001	2002	Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής
1. Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Compendium of Tourism Statistics)*	11.711	12.631	18.371	17.939	20.665	16,3% (98/01)
2. Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού** (Yearbook of Tourism Statistics 2002 και 2003)	NA	7.174	6.952	9317	10.714	14% (99/01)
3. Υπουργεία: Εμπορίου, Εξωτερικών και Οικονομικής Ανάπτυξης της Ρωσίας (3η γραμμή πίνακα 1: Αναχωρήσεις για τουρισμό)	3.330	2.809	4.191	4.485	5.044	10,9% (98/02)
4. Εκτίμηση του συνολικού τουρισμού με βάση τα στοιχεία των ρωσικών Υπουργείων (επεξεργασία στοιχείων πίνακα 1)***	7,396	7939	10,006	10,633	11,673	12,1%

* Στοιχεία από το Compendium of Tourism Statistics.

** Στοιχεία που συλλέξαμε από 208 χώρες (πηγή: Επετηρίδα του ΠΟΤ, 2002 και 2003). Οι παρατηρούμενες σημαντικές διαφορές των δύο παραπάνω πηγών-δημοσιεύσεων του ΠΟΤ, αν και η διαφορά του αριθμού των χωρών είναι μόνο 5 (ονομαστικά οι χώρες Djibouti, French Guiana, Mauritania, San Marino, Saudi Arabia οι οποίες περιέχονται στο Compendium και όχι στο Yearbook), φανερώνουν την αναξιοπιστία των σχετικών στοιχείων. Φαίνεται ότι η Ρωσία δεν μπορεί και ίσως να μην επιθυμεί να διαχωρίσει τους τουρίστες από τους οικονομικούς και άλλους μετανάστες.

*** Ελήφθησαν υπόψη: οι «αναχωρήσεις για τουρισμό» όπως αναφέρονται από τις ρωσικές στατιστικές,, ο επαγγελματικός τουρισμός μαζί με τις αναχωρήσεις προσωπικού επιχειρήσεων. Προστέθηκε και η επίσκεψη συγγενών και φίλων η οποία ελήφθη ίση με το 1/5 των εξερχομένων για προσωπικούς λόγους.

2.3.3. Συμπερασματικές Παρατηρήσεις

Με βάση τα στοιχεία που καταφέραμε να συγκεντρώσουμε και αφορούν τους παράγοντες που προσδιορίζουν τη ζήτηση για αλλοδαπό τουρισμό στη Ρωσία καταλήξαμε στα εξής συμπεράσματα:

- Τα στοιχεία που αφορούν τον εξερχόμενο ρωσικό τουρισμό (αλλά ως ένα βαθμό και τον εισερχόμενο) δεν μπορούν να χαρακτηριστούν ως αξιόπιστα, λόγω της έντονης μετανάστευσης του ρωσικού πληθυσμού.
- Ο εξερχόμενος ρωσικός τουρισμός που αφορά σε διακοπές, ανήλθε κατά το έτος 2002, σε 5 εκατομμύρια αναχωρήσεις.
- Οι συνολικές τουριστικές αναχωρήσεις (διακοπές και λοιποί λόγοι) που πραγματοποιήθηκαν κατά το 2002 εκτιμάται ότι είναι υπερδιπλάσιες (11,7 εκατ.).
- Η τουριστική τάση (αναχωρήσεις τουριστών μόνο για διακοπές στο εξωτερικό για το σύνολο του πληθυσμού) των Ρώσων είναι χαμηλή και ίση με 3,4% (τρεις περίπου αναχωρήσεις ανά 100 κατοίκους το έτος 2002).

- Û Η συνολική τουριστική τάση (τουρισμός για διακοπές και λοιπούς λόγους) ανήλθε για το έτος 2002 σε 8,07% (οκτώ περίπου αναχωρήσεις ανά 100 κατοίκους).
- Û Ο ρυθμός αύξησης του εξερχόμενου τουρισμού για διακοπές, είναι 10,9% (περίοδος 1998/02).
- Û Ο ρυθμός αύξησης των αναχωρήσεων συνολικά (διακοπές και μη) ανήλθε σε 12,1% για την περίοδο 1998/02.
- Û Σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας για τον εξερχόμενο τουρισμό είναι το επίπεδο, η αύξηση και ο βαθμός ισοκατανομής του εθνικού εισοδήματος.
- Û Οι σχετικές τιμές δεν φαίνεται να παίζουν σημαντικό ρόλο για το σημερινό Ρώσο τουρίστα. Το εισόδημα παραμένει ο κυρίαρχος παράγοντας. Στο μέλλον, όμως, οι τιμές αναμένεται να παίζουν σημαντικό ρόλο και να επηρεάζουν την κατανομή των Ρώσων τουριστών στις διάφορες χώρες προορισμού.
- Û Οι δαπάνες προώθησης του τουριστικού προϊόντος μιας χώρας στην αγορά-στόχο παίζουν σημαντικό ρόλο ο οποίος γίνεται σημαντικότερος αν ληφθούν υπόψη και οι συμπληρωματικές ενέργειες προώθησης στις οποίες επιδίδονται οι ιδιωτικές επιχειρήσεις.

(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. « ΡΩΣΙΚΟΣ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Γεώργιος Χ. Κάτσος, Αθήνα 2005)

2.4 . Χώρες προς τις οποίες κατευθύνονται οι Ρώσοι τουρίστες.

Τα βασικά συμπεράσματα που μπορούν να εξαχθούν (βλέπε πίνακα στο Παράρτημα Πηγή ΠΟΤ, WTO Yearbook of Tourism Statistics) είναι τα εξής:

1. Δώδεκα χώρες απορροφούν το 87% του ρωσικού τουρισμού. Μεγάλα ποσοστά έχουν οι χώρες: Ουκρανία (28,8%), Κίνα 12,8%) και Τουρκία (8,1%).
2. Η Ελλάδα αποτελεί μικρό προορισμό απορροφώντας μόλις το 1,4% του συνολικού ρωσικού τουρισμού.
3. Ως προς την Τουρκία παρατηρείται ότι το σχετικά υψηλό ποσοστό αφορά το σύνολο των επισκεπτών και όχι μόνο τους τουρίστες. Δεν έχουν αφαιρεθεί οι **ιδιώτες (νοικοκυριά) και διάφοροι μικροέμποροι**, οι οποίοι πηγαινοέρχονται στην Τουρκία καθ' όλη τη διάρκεια του έτους για φθηνές και αναγκαίες αγορές «crossborder shopping» και διανυκτερεύουν αναγκαστικώς στην Κωνσταντινούπολη ακόμη και για μια βραδιά. Αν αφαιρεθούν αυτοί αλλά και οι λοιποί μη-τουρίστες (οικονομικοί μετανάστες, κ.τ.λ.), τότε το σχετικό ποσοστό μικραίνει κατά πολύ. Σημειώνεται ότι οι προαναφερόμενοι ιδιώτες και μικροέμποροι πρέπει να αφαιρεθούν διότι στην παρούσα μελέτη **δεν αποτελούν αυτοί στόχο για προσέλκυση από την Ελλάδα**. Εξάλλου, δεν μπορούμε εμείς να προσελκύσουμε αυτό το σύνολο επισκεπτών, αν και θα ήταν αυτό απόλυτα επωφελές, διότι η Ελλάδα είναι τόπος με κάποια σχετική απόσταση συγκρινόμενη με την Τουρκία. Η Τουρκία, επίσης, φημίζεται για το γεγονός ότι είναι πιο φθηνή σε πολλά αγαθά. Έχουν, βέβαια, αυτοί οι ιδιώτες και μικροέμποροι κάποια περιορισμένη τουριστική δραστηριότητα (θα φάνε σε ένα εστιατόριο, θα μείνουν σε ένα φθινό ξενοδοχείο, κ.τ.λ.) αλλά τίποτε πλέον αυτού που να προσπορίζει αξιόλογα έσοδα στις τουριστικές επιχειρήσεις.

4. Μεγαλύτερο ρυθμό αύξησης του ρωσικού τουρισμού παρουσιάζουν οι χώρες που δεν ανήκουν στην ΕΕ (ρυθμός: 24,8%) και είναι απαλλαγμένες από τις υποχρεώσεις της σύμβασης «Schengen».
5. Ακολουθούν μεσογειακές χώρες που ανήκουν στην ΕΕ (18,7%) και έπονται αυτών οι χώρες δυτικής Ευρώπης που ανήκουν και αυτές στην ΕΕ (13,6%).
6. Εννέα από τις 11 μεσογειακές χώρες (πλην της Κύπρου και του Ισραήλ) αναπτύσσουν δυναμισμό (μετρούμενο με το ρυθμό αύξησης των αφίξεων) στην προσέλκυση Ρώσων τουριστών μεγαλύτερο από εκείνον της Ελλάδας. Η Κροατία, π.χ., παρουσιάζει ρυθμό αύξησης του ρωσικού τουρισμού δεκαπλάσιο του ελληνικού, το Μαρόκο και η Τουρκία περίπου τριπλάσιο.
7. Η Ελλάδα απορροφά το 7% του ρωσικού τουρισμού που κατευθύνεται στη Μεσόγειο.
8. Οι χώρες Τουρκία, Ισπανία, Αίγυπτος και Ιταλία απορροφούν πολύ μεγαλύτερα ποσοστά του **μεσογειακού ρωσικού τουρισμού** (Τουρκία: 33,7%, Ιταλία: 17,7%, Ισπανία: 13,9%, Αίγυπτος: 11,1%).

(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. « ΡΩΣΙΚΟΣ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Γεώργιος Χ. Κάτσος, Αθήνα 2005)

2.5 Συντελεστές ανταγωνιστικότητας μεταξύ Ελλάδας και ορισμένων Μεσογειακών χωρών στην προσέλκυση Ρώσων τουριστών

2.5.1. Γενικά

Ο Ρώσος τουρίστας που έχει επαρκές εισόδημα για ταξίδι στο εξωτερικό, επιλέγει τη χώρα του τουριστικού του προορισμού, έναντι μιας άλλης. Με άλλα λόγια, συγκρίνοντας μεταξύ κάποιων χωρών και παρακινούμενος από παράγοντες όπως:

α) Η βεβαιότητα ότι θα επιστρέψει σώος και αβλαβής πάλι στη χώρα του (ασφάλεια-υγεία). Η Ελλάδα θεωρείται σήμερα από τους Ρώσους ως ασφαλής σχετικά τόπος για

διακοπές συγκριτικά με άλλες μεσογειακές χώρες που παρουσιάζονται σχετικά φθηνότερες από πλευράς κόστους ζωής.

β) Η σχετική καθαρότητα της θάλασσας και των ακτών. Ο παράγοντας αυτός μαζί με τον προηγούμενο ενθαρρύνουν τους Ρώσους όχι μόνο να έρχονται οι ίδιοι στην Ελλάδα για διακοπές, αλλά να στέλνουν σε παιδικές κατασκηνώσεις και τα παιδιά τους, αποφεύγοντας άλλες μεσογειακές χώρες που θεωρούνται ως λιγότερο ασφαλείς και οι θάλασσές τους είναι λιγότερο καθαρές.

γ) Η γενικότερη σχετική ποιότητα του τουριστικού προϊόντος και η τοποθεσία των διαθέσιμων τουριστικών καταλυμάτων στη χώρα την οποία θα επισκεφθεί. Εάν η διαμονή είναι κοντά στη θάλασσα είναι πλέον προτιμητέα από τους Ρώσους τουρίστες.

δ) Οι σχετικές τιμές των προϊόντων και υπηρεσιών (τιμή πακέτου) που θα πληρώσει κατά τη διάρκεια των τουριστικών του δραστηριοτήτων στην Ελλάδα συγκριτικά με τις άλλες χώρες. Εξυπακούεται ότι ο παράγοντας αυτός, όπως ήδη αναφέρθηκε, έχει σήμερα μειωμένη βαρύτητα διότι υπερισχύει ο παράγοντας «εισόδημα». Όμως, αργότερα όταν οι Ρώσοι τουρίστες αποκτήσουν επαρκείς τουριστικές εμπειρίες, οι σχετικές τιμές θα γίνουν ένας από τους πλέον σημαντικούς παράγοντες στον προσδιορισμό της επιλογής της χώρας προορισμού.

ε) Οι φυσικοί πόροι, το κλίμα και οι σχετικές με αυτά φυσικές καλλονές (ακτές, νησιά, κ.τ.λ.) συγκριτικά με τις άλλες χώρες.

στ) Ο σχετικός πολιτιστικός πλούτος της χώρας (αρχαιότητες, μουσεία, άλλα αξιοθέατα, εκδηλώσεις πολιτιστικού περιεχομένου, κ.τ.λ.).

ζ) Η γεωγραφική θέση της χώρας προορισμού και η υποδομή (κυρίως σε τακτικές αερομεταφορές), που προσδιορίζει τον χρόνο και το κόστος του ταξιδιού έναντι άλλων χωρών. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι οι Ρώσοι προκειμένου να φθάσουν σε ένα μεγάλο διεθνούς εμβέλειας αεροδρόμιο (π.χ. Μόσχα, Αγία Πετρούπολη) για να ταξιδέψουν στη συνέχεια στο εξωτερικό, πρέπει πρώτα να διανύσουν μεγάλες αποστάσεις με χερσαία μέσα μεταφοράς τα οποία λόγω ψυχρού κλίματος κινούνται ακόμη και το καλοκαίρι με σχετικά χαμηλές ταχύτητες. Έτσι, ο Ρώσος τουρίστας είναι ήδη επιβαρυνμένος από πλευράς χρόνου κυρίως μέσα στην ίδια τη Ρωσία. Άρα, πρέπει από εκεί και πέρα, να μην παρουσιαστούν εμπόδια στις μετακινήσεις του με υπαιτιότητα της χώρας προορισμού.

η) Το φημολογούμενο πνεύμα φιλοξενίας του λαού της χώρας συγκριτικά με άλλες χώρες.

θ) Η σχετική δυνατότητά του τουρίστα να επικοινωνήσει με τους ντόπιους κατοίκους.

ι) Ορισμένοι από τους Ρώσους τουρίστες που έχουν σκοπό τη θρησκευτική εμπειρία, λαμβάνουν υπόψη και τη δυνατότητα να επισκεφθούν τόπους θρησκευτικού ενδιαφέροντος (ονομαστούς ιερούς ναούς, Άγιο Όρος, Βυζαντινά Μουσεία, κ.τ.λ.) να περιηγηθούν σε αυτούς, ενώ κάποιοι από τους τουρίστες θέλουν να συμμετέχουν και στις τελούμενες θρησκευτικές δραστηριότητες. Η Ελλάδα, ως γνωστό, υπερτερεί έναντι των άλλων μεσογειακών χωρών λόγω των ιστορικών θρησκευτικών δεσμών μεταξύ των δύο χωρών.

Ο τουρίστας λαμβάνει γνώση όλων αυτών των παραγόντων, ή τουλάχιστον των πλέον σημαντικών γι' αυτόν, από τις διαφημίσεις και τη γενικότερη προβολή που κάνει ο δημόσιος τομέας της Ελλάδας (ΕΟΤ), ή τις μικροοικονομικού επιπέδου δράσεις του ιδιωτικού τομέα της χώρας υποδοχής (Ελλάδας) στη χώρα προέλευσης (Ρωσία). Επίσης, η πληροφόρηση αντλείται από συζητήσεις με προγενέστερους τουρίστες, και, τέλος, μέσα από το Διαδίκτυο, ή από το διεθνή τύπο.

Οι μορφωμένοι νέοι χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό το Διαδίκτυο ενώ οι μεγαλύτεροι στην ηλικία και πλέον πολυάσχολοι, καταφεύγουν στους τουριστικούς πράκτορες, όπου η πληροφόρηση μπορεί να σχετίζεται πιο πολύ με τις ήδη υπάρχουσες διασυνδέσεις του πράκτορα με τις τουριστικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα.

2.5.2. Δυσκολίες πριν από το Ταξίδι

α) Προτού ταξιδεύσει ο τουρίστας και στην προσπάθειά του να διευθετήσει τα σχετικά με το ταξίδι του, καλείται να παίξει ένα σημαντικό ρόλο η ευκολία ή η δυσκολία απόκτησης της πολυπόθητης βίζας. Δεδομένου ότι η πλειονότητα των Ρώσων τουριστών λαμβάνει απόφαση για ταξίδι την τελευταία στιγμή, ο παράγοντας αυτός εξελίσσεται σε έναν πολύ σημαντικό περιορισμό και πρέπει να τύχει ιδιαίτερης προσοχής από την Ελλάδα.

β) Μια ακόμη μεγάλης σημασίας δυσκολία που συναντά προ του ταξιδιού, είναι η απόκτηση ξένου συναλλάγματος, καθώς το τραπεζικό σύστημα της Ρωσίας δεν έχει

ακόμη προσαρμόσσει στη δυτικά πρότυπα και οι συνεργασίες των εγχωρίων (ρωσικών) τραπεζών με τις ξένες είναι ακόμη δυσχερείς.

2.5.3. Μετά την Επάνοδο στη Ρωσία

Μετά την τουριστική εμπειρία, ο τουρίστας περιγράφει σε φίλους και γνωστούς του τις εντυπώσεις του και αν έμεινε ευχαριστημένος. Αυτό αποτελεί την αποτελεσματικότερη διαφήμιση ή δυσφήμιση για τη χώρα υποδοχής. Σημαντική θέση, στις αξιολογήσεις του, πέραν του καταλύματος και των άμεσων υπηρεσιών που έλαβε, κατέχουν και οι ήδη δημιουργημένες υποδομές, ιδίως τα αεροδρόμια, ως ο πρώτος και τελευταίος χώρος επαφής του τουρίστα με τη χώρα υποδοχής και αν πρόκειται για νησιά, η συνεχής παροχή νερού και ηλεκτρισμού, αλλά και η ύπαρξη ιατρικών κέντρων. Αυτές οι υποδομές θα αξιολογηθούν θετικά ή αρνητικά σχετικά με το κατά πόσο συνέβαλαν ή όχι στην επιθυμητή άνεση, ευχέρεια μετακινήσεων, ασφάλεια και διατήρηση της υγείας του τουρίστα κατά το χρόνο που έκανε τις διακοπές του.

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που παρακινεί τον τουρίστα να διαφημίσει τη χώρα υποδοχής, είναι και η «φιλοξενία» που συνάντησε από τους ντόπιους κατοίκους και συλλογικούς φορείς.

Εάν ο Ρώσος τουρίστας μείνει ευχαριστημένος από τη διαμονή και τις λοιπές υπηρεσίες που έλαβε, θα επαναλάβει την τουριστική εμπειρία. Σε περίπτωση δυσαρέσκειας, τον επόμενο χρόνο πιθανότατα θα επισκεφθεί άλλη χώρα.

2.5.4. Εγχώριες Τιμές και Συναλλαγματικές Ισοτιμίες

Στην προκείμενη περίπτωση, θεωρήθηκε, ο Δείκτης Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) ως πλέον κατάλληλος για να φανερώσει την σχετική επίδραση των μεταβολών (τάσεων) των τιμών διότι περιλαμβάνει τις επιδράσεις παραγόντων ζήτησης/προσφοράς και έμμεσης φορολογίας.

Πίνακας 5

Μεσογειακές Χώρες (Μη ΕΕ)

Ετήσια Μεταβολή Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) (%)			Ετήσια Μεταβολή Συναλλαγματικής Ισοτιμίας (Exchange Rate) (%)	
Χώρες	1995/2000	2000/2003	1995/2000	2000/2003
Τουρκία	73,7	41,1	62,4	52,7
Αίγυπτος	4,8	2,7	1,7	10,4
Μαρόκο	1,83	1,1	4,5	0
Τυνησία	3,2	2,3	7,7	0
Ισραήλ	6,31	0,7	5,0	8,1
Κροατία	5,06	1,7	8,9	-4,9
Σλοβενία	8,3	3,5	12,6	0
Κύπρος*	2,92	2,9	-5,9	2,7
ΕΛΛΑΔΑ	4,7	3,5	-9,0	α) -0,68% (€ / \$). β) 0% ως προς τις χώρες της Ευρωζώνης

Πηγή: Επεξεργασία Στοιχείων που ελήφθησαν από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (International Financial Statistics).

* Μέλος ΕΕ από 01/06/2004.

Από τον παραπάνω Πίνακα 5 στο οποίο περιέχονται οι μεταβολές του ΔΤΚ και της Συναλλαγματικής Ισοτιμίας, φαίνεται ότι:

- Η Τουρκία κατά την περίοδο 2000/2003 παρουσιάζει αύξηση τιμών κατά 41,1% και υποτιμά το νόμισμά της κατά 52,7% και κατ' αυτόν τον τρόπο υπερκαλύπτει τη χαμένη της ανταγωνιστικότητα. Σημειώνεται ότι κατά την προηγούμενη περίοδο 1995/2000 η χώρα αυτή εφάρμοζε και τότε το μέτρο της υποτίμησης αλλά όχι σε βαθμό που να υπερκαλύπτεται η αύξηση των τιμών.
- Η Αίγυπτος εφαρμόζει την ίδια πολιτική. Ο πληθωρισμός φαίνεται, με βάση τα στοιχεία που δημοσιεύονται, ότι είναι πολύ μικρός (2000/2003: 2,7% ετησίως), αλλά η χώρα αυτή έχει προβεί σε υποτίμηση κατά 10,4% (2000/2003).

- Το ίδιο συμβαίνει και με το Ισραήλ. Η χώρα αυτή έχει υποτιμήσει το νόμισμά της κατά 8,1% τη στιγμή κατά την οποία ο ΔTK παρουσίασε ετήσια αύξηση κατά την περίοδο 2000/2003, ίση μόνο με 0,7%.
- Χώρες όπως η Τυνησία, το Μαρόκο και η Σλοβενία παρουσιάζουν (2000/2003) μικρές αυξήσεις τιμών και δεν προβαίνουν σε υποτίμηση (0%).
- Η Κροατία αντίθετα υπερτιμά το νόμισμά της (2000/2003) και ο πληθωρισμός ευρίσκεται πολύ χαμηλά.
- Η Κύπρος, υποτιμούσε το νόμισμά της (2000/2003) κατά, περίπου, το αυτό ποσοστό με τον πληθωρισμό.
- Η **Ελλάδα** δεν μπορεί, ως γνωστό, να μεταβάλει τη νομισματική της ισοτιμία.

Το συμπέρασμα που εξάγεται από τα παραπάνω είναι ότι η Ελλάδα χάνει ανταγωνιστικότητα όσο αυξάνεται ο Τιμάρηθος. Την ανταγωνιστικότητα μπορεί να την κερδίσει, εάν καταφύγει στην αύξηση της παραγωγικότητάς της (βελτίωση ποιότητας τουριστικού προϊόντος). Αντίθετα, πολλοί μεσογειακοί ανταγωνιστές της μπορούν, βραχυχρόνια τουλάχιστον, να καλύπτουν τις αυξήσεις του ΔTK με συνεχείς, ίσως, υποτιμήσεις του νομίσματός τους (π.χ. Τουρκία).

Μια παρατήρηση που πρέπει να γίνει στο σημείο αυτό είναι ότι τα παραπάνω αφορούν την ανταγωνιστικότητα κυρίως του «εκτός ξενοδοχειακού τουριστικού προϊόντος» αφού, όπως είναι γνωστό, στις τιμές των δωματίων λαμβάνουν χώρα μεγάλες και ακανόνιστες εκπτώσεις.

2.5.5. Άλλοι παράγοντες ανταγωνιστικότητας (εκτός των σχετικών τιμών)

Πέραν των σχετικών τιμών και της συναλλαγματικής ισοτιμίας υπάρχουν παράγοντες που επηρεάζουν τη σχετική ανταγωνιστικότητα μεταξύ των διαφόρων μεσογειακών ανταγωνιστών, όπως είναι οι φυσικές καλλονές που διαθέτει η χώρα, οι δημόσιες υποδομές, ο πολιτισμικός πλούτος, η ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών και αγαθών, οι φορολογικές επιβαρύνσεις, κ.τ.λ. Οι παράγοντες αυτοί αναλύονται λεπτομερέστερα στη μελέτη του ΙΤΕΠ (Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα), από όπου φαίνεται ότι υπάρχουν σημαντικές υστερήσεις της Ελλάδας σε διάφορα στοιχεία που συγκροτούν την ανταγωνιστικότητα συγκριτικά με άλλες χώρες.

2.5.6. Προβλέψεις του Μελλοντικού Τουριστικού Ρεύματος προς την Ελλάδα

Αν υποθέσουμε ότι η Ελλάδα θα διατηρήσει τη σημερινή της αναλογία, η οποία είναι 7%, τότε αναμένεται, για το έτος 2020 αναμένονται **350-600 χιλιάδες** Ρώσοι τουρίστες.

Δεν θα γίνει, όμως, τίποτα το αξιόλογο αν δεν επιλυθεί το σημαντικότερο πρόβλημα της VISA και αν ο ΕΟΤ δεν καταφέρει να προβάλει αποτελεσματικά και σε βάθος το ελληνικό τουριστικό προϊόν στη Ρωσία. Πιθανολογείται ότι **αν επιλυθεί το πρόβλημα της VISA** και μόνο αυτό, μπορεί οι αφίξεις Ρώσων για τουρισμό να πραγματοποιήσουν μεγάλη αύξηση στα αμέσως επόμενα χρόνια, συμβάλλοντας σημαντικά στη διεύρυνση των δραστηριοτήτων του τουριστικού τομέα.

(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. « ΡΩΣΙΚΟΣ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Γεώργιος Χ. Κάτσος, Αθήνα 2005)

2.6. Εισερχόμενος τουρισμός στη Ρωσία και η επίδρασή του στον Εξερχόμενο τουρισμό.

Ο εισερχόμενος τουρισμός, ιδιαίτερα το τμήμα που αφορά σε αμιγή τουρισμό και σε επαγγελματικές επαφές και σχέσεις, συναρτάται θετικά με τον εξερχόμενο (αλλοδαπό) τουρισμό από τη Ρωσία. Η συσχέτιση αυτή οπωσδήποτε παρουσιάζει κάποια χρονική υστέρηση και δεν μπορεί να εξειδικευτεί από τα λιγοστά διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία.

Ο εισερχόμενος τουρισμός, θα ήταν σε θέση να ωθήσει τους εγχώριους κατοίκους να στραφούν σε διάφορα είδη τουρισμού στην Ελλάδα, όπως θρησκευτικό (λόγω θρησκευτικής ομοδοξίας), πολιτισμικό (λόγω πληθώρας πολιτιστικών και ιστορικών στοιχείων), πόλεων, παραχείμασης (λόγω εύκρατου κλίματος). Αυτά τα είδη τουρισμού θα αναπτυχθούν σε βάθος χρόνου διότι σήμερα οι συντάξεις είναι πενιχρές. Ας μην ξεχνάμε πως αυτές αποτελούν βασικό παράγοντα προώθησης του πολιτισμικού τουρισμού και του τουρισμού πόλεων. Όμως, και η είσοδος Ρώσων τουριστών στις δυτικές χώρες τελεί υπό έλεγχο και περιορισμό (συνθήκη Schengen).

(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. « ΡΩΣΙΚΟΣ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Γεώργιος Χ. Κάτσος, Αθήνα 2005)

2.7. Οικονομικές περιφέρειες της Ρωσίας και η σημασία τους για την προσέλκυση Ρώσων τουριστών

Η Ρωσία αποτελείται από 11 μεγάλες κοινωνικοοικονομικές Περιφέρειες οι οποίες υποδιαιρούνται σε 89 μικρότερες Περιοχές. Τουριστικό ενδιαφέρον για την Ελλάδα παρουσιάζουν στις μέρες μας, οι εξής Περιφέρειες:

- Κεντρική Περιφέρεια Μόσχας και Κεντρική Περιφέρεια Chernozemny.
- Βορειοδυτική Περιφέρεια (Αγία Πετρούπολη).
- Περιφέρεια Rovolshzky.
- Περιφέρεια Ουραλίων (Αικατερινούπολη, Chelyabinsk και Ufa).

Οι παραπάνω Περιφέρειες πρέπει να αναλυθούν κατά μικρότερες Περιοχές (υπάρχουν σε αυτές τις Περιφέρειες συνολικά 40 μικρότερες Περιοχές) και **να επιλεγούν εκείνες οι Περιοχές που εμφανίζουν σημαντικούς αστικούς πληθυσμούς, οικονομικό δυναμισμό, πρόσβαση στα μεγάλα αεροδρόμια Μόσχας και Αγίας Πετρούπολης και κλίμα ευνοϊκό στις μετακινήσεις ιδιαίτερα κατά το καλοκαίρι.**

Βάσει αυτών καλούμαστε να επιλέξουμε τις πόλεις εκείνες στις οποίες θα δημιουργηθούν προξενικά Γραφεία και επίσης Γραφεία του ΕΟΤ τα οποία πρέπει να στελεχωθούν με κατάλληλο προσωπικό **(που οπωσδήποτε να γνωρίζει τη ρωσική γλώσσα)** και θα εξοπλιστούν με τα κατάλληλα τεχνικά μέσα (λογισμικό, κ.τ.λ.).

Τα Γραφεία του ΕΟΤ στη συνέχεια πρέπει να εφαρμόσουν τις κατάλληλες προωθητικές πρακτικές.

Σαφώς, Το Υπουργείο Εξωτερικών οφείλει να διευκολύνει την έκδοση βίζας (ελαχιστοποίηση χρόνου έκδοσης και μείωση παράβολων) στις Περιοχές που έχουν επιλεγεί για προώθηση του ρωσικού τουρισμού στην Ελλάδα.

(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. « ΡΩΣΙΚΟΣ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Γεώργιος Χ. Κάτσος, Αθήνα 2005)

2.8. Γενικά συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής για την προσέλκυση Ρωσικού τουρισμού

2.8.1.Γενικά Συμπεράσματα

1. Η Ρωσία μετά το 1998 παρουσιάζει αξιοσημείωτη οικονομική ανάπτυξη. Ο ρυθμός αύξησης του ρωσικού ΑΕΠ έχει ξεπεράσει το 4%, βρίσκεται στο 6,5% και αναμένεται να σημειώσει επιτάχυνση στο μέλλον. Υπάρχει, λοιπόν, σημαντικός οικονομικός δυναμισμός που θα προκαλέσει ενεργοποίηση της αναβλημένης ζήτησης τουριστικού προϊόντος του εξωτερικού. Η κατανομή, βέβαια, του εισοδήματος είναι εξαιρετικά άνιση σήμερα αλλά αναμένεται να βαίνει βελτιούμενη όσο η οικονομική ανάπτυξη θα προχωρεί. Τούτο σημαίνει ότι σήμερα είναι μεν το εισόδημα ο κυρίαρχος παράγοντας που προσδιορίζει την τουριστική ζήτηση, αλλά στο μέλλον σημαντικό ρόλο θα έχουν οι τιμές και η ποιότητα. **Όσο οι Ρώσοι θα αποκτούν διαχρονικά τουριστικές εμπειρίες και θα μπορούν να συγκρίνουν, η ποιότητα και οι τιμές θα αρχίσουν να παίζουν το ρόλο τους και να επηρεάζουν την κατανομή του ρωσικού εξερχόμενου τουριστικού ρεύματος μεταξύ των διαφόρων προορισμών.** Εδώ απαιτείται μεγάλη προσοχή και εγρήγορση από την Ελλάδα για να μην προλάβουν άλλες χώρες και αποσπάσουν μεγάλο τμήμα του ρωσικού τουρισμού.

2. Ένα αξιοσημείωτο γεγονός θα αποτελούν οι μελλοντικές εξελίξεις του ρωσικού πληθυσμού. Ο συνολικός πληθυσμός πιθανόν θα μειωθεί ώστε εκτιμάται από τα Ηνωμένα Έθνη ότι κατά το έτος 2050 ο πληθυσμός της Ρωσίας θα έχει μειωθεί περίπου στο επίπεδο του έτους 1950 (102 εκατ.). Σε αυτήν την εξέλιξη συμβάλλει η συνεχής μετανάστευση αλλά και η μείωση του ρυθμού των γεννήσεων. Αποτέλεσμα των δύο αυτών τάσεων θα είναι και η σχετική διόγκωση των ηλικιακών στρωμάτων μεταξύ 55 και 80 ετών. Το συμπέρασμα από αυτές τις εκτιμήσεις είναι ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις και ο εθνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) πρέπει να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους και την πολιτική που διαμορφώνουν αυτές τις εξελίξεις.

3. Συναντώνται πολλές δυσκολίες στη λειτουργία των ιδιωτικών επιχειρήσεων στη Ρωσία. Κάποιοι παράγοντες που αποθαρρύνουν την κάθε είδους επιχειρηματική

δραστηριότητα είναι: η μη προστασία των εμπορικών τραπεζών από το κράτος, η μη εφαρμογή των Διεθνών Λογιστικών Προτύπων, η περιορισμένη εμπιστοσύνη του κοινού στο εθνικό νόμισμα (φαινόμενο dolarisation), η ισχυρή Γραφειοκρατία και η έξαρση των παράνομων δραστηριοτήτων.

4. Οι αναχωρήσεις Ρώσων, με κύριο σκοπό τον τουρισμό διακοπών, δεν ξεπερνά σήμερα τα 5 εκατομμύρια. Αν όμως, στον αριθμό αυτόν προστεθούν και οι έξοδοι για επαγγελματικούς σκοπούς και επίσκεψη συγγενών και φίλων, διότι και αυτοί έχουν κάποια τουριστική δραστηριότητα κατά τα ταξίδια τους, ο σχετικός αριθμός ανέρχεται σε 10,7 εκατομμύρια (έτος 2020). Σημειώνεται ότι ο ΠΟΤ στο Compendium of Tourism Statistics, αναφέρει 20,7 εκατομμύρια τουριστικές αναχωρήσεις από τη Ρωσία (έτος 2000). Πρόκειται για αριθμό που εμπεριέχει σε μεγάλο βαθμό οικονομικούς αλλά και λοιπούς μετανάστες.

5. Κατά το έτος 2002 επισκέφτηκαν την Ελλάδα 135.000 Ρώσοι τουρίστες (2,7% του συνόλου). Η ετήσια αύξηση από το 1999 έως το 2002 ήταν 9%. Όμως, το έτος (2003) σημειώθηκε αύξηση των αφίξεων, σχετικά με το 2002, ίση με 15,5%.

6. Στη **μεσογειακή αγορά ρωσικού τουρισμού** η Ελλάδα κατέχει το 7,0%. Μεγάλα ποσοστά κατέχουν χώρες όπως η Τουρκία (33,7%), η Ιταλία (17,9%), Ισπανία (13,9%) και η Αίγυπτος (11,1%).

7. Εννέα μεσογειακές χώρες παρουσιάζουν δυναμισμό, βάσει του ρυθμού αύξησης των τουριστικών αφίξεων, μεγαλύτερο από της Ελλάδας. Για παράδειγμα, η Κροατία παρουσιάζει ρυθμό αύξησης του ρωσικού τουρισμού δεκαπλάσιο του ελληνικού ενώ η Τουρκία καθώς και το Μαρόκο, περίπου τριπλάσιο.

8. Ο ρωσικός τουρισμός κρίνεται ιδιαίτερα επωφελής για τις επιχειρήσεις αλλά και τις χώρες στις οποίες κατευθύνεται. Οι Ρώσοι ως τουρίστες είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν πολλά χρήματα στον τόπο που επισκέπτονται. Σύμφωνα με υπάρχουσες πληροφορίες, ένας Ρώσος τουρίστας ξοδεύει κατά μέσον όρο, μέσα σε ένα δεκαήμερο, όσο τρεις Εγγλέζοι, ή τέσσερις Γερμανοί. Συμμετέχει σε όλες σχεδόν τις οργανωμένες εκδρομές που αφορούν επισκέψεις αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων και όλες τις εκδηλώσεις της ευρύτερης τουριστικής περιοχής. Επιπλέον, αρέσκεται στον ελληνικό τρόπο ζωής και διασκέδασης χωρίς ευτυχώς να έχει ροπή προς διάφορα έκτροπα.

9. Προβλέπεται, ότι το έτος **2020** θα πραγματοποιηθεί αριθμός αναχωρήσεων, από την Ρωσία, που θα κυμανθεί μεταξύ **28 εκατ. και 47 εκατ.** Το λογικό αποτέλεσμα θα είναι οι μειώσεις, λόγω μετανάστευσης, του απολύτου αριθμού του πληθυσμού της Ρωσίας. Βέβαια, η εκτίμηση για τα Ηνωμένα Έθνη είναι ότι δεν θα επηρεάσουν τις αναχωρήσεις των Ρώσων που εξέρχονται από τη χώρα τους με κύριο σκοπό τον τουρισμό, διότι είναι οι νεόπλουτοι, με ολοένα και αυξανόμενο αριθμό, που επιδίδονται σε τουριστικές δραστηριότητες.

10. Η σχετική ελκυστικότητα των μεσογειακών χωρών για το ρωσικό τουρισμό συναρτάται, σήμερα τουλάχιστον, με την ευκολία εισόδου στη χώρα. Έτσι, χώρες που δεν έχουν υπογράψει τη συνθήκη «Schengen», όπως η Τουρκία και η Αίγυπτος, εμφανίζονται να

Προσελκύουν μεγάλα ρεύματα Ρώσων. Σίγουρα πάντως, πιστεύεται ότι ελκύουν με την ίδια ευκολία και μεγαλύτερα ρεύματα οικονομικών και άλλων μεταναστών. Οι χώρες αυτές παρατηρήθηκε ότι εξουδετερώνουν τις αυξήσεις των τιμών των προϊόντων τους με ανάλογες υποτιμήσεις του εθνικού τους νομίσματος.

11. Εκτιμάται ότι ο εισερχόμενος σήμερα στη Ρωσία τουρισμός (inbound) εξασκεί θετική επίδραση στον εξερχόμενο ρωσικό τουρισμό (imitation effect) και άρα δεν πρέπει να αποθαρρύνεται. Ιδιαίτερα ο ελληνικός τουρισμός στη Ρωσία, μπορεί να προκαλέσει και την εισροή θρησκευτικού ρωσικού τουρισμού στην Ελλάδα λόγω της συγγένειας των θρησκειών. Απαιτείται όμως η κατάλληλη πολιτική και συνεργασία με την Εκκλησία της Ελλάδας και της Ρωσίας. Μπορεί, τέλος να προωθηθεί αποτελεσματικά ο πολιτιστικός τουρισμός -ιδιαίτερα ο τουρισμός πόλεων- ο τουρισμός παραχείμασης ατόμων τρίτης ηλικίας, ο συνεδριακός τουρισμός, ο παιδικός τουρισμός (παιδικές κατασκηνώσεις) και ο εκπαιδευτικός τουρισμός (Εκπαιδευτικά Ταξίδια).

12. Για ακόμη μια φορά τονίζεται ότι κάθε προσπάθεια προώθησης του εξερχόμενου ρωσικού τουρισμού από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις θα είναι περιορισμένης αποτελεσματικότητας αν δεν προηγηθεί ο ΕΟΤ με προγράμματα γνωριμίας και υποβοήθησης των ελληνικών ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων.

13. Πρέπει να γίνει περιφερειακή ανάλυση των δυνατοτήτων των Ρώσων για τουρισμό έξω από τη χώρα τους. Φαίνεται ότι σήμερα τρεις μεγάλες Περιφέρειες μπορούν να

δώσουν σημαντικά τουριστικά ρεύματα (Κεντρική Περιφέρεια, Βορειοδυτική Περιφέρεια, Περιφέρεια Ρονολzhsky, Περιφέρεια Ουραλίων).

14. Τέλος, εκτιμάται ότι η προτεινόμενη διευκόλυνση του θρησκευτικού τουρισμού θα αποτελούσε μια **δίοδο που θα διευκόλυνε και το συνολικό τουριστικό ρεύμα προς τη χώρα μας, όχι μόνο από τη Ρωσία αλλά και από τις άλλες χώρες Schengen που έχουν και εκείνες ορθόδοξους πληθυσμούς (Αρμενία, κ.τ.λ).**

2.8.2 Προτάσεις Πολιτικής

Λαμβάνοντας υπόψη τις δυνατότητες και ιδιαιτερότητες της Ρωσίας ως χώρας αλλά και τις ιδιαιτερότητες των Ρώσων ως τουριστών, την ανταγωνιστικότητα των άλλων μεσογειακών χωρών συγκριτικά με την Ελλάδα και πιο πολύ εκείνων που δεν έχουν υπογράψει τη συνθήκη «Schengen», μπορούν να εξειδικευτούν οι κατευθυντήριες γραμμές της πολιτικής προσέλκυσης Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα. Με βάση την ανάλυση που προηγήθηκε προτείνονται:

1. Πρώτο και κύριο μέλημα του Υπουργείου Εξωτερικών της Ελλάδας πρέπει να είναι η άμβλυνση των περιορισμών που επιβάλλει η συνθήκη «Schengen». Είναι άξιο τονισμού, ότι οι Ρώσοι αντιμετωπίζουν, λόγω κλίματος, σημαντική δυσκολία μετακινήσεων εντός της χώρας τους ακόμη και το καλοκαίρι. Πρέπει, ως εκ τούτου, όσοι μετακινούνται τουριστικά, **να μην ταλαιπωρούνται** κατά την έξοδό τους από τη Ρωσία για να έρθουν στην Ελλάδα για τουρισμό. Έχει παρατηρηθεί ότι, όσες χώρες επιτυγχάνουν να επιλύσουν αυτό το σημαντικό πρόβλημα, αυξάνουν σε σημαντικό βαθμό και την εισροή Ρώσων τουριστών. Έχουν μέχρι σήμερα γίνει κάποιες σοβαρές προσπάθειες (π.χ. κατάργηση της αυτοπρόσωπης παρουσίας στο Προξενείο) αλλά το πρόβλημα παραμένει. Το αποτέλεσμα είναι να μην προχωρά εύκολα η διεκπεραίωση των σχετικών εγγράφων και ως εκ τούτου να είναι ακόμη μεγάλος ο χρόνος που απαιτείται για την απόκτηση βίζας.

2. Δεδομένου ότι η Ρωσία έχει τουριστική αγορά που τώρα ανοίγει, είναι **επιτακτική ανάγκη να επιταχυνθεί η γνωριμία των Ρώσων με το ελληνικό τουριστικό προϊόν**. Πρέπει κατά συνέπεια να προωθηθεί το «Marketing» αλλά και οι γενικότερες

προωθητικές πρακτικές του ελληνικού προϊόντος στη ρωσική αγορά, πρωτίστως από τον ΕΟΤ και στη συνέχεια και από τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις. Για το σκοπό αυτό πρέπει να δημιουργηθούν Γραφεία του ΕΟΤ σε πολλές μεγάλες πόλεις και να εφαρμοστεί: α) η Γενική Στρατηγική Προώθησης, β) η Στρατηγική Διευκόλυνσης των τουριστικών επιχειρήσεων. Προκειμένου να εκτιμήσει ο ΕΟΤ το τουριστικό δυναμικό μιας περιοχής, δεν πρέπει να εστιάζει την προσοχή του μόνο στις μεγάλες πόλεις αλλά **και στον σχετικό περίγυρο** διότι έχει δειχθεί ότι μικρότερες σχετικά πόλεις διαθέτουν περιφερειακά ένα πολύ μεγάλο πιθανό τουριστικό δυναμικό.

3. Καθώς ο πληθυσμός της Ρωσίας γηράσκει ταχέως πρέπει στο απώτερο μέλλον να εφαρμοστεί πολιτική προώθησης του τουρισμού ατόμων τρίτης ηλικίας. Η πολιτική αυτή είναι πλέον επιτακτική για την προσέλκυση ρωσικού τουρισμού διότι και ο συνολικός πληθυσμός της Ρωσίας έχει σημαντική τάση μείωσης (σε απόλυτους αριθμούς) κατά την περίοδο 2000/2020.

4. Λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες των Ρώσων ως τουριστών, προβλέπεται ότι μπορούν να παρουσιάσουν έντονη ανάπτυξη σε τομείς του τουρισμού όπως είναι: ο θρησκευτικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο τουρισμός πόλεων και ο τουρισμός παραχείμασης. Πολύ καλές προοπτικές φαίνεται να έχει και ο παιδικός τουρισμός (παιδικές κατασκηνώσεις σε ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις), αλλά και ο τουρισμός φοιτητών, αν βέβαια προβληθούν και οργανωθούν σωστά.

5. Δεδομένου ότι οι παράνομες δραστηριότητες «ανθούν» ακόμη στη Ρωσία και επιπλέον η Γραφειοκρατία είναι ισχυρή, «πανταχού παρούσα» και σχεδόν απροσπέλαστη μέσω των σχετικών νομίμων διαδικασιών θα ήταν πιο αποτελεσματικό αν οι όποιες δραστηριότητες των ελληνικών επιχειρήσεων στη Ρωσία ενέπλεκαν και τη ρωσική Τοπική Αυτοδιοίκηση, η οποία γνωρίζει πως να αντιμετωπίζει τα σχετικά προβλήματα με το ελάχιστο χρηματικό κόστος και στο μικρότερο δυνατό χρονικό διάστημα.

6. Επισημαίνεται ότι το μόνο αποτελεσματικό όπλο που έχει παραμείνει στην Ελλάδα, ως χώρα ΕΥΡΩ, είναι η βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος. Προτείνεται, ως εκ τούτου, η συνεχής ενασχόληση με αυτό το σημαντικό θέμα, διότι πολλές χώρες «μη-Schengen» που διαθέτουν ήλιο-θάλασσα-αμμουδιές, ίσως να

παρουσιάζονται περισσότερο ελκυστικές και προσπελάσιμες από Ρώσους τουρίστες που κατά κανόνα επιδίδονται σε τουρισμό «τελευταίας στιγμής».

7. Καθώς ελάχιστοι Ρώσοι γνωρίζουν αγγλικά, πρέπει το Υπουργείο Πολιτισμού να ενδιαφερθεί ώστε τα εκθέματα και οι ενδείξεις στα Μουσεία, ή άλλους χώρους ιστορικού, θρησκευτικού και πολιτιστικού περιεχομένου να είναι γραμμένα και στη ρωσική γλώσσα.

8. Να προωθηθούν τα λεγόμενα Εκπαιδευτικά Ταξίδια (Educational Trips) από τις τουριστικές επιχειρήσεις με στήριξη από τον ΕΟΤ (επιδότηση τμήματος του σχετικού κόστους), διότι πρόκειται για ενέργειες υποδομής για την ανάπτυξη του μελλοντικού ρωσικού τουρισμού στην Ελλάδα.

9. Τονίζεται, επίσης, ότι πρέπει **να διευκολυνθεί ο ρωσικός θρησκευτικός τουρισμός**. Ο τρόπος θα βρεθεί αν συνεργαστεί το Υπουργείο Εξωτερικών με το Υπουργείο Πολιτισμού και τις εκκλησίες της Ελλάδας αλλά και της Ρωσίας.

**(ΜΕΛΕΤΗ Ι.Τ.Ε.Π. «ΑΓΟΡΑ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΡΩΣΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ» Αθήνα , 1
Ιουνίου 2005)**

3° ΚΕΦΑΛΑΙΟ

«ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ»

3.1. Κοινωνιολογία του τουρισμού.

Η ραγδαία ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, κυρίως μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, και το γεγονός ότι οι οικονομίες πολλών αναπτυσσόμενων περιοχών στηρίζονται στον τουρισμό, δημιούργησε την ανάγκη να προσδιοριστεί επακριβώς το μέγεθος των επιπτώσεων, από την ανάπτυξη του τουρισμού. Μέσα στα πλαίσια αυτά, αναπτύχθηκε η «Κοινωνιολογία του Τουρισμού», ένας κλάδος των κοινωνικών επιστημών, ο οποίος έχει αναπτυχθεί πρόσφατα με στόχο την ανάλυση της ανθρώπινης διάστασης του τουρισμού.

Ο Τουρισμός ορίζεται ως ένα κοινωνικό φαινόμενο, ως απόρροια ανθρωπίνων δραστηριοτήτων το οποίο χρήζει εξέτασης και ανάλυσης.

«Ο Τουρισμός και τα ταξίδια εν γένει αποτελούν μία πανάρχαια διεργασία βασισμένη στην ανθρώπινη περιέργεια, στο ενδιαφέρον που εμπεριέχει το άγνωστο και η ανακάλυψη νέων τόπων. Εθίμων και ηθών. Συνεπώς θα πρέπει να αποκλεισθεί η άποψη ότι ο τουρισμός αποτελεί «τυχαίο» κοινωνικό φαινόμενο και, αντιθέτως, να εκληφθεί ως φαινόμενο κοινωνικού περιεχομένου.»

(Λύτρας, Παναγιώτης Ν.: Κοινωνιολογία του Τουρισμού, Αθήνα 1998. Σελ.53)

Όπως αναφέρει και ο Erik Cohen η «κοινωνιολογία του τουρισμού» έχει ως αντικείμενο: τα κίνητρα, τους ρόλους και την συμπεριφορά των τουριστών κατά τη

διάρκεια της παραμονής τους στην χώρα υποδοχής αλλά και τις επιπτώσεις που επιφέρουν στις κοινωνικές δομές των χωρών υποδοχής

(Cohen, Erik: **The sociology of Tourism, Approaches, issues and findings In: Apostolopoulos George: The sociology of tourism: Theoretical and Empirical investigations, London 1996. σελ. 51**).

«The sociology of tourism is an emergent specialty concerned with the study of touristic motivations, roles, relationships and institutions and of their impact on tourists and on the societies who receive them»

(Saveriades A., **A fresh approach to the study of contemporary tourism and its effects on society, Tourism Today (Autumn 2003), 161-176. Σελ. 162**)

Όπως διαφαίνεται και από την διεθνή βιβλιογραφία, δεν είναι δυνατόν να υπάρξει μία ξεκάθαρη γραμμή διαχωρισμού, ανάμεσα στα διάφορα πεδία επιρροής της τουριστικής ανάπτυξης. Μέσα στα πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης παρουσιάζεται μία αλληλεπίδραση διαφόρων παραγόντων. Για αυτό το λόγο η κοινωνιολογία του Τουρισμού συνδέεται και με άλλες επιστήμες όπως: οι Πολιτικές Επιστήμες, οι Νομικές Επιστήμες, οι Οικονομικές Επιστήμες και η Κοινωνική Ανθρωπολογία:

«... Ο Τουρισμός στη σημερινή του μορφή καλύπτει ένα εξαιρετικά ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, οι οποίες ανάγονται στο οικονομικό, κοινωνικό, πολιτισμικό και περιβαλλοντικό πεδίο επιστημονικής ανάλυσης. Αυτό δε πιστοποιεί και την πολυεπιστημονική και διεπιστημονική ανάλυση στην οποία προσφεύγει ο τουρισμός για την ερμηνεία του στην εποχή μας»

(Λύτρας, Παναγιώτης Ν.: **Κοινωνιολογία του Τουρισμού, Αθήνα 1998. Σελ.60**)

Σε συνάρτηση με τα ανωτέρω, ο Τουρισμός είναι σε θέση να επηρεάσει άμεσα ή έμμεσα μία σειρά από τομείς της κοινωνικοοικονομικής δομής των χωρών υποδοχής. Μέσα στα πλαίσια της «Κοινωνιολογίας του Τουρισμού» και πάντα σε

διεπιστημονικό επίπεδο, εξετάζονται πολλαπλές θετικές και αρνητικές μεταβολές στους διάφορους κοινωνικοοικονομικούς τομείς, οι οποίες σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη όπως:

- Κοινωνικές αλλαγές που προκύπτουν από την τουριστική ανάπτυξη
- Ανάλυση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των τουριστών
- Προσδιορισμός των επιπτώσεων των διαφόρων ειδών τουριστών
- Διερεύνηση της δημιουργίας κοινωνικών προτύπων λόγω της τουριστικής ανάπτυξης
- Αξιολόγηση των επιπτώσεων στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον
- Ανάλυση σχετικών οικονομικών μεταβλητών κ.α.

Στόχος των παραπάνω αναλύσεων είναι ο ακριβής προσδιορισμός των αρνητικών επιπτώσεων, ούτως ώστε να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα για προστασία των κοινοτήτων υποδοχής αλλά και των ίδιων των επισκεπτών. Παράλληλα, επιδιώκεται ο εντοπισμός των θετικών επιδράσεων της τουριστικής ανάπτυξης, με στόχο τη μεγιστοποίηση των ωφελημάτων σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.

3.2. Θετικές και Αρνητικές επιπτώσεις του Τουρισμού.

Σύμφωνα με τους μελετητές Πάρη Τσάρτα και Χάρη Κοκκώση, με τον όρο «επιπτώσεις» ορίζουμε το σύνολο των αλλαγών που «επέρχονται στην οικονομία, στην κοινωνία, στον πολιτισμό και στο περιβάλλον των περιοχών ή χωρών όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα».

(Τσάρτας, Π. και Κοκκώσης, Χ.: Τουρισμός και Αναψυχή: Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, 2001 Αθήνα. σελ. 28)

Πιο κάτω παρατίθενται οι θετικές και αρνητικές μεταβολές που παρατηρούνται στους παραπάνω τομείς, λόγω της τουριστικής ανάπτυξης.

3.2.1. Οικονομικές επιπτώσεις.

Εξετάζοντας τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία διαφαίνεται η δυναμικότητα που έχει διεθνώς ο τουρισμός, αρχικά ως οικονομικό φαινόμενο. Το μέγεθος των οικονομικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης επηρεάζεται από μία σειρά παραγόντων όπως:

- Το είδος των εγκαταστάσεων για την εξυπηρέτηση των τουριστών και των συμπεριλαμβανόμενων δραστηριοτήτων με στόχο την προσέλκυση των επισκεπτών.
- Την δημιουργία «καταναλωτικής» τάσης στους επισκέπτες για τη δημιουργία δαπανών.
- Το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης της χώρας υποδοχής.

Η τουριστική ανάπτυξη συνδέεται άμεσα ή έμμεσα με μία πληθώρα οικονομικών και παραγωγικών δραστηριοτήτων. Τομείς όπως η απασχόληση, η περιφερειακή ανάπτυξη, το ισοζύγιο πληρωμών αλλά και ο πληθωρισμός, επηρεάζονται βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα από τις δραστηριότητες και το βαθμό ανάπτυξης του τομέα. Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα για την οικονομία από την ανάπτυξη του τουρισμού προέρχονται από το γεγονός ότι αποτελεί:

- Τη μεγαλύτερη βιομηχανία και πηγή εισροής συναλλάγματος σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, επιτυγχάνοντας να καλύψει ένα μεγάλο ποσοστό του παθητικού ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, ενώ παράλληλα προωθεί και την ανάπτυξη και άλλων οικονομικών κλάδων.
- Πηγή δημιουργίας θέσεων εργασίας.
- Πηγή αύξησης των εισοδημάτων σε τοπικό και εθνικό επίπεδο με την αύξηση των φορολογικών εσόδων της τοπικής αυτοδιοίκησης και του κράτους.
- Τομέα απορρόφησης μεγάλων κεφαλαίων για την πραγματοποίηση αναπτυξιακών και επενδυτικών έργων τα οποία συνδέονται έμμεσα ή άμεσα με την τουριστική ανάπτυξη.

Παράλληλα όμως η διεθνής βιβλιογραφία καταγράφει και αρνητικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης για τον οικονομικό τομέα. Οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομία των κοινοτήτων υποδοχής σχετίζεται κυρίως με:

- Τον εποχικό χαρακτήρα και τις χαμηλές αποδοχές, χαρακτηριστικά της πλειοψηφίας των τουριστικών επαγγελμάτων.
- Την πλήρη εξάρτηση, που παρουσιάζεται σε μερικές κοινότητες υποδοχής, από τον τουρισμό, με αποτέλεσμα να καθίστανται ιδιαίτερα ευάλωτες στις αλλαγές που παρουσιάζονται στην τουριστική αγορά.
- Εμφάνιση φαινομένων αύξησης του πληθωρισμού και της αξίας της γης
- Αυξανόμενη τάση για εισαγωγές

Ο προσδιορισμός των οικονομικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης δεν είναι εφικτός, βάσει και της σχετικής βιβλιογραφίας. Οι επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή και είναι ανάλογες του επιπέδου ανάπτυξης κάθε περιοχής. Για να είναι όμως αισθητές οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού, συστήνεται όπως η τουριστική ανάπτυξη να συνοδεύεται παράλληλα με την ορθολογιστική ανάπτυξη του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα της οικονομίας.

(Mathieson,A – Wall, G.: Tourism, Economic, Physical and Social Impact, 1982 London.

Σελ. 52)

Στην Ελλάδα υπάρχουν περιφέρειες που λειτουργούν βάσει της «μονοκαλλιέργειας» του τουρισμού και άλλες οι οποίες υστερούν σε τουριστική ανάπτυξη. Είναι δεδομένο ότι ο τουρισμός ενισχύει σημαντικά την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη. Σαφώς, η μονοκαλλιέργεια της όποιας οικονομικής δραστηριότητας δεν είναι καλός οίονος για το μέλλον μιας περιοχής και έτσι, καλό είναι να αναπτύσσεται ο τουρισμός σε συνδυασμό με άλλες δραστηριότητες, με στόχο την οικονομική και κοινωνική ευημερία των περιφερειών της χώρας μας. Άλλωστε, έχει μελετηθεί και αποδειχθεί ότι η σύνδεση του τουρισμού με άλλους οικονομικούς κλάδους, είτε σε επίπεδο κατανάλωσης προϊόντων, είτε σε επίπεδο συνεργασίας, με στόχο την αύξηση της προστιθέμενης αξίας των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο στο σχεδιασμό τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής ούτως ώστε να επιτευχθεί η μεγιστοποίηση της οικονομικής απόδοσης του τουρισμού στην περιοχή αυτή.

Θα πρέπει να τονιστεί ότι η «υπερβολική συγκέντρωση» (δηλαδή η υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας τουριστικής ανάπτυξης) δημιουργεί προβλήματα στο

περιβάλλον και την οικονομία. Επιπλέον εντείνει την άνιση ανάπτυξη μέσω της δημιουργίας πόλων τουριστικής ανάπτυξης. Από την άλλη, η «αποεπένδυση» που παρατηρείται συχνά στον πρωτογενή τομέα της οικονομίας σε αρκετούς τουριστικούς προορισμούς (π.χ. Ρόδος), δημιουργεί εμπόδια στην τροφοδοσία της τουριστικής δραστηριότητας με εγχώρια προϊόντα που καταναλώνουν οι τουρίστες. Κατά συνέπεια, γίνονται εισαγωγές αγροτικών και άλλων προϊόντων, γεγονός που οδηγεί στη μείωση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας από τον τουρισμό και στην εκροή συναλλάγματος. Γι' αυτό το λόγο και η μετάβαση από την αγροτική στην τουριστική οικονομία θα πρέπει να γίνεται μέσα από τη δημιουργία των κατάλληλων προϋποθέσεων για ανάπτυξη και συμπληρωματικών προς τις αγροτικές (ως προς τη χρήση γης) τουριστικών δραστηριοτήτων. Ενδεικτικά αναφέρεται η περίπτωση του αγροτουρισμού καθώς και συναφών εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού που λαμβάνουν υπ' όψη τους τα φυσικά συγκριτικά πλεονεκτήματα της κάθε περιοχής. Στόχος, λοιπόν, μιας πολιτικά βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να είναι η μετατροπή του συγκριτικού σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με σκοπό την προσέλκυση εσωτερικού (domestic), αλλά κυρίως εισερχόμενου (inbound) τουρισμού δεδομένων των μεγαλύτερων πολλαπλασιαστικών επιδράσεων που δύναται να επιφέρει ο τελευταίος, στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

(Μελέτη Εκπονηθείσα για Λογαριασμό του Σ.Ε.Τ.Ε., 2010 σελ. 78-79)

3.2.2. Περιβαλλοντικές επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης.

Η σχέση του τουρισμού με το περιβάλλον είναι άμεση, καθώς το περιβάλλον αποτελεί τον κατεξοχήν πόρο-θέλγητρο για την τουριστική δραστηριότητα. Είναι το στοιχείο που εμπλουτίζει την ελκυστικότητα ενός προορισμού. Ως περιβάλλον θεωρείται το φυσικό και το δομημένο-πολιτιστικό περιβάλλον, δηλαδή τόσο τα στοιχεία της φύσης (βιοτικά και αβιοτικά)- το κλίμα και ο καιρός, η γη και τα εδάφη της, η τοπογραφία, η γεωλογία, το νερό, η πανίδα, η χλωρίδα και τα οικοσυστήματα, όσο και τα ανθρωπογενή στοιχεία, κυρίως όλα τα είδη κτιρίων και τα οικιστικά σύνολα, καθώς και οι αρχαιολογικοί και ιστορικοί χώροι. Ο τουρισμός μπορεί να

δημιουργήσει θετικές, αρνητικές ή μη υπολογίσιμες επιπτώσεις στο περιβάλλον ανάλογα με τον τρόπο που έχει σχεδιαστεί και εφαρμοστεί η ανάπτυξη του και ανάλογα με το μοντέλο ανάπτυξης που έχει ακολουθηθεί.

Οι **περιβαλλοντικές επιπτώσεις** είναι αποτέλεσμα των **πιέσεων** που δημιουργεί ο τουρισμός στο περιβάλλον, δεδομένου ότι, όπως και για κάθε άλλη ανθρώπινη δραστηριότητα, χρειάζεται (μαζί με το κεφάλαιο και το ανθρώπινο δυναμικό) τη γη και φυσικούς πόρους ως εισροές για την παραγωγική διαδικασία. Ταυτόχρονα όμως, με την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών παράγονται και κάθε είδους απόβλητα.

Η έλλειψη αναλυτικών περιβαλλοντικών δεδομένων ανά γεωγραφική ενότητα, δεν επιτρέπει συστηματικό προσδιορισμό των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού. Η καταγραφή θα βασιστεί σε γενικά προβλήματα που παρουσιάζονται στο σύνολο του ελληνικού χώρου, ενώ θα γίνουν ειδικές επισημάνσεις στις περιοχές έντονης τουριστικής ανάπτυξης (παράκτια ζώνη και νησιά) με βάση την ύπαρξη σχετικής πληροφορίας.

Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις

Από τις παρεμβάσεις του τουρισμού προκύπτουν τόσο θετικές, όσο και αρνητικές επιπτώσεις στα επιμέρους στοιχεία του φυσικού, πολιτιστικού και δομημένου περιβάλλοντος.

Στην πρώτη κατηγορία των **θετικών επιπτώσεων** περιλαμβάνονται:

- Διατήρηση σημαντικών φυσικών περιοχών: Ο τουρισμός μπορεί να βοηθήσει στη δικαιολόγηση και την απόδοση εσόδων για να διατηρηθούν οι σημαντικές φυσικές περιοχές αλλά και να αναπτυχθούν πάρκα και προστατευόμενες περιοχές. Σε αυτά συμπεριλαμβάνεται επίσης, η σύσταση εθνικών και περιφερειακών πάρκων, λόγω του ότι αυτά αποτελούν πόλοι έλξης για τους τουρίστες. Χωρίς τον τουρισμό αυτές οι φυσικές περιοχές μπορεί να χρησιμοποιούνταν για άλλες χρήσεις και να αφήνονταν στην οικολογική καταστροφή, με φυσική απόρροια την απώλεια της περιβαλλοντικής κληρονομιάς. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν το Θαλάσσιο Πάρκο Ζακύνθου για την προστασία της θαλάσσιας χελώνας *Caretta caretta* και Αλονήσου-

Βορείων Σποράδων, για την προστασία της φώκια *Monahus monahus*, η Λίμνη Κερκίνη και οι Πρέσπες.

- Διατήρηση αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων και οικισμών αρχιτεκτονικού χαρακτήρα: Ο τουρισμός παρέχει το κίνητρο και έμμεσα, μέσω της φορολογίας, συμβάλλει στη χρηματοδότηση για τη διατήρηση των αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων που λειτουργούν ως πόλοι έλξης για τους τουρίστες. Διαφορετικά, οι χώροι αυτοί μπορεί να αφήνονταν στην υποβάθμιση, την εξαφάνιση, και τελικά στην απώλεια της πολιτιστικής κληρονομιάς των περιοχών. Υπάρχουν πολλά σχετικά παραδείγματα σε όλη τη χώρα, όπου μέσα από δράσεις τουριστικής αξιοποίησης (EOT) διατηρήθηκε ο οικιστικός χαρακτήρας περιοχών π.χ. στην Μάνη, στην Οία, στη Μήθυμνα (Λέσβου), στη Πορταριά και Μακρυνίτσα, στα Μεστά (Χίου).
- Βελτίωση της περιβαλλοντικής ποιότητας: Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει το κίνητρο για την προστασία του περιβάλλοντος, μέσω του ελέγχου του νερού, του αέρα, της ηχορύπανσης, των απορριμμάτων. Επιπλέον, θα μπορούσε να συντελέσει στη βελτίωση της περιβαλλοντικής αισθητικής, μέσω προγραμμάτων διατήρησης του τοπίου, σχεδιασμό και καλύτερη συντήρηση κτιρίων.
- Αναβάθμιση του περιβάλλοντος: Η ανάπτυξη τουριστικών εγκαταστάσεων υψηλής αρχιτεκτονικής ποιότητας μπορεί να συμβάλει στην αναβάθμιση αγροτικών ή αστικών τοπίων, τα οποία, σε άλλη περίπτωση, δεν θα ήταν αισθητικά ενδιαφέροντα.
- Βελτίωση των υποδομών: Οι τοπικές υποδομές αεροδρομίων, δρόμων, ύδρευσης, αποχέτευσης, διάθεσης απορριμμάτων, επεξεργασίας υγρών αποβλήτων και επικοινωνιών μπορούν να παρουσιάσουν βελτίωση, μέσω της ανάπτυξης του τουρισμού και να οδηγήσουν συνεπώς σε μείωση της ρύπανσης και αναβάθμιση της περιβαλλοντικής ποιότητας του προορισμού. Η διαχείριση των υδάτινων πόρων μπορεί επίσης να βελτιωθεί με την ανάπτυξη του τουρισμού, λόγω των απαιτήσεων του για πρόσθετες ποσότητες νερού.
- Αυξανόμενη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση: Το τουριστικό ενδιαφέρον για τη φύση και η συνειδητοποίηση της σημασίας της διατήρησής της για την οικονομική επιτυχία του τουρισμού έχει ενθαρρύνει την τοπική ευαισθητοποίηση στο θέμα σε περιοχές όπου οι ντόπιοι κάτοικοι αρχικά είχαν περιορισμένο ενδιαφέρον. Η προσπάθεια που καταβάλουν οι απασχολούμενοι με τον τουρισμό, για διατήρηση ή

και αναβάθμιση του περιβάλλοντος οφείλεται στο γεγονός ότι το φυσικό, το δομημένο και το πολιτιστικό περιβάλλον αποτελούν απαραίτητη εισροή για τη δημιουργία του τουριστικού προϊόντος, του οποίου η ποιότητα εξαρτάται άμεσα από εκείνη του περιβάλλοντος.

Στη δεύτερη περίπτωση των **αρνητικών επιπτώσεων** περιλαμβάνονται:

- Υποβάθμιση ποιότητας και έλλειψη πόσιμου νερού: Η αυξημένη άντληση νερού για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών αποτελεί την κύρια αιτία εμφάνισης προβλημάτων. Σε πολλά νησιά, η «υπερβολική άντληση» νερού (από τις ανεξέλεγκτες γεωτρήσεις τουριστικών επιχειρήσεων) έχει καταστρέψει τον υδροφόρο ορίζοντα, με επιπτώσεις όχι μόνο στον τουρισμό. Η κατασκευή αφαλατώσεων ή φραγμάτων και «λιμνοδεξαμενών» και η μεταφορά νερού αποτελούν υποκατάστατες λύσεις υψηλού κατασκευαστικού και λειτουργικού κόστους, με πιο χαμηλή ποιότητα νερού. Τέλος, η ποιότητα του νερού επηρεάζεται από σημειακές (π.χ. βιομηχανίες, σφαγεία, χωματερές) και μη σημειακές πηγές ρύπανσης (π.χ. εντατική γεωργία), αν δεν υπάρχουν τα κατάλληλα συστήματα ή η προστασία των πηγών ή των επιφανειακών νερών. Στα νησιά με την έλλειψη υδάτινων πόρων η «χωροθέτηση» δραστηριοτήτων μπορεί να έχει σημαντικότερες συνέπειες.

- Θαλάσσιο περιβάλλον: Μεγάλη τουριστική ρύπανση στη θάλασσα μπορεί να προκληθεί και από πλοιάρια που χρησιμοποιούνται για αναψυχή και μεταφορά τουριστών λόγω της απόρριψης πετρελαίου, λαδιού, υγρών αποβλήτων, ειδικά σε κλειστά λιμάνια και μέρη όπου η κυκλοφορία του νερού είναι αργή. Ακόμη, είναι πιθανή η μεταφορά ρύπων από επιφανειακά ύδατα, ενώ οι χείμαρροι χρησιμοποιούνται συχνά ως αποδέκτες λυμάτων, που δεν προέρχονται από βιολογικό καθαρισμό ή από το έδαφος (παράκτιες δραστηριότητες). Παρ' όλα αυτά η συνολική εικόνα της κατάστασης της θάλασσας παρουσιάζεται ιδιαίτερα καλή, όπως φαίνεται και από τον υψηλό αριθμό γαλάζιων σημαιών που έχει η χώρα (425 για το 2009), χωρίς να καταβάλλεται συστηματική προσπάθεια.

- Ρύπανση αέρα: Η μορφή αυτή συνδέεται τόσο με τη μεταφορά τουριστών από τον τόπο διαμονής τους στον προορισμό, όσο και από τη χρήση μεταφορικών μέσων κάθε τύπου, που χρησιμοποιούνται από τους τουρίστες ή για να ικανοποιηθούν οι ανάγκες

τους(πχ. μεταφορά αγαθών), ειδικά σε μεγάλα τουριστικά κέντρα. Στα νησιά με αυτόνομες μονάδες παραγωγής ενέργειας υπάρχουν και πρόσθετες σημειακές πηγές ρύπων. Παρόλα αυτά, οι επιπτώσεις του τουρισμού στην ατμόσφαιρα της Ελλάδας δεν φαίνεται να είναι σημαντικές. Σχετικές έρευνες με τις συγκεντρώσεις διαφόρων ατμοσφαιρικών ρύπων, δείχνουν ότι αυτοί συγκεντρώνονται στα μεγάλα αστικά κέντρα και στις περιοχές όπου υπάρχουν μεγάλα εργοστάσια παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας.

- Ποιότητα εδάφους: Οι τουριστικές κατασκευές επηρεάζουν και την ποιότητα του εδάφους αφού οι αλλαγές χρήσης γης και «φυτοκάλυψης» έχουν ευρύτερες συνέπειες.
- Υποβάθμιση αστικού περιβάλλοντος και αγροτικού τοπίου: Οι αλλαγές της χρήσης της γης που προκαλεί η τουριστική δραστηριότητα σε συνδυασμό με όσες προκαλούν οι άλλες οικονομικές δραστηριότητες αλλά και οι πληθυσμιακές ανάγκες μαζί με την έλλειψη χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού, οδηγούν στην υποβάθμιση του τοπίου και στην αισθητική ρύπανση.
- Οικολογική διαταραχή: Η ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη οδηγεί στη δημιουργία πολλών τύπων οικολογικών προβλημάτων. Μεγάλος αριθμός τουριστών περπατά στη φύση και συμπιέζει το χώμα γύρω από τα φυτά. Ας μην παραλείψουμε ότι η αποψίλωση των δασών από τις πλαγιές για να μετατραπούν σε πίστες του σκι, μπορεί να οδηγήσει σε διάβρωση, κατολισθήσεις και χιονοστιβάδες. Ακόμη, τα πρότυπα συμπεριφοράς των ζώων μπορεί να διαταραχθούν από ανεξέλεγκτη φωτογράφιση, τάϊσμα και θόρυβο από τους τουρίστες, ενώ τα ενδιαυτήματά τους μπορούν να διακοπούν και να μειωθούν, λόγω της αλόγιστης καταπάτησης από την τουριστική ανάπτυξη.
- Οικολογική διαταραχή ιδιαίτερα σε θαλάσσιο και παράκτιο περιβάλλον: Το παράκτιο και θαλάσσιο περιβάλλον είναι ιδιαίτερα τρωτό εξαιτίας της υπερβολικής χρήσης και της ακατάλληλης ανάπτυξης.
- Υποβάθμιση σε αρχαιολογικούς και ιστορικούς χώρους: Η υπερβολική και κακή χρήση των περιβαλλοντικά εύθραυστων αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων μπορεί να οδηγήσει στην καταστροφή αυτών των στοιχείων μέσω της αλόγιστης χρήσης από τον υπερβολικό αριθμό επισκεπτών και την έλλειψη συστημάτων διαχείρισης.

Συμπερασματικά, οι πιέσεις του ελληνικού τουρισμού είναι σημαντικές στην παράκτια και ειδικότερα στη νησιωτική χώρα εξ αιτίας της έντασης του φαινομένου, αλλά και της έλλειψης σχεδιασμού και μηχανισμού εφαρμογής της υφιστάμενης νομοθεσίας. Εστιάζονται κυρίως στις αλλαγές χρήσης της γης που προκαλεί η δόμηση στην κατανάλωση νερού και στη διαχείριση στερεών αποβλήτων. Κατά συνέπεια, οι επιπτώσεις στο περιβάλλον είναι χωρικά εστιασμένες κυρίως στη νησιωτική ζώνη και αφορούν:

- την υποβάθμιση του τοπίου και την αλλοίωση των πολιτιστικών χαρακτηριστικών και μνημείων που έχουν σημαντική επίπτωση στην ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας και έχουν υποβαθμίσει άμεσα την ποιότητα του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος,
- την υποβάθμιση της ελληνικής φύσης (κυρίως των περιοχών με ειδικό ενδιαφέρον για τη βιοποικιλότητά τους) που δεν έχουν επιπτώσεις μόνο στην ικανότητα του περιβάλλοντος να παρέχει αγαθά και υπηρεσίες, αλλά και του τουρισμού να αναπτύξει νέα προϊόντα ειδικού ενδιαφέροντος και υψηλής προστιθέμενης αξίας,
- την ενίσχυση της τάσης απερήμωσης της χώρας που θα έχει σοβαρότατες συνέπειες στην ικανότητα συντήρησης της ζωής σε μεγάλες περιοχές, ειδικά αν συνεχιστούν οι κλιματικές αλλαγές,
- την μείωση των υδατικών αποθεμάτων και την καταστροφή του υδροφόρου ορίζοντα σε πολλές νησιωτικές και παράκτιες περιοχές, που οδηγεί εκτός από οικολογικές διαταραχές σε έργα υψηλού κόστους.

Στρατηγική

Η αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων μπορεί να επιτευχθεί είτε μέσα από αμιγώς περιβαλλοντικές πολιτικές, οι οποίες βρίσκουν εφαρμογή στον τουρισμό, είτε μέσα από τουριστικές πολιτικές, οι οποίες λαμβάνουν υπόψη τα περιβαλλοντικά προβλήματα και τείνουν να τα αμβλύνουν.

Η αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων μπορεί να επιτευχθούν με:

- **ενεργοποίηση των φορέων των προορισμών**, ώστε η αξιοποίηση του νομοθετικού πλαισίου (πχ. Σχέδια χρήσεων γης, σχέδια διαχείρισης υδατικών πόρων, προώθηση

συστημάτων ανακύκλωσης...) να επιτρέψει ταυτόχρονα την προστασία των περιβαλλοντικών πόρων και τη βελτίωση του παραγόμενου τουριστικού προϊόντος. Εργαλεία όπως τα Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας, η Local Agenda 21, τα ΣΧΟΟΑΠ και τα ΓΠΣ επιτρέπουν μέσα από τη διαβούλευση των τοπικών κοινωνιών την επίτευξη των στόχων.

- **προσαρμογή του θεσμικού πλαισίου** σε εθνικό επίπεδο, ώστε να τεθούν οι βασικές αρχές προστασίας του περιβάλλοντος και να θεσπιστούν αποτελεσματικοί μηχανισμοί παρακολούθησης και ελέγχου, τόσο στη φάση της κατασκευής, όσο και στην περίοδο λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων.

Από τα παραπάνω γίνεται σαφές ότι για ένα **βιώσιμο τουρισμό**, ιδιαίτερο ρόλο σε όλα τα στάδια του σχεδιασμού και της πολιτικής έχει η αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Αν αξιολογηθεί ορθά η υφιστάμενη κατάσταση και οι αναπτυξιακές δυνατότητες, οι εναλλακτικές πολιτικές και τα σχέδια, βάσει πάντοτε μεθόδων ανάλυσης επιπτώσεων, η επίδοση σε συγκεκριμένους στόχους, θα συμπληρωθεί το κενό της πληροφόρησης και θα διευκολυνθεί το δύσκολο έργο της λήψης αποφάσεων που κρίνει την πορεία της αναπτυξιακής διαδικασίας.

(Μελέτη Εκπονηθείσα για Λογαριασμό του Σ.Ε.Τ.Ε., 2010 σελ. 80-92)

3.2.3. Κοινωνικές και Πολιτισμικές επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης.

Κοινωνικές επιδράσεις του τουρισμού

Η τουριστική ανάπτυξη επιφέρει τόσο θετικές όσο και αρνητικές κοινωνικές αλλαγές και μεταβολές στις κοινότητες υποδοχής. Η ύπαρξη θετικών ή αρνητικών επιπτώσεων στις τοπικές κοινωνίες εξαρτάται κυρίως από το είδος του τουρισμού που αναπτύσσεται στην περιοχή, αλλά και από το βαθμό συνοχής των εσωτερικών κοινωνικών δομών των κοινοτήτων υποδοχής. Παράλληλα, καθοριστικό ρόλο παίζουν και οι κρατικοί αρμόδιοι φορείς θεσπίζοντας μέτρα για τον προσδιορισμό και τον περιορισμό των αρνητικών επιδράσεων.

Στη σχετική βιβλιογραφία αναφέρεται πως ένα βασικό φαινόμενο, το οποίο σχετίζεται άμεσα με την τουριστική ανάπτυξη, είναι η επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα. Συχνή είναι η στροφή των κατοίκων των κοινοτήτων υποδοχής στα τουριστικά επαγγέλματα, με στόχο την αύξηση των εισοδημάτων τους. Ο τουριστικός τομέας απορροφά ένα σημαντικό μέρος του εργατικού δυναμικού από τους λοιπούς οικονομικούς τομείς και κυρίως από τη γεωργία, η οποία παραμένει όμως ως κύρια ασχολία για τους ηλικιωμένους. Ως αποτέλεσμα της επαγγελματικής κινητικότητας, οι νέοι αποκτούν οικονομική ανεξαρτησία και αποδεσμεύονται από την οικογένεια. Οι γυναίκες βρίσκονται σε δυσμενέστερη θέση σε σχέση με το παρελθόν γιατί ασχολούνται παράλληλα με το τουριστικό και το αγροτικό επάγγελμα, και με τις οικιακές εργασίες.

Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις σχετικές μελέτες για τη δημιουργία κοινωνικών προτύπων μέσω της επαφής τουρίστα - ντόπιου. Κύριο χαρακτηριστικό αυτής της επαφής είναι η οικονομική συναλλαγή. Πέραν όμως του οικονομικού στοιχείου, ο τουρισμός αποτελεί και σημείο επικοινωνίας και διαπολιτισμικής ανταλλαγής, η οποία σε μερικές περιπτώσεις επιφέρει αρνητικές μεταβολές στα ήθη, στα έθιμα, στα κοινωνικά πρότυπα, στις δομές και τους θεσμούς των κοινοτήτων υποδοχής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα των ανωτέρω μεταβολών αποτελεί το φαινόμενο του μιμητισμού προτύπων τα οποία προβάλλονται από τους ξένους επισκέπτες. Το φαινόμενο αυτό χαρακτηρίζει κυρίως τη νεολαία και είναι ιδιαίτερα αισθητό στα πρώτα στάδια της τουριστικής ανάπτυξης.

Στις περιπτώσεις όπου η τουριστική ανάπτυξη φτάσει σε επίπεδο ωρίμανσης και κορεσμού τότε συχνά παρατηρείται μία αδιαφορία και αδυναμία επικοινωνίας μεταξύ επισκεπτών και ντόπιων. Σε αυτό το στάδιο, ο τουρίστας αντιμετωπίζεται ως επί τω πλείστων ως ένα «εμπόρευμα» και παρατηρείται η δημιουργία στερεοτύπων από τους ντόπιους κατοίκους για χαρακτηρισμό των επισκεπτών. Τα συγκεκριμένα στερεότυπα προσδίδουν στην πλειοψηφία τους αρνητικούς χαρακτηρισμούς σε συγκεκριμένα άτομα ή λαούς. Σχετικά με τις κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού ο Περικλής Λύτρας αναφέρει:

«Η Κοινωνική αλλαγή που επέρχεται βεβαίως μέσω της τουριστικής ανάπτυξης δεν έχει μόνο θετικά ή μόνο αρνητικά

στοιχεία, αλλά αντιθέτως αποτελεί έναν συγκερασμό θετικών και αρνητικών επιπτώσεων που μόνο η ορθολογική κρατική τουριστική πολιτική μπορεί να οριοθετήσει. Κάθε φορά που το νομικό πλαίσιο της ανάπτυξης πάσχει ή ο έλεγχος της επίσημης πολιτείας είναι πλημμελής, επικρατούν οι αρνητικές επιπτώσεις στην όλη διαδικασία της κοινωνικής αλλαγής.»

(Λύτρας, Παναγιώτης Ν.: Κοινωνιολογία του Τουρισμού, Αθήνα 1998. Σελ.94-95)

Πολιτισμικές επιδράσεις του τουρισμού

Ο «Πολιτισμός» ως έννοια συμπεριλαμβάνει ένα ευρύτερο σύνολο στοιχείων, όπως είναι η πολιτιστική κληρονομιά, η θρησκεία, τα παραδοσιακά επαγγέλματα και ασχολίες, οι παραδοσιακές γιορτές και τελετουργίες. Μέσα στα πλαίσια του προσδιορισμού των επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης στον πολιτισμό των κοινοτήτων υποδοχής, γίνεται αναφορά των φαινομένων εμπορευματοποίησης της τοπικής παράδοσης, αλλοίωση της αυθεντικότητας και τέλος, δημιουργία πολιτισμικών στερεοτύπων.

Αποτέλεσμα είναι η σύνδεση των κοινοτήτων υποδοχής με συγκεκριμένα πολιτισμικά στερεότυπα τα οποία υποβαθμίζουν την πολιτιστική παράδοση των εν λόγω περιοχών. Παράλληλα όμως, όπως αναφέρεται, η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να αξιοποιηθεί ως μέσο προώθησης, αναβίωσης και διατήρησης συγκεκριμένων παραδοσιακών στοιχείων των κοινοτήτων υποδοχής. Αντίστοιχα, όλα τα στοιχεία που συνθέτουν τον πολιτισμό μίας περιοχής αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης επισκεπτών. Στόχος είναι η διατήρηση της αυθεντικότητας καθώς και η ανάδειξη και προβολή των πολιτιστικών ιδιαιτεροτήτων των κοινοτήτων υποδοχής ως διαφοροποιητικών στοιχείων σε σύγκριση με άλλες τουριστικές περιοχές.

(Τσάρτας, Π. και Κοκκώσης, Χ.: Τουρισμός και Αναψυχή: Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, 2001 Αθήνα. σελ.211)

3.3. Τα αποτελέσματα του τουρισμού στην Ελλάδα βάσει στοιχείων.

3.3.1. Γενικά.

Ο τουρισμός αποτελεί για την ελληνική οικονομία έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης και εισροής εσόδων. Η συνεισφορά του τουρισμού στο Α.Ε.Π. εκτιμήθηκε στο 16,2% για το 2009 το οποίο αντιστοιχεί σε €55δισ περίπου. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, οι αφίξεις διεθνών τουριστών (εισερχόμενος τουρισμός) το 2007 ανήλθαν σε €17,52εκ παρουσιάζοντας αύξηση 9,23% σε σχέση με το 2006 ενώ για το 2008, καταγράφηκε πτώση στις αφίξεις 1%².

Οι εισπράξεις από το σύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων ανήλθαν το 2008 σε €1,66δισ έναντι €1,32 δις το 2007 ενώ ο ρυθμός μεταβολής των εσόδων το 2008 σημείωσε αύξηση 3%. Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη για το 2007 ανήλθε σε €743 ενώ η εκτίμηση για το 2008 κάνει λόγο για μικρή αύξηση με την δαπάνη να ανέρχεται σε €773. Λόγω και της διεθνούς οικονομικής ύφεσης, οι δαπάνες των τουριστών στην Ελλάδα το πρώτο εξάμηνο του 2009, μειώθηκαν, σύμφωνα με τα στοιχεία για το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, κατά 14,7% παρασύροντας τις καθαρές εισπράξεις για ταξιδιωτικές υπηρεσίες σε μείωση κατά €463εκ.

Σε κάθε περίπτωση πάντως και αν αναλογιστεί κανείς και τον εγχώριο τουρισμό του οποίου τα αποτελέσματα δεν είναι καταγεγραμμένα με ακρίβεια, τότε η τουριστική συνεισφορά στη βιωσιμότητα της ελληνικής οικονομίας αποκτά ουσιαστικά μεγαλύτερη σημασία όχι μόνο σε ποσοτικό αλλά και σε ποιοτικό επίπεδο. Συγκεκριμένα, η ποιοτική παράμετρος αφορά κυρίως στην ανατρεπτική επιρροή που ασκεί ο εγχώριος τουρισμός στο φαινόμενο της εποχικότητας που χαρακτηρίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Η παρουσίαση των βασικών χαρακτηριστικών του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στα πλαίσια του υφιστάμενου περιβάλλοντος είναι χρήσιμο να περιλαμβάνει ως σημείο αναφοράς μια εικόνα τόσο της υφιστάμενης κατάστασης και

ανάλυση του εξωτερικού «μακρο- περιβάλλοντος» όσο και μεταρρυθμιστικές αλλαγές που ενδεχομένως να παίξουν σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του σημαντικότερου πυλώνα της ελληνικής οικονομίας.

Η ανάλυση PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο προς την επίτευξη του παραπάνω σκοπού καθώς μελετά τους παράγοντες εκείνους που επηρεάζουν τόσο τις επιχειρήσεις της ευρύτερης τουριστικής βιομηχανίας όσο και τον κλάδο εν γένει.

3.3.2. Οικονομική Διάσταση.

Η **οικονομική βιωσιμότητα** των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων βρέθηκε στο επίκεντρο της προσοχής τόσο της πολιτείας όσο και των φορέων του τουρισμού. Ιδιαίτερη σημασία έχει η προσπάθεια για την ενίσχυση της ρευστότητας και της δανειοδότησης από τις τράπεζες αλλά και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας. Οι τουριστικές επιχειρήσεις το πρώτο εξάμηνο του 2009 αναζητούσαν κεφάλαιο κίνησης για τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων τους για τη νέα τουριστική περίοδο, αλλά η πιστοληπτική τους ικανότητα παρουσίαζε προβλήματα λόγω των μειωμένων κρατήσεων σε συνδυασμό με τις μεταχρονολογημένες υποχρεώσεις προς τους προμηθευτές τους.

Η πολιτεία προσπαθώντας να στηρίξει τον κλάδο ανακοίνωσε δέσμη μέτρων στήριξης του τουρισμού για την διετία 2009-2010. Μεταξύ άλλων ήταν η μείωση του ΕΤΑΚ σε 0,33% για τα έτη 2009 και 2010, η αναστολή για ένα έτος της καταβολής της εισφοράς του Ν.128/75 για το σύνολο των δανείων των τουριστικών επιχειρήσεων προς τις τράπεζες, η μείωση του τέλους παρεπιδημούντων από 2% σε 0,5%, η άμεση πίστωση στην επιχείρηση του προς επιστροφή Φ.Π.Α. και η τμηματική καταβολή του οφειλόμενου ΦΠΑ, η επιδότηση του δανεισμού μέσω του Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. (Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών & Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων) κ.ά.

Όσον αφορά στην **απασχόληση στον τουρισμό**, σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel and Tourism Council), το 1/5 του εργατικού δυναμικού της χώρας (περίπου 900.000 άτομα) απασχολείτο έμμεσα ή άμεσα στον κλάδο του τουρισμού το 2009. Σε σχέση με το προηγούμενο έτος και σύμφωνα με εκτιμήσεις του Σ.Ε.Τ.Ε., οι θέσεις εργασίας στον

τουρισμό παρουσίασαν μείωση το πρώτο εξάμηνο του 2009 κατά 19 χιλιάδες περίπου, αποτέλεσμα της μείωσης κατά 10% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών. Οι επιδοτήσεις στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για επαναπρόσληψη του εποχικού προσωπικού, η αύξηση των δελτίων κοινωνικού τουρισμού και η κατάρτιση ανέργων σε ειδικότητες συναφείς με το τουριστικό αντικείμενο ήταν μερικά από τα μέτρα που πήρε η πολιτεία για την αντιμετώπιση της κρίσης στην τουριστική απασχόληση.

Όσον αφορά στα στοιχεία ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τουριστικής οικονομίας η

κατάσταση δεν είναι θετική παρά το γεγονός ότι αυτή παρουσιάζει μικρά σημάδια ανάκαμψης. Η χώρα μας βρίσκεται στην 114η θέση σε τιμολογιακή ανταγωνιστικότητα (η χειρότερη θέση σε δείκτη της εν λόγω έκθεσης – 120η το 2007) ανάμεσα σε 133 χώρες. Αυτό προκύπτει κυρίως λόγω της εποχικότητας που παρουσιάζει η ελληνική τουριστική βιομηχανία. Η χώρα μας κατέχει την 99η θέση (έχασε μια θέση σε σχέση με το 2007) στην φορολογική πολιτική των ναύλων και στις αερολιμενικές χρεώσεις, την 107η θέση στα επίπεδα ακρίβειας (109η το 2007), την 72η θέση (74η θέση το 2007) στη φορολογική πολιτική και την αποτελεσματικότητα αυτής ενώ στην τιμολογιακή πολιτική των καταλυμάτων η Ελλάδα έρχεται 83η από 90η το 2007.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις στη χώρα μας δυσκολεύονται να διατηρήσουν τις χρεώσεις σε χαμηλά επίπεδα καθώς μειώνεται η κερδοφορία και κατ' επέκταση οι δυνατότητες υλοποίησης βελτιωτικών επενδύσεων, διακυβεύεται η κατ' ελάχιστο διατήρηση του ποιοτικού επιπέδου των παρεχόμενων υπηρεσιών και τελικά το κόστος είναι υψηλότερο από το επίπεδο του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος (low in Value for Money). Επιπλέον, μια γενική επιδότηση προς την επιχειρηματική κοινότητα για αύξηση του αριθμού των προσφερόμενων καταλυμάτων με στόχο την αντιμετώπιση των υψηλών τιμών θα ήταν μάλλον καταστροφική, καθώς η χώρα χαρακτηρίζεται ήδη από συνθήκες υπερπροσφοράς δεδομένου ότι κατέχει την 4η θέση παγκοσμίως ως προς τον αριθμό κλινών σε σχέση με τον πληθυσμό της. Η μείωση, λοιπόν, του μοναδιαίου κόστους θα πρέπει να προέλθει μέσα από την αύξηση της παραγωγικότητας του κεφαλαίου και των εργαζομένων και την αντιμετώπιση χρόνιων προβλημάτων όπως οι ακαμψίες που υφίστανται στην αγορά εργασίας: ενδεικτικά

αναφέρεται ότι η Ελλάδα έλαβε την 113η παγκοσμίως ως προς τις εργασιακές πρακτικές και τις δυσκολίες που υφίστανται στο καθεστώς προσλήψεων και απολύσεων.

Επιπροσθέτως, στα πλαίσια της πολιτικής εξορθολογισμού των δαπανών, η νέα ηγεσία του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού αποφάσισε το κλείσιμο του ενός τρίτου των γραφείων του ΕΟΤ στο εξωτερικό ενώ προσανατολίζεται στην ίδρυση νέων γραφείων σε αναδυόμενες τουριστικές αγορές όπως είναι η Πολωνία και η Ινδία. Την αντίθεση τους στο άμεσο κλείσιμο των εν λόγω γραφείων εξέφρασαν φορείς της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας υπερτονίζοντας την σημασία της εκπροσώπησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις ξένες αγορές και το δυσμενές μήνυμα για την κατάσταση του ελληνικού τουρισμού που απορρέει από την εν λόγω κίνηση. Σε απάντηση της παραπάνω πρωτοβουλίας αντιπροτάθηκε αξιολόγηση κατά περίπτωση με κριτήρια ποιοτικά και όχι απλού λειτουργικού κόστους και εν συνεχεία τμηματική παύση εργασιών των γραφείων του ΕΟΤ όπου αυτό πραγματικά απαιτείται.

3.3.3. Κοινωνική Διάσταση.

Σύμφωνα με το Ι.Τ.Ε.Π. οι τουρίστες που ταξιδεύουν στην Ελλάδα είναι κυρίως άτομα νεαρής ηλικίας (<40), μεσαίας και κατώτερης εισοδηματικής και κοινωνικής τάξης, ανώτερης/ ανώτατης εκπαίδευσης (91%), συνταξιδεύουν κατά μέσο όρο με 1,8 άτομα ενώ συνήθως ένας στους τρεις είναι ανήλικος. Η μέση διάρκεια παραμονής είναι λίγο πάνω από 10 μέρες, ενώ οι 7 διανυκτερεύσεις αποτελούν τη συχνότερη διάρκεια παραμονής (1 στα 5 ταξίδια προς την Ελλάδα).

Οι σημαντικότερες **χώρες προέλευσης** ταξιδιωτικού κοινού είναι η Μεγάλη Βρετανία, η Γερμανία, η Γαλλία, η Ολλανδία και η Ιταλία. Το 2008 οι δύο πρώτες παρουσίασαν μείωση γύρω στο 5%, ενώ οι υπόλοιπες έκλεισαν με οριακή αύξηση (από 0,1% μέχρι και 1,0%). Αυξημένη ζήτηση για το ελληνικό τουριστικό προϊόν παρουσίασε η αναδυόμενη αγορά της κεντροανατολικής Ευρώπης, αλλά σαφώς σημαντικότερη δυναμική παρουσιάζει η αγορά της πρώην Σοβιετικής Ένωσης. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε ότι οι αφίξεις από τη Ρωσία για την περίοδο 2000 – 2006 παρουσίασαν μέση ετήσια αύξηση 17%.

Η τουριστική κινητικότητα επέφερε αλλαγές στην απασχόληση καθώς στις περιοχές που παρουσίασαν τουριστική ανάπτυξη υπήρξε μεταστροφή του ανθρώπινου δυναμικού σε δραστηριότητες άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενες με τον κλάδο του τουρισμού. Η μεταστροφή αυτή στον τουρισμό επηρέασε τον τρόπο ζωής και τα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα των κατοίκων της περιφέρειας καθώς η ανάπτυξη του τριτογενή τομέα δραστηριότητας και ο μιμητισμός σταδιακά οδήγησε στην σύγκλιση της καθημερινότητας με αυτή των αστικών κέντρων. Όπως είναι φυσικό, η κοινωνική αυτή μεταβολή επηρεάζει και τον επαγγελματικό προσανατολισμό καθώς το παράδειγμα των ευημερουσών τουριστικών επιχειρήσεων, σε αντίθεση με την απασχόληση στον πρωτογενή τομέα, έχει συνδεθεί με την επαγγελματική καταξίωση στις περιοχές που παρουσιάζουν τουριστική κινητικότητα.

Η τουριστική ανάπτυξη συντέλεσε στην αυξημένη ζήτηση για **τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση** η οποία παρουσιάζει σημαντικά δείγματα βελτίωσης σε σχέση με το παρελθόν (χωρίς αυτό βεβαίως να σημαίνει ότι έχουν επιλυθεί όλα τα χρόνια προβλήματα). Πιο συγκεκριμένα και ως προς την προπτυχιακή εκπαίδευση λειτουργούν 7 Τ.Ε.Ι. Τουριστικών Επιχειρήσεων ενώ έχει εγκριθεί νομοθετικά (μέσα από την έκδοση σχετικού ΦΕΚ) η δημιουργία δύο νέων τμημάτων ΑΕΙ στο χώρο του τουρισμού και πιο συγκεκριμένα στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου και στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Επιπλέον, λειτουργούν προγράμματα μεταπτυχιακών σπουδών στον τουρισμό ενώ τουριστικά επιστημονικά περιοδικά διεθνούς κύρους εκδίδονται από εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας μας, γεγονός που συνάδει με το υψηλό επίπεδο των διδασκόντων και των παρεχόμενων σπουδών σε ορισμένα τουλάχιστον ιδρύματα. Πέραν των παραπάνω, υφίσταται και ο Ο.Τ.Ε.Κ. (Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης) ο οποίος παρέχει τριτοβάθμια, μετα-δευτεροβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση & επαγγελματική κατάρτιση ενώ στην χώρα μας δραστηριοποιούνται και ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα (κολέγια).

Σε παγκόσμιο επίπεδο, ωστόσο, επικρατεί μάλλον προβληματισμός, καθώς με βάση τα στοιχεία του WEF, η Ελλάδα διακρίνεται από ανεπάρκεια του εκπαιδευτικού συστήματος (λαμβάνοντας την 82η θέση το 2009 όταν η γειτονική Κύπρος λαμβάνει τη 10η) και έλλειψη διαθέσιμων ερευνητικών και εκπαιδευτικών υπηρεσιών (87η θέση το 2009). Στο πλαίσιο αυτό, μερίδιο ευθύνης φέρει και η εργοδοτική πλευρά καθώς

παρατηρείται έλλειψη επένδυσης από πλευράς των εργοδοτών στη βελτίωση της εκπαίδευσης και της κατάρτισης των εργαζομένων - στο σχετικό δείκτη, η Ελλάδα λαμβάνει την 81η θέση το 2009 με σημαντική χειροτέρευση σε σχέση με την 55η θέση το 2008.

Σημαντική προσφορά στην προσέλκυση τουρισμού είναι οι **εκδηλώσεις τεχνών και πολιτισμού** που διοργανώνονται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου σε όλη την ελληνική επικράτεια. Μουσεία όπως το καινούργιο μουσείο της Ακρόπολης, εκδηλώσεις όπως το Ελληνικό Φεστιβάλ, το Φεστιβάλ Επιδαύρου, το Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης προβάλλουν τη χώρα μας διεθνώς και σε συνδυασμό με τον ελληνικό πολιτισμό και την πλούσια πολιτιστική παράδοση, αναδεικνύουν την Ελλάδα σε ένα, από τους δημοφιλέστερους προορισμούς πολιτισμού παγκοσμίως. Πόλο έλξης αποτελούν επίσης τα Μνημεία Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO που αφορούν σε αρχαιολογικούς χώρους, μοναστικά συγκροτήματα, μεσαιωνικές πολιτείες και ναούς.

Σημειώνεται ότι η χώρα μας κατέχει την 9η θέση σε αριθμό μνημείων παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς και την 23^η θέση σε μνημεία παγκόσμιας φυσικής κληρονομιάς. Σύμφωνα με την αναφορά για την τουριστική και ταξιδιωτική ανταγωνιστικότητα του 2009 (WEF), η Ελλάδα στο δείκτη συμπεριφοράς της τοπικής κοινωνίας απέναντι στον τουρισμό, κατέλαβε την 35η θέση. Στους επιμέρους δείκτες η απόδοση της κυμάνθηκε σε μέτρια επίπεδα, ενώ όσον αφορά στις διοργανώσεις διεθνούς εμβέλειας εκθέσεων και εκδηλώσεων, κατετάγη 19η στο σχετικό δείκτη.

Όπως είναι φυσικό η συνύπαρξη του τοπικού πληθυσμού με τους επισκέπτες επηρέασε τα ήθη και τα έθιμα των τουριστικών προορισμών. Σημαντικός αριθμός εκδηλώσεων τέχνης και πολιτισμού αναβίωσαν και γνώρισαν κοινωνική αποδοχή καθώς αποτέλεσαν αντικείμενο ενδιαφέροντος και πόλο έλξης επισκεπτών. Παρόλα αυτά υπάρχουν παραδείγματα εκδηλώσεων που εξελίχθηκαν σε αντικείμενο τουριστικής εκμετάλλευσης καθώς σε αρκετές περιπτώσεις παρατηρείται εμπορευματοποίηση της παράδοσης με σκοπό το εύκολο κέρδος.

3.3.4. Περιβαλλοντική διάσταση.

Η βιωσιμότητα και η αειφόρος ισόρροπη ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου συνδέεται άμεσα με το φυσικό περιβάλλον και τα φαινόμενα επιβάρυνσής του από την άναρχη τουριστική δραστηριότητα. Η ελληνική αγορά χαρακτηρίζεται ώριμη από τουριστικής άποψης και ενώ υφίσταται η τεχνολογική υποδομή που διασφαλίζει την προστασία του περιβάλλοντος, υπάρχει έλλειψη κρατικής μέριμνας και συντονισμού. Προς αυτή την κατεύθυνση προτάθηκε από την προηγούμενη πολιτική ηγεσία το **Ειδικό Χωροταξικό Σχέδιο για τον Τουρισμό** με σκοπό τον προσδιορισμό των ενεργειών και των δεδομένων που θα πρέπει να εφαρμοστούν, ώστε να επιτευχθεί ισόρροπη ανάπτυξη και ταυτόχρονη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Παράλληλα, στη φάση της δημόσιας διαβούλευσης βρίσκεται και το κείμενο του **Ειδικού Χωροταξικού Πλαισίου για τον Παράκτιο Χώρο και τα Νησιά**, το οποίο συντάχθηκε με σκοπό τον προσδιορισμό του βαθμού δόμησης, την προστασία και ανάδειξη της φυσικής ομορφιάς και κατ' επέκταση τη βιώσιμη ανάπτυξη του παράκτιου χώρου και των νησιών, στοιχεία άρρηκτα συνδεδεμένα με την τουριστική ευημερία.

Επιπροσθέτως, η τουριστική ανάπτυξη με σεβασμό στο περιβάλλον, δεν μπορεί παρά να εμπεριέχει και παρεμβάσεις για την ανάπτυξη των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας. Το **Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας** περιλαμβάνει ρυθμίσεις σχετικά με την ανάπτυξη των μη ορυκτών πηγών ενέργειας όπως η αιολική, η ηλιακή, η ενέργεια των κυμάτων, η παλιρροϊκή, η βιομάζα κ.ά. καθώς αυτές συνιστούν πηγές ενέργειας φιλικές προς το περιβάλλον και αποτελούν μοχλό βιώσιμης ανάπτυξης για τον τουρισμό, αλλά και για το σύνολο της ελληνικής οικονομίας.

Σύμφωνα με το άρθρο 3 της Κοινοτικής Οδηγίας 92/43/ΕΟΚ, προβλέπεται η δημιουργία ενός οικολογικού δικτύου γνωστού ως Δίκτυο **Natura 2000**, που αφορά σε ειδικές ζώνες προστασίας για τον έλεγχο των επιπτώσεων που έχει πάνω στο φυσικό περιβάλλον κατά μήκος του Ευρωπαϊκού χώρου τόσο η οικονομική, όσο και η τουριστική ανάπτυξη. Πέραν των λοιπών τομέων δραστηριότητας που εμπεριέχονται

στο δίκτυο Natura 2000, περιλαμβάνεται και ο τουρισμός. Οι περιοχές Natura συνήθως δεν αποτελούν περιοχές με ανεπτυγμένη τουριστική δραστηριότητα ενώ είναι δυνατή, σύμφωνα πάντα με τις παραμέτρους που θέτει το δίκτυο, η ανάπτυξη ήπιων δραστηριοτήτων τουρισμού και αναψυχής όπως ο αγροτουρισμός και ο οικοτουρισμός.

Επιπλέον, η πολιτεία οφείλει να προχωρήσει σε σημαντικές ενέργειες για την προστασία του περιβάλλοντος, οι οποίες επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα την τουριστική ανάπτυξη. Κυριότερες εξ' αυτών είναι:

- α) Η εναρμόνιση της Ελληνικής με την Κοινοτική νομοθεσία για θέματα όπως η διαχείριση των ατμοσφαιρικών ρύπων, των υδάτινων πόρων, των αποβλήτων, του θορύβου κ.ά.
- β) Η ενίσχυση των φορέων διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών.
- γ) Η εφαρμογή νέων σχεδίων διαχείρισης για στερεά και υγρά απόβλητα σε συνδυασμό με προγράμματα ανακύκλωσης.
- δ) Η αποτελεσματική διαχείριση της απόθεσης απορριμμάτων και η υλοποίηση διαδικασίας κλεισίματος των παράνομων χωματερών.
- ε) Οι ενέργειες για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και η επίτευξη των στόχων του πρωτοκόλλου του Κιότο με τη λειτουργία του Μητρώου Δικαιωμάτων Εκπομπών Αερίων, την εφαρμογή σχεδίου κατανομής ρύπων και την εκπόνηση επιχειρησιακών σχεδίων αντιμετώπισης της ατμοσφαιρικής ρύπανσης των μεγάλων αστικών κέντρων της Ελλάδας.
- στ) Η μεγαλύτερη δυνατή απορρόφηση κοινοτικών πόρων για περιβαλλοντικά προγράμματα των ευρωπαϊκών προγραμμάτων στήριξης.
- ζ) Η συνέχιση της δημιουργίας Εθνικού Κτηματολογίου με το οποίο θα ολοκληρωθεί η κτηματογράφηση του συνόλου του ελλαδικού χώρου. Το Κτηματολόγιο (όταν αυτό ολοκληρωθεί) σε συνδυασμό με τις διατάξεις του Ειδικού Χωροταξικού Σχεδίου, θα έχει ως κύριο αποτέλεσμα την αποτελεσματικότερη και φιλικότερη προς το περιβάλλον τουριστική δόμηση, αντιμετωπίζοντας την αλόγιστη τουριστική ανάπτυξη σε περιοχές εκτός σχεδίου.

Όσον αφορά σε θέματα περιβάλλοντος και τουριστικής ανταγωνιστικότητας, η χώρα μας καταλαμβάνει την 47η θέση, ενώ στο δείκτη φυσικών πόρων την 74η.

Σύμφωνα με την έκθεση, η Ελλάδα υστερεί στην αυστηρότητα των περιβαλλοντικών νόμων (67η θέση), στην επιβολή τους (74η θέση), στις εκπομπές ρύπων (99η θέση) και στην ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος (62η θέση). Η συνολική αποτίμηση για το 2008 σχετικά με θέματα περιβάλλοντος, δεν ήταν καλή για την Ελλάδα γιατί ανέβηκε μία θέση στο δείκτη των φυσικών πόρων (75η το 2007) και απώλεσε 7 θέσεις ως προς την περιβαλλοντική προστασία (40η το 2007).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην Ελλάδα, παρά την αδιαμφισβήτητη συμβολή του τουρισμού στην οικονομική και κοινωνική της ανάπτυξη, η διαχρονική έλλειψη ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδιασμού και προγραμματισμού, χωροταξικού σχεδιασμού, αστικού και δασικού κτηματολογίου, ο αυτοσχεδιασμός και οι συνεχείς παλινδρομήσεις αποτέλεσαν τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης. Κατά κύριο λόγο, τα αποτελέσματα ήταν: το μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν, η άνιση γεωγραφική συγκέντρωση της τουριστικής υποδομής, η χαμηλή ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, η εποχικότητα και η μικρή χρονική διάρκεια της τουριστικής περιόδου με σοβαρές επιπτώσεις στο παραδοσιακό ελληνικό τοπίο, στην βιοποικιλότητα της ελληνικής υπαίθρου και γενικότερα το περιβάλλον.

Κρίνεται, ως εκ τούτου, επιτακτική η ανάγκη καθορισμού των στρατηγικών αιφόρου ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού με ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας, την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού, την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και την ποιοτική αναβάθμισή του, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την ορθολογική χωροταξική διευθέτηση των χρήσεων γης, την δημιουργία δικτύσεων, με έμφαση στην φέρουσα ικανότητα των τουριστικών προορισμών. Εκτιμάται ότι στο πλαίσιο της παραπάνω εξειδικευμένης τουριστικής πολιτικής, μπορεί ο τουρισμός να παραμείνει ένας υγιής και δυναμικός κλάδος της ελληνικής οικονομίας, που θα δημιουργεί έσοδα, θα συμβάλλει στο εθνικό ΑΕΠ, θα ενθαρρύνει τις επενδύσεις και θα τονώσει την απασχόληση, αποτελώντας βασικό μοχλό και ουσιαστική παράμετρο ανάπτυξης για την Ελλάδα.

Τα τελευταία χρόνια εξαιτίας της Ευρωπαϊκής Ολοκλήρωσης η τουριστική πολιτική της χώρας έχει αρχίσει να διαμορφώνεται σε νέα βάση προκειμένου να αντιμετωπίσει τις νέες προκλήσεις της παγκοσμιοποίησης καθώς και της οικονομικής κρίσης, να αξιοποιήσει τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα και να βελτιώσει την υποδομή της με την παράλληλη προσέλκυση τουριστών με υψηλότερο εισόδημα όπως της τέως Σοβιετικής Ένωσης και της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης.

Ο ελληνικός τουρισμός, εκτός από τον διεθνή ανταγωνισμό από άλλους τουριστικούς προορισμούς, έχει πλέον να αντιμετωπίσει και τις «ολιγοψωνιακές» έως και «μονοψωνιακές» καταστάσεις, που κατευθύνουν τις μαζικές τουριστικές ροές. Υπάρχει βεβαίως διαπιστωμένη και μια τάση ενός μικρού αλλά διευρυνόμενου τμήματος της διεθνούς αγοράς, που επιδιώκει την ανεξάρτητη μεταφορά σε επιλεγμένους προορισμούς με αποφυγή του μαζικού τουρισμού και αναζήτηση εναλλακτικών δυνατοτήτων.

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί ένα σημαντικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, η συμβολή του οποίου στην αντιμετώπιση του συναλλαγματικού προβλήματος της εθνικής μας οικονομίας δεν μπορεί να αμφισβητηθεί. Η Ελλάδα διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που μπορούν να αξιοποιηθούν. Είναι κοιτίδα του κλασικού πολιτισμού, έχει φυσικό πλούτο και τεράστια ιστορική και αρχιτεκτονική κληρονομιά και έχει δυνατότητες πολύμορφης τουριστικής ανάπτυξης.

Εν κατακλείδι, οι σύγχρονες εξελίξεις της τουριστικής βιομηχανίας σε παγκόσμιο επίπεδο, η προοπτική της Ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης, η «υπερτμηματοποίηση» της τουριστικής ζήτησης, η νέα αντίληψη για τις διακοπές, η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη και οι αλλαγές των τουριστικών προτύπων, επιβάλλουν τον επαναπροσδιορισμό της πολιτικής για τον τουρισμό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- CRESCENZI A. (2008). INVESTING FROM THE TOP DOWN: A MACRO APPROACH TO CAPITAL MARKETS”, MC GRAW HILL PROFESSIONAL.
- GARTNER C. W., ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ. ΑΡΧΕΣ, ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ «ΕΛΛΗΝ», ΑΘΗΝΑ 2001.
- ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ ΕΥΘ. ΚΑΙ ΣΥΝ., ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ. ΜΥΘΟΙ & ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ NUBIS, ΑΘΗΝΑ 1996.
- ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ Σ. (02/1997). ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ & ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΚΡΙΤΙΚΗ & ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ, ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, ΤΕΥΧΟΣ 15.
- ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΤΕΥΧΟΣ 16, ΜΑΙΟΣ 2006.
- ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, ΤΕΥΧΟΣ 15, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 1997.
- ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ, ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ, μελέτη, GBR Consulting, 2007
- ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ (Ι.Τ.Ε.Π.) - ΠΗΓΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΕΩΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ: ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ, 2006
- ΘΕΣΜΙΚΟ-ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ ΚΑΝΟΝΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΥΠΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, 2009-2010 (ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΜΟΣΧΑ ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ)
- ΣΚΟΥΛΑΣ Ν. (17/03/2009). ΤΡΙΣΔΙΑΣΤΑΤΗ Η ΚΡΙΣΗ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ. ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΣΤΟ: http://www.travelreport_int.gr.
- (2009). ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ. ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΣΤΟ: <http://www.infopeloponnisos.gr>.

- ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ (Ι.Τ.Ε.Π.) «ΡΩΣΙΚΟΣ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Γεώργιος Χ. Κάτσος, Αθήνα 2005
- ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ (Ι.Τ.Ε.Π.) «ΑΓΟΡΑ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΡΩΣΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ» Αθήνα , 1 Ιουνίου 2005
- ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ (Ι.Τ.Ε.Π.) «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ» ΠΑΤΣΟΥΡΑΤΗΣ Β. Α., 2002
- «ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ» Λύτρας, Παναγιώτης Ν, Αθήνα 1998
- «ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗ: ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ», Τσάρτας, Π. και Κοκκώσης, Χ., 2001
- Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ/ΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ , (Μελέτη Εκπονηθείσα για Λογαριασμό του Σ.Ε.Τ.Ε., 2010)
- ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ ΓΕΡ. (1994), "ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΣΗΜΕΡΑ", ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΡΟΝΙΚΑ, Τεύχος 77, σελ. 28- 31, Εκδοση ΟΕΕ, Αθήνα