

Α.Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ : " ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 1988 – 2004 ,
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΣΤΗΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ "



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ : ΦΩΤΗ ΜΑΡΙΑ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : Κος ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΔΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ



ΠΑΤΡΑ ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2004

ΤΟΜΟΣ Α

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6787
----------------------	------

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....5

Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ, ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..... 6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1..... 12

ΟΙ ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	13
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	13
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	14
ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ ΑΦΟΡΩΣΕΣ ΤΟΝ ΑΛΛΟΔΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	17
ΟΡΙΣΜΕΝΑ ΔΙΑΦΟΡΩΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	19
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	22
ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ: ΣΥΝΕΠΑΓΟΜΕΝΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.....	24
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	24
ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ.....	24
ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΕΩΣ.....	25
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΕ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΤΟ 1997	25
ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ.....	26
ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	26
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΔΙΑΚΟΠΩΝ-ΔΑΠΑΝΗ.....	28
ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ. ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΣ ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑΣ.....	29
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	29
ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....	30
ΣΥΝΑΡΤΗΣΕΙΣ, ΜΕΤΑΒΑΝΤΕΣ ΚΑΙ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ.....	32
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ.....	34
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	34
ΓΑΛΛΙΑ.....	35
ΓΕΡΜΑΝΙΑ.....	36
ΣΟΥΗΔΙΑ.....	37
ΣΥΝΟΨΗ.....	38
ΣΧΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ (ΔΙΕΘΝΩΝ) ΑΠΟ ΚΥΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΕΩΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	38
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	40
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο.....47

Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	48
ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΣΑΝ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	50
Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ	52
ΟΙ ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	55
ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	57
ΤΑ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	60
Η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΘΕΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	62
ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	65
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	65
ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ	65
Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	66
Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	68
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	68
ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΑ ΈΣΟΔΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ.....	68
ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΑΕΠ	71
ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	72
ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	73
ΣΥΝΟΨΗ ΚΑΙ ΣΗΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	74
Ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ	75
ΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	76
ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	76
Η ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ "ΤΑΞΙΔΙΑ"	76
Η ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ "ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ"	77
ΤΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	77
ΤΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	77
ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	77
ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ	79
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	79
Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ	81
ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	86

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΣΕ ΤΙ ΑΠΟΒΛΕΠΕΙ	90
Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΚΑΙ ΟΙ ΩΦΕΛΕΙΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	93
ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	95
Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΠΩΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΜΕΘΟΔΕΥΕΤΑΙ	101
ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΣΥΝΗΓΟΡΟΥΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	103
ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΑΡΑΞΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΙΑΣ ΡΕΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	108
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	108
ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΝ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	109
ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΟΦΕΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	112
Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΕΥΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	113
Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	115
Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΟΥ ΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΑΙ ΣΥΝΗΘΩΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	118

Η ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	125
ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	129

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 40

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ	133
Ο ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΝΕΑ ΜΟΡΦΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ.....	134
ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ ΤΩΝ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΜΕΝΩΝ ΧΩΡΩΝ	137
Ο ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΤΩ ΑΠΟ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟ ΜΕΣΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	140
ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΩΦΕΛΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ " ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΙΟΙ ΕΥΝΟΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΑΥΤΗΝ	142
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΟΥΣ	145
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	145
Η ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΩΝ ΧΩΡΩΝ ΠΟΥ ΕΞΕΤΑΖΟΝΤΑΙ	145
ΤΑ ΕΛΑΧΥΣΤΙΚΟΤΕΡΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	148
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΝΟΤΙΑ ΕΥΡΩΠΗ.....	150
ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΑ ΈΣΟΔΑ	154
ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ	160
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ.....	166
ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ	170
ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ	171
ΣΥΝΟΨΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	174

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	178
Η "ΑΠΟΓΕΙΩΣΗ" ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	179
ΟΙ ΚΥΡΙΟΙ ΣΚΟΠΟΙ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΙΣ ΔΕΚΑΕΤΙΕΣ '50 ΚΑΙ '60	181
ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΒΑΣΙΣΤΗΚΕ Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΙΣ ΔΕΚΑΕΤΙΕΣ '50 ΚΑΙ '60.....	182
Η ΕΠΙΤΑΧΥΝΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΣΟ ΤΗΣ ΔΕΚΑΕΤΙΑΣ ΤΟΥ '70 ΜΕΧΡΙ ΤΗΝ ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '90.....	183
Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '90 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΜΕΤ' ΕΜΠΟΔΙΩΝ	185
Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΕΠΙΒΡΑΔΥΝΤΙΚΟΙ ΡΥΘΜΩΝ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	190
ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΟ ΜΕΡΙΑΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΣΥΝΟΛΟ.....	193
Η ΝΟΗΡΗ ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΑΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	199
ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΔΙΕΘΝΩΣ ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	201
ΤΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ.....	202
Η ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	203
ΑΦΙΞΕΙΣ, ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ	205

ΑΦΙΞΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΤΑΞΙΔΙΟΥ	208
ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ.....	210
ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	212
ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	214
ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	215
Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	218
ΣΥΝΟΨΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	223

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο 225

ΣΥΝΟΨΗ.....	226
-------------	-----

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 236

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ, ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κύριο χαρακτηριστικό του τουρισμού είναι αναμφίβολα ο δυναμισμός με τον οποίο αναπτύσσεται. Άλλο χαρακτηριστικό του είναι ότι η ανάπτυξή του επιτεύχθηκε ουσιαστικά από το τέλος των εχθροπραξιών του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου και μετά. Ο μαζικός τουρισμός, σαν αναγνωρίσιμο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, άρχισε να γίνεται εμφανής προς το τέλος της δεκαετίας του '50 και έκτοτε η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας συνεχίζεται, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο μεταξύ άλλων στις οικονομικές και κοινωνικές αλλαγές που λαμβάνουν χώρα σε πολλές χώρες υποδοχής τουριστών. Ήδη από τα μέσα περίπου της δεκαετίας του '70 είχε διαφανεί ότι περίοδος της συνεχούς ανάπτυξης του τουρισμού είχε πλέον τελειώσει οριστικά. Αυτό βέβαια δεν εσήμαινε ότι η ανάπτυξη του τουρισμού μελλοντικά θα είναι μηδενική. Εσήμαινε όμως ότι:

- a) Η συνολική ανάπτυξη του τουρισμού πιθανόν να είναι σε χαμηλότερα ποσοστά από ότι ήταν αυτή στο παρελθόν.
- b) Η ανάπτυξη του τουρισμού θα είναι περισσότερο άνισα κατανομημένη τόσο από πλευράς ανάπτυξης τουριστικών αγορών όσο και από πλευράς τουριστικών προορισμών και υπηρεσιών.
- c) Ο ανταγωνισμός μεταξύ τουριστικών προορισμών και υπηρεσιών θα είναι μελλοντικά εντονότερος, γι' αυτό και οι προωθητικές δραστηριότητες του

τουριστικού μάρκετινγκ θα πρέπει να επικεντρώνονται μάλλον σε διευρύνσεις των μεριδίων των υφιστάμενων τουριστικών αγορών, παρά σε διεισδύσεις σε νέα τουριστικές αγορές.

- d) Η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών θα είναι περισσότερο επιλεκτική και κατατημένη, δηλαδή θα εξαρτάται από την ικανότητα των χωρών υποδοχής τουριστών να προσφέρουν ποιότητας τουριστικά πακέτα σε ανταγωνιστικές τιμές, που θα ικανοποιούν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ομάδων πιθανών πελατών τους σε μια ορισμένη τουριστική αγορά.

Ο τουρισμός σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας αναμφίβολα αποτελεί σημαντικότατο παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης. Κατά συνέπεια η συμβολή του στη γενικότερη προσπάθεια των λαών και των πολιτικών εξουσιών τους για καλύτερες ημέρες πρέπει κάτω από προϋποθέσεις να θεωρείται δεδομένη.

Η διεθνής πρακτική έχει αποδείξει ότι για πολλές χώρες και ιδιαίτερα για τις αναπτυσσόμενες, δηλαδή για αυτές που για οποιοδήποτε λόγο δεν έχουν ακόμη κατορθώσει να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας που τις ταλανίζει, ο τουρισμός μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να αποτελέσει μια από τις κυριότερες συναλλαγματοφόρες πηγές τους. Και ακόμη μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας.

Πέρα όμως από σημαντικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας ο τουρισμός μπορεί να είναι σημαντικός εργοδότης, αφού χάρη σε αυτόν βρίσκουν απασχόληση, έστω και εποχιακά, πολλοί άνεργοι αλλά και πολλοί υποαπασχολούμενοι σε αγροτικές περιοχές της περιφέρειας. Το σημαντικότερο, όμως, από όλα ίσως είναι ότι ο τουρισμός μπορεί και δημιουργεί θέσεις εργασίας εκεί που συνήθως άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, όπως, π.χ. η βιομηχανία, η γεωργία με τη ευρύτερη έννοια του όρου κλπ., για λόγους που έχουν σχέση με τις εξωτερικές οικονομίες του τόπου όπου επιχειρείται η ανάπτυξή του αδυνατούν να δημιουργήσουν. Έτσι λοιπόν με την ανάπτυξη του τουρισμού σε περιοχές μιας χώρας, όπου οι άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, για λόγους που έχουν σχέση με τις εξωτερικές οικονομίες του τόπου στον οποίο επιχειρείται η ανάπτυξή του, αδυνατούν να δημιουργήσουν.

Εκτός όμως από τις θέσεις εργασίας ο τουρισμός δημιουργεί και έσοδα για τους πληθυσμούς των περιοχών όπου αναπτύσσεται και εξασφαλίζει πρόσθετα εισοδήματα για πολλές οικογένειες, ενώ παράλληλα συμβάλει και στον περιορισμό

του ανοίγματος της ψαλίδας που υπάρχει ανάμεσα στα εισοδήματα των κατοίκων των αστικών κέντρων και εκείνων της περιφέρειας.

Οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο γίνονται αισθητές μόνο εφόσον η ανάπτυξη ή η μεγέθυνση που πραγματοποιείται ορθολογιστικά, προγραμματισμένα και κυρίως με συνεχή και λεπτομερή έλεγχο σε κάθε μια από τις διανυόμενες αναπτυξιακές φάσεις, ειδικότερα δε όταν αυτή συνοδεύεται από μια παράλληλη προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα της οικονομίας. Με αυτό τον τρόπο περιορίζονται σημαντικά οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού και τούτο γιατί (α) αποφεύγεται ο συγκεντρωτισμός και το φαινόμενο της εξάρτησης του τουριστικού προορισμού από ένα και μόνο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα τον τουρισμό, (β) αμβλύνεται η εποχιακή απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού του τουριστικού προορισμού, (γ) αυξάνεται η χρονική διάρκεια εκμετάλλευσης των τουριστικών εγκαταστάσεων, (δ) μετριάζεται η αντιμετώπιση του ντόπιου τουρίστα σαν ανεπιθύμητου πελάτη, ((ε) περιστεύεται η υποβάθμιση και πολύ περισσότερο η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς επίσης και της πολιτιστικής κληρονομιάς, (στ) μειώνεται σημαντικά η ποιοτική υποβάθμιση των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και (ζ) παύει βαθμιαία να θυσιάζεται η ανταγωνιστικότητα του τουρισμού χάρη στο εύκολο και γρήγορο κέρδος και στα τεράστια οικονομικά συμφέροντα των μεσαζόντων του τουρισμού.

Η αποδοτικότητα του τουρισμού σαν τμήματος του παραγωγικού μηχανισμού μιας οικονομίας πρέπει να αξιολογείται όχι μόνο με κριτήρια επίτευξης στόχων σε βραχυχρόνιο ορίζοντα, μέσα στο στενό πλαίσιο του κλάδου της τουριστικής οικονομίας, αλλά και με μακροχρόνιες προοπτικές ουσιαστικής συμβολής του στην επίτευξη των γενικότερων οικονομικών και κοινωνικών στόχων του προγράμματος οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης μιας χώρας. Με αυτήν την έννοια, διάφορες απόψεις που έχουν αναπτυχθεί στο παρελθόν για τη θέση του τουρισμού στις οικονομίες, θα πρέπει να εξετασθούν κάτω από το πρίσμα της αναζήτησης του βαθμού αποδοτικότητας του τουρισμού, σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, μέσα στο ευρύτερο φάσμα του οικονομικού και κοινωνικού κόστους που δημιουργείται.

Η αξιολόγηση της οικονομικής θέσης του τουρισμού σε ορισμένο τόπο υποδοχής τουριστών και χρόνο μπορεί να γίνει θετικά με τη μέτρηση των επενδύσεων που πραγματοποιούνται στην τουριστική οικονομία και αρνητικά με τον

προσδιορισμό των αρνητικών επιδράσεων που προκαλούνται σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, εξαιτίας μιας υπερβολικής ή και μονόπλευρης προώθησης του τουρισμού.

Ας σημειωθεί ότι τόσο οι θετικές όσο και οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού πρέπει οπωσδήποτε να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη κατά την αξιολόγηση του κόστους και των αποτελεσμάτων των τουριστικών επενδύσεων, ώστε να αποφεύγεται η εκτέλεση αντιπαραγωγικών έργων στον τουρισμό, κατ' επέκταση δε και οι αρνητικές επιδράσεις τους σε αυτόν.

Ο τουρισμός αποτελεί (α) την προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων σε τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται εκτός των τόπων της μόνιμης κατοικίας τους, (β) την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται, και (γ) τη χρησιμοποίηση των τουριστικών εγκαταστάσεων που δημιουργήθηκαν για να ικανοποιούν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Η μελέτη του τουρισμού αποτελεί ουσιαστικά μελέτη των ανθρώπων που βρίσκονται για τουριστικούς λόγους μακριά από τους τόπους στους οποίους κατοικούν μόνιμα, των τουριστικών εγκαταστάσεων που βρίσκονται στους τουριστικούς προορισμούς και που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των τουριστών που κάνουν χρήση τους και τέλος των επιδράσεων που ασκούν αυτοί από οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής άποψης στους τουριστικούς τους προορισμούς κατά την πρόσκαιρη διαμονή τους σε αυτούς. Πέρα από αυτό όμως, η μελέτη του τουρισμού συνεπάγεται τη μελέτη των κινήτρων και των εμπειριών των τουριστών, των προσδοκιών των μόνιμων κατοίκων των τουριστικών προορισμών και των προσαρμογών που έκαναν αυτοί προκειμένου να δικαιωθούν οι προσδοκίες τους, καθώς επίσης τους ρόλους που διαδραματίζουν όλοι όσοι με οποιαδήποτε ιδιότητα και με οποιοδήποτε τρόπο παρεμβάλλονται μεταξύ αυτών και των τουριστών στη διαδικασία παραγωγής, διάθεσης και κατανάλωσης ή χρήσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Ο τουρισμός αν και είχε πια «εκδημοκρατιστεί», δεν παύει να αποτελεί ένα είδος πολυτέλειας. Μέχρι τα μέσα περίπου του αιώνα μας ο τουρισμός αποτελούσε προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας, δηλαδή των λίγων, και συγκεκριμένα αυτών που διέθεταν χρήματα αλλά και ελεύθερο χρόνο για τουρισμό. Σήμερα όμως στις αναπτυγμένες τουλάχιστον, χώρες του κόσμου ο τουρισμός αποτελεί χωρίς άλλο τρόπο ζωής. Ο αυξημένος ελεύθερος χρόνος στη διάθεση των εργαζομένων σε

συνδυασμό με τα υψηλότερα εισοδήματά τους και τις θεσμοθετημένες πληρωμένες διακοπές σε συνδυασμό με μια αυξημένη κινητικότητα των ανθρώπων συνέβαλαν στο να κάνουν τουρισμό ολοένα και περισσότερα άτομα κάθε χρόνο. Οι σημαντικές βελτιώσεις στις συγκοινωνίες και τα διάφορα μεταφορικά μέσα, ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών καταλυμάτων, η αύξηση της παραγωγής και διάθεσης τουριστικών πακέτων διακοπών και όχι μόνο, καθώς επίσης και άλλων σχετικά φθηνών μορφών διακοπών και ταξιδιών συνέβαλαν ακόμη περισσότερο στη δημιουργία μεγαλύτερων ευκαιριών για την πραγματοποίηση ταξιδιών για διακοπές και ευχαρίστηση. Σήμερα η πλειοψηφία των ανθρώπων στις αναπτυγμένες χώρες, καθώς επίσης ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι στις αναπτυσσόμενες χώρες έχουν τη δυνατότητα να κάνουν κάποιας μορφής τουρισμό και με αυτόν τον τρόπο να ικανοποιήσουν στο μέτρο του εφικτού συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Δεν θα αποτελούσε υπερβολή αν υποστηριζόταν η άποψη ότι ο τουρισμός αποτελεί πια ένα γενικά αποδεκτό, συνηθισμένο και αναμενόμενο τρόπο ζωής ενός μεγάλου και συνεχώς αυξανόμενου αριθμού ανθρώπων σε όλα τα μέρη του κόσμου.

- ✓ Η ανάπτυξη του τουρισμού από το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και μετά υπήρξε πραγματικά εντυπωσιακή. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), το 1996, 592 περίπου εκατομμύρια άνθρωποι έκαναν εξωτερικό τουρισμό ή διεθνή, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς (Πίνακας 1.1), ενώ άλλα 2 περίπου δισεκατομμύρια άνθρωποι έκαναν εσωτερικό τουρισμό. **(BB 1)**

Πίνακας 1.1: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις και διεθνή τουριστικά έσοδα

Έτος	Διεθνείς τουριστών (σε εκατομμύρια)	αφίξεις Αλλαγή %	Διεθνή τουριστικά έσοδα (σε δολάρια ΗΠΑ)	Αλλαγή %
1950	25,3	-	2.100	-
1960	69,3	44,0	6.867	227,0
1970	159,7	56,6	17.900	160,1
1980	284,0	43,8	102.363	471,2
1990	458,3	38,0	266.207	160,1
1996 ⁽¹⁾	591,9	31,3	423.022	58,9

1. Προσωρινά στοιχεία

Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, Στατιστικές Επετηρίδες 1986, 1987.

Δεν θα αποτελούσε υπερβολή αν υποστηριζόταν η άποψη ότι ο τουρισμός και συγκεκριμένα ο διεθνής τουρισμός αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εξαγόμενα είδη σε παγκόσμιο επίπεδο και ακόμη ότι σε πολλές του κόσμου αποτελεί αυτός τη σημαντικότερη εξαγωγική τους βιομηχανία, κατ' επέκταση δε και τη σημαντικότερη πηγή συναλλαγματικών τους εσόδων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

Οι πρόσφατες Εξελίξεις στην Παγκόσμια Τουριστική Ανάπτυξη και η Σχετική Θέση της Ελλάδος

Εισαγωγή

Στα επόμενα θα εκτεθούν δια βραχέων οι πρόσφατες εξελίξεις στον τουρισμό σε παγκόσμια κλίμακα, με απώτερη επιδίωξη να επισημανθούν τα χαρακτηριστικά των εξελίξεων του αλλοδαπού τουρισμού στην Ελλάδα. Ενόψει των ποσοτικών διαπιστώσεων που προκύπτουν από σχετικές μελέτες, ελληνικές και ξένες, για το μέγεθος και τη συγκριτική σπουδαιότητα του τουριστικού τομέα, ως παράγοντα αναπτύξεως και δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, είναι ανάγκη να εξετάζουμε αδιάκοπα και με την δέουσα σοβαρότητα τις εξελίξεις και να επιχειρούμε εντοπισμό των παραγόντων που αιτιάζουν αυτές. Η οικονομική πολιτική έχει να ωφεληθεί τα μέγιστα από επισημάνσεις που αφορούν σε μόνιμους γενεσιουργούς παράγοντες, σε αντίθεση με συγκυριακές εξελίξεις οι οποίες συνεπάγονται πρόσκαιρες αναστατώσεις ή οφέλη.

Πίνακας Α1.1				
Παγκόσμιος Τουρισμός				
<i>(Αφίξεις)</i>				
Εξέλιξη στις Μείζονες Γεωγραφικές Περιοχές				
	Ποσοστιαίες Μεταβολές			Μέσος ετήσιος
	1995-1997	1998/97	1999/98⁽¹⁾	% ρυθμός
	1995-1999			
1. Αμερική	6,9	3,1	3,8	3,5
ΗΠΑ	(10,3)	(-1,7)	(1,3)	(2,1)
2. Α. Ασία – Ειρηνικός	8,4	-1,3	7,4	3,6
3. Ν.Α. Ασία	20,8	5,6	3,9	7,2
4. Αφρική	15,2	6,9	9,0	7,6
5. Ευρώπη	9,5	3,1	1,0	3,4
Μ. Ανατολή	15,5	7,4	18,3	9,8
ΣΥΝΟΛΟ	9,2	2,7	3,1	3,7

(1) Εκτίμηση Ιανουαρίου 2000, WTO

Παγκόσμιος Τουρισμός

Όπως επισημάνθηκε σε προηγούμενες μελέτες, η Ευρώπη υστερεί έναντι του λοιπού κόσμου όσον αφορά το δυναμισμό του τουριστικού τομέα. Αυτό, ασφαλώς, εξηγείται όχι μόνον από τη σχετική τουριστική "ωρίμανση" της περιοχής, αλλά και την υπερβολική τουριστική καθυστέρηση άλλων περιοχών, όπως είναι η Αφρική, η Ασία, η Ν. Αμερική, που εξηγείται εν μέρει από οικονομικούς παράγοντες, βιοτικό επίπεδο, υποδομές, ευχέρεια προσπελάσεως, αλλά και φυσικούς παράγοντες, αν ληφθεί υπόψη ότι ο κύριος όγκος των τουριστικών ρευμάτων είναι παραθεριστικού – ψυχαγωγικού τύπου.

Όπως δείχνουν τα στοιχεία του πίνακα Α1.1, ο μέσος ρυθμός αυξήσεως του παγκόσμιου τουρισμού ήταν ικανοποιητικός, αν ληφθεί υπόψη ότι η περίοδος 1995-99 που εξετάζουμε εμπεριέχει την περίοδο της παγκοσμίου κρίσεως στις κεφαλαιαγορές και τις συνέπειες που η κρίση αυτή είχε για την πραγματική οικονομία πολλών περιοχών, προεξάρχουσας της περιοχής της Ανατ. και Ν. Ανατ. Ευρώπης. Είναι ενδεικτική εν προκειμένω η πτώση του ρυθμού εισροής τουριστών στις ΗΠΑ και την ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά της Ανατ. και Ν. Ασίας. Η Ευρώπη με μέσο ετήσιο ρυθμό τουριστικής ελκετάσεως 3,4% υστέρησε ελαφρώς μόνον του παγκοσμίου ρυθμού (3,7%).

Στον πίνακα Α1.2 παρέχονται τα σχετικά στοιχεία για τους κύριους μεσογειακούς προορισμούς, από τα οποία ευχερώς συνάγεται ότι ο μέσος ρυθμός υπερβαίνει το μέσο όρο της Ευρώπης, αλλά και του κόσμου, αν εξαιρέσουμε την για παροδικής φύσεως λόγους δραματική μείωση του προς την Τουρκία τουριστικού ρεύματος.

Με ετήσιο ρυθμό 3% η Ελλάδα έρχεται τελευταία σε τουριστική ανάπτυξη, με εξαίρεση, όπως ήδη αναφέρθηκε, την Τουρκία. Η αύξηση του συνολικού αριθμού επισκεπτών δεν πρέπει να μας παραπλανήσει, διότι εμπεριέχει και τις ροές από Αλβανία, που ασφαλώς δεν μπορεί να χαρακτηριστούν οικονομικώς ως τουριστικής φύσεως. Η εξέλιξη αυτή πρέπει να προκαλέσει τον ανάλογο προβληματισμό και να οδηγήσει σε κινητοποιήσεις που ξεκινούν από τη στρατηγική προωθήσεως του τουριστικού προϊόντος και εξικνούνται μέχρι την αναβάθμιση της γενικής και ειδικής τουριστικής υποδομής της χώρας.

Πίνακας Α1.2				
Κύριοι Μεσογειακοί Τουριστικοί Προορισμοί				
<i>(% μεταβολές αφίξεων)</i>				
	1995-1997	1997/98	1998/99	Μέσος ετήσιος ρυθμός 1995-1999
ΕΥΡΩΠΗ	9,5	3,1	1,0	3,4
Γαλλία	12,1	4,0	1,4	4,3
Ελλάδα ⁽¹⁾	-2,6	5,7	8,9	3,0
	(-1,0)	(9,1)	(7,8)	(3,9)
Ισπανία	11,5	10,4	8,8	7,5
Ιταλία	9,8	2,2	2,9	3,7
Πορτογαλία	6,9	11,0	-2,6	3,7
Αίγυπτος	27,2	-12,1	39,6	11,8
Τουρκία	27,1	-1,2	-32,6	-3,6

⁽¹⁾ Στους αριθμούς σε παρένθεση περιλαμβάνονται και οι εξ Αλβανίας προερχόμενοι

Η σκιαγραφηθείσα ανωτέρω τουριστική υστέρηση της Ελλάδος από δυναμικής απόψεως δεν πρέπει να οδηγήσει σε γενικότερα συμπεράσματα αρνητικής φύσεως. Η Ελλάδα είναι αναμφισβητήτως τουριστικώς ανεπτυγμένη χώρα, αλλά με δυνατότητες που υπερκερνούν κατά πολύ τις επτεύξεις και είναι αυτό το σημείο αναφοράς για τις όποιες μεμψιμοιρίες διατυπώσει κανείς αναφορικώς προς τις εξελίξεις σε σύγκριση με άλλες τουριστικώς ανεπτυγμένες χώρες.

Στον Πίνακα Α1.3 δίδεται η παγκόσμια ιεράρχηση των κατ' ιδίαν κρατών με κριτήριο τον απόλυτο αριθμό των αλλοδαπών τουριστών. Στον Πίνακα αυτό η Ελλάδα κατέχει την 15^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη και την 11^η στην Ευρωπαϊκή. Αν και ουδόλως μειονεκτική εκ πρώτης όψεως η θέση αυτή, είναι εντούτοις πολύ χαμηλότερη σε σύγκριση με τις φυσικο-πολιτισμικές δυνατότητες της χώρας (μήκος αυτών, ηλιοφάνεια, νησιωτικά συμπλέγματα, πλούτος μνημείων). Εξάλλου, για τους ανησυχούντες – περιβαλλοντικώς και άλλως – σημειώνουμε ότι η τουριστική πυκνότητα στην χώρα μας είναι πολύ χαμηλότερη από άλλες ανταγωνιστικές ή μη χώρες, χωρίς να ληφθεί υπόψη η συγκριτικώς έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τον εγχώριο τουρισμό. **(ΒΒ 3)**

Πίνακας Α1.3					
Κύριοι Τουριστικοί Προορισμοί					
<i>(βάσει του αριθμού αφίξεων, σε κατ.)</i>					
<i>έτος 1999</i>					
I. ΕΥΡΩΠΗ			II. ΑΜΕΡΙΚΗ		
1 Γαλλία					
2 Ισπανία					
3 Ιταλία					
4 Ην. Βασίλειο			III. ΑΣΙΑ		
5 Πολωνία					
6 Αυστρία					
7 Γερμανία					
8 ΚΑΚ					
9 Τσεχία					

Η χώρα μας διαθέτει όσες αναξιοποίητες περιοχές, ώστε να φθάσει ακόμη και στο επίπεδο πυκνότητας της Αυστρίας (βλ. Πίνακα Α1.4), χωρίς να αισθανθούμε τουριστικό συνωστισμό, όλοι μας, άνθρωποι και πράγματα.

Επισημάνσεις Αφορώσες τον Αλλοδαπό Τουρισμό στην Ελλάδα

α. Γενικά

Η σκιαγραφηθείσα ανωτέρω τουριστική υστέρηση της Ελλάδος από δυναμικής απόψεως δεν πρέπει να οδηγήσει σε γενικότερα συμπεράσματα αρνητικής φύσεως. Η Ελλάδα είναι αναμφισβητήτως τουριστικώς ανεπτυγμένη χώρα, αλλά με δυνατότητες που υπερτερούν κατά πολύ τις επιτεύξεις και είναι αυτό το σημείο αναφοράς για τις όποιες μεψιμοιρίες διατυπώσει κανείς αναφορικός προς τις εξελίξεις σε σύγκριση με άλλες τουριστικώς ανεπτυγμένες χώρες.

Στον Πίνακα ΑΙ.3 δίδεται η παγκόσμια ιεράρχηση των κατ' ιδίαν κρατών με κριτήριο τον απόλυτο αριθμό των αλλοδαπών τουριστών. Στον Πίνακα αυτό η Ελλάδα κατέχει την 15η θέση στην παγκόσμια κατάταξη και την 11η στην ευρωπαϊκή. Αν και ουδόλως μειονεκτική εκ πρώτης όψεως η θέση αυτή, είναι εντούτοις πολύ χαμηλότερη σε

Πίνακας ΑΙ.3					
Κύριοι Τουριστικοί Προορισμοί					
(βάσει του αριθμού αφιξέων, σε εκατ.), έτος 1999					
I. ΕΥΡΩΠΗ			II. ΑΜΕΡΙΚΗ		
1	Γαλλία	71,0 (1)	1	ΗΠΑ	47,0 (3)
2	Ισπανία	52,0 (2)	2	Μεξικό	20,2 (7)
3	Ιταλία	35,8 (4)	3	Καναδάς	19,6 (8)
4	Ην. Βασίλειο	25,7 (5)			
5	Πολωνία	17,9 (9)	III.	ΑΣΙΑ	
6	Αυστρία	17,6 (10)	1	Κίνα	27,0 (6)
7	Γερμανία	17,1 (11)	2	Ταϊβάν	10,4 (17)
8	ΚΑΚ	16,4 (12)			
9	Τσεχία	16,0 (13)			
10	Ουγγαρία	12,9 (14)			
11	Ελλάδα	11,8 (15)			
12	Πορτογαλία	11,0 (16)			
13	Ελβετία	10,0 (18)			

Πίνακας Α1.4 Αριθμός Αλλοδαπών Τουριστών ανά 1.000 κατοίκους σε Μείζονες Τουριστικές Χώρες (Χώρες Προορισμού)

Έτος 1998	
1. Αυστρία	2.142
2. Τσεχία	1.586
3. Ελβετία	1.408
4. Ουγγαρία	1.275
5. Ισπανία	1.230
6. Γαλλία	1.220
7. Πορτογαλία	1.133
8. Ελλάδα	979
9. Πουέρτο Ρίκο	879
10. Ιταλία	692
11. Καναδάς	616
12. Πολωνία	483
13. Ην. Βασίλειο	436
14. Μεξικό	206
15. Γερμανία	201
16. ΗΠΑ	172
17. Τουρκία	140

σύγκριση με τις φυσικοπολιτισμικές δυνατότητες της χώρας (μήκος αυτών, ηλιοφάνεια, νησιωτικά συμπλέγματα, πλούτος μνημείων). Εξάλλου, για τους ανησυχούντες - περιβαλλοντικός και άλλως - σημειώνουμε ότι η τουριστική πυκνότητα στην χώρα μας είναι πολύ χαμηλότερη από άλλες ανταγωνιστικές ή μη χώρες, χωρίς να ληφθεί υπόψη η συγκριτικώς έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τον εγχώριο τουρισμό. Η χώρα μας διαθέτει τόσες αναξιοποίητες περιοχές, ώστε να μπορεί να φθάσει ακόμη και το επίπεδο πυκνότητας της Αυστρίας (Βλ. Πίνακα Α1.4), χωρίς να αισθανθούμε τουριστικό συνωστισμό, όλοι μας, άνθρωποι και πράγματα. **(BB 8)**

Ορισμένα Διαρθρωτικά Χαρακτηριστικά

Στον Πίνακα Α1.5 καταγράφονται οι κύριες χώρες προελεύσεως αλλοδαπών τουριστών στην χώρα μας με βάση τα ποσοστά που αντιπροσωπεύουν στον αριθμό των αφίξεων. Η διαρθρωτική εικόνα που αναδύεται είναι μάλλον απογοητευτική.

(α) Η διάρθρωση των τουριστών κατά χώρα προελεύσεως έχει παραμείνει στα επίπεδα του 1990 με ελαφρά τάση χειροτερεύσεως. Η συμμετοχή των δύο κύριων προορισμών -Γερμανία, Η. Β.- αυξήθηκε σε 42,9% από 40,3% το 1990. Εκ πρώτης όψεως η εξέλιξη αυτή δείχνει ότι το τουριστικό προϊόν της Ελλάδος ως τιμή-ποιότητα εξακολουθεί να ικανοποιεί τους προερχόμενους από τις χώρες αυτές σε βαθμό, ο οποίος οδηγεί σε αύξηση της συμμετοχής των σε συνθήκες αυξανόμενης τουριστικής ζήτησεως για το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Η εξάρτηση, όμως, αυτή έχει ενδεχόμενα αρνητικά συνεπαγόμενα, διότι με βάση το νόμο των πιθανοτήτων η πρόκληση υφειακής καταστάσεως στην εξωτερική τουριστική ζήτηση από εκτάκτους παράγοντες είναι λιγότερο πιθανή όταν η ζήτηση κατανέμεται σε σχετικώς μεγάλο αριθμό χωρών.

(β) Από απόψεως ευρύτερας γεωγραφικής κατανομής, ο αλλοδαπός τουρισμός στη χώρα μας εξακολουθεί να εξαρτάται από ευρωπαϊκές πηγές προελεύσεως με ποσοστό υψηλότερο του 90%.

(γ) Παραδοσιακής προελεύσεως τουρισμός, υψηλού εισοδηματικού επιπέδου και αντίστοιχης τουριστικής δαπάνης, όπως ο αμερικανικός, φθίνει συνεχώς. Από 4,3% επί των συνολικών αφίξεων το 1990 το μερίδιο των έχει μειωθεί σε 2,5%, που αντιστοιχεί σε μείωση του μεριδίου κατά 42% σε μια δεκαετία.

(δ) Η ταχέως αναπτυσσόμενη -ως πηγή- αγορά της Αν. και Ν.Α. Ασίας δεν έχει αξιοποιηθεί, τουλάχιστον επαρκώς. Η παρατηρηθείσα ηπία αύξηση του μεριδίου της στην εγχώρια τουριστική αγορά ήταν αυτόνομη. Οι τουρίστες δε τόσοσ απομακρυσμένων περιοχών είναι σε υψηλό βαθμό πολιτιστικού και όχι παραθεριστικού τύπου. Ως εκ τούτου η χώρα μας προσφέρεται κατ' εξοχήν για την ικανοποίηση της κατηγορίας αυτής αναγκών λόγω του πολυσχιδούς πολιτισμικού πλούτου της.

(ε) Συμπληρωματικώς προς τα στοιχεία του Πίνακα Α1.5 ενδιαφέρουσες πληροφορίες περιλαμβάνονται και στον Πίνακα Α1.6 Στον εν λόγω Πίνακα περιλαμβάνονται οι αμεσότερα ανταγωνιστικές του ελληνικού τουριστικού προϊόντος χώρες με χαρακτηριστικό τις κύριες πηγές προελεύσεως αλλοδαπών τουριστών. Οι

σχετικές πληροφορίες είναι δυνητικά χρήσιμες για τον γεωγραφικό σχεδιασμό της προβολής και προώθησας του τουριστικού μας προϊόντος, διότι υποδεικνύουν τις υπάρχουσες -αλλά και μέλλουσες- δυνατότητες γεωγραφικού εμπλουτισμού της ζήτησας του και αμβλύνσας της υπερβολικής εξαρτήσας του αλλοδαπού τουρισμού από 2-3 ευρωπαϊκές χώρες. Ωστόσο, πρέπει να διασαφηνισθεί εξ αρχής, ότι υπάρχουν ιδιομορφίες σχετιζόμενες με την γειτνίαση των χωρών και το είδος του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, σε συνδυασμό με το ύψος του υποκειμενικού και αντικειμενικού κόστους του ταξιδιού, τις οποίες δεν μπορεί να ανταγωνισθεί κανενός είδους πολιτική προώθησας. Π.χ. η Ελλάδα σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να ανταγωνισθεί την Ισπανία αναφορικός προς την προερχόμενη από την Γαλλία τουριστική ζήτηση. Ούτε, ασφαλώς, την Γαλλία για την ζήτηση που έχει πηγή γειτνιάζουσες χώρες, όπως η Ισπανία, η Ιταλία και η Γερμανία. Ωστόσο, οι ενδείξεις που υπάρχουν συνηγορούν υπέρ της απόψας ότι ως προς ορισμένες χώρες και περιοχές προελεύσας υπάρχουν Σημαντικά περιθώρια αυξήσας, η αξιοποίηση των οποίων αποτελεί προϋπόθεση για την εξασφάλιση ικανοποιητικού ρυθμού αναπτύξας της τουριστικής οικονομίας.

Ενδεικτικώς, παρατίθενται ορισμένα παραδείγματα.

Η Ισπανία είναι σημαντική αγορά, η δε παρουσία της ως τουριστική ζήτηση στην χώρα μας όχι μόνον είναι ποσοτικός επουσιώδης, αλλά και φθίνει συνεχώς. Αυτό δε συμβαίνει παρά το γεγονός ότι η χώρα μας πλην του αρχαίου πολιτισμικού πλούτου προσφέρει και γνήσιο εναλλακτικό τουρισμό αναψυχής, μέσω των μοναδικών νησιωτικών συμπλεγμάτων που διαθέτει. Από 127.000 το 1990 οι εξ Ισπανίας επισκέπτες έχουν περιορισθεί σε 95.000 το 1998 (με πιθανώς σημαντική μείωση το 1999) καθ' όν χρόνο η Τουρκία δέχεται 213.000 τουρίστες από Ισπανία (1997).

Η Γαλλία αποτελεί αναμφισβητήτως αναξιοποίητη αγορά και ως απόλυτο μέγεθος αλλά και ως τάση. Η συγκεκριμένη συμπεριφορά πρέπει να έχει συγκεκριμένα αίτια, τα οποία πρέπει να αναζητηθούν, να εντοπισθούν και να καταπολεμηθούν. Δεν είναι λογικό να δεχόμεθα από την Γαλλία αριθμό τουριστών όσον και από την Αυστρία και κατά 80% περίπου μικρότερο σε σύγκριση με την Γερμανία.

Ούτε είναι κατανοητό η Τουρκία να δέχεται τριπλάσιο περίπου αριθμό τουριστών από τις ΗΠΑ σε σύγκριση με την χώρα μας, η οποία πλεονεκτεί και όσον αφορά στον αριθμό των ελληνικής καταγωγής κατοίκων των ΗΠΑ. Παρόμοιας φύσεως παρατήρηση μπορεί να διατυπωθεί και για τους προορισμούς που επιλέγουν οι από την τέως ΕΣΣΔ προερχόμενοι τουρίστες. **(BB 17)**

Συμπέρασμα

Το γενικό συμπέρασμα, που ενισχύεται και από τις πρόσφατες τάσεις της ζήτησεως του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, είναι ότι πρέπει να μελετηθεί σε βάθος το πρόβλημα της εξαρτήσεως του αλλοδαπού τουρισμού από λίγες χώρες και να αναζητηθούν προφανώς αξιοποιήσιμες πηγές προελεύσεως τουριστών με υψηλή δυναμική ζήτηση. Όπως δε έχει δειχθεί σε μελέτη του ΙΤΕΠ, χωρίς ταχεία ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, ούτε ταχύ ρυθμό αναπτύξεως είναι εφικτό να επιτύχουμε, αλλ' ούτε και την ανεργία θα δυνηθούμε να μειώσουμε σε ανεκτό επίπεδο. Οι αιθεροβάμονες, οι οποίοι πιστεύουν ή νομίζουν ότι το πρόβλημα θα λυθεί με στροφή σε άλλες μορφές τουρισμού, ζουν σε άλλο κόσμο. Ο κύριος όγκος του αλλοδαπού είναι και θα παραμείνει σκλάβος του ήλιου, της θάλασσας και της νησιωτικής ποικιλίας και ομορφιάς. Ακόμη και αυτός ο πολιτισμός μόνον ως συμπλήρωμα πρέπει να αντιμετωπίζεται, υπό την οριακή έννοια ότι ο τουρίστας θα προτιμήσει *ceteris paribus* την Ελλάδα, επειδή θα έχει την ευκαιρία να δει αρχαιότητες και άλλα ιστορικά πολιτισμικά μνημεία, χωρίς να θυσιάσει την απόλαυση που αποκομίζει από το δίδυμο ήλιος-θάλασσα.

Η χώρα δεν διαθέτει τις υποδομές, γενικές και ειδικές, που καθιστούν την παραμονή του τουρίστα επαρκώς ευχάριστη. Για τη βελτίωση των υποδομών αυτών πρέπει να "σπαταληθούν" πόροι, ώστε να καταστούν ισοδύναμες ποιοτικά με τα φυσικά στοιχεία με τα οποία πλουσιοπάροχος η Δημιουργία προικοδότησε την Ελλάδα. Είναι απαράδεκτο να λιποψυχεί η οικονομική πολιτική ενώπιον του μοναδικού παραγωγικού συγκριτικού πλεονεκτήματος που διαθέτει και να τυρβάζει περί πολλά άσχετα και, ίσως, ύποπτα. **(BB19)**

Διάρθρωση	Πίνακας .ΑΙ. 5 Προελεύσεως Αλλοδαπών Τουριστών		
	1990	1998 ⁽¹⁾	1999 «
Γερμανία	21,7	20,7	22,1
Ηνωμ- Βασίλειο	18,6	19,8	20,8
Ιταλία	7,0	6,3	4,8
Ολλανδία	5,6	5,3	5,5
Γαλλία	6,4	4,8	5,3
Σουηδία	2,8	4,5	4,5

Αυστρία	3,2	4,3	4,1
Δανία	3,2	2,9	2,9
Ελβετία	1,7	2,7	2,6
ΕΥΡΩΠΗ	90,0	92,8	91,0
(ΕΕ)	(75,6)	(74,2)	(76,2)
ΑΣΙΑ	3,6	3,5	4,0
ΑΜΕΡΙΚΗ	4,3	2,8	2,5

Βάσει στοιχείων α' εξαμήνου 1999.

Χωρίς Αλβανία.

Πίνακας Α1.6						
Κύριες Χώρες Προελεύσεως Τουριστών σε Επιλεγμένες Τουριστικά Ανταγωνιστικές Χώρες						
σε χιλιάδες 1997						
Χώρες προορισμού						
Χώρες Προελεύσεως	Ελλάς	Ιταλία	Ισπανία	Γαλλία	Τουρκία	Πορτογαλία
ΕΛΛΑΣ	-	218	67	-	42	14
Ιταλία	533	-	1,156	3,075	443	316
Ισπανία	71	837	-	1,720	213	730
Γαλλία	427	2,237	2,034	-	1,031	451
Γερμανία	1,995	8,460	4,450	3,969	2,293	856
Ην Βασίλειο	1,712	1,741	3,556	5,584	500	809
Αυστρία	388	1,611	180	-	233	77
Πορτογαλία	13	160	507	-	-	-
Ολλανδία	464	882	787	1,533	420	286
Σουηδία	472	340	216	-	199	93
ΗΠΑ	240	3,074	920	2712	616	228
(Αμερική)	(314)	4,211	(1051)	3,599	658	436
Βέλγιο	229	631	734	1,991	-	134
Δανία	344	260	145	262	-	74
Ελβετία	296	1,334	409	1,273	84	95
Τ.ΕΣΣΔ	201	360	-	-	878	21

Χαρακτηριστικά των Ευρωπαίων Τουριστών: Συνεπαγόμενες Επιλογές Πολιτικής

Εισαγωγή

Στα πλαίσια του αυξανόμενου ενδιαφέροντος της για την τουριστική ανάπτυξη των χωρών-μελών η ΕΕ ανέθεσε την διενέργεια έρευνας της κοινής γνώμης προς εντοπισμό των χαρακτηριστικών που συνδέονται με την συμπεριφορά των πολιτών ως τουριστών. Η έρευνα διεξήχθη το 1997 και καλύπτει την περίοδο 12 Οκτωβρίου 1997 έως 16 Νοεμβρίου του ίδιου έτους. Τα ερωτήματα στα οποία εκλήθησαν να απαντήσουν τα "τουριστικά" υποκείμενα του δείγματος παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον και ως εκ τούτου αξίζει να εγκύψουμε στις σχετικές διαπιστώσεις και συμπεράσματα της έρευνας. Αφορούν σε σοβαρά ζητήματα, όπως η χρονική περίοδος πραγματοποίησης των διακοπών, η διάρκεια τους, ο προορισμός, τα μέσα διακίνησης, το είδος του καταλύματος που χρησιμοποιούν κ.ο.κ. Αφορούν δηλ. σε διαστάσεις που θα έπρεπε να τύχουν της προσοχής των σχεδιαζόντων την προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις χώρες της ΕΕ και όχι μόνον.

Επιλογή Καταλύματος

Σε επίπεδο ΕΕ το 42% των ερωτηθέντων φαίνεται να έχει προτίμηση σε ξενοδοχειακά και προς αυτά εξομοιούμενα καταλύματα, και μόνον το 13% εκφράζει προτίμηση για ενοικιαζόμενα δωμάτια. Από απόψεως δε προελεύσεως υπερτερούν εν προκειμένω οι προερχόμενοι από Γερμανία, Αυστρία, Βέλγιο και Ιταλία. Αν είναι αληθές, ότι ο αριθμός των ενοικιαζομένων δωματίων στην χώρα μας είναι περίπου ίσος με τον αριθμό των ξενοδοχειακών και προς αυτά εξομοιούμενων καταλυμάτων, γίνεται προφανές ότι η διάρθρωση του δυναμικού καταλυμάτων βρίσκεται σε δυσαρμονία με τις μέσες προτιμήσεις των ευρωπαίων επισκεπτών. Η "υπερπροσφορά" ενοικιαζομένων πιάζει τις μέσες τιμές και αφενός προσελκύει χαμηλού εισοδήματος επισκέπτες, αφετέρου δε, αποδυναμώνει την διαπραγματευτική δύναμη των επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται ξενοδοχειακά καταλύματα. Το πρόβλημα είναι γνωστό και τα συνεπαγόμενα για την τουριστική πολιτική προφανή.

Βαθμός Ικανοποίησης

Ο βαθμός ικανοποίησης από την πραγματοποίηση διακοπών εμφανίζεται πολύ υψηλός. Ποσοστό μικρότερο του 10% φαίνεται να διατυπώνει παράπονα (ως παράπονα εκλαμβάνονται οι περιπτώσεις στις οποίες ο τουρίστας δηλώνει ικανοποίηση μικρότερα μιας "λογικής ικανοποίησης" προφανώς "λογικής" σε σχέση με την καταβαλλόμενη τιμή. Η διαπίστωση αυτή ως μέσος όρος υποδηλώνει ότι στην χώρα μας ο βαθμός ικανοποίησης είναι αρκετά χαμηλότερος του μέσου, όπως εξάλλου προκύπτουν και από τις έρευνες που αφορούν αποκλειστικά την Ελλάδα και στις οποίες έχει γίνει εκτενής αναφορά σε προηγούμενες εκθέσεις. Υπενθυμίζεται, ότι η δυσανασχέτηση είχε εντοπισθεί σε πολύ υψηλότερο βαθμό στις γενικές υποδομές καθώς και συμπεριφορές στον εξωξενοδοχειακό "τουριστικό" χώρο.

Ποσοστό Ερωτηθέντων που Πραγματοποίησε Διακοπές το 1997

Κατά μέσο όρο ένας στους δύο ερωτηθέντες πραγματοποίησε διακοπές. Το ποσοστό αυτό ισχύει κατά προσέγγιση και για το σύνολο του πληθυσμού, αν ληφθεί υπόψη ότι 10% μόνο των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ταξίδευε κατά μονάς. Τα υψηλότερα ποσοστά αφορούν στις σκανδιναβικές χώρες (7 στους 10 περίπου). Τα ποσοστά αυτά, σημειωτέον, αυξάνονται καθώς ανερχόμεθα την εισοδηματική κλίμακα, όπως κανείς θα ανέμενε. Είναι, επίσης, ενδιαφέρον ότι ένας στους τρεις ταξιδεύει 2 φορές το χρόνο.

Οι ανωτέρω διαπιστώσεις δείχνουν, ότι υπάρχουν ακόμη περιθώρια αύξησης της συμμετοχής μας στον αλλοδαπό τουρισμό παραδοσιακής προελεύσεως. Οι προοπτικές είναι σχετικώς αισιόδοξες, αν ληφθεί υπόψη η πολύ μικρή ροή επισκεπτών από τις νότιες χώρες και το γεγονός ότι το 50% περίπου αυτών που δεν πραγματοποίησαν τουριστικό ταξίδι ανέφερε ως αίτιο οικονομική αδυναμία. Η προοπτική αναπτύξεως της ΕΕ και μείωσης της ανεργίας θα μειώσει σε ικανό βαθμό την σπουδαιότητα αυτού του παράγοντα.

Περίοδος Διακοπών

Ενδιαφέρον, επίσης, παρουσιάζουν τα ευρήματα σχετικά προς την "εποχικότητα" την οποία συνεπάγονται. Ο μέσος όρος για Ιούλιο-Αύγουστο είναι της τάξεως του 70%, ενώ για την περίοδο Οκτωβρίου (ι)-Μαΐου (1+1) τα ποσοστά κυμαίνονται μεταξύ του 3% και 11%. Αν επρόκειτο να συναχθεί κάποιο συμπέρασμα πολιτικής από τους αριθμούς αυτούς, αυτό θα ήταν μάλλον καταδικαστικό για τις απόψεις εκείνες που θεωρούν ότι αξίζει τον κόπο να δαπανηθούν μεγάλα ποσά σπανιζόντων οικονομικών μέσων για προσέλκυση ζήτησεως σε περιόδους που κάτι τέτοιο προκύπτει ότι είναι δύσκολο. Το σχόλιο αυτό δεν πρέπει να τύχει εσφαλμένης ερμηνείας. Η εποχικότητα στην Ελλάδα είναι πολύ υψηλότερη και αυξανόμενη στην χώρα μας σε αντίθεση με τους κύριους ανταγωνιστικούς μεσογειακούς προορισμούς. Και, ασφαλώς, είναι εφικτό να βελτιωθεί η κατάσταση. Ωστόσο, η βελτίωση πρέπει να αναζητηθεί στην προέκταση των δύο άκρων της περιόδου υψηλής εποχικότητας (Ιούλιος-Αύγουστος). Μόνο με ρεαλισμό θα επιτευχθούν στόχοι και θα αποφευχθούν σπατάλες οικονομικών πόρων και απώλεια χρόνου, που είναι ακόμη πιο δαπανηρή.

Για παράδειγμα, για χώρες όπως η Γερμανία, Ολλανδία και Δανία, όπου εμφανίζονται υψηλότερα του μέσου όρου ποσοστά για μήνες εκτός αιχμής, θα έπρεπε να αναζητηθούν τρόποι αυξημένης προσελκύσεως.

Προορισμός

Δημοφιλέστεροι προορισμοί προκύπτει ότι είναι η Γαλλία και η Ισπανία. Το 19% των ερωτηθέντων θέτουν ως πρώτη επιλογή-προορισμό την Γαλλία (για την οποία δείχνουν αυξημένη προτίμηση οι προερχόμενοι από 6 χώρες). Η Ισπανία προκύπτει ως πρώτη επιλογή για τους προερχόμενους από 7 χώρες, ωστόσο, ο σταθμικός μέσος είναι υπέρ της Γαλλίας. Δεύτερος δημοφιλέστερος προορισμός είναι η Ισπανία με επίσης 19%. Πρέπει να σημειωθεί ότι η Ιταλία αποτελεί πρώτη επιλογή μόνον για τους Αυστριακούς (19%) και δεύτερη επιλογή μόνον για τους Γερμανούς (15%). Η Ελλάδα δεν αποτελεί πρώτη επιλογή για καμία χώρα προελεύσεως, αποτελεί, όμως, δεύτερη επιλογή για τρεις χώρες: την Γερμανία με 9%, την Αυστρία με 13% και την Σουηδία με 10%. Τα δεσπόζοντα στοιχεία στην διαδικασία επιλογής τουριστικού προορισμού αντανακλώνται εμμέσως και στις επιλογές των κατοίκων των μεσογειακών χωρών-μελών, όπως δείχνει ο ακόλουθος Πίνακας.

Πίνακας Α2.1		
Επιλογές Τουριστικών Προορισμών από Κατοίκους της ΕΕ		
	ΕΕ Προορισμοί %	Εξωευρωπαϊκοί Προορισμοί %
Ελλάς	8,0	1,0
Ισπανία	10,0	4,0
Πορτογαλία	19,0	2,0
Γαλλία	22,0	8,0
Ιταλία	25,0	5,0
Φιλανδία	32,0	6,0
Ην. Βασίλειο	52,0	16,0
Σουηδία	53,0	8,0
Ιρλανδία	58,0	14,0
Δανία	59,0	9,0
Αυστρία	65,0	14,0
Ολλανδία	67,0	9,0
Γερμανία	73,0	9,0
Βέλγιο	74,0	13,0
Λουξεμβούργο	91,0	9,0

Οι αριθμοί αυτοί δείχνουν σαφώς τον δεσπόζοντα ρόλο που παίζουν οι κλιματολογικές συνθήκες, ήλιος-θάλασσα, στην επιλογή ενός τουριστικού προορισμού. Οι κάτοικοι των χωρών με την περισσότερη ηλιοφάνεια και προσεγγίσιμες ακτές, που είναι βασικώς οι ευρωπαϊκές-μεσογειακές, πραγματοποιούν διακοπές κατά κύριο λόγο στην δική τους χώρα. Αυτό είναι ένα ακόμα δίδαγμα για τις περιορισμένες δυνατότητες που διαθέτουμε για ουσιαστικές αλλαγές στο εποχικό πρότυπο, αν η λύση επιζητηθεί στην χειμερινή περίοδο. Και υπογραμμίζει το εσφαλμένο των πολιτικών που ενθαρρύνουν με κίνητρα την δημιουργία υποδομών διαμονής σε πόλεις που στηρίζονται και στον χειμερινό τουρισμό. **(BB 11)**

Διάρκεια Διακοπών-Δαπάνη

Τα στοιχεία για τις δύο ανωτέρω διαστάσεις του τουριστικού ταξιδιού είναι πολύτιμα, διότι επιτρέπουν να ελεγχθεί ο βαθμός ρεαλισμού εκτιμήσεων που έχει γίνει από το ΙΤΕΠ και διεθνείς οργανισμούς για την συμβολή της τουριστικής οικονομίας στην δημιουργία του εγχωρίου προϊόντος.

Ο σταθμικός μέσος του αριθμού των ημερών που διαρκούν οι διακοπές είναι 11,5. Εξάλλου, το 67% των ερωτηθέντων απαντά ότι δαπανά κατά μέσο όρο 2.000 Ecu, το οποίο για το σύνολο δεν πρέπει να υπολείπεται των 1.500 Ecu. Υπενθυμίζουμε σχετικά, ότι για τον υπολογισμό της τουριστικής δαπάνης των αλλοδαπών στην χώρα μας σε σχετική μελέτη του ΙΤΕΠ, έγινε η εκτίμηση ότι η μέση διάρκεια των διακοπών ήταν 10 ημέρες, η δε δαπάνη \$ 800. Βεβαίως, στην δαπάνη των 1.500 Ecu περιλαμβάνεται και το κόστος μεταφοράς, ωστόσο, η παρατήρηση που είχε στην εν λόγω μελέτη γίνει, ότι οι εκτιμήσεις ήταν συντηρητικές φαίνεται να επαληθεύονται από την σχετική έρευνα της ΕΕ. **(BB 11)**

Εξωτερική Ζήτηση του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος. Δυναμική και Βαθμός Σταθερότητας

Εισαγωγή

Η σχετική ποσοτική σπουδαιότητα της τουριστικής δραστηριότητας και η δυναμική της, όπως αυτή προσδιορίζεται από την δυναμική της εξωτερικής ζήτησεως, καταγράφηκε σε προηγούμενη μελέτη του ΙΤΕΠ. Κατά τρόπο που δεν αφήνει κανένα περιθώριο αμφιβολίας δείχθηκε ότι ο τουριστικός τομέας αποτελεί πρώτον τη ποσοτική τάξει τομέα παραγωγής της ελληνικής οικονομίας, αφού παράγει το 20% του εγχωρίου προϊόντος, απασχολεί το 16,5% του εργατικού δυναμικού και αποφέρει συναλλάγμα ίσο με το 56 % του κτώμενου εξωτερικού συναλλάγματος από εξαγωγές. Περαιτέρω, ο τουριστικός τομέας έχει ιστορικά διακριθεί για τον δυναμισμό του. Είναι ενδεικτικό του δυναμισμού του ότι κατά τα τελευταία είκοσι περίπου έτη (1980-1997) η τουριστική οικονομία συνεισέφερε κατά 53% στην αύξηση του ΑΕΠ έναντι μόνον 4,6% της βιομηχανίας. Εξάλλου, στην ίδια περίοδο η απασχόληση στην τουριστική οικονομία αυξήθηκε κατά 87% έναντι μείωσης κατά 15% της απασχολήσεως στη βιομηχανία. Τρίτον, κατά την ίδια περίπου περίοδο έχει δειχθεί σε σχετική μελέτη ότι το σύνολο σχεδόν της βελτιώσεως της κατανομής του περιφερειακού εισοδήματος προκλήθηκε από την τουριστική δραστηριότητα.

Για την συνολική αξιολόγηση του ρόλου του τουριστικού τομέα στην εγχώρια παραγωγή είναι ενδιαφέρον να διερευνηθεί και ο βαθμός, στον οποίο οι διακυμάνσεις της τουριστικής ζήτησεως είναι συνάρτηση των γενικών ταλαντεύσεων της οικονομίας, πάντοτε σε σύγκριση με άλλους κλάδους ή τομείς παραγωγής. Να εξετασθεί δηλ. ο βαθμός, στον οποίο η τουριστική ζήτηση, πάντοτε σε σύγκριση με την ζήτηση άλλων προϊόντων, αυξάνεται ταχύτερα σε σχέση με την αύξηση του εισοδήματος και μειώνεται λιγότερο σε σχέση με τη μείωση του εισοδήματος. Ακριβέστερα θα επιδιωχθεί να δειχθεί ο βαθμός, στον οποίο η ελαστικότητα ζήτησεως του τουριστικού προϊόντος είναι μικρότερη σε συνθήκες σχετικής υφέσεως σε σύγκριση με την περίοδο ανόδου.

Με άλλα λόγια, σκοπός της μελέτης είναι να ερμηνευθεί η συμπεριφορά της εξωτερικής ζήτησεως τουριστικών υπηρεσιών στις κύριες χώρες προελεύσεως τουριστών για την χώρα μας, αλλά και σε άλλες, αν εξασφαλισθεί η κατάλληλη στατιστική πληροφόρηση. Κεντρικό σημείο είναι η μελέτη του βαθμού, στον οποίο η τουριστική ζήτηση αντιδρά συμμετρως και ομοτίμως στις αυξήσεις και μειώσεις του

εισοδήματος. Αντιστοίχως, έχει ενδιαφέρον να διερευνηθεί αν οι αυξομειώσεις των τιμών του τουριστικού προϊόντος αιτιάζονται σύμμετρες αλλά αντίστροφες μεταβολές στην ζήτηση.

Αύξηση της ζητούμενης ποσότητας όταν αυξάνεται το εισόδημα ή όταν μειώνεται η τιμή αποτελεί θετική ένδειξη, αν μάλιστα η σχετική ελαστικότητα είναι μεγαλύτερα της μονάδος. Σταθερότητα ή μικρή μείωση της ζητούμενης ποσότητας όταν μειώνεται το εισόδημα ή αυξάνεται η τιμή αποτελεί, επίσης, θετική ένδειξη διότι υπογραμμίζει αυξημένο βαθμό σταθερότητας της ζήτησεως στην φάση καθόδου της οικονομικής συγκυρίας.

Εμπειρική Προσέγγιση

Στην παρούσα φάση της έρευνας, επικεντρώνεται η προσοχή στις κύριες χώρες προελεύσεως τουριστών αλλά και υπό τον περιορισμό της υπάρχουσας δυνατότητας προσβάσεως στο κατάλληλο στατιστικό υλικό. Η μελέτη, για προφανείς λόγους, εστιάζει το ενδιαφέρον στην εξωτερική τουριστική ζήτηση, διότι για μια μικρή χώρα, όπως η Ελλάδα, με υψηλή εξάρτηση από το εξωτερικό εμπόριο, προέχει η εξατομίκευση των προϊόντων, στα οποία οφείλει να εξειδικευθεί η χώρα στα πλαίσια της διεθνούς κλαδικής κατανομής της οικονομικής δραστηριότητας. Η υψηλή εξάρτηση από το εξωτερικό εμπόριο, σημαίνει υψηλή ροπή προς εισαγωγές για αγαθά καταναλώσεως αλλά και επενδύσεων. Η ανάπτυξη προϋποθέτει μεγάλες εισαγωγές κεφαλαιουχικών αγαθών, πρώτων υλών και ημικατεργασμένων προϊόντων και συνεπάγεται μεγάλες εισαγωγές καταναλωτικών αγαθών. Βιώσιμη ανάπτυξη σε βάθος χρόνου δεν νοείται χωρίς παράλληλη και επαρκούσα ανάπτυξη εξαγωγών. Η μη αναστρέψιμη, επομένως, διοχέτευση οικονομικών πόρων σε εξαγωγικές δραστηριότητες πρέπει να θεμελιώνεται αφενός σε μια μεγάλη και ταχέως αυξανόμενη διεθνή ζήτηση των σχετικών προϊόντων, καθώς και σε κρίσιμα ζητήματα, από απόψεως προσφοράς, όπως είναι το σχετικό συγκριτικό πλεονέκτημα μακροπρόθεσμος θεωρούμενο. Τα ζητήματα αυτά έχουν εξετασθεί σε άλλες μελέτες τόσο του ΙΤΕΠ όσο και άλλων ερευνητικών φορέων και δεν θα μας απασχολήσουν. Το ζήτημα της συγκριτικής σταθερότητας της τουριστικής ζήτησεως είναι το προς διερεύνηση αντικείμενο, ως συμπλήρωμα της υφισταμένης γνώσεως σχετικά με την δυναμική των διαφόρων κλάδων παραγωγής.

Οι χώρες προελεύσεως τουριστών, στις οποίες εστιάζεται η ανάλυση είναι η Μ. Βρετανία, η Γερμανία, η Γαλλία και η Σουηδία. Το ποσοστό των τουριστών που έχει ως προέλευση τις ανωτέρω χώρες αποτελεί το 40-45% του συνόλου των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα. Επομένως, τα όποια συμπεράσματα συναχθούν από την ανάλυση της υφισταμένης εμπειρίας για τις χώρες αυτές μπορούν να κριθούν ως αξιόπιστες ενδείξεις για το είδος της τουριστικής συμπεριφοράς, που θα ανέμενε κανείς να παρατηρήσει στις χώρες προελεύσεως τουριστών όταν μεταβάλλεται το εισόδημα τους, καθώς και το κόστος μεταφοράς και παραμονής στην χώρα προορισμού, όπως αυτό εκφράζεται μέσα από τις συναλλαγματικές ισοτιμίες και την εξέλιξη του εγχωρίου τουριστικού τιμαριθμού.

Η ανάλυση αποβλέπει στην στατιστική εκτίμηση ελαστικότητας ζήτησεως για βιομηχανικά αγαθά και τουριστικό προϊόν αντιστοίχως, δεδομένου ότι οι δύο αυτές κατηγορίες αγαθών αποτελούν υψηλό ποσοστό του συνόλου του παγκοσμίου εμπορίου αγαθών και υπηρεσιών. Όπως είναι αυτονόητο, οι μετρούμενες ελαστικότητες αναφέρονται στις χώρες προελεύσεως των τουριστών, που επελέγησαν. Επειδή η μεταβολή της τιμής του τουριστικού προϊόντος ισοδυναμεί με αύξηση του πραγματικού εισοδήματος, ο παράγοντας τιμή, ελλείψει καταλλήλων τιμαριθμών, προσεγγίστηκε με προσφυγή στο δείκτη της αντιστοιχούσας σε κάθε περίπτωση συναλλαγματικής ισοτιμίας. Αύξηση π.χ. της τιμής της αγγλικής στερλίνας σε δραχμές, σημαίνει ότι οι Βρετανοί μπορούν να πραγματοποιήσουν διακοπές στην Ελλάδα με μικρότερο ποσό στερλινών, για τον ίδιο αριθμό διανυκτερεύσεων. Η αύξηση αυτή της τιμής του συναλλάγματος ισοδυναμεί με μείωση της τιμής του τουριστικού προϊόντος, που κατά τα γνωστά επηρεάζει την ζητούμενη ποσότητα τουριστικού προϊόντος, μέσα» του αποτελέσματος εισοδήματος, καθώς και μέσω του αποτελέσματος υποκαταστάσεως.

Βεβαίως, οι ελαστικότητες αποτελούν μέσους όρους και για τον λόγο αυτό δεν προσφέρονται για εντοπισμό ασύμμετρων επιδράσεων, δηλ. διαφορετικών αντιδράσεων σε ίσες αυξήσεις ή μειώσεις των τιμών. Η αδυναμία αυτή, έγινε προσπάθεια να υπερνικηθεί με ανάλυση των ζευγών των μεταβολών των σχετικών μεταβλητών δια-χρονικώς, με ή χωρίς χρονική υστέρηση. (BB 15)

Συναρτήσεις, Μεταβλητές και Στατιστικά Δεδομένα

Οι εκτιμηθείσες συναρτήσεις ζήτησεως τουριστικών υπηρεσιών αναφέρονται στις χώρες προελεύσεως. Συγκεκριμένως, γίνεται προσπάθεια εμπειρικού προσδιορισμού της ποσοτικής σχέσεως που υπάρχει μεταξύ ζητούμενης ποσότητας τουριστικών υπηρεσιών (αριθμός ταξιδιών στο εξωτερικό) στο εξωτερικό από κατοίκους μιας χώρας όταν μεταβάλλονται ορισμένες οικονομικές μεταβλητές στην εν λόγω χώρα. Βασικώς, εξετάζεται η ζήτηση ταξιδιών προς το εξωτερικό, όπως αυτή προσδιορίζεται από την εξέλιξη οικονομικών παραγόντων, όπως είναι το πραγματικό εισόδημα των κατοίκων μιας χώρας και βεβαίως, η συναλλαγματική ισοτιμία.

Η στατιστική ανάλυση περιορίζεται στην περίοδο 1985-97 για λόγους που ανάγονται στο διαθέσιμο των απαιτούμενων στατιστικών πληροφοριών, Στους Πίνακες Π-1, Π-2, Π-3 και Π-4 (Βλ. Παράρτημα Κεφαλαίου) περιλαμβάνεται ο αριθμός των ταξιδιών στο εξωτερικό από τις 4 εξεταζόμενες χώρες και δίνεται σε εκατομμύρια ταξίδια με γεωγραφική κατανομή κατά μείζονα περιοχή, με βάση την ταξινόμηση του ΠΟΤ.

Για τις επιμέρους χώρες παρατηρητέα τα ακόλουθα καθ' όσον αφορά στην διαχρονική συμπεριφορά του αριθμού των ταξιδιών.

Το Η.Β. παρουσιάζει συγκριτικώς την ταχύτερη επέκταση της ζήτησεως, με ποσοστό μεταβολής 112,7% κατά την δωδεκαετή περίοδο 1985-1997. Δεύτερη σε ποσοστιαία αύξηση είναι] Γερμανία, με ρυθμό 79,2%, ακολουθούμενη από την Σουηδία (62,4%) και την Γαλλία με 56,7%. Σε μέσες ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές οι ανωτέρω αυξήσεις είναι 6,6% για το Η.Β., 5% για τη Γερμανία και 4,1% και 3,8% για Σουηδία και Γαλλία αντιστοίχως.

Η Ευρώπη αποτελεί τον δημοφιλέστερο προορισμό για τους κατοίκους-ταξιδιώτες και των 4 εξεταζομένων χωρών. Ωστόσο, παρατηρείται βαθμιαία μείωση του ποσοστού των τουριστών που επιλέγουν την Ευρώπη ως προορισμό. Η μείωση αυτή είναι εντονότερη στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Γαλλία και ηπιότερη στη Γερμανία και Σουηδία. Στις δύο πρώτες χώρες το ποσοστό των τουριστών που έχουν επιλέξει την Ευρώπη ως προορισμό παρουσιάζει μείωση από 86% σε 76% και από 81% σε 71% αντιστοίχως κατά την εξεταζόμενη περίοδο. Στη Γερμανία και Σουηδία οι μειώσεις είναι 4 ποσοστιαίες και 5 ποσοστιαίες μονάδες αντιστοίχως. Πρέπει να σημειωθεί ότι η διαφορά συμπεριφοράς των κατοίκων των ανωτέρω χωρών ενέχει αυξημένη σπουδαιότητα δεδομένου ότι τα ποσοστά που αντιστοιχούν στην

προτίμηση της Ευρώπης είναι (1997) της τάξεως του 76% και 71% αντίστοιχα για Η.Β. και Γαλλία και 90% και 87% για Γερμανία και Σουηδία.

Υπογραμμίζεται η διαφορά αυτή συμπεριφοράς, διότι ασφαλώς έχει συνεπαγόμενα για το είδος και την κατεύθυνση της πολιτικής προωθήσεως του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Ομοίως, η μακροπρόθεσμη τάση μείωσης των ποσοστών των τουριστών που προτιμούν την Ευρώπη ως προορισμό υπογραμμίζει αφενός την ανάγκη, διευρύνσεως του κύκλου των χωρών προελεύσεως τουριστών στην Ελλάδα και αφετέρου εντοπισμό των παραγόντων που αιτιάζουν αυτήν την τάση.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ως ερμηνευτικές μεταβλητές της ζήτησεως αλλοδαπού τουριστικού προϊόντος χρησιμοποιήθηκαν το πραγματικό εισόδημα και η συναλλαγματική ισοτιμία. Η σημασία της τελευταίας γίνεται πρόδηλη, αν φαντασθούμε μια χώρα όπου το πραγματικό εισόδημα μένει αμετάβλητο, ενώ η συναλλαγματική ισοτιμία μεταβάλλεται προκαλώντας αύξηση ή μείωση του κόστους του ταξιδιού στο εξωτερικό.

Η συνάρτηση ζήτησεως του τουριστικού προϊόντος, που προσαρμόσθηκε στα στατιστικά δεδομένα, σε διάφορες μαθηματικές μορφές, είναι:

$$y=f(x_1, x_2)$$

με ή χωρίς χρονικές υστερήσεις των x_1, x_2

όπου x_1 = πραγματικό εισόδημα (ΑΕΠ)

x_2 = συναλλαγματική ισοτιμία (ΣΙ)

y = αριθμός αφίξεων στην Ελλάδα από τη συγκεκριμένη χώρα.

Επίσης, έχουν χρησιμοποιηθεί οι ακόλουθες μεταβλητές σε εναλλακτικές εξειδικεύσεις της συναρτήσεως ζήτησεως:

y_2 = Συνολικός αριθμός τουριστών της συγκεκριμένης χώρας που επισκέπτεται χώρες του εξωτερικού στην μονάδα του χρόνου (έτος).

y = Κατανάλωση βιομηχανικών προϊόντων στη συγκεκριμένη χώρα προελεύσεως των τουριστών. (BB 17)

ΕΡΕΥΝΑ

Στατιστικές Εκτιμήσεις

Όπως δείχνει το Διάγραμμα Α3.1, τις χρονοσειρές για τον αριθμό των τουριστών μιας χώρας που επισκέπτονται για τον σκοπό αυτό ξένες χώρες χαρακτηρίζει σημαντική ανοδική τάση, με εξαίρεση την Σουηδία, η οποία από το 1989 και εντεύθεν εμφανίζει στασιμότητα. Η συμπεριφορά αυτή των σειρών υποδηλώνει ότι η χρησιμοποίηση γραμμικών παλινδρομικών υποδειγμάτων προσιδιάζει για την καλύτερη δυνατή ερμηνεία της πορείας των χρονοσειρών. Πράγματι, οι παλινδρομήσεις τάσεως (Πίνακας Α3.1) δείχνουν την ύπαρξη υψηλής ευθυγραμμικής ανοδικής τάσεως ζητήσεως τουριστικών υπηρεσιών της αλλοδαπής από τους κατοίκους των εν λόγω χωρών, με εξαίρεση την Σουηδία, όπου η τάση είναι ηπιότερα ανοδική.

Πίνακας Α3.1. Γραμμικά Υποδείγματα Τάσεων

Χώρα Ανάλυσης	Υπόδειγμα	R ²
Ην. Βασίλειο	$\Psi_{2HB} = 1,5927 * t - 3137,3$	0,9827
Γαλλία	$\Psi_{2Γα} = 0,6099 * t - 1196,1$	0,9527
Γερμανία	$\Psi_{2Γε} = 3,3506 * t - 6608,9$	0,9848
Σουηδία	$\Psi_{2Σ} = 0,2017 * t - 395,4$	0,5671

Οι στατιστικές εκτιμήσεις για τα συμπεριφορικά υποδείγματα παλινδρομήσεως παρουσιάζονται κατωτέρω κατά χώρα. Στα στατιστικά δεδομένα και των 4 χωρών προσαρμόσθηκαν τα ακόλουθα υποδείγματα:

$$y_2 = f_1(\text{ΑΕΠ})$$

$$y_2 = f_2(\text{ΣΙ})$$

$$y_2 = f_3(\text{ΑΕΠ}, \text{ΣΙ})$$

Ηνωμένο Βασίλειο

Οι στατιστικές εκτιμήσεις για το Η.Β. συνοψίζονται στον Πίνακα Α3.2. Το εισόδημα φαίνεται να αποτελεί κυρίαρχη ερμηνευτική μεταβλητή, αφού ερμηνεύει μόνη της το 94% της διακυμάνσεως της εξαρτημένης μεταβλητής. Η προσθήκη της συναλλαγματικής ισοτιμίας ούτε την καθόλου ερμηνευτική ικανότητα του

υποδείγματος βελτιώνει, ούτε την ερμηνευτική ικανότητα του ΑΕΠ μειώνει, ενώ η παράμετρος της ίδιας εμφανίζεται μη σημαντική στατιστικώς. Η εισοδηματική ελαστικότητα είναι υψηλή, 2,61 στο μονομεταβλητό υπόδειγμα, μειούμενοι ανεπαισθήτως όταν προστίθεται στο υπόδειγμα και η συναλλαγματική ισοτιμία. Παρόμοιο μέγεθος έχει και η ελαστικότητα της συναλλαγματικής ισοτιμίας⁴ στο μονομεταβλητό υπόδειγμα, καθισταμένη μηδενική, υπό στατιστική έννοια, όταν χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με το ΑΕΠ.

Πίνακας Α3.2. Υποδείγματα για το Ηνωμένο Βασίλειο

Α/Α	Υπόδειγμα	R ²	Ελαστικότητα
1	$AT = -44,35 + 0,3994 * ΑΕΠ$ (-10,76) (17,57)	0,9389	ΑΕΠ:2,61
2	$AT = -35,83 + 92,29 * ΣΙ$ (-3,54) (6,20)	0,6639	ΣΙ:2,27
3	$AT = -42,98 + 0,3857 * ΑΕΠ + 1,403 * ΣΙ$ (-8,83) (7,97) (0,10)	0,9249	ΑΕΠ:2,52 ΣΙ:0,032

Όπως δείχνει το Διάγραμμα Α3.2, η εισοδηματική ελαστικότητα ζήτησεως τουριστικών υπηρεσιών ακολουθεί φθίνουσα τάση. Από 3,28 το 1986 μειώνεται σε 2,13 το 1996, ή σε ποσοστό 35%. Παρά ταύτα παραμένει υψηλή, υπογραμμίζουσα τον ρόλο του εισοδήματος ως προσδιοριστικού παράγοντος της τουριστικής ζήτησεως.

Γαλλία

Οι στατιστικές εκτιμήσεις για την Γαλλία καταγράφονται στον Πίνακα Α3.3. Εδώ οι εκτιμηθείσες παράμετροι είναι στατιστικώς σημαντικές σε όλες τις εναλλακτικές μορφές, η δε ερμηνευτική ικανότητα είναι, επίσης, υψηλή όταν η ερμηνευτική μεταβλητή "εισόδημα" είναι παρούσα. Η εισοδηματική ελαστικότητα, ωστόσο, είναι πολύ μικρότερη της αντίστοιχης για το Η.Β., παραμένει, όμως, μεγαλύτερη της μονάδος. Διαχρονικός η ελαστικότητα ακολουθεί, επίσης, φθίνουσα τάση, αλλά πολύ ηπιότερη σε σύγκριση με την εκτιμηθείσα για το Η.Β.

Πίνακας Α3.3. Υποδείγματα για την Γαλλία

Α/Α	Υπόδειγμα	R2	Ελαστικότητα
1	AT = -12,36 + 5,636 * ΑΕΠ (-6,76) (16,62)	0,9616	ΑΕΠ: 1,68
2	AT = -64,93 - 6,912 * ΣΙ (3,25) (-2,35)	0,2923	ΣΙ: -2,61
3	AT = -0,1386 + 5,257 * ΑΕΠ - 1,498 * ΣΙ (-0,02) (15,75) (-2,22)	0,9724	ΑΕΠ: 1,57 ΣΙ: -0,57

Συγκεκριμένα, κατά την δεκαετή περίοδο 1986-1996 η τιμή της ελαστικότητας μειώθηκε κατά 16% έναντι 35% του Η.Β. Πρέπει να σημειωθεί, ότι σε αντίθεση με το Η.Β., η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών στη Γαλλία φαίνεται να επηρεάζεται κατά στατιστικώς σημαντικό τρόπο από την συναλλαγματική ισοτιμία. Η σημαντικότητα δε αυτή διατηρείται και όταν η σχετική μεταβλητή συνυπάρχει με το εισόδημα, αν και παρατηρείται μεγάλη μείωση στο μέγεθος της εκτιμηθείσας σχετικής παραμέτρου.

Γερμανία

Οι στατιστικές εκτιμήσεις για την Γερμανία περιλαμβάνονται στον Πίνακα Α3.4. Εύκολα διαπιστώνεται ο υψηλός βαθμός συσχέτισης μεταξύ του αριθμού ταξιδιών, όπως ορίστηκαν, και του πραγματικού εισοδήματος. Τα αποτελέσματα μοιάζουν πολύ με εκείνα της Γαλλίας τόσο όσον αφορά στον βαθμό συσχέτισης όσο και στα μεγέθη των ελαστικοτήτων.

Πίνακας Α3.4. Υποδείγματα για την Γερμανία

Πίνακας Α3.2. Υποδείγματα για το Ηνωμένο Βασίλειο

Α/Α	Υπόδειγμα	R2	Ελαστικότητα
1	AT = -25,58 + 38,54 * ΑΕΠ (-4,11) (13,97)	0,9464	ΑΕΠ: 1,42
2	AT = 285,9 - 111,1 * ΣΙ (9,99) (-788)	0,8476	ΣΙ: -3,72
3	AT = 73,78 + 27,77 * ΑΕΠ - 37,11 * ΣΙ (1,97) (6,09) (-268)	0,9669	ΑΕΠ: 1,02 ΣΙ: -1,24

Η παράμετρος της μεταβλητής που εκφράζει την αγοραστική δύναμη σε όρους συναλλαγματικής ισοτιμίας εμφανίζεται εδώ ιδιαίτερος ισχυρή, αφού λαμβάνει τιμή μεγαλύτερη της μονάδας, ακόμη και στην περίπτωση που χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με το εθνικό εισόδημα. Η εισοδηματική ελαστικότητα ζήτησεως εμφανίζει σχετικώς ήπια διαχρονική μείωση, φαίνεται δε να έχει σταθεροποιηθεί στο επίπεδο 1,4.

Σουηδία

Στην περίπτωση της Σουηδίας (Πίνακας Α3.5) ο βαθμός προσαρμογής των γραμμικών υποδειγμάτων στα στατιστικά δεδομένα είναι αρκετά χαμηλότερος συγκρινόμενος με τις τρεις άλλες χώρες, που αποτελούν το αντικείμενο της παρούσας μελέτης. Επιπλέον, η συναλλαγματική ισοτιμία δεν φαίνεται να διαδραματίζει κάποιο ρόλο στον προσδιορισμό της τουριστικής ζήτησεως, αφού και λανθασμένο πρόσημο λαμβάνει η σχετική παράμετρος, αλλά και στατιστικώς μη αξιόπιστη είναι η εκτίμηση.

Πίνακας Α3.5. Υποδείγματα για την Σουηδία

Πίνακας Α3.2. Υποδείγματα για το Ηνωμένο Βασίλειο

Α/Α	Υπόδειγμα	R ²	Ελαστικότητα
1	$AT = -14,99 + 22,40 * AEΠ$ (-3,80) (5,34)	0,7145	AEΠ: -3,47
2	$AT = 2,143 + 0,5015 * ΣΙ$ (0,97) (1,80)	0,1695	ΣΙ: 0,64
3	$AT = -14,77 + 21,82 * AEΠ + 0,0416ΣΙ$ (-3,44) (4,15) (0,20)	0,6842	AEΠ: 3,38 ΣΙ: 0,053

Ωστόσο, η εισοδηματική ελαστικότητα φαίνεται ιδιαίτερος υψηλή (3,4 περίπου), γεγονός που εγείρει ερωτηματικά καθ' όσον αφορά στον βαθμό που η στατιστική εκτίμηση του ρόλου της συναλλαγματικής ισοτιμίας ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Η διαχρονική μείωση του μεγέθους της εισοδηματικής ελαστικότητας ακολουθεί πρότυπο παρόμοιο με εκείνο του Η.Β. (μείωση 30% στην δεκαετία 1986-1996). (BB 16)

Σύνοψη

Η προηγηθείσα στατιστική ανάλυση αποκαλύπτει με σαφήνεια την ισχυρή συσχέτιση που χαρακτηρίζει το πραγματικό εισόδημα και την ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών από τους πληθυσμούς 4 χωρών - που ανήκουν στις κύριες πηγές προελεύσεως αλλοδαπών τουριστών για την Ελλάδα. Η ισχυρή αυτή σχέση δεν βρίσκει αντιστοιχία στην συνάρτηση ζήτησεως τουριστικών υπηρεσιών και συναλλαγματικής ισοτιμίας, με εξαίρεση την Γερμανία, όπου η συναλλαγματική ισοτιμία φαίνεται να ερμηνεύει αυτονόμως τμήμα της διακυμάνσεως της ζητούμενης ποσότητας τουριστικών υπηρεσιών της αλλοδαπής.

Σχέση Μεταξύ Αριθμού Αφίξεων Αλλοδαπών στην Ελλάδα και Συνολικού Αριθμού Τουριστών (διεθνών) από Κύριες Χώρες Προελεύσεως Αλλοδαπών Τουριστών

Στα προηγούμενα αναλύθηκε ο βαθμός, στον οποίο η αύξηση του πραγματικού εισοδήματος επηρεάζει και προς ποια κατεύθυνση την ζήτηση αλλοδαπού τουριστικού προϊόντος από κατοίκους ορισμένων χωρών, οι οποίες έχουν αυξημένη σημασία ως πηγές προελεύσεως αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μας. Οι εκτιμηθείσες εισοδηματικές ελαστικότητες βρέθηκαν πολύ υψηλές, υπογραμμίζουσες και την στρατηγική σπουδαιότητα του τουριστικού τομέα, ως συρμού οικονομικής επεκτάσεως, συναλλαγματικώς αυτοδύναμου. Οι ελαστικότητες αυτές δεν πρέπει, βεβαίως, να ερμηνευθούν ότι εκφράζουν και αντίστοιχη μεταβολή της ζήτησεως του σχετικού τουριστικού προϊόντος των επιμέρους χωρών προορισμού.

Απάντηση στο ανωτέρω ερώτημα επιδιώκεται να δοθεί με εκτιμήσεις απλών παλινδρομικών σχέσεων μεταξύ αριθμού αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα από μια χώρα κατά το έτος I και αριθμού τουριστών από την εν λόγω χώρα κατά τον ίδιο χρόνο προς όλους τους περιορισμούς

Οι σχετικές οικονομετρικές εκτιμήσεις παρουσιάζονται κατωτέρω για τις 4 χώρες «ου επελέγησαν για μελέτη:

1) Ηνωμένο Βασίλειο $\Psi_2 = -204,96 + 0,061702 \cdot \Psi$

$$R^2 = 0,83 \quad t = 9,4 \quad \varepsilon = 1,11$$

2) Γαλλία

$$\Psi_2 = 274,68 + 0,0131 \cdot \Psi,$$

	$R^2= 0,288$	$t= 2,01$	$\varepsilon = 0,46$
3)Γερμανία	$\Psi_2= -396,8 + 0,0358 \cdot \Psi,$		
	$R^2= 0,736$	$t= 5,28$	$\varepsilon = 1,23$
4)Σουηδία	$\Psi_2= 74,39 + 0,0389 \cdot \Psi,$		
	$R^2= 0,20$	$t= 1,53$	$\varepsilon = 0,76$

Στον Πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται οι εισοδηματικές ελαστικότητες ζήτησεως τουριστικού προϊόντος από κατοίκους των χωρών προελεύσεως και οι ελαστικότητες μεταξύ των Ψ_1 και Ψ_2 . (BB 16)

Πίνακας Α3.8.

Σύγκριση Ελαστικότητων ως προς Ψ_2 και Ελαστικότητων Ψ_1 προς Ψ_2

Χώρες	ε_{Ψ_2Y}	$\varepsilon_{\Psi_1\Psi_2}$
H.B	2,61	1,1
Γαλλία	1,68	0,46
Γερμανία	1,42	1,23
Σουηδία	3,47	0,76

Σημείωση: Ψ_1 = αριθμός αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτεται την Ελλάδα από συγκεκριμένης χώρα

Ψ_2 = αριθμός τουριστών συγκεκριμένης χώρας που επισκέπτεται για το σκοπό αυτό χώρες της αλλοδαπής.

Η σύγκριση καθιστά ευκρινές ότι ο βαθμός ανταποκρίσεως της ζήτησεως του προϊόντος συγκεκριμένου προορισμού διαφέρει σημαντικά του βαθμού ανταποκρίσεως της ζήτησεως αλλοδαπού τουριστικού προϊόντος από τις χώρες προελεύσεως. Η διαπίστωση αυτή, που αποτυπώνεται στα στατιστικά δεδομένα ως μεταβολή της κατά προορισμό κατανομής των τουριστών μιας χώρας προελεύσεως, υπογραμμίζει τον θεμελιώδη ρόλο των εσωτερικών πολιτικών μιας χώρας-προορισμού, προκειμένου να αξιοποιήσει τις δυνατότητες παρέχει η παγκόσμια ζήτηση αλλοδαπού τουριστικού προϊόντος.

Παράγοντες ουσίας, όπως η ποιότητα, η ποικιλία, η τιμή για συγκεκριμένη ποιότητα και η παρεχόμενη δυνατότητα στον αλλοδαπό τουρίστα να γνωρίσει μέσω της προβολής και της διαφημίσεως την ποιότητα και ποικιλία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαδικασία αξιοποιήσεως των δυνατοτήτων που παρέχει η διεθνής τουριστική ζήτηση για την ανάπτυξη του εγχώριου τουρισμού.

Συμπεράσματα

Το πρώτο σημαντικό συμπέρασμα, καθ' όσον τουλάχιστον αφορά στην Ελλάδα, είναι η μεγάλη ελαστικότητα που χαρακτηρίζει την ζήτηση τουριστικού προϊόντος σε 4 από τις κύριες χώρες προελεύσεως τουριστών. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία, διότι η επιβίωση και ανάπτυξη είναι πολύ πιο εύκολη σε μια ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά παρά σε μια αγορά στάσιμη, συρρικνούμενη ή ηπιως επεκτεινόμενη. Του στατιστικού αυτού ευρήματος η σημασία επιτείνεται ενόψει του γεγονότος ότι από πολλού χρόνου η παγκόσμια οικονομία, και εν πάση περιπτώσει οι οικονομίες των ανεπτυγμένων χωρών, κινείται πλέον σε συνθήκες απουσίας οικονομικού κύκλου.

Δεύτερον, η σύγκριση των εισοδηματικών ελαστικοτήτων ζήτησεως τουριστικού προϊόντος αφενός και βιομηχανικών προϊόντων αφετέρου, δείχνει την κατεύθυνση που πρέπει να ακολουθήσει -και έπρεπε να είχαν ακολουθήσει- οι υιοθετηθείσες κατά καιρούς προτεραιότητες όσον αφορά την αναπτυξιακή σπουδαιότητα των διάφορων κλάδων πολιτικής. Και τούτο, πέραν του γεγονότος ότι τα εμπόδια στην ανάπτυξη των εξαγωγών βιομηχανικών προϊόντων είναι πολύ πιο δύσκολα συγκρινόμενα με την «εξαγωγή» τουριστικού προϊόντος, τα συγκριτικά μη ανθρωπογενή πλεονεκτήματα του οποίου δεν απειλούνται από τον χρόνο.

Τρίτον, εντοπίσθηκαν ενδείξεις που στηρίζουν την θέση ότι ο βαθμός εισοδηματικής ελαστικότητας του τουριστικού προϊόντος είναι μικρότερος όταν μειώνεται το εισόδημα παρά όταν αυξάνεται. Το στοιχείο αυτό προσθέτει πλεονέκτημα στην τουριστική ανάπτυξη σε σύγκριση π.χ. με την βιομηχανική ανάπτυξη.

Τέταρτον, ο βαθμός συσχετίσεως μεταξύ ρυθμού αυξήσεως των διεθνών τουριστών που εισρέουν στην Ελλάδα από μια άλλη χώρα είναι πολύ μικρότερος του βαθμού συσχετίσεως του συνόλου των τουριστών της εν λόγω χώρας που αγοράζουν

τουριστικό προϊόν της αλλοδαπής και του πραγματικού εισοδήματος αυτών. Αυτό υπογραμμίζει τον σημαντικό ρόλο που καλείται να διαδραματίσει η τουριστική πολιτική της χώρας προκειμένου να αξιοποιήσει στο μέγιστο βαθμό τις δυνατότητες που προσφέρει η διεθνής ζήτηση. **(BB 9)**

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας Π-1. Γεωγραφική κατανομή Αριθμού Ταξιδιών από ΗΒ

Ετος	ΑΤ (Εκατ.)	Αφρική	Αμερική	Α. Ασία- Ειρηνικός	Ευρώπη	Μέση Ανατολή	Ν. Ασία
1985	21,61 ^X	2,28	5,78	4,43	85,77	0,75	0,99
1986	24,95	2,13	7,01	4,21	84,97	0,63	1,05
1987	27,45	2,21	7,70	4,43	83,98	0,68	1,00
1988	28,83	2,07	8,66	4,84	82,66	0,74	1,03
1989	31,03	1,98	9,77	4,77	81,63	0,75	1,11
1990	31,55	2,01	9,92	5,01	80,84	1,03	1,20
1991	30,81	1,84	10,70	4,91	80,59	0,87	1,10
1992	33,84	1,99	10,78	5,42	79,37	1,33	1,11
1993	36,72	2,22	11,26	5,31	78,69	1,32	1,21
1994	39,63	2,04	9,50	5,06	80,96	1,14	1,30
1995	41,35	2,12	10,04	5,26	79,84	1,40	1,34
1996	42,05	2,10	11,46	5,62	77,98	1,48	1,37
1997	45,96	2,37	12,98	5,75	75,98	1,50	1,43
%Μετα βολή	112,7						

Πηγή: W.T.O.

Πίνακας Π-2.

Γεωγραφική κατανομή Αριθμού Ταξιδιών από Γαλλία

Έτος	ΑΤ	Αφρική	Αμερική	Α. Ασία - Ευρώπη		Μέση	Ν.Ασία
	(Έκατ.)			Ειρηνικός	Ανατολή	Ανατολή	
1985	14,41	9,42	5,51	2,54	80,80	1,05	0,68
1986	14,66	9,19	6,47	2,86	79,72	0,97	0,80
1987	15,65	8,74	8,03	3,23	78,11	1,18	0,70
1988	16,70	9,40	8,34	3,48	76,65	1,45	0,68
1989	17,45	9,46	8,28	3,52	76,55	1,43	0,08
1990	18,72	8,91	8,24	3,49	77,42	1,11	0,82
1991	17,89	6,55	9,35	3,79	78,89	0,60	0,82
1992	19,38	7,71	8,99	4,09	76,92	1,44	0,85
1993	19,01	8,56	10,16	4,83	74,51	1,14	0,79
1994	19,86	8,47	10,48	5,15	74,01	1,13	0,76
1995	20,28	8,73	11,28	5,12	72,60	1,47	0,80
1996	21,49	9,43	11,68	4,83	71,32	1,98	0,77
1997	22,58	9,91	11,43	4,73	71,16	2,01	0,76
% Μεταβολή	56,7						

Πηγή: w.T.O.

**Πίνακας Π-3. Γεωγραφική [Αφρική
κατανομή Αριθμού Ταξιδιών από Γερμανία**

Ετος	ΑΤ (Εκατ.)	Αφρική	Αμερική	Α. Ασία- Ειρηνικός	Ευρώπη	Μέση Ανατολή	Ν. Ασία
1985	44.12	1.54	2.06	1.18	94.46	0.40	0.35
1986	44.74	1.56	2.57	1.31	93.79	0.38	0.39
1987	47.41	1.82	3.32	1.48	92.56	0.43	0.39
1988	51.94	1.81	3.49	1.62	92.22	0.50	0.38
1989	55.92	1.66	3.09	1.63	92.74	0.56	0.32
1990	56.66	1.74	3.36	1.74	92.27	0.52	0.37
1991	62.01	1.37	3.54	1.74	92.66	0.34	0.36
1992	67.71	1.74	3.77	1.81	97.53	0.66	0.39
1993	71.43	1.91	4.01	2.01	91.13	0.53	0.41
1994	72.59	2.05	3.81	2.18	90.98	0.54	0.44
1995	74.19	2.01	4.16	2.20	90.54	0.70	0.40
1996	78.56	2.05	4.61	2.13	90.05	0.82	0.34
1997	79.07	2.21	4.49	2.10	90.03	0.79	0.39
%Μεταβολή	79.2						

Πηγή: W.T.O.

Πίνακας Π-4. Γεωγραφική κατανομή Αριθμού Ταξιδιών από Σουηδία

Ετος	ΑΤ (Εκατ.)	Αφρική	Αμερική	Α. Ασία- Ειρηνικός	Ευρώπη	Μέση Ανατολή	Ν. Ασία
1985	4,20	0,05	3,59	2,70	92,49	0,09	0,60
1986	4,59	0,41	3,97	2,77	92,22	0,09	0,54
1987	5,10	0,50	4,64	3,29	90,92	0,09	0,56
1988	5,56	0,49	5,46	3,87	89,50	0,09	0,59
1989	6,74	0,42	5,27	3,29	90,53	0,07	0,43
1990	6,73	0,47	5,34	3,42	90,28	0,06	0,43
1991	6,82	0,73	4,73	3,31	90,80	0,05	0,38
1992	7,20	0,73	4,68	3,50	90,59	0,11	0,39
1993	6,39	0,91	4,58	3,94	89,66	0,04	0,50
1994	6,28	0,57	4,31	4,43	89,74	0,05	0,50
1995	6,63	0,98	4,47	4,42	88,98	0,59	0,56
1996	6,51	0,82	5,47	4,75	87,83	0,68	0,54
1997	6,82	1,36	5,89	4,20	87,32	0,71	0,53
%Μεταβολή	62,4						

Πηγή: W.T.O.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

Η διαχρονική εξέλιξη του τουρισμού

Ο τουρισμός κάθε άλλο παρά να ισχυριστεί κανείς μπορεί ότι αποτελεί ένα τυχαίο φαινόμενο των εξελιγμένων σήμερα κοινωνιών. Αντίθετα, αυτός χρονολογείται από πολλές χιλιάδες χρόνια, ίχνη του δε έστω και σε λανθάνουσα μορφή μπορούν να διαπιστωθούν σε όλες χωρίς εξαίρεση τις ιστορικές περιόδους της ζωής του ανθρώπου. Κατά την αρχαιότητα η ξενία, που τόσο γνωστή είναι από τα ομηρικά έπη, μαρτυράει χωρίς άλλο την ύπαρξη μιας υποτυπώδους μορφής τουρισμού.

Επίσης η μελέτη των γραπτών μνημείων του Αρτεμιδώρου, του Πausανία, του Στράβωνα, του Ηροδότου και άλλων, μας οδηγεί με βεβαιότητα στο συμπέρασμα ότι στην αρχαία Ελλάδα υπήρχε το φαινόμενο της τουριστικής μετακίνησης ατόμων, έστω και σε περιορισμένη κλίμακα, προς το σκοπό της ικανοποίησης συγκεκριμένων ψυχικών αναγκών ή επιθυμιών, καθώς και πνευματικών ανησυχιών.

Βέβαια ο τουρισμός στην αρχαιότητα ήταν οπωσδήποτε διαφορετικός από το σημερινό τόσο ως προς τη μορφή του όσο και ως προς το περιεχόμενο, καθώς και ως προς τα μέσα ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών των ανθρώπων.

Υποτυπώδεις μορφές τουρισμού μπορούν να διαπιστωθούν ακόμα κατά την περίοδο της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας και του μεσαίωνα, αλλά και μέχρι το 19ο αιώνα.

Ο τουρισμός με τη σύγχρονη του μορφή άρχισε να εμφανίζεται τον 20ο αιώνα και κυρίως μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου, αλλά και πάλι η συχνότητα των μετακινουμένων για τουριστικούς λόγους ατόμων ήταν περιορισμένος. Ο λόγος πολύ απλός. Ο τουρισμός αποτελούσε προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας, δηλαδή αυτών που ποτέ δεν είχαν πρόβλημα ελεύθερου χρόνου και χρημάτων. Με το πέρασμα, όμως, του χρόνου ο τουρισμός βαθμιαία μεν αλλά σταθερά άρχισε να γίνεται δικαίωμα και των πολλών, δηλαδή των χαμηλόμισθων εργαζομένων και γενικότερα των μη προνομιούχων. Χρονολογικά η εξέλιξη αυτή τοποθετείται μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου. Σήμερα ο τουρισμός έχει σε μεγάλο βαθμό κοινωνικοποιηθεί και εκδημοκρατιστεί σε πολλές χώρες του πλανήτη μας και κυρίως σε αυτές που έχουν κατορθώσει να σπάσουν το φράγμα της μιζέριας και της φτώχειας, δηλαδή που έχουν

διακόψει το φαύλο κύκλο της υπανάπτυξης, με αποτέλεσμα ο αριθμός των ατόμων που ταξιδεύουν για τουριστικούς λόγους να αυξάνει ολοένα και περισσότερο.

Δικαιολογημένα θα διερωτηθεί κανείς γιατί ο τουρισμός εξελίχθηκε τόσο αργά διαμέσου των αιώνων και γιατί το μεγάλο εξελικτικό άλμα που σημείωσε, πραγματοποιήθηκε ουσιαστικά στις τελευταίες τέσσερις περίπου δεκαετίες του 20ου αιώνα. Η απάντηση στο ερώτημα αυτό κάθε άλλο παρά δύσκολη θα μπορούσε να θεωρηθεί. Ο τουρισμός σαν οικονομικό, κατά κύριο λόγο, φαινόμενο αναπτύχθηκε στις οργανωμένες κοινωνίες στο πλαίσιο, πάντα, των υφισταμένων κάθε φορά σε αυτές αντικειμενικών και οικονομικών συνθηκών. Με άλλα λόγια ακολούθησε μια εξελικτική πορεία παράλληλη προς εκείνη των κοινωνικών, πολιτιστικών αλλά κυρίως των οικονομικών συνθηκών.

Οι λόγοι που ουσιαστικά συντέλεσαν στην ταχύρυθμη ανάπτυξη του τουρισμού διεθνώς ήταν πολλοί και διάφοροι. Κατά κύριο λόγο, όμως, ήταν η ανάπτυξη των μέσων συγκοινωνίας και επικοινωνίας, η βελτίωση των ατομικών εισοδημάτων των εργαζομένων, η άνοδος του πολιτιστικού επιπέδου των λαών, ο περισσότερος ελεύθερος χρόνος που έχουν στη διάθεση τους οι άνθρωποι σήμερα, η καθιέρωση των πληρωμένων διακοπών των εργαζομένων και η ανάπτυξη του θεσμού του κοινωνικού τουρισμού.

Οι επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης σε ένα οργανωμένο κοινωνικό σύνολο με κρατική υπόσταση είναι οικονομικές, κατά κύριο λόγο, αλλά και κοινωνικές, πολιτιστικές, φυσικές. Κατ' αρχήν ο τουρισμός επιδρά στο εθνικό εισόδημα, προκαλώντας σε αυτό τόσο ποσοτικές όσο και ποιοτικές μεταβολές. Έτσι, λοιπόν, η ανάπτυξη του τουρισμού, γενικά, σε μια χώρα συμβάλλει ουσιαστικά στην αύξηση του τουριστικού εισοδήματος και κατ' επέκταση του εθνικού εισοδήματος της, με την ανακατανομή του δε, συντελεί στην άμβλυνση της ανισότητας των εισοδημάτων μεταξύ των διάφορων περιοχών της, καθώς επίσης μεταξύ των διάφορων κοινωνικών ομάδων. Πέρα από αυτό, όμως, δημιουργεί μεταξύ άλλων θέσεις πλήρους ή μερικής απασχόλησης, έσοδα για το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση από την είσπραξη φόρων και τελών, δια δε της εισαγωγής τουριστικού συναλλάγματος επιφέρει μια ουσιαστική βελτίωση στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, καθώς επίσης μια αύξηση των συναλλαγματικών αποθεμάτων της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι ο τουρισμός εκτός ότι μπορεί να συμβάλει στην ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων,

μπορεί να συμβάλει και στην άμβλυνση ή επίλυση πολλών οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων μιας χώρας. Κατά συνέπεια η ανάπτυξη του παντού όπου αυτή είναι εφικτή, πρέπει να προωθείται προς όφελος του κοινωνικού συνόλου, πλην όμως αρμονικά με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και ιδιαίτερα τους βασικούς, δηλαδή τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου και τη βιομηχανία. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, η σημασία της τουριστικής ανάπτυξης στις οικονομίες των οργανωμένων κοινωνικών συνόλων με κρατική υπόσταση κάθε άλλο παρά να υποβαθμιστεί μπορεί και πολύ περισσότερο να παραβλεφτεί. **(BB 6)**

Οι παράγοντες που επηρέασαν την εξέλιξη του τουρισμού

Ο τουρισμός σαν σύγχρονο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο έχει πάρει μια μαζικό χαρακτήρα, γεγονός που τον κάνει να διαφοροποιείται ουσιαστικά από τις παλιότερες μορφές του. Παρ' όλα αυτά, όμως, ο τρόπος με τον οποίον εκδηλώνεται, δηλαδή με την πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους σε έναν άλλο, εξακολουθεί βασικά να παραμένει ίδιος. Η διαφορά μεταξύ των παλιότερων μορφών τουρισμού και των σημερινών, θα μπορούσε να πει κανείς ότι είναι περισσότερο ποσοτική και λιγότερο ποιοτική. Σε ό,τι αφορά, όμως, στις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων, αυτές εξακολουθούν λίγο-πολύ να είναι ίδιες, όπως ίδια είναι και τα κίνητρα που τους προκαλούν την ανάγκη ή επιθυμία να αλλάξουν προσωρινά περιβάλλον και τρόπο ζωής.

Για να φτάσει ο τουρισμός στη σημερινή του μορφή, πέρασε στη διάρκεια του χρόνου από διάφορες εξελικτικές φάσεις. Μια από τις σημαντικότερες ήταν χωρίς άλλο και εκείνη του εκδημοκρατισμού του που, όπως ήδη ειπώθηκε, τοποθετείται χρονολογικά αμέσως μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και που είχε σαν αποτέλεσμα ο τουρισμός από προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας, δηλαδή των λίγων, να αρχίσει βαθμιαία μεν αλλά σταθερά να γίνεται δικαίωμα των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων και των κοινών θνητών, δηλαδή των πολλών. Μεταπολεμικά ο τουρισμός εκτός ότι άρχισε να εκδημοκρατίζεται ολοένα και περισσότερο και κατά συνέπεια να γίνεται βαθμιαία πιο προσιτός στις μεγάλες λαϊκές μάζες, έκανε τους ανθρώπους πρακτικότερους, καθώς στον τουρισμό βρήκαν μάλλον ένα μέσο ξεκούρασης και ανανέωσης των σωματικών και ψυχικών τους δυνάμεων, παρά έναν τρόπο κοινωνικής προβολής και επίδειξης.

Στην εντυπωσιακή ανάπτυξη του τουρισμού, καθοριστικό ρόλο διαδραμάτισε η τεχνολογική εξέλιξη των μεταφορικών μέσων και κυρίως η "λαικοποίησή" τους και τούτο γιατί πέρα από τη μαζικότητα και την ομαδικότητα πρόσθεσαν σε αυτόν και το στοιχείο της υπερεθνικότητας, που μαζί με τα δυο πρώτα, αποτελούν τα τρία βασικά στοιχεία, του σύγχρονου τουρισμού. Εκτός, όμως, από την εξέλιξη και "λαϊκόποίηση" των μεταφορικών μέσων υπήρξαν και άλλοι παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού, όπως είναι π.χ. η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος των ανθρώπων, η δικαιότερη διανομή του εθνικού εισοδήματος και του πλούτου, η βελτίωση των συνθηκών εργασίας και όρων αμοιβής των εργαζομένων, η εξασφάλιση κοινωνικών παροχών στους εργαζόμενους, η απλούστευση των διατυπώσεων στις μετακινήσεις των ανθρώπων από χώρα σε χώρα, η ανάπτυξη των τουριστικών και άλλων επιχειρήσεων, η διεθνοποίηση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας κλπ.

Οι διαστάσεις που πήρε το τουριστικό φαινόμενο μεταπολεμικά και κυρίως η συνειδητοποίηση των θετικών επιδράσεων του στις εθνικές οικονομίες, οδήγησε πολλές χώρες όχι μόνο στη λήψη μέτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού, αλλά και στην αντιμετώπιση του σαν ιδιαίτερου κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, γεγονός το οποίο είχε σαν συνέπεια να διαμορφωθεί βαθμιαία η τουριστική οικονομία, που έχει σαν σκοπό την έρευνα και μελέτη των οικονομικών συνθηκών και σχέσεων που αναπτύσσονται, με βάση τις οποίες παράγονται, διαθέτονται και καταναλώνονται ή χρησιμοποιούνται τα τουριστικά προϊόντα σε ορισμένο τόπο και χρόνο. Με τη λήψη δε μέτρων υπέρ του τουρισμού, αρχίζει η εσκεμμένη ρυθμιστική επέμβαση της πολιτικής εξουσίας στην τουριστική οικονομία, που αποβλέπει βασικά στη θέσπιση κανόνων για μια ελεγχόμενη και αρμονική ανάπτυξη του τουρισμού. Ο έντονος κρατικός παρεμβατισμός στην ανάπτυξη του τουρισμού, που εκδηλώνεται είτε άμεσα, με την εκτέλεση έργων τουριστικής υποδομής και ανωδομής, είτε έμμεσα, με το μηχανισμό των χρηματοδοτήσεων και των κινήτρων γενικότερα, αποτελεί χωρίς άλλο ένα ακόμα χαρακτηριστικό γνώρισμα του σύγχρονου τουρισμού, αλλά ταυτόχρονα και μια έμπρακτη απόδειξη ότι το κράτος πραγματικά επιθυμεί να αναπτυχθεί ο τόσο σημαντικός αυτός κλάδος της οικονομικής δραστηριότητας, για π έτσι υπολογίζει να ωφεληθεί και η οικονομία του στη διάρκεια του χρόνου από τις ευεργετικές αλυσιδωτές επιδράσεις του και σε άλλους κλάδους της οικονομικής του δραστηριότητας. **(BB 6)**

Ο τουρισμός, με τη σύγχρονη του μορφή, μπορεί να οριστεί σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλο με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών, και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και εξυπηρέτηση των ατόμων αυτών, ορισμός αυτός περιλαμβάνει, βασικά, δυο σκέλη, Το πρώτο σκέλος δηλαδή αυτό που αναφέρεται στην πρόσκαιρη μετακίνηση των ατόμων, αντιπροσωπεύει το καταναλωτικό μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται, όπως είναι φυσικό, με την τουριστική ζήτηση. Το δεύτερο σκέλος, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στην υποδοχή και εξυπηρέτηση των πρόσκαιρα μετακινουμένων ατόμων, αντιπροσωπεύει το καθαρά παραγωγικό μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται, όπως είναι φυσικό, με την τουριστική προσφορά. Τόσο η τουριστική προσφορά, όσο και η τουριστική ζήτηση, προϋποθέτουν την ύπαρξη ενός προϊόντος που μπορεί να εκφραστεί και ποσοτικά, αλλά και ποιοτικά. Πραγματικά το προϊόν αυτό υπάρχει και χαρακτηρίζεται σαν τουριστικό προϊόν, αποτελείται δε συνήθως από μια ή και περισσότερες ακόμα τουριστικές υπηρεσίες. Όταν το τουριστικό προϊόν είναι σύνθετο, δηλαδή αποτελείται από έναν αριθμό τουριστικών υπηρεσιών, τότε χαρακτηρίζεται αυτό σαν τουριστικό πακέτο. Και επειδή το τουριστικό πακέτο στην απλούστερη του μορφή περιλαμβάνει το ταξίδι σε έναν τουριστικό προορισμό, με διαμονή, πρόγευμα και τράνσφερ μπορεί αυτό να εκφραστεί παραστατικά με τα πιο κάτω τέσσερα συστατικά του στοιχεία: τον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα και τέλος το τράνσφερ (Διάγραμμα 1.1.). Όπως γίνεται αντιληπτό, τα τέσσερα αυτά συστατικά στοιχεία του τουριστικού πακέτου στην απλούστερη του μορφή, συνθέτουν βασικά και την έννοια του παραγωγικού μέρος του τουρισμού. Απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω και κυρίως από την ανάλυση του εννοιολογικού περιεχομένου του τουρισμού, έγινε δυνατή η σκιαγράφηση του σύγχρονου τουριστικού φαινομένου σε όλες του τις πτυχές. Ένα φαινόμενο που σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις θα συνεχίσει και στο προσεχές μέλλον να αναπτύσσεται και μάλιστα δυναμικά, πλην όμως με χαμηλότερους αναπτυξιακούς ρυθμούς από αυτούς του παρελθόντος. (BB 5)

Η συμβολή του τουρισμού στην αναπτυξιακή προσπάθεια

Αναμφίβολα ο τουρισμός αποτελεί παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και προόδου, που κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην υλοποίηση της προσπάθειας των λαών του πλανήτη μας να διακόψουν μια ώρα αρχύτερα το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας που τους μαστίζει, εξασφαλίζοντας τους έτσι περισσότερη ευημερία στο μέλλον και κυρίως μια πιο ανθρώπινη ζωή. Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να ειπωθεί ότι ο ρόλος του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη αποτέλεσε πάντα αντικείμενο διχασμένης κριτικής. Υποστηρίχθηκαν στο παρελθόν και εξακολουθούν σήμερα ακόμα να υποστηρίζονται διαφορετικές απόψεις, σχετικά με τις δυνατότητες που προσφέρει ο σύγχρονος τουρισμός στη γενικότερη προσπάθεια των πολιτικών εξουσιών για οικονομική ανάπτυξη και πρόοδο των χωρών τους, πλην όμως οι απόψεις αυτές δεν παίρνουν ποτέ διαστάσεις ακραίων θέσεων. Οι υπέρμαχοι της τουριστικής ανάπτυξης υποστηρίζουν την άποψη ότι ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος, δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης, περιορίζει το άνοιγμα του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, τονώνει οικονομικά την περιφέρεια, εντείνει την επιχειρηματική δραστηριότητα των επιχειρήσεων που παράγουν αγαθά και υπηρεσίες που ικανοποιούν άμεσα ή έμμεσα τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων κλπ. Αντίθετα, οι πολέμιοι της τουριστικής ανάπτυξης υποστηρίζουν την άποψη ότι ο τουρισμός αποπροσανατολίζει τις επενδύσεις από τους παραγωγικούς κλάδους της οικονομίας, ευαισθητοποιεί επικίνδυνα την οικονομία, εξαιτίας της μεγάλης ανταγωνιστικότητας που αναπτύσσεται στην τουριστική αγορά και ακόμα γιατί χαλαρώνει τα ήθη, εξαφανίζει τα έθιμα, αυξάνει την εγκληματικότητα κλπ.

Με αφορμή τη διάσταση αυτή των απόψεων, ως προς τις επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομία μιας αναπτυσσόμενης χώρας, γεννιέται φυσιολογικά το ερώτημα ποιοι έχουν δίκιο; Αυτοί που είναι υπέρ της τουριστικής ανάπτυξης ή αυτοί που είναι κατά. Η απάντηση στο ερώτημα αυτό κάθε άλλο παρά δύσκολη είναι και τούτο για την πραγματικότητα η αλήθεια βρίσκεται κάπου ενδιάμεσα. Όταν ο τουρισμός αναπτύσσεται μονόπλευρα, τότε οι μακροχρόνιες επιδράσεις του στην οικονομία μιας χώρας είναι αρνητικές, επειδή αποδυναμώνει τους παραγωγικούς κλάδους της και κυρίως τη βιομηχανία και τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου, ενώ βαθμιαία μεταβάλλει τη ν οικονομία της χώρας σε οικονομία υπηρεσιών. Αντίθετα, οι μακροχρόνιες επιδράσεις του, έστω και κάτω από συνθήκες μονόπλευρης ανάπτυξης του κλάδου, λύνει προσωρινά, τουλάχιστον,

ορισμένα πεστικά προβλήματα της οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας, όπως είναι το έλλειμμα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών και η δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης, έστω και εποχιακά. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο η ανάπτυξη του τουρισμού επιβάλλεται, όπως ήδη ειπώθηκε, να προωθείται ταυτόχρονα με αυτήν των άλλων παραγωγικών κλάδων της οικονομίας, δηλαδή να είναι προγραμματισμένη, ισορροπη και αρμονική, και κυρίως να χρησιμεύει σαν μέσο προώθησης της οικονομικής ανάπτυξης, πλην όμως όχι κύριο αλλά συμπληρωματικό.

Εξαιτίας της δυνατότητας του τουρισμού να συμβάλει κάτω από προϋποθέσεις σημαντικά στο σχηματισμό του εθνικού εισοδήματος, στη μείωση της ανεργίας και υποαπασχόλησης, έστω και εποχικά, και κυρίως στην εξισορρόπηση του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, θα πρέπει να παίρνει θέση στα προγράμματα οικονομικής ανάπτυξης αμέσως μετά τη γεωργία και τη βιομηχανία, υποδηλώνοντας έτσι ρόλο του σαν παράγοντα πού, εκτός άλλων, βοηθά ουσιαστικά τους βασικούς κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας, δηλαδή τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου και τη βιομηχανία, στην κοινή προσπάθεια για την προώθηση και πραγμάτωση της οικονομικής ανάπτυξης και προόδου. Επειδή ο τουρισμός από τη φύση του ανήκει στους κλάδους εκείνους της οικονομικής δραστηριότητας πού δύσκολα μπορούν να προγραμματιστούν μακροχρόνια, θα πρέπει να αναζητηθεί μια τομή εξισορρόπησης. Αυτή μπορεί σχετικά εύκολα να βρεθεί αν επανεξεταστούν ορισμένα προωθητικά στοιχεία της τουριστικής ανάπτυξης και κυρίως αν συνεκτιμηθούν αυτά στο πλαίσιο, πάντα, της επιχειρούμενης οικονομικής ανάπτυξης, πού επιδιώκεται σε ορισμένο τόπο και χρόνο. Τέτοια στοιχεία είναι για παράδειγμα η πραγματοποίηση τουριστικών επενδύσεων τόσο από ποσοτικής, όσο και από ποιοτικής άποψης, ο βαθμός περιορισμού του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών από τα συναλλαγματικά έσοδα του τουρισμού, τα προβλήματα που δημιουργούνται στους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας εξαιτίας των αυξανόμενων αναγκών απασχόλησης ανθρώπινου δυναμικού στον τουρισμό κλπ.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επισημανθεί η ανάγκη προσδιορισμού των ορίων της τουριστικής ανάπτυξης του χώρου, με την έννοια ότι θα πρέπει να βρεθεί η φέρουσα χωρητικότητα του, χωρίς να διαταράσσεται η ισορροπία των συστατικών του στοιχείων, σε σχέση με τον άνθρωπο που ζει μόνιμα σε αυτόν. Το θέμα αυτό είναι από τα σοβαρότερα και έχει απασχολήσει τους ειδικούς, που βλέπουν τη λύση του στην κατασκευή ενός μοντέλου, το οποίο με την εισαγωγή ορισμένων ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων θα μπορεί να προσδιορίσει τα όρια της τουριστικής

ανάπτυξης στο χώρο. Με αυτόν τον τρόπο θα αποφευχθούν οι αρνητικές επιδράσεις που φυσιολογικά δημιουργούνται, όταν τα όρια αντοχής της τουριστικής ανάπτυξης στο χώρο ξεπεραστούν στη διάρκεια του χρόνου, Μέχρι, όμως, να μετατραπούν τα ποιοτικά δεδομένα σε αριθμητικές εκφράσεις και μαζί με τα ποσοτικά δεδομένα να μπορέσει να κατασκευαστεί το μοντέλο που θα προσδιορίζει τα όρια αντοχής της τουριστικής ανάπτυξης στο χώρο, θα πρέπει να βασιστεί κανείς σε εμπειρίες του παρελθόντος, όσο αρνητικές και αν είναι αυτές, και να προσπαθήσει να τις συνδυάσει με το πιο εκφραστικό στοιχείο απ' όλα, τα ποιοτικά δεδομένα, που αναμφισβήτητα είναι η δυναμικότητα φιλοξενίας, για να βρεθεί κάποια σχέση που θα εκφράζεται τελικά με τον αριθμό των κλινών, σαν όριο φέρουσας χωρητικότητας του συγκεκριμένου τουριστικού χώρου, για να επιχειρηθεί μια παραπέρα ανάπτυξη του με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως τους βασικούς.

Σύμφωνα με όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, ο τουρισμός μπορεί χωρίς άλλο κάτω από προϋποθέσεις να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και προόδου, πλην όμως θα πρέπει να δίνεται εντελώς ιδιαίτερη προσοχή στη θέση που παίρνει αυτός ανάμεσα στους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας στο πλαίσιο της αναπτυξιακής προσπάθειας μιας χώρας. (BB 5)

Οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού

Εκτός από τις άμεσες και εμφανείς επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, που εκδηλώνονται, όπως ήδη αναφέρθηκε, με τη θετική συμβολή του στην προσπάθεια εξισορρόπησης του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, δημιουργίας ευκαιριών απασχόλησης, οικονομικής ανάπτυξης και ειδικότερα της ανάπτυξης της περιφέρειας, υπάρχουν και άλλες που χαρακτηρίζονται σαν έμμεσες ή αφανείς επιδράσεις, που είναι γνωστές σαν πολλαπλασιαστικές επιδράσεις. Οι επιδράσεις αυτές, εκτός ότι διευρύνουν τον οικονομικό και κοινωνικό ρόλο του τουρισμού, διευρύνουν παράλληλα και τον κύκλο των κοινωνικών ομάδων, που επηρεάζονται από το φαινόμενο. Οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού, που εκδηλώνονται από μια σειρά συναλλακτικών πράξεων, προκαλούν ποσοτικά και ποιοτικά αποτελέσματα. Τα ποσοτικά αποτελέσματα αναφέρονται στη διαμόρφωση του τουριστικού εισοδήματος, το τελικό ύψος του οποίου εξαρτάται από τον αριθμό των συναλλακτικών πράξεων που

πραγματοποιούνται στο τουριστικό κύκλωμα, δηλαδή από τη στιγμή που θα λάβει χώρα η πρώτη συναλλακτική πράξη, όπως είναι π.χ. η προκαταβολή που δίνει ο πιθανός τουρίστας στον τόπο της μόνιμης διαμονής του για τουριστικά προϊόντα που επιθυμεί να αγοράσει, μέχρι τη στιγμή που θα γίνει η τελευταία πράξη, όπως είναι π.χ. η καταβολή των επιδομάτων ανεργίας στο προσωπικό του ξενοδοχείου, στο τέλος της τουριστικής περιόδου. Οι συναλλακτικές αυτές πράξεις, σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει, μπορούν να είναι πολλαπλάσιες της αρχικής και να διαμορφώνουν στο διπλάσιο, τριπλάσιο κλπ. την αρχική τουριστική δαπάνη, που αντιπροσωπεύει έτσι το τουριστικό εισόδημα (Διάγραμμα 1.2.). Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι σαν αρχική τουριστική δαπάνη θεωρείται η συνηθισμένη δαπάνη που πραγματοποιεί ο πιθανός τουρίστας στον τόπο της μόνιμης διαμονής του, για την απόκτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, που θα ικανοποιήσουν όσο το δυνατό περισσότερο και καλύτερα γίνεται τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες.

Ο μεγάλος, εξάλλου, αριθμός των διαδοχικών συναλλακτικών πράξεων που λαμβάνουν χώρα κάθε φορά που ένας τουρίστας ξοδεύει χρήματα σε έναν τουριστικό προορισμό, δίνουν τις ποιοτικές διαστάσεις του τουρισμού σαν οικονομικού φαινομένου, καθώς επίσης τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά. Από την αεροπορική εταιρία, τον ξενοδόχο, τον ταξιδιωτικό τουριστικό πράκτορα, τον ξεναγό, τον έμπορα, το βιομήχανο, το βιοτέχνη, τον αγρότη, το γιατρό, το δικηγόρο, τον αρχιτέκτονα, το μηχανικό, τον ηθοποιό, τον τραγουδιστή και άλλους που ενδεχόμενα δεν αναφέρθηκαν, μέχρι και το μικροπωλητή που πουλάει τηνπραμάτεια του στους δρόμους του τουριστικού προορισμού, δέχονται όλοι λίγο-πολύ τις οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού, που για ορισμένους αυτούς είναι μεγαλύτερες ενώ για άλλους πάλι μικρότερες.

Πέρα απ όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω σχετικά με τις άμεσες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού, θα πρέπει ακόμα να γίνει αναφορά, έστω με δυο λόγια, και στις άλλες προεκτάσεις που έχουν αυτές στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο, πλην όμως κατά έμμεσο τρόπο. Όπως είναι γνωστό, οι συναλλακτικές πράξεις που πραγματοποιούνται στον τουρισμό αποφέρουν φορολογικά έσοδα στην τοπική αυτοδιοίκηση και το κράτος. Ένα μέρος από αυτά επιστρέφεται από την αυτοδιοίκηση και το κράτος στους τουριστικούς προορισμούς από οποίους εισπράχθηκαν, με τη μορφή κοινωνικών επενδύσεων που πραγματοποιούνται σε αυτούς.(BB 5)

Τα οικονομικά χαρακτηριστικά του τουρισμού

Ο τουρισμός έχει ορισμένα οικονομικά χαρακτηριστικά, που τον κάνουν να ξεχωρίζει από άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και από άλλες διεθνείς συναλλαγές. Τα κυριότερα από αυτά συνοψίζονται αμέσως πιο κάτω.

(α) Ο τουρισμός αποτελεί μια άυλη εξαγωγική βιομηχανία, που σημαίνει ότι δεν παράγει υλικά προϊόντα που να μπορούν να εξάγονται από μια χώρα σε μια άλλη. Είναι μια από τις λίγες βιομηχανίες στον κόσμο, όπου ο πιθανός τουρίστας αγοράζει άμεσα ή έμμεσα άυλα τουριστικά προϊόντα, δηλαδή τουριστικές υπηρεσίες, που στη συνέχεια κάνει χρήση τους στον τόπο που παράγονται, για να ικανοποιήσει συγκεκριμένες τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες. Λογικά, λοιπόν, γεννιέται το ερώτημα, πώς μπορεί αυτό να θεωρηθεί εξαγωγή τουριστικού προϊόντος; Η πρώτη εντύπωση που δημιουργείται είναι ότι υπάρχει μια αντίφαση στην ορολογία που χρησιμοποιείται. Όπως και να έχουν όμως τα πράγματα, ένα είναι βέβαιο. Οι τουρίστες που επισκέπτονται έναν τουριστικό προορισμό, αγοράζουν στην πραγματική τουριστικές εμπειρίες, τις οποίες αποκομίζουν όταν τον εγκαταλείπουν για να επιστρέψουν στις χώρες στις οποίες κατοικούν μόνιμα. Μπορεί, λοιπόν, να μην παίρνουν μαζί τους φεύγοντας κάποιο υλικό προϊόν ανάλογο σε αξία με αυτά που ξόδεψαν για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, σίγουρα, όμως, παίρνουν μαζί τους τις τουριστικές εμπειρίες που απόκτησαν κατά τη διάρκεια της πρόσκαιρης παραμονής τους σε αυτόν.

(β) Οι τουρίστες που επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς έχουν την απαίτηση να διαθέτει αυτός κατάλληλη τουριστική υποδομή και ανωδομή και να παρέχει κατάλληλου επιπέδου τουριστικές υπηρεσίες τόσο από ποσοτικής όσο και από ποιοτικής άποψης.

(γ) Ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνθετο προϊόν που επηρεάζει άμεσα πολλούς άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, αλλά και άλλους τομείς της οικονομίας, σε τελευταία δε ανάλυση και αυτήν ακόμα την οικονομία μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Οι τουρίστες, όπως είναι γνωστό, κάνουν χρήση ορισμένων μεμονωμένων ή συνδυασμένων σε πακέτα υπηρεσιών, μερικές από τις οποίες αγοράζονται από τουριστικές επιχειρήσεις, μερικές από μη τουριστικές επιχειρήσεις, ενώ υπάρχουν και μερικές που τους παρέχονται χωρίς να συνεπάγεται γι' αυτούς η απόκτηση τους οποιοδήποτε κόστος άμεσο ή έμμεσο. Με άλλα λόγια τους παρέχονται αυτές εντελώς δωρεάν. Έτσι, λοιπόν, οι δαπάνες που

πραγματοποιούν οι τουρίστες για την αγορά τουριστικών υπηρεσιών και όχι μόνο, διοχετεύονται άμεσα σε ξενοδοχεία, εστιατόρια, μπαρ, κέντρα αναψυχής και διασκέδασης, καταστήματα λιανικού εμπορίου κλπ. Έμμεσα ωφελήματα που πηγάζουν από δαπάνες των τουριστών μπορεί να έχουν την μορφή εσόδων από τοπικούς φόρους, βελτιώσεις της τουριστικής υποδομής και ανωδομής τουριστικών προορισμών, επέκταση των παροχών της τοπικής αυτοδιοίκησης κλπ. Η ζήτηση ειδικών προϊόντων από τους τουρίστες, όπως για παράδειγμα αναμνηστικά, τονώνουν χωρίς άλλο την τοπική επιχειρηματική δραστηριότητα και κατ' επέκταση την τοπική οικονομία, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται πρόσθετες θέσεις εργασίας και πρόσθετο εισόδημα σε τοπικό επίπεδο.

(δ) Ο τουρισμός είναι ένα άκρως ασταθές εξαγωγίμο προϊόν, το οποίο όμως υπόκειται συνήθως σε μεγάλες εποχιακές διακυμάνσεις, καθώς επίσης σε έντονες και απρόβλεπτες εξωτερικές επιδράσεις, όπως για παράδειγμα οικονομικές και πολιτικές κρίσεις, πόλεμοι, επαναστάσεις κλπ. Επίσης εμφανίζει υψηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή και το εισόδημα. Από κοινού όλοι αυτοί οι παράγοντες συμβάλλουν στη δημιουργία ενός χαμηλού επιπέδου αφοσίωσης εκ μέρους των τουριστών σε ό,τι αφορά στους τουριστικούς προορισμούς, στους τρόπους ταξιδιού, στις μονάδες παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας, στους ταξιδιωτικούς τουριστικούς πράκτορες κλπ.³³. Οι παράγοντες αυτοί εξετάζονται λεπτομερέστερα αμέσως πιο κάτω

(1) Το γεγονός ότι το τουριστικό προϊόν έχει την ιδιότητα του φθαρτού, που σημαίνει ότι δεν μπορεί να αποθηκευτεί, και ότι η ζήτηση του είναι σε μεγάλο βαθμό εποχιακή, οδηγούν σε αξιοσημείωτες διακυμάνσεις των επιπέδων των παραγωγικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στην τουριστική βιομηχανία. Αυτό απλούστατα σημαίνει ότι κατά την διάρκεια της τουριστικής σεζόν, πρέπει να πραγματοποιηθούν όσο το γίνεται περισσότερα έσοδα και κυρίως όταν αυτή βρίσκεται στην αιχμή της, ώστε τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου να αντισταθμιστούν όσο το δυνατό περισσότερο γίνεται οι απώλειες εσόδων που φυσιολογικά παρατηρούνται λόγω περιορισμού ή ακόμα και παντελούς έλλειψης πελατείας. Η εποχικότητα της ζήτησης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών έχει καταφανώς επιπτώσεις τόσο στην απασχόληση στον τουρισμό όσο και στις επενδύσεις που πραγματοποιούνται σε αυτόν και αρκετά χρόνια, παρατηρείται μια αυξανόμενη τάση των τουριστών, που προέρχονται από αναπτυσσόμενες χώρες, να πραγματοποιούν δυο και τρεις φορές το χρόνο διακοπές. Οι δεύτερες ή τρίτες διακοπές είναι, όμως, δευτερεύουσες και πραγματοποιούνται συνήθως σε εγχώριους τουριστικούς προορισμούς, δηλαδή σε

προορισμούς που βρίσκονται εντός της χώρας στην οποία κατοικούν μόνιμα. Όπως και να έχουν τα πράγματα, όμως, αυτό έχει συμβάλλει σε κάποιο βαθμό στην άμβλυνση των αρνητικών επιδράσεων της εποχικότητας σε ορισμένους τουριστικούς προορισμούς.

(2) Η τουριστική ζήτηση υπόκειται σε αλλαγές από απρόβλεπτες εξωτερικές επιδράσεις. Ταξίδια αναψυχής σε μακρινούς τουριστικούς προορισμούς, παρά τον εκδημοκρατισμό του τουρισμού μεταπολεμικά, εξακολουθούν να αποτελούν πολυτέλεια και να είναι για τους λίγους και όχι για τους πολλούς. Ασυνήθιστες κλιματολογικές συνθήκες, πολιτικές αναταραχές, μεταβολές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες, τρομοκρατικές ενέργειες, επιδημίες κλπ. σε τουριστικούς προορισμούς μπορούν να αλλάξουν τη ροή του διεθνούς τουριστικού ρεύματος προς άλλους τουριστικούς προορισμούς.

(3) Τα κίνητρα των τουριστών που τους διεγείρουν την επιθυμία να επισκεφτούν έναν τουριστικό προορισμό, είναι κατά κανόνα περίπλοκα, συχνά αντιφατικά και διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό από τουρίστα σε τουρίστα. Αυτό έχει αναπόφευκτα σαν συνέπεια πολλοί τουρίστες σπάνια να ταξιδεύουν σε έναν μακρινό τουριστικό προορισμό περισσότερο από μια φορά. Οι τουριστικοί προορισμοί πρέπει να εκτιμήσουν ποια τμήματα της τουριστική αγοράς μπορούν να ικανοποιήσουν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο, με βάση πάντα τους τύπους και τις ποιότητες των τουριστικών προϊόντων - υλικών και άυλων - που έχουν τη δυνατότητα να παράγουν.

(4) Ο τουρισμός είναι ελαστικός ως προς την τιμή και το εισόδημα, που σημαίνει ότι η λήψη αποφάσεων εκ μέρους των τουριστών θα επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από μικρές αλλαγές στις τιμές και το εισόδημα. Η ελαστικότητα της τιμής μπορεί να αναγνωριστεί ευκολότερα απ' ό,τι η εισοδηματική ελαστικότητα. Οι εισοδηματικές αλλαγές συνήθως είναι περισσότερο βαθμιαίες και οι επιδράσεις τους στη ζήτηση μπορεί να αναγνωριστούν μόνο μετά από κάποια χρόνια. Παρ' όλα αυτά, όμως, θα πρέπει να ειπωθεί ότι δίστανται οι απόψεις ως προς τη σημασία της ελαστικότητας της τιμής.

Τελειώνοντας θα πρέπει να ειπωθεί ότι τα πιο πάνω οικονομικά χαρακτηριστικά του τουρισμού αποτελούν μερικά, τουλάχιστον, μια βάση για την καλύτερη κατανόηση της φύσης των τουριστικών επιδράσεων. **(BB 10)**

Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του τουρισμού

Ο τουρισμός, ένα άυλο εξαγωγίμο προϊόν, αποτελεί ένα από τα προσφιλέστερα μέσα οικονομικής ανάπτυξης πολλών πολιτικών εξουσιών αναπτυσσομένων χωρών, επειδή τα προϊόντα του δεν επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τα μειονεκτήματα που παρουσιάζει η εμπορία των προϊόντων της πρωτογενούς τους παραγωγής (πρώτες ύλες και τρόφιμα) στη διεθνή αγορά.

Επίσης ο τουρισμός έχει και κάποια συγκριτικά πλεονεκτήματα, όταν παραβάλλεται με τις εξαγωγές προϊόντων της πρωτογενούς παραγωγής. Έτσι, λοιπόν, η χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, που στην πράξη είναι ο εξαγωγέας τουριστικών προϊόντων, έχει τη δυνατότητα να ελέγχει σε μεγαλύτερο βαθμό τη διαμόρφωση των τιμών των προϊόντων της, απ' ό,τι έχει αυτή για τις τιμές των προϊόντων της πρωτογενούς παραγωγής. Αποκτώντας τον έλεγχο αυτόν, η αναπτυσσόμενη χώρα δεν υπόκειται στις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζουν τα εξαγωγίμα προϊόντα της πρωτογενούς της παραγωγής, οι οποίες μάλιστα επιτείνονται σε περιόδους οικονομικής αστάθειας ή ύφεσης. Σε αυτές τις περιπτώσεις οι αναπτυσσόμενες χώρες μπορούν να χρησιμοποιούν τις τιμές εντός της τουριστικής βιομηχανίας σαν ένα τρόπο παροχής κινήτρων στους διεθνείς τουρίστες για να τις επισκεφτούν. Οι αναπτυσσόμενες χώρες που χρησιμοποιούν τον τουρισμό σαν μέσο οικονομικής ανάπτυξης, ευνοούνται επίσης από το γεγονός ότι η εισοδηματική ελαστικότητα στον τουρισμό συγκριτικά με αυτήν των πρώτων υλών και των τροφίμων είναι χωρίς άλλο υψηλότερη. Έτσι, λοιπόν, μικρές αυξήσεις στα εισοδήματα των πιθανών τουριστών μπορούν να οδηγήσουν σε μια αξιόλογη αύξηση τόσο των αφίξεων τους όσο και των εισοδημάτων τους. Από την άλλη πάλι πλευρά απαιτούνται μεγαλύτερες εισοδηματικές αυξήσεις, προκειμένου να αυξηθούν ισοδύναμα τα κέρδη από τις πωλήσεις πρώτων υλών και τροφίμων. Σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις οι σχέσεις αυτές μεταξύ εισοδηματικής ελαστικότητας και πωλήσεων θα συνεχιστούν.

Ο τουρισμός με το να συμπληρώνει άλλα εξαγωγίμα προϊόντα, συμβάλλει στη διαφοροποίηση της εξαγωγικής βάσης μιας χώρας, και με αυτόν τον τρόπο βοηθά να σταθεροποιηθούν τα συναλλαγματικά της κέρδη. Επίσης έχει τη δυνατότητα να εξασφαλίζει συναλλαγι για πόρους για να αντισταθμίσει ελλείμματα που δημιουργούνται 'στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών εξαιτίας της αυξανόμενης ζήτησης για εισαγόμενα βιομηχανικά προϊόντα και για πρώτες ύλες, που δεν

υπάρχουν σε επάρκεια. Η έκταση στην οποία αυτό είναι εφικτό, βασικά από την ικανότητα που έχει μια χώρα να εφοδιάζει την τουριστική της βιομηχανία με πρώτες ύλες και τρόφιμα μάλλον από "εγχώριες πηγές, παρά από πηγές του εξωτερικού.

Θεωρητικά, λοιπόν, ο τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να προσφέρει στις αναπτυσσόμενες χώρες σημαντικές πιθανότητες για οικονομική ανάπτυξη. Ο βαθμός στον οποίο ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να αποτελέσει παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης θα εξαρτηθεί από τα χαρακτηριστικά της αναπτυσσόμενης χώρας, από τη δυνατότη που έχει η πολιτική της εξουσία να καθορίζει ρεαλιστικούς στόχους, εφικτούς, και κυρίως από την ικανότητα που έχει να τους πετυχαίνει. Μια πετυχημένη, όμως, τουριστική ανάπτυξη μπορεί να λάβει χώρα μόνο όπου πληρούνται οι αναγκαίες προϋποθέσεις ή επικρατούν οι κατάλληλες συνθήκες, που ευνοούν την επίτευξη προγραμματισμένων στόχων της τουριστικής ανάπτυξης.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι ο τουρισμός σαν εξαγωγίμο προϊόν που είναι, μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να συμβάλει αποφασιστικά στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Θα πρέπει, όμως, κατά την κατάρτιση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης, από τους αρμόδιους φορείς, και ειδικότερα κατά την εκπόνηση των διαφόρων προγραμμάτων επενδύσεων εκ μέρους τους, που αφορούν στην πραγματοποίηση συγκεκριμένων έργων τουριστικής υποδομής ή / και ανωδομής, εκτός από καθαρά οικονομικά κριτήρια να λαμβάνονται οπωσδήποτε υπόψη και μη οικονομικά κριτήρια, όπως για παράδειγμα κοινωνικά, πολιτιστικά κλπ., ώστε να πετυχαίνεται, πάντα, το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. **(BB 14)**

Η αξιολόγηση της θέσης του τουρισμού στην οικονομία

Ο τουρισμός μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να αποτελέσει κλάδο του οικονομικού μηχανισμού μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών και μάλιστα ορισμένες φορές πολύ σημαντικό. Σαν τέτοιος που μπορεί να είναι, δεν θα πρέπει η αποδοτικότητα του να ερευνάται μόνο με κριτήριο αν και κατά πόσο επιτεύχθηκαν οι βραχυχρόνιοι προγραμματισμένοι στόχοι, αλλά και με τις προοπτικές που έχει να συμβάλει αποφασιστικά στην επίτευξη των μεσοχρόνιων και μακροχρόνιων αναπτυξιακών στόχων μιας χώρας.

Υποστηρίζεται η άποψη ότι τόσο τα οφέληματα όσο και τα κόστη που συνεπάγεται η ανάπτυξη του τουρισμού, πρέπει να μετριοούνται βραχυχρόνια ή μεσοχρόνια με βάση την καθαρή συναλλαγματική θέση που διαμορφώνει σε ένα χρόνο το τουριστικό ισοζύγιο πληρωμών. Η αξιολόγηση, όμως, της θέσης του τουρισμού στην οικονομία μιας χώρας, που είναι συνυφασμένη τόσο με το κόστος όσο και την αποδοτικότητα του κλάδου οικονομικής δραστηριότητας για τον οποίο ο λόγος, δεν θα πρέπει να γίνεται αποκλειστικά με την καθαρή συναλλαγματική θέση που διαμορφώνει σε ετήσια βάση το τουριστικό της ισοζύγιο, αλλά και από την ουσιαστική συμβολή του στην προσπάθεια που κάνει να αναπτύξει ή μεγεθύνει την οικονομία της. Διαφορετικά κάθε άλλο παρά σαν αντικειμενική θα μπορούσε αυτή να θεωρηθεί. Έτσι, λοιπόν, θα μπορούσε να γίνει αυτή με τη μέτρηση της αποδοτικότητας των επενδύσεων που πραγματοποιούνται στον τουρισμό μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, συγκεκριμένα δε με ας θετικές ή και αρνητικές επιδράσεις που προκαλούν αυτές. Τόσο, οι θετικές όσο και οι αρνητικές επιδράσεις των τουριστικών θα πρέπει οπωσδήποτε να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη, όταν αξιολογούνται οι ωφέλειες ή και τα κόστη τους, ώστε να αποφεύγεται όσο το δυνατό περισσότερο γίνεται η εκτέλεση αντιπαραγωγικών έργων τουριστικής υποδομής και ανωδομής και οι συνυφασμένες με αυτήν αρνητικές επιδράσεις. Αυτό μπορεί χωρίς άλλο να επιτευχθεί, η πραγματοποίηση τουριστικών επενδύσεων γίνει με ορθολογιστικά κριτήρια και κυρίως αν προκαταβολικά διαπιστωθεί ότι αυτές πράγματι και θα προωθήσουν την ανάπτυξη του τουρισμού και κατ' επέκταση την ανάπτυξη ή μεγέθυνση της οικονομίας μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.

Εκτός, όμως, από καθαρά οικονομικά κριτήρια, θα πρέπει όταν αναλύονται οι ωφέλειες και τα κόστη των επενδύσεων που πραγματοποιούνται στον τουρισμό, να

λαμβάνονται υπόψη και άλλα κριτήρια, ποιοτικής υφής κατά κύριο λόγο, που να ανταποκρίνονται περισσότερο στις σύγχρονες εξελίξεις και στη βαθύτερη έννοια της τουριστική ανάπτυξης. Εδώ θα πρέπει να ειπωθεί ότι υπεισέρχονται οι κοινωνικοί, πολιτιστικοί και περιβαλλοντικοί παράγοντες, δηλαδή τα στοιχεία εκείνα που ασκούν επίδραση στην κοινωνική και βιολογική υπόσταση του ανθρώπου στο χώρο και επιβάλλουν κριτήρια ποιοτικά κοινωνικής απόκλισης.

Σύμφωνα με τις νεότερες αντιλήψεις για την οικονομική ανάπτυξη που, όπως είναι φυσικό, ισχύουν και για την τουριστική ανάπτυξη, η εναλλακτική χρήση του πόρου αποκτά εντελώς ιδιαίτερη σημασία. Έτσι, λοιπόν, αποφεύγεται η αντικοινωνική χρησιμοποίηση του, ενώ παράλληλα πετυχαίνεται άμβλυση των εισοδηματικών διαφορών, συνεκτίμηση του κόστους σε συνάρτηση με το χρόνο, τη μόλυνση της ατμόσφαιρας, τη ρύπανση του περιβάλλοντος κλπ. Με άλλα, λόγια από εδώ και πέρα θα πρέπει σαν αναλυσκόμενος πόρος εκτός από την εργασία, το έδαφος, το κεφάλαιο ή την επιχειρηματικότητα να θεωρείται και ο χρόνος, αλλά και οι μεταβολές, γενικά, των στοιχείων του περιβάλλοντος που μπορούν να ποσοτικοποιηθούν, δηλαδή να αποκτήσουν αριθμητική έκφραση. Τα στοιχεία αυτά, όμως, που στην περίπτωση του τουρισμού αποτελούν μεν την πεμπτουσία του "τουριστικού προϊόντος πλην όμως δεν αναπαράγονται, η ανάλυση της σκοπιμότητας των τουριστικών επενδύσεων και κατ' επέκταση της αποδοτικότητας τους αποκτά χωρίς άλλο εντελώς ιδιαίτερη σημασία και χρησιμότητα.

Ο τουρισμός δεν αποτελεί τυχαίο φαινόμενο των εξελιγμένων, σήμερα κοινωνιών, αλλά χρονολογείται από χιλιάδες χρόνια. Στην αρχαιότητα, όμως, ήταν οπωσδήποτε διαφορετικός απ' ό,τι είναι σήμερα. Συγκεκριμένα ήταν υποτυπώδης.

Τη σύγχρονη του μορφή ο τουρισμός άρχισε ουσιαστικά να αποκτά μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου, όταν βαθμιαία μεν, αλλά σταθερά έπαυε, να αποτελεί προνόμιο των λίγων και γινόταν και περισσότερο δικαίωμα των πολλών. Στην πραγματικά εντυπωσιακή ανάπτυξη του τουρισμού συνέβαλλαν πολλοί παράγοντες, κυρίως όμως η ανάπτυξη των μέσων συγκοινωνίας και επικοινωνίας, η βελτίωση του κατά κεφαλήν εισοδήματος των ανθρώπων, η άνοδος "του πολιτιστικού τους επιπέδου, ο περισσότερος χρόνος που έχουν στη διάθεση τους, η καθιέρωση πληρωμένων διακοπών των εργαζομένων και η ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού. Η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια χώρα συνεπάγεται οικονομικές επιδράσεις κατά κύριο λόγο, που κάτω από προϋποθέσεις μπορούν να συμβάλουν αποφασιστικά στην ανάπτυξη της οικονομίας της, κατ' επέκταση δε και .

στην αύξηση της ευημερίας ενός σημαντικού τμήματος του πληθυσμού, της, .Για να είναι, όμως, αποδοτικός τουρισμός, θα πρέπει η ανάπτυξη του να είναι ελεγχόμενη και προγραμματισμένη, ώστε να πραγματοποιείται αυτή αρμονικά με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως με τους βασικούς, δηλαδή τη γεωργία με: την ευρύτερη έννοια ,τού όρου και τη βιομηχανία.

Είναι αλήθεια ότι ο τουρισμός ξεχωρίζει από άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας εξαιτίας ορισμένων οικονομικών χαρακτηριστικών του. Σαν άυλο και άστατο' εξαγωγίμο προϊόν που είναι, υπόκειται σε εποχιακές διακυμάνσεις, καθώς επίσης επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από ορισμένες εξωτερικές επιδράσεις. Και ακόμα εμφανίζει υψηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή και το εισόδημα.

Ο τουρισμός έχει επίσης ορισμένα συγκριτικά πλεονεκτήματα, που μπορούν να διαπιστωθούν όταν παραβάλλονται οι εξαγωγές προϊόντων του με αυτές άλλων προϊόντων και ιδιαίτερα αυτών της πρωτογενούς παραγωγής. Επίσης οι εξαγωγές τουριστικών-προϊόντων συμπληρώνουν αυτές άλλων προϊόντων, συμβάλλοντας έτσι στη διαφοροποίηση της εξαγωγικής βάσης μιας χώρας, και κατ' επέκταση των συναλλαγματικών της κερδών, που τόσο ανάγκη αυτή έχει ιδιαίτερα δε όταν αυτή βρίσκεται στο στάδιο της ανάπτυξης και το νόμισμά της δεν έχει εξωτερική μετατρεψιμότητα, δηλαδή δεν είναι σκληρό. **(BB 19)**

Σημασία του τουρισμού για την οικονομία

Εισαγωγή

Η βιομηχανία ταξιδιών και τουρισμού είναι η μεγαλύτερη και η πιο ποικιλόμορφη στον κόσμο. Πολλές χώρες, ιδιαίτερα οι αναπτυσσόμενες, οι οποίες δεν έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε άλλες βιομηχανίες, στηρίζονται στη δυναμική βιομηχανία του τουρισμού ως την κύρια πηγή δημιουργίας εσόδων, απασχόλησης, ανάπτυξης του ιδιωτικού τομέα και της υποδομής. Ο τουρισμός είναι μία πολύπλευρη βιομηχανία η οποία αποτελείται από πολλά συστατικά όπως είναι οι τουριστικοί πράκτορες, τα ταξιδιωτικά γραφεία, τα ξενοδοχεία, οι μεταφορές, κ.ά. Στην τουριστική βιομηχανία εμπλέκονται τόσο ο ιδιωτικός όσο και ο δημόσιος τομέας. Δεοντολογικά, στόχος αμφοτέρων πρέπει να είναι να ικανοποιήσουν τις ανάγκες ενός πιο σκεπτόμενου και απαιτητικού τουρίστα, αξιοποιώντας κατάλληλα τους περιορισμένους παραγωγικούς πόρους, διατηρώντας παράλληλα τις εθνικές παραδόσεις και την κουλτούρα και αναλαμβάνοντας την κοινωνική ευθύνη για τις αρνητικές επιπτώσεις, που μπορεί να έχει ο τουρισμός στην εγχώρια οικονομία και κοινωνία.

Εννοιολογική Οριοθέτηση

Το τουριστικό προϊόν είναι ένα σύνθετο, ευαίσθητο και εύθραυστο προϊόν του οποίου η ζήτηση επηρεάζεται από απρόβλεπτους και ανεξέλεγκτους παράγοντες, όπως είναι οι πόλεμοι, οι κοινωνικές αναταραχές, τα περιβαλλοντικά επεισόδια, κ.ά. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ως τουρίστες ορίζονται οι επισκέπτες ενός προορισμού οι οποίοι διαμένουν τουλάχιστον μια νύχτα, σε συλλογικό ή ιδιωτικό κατάλυμα στον τόπο αυτό. Τα ταξιδιωτικά γραφεία πωλούν στο κοινό υπηρεσίες που αναφέρονται σε ταξίδια, κρουαζιέρες, μεταφορές, διευκολύνσεις καταλυμάτων, επισκέψεις σε αξιοθέατα και άλλα στοιχεία που περιλαμβάνονται σε ένα ταξίδι. Οι τουριστικοί πράκτορες πωλούν υπηρεσίες στο κοινό που αναφέρονται στην ευθύνη σχεδιασμού και υλοποίησης όλων των φάσεων ενός ταξιδιού.

Ο Σύγχρονος Τουρισμός

Τα επιμέρους στοιχεία που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν μπορούν να προσφέρονται μεμονωμένα ή συνολικά με τη μορφή πακέτου. Η πρώτη μορφή τουρισμού έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα ενώ η σύγχρονη άρχισε να αναπτύσσεται στην Ευρώπη, με ταχείς μάλιστα ρυθμούς, τη δεκαετία του 1960. Μεταξύ των παραγόντων που συνέβαλαν σημαντικά στη γρήγορη ανάπτυξη του τουρισμού περιλαμβάνονται η μείωση των ωρών εργασίας, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, η μείωση του χρόνου και του κόστους του ταξιδιού, η απλοποίηση των γραφειοκρατικών διαδικασιών στα σύνορα, η διεθνοποίηση των αγορών και η υψηλή τεχνολογία (WTO, 1995). Η τελευταία ήταν ένας βασικός παράγοντας που συνέβαλε στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Πράγματι οι νέες τεχνολογίες αύξησαν τον ελεύθερο χρόνο και το διαθέσιμο εισόδημα των εργαζομένων, μείωσαν το κόστος μεταφοράς, γεγονός που οδήγησε στη μείωση του κόστους των διακοπών και ενίσχυσαν τις επικοινωνίες.

Από τη δεκαετία του 1960 ο τουρισμός όχι μόνον αναπτύχθηκε με ταχείς ρυθμούς αλλά άλλαξε σημαντικά σε μορφή και σε προορισμούς. Για πολλά χρόνια ο τουρισμός χαρακτηριζόταν από υψηλή συγκέντρωση σε προορισμούς (η Δ. Ευρώπη και η Β. Αμερική προσήλκυσαν το 95% του παγκόσμιου τουρισμού) και σε όρους σκοπού του ταξιδιού (ψυχαγωγία - καλοκαιρινές διακοπές). Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι και στον νέο αιώνα που διανύουμε ο τουρισμός θα συνεχίσει να είναι ένας από τους πιο δυναμικά αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας (WTO, 1998):

- Περισσότεροι τουρίστες επιθυμούν να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής, αθλητικές εκδηλώσεις, περιπετειώδεις εκδρομές, για να μάθουν για την ιστορία, την κουλτούρα, τη φύση και τα άγρια ζώα του προορισμού που επισκέπτονται. Οι τουρίστες σήμερα συμμετέχουν σε αυτές τις δραστηριότητες πιο ενεργά σωματικά και πνευματικά σε σχέση με το παρελθόν.
- Περισσότεροι τουρίστες, σε σχέση με το παρελθόν, αναζητούν νέους προορισμούς και νέες μορφές τουρισμού. Το γεγονός αυτό παρέχει πολλές ευκαιρίες για την ανάπτυξη νέων τουριστικών περιοχών, αλλά και τη βελτίωση και επέκταση των υφισταμένων.

- Πολλοί τουρίστες πραγματοποιούν μέσα στο χρόνο περισσότερα, αλλά μικρότερης διάρκειας ταξίδια (SHORT BREAKS). Το γεγονός αυτό προσφέρει την ευκαιρία για ανάπτυξη περισσότερων τουριστικών περιοχών οι οποίες προσφέρουν ευκολίες-ανέσεις και δραστηριότητες και απευθύνονται σε τουρίστες που τις χρησιμοποιούν σε διαφορετικές εποχές μέσα στο χρόνο.
- Οι τουρίστες είναι πιο ενημερωμένοι, εξετάζουν καλύτερα τις προσφερόμενες υπηρεσίες και απαιτούν καλύτερη ποιότητα αυτών, καθώς επίσης και καλύτερη σχέση τιμής και ποιότητας (value for money).
- Περισσότεροι τουρίστες είναι κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά ευαίσθητοι, ζητούν καλά σχεδιασμένες διακοπές, λιγότερο μολυσμένους προορισμούς και αποστρέφονται αυτούς που δεν πληρούν αυτές τις προϋποθέσεις.
- Ο τουριστικός τομέας κάνει αυξανόμενη χρήση των νέων τεχνολογιών σε θέματα όπως η κράτηση υπηρεσιών και το μάρκετινγκ. Το internet για παράδειγμα είναι σήμερα ένα εργαλείο πληροφόρησης και μάρκετινγκ. **(BB 8)**

Ο Τουρισμός ως Οικονομική Δραστηριότητα

Εισαγωγή

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα έναν από τους πλέον σημαντικούς κοινωνικοοικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Αναπτύχθηκε με σταθερό μέσο ετήσιο ρυθμό 4-5% το δεύτερο ήμισυ του εικοστού αιώνα, γεγονός που τον κατέστησε σημαντικό παράγοντα του εξωτερικού εμπορίου και κύρια πηγή συναλλάγματος, πρωτοπόρο στη δημιουργία θέσεων εργασίας και με σημαντικό μερίδιο στο ΑΕΠ μίας οικονομίας (wTO, 1998). Το 1999 πραγματοποιήθηκαν 664 εκατομμύρια αφίξεις διεθνών τουριστών που δημιούργησαν έσοδα 453 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ σε συνάλλαγμα. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού μέχρι το 2020 04 αφίξεις θα ανέλθουν σε 1,6 δισεκατομμύρια και τα συναλλαγματικά έσοδα θα φθάσουν τα 2 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ (WTO, 2000).

Το 1995 ο τουρισμός διεθνώς δημιούργησε ακαθάριστο προϊόν ύψους 3,4 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ, συνεισφέροντας κατά 10,9% στο διεθνές ΑΕΠ, δημιουργώντας απασχόληση περίπου 212 εκατομμύρια θέσεων και παράγοντας φορολογικά έσοδα ύψους 637 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.

Τα ιδιαίτερα μορφολογικά, κλιματολογικά και πολιτιστικά στοιχεία που διαθέτει η χώρα μας προσελκύουν ικανοποιητικό αριθμό τουριστών, με αποτέλεσμα ο τουρισμός να αποτελεί ήδη μία σημαντική οικονομική δραστηριότητα συμβάλλοντας κατά 18,2% στο ΑΕΠ.

Συναλλαγματικά Έσοδα της Ελλάδος

Παραδοσιακά το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της χώρας μας είναι ελλειμματικό. Αντίθετα, το ισοζύγιο των άδηλων συναλλαγών είναι πάντα πλεονασματικό και καλύπτει ένα μέρος του ελλείμματος. Τα έσοδα από τον τουρισμό, έστω και με τα υποεκτιμημένα στοιχεία της Τραπέζης της Ελλάδος, κατέχουν το πρώτο μερίδιο στο σύνολο των συναλλαγματικών εσόδων της χώρας και ακολουθούν τα έσοδα από εξαγωγές βιομηχανικών και βιοτεχνικών προϊόντων. Μεταξύ των διαφόρων πηγών συναλλάγματος, τα έσοδα από τον τουρισμό είχαν την πιο γρήγορη άνοδο την περίοδο 1990-2000 (Πίνακας 1.1).

Πρόσφατα η Τράπεζα Ελλάδος υιοθέτησε νέα μέθοδο υπολογισμού του τουριστικού συναλλάγματος που εισέρχεται στη χώρα. Τα στοιχεία του Πίνακα 1.1,

από το 1997 έως και το 2000, έχουν εκτιμηθεί με τη νέα μέθοδο. Τα νέα στοιχεία συγκρινόμενα με τα παλαιά είναι μεγαλύτερα, γεγονός που σημαίνει ότι αυτά είναι πιο κοντά στην πραγματικότητα (οι αριθμοί μέσα στην παρένθεση, για τα έτη 1997, 1998, αποτελούν τις παλαιές εκτιμήσεις για τουριστικό συνάλλαγμα της Τράπεζας Ελλάδος). (BB 19)

Πίνακας 1.1

Συναλλαγματικά Έσοδα της Ελλάδος

(Εκατ. Δολάρια)

Έτος	Σύνολο Εξαγωγών		Βιοτεχνικών και Βιομηχανικών Προϊόντων		Σύνολο Αθλητών Πόρων		Τουρισμός	
	Ποσό	Δείκτης	Ποσό	Δείκτης	Ποσό	Δείκτης	Ποσό	Δείκτης
1990	6365	100,0	3441	100,0	1304	100,0	2587	100,0
1991	6797	106,8	3321	96,5	15354	117,7	2567	99,2
1992	6009	94,4	3108	90,3	17265	132,4	3272	126,5
1993	5034	79,0	2429	70,6	17023	131,3	3335	128,9
1994	5219	81,9	2426	70,5	18767	143,9	3905	150,9
1995	5783	90,9	3075	89,4	20770	159,3	4136	159,9
1996	5770	90,6	2916	84,7	20444	156,8	3723	143,9
1997	6428	101,0	-	-	18928	145,1	5151 (3772)"	199,1
1998	6672	104,8	-	-	20929	160,5	6188 (5186)"	239,2
1999	8559	134,5	-	-	26250	201,3	8782	337,3
2000	10201	160,3	-	-	-	-	9221	356,4

Πηγή- Τράπεζα της Ελλάδος, ΕΟΤ.

Παλαιές εκτιμήσεις της Τράπεζας Ελλάδος.

Πριν την υιοθέτηση του νέου τρόπου υπολογισμού του τουριστικού συναλλάγματος που εισέρχεται στη χώρα είχε υποστηριχθεί από πολλές πλευρές, ότι τα καταγραφόμενα μεγέθη ήταν κατά πολύ μικρότερα αυτών που πραγματοποιούνται. Το γεγονός αυτό οφείλετο στα προβλήματα στατιστικής καταγραφής και αφορούσε σε ιδιομορφίες της τουριστικής δραστηριότητας (Παυλόπουλος, 1999). Πράγματι, ένα μέρος των συναλλαγματικών εισπράξεων ενώ προήρχετο από τον τουρισμό, φαίνεται ότι κατεχωρείτο σε άλλα κονδύλια των άδηλων εισπράξεων και κατά κύριο λόγο στις αναλήψεις από καταθέσεις σε δραχμές μετατρέψιμες. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, σύμφωνα με έρευνα Άτυπης Ομάδας Εργασίας του ΕΟΤ, να υπεκτιμάται το συνάλλαγμα που εισέρχεται στη χώρα από τον τουρισμό. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, η σχέση μεταξύ του συναλλάγματος που πράγματι εισήρχετο και αυτού που στατιστικά κατεγράφετο ήταν 1,67. Με άλλα λόγια, το συνάλλαγμα που πράγματι εισήρχετο στη χώρα μας από τον τουρισμό ήταν 67% μεγαλύτερο σε σύγκριση με αυτό που κατεγράφετο.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις του ΙΤΕΠ, οι οποίες στηρίζονται σε στοιχεία άλλων ερευνών (Δ. Ψωϊνός, 1994 και Ινστιτούτο Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Ερευνών Ρόδου) που αναφέρονται στη μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών στη χώρα μας, καθώς και στη μέση ημερήσια δαπάνη ανά τουρίστα, για τα έτη 1993 και 1994, ανεβάζουν το πράγματι εισαχθέν τουριστικό συνάλλαγμα σε τριπλάσιο μέγεθος από αυτό που στατιστικώς κατεγράφετο. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με την έρευνα που ανατέθηκε από τον ΕΟΤ στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης το 1993, ο μέσος αριθμός διανυκτερεύσεων για αλλοδαπούς τουρίστες εκτιμάται σε 14,48, ενώ η ημερήσια κατά κεφαλή δαπάνη σε δρχ. 18.610 (ή 88,6\$). Σύμφωνα με το ΙΤΕΠ, με στατιστικό σφάλμα 10%, τόσο στην εκτίμηση της δαπάνης ανά τουρίστα όσο και στη μέση διάρκεια διαμονής, η «εισροή» συναλλάγματος, που συνεπάγονται αυτές οι παραδοχές για αφίξεις 9.200.000 κατά την περίοδο που αναφέρεται το δείγμα της μελέτης του Α.Π.Θ., πρέπει να ανέρχονται σε 9,9 δισ.\$ έναντι 3,3 της στατιστικώς καταγραφόμενης. Για το 1994, με βάση τις εκτιμήσεις του ΙΤΕΠ για μέση ημερήσια τουριστική δαπάνη 19.500 δρχ. (80,4\$) και μέσο αριθμό διανυκτερεύσεων 10 για 11.301,7 χιλ. αφίξεις, το μέγεθος του αποκτηθέντος τουριστικού συναλλάγματος ήταν της τάξεως των 9,1 δισ.\$ έναντι 3,9 δισ.\$ του στατιστικώς καταγραφέντος.

Τα παραπάνω φανερώνουν τη μεγάλη σημασία που έχει το τουριστικό συνάλλαγμα για το ισοζύγιο πληρωμών της χώρας μας, ανεξάρτητα από το γεγονός ότι δεν εμφανίζεται συγκεντρωμένο σε ένα λογαριασμό.

Συνεισφορά του Τουρισμού στο ΑΕΠ

Η υποεκτίμηση του συναλλάγματος που εισέρχεται στη χώρα μας οδηγεί και σε υποεκτίμηση της συμβολής του τουριστικού τομέα στο ακαθάριστο προϊόν της χώρας. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία, η συμβολή αυτή ανήλθε σε 14,5% του ΑΕΠ το 1998. Πρόσφατες όμως εκτιμήσεις οι οποίες στηρίζονται σε διαφορετικές μεθοδολογίες συμπίπτουν και εκτιμούν τη συμβολή του τουριστικού τομέα στο 18% του ΑΕΠ.

Σύμφωνα με την εκτίμηση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών, η οποία στηρίζεται στην κλασική μέθοδο κατάρτισης των εθνικών λογαριασμών, το μερίδιο του τουριστικού τομέα στο ελληνικό ΑΕΠ ανέρχεται σε 18,3% έναντι 14,1% που είναι το αντίστοιχο μερίδιο στην Ευρωπαϊκή Ένωση (v/ΤΤΟ, 1999). Στο ίδιο περίπου επίπεδο βρίσκεται και η εκτίμηση του ΙΤΕΠ, η οποία ακολούθησε την πολλαπλασιαστική διαδικασία προσδιορισμού του εισοδήματος (Παυλόπουλος, 1999). **(BB 15)**

Πίνακας 1.2		
11 Σημασία του Τουρισμού στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (1998)		
	Ελλάδα	Ευρωπαϊκή Ένωση
Συμβολή στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν	18,3%	14,1%
Συμβολή στην απασχόληση	16,3%	14,5%
Συμβολή στις επενδύσεις	22,3%	15,8%

Πηγή: WTTC, 1999

Επιδράσεις στην Απασχόληση

Μία αναπτυσσόμενη τουριστική βιομηχανία δημιουργεί, με άμεσο και έμμεσο τρόπο, νέες θέσεις εργασίας στην οικονομία:

- Αυξάνει άμεσα την απασχόληση στις επιχειρήσεις που προσφέρουν καταναλωτικές υπηρεσίες τουρισμού, όπως είναι οι αεροπορικές εταιρείες, τα ξενοδοχεία, οι επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων, κ.λπ.
- Αυξάνει έμμεσα την απασχόληση στους κλάδους που στηρίζουν ή προμηθεύουν τους παραπάνω κλάδους, όπως είναι η γεωργία, μεταποίηση, επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, χρηματοδοτικές επιχειρήσεις, κ.ά.
- Αυξάνει επίσης έμμεσα την απασχόληση στο δημόσιο τομέα στους τομείς που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες.

Η διεθνής εμπειρία έχει δείξει ότι τα μεγέθη της άμεσης και έμμεσης απασχόλησης που δημιουργούνται από την τουριστική βιομηχανία είναι περίπου τα ίδια, με ελαφρά μεγαλύτερο αυτό της έμμεσης απασχόλησης (WTTC, 1999). Σύμφωνα με έρευνα του Οργανισμού Τουρισμού του Καναδά, η ικανότητα του τουριστικού τομέα να δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας είναι 1,5 φορά μεγαλύτερη σε σύγκριση με την αντίστοιχη ικανότητα του συνόλου της οικονομίας (Παυλόπουλος, 1999).

Έρευνα του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) έδειξε ότι ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας για το τμήμα του εργατικού δυναμικού που αποτελεί το «σκληρό πυρήνα» της ανεργίας (νεαρά άτομα, γυναίκες, ανειδίκευτα άτομα, κ.λπ.) και ότι οι άνεργοι που απορροφούνται από τον τουρισμό προέρχονται κατά 70% από μη τουριστικά επαγγέλματα, γεγονός που δείχνει τη σημασία του τουρισμού ως τομέα απορρόφησης ανέργων (Παυλόπουλος, 1999).

Τις παραπάνω θέσεις έρχεται να επιβεβαιώσει η ελληνική εμπειρία. Ο ελληνικός τουρισμός, όπως σημειώνεται σε επόμενο τμήμα της μελέτης, αναπτύχθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό της τάξης του 3,6% την περίοδο 1989-1998. Η ανάπτυξη αυτή οδήγησε το μερίδιο του τουρισμού στη συνολική απασχόληση να ανέλθει σε 16,3% έναντι 14,1% στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το 1998 (WTTC, 1999). Πρόσφατη μελέτη, η οποία στηρίχθηκε στις ενδείξεις που παρέχουν οι κλαδικές παραγωγικότητες εργασίας, ανεβάζει το μερίδιο της απασχόλησης του τουριστικού τομέα στη συνολική

απασχόληση της οικονομίας στο 18,3% το 1994 (Παυλόπουλος, 1999). Πιο συγκεκριμένα, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις απασχολούν συνολικά 97.000 άτομα, στα ενοικιαζόμενα δωμάτια απασχολούνται περίπου 40.000 άτομα, το εξω-ξενοδοχειακό τμήμα της ελληνικής τουριστικής αγοράς απασχολεί 301,000 άτομα, ενώ στους αμέσως συνδεόμενους κλάδους με τον τουρισμό απασχολούνται 463.000 άτομα. Συνυπολογίζοντας λοιπόν και τις έμμεσες επιπτώσεις που έχει ο τουρισμός σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, ο αριθμός των απασχολουμένων, άμεσα και έμμεσα, ανέρχεται σε 695.000 άτομα. Είναι φανερό λοιπόν η σημασία του τουριστικού τομέα ως δημιουργού νέων θέσεων εργασίας αν ληφθεί υπόψη το υψηλό ποσοστό ανεργίας που επικρατεί στη χώρα μας, αλλά και οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις που πραγματοποιούνται οι οποίες θα κάνουν το θέμα της ανεργίας οξύτερο.

Ένα άλλο θέμα που επίσης πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα είναι η έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουρισμό και οι συνέπειες που έχει αυτή στην απασχόληση του κλάδου. Η άμβλυνση του προβλήματος αυτού θα συμβάλει στην επίτευξη υψηλότερων ρυθμών ανάπτυξης του κλάδου και συνεπώς μεγαλύτερα οφέλη για ολόκληρη την οικονομία. Είναι ενδεικτικό της σημασίας αυτού του προβλήματος το γεγονός ότι με βάση το χρόνο λειτουργίας των διαφόρων κατηγοριών καταλυμάτων, αλλά και τα άλλα χαρακτηριστικά τους (μέγεθος, περιοχή, κ.λπ.) υπολογίζεται ότι μόνο το 35% των απασχολουμένων σε αυτά εργάζεται σε ετήσια βάση, το 40% από έξι ως οκτώ μήνες και το υπόλοιπο 25% τρεις μήνες. (BB 15)

Επιπτώσεις στην Περιφερειακή Ανάπτυξη

Η διεθνής αλλά και η ελληνική εμπειρία έχει δείξει ότι οι περιφέρειες μίας χώρας που έχουν σημειώσει αξιόλογη τουριστική ανάπτυξη έχουν πληγεί λιγότερο από την ανεργία (ΟΟΣΑ, 1996). Η διαπίστωση αυτή έχει ιδιαίτερη σημασία για τη χώρα μας όπου η γεωμορφολογία του ηπειρωτικού χώρου και ο νησιωτικός χαρακτήρας της κάνουν δύσκολη την ανάπτυξη του δευτερογενούς τομέα. Έτσι η τουριστική ανάπτυξη, κυρίως των νησιωτικών και παραθαλασσιών περιοχών της χώρας, αποτέλεσε τη μοναδική πηγή οικονομικής ανάπτυξης και συνέβαλε στη συγκράτηση του πληθυσμού, αλλά και στη δραστηριοποίηση παραγωγικών μονάδων που δρουν συμπληρωματικά με τον τουρισμό.

Πρόσφατη μελέτη που έγινε στη χώρα μας έδειξε ότι η τουριστική ανάπτυξη που σημειώθηκε ήταν ο κύριος παράγοντας που προώθησε την οικονομική ανάπτυξη, συγκράτησε τον πληθυσμό στην περιφέρειά και το ποσοστό ανεργίας σε χαμηλό επίπεδο σε ένα μεγάλο αριθμό περιφερειών της χώρας (Παυλόπουλος-Κουζέλης, 1999). Η μελέτη καταλήγει στο συμπέρασμα ότι χωρίς αμφιβολία υπάρχει στενή αιτιώδης σχέση μεταξύ τουριστικής ανάπτυξης και οικονομικής ανάπτυξης, πληθυσμιακής εξέλιξης και ανεργίας. Ο συντελεστής συσχέτισης μεταξύ τουριστικής και οικονομικής ανάπτυξης είναι της τάξης του 95%, ενώ μεταξύ τουριστικής ανάπτυξης και πληθυσμιακής εξέλιξης και ανεργίας είναι 65%.(BB 18)

Σύνοψη και Συμπεράσματα

Ο τουρισμός κατατάσσεται σήμερα διεθνώς μεταξύ των πλέον -σημαντικών βιομηχανιών με ταχείς ρυθμούς αύξησης του κύκλου εργασιών του και με σημαντική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη, σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, στην απασχόληση και στις συναλλαγματικές εισπράξεις. Μεταξύ των συντελεστών που συνέβαλαν στη γρήγορη ανάπτυξη του τουρισμού περιλαμβάνονται η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, η μείωση του χρόνου και του κόστους του ταξιδιού, η διεθνοποίηση των αγορών, οι εξελίξεις στην τεχνολογία, κ.ά.

Σύμφωνα με όλες τις εκτιμήσεις ο τουρισμός θα συνεχίσει και στον νέο αιώνα να αναπτύσσεται δυναμικά παρά τις περιοδικές υφέσεις, πολιτικές αναταραχές, πολέμους, κ.λπ., που σημειώνονται. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει ότι οι διεθνείς αφίξεις από 668 εκατ. το 2000 θα ανέλθουν στα 1,6 δισ. το 2020.

Ο σημερινός τουρίστας έχει έντονη την επιθυμία να συμμετέχει ενεργά σε όλες τις δραστηριότητες κατά τη διάρκεια μίας επίσκεψης σε έναν προορισμό, αναζητεί νέους προορισμούς και νέες μορφές τουρισμού, δεν περιορίζεται σε ένα μόνο ταξίδι το χρόνο, πραγματοποιεί περισσότερα, αλλά μικρότερης διάρκειας, μέσα στο χρόνο, είναι πιο ενημερωμένος, περιβαλλοντικά πιο ευαίσθητος και έχει περισσότερες απαιτήσεις.

Ο τουρισμός είναι η πιο σημαντική βιομηχανία για την ελληνική οικονομία, το μερίδιο του στο ΑΕΠ είναι υψηλότερο από 18%, η συμμετοχή του στη συνολική απασχόληση ανέρχεται στο 16% περίπου, και είναι ο πλέον συναλλαγματοφόρος κλάδος της ελληνικής οικονομίας.

Ο τουριστικός τομέας και το ισοζύγιο πληρωμών

Το ισοζύγιο πληρωμών είναι ένας λογαριασμός στατιστικών εγγραφών όλων των πραγματοποιούμενων συναλλαγών μεταξύ των κατοίκων μίας χώρας με τον υπόλοιπο κόσμο. Ο κύριος λογιστικός κανόνας που το καθορίζει συνίσταται στην πιστωτική εγγραφή κάθε συναλλαγής που έχει ως αποτέλεσμα έσοδα προερχόμενα από τον υπόλοιπο κόσμο και στη χρεωστική εγγραφή κάθε συναλλαγής που επιφέρει πληρωμές στον υπόλοιπο κόσμο. Το ισοζύγιο πληρωμών καταγράφει ουσιαστικά τις χρηματικές ροές που αντιπροσωπεύουν οι πραγματικές ροές των εμπορευμάτων και των υπηρεσιών.

Ο τουρισμός θεωρείται ένας εξαγωγικός τομέας ο οποίος μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών, εφόσον ο διεθνής τουρισμός αντιπροσωπεύει μία κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών εκτός της χώρας προέλευσης των τουριστών. Σύμφωνα με τον Samuelson η εξαγωγική δραστηριότητα του τουριστικού τομέα συνίσταται στην πώληση αγαθών και υπηρεσιών στους διεθνείς τουρίστες από τους κατοίκους της χώρας υποδοχής. Ο Anderlia υπογραμμίζει ότι ο τουρισμός είναι ένα από τα σημαντικότερα τμήματα του ισοζυγίου πληρωμών, το οποίο υφίσταται πολλές αμφισβητήσεις.

Στην πίστωση του λογαριασμού "ταξίδια", όπως απεικονίζεται ο τουρισμός στο ισοζύγιο πληρωμών τύπου Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, καταχωρούνται οι δαπάνες των διεθνών τουριστών οι οποίες προορίζονται για την αγορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Αντίστοιχα, στη χρέωση καταγράφονται οι δαπάνες για αγαθά και υπηρεσίες των κατοίκων μίας χώρας που βρίσκονται σε ταξίδι στο εξωτερικό. Το καθαρό αποτέλεσμα των πιστωτικών και των χρεωστικών λογαριασμών αντιπροσωπεύει ουσιαστικά τη διαφορά μεταξύ δύο μεικτών μεγεθών. Επομένως, δε θεωρείται ρεαλιστική η ακολουθούμενη προσέγγιση, δηλαδή η εκτίμηση του τουριστικού τομέα βάσει του χρεωστικού ή του πιστωτικού υπολοίπου του λογαριασμού "ταξίδια".

Ο υπολογισμός των καθαρών τουριστικών συναλλαγματικών εισπράξεων θα έδινε τελείως διαφορετικά αποτελέσματα, γιατί αυτές δεν αφορούν στις εκροές συναλλάγματος που οφείλονται στις δαπάνες των κατοίκων μίας χώρας που συμμετέχουν στις διεθνείς τουριστικές μετακινήσεις, αλλά στις συναλλαγματικές δαπάνες που απαιτούνται για να επιτευχθούν οι μεικτές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις. Αυτή η κατηγορία συναλλαγματικών δαπανών καταχωρίζεται στις

χρεώσεις του ισοζυγίου πληρωμών μέσω διαφόρων άλλων στηλών, εκτός εκείνης που αφορά στα "ταξίδια".

Ο διεθνής τουρισμός δημιουργεί μία σειρά συναλλαγών που αφορούν στο λογαριασμό των τρεχουσών συναλλαγών, καθώς και στο λογαριασμό κινήσεως κεφαλαίου. Όμως, αυτές οι συναλλαγές απεικονίζονται με μη ευκρινή τρόπο στο ισοζύγιο πληρωμών. Οι τουριστικές συναλλαγές επηρεάζουν και άλλες κατηγορίες του ισοζυγίου πληρωμών. Αυτές είναι:

Τα εμπορεύματα

Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει στη χρέωση όλα τα προϊόντα (καταναλωτικά αγαθά, εξοπλισμοί) που εισάγονται από το εξωτερικό σε μία χώρα και αποσκοπούν στην ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης. Όπως αναφέραμε και προηγουμένως, η μερική ή ολική αντικατάσταση τους με προϊόντα της χώρας υποδοχής σχετίζεται άμεσα με την αναπτυξιακή και τουριστική πολιτική της χώρας.

Στην πίστωση περιλαμβάνονται όλα τα προϊόντα που πωλούνται στους τουρίστες (είδη διατροφής, είδη χειροτεχνίας, είδη λαϊκής τέχνης κ.λπ.). Αυτή η κατηγορία των αγορών από τους τουρίστες μπορεί να εκτιμηθεί με τη βοήθεια της ανάλυσης των δαπανών των τουριστών και των πραγματοποιούμενων πωλήσεων από τα συγκεκριμένα καταστήματα.

Οι υπηρεσίες

Συνήθως οι τουριστικές εισπράξεις και οι τουριστικές δαπάνες καταχωρίζονται στην κατηγορία "ταξίδια". Όμως οι υπηρεσίες, εκτός των ταξιδιών, συμπεριλαμβάνουν επίσης τις μεταφορές, τα εισοδήματα που προέρχονται από την εργασία και το κεφάλαιο.

Η κατηγορία "ταξίδια"

Αυτή περιλαμβάνει, στην πίστωση, τις δαπάνες των διεθνών τουριστών στη χώρα υποδοχής και, στη χρέωση, τις δαπάνες των κατοίκων της στο εξωτερικό. Αυτές οι δαπάνες δεν περιλαμβάνουν το μεταφορικό κόστος των διεθνών μετακινήσεων, αλλά τις δαπάνες για το κατάλυμα, την οίνοποτοτροφοδοσία, την αναψυχή και τις μετακινήσεις στο εσωτερικό της χώρας υποδοχής.

Η κατηγορία "μεταφορές"

Οι δαπάνες μεταφοράς των διεθνών τουριστών (ημεδαποί, αλλοδαποί) από τη χώρα προέλευσης τους στη χώρα υποδοχής υπολογίζονται συνήθως στο λογαριασμό "μεταφορές" (εθνικές, διεθνείς). Το καθαρό αποτέλεσμα των μεταφορών θα πρέπει να προστεθεί στο λογαριασμό "ταξίδια", που αντιπροσωπεύει τις εισπράξεις και τις δαπάνες του διεθνούς τουρισμού.

Τα εισοδήματα της εργασίας

Η τουριστική δραστηριότητα, τουλάχιστον στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης της, έχει ανάγκη από ειδικευμένο προσωπικό κυρίως στις υπανάπτυκτες και αναπτυσσόμενες χώρες. Η ανάγκη ύπαρξης ειδικευμένων στελεχών συνεχίζεται και σε μεταγενέστερα στάδια, μέσω της λειτουργίας πολυεθνικών επιχειρήσεων κάθετης ή οριζόντιας συγκέντρωσης. Αυτές οι ανάγκες προκαλούν σημαντικές συναλλαγματικές δαπάνες, οι οποίες καταγράφονται στη χρέωση του ισοζυγίου.

Τα εισοδήματα του κεφαλαίου

Αυτά αφορούν στα εισοδήματα που προέρχονται από το δανεισμό κεφαλαίων από το εξωτερικό (τόκοι) ή τις ξένες επενδύσεις στη χώρα υποδοχής. Η χώρα υποδοχής θα πρέπει να χρεώνει τις αποδόσεις των κεφαλαίων σε συνάλλαγμα, οποιαδήποτε και αν είναι η μορφή τους. Δεδομένου του διεθνούς ανταγωνισμού που υπάρχει στον τουριστικό τομέα, είναι συχνά δύσκολο στις χώρες υποδοχής να θέσουν μία σειρά περιοριστικών όρων που να επηρεάζουν αρνητικά τον επαναπατρισμό των επενδυόμενων κεφαλαίων.

Οι κινήσεις κεφαλαίων

Οι κινήσεις κεφαλαίων σχετίζονται με τη χρηματοδότηση της τουριστικής υποδομής και ανωδομή των χωρών υποδοχής των τουριστών. Στο ισοζύγιο πληρωμών εμπεριέχονται στις πιστώσεις, γιατί πρόκειται για συναλλαγματικές εισροές οι οποίες θα χρηματοδοτήσουν στη συνέχεια τα έργα της τουριστικής υποδομής και ανωδομή. Οι επιπτώσεις τους χαρακτηρίζονται μακράς διάρκειας όσον αφορά στον πιστωτικό και χρεωστικό τους χαρακτήρα στο ισοζύγιο πληρωμών, αφού

βασική τους προϋπόθεση είναι η μεταγενέστερη περιοδική επιστροφή των δανεισθέντων κεφαλαίων.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι ο λογαριασμός "ταξίδια" αποτελεί μία παραδοσιακή πλέον προσέγγιση της οικονομικής ανάλυσης του τουρισμού και δεν απεικονίζει παρά μόνο μερικώς τις χρηματικές ροές που δημιουργεί.

Σε μία μελέτη του, ο Π.Ο.Τ αναφέρει: "Στην πίστωση δεν επαρκεί να εκτιμήσουμε μόνο τις δαπάνες των ξένων επισκεπτών κατά τη διάρκεια της παραμονής τους εντός της χώρας, θα πρέπει να συμπεριλάβουμε τις δαπάνες μεταφοράς, τουλάχιστον όταν αυτές αφορούν μία εθνική εταιρεία. Επιπλέον, είναι απαραίτητο να υπολογίσουμε τις δαπάνες των εμπορευμάτων. Είναι αλήθεια ότι μία εκτίμηση των εμπορευμάτων είναι πολύ δύσκολη, αλλά σε κάθε περίπτωση θα πρέπει τουλάχιστον να την αναφέρουμε. Στη χρέωση είναι απαραίτητο να μην περιοριστούμε στις δαπάνες των ημεδαπών τουριστών στο εξωτερικό. Θα πρέπει να υπολογιστούν φυσικά τα έξοδα μεταφοράς όταν οι τουρίστες μετακινούνται με ξένες εταιρείες. Πρέπει επίσης να συμπεριληφθεί στο τουριστικό ισοζύγιο το σύνολο των δαπανών που οφείλονται στην παραμονή των τουριστών και επηρεάζονται από το βαθμό ανάπτυξης του τουρισμού στη χώρα υποδοχής. Πρέπει επίσης να υπολογιστούν τα εισοδήματα του απασχολούμενου αλλοδαπού προσωπικού που μεταφέρονται στο εξωτερικό. Τέλος, αρμόζει να μην παραληφθεί ο επαναπατρισμός των εισοδημάτων του κεφαλαίου".

Κατόπιν τούτου, υπογραμμίστηκε στα κράτη-μέλη του Π.Ο.Τ. η ανάγκη του να επιδιωχθεί η εφαρμογή, από το καθένα για λογαριασμό του, ενός πλήρους τουριστικού ισοζυγίου, το οποίο θα περιλάμβανε στην πίστωση και στη χρέωση το σύνολο των τουριστικών συναλλαγών. **(BB 8)**

Αναπτυξιακές Προτεραιότητες

Εισαγωγή

Η εξασφάλιση συνθηκών ικανοποιητικής μακροπροθέσμου αναπτύξεως σε συνθήκες διατηρήσεως της δυναμικής των παραγόντων ανάπτυξεως αποτελεί πρώτιστο μέλημα της οικονομικής πολιτικής. Επομένως, ο προσανατολισμός της οικονομικής πολιτικής, αλλά και οι επιλογές της ιδιωτικής πρωτοβουλίας οφείλουν να υποτάσσονται στις υποδείξεις των παραγόντων που αιτιάζουν διατηρήσιμη μακροπρόθεσμη αναπτυξιακή πορεία. Πρόκειται, βασικώς, για δύο κρίσιμης σημασίας επιλογές που αφορούν αφ' ενός στους ρόλους της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και του κράτους στην οικονομική ζωή και αφ' ετέρου στην επιλογή των κλάδων παραγωγής, στους οποίους εκτιμάται ότι είναι ρεαλιστικό να ανατεθεί ρόλος συρμού για την επί το αυτό κινητοποίηση των παραγωγικών δυνάμεων - εργασίας, κεφαλαίου και φυσικών πόρων.

Καθ' όσον αφορά στο πρώτο ζήτημα, η συσσωρευμένη εμπειρία, αλλά και επιχειρηματολογία δεν αφήνουν περιθώρια για εναλλακτική επιλογή. Η ιδιωτική πρωτοβουλία, ως δύναμη κρούσεως, αποτελεί αναπόφευκτο μονόδρομο σ' ένα περιβάλλον πολιτικής, στο οποίο η αποτελεσματική διαχείριση των οικονομικών πόρων βαρύνει πολύ ως κριτήριο επιλογής στο οικονομικό γίγνεσθαι. Η κλαδική επιλογή αποτελεί δυσχερές εγχείρημα, ιδίως στην σύγχρονη τεχνολογική πραγματικότητα, η οποία μεταβάλλει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των επιμέρους χωρών και περιοχών κατά μη επαρκώς προβλεπτό τρόπο.

Ωστόσο, υπάρχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα, τα οποία είναι, κατά κάποιο τρόπο, τεχνολογικώς ουδέτερα, υπό την έννοια ότι έχουν προσδιορισθεί από την Δημιουργία αφενός και από την Ιστορία αφετέρου, και τα πλεονεκτήματα αυτά είναι διατηρήσιμα ή εν πάση περιπτώσει το διατηρήσιμο αυτών είναι αποκλειστικώς εγχώριος προσδιοριζόμενο. Στην περίπτωση της Ελλάδος, τέτοια συγκριτικά πλεονεκτήματα είναι οι ακτές, η ηλιοφάνεια, το ήμερο και γλυκό κλίμα, το πλήθος των νησιών και η αφάνταστη ποικιλία που παρέχουν για αναψυχή, οι αρχαιότητες, προκλασική αρχαιότητα, κλασική αρχαιότητα, ελληνιστική χρόνοι, βυζαντινή

περίοδος κ.ο.κ. Για άλλες χώρες συγκριτικά πλεονεκτήματα, σχετικώς απρόσβλητα από τις τεχνολογικές εξελίξεις, μπορεί να είναι ο υπόγειος πλούτος, κ.τ.λ.

Στα πλαίσια του διεθνούς καταμερισμού της εργασίας ο ασφαλέστερος δρόμος για οικονομίες με μεγάλη εξάρτηση από το διεθνές εμπόριο, όπως είναι η Ελλάδα, είναι ο έμμενος προσανατολισμός στην παραγωγή προϊόντων ελαστικής εισοδηματικής ζήτησεως, η εγχώρια προσφορά των οποίων προσδιορίζεται από παράγοντες, η ισχύς των οποίων δεν αλλάζει μακροπροθέσμως ή αλλάζει ηπιώς μόνον, για τους λόγους που ανεφέρθησαν ανωτέρω. Οι μεταβολές στην τεχνολογία, υπό ευρύτατη έννοια, δεν επηρεάζουν ούτε την ζήτηση του συγκεκριμένου προϊόντος -λόγω της μοναδικότητας του -αλλού ούτε εναλλακτική προσφορά δημιουργούν. Τα χαρακτηριστικά αυτά ο τομέας του τουρισμού δεν τα διαμοιράζεται με κανένα άλλο κλάδο παραγωγής, υπάρχοντα ή δυνητικό, στην χώρα μας.

Δυστυχώς, στη χώρα μας, όπως και σε πολλές άλλες χώρες, η επί δεκαετίες ασκηθείσα πολιτική οικονομικής αναπτύξεως ήταν διαποτισμένη από παρωχημένες αντιλήψεις περί εκβιομηχάνισε ως αντιλήψεις οι οποίες-δεν είχαν πολύ καλές σχέσεις με την οικονομική λογική. Πρόκειται για ένα είδος βιομηχανικού φετιχισμού, ο οποίος αντανάκλα μια αντίληψη (ίσως δε και ιδεολογική προκατάληψη) περί ιδιοτήτων της αναπτύξεως της βιομηχανίας που κατά μαγικό τρόπο εξασφαλίζουν την καθόλου οικονομική ανάπτυξη.

Στην σύγχρονη κοινωνία του αυξανόμενου πλήθους των αγαθών και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις ανάγκες του ανθρώπου τις, επίσης, αυξανόμενες σε αριθμό ανάγκες και του έντονου διεθνούς ανταγωνισμού έχει μικρή σημασία τι παράγει μια κοινωνία. Η ιεράρχηση των αναγκών, από άποψη σπουδαιότητας για την ζωή του ανθρώπου, δεν σημαίνει αναγκαίως και αντίστοιχη ιεράρχηση των κλάδων παραγωγής από άποψη προτεραιότητας. Αυτό που έχει σημασία είναι το παραγόμενο προϊόν να αξιολογείται ως κατάλληλο από τους καταναλωτές και να αγοράζεται απ' αυτούς. Να παράγεται δηλ. το προϊόν, το οποιοδήποτε προϊόν, ανεξαρτήτως της σπουδαιότητας της ανάγκης την οποία ικανοποιεί, σε ποιότητα και κόστος ανταγωνιστικά στην αγορά, εγχώρια και ξένη. Η οικονομική σπουδαιότητα μιας οικονομικής δραστηριότητας δεν προσδιορίζεται από την φύση του προϊόντος που παράγει ή από την ανάγκη που ικανοποιεί προσδιορίζεται από την αξιολόγηση του προϊόντος στην αγορά, δηλ. από την στάση των δυνητικών αγοραστών απέναντι στο προϊόν. **(BB 13)**

Η Σχετική Ποσοτική Σημασία τον Τουριστικού Τομέα

Κατά την τελευταία δεκαετία άρχισε να συνειδητοποιείται τόσο σε πολιτικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο κοινωνίας, γενικότερα, η σπουδαιότητα του τουρισμού για την μελλοντική οικονομική ανάπτυξη και την δημιουργία διεξόδου στο επιδεινούμενο πρόβλημα της ανεργίας τόσο στην Ευρώπη όσο και σε άλλες περιοχές της γης. Η συνειδητοποίηση αυτή οδήγησε στην απόφαση τόσο στα πλαίσια του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού όσο και του ΟΟΣΑ και της Ευρωπαϊκής Ενώσεως, όπως αναληφθεί προσπάθεια μετρήσεως της συμβολής, αμέσου και εμμέσου, του τουριστικού τομέα στην δημιουργία του ΑΕΠ και στο μέγεθος της απασχολήσεως. Η κατασκευή και καθιέρωση δορυφορικών λογαριασμών για τον τουρισμό, με βάση τα αυστηρά κριτήρια καταρτίσεως των εθνικών λογαριασμών, θα παρείχε εν προκειμένω την αξιόπιστη και ολοκληρωμένη για τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Οι πληροφορίες των δορυφορικών λογαριασμών έχουν σχεδιασθεί ώστε να περιλαμβάνουν το σύνολο της δραστηριότητας που συνδέεται με τον τουρισμό. Το κριτήριο που εφαρμόστηκε στην πρώτη προσπάθεια καταρτίσεως δορυφορικών λογαριασμών για τον τουρισμό είναι απλό. Ένας κλάδος παραγωγής θεωρείται ότι έχει το χαρακτηριστικό του τουρισμού αν σε περίπτωση ανυπαρξίας «τουρισμού», ο εν λόγω κλάδος θα εξαφανιζόταν ή θα περιοριζόταν δραστικά η δραστηριότητα του. Η ανάγκη αυτή ορισμού του «τουριστικού κλάδου» οφείλεται στο γεγονός ότι το χαρακτηριστικό του κλάδου τουρισμός δεν προέρχεται από τον παραγωγό αλλά από τον αγοραστή. Είναι ο αγοραστής, το χαρακτηριστικό του αγοραστή, που προσδίδει το διακριτικό χαρακτηριστικό στο προϊόν, στον κλάδο.

Με βάση τα ανωτέρω, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών (ΝΥΤΤΟ) σε συνεργασία με την Ε.Ρ.Α. (Εταιρεία Παροχής Οικονομικής Πληροφορήσεως και Συμβουλών), χρησιμοποιούν δύο έννοιες στην προσπάθεια τους να προσεγγίσουν στατιστικώς το πρόβλημα μετρήσεως του τουριστικού προϊόντος.

(α) Την έννοια του τουριστικού κλάδου, ο οποίος περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που παράγουν αγαθά και υπηρεσίες αμέσως συνδεδεμένα με τους επισκέπτες-τουρίστες. Τέτοιες δραστηριότητες είναι τα ξενοδοχεία και τα προς αυτά εξομοιούμενα καταλύματα, τα γραφεία ταξιδιών πάσης φύσεως, ορισμένοι κλάδοι μεταφορών, κέντρα πληροφορήσεως τουριστών, κλάδοι παραγωγής αναμνηστικών κλπ.

(β) Την έννοια της τουριστικής οικονομίας, μια πολύ ευρύτερη έννοια, στην οποία υπάγονται τόσο τα αγαθά και υπηρεσίες που συνδέονται άμεσα με τον τουρίστα, όσο και παραγωγικές δραστηριότητες που εξαρτώνται σε υψηλό βαθμό, ακόμη και για την ύπαρξη τους, από την τουριστική δαπάνη (εστιατόρια, μπαρ, ορισμένοι κλάδοι μεταφορών κ.ο.κ.). Στα ανωτέρω πρέπει να προστεθούν και οι συναφείς πολλαπλασιαστικές επιδράσεις της τουριστικής δαπάνης.

Επισημαίνεται ότι η σημειωθείσα πρόοδος στην προσέγγιση μετρήσεως του μεγέθους του τουριστικού τομέα και, επομένως, στην συμβολής του τουρισμού στην διαμόρφωση και δυναμική διαμορφώσεως του ΑΕΠ, δεν είναι γνωστό ποίου βαθμού στατιστικής αξιοπιστίας τυγχάνει¹ δεν είναι γνωστό το μέγεθος του στατιστικού σφάλματος. Επίσης, δεν προκύπτει σαφώς από τα πρώτα δημοσιευθέντα ευρήματα το εννοιολογικό περιεχόμενο των κονδυλίων που περιλαμβάνονται στον δορυφορικό λογαριασμό του Ακαθάριστου Τουριστικού Προϊόντος.

Ο Πίνακας που έχει δημοσιευθεί αντιστοιχεί στον Πίνακα των Εθνικών Λογαριασμών που διαλαμβάνει τα συνθετικά μέρη της συνολικής ζήτησεως αγαθών και υπηρεσιών αφ' ενός, και της συνολικής προσφοράς, αφ' ετέρου. Ο Πίνακας δίνεται στην ακόλουθη μορφή:

Διαθέσιμα Τουριστικά Αγαθά και Υπηρεσίες και Χρήσεις Αυτών	
Έτος 1998	
1. Προσωπική Κατανάλωση	X
2. Επιχειρηματική Κατανάλωση	X
3. Κυβερνητικές Δαπάνες	X
4. Επενδύσεις	X
5. Εξαγωγές	X
6. Συνολική Τουριστική Ζήτηση	X
7. Τουριστικό ΑΕΠ (για το σύνολο της Οικονομίας)	X
7.1 Τουριστικό Κλαδικό ΑΕΠ	X
8. Εισαγωγές	X
9. Χυνολική Προσφορά Τουριστικών Υπηρεσιών	X
10. Συνολική Τουριστική Απασχόληση	X
10.1. Κλαδική Τουριστική Απασχόληση	X

Στον Πίνακα Α5.1 συνοψίζονται οι εκτιμήσεις για το ακαθάριστο προϊόν και την απασχόληση που έχουν πηγή την τουριστική οικονομία, για τις μείζονες περιοχές του κόσμου, ενώ στον Πίνακα Α5.2 δίνεται κατάταξη των χωρών με τα υψηλότερα ποσοστά συμμετοχής του τουριστικού ΑΕΠ και της τουριστικής απασχολήσεως στα αντίστοιχα συνολικά μεγέθη. (BB 19)

Πίνακας Α5.1				
Η Παγκόσμια Εγγώριο	Τουριστική Τουριστικό Προϊόν και Απασχόληση (εκτιμήσεις για το "	Οικονομία	999)	
	ΑΕΠ(Τ) (δισ. \$)	% επί του συνόλου	Απασχόληση (Τ) (σε εκατ.)	% επί του συνόλου
I. Σύνολο Κόσμου	3.549,9	11,7	192,3	8,2
II. Αμερική	1.289,5	11,1	33,8	9,6
- Β. Αμερική	,1.170,8	11,8	21,2	11,9
- Λ. Αμερική	90,0	5,6	8,9	6,0
- Καραϊβική	28,6	20,6	3,6	15,8
III. Ασία-Ειρηνικός	712,6	10,0	96,9	6,7
- Β.Α. Ασία	536,9	10,0	57,2	7,1
- Ν.Α. Ασία	81,4	10,6	15,3	7,3
- Ν. Ασία	26,5,	5,3	22,3	5,4
- Ωκεανία	67,8	14,7	2,1	16,0
IV. Αφρική	45,8	8,8	11,8	7,4
- Β. Αφρική	19,7	6,8	2,2	7,4
- Λοιπή Αφρική	26,2	11,2	9,6	7,4
V. Ευρώπη	1.460,8	14,0	47,8	13,2
-ΕΕ	1.262,7	14,1	22,1	14,5
- Λοιπή Δ. Ευρώπη	103,1	15,4	4,4	15,6
-Κεντρ. και Ανατ. Ευρώπη	95,0	11,1	21,3	11-7
VI. Μέση Ανατολή	41,3	7,3	2,0	6,1

Πηγή: WTTC, MARCH 1999.

Είναι πράγματι εντυπωσιακά τα μεγέθη ως σχετικές ποσότητες, τόσο για το σύνολο της παγκοσμίου οικονομίας όσο και τις επιμέρους περιοχές. Το 12% περίπου του παγκοσμίου εισοδήματος προκύπτει ότι παράγεται από την τουριστική δραστηριότητα, η οποία δημιουργεί αντιστοίχως θέσεις εργασίας για το 8,2% του συνολικώς απασχολουμένου εργατικού δυναμικού. Η Ευρώπη, που είναι και η τουριστικώς πλέον ανεπτυγμένη περιοχή του κόσμου πρωτοστατεί με τουριστικό προϊόν ίσο με το 14% του ΑΕΠ και τουριστική απασχόληση ίση με το 13,2% της συνολικής απασχολήσεως. Πρόκειται για μεγέθη, τα οποία ασφαλώς προΐδεάζουν για αναπτυξιακές δυνάμεις που μπορούν να αξιοποιηθούν ως συρμός για την διατήρηση ικανοποιητικού βαθμού αναπτύξεως στην εν λόγω περιοχή.

Στον Πίνακα Α5.2 καταγράφονται οι 20 σχετικώς μεγαλύτερες τουριστικώς χώρες με κριτήριο το σχετικό μέγεθος του τουριστικού προϊόντος.

Πίνακας Α5.1		
Οι 20 Χώρες με τα Υψηλότερα Ποσοστά Συμμετοχής του Τουριστικού ΑΕΠ και της Τουριστικής Απασχολήσεως στα Αντίστοιχα Συνολικά Μεγέθη		
	ΑΕΠ(Τ)/ΑΕΠ	Ε(Τα)/Ε
1. Ισπανία	22,7	24,3
2. Ιορδανία	22,5	18,7
3. Ισλανδία	21,8	21,6
4. Πορτογαλία	19,4	19,5
5. Ελλάδα	18,3	16,3
6. Αυστρία	17,3	17,2
7. Ν. Ζηλανδία	16,9	18,5
8. Κόστα Ρίκα	16,7	14,2
9. Ιρλανδία	16,5	18,8
10. Τουρκία	16,4	15,8
11. Ιταλία	16,1	18,4
12. Ελβετία	16,1	16,3
13. Φιλανδία	15,5	15,2
14. Γκάνα	15,4	15,1

15. Δανία	15,1	15,3
16. Γαλλία	14,8	14,7
17. Παραγουάη	14,7	13,9
18. Ταϊλάνδη	14,5	11,4
19. Τυνησία	13,9	12,2
20. Βέλγιο	13,8	14,2
Αστάθμητος ΜΟ	17,0	16,6

Σημείωση: Μικρά νησιά και περιοχές, όπως το Μακάο, δεν περιελήφθησαν στην κατάταξη. Υπάρχουν περί τα 20 τέτοια νησιά και περιοχές υπό ποικίλα καθεστώτα, με τουριστικό προϊόν που κυμαίνεται, μεταξύ 26% και 60% του ΑΕΠ. (Κυρίως στην περιοχή της Καραϊβικής).

Εν πρώτοις, παρατηρείται ότι από τις 20 χώρες με το σχετικώς μεγαλύτερο τουριστικό προϊόν (ως ποσοστό του ΑΕΠ) οι 15 προέρχονται από τον ευρωπαϊκό και μεσογειακό χώρο, 2 βρίσκονται στην Ν.Α./Ασία-Ειρηνικό, 2 στη Ν. Αμερική και μία στην Αφρική.

Δεύτερον, η Ισπανία διαθέτει το υψηλότερο ποσοστό τουριστικού ΑΕΠ (22,7%) καθώς και το υψηλότερο ποσοστό τουριστικής απασχολήσεως (24,3%), ενώ η Ελλάδα κατέχει την 5η θέση στην σχετική κατάταξη.

Τρίτον, η κατανομή των χωρών γύρω από τον μέσο όρο δεν είναι κανονική. Μόνο 6 από τις 20 χώρες έχουν ποσοστό τουριστικού ΑΕΠ μεγαλύτερο από τον μέσο όρο, ενώ βάσει της απασχολήσεως η κατανομή είναι πιο κανονική, με 8 χώρες πάνω από τον μέσο όρο και 2 συμπίπτουσες περίπου με τον μέσο όρο.

Τέταρτον, ο Πίνακας Α5.2 αποκαλύπτει ακόμη και ορισμένες πληροφορίες που ενδέχεται να σχετίζονται με την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος. Επειδή το τουριστικό προϊόν συντίθεται σε υψηλό ποσοστό από υπηρεσίες, ο σχετικός αριθμός των τουριστικώς απασχολούμενων σε σύγκριση με το σχετικό μέγεθος του τουριστικού προϊόντος θα μπορούσε να εκληφθεί ως ένδειξη για την σχετική μέση ποιότητα του τουριστικού προϊόντος. Είναι εν προκειμένω χαρακτηριστικό, ότι σε 5 μόνο από τις 20 χώρες το σχετικό ποσοστό της τουριστικής απασχολήσεως είναι μεγαλύτερο του σχετικού ποσοστού του τουριστικού προϊόντος και σε 8 τα ποσοστά συμπίπτουν. Η Ελλάδα, εν προκειμένω, είναι καλύτερη μόνο σε σύγκριση με την Ιορδανία και την Ταϊλάνδη. Αυτό, ίσως, οφείλεται εν μέρει στο γεγονός ότι το ήμισυ

περίπου των διαθεσίμων κλινών αντιστοιχεί σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, όπου η σχέση αριθμού απασχολουμένων ανά κλίνη είναι ιδιαίτερος χαμηλή.

Οι ενδείξεις από την μέχρι τώρα προσπάθεια οριοθέτησης του μεγέθους του τουριστικού τομέα παρέχουν πλέον σοβαρή βάση για επανεξέταση τον βαθμού εμφάσεως, σε παγκόσμιο επίπεδο, που πρέπει να δίδεται στα μέτρα κλαδικής οικονομικής πολιτικής για επανεξέταση της ιεραρχήσεως των κλάδων παραγωγής στις περισσότερες χώρες του κόσμου με κριτήριο το μέγεθος και, κυρίως, τον δυναμισμό ανάπτυξεως των διαφόρων κλάδων παραγωγής στα πλαίσια μιας προοδευτικώς απελευθερουμένης παγκοσμίου οικονομίας. **(BB 16)**

Το Μέγεθος του Τουριστικού Τομέα στην Ελλάδα

Καθ' ον χρόνο στο ΙΤΕΠ βρισκόταν σε τελική φάση μελέτη για εκτίμηση οικονομικών μεγεθών που συνδέονται άμεσα με την τουριστική δραστηριότητα, κατέστησαν διαθέσιμες οι σχετικές εκτιμήσεις του WTTC, οι οποίες συμπίπτουν, σχεδόν ταυτίζονται με τις εκτιμήσεις του ΙΤΕΠ. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι εκτιμήσεις του WTTC έγιναν με διαφορετική μεθοδολογική προσέγγιση (εθνικολογιστική). Η εκτίμηση του ΙΤΕΠ ακολούθησε την πολλαπλασιαστική διαδικασία προσδιορισμού του εισοδήματος (εξατομίκευση αυτονόμων δαπανών τουριστικού προσανατολισμού, επιλογή καταλλήλου απολλαπλασιαστού), ενώ η προσέγγιση του WTTC είναι η κλασική υπολογιστική προσέγγιση καταρτίσεως των Εθνικών Λογαριασμών.

Τα ποσοτικά αποτελέσματα του ερευνητικού εγχειρήματος είναι, πράγματι, άκρως αποκαλυπτικά και επιτρέπουν όχι απλώς απόκτηση ασφαλούς γνώσεως για την συγκριτική ποσοτική σπουδαιότητα του τουριστικού τομέα, αλλά, το και σημαντικότερο, συνειδητοποίηση των ευθυνών πολιτείας και αμέσως εμπλεκομένων στην σχετική παραγωγική διαδικασία. Οι αριθμοί που παρήχθησαν υπογραμμίζουν με έμφαση το μέγεθος της σπατάλης πολύτιμων οικονομικών πόρων, οι οποίοι διετέθησαν σε μια προσπάθεια στηρίξεως μη βιώσιμων μακροπροθέσμως οικονομικών δραστηριοτήτων υπογραμμίζουν με έμφαση την ανάγκη αναπροσανατολισμού της κλαδικής οικονομικής πολιτικής, η οποία ακόμη και

σήμερα είναι προσκολλημένη σε ιδεολογήματα και φαντασιώσεις φετιχιστικού τύπου περί εκβιομηχανίσεως και περί ιεραρχήσεως των κλάδων παραγωγής με βάση την "σπουδαιότητα" τους για την κοινωνία χωρίς καμία αναφορά στην οικονομική πραγματικότητα.

Εν συνάψει, τα σημαντικότερα ποσοτικά ευρήματα της υπό δημοσίευση μελέτης του ΙΤΕΠ είναι τα ακόλουθα:

- Η τουριστική οικονομία, δηλ. το σύνολο της προστιθέμενης αξίας που προσδιορίζεται αμέσως και εμμέσως από την τουριστική ζήτηση, κυμαίνεται σήμερα στο επίπεδο 18 - 20% του ΑΕΠ.

- Η αντίστοιχη απασχόληση ανέρχεται σε 690.000 άτομα,
- Το συνάλλαγμα που αποκτάται είναι της τάξεως των 9 δισ. δολαρίων,
- Έχει αποδειχθεί σε άλλη μελέτη ότι ο τουρισμός έχει προκαλέσει σχεδόν το σύνολο της βελτιώσεως της κατανομής του περιφερειακού εισοδήματος που συντελέστηκε κατά τα τελευταία 20-30 έτη.

- Το τουριστικό συνάλλαγμα είναι 2,5 φορές μεγαλύτερο από το συνάλλαγμα από τις βιομηχανικές εξαγωγές και 1,8 φορές μεγαλύτερο από το σύνολο των εξαγωγών.

- Το 1960 το τουριστικό ακαθάριστο προϊόν ήταν ίσο με το 3% του ΑΕΠ, σήμερα είναι κοντά στο 20%.

- Στην περίοδο 1980-97 ο τουρισμός συνεισέφερε κατά 53% στην αύξησ3η του ΑΕΠ, έναντι μόνον 4,6% της βιομηχανίας.

- Στην περίοδο 1980-97 η αύξηση της απασχολήσεως στην τουριστική οικονομία ήταν 87% έναντι 9,2% της συνολικής απασχολήσεως και έναντι μείωσης 15% στην μεταποίηση.

Ο τουρισμός έχει πάρει οριστικά τη σκυτάλη ως πρωταγωνιστής στην αναπτυξιακή διαδικασία, ως πρωταθλητής χωρίς ορατό αντίπαλο προς το παρόν. Η σημαντική αυτή διαπίστωση πρέπει να αφυπνίσει, επιτέλους, τους αρμοδίους φορείς, ιδιαιτέρως, αν γίνει αναφορά στο σοβαρό πλέον πρόβλημα της ανεργίας. Ο τουρισμός και εδώ πρωτοστατεί ακόμη και έναντι όλων των κλάδων των υπηρεσιών, διότι σε αντίθεση με αυτούς, έχει πεδίο αναφοράς τη μεγάλη και διευρυνόμενη διεθνή αγορά. Χωρίς καμία υπερβολή μπορεί να υποστηριχθεί ότι το βασικό εμπόδιο ταχείας και συνεχούς αναπτύξεως του τουριστικού τομέα είναι οι δυνατότητες προσφοράς των σχετικών ανθρωπογενών υπηρεσιών - υπηρεσιών ανταγωνιστικών σε τιμές και ποιότητα. Αυτό πρέπει να γίνει ευρύτερα αντιληπτό, ώστε όχι μόνον οι κρατικός

κατανεμόμενοι πόροι αλλά και ορισμένες θεσμικές δομές να προσαρμοσθούν στις ανάγκες της κοινωνίας, που πηγάζουν από τη δεσπόμενη θέση του τουρισμού στην οικονομία. **(BB 18)**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

Η τουριστική ανάπτυξη και σε τι αποβλέπει

Η οικονομική σημασία του τουρισμού και ο ρόλος που διαδραματίζει αυτός στην ανάπτυξη και πρόοδο των σύγχρονων κοινωνιών έχει γίνει πια κοινή συνείδηση στις πολιτικές εξουσίες των χωρών και κυρίως αυτών που πασχίζουν να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας (Διάγραμμα 4.1.) που τις μαστίζει. Γι' αυτό και καταβάλλεται σοβαρή προσπάθεια εκ μέρους τους να αναπτύξουν τον τόσο σημαντικό αυτόν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας τους και μάλιστα όσο το δυνατό δυναμικότερα και γρηγορότερα γίνεται. Πέρα από αυτό, όμως, τα αναπτυξιακά προβλήματα του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο απασχολούν σοβαρά και ορισμένους διεθνείς οργανισμούς, όπως για παράδειγμα ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) και ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Αναπτύξεως (Ο.Ο.Σ.Α.) και το σημαντικότερο απ' όλα να ευαισθητοποιούν την κοινή γνώμη, με αποτέλεσμα να δείχνει αυτή ολοένα και μεγαλύτερο ενδιαφέρον γι' αυτά.

Η συστηματική μελέτη των προβλημάτων της τουριστικής ανάπτυξης και η διερεύνηση των αρχών και κανόνων που τη διέπουν έχουν γίνει πια σήμερα μια επιτακτική αναγκαιότητα. Ιδιαίτερα στη σημερινή φάση της εξέλιξης του τουρισμού, η τάση αυτή γίνεται ολοένα και εντονότερη, μια και θεωρείται βέβαιο ότι οι πρόοδοι που σημειώνονται διεθνώς προς την κατεύθυνση αυτή θα οδηγήσουν σε μια ορθολογιστικότερη, αποτελεσματικότερη και επωφελέστερη αντιμετώπιση τους.

Η τουριστική ανάπτυξη με την πιο πλατειά έννοια του όρου σημαίνει σε γενικές γραμμές ανοδική εξέλιξη του τουρισμού, σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας μιας χώρας, που συντελείται βασικά με την πληρέστερη αξιοποίηση και ορθολογιστικότερη εκμετάλλευση των ανεπαρκών τουριστικών πόρων, με την αύξηση της τουριστικής παραγωγής και την ποιοτική βελτίωση της, μα πάνω απ' όλα με την προσαρμογή της στις ανάγκες η επιθυμίες των τουριστών, δηλαδή στην τουριστική ζήτηση.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει εντελώς ιδιαίτερα να τονιστεί η ποιοτική άποψη της τουριστικής ανάπτυξης και αυτό εξαιτίας του γεγονότος ότι συνδέεται άμεσα με διαρθρωτικές μεταβολές στην οικονομική δραστηριότητα του τουρισμού, αλλά παράλληλα και μια σειρά θεσμικών και οργανωτικών αλλαγών που πρέπει

απαραίτητα να τις συνοδεύουν ή και να προηγούνται αυτών χρονικά όταν και όπου κάτι τέτοιο κρίνεται σκόπιμο. Με άλλα λόγια η τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει μεταβολές διαρθρωτικής φύσης στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς επίσης σημαντικές αλλαγές και βελτιώσεις των θεσμών που αφορούν στην οργάνωση και λειτουργία της τουριστικής παραγωγής.

Ο στόχος ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας είναι συνήθως μεσοχρόνιος ή μακροχρόνιος και αυτό γιατί η επίτευξη του εξαρτάται από την αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας της. Κάτω από προϋποθέσεις είναι δυνατό να επιτευχθούν βελτιώσεις σε μια τουριστική οικονομία στο βραχυχρόνιο διάστημα, σε ό,τι αφορά στην ποσότητα του τουριστικού προϊόντος που παράγεται και την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ντόπιων και ξένων τουριστών, χωρίς όμως να μεταβληθούν οι ποσότητες των παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία. Οι οποιοσδήποτε βελτιώσεις προς αυτήν την κατεύθυνση δεν έχουν καμιά απολύτως σχέση με την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, παρά μόνο με την αύξηση της αποδοτικότητας των παραγωγικών της συντελεστών και κατ' επέκταση της αποδοτικότητας της τουριστικής οικονομίας.

Η διαφορά μεταξύ της βελτίωσης της αποδοτικότητας μιας τουριστικής οικονομίας και της ανάπτυξης της μπορεί να δειχτεί γραφικά με τη βοήθεια του διαγράμματος 4.2., που απεικονίζει την υποθετική καμπύλη της παραγωγικής δυνατότητας της ΠΠ σε μια ορισμένη χρονική περίοδο. Αν, λοιπόν, υποτεθεί για ευκολία, στην ανάλυση που ακολουθεί, ότι η τουριστική οικονομία για την οποία ο λόγος παράγει μόνο δυο κατηγορίες υπηρεσιών φιλοξενίας και συγκεκριμένα πέντε αστέρων και δυο αστέρων, η παραγωγική της δυνατότητα, δηλαδή η θέση του ορίου ΠΠ της υποθετικής καμπύλης της παραγωγικής της δυνατότητας, καθορίζεται από τους παραγωγικούς συντελεστές και την τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγική διαδικασία.

Αν σε ένα χρόνο, για οποιοδήποτε λόγο, η τουριστική οικονομία αυτή λειτουργεί με υποαπασχόληση, με ανειδίκευτο εργατικό δυναμικό, με κακή οργάνωση κλπ. Είναι φυσικό να μην μπορέσει να μεγιστοποιήσει την αποδοτικότητα της και σαν συνέπεια αυτού να παράγει μικρότερες ποσότητες υπηρεσιών φιλοξενίας από εκείνες που κανονικά θα της επέτρεπαν οι τουριστικοί της πόροι και η τεχνολογία που χρησιμοποιεί στην παραγωγική διαδικασία. Για παράδειγμα παράγει το συνδυασμό Α, ενώ κάτω από άλλες συνθήκες θα μπορούσε να παράγει το συνδυασμό Β ή Γ ή κάποιον άλλο από εκείνους που ορίζονται από την καμπύλη ΠΠ.

Η ορθολογιστική συμπεριφορά των μεμονωμένων τουριστικών μονάδων και η λήψη κατάλληλων μέτρων τουριστικής πολιτικής θα βοηθούσαν την τουριστική οικονομία αυτή να φύγει από το συνδυασμό Α των ποσοτήτων υπηρεσιών φιλοξενίας που παράγει και να φτάσει το όριο ΠΠ.

Αν πάλι για λόγους που θα εξεταστούν αμέσως πιο κάτω, αυξηθούν με το πέρασμα του χρόνου οι παραγωγικές δυνατότητες της τουριστικής οικονομίας για την οποία ο λόγος, η καμπύλη ΠΠ της παραγωγικής της δυνατότητας θα μετακινηθεί προς τα δεξιά, έστω στη θέση Π₁Π₁. Αυτή ακριβώς η αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας της τουριστικής οικονομίας και όχι απαραίτητα αυτή της πραγματικής παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας αντιπροσωπεύει την ανάπτυξη ή μεγέθυνση του κλάδου οικονομικής δραστηριότητας για τον οποίο ο λόγος: της του-ή οικονομίας.

Η αύξηση της συνολικής ποσότητας υπηρεσιών φιλοξενίας από τους πόρους και την τεχνολογία που έχει στη διάθεση της μια τουριστική οικονομία, δεν πρέπει να θεωρείται ότι έχει δυναμικό και μακροχρόνιο χαρακτήρα, αλλά αντίθετα στατικό και βραχυχρόνιο, επειδή δεν προϋποθέτει διαρθρωτικές μεταβολές στον παραγωγικό της μηχανισμό και θεσμικές αλλαγές που αφορούν στην οργάνωση και λειτουργία του μηχανισμού παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας. Από μικροτουριστικής άποψης, το θέμα εντοπίζεται κατά κύριο λόγο στη βελτίωση του τρόπου κατανομής των συντελεστών παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας μεταξύ των διαφόρων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, καθώς επίσης στη χρησιμοποίηση των σωστών αναλογιών τους στην παραγωγική διαδικασία. Από μακροτουριστικής άποψης πάλι, το κύριο θέμα εντοπίζεται στο πώς να προσαρμοστεί στο βραχυχρόνιο διάστημα η συνολική ζήτηση υπηρεσιών φιλοξενίας στο επίπεδο εκείνο, που θα εξασφαλίζει πλήρη απασχόληση της τουριστικής οικονομίας. Οι βραχυχρόνιες αυτές προσαρμογές θεωρείται ότι μπορούν να γίνουν χωρίς να χρειαστούν βασικές διαρθρωτικές μεταβολές στην τουριστική οικονομία, που στην πράξη μπορούν να αποδειχτούν χρήσιμες για την αύξηση της αποδοτικότητας της.

Αντίθετα, με όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, η διαδικασία που ακολουθείται στην αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας της τουριστικής οικονομίας θεωρείται ότι έχει χαρακτήρα δυναμικό και μακροχρόνιο. Έτσι, λοιπόν, για να αυξηθούν ουσιαστικά οι ποσότητες των συντελεστών παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας και να βελτιωθεί η τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγική τους διαδικασία, χρειάζονται συνήθως μακριά περιθώρια χρόνου και αναμονής, πολλές φορές δε και αλλαγές της συμπεριφοράς των μεμονωμένων μονάδων, που στο παράδειγμα που δόθηκε είναι

ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, της οργάνωσης της τουριστικής οικονομίας και της διάρθρωσης του παραγωγικού της μηχανισμού. Η διαδικασία αυτή είναι ουσιαστικά διαδικασία αύξησης της δυνατότητας συνολικής παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας πέντε αστέρων και δυο αστέρων και κατ' επέκταση της συνολικής προσφοράς τους στην τουριστική αγορά.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί, κατόπιν όσων εκτέθηκαν πιο πάνω, ότι η βραχυχρόνια διαδικασία βελτίωσης της αποδοτικότητας της τουριστικής οικονομίας κάθε άλλο παρά οποιαδήποτε σχέση έχει με τη μεσοχρόνια ή μακροχρόνια διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης. Αναμφίβολα η αποδοτικότερη λειτουργία της τουριστικής οικονομίας μπορεί χωρίς άλλο να δημιουργήσει τις απαραίτητες προϋποθέσεις που διευκολύνουν την τουριστική ανάπτυξη, όπως για παράδειγμα όταν αυξάνεται το τουριστικό εισόδημα, αυξάνονται οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται σε πάγια κεφάλαια και κεφαλαιουχικό εξοπλισμό .κλπ. και σαν συνέπεια αυτών αυξάνεται και η παραγωγική δυνατότητα της τουριστικής οικονομίας.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι όσο διαρκεί η ανάπτυξη μιας τουριστικής οικονομίας, η συνεχής αποδοτική λειτουργία του παραγωγικού της μηχανισμού της επιτρέπει να επιταχύνει το ρυθμό της ανάπτυξης της και αυτό γιατί αποφεύγεται η σπατάλη της μη χρησιμοποίησης ή της κακής χρησιμοποίησης μέρους των παραγωγικών της συντελεστών που, όπως είναι γνωστό, βρίσκονται λίγο-πολύ σε ανεπάρκεια. **(BB 10)**

Η δυναμική και οι ωφέλειες της τουριστικής ανάπτυξης

Ο τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις αναμφίβολα αποτελεί ένα σημαντικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, η σημασία του οποίου σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αμφισβητηθεί και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθεί. Γι' αυτό και οι πολιτικές ηγεσίες πολλών χωρών επιδιώκουν να τον αναπτύξουν, εντελώς δε ιδιαίτερα αυτών που για ίδιους ή διαφορετικούς λόγους δεν έχουν κατορθώσει ακόμα να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας που τις μαστίζει.

Προς αποφυγή δημιουργίας λαθεμένων εντυπώσεων κρίνεται σκόπιμο στο σημείο αυτό να διευκρινιστεί, ότι η τουριστική ανάπτυξη σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για την επίλυση των διαφόρων οικονομικών και

κοινωνικών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν πολλές χώρες και ιδιαίτερα οι αναπτυσσόμενες. Οποσδήποτε, όμως, μπορεί αυτή ανάλογα με την περίπτωση να συμβάλει στο μέτρο του εφικτού άλλοτε λιγότερο και άλλοτε πάλι περισσότερο στην επίλυση τους.

Η διεθνής πρακτική έχει αποδείξει ότι τα κράτη εκείνα που θέλουν αλλά και μπορούν να αναπτυχθούν τουριστικά, ωφελούνται κατά κανόνα πολλαπλά από την ανάπτυξη του τουρισμού και ειδικότερα του διεθνούς ενεργητικού τουρισμού επειδή αυτός:

- (α) Αποτελεί σημαντική συναλλαγματοφόρα πηγή, το δε συνάλλαγμα που εισρέει από αυτόν καλύπτει σε πολλές περιπτώσεις ένα μεγάλο ποσοστό του ανοίγματος του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών.
- (β) Συμβάλλει στην ανάπτυξη ή μεγέθυνση πολλών κλάδων οικονομικής δραστηριότητας, επειδή τα χρήματα που δαπανούν οι ξένοι και ντόπιοι τουρίστες διοχετεύονται μέσω τουριστικών και άλλων , επιχειρήσεων σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας για την αγορά διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών, με αποτέλεσμα να τονώνεται σημαντικά η εγχώρια παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.
- (γ) Δημιουργεί ικανοποιητικό αριθμό νέων θέσεων εργασίας, πλήρους και μερικής απασχόλησης, έστω και αν αυτές έχουν τις περισσότερες φορές εποχιακό χαρακτήρα και κυρίως τις δημιουργεί εκεί που άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, όπως π.χ. η βιομηχανία, η γεωργία κλπ., για λόγους που έχουν σχέση με εξωτερικές οικονομίες του τόπου ή της περιφέρειας που επιχειρείται η ανάπτυξη του, αδυνατούν να δημιουργήσουν.
- (δ) Αποφέρει έσοδα στους πληθυσμούς των περιοχών όπου αναπτύσσεται, ενώ παράλληλα συμβάλλει αποφασιστικά και στον περιορισμό του ανοίγματος της ψαλίδας που υπάρχει ανάμεσα στα εισοδήματα των κατοίκων των αστικών κέντρων και εκείνων της περιφέρειας.
- (ε) Διευκολύνει την εισροή χρημάτων στις περιοχές όπου αναπτύσσεται, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων κυκλοφορεί μέσα σε αυτούς, δημιουργώντας ένα πρόσθετο εισόδημα για τους μόνιμους κατοίκους τους, καθώς επίσης πρόσθετα έσοδα για την τοπική αυτοδιοίκηση και γενικότερα για το κράτος.
- (στ) Προκαλεί πολλαπλασιαστικές επιδράσεις, που εκδηλώνονται με μια σειρά συναλλακτικών πράξεων και προκαλούν ποσοτικά και ποιοτικά

αποτελέσματα, οι οποίες εκτός ότι διευρύνουν τον οικονομικό ρόλο του, διευρύνουν ταυτόχρονα και τον κύκλο των κοινωνικών ομάδων που επηρεάζονται από το τουριστικό φαινόμενο.

Ας σημειωθεί ότι οι θετικές επιδράσεις από την ανάπτυξη του τουρισμού, σε τοπικό περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο, μπορούν να γίνουν αισθητές μόνο όταν η επιχειρούμενη ανάπτυξη του πραγματοποιείται ορθολογιστικά, προγραμματισμένα και κυρίως με συνεχή και λεπτομερή έλεγχο σε κάθε διανυόμενη αναπτυξιακή φάση, πολύ περισσότερο δε όταν αυτή συνοδεύεται από παράλληλη προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης των τομέων της πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής, εφόσον βέβαια αυτή είναι εφικτή. Με αυτόν τον τρόπο περιορίζονται σημαντικά οι όποιες αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού. (BB 19)

Οι κυριότεροι δείκτες της τουριστικής ανάπτυξης

Αντικειμενικός σκοπός τόσο των αναπτυγμένων χωρών όσο και των αναπτυσσομένων είναι εφόσον πληρούν το μίνιμουμ των απαραίτητων προϋποθέσεων για την τουριστική τους ανάπτυξη, να την επιδιώξουν με κάθε τρόπο, προκειμένου να εκμεταλλευτούν όσο το δυνατό περισσότερο και καλύτερα γίνεται τα οικονομικά ωφέληματα που προσπορίζει αυτή. Το αν και κατά πόσο πετυχαίνεται ο σκοπός αυτός μπορεί να διαπιστωθεί σχετικά εύκολα από τις συνδυασμένες ενδείξεις ορισμένων δεικτών, οι σημαντικότεροι από τους οποίους αναλύονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

α. Του τουριστικού ισοζυγίου πληρωμών

Στο τουριστικό ισοζύγιο πληρωμών εκφράζονται συνήθως σε όρους απόλυτους ή σχετικούς τα έσοδα που διοχετεύονται στην οικονομία μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών από τους διεθνείς επισκέπτες (τουρίστες - εκδρομείς) και τις δαπάνες που πραγματοποιούνται από τους μόνιμους κατοίκους τους όταν αυτοί ταξιδεύουν στο εξωτερικό για τουριστικούς λόγους. Μια συνηθισμένη πλην όμως παραπλανητική, κατά κάποιον τρόπο, προσπάθεια εκτίμησης

της καθαρής συμβολής της τουριστικής ανάπτυξης στο τουριστικό ισοζύγιο πληρωμών είναι αυτή της παρουσίασης του καθαρού τουριστικού ισοζυγίου, που προκύπτει όταν αφαιρεθούν οι δαπάνες που πραγματοποιούν οι μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, όταν ταξιδεύουν στο εξωτερικό για τουριστικούς λόγους, από τα έσοδα που προήλθαν από δαπάνες που πραγματοποίησαν επισκέπτες της. Η συμβολή, όμως, του διεθνούς τουρισμού στο τουριστικό ισοζύγιο πληρωμών μπορεί να υπολογιστεί ακριβέστερα αν συσχετιστούν οι διάφορες δαπάνες που πραγματοποιούν σε μια χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών οι επισκέπτες της, με το κόστος που συνεπάγεται η παροχή τουριστικών υπηρεσιών που ικανοποιούν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Ας σημειωθεί ότι το κόστος για το οποίο ο λόγος μπορεί να πάρει διάφορες μορφές, όπως για παράδειγμα συναλλαγματικά κόστη που συνεπάγονται οι εισαγωγές προϊόντων που καταναλώνονται ή χρησιμοποιούνται από τους τουρίστες, η πραγματοποίηση επενδύσεων σε τουριστικές εγκαταστάσεις στο εξωτερικό με διάφορες μορφές κλπ.

Ο υπολογισμός αυτών των συναλλαγματικών εκροών, καθώς επίσης των καθαρών συναλλαγματικών κερδών του τουρισμού αποτελεί χωρίς άλλο δύσκολο μεν πλην όμως όχι και ακατόρθωτο έργο. Η έκταση των συναλλαγματικών εκροών και ο βαθμός στον οποίο τα εισαγόμενα προϊόντα που καταναλώνονται ή γίνεται χρήση τους από τους επισκέπτες μπορούν να παραχθούν και προσφερθούν σε αυτούς στη χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τους, ενδέχεται να διαφέρει σημαντικά. Αυτό, βασικά, μπορεί να εξαρτηθεί από διάφορους παράγοντες και συγκεκριμένα από το μέγεθος της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, την πολιτική εισαγωγών που εφαρμόζεται, τη δυνατότητα που υπάρχει η τουριστική προσφορά να συμβαδίζει με την τουριστική ζήτηση, τον τύπο της επιδιωκόμενης τουριστικής ανάπτυξης και τη διαδικασία που ακολουθείται προς το σκοπό αυτό, την κατηγορία των επισκεπτών της και τέλος τον τόπο της τουριστικής ανάπτυξης.

β. Των ευκαιριών απασχόλησης που δημιουργεί ο τουρισμός

Ο τουρισμός, όπως είναι γνωστό, αποτελεί μια βιομηχανία υπηρεσιών κατά κύριο λόγο και σαν τέτοια υποστηρίζεται από τους ειδικούς επιστήμονες ότι είναι περισσότερο έντασης εργασίας και λιγότερο έντασης κεφαλαίου. Επίσης αποτελεί έναν από τους κυριότερους παράγοντες για τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης

τόσο στην τουριστική βιομηχανία όσο και εκτός αυτής σε άλλους κλάδους και υποκλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Ένα άλλο πλεονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης είναι ότι αυτή μπορεί να δημιουργήσει θέσεις εργασίας φτηνότερα απ' ό,τι η ανάπτυξη άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας.

Ας σημειωθεί ότι μεταξύ των διαφόρων υποκλάδων οικονομικής δραστηριότητας του τουρισμού, αυτός της ξενοδοχίας είναι περισσότερο έντασης εργασίας απ' οποιοδήποτε άλλο. Πέρα από αυτό, όμως, διαφορές εντός αυτών των υποκλάδων της οικονομικής δραστηριότητας του τουρισμού μπορούν χωρίς άλλο να διαπιστωθούν. Έτσι, λοιπόν, στις μεγάλες πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες θα απαιτηθούν μεγαλύτερου ύψους επενδύσεις, ώστε να δημιουργηθούν περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης ανά δωμάτιο, αλλά η αναλογία κεφάλαιο - απασχόληση μπορεί στην περίπτωση για την οποία ο λόγος να είναι λιγότερη από αυτήν στις μικρότερες και απλούστερες ξενοδοχειακές μονάδες.

Φυσιολογικά, όμως, τίθεται το ερώτημα αν και κατά πόσο οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στον τουρισμό είναι πραγματικές εξαιτίας του γεγονότος ότι είναι κατά κύριο λόγο εποχιακές, καθώς επίσης και σε ένα ποσοστό μερικής απασχόλησης μόνο. Εκτός τούτου οι περισσότερες από αυτές είναι χαμηλού επιπέδου, όπως χαμηλές είναι και οι προβλεπόμενες αμοιβές γι' αυτές τις θέσεις. Ο βαθμός στον οποίο τα χαρακτηριστικά αυτά μειώνουν τη συμβολή του τουρισμού στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης εντός και εκτός της τουριστικής βιομηχανίας, θα εξαρτηθεί από πολλούς παράγοντες. Η επιδράσεις, για παράδειγμα, της εποχικότητας στην απασχόληση στον τουρισμό θα εξαρτηθεί σε μεγάλο βαθμό από την ύπαρξη ή μη ύπαρξη ζήτησης εργατικού δυναμικού για εποχιακή απασχόληση σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, καθώς επίσης από την έκταση που οι προσφερόμενες θέσεις απασχόλησης είναι συμπληρωματικές ή ανταγωνιστικές αυτών του τουρισμού.

γ. Της περιφερειακής τουριστικής ανάπτυξης

Ο τουρισμός κάτω από κατάλληλες συνθήκες μπορεί για διάφορους λόγους να αποτελέσει ένα χρήσιμο "εργαλείο" για την τόνωση της οικονομίας της περιφέρειας και κατ' επέκταση για την ανάπτυξη της. Η ικανότητα που έχει η ανάπτυξη του να μειώνει τις περιφερειακές ανισοροπίες και να συμβάλει στην περιφερειακή

ανάπτυξη, θα επηρεαστεί από παρόμοιους παράγοντες με αυτούς που επηρεάζουν την έκταση των συναλλαγματικών εσόδων που πραγματοποιούνται από το διεθνή τουρισμό. Εκροές συναλλάγματος σημειώνονται τόσο σε περιφερειακό όσο και σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο. Η έκταση των συναλλαγματικών εκροών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη φύση της επιχειρούμενης τουριστικής ανάπτυξης στην περιφέρεια. Σε περιφέρειες όπου οι απαιτούμενοι για την τουριστική ανάπτυξη τους συντελεστές παραγωγής μπορούν να εξασφαλιστούν εντός αυτών και όπου η τουριστική ανάπτυξη εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τους ντόπιους επιχειρηματίες και τον ντόπιο πληθυσμό τους, τότε πολλά από τα οικονομικά οφέληματα που προκύπτουν από την τουριστική τους ανάπτυξη θα μπορέσουν να τα εκμεταλλευτούν κατάλληλα. Αντίθετα, όπου η τουριστική ανάπτυξη της περιφέρειας και κατ' επέκταση η οικονομική της ανάπτυξη εξαρτάται βασικά από εισαγωγές κεφαλαίων, εργασίας, τεχνογνωσίας κλπ., τότε οι εκροές από τις περιφερειακές οικονομίες μπορούν να είναι πολύ μεγάλες.

δ. Της επίδρασης του τουριστικού πολλαπλασιαστή

Οι συζητήσεις που γίνονται για τη συμβολή του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη και γενικότερα στην οικονομική ανάπτυξη αφορά κατά κύριο λόγο στον τρόπο με τον οποίο οι δαπάνες για τον τουρισμό φιλτράρονται από άκρον σε άκρο στην οικονομία μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, ευνοώντας έτσι και άλλους κλάδους της οικονομικής της δραστηριότητας. Αυτό είναι γνωστό σαν επίδραση του τουριστικού πολλαπλασιαστή. Ο πολλαπλασιαστής αποτελεί, όπως είναι γνωστό, ένα μέτρο της επίδρασης που ασκεί σε μια οικονομία η εισροή πρόσθετου εισοδήματος, που στην προκειμένη περίπτωση γίνεται διαμέσου του τουρισμού.

Οι πολλαπλασιαστές του τουρισμού αντανakλούν τις αλληλεξαρτήσεις τριών τύπων δαπανών και συγκεκριμένα άμεσων, έμμεσων και επαγωγικών δαπανών. Οι έμμεσες και επαγωγικές επιδράσεις από κοινού χαρακτηρίζονται μερικές φορές σαν δευτερεύουσες επιδράσεις ενώ ο τουριστικός πολλαπλασιαστής είναι ένα μέτρο των συνολικών επιδράσεων, δηλαδή των άμεσων και έμμεσων, που προκύπτουν από την πραγματοποίηση πρόσθετων τουριστικών δαπανών.

ε. Του ανταγωνισμού μεταξύ τουρισμού και άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας

Παρ' όλο ότι ο τουρισμός μπορεί να τονώσει άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας μιας οικονομίας, μπορεί επίσης να δημιουργήσει προβλήματα σε αυτούς ή και να τους ανταγωνιστεί, ειδικότερα όπου παρουσιάζεται έλλειψη εργατικού δυναμικού ή επενδυτικού κεφαλαίου. Με άλλα λόγια υπάρχουν κόστη ευκαιρίας που συνδέονται με την ανάπτυξη του τουρισμού ή με την ανάπτυξη οποιασδήποτε άλλης νέας οικονομικής δραστηριότητας, πλην όμως πόροι που διατέθηκαν για την τουριστική ανάπτυξη δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Η έκταση που θα πάρουν τα κόστη ευκαιρίας για τα οποία ο λόγος, θα εξαρτηθούν μερικά από άλλες εναλλακτικές δυνατότητες ανάπτυξης που θα υπάρχουν.

στ. Των εσόδων του κράτους και της τοπικής αυτοδιοίκησης από τον τουρισμό

Τα κύρια οικονομικά ωφελήματα που προκύπτουν για το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση, προέρχονται από φορολογικά έσοδα και συγκεκριμένα από φορολόγηση των κερδών των τουριστικών επιχειρήσεων και του εισοδήματος των απασχολούμενων στην τουριστική βιομηχανία, από κέρδη κρατικών ή / και δημοτικών τουριστικών επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών ή διάθεσης προϊόντων, από έμμεση φορολόγηση των τουριστών και εκδρομέων κατά την πρόσκαιρη παραμονή τους στους τουριστικούς προορισμούς των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τους, κλπ.

Τα έσοδα, όμως, από τον τουρισμό τόσο του κράτους όσο και της τοπικής αυτοδιοίκησης θα μειωθούν αναγκαστικά, όταν από αυτά αφαιρεθούν τα έξοδα που συνεπάγεται η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, όπως είναι για παράδειγμα η πραγματοποίηση επενδύσεων για έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής, η παροχή αναπτυξιακών κινήτρων για τον τουρισμό, η κάλυψη των εξόδων που πραγματοποιούνται για την προώθηση τουριστικών προϊόντων σε διάφορες τουριστικές αγορές, η δημιουργία κέντρων επαγγελματικής κατάρτισης ανθρώπινου

δυναμικού που θα απασχοληθεί στην τουριστική βιομηχανία κλπ. Τα έξοδα που συνεπάγεται η κατασκευή έργων τουριστικής υποδομής και ανωδομής είναι κατά κανόνα ιδιαίτερα υψηλά, κατ' επέκταση δε και ιδιαίτερα επαχθή τόσο για τις πολιτικές εξουσίες των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών όσο και για τις δημοτικές αρχές των τουριστικών προορισμών, καθώς αυτές θα προσπαθήσουν να αναπτύξουν τον τουρισμό όσο το δυνατό πιο γρήγορα γίνεται. Ένα τέτοιο εγχείρημα, όμως, και κυρίως εκ μέρους του κράτους θα απαιτήσει να επενδυθούν μεγάλα ποσά χρηματικού κεφαλαίου, τα οποία αρχικά τουλάχιστον θα αποφέρουν σε αυτό μικρά άμεσα έσοδα ή και καθόλου ακόμα, ενώ σε ό,τι αφορά στα έμμεσα έσοδα υπό μορφή φόρων μπορούν αυτά να αναμένονται κυρίως μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα. Νέα σημαντικά έξοδα μπορούν επίσης να δημιουργηθούν για τις πολιτικές εξουσίες των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών και τις δημοτικές αρχές των τουριστικών προορισμών, όπως για παράδειγμα αυτά που συνεπάγεται η συντήρηση του οδικού δικτύου, η αποκομιδή απορριμμάτων, η καθαριότητα των ακτών κλπ. **(BB 17)**

Η προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης και πώς πρέπει να μεθοδεύεται

Μια αναπτυσσόμενη τουριστική οικονομία δεν είναι απλά σε πλεονεκτικότερη θέση για να ικανοποιήσει καλύτερα τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων που διαρκώς αυξάνουν. Επίσης μπορεί να διαθέσει περισσότερους πόρους για την επίλυση διαφόρων πρόβλημα των τουρισμού, η ύπαρξη των οποίων αποτελεί τροχοπέδη της τουριστικής ανάπτυξης, όπως είναι για παράδειγμα το οικολογικό, το χαμηλό επίπεδο επαγγελματικής κατάρτισης των ξενοδοχοϋπαλλήλων και υπαλλήλων άλλων τουριστικών επιχειρήσεων, η ανεπάρκεια τουριστικής υποδομής και ανωδομής, όπως είναι για παράδειγμα αεροδρόμια, λιμάνια, μαρίνες, αποχετευτικά έργα κλπ.

Όταν η παραγωγική δυνατότητα μιας τουριστικής οικονομίας συνεχώς αυξάνεται, είναι επόμενο ότι ένα μέρος, τουλάχιστον, του πραγματικού προϊόντος από τον τουρισμό μπορεί να χρησιμοποιείται για την ικανοποίηση νέων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων και για την επίλυση προβλημάτων, όπως αυτά που αναφέρθηκαν πιο πάνω, χωρίς όμως να υπάρχει ανάγκη να μειωθεί ποσοτικά ή / και ποιοτικά η ικανοποίηση των παλιών τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων.

Σε μια τουριστική οικονομία, όμως, το πραγματικό προϊόν ή εισόδημα της οποίας δεν αυξάνεται, η αντιμετώπιση προβλημάτων που αποτελούν τροχοπέδη στην τουριστική ανάπτυξη ή η ικανοποίηση νέων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων μπορούν να γίνουν μόνο αν μειωθεί αντίστοιχα ο βαθμός ικανοποίησης άλλων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους ή περιοριστεί ποσοτικά ή / και ποιοτικά η ικανοποίησή τους. Κάτι τέτοιο, όμως, προκαλεί συνήθως αρνητικές αντιδράσεις εκ μέρους των τουριστών και αυτό γιατί κάθε προσαρμογή τους σε χαμηλότερο από ποσοτικής ή / και ποιοτικής άποψης επίπεδο κατανάλωσης ή χρήσης, τους δημιουργεί ψυχολογικά προβλήματα με αποτέλεσμα να τη δυσκολεύουν.

Η κατάσταση αυτή δεν θα καλυτερέψει ακόμα και αν το πραγματικό προϊόν ή εισόδημα της τουριστικής οικονομίας αυξάνεται μεν, πλην όμως με χαμηλότερο ρυθμό απ' ό,τι ο αριθμός των τουριστών και κατ' επέκταση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, με αποτέλεσμα τα διαθέσιμα μέσα να την επαρκούν για την ικανοποίησή τους τόσο από ποσοτικής όσο και από ποιοτικής άποψης.

Ο κλάδος οικονομικής δραστηριότητας για τον οποίο ο λόγος, η τουριστική οικονομία, αναμφίβολα μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να είναι σημαντικότερος,

όπως σημαντικότερος μπορεί να είναι και ο λόγος που κάνει επιτακτική την ανάπτυξη του παντού όπου αυτή είναι εφικτή, δηλαδή πραγματοποιήσιμη. Παρ' όλα αυτά, όμως, η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας σε καμιά περίπτωση δεν πρέπει να θεωρείται ότι μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για τα διάφορα οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα μιας χώρας υποδοχής φιλοξενίας τουριστών και ιδιαίτερα όταν αυτή ανήκει στην κατηγορία των αναπτυσσομένων. Μπορεί μεν να συμβάλει χωρίς άλλο στον περιορισμό του ανοίγματος του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, στην εισροή συναλλάγματος, στη δημιουργία θέσεων εργασίας κλπ., αλλά δεν θα πρέπει να ξεχνιέται ότι η τουριστική οικονομία είναι πάρα πολύ ευαίσθητη σε οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες. Επίσης ότι ακόμα και κάτω από φυσιολογικές συνθήκες, η οικονομική της δραστηριότητα στις περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού υπόκειται σε περιορισμούς που αναπόφευκτα θέτει η εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης.

Όπως ήδη ειπώθηκε, η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας δεν θα πρέπει σε καμιά περίπτωση να επιχειρείται μονόπλευρα, πολύ περισσότερο μάλιστα όταν η οικονομία, της οποίας αποτελεί αναπόσπαστο μέρος, βρίσκεται ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης. Μια ισόρροπη και αρμονική ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας με τους άλλους κλάδους της οικονομικής της δραστηριότητας και κυρίως τους βασικούς, δηλαδή τη γεωργική και βιομηχανική οικονομία, εξασφαλίζει σε αυτήν τον απρόσκοπτο εφοδιασμό της με είδη διατροφής, κεφαλαιουχικό εξοπλισμό κλπ., που τόσο απαραίτητα της είναι για την παραγωγή των τουριστικών προϊόντων εκείνων που ζητούν οι τουρίστες για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών. Αλλά και οι θετικές επιδράσεις της ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας τόσο στους βασικούς όσο και τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας μιας οικονομίας, κάθε άλλο παρά να υποτιμηθούν μπορούν **και** πολύ περισσότερο να αποσιωπηθούν. **(BB 20)**

Οι λόγοι που συνηγορούν για την τουριστική ανάπτυξη

Η απόφαση να αναπτυχθεί η τουριστική οικονομία ή να ενταθεί η προσπάθεια ανάπτυξης της σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο, πρέπει πριν επιχειρηθεί, να μελετηθεί με μεγάλη προσοχή. Τα οικονομικά ωφελήματα που προέρχονται από τον τουρισμό είναι αναμφίβολα πάρα πολύ σημαντικά. Γι' αυτό και η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας αποσπά ολοένα και περισσότερο το ενδιαφέρον τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσομένων χωρών, εφόσον βέβαια υπάρχουν και οι απαραίτητες προϋποθέσεις για κάτι τέτοιο, όπως για παράδειγμα κάποιοι συνδυασμοί φυσικών, ιστορικών, αρχαιολογικών, πολιτιστικών και κλιματολογικών θέλγητρων. Είναι πέρα από κάθε αμφισβήτηση ότι η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσεται και μεγεθύνεται ολοένα και περισσότερο. Μπορεί βραχυχρόνια να παρουσιάζει αυτή μια επιβράδυνση σε ό,τι αφορά στην ανάπτυξη της, πλην όμως οι μεσοχρόνιες ή μακροχρόνιες προοπτικές είναι καλές. Η αναμενόμενη συνεχής ανάπτυξη ή μεγέθυνση της τουριστικής βιομηχανίας βασίζεται στη συνεχή αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος των λαών, στο χαμηλότερο κόστος των τουριστικών μετακινήσεων, στο αυξανόμενο ελεύθερο χρόνο για ανάπαυλα και ξεκούραση και στις αλλαγές στα γούστα και τις προτιμήσεις των ανθρώπων για ταξίδια αναψυχής και τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες.

Πολλοί υπέρμαχοι του τουρισμού τον είδαν σαν πανάκεια για την επίλυση των αναπτυξιακών προβλημάτων του χώρου, με την πλατειά έννοια του όρου. Η άποψη αυτή κάθε άλλο παρά σαν ρεαλιστική μπορεί να θεωρηθεί και αυτό επειδή τα οικονομικά ωφελήματα από τον τουρισμό είναι δυνατό να συνοδεύονται και από αρνητικές επιδράσεις. Μια ανασκόπηση μερικών από τα κυριότερα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που προκαλεί η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, θα δείξει για ποιο λόγο είναι αναγκαίος ένας προσεκτικός προγραμματισμός της, τουριστικής ανάπτυξης.

Τα κυριότερα επιχειρήματα που συνηγορούν για την τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο είναι ότι ο τουρισμός:

- (α) Προσφέρει ευκαιρίες πλήρους και μερικής απασχόλησης για ειδικευμένο και ανειδίκευτο εργατικό δυναμικό και αυτό γιατί πρόκειται κατά κύριο λόγο για βιομηχανία έντασης εργασίας.

- (β) Εφοδιάζει την οικονομία με συναλλαγματικούς πόρους και συγκεκριμένα με σκληρά ξένα νομίσματα που, όπως είναι γνωστό, έχουν τουλάχιστον μερική εξωτερική μετατρεψιμότητα.
- (γ) Αυξάνει τα ατομικά εισοδήματα, ενώ παράλληλα δημιουργεί συμπληρωματικό εισόδημα σε πολλές κατηγορίες ανθρώπων
- (δ) Συμβάλλει στην αύξηση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος.
- (ε) Προϋποθέτει την ανάπτυξη μιας απαραίτητης υποδομής που εκτός του ό,τι ενισχύει την τουριστική ανάπτυξη, τονώνει παράλληλα τόσο το τοπικό εμπόριο όσο και η μεταποιητική δραστηριότητα.
- (στ) Βοηθά στο να διαφοροποιηθεί μια οικονομία και ιδιαίτερα όταν αυτή είναι παραγωγικά μονόπλευρα προσανατολισμένη.
- (ζ) Συνθέτει μια ευνοϊκή σε παγκόσμια κλίμακα νοερή εικόνα του τουριστικού προορισμού.
- (η) Διευκολύνει τη διαδικασία του εκσυγχρονισμού με τη διαπαιδαγώγηση των νέων και της κοινωνίας, καθώς επίσης με αξίες που αλλάζουν.
- (θ) Δημιουργεί τουριστικές και ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις που μπορεί να κάνει χρήση τους και ο τοπικός πληθυσμός, που διαφορετικά δεν θα είχε καν τη δυνατότητα να τις αποκτήσει.
- (ι) Δίνει την ευκαιρία στους ξένους να εντυπωσιαστούν θετικά από τα θέλγητρα μιας μικρής χώρας ή μιας περιοχής που δεν είναι και τόσο γνωστή.
Αντίθετα, τα κυριότερα επιχειρήματα που δεν συνηγορούν για την τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο είναι ότι ο τουρισμός:
 - (α) Προκαλεί μια υπερβάλλουσα ζήτηση για κάθε είδους αγαθά και υπηρεσίες, που οι τουριστικοί προορισμοί κάθε άλλο παρά σε θέση είναι να ικανοποιήσουν.
 - (β) Προξενεί μεγάλες διαρροές εισοδήματος, που δεν επιτρέπουν να προκύψουν σημαντικά οικονομικά ωφελήματα.
 - (γ) Εκτρέπει επενδυτικά κεφάλαια από πρότυπα ανάπτυξης, που εμφανίζουν καλύτερες προοπτικές για κέρδη.
 - (δ) Δημιουργεί κοινωνικά προβλήματα εξαιτίας των εισοδηματικών διαφορών, των κοινωνικών αντιθέσεων και της αύξησης της εγκληματικότητας και της διαφθοράς.
 - (ε) Καταστρέφει το φυσικό περιβάλλον και διαταράσσει την οικολογική ισορροπία.

- (στ) Υποβαθμίζει λίγο-πολύ τους ιστορικούς και πολιτιστικούς χώρους.
- (ς) Συγκεντρώνει τα μειονεκτήματα της εποχικότητας και κυρίως την περιορισμένη χρονικά παραγωγική δραστηριότητα.
- (η) Αυξάνει την ευπάθεια του προϊόντος του σε οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες ή αλλαγές.
- (θ) Προκαλεί πληθωριστικές πιέσεις στην αξία της γης, καθώς επίσης και στην τιμή των ντόπιων αγαθών και υπηρεσιών.

Όπως διαπιστώνεται απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, ο τουρισμός κάθε άλλο παρά πανάκεια να αποτελέσει μπορεί για τα αναπτυξιακά προβλήματα ενός τόπου, μιας περιφέρειας ή μιας χώρας, Αντίθετα, μια υπέρμετρη τουριστική ανάπτυξη μπορεί να προκαλέσει μόλυνση του περιβάλλοντος, διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας κλπ. και να οδηγήσει τελικά μάλλον σε μια υποβάθμιση της ποιότητας ζωής παρά σε μια αναβάθμιση της στο χώρο που επιχειρείται αυτή.

Η επίσκεψη ενός τουριστικού προορισμού από ένα μεγάλο αριθμό ατόμων ταυτόχρονα, δεν μπορεί παρά να δημιουργεί μια σειρά προβλημάτων σε αυτόν, όπως για παράδειγμα μόλυνση της γης, του νερού και της ατμόσφαιρας, που προκαλείται από τις διάφορες παραγωγικές μονάδες που αναπτύσσονται για να παράγουν τουριστικά και άλλα προϊόντα που ικανοποιούν άμεσα ή έμμεσα τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων, αλλά και από τους ίδιους τους επισκέπτες του τουριστικού προορισμού για τον οποίο ο λόγος ή / και τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούν κατά την παραμονή τους σε αυτόν για τη μετακίνησή τους.

Επίσης ο μεγάλος αριθμός επισκεπτών σε έναν τουριστικό προορισμό θέτει σε άμεσο κίνδυνο και την ποιότητα της ζωής του, γενικά, που σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις θα τείνει να υποβαθμίζεται εφόσον δεν ληφθούν έγκαιρα τα κατάλληλα μέτρα για να αποτρέψουν κάτι τέτοιο. Η υποβαθμισμένη ζωή, όμως, σε έναν τουριστικό προορισμό δεν έχει αρνητικές επιδράσεις μόνο σε αυτούς που κατοικούν μόνιμα σε αυτόν, αλλά και σε αυτούς που τον επισκέπτονται.

Για όλα όσα εκτέθηκαν πιο πάνω δεν μπορεί και δεν πρέπει να καταλογίζονται ευθύνες στον τουρισμό, αλλά στην έντονη εμπορευματοποίηση του που συχνά αγγίζει τα όρια της στιγμής εκμετάλλευση και του παραλογισμού. Ο τουρισμός αναμφίβολα αποτελεί μια από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες στον κόσμο, πλην όμως κυβερνητικοί αξιωματούχοι και επιχειρηματίες πρέπει να σταθμίζουν προσεκτικά τα οικονομικά ωφελήματα του, ιδιαίτερα δε απέναντι σε μια ενδεχόμενη μελλοντική υποβάθμιση τόσο των ανθρώπινων όσο και των φυσικών πόρων προτού

επιδιωχθεί εκ μέρους τους η ανάπτυξη του, που πάντως πρέπει να γίνεται με μέτρο και σύνεση.

Η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας σε οποιοδήποτε επίπεδο και αν επιχειρείται, πρέπει να κατευθύνεται από μια προσεκτικά προγραμματισμένη τουριστική πολιτική, η χάραξη της οποίας δεν πρέπει σε καμιά περίπτωση να παραβλέπει τις ιδέες και αρχές της ανθρώπινης ευημερίας και ευτυχίας και κυρίως να μη θυσιάζονται αυτές στο βωμό του γρήγορου και εύκολου κέρδους, όσο μεγάλο και αν είναι αυτό. Τα διάφορα κοινωνικά προβλήματα δεν μπορούν να λυθούν χωρίς την ύπαρξη μιας τουλάχιστον δυναμικά αναπτυσσόμενης οικονομίας. Στη δημιουργία της, ο τουρισμός μπορεί χωρίς άλλο να συμβάλει αποφασιστικά. Η εφαρμογή μιας σωστής αναπτυξιακής πολιτικής στον κλάδο του τουρισμού μπορεί να οδηγήσει σε μια αυξανόμενη σε λογικά πλαίσια εμπορευματοποίηση του και ταυτόχρονα στη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων που σε πρώτη θέση αποτέλεσαν πόλο έλξης των επισκεπτών, δηλαδή των τουριστών και εκδρομέων.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι η τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει να ληφθούν υπόψη ορισμένα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν εξαιτίας της ή που είναι στενά συνυφασμένα με αυτήν, όπως είναι για παράδειγμα η μόλυνση του περιβάλλοντος, η διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας, η οικοδομική αναρχία, η αρχιτεκτονική ρύπανση, ο καθορισμός της χρήσης της γης, η διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, η τουριστική εκπαίδευση, η ανάπτυξη των συγκοινωνιών, η εξοικονόμηση της ενέργειας, η χρηματοδότηση των έργων τουριστικής υποδομής και ανωδομής και άλλα πολλά ακόμα. Για όλα αυτά, ο σωστός προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης κρίνεται εντελώς απαραίτητος και αυτό γιατί συμβάλλει στην αύξηση των ωφελειών που προκύπτουν από τα πλεονεκτήματα του τουρισμού και περιορίζει τις αρνητικές επιδράσεις των μειονεκτημάτων του.

Ο ρόλος που διαδραματίζει ο τουρισμός στην ανάπτυξη και πρόοδο των σύγχρονων κοινωνιών έχει γίνει πια κοινή συνείδηση στις πολιτικές εξουσίες των χωρών και ιδιαίτερα αυτών που για διάφορους λόγους δεν έχουν κατορθώσει ακόμα να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας που τις μαστίζει.

Ο στόχος ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας είναι μεσοχρόνιος ή μακροχρόνιος και αυτό γιατί η επίτευξή του εξαρτάται από την αύξηση των παραγωγικών δυνατοτήτων, της. Κατά συνέπεια η βραχυχρόνια διαδικασία

βελτίωσης της αποδοτικότητας της τουριστικής οικονομίας δεν έχει καμιά σχέση με τη μεσοχρόνια και μακροχρόνια διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης.

Η τουριστική οικονομία αναμφίβολα μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να είναι σημαντικότερη, όπως σημαντικότερος μπορεί να είναι και ο λόγος που κάνει επιτακτική την ανάπτυξη της παντού όπου αυτή είναι εφικτή. Παρ' όλα αυτά, όμως, η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας δεν μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για τα διάφορα οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα μιας χώρας και ιδιαίτερα όταν αυτή συγκαταλέγεται μεταξύ των αναπτυσσομένων. Επίσης η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας σε καμιά περίπτωση δεν πρέπει να επιχειρείται μονόπλευρα, ιδιαίτερα δε όταν η οικονομία της οποίας αποτελεί αναπόσπαστο μέρος βρίσκεται ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης.

Αντίθετα, θα πρέπει αυτή να αναπτύσσεται ισόρροπα και αρμονικά με τους άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως τους βασικούς, δηλαδή τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου και τη βιομηχανία.

Ανεξάρτητα από το επίπεδο στο, οποίο επιχειρείται η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, θα πρέπει αυτή-οπωσδήποτε να κατευθύνεται από μια προσεκτικά προγραμματισμένη τουριστική πολιτική. Η εφαρμογή μιας σωστής αναπτυξιακής πολιτικής στον κλάδο του τουρισμού μπορεί να οδηγήσει σε μια αυξανόμενη σε λογικά πλαίσια εμπορευματοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, που σε πρώτη θέση αποτέλεσαν πόλο έλξης των τουριστών και των εκδρομέων.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι για να αυξηθούν οι ωφέλειες που προκύπτουν από την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας σε μια αναπτυγμένη ή αναπτυσσόμενη χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, αλλά και για να περιοριστούν οι αρνητικές επιδράσεις των μειονεκτημάτων της, θα πρέπει ο προγραμματισμός της να γίνεται σωστά, δηλαδή ορθολογιστικά, και οι στόχοι που καθορίζονται να είναι εφικτοί. **(BB 9)**

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΑΡΑΞΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΙΑΣ ΡΕΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Εισαγωγή

Η οικονομική σημασία του τουρισμού έχει αναγνωριστεί όχι μόνο από τις αναπτυγμένες οικονομικά χώρες, αλλά και από εκείνες που για κάποιους λόγους δεν έχουν κατορθώσει ακόμα να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας που τις μαστίζει.

Οι διαστάσεις που πήρε ο τουρισμός σαν οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και κυρίως η συνειδητοποίηση των σημαντικών οικονομικών ωφελημάτων που μπορούν να προκύψουν από αυτόν, οδήγησαν πολλές πολιτικές εξουσίες όχι μόνο στη λήψη μέτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού, αλλά και στην αντιμετώπιση του σαν ιδιαίτερου κλάδου οικονομικής δραστηριότητας από τον οποίο μπορεί να ωφεληθεί μια οικονομία σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Το γεγονός αυτό είχε αναπόφευκτα σαν συνέπεια να διαμορφωθεί βαθμιαία μεν αλλά σταθερά ο τουρισμός σε μια σημαντική και δυναμικά εξελισσόμενη οικονομική δραστηριότητα, που σύμφωνα με όλες τις υπάρχουσες ενδείξεις κάθε άλλο παρά συμπτωματική ή αυθαίρετη υπήρξε. Αντίθετα, υπήρξε απόρροια της συνειδητοποίησης των κρατούντων και όχι μόνο για τις οικονομικές επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης στις οικονομίες των χωρών τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσομένων.

Η ορθολογιστική και μεθοδική ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να αποφέρει σημαντικά οικονομικά ωφέληματα στις χώρες που την επιχειρούν. Συγκεκριμένα μπορεί να συμβάλει θετικά στη διαμόρφωση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος, των ατομικών εισοδημάτων, των εσόδων του κράτους, της τοπικής αυτοδιοίκησης και των επιχειρήσεων, του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, της απασχόλησης κλπ. Παρ' όλα αυτά, όμως, θα πρέπει να γίνει σαφές ότι η τουριστική ανάπτυξη δεν μπορεί να επιτευχθεί από τη μια μέρα στην άλλη, αλλά ούτε και από μόνη της. Για να αναπτυχθεί τουριστικά μια χώρα απαιτούνται τεχνογνωσία και κεφάλαια για να επενδυθούν σε έργα τουριστικής υποδομής και

ανωδομής. Πάνω απ' όλα, όμως, απαιτείται η ύπαρξη τουριστικών πόρων φυσικών και κατασκευασμένων, δηλαδή δημιουργημάτων του ανθρώπου.

Τέλος, απαιτείται σωστό μάρκετινγκ του τουριστικού προϊόντος που παράγεται και προσφέρεται από τις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών στους πιθανούς αγοραστές του, προκειμένου οι τελευταίοι, αγοράζοντας το και κάνοντας χρήση του, να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Τα βασικά οικονομικά προβλήματα που απασχολούν τον τουρισμό

Ο τουρισμός, σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, ανεξάρτητα από τόπο και χρόνο, αντιμετωπίζει το «θεμελιώδες οικονομικό πρόβλημα», που δικαιολογεί την ύπαρξη της τουριστικής οικονομίας και περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό οικονομικών προβλημάτων, όπως είναι για παράδειγμα το πρόβλημα της τουριστικής παραγωγής, το πρόβλημα της τουριστικής ανάπτυξης και μεγέθυνσης, το πρόβλημα των τιμών των τουριστικών προϊόντων, το πρόβλημα της απασχόλησης στον τουρισμό, το πρόβλημα των τουριστικών επενδύσεων κλπ.

Το «θεμελιώδες οικονομικό πρόβλημα» στον τουρισμό δημιουργείται από δύο βασικές διαπιστώσεις :

- (α) Τον πρακτικά απεριόριστο αριθμό τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων σε συνδυασμό με το πρόβλημα της ιεράρχησης τους.
- (β) Τους περιορισμένους ή σπάνιους διαθέσιμους τουριστικούς πόρους για να ικανοποιηθούν οι πρακτικά απεριόριστες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων σε σχέση προς τη δυνατότητα εναλλακτικής χρήσης των ανεπαρκών τουριστικών πόρων.

Τα βασικά οικονομικά προβλήματα που απασχολούν τον τουρισμό είναι τα εξής :

- (α) Το πρόβλημα της αποτελεσματικής ή άριστης κατανομής ή χρησιμοποίησης των διαθέσιμων τουριστικών πόρων μεταξύ των διαφόρων εναλλακτικών τους χρήσεων.
- (β) Το πρόβλημα της διατήρησης της σταθερότητας της τουριστικής οικονομίας.

- (γ) Το πρόβλημα της ανάπτυξης ή μεγέθυνσης της τουριστικής οικονομίας και κατ' επέκταση της παραγωγικής της δυνατότητας.
- (δ) Το πρόβλημα της δίκαιης διανομής του τουριστικού εισοδήματος και πλούτου.

Στα πιο πάνω προβλήματα περιλαμβάνονται και όλα τα ειδικότερα οικονομικά προβλήματα του τουρισμού, που αντιμετωπίζουν σήμερα οι χώρες με μικτές οικονομίες και τα οποία το σύγχρονο κράτος αναλαμβάνει αποφασιστικό ρόλο για να τα επιλύσει. Ο ρόλος αυτός εκδηλώνεται με την άσκηση τουριστικής πολιτικής εκ μέρους του και αποβλέπει βασικά στη διόρθωση ή θεραπεία στο μέτρο του εφικτού των ατελειών ή αδυναμιών του μηχανισμού της τουριστικής αγοράς και ως εκ τούτου :

- (α) Στην επίτευξη αποτελεσματικής ή άριστης κατανομής ή χρησιμοποίησης των περιορισμένων διαθέσιμων τουριστικών πόρων μεταξύ των διαφόρων εναλλακτικών τους χρήσεων.
- (β) Στη διατήρηση της σταθερότητας της τουριστικής οικονομίας.
- (γ) Στην ανάπτυξη ή μεγέθυνση της τουριστικής οικονομίας και κατ' επέκταση της παραγωγικής της δυνατότητας.
- (δ) Στη δίκαιη διανομή του τουριστικού εισοδήματος και πλούτου.

Όπως μπορεί να συμπεράνει κανείς, οι πιο πάνω επιδιώξεις του κρατικού παρεμβατισμού στην τουριστική οικονομία αποτελούν τις βασικές επιδιώξεις της τουριστικής πολιτικής. Για να είναι, όμως, αποτελεσματική αυτή, δηλαδή για να μπορούν να αντιμετωπιστούν με επιτυχία τα όποια προβλήματα την απασχολούν, θα πρέπει οι στόχοι της να είναι εφικτοί, τα μέτρα που θα χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη τους τα ενδεδειγμένα και κυρίως προσιτά, η δε όλη προσπάθεια προς την κατεύθυνση αυτή καλά μελετημένη, καλά προγραμματισμένη και καλά συντονισμένη. Σε αντίθετη περίπτωση είναι προκαταβολικά βέβαιο ότι το εγχείρημα της επίλυσης των βασικών και όχι μόνο προβλημάτων της τουριστικής οικονομίας, θα καταλήξει σε φιάσκο.

Αυτό σε καμιά περίπτωση δεν σημαίνει ότι η βραχυχρόνια διαδικασία της αποδοτικότητας της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας είναι ανάξια λόγου. Αντίθετα, η αποδοτικότερη λειτουργία της τουριστικής οικονομίας μπορεί χωρίς άλλο

να συμβάλει αποφασιστικά στη δημιουργία των απαραίτητων για την τουριστική ανάπτυξη προϋποθέσεων.

Η αύξηση των προσφερομένων υπηρεσιών φιλοξενίας που παράγονται με τους διαθέσιμους τουριστικούς πόρους και την υπάρχουσα τεχνολογία, δεν πρέπει να θεωρείται ότι έχει δυναμικό και μακροχρόνιο χαρακτήρα, αλλά αντίθετα στατικό και βραχυχρόνιο. Ο λόγος είναι χωρίς άλλο απλός. Η αύξηση των προσφερομένων υπηρεσιών φιλοξενίας δεν υπήρξε αποτέλεσμα ούτε διαρθρωτικών μεταβολών που έλαβαν χώρα στον παραγωγικό μηχανισμό της τουριστικής οικονομίας, ούτε θεσμικών αλλαγών που έγιναν σε ό,τι αφορά στην οργάνωση και λειτουργία του μηχανισμού παραγωγής των προσφερομένων υπηρεσιών φιλοξενίας. Από μικροτουριστικής άποψης, το πρόβλημα εντοπίζεται κυρίως στον τρόπο με τον οποίο κατανομονται οι διαθέσιμοι συντελεστές τουριστικής παραγωγής των υπηρεσιών φιλοξενίας μεταξύ των διαφόρων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, καθώς επίσης στην χρησιμοποίηση των σωστών αναλογιών τους στην παραγωγική τους διαδικασία. Αυτά σε ό,τι αφορά στην εντόπιση του προβλήματος από μικροτουριστικής άποψης. Από μακροτουριστικής άποψης, όμως, το πρόβλημα εντοπίζεται στο πώς μπορεί η συνολική ζήτηση υπηρεσιών φιλοξενίας να προσαρμοστεί βραχυχρόνια στο επίπεδο εκείνο, που θα εξασφαλίζει πλήρη απασχόληση στην τουριστική οικονομία. Οι βραχυχρόνιες, όμως, αυτές προσαρμογές θεωρείται ότι μπορούν να πραγματοποιηθούν, χωρίς να απαιτηθούν διαρθρωτικές μεταβολές και θεσμικές αλλαγές στην τουριστική οικονομία οι οποίες στη πράξη μπορούν να αποδειχτούν χρήσιμες για την αύξηση της αποδοτικότητας της.

Σε αντίθεση με τη διαδικασία που ακολουθείται στην αύξηση της αποδοτικότητας της τουριστικής οικονομίας, η διαδικασία που ακολουθείται στην αύξηση της παραγωγικής της δυνατότητας θεωρείται ότι έχει δυναμικό χαρακτήρα από τη μια πλευρά και από την άλλη μακροχρόνιο. Για να αυξηθούν οι διαθέσιμοι συντελεστές παραγωγής υπηρεσιών φιλοξενίας και για να βελτιωθεί η υπάρχουσα τεχνολογία που χρησιμοποιείται στην παραγωγική τους διαδικασία, θα απαιτηθούν μακριά περιθώρια χρόνου και αναμονής, ενδεχόμενα δε και αλλαγές στη συμπεριφορά των μεμονωμένων ξενοδοχειακών μονάδων και της διάρθρωσης του παραγωγικού τους μηχανισμού.

Κατόπιν όσων εκτέθηκαν πιο πάνω μπορεί να ειπωθεί ότι η βραχυχρόνια διαδικασία βελτίωσης της αποδοτικότητας της τουριστικής οικονομίας δεν έχει καμιά

απολύτως σχέση με τη μεσοχρόνια ή μακροχρόνια διαδικασία βελτίωσης της παραγωγικής της δυνατότητας, δηλαδή της ανάπτυξης της.

Επίσης θα πρέπει να τονιστεί ιδιαίτερα η σημασία μιας συνεχούς βελτίωσης της αποδοτικότητας του παραγωγικού μηχανισμού μιας αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας και τούτο γιατί παρέχει τη δυνατότητα επιτάχυνσης του αναπτυξιακού της ρυθμού. Με αυτόν τον τρόπο αποφεύγεται επίσης η άσκοπη σπατάλη των ανεπαρκών συντελεστών της τουριστικής παραγωγής και όχι μόνο. **(BB 19)**

Τα οικονομικά οφέληματα της τουριστικής ανάπτυξης

Οι πολιτικές εξουσίες των χωρών, που καταβάλουν προσπάθειες για να αναπτύξουν την τουριστική τους οικονομία, προσδοκούν να ωφεληθούν οικονομικά από την ευόδωση της προσπάθειας τους αυτής. Η ανάπτυξη του τουρισμού και ιδιαίτερα του διεθνούς ενεργητικού τουρισμού προσπορίζει στις χώρες που την επιχειρούν πολλαπλά οικονομικά οφέληματα, επειδή αυτός :

- (α) Αποτελεί σημαντική συναλλαγματοφόρα πηγή, το δε συνάλλαγμα που εισρέει από αυτόν καλύπτει σε πολλές περιπτώσεις ένα μεγάλο ποσοστό του ανοίγματος του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών.
- (β) Συμβάλλει στην ανάπτυξη ή μεγέθυνση πολλών κλάδων οικονομικής δραστηριότητας, επειδή τα χρήματα που δαπανούν οι ξένοι και ντόπιοι τουρίστες διοχετεύονται μέσω τουριστικών και άλλων επιχειρήσεων σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας για την αγορά διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών, με αποτέλεσμα να τονώνεται σημαντικά η εγχώρια παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.
- (γ) Δημιουργεί ικανοποιητικό αριθμό νέων θέσεων εργασίας, πλήρους και μερικής απασχόλησης, έστω και αν αυτές έχουν τις περισσότερες φορές εποχιακό χαρακτήρα και κυρίως τις δημιουργεί εκεί που άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, όπως π.χ. η βιομηχανία, η γεωργία κλπ., για λόγους που έχουν σχέση με εξωτερικές οικονομίες του τόπου ή της περιφέρειας που επιχειρείται η ανάπτυξη τους, αδυνατούν να δημιουργήσουν.

- (δ) Αποφέρει έσοδα στους πληθυσμούς των περιοχών όπου αναπτύσσεται, ενώ παράλληλα συμβάλλει αποφασιστικά και στον περιορισμό του ανοίγματος της ψαλίδας που υπάρχει ανάμεσα στα εισοδήματα των κατοίκων των αστικών κέντρων και εκείνων της περιφέρειας.
- (ε) Διευκολύνει την εισροή χρημάτων στις περιοχές όπου αναπτύσσεται, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων κυκλοφορεί μέσα σε αυτούς, δημιουργώντας ένα πρόσθετο εισόδημα για τους μόνιμους κατοίκους τους, καθώς επίσης πρόσθετα έσοδα για την τοπική αυτοδιοίκηση και γενικότερα για το κράτος.
- (στ) Προκαλεί πολλαπλασιαστικές επιδράσεις, που εκδηλώνονται με μια σειρά συναλλακτικών πράξεων και προκαλούν ποσοτικά και ποιοτικά αποτελέσματα, οι οποίες εκτός ότι διευρύνουν τον οικονομικό ρόλο του, διευρύνουν ταυτόχρονα και τον κύκλο των κοινωνικών ομάδων που επηρεάζονται από το τουριστικό φαινόμενο.

ΣΤΟ σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι οι θετικές οικονομικές ωφέλειες που απορρέουν από την ανάπτυξη του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, μπορούν να είναι αξιόλογες μόνο εφόσον η επιχειρούμενη τουριστική ανάπτυξη είναι ορθολογιστικά προγραμματισμένη και κυρίως εφόσον οι διανυόμενες αναπτυξιακές φάσεις υπόκεινται σε συνεχή και λεπτομερειακό έλεγχο εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας ή των εξουσιοδοτημένων οργάνων της για την παρακολούθηση της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. (BB 4)

Η προσέγγιση και μεθόδευση της τουριστικής ανάπτυξης

Όπως ήδη ειπώθηκε, η συνεχής αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας μιας τουριστικής οικονομίας υποδηλώνει ότι αυτή αναπτύσσεται. Είναι επόμενο, λοιπόν, να αυξάνεται και το πραγματικό προϊόν από τον τουρισμό, καθώς επίσης να μπορεί ένα μέρος του να χρησιμοποιείται για την ικανοποίηση νέων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων, αλλά και για την επίλυση προβλημάτων του τουρισμού, η ύπαρξη των οποίων αποτελεί τροχοπέδη της τουριστικής ανάπτυξης, χωρίς όμως να υπάρχει ανάγκη να υποβαθμιστεί ποσοτικά ή / και ποιοτικά η ικανοποίηση των παλιών τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων.

Όταν το πραγματικό προϊόν ή εισόδημα από τον τουρισμό δεν αυξάνεται, η αντιμετώπιση προβλημάτων που αποτελούν τροχοπέδη στην τουριστική ανάπτυξη ή η ικανοποίηση νέων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων μπορούν να γίνουν μόνο αν μειωθεί αντίστοιχα ο βαθμός ικανοποίησης άλλων τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους ή περιοριστεί ποσοτικά ή / και ποιοτικά η ικανοποίησή τους. Αυτό, όμως, προκαλεί συνήθως αρνητικές επιδράσεις εκ μέρους των τουριστών, επειδή κάθε προσαρμογή τους σε χαμηλότερο από ποσοτικής ή / και ποιοτικής άποψης επίπεδο κατανάλωσης ή χρήσης τους δημιουργεί ψυχολογικά προβλήματα με αποτέλεσμα να τη δυσκολεύουν .

Ουδείς μπορεί σήμερα να αμφισβητήσει την οικονομική σημασία του τουρισμού και το ρόλο τον οποίο μπορεί υπό προϋποθέσεις να διαδραματίσει τόσο στις αναπτυγμένες χώρες όσο και στις αναπτυσσόμενες. Η ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί χωρίς άλλο να συμβάλει αποφασιστικά στην αντιμετώπιση, στο μέτρο του εφικτού, πολλών προβλημάτων μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών χωρίς, όμως, αυτό να σημαίνει ότι μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για τα οικονομικά και κοινωνικά της προβλήματα. Παρ' όλα αυτά δεν θα πρέπει να ξεχνιέται ότι η τουριστική οικονομία επηρεάζεται πολύ εύκολα αρνητικά από τις οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες. Αλλά και κάτω από φυσιολογικές συνθήκες οι περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού υπόκεινται σε περιορισμούς, τους οποίους αναπόφευκτα θέτει η εποχικότητα, κατά κύριο λόγο, της τουριστικής ζήτησης.

Η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας δεν θα πρέπει σε καμιά περίπτωση να επιχειρείται από τις πολιτικές εξουσίες μονόπλευρα, πολύ περισσότερο μάλιστα, όταν η οικονομία της οποία αποτελεί κλάδο οικονομικής δραστηριότητας είναι αναπτυσσόμενη, δηλαδή για κάποιους λόγους δεν έχει κατορθώσει ακόμα να σπάσει το φράγμα της οικονομικής υπανάπτυξης. Σε αυτήν την περίπτωση ενδείκνυται η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας να είναι ισόρροπη και αρμονική με αυτήν των άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως των βασικών, δηλαδή της γεωργίας με την ευρύτερη έννοια του όρου και της βιομηχανίας. Με αυτόν τον τρόπο δεν θα διαταραχθεί ο εφοδιασμός της τουριστικής οικονομίας με είδη διατροφής, κεφαλαιουχικούς εξοπλισμούς κλπ., που τόσο απαραίτητα της είναι για την παραγωγή τουριστικών προϊόντων, που ζητούνται από τους τουρίστες, για να ικανοποιήσουν καταναλώνοντας τα ή κάνοντας χρήση τους τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Εξυπακούεται ότι η όλη προσπάθεια της τουριστικής ανάπτυξης δεν θα είναι συμπτωματική αλλά προγραμματισμένη, οι δε στόχοι της ρεαλιστικοί, δηλαδή εφικτοί.(BB 18)

Η σημασία και διαδικασία του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης

Με την πλατειά έννοια του ορού, ο προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί συνειδητή προσπάθεια μιας ορθολογιστικά υπολογισμένης και καλά συντονισμένης δράσης της πολιτικής εξουσίας, που αποβλέπει στην επίτευξη ενός ή περισσότερων στόχων. Κοντιολογία αποτελεί κάτω από προϋποθέσεις μια αποτελεσματική μέθοδο λήψης ορθολογιστικών αποφάσεων, εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας, προς το σκοπό της ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας.

Με τον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης προσδιορίζεται τόσο η ποσοτική όσο και η ποιοτική διάσταση της. Με αυτήν την έννοια, ο προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί σύνθεση των ποσοτικών και ποιοτικών στοιχείων δράσης της πολιτικής εξουσίας, ικανοποιεί δε από τη μια πλευρά την ανάγκη της επιστημονικής προσέγγισης στην αντιμετώπιση των διαφόρων προβλημάτων της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας και από την άλλη την απαίτηση όλων εκείνων, που με οποιοδήποτε τρόπο ασκούν τις διάφορες οικονομικές λειτουργίες σε αυτήν, για την έγκαιρη και σωστή ενημέρωσή τους σχετικά με την τουριστική πολιτική που ασκεί η πολιτική εξουσία και τους αναπτυξιακούς στόχους τους οποίους επιδιώκει να πετύχει.

Ας σημειωθεί ότι η ανάγκη προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, υπήρξε βασικά απόρροια της αδυναμίας του μηχανισμού της ατελούς τουριστικής αγοράς να πετύχει την αποτελεσματική ή άριστη κατανομή ή χρησιμοποίηση των διαθέσιμων τουριστικών πόρων μεταξύ των διαφόρων εναλλακτικών χρήσεων, τη σταθερότητα των τιμών των τουριστικών προϊόντων, την ανάπτυξη ή μεγέθυνση της τουριστικής οικονομίας και κατ' επέκταση της παραγωγικής της δυνατότητας κλπ., καθώς επίσης των περίπλοκων σχέσεων που δημιουργήθηκαν και αναπτύχθηκαν μετά το τέλος των εχθροπραξιών του β' Παγκόσμιου Πολέμου στα οργανωμένα κοινωνικά σύνολα με κρατική υπόσταση, εξ αιτίας των διαφόρων σοβαρών οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων που προκάλυψε.

Ανεξάρτητα απ' όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, θα πρέπει να ειπωθεί ότι προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί χωρίς άλλο ένα χρησιμότερο «εργαλείο», στη διάθεση των πολιτικών εξουσιών, που κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά όχι μόνο στην ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, αλλά και στη διόρθωση στο μέτρο του εφικτού των ατελειών ή αδυναμιών του μηχανισμού της τουριστικής αγοράς. Με την επέκταση δε της παραγωγικής δυνατότητας της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας, θα καταστεί βαθμιαία δυνατή η παραγωγή και προσφορά περισσότερων, καλύτερων και φτηνότερων τουριστικών προϊόντων για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών των ανθρώπων, που τείνουν συνεχώς να αυξάνουν.

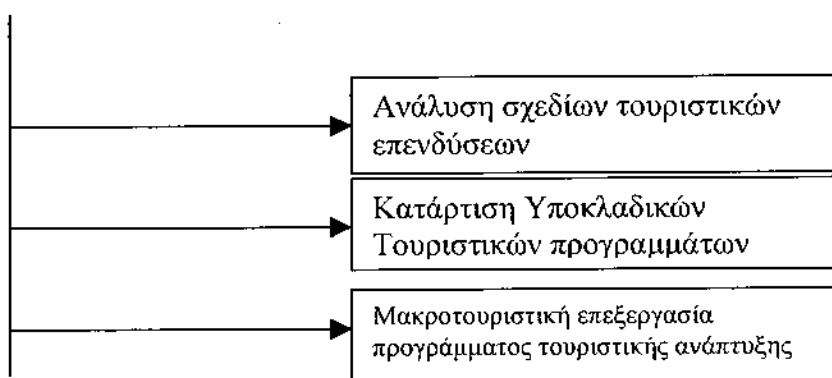
Αν εξετάσει κανείς τη διάρθρωση του προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης, θα διαπιστώσει ότι αποτελεί σύνθεση του μικροτουριστικού και μακροτουριστικού προγραμματισμού, δηλαδή σύνθεση επεξεργασμένων μικροτουριστικών και μακροτουριστικών μεγεθών της τουριστικής οικονομίας.

Με βάση την εμπειρία που αποκτήθηκε από το μικροτουριστικό και μακροτουριστικό προγραμματισμό, μπορεί ανεπιφύλακτα να ειπωθεί ότι η ορθολογιστική διαδικασία προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης πρέπει να περιλαμβάνει και τους δύο αυτούς τύπους προγραμματισμού. Έτσι, λοιπόν, η ορθολογιστική προσέγγιση του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης είναι η σύνθεση του μικροτουριστικού και μακροτουριστικού προγραμματισμού σε ένα ενιαίο πρόγραμμα: **το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης.**

Ας σημειωθεί ότι η όλη διαδικασία του προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης γίνεται στην πράξη σε τρία επίπεδα προσέγγισης και περιλαμβάνει την ανάλυση των σχεδίων τουριστικών επενδύσεων, την κατάρτιση υποκλαδικών τουριστικών προγραμμάτων και τη μακροτουριστική επεξεργασία του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. **(BB 11)**

Διάγραμμα 10).

Επίπεδα προσέγγισης
προγραμματισμού
Τουριστικής ανάπτυξης



Από τα τρία αυτά επίπεδα προγραμματισμού της τουριστικής ανάπτυξης, η μακροτουριστική επεξεργασία προσφέρει το πλαίσιο των μελλοντικών εξελίξεων της τουριστικής οικονομίας, μέσα στο οποίο θα διαμορφωθούν τα διάφορα μεγέθη της, που αντιπροσωπεύουν κατά κανόνα τους τελικούς στόχους της.

Η κατάρτιση των υποκλαδικών τουριστικών προγραμμάτων, εξάλλου, προσδιορίζει με περισσότερες λεπτομέρειες τη στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης που θα εφαρμοστεί εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας στους διάφορους υποκλάδους οικονομικής δραστηριότητας της τουριστικής οικονομίας.

Επίσης, η ανάλυση των σχεδίων τουριστικών επενδύσεων υποδειχνει τα συγκεκριμένα σχέδια τουριστικών επενδύσεων που πρέπει να εκπονηθούν στην τουριστική οικονομία για την επίτευξη των στόχων του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. Έτσι, λοιπόν, η ανάλυση των σχεδίων τουριστικών επενδύσεων από τους ειδικούς επιστήμονες αποκτά ιδιαίτερη σημασία και τούτο γιατί προσδιορίζει τα τουριστικά έργα που πρέπει να εκτελεστούν, για να υλοποιηθεί στη διάρκεια του χρόνου η στρατηγική ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας και να ικανοποιηθούν όσο το δυνατό περισσότερο και καλύτερα γίνεται, οι πρακτικά απεριόριστες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων.

Κατά τη διαδικασία σύνθεσης του μικροτουριστικού και μακροτουριστικού προγραμματισμού είναι απαραίτητο να τηρηθούν απαρέγκλιτα ορισμένες αρχές συνέπειας, πλην όμως η εφαρμογή τους σε μια ορισμένη χρονική περίοδο είναι αν όχι αδύνατη, τουλάχιστον πάρα πολύ προβληματική. Ο προγραμματισμός της

τουριστικής ανάπτυξης γίνεται στην πράξη, όπως ήδη ειπώθηκε, ακολουθώντας μια συνεχιζόμενη διαδικασία διαδοχικών προσεγγίσεων και σφαλμάτων. Αυτό σημαίνει ότι τα κενά που ενδεχόμενα παρουσιάζονται μεταξύ τουριστικής προσφοράς και τουριστικής ζήτησης καλύπτονται συνήθως είτε με αποφάσεις τουριστικής πολιτικής που λαμβάνονται κατά περίπτωση από την πολιτική εξουσία ειδικά γι' αυτόν το σκοπό είτε με την ελεύθερη λειτουργία του μηχανισμού της τουριστικής αγοράς.

Ας σημειωθεί ότι σε μια σύγχρονη τουριστική οικονομία, ο μηχανισμός της τουριστικής αγοράς και ο προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης αλληλοσυμπληρώνονται. Με αλλά λόγια οι διάφορες οικονομικές λειτουργίες της τουριστική οικονομίας διεξάγονται από τη μια πλευρά με τον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης και από την άλλη με την ευρύτερη οικονομική δράση των ατόμων και των τουριστικών επιχειρήσεων που ασκούν τις λειτουργίες αυτές.

Επίσης για να γίνεται όσο το δυνατό απροβλημάτιστη και απρόσκοπτη η εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης είναι απαραίτητο, κατά την κατάρτιση και εφαρμογή του, να τηρηθούν ορισμένες βασικές αρχές και συγκεκριμένα αυτές της ολοκληρωμένης θεώρησης, της αριστοποίησης, της συνέπειας, της εφικτότητας, της συνέχειας, της ευελιξίας, της εξειδίκευσης και της λειτουργικότητας. **(BB 5)**

Η μεθοδολογία που ακολουθείται συνήθως στον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης

Ο προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης θα μπορούσε να χαρακτηριστεί σαν μια μέθοδος που χρησιμοποιείται από την πολιτική εξουσία για τη λήψη ορθολογιστικών αποφάσεων σχετικά με την άριστη χρησιμοποίηση ή κατανομή των διαθέσιμων τουριστικών πόρων μεταξύ των διαφόρων εναλλακτικών τους χρήσεων και με γνώμονα τόσο τις οικονομικές ωφέλειες που θα προκύψουν όσο και το οικονομικό και κοινωνικό κόστος που συνεπάγεται η λήψη των αποφάσεων αυτών.

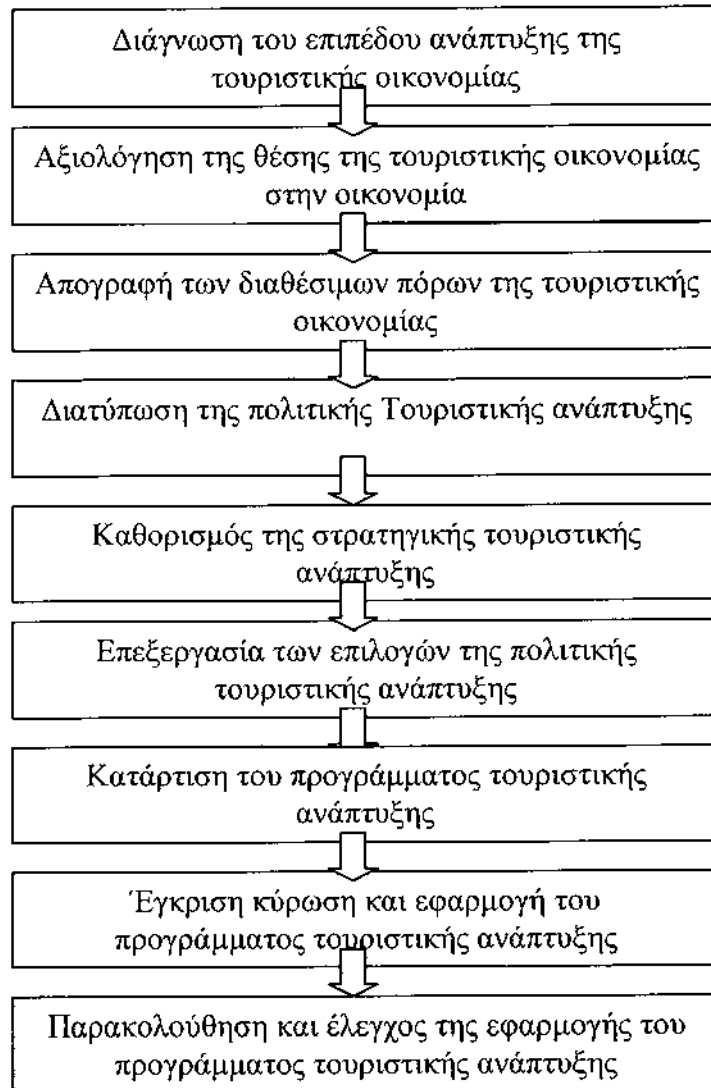
Στον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης, η μεθοδολογία που ακολουθείται κατά το πλείστον είναι η εμπειρική, που αναπτύχθηκε μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου στις μικτές οικονομίες του Δυτικού Κόσμου. Η μεθοδολογία αυτή βασίζεται σε μια διαρκή διαδικασία διαδοχικών

προσεγγίσεων και σφαλμάτων, που κατά κανόνα ακολουθεί ορισμένα στάδια, τα οποία όμως δεν είναι πανομοιότυπα στα διάφορα προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης που καταρτίζονται και εφαρμόζονται. Το αμέσως πιο κάτω πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί δείγμα ενός τέτοιου προγράμματος και περιλαμβάνει, όπως μπορεί να διαπιστωθεί, δέκα στάδια, τα οποία αναλύονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

(α) Διάγνωση του επιπέδου ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας

Γίνεται διάγνωση του επιπέδου ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας και επιδιώκεται να διαπιστωθούν και αναλυθούν οι λόγοι που δεν επέτρεψαν να επιτευχθούν οι στόχοι τους οποίους είχε καθορίσει η πολιτική εξουσία ώστε να μη επαναληφθούν λάθη του παρελθόντος που κόστισαν χρήματα και χρόνο. Και ακόμα για να βοηθηθεί η πολιτική εξουσία να προγραμματίσει σωστά την τουριστική ανάπτυξη ώστε να πετύχει τους επιθυμητούς στόχους.

Διάγραμμα 11:



(β) Απογραφή των διαθέσιμων πόρων της τουριστικής οικονομίας

Πραγματοποιείται απογραφή των διαθέσιμων πόρων της τουριστικής οικονομίας. Όταν αυτοί χρησιμοποιούνται συλλογικά, χαρακτηρίζονται σαν παραγωγικοί συντελεστές της τουριστικής οικονομίας και περιλαμβάνουν εκτάσεις που έχουν αναπτυχθεί τουριστικά, ανθρώπινο δυναμικό ειδικευμένο στη παραγωγή τουριστικών προϊόντων, κέντρα διακοπών, τουριστικές εγκαταστάσεις, εξοπλισμούς τουριστικών επιχειρήσεων κλπ. Ας σημειωθεί ότι η απογραφή των διαθέσιμων πόρων της τουριστικής οικονομίας είναι καθοριστική για το σωστό προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης, γιατί χωρίς αυτήν είναι προκαταβολικά βέβαιο ότι οι καθορισμένοι στόχοι της δεν θα ήταν αυτοί που θα έπρεπε.

(δ) Διερεύνηση των δυνατοτήτων μιας περαιτέρω ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας

Διερευνώνται οι δυνατότητες μιας περαιτέρω ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας τόσο από ποσοτικής όσο και από ποιοτικής άποψης, ταυτόχρονα θα επισημαίνονται οι κυριότερες αδυναμίες της και γενικότερα τα προβλήματα που αντιμετωπίζει αυτή ως προς τους διαθέσιμους τουριστικούς πόρους. Κύριο μέλημα της πολιτικής εξουσίας, σε αυτό το στάδιο του προγραμματισμού της ποιοτικής τουριστικής ανάπτυξης, είναι η διερεύνηση των δυνατοτήτων για περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, καθώς επίσης η επισήμανση των ανισοροπιών μεταξύ προσφοράς και ζήτησης τουριστικών προϊόντων και των συντελεστών παραγωγής τους εξαιτίας των ατελειών ή αδυναμιών του μηχανισμού της τουριστικής αγοράς.

(ε) Διατύπωση της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης

Η διατύπωση της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης παρέχει τις κατευθυντήριες γραμμές που διαμορφώνουν την ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας. Την πολιτική τουριστικής ανάπτυξης διακρίνουν συνήθως τρεις θεμελιώδεις σκοποί / στόχοι και συγκεκριμένα οι εξής: (ι) της ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ντόπιων και ξένων τουριστών, (ii) της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος των τουριστικών προορισμών και (iii) της επίτευξης ικανοποιητικής ανταμοιβής όλων όσων μοχθούν για την ανάπτυξη της

τουριστικής οικονομίας και ιδιαίτερα αυτών που προωθούν την τουριστική ανάπτυξη, καθώς και αυτών που επενδύουν στην τουριστική βιομηχανία. Ας σημειωθεί η διαμόρφωση μιας αποτελεσματικής πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης προϋποθέτει τόσο μια αποσαφήνιση των βασικών στόχων της, όσο και τη διασφάλιση της εναρμόνισης τους και τούτο γιατί η προσπάθεια μεγιστοποίησης ενός στόχου τουριστικής ανάπτυξης ενδέχεται να επιτευχθεί μεν, αλλά σε βάρος ενός άλλου στόχου.

(στ) Καθορισμός της στρατηγικής της τουριστικής ανάπτυξης

Στον καθορισμό της στρατηγικής της τουριστικής ανάπτυξης, η έμφαση μετατοπίζεται στα μέσα που προσφέρονται για την ανάπτυξη τουριστικών πόρων, προκειμένου να συμβάλουν αυτοί στην επίτευξη των στόχων που σκιαγραφήθηκαν στη διατύπωση της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης. Το πρώτο βήμα που πρέπει να γίνει εδώ είναι να συνδυαστεί η τουριστική προσφορά με την τουριστική ζήτηση και να αξιολογηθούν οι τουριστικές αγορές. Ιδιαίτερη προσοχή, όμως, πρέπει να δοθεί στον ανταγωνισμό τουριστικών προϊόντων και αγορών που διαπιστώθηκε, καθώς επίσης στους πόρους που θα απαιτηθούν για να αναπτυχθούν. Εναλλακτικές στρατηγικές τουριστικής ανάπτυξης μπορούν τότε να αποτιμηθούν υπό το φως των στόχων που καθορίστηκαν από την πολιτική εξουσία και των επιχειρησιακών εκτιμήσεων που πρέπει να ακολουθηθούν, έτσι ώστε να μπορεί να καθοριστεί μια τελική στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης με συγκεκριμένους στόχους και συγκεκριμένα μέτρα με τα οποία θα επιχειρηθεί η επίτευξη τους.

(ζ) Επεξεργασία των επιλογών της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης

Στην αρχή γίνεται μια πρώτη επεξεργασία των επιλογών της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης, σε ό,τι αφορά στους επιθυμητούς στόχους από άποψης εφικτότητας και συνέπειας, προς το σκοπό της εξασφάλισης του άριστου ρυθμού τουριστικής ανάπτυξης. Αυτός κατά κανόνα προσδιορίζεται από τον άριστο ρυθμό αποταμιεύσεων, που είναι αναγκαίος για τη χρηματοδότηση των παραγωγικών επενδύσεων στην αναπτυσσόμενη τουριστική οικονομία, αλλά και από άλλους προσδιοριστικούς παράγοντες της τουριστικής ανάπτυξης, όπως είναι για παράδειγμα το ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό που απασχολείται στην τουριστική βιομηχανία, τα συναλλαγματικά έσοδα από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών κλπ. Στη συνέχεια, όμως, γίνεται μια λεπτομερέστερη επεξεργασία των επιλογών της πολιτικής

τουριστικής ανάπτυξης με την εκπόνηση ειδικών μελετών που θα χρειαστούν οπωσδήποτε για την κατάρτιση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. Αυτή γίνεται κατά υποκλάδος οικονομικής δραστηριότητας της αναπτυσσόμενης τουριστικής οικονομίας και κατά γεωγραφικές περιφέρειες με τη συγκρότηση ειδικών επιτροπών και ομάδων εργασίας από τεχνοκράτες, ειδικούς επιστήμονες και εμπειρογνώμονες.

(η) Κατάρτιση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης

Γίνεται συνήθως κάτω από την εποπτεία της αρμόδιας για τον προγραμματισμό κρατικής υπηρεσίας, αφού προηγουμένα εκπονηθούν, όπως ήδη ειπώθηκε, οι ειδικές προς το σκοπό αυτό μελέτες από επιτροπές και ομάδες εργασίας ειδικών επιστημόνων και εμπειρογνομώνων. Η κατάρτιση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης αποτελείται βασικά από την εναρμόνιση της μικροτουριστικής επεξεργασίας του προς την αντίστοιχη μακροτουριστική επεξεργασία του και αντίστοιχα σε ένα συνεπές σύνολο. Στο στάδιο αυτό ενδέχεται η επεξεργασία του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης να οδηγήσει σε μια αναθεώρηση ή επανεκτίμηση των βασικών στόχων που είχαν καθοριστεί από την πολιτική εξουσία. Αν συμβεί αυτό, τότε τα νεότερα στοιχεία που θα προκύψουν, θα πρέπει και πάλι να τεθούν υπόψη της πολιτικής εξουσίας, που, όπως ήδη ειπώθηκε σε αυτήν ανήκει το προνόμιο και η ευθύνη του καθορισμού των στόχων του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. Ας σημειωθεί ότι από τη στιγμή που η πολιτική εξουσία επιλέξει τον άριστο συνδυασμό στόχων, γίνονται αυτοί οι βασικοί στόχοι του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης και ταυτόχρονα ο πυρήνας της πιο πέρα επεξεργασίας του.

(θ) Έγκριση, κύρωση και εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης

Εγκρίνεται από την πολιτική εξουσία το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης και στη συνέχεια προωθείται αυτό μεμονωμένα, σαν κλαδικό πρόγραμμα ανάπτυξης, ή ενσωματωμένο στο γενικό πρόγραμμα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης στο κοινοβούλιο για κύρωση, μετά την οποία αποκτά αυτό νομική υπόσταση και μπορεί πλέον να τεθεί αμέσως σε εφαρμογή. Ας σημειωθεί ότι η μεμονωμένη προώθηση του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης κάθε άλλο παρά επιστημονικό τρόπο οργάνωσης ενός σύγχρονου κράτους αποτελεί. Αντίθετα, η ολοκληρωμένη θεώρηση

της οικονομικής δραστηριότητας ενός σύγχρονου κράτους κάνει σήμερα, όπως ήδη ειπώθηκε, επιτακτικότερη παρά ποτέ την αποδοχή της έννοιας του ολοκληρωμένου προγραμματισμού της οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης με το οποίο διαγράφεται η συστηματική και εσκεμμένη ρυθμιστική επέμβαση της πολιτικής εξουσίας σε όλους, γενικά, τους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας των τομέων της οικονομίας ενός οργανωμένου κοινωνικού συνόλου με κρατική υπόσταση κατά τρόπον απόλυτο και ενιαίο. Αυτό ισχύει εντελώς ιδιαίτερα για τα αναπτυσσόμενα κράτη, δηλαδή γι'αυτά που για ίδιους ή διαφορετικούς λόγους δεν έχουν ακόμα κατορθώσει να σπάσουν κάποιο γενικής αποδοχής νοητό φράγμα οικονομικής υπανάπτυξης. Ας σημειωθεί ότι με τον ολοκληρωμένο οικονομικά προγραμματισμό διασφαλίζεται, εκτός άλλων, η αρμονική ανάπτυξη ή μεγέθυνση του τουρισμού με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και κυρίως με τους βασικούς, δηλαδή τη γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου και τη βιομηχανία.

(ι) Παρακολούθηση και έλεγχος της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης

Κυρώνοντας το κοινοβούλιο το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης, όπως αυτά εγκρίθηκε από την πολιτική εξουσία, δηλαδή την εκάστοτε κυβέρνηση, ακολουθεί το στάδιο της δημιουργίας και οργάνωσης ενός μηχανισμού παρακολούθησης και ελέγχου της εφαρμογής του. Το στάδιο αυτό περιλαμβάνει τη χρονική κλιμάκωση της εφαρμογής των μέτρων που επελέγησαν για την επίτευξη των στόχων του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης με βάση ένα χρονοδιάγραμμα, καθώς επίσης με τη δημιουργία ενός μηχανισμού, όπως ήδη ειπώθηκε, παρακολούθησης και ελέγχου της εφαρμογής του προγράμματος για το οποίο ο λόγος, με προδιαγραμμένες τις δικαιοδοσίες και αρμοδιότητες του. **(BB 19)**

Η μέτρηση των αποτελεσμάτων του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης

Η δυνατότητα που υπάρχει για να μετρηθεί η ανάπτυξη του τουρισμού που πραγματοποιήθηκε σε μια χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, από τότε που εφαρμόστηκε για πρώτη φορά από την πολιτική της εξουσία ένα πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης, αποτελεί χωρίς άλλο ένα θέμα υψίστης σημασίας, που συνδέεται στενά με την τουριστική ανάπτυξη. Αν δεν υπάρχει δυνατότητα να μετρηθεί τόσο το μέγεθος της τουριστικής ανάπτυξης όσο και ο αναπτυξιακός ρυθμός στη χρονική περίοδο της εφαρμογής του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης και κυρίως αν δεν υπάρχει η δυνατότητα να διαπιστωθεί αν και κατά πόσο επιτεύχθηκαν οι στόχοι που καθορίστηκαν από την πολιτική εξουσία, είναι αδύνατο να καταλήξει κανείς σε συμπεράσματα και πολύ περισσότερο να κάνει εκτιμήσεις για μελλοντικές εξελίξεις στην τουριστική οικονομία σχετικά με την αναπτυξιακή της πορεία.

Είναι αυτονόητο ότι η δυνατότητα μέτρησης της τουριστικής ανάπτυξης προϋποθέτει την ύπαρξη ενός μέτρου. Η τουριστική ανάπτυξη συνεπάγεται, όπως ήδη ειπώθηκε, την αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας της τουριστικής οικονομίας. Έτσι, λοιπόν, σαν μέτρο για τη μέτρηση της τουριστικής ανάπτυξης χρησιμοποιείται συνήθως ο ρυθμός αύξησης του πραγματικού προϊόντος της τουριστικής οικονομίας. Ως εκ τούτου η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να εκφραστεί σαν διαχρονική μεταβολή στο πραγματικό προϊόν της και έτσι να δείχτει η αύξηση της τουριστικής παραγωγής μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Οι χώρες που πληρούν το μίνιμουμ των απαιτήτων για την τουριστική τους ανάπτυξη προϋποθέσεων, την επιδιώκουν με κάθε τρόπο, επειδή θέλουν να ωφεληθούν όσο το δυνατό περισσότερο γίνεται από τα οικονομικά ωφελήματα που απορρέουν από την ανάπτυξη της τουριστικής τους οικονομίας. Το αν και κατά πόσο πετυχαίνεται ο σκοπός αυτός, μπορεί μέχρι ενός σημείου να διαπιστωθεί από τις συνδυασμένες ενδείξεις ορισμένων δεικτών της τουριστικής ανάπτυξης, οι σημαντικότεροι από τους οποίους είναι πέντε (Διάγραμμα 12) και αναλύονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

(α) *Του τουριστικού ισοζυγίου πληρωμών:* η παρουσίαση του καθαρού τουριστικού ισοζυγίου πληρωμών αποτελεί μια συνηθισμένη αλλά παραπλανητική, κατά κάποιο τρόπο, προσπάθεια εκτίμησης της καθαρής συμβολής της τουριστικής ανάπτυξης σε αυτό. Η συμβολή, όμως, του διεθνούς τουρισμού στο τουριστικό ισοζύγιο πληρωμών μπορεί να υπολογιστεί ακριβέστερα αν συσχετιστούν οι διάφορες δαπάνες που πραγματοποιούν επισκέπτες στη χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τους, με

το κόστος που συνεπάγεται η παροχή τουριστικών υπηρεσιών, που ικανοποιούν τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να γίνει σαφές ότι τόσο ο υπολογισμός των συναλλαγματικών εκροών όσο και των καθαρών συναλλαγματικών κερδών του τουρισμού είναι οπωσδήποτε δύσκολος, αλλά σε καμιά περίπτωση ακατόρθωτος.

(β) *Των ευκαιριών απασχόλησης που δημιουργεί ο τουρισμός:* ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους κυριότερους παράγοντες για την δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης όχι μόνο στην τουριστική βιομηχανία, αλλά και σε όλους κάδους και υποκλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Ένα συγκριτικό πλεονέκτημα της τουριστικής ανάπτυξης είναι ότι μπορεί να δημιουργήσει θέσεις απασχόλησης φτηνότερα απ' ό,τι οι άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας. Το ερώτημα, όμως, που τίθεται είναι αν και κατά πόσο οι θέσεις απασχόλησης που δημιουργούνται στον τουρισμό είναι πραγματικές, αφού κατά κύριο λόγο είναι εποχιακές, ορισμένες φορές δε και μερικής απασχόλησης. Πέρα από αυτό, όμως, οι περισσότερες από αυτές είναι χαμηλού επιπέδου, όπως χαμηλές είναι και οι προβλεπόμενες αμοιβές γι' αυτές τις θέσεις. Ο βαθμός στον οποίο τα χαρακτηριστικά αυτά περιορίζουν τη συμβολή του τουρισμού στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης εντός και εκτός της τουριστικής βιομηχανίας, θα εξαρτηθεί από πολλούς παράγοντες.

Διάγραμμα 12

ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



Διάγραμμα 12: Οι κυριότεροι δείκτες τουριστικής ανάπτυξης

(γ) Της περιφερειακής τουριστικής ανάπτυξης: ο τουρισμός μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να συμβάλει αποφασιστικά στην τόνωση της οικονομίας της περιφέρειας, κατ' επέκταση δε και στην ανάπτυξη της. Η ικανότητα που έχει αυτός, όταν αναπτύσσεται, να περιορίζει τις περιφερειακές ανισορροπίες και να συμβάλει στην περιφερειακή ανάπτυξη, θα επηρεαστεί από παρόμοιους παράγοντες με αυτούς που επηρεάζουν την έκταση των συναλλαγματικών εσόδων από τον τουρισμό και συγκεκριμένα από τον διεθνή τουρισμό. Εκροές συναλλάγματος, όμως, σημειώνονται τόσο σε περιφερειακό όσο και σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο. Η έκταση των συναλλαγματικών εκροών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη φύση της τουριστικής ανάπτυξης που επιχειρείται στην περιφέρεια και από το αν οι συντελεστές παραγωγής, που απαιτούνται για την τουριστική ανάπτυξη, μπορούν να εξασφαλιστούν εντός της περιφέρειας ή πρέπει να εισαχθούν. Στην τελευταία περίπτωση οι εκροές από τις οικονομίες των περιφερειών μπορεί να είναι μεγάλες.

(δ) Της επίδρασης του τουριστικού πολλαπλασιαστή: ο πολλαπλασιαστής αποτελεί, όπως είναι γνωστό, ένα μέτρο της επίδρασης που ασκεί σε μια οικονομία η εισροή πρόσθετου εισοδήματος. Στην προκειμένη περίπτωση η εισροή αυτή γίνεται διαμέσου του τουρισμού. Οι πολλαπλασιαστές του τουρισμού αντανακλούν τις αλληλεξαρτήσεις τριών τύπων δαπανών και συγκεκριμένα άμεσων, έμμεσων και επαγωγικών. Οι δύο τελευταίες από κοινού χαρακτηρίζονται μερικές φορές και σαν δευτερεύουσες επιδράσεις, ενώ ο τουριστικός πολλαπλασιαστής είναι ένα μέτρο των συνολικών επιδράσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση πρόσθετων δαπανών. Ας σημειωθεί ότι ο τρόπος με τον οποίο οι δαπάνες για τον τουρισμό φιλτράρονται στην οικονομία μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, ευνοούν και άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας.

(ε) Του ανταγωνισμού μεταξύ τουρισμού και άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας: για το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση, τα οικονομικά ωφέληματα από την τουριστική ανάπτυξη προέρχονται κατά κύριο λόγο από τη φορολόγηση των κερδών των τουριστικών επιχειρήσεων και του εισοδήματος των απασχολούμενων στην τουριστική βιομηχανία, από κέρδη κρατικών ή/και δημοτικών τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς επίσης από έμμεση φορολόγηση τουριστών και εκδρομέων στους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται. Εξαιτίας, όμως, των μεγάλων επενδύσεων που πραγματοποιούνται από το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση σε έργα τουριστικής υποδομής και ανωδομής, τόσο για την κατασκευή

τους όσο και για τη συντήρησή τους, καθώς επίσης στην παροχή αναπτυξιακών κινήτρων για τον τουρισμό, για την τουριστική εκπαίδευση κλπ., τα έσοδα του κράτους και της τοπικής αυτοδιοίκησης από τον τουρισμό μειώνονται αναγκαστικά, η δε αναπλήρωσή τους θα απαιτήσει μακριά περιθώρια χρόνου και αναμονής.

Για να είναι εφικτή μια αντικειμενική μέτρηση της τουριστικής ανάπτυξης, θα πρέπει να είναι δυνατή η ακριβής μέτρηση της οργανικής ανάπτυξης της τουριστικής οικονομίας, δηλαδή η αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας των μεμονωμένων τουριστικών μονάδων και κατ' επέκταση του συνόλου τους. Όπως γίνεται, όμως, αντιληπτό η συγκέντρωση τέτοιων στοιχείων κάθε άλλα παρά εύκολη είναι. Έτσι, λοιπόν, παρά το γεγονός ότι η τουριστική ανάπτυξη, θεωρητικό τουλάχιστον, αναφέρεται στην αύξηση του πραγματικού τουριστικού προϊόντος ή εισοδήματος κάτω από συνθήκες πλήρους απασχόλησης στην τουριστική οικονομία, στην πράξη τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση της τουριστικής ανάπτυξης σε ορισμένο τόπο και χρόνο είναι ιστορικά. Αυτό απλά σημαίνει ότι προσδιορίζουν ποιες ποσοτικές μεταβολές σημειώθηκαν στο παρελθόν στην τουριστική οικονομία, πλην όμως σε καμιά περίπτωση δεν διευκρινίζουν αν σε αυτήν επικρατούσαν συνθήκες πλήρους απασχόλησης. Συνεπώς οποιαδήποτε αύξηση στο πραγματικό τουριστικό προϊόν ή εισόδημα που πραγματοποιήθηκε σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, δεν είναι απαραίτητο να συμπίπτει με την ποσοστιαία αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας της τουριστικής οικονομίας στην ίδια χρονική περίοδο, που δεν μπόρεσε να βεβαιωθεί και καταγραφεί. Παρ' όλα αυτά, όμως, τα ιστορικά αυτά στοιχεία μεταβολής του πραγματικού τουριστικού προϊόντος ή εισοδήματος χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση του αναπτυξιακού ρυθμού της τουριστικής οικονομίας, καθώς επίσης για τον υπολογισμό των μακροχρόνιων αναπτυξιακών τάσεων της, αλλά ακόμα και στην αποτόλμηση προβλέψεων σε ό,τι αφορά στη μελλοντική ανάπτυξη της.

Επίλογος – Συμπεράσματα

Αποτελεί κοινή συνείδηση των κρατούντων ότι ο τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να αναπτυχθεί και να αποτελέσει μοχλό ανάπτυξης της χώρας της οποίας αποτελεί κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Βέβαια η ανάπτυξη του τουρισμού ούτε εύκολη είναι, αλλά ούτε και μπορεί να πραγματοποιηθεί από τη μια μέρα στην, άλλη, Πέρα, όμως από μακριά περιθώρια χρόνου και αναμονής, η τουριστική ανάπτυξη απαιτεί και την πραγματοποίηση σημαντικών επενδύσεων τόσο εκ μέρους του δημοσίου όσο και εκ μέρους της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Εξυπακούεται ότι η χώρα που επιδιώκει την τουριστική της ανάπτυξη πρέπει να διαθέτει κάποιους τουριστικούς πόρους, οι οποίοι και θα αποτελέσουν πόλους έλξης των τουριστών τόσο των ντόπιων όσο και των ξένων. Τέτοιοι πόροι μπορεί να είναι αρχαιολογικοί και ιστορικοί χώροι, φυσικές ομορφιές, κουλτούρα, πολιτιστική κληρονομικά, λαϊκή παράδοση κλπ.

Τα οικονομικά οφέληματα από την ανάπτυξη του τουρισμού σε μια χώρα είναι οπωσδήποτε πολλά. Αυτό, όμως, σε καμιά περίπτωση δεν σημαίνει ότι ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για την αντιμετώπιση των οικονομικών προβλημάτων της. Μπορεί, όμως, χωρίς άλλο να συμβάλει αποφασιστικά στην προσπάθεια επίλυσης τους στο μέτρο του εφικτού, όπως για παράδειγμα στην τόνωση της οικονομίας της περιφέρειας, στην καταπολέμηση της ανεργίας και κυρίως αυτής των νέων, στην αύξηση των συναλλαγματικών εσόδων και διαμέσου αυτών στη μείωση του ανοίγματος του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, στην αύξηση ή συμπλήρωση των ατομικών εισοδημάτων κλπ.

Για να αναπτυχθεί μια χώρα τουριστικά, πρέπει πρώτα απ' όλα η πολιτική της εξουσία να χαράξει και εφαρμόσει μια ρεαλιστική πολιτική τουριστικής ανάπτυξης. Τελικός σκοπός της πολιτικής για την οποία ο λόγος πρέπει να είναι η εξασφάλιση σε ντόπιους και ξένους τουρίστες όσο το δυνατό περισσότερα και καλύτερα τουριστικά προϊόντα. Με άλλα λόγια επιδιώκει τη μεγιστοποίηση της κατά κεφαλήν κατανάλωσης ή χρήσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, κατ' επέκταση δε και της κατά κεφαλήν ωφέλειας ή χρησιμότητας που απορρέει από αυτήν.

Σύμφωνα με τις σύγχρονες αντιλήψεις, μια πολιτική τουριστικής ανάπτυξης πρέπει να αποτελεί ένα ενιαίο σύστημα αρχών, κανόνων και μεθόδων εσκεμμένης ρυθμιστικής επέμβασης ή εσκεμμένης αποχής από ρυθμιστική επέμβαση του κράτους ή των εξουσιοδοτημένων οργάνων του, που βρίσκονται σε εξάρτηση ή ημιεξάρτηση

από αυτό, στην τουριστική οικονομία με σκοπό να την αναπτύξουν. Για να είναι, όμως, αποτελεσματική η πολιτική τουριστικής ανάπτυξης που χαράζει και εφαρμόζει η πολιτική εξουσία, θα πρέπει οι στόχοι που καθορίζονται εκ μέρους της να είναι εφικτοί και να διατυπώνονται με ακρίβεια και σαφήνεια ώστε να αποφεύγονται παρερμηνείες τους. Και ακόμα θα πρέπει να εξετάζονται προσεκτικά οι επιδράσεις των εναλλακτικών μέτρων της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης, καθώς επίσης το οικονομικό και κοινωνικό κόστος που συνεπάγεται η χρησιμοποίησή τους.

Η υλοποίηση της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης ρέπει απαραίτητα να υλοποιείται μέσα από ένα πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης.

Το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί ένα χρήσιμο και κάτω από προϋποθέσεις αποτελεσματικό εργαλείο στη διάθεση της πολιτικής εξουσίας, με το οποίο ασκείται εκ μέρους της συστηματική και εσκεμμένη ρυθμιστική επέμβαση στην τουριστική οικονομία και κατά κύριο λόγο στον ατελή μηχανισμό της τουριστικής αγοράς είτε για να διορθωθούν ατέλειες του είτε για να αποτραπούν ανεπιθύμητες εξελίξεις, που ενδεχόμενα να έχουν αρνητικές επιδράσεις και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, σε τελευταία δε ανάλυση και σε αυτήν την οικονομία μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.

Η συστηματική και εσκεμμένη ρυθμιστική επέμβαση της πολιτικής εξουσίας στην τουριστική οικονομία θεωρητικά μπορεί να γίνει ή απρογραμμάτιστα ή με μια συστηματική διαδικασία λήψης αποφάσεων και συγκεκριμένα με την κατάρτιση και εφαρμογή ενός προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. Μέσα, λοιπόν, από το πρόγραμμα για το οποίο ο λόγος καταβάλει προσπάθεια η πολιτική εξουσία να συντονίσει τη συστηματική και εσκεμμένη ρυθμιστική επέμβαση της στην τουριστική οικονομία, προκειμένου να πετύχει τους αναπτυξιακούς στόχους! που έχει καθορίσει με κάποια μέτρα που έχει επιλέξει προς το σκοπό αυτό. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι η επιλογή των μέτρων του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης πρέπει να γίνεται με βάση την αποτελεσματικότητά τους και το κόστος που συνεπάγεται, όπως ήδη ειπώθηκε, η χρησιμοποίησή τους, τόσο το οικονομικό όσο και το εναλλακτικό. Ο προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης, που αποτελεί σύνθεση μικροτουριστικού και μακροτουριστικού προγραμματισμού, γίνεται σε τρία επίπεδα προσέγγισης και περιλαμβάνει την ανάλυση των σχεδίων τουριστικών επενδύσεων, την κατάρτιση υποκλαδικών τουριστικών προγραμμάτων και τη μακροτουριστική επεξεργασία. Σε ό,τι αφορά δε στην εφαρμογή του, αυτή δεν αποτελεί ξεχωριστή

δραστηριότητα της πολιτικής εξουσίας, αλλά βασικό συστατικό στοιχείο που εντάσσεται στο περιεχόμενο της και προσδιορίζει την ολοκληρωμένη έννοια της.

Η δυνατότητα μέτρησης των αποτελεσμάτων του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης, από τότε που εφαρμόστηκε για πρώτη φορά από την πολιτική εξουσία, αποτελεί χωρίς άλλο ένα σημαντικότερο θέμα, το οποίο συνδέεται στενά με την τουριστική ανάπτυξη. Όπως είναι γνωστό, με τη δυνατότητα που υπάρχει να μετρηθεί το μέγεθος και ο ρυθμός της τουριστικής ανάπτυξης στη χρονική περίοδο της εφαρμογής του προγράμματος της τουριστικής ανάπτυξης, καθώς επίσης να διαπιστωθεί κοινά πόσο επιτεύχθηκαν οι στόχοι τους οποίους είχε καθορίσει η πολιτική εξουσία, διευκολύνει την τελευταία όχι μόνο να καταλήξει σε συμπεράσματα, αλλά και να κάνει εκτιμήσεις για τη μελλοντική αναπτυξιακή πορεία της τουριστικής οικονομίας.

Το αν και κατά πόσο πετυχαίνονται οι στόχοι του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης μπορεί μέχρι ενός σημείου να διαπιστωθεί από τις συνδυασμένες ενδείξεις ορισμένων δεικτών της τουριστικής ανάπτυξης. Αναμφίβολα οι συνδυασμένες ενδείξεις των δεικτών αυτών είναι σημαντικές για την πολιτική εξουσία, προκειμένου να ενημερωθεί για το αναπτυξιακό επίπεδο της τουριστικής οικονομίας μετά την εφαρμογή του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης. Για να είναι, όμως, αντικειμενική η μέτρηση της τουριστικής ανάπτυξης, πρέπει να μπορεί να μετρηθεί η οργανική ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, δηλαδή η αύξηση της παραγωγικής δυνατότητας των μεμονωμένων τουριστικών μονάδων, κατ' επέκταση δε και του συνόλου τους. Η συγκέντρωση, όμως, τέτοιων στοιχείων κάθε άλλο παρά εύκολη είναι. Έτσι, λοιπόν, λόγω έλλειψης των στοιχείων αυτών, χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση της τουριστικής ανάπτυξης ιστορικά στοιχεία, τα οποία ναι μεν προσδιορίζουν ποιες ποσοτικές μεταβολές πραγματοποιήθηκαν στην τουριστική οικονομία, αλλά δεν διευκρινίζουν αν αυτές επιτεύχθηκαν κάτω από συνθήκες πλήρους απασχόλησης. Κατά συνέπεια, οι μετρήσεις της τουριστικής ανάπτυξης, κάτω από αυτές τις συνθήκες, στερούνται απόλυτης ακρίβειας, πλην όμως αυτό δεν εμποδίζει τις πολιτικές εξουσίες να κάνουν τις μετρήσεις τους σχετικά με τους αναπτυξιακούς ρυθμούς της τουριστικής οικονομίας, να υπολογίζουν τις μακροχρόνιες αναπτυξιακές τάσεις της και να προβλέψουν την ανάπτυξη της στο μέλλον. **(BB 10)**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 40

Η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού και οι τάσεις του

Η ανάπτυξη του τουρισμού, γενικά, και ειδικά του διεθνούς τουρισμού έχει πάρει τα τελευταία χρόνια τέτοιες διαστάσεις, που στην κυριολεξία έχει εντυπωσιάσει και αυτούς ακόμα τους ειδικούς επιστήμονες.

Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί αναμφίβολα σημαντική πηγή συναλλαγματικών εσόδων για πολλές χώρες και ιδιαίτερα για τις αναπτυσσόμενες, ενώ παράλληλα δημιουργεί θέσεις εργασίας για πολύ κόσμο, πρόσθετα εισοδήματα και άλλα πολλά. Πέρα από αυτό, όμως, ο διεθνής τουρισμός, αντίθετα με τη βαριά βιομηχανία και το εξαγωγικό εμπόριο πρώτων υλών, προσφέρει τη δυνατότητα να κερδισθούν χρήματα με σημαντικά μικρότερη εξάντληση των υφισταμένων φυσικών πόρων μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι τα συναλλαγματικά κέρδη που αποφέρει ο διεθνής τουρισμός σε παγκόσμια κλίμακα είναι διπλάσια αυτών που πραγματοποιούνται από εξαγωγές μη σιδηρούχων μεταλλευμάτων και μεγαλύτερα αυτών που πραγματοποιούνται από το διεθνές εμπόριο σιδήρου και χάλυβα.

Ας σημειωθεί ότι ορισμένες αναπτυσσόμενες χώρες έχουν χρησιμοποιήσει τα συναλλαγματικά τους έσοδα από το διεθνή τουρισμό για να σπάσουν μια ώρα αρχύτερα το φράγμα της οικονομικής τους υπανάπτυξης και να εκσυγχρονιστούν.

Ο διεθνής τουρισμός, σαν οικονομική δραστηριότητα, επηρεάζει τόσο την οικονομία της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών όσο και τους μόνιμους κατοίκους της, οποιαδήποτε δε ανάλυση των πλεονεκτημάτων του επιχειρηθεί, θα πρέπει οπωσδήποτε να λάβει υπόψη της το γεγονός αυτό. Μια τέτοια ανάλυση, όμως, μπορεί να οδηγήσει σε διαφορετικά συμπεράσματα. Έτσι, λοιπόν, τα άτομα και οι επιχειρήσεις που θα δεχόντουσαν θετικές οικονομικές επιδράσεις από το διεθνή τουρισμό, είναι βέβαιο ότι θα συνηγορούσαν για την ανάπτυξη του.

Αντίθετα, τα άτομα και οι επιχειρήσεις που δεν θα δεχόντουσαν θετικές οικονομικές επιδράσεις από αυτόν, είναι εξίσου βέβαιο ότι δεν θα συνηγορούσαν για την ανάπτυξη του.

Είναι πέρα από κάθε αμφισβήτηση ότι ο διεθνής τουρισμός ασκεί μια οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και φυσική επίδραση σε μια χώρα όπου αυτός

αναπτύσσεται, κατ' επέκταση δε και στους μόνιμους κατοίκους της και ακόμα συμβάλλει σε κάποιο βαθμό στην προσέγγιση των ανθρώπων και την καλύτερη κατανόηση των λαών, παρόλο ότι οι ενδείξεις που υπάρχουν σχετικά με το θέμα αυτό απέχουν πολλή από το να είναι και τόσο πειστικές. Με το γοργό ρυθμό που κυλάει η ζωή, γενικά, σήμερα ο διεθνής τουρισμός συχνά βλέπεται όχι μόνο σαν μια αναγκαιότητα, αλλά και σαν ένας τρόπος ζωής. Θα πρέπει, όμως, να αναπτύσσεται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε τα πλεονεκτήματα του να υπερτερούν από τα μειονεκτήματα του.

Αμέσως πιο κάτω θα επιχειρηθεί να αναγνωριστούν και αναλυθούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία του διεθνούς τουρισμού, όταν χρήσιμο ποιείται αυτός από τις πολιτικές εξουσίες των αναπτυσσομένων χωρών σαν μέσο οικονομικής ανάπτυξης και προόδου, δηλαδή σαν μέσο διακοπής του φαύλου κύκλου της φτώχειας και της μιζέριας που τις μαστιζει.(BB 19)

Ο διεθνής τουρισμός μια σχετικά νέα μορφή οικονομικής δραστηριότητας στην υπηρξία του ανθρώπου

Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί για πολλές χώρες του πλανήτη μας μια σχετικά νέα μορφή οικονομικής δραστηριότητας. Η συστηματική και σε μεγάλη κλίμακα προσφορά τουριστικών προϊόντων σε άτομα και έχουν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες και που θέλουν αλλά και μπορούν να τις ικανοποιήσουν, χρονολογείται από το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και ειδικότερα από τη δεκαετία του '50, όταν ο διεθνής τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται βαθμιαία μεν αλλά σταθερά και να αποκτά αξιόλογη οικονομική σημασία τόσο στις αναπτυγμένες χώρες του πλανήτη μας όσο και στις αναπτυσσόμενες.

Μεταπολεμικά, ο διεθνής τουρισμός, μπορεί να ειπωθεί ότι άλλαξε ουσιαστικά την αρχική του μορφή. Ένας ολοένα αυξανόμενος αριθμός χωρών σε όλον τον κόσμο παίρνει έκτοτε τα κατάλληλα μέτρα για την προσέλκυση διεθνών τουριστών και αυτό γιατί συνειδητοποίησαν ότι η ανάπτυξη διεθνούς τουρισμού αποτελεί ένα μέσο επιτάχυνσης της οικονομικής ανάπτυξης ή μεγένθυσής τους, καθώς επίσης διεύρυνσης της παραγωγικής και εξαγωγικής τους βάσης.

Σήμερα, ο διεθνής τουρισμός εξακολουθεί μεν να αναπτύσσεται δυναμικά, όπως θα διαπιστωθεί πιο κάτω, πλην όμως όχι με τους ίδιους ρυθμούς του παρελθόντος. Στην πραγματικά εντυπωσιακή ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού από

τη δεκαετία του '50 και μετά συνέβαλε το γεγονός ότι οι άνθρωποι απέκτησαν με το πέρασμα του χρόνου, χάρη στους συνδικαλιστικούς τους αγώνες, περισσότερο ελεύθερο χρόνο για ξεκούραση και ψυχαγωγία και αυτό γιατί ο χρόνος της εβδομαδιαίας εργασίας τους μειώθηκε, ενώ παράλληλα οι ημέρες της ετήσιας πληρωμένης αδειάς αυξήθηκαν σημαντικά.

Όλα αυτά σε συνδυασμό με τη συνεχή και εντυπωσιακή στην κυριολεξία εξέλιξη των μεταφορικών μέσων τείνουν στο να αυξηθεί η εμβέλεια του διεθνούς τουρισμού, με την έννοια ότι με το πέρασμα του χρόνου ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι επισκέπτονται πιο απομακρυσμένους τουριστικούς περιορισμούς. Η τάση αυτή είχε σαν αποτέλεσμα να αλλάξουν βαθμιαία οι κατευθύνσεις ροών του διεθνούς τουριστικού ρεύματος.

Πολλοί άνθρωποι, όπως είναι γνωστό, έχουν ανάγκη να ταξιδέψουν ή επιθυμούν να ταξιδέψουν για κάποιους συγκεκριμένους λόγους σε μια ή περισσότερες από μια ξένες χώρες και να παραμείνουν προσωρινά σε αυτές για ένα μικρότερο ή μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Οι πιο συνηθισμένοι λόγοι για τους οποίους ταξιδεύουν αυτοί, όμως, είναι ανάψυχή, διακοπές, επαγγελματικοί, ή συνδυασμός και των δυο. Πακέτα διακοπών που προσφέρονται σήμερα από τουρ οπερέτορς, ταξιδιωτικούς / τουριστικούς πράκτορες, αεροπορικές εταιρείες και ξενοδοχεία, αποτελούν ισχυρά κίνητρα για επαγγελματίες που επιθυμούν να συνδυάσουν το επαγγελματικό τους ταξίδι με αυτό της αναψυχής ή των οικογενειακών διακοπών κλπ., καθώς επίσης για απλούς ανθρώπους που επιθυμούν να ταξιδέψουν αποκλειστικά και μόνο για ευχαρίστηση. Η σημαντική αύξηση τόσο των επαγγελματικών ταξιδιών μεταπολεμικά όσο και των ταξιδιών αναψυχής, που ως σημειωθεί δεν αποτελούν πια προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας αλλά δικαίωμα όλων των εργαζομένων, έχουν επηρεάσει θετικά σε σημαντικό βαθμό τις οικονομίες πολλών χωρών, ανεξάρτητα από το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης τους.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν αποφασιστικά την ανάγκη ή επιθυμία των ανθρώπων να ταξιδέψουν στο εξωτερικό, δηλαδή να μετακινηθούν για κάποιους λόγους προσωρινά από τον τόπο της μόνη κατοικίας τους σε έναν ή περισσότερους τουριστικούς προορισμούς, είναι εσωτερικοί και εξωτερικοί. Η παροχή αγαθών και υπηρεσιών, που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες μιας έντονα διαφοροποιημένης και απαιτητικής τουριστικής αγοράς, απλά και μόνο υποδηλώνει την ύπαρξη μιας μεγάλης ποικιλίας επιχειρήσεων σε έναν τουριστικό προορισμό,

όπως για παράδειγμα διαμονής, εστίαση, ψυχαγωγίας, διασκέδασης, μεταφορών, λιανικού εμπορίου κλπ., που τα προϊόντα που παράγουν προσπαθούν να ικανοποιήσουν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες αυτών που ζητούν να τα αγοράσουν.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι άνθρωποι συνήθως ταξιδεύουν στο εξωτερικό για κάποιους συγκεκριμένους λόγους, όπως ήδη ειπώθηκε. Τα ερωτήματα, όμως, που γεννιούνται είναι πώς προγραμματίζουν το ταξίδι τους αυτοί που ταξιδεύουν και πού πηγαίνουν συνήθως όταν ταξιδεύουν, Όπως γίνεται αντιληπτό οι απαντήσεις στα ερωτήματα αυτά διαφέρουν ανάλογα με τους λόγους για τους οποίους πραγματοποιούνται τα ταξίδια αυτά στο εξωτερικό. Για παράδειγμα, αυτοί που ταξιδεύουν για αναψυχή ή διακοπές, έχουν περισσότερα χρονικά περιθώρια να προγραμματίσουν το ταξίδι τους απ' ό,τι αυτοί που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους. Επίσης αυτοί που ταξιδεύουν για αναψυχή ή διακοπές έχουν τη δυνατότητα να απορρίπτουν τουριστικούς προορισμούς που δεν μπορούν να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, ενώ αυτοί που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς ή άλλους λόγους δεν έχουν τη δυνατότητα αυτή.

Οι περισσότεροι διεθνείς τουρίστες ταξιδεύουν εκτός της χώρας στην οποία κατοικούν μόνιμα για αναψυχή ή διακοπές, έχουν την απαίτηση ένας τουριστικός προορισμός που επισκέπτονται να πληρεί ορισμένες βασικές προϋποθέσεις. Συγκεκριμένα θέλουν να διαθέτει ορισμένα, υλικά και άυλα συστατικά που δικαιολογούν το χαρακτηρισμό του σαν τέτοιο, όπως θέλγητρα - φυσικά, κατασκευασμένα, -πολιτιστικά, κοινωνικά - τουριστική υποδομή, τουριστική ανωδομή, "μεταφορικά μέσα, συγκοινωνιακή δικτύωση, καθώς επίσης διάφορες υπηρεσίες και κυρίως αυτές που κρίνεται εντελώς απαραίτητο να παράγονται και να προσφέρονται στους επισκέπτες ενός τουριστικού προορισμού, πολύ περισσότερο μάλιστα όταν αυτός θέλει να θεωρείται ότι είναι καλά οργανωμένος. Τέτοιες υπηρεσίες είναι για παράδειγμα αυτές προσφέρονται στους επισκέπτες του από τραπεζικά ιδρύματα, ασφαλιστικούς οργανισμούς, τουρ οπερέιτορς, ταξιδιωτικούς / τουριστικούς πράκτορες, καταστήματα λιανικών πωλήσεων κάθε είδους, νοσοκομεία, γιατρούς, φωτογράφους, ταχυδρομικά γραφεία, εκπαιδευτικούς οργανισμούς, σχολές εκμάθησης διαφόρων σπορ κλπ.

Πέρα από τα πιο πάνω υλικά και άυλα συστατικά, ένας τουριστικός προορισμός πρέπει επίσης να πληρεί και ορισμένες άλλες προϋποθέσεις. Συγκεκριμένα πρέπει να μπορεί να προσεγγιστεί εύκολα, ώστε να μην συνεπάγεται

υψηλό κόστος η πραγματοποίηση του ταξιδιού προς αυτόν, εκ μέρους των επισκεπτών του, αλλά ούτε και να επηρεάζεται αρνητικά η άνεση με την οποία πραγματοποιείται αυτό. Και ακόμα οι διάφορες διατυπώσεις εισόδου-εξόδου στις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, όπως έλεγχοι τελωνειακοί, διαβατηρίων, υγειονομικοί κλπ., να είναι όσο το δυνατό πιο απλουστευμένες, ώστε να είναι και λιγότερο χρονοβόρες. **(BB 19)**

Οι οικονομικές επιδράσεις του διεθνούς τουρισμού στις οικονομίες των αναπτυσσόμενων χωρών

Σύμφωνα με εκτίμηση του Π.Ο.Τ., ο κρατικός παρεμβατισμός στον κλάδο του τουρισμού αναμένεται να αυξηθεί στο μέλλον. Εντελώς ιδιαίτερα η εκτίμηση αυτή ισχύει για ορισμένες αναπτυσσόμενες χώρες, καθώς αυτές συνειδητοποιούν ολοένα και περισσότερο τη σημαντική συμβολή του τουρισμού και ιδιαίτερα του διεθνούς τουρισμού στην ανάπτυξη της οικονομίας τους. Η παρέμβαση των πολιτικών εξουσιών στον κλάδο του τουρισμού θα επεκταθεί και στην επαγγελματική κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού που θα θελήσει να απασχοληθεί στην τουριστική βιομηχανία, καθώς επίσης στον προγραμματισμό, την ανάπτυξη και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος.

Ο διεθνής τουρισμός αναμφίβολα επηρεάζει σημαντικά την οικονομία μιας αναπτυσσόμενης χώρας. Μια αύξηση των δαπανών που πραγματοποιούν οι διεθνείς τουρίστες όταν την επισκέπτονται, θα οδηγήσει φυσιολογικά στην αύξηση του τουριστικού α ο υς εισοδήματος, ενδεχόμενα δε και του εθνικού τους εισοδήματος, ενώ μια αύξηση των δαπανών που πραγματοποιούν οι μόνιμοι κάτοικοι μιας αναπτυσσόμενης χώρας για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών στο εξωτερικό, θα οδηγήσει σε μια μείωση του τουριστικού χ ο υς εισοδήματος, ενδεχόμενα δε και του εθνικού τους εισοδήματος. Αλλά και οι εισαγωγές που πραγματοποιούνται σε μια αναπτυσσόμενη χώρα από τουριστικές επιχειρήσεις μειώνουν, όπως είναι φυσικό, ακόμα περισσότερο το καθαρό εισόδημα από τον διεθνή τουρισμό και περιορίζουν τις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Εφόσον, λοιπόν, στις αναπτυσσόμενες χώρες κόλλες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των επισκεπτών τους δεν μπορούν να ικανοποιηθούν διαφορετικά παρά μόνο με την πραγματοποίηση εισαγωγών αγαθών και υπηρεσιών, η οικονομική επίδραση του διεθνούς τουρισμού τους στην

υπανάπτυκτη οικονομία τους σίγουρα θα είναι μικρότερη απ' ό,τι θα είχαν αρχικά υπολογίσει οι κύριοι φορείς της ανάπτυξης τους, δηλαδή οι κυβερνήσεις τους, λόγω μεγάλων διαρροών τουριστικού εισοδήματος από αυτήν και μάλιστα υπό μορφή συναλλάγματος, εξαιτίας της πραγματοποίησης των εισαγωγών αυτών.

Πέρα απ' όλα αυτά, όμως, θα πρέπει να ειπωθεί ότι τόσο τα οφέλη από το διεθνή τουρισμό όσο και τα κόστη που συνεπάγεται η ανάπτυξή του δεν κατανέμονται ισομερώς. Αυτό που μπορεί να είναι όφελος σε μια ομάδα του κοινωνικού συνόλου, μπορεί να αποτελεί κόστος για μια άλλη. Οι ξενοδόχοι, οι εστιατόρες, οι ιδιοκτήτες νυχτερινών κέντρων κλπ. ωφελούνται χωρίς άλλο από το διεθνή τουρισμό. Αντίθετα, οι μόνιμοι κάτοικοι των περιοχών, στις οποίες οι πιο πάνω επιχειρηματίες αναπτύσσουν την οικονομική τους δραστηριότητα, επιβαρύνετε με κάποιο κόστος που μπορεί να μετρηθεί και εκοραστεί σε όρους υπερπληθυσμού, θορύβου και ρύπανσης γενικά. Σε ορισμένες περιπτώσεις μετανάστες μπορεί να χρησιμοποιηθούν για να απασχοληθούν παραγωγικά στην τουριστική βιομηχανία. Αυτό, όμως, συνεπάγεται κάποιο κόστος για το κοινωνικό σύνολο ενός τουριστικού προορισμού, αφού η απασχόληση μόνιμων ή / και προσωρινών μεταναστών στην τουριστική βιομηχανία αυξάνει τη ζήτηση κοινωνικών παροχών, όπως για παράδειγμα ιατρικής και φαρμακευτικής περίθαλψης, δικτύου ύδρευσης και αποχέτευσης, δρόμων, μεταφορικών μέσων, σχολείων και σε ορισμένες περιπτώσεις άλλου είδους κοινωνικών παροχών και κονδυλίων .

Οι οικονομικές επιδράσεις του διεθνούς τουρισμού δεν είναι μόνο οι υλικές επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης και οι διαρθρωτικές αλλαγές, που συντελούνται στην περιοχή ενός τουριστικού προορισμού μιας αναπτυσσόμενης χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, αλλά και αυτές που αναπόφευκτα οδηγούν και σε μια αύξηση τόσο του μόνιμου όσο και του προσωρινού πληθυσμού της. Κατά συνέπεια ο διεθνής τουρισμός αποτελεί ένα δυναμικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και προόδου, από τον οποίο επηρεάζονται πολλά μεμονωμένα άτομα και οργανισμοί, καθώς επίσης οικονομίες σε όλα τα επίπεδα και συγκεκριμένα σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι οι οικονομικές επιδράσεις του διεθνούς τουρισμού έχουν μια δυσανάλογη ή μικρότερη επίδραση σε έναν τουριστικό προορισμό εξαιτίας του πολλαπλασιασμού του τουριστικού εισοδήματος, που εκτείνει τις οικονομικές ωφέλειες και πέρα από τα γεωγραφικά του όρια. Μια απλή εξέταση των δαπανών που πραγματοποιούνται από τους διεθνείς τουρίστες, σε

ορισμένο τουριστικό προορισμό και χρόνο, μεγιστοποιεί τις οικονομικές ωφέλειες που πιστεύεται ότι θα προκύψουν εκεί. Οπωσδήποτε, όμως, οι οικονομικές επιδράσεις του διεθνούς τουρισμού μπορούν να χωριστούν σε τρία στάδια. Το πρώτο είναι αυτό της άμεσης δαπάνης που πραγματοποιείται από τους διεθνείς τουρίστες για την απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται από ξενοδοχεία, εστιατόρια και άλλες επιχειρήσεις παροχής τουριστικών υπηρεσιών που εδρεύουν στον τουριστικό προορισμό. Ακολουθεί αυτό της έμμεσης δαπάνης, εξαιτίας των εμπορικών συναλλαγών που προκύπτουν από το πρώτο στάδιο. Το τρίτο και τελευταίο στάδιο είναι αυτό της επαγωγικής δαπάνης που οφείλεται στην εκ νέου δαπάνη εισοδήματος που πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό σε έναν τουριστικό προορισμό, ανεξάρτητα από το αν αυτός απασχολείται βιοποριστικά στην τουριστική βιομηχανία της περιοχής του, ή ωφελείται από τις δαπάνες που πραγματοποιούν ο διεθνείς τουρίστες στην περιοχή του τουριστικού προορισμού.

Όπως γίνεται αντιληπτό η εξέταση των οικονομικών επιδράσεων του διεθνούς τουρισμού σε έναν τουριστικό προορισμό απαιτεί να γίνουν αναλύσεις των νέων θέσεων εργασίας που δημιουργεί, των επιδράσεων που ασκεί στις συγγενείς οικονομικές δραστηριότητες, τον δαπανών που πραγματοποιούν οι διεθνείς τουρίστες, των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που δέχονται τις επιδράσεις των δαπανών αυτών, οποιωνδήποτε νέων φόρων που επιβάλλονται και τέλος των εγκαταστάσεων που ζητούνται από τους διεθνείς τουρίστες που επισκέπτονται τον τουριστικό προορισμό. Η επίδραση του πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος δείχνει πώς η διασπορά των χρημάτων που δαπάνη σαν οι διεθνείς τουρίστες, πέρα από τους αρχικούς αποδέκτες τους, συντηρεί την οικονομική βιωσιμότητα του τουριστικού προορισμού και των τουριστικών και μη τουριστικών επιχειρήσεων που βρίσκονται σε αυτόν, οι περισσότερες από τις οποίες διαφορετικά θα είχαν αναγκαστεί εκ των πραγμάτων να αναστείλουν προσωρινά ή ακόμα οριστικά την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. **(BB 17)**

Ο διεθνής τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις αποτελεσματικό μέσο οικονομικής ανάπτυξης

Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί, όπως είναι γνωστό, ένα άδηλο ασταθές και σύνθετο εξαγωγίμο προϊόν, σαν τέτοιο δε έχει αναπόφευκτα ορισμένα μεγάλα μειονεκτήματα, πλην όμως όχι στον ίδιο βαθμό που έχουν διάφορα άλλα εξαγωγίμα προϊόντα και ιδιαίτερα αυτά της πρωτογενούς παραγωγής. Πέρα από αυτό, όμως, έχει και ορισμένα συγκριτικά πλεονεκτήματα, που μπορούν εύκολα να διαπιστωθούν αν συγκριθεί η εξαγωγή του με αυτήν των προϊόντων της πρωτογενούς παραγωγής. Έτσι, λοιπόν, η αναπτυσσόμενη χώρα έχει τη δυνατότητα να ασκήσει μεγαλύτερο έλεγχο στον καθορισμό των τιμών των τουριστικών προϊόντων που παράγει και εξάγει, απ' ό,τι έχει για τις εξαγόμενες εκ μέρους της πρώτες ύλες. Ασκώντας τέτοιου είδους έλεγχο η αναπτυσσόμενη χώρα δεν κινδυνεύει να γίνει δέσμια των ιδιορρυθμιών που παρουσιάζουν οι εξαγωγές προϊόντων της πρωτογενούς παραγωγής και που έχουν την τάση να εντείνονται σε περιόδους οικονομικής αστάθειας ή ύφεσης. Σε μια κατάσταση σαν αυτή, η αναπτυσσόμενη χώρα έχει τη δυνατότητα να μεταβάλλει προς τα κάτω τις τιμές των προϊόντων της τουριστικής της βιομηχανίας, δημιουργώντας έτσι κίνητρα στους διεθνείς τουρίστες για να την επισκεφτούν.

Οι αναπτυσσόμενες χώρες που επιχειρούν να αναπτύξουν το διεθνή τουρισμό τους, ευνοούνται επίσης από το γεγονός ότι το τουριστικό προϊόν συγκριτικά με άλλα εξαγωγίμα προϊόντα, όπως για παράδειγμα τις διάφορες πρώτες ύλες, έχει οπωσδήποτε υψηλότερη εισοδηματική ελαστικότητα. Κατά συνέπεια η παραμικρή αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος των πιθανών επισκεπτών της, μπορεί χωρίς άλλο να οδηγήσει σε μια υπολογίσιμη αύξηση των αφίξεων διεθνών τουριστών και κατ' επέκταση των εισπράξεων τουριστικού συναλλάγματος. Αντίθετα, απαιτούνται μεγαλύτερες αυξήσεις του κατά κεφαλήν εισοδήματος για να επιφέρουν ισοδύναμη αύξηση των συναλλαγματικών εσόδων από την πραγματοποίηση εξαγωγών πρώτων υλών.

Ο διεθνής τουρισμός με το να συμπληρώνει άλλα εξαγωγίμα προϊόντα, προσθέτει ποικιλία στην εξαγωγική βάση της αναπτυσσόμενης χώρας και με αυτόν τον τρόπο συμβάλλει θετικά στη σταθεροποίηση των συναλλαγματικών της εσόδων από το εξαγωγικό της εμπόριο. Πέρα από αυτό, όμως, με το συνάλλαγμα που εξασφαλίζει ο διεθνής τουρισμός στις αναπτυσσόμενες χώρες, τους δίνει η δυνατότητα να αντισταθμίσουν λίγο - πολύ τα ελλείμματα που δημιουργούνται στο

ισοζύγιο των τρεχουσών συναλλαγών τους από την αυξανόμενη ζήτηση για εισαγωγές πρώτων υλών, που κατά κάποιον τρόπο σπανίζουν, καθώς επίσης βιομηχανοποιημένων προϊόντων. Γενικά μπορεί να ειπωθεί ότι ο διεθνής τουρισμός συνήθως δεν απαιτεί μεγάλης αξίας εισαγωγές για κάθε μονάδα ξένου συναλλάγματος που διοχετεύει στην οικονομία της αναπτυσσόμενης χώρας. Κατά συνέπεια ένα μεγάλο ποσοστό του συναλλάγματος αυτού μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την πραγματοποίηση παραγωγικών επενδύσεων, που έχουν σκοπό να επιταχύνουν την ανάπτυξη της βιομηχανίας τους, να συνεχίσουν την ανάπτυξη της γεωργίας τους με την ευρύτερη έννοια του όρου, να περιορίσουν το άνοιγμα του ελλείμματος του ισοζυγίου των τρεχουσών τους συναλλαγών κλπ. Στο ερώτημα κατά πόσο όλα αυτά είναι εφικτά, η απάντηση εξαρτάται αποκλειστικά και μόνο από την ικανότητα μιας αναπτυσσόμενης χώρας να προμηθεύει την τουριστική της βιομηχανία μάλλον με εγχώριους παραγωγικούς συντελεστές παρά με εισαγόμενους, ώστε να περιορίζεται στο ελάχιστο δυνατό η εκροή πολύτιμου συναλλάγματος, που τόσο απαραίτητο είναι για τη χρηματοδότηση της οικονομικής της ανάπτυξης.

Από θεωρητικής άποψης ο τουρισμός, γενικά, και ειδικότερα ο διεθνής τουρισμός προσφέρει στις αναπτυσσόμενες χώρες μεγάλες δυνατότητες για οικονομική ανάπτυξη και πρόοδο. Ο βαθμός στον οποίο ο διεθνής τουρισμός μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στη γενικότερη προσπάθεια μιας αναπτυσσόμενης χώρας να σπάσει όσο το δυνατό πιο γρήγορα γίνεται το φράγμα της υπανάπτυξης, εξαρτάται από ορισμένους παράγοντες και συγκεκριμένα από τους εξής (α) διάφορα χαρακτηριστικά υπανάπτυξης της αναπτυσσόμενης χώρας, (β) τον καθορισμό εφικτών στόχων εκ μέρους της πολιτικής της εξουσίας που εφόσον επιτευχθούν μπορούν να αμβλύνουν ή εξαλείψουν τα χαρακτηριστικά αυτά και (γ) την ικανότητα της πολιτικής εξουσίας να πετύχει μέσα από ένα γενικό πρόγραμμα οικονομικής ανάπτυξης τους στόχους αυτούς. Η ανάπτυξη, όμως, του διεθνούς τουρισμού σε μια αναπτυσσόμενη χώρα μπορεί τότε μόνο να επιτευχθεί, όταν δημιουργηθούν οι απαραίτητες γι' αυτό προϋποθέσεις ή έχουν διαμορφωθεί οι κατάλληλες συνθήκες που θα επιτρέψουν να επιτευχθούν οι στόχοι που έχει καθορίσει η πολιτική της εξουσία, σαν κύριος φορέας οικονομικής ανάπτυξης που είναι. (BB 17)

Οι κυριότερες οικονομικές ωφέλειες από την ανάπτυξη " διεθνούς τουρισμού και ποιοι ευνοούνται από αυτήν

Σχετικά με τις κυριότερες οικονομικές ωφέλειες που απορρέουν από την ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού για τις αναπτυσσόμενες χώρες θα πρέπει να παρατηρηθούν τα εξής:

(α) Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού στις αναπτυσσόμενες χώρες, εφόσον αποδειγμένα είναι εφικτή, πρέπει χωρίς άλλο να ενθαρρύνεται αλλά και να επιδιώκεται από τις πολιτικές τους εξουσίες, γιατί με αυτόν τον τρόπο θα προκύψουν οικονομικές ωφέλειες και όχι μόνο σε τοπικό, περιφερικό και εθνικό επίπεδο. Ειδικότερα για τις αναπτυσσόμενες εκείνες χώρες που δεν έχουν άλλες εναλλακτικές λύσεις οικονομικής ανάπτυξης, επειδή δεν διαθέτουν άλλου είδους εκμεταλλεύσιμους πόρους, η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού τους, κάτω από προϋποθέσεις, μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στη μερική ή ολική επίλυση πολλών οικονομικών προβλημάτων τους, αλλά όχι και όλων. Κοντολογίς η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού δεν μπόρα να αποτελέσει πανάκεια για όλα τα οικονομικά προβλήματα μιας αναπτυσσόμενης χώρας.

(β) Οι κυριότερες οικονομικές ωφέλειες που προκύπτουν από την ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού στις αναπτυσσόμενες χώρες, είναι η δημιουργία θέσεων εργασίας, καθώς επίσης η αύξηση του εισοδήματος του μόνιμου πληθυσμού της και κατ' επέκταση η βελτίωση του βιοτικού του επιπέδου. Συγκριτικά με άλλα πρότυπα οικονομικής ανάπτυξης, μια αύξηση του αριθμού των διεθνών τουριστών που επισκέπτονται μια αναπτυσσόμενη χώρα, σε συνδυασμό με τα χρηματικά ποσά που δαπανούν αυτοί κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σε αυτήν, επιτρέπουν μια σχετικά ταχύτερη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του μόνιμου πληθυσμού της. Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι οι δεξιότητες που απαιτούνται για όλους αυτούς που εργάζονται στην τουριστική βιομηχανία, είναι κατά κύριο λόγο απλές και μπορούν να αποκτηθούν σχετικά γρήγορα εκ μέρους τους, ακόμα και όταν αυτοί έχουν μέτρια μόρφωση ή ανεπαρκή επαγγελματική κατάρτιση. (γ) Σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες ο τουρισμός, γενικά, και ειδικότερα, ο διεθνής τουρισμός αποτελεί τον κύριο εργοδότη ή ακόμα μερικές φορές και τον μοναδικό, έχει δε το πλεονέκτημα οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται σε αυτόν, να απαιτούν σχετικά μικρές επενδύσεις σε πάγια κεφάλαια κατ' απασχολούμενο. Έτσι, λοιπόν, πολλές αναπτυσσόμενες χώρες με περιορισμένους εκμεταλλεύσιμους φυσικούς πόρους ή εξαγωγίμα προϊόντα, αλλά και με ένα μεγάλο αριθμό ανέργων ή / και υποαπασχολούμενων ατόμων, δίνουν

προτεραιότητα στην ανάπτυξη του τουρισμού και ειδικότερα του διεθνούς τουρισμού για ευνόητους λόγους. Στις χώρες για τις οποίες ο λόγος εισπράξεις από το διεθνή τουρισμό αντιπροσωπεύουν ένα μεγάλο μέρος του ακαθάριστου εθνικού τους προϊόντος, ενώ για πολλές από αυτές αποτελεί την κυριότερη πηγή συναλλαγματικών εσόδων, που τόσο ανάγκη έχουν για τη στήριξη της αναπτυξιακής τους προσπάθειας.

(δ) Ο διεθνής τουρισμός μπορεί επίσης να συμβάλει αποφασιστικά στην αύξηση των κρατικών εσόδων από δασμούς που επιβάλλονται σε προϊόντα που εισάγονται σε αναπτυσσόμενες χώρες για τουριστικούς λόγους. Επίσης από έμμεσους φόρους στις πωλήσεις, από φόρους προστιθεμένης αξίας, από άμεσους φόρους στα εισοδήματα των απασχολουμένων στην τουριστική οικονομία και στα κέρδη των επιχειρήσεων - τουριστικών και μη - που παράγουν και προσφέρουν τα προϊόντα τους στους τουρίστες, γενικά, για να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι φόροι εισοδήματος που εισπράττονται από το δημόσιο, θα αυξηθούν καθώς αυξάνει η απασχόληση και φορολογούνται τα αυξανόμενα εισοδήματα που πραγματοποιούνται στις τουριστικές οικονομίες των αναπτυσσόμενων χωρών και όχι μόνο. Αυτό τονίζεται εντελώς ιδιαίτερα, γιατί ο διεθνής τουρισμός δεν δημιουργεί εισοδήματα και ευκαιρίες απασχόλησης αποκλειστικά και μόνο στην τουριστική οικονομία μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, αλλά και σε όλους σχεδόν τους άλλους κλάδους της οικονομικής της δραστηριότητας, όπως για παράδειγμα στην αγροτική της οικονομία, στη βιομηχανία της, στις μεταφορές της κλπ.

(ε) Η δημιουργία της τουριστικής υποδομής και ανωδομής που κρίνεται απαραίτητη για την ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού σε: μι α αναπτυσσόμενη χώρα ή / και η βελτίωση της υπάρχουσας, εξυπηρετεί παράλληλα και τις αναπτυξιακές ανάγκες άλλων κλάδων της οικονομικής της δραστηριότητας και κυρίως της αγροτικής οικονομίας, της βιομηχανίας και των μεταφορών.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι αυτοί που ευνοούνται από την ανάπτυξη του τουρισμού, γενικά, και ειδικότερα του διεθνούς τουρισμού είναι οπωσδήποτε όλες οι επιχειρήσεις που παράγουν και προσφέρουν τουριστικά προϊόντα και άλλα που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των αγοραστών τους. Εξυπακούεται ότι ορισμένες από τις επιχειρήσεις αυτές και συγκεκριμένα οι τουριστικές εξαρτούν ολικά ή κατά κύριο λόγο την οικονομική τους επιβίωση από τα προϊόντα που παράγουν και προσφέρουν στους τουρίστες και ειδικότερα τους διεθνείς. Μερικές άλλες πάλι, όπως τράπεζες, τηλεφωνικές εταιρίες, ηλεκτρικές

εταιρίες, μεταφορικές εταιρίες, επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου κλπ., βασίζονται μερικά μόνο στον τουρισμό, γενικά, αλλά υπάρχουν κατά κύριο λόγο για να εξυπηρετούν με τις υπηρεσίες που παράγουν το ντόπιο πληθυσμό. Με βάση τα πιο πάνω, οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις κατηγορίες και συγκεκριμένα: (i) σε επιχειρήσεις που εξαρτώνται εντελώς από τους τουρίστες για τα εισοδήματά τους, (ii) σε επιχειρήσεις που εξαρτώνται κατά κύριο λόγο από τους τουρίστες για τα εισοδήματά τους και (iii) σε επιχειρήσεις που εξαρτώνται μερικά μόνο από τους τουρίστες για τα εισοδήματά τους(**BB 17**)

Ανταγωνίστριες χώρες και τα χαρακτηριστικά του τουρισμού τους

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια σημειώνονται μεταβολές στις τουριστικές ροές, οι οποίες οδηγούν σε μεταβολές στα μερίδια συμμετοχής των χωρών υποδοχής στο σύνολο του διεθνούς τουρισμού. Στον τουριστικό ορίζοντα παρουσιάζονται νέοι προορισμοί οι οποίοι, αξιοποιώντας τη μεταστροφή των τουριστών προς αυτούς διεκδικούν και αποκτούν μερίδιο στο διεθνή τουρισμό με αποτέλεσμα τη μείωση του μεριδίου των παραδοσιακών τουριστικών αγορών, παρά την αύξηση που σημειώνεται στις τουριστικές ροές. Η Ευρώπη και η Αμερική βλέπουν να μειώνεται το μερίδιό τους στις διεθνείς τουριστικές ροές ενώ αυξάνονται τα μερίδια της Ανατολικής Ασίας και της Αφρικής. Στους παράγοντες που συνέβαλαν στις παραπάνω εξελίξεις συμπεριλαμβάνονται η μείωση του κόστους μεταφοράς, η οποία ήταν αποτέλεσμα, κυρίως, του έντονου ανταγωνισμού που αναπτύχθηκε στις διεθνείς αερομεταφορές και η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζεται ο τουριστικός τομέας των πλέον ανταγωνιστριών χωρών προς τη χώρα μας δηλαδή της Ισπανίας, Πορτογαλίας, Ιταλίας, Τουρκίας και Γαλλίας.

Η Γενική Εικόνα των Ανταγωνιστριών Χωρών που Εξετάζονται

Γαλλία

Η Γαλλία αποτελεί τον προορισμό της Μεσογείου με τους περισσότερους επισκέπτες. Προσφέρει μεγάλη ποικιλία πολύ πλούσιας κληρονομιάς, κουλτούρας, και διακοπών. Έχει επεκταθεί σε πολλά τμήματα της τουριστικής αγοράς όπως είναι ο χειμερινός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, δημιουργία εκθέσεων, συνεδρίων και τουρισμό κινήτρων. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική αύξηση του ολιγοήμερου τουρισμού. Το μερίδιο της Γαλλίας σε αυτό το τμήμα της αγοράς ανέρχεται σε 25%. Η Euro Disney αποτελεί ένα πόλο έλξης. Τα παραπάνω δεν

επηρεάζουν το μερίδιο του τουρισμού των διακοπών του ήλιου και της θάλασσας αλλά μόνο αυτό του περιηγητικού τουρισμού. Από την άλλη πλευρά το ισχυρό φράγκο έχει αρνητική επίδραση στον τουρισμό.

Ιταλία

Η Ιταλία είναι η τρίτη ευρωπαϊκή χώρα, μετά τη Γαλλία και την Ισπανία, από πλευράς υποδοχής τουριστών και πρώτη από πλευράς εσόδων.

Οι τουρίστες επισκέπτονται την Ιταλία τόσο για την ιστορική της κληρονομιά και την κουλτούρα της, όσο και για τον ήλιο και τη θάλασσα, αν και αυτή η αγορά ζητείται περισσότερο από τον εσωτερικό τουρισμό, και ακολουθούν τα χειμερινά σπορ.

Μεταξύ των αρνητικών παραγόντων που επηρεάζουν τον τουρισμό της Ιταλίας συγκαταλέγονται οι κατά καιρούς σημειούμενες πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές κρίσεις στη χώρα.

Ισπανία

Η Ισπανία ακολούθησε στρατηγική η οποία είχε ως στόχο το παραθεριστικό τμήμα της αγοράς που στηρίζεται στον ήλιο, τη θάλασσα και την αμμουδιά. Παρόλα αυτά όμως έγιναν προσπάθειες για βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρει.

Η μεγάλη αύξηση των αφίξεων στην Ισπανία είχε αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, γεγονός που ανάγκασε τη χώρα να αναλάβει σημαντική εκστρατεία για τη βελτίωση της εικόνας της στο εξωτερικό.

Η Ισπανία δέχεται ένα σημαντικό μέρος τουριστών που απολαμβάνουν διακοπές λίγων ημερών (short breaks).

Πορτογαλία

Η Πορτογαλία, εκμεταλλευόμενη την υψηλή ζήτηση για ορισμένα προϊόντα (π.χ. γκολφ), σημείωσε γρήγορη τουριστική ανάπτυξη τη δεκαετία του '80 η οποία όμως δεν συνεχίστηκε την δεκαετία του '90. Μία από τις αιτίες που δεν συνεχίστηκε η αναπτυξιακή πορεία της δεκαετίας του '80 ήταν η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθήθηκε (υπερτιμολογήσεις).

Η προσπάθεια της Πορτογαλίας συγκεντρώνεται στο να πείσει τους τουρίστες και τουριστικούς πράκτορες ότι το προϊόν που προσφέρει είναι διαφορετικό από αυτό

που προσφέρει η γειτονική Ισπανία. Στη θέση ότι οι δύο χώρες προσφέρουν το ίδιο προϊόν και μάλιστα η Ισπανία το προσφέρει σε χαμηλότερη τιμή και επιπλέον γεωγραφικά είναι πιο κοντά στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες της δίνει ένα πλεονέκτημα, η Πορτογαλία απαντά ότι η ποιότητα του δικού της προϊόντος είναι υψηλότερη. Επιπλέον προβάλλει τα ιστορικά της μνημεία καθώς και τον οικογενειακό τουρισμό υποστηρίζοντας ότι η Ισπανία είναι πιο κατάλληλη για νεαρά άτομα.

Τουρκία

Η γεωγραφική θέση της Τουρκίας, γέφυρα μεταξύ Ευρώπης και Ασίας και η ποικιλία του κλίματος σε συνδυασμό με τις χαμηλές τιμές της επιτρέπουν να προσπαθεί να ανταγωνίζεται τις ελληνικές φυσικές ομορφιές και αρχαιότητες.

Τα τελευταία χρόνια κάνει προσπάθεια να διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν που προσφέρει εισερχόμενη στον τουρισμό υγείας και οικολογικό τουρισμό. Παρόλα αυτά ο τουρισμός της Τουρκίας επηρεάζεται σημαντικά από τα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτικά προβλήματα που αντιμετωπίζει τόσο η ίδια όσο και η ευρύτερη περιοχή (τρομοκρατικές ενέργειες, κρίσεις στον Περσικό κόλπο, κ.ά).

Η Τουρκία προσφέρει διακοπές φθηνών πακέτων. Το γεγονός αυτό οφείλεται τόσο στο χαμηλό κόστος ζωής που έχει η Τουρκία σε σχέση με τις χώρες προέλευσης των τουριστών της, όσο και στη συναλλαγματική πολιτική που ακολούθησε η οποία αντιστάθηκε τα υψηλά επίπεδα πληθωρισμού που σημειώθηκαν στη χώρα.

Μία νέα αγορά η οποία άνοιξε για την Τουρκία τα τελευταία χρόνια είναι αυτή της Ανατολικής Ευρώπης και της Ασίας. Αυτό δίνει ένα πλεονέκτημα στην Τουρκία έναντι των ανταγωνιστριών χωρών αφού της επιτρέπει να έχει περισσότερες εναλλακτικές περιοχές/χώρες προέλευσης τουρισμού. Η αγορά αυτή μπορεί να γίνει πιο σημαντική για την Τουρκία στο μέλλον όταν οι οικονομίες αυτών των περιοχών σταθεροποιηθούν και αναπτυχθούν. Είναι λογικό η Τουρκία να προσβλέπει σε αυτές τις αγορές εξαιτίας των εθνικών, θρησκευτικών, και επιχειρηματικών δεσμών που έχει με αυτές. Αντίθετα, η πολιτική που ακολούθησε η Τουρκία δεν τη βοήθησε στην προσέλκυση τουριστών που ανήκουν στο υψηλό εισοδηματικό τμήμα της αγοράς. (BB 17)

Τα Ελκυστικότερα Στοιχεία του Τουριστικού Προϊόντος

Σύμφωνα με τον ΗοΗίβΓ τα ελκυστικότερα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει μία χώρα είναι οι «φυσικές ομορφιές» της, τα «τοπία», οι «χαμηλές τιμές» των αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρει, τα «μουσεία/μνημεία», η «αλλαγή» του φυσικού και του πολιτιστικού περιβάλλοντος, η «ξενοδοχειακή άνεση», η «διασκέδαση» και τα «σπορ» (Βαρβαρέσος, 1998). Σύμφωνα με την παραπάνω έρευνα τα ισχυρά στοιχεία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι οι φυσικές ιδιομορφίες της χώρας μας, οι χαμηλές τιμές, τα μουσεία/μνημεία και η διασκέδαση, ενώ τα αδύνατα σημεία είναι τα σπορ, η ξενοδοχειακή άνεση και ο βαθμός αλλαγής (Πίνακας 5.1).

Χώρες	Φυσικές Ιδιομορφίες	Τοπία	Χαμηλές τιμές	Μουσεία μνημεία	Αλλαγή	Ξεν/κη Άνεση	Διασκ-δαση	Σπορ
Βέλγιο	42	43	25	16	30	25	22	14
Δανία	62	43	25	21	36	17	9	7
Γερμανία	47	43	4	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	30	28	53	14	23	39	47	15
Ιταλία	63	37	38	27	30	24	22	14
Λουξ/ργο	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. ΕΕ	56	37	34	28	26	26	23	14

Σημείωση: Οι αριθμοί εκφράζουν το ποσοστό των τουριστών που μένει ευχαριστημένο για κάθε ένα από τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος που παρουσιάζονται στον πίνακα.

Συγκριτικά με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, η χώρα μας είναι πρώτη από πλευράς διασκέδασης και δεύτερη από πλευράς τιμών. Πιο συγκεκριμένα, το 36% των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας είναι ικανοποιημένο από τις τιμές των τουριστικών υπηρεσιών που απολαμβάνουν έναντι του 12% και 35% για την Ισπανία και Πορτογαλία, αντίστοιχα. Με βάση πρόσφατα στοιχεία που ανακοινώθηκαν από την Ευρωπαϊκή Ένωση, η φθηνότερη χώρα μέσα σε αυτή είναι η Πορτογαλία, ενώ η χώρα μας συγκαταλέγεται μεταξύ των φθηνότερων χωρών. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται σε χαμηλές τιμές είναι: φρούτα, λαχανικά, θέρμανση, ηλεκτρισμός, αγορά υπηρεσιών, μεταφορές (σιδηροδρομικές). Αντίθετα, η χώρα μας είναι ακριβή στα έλαια και τις λιπαρές ουσίες, στις τηλεπικοινωνίες, κ.ά..

Στον τομέα της γενικής υποδομής η οποία μετρά την ποιότητα των δρόμων, σιδηροδρόμων, λιμανιών, επικοινωνιών, το κόστος της αεροπορικής μεταφοράς και της συνολικής υποδομής για επενδύσεις, η χώρα μας υστερεί έναντι όλων των ανταγωνιστριών χωρών (Πίνακας 5.2). Βρίσκεται στη χειρότερη θέση μεταξύ των Μεσογειακών χωρών στους σιδηροδρόμους, στους δρόμους και στις αεροπορικές μεταφορές, ενώ βρίσκεται στη δεύτερη καλύτερη θέση, μετά τη Γαλλία, στο θέμα των λιμανιών.

Πίνακας 5.2 Υποδομές σε Επλεγμένες Χώρες						
	ΕΛΛΑΔΑ	Γαλλία	Ιταλία	Ισπανία	Πορτ/λία	Τουρκία
Γενική Υποδομή	2.86	5.79	2.96	4.02	3,40	3,50
Δρόμος	3.02	6.00	3.71	4.36	3,92	3,81
Σιδηρόδρομος	1.91	6.03	2.44	4.07	2,74	2,06
Αεροπορική Μεταφορά	3.35	5.94	3.87	4.73	4,47	5,06
Λιμάνια	3.95	5.21	3.67	4.73	3,41	3,66
Τηλέφωνα Fax	5.36	6.50	5.83	6.04	5,93	6,41
Ασύρματη	5.52	6.21	5.57	5.82	5,85	6,16

Επικοινωνία						
Διεθνής Τηλεφ. Υπηρεσία	5.18	6.32	5.17	4.48	4,95	5,75

Σημείωση: 1 = Διαφωνώ πλήρως ότι η εν λόγω υποδομή είναι υψηλού, 7- Συμφωνώ πλήρως ότι η λόγω υποδομή είναι αψηλού ε; Άρα όσο πιο κοντά στο επτά (7) βρίσκεται η βαθμολογία για μια χώρα, ι είναι η επιχειρηματική κοινότητα για την ποιότητα των υπηρεσιών που αν η βαθμολογία βρίσκεται κοντά στο ένα (1), η επιχειρηματική κοινοί ποιητικό το επίπεδο υποδομών της χώρας.

Πηγή: the Global Competitiveness Report, 1998, Word Economic Forum.

Οικονομική Σημασία τον Τουρισμού στη Νότια Ευρώπη

Η Ν. Ευρώπη σημείωσε το μεγαλύτερο πλεόνασμα στο τουριστικό της ισοζύγιο μεταξύ των άλλων περιοχών της Ευρώπης, την περίοδο 1989-1997 (43.316 δολάρια ΗΠΑ το 1997 έναντι 24.030 το 1989). Την ίδια περίοδο η ανατολική μεσογειακή Ευρώπη σημείωσε τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση στο πλεόνασμα της, (122% έναντι 26% του συνόλου της Ευρώπης). Τα έσοδα από τουρισμό κατέχουν σημαντικό μερίδιο στο σύνολο των εσόδων από υπηρεσίες (50,7% το 1997) στην οικονομία της Ν. Ευρώπης, έναντι 30,6% που είναι στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Πίνακας 5.3). Το μερίδιο αυτό μειώθηκε ελαφρά (κατά 1,8 ποσοστιαίες μονάδες) την περίοδο 1989-1997. Είναι φανερό ότι ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό εξαγωγικό προϊόν για το σύνολο της Ν. Ευρώπης κατέχοντας το 25% των εσόδων από τις εξαγωγές προϊόντων έναντι μόλις 7,85% στην Ευρωπαϊκή Ένωση με ανοδική μάλιστα τάση τα τελευταία χρόνια (από 21,7% το 1989 ανήλθε σε 25,01% το 1997).

Πίνακας 5.3				
Οικονομική Σημασία του Τουρισμού στην Ευρώπη				
	Ποσοστό των τουριστικών εσόδων στα			
	Εσοδα από υπηρεσίες		Εσοδα από εξαγωγές προϊόντων	
	1989	1997	1989	1997
Ανατολική Μεσογειακή Ευρώπη	31,10	32,60	7,50	8,69
Νότια Ευρώπη	52,52	50,70	21,67	25,01
Κεντρική Ανατολική Ευρώπη	49,92	49,27	16,24	17,63
Βόρεια Ευρώπη	40,55	40,35	2,60	11,65
Δυτική Ευρώπη	26,23	25,65	6,48	6,20
Ευρωπαϊκή Ένωση	30,13	30,62	7,74	7,85

Περιλαμβάνονται: Αλβανία, Βοσνία & Ερζεγοβίνη, Κροατία, Γιβραλτάρ, Ελλάδα, Πορτογαλία, Σλοβενία, Ισπανία, Ιταλία, ΎΑΓΜκαι Γιουγκοσλαβία.

Πηγή: WTO, Tourism Market Trends, Europe, 1999

Σε επίπεδο χωρών, η συμβολή του τουρισμού στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν είναι σημαντική στη χώρα μας (18,3%), στην Ισπανία (22,7%) και στην Πορτογαλία (19,4%) έναντι 12,3% που είναι στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Πίνακας 5.4). Εξίσου σημαντική είναι η συμβολή του τουριστικού τομέα στη συνολική απασχόληση και τις επενδύσεις στις παραπάνω χώρες, ιδιαίτερα στην Ισπανία.

Πίνακας 5.4 Οικονομική Σημασία του Τουρισμού σε Επιλεγμένες Χώρες (1998) (%)			
	ΑΕΠ	Απασχόληση	Επένδυση
ΕΛΛΑΔΑ	18,3	16,3	22,3
Γαλία	14,8	14,7	16,6
Ιταλία	16,1	18,4	18,2
Πορτογαλία	19,4	19,5	20,1
Ισπανία	22,7	24,3	27,5
Ευρωπαϊκή Ένωση	12,3	14,5	15,8

Πηγή: World Travel and Tourism Council, 1999ΨοΗά'Ττανβιαηά'ΤοιΗΧΜ Οονικ᾿Ι, 1999.

Η σημασία του τουρισμού στον τομεία των υπηρεσιών είναι πολύ μεγάλη, ιδιαίτερα για την Ισπανία, την Πορτογαλία και την Ελλάδα (μερίδια 60,7%, 56,3% και 55,5% αντίστοιχα) (Πίνακας 5.5). Στη χώρα μας ο τουριστικός τομέας έχει πολύ μεγάλη σημασία ως εξαγωγικό προϊόν. Πιο συγκεκριμένα, το 1997 τα έσοδα από τον τουρισμό αποτελούσαν το 96,5% των εσόδων από τις εξαγωγές προϊόντων. Το ποσοστό αυτό ήταν αντίστοιχα 25,5% και 18,3% για την Ισπανία και την Πορτογαλία. Με βάση πιο πρόσφατα στοιχεία τα έσοδα από τον τουρισμό έχουν ξεπεράσει αυτά από εξαγωγές προϊόντων (το 1999 ήταν 103%).

Εσοδα	Πίνακας 5.5 από τον Τουρισμό σε Επιλεγμένες Χώρες (1997) (%)	
Χώρα	Εσοδα από τον Τουρισμό σε ποσοστό	
	στις εξαγωγές προϊόντων	στα έσοδα από εξαγωγή υπηρεσιών
ΕΛΛΑΔΑ	96,5	55,5
Γαλλία	9,7	34,5
Ιταλία	12,5	41,0
Ισπανία	25,5	60,7
Πορτογαλία	18,3	56,3
Κύπρος	148,5	52,9
Τουρκία	30,8	41,8

Πηγή: Πηγή: WTO, Tourism Market Trends, Europe, 1999 Τράπεζα Ελλάδος.

Πίνακας 5.6 Μέση Ετήσια Αύξηση των Αφίξεων και των Εσόδων σε Επιλεγμένες Χώρες (1989-1998) (%)		
Χώρες	Αφίξεις	Εσοδα
Τουρκία	9,9	14,0
(Ιορτογαλία	5,8	6,6
Κύπρος	5,5	6,0
Ισπανία	4,4	6,9
Αλβανία	4,0	27,7
Μάλτα	4,0	5,6
Γαλλία	3,9	6,9
ΕΛΛΑΔΑ	3,6	7,9
Ιταλία	3,3	11,0

Πηγή: Πηγή: World Tourism Organization, 1999.

Μεταξύ των χωρών της Μεσογείου η Τουρκία σημείωσε το μεγαλύτερο μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης, τόσο στις αφίξεις (9,9%) όσο και στα έσοδα (14,0%) την

περίοδο 1989-1998. Για τη χώρα μας οι αντίστοιχοι ρυθμοί αύξησης ήταν 3,6% για τις αφίξεις και 7,9% για τα έσοδα (Πίνακας 5.6).(BB 16)

Αφίξεις και Συναλλαγματικά Έσοδα

Την περίοδο 1989-1998 οι αφίξεις στη Ν. Ευρώπη αυξήθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό 3,4%. Η Ισπανία και η Ιταλία αποτελούν τους κυριότερους τόπους προορισμού της περιοχής και δέχονται πάνω από 70% των τουριστών που την επισκέπτονται.

Οι εξελίξεις που σημειώθηκαν τα τελευταία χρόνια άφησαν ανεπηρέαστο το μερίδιο της Ν. Ευρώπης στο σύνολο της Ευρώπης (12%) την εν λόγω περίοδο. Ο μεγαλύτερος ρυθμός αύξησης των αφίξεων την περίοδο 1988-1998 σημειώθηκε στην Κροατία (22,0%) και ο μικρότερος στην Ιταλία (3,3%), ενώ η χώρα μας σημείωσε το δεύτερο χαμηλότερο ρυθμό, μετά την Ιταλία, (3,6%).

Τρεις χώρες της Ευρώπης είναι σταθερά πρώτες με κριτήριο τον αριθμό των επισκεπτών τους. Την πρώτη θέση κατέχει η Γαλλία (18,5%), τη δεύτερη η Ισπανία (13,1%) και ακολουθεί η Ιταλία (9,2%) (Πίνακας 5.7).

Πίνακας 5,7 Οι Είκοσι Πρώτοι Τόποι Προορισμού στην Ευρώπη – Διεθνείς Αφίξεις Τουριστών (εξαιρούνται οι επισκέπτες της ίδιας μέρας) (χιλιάδες Αφίξεις)						
Σειρά προτίμησης			Χώρες	Αφίξεις	Μεταβολή (%)	(%) του συνόλου
1990	1995	1999		1999	1999 /1998	1999
1	1	1	Γαλλία	73.042	4,3	18,5
2	2	2	Ισπανία	51.772	9,2	13,1
3	3	3	Ιταλία	36.097	3,3	9,2
6	4	4	Ην. Βασίλειο	25.740	0,0	6,5
12	3	5	Ρωσία	18.446	17,0	4,7
18	6	6	Πολωνία	17.950	-4,4	4,5
5	7	7	Αυστρία	17.467	0,7	4,4
7	9	8	Γερμανία	17.116	3,7	4,3
11	8	,9	Τσεχία	16.031	-1,8	4,1

4	5	10	Ουγγαρία	12.930	-13,8	3,3
9	11	11	ΕΛΛΑ4Α	12.000	9,9	3,0
10	12	12	Πορτογαλία	11.600	2,7	2,9
8	10	13	Ελβετία	10.800	-0,9	2,7
14	15	14	Ολλανδία	9.844	6,0	2,5
		15	Ουκρανία	7.500	20,8	1,9
16	14		Τουρκία	6.893	-23,1	1,7
17	17	17	Ιρλανδία	6.511	7,4	1,7
15	16	18	Βέλγιο	6.369	3,1	1,6
20	19	19	Νορβηγία	4.481	-1,3	1,1
13	26	20	Κροατία	3.443	-56,3	0,9
	ΣΥΝΟΛΟΙ		-20	366.032	4,8	92,9
	ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ			394.115	5,7	100,0

Πηγή: WTO, Tourism Market Trends, Europe, 2001

Η θέση της χώρας μας χειροτέρευσε την εν λόγω περίοδο αφού από την ένατη θέση που ήταν το 1990 ανήλθε στην ενδέκατη το 1999. Η Πορτογαλία συνέχισε να ακολουθεί από πολύ κοντά τη χώρα μας, ενώ η θέση της Τουρκίας χειροτέρευσε ύστερα από τη μεγάλη πτώση που σημείωσαν οι αφίξεις το 1998 εξαιτίας των σεισμών που σημειώθηκαν στη χώρα αυτή. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα μερίδια των εν λόγω χωρών δεν μεταβλήθηκαν σημαντικά την περίοδο 1990-1999. Οι τάσεις που σημειώθηκαν ήταν αρνητικές για τη χώρα μας, την Ιταλία και τη Γαλλία και θετικές για τις υπόλοιπες χώρες (Πίνακας 5.8).

Πίνακας 5.8 Μερίδια Αγοράς Επιλεγμένων Χωρών ως προς τις Αφίξεις Τουριστών στην Ευρώπη (%)

Χώρες	1990	1995	1997	1998	1999	
ΕΛΛΑΔΑ	3,1	3,0	2,7	2,8	3,0	↓
Ισπανία	12,0	11,5	11,7	12,4	13,1	↑
Γαλλία	18,6	17,7	18,1	18,3	18,5	↓
Ιταλία	9,4	9,2	9,3	9,1	9,2	↓
Πορτογαλία	2,8	2,8	2,7	2,9	2,9	↑
Τουρκία	1,7	2,1	2,4	2,3	1,7	-

Πηγή: WTO, Yearbook of Tourism Statistics, 2001.

Τα έσοδα από τουρισμό στη Ν. Ευρώπη αυξήθηκαν την περίοδο 1989-1998, με μέσο ετήσιο ρυθμό 8,4%. Η Κροατία ήταν πάλι πρώτη με μέσο ετήσιο ρυθμό 31% έναντι της τελευταίας Μάλτας (5,6%) ενώ η χώρα μας σημείωσε ρυθμό της τάξεως του 7,9% (Διάγραμμα 5.2).

Οι τρεις πρώτες χώρες στις αφίξεις κατέχουν επίσης τις τρεις πρώτες θέσεις στα έσοδα με το ίδιο περίπου μερίδιο 12-14% αλλά με διαφορετική σειρά. Η Ισπανία παρά το γεγονός ότι στις αφίξεις κατέχει τη δεύτερη θέση (με μερίδιο 13,1%) στις εισπράξεις κατέχει την πρώτη θέση (με μερίδιο 14%). Ακολουθούν η Γαλλία και η Ιταλία με μερίδια 13,5% και 12,0% αντίστοιχα. Το γεγονός ότι μεταξύ Γαλλίας και των άλλων δύο μεσογειακών χωρών υπάρχει σημαντική διαφορά στις αφίξεις ενώ προηγείται η Ισπανία και η διαφορά μεταξύ Γαλλίας και Ιταλίας είναι μικρή μπορεί να εξηγηθεί, εν μέρει, από το γεγονός ότι πολλοί τουρίστες περνούν από τη Γαλλία καθοδόν προς τις άλλες δύο χώρες ή άλλους προορισμούς.

Πίνακας 5.9						
Οι Είκοσι πιο Κερδοφόρες Χώρες στην Ευρώπη λόγω Τουρισμού - Έσοδα λόγω Τουρισμού (εξαιρείται η μεταφορά)						
(εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ - 1999)						
Σειρά κερδοφορίας			Χώρες	Έσοδα	Μεταβολή (%)	(%) του συνόλου
1990	1995	1999		1999	1999 /1998	1999
3	3	1	Ιταλία	32.913	10,7	14,0
2	1	2	Γαλλία	31.699	5,9	13,5
2	1	3	Ιταλία	28.357	-5,1	12,0
4	4	4	Ην. Βασίλειο	20.972	0,0	8,4
5	5	5	Γερμανία	16.828	2,4	7,2
6	6	6	Αυστρία	11.088	-0,2	4,7
15	14	7	ΕΛΛΑΔΑ	8.765	41,6	3,7
14	13	8	Ρωσία	7.771	19,4	3,3
		9	Ελβετία	7.355	-5,9	3,1
8	9	10	Ολλανδία	7.092	4,5	3,0
27	8		Πολωνία	6.100	-23,2	2,6
9	10	12	Βέλγιο	5.437	-	2,3
		13	Ουκρανία	5.407	-	2,3
12	11	14	Τουρκία	5.203	-33,4	2,2
10	12	15	Πορτογαλία	5.189	-2,9	2,2
7	7	16	Σουηδία	3.844	7,0	1,7
11	15	17	Δανία	3.682	14,7	1,6
18	19	18	Ιρλανδία	3.306	1,7	1,4
16	24	19	Κροατία	2.502	-8,5	1,0
		20	Νορβηγία	2.229	0,8	0,9
	Σύνολο 1 - 20			215.789	2,1	91,2
	Σύνολο Ευρώπης			234.660	3,7	100,0

* Το μέγεθος αυτό, αν και υποεκτιμημένο, έρχεται να επιβεβαιώσει τις εκτιμήσεις του ΙΤΕΠ. Πηγή: WTO, Tourism Market Trends, 1999.

Η χώρα μας, με βάση τα μη αναθεωρημένα στοιχεία της Τράπεζας Ελλάδος, κέρδισε μία θέση την περίοδο 1990-1995 (από την 15^η κατήλθε στην 14^η). Το 1999

κατέλαβε την έβδομη θέση με μερίδιο 3,7%. Η μεγάλη αυτή βελτίωση οφείλεται στο γεγονός ότι από το 1997 η Τράπεζα Ελλάδος άλλαξε τον τρόπο υπολογισμού του τουριστικού συναλλάγματος, με αποτέλεσμα τα στοιχεία της να ανταποκρίνονται περισσότερο στην πραγματικότητα. Αντίθετα, χειροτέρευσε η θέση τόσο της Τουρκίας (από τη δωδέκατη κατέλαβε τη δέκατη τέταρτη θέση το 1999) όσο και της Πορτογαλίας (από τη δέκατη κατέλαβε τη δέκατη πέμπτη το 1999).

Οι παραπάνω εξελίξεις στα έσοδα, με εξαίρεση την περίπτωση της Ελλάδος και της Τουρκίας, για τους λόγους που αναφέρθηκαν παραπάνω, δεν αλλάζουν σημαντικά τα μερίδια σε αυτά των εν λόγω χωρών (Πίνακας 5.10). Ωστόσο, θετική ήταν η πορεία που ακολούθησαν τα μερίδια της Ελλάδος, Ισπανίας και Γαλλίας και αρνητική των άλλων χωρών.

Η σύγκριση των μεριδίων στα έσοδα και τις αφίξεις των εξεταζομένων χωρών (Πίνακες 5.8 και 5.10) εξηγεί και τις αποκλίσεις που υπάρχουν μεταξύ αυτών στην ανά άφιξη τουριστική δαπάνη. Πράγματι το μερίδιο των εσόδων είναι μικρότερο του μεριδίου των αφίξεων για τη Γαλλία και την Πορτογαλία, είναι μεγαλύτερο για την Ιταλία, την Ελλάδα και την Ισπανία και το ίδιο για την Τουρκία.

Πίνακας 5,10						
Μερίδιο Αγοράς ως προς τα Έσοδα (Ευρώπη)						
Χώρες	1990	1995	1997	1998	1999	
Ελλάδα	1,8	2,0	2,3	2,7	3,7	↓
Ισπανία	12,9	12,0	11,9	12,8	14,0	↓
Γαλλία	14,0	13,0	12,5	12,9	13,5	↓
Ιταλία	11,5	13,6	13,2	12,8	12,0	↑
Πορτογαλία	2,5	2,0	2,0	2,3	2,2	↓
Τουρκία	2,2	2,3	3,6	3,3	1,7	↑

Το ύψος της συνολικής δαπάνης των τουριστών εξαρτάται, όπως είναι φανερό από τον αριθμό τους, τη διάρκεια παραμονής τους στη χώρα, το κόστος ζωής της χώρας προορισμού, τον πληθωρισμό και τη συναλλαγματική πολιτική αυτής, το

επίπεδο του εισοδήματος που βρίσκεται ο επισκέπτης, και από το είδος και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει η χώρα.

Η τουριστική δαπάνη, όπως αυτή μετράται με το μέσο ύψος του ταξιδιωτικού συναλλάγματος ανά άφιξη, ανήλθε στη χώρα μας το 1999 στα 730 δολάρια ΗΠΑ έναντι 788 της Ιταλίας και 434 της Γαλλίας. **(ΒΒ 16)**

Πίνακας 5.11 Ταξιδιωτικό Συναλλάγμα ανά Τουρίστα (σε \$ ΗΠΑ)						
	ΕΛΛΑΔΑ	Ιταλία	Ισπανία	Πορτογαλία	Γαλλία	Τουρκία
1990	292	616	497	443	384	672
1991	319	712	493	429	388	515
1992	349	821	560	419	419	556
1993	350	778	485	495	389	670
1994	365	871	505	417	402	716
1995	408	926	654	456	459	700
1996	403	857	614	438	454	748
1997	512*	856	615	454	416	895
1998	567*	856	627	471	427	872
1999	730*	788	635	446	434	755

* Με βάση τα αναθεωρημένα στοιχεία της Τράπεζας Ελλάδος.

Πηγή: WTO Yearbook of Tourism Statistics, Τράπεζα Ελλάδος.

Μέγεθος των Τουριστικών Καταλυμάτων

Το μέγεθος των ξενοδοχειακών μονάδων το οποίο επηρεάζει τόσο την αποδοτικότητα τους όσο και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν ποικίλει μεταξύ των ανταγωνιστριών χωρών της Ελλάδας μεταξύ 52,8 κλίνες ανά ξενοδοχείο στην Ιταλία και 158,9 στην Τουρκία (Πίνακας 5.12). Η χώρα μας, μαζί με τη Γαλλία, βρίσκονται σε ενδιάμεση θέση, 74 κλίνες ανά ξενοδοχείο, μετά από την Ισπανία 130 και την Πορτογαλία 123 κλίνες ανά ξενοδοχείο.

	Μέσος	Πίνακας 5.12 Αριθμός Κλινών ανά Ξενοδοχείο και					Ε.Ε.
		Παρόμοιο Κατάλυμα					
	Ελλάδα	Ισπανία	Γαλλία	Ιταλία	Πορτογαλ ία	Τουρκία	
1988	64,6	86,7	50,9	43,7	97,3		40,2
1989	64,7	93,0	53,5	45,0	99,0		41,5
1990	65,3	98,5	53,1	46,1	102,0		39,7
1991	65,7	101,2	57,0	47,7	105,6		41,0
1992	66,2	102,5	67,1	48,7	107,4		42,7
1993	66,5	103,7	68,3	49,5	111,9		44,7
1994	66,9	104,7	70,2	49,9	117,2		46,1
1995	71,9	99,0	59,2	50,7	117,7		45,5
1996	72,2	108,1	70,6	51,8	119,4	158,9	47,2
1997	73,5	129,4	72,4	52,4	119,5		48,0
1998	73,6	129,9	74,2	52,8	122,9		45,5

Η σύνθεση ανά κατηγορία του ξενοδοχειακού δυναμικού των μεσογειακών χωρών, η οποία εκφράζει και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν, ποικίλει. Η Τουρκία παρουσιάζει μία πιο ισοβαρή κατανομή των διαφόρων κατηγοριών καταλυμάτων, ωστόσο για τη χώρα μας και την Ιταλία το άθροισμα των τριών πρώτων κατηγοριών είναι υψηλότερο από το αντίστοιχο για την Τουρκία (Πίνακας 5.13). Πιο συγκεκριμένα, στην Τουρκία τα καταλύματα 5 αστέρων έχουν σημαντικό

μερίδιο (16,9%), ενώ στις άλλες χώρες τα μερίδια αυτής της κατηγορίας είναι σημαντικά μικρότερα: Πορτογαλία 8,1%, Γαλλία 6,3%, Ελλάδα (5,6%), Ισπανία 2,0% και Ιταλία 0,9%.

Στην Ισπανία τα καταλύματα 3 αστέρων έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο (38,0%) και ακολουθούν τα καταλύματα 4 αστέρων (18,7%) και 2 αστέρων (13,6%). Στην Ιταλία κυριαρχούν τα καταλύματα 3 αστέρων (44%) και ακολουθούν τα καταλύματα 2 αστέρων (24,3%) και 4 αστέρων (16,7%). Στην Πορτογαλία κυριαρχούν τα λοιπά καταλύματα (58,4%) και ακολουθούν τα καταλύματα 3 και 4 αστέρων με μερίδια αντίστοιχα 14,7% και 13,6%. Στη Γαλλία κυριαρχούν τα καταλύματα των 2 αστέρων αφού αποτελούν το 50% του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας. Το μερίδιο των ξενοδοχείων 5 και 4 αστέρων είναι μόλις 3%.

Πίνακας 5.13						
Ποσοστιαία Σύνθεση Κλινών ανά Κατηγορία(%)						
Κατηγορία Ξενοδοχείου	Ισπανία	Ιταλία	Πορτογαλία	Τουρκία	Γαλλία	Ελλάδα
5 αστέρια: Lux	2,0	0,9	8,1	16,9	6,3	5,6
4 αστέρια: Α' κατηγορία	18,7	16,7	13,6	12,9		24,9
3 αστέρια: Β' κατηγορία	38,0	44,0	14,7	23,2	25,7	24,9
2 αστέρια: Γ' κατηγορία -	13,6	24,3	5,0	16,5	49,5	35,3
1 αστέρι: Δ' -Ε'	7,2	14,2	2,0	5,1	9,5	9,3
Λοιπά καταλύματα	20,5	-	58,4	25,4	9,1	-

Σημείωση: Τα στοιχεία της Ιταλίας και Τουρκίας, αναφέρονται στο 1995, της Ισπανίας και της Πορτογαλίας στο 1996, της Γαλλίας στο 1997 και της Ελλάδας στο 1998. Πηγή: Travel and tourism Intelligence.

Μία άλλη προσέγγιση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών από τις ξενοδοχειακές μονάδες είναι το μέγεθος ανά κατηγορία. Ο γενικός κανόνας που παρατηρείται σε όλες τις χώρες είναι ότι οι υψηλότερες κατηγορίες διακρίνονται από μεγάλο μέγεθος ξενοδοχειακά καταλύματα. Η Ισπανία και στις τρεις υψηλότερες κατηγορίες διαθέτει μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχειακές μονάδες (πάνω από 236

κλίνες η καθεμία), η Πορτογαλία δίνει έμφαση στα ξενοδοχεία 5 αστέρων τα οποία διαθέτουν, κατά μέσο όρο, 459 κλίνες το καθένα, ενώ και στις επόμενες δύο κατηγορίες το μέγεθος είναι υψηλό (Πίνακας 5.14). Η χώρα μας με εξαίρεση την Τουρκία, υπερέχει έναντι των υπολοίπων χωρών στην κατηγορία των 5 αστέρων.

Η Ιταλία δεν διαθέτει πολύ μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες ακόμα και στις υψηλότερες κατηγορίες. Τα ξενοδοχεία των 5 αστέρων διαθέτουν κατά μέσο όρο, 159 κλίνες, αυτά των 4 αστέρων διαθέτουν 131 κλίνες και ακολουθούν με απόσταση τα ξενοδοχεία των άλλων κατηγοριών.

Πίνακας 5.14 Μέγεθος Ξενοδοχείων ανά Κατηγορία (κλίνης/ξενοδοχείο)						
Κατηγορία	Ισπανία	Ιταλία	Πορτογαλ ία	Τουρκία	Γαλλία	ΕΛΛΑΔΑ
5 αστέρια: Lux	365,2	159,3	458,9	592,9	138	485,7
4 αστέρια: Α' κατηγορία	321,8	131,0	279,8	282,8		283,5
3 αστέρια: Β' κατηγορία	235,6	71,2	160,1	166,9	94	121,5
2 αστέρια: Γ' κατηγορία -	112,0	37,2	107,9	86,1	57	56,3
1 αστέρι: Δ' -Ε'	59,2	22,9	101,0	66,7	37	31,9
Μέσος όρος	163,9	49,4	201,9	155,0	61	78,9
Λοιπά καταλύματα	28,0		92,5	175,5	43	-
Γενικός μέσος όρος	82,3		119,4	159,8		72,2

Πηγή: Travel and Tourism Intelligence

Αφίξεις κατά Χώρα Προέλευσης

Η πλειοψηφία των Ευρωπαίων τουριστών έχει ως προορισμό άλλη Ευρωπαϊκή χώρα (Πίνακας 5.15). Η διαπίστωση αυτή είναι ιδιαίτερα ισχυρή στην περίπτωση των Ολλανδών και των Γερμανών οι οποίοι στην πλειοψηφία τους επισκέπτονται άλλες Ευρωπαϊκές χώρες (91,4% και 90,1% αντίστοιχα το 1997). Διαχρονικά όμως το μερίδιο των Ευρωπαίων που επισκέπτονται άλλες Ευρωπαϊκές χώρες μειώνεται. Η μείωση αυτή ήταν μεγαλύτερη την περίοδο 1988-1997 για τους Γάλλους (5,4 ποσοστιαίες μονάδες) τους Ιταλούς (4,5 ποσοστιαίες μονάδες) και τους Άγγλους (4,4 ποσοστιαίες μονάδες). Την ίδια περίοδο τα μερίδια των Αμερικανών και των Ιαπώνων που επισκέπτονται την Ευρώπη έμειναν σταθερά (26,7% και 25,5% αντίστοιχα). Αντίθετα, ένα σημαντικό μέρος των Γάλλων (30%), και κατά δεύτερο λόγο, των Άγγλων (22%) επισκέπτονται μη Ευρωπαϊκές χώρες. Η Αμερική έρχεται πρώτη στις προτιμήσεις των Ευρωπαίων από τις υπόλοιπες χώρες του κόσμου, ιδιαίτερα των Γάλλων και των Άγγλων (μερίδιο 12%).

Πίνακας 5.15 Τουριστικές Ροές σε Ευρώπη Αμερική και Αφρική (1988-1997) (%)

Τόπος Προορισμού Χώρα Προέλευσης	ΕΥΡΩΠΗ			ΑΜΕΡΙΚΗ			ΑΦΡΙΚΗ		
	1988	1997	Μεταβολή	1988	1997	Μεταβολή	1988	1997	Μεταβολή
Γαλλία	75,6	70,2	↓(5,4)	8,4	11,8	↑(3,4)	10,1	10,4	↑(0,3)
Γερμανία	91,8	90,1	↓(1,7)	3,8	4,4	↑(0,6)	1,9	2,2	↑(0,3)
Ιταλία	86,0	81,5	↓(4,5)	6,1	8,4	↑(2,3)	2,9	3,8	↑(0,3)
Ολλανδία	93,4	91,4	↓(2,0)	3,2	4,3	↑(1,1)	1,0	1,2	↑(0,2)
Ισπανία	86,6	86,3	↓(0,3)	6,7	9,2	↑(2,2)	4,8	2,6	↓(2,5)
Ελβετία	88/71	86,6	↓(2,1)	5,2	6,0	↑(0,8)	2,0	2,3	↑(0,3)
Αγγλία	82,1	77,7	↓(4,4)	8,8	12,0	↑(3,2)	2,1	?,?	↑(0,1)
Καναδάς	13,1	11,8	↓(1,3)	82,6	82,0	↓(0,6)	0,4	0,7	↑(0,3)
Αμερική	26,7	26,7	↓(0,2)	-	-	-	0,5	0,7	↑(0,2)
Ιαπωνία	26,3		↓(0,8)	21,9	24,8	↑(2,9)	0,3	0,4	↑(0,1)

Πηγή: WTO, Tourism Market Trends, 1999 Edition.

Η Γαλλία κατέχει τη μερίδα του λέοντος στον ενδοευρωπαϊκό τουρισμό και μάλιστα με σημαντική διαφορά από τις άλλες ανταγωνίστριες Ευρωπαϊκές χώρες (Ισπανία και Ιταλία). Η χώρα μας προσελκύει πολύ μικρό ποσοστό των Ευρωπαίων που επισκέπτονται άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Το υψηλότερο μερίδιο το έχουν οι Άγγλοι (4,7%). Η Πορτογαλία προσελκύει το 45% των Ισπανών, το 4,6% των Γάλλων, το 4,1% των Άγγλων. Φαίνεται ότι ο σημαντικότερος λόγος της υπεροχής της Πορτογαλίας έναντι της χώρας μας στην προσέλκυση ευρωπαϊκών τουριστών είναι η γεωγραφική της θέση.

Αναλυτικότερα, οι πέντε καλύτεροι πελάτες μας, οι οποίοι αποτελούν το 52,5% του συνόλου των τουριστών που δέχεται η χώρα μας είναι οι Γερμανοί, Άγγλοι, Γιουγκοσλάβοι, Ιταλοί και Σουηδοί. Τα μεγαλύτερα μερίδια τα έχουν οι Γερμανοί (20,5%) και οι Άγγλοι (20,4%) και ακολουθούν με σημαντική απόσταση, οι υπόλοιποι. Οι πέντε καλύτεροι πελάτες της Ισπανίας με μερίδιο 66,2% είναι οι Γερμανοί (22,0%), Άγγλοι (22,0%), Γάλλοι (9,6%), Ιταλοί (6,6%) και Αφρικανοί (6,0%). Οι πέντε καλύτεροι πελάτες της Πορτογαλίας με μερίδιο 83,4% στο σύνολο είναι Άγγλοι (15,0%), Ισπανοί (48,5%), Γερμανοί (9,0%), Γάλλοι (6,6) και Ολλανδοί (4,3%), Τέλος οι πέντε καλύτεροι πελάτες της Τουρκίας με μερίδιο 47,6% στο σύνολο των επισκεπτών είναι οι Γερμανοί (24%), Άγγλοι (10%), Ρουμάνοι (5,6%), Γάλλοι (4,6%) και Ολλανδοί (3,5%).

Γίνεται φανερό από τα παραπάνω ότι η χώρα μας και η Τουρκία παρουσιάζουν μεγαλύτερη διασπορά των πηγών άντλησης τουριστών σε σχέση με την Ισπανία και την Πορτογαλία, ιδιαίτερα τη δεύτερη. Η εξήγηση στο φαινόμενο αυτό δίδεται από τη γεωγραφική θέση των δυο πρώτων χωρών, ενώ η Ισπανία και Πορτογαλία έχουν το πλεονέκτημα να βρίσκονται πολύ κοντά σε σημαντικές πηγές άντλησης τουριστών. **(BB 17)**

Πίνακας 5.16

Οι Κυριότερες Χώρες Προορισμού στην Ευρώπη

(1997) (%)

Τόπος προορισμού-Χώρα προέλευσης	Εκτός Ευρώπης	Ευρώπη	Αγγλία	Ισπανία	Ιταλία	Ελλάδα	Πορτογαλία	Τουρκία
Γαλλία	29,8	70,2	-	22,3	14,6	1,9	2,0	1,4
Γερμανία	9,9	90,1	19,1	14,1	12,0	2,5	1,0	2,9
Ιταλία	18,5	81,5	38,3	15,5	-	2,9	1,7	0,8
Ολλανδία	8,6	91,4	40,7	11,4	-	1,9	1,2	1,0
Ισπανία	13,7	86,3	26,5	-	7,7	0,6	5,8	3,7
Ελβετία	13,4	86,6	36,8	16,3	13,0	2,5	0,8	0,7
Αγγλία	22,3	77,7	28,9	26,6	4,8	3,7	1,7	1,8
Καναδάς	88,2	11,8	19,6	6,7	10,7	0,3	3,4	-
Αμερική	73,3	26,7	15,2	5,9	17,7	0,4	0,3	0,3
Ιαπωνία	74,5	25,5	9,9	5,1	34,5	0,3	0,3	0,3

Πηγή: WTO, Tourism Market Trends, 1999 Edition.

Διάρκεια Παραμονής

Η μέση διάρκεια παραμονής στα καταλύματα παρουσιάζει ελαφρά μείωση σε όλες σχεδόν τις χώρες που εξετάζει η παρούσα μελέτη. Πράγματι, την περίοδο 1992-1999 σημειώθηκε ελαφρά μείωση του αριθμού των ημερών παραμονής στα καταλύματα. Έτσι από 4,9 ημέρες που ήταν η μέση διάρκεια παραμονής στην Πορτογαλία το 1994 μειώθηκε στις 3,30 ημέρες ανά ταξίδι (Πίνακας 5.17).

Πίνακας 5.17
Διάρκεια Παραμονής Τουριστών
(σε διανυκτερεύσεις)

Χώρες	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΣΤΗ ΧΩΡΑ									ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΣΤΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ								
	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	
	2	3	4	5	6	7	8	9	2	3	4	5	6	7	8	9		
ΕΛΛΑΔΑ																		
Γαλλία	7,14	7,16	8,24	8,17	7,36	7,36	7,31	7,32	.	-						~		
Πορτογαλία	7,30	7,00	6,90	7,00	7,00	7,00	7,00	6,80	4,90	4,06	4,55	4,09	.		3,60	3,30		
Τουρκία	8,00	10,00	8,00	9,00	8,0	10,0	9,00	-	4,51	4,20	4,40	4,00	4,00	3,80	4,00	4,30		
Ισπανία	9,00	12,70	11,90	12,30	12,30	12,00	12,90	-	4,11	4,28	4,36	4,26	4,09	4,02	3,87	3,73		
Ιταλία									4,30	4,39	4,26	4,29						

Πηγή: WTO, Compendium of Tourism Statistics, 1992-1999 Madrid 2001

Η μέση διάρκεια παραμονής σε όλους τους προορισμούς του κόσμου έχει μειωθεί όχι τόσο επειδή οι άνθρωποι παίρνουν μικρότερης διάρκειας κύριες διακοπές, αλλά επειδή παίρνουν πρόσθετες διακοπές μικρής διάρκειας (δηλ. 0,63Κ£) οι οποίες ρίχνουν το γενικό μέσο όρο. Η θέση αυτή επαληθεύεται και από το γεγονός, ότι η μέση διάρκεια παραμονής στη χώρα ακολούθησε ανοδική πορεία την εξεταζόμενη περίοδο. Η μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής στη χώρα προορισμού σημειώνεται στην Ισπανία (12,90 ημέρες) και ακολουθούν, η Τουρκία (10 ημέρες), η Γαλλία (7,36 ημέρες) και η Πορτογαλία (7 ημέρες). Αξίζει ιδιαίτερα να τονισθεί ότι ο

Διεθνής Οργανισμός Τουρισμού δεν προσφέρει στοιχεία για¹ τη χώρα μας. Αυτό σημαίνει ότι δεν υιοθετεί τα στοιχεία τα οποία προσφέρει ο ΕΟΤ, γεγονός που ενισχύει τις αμφιβολίες που διατυπώθηκαν από διάφορους φορείς για την ακρίβεια των εν λόγω στοιχείων. Υπενθυμίζεται ότι σύμφωνα με τους εν λόγω φορείς η μέση διάρκεια παραμονής στη χώρα μας ανέρχεται σε 9-10 ημέρες.

Το 96,5% των επισκεπτών της χώρας μας παραμένουν σε αυτή περισσότερο από μία νύχτα (Πίνακας 5.18). Ελαφρά λιγότερο είναι το ποσοστό αυτής της κατηγορίας επισκεπτών που δέχεται και η Τουρκία. Το γεγονός αυτό εξηγείται από τη γεωγραφική θέση που βρίσκονται οι δύο χώρες η οποία συνεπάγεται υψηλότερη συμμετοχή του κόστους μεταφοράς στο συνολικό κόστος διακοπών για το μέσο τουρίστα. (BB 17)

Πίνακας 5.18								
Εισερχόμενος Τουρισμός* (%)								
Χώρες	α. ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ ΜΙΑΣ ΝΥΧΤΑΣ							
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Ελλάδα	95,6	95,0	94,8	94,6	94,4	95,1	96,0	96,5
Γαλλία	-	-	46,5	-	42,1	-	-	-
Πορτογαλ ία	42,8	41,0	42,2	41,2	41,8	42,0	42,5	43,0
Τουρκία	93,0	90,8	90,4	92,0	92,5	93,3	91,9	92,0
Ισπανία	66,0	65,1	70,3	67,4	66,8	66,6	64,0	64,0
Ιταλία	52,1	52,9	53,0	55,7	58,3	60,5	59,7	61,3
Χώρες	β. ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΗΣ ΙΔΙΑΣ ΗΜΕΡΑΣ*							
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Ελλάδα	-	-	-	-	-	-	-	-
Γαλλία	-	-	53,5	-	58,0	-	-	-
Πορτογαλ ία	56,0	58,0	57,0	57,8	57,2	57,0	56,6	56,0
Τουρκία	7,4	9,2	9,6	8,3	7,5	6,7	8,1	8,0
Ισπανία	33,1	33,6	29,6	32,6	33,2	33,4	36,0	35,1
Ιταλία	47,9	47,1	47,0	44,2	41,6	40,0	40,3	38,7
Χώρες	γ. ΕΠΙΒΑΤΕΣ ΜΕΣΩ ΘΑΛΑΣΣΗΣ							
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Ελλάδα	4,4	5,0	5,2	5,4	5,6	4,9	4,0	3,5
Γαλλία	-	-	53,5	-	58,0	-	-	-
Πορτογαλ ία	1,08	1,05	0,98	0,93	0,95	0,95	0,90	1,0
Τουρκία	-	-	-	-	-	-	-	-
Ισπανία	0,9	1,31	-	-	-	-	-	-
Ιταλία	-	-	-	-	-	-	-	-

* Τα στοιχεία αυτά αναφέρονται στον αριθμό των αφίξεων των επισκεπτών και όχι στον αριθμό των προσώπων. Το ίδιο πρόσωπο που κάνει διάφορα ταξίδια σε μια χώρα

κατά τη διάρκεια μιας περιόδου υπολογίζεται κάθε φορά ως νέα άφιξη. Το σύνολο του εισερχόμενου τουρισμού διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες:

α. Επισκέπτες που διαμένουν τουλάχιστον μία νύχτα σε συλλογικό ή ιδιωτικό κατάλυμα στη χώρα που επισκέπτονται,

β, Επισκέπτες που δεν περνούν τη νύχτα σε συλλογικά ή ιδιωτικά καταλύματα στη χώρα που επισκέπτονται, και

γ. Άτομα που επισκέπτονται τη χώρα με κρουαζιερόπλοια ή πολεμικά σκάφη και διανυκτερεύουν σε αυτά.

Τα αντίστοιχα ποσοστά των άλλων ανταγωνιστριών χωρών είναι σημαντικά χαμηλότερα με υψηλότερο της Ισπανίας (64,9%). Το 58% των επισκεπτών της Γαλλίας είναι επισκέπτες της ίδιας ημέρας, οι οποίοι όμως δεν μετρούνται ως τουρίστες. Ένας από τους λόγους που οδήγησε στην αύξηση των επισκεπτών μίας ημέρας στην Γαλλία ήταν το άνοιγμα του τούνελ που τη συνδέει με την Αγγλία. Στο ίδιο περίπου επίπεδο (56%) των επισκεπτών της Πορτογαλίας είναι επισκέπτες της ίδιας ημέρας. Προφανώς είναι Ισπανοί οι οποίοι κάνουν μονοήμερες εκδρομές στην Πορτογαλία. Η Ιταλία επίσης δέχεται ένα σημαντικό ποσοστό επισκεπτών (40%) αυτής της κατηγορίας. Αντίθετα η χώρα μας και η Τουρκία που βρίσκονται μακριά από την κεντρική Ευρώπη δέχονται ένα πολύ μικρό μέρος αυτής της κατηγορίας των τουριστών (0% για τη χώρα μας και 8% για την Τουρκία).

Οι παραπάνω θέσεις επιβεβαιώνονται αν εξετασθεί το μέσο μετακίνησης των επισκεπτών το οποίο συνδέεται κατά ένα μεγάλο μέρος με την απόσταση. Το μεγάλο μέρος των επισκεπτών της χώρας μας και της Τουρκίας μετακινείται με το αεροπλάνο (79% για τη χώρα μας και 72,5% για την Τουρκία). Αντίθετα οι τουρίστες που επισκέπτονται τις άλλες χώρες μετακινούνται με το αυτοκίνητο. Το 80% των επισκεπτών της Πορτογαλίας (οι περισσότεροι από αυτούς είναι Ισπανοί), το 73% της Γαλλίας, το 75% της Ιταλίας (παρά τις υψηλές τιμές των καυσίμων και των διοδίων), και το 24,6% της Ισπανίας (οι μισοί περίπου είναι Γάλλοι). Ένα ποσοστό περίπου 10% των επισκεπτών της χώρας μας και της Τουρκίας τις επισκέπτονται μέσω θαλάσσης (Πίνακας 5.19). **(BB 17)**

Πληρότητα

Ο βαθμός πληρότητας εκφράζει την έκταση που αξιοποιείται η διαθέσιμη δυναμικότητα μίας ξενοδοχειακής μονάδας γεγονός που επηρεάζει τη βιωσιμότητα της.

Αξίζει ιδιαίτερα να τονιστεί ο χαμηλός βαθμός πληρότητας που παρατηρείται στις χώρες που εξετάζουμε. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει υψηλό βαθμό αναξιοποίητης παραγωγικής δυναμικότητας και συνεπώς χαμηλότερη απόδοση των επενδυμένων κεφαλαίων. Βέβαια είναι πιθανόν τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία να μην ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα αλλά να υποεκτιμούν την κατάσταση. Η παραξενοδοχεία μπορεί να ερμηνεύσει, σε κάποιο βαθμό το χαμηλό βαθμό πληρότητας. Ο δείκτης άφιξης αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχεία προς τις αφίξεις αυτών στα σύνορα είναι μία ένδειξη της δραστηριότητας της παραξενοδοχείας.

Η χώρα μας μαζί με την Ισπανία πέτυχε τους υψηλότερους μέσους βαθμούς πληρότητας μεταξύ των άλλων ανταγωνιστριών χωρών την περίοδο 1992-1999. Την εν λόγω περίοδο ο μέσος βαθμός πληρότητας για τη χώρα μας κυμάνθηκε μεταξύ 54,37% και 64,0%, ενώ για την Ισπανία τα αντίστοιχα ποσοστά ήταν 52,35% και 63,55%. Τα χαμηλότερα ποσοστά πληρότητας τα είχαν η Ιταλία (39,1-40,5%) και η Πορτογαλία (32,4-43,0%).

Χώρες	Πίνακας 5.20 Βαθμός Πληρότητας (%)							
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Ελλάδα	58,14	56,77	60,63	56,62	54,37	58,37	61,55	64,00
Γαλλία	34,60	33,90	50,20	49,50	50,30	53,50	55,60	57,50
Πορτογαλ ία	32,40	33,50	36,00	38,00	38,20	39,50	42,50	43,00
Τουρκία	49,80	45,90	39,10	46,97	51,20	54,50	46,10	37,10
Ισπανία	52,35	52,50	58,43	60,70	59,81	61,73	63,55	60,00
Ιταλία	40,50	38,50	39,10	40,00	-	-	40,40	-

Ο υψηλότερος μηνιαίος βαθμός πληρότητας σημειώθηκε σε όλες τις χώρες του δείγματος τον Αύγουστο και κυμάνθηκε μεταξύ 57,6% (Τουρκία) και 86,6% (Ελλάδα). Η χώρα μας σημειώνει τις πιο ακραίες τιμές πληρότητας οι οποίες κυμαίνονται μεταξύ 27,1% και 86,6%, ενώ το εξάμηνο Απριλίου-Σεπτεμβρίου ο βαθμός πληρότητας κυμάνθηκε μεταξύ 40% και 86,6%. Αντίθετα η Ισπανία έχει μικρότερες ακραίες τιμές πληρότητας 41,0% (Δεκέμβριος-Ιανουάριος) και 81% (Αύγουστος) ενώ το εξάμηνο Απριλίου-Σεπτεμβρίου οι τιμές κυμαίνονται μεταξύ 53% και 71%.(BB 17)

Εποχικότητα

Η εποχικότητα αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος μιας χώρας. Η επίδραση αυτή αναφέρεται τόσο σε επίπεδο επιχείρησης όσο και σε επίπεδο οικονομίας γενικότερα. Πιο αναλυτικά η εποχικότητα οδηγεί σε αναποτελεσματική αξιοποίηση του ανθρώπινου και υλικού κεφαλαίου και συνεπώς επηρεάζει το κόστος των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών. Η Εποχικότητα εμποδίζει την αξιοποίηση του παραγωγικού δυναμικού ολόκληρο το χρόνο, ενώ υπάρχουν κατηγορίες του κόστους οι οποίες απλώνονται χρονικά σε ολόκληρο το έτος. Το γεγονός αυτό περιορίζει τα έσοδα της επιχείρησης πράγμα που μπορεί να οδηγήσει σε μειωμένα κέρδη ή ακόμη και σε ζημιές. Αυτό στερεί τις επιχειρήσεις από υψηλότερες αποδόσεις οι οποίες θα αποτελούσαν κίνητρο για νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες με στόχο κυρίως την αναβάθμιση των προσφερομένων υπηρεσιών.

Αλλά και το ανθρώπινο δυναμικό δεν αξιοποιείται πλήρως από μία τουριστική επιχείρηση αφού ένα μέρος αυτού εργάζεται μόνο για λίγους μήνες το έτος. Το γεγονός αυτό ωθεί την επιχείρηση να προσφέρει υψηλότερες αμοιβές και συνεπώς επιβαρύνεται με υψηλότερο εργατικό κόστος προκειμένου να προσελκύσει προσωπικό το οποίο κινδυνεύει να μείνει άνεργο το υπόλοιπο μέρος του χρόνου και να λαμβάνει το επίδομα ανεργίας. Επιπλέον, η μερική απασχόληση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα εμποδίζει την ποιοτική αναβάθμιση του αφού αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για την εκπαίδευση του.

Τέλος, η εποχικότητα επηρεάζει αρνητικά και την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών μέσω της υποβάθμισης του φυσικού περιβάλλοντος και της υπερβολικής χρήσης της υφιστάμενης υποδομής. Πράγματι η εντατική χρησιμοποίηση του φυσικού πλούτου για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα ταυ έτους οδηγεί σε υποβάθμιση του. Η συσσώρευση του τουρισμού σε κάποια χρονική περίοδο καθιστά ανεπαρκή την υπάρχουσα υποδομή με αποτέλεσμα να υποβαθμίζεται η ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών. Η υποβάθμιση αυτή παίρνει τη μορφή της συγκέντρωσης πολλών ατόμων σε περιορισμένους χώρους (αεροδρόμια, σταθμούς αυτοκινήτων, λιμάνια κ.λπ.) καθυστερήσεις πτήσεων, κ.λπ.

Όλοι οι μεσογειακοί προορισμοί παρουσιάζουν σχεδόν το ίδιο πρότυπο εποχικότητας. Ο βαθμός έντασης αυτού διαφέρει μεταξύ αυτών των χωρών. Η χώρα μας παρουσιάζει, μεταξύ των ανταγωνιστριών χωρών, τη μεγαλύτερη εποχικότητα τόσο στις αφίξεις των επισκεπτών στα σύνορα όσο και στις διανυκτερεύσεις τουριστών (ΙΤΕΠ, 1998). Ακολουθούν η Πορτογαλία και η Τουρκία με εποχικότητα μεγαλύτερη του μέσου όρου των ανταγωνιστριών χωρών της Μεσογείου.

Η Τουρκία, όπως και η χώρα μας, παρουσιάζει έντονη εποχικότητα. Η επτάμηνη περίοδο Απρίλιος-Οκτώβριος συγκεντρώνει το 80% του συνόλου των ξένων αφίξεων. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου οι τρεις μήνες αιχμής Ιούλιος-Αύγουστος-Σεπτέμβριος συγκεντρώνουν πάνω από το ήμισυ του συνόλου της επτάμηνης περιόδου. Η γεωγραφική θέση της Τουρκίας, όπως και της χώρας μας, επηρεάζουν σημαντικά το εποχικό πρότυπο του τουρισμού τους. Η Ισπανία, η οποία έχει μεγαλύτερο πρόβλημα από αυτό που θα ανέμενε κάποιος, τόσο εξαιτίας της γεωγραφικής της θέσης, όσο και του σχετικά ευνοϊκού κλίματος, και η Γαλλία, της οποίας η εποχικότητα είναι περισσότερο πρόβλημα του εγχώριου παρά του ξένου τουρισμού, υπολείπονται ελαφρά του μέσου όρου, ενώ η Ιταλία βρίσκεται στην καλύτερη θέση μεταξύ όλων των παραπάνω χωρών.

Η διαφορά της εποχικότητας τόσο στις αφίξεις όσο και στις διανυκτερεύσεις μεταξύ Ελλάδας και των άλλων χωρών διευρύνεται τα τελευταία χρόνια αφού και στις δύο κατηγορίες εποχικότητας στη χώρα μας η τάση είναι αυξητική ενώ στις άλλες χώρες είναι πτωτική. Οι λόγοι που οδήγησαν στην άμβλυνση της εποχικότητας των ανταγωνιστριών μας χωρών είναι η ενίσχυση των τουριστικών ροών προς αυτές τη χειμερινή περίοδο και η μεγαλύτερη διασπορά που σημειώθηκε μέσα στη θερινή περίοδο (ΙΤΕΠ, 1998). Αντίθετα, η σχετική σημασία του χειμερινού τουρισμού στη χώρα μας μειώθηκε. Ωστόσο ενισχύθηκε και στη χώρα μας ο τουρισμός στους εκτός

αιχμής θερινούς μήνες γεγονός όμως που δεν κατάφερε να αντιστρέψει την αρνητική πορεία της εποχικότητας γενικά. (BB 17)

Πίνακας 5.22 Κατανομή των Αφίξεων και Διανυκτερεύσεων ανά Περίοδο (%)						
	ΑΦΙΞΕΙ			Z		
	1975				1995	
	Θερινή	Χειμερινή	Μήνες αιχμής	Θερινή	Χειμερινή	Μήνες αιχμής
Ιταλία	70,40	29,60	44,80	62,80	37,20	35,40
Πορτογαλία	64,30	35,70	42,30	70,90	29,10	45,00
Ισπανία	74,30	25,70	52,80	66,40	33,60	41,60
Τουρκία	71,20	28,80	43,30	71,30	28,70	40,60
Γαλλία	71,10	28,90	42,20	68,00	32,00	38,00
Ελλάδα	77,70	22,30	51,30	85,00	15,00	50,80
Διανυκτερεύσεις				Σ		
	1975			1995		
	Θερινή	Χειμερινή	Μήνες αιχμής	Θερινή	Χειμερινή	Μήνες αιχμής
Ιταλία	78,60	21,40	51,90	70,80	29,20	38,80
Πορτογαλία	60,10	39,90	36,60	65,60	34,40	35,10
Ισπανία	71,30	28,70	43,70	70,80	29,20	38,70
Τουρκία	71,80	28,20	42,70	85,10	14,90	50,80
Ιταλία	67,40	32,60	39,00	67,10	32,90	37,60
Ελλάδα	82,20	17,80	51,10	89,80	10,20	52,70

Λόγω έλλειψης στοιχείων για το 1975 παρατίθενται στοιχεία τον 1982. Πηγή; Α. Τσίτουμας, 1997.

Σύνοψη και Συμπεράσματα

Οι μεσογειακές χώρες που εξετάζονται στην παρούσα μελέτη μπορούν να διακριθούν, ανάλογα με την έμφαση που δίδεται στο τουριστικό προϊόν που προσφέρουν, σε δύο κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία συγκαταλέγονται η χώρα μας, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Τουρκία και σε μικρότερο βαθμό η Ιταλία, οι οποίες προσφέρουν τουρισμό αναψυχής που στηρίζεται στον ήλιο και στη θάλασσα. Στη δεύτερη κατηγορία συγκαταλέγονται η Γαλλία και η Ιταλία, οι οποίες προσφέρουν τουρισμό διακοπών και μεγάλη ποικιλία πολιτιστικής κληρονομιάς και κουλτούρας. Με την εμφάνιση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, μέσα στα πλαίσια του έντονου ανταγωνισμού που αναπτύσσεται στον τουριστικό κλάδο διεθνώς, οι παραπάνω χώρες άρχισαν να προσανατολίζονται, άλλες περισσότερο και άλλες λιγότερο, προς τις νέες μορφές τουρισμού, ως μέσο συγκράτησης ή και αύξησης του μεριδίου που κατέχουν στη διεθνή τουριστική πίτα.

Σύμφωνα με έρευνα του Hollier τα ισχυρά στοιχεία του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι οι φυσικές ιδιομορφίες της χώρας μας, οι χαμηλές τιμές, τα μουσεία-μνημεία που διαθέτει και η διασκέδαση, ενώ τα αδύνατα σημεία είναι τα σπορ, η ξενοδοχειακή άνεση και ο βαθμός αλλαγής. Ωστόσο, συγκρινόμενη η χώρα μας με τις άλλες χώρες που εξετάζονται, στις περισσότερες περιπτώσεις βρίσκεται σε μειονεκτική θέση. Στις φυσικές ομορφίες η χώρα μας υπερτερεί μόνο έναντι της Πορτογαλίας και υστερεί έναντι των υπολοίπων. Στον τομέα των τιμών κατατάσσεται δεύτερη μετά την Ιταλία. Στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς πλεονεκτεί μόνον έναντι της Πορτογαλίας, ενώ στον τομέα της ξενοδοχειακής άνεσης κατατάσσεται στην ίδια θέση με την Ισπανία και πλεονεκτεί έναντι της Πορτογαλίας. Στον τομέα της γενικής υποδομής, η χώρα μας κατατάσσεται τελευταία με πρώτη τη Γαλλία και δεύτερη την Ισπανία.

Ο τουρισμός σε όλες τις χώρες που εξετάζονται έχει σημαντικό μερίδιο στο ΑΕΠ, την απασχόληση, και αποτελεί σημαντική πηγή συναλλάγματος. Ιδιαίτερη σημασία έχει για την Ισπανία, όπου το μερίδιο του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας ανέρχεται στο 23% στη δε απασχόληση στο 24%. Ακολουθεί η χώρα μας με μερίδια αντίστοιχα 18% στο ΑΕΠ και 16,3% στην απασχόληση.

Η Γαλλία δέχεται το μεγαλύτερο αριθμό τουριστών με μερίδιο 18,5%, ακολουθούν η Ισπανία (13,1%) και η Ιταλία (9,2%) το 1999. Το μερίδιο της χώρας μας κυμάνθηκε γύρω στο 3% την περίοδο 1992-1999. Τα αντίστοιχα μερίδια στα έσοδα από τουρισμό ήταν για τη Γαλλία, Ισπανία και Ιταλία περίπου 13%, ενώ το

μερίδιο της χώρας μας (3,7%) ήταν μεγαλύτερο των αντίστοιχων μεριδίων της Τουρκίας (1,7%) και της Πορτογαλίας (2,2%) το 1999.

Το μέσο μέγεθος των καταλυμάτων κάθε χώρας το οποίο επηρεάζει τόσο την απόδοση αυτών όσο και την ποιότητα των προαναφερόμενων υπηρεσιών κυμάνθηκε μεταξύ 53 κλινών στην Ιταλία και 130 κλινών στην Ισπανία και Πορτογαλία. Η χώρα μας κατέχει ενδιάμεση θέση με 76 κλίνες ανά κατάλυμα.

Η σύνθεση των κατηγοριών των ξενοδοχείων που αποτελεί ένδειξη για την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν ποικίλλει μεταξύ των εξεταζομένων χωρών. Η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία δίνουν έμφαση στα ξενοδοχεία Β' κατηγορίας, η χώρα μας και η Γαλλία στα ξενοδοχεία Γ' κατηγορίας, και τέλος στην Πορτογαλία το μεγαλύτερο μέρος ανήκει στα λοιπά καταλύματα. Ένα κοινό χαρακτηριστικό για όλες τις χώρες που εξετάζονται είναι η σύνδεση του μεγέθους με την κατηγορία του καταλύματος. Πράγματι, σε όλες τις χώρες τα ξενοδοχεία που ανήκουν στις υψηλότερες κατηγορίες έχουν μεγάλο μέγεθος. Η Ισπανία και στις τρεις υψηλότερες κατηγορίες διαθέτει μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχειακές μονάδες.

Η χώρα μας και η Τουρκία παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη διασπορά προέλευσης τουριστών, ενώ τη μικρότερη παρουσιάζει, κατά πρώτο λόγο, η Πορτογαλία και στη συνέχεια η Ισπανία. Το γεγονός αυτό οφείλεται στη γεωγραφική θέση της πρώτης ομάδας χωρών έναντι της δεύτερης. Γερμανοί και Άγγλοι είναι οι καλύτεροι πελάτες για όλες τις χώρες που εξετάζονται.

Τα τελευταία χρόνια οι τουρίστες, εκτός ι από τις κανονικές διακοπές που κάνουν, συνήθως μια φορά το χρόνο, κάνουν και πρόσθετες διακοπές λίγων ημερών (SHORT BREAKS). Με βάση τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η μέση διάρκεια παραμονής σημειώνεται στην Ισπανία (12 ημέρες) και στην Τουρκία (10 ημέρες). Στη χώρα μας, σύμφωνα με εκτιμήσεις του ΙΤΕΠ, η μέση διάρκεια παραμονής ανέρχεται σε 10 ημέρες.

Όλες οι εξεταζόμενες χώρες παρουσιάζουν χαμηλό βαθμό πληρότητας των ξενοδοχειακών τους μονάδων. Η χώρα μας και η Ισπανία παρουσιάζουν τους υψηλότερους βαθμούς πληρότητας μεταξύ των άλλων Μεσογειακών χωρών.

Τέλος, η εποχικότητα των ξενοδοχειακών μονάδων που επηρεάζει την αποδοτικότητα αυτών, αλλά και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται είναι υψηλή σε όλες τις χώρες που εξετάζονται. Ωστόσο η χώρα μας παρουσιάζει τον υψηλότερο βαθμό εποχικότητας, γεγονός που τη θέτει σε μειονεκτική θέση από

πλευράς αποδοτικότητας και ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών έναντι των άλλων χωρών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 50

Ο ρόλος του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Ο τουρισμός κάτω από προϋποθέσεις αποτελεί για ορισμένες χώρες του πλανήτη μας σημαντική οικονομική δραστηριότητα, ο δε ρόλος που διαδραματίζει αυτός στις οικονομίες τους συχνά είναι κυριολεκτικά πρωταγωνιστικός, με αποτέλεσμα να συμβάλει καθοριστικά στην οικονομική τους ανάπτυξη και πρόοδο. Μεταξύ των χωρών αυτών συγκαταλέγεται χωρίς άλλο και η Ελλάδα, αφού η συμβολή του τουρισμού της στη διαμόρφωση του μεν ακαθάριστου εθνικού της προϊόντος είναι σήμερα της τάξης του 7-8% περίπου, του δε εγχώριου προϊόντος της τάξης του 14% περίπου, που σημαίνει ότι συμβάλλει αυτός στη διαμόρφωση τόσο του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος όσο και του εγχώριου προϊόντος περισσότερο απ' ό,τι πολλοί άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας. Αυτά αναφορικά με το σημαντικότατο ρόλο που διαδραματίζει ο τουρισμός στην οικονομία της Ελλάδας. Στο σημείο αυτό, όμως, θα πρέπει να σημειωθεί ότι χώρες σαν την Ελλάδα, που βιώνουν την "εισβολή" του μαζικού τουρισμού, κινδυνεύουν να υποστούν τις οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του φαινομένου για το οποίο ο λόγος, δηλαδή του τουρισμού. Για το λόγο αυτό, η πολιτική εξουσία, από τα πρώτα κιόλας στάδια της ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα, εκδήλωσε έντονα το ενδιαφέρον της για την ταχύρυθμη ανάπτυξη του. Είναι βέβαιο δε ότι όσο μεγαλύτερη θα είναι μελλοντικά η προσπάθεια που καταβάλλεται στην Ελλάδα για την ανάπτυξη του τουρισμού τόσο μεγαλύτερος θα είναι ο κρατικός παρεμβατισμός που αναμένεται να εκδηλωθεί στην τουριστική βιομηχανία της χώρας.

Σήμερα ο τουρισμός αναμφίβολα καταλαμβάνει στην Ελλάδα μια εντελώς ξεχωριστή θέση στην οικονομία της. Παρ' όλα αυτά, όμως, η αντιμετώπιση της ανάπτυξης του, από τις εκάστοτε πολιτικές εξουσίες, τις περισσότερες φορές κάθε άλλο παρά η ενδεδειγμένη ήταν. Και αυτό κυρίως γιατί η πολιτική τουριστικής ανάπτυξης που εφαρμόστηκε υπήρξε μάλλον αποσπασματική και το χειρότερο απ' όλα απρογραμμάτιστη. Εξαιτίας δε του τελευταίου γεγονότος δεν είχε αυτή ποτέ ούτε συνέπεια αλλά ούτε και συνέχεια.

Ένα μεγάλο μέρος της ευθύνης για την απαράδεκτη αυτή κατάσταση πρέπει να χρεωθεί στην ιδιωτική πρωτοβουλία, η οποία στην πλειοψηφία της έβλεπε, μέχρι και στο τέλος της δεκαετίας του '80, τον τουρισμό κατά κύριο λόγο σαν οικονομική

δραστηριότητα που εξασφαλίζει σε όλους όσους επενδύουν σε αυτόν γρήγορο και εύκολο κέρδος.(BB 6)

Η "απογείωση" για την τουριστική ανάπτυξη

Μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και του εμφυλίου πολέμου που ακολούθησε σχεδόν αμέσως μετά, καταβλήθηκαν προσπάθειες εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας για την ανάπτυξη του τουρισμού. Η Ελλάδα, σαν τουριστικός προορισμός, άρχισε να προσελκύει από τις αρχές της δεκαετίας του '50 το ενδιαφέρον των ξένων τουριστών ολοένα και περισσότερο. Προς το τέλος της δεκαετίας για την οποία ο λόγος, παρ' όλο ότι η Ελλάδα αγωνιζόταν για να αναπτυχθεί οικονομικά, συγκαταλεγόταν μεταξύ των ευρωπαϊκών εκείνων χωρών που είχαν κάνει σημαντική πρόοδο προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης του τουρισμού τους. Μέχρι τότε η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα ήταν περιορισμένη, αποτελείτο δε κατά κύριο λόγο από ένα μικρό αριθμό τουριστών υψηλής εισοδηματικής τάξης που ενδιαφερόντουσαν βασικά να επισκεφτούν τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού. Τα συναλλαγματικά έσοδα που απεκόμιζε η Ελλάδα τότε ήταν ασήμαντα, ο δε τουρισμός της αποτελούσε ένα μικρό μόνο μέρος της οικονομικής της δραστηριότητας (Πίνακας ίθ.1.).

Αυτό που συνέβαλε αποφασιστικά στην προσέλκυση ενός μεγαλύτερου αριθμού τουριστών στην Ελλάδα στη διάρκεια του δεύτερου μισού της δεκαετίας του '50, ήταν η υποτίμηση της δραχμής τον Απρίλιο του 1953. Η Ελλάδα έγινε τότε αν όχι ο φτηνότερος τουριστικός προορισμός για τους διεθνείς τουρίστες, τουλάχιστον ένας από τους φτηνότερους, ενώ πριν την υποτίμηση της δραχμής συγκαταλέγονταν μεταξύ των ακριβότερων. Έτσι, λοιπόν, άρχισαν να επισκέπτονται την Ελλάδα και άτομα χαμηλότερης εισοδηματικής στάθμης, αφού ο τουρισμός της ήταν πια προσιτός σε αυτά. Το γεγονός ότι οι τιμές των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας αυξήθηκαν συγκριτικά με αργούς ρυθμούς και σε περιορισμένη έκταση κατά τα πρώτα έτη μετά την υποτίμηση της δραχμής και ότι η σταθερότητα της δραχμής διατηρήθηκε για μεγάλο χρονικό διάστημα, έκανε δυνατή την "πώληση" της Ελλάδας σαν ένα προορισμό διακοπών και ανάπαυλας σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές για αρκετά χρόνια.(BB 18)

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις, διεθνείς τουριστικές εισπράξεις και μέση κατά τουρίστα δαπάνη

Ετη	διεθνείς τουριστικές αφίξεις (χιλιάδες)	Μεταβολή %	Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις (εκατομ. \$)	Μεταβολή %	Μέση κατά τουρίστα δαπάνη (\$)
1950	38	-	4,7	-	141
1955	196	584,8	29,1	519,1	148
1960	399	103,6	49,3	69,4	141
1965	1.132	374,0	107,6	118,2	127
1970	1.609	42,1	193,6	79,9	155
1975	3.173	97,2	643,6	232,4	244
1980	5.271	66,1	1.733,5	169,3	361
1985	7.039	33,5	1.428,0	-17,6	217
1990	8.873	26,0	2.575,0	80,3	245
1995	10.130	14,2	4.106,0	59,4	383
1998	11.077	9,3	4.050,0	-1,4	365

Πηγή: Ε.Ο.Τ., Ε.Σ.Υ.Ε., Τράπεζα της Ελλάδος, Η.Ο.Τ.

Οι προσπάθειες για να αναπτυχθεί ο τουρισμός στην Ελλάδα στη δεκαετία του '60 αντιμετώπισαν μεγάλες δυσκολίες και αυτό βασικά γιατί τα αναγκαία γι' αυτόν τον σκοπό κεφάλαια που μπορούσαν να διατεθούν ήταν πολύ περιορισμένα. Κατά συνέπεια οι προσπάθειες να αναπτυχθεί ο τουρισμός στην Ελλάδα κατά την διάρκεια της πιο πάνω χρονικής περιόδου δεν ήταν ανάλογες με τις νέες ευκαιρίες που παρουσιαζόντουσαν. Παρ' όλα αυτά, όμως, ο αριθμός των επισκεπτών στην Ελλάδα εξακολούθησε να αυξάνεται και έτσι να γίνεται δυνατή η θετική συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και ταυτόχρονα στη διεύρυνση της εξαγωγικής βάσης της με το να διαφοροποιούνται οι οικονομικές της δραστηριότητες. **(BB 18)**

Οι κύριοι σκοποί της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης στις δεκαετίες '50 και '60

Η διατύπωση γενικών οδηγιών για την πολιτική τουριστικής ανάπτυξης που θα εφάρμοζε η πολιτική εξουσία στην Ελλάδα, άρχισε βασικά το 1957. Οι κύριοι σκοποί της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης τότε ήταν να επωφεληθεί η Ελλάδα όσο το δυνατό περισσότερο γινόταν από την τάση των διεθνών τουριστών να μετακινούνται πρόσκαιρα από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους στο εξωτερικό, κάνοντας πλήρη χρήση των τουριστικών πόρων της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τους και συγκεκριμένα τόσο αυτών που αποτελούν δημιουργήματα των ανθρώπων όσο και των φυσικών. Αυτό είχε, μεταξύ άλλων, σαν αποτέλεσμα για την Ελλάδα τα εξής: τη σημαντική αύξηση των συναλλαγματικών της εσόδων, τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης και την αύξηση των εισοδημάτων του οικονομικά ενεργού πληθυσμού άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό. Η επίτευξη αυτών των σκοπών βασίστηκε στην υπόθεση ότι θα υπήρχε μια συνεχής αύξηση του αριθμού των διεθνών τουριστών που θα επισκεπτόντουσαν την Ελλάδα, κατ' επέκταση δε και μια συνεχής αύξηση των κατά κεφαλή δαπανών συναλλάγματος εκ μέρους τους. Δυστυχώς εξαιτίας του γεγονότος ότι ήταν πολύ δύσκολο να χαράξει και εφαρμόσει η πολιτική εξουσία μια μακροχρόνια πολιτική τουριστικής ανάπτυξης, αλλά επίσης γιατί η Ελλάδα δεν διέθετε τα απαραίτητα κεφάλαια για να ασκήσει μια επιθετική πολιτική τουριστικής ανάπτυξης, που θα οδηγούσε σε μια αύξηση του ελεγχόμενου εκ μέρους της μεριδίου στη διεθνή τουριστική αγορά, οι προσπάθειες μέχρι το τέλος περίπου της δεκαετίας του '60 περιορίστηκαν στην ανάπτυξη των διαθέσιμων τουριστικών πόρων, προκειμένου να ικανοποιήσουν τη ζήτηση υπηρεσιών φιλοξενίας εκ μέρους αυτών των κατηγοριών διεθνών τουριστών, που ανταποκρίθηκαν στα φυσικά, κατασκευασμένα, πολιτιστικά και κοινωνικά θέλγητρα της χώρας. **(BB 6)**

Οι τουριστικοί πόροι στους οποίους βασίστηκε η τουριστική ανάπτυξη στις δεκαετίες '50 και '60

Οι τουριστικοί πόροι στους οποίους βασίστηκε η τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας στη διάρκεια της δεκαετίας του '50 και το μεγαλύτερο μέρος της δεκαετίας του '60, ήταν βασικά δυο. Ο ένας προσφέρεται από τη φύση και είναι ένας συνδυασμός γεωγραφικής τοποθεσίας και κλιματολογικών συνθηκών. Ο άλλος είναι η ιστορία της Ελλάδας και το γεγονός ότι η χώρα αποτελεί αδιαφιλονίκητα την κοιτίδα του ευρωπαϊκού πολιτισμού.

Το ελληνικό τοπίο αποτελεί, όπως είναι γνωστό, έναν ιδανικό συνδυασμό βουνών και θάλασσας. Αυτό μαζί με τα πολυάριθμα ελληνικά νησιά τόσο στο Αιγαίο Πέλαγος όσο και στο Ιόνιο Πέλαγος προσδίδουν στην Ελλάδα ένα σπάνιο πλεονέκτημα τουλάχιστον σε ό,τι αφορά στην Ευρώπη. Πέρα από αυτό, όμως, πολύ λίγες χώρες μπορούν να προσφέρουν τόσο μεγάλη ηλιοφάνεια και τόσο ξηρό κλίμα όσο η Ελλάδα.

Η γεωγραφική θέση και οι κλιματολογικές συνθήκες της Ελλάδας αποτελούν τα κυριότερα ατού της για την ανάπτυξη του τουρισμού της, ενώ οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού, που χρονολογούνται από το 3000 π.Χ., συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην προσέλκυση διεθνών τουριστών, γι' αυτό και θα ήταν μεγάλο λάθος να υποτιμήσει κανείς τη σημασία τους για τον τουρισμό. Αντίθετα, όμως, θα ήταν εξίσου λάθος να βασίσει κανείς την τουριστική ανάπτυξη αποκλειστικά και μόνο σε αρχαία μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους. Είναι αλήθεια ότι οι αρχαιότητες από μόνες τους δεν είναι ικανές να προσελκύσουν τον κύριο όγκο των διεθνών τουριστών, παρά μόνο ένα μικρό αριθμό τους που έχουν υψηλότερο πολιτιστικό και μορφωτικό επίπεδο. Παρ' όλα αυτά, όμως, δεν θα ήταν παρακινδυνευμένο να ειπωθεί, ότι πολλοί από τους τουρίστες που έρχονται στην Ελλάδα δεν ενδιαφέρονται ή δεν έχουν την περιέργεια να επισκεφτούν αρχαιολογικούς χώρους και αρχαία μνημεία ενός από τους πιο αρχαίους και πιο λαμπρούς πολιτισμούς στον κόσμο: τον ελληνικό πολιτισμό.

Όλα αυτά τα γεγονότα δείχνουν τη γραμμή που ακολούθησε σε γενικές γραμμές η πολιτική τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα στη διάρκεια των δεκαετιών '50 και '60. Κατά συνέπεια είναι ολοφάνερο ότι στο αρχικό στάδιο της ανάπτυξης της τουριστικής της βιομηχανίας, η Ελλάδα βασιζόταν κατά κύριο λόγο στους δυο σημαντικότερους τουριστικούς κόρους της για να μπορέσει να προσελκύσει δυο

κατηγορίες τουριστών και συγκεκριμένα αυτήν της οποίας οι τουρίστες ενδιαφέρονται πρώτιστα να χαλαρώσουν και να απολαύσουν τη ζωή στην ύπαιθρο και αυτήν της οποίας οι τουρίστες ενδιαφέρονται πρώτιστα να επισκεφτούν αρχαιολογικούς χώρους και αρχαία μνημεία. Όπως είναι γνωστό, υπάρχουν πολλές περιοχές στον ελλαδικό χώρο που προσφέρουν το ένα ή το άλλο τουριστικό θέλημα ή συχνά και τα δυο. Ήταν, επομένως, πολύ φυσικό οι αρμόδιοι για την χάραξη και εφαρμογή της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης στις δεκαετίες του '50 και του '60 να στοχεύουν στην ανάπτυξη περιοχών της ελληνικής επικράτειας που πρόσφεραν αυτά τα θέματα, ώστε να καταστεί δυνατή η διοχέτευση σε αυτές βαθμιαία μεν αλλά σταθερά ολοένα και περισσότερα άτομα από αυτά που θα αποφάσιζαν να επισκεφτούν την Ελλάδα για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. (BB 4)

Η επιτάχυνση της τουριστικής ανάπτυξης από τα μέσα της δεκαετίας του '70 μέχρι την δεκαετία του '90

Στο χρονικό διάστημα από τα μέσα περίπου της δεκαετίας του '70 μέχρι την δεκαετία του '90 ο τουρισμός, γενικά, στην Ελλάδα και ιδιαίτερα ο διεθνής τουρισμός πέτυχε τους ταχύτερους ποτέ αναπτυξιακούς ρυθμούς του (Πίνακας 10.1.). Όπως ήδη ειπώθηκε, η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα βασίστηκε αποκλειστικά στους δυο σημαντικότερους τουριστικούς πόρους, και συγκεκριμένα στη γεωγραφική της θέση και τις κλιματολογικές της συνθήκες, από τη μια πλευρά, και από την άλλη στους αρχαιολογικούς της χώρους οι τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού. Οι κύριες διεθνείς τουριστικές αγορές της Ελλάδας την περίοδο εκείνη ήταν οι Η.Π.Α., το Ηνωμένο Βασίλειο και οι ευπορότερες δυτικοευρωπαϊκές χώρες.

Η πτώση της δημοτικότητας των ισπανικών παραθεριστικών κέντρων στη Μεσόγειο στα μέσα και προς το τέλος της δεκαετίας του '70 και οι ανάγκες της ευρωπαϊκής τουριστικής βιομηχανίας για νέους τουριστικούς προορισμούς συνέβαλαν στις ουσιαστικές μεταβολές που πραγματοποιήθηκαν τόσο στη νοερή εικόνα της Ελλάδας, σαν τουριστικού προορισμού, όσο και στην τουριστική της υποδομή και ανωδομή στα μέσα της δεκαετίας του '70.

Επιπλέον, η χαμηλή συναλλαγματική αξία της δραχμής έναντι των νομισμάτων των χωρών προέλευσης των τουριστών, σε συνδυασμό με το γενικά χαμηλό επίπεδο των τιμών και των μισθών, έκαναν την Ελλάδα έναν πολύ ελκυστικό τουριστικό προορισμό ιδιαίτερα στους μαζικά μετακινούμενους τουρίστες, που ενδιαφέρονται αποκλειστικά και μόνο για φτηνά τουριστικά πακέτα και γενικότερα για χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών με χαμηλό κόστος ζωής. Οι τουρ οπερέιτορς, που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες αυτής της κατηγορίας τουριστών, είδαν ευκαιρίες που παρουσιαζόντουσαν γι' αυτούς σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας και κυρίως στα συμπλέγματα των νησιών του Αιγαίου Πελάγους και του Ιονίου Πελάγους, τα οποία μέχρι τότε δεν είχαν κατορθώσει να προσελκύσουν αξιόλογο αριθμό διεθνών τουριστών.

Διεθνείς τουρίστες στην Ελλάδα, για τους οποίους οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού αποτελούσαν ισχυρό πόλο έλξης τους, περιοριζόντουσαν στο να χρησιμοποιούν την Αθήνα σαν πύλη εισόδου τους στη χώρα. Εξαιτίας αυτού του γεγονότος, η πρωτεύουσα της Ελλάδας υπήρξε την εποχή εκείνη το επίκεντρο του εισερχόμενου σε αυτήν τουρισμού. Η κατασκευή, όμως, αεροδρομίων σε πολλά ελληνικά νησιά στο Αιγαίο Πέλαγος και στο Ιόνιο Πέλαγος, καθώς επίσης και η ταχεία αύξηση των αεροπορικών πτήσεων με αεριωθούμενα αεροπλάνα που μπορούσαν να κάνουν χρήση των σχετικά περιορισμένου μήκους διαδρόμων προσγείωσης / απογείωσης των αεροδρομίων αυτών, έκαναν δυνατό για τους τουρ οπερέιτορς να μετακινούν μεγάλους αριθμούς τουριστών απευθείας στον ήλιο, τη θάλασσα και την άμμο των ελληνικών νησιών, τα οποία ανταποκρινόντουσαν θετικά στη ζήτηση του διεθνούς τουρισμού για φτηνές διακοπές σε αυτά.

Η εντυπωσιακή και ταχύρυθμη ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού που, όπως ήδη ειπώθηκε, άρχισε ουσιαστικά στα μέσα περίπου της δεκαετίας του '70, επιβραδύνθηκε αισθητά προς το τέλος της δεκαετίας του '80. Έτσι, λοιπόν, ύστερα από μια περίοδο ταχύρυθμης ανάπτυξης της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας διαφάνηκε ότι κινδύνευε αυτή να μείνει στάσιμη στη δεκαετία του '90. Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα αντιμετώπιζε την περίοδο εκείνη το πρόβλημα του μετασχηματισμού της χώρας σε έναν τουριστικό προορισμό που να μπορεί να ανταγωνιστεί με επιτυχία άλλους τουριστικούς προορισμούς όχι μόνο ως προς την τιμή των παρεχομένων εκ μέρους τους υπηρεσιών φιλοξενίας, αλλά και ως προς την αξία τους σε σχέση με τα χρήματα που ξοδεύοντουσαν από τους τουρίστες για την

απόκτηση του δικαιώματος χρήσης τους. Αναμφίβολα ο ελληνικός τουρισμός βρίσκεται από το τέλος περίπου της δεκαετίας του '80 σε μια κρίσιμη καμπή. Η εφαρμογή της συμφωνίας της ένταξης της χώρας στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (Ε.Ο.Κ.) το 1981 και τα χρόνια οικονομικά της προβλήματα αναπόφευκτα προκάλεσαν βαθμιαία μια ουσιαστική αύξηση των τιμών και στην τουριστική της βιομηχανία, έτσι ώστε η Ελλάδα να μην μπορεί πια στο τέλος της δεκαετίας του '80 να θεωρείται σαν ένας τουριστικός προορισμός που μπορεί να πουληθεί στο εξωτερικό κατά κύριο λόγο για τη φθηνία του. Αν η τουριστική βιομηχανία της χώρας θα μπορέσει να ανακάμψει σύντομα από την κρίση αυτή και κυρίως να προσφέρει κάποτε και υψηλής ποιοτικής στάθμης υπηρεσίες φιλοξενίας στους επισκέπτες της που να αξίζουν αυτές τα χρήματα που είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αυτοί για να αποκτήσουν το δικαίωμα χρήσης τους και έτσι να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, θα το δείξει το μέλλον. Ο χρόνος, κατά συνέπεια, θα αποδείξει αν και κατά πόσο μπορεί να επιτευχθεί ο σκοπός αυτός και κάτω από ποιους όρους και προϋποθέσεις. **(BB 4)**

Η τουριστική ανάπτυξη στη δεκαετία του '90 προβληματική και μετ' εμποδίων

Όπως ήδη επανειλημμένα τονίστηκε, ο τουρισμός για την Ελλάδα αποτελεί χωρίς άλλο ένα σημαντικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, η συμβολή του οποίου στην αντιμετώπιση των μεγάλων προβλημάτων της οικονομίας κάθε άλλο παρά να αμφισβητηθεί μπορεί και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθεί. Παρά το γεγονός αυτό, όμως κανένας άλλος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας δεν δοκιμάζεται τόσο πολύ τα τελευταία χρόνια και ειδικότερα από το τέλος της δεκαετίας του '80 και μετά όσο ο τουρισμός. Και αυτό εξαιτίας της κυβερνητικής απραξίας κατά τη χρονική περίοδο για την οποία ο λόγος, αλλά και της βραδύτητας με την οποία έκτοτε οι εκάστοτε πολιτικές εξουσίες αντιμετώπιζαν τα διάφορα πιεστικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας, μεταξύ των οποίων και τις αρνητικές επιδράσεις σε αυτήν από την πολεμική σύρραξη στον Περσικό Κόλπο, τις κλιμακούμενες τρομοκρατικές ενέργειες στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, καθώς επίσης από την έκδοση των γνωστών ταξιδιωτικών οδηγιών των κυβερνήσεων των Η.Π.Α. και της Ιαπωνίας.

Το αμείλικτο ερώτημα που δικαιολογημένα τίθεται από τους παράγοντες της τουριστικής προσφοράς, δηλαδή τους ξενοδόχους, τους οπερέιτορς, ταξιδιωτικούς/τουριστικούς πράκτορες, απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία κλπ., αλλά και από απλούς πολίτες είναι το εξής: υπάρχει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής, με το οποίο να μπορούν να αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά χρόνια και άλλα πιεστικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας, και αν πραγματικά υπάρχει τέτοιο πρόγραμμα ποιο είναι αυτό, ποιοι είναι οι στόχοι του και με ποια μέτρα θα επιχειρηθεί εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας η επίτευξη τους.

Στις μέχρι σήμερα δηλώσεις τους, τα υπεύθυνα για τον τουρισμό πολιτικά πρόσωπα, κατά την διάρκεια της δεκαετίας του '90 τα οποία ας σημειωθεί προερχόντουσαν όλα χωρίς εξαίρεση από τους κόλπους των δυο μεγαλύτερων πολιτικών σχηματισμών της χώρας, περιοριζόντουσαν στο να εξηγούν τους γνωστούς λόγους που προβάλλουν οι εκάστοτε πολιτικές εξουσίες για τη μερική ή ολική ιδιωτικοποίηση των τουριστικών επιχειρήσεων και εγκαταστάσεων του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) ή τη μακροχρόνια μίσθωση τους σε ιδιώτες και να ανακοινώνουν αποσπασματικά μέτρα αντιμετώπισης μεμονωμένων προβλημάτων της τουριστικής οικονομίας. Ποτέ, όμως, δεν έκαναν γνωστό οι εκάστοτε πολιτικές εξουσίες αν είχαν καταρτίσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής, το οποίο εφαρμοζόμενο να μπορούσε να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά στο σύνολο τους τα προβλήματα του τουρισμού και να δώσει λύσεις εφικτές σε αυτά. Συγκεκριμένα δεν ειπώθηκε μέχρι σήμερα απολύτως τίποτε σχετικά με το αν ήταν στις προθέσεις τους να επέμβουν ρυθμιστικά στην τουριστική οικονομία για να αναβαθμίσουν την τουριστική προσφορά, γενικά, για να αναπτύξουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού που συμβάλλουν στην προσέλκυση τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, για να καταμερίσουν ορθολογιστικά την τουριστική δραστηριότητα στο χώρο, για να εκτελέσουν, ολοκληρώσουν και συμπληρώσουν έργα ειδικής τουριστικής υποδομής και ανωδομής που διευκολύνουν την ανάπτυξη συγκεκριμένων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, για να πατάξουν την παραξενοδοχία που έχει τελευταία πάρει επικίνδυνες διαστάσεις σε ορισμένους τουριστικούς προορισμούς, για να ελέγξουν την τουριστική ανάπτυξη, για να προστατέψουν το φυσικό περιβάλλον των τουριστικών τόπων και τους θησαυρούς της πολιτιστικής μας κληρονομιάς και τέλος

για να εξουδετερώσουν τις αρνητικές οικονομικές και κοινωνικές επιδράσεις του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Στο ερώτημα αν υπάρχει στην Ελλάδα ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής για την αντιμετώπιση των προβλημάτων του τουρισμού και την αρμονική ανάπτυξη του με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, η απάντηση δυστυχώς είναι αρνητική. Και είναι αρνητική, γιατί αν πραγματικά υπήρχε τέτοιο πρόγραμμα, η πολιτική εξουσία δεν θα περιοριζόταν σήμερα στη λήψη αποσπασματικών μέτρων για την αντιμετώπιση μεμονωμένων προβλημάτων της τουριστικής οικονομίας, που βασικά δεν προσφέρουν τίποτε ουσιαστικό και δεν οδηγούν πουθενά, αλλά θα το είχε εφαρμόσει από την πρώτη κιόλας στιγμή που αναλάμβανε τη διαχείριση των κοινών.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι ένα πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής δεν αποτελεί τίποτε περισσότερο από μια λεπτομερή, αναλυτική και σαφή διατύπωση των τελικών και ενδιάμεσων στόχων της με τον προσδιορισμό, εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας, συγκεκριμένων ποσοτικών μεγεθών ή αριθμητικών αξιών, καθώς και του ακριβούς χρονικού ορίζοντα στα πλαίσια του οποίου θα επιχειρηθεί η επίτευξη τους με τη χρησιμοποίηση αποτελεσματικών μέτρων.

Για την ανυπαρξία ενός ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής πολιτικής, που θα μπορούσε να δώσει λύσεις στα προβλήματα που απασχολούν τον τουρισμό και που περιορίζουν την αποτελεσματικότητα του σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, θα πρέπει να χρεωθούν οι εκάστοτε πολιτικές εξουσίες και να τους καταλογιστεί ακέραιη η ευθύνη γι' αυτό. Αυτό, όμως, σε καμιά περίπτωση δεν απαλλάσσει τη σημερινή πολιτική εξουσία από την υποχρέωση κατάρτισης και εφαρμογής το ταχύτερο δυνατό ενός ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής πολιτικής με εφικτούς στόχους. Επειδή, όμως, τα προβλήματα και οι συνθήκες που επικρατούν κάθε φορά στην τουριστική οικονομία μεταβάλλονται με το πέρασμα του χρόνου και μάλιστα πολλές φορές γρηγορότερα απ' ό,τι μπορεί να υπολογίσει κανείς, είναι ανάγκη το ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής, που θα καταρτιστεί και εφαρμοστεί από την πολιτική εξουσία να αναθεωρείται κατά τακτά χρονικά διαστήματα και να αναπροσαρμόζονται οι στόχοι του, έτσι ώστε ποτέ να μη χάνει αυτό την αποτελεσματικότητά του.

Ειλικρινά θα ήταν ευχής έργο η πολιτική εξουσία να ευαισθητοποιηθεί επιτέλους και να θελήσει έστω και καθυστερημένα να καταρτίσει και εφαρμόσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής, που θα δίνει λύσεις στα

προβλήματα της τουριστικής οικονομίας και προοπτική για μια παραπέρα ανάπτυξη της.

Παρά τα σοβαρά προβλήματα που αντιμετώπιζε ο τουρισμός στην Ελλάδα και στη δεκαετία του '90, αλλά και την πληθώρα των σφαλμάτων στα οποία κατ' εξακολούθηση υπέπεσαν οι παράγοντες της τουριστικής προσφοράς, η Ελλάδα βρίσκεται εδώ και χρόνια στην κατάσταση των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο αλλά και μεταξύ των σαράντα τουριστικών προορισμών με τις μεγαλύτερες τουριστικές εισπράξεις στον κόσμο (Πίνακες 10.2, 10.3.). Έτσι, λοιπόν, ενώ στο τέλος της δεκαετίας του '80, δηλαδή το 1990, η Ελλάδα κατείχε τη 13η θέση στη λίστα για την οποία ο λόγος με 8,9 περίπου εκατομμύρια αφίξεις διεθνών τουριστών και μερίδιο τουριστικής αγοράς στο παγκόσμιο σύνολο της τάξης του 1,95%. Οκτώ χρόνια αργότερα, δηλαδή το 1998, η Ελλάδα κατείχε τη 16η θέση στη λίστα των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών με 11,1 περίπου αφίξεις διεθνών τουριστών και μερίδιο τουριστικής αγοράς στο παγκόσμιο σύνολο της τάξης του 1,8%. Διαπιστώνεται, λοιπόν, ότι παρά το γεγονός ότι στη διάρκεια της δεκαετίας του '90 οι αφίξεις διεθνών τουριστών στην Ελλάδα εμφανίζουν μια αριθμητική αύξηση της τάξης των 2,2 περίπου εκατομμυρίων, το μερίδιο της στην τουριστική αγορά στο παγκόσμιο σύνολο μειώθηκε κατά 0,15%.

Η Ελλάδα σήμερα είναι ένας τουριστικός προορισμός που προσφέρεται σε πιθανούς τουρίστες με τους κανόνες του ελεύθερου ανταγωνισμού, ενώ η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες, από τις κυριότερες ευρωπαϊκές χώρες προέλευσης τουριστών, έχει λίγο-πολύ το χαρακτήρα μιας περιορισμένης τουριστικής αγοράς που δεν έχει πολλά να προσφέρει. Τα άτομα που την επισκέπτονται έρχονται, κατά κύριο λόγο, για να περάσουν ανέμελες και χαρούμενες διακοπές, στις οποίες ο ήλιος, η θάλασσα και η άμμος παίζουν καθοριστικό ρόλο. Όπως είναι γνωστό, η Ελλάδα διαθέτει μια μεγάλη ποικιλία παραλιακών θέρετρων, που μπορούν να ικανοποιήσουν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες του τμήματος εκείνου της τουριστικής αγοράς που επιθυμεί αυτού του είδους διακοπές σε μεγάλες ή μικρές ξενοδοχειακές μονάδες όλων των κατηγοριών, τα οποία αποτελούν μεγαλύτερους ή μικρότερους πόλους έλξης των τουριστών και βρίσκονται είτε στη νησιωτική είτε στην ηπειρωτική Ελλάδα.

Ας σημειωθεί ότι οι επισκέπτες της Ελλάδας στη μεγάλη τους πλειοψηφία ερχόντουσαν, όπως ήδη ειπώθηκε, και εξακολουθούν να έρχονται σε αυτήν, επειδή τη θεωρούν σαν ένα φτηνό τουριστικό προορισμό για διακοπές, με ιδανικές για το σκοπό αυτό κλιματολογικές συνθήκες, ατέλειωτες παραλίες, μεγάλη ηλιοφάνεια και

πολλά άλλα. Παρ' όλα αυτά, όμως, δεν είναι εύκολο να σκιαγραφήσει κανείς μι- λεπτομέρειες τον τουρίστα του μέλλοντος και πολύ περισσότερο να γνωρίζει τις μελλοντικές τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες. Βέβαιο, πάντως, πρέπει να θεωρείται ότι ο τουρίστας του μέλλοντος θα ανήκει κατά το πλείστον όπως και σήμερα άλλωστε, στις μεσαίες κοινωνικοοικονομικές τάξεις. Κατά συνέπεια, η δυνατότητα πραγματοποίησης φτηνότερων διακοπών θα ενδιαφέρει ένα ολοένα και μεγαλύτερο τμήμα της διεθνούς τουριστικής αγοράς. Το γεγονός αυτό σε καμιά περίπτωση δεν σημαίνει ότι θα υποβαθμιστούν ποιοτικά οι παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες, αλλά αντίθετα θα αναβαθμιστούν ποιοτικά αυτές στις περισσότερες περιπτώσεις. Όπως είναι γνωστό, όσο υψηλότερο είναι το μορφωτικό και πολιτιστικό επίπεδο των λαών, τόσο μεγαλύτερη είναι η ευαισθησία που δείχνουν σε θέματα άνεσης και ποιότητας, αλλά και της ανταποδοτικότητας των χρημάτων που διαθέτουν για την απόκτηση του δικαιώματος χρήσης των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών και διαμέσου αυτών να ικανοποιήσουν στο μέτρο του εφικτού συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί, ότι το μέλλον του ελληνικού τουρισμού διαγράφεται υπό προϋποθέσεις ευοίωνο. Η κυριότερη από αυτές είναι να αποφευχθούν οι παραλήψεις και τα σφάλματα του παρελθόντος που, όπως ήδη ειπώθηκε, "πληρώθηκαν" ακριβά από κάθε άποψη. **(BB 4)**

Η εμφάνιση των πρώτων επιβραδυντικοί ρυθμών της τουριστικής ανάπτυξης

Μετά από μια περίοδο δυναμικής ανάπτυξης που διάρκεσε μιάμιση περίπου δεκαετία, ο τουρισμός στην Ελλάδα και συγκεκριμένα ο διεθνής τουρισμός, άρχισε προς το τέλος της δεκαετίας του '80 να παρουσιάζει εμφανή σημεία επιβράδυνσης στην ανάπτυξη του. Το γεγονός αυτό αποτέλεσε σαφή προειδοποίηση των κρατούντων, ότι αν τα αίτια που την προκάλεσαν δεν αντιμετωπιστούν όσο το δυνατό γρηγορότερο και αποτελεσματικότερα, ενδέχεται αυτή να οδηγήσει, μελλοντικά, ακόμα και σε μια σημαντική μείωση του αριθμού των τουριστών που επισκέπτονται κάθε χρόνο διάφορες περιοχές της Ελλάδας και κυρίως τα νησιά, για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα, δηλαδή ο διεθνής τουρισμός, αντιμετώπιζε προς το τέλος της δεκαετίας του 80 τα προβλήματα του μετασχηματισμού της χώρας σε έναν τουριστικό προορισμό που θα μπορούσε να ανταγωνιστεί άλλους τουριστικούς προορισμούς όχι μόνο ως προς την τιμή των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών, αλλά και ως προς την πραγματική τους αξία σε σχέση με τα χρήματα που δαπανώνται από τους διεθνείς τουρίστες, προκειμένου να αποκτήσουν το δικαίωμα χρήσης τους.

Όπως είναι γνωστό, όσο υψηλότερο είναι το μορφωτικό και πολιτιστικό επίπεδο των ανθρώπων σε μια χώρα προέλευσης τουριστών, τόσο μεγαλύτερη είναι η ευαισθησία που δείχνουν αυτοί σε θέματα άνεσης και ποιότητας, καθώς επίσης ανταποδοτικότητας των χρημάτων που διαθέτουν για την απόκτηση του δικαιώματος καταναλωτή ή χρήσης ενός τουριστικού προϊόντος, προκειμένου να ικανοποιήσουν, στο μέτρο του εφικτού, συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Αποτελεί κοινό μυστικό ότι η εντυπωσιακή, στην κυριολεξία, ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα, στο δεύτερο μισό της δεκαετή του '70, τροφοδοτήθηκε από ένα μεγάλο αριθμό διεθνών τουριστών που έπαψαν να επισκέπτονται άλλα μεσογειακά θέρετρα, κυρίως Ισπανικά, επειδή οι παρεχόμενες σε αυτά τουριστικές υπηρεσίες είχαν υπερτιμηθεί σημαντικά. Δυστυχώς, όμως, για τον τουρισμό της Ελλάδας, η ανάπτυξη του οποίου φαινόταν ότι θα διαρκούσε για μεγάλο χρονικό διάστημα, συνέβαλε μέχρι ενός σημείου στην καλλιέργεια ενός εφησυχαστικού κλίματος που, βαθμιαία μεν αλλά σταθερά, οδήγησε τη χώρα στο να επαναλάβει τα

σφάλματα που έκανε η Ισπανία στο παρελθόν και που, όπως είναι γνωστό, τα "πλήρωσε" ακριβά.

Έτσι, λοιπόν, οι απότομες αυξήσεις των τιμών των παραγομένων "τουριστικών υπηρεσιών είχαν σαν συνέπεια να πάψει πια η Ελλάδα να θεωρείται ένας φτηνός τουριστικός προορισμός για μαζικό τουρισμό συγκριτικά με άλλους μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς. Αλλά και η μη αναβάθμιση των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών δεν επέτρεψε την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού, αν και υπήρξε από τη δεκαετία του '80 ένας από τους κυριότερους σκοπούς των κρατούντων.

Πέρα από αυτό, όμως, δεν θα πρέπει να λησμονείται ότι η τουριστική υποδομή και ανωδομή της χώρας σχεδιάστηκε και κατασκευάστηκε βιαστικά στη δεκαετία του '70, σε ανταπόκριση της ζήτησης φτηνών τουριστικών υπηρεσιών εκ μέρους πιθανών τουριστών, τουρ οπερέιτορς, ταξιδιωτικών/τουριστικών πρακτόρων κλπ. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να μην είναι σε θέση η Ελλάδα να ικανοποιήσει τις ανάγκες ή επιθυμίες μιας τουριστικής αγοράς που είναι λιγότερο ευαίσθητη στις φτηνές τιμές των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών και περισσότερο στην ποιότητα και την πραγματική αξία τους σε σχέση με τα χρήματα που ξοδεύονται για την απόκτηση του δικαιώματος χρήσης τους. Όπως ήδη αναφέρθηκε, στο τέλος της δεκαετίας του '80, δηλαδή το 1990, περίπου 8,9 εκατομμύρια άνθρωποι επισκέφτηκαν την Ελλάδα (Πίνακας 10.1.). Σχεδόν το 65% των επισκεπτών της (τουρίστες και εκδρομείς) προήλθαν από άλλες χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Από δυο μόνο χώρες-μέλη και συγκεκριμένα από τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο προήλθε το 40% περίπου των τουριστών της. Οι χώρες για τις οποίες ο λόγος συνέχισαν και στη δεκαετία του '90 να διοχετεύουν στην Ελλάδα υψηλά ποσοστά επισκεπτών, σύμφωνα δε με όλες τις ενδείξεις θα εξακολουθήσουν να το κάνουν τουλάχιστον μέχρι το τέλος της πρώτης δεκαετίας του 21ου αιώνα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι Γερμανοί τουρ-οπερέιτορς και η πελατεία τους είναι πολύ πιο απαιτητικοί από τους Βρετανούς σε ό,τι αφορά στην ποιοτική στάθμη των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, αλλά και πολύ πιο πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα χρήματα απ' ό,τι οι Βρετανοί τουρ οπερέιτορς και η πελατεία τους για να αποκτήσουν το δικαίωμα χρήσης τους.

Ο μέσος όρος αύξησης των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα και στη δεκαετία του '80 ήταν κατά μέσο όρο της τάξης του 6% περίπου το χρόνο. Παρ' όλα αυτά, όμως, εκτιμήθηκε ότι εκτός απρόοπτου τα ποσοστά αυτά, δύσκολα θα μπορούσαν να

συνεχιστούν στα ίδια επίπεδα και μελλοντικά. Σύμφωνα με εκτιμήσεις των ειδικών, προβλέφθηκε ότι οι ρυθμοί αύξησης των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα μεσοπρόθεσμα, τουλάχιστον, θα ήταν, κατά πάσα πιθανότητα, θετικοί μεν πλην όμως μειωμένοι. Αλλά και προβλέψεις ειδικών σε όλο τον κόσμο, που κατά καιρούς βλέπουν το φως της δημοσιότητας, οδηγούν στο συγκέρασμα ότι εκτός απρόοπτου ο διεθνής τουρισμός θα συνεχίσει να αυξάνεται και μελλοντικά, όχι όμως με τους ίδιους ρυθμούς που αυξανόταν στο παρελθόν ή αυτούς με τους οποίους αυξάνεται σήμερα. Τα χαμηλά, όμως, ποσοστά συμμετοχής της Ελλάδας στον τουρισμό της περιοχής της Μεσογείου, που στα τέλη της δεκαετίας του '80 ανέρχονταν σε 4,5% περίπου, δεν φάνηκε να αφήνουν μεγάλα περιθώρια βελτίωσης της θέσης της μεταξύ των αναπτυσσομένων τουριστικών αγορών του Νότου.

Η Ελλάδα, όπως και οι άλλοι τουριστικοί προορισμοί στην Ευρώπη, αντιμετωπίζει το πρόβλημα της εισόδου στη διεθνή τουριστική αγορά νέων τουριστικών προορισμών, που προσφέρουν τις τουριστικές τους υπηρεσίες σε ανταγωνιστικότερες τιμές, αλλά με λιγότερη τουριστική υποδομή και ανωδομή και βέβαια με λιγότερες ευκαιρίες ψυχαγωγίας και διασκέδασης. Οι πρώτες αρνητικές συνέπειες αυτού του γεγονότος άρχισαν να παρατηρούνται στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του '80, όπου παρά την άφιξη σημαντικού αριθμού τουρισμών ή ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες, το συνολικό μερίδιο της Ελλάδας στις τουριστικές αγορές των χωρών αυτών μειώθηκε αισθητά.

Σε αντιμετώπιση αυτού του ανταγωνισμού, εκ μέρους των νέων τουριστικών προορισμών, η Ελλάδα πρέπει να αναβαθμίσει και να διαφοροποιήσει την τουριστική της προσφορά, κάνοντας το τουριστικό της προϊόν πιο σύνθετο και εξειδικεύοντάς το περισσότερο, ώστε να γίνει και περισσότερο ελκυστικό στη διεθνή τουριστική αγορά. **(BB 9)**

Το ποσοστιαίο μερίδιο της Ελλάδας στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις σε παγκόσμιο σύνολο

Το 1990 η Ελλάδα σύμφωνα με στατιστικές του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) συγκαταλεγόταν, όπως ήδη αναφέρθηκε, μεταξύ των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο. Συγκεκριμένα κατείχε την 13η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, ο δε αριθμός των διεθνών τουριστών που την είχαν επισκεφθεί ανέρχονταν, όπως είναι γνωστό, σε 8,9 περίπου εκατομμύρια (Πίνακα 2.). Παρ' όλο που η Ελλάδα συγκαταλεγόταν ταυτόχρονα και μεταξύ των σαράντα τουριστικών προορισμών με τις μεγαλύτερες τουριστικές εισπράξεις στον κόσμο, πλην όμως η αύξηση των εισπράξεων της από το διεθνή τουρισμό δεν ήταν ανάλογη με αυτήν των αφίξεων διεθνών τουριστών σε αυτήν. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα κατείχε την 24η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, οι δε εισπράξεις της από το διεθνή τουρισμό ήταν της τάξης των 2,6 περίπου δισεκατομμυρίων δολαρίων (Πίνακας 10.1.).

Οκτώ χρόνια αργότερα, δηλαδή το 1998, η Ελλάδα σύμφωνα με στατιστικές και πάλι του Π.Ο.Τ. συγκαταλεγόταν μεταξύ των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο, πλην όμως δεν καταλάμβανε πια την 13η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, αλλά βρισκόταν στην 16η θέση, ο δε αριθμός των διεθνών τουριστών που την είχαν επισκεφθεί ανερχόταν σε 11,1 περίπου εκατομμύρια (Πίνακας 10.2.). Αλλά και σε ό,τι αφορά τις εισπράξεις της από το διεθνή τουρισμό, Ελλάδα δεν καταλάμβανε πια την 24η θέση στην παγκόσμια κατάταξη αλλά την 27η, παρ' όλο ότι οι εισπράξεις της από το διεθνή τουρισμό ήταν της τάξης των 4 περίπου δισεκατομμυρίων δολαρίων (Πίνακας 10.3.). Στο σημείο αυτό θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.) εκτιμά ότι οι εισπράξεις της Ελλάδας από το διεθνή τουρισμό είναι κατά πολύ μεγαλύτερες από αυτές που εμφανίζουν οι στατιστικές του Π.Ο.Τ. Συγκεκριμένα το Ι.Τ.Ε.Π. εκτιμά ότι αυτές είναι της τάξης των 7 περίπου δισεκατομμυρίων δολαρίων.

Όταν μια χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, σαν την Ελλάδα, φιγουράρει εδώ και χρόνια στην πρώτη εικοσάδα των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο, είναι φυσικό να απορεί κανείς πώς είναι δυνατό όλα αυτά τα χρόνια να μην εμφανίζεται αυτή και στην πρώτη εικοσάδα των

σαράντα τουριστικών προορισμών, που πραγματοποιούν τις μεγαλύτερες εισπράξεις από το διεθνή τουρισμό.

Βέβαια θα πρέπει στο σημείο αυτό να διευκρινιστεί ότι η όλη αυτή κατάσταση σε καμιά περίπτωση δεν αποτελεί ελληνική πρωτοτυπία ή αποκλειστικότητα και αυτό γιατί το ίδιο παρατηρείται και σε ορισμένες άλλες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, όπως για παράδειγμα στην Ουγγαρία και στην Πορτογαλία, που ναι μεν συγκαταλέγονται και οι δύο στην πρώτη εικοσάδα των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο, ως προς τον αριθμό των αφίξεων διεθνών τουριστών, όχι όμως και στην πρώτη εικοσάδα των σαράντα τουριστικών προορισμών που πραγματοποιούν τις μεγαλύτερες εισπράξεις από τον διεθνή τουρισμό (Πίνακες 10.2. και 10.3.).

Ειδικότερα για την περίπτωση της Ελλάδας θα πρέπει να ειπωθεί ότι η μη εμφάνιση της και στην πρώτη εικοσάδα των σαράντα τουριστικών προορισμών με τις μεγαλύτερες εισπράξεις από το διεθνή τουρισμό, πρέπει βασικά να αποδοθεί σε ορισμένους παράγοντες οι σημαντικότεροι από τους οποίους αναλύονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

(α) Η ποιοτική υποβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας χάρη στο εύκολο και γρήγορο κέρδος: στη διάρκεια της δεκαετίας του '80 παρατηρήθηκε μια βαθμιαία μεν, πλην όμως συνειδητή ποιοτική υποβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας και κατ' επέκταση των τουριστικών πακέτων, των οποίων, όπως είναι γνωστό, αποτελούν αυτές βασικό συστατικό στοιχείο. Η κυριότερη αιτία της ποιοτικής αυτής υποβάθμισης των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας οφειλόταν βασικά στην υπερχρέωση, των περισσότερων ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, πριν ακόμα αυτές αρχίσουν την οικονομική τους δραστηριότητα, και από την άλλη στις πιέσεις που δεχόντουσαν αυτές πιστωτικά ιδρύματα και όχι μόνο για να εξυπηρετήσουν τις υποχρεώσεις με επαχθέστατους αυτές συνήθως όρους. Όλα αυτά είχαν σαν αναπόφευκτη συνέπεια να δημιουργούνται προβλήματα οικονομικής ρευστότητας στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Στην προσπάθεια τους να επιβιώσουν αυτές οικονομικά, αναγκάζονταν να περιορίζουν ολοένα και περισσότερο το κόστος παραγωγής των παρεχομένων εκ μέρους τους υπηρεσιών φιλοξενίας, έστω και αν αυτό απέβαινε, βαθμιαία μεν αλλά σταθερά βάρος της ποιότητας τους, προκειμένου έτσι να έχουν τη δυνατότητα να πουλούν φτηνότερα από τον ανταγωνισμό απ' οπουδήποτε και αν προερχόταν αυτός. Πουλώνοντας, όμως, φτηνότερα υποβαθμισμένες ποιοτικά υπηρεσίες φιλοξενίας, ήταν φυσικό τα χρήματα που εισπράττονταν να είναι

λιγότερα, άρα να είναι λιγότερες και οι εισπράξεις που εμφάνιζε η Ελλάδα διεθνώς σαν χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. (BB 18)

ΠΙΝΑΚΑΣ 10,2.: Οι σαράντα δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί στον κόσμο.

Κατάταξη			Χώρες	Αφίξεις σε χιλιάδες 1998	% επί του συνόλου 1998
1990	1995	1998			
1	1	1	ΓΑΛΛΙΑ	70.000	11.2
3	3	2	ΙΣΠΑΝΙΑ	47.749	7.6
2	2	3	ΗΠΑ	47.127	7.5
4	4	4	ΙΤΑΛΙΑ	34.829	5.6
7	5	5	ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	25.475	4.1
12	8	6	ΚΙΝΑ	25.073	3,8
	7	7	ΜΕΞΙΚΟ	19.300	3.1
27	9	8	ΠΟΛΩΝΙΑ	18.520	3.0
10	11	9	ΚΑΝΑΔΑΣ	18.659	3.0
6	10	10	ΑΥΣΤΡΙΑ	17.282	2.8
9	13	11	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	16.504	2.6
16	12	12	ΔΗΜ. ΤΣΕΧΙΑΣ	16.325	1,6
17	18	13	ΡΩΣΙΑ	15.810	2.5
5	6	14	ΟΥΓΓΑΡΙΑ	14.660	2,4
14	17	15	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	11.200	1,9
13	16	16	ΕΛΛΑΔΑ	11.077	1.8
11	14	17	ΕΛΒΕΤΙΑ	11.025	1,8
19	15	18	ΚΙΝΑ, ΧΟΝΓΚ- ΚΟΝΓΚ	9.575	1,5
24	20	19	ΤΟΥΡΚΙΑ	9.200	1.5
20	22	20	ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	9.080	1.5
21	21	21	ΤΑΥΛΑΝΔΗ	7.720	1,1
15	19	22	ΜΑΛΑΙΣΙΑ	6.856	1,0
22	24	23	ΒΕΛΓΙΟ	6.218	1.0
26	25	24	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	6.073	1.0
55	26	25	ΝΟΤΙΑ ΑΦΡΙΚΗ	5.981	1.0

23	23	26	ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	5.600	0,9
53	49	27	ΒΡΑΖΙΛΙΑ	5.558	0,8
38	27	28	ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ	4.900	0,8
32	30	29	ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	4.859	0,8
29	29	30	ΤΥΝΗΣΙΑ	4.718	0,7
31	31	31	ΔΗΜ. ΚΟΡΕΑΣ	4.250	0,7
18	60	32	ΚΡΟΑΤΙΑ	4.200	0,7
28	34	33	ΙΑΠΩΝΙΑ	4.100	0,6
36	32	34	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	4.012	0,6
35	38	35	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	3.766	0,6
37	35	36	ΣΑΟΥΔΙΚΗ ΑΡΑΒΙΑ	3.700	0,6
34	28	37	ΜΑΚΑΟ	3.590	0,5
33	36	38	ΠΟΥΕΡΤΟ ΡΙΚΟ	3.255	0,5
25	40	39	ΜΑΡΟΚΟ	3.241	0,5
30	39	40	ΡΟΥΜΑΝΙΑ	2.974	0,5
			Σύνολο 1-40	544.323	84,2
			Παγκόσμιο Σύνολο	625.236	100,0

Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.).

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3.: Οι σαράντα τουριστικοί προορισμοί με τις μεγαλύτερες; τουριστικές εισπράξεις ΟΤΑΝ κόσμο (εξαιρουμένων των μεταφορών)

Κατάταξη			Χώρες	Αφίξεις σε χιλιάδες 1998	% επί του συνόλου 1998
1990	1995	1998			
1	1	1	ΗΠΑ	74.240	16,7
3	2	2	ΙΤΑΛΙΑ	30.427	6,8
2	3	3	ΓΑΛΛΙΑ	29.700	6,7
4	4	4	ΣΠΑΝΙΑ	29.585	6,7
5	5	5	ΗΝΩΜΕΝΑ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	21.295	4,8
6	6	6	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	15.859	3,6
25	10	7	ΚΙΝΑ	12.600	2,8
7	7	8	ΑΥΣΤΡΙΑ	11.560	2,6
9	12	9	ΚΑΝΑΔΑΣ	9.133	2,1

21	21	10	ΤΟΥΡΚΙΑ	8.300	1,9
8	9	Π	ΕΛΒΕΤΙΑ	8.208	1,8
65	15	12	ΠΟΛΩΝΙΑ	8.000	1,8
10	17	13	ΜΕΞΙΚΟ	7.850	1,8
11	8	14	ΚΙΝΑ, ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ	7.109	1,6
23	23	15	ΡΩΣΙΑ	7.107	1,6
13	14	16	ΤΑΪΛΑΝΔΗ	6.392	1,4
14	16	17	ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	5.749	1,3
18	19	18	ΔΗΜ. ΚΟΡΕΑΣ	5.700	1,3
15	13	19	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	5.694	1,3
16	18	20	ΒΕΛΓΙΟ	5.375	1,2
27	24	21	ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	5.363	1,2
26	20	22	ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ	5.138	1,1
12	11	23	ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	4.984	1,1
19	22	24	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	4.665	1,0
17	30	25	ΙΑΠΩΝΙΑ	4.154	0,9
22	28	26	ΣΟΥΗΔΙΑ	4.107	0,9
24	25	27	ΕΛΛΑΔΑ	4.050	0,9
44	35	28	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	3.838	0,9
36	40	29	ΒΡΑΖΙΛΙΑ	3.678	0,8
62	33	30	ΔΗΜ. ΤΣΕΧΙΑΣ	3.509	0,8
31	26	31	ΜΑΛΑΙΣΙΑ	3.369	0,8
34	31	32	ΜΑΚΑΟ	3.300	0,7
29	29	33	ΤΑΪΒΑΝ	3.231	0,7
33	36	34	ΙΝΔΙΑ	3.168	0,7
35	34	35	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	3.159	0,7
20	27	36	ΔΑΝΙΑ	3.036	0,7
30	48	37	ΚΡΟΑΤΙΑ	2.740	0,6
37	32	38	ΙΣΡΑΗΛ	2.700	0,6
50	44	39	ΟΥΓΓΑΡΙΑ	2.568	0,6
40	37	40	ΦΙΛΙΠΠΙΝΕΣ	2.421	0,5
			Σύνολο 1-40	383.061	86,1
			Παγκόσμιο Σύνολο	444.741	100,0

1980: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.).

(β) Η απόκρυψη τουριστικών εσόδων μέσω υποτιμολογήσεως των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας: οι αυστηροί συναλλαγματικοί περιορισμοί που ίσχυσαν από το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου μέχρι και το πρώτο μισό περίπου της δεκαετίας του '90, αλλά και η ευρύτατα διαδεδομένη, σε βαθμό, τάση απόκρυψη εσόδων και κατ' επέκταση κερδών από τις φορολογικές αρχές από μια σχετικά μεγάλη μερίδα Ελλήνων επιχειρηματιών, γενικά, οδήγησαν πολλούς από αυτούς που αναπτύσσουν οικονομική δραστηριότητα στον τουρισμό και ιδιαίτερα στην ξενοδοχεία, να προσφύγουν σε υποτιμολογήσεις των παρεχομένων εκ μέρους τους υπηρεσιών φιλοξενίας. Με αυτόν τον τρόπο ασφάλιζαν ουσιαστικά δυο πράγματα και συγκεκριμένα την εμφάνιση λιγότερων φορολογητέων εισοδημάτων και κατ' επέκταση την καταβολή λιγότερων φόρων εισοδήματος, από τη μια πλευρά, και από την άλλη την κατάθεση των εσόδων που φοροδιαφεύγαν με τη μέθοδο της υποτιμολογήσεως των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας σε λογαριασμούς πιστωτικών ιδρυμάτων του εξωτερικού. Η απόκρυψη, όμως, εσόδων για τους λόγους που αναφέρθηκαν πιο πάνω εκ μέρους τουριστικών επιχειρηματιών είχε, όπως ήταν φυσικό, μεταξύ άλλων σαν συνέπεια και την εμφάνιση μικρότερων εισπράξεων από το διεθνή τουρισμό εκ μέρους της Ελλάδας.

(γ) Η αδυναμία εξακρίβωσης των εσόδων της παραξενοδοχίας: η παραξενοδοχία στην Ελλάδα είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στις πολύ αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές της, όπως είναι για παράδειγμα η Κρήτη και η Ρόδος που υποδέχονται και φιλοξενούν κάθε χρόνο το 45% περίπου των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα. Το γεγονός αυτό εκτός ότι δεν επιτρέπει τον ποιοτικό έλεγχο των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας εκ μέρους των αρμοδίων κρατικών υπηρεσιών, έχει αναπόφευκτα και σαν συνέπεια να φοροδιαφεύγουν τελείως τα έσοδα της, αφού αυτά δεν μπορούν να βεβαιωθούν από τις εφορίες, προκειμένου να εισπραχθεί ο φόρος που τους αναλογεί. Εξαιτίας αυτού, τα έσοδα της παραξενοδοχίας δεν μπορούν να εμφανιστούν σαν εισπράξεις της χώρας από το διεθνή τουρισμό.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί, ότι ήδη από το τέλος της δεκαετίας του '80 είχε συνειδητοποιηθεί ότι ο μέσος όρος των ποσοστιαίων αφίξεων διεθνών τουριστών στην Ελλάδα πολύ δύσκολα θα μπορούσε στο εξής να διατηρηθεί στα επίπεδα της δεκαετίας του '80. Η διαπίστωση αυτή δεν ίσχυε μόνο για την περίπτωση της Ελλάδας, αλλά και για τη συντριπτική πλειοψηφία των σαράντα δημοφιλέστερων

τουριστικών προορισμών στον κόσμο μετά το 1990. Η διαμόρφωση της νέας αυτής κατάστασης θα πρέπει, βασικά, να αποδοθεί στο πρόβλημα που αντιμετώπιζαν τότε και που εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν σήμερα όλοι οι παραδοσιακοί τουριστικοί προορισμοί στον κόσμο και ιδιαίτερα αυτοί στην Ευρώπη εξαιτίας της εισόδου στη διεθνή τουριστική αγορά νέων τουριστικών προορισμών, που προσφέρουν τις τουριστικές τους υπηρεσίες σε άκρως ανταγωνιστικές τιμές. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι το πρόβλημα αυτό θα γίνει μελλοντικά πιεστικότερο, όταν οι νέοι τουριστικοί προορισμοί θα μπορέσουν με τον καιρό να βελτιώσουν και συμπληρώσουν την τουριστική τους υποδομή και ανωδομή, καθώς επίσης τις παρεχόμενες εκ μέρους τους υπηρεσίες φιλοξενίας και ακόμα να αυξήσουν τις δυνατότητες ψυχαγωγίας και διασκέδασης των επισκεπτών τους. **(BB 19)**

Η νοερή εικόνα της Ελλάδας σαν τουριστικού προορισμού

Η νοερή τουριστική εικόνα της Ελλάδας σαν τουριστικού προορισμού που προσφέρει μόνο άφθονο "ήλιο, άμμο και θάλασσα" και που κατασκευάστηκε στις δεκαετίες του '60 και '70, καθώς επίσης η πολιτική των διαφόρων κυβερνήσεων της παρέχει πιστωτικά κίνητρα σε επενδυτές, αλλά και η αύξηση ναυλωμένων αεροπορικών πτήσεων από κράτη προέλευσης τουριστών απευθείας σε κέντρα διακοπών της νησιωτικής Ελλάδας, βαθμιαία μεν αλλά σταθερά συντέλεσαν στο να μην προβάλλονται επαρκώς τα πολιτικά θέλγητρα του ελλαδικού χώρου.

Στην πραγματικότητα αυτές είναι οι τρεις κύριες αιτίες για τη σημαντική πτώση του τουρισμού στην Αθήνα, που στο παρελθόν ήταν το επίκεντρο των επισκεπτών αξιοθέατων και το σημείο αναχώρησης για άλλους τόπους τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως αρχαιολογικοί και ιστορικοί χώροι, αρχαία μνημεία κλπ., καθώς επίσης για τα νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου Πελάγους.

Οι παράγοντες που παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της νοερής τουριστικής εικόνας της Ελλάδας είναι οι τουρ οπερειτορς, οι αεροπορικές εταιρίες πολλές από τις οποίες είναι επίσης μεγάλοι τουρ οπερέιτορς, οι ταξιδιωτικοί/τουριστικοί πράκτορες και τέλος οι ίδιοι οι καταναλωτές ή χρήστες τουριστικών προϊόντων, δηλαδή οι τουρίστες.

Η ανταγωνιστικότητα των ελληνικών πακέτων διακοπών εξαρτάται κατά κύρια λόγο από τη σχέση μεταξύ κόστους και απόδοσης οφέλους ή χρησιμότητας. Μια σχέση για την οποία, τόσο στη δεκαετία του '80 όσο και σε αυτήν του '90, ο τουρίστας και ειδικότερα αυτός που θέλει να συντονίζει τα έσοδα του με τις δαπάνες που προγραμματίζει να πραγματοποιήσει, έδειξε να είναι πολύ ευαίσθητος. Η ευαισθησία αυτή προέρχεται από τη συνεχή πληροφόρηση που παρέχεται από οργανισμούς στο εξωτερικό που ειδικεύονται στην προστασία και την καθοδήγηση του πιθανού τουρίστα, από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τέλος από τη νομοθεσία τόσο την εγχώρια όσο και τη διεθνή.

Οι κύριοι ανταγωνιστές της Ελλάδας σε όλα τα τμήματα της τουριστικής αγοράς είναι χωρίς άλλο οι τουριστικοί προορισμοί της Μεσογείου, οι περισσότεροι από τους οποίους προσφέρουν θέλγητρα και υπηρεσίες παρόμοιες περίπου με αυτές που προσφέρει η Ελλάδα, δηλαδή αρχαία μνημεία, ιστορικούς χώρους, δυνατότητες για ψυχαγωγία, διασκέδαση και ψώνια, φτηνό φαγητό και ποτά, ιδανικές για διακοπές κλιματολογικές συνθήκες, πληθώρα παραλιακών θέρετρων, τα οποία μπορούν εύκολα να προσεγγιστούν. Συγκριτικά με τους άλλους Μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς η Ελλάδα έχει ένα ξεκάθαρο πλεονέκτημα, σε ό,τι αφορά στον επισκέπτη των διακοπών, της ξεκούρασης και της ανεμελιάς, μόνο έναντι της Ιταλίας. Σε ό,τι πάλι αφορά στην αγορά των φτηνότερων τουριστικών πακέτων για διακοπές σε παραθαλάσσια θέρετρα ή κέντρα διακοπών, η Ισπανία εξακολουθεί να είναι άκρως ανταγωνιστική συγκριτικά με την Ελλάδα. Το ίδιο ισχύει και για την Τουρκία, η οποία την δεκαετία του '80 εμφανίστηκε στη διεθνή αγορά του μαζικού τουρισμού σε παραθαλάσσια θέρετρα σαν ένας ισχυρός αντίπαλος τουριστικός προορισμός με θέλγητρα παρόμοια με αυτά της Ελλάδας.

Επίσης θα πρέπει να σημειωθεί ότι αυτοί που επισκέπτονται την Ελλάδα, για τουριστικούς λόγους, στην συντριπτική τους πλειοψηφία έρχονται κατά κύριο λόγο για να περάσουν ξεκούραστες και ανέμελες διακοπές, στις οποίες ο ήλιος, η θάλασσα και η άμμος αποτελούν τα σημαντικότερα συστατικά στοιχεία. Η Ελλάδα διαθέτει, όπως ήδη ειπώθηκε, μια μεγάλη ποικιλία παραλιακών θέρετρων που μπορούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες ή επιθυμίες του τμήματος εκείνου της τουριστικής αγοράς που επιθυμεί αυτού του είδους ξενοδοχειακές μονάδες, που αποτελούν μεγαλύτερους ή μικρότερους πόλους έλξης των τουριστών και που βρίσκονται κατά κύριο λόγο στη νησιωτική Ελλάδα. **(ΒΠ 1)**

Οι τάσεις της ζήτησης διεθνώς για τουρισμό στην Ελλάδα

Όπως ήδη ειπώθηκε, μια προσπάθεια σκιαγράφησης του τουρίστα του μέλλοντος, που θα επισκέπτεται την Ελλάδα, είναι χωρίς άλλο δύσκολη. Αλλά και η πρόβλεψη των μελλοντικών του τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών είναι, οπωσδήποτε, δυσκολότερη. Αυτό, όμως, σε καμιά περίπτωση δεν σημαίνει ότι είναι αδύνατο να γίνουν κάποιες εκτιμήσεις προς την κατεύθυνση αυτή, όπως αυτές που παραθέτονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

(α) Τουρίστες απ' όλα τα μέρη του κόσμου, που τους ενδιαφέρει ο αρχαίος ελληνικός πολιτισμός, θα συνεχίσουν να θεωρούν την Ελλάδα σαν το λίκνο του δυτικού πολιτισμού, τη χώρα στην οποία μπορούν να βρουν τις ρίζες τους, να επισκεφτούν μουσεία, αρχαιολογικούς και ιστορικούς χώρους, πολιτιστικές και φεστιβαλικές εκδηλώσεις κλπ. Κοντολογίς αυτό σημαίνει, ότι δεν υπάρχουν ενδείξεις ότι τα παραδοσιακά αυτά τουριστικά κίνητρα πρόκειται να μεταβληθούν μελλοντικά.

(β) Μεταξύ των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που σύμφωνα με; εκτιμήσεις πρόκειται να αναπτυχθούν ταχύρυθμα, είναι κυρίως αυτή του επαγγελματικού τουρισμού. Σε αυτό θα συμβάλει αποφασιστικά η σημαντική μείωση του κόστους του αεροπορικού ταξιδιού, ιδιαίτερα δε προς ορισμένους τουριστικούς προορισμούς που θα κάνει τις μετακινήσεις των τουριστών αυτής της κατηγορίας ευκολότερη, άσχετα από το αν το κόστος που συνεπάγεται η πραγματοποίησή του θα καλύπτεται από τους εργοδότες των τουριστών ή από τους ίδιους τους τουρίστες, προκειμένου αυτοί να συμμετάσχουν σε συνέδρια, εκθέσεις, ταξίδια κινήτρων κλπ.

(γ) Για τους περισσότερους Ευρωπαίους τουρίστες, το ενδιαφέρον τους για την πραγματοποίηση διακοπών σε ηλιόλουστες χώρες συνδέεται στενά με το αν αυτές είναι της μόδας, σαν τουριστικοί προορισμοί γενικού τουρισμού, δηλαδή διακοπών και ευχαρίστησης, που εκφράζεται όχι μόνο με το τι μπορούν να δουν εκεί τους επισκέπτονται, αλλά κυρίως με το τι μπορούν να κάνουν εκεί, όταν τους επισκέπτονται. για αυτόν το λόγο αθλητικές εγκαταστάσεις κάθε είδους, καθώς επίσης άλλες εγκαταστάσεις για την άθληση, ψυχαγωγία και διασκέδαση των τουριστών, θα παίξουν έναν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής πρόσφορος.

(δ) Ο τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας είναι πιθανό να αναπτυχθεί δυναμικά στο μέλλον σε παγκόσμια κλίμακα, για να εξυπηρετήσει την τουριστική μετακίνηση των ατόμων αυτών, που σαν συνταξιούχοι που είναι έχουν συνήθως πολύ ελεύθερο χρόνο στη διάθεση τους και σταθερό εισόδημα. Απαραίτητη προϋπόθεση, όμως, για την ανάπτυξη αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού είναι η προσφορά πακέτων διακοπών οικονομικά προσιτών, που απευθύνονται ειδικά σε αυτήν την κατηγορία πελατών, καθώς επίσης η κατασκευή ειδικών εγκαταστάσεων όπου και όταν αυτό κρίνεται αναγκαίο.

(ε) Ο αριθμός των νέων ανθρώπων αν και αριθμητικά αυξάνει στις κύριες χώρες προέλευσης τουριστών με χαμηλότερους ρυθμούς απ' ό,τι στο παρελθόν, εκτιμάται ότι μελλοντικά θα ταξιδεύουν περισσότεροι από αυτούς στο εξωτερικό για τουριστικούς λόγους, ειδικότερα μετά την κατάργηση των μεθοριακών διατυπώσεων μεταξύ των χωρών-μελών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας και Γη μετεξέλιξη της τελευταίας σε Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και την απλούστευση τους σε πολλές άλλες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. **(BB 12)**

Το εννοιολογικό περιεχόμενο της οικονομικής περιφέρειας

Είναι αλήθεια ότι ως προς το εννοιολογικό περιεχόμενο της οικονομικής περιφέρειας επικρατεί κάποια σύγχυση, αφού δεν είναι λίγοι εκείνοι που πιστεύουν ότι αυτό είναι ταυτόσημο με εκείνο του οικονομικού χώρου. Η αντίληψη αυτή, βέβαια, κάθε άλλο παρά σωστή μπορεί να θεωρηθεί, γιατί πραγματικά υπάρχει κάποια ειδοποιός διαφορά μεταξύ των δυο πιο πάνω εννοιών. Συγκεκριμένα η περιφέρεια από οικονομική άποψη, αποτελεί μια συνεχόμενη και γεωγραφικά προσδιορισμένη έκταση, ενώ ο χώρος από την ίδια άποψη, αποτελεί τμήμα του γεωγραφικού χώρου, που κυριαρχείται από οικονομικές μεταβλητές και το οποίο είναι απαραίτητο για την ικανοποίηση των αναγκών ή επιθυμιών. Οι ξενοδοχειακές μονάδες, για παράδειγμα, μιας τουριστικής επιχείρησης, που βρίσκονται διασπαρμένες σε διάφορα γεωγραφικά σημεία ενός κράτους, αποτελούν τον οικονομικό χώρο. Επειδή, όμως, δεν έχουν το χαρακτηριστικό της συνέχειας δεν μπορούν να θεωρηθούν σαν οικονομική περιφέρεια.

Με βάση όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, θα μπορούσε η οικονομική περιφέρεια ή απλά περιφέρεια να οριστεί σαν μια δυναμική και συνεχόμενη γεωγραφική ενότητα, που τα συστατικά της στοιχεία μεταβάλλονται στη διάρκεια του χρόνου και επηρεάζουν τα όρια της.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι το περιφερειακό πρόβλημα εμφανίζεται με διαφορετική μορφή και ένταση. Στην πραγματικότητα όλες οι περιφέρειες χαρακτηρίζονται από ένα μικρό ή μεγάλο βαθμό προβληματικότητας, που για να αντιμετωπιστεί αποτελεσματικά πρέπει οπωσδήποτε να εφαρμοστεί μια ανάλογη περιφερειακή πολιτική. Έτσι, λοιπόν, οι αναπτυγμένες περιφέρειες, για παράδειγμα, αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα οργάνωσης του χώρου, αποκέντρωσης των οικονομικών δραστηριοτήτων, προστασίας του περιβάλλοντος κλπ. Οι φθίνουσες περιφέρειες, πάλι, έχουν ανάγκη ενίσχυσης της οικονομίας τους με νέες δυναμικές οικονομικές δραστηριότητες, αντιμετώπισης της αδυναμίας τους να αναπτυχθούν αυτοδύναμα λόγω ανεπάρκεια φυσικών πόρων κλπ.

Πέρα από όλα αυτά, όμως, θα πρέπει να ειπωθεί ότι ειδικά οι αναπτυσσόμενες περιφέρειες έχουν ανάγκη οργάνωσης του δικτύου οικισμών, περιορισμού της μετανάστευσης σε φυσιολογικά όρια, πραγματοποίησης διαρθρωτικών μεταβολών στην οικονομία τους, κατασκευής έργων υποδομής και ανωδομής κλπ. **(BB 20)**

Η προσπάθεια ανάπτυξης του τουρισμού στην περιφέρεια

Μία από τις οικονομικές δραστηριότητες που επιχειρείται να αναπτυχθεί σε περιφερειακό επίπεδο τόσο σε αναπτυγμένες χώρες όσο και σε αναπτυσσόμενες είναι και ο τουρισμός. Μέχρι και πριν από μερικές δεκαετίες, η ανάπτυξη του τουρισμού πέρα από το ό,τι ήταν απρογραμμάτιστη και ευκαιριακή, επικεντρωνόταν κατά κύριο λόγο στα μεγάλα αστικά κέντρα. Έκτοτε, όμως, παρατηρείται βαθμιαία μια αυξανόμενη τάση αποκέντρωσης της τουριστικής ανάπτυξης τόσο σε επίπεδο χώρου όσο και σε επίπεδο περιφέρειας, η οποία αν και πάλι απρογραμμάτιστη, τις περισσότερες φορές, καρποφόρησε αλλού λιγότερο και αλλού περισσότερο. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι μια περιφέρεια της ελληνικής επικράτειας, για παράδειγμα, και συγκεκριμένα η Κρήτη, η οποία προσελκύει σήμερα το 25% περίπου των διεθνών τουριστών που επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα για να ικανοποιήσουν τους ανάγκες ή επιθυμίες. Θα πρέπει, όμως, στο

σημείο αυτό να διευκρινιστεί ότι καθοριστικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης δεν έπαιξε μόνο η ύπαρξη μιας στοιχειώδους τουριστικής υποδομής και μιας πολύ καλής, σε γενικές γραμμές, τουριστικής ανωδομής, που δημιουργήθηκε χάρη στην επενδυτική δραστηριότητα της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, αλλά και στη δυνατότητα των τουριστών να κάνουν χρήση του κλασσικού ελληνικού τουριστικού προϊόντος, τα συστατικά στοιχεία του οποίου συνοψίζονται, όπως είναι γνωστό, σε "θάλασσα - ήλιος - άμμος", για μεγαλύτερη χρονική διάρκεια από οποιαδήποτε άλλη περιφέρεια της Ελληνικής επικράτειας. Συγκεκριμένα η τουριστική περίοδος στην Κρήτη διαρκεί περίπου 7-8 μήνες το χρόνο.

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια δεν είναι τόσο εύκολη, όσο ενδεχόμενα να φαίνεται από πρώτη όψη και τούτο γιατί απαραίτητη προϋπόθεση για να μπορέσει να επιτευχθεί αυτή, είναι η δημιουργία έργων τουριστικής υποδομής με κρατική χρηματοδότηση, η δημιουργία έργων τουριστικής ανωδομής με την ανάπτυξη επενδυτικής δραστηριότητας, εκ μέρους της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, καθώς επίσης η εκπαίδευση τουριστικών στελεχών και η κατάλληλη κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού σε τουριστικά επαγγέλματα για την παροχή της ζητούμενης ποσότητας και ποιοτικής στάθμης τουριστικών υπηρεσιών. Και ακόμα το τουριστικό προϊόν, το οποίο θα παράγεται και προσφέρεται, να είναι αυτό που ζητούν οι ξένοι και ντόπιοι τουρίστες, για να ικανοποιήσουν κάνοντας χρήση του συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Πάνω απ' όλα, όμως, η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια προϋποθέτει τη χάραξη και εφαρμογή μιας ρεαλιστικής περιφερειακής πολιτικής, εκ μέρους των κρατούντων, στο πλαίσιο, πάντα, της υλοποίησης του προγράμματος οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης.

Ας σημειωθεί ότι η άσκηση περιφερειακής πολιτικής εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσομένων χωρών, δεν περιορίζεται πια στην αντιμετώπιση μεμονωμένων περιφερειακών προβλημάτων, αλλά τα αντιμετωπίζει στο σύνολο τους σε ολόκληρη την επικράτεια τους. Εκτός τούτου, όμως, οι στόχοι της σύγχρονης περιφερειακής πολιτικής διευρύνονται ολοένα και περισσότερο, με αποτέλεσμα να περιλαμβάνουν αυτοί συνεχώς νέους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, όπως είναι για παράδειγμα ο τουρισμός, αρκεί να μπορούν αυτοί να αναπτυχθούν και να συμβάλουν στο μέτρο του εφικτού στην ισόρροπη ανάπτυξη της περιφέρειας, στην πλήρη απασχόληση του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της, στην αύξηση του κατά κεφαλήν ακαθάριστου εισοδήματος του και γενικότερα στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του. **(BB 20)**

Αφίξεις, Διανυκτερεύσεις και Μέση Διάρκεια Παραμονής

Οι αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα σημείωσαν μακροχρόνια αυξητική τάση, σημειώνοντας ωστόσο διακυμάνσεις εξαιτίας της ιδιαιτερότητας που παρουσιάζει η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος, χωρίς όμως να διακόπτεται η ανοδική πορεία. Ο αριθμός των τουριστών που επισκέφτηκε τη χώρα μας υπερδιπλασιάστηκε την περίοδο 1980-1999. Η σημαντικότερη όμως αύξηση σημειώθηκε την περίοδο 1980-1990 (76,6%), ενώ η αύξηση την περίοδο 1990-1999 ήταν σημαντικά μικρότερη (22,0%). Το γεγονός αυτό εξηγείται, μεταξύ άλλων, από τη συναλλαγματική πολιτική που ακολούθησε η χώρα μας την εν λόγω περίοδο, η οποία οδήγησε στην υπερτίμηση της δραχμής σε σχετικούς πραγματικούς όρους, με αποτέλεσμα τη συνεχή εξασθένηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, και από το χαμηλότερο επίπεδο που βρισκόταν το ύψος των αφίξεων το 1980 έναντι του 1990 (σχεδόν το ήμισυ) (Κουζέλης, 1997). Η παραπάνω πορεία των αφίξεων αναφέρεται στους τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα μας με οποιοδήποτε άλλο μέσο μεταφοράς εκτός από κρουαζιερόπλοια. Η τελευταία κατηγορία αφίξεων παρά τις διακυμάνσεις που σημείωσε την περίοδο 1980-1999 δεν κατάφερε τελικά να σημειώσει αυξητική πορεία αφού οι αφίξεις τουριστών με κρουαζιερόπλοια από 475.000 που ήταν το 1980 μειώθηκαν στις 442.000 το 1999 (Πίνακας 2.1).

Ένα πιο ενδεικτικό μέγεθος της τουριστικής κίνησης είναι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών αλλά και ημεδαπών τουριστών. Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων μετεβλήθη την περίοδο 1980-1999 κατά 60%, ενώ η αντίστοιχη μεταβολή των αφίξεων ήταν 139%. Η διαφορά στις δύο αυτές μεταβολές αποτελεί ένδειξη ότι η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών στη χώρα μας παρουσιάζεται μειωμένη. Ωστόσο τα επίσημα στοιχεία, λόγω της ανεπάρκειας τους, δεν μας επιτρέπουν να καταλήξουμε σε αξιόπιστα συμπεράσματα.

Είναι βέβαιο όμως και αναγνωρίζεται από όλους που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, ότι τα επίσημα στατιστικά στοιχεία απέχουν σημαντικά από την πραγματικότητα. Πράγματι, όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο (μελέτες ΙΤΕΠ, Δ. Ψωινού και Ινστιτούτου Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Μελετών Ρόδου),

η μέση διάρκεια παραμονής των ξένων τουριστών στη χώρα μας είναι τουλάχιστον 9-10 ημέρες. Το συμπέρασμα αυτό εξάγεται αν κάποιος λάβει υπόψη του ότι η μικρότερη διάρκεια ενός τουριστικού «πακέτου» διακοπών στη χώρα μας είναι, σε γενικές γραμμές, 7 ημέρες και η μεγαλύτερη 15 ημέρες. Το μέγεθος αυτό της μέσης διάρκειας παραμονής είναι συνεπές και με τις εκτιμήσεις τόσο του ΙΤΕΠ όσο και του WTO για τη συμβολή του τουρισμού στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν της χώρας μας.

Σχετικά με τον αριθμό των διανυκτερεύσεων των εγχωρίων τουριστών εκφράζονται επίσης αμφιβολίες για την ακρίβεια του. Οι αμφιβολίες αυτές επιβεβαιώνονται από έρευνα της ΕΣΥΕ για την τουριστική συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά των ελληνικών νοικοκυριών (ΙΤΕΠ, 1999). Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων εγχώριου τουρισμού σε ξενοδοχειακά καταλύματα (και προς αυτά εξομοιούμενα), καθώς και σε άλλα καταλύματα (ενοικιαζόμενα, κ.τ.λ.) είναι περίπου διπλάσιος του καταγεγραμμένου μέχρι τώρα από τις αρμόδιες υπηρεσίες.

Πίνακας 2.1 Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών (σε χιλ.)						
Ετος	Σύνολο Αφίξεων	Δείκτης Εξέλιξης	Αφίξεις Τουριστών	Δείκτης	Αφίξεις με Κρουαζιερ όπλα	Δείκτης Εξέλιξης
1980	5271	100,0	4796	100,0	475	100,0
1985	7039	133,5	6574	137,0	465	97,8
1990	9310	176,6	8873	185,0	437	92,0
1991	8271	156,9	8036	167,5	235	49,4
1992	9756	185,0	9331	194,4	425	89,4
1993	9913	188,0	9413	196,3	500	105,2
1994	11231,	213,0	10642	201,9	589	124,0
1995	10712	203,2	10130	211,2	582	122,5
1996	9782	185,6	9233	192,5	549	115,5
1997	10588	200,8	10070	209,9	518	109,0
1998	11363	215,5	10916	227,6	447	94,1
1999	12606	239,1	12164	253,6	442	93,0

MEM 1990- 1999	2,7%	2,6%		5,3%	
----------------------	------	------	--	------	--

* Δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις τουριστών με κρουαζιερόπλοια-

Πηγή: ΕΟΤ.

Πίνακας 2.2 Διανυκτέρευσης Ημεδαπών και Αλλοδαπών Τουριστών

Ετος	Σύνολο Λιαν/σεων	Δείκτης Εξέλιξης	Διαν/σεις Ημεδαπών	Δείκτης Εξέλιξης	Διαν/σεις Αλλοδαπών	Δείκτης Εξέλιξης	Διαν/σεις ανά τουρισ
1980	37565	100,0	10395	100,0	27170	100,0	7,1
1985	44541	118,6	10622	102,2	339(9	124,8	6,3
1990	47068	125,3	11425	109,9	35613	131,0	4,0
1991	41622	110,0	11463	110,3	30159	111,0	3,8
1992	48203	128,3	11943	114,9	36260	133,5	3,9
1993	48534	129,2	12053	115,9	36475	134,2	3,9
1994	52892	140,8	12234	117,7	40658	149,6	3,8
1995	51294	136,5	12522	120,5	38772	142,7	3,8
1996	47946	12^6	12448	119,7	35498	130,7	3,8
1997	53365	142,0	13373	128,6	39992	147,2	4,0
1998	56549	150,5	13984	134,5	42565	156,7	3,9
3999	60257	160,4	14454	139,0	45803	168,6	
MEM 1990- 1999	2,9%		3,3%		3,1%		

* Τα στοιχεία αυτά θεωρούνται σημαντικά υποεκτιμημένα σύμφωνα με έρευνα της ΕΣΥΕ για το θέμα, όπως αναλύεται στο κείμενο.

Πηγή: ΕΟΤ.(BB 17)

Αφίξεις Τουριστών κατά Μέσο Ταξιδιού

Λόγω της γεωγραφικής θέσης της χώρας μας το κύριο μέσο αφίξεων των τουριστών είναι το αεροπλάνο. Η τάση αυτή ενισχύθηκε την περίοδο 1990-1999 κατά την οποία το μερίδιο των αεροπορικών αφίξεων αυξήθηκε περισσότερο από 10 ποσοστιαίες μονάδες. Αντίθετα, τα μερίδια των τουριστών που έρχονται στη χώρα μας οδικώς ή θαλασσίως, ιδιαίτερα της δεύτερης κατηγορίας, μειώθηκαν.

Το μεγαλύτερο μερίδιο των τουριστών που έρχονται αεροπορικώς, έρχεται με ναυλωμένες πτήσεις. Πράγματι, την περίοδο 1990-1999 το ποσοστό που επισκέφθηκε τη χώρα μας με ναυλωμένες πτήσεις στο σύνολο αυτών που ταξίδεψαν αεροπορικώς κυμάνθηκε μεταξύ 67,7% και 77,7%. Ο αριθμός των αφίξεων με ναυλωμένες πτήσεις προς το σύνολο των αφίξεων δείχνει τους τουρίστες που αγοράζουν τουριστικά «πακέτα». Ο λόγος αυτός κυμάνθηκε μεταξύ 50% και 61% την περίοδο 1990-1999. Το υψηλό ποσοστό τουριστών της χώρας μας που έρχεται με αυτό τον τρόπο δείχνει τη μεγάλη εξάρτηση που έχει ο ελληνικός τουρισμός από τους tour operators.

Έτος	Αφίξεις (χιλ.)	Σύνολο	Αεροπορι κώς	Σιδηροδρομ ικώς	θαλασσ ίως	Οδικώς
1990	9310	100,0	67,7	3,0	15,2	14,1
1991	8271	100,0	69,8	1,7	13,7	14,8
1992	9756	100,0	74,9	0,8	16,1	8,2
1993	9913	100,0	75,6	0,6	14,9	8,9
1994	11231	100,0	77,9	0,4	13,5	8,2
1995	10712	100,0	79,2	0,4	13,2	7,2
1996	9782	100,0	78,5	0,3	11,5	9,7
1997	10589	100,0	76,9	0,3	10,2	12,6
1998	11363	100,0	77,1	0,3	7,7	11,4
1999	12606	100,0	79,0	0,3	6,3	14,4

Πηγή: ΕΟΤ.

Πίνακας 2.4 Αφίξεις Τουριστών Αεροπορικώς 1990-1999
(σε χιλιάδες)

Ετος	Κανονική Πτήση	Ναυλωμένη Πτήση		Ναυλωμένες Πτήσεις	
		χιλιάδες	%	Σύνολο	Σύνολο Αφίξεων
1990	1700	4605	73,0	6305	49,5
1991	1363	4410	76,4	5773	53,3
1992	1761	5545	75,4	7305	56,8
1993	1762	5734	76,5	7496	57,8
1994	2289	6515	74,0	8804	58,0
1995	2794	6185	72,9	8479	57,7
1996	1948	5736	74,6	7684	58,6
1997	1905	6243	76,6	8148	59,0
1998	2044	6602	76,4	8646	58,0
1999	2277	7685	77,1	9962	61,0

Πηγή: ΕΟΤ.

Χώρες Προέλευσης Τουριστών

Μία ένδειξη της ποιότητας του τουρισμού αποτελεί και η σύνθεση των αφίξεων των ξένων τουριστών κατά εθνικότητα, με βάση τη διαπίστωση ότι η προέλευση προσδιορίζει, κατά κάποιο τρόπο, το εισοδηματικό επίπεδο (Δρακάιος, 1997). Την υψηλότερη κατά κεφαλή δαπάνη την έχουν οι τουρίστες που προέρχονται από τις ΗΠΑ και ακολουθούν οι Ευρωπαίοι. Η κυριότερη πηγή άντλησης τουριστών από τη χώρα μας, η οποία μάλιστα την τελευταία δεκαετία αυξήθηκε σημαντικά, είναι η Ευρώπη (89,9% το 1999). Αντίθετα, όλα τα μερίδια των άλλων γεωγραφικών περιοχών του κόσμου μειώνονται σταδιακά τα τελευταία χρόνια. Πιο έντονη μείωση σημείωσε το μερίδιο των τουριστών από τις ΗΠΑ, το οποίο από 22,4% το 1960 μειώθηκε στο 2,4% το 1999. Το γεγονός αυτό αποτελεί θέμα το οποίο χρήζει περαιτέρω διερεύνησης και εντοπισμού των αιτιών που το προκάλεσαν. Σημαντική επίσης ήταν η μείωση που σημειώθηκε στο μερίδιο των τουριστών που έρχονται στη χώρα μας κατά ομάδες περίπλου την ίδια περίοδο (από 15% σε 3,5%). Ομοίως και το θέμα αυτό χρήζει περαιτέρω διερεύνησης. Ιδιαίτερα το θέμα της πολιτικής που ακολουθεί η χώρα μας στην προσέγγιση τουριστικών πλοίων στις ελληνικές ακτές σε συνδυασμό με την αντίστοιχη πολιτική που ακολουθεί η Τουρκία.

Πίνακας 2.5 Ποσοστιαία Σύνθεση των Αφίξεων Τουριστών κατά Εθνικότητα (%)

Έτος	Κράτη Ευρώπης	Κράτη Ασίας	Κράτη Αφρικής	Κράτη Αμερικής	Λοιπά Κράτη	Κατά ομάδες περίπλου	Σύνολο
1960	53,0	5,7	1,9	22,4	2,0	15,0	100,0
1965	57,9	4,3	1,7	20,7	1,7	13,7	100,0
1970	52,4	4,5	2,5	24,5	2,2	13,9	100,0
1975	64,0	3,7	1,7	17,5	1,9	11,2	100,0
1980	72,8	5,7	2,0	7,8	2,7	9,0	100,0
1985	76,7	4,2	1,6	8,8	2,1	6,6	100,0
1990	85,8	3,0	0,7	4,1	1,6	4,8	100,0
1991	88,9	3,0	0,6	3,0	1,7	2,8	100,0
1992	86,3	2,6	0,5	3,9	2,3	4,4	100,0
1993	85,4	3,7	0,5	3,5	1,9	5,0	100,0
1994	86,8	2,6	0,5	3,2	1,7	5,2	100,0

1995	85,9	2,7	0,4	3,0	2,6	5,4	100,0
1996	83,8	3,0	0,5	3,0	4,1	5,6	100,0
1997	85,7	3,6	0,4	3,0	2,4	4,9	100,0
1998	89,5	3,2	0,3	2,6	0,5	3,9	100,0
1999	89,8	3,4	0,4	2,4	0,5	3,5	100,0

Πηγή: ΕΟΤ.

Μεταξύ των Ευρωπαϊών τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας, την πρώτη θέση κατέχουν οι Γερμανοί (20,5%) και οι κάτοικοι του Ηνωμένου Βασιλείου (20,4%) το 1999. Το μερίδιο των δύο αυτών πηγών άντλησης τουριστών ενώ τα πρώτα έτη της δεκαετίας του 1990 ήταν ανερχόμενο, άρχισε σταδιακά να μειώνεται τα τελευταία χρόνια. Οι Ιταλοί, Σουηδοί και Ολλανδοί έχουν σταθερά περίπου μερίδια τα οποία κυμαίνονται μεταξύ 4-7% για κάθε μία χώρα. Αξίζει να τονιστεί η σημασία και οι δυνατότητες που υπάρχουν για άντληση περισσότερων τουριστών από την Ιταλία λόγω της θέσης των δύο χωρών. Τέλος, μία άλλη πηγή άντλησης τουριστών, η Γιουγκοσλαβία, έχασε προσωρινώς τη σημασία της εξαιτίας των πολιτικών και στρατιωτικών αναταραχών που σημειώθηκαν σε αυτήν τα τελευταία χρόνια(BB 16)

Πίνακας 2.6 Ποσοστιαία Σύνθεση των αφίξεων Τουριστών κατά Χώρα Προέλευσης (%)

Ετος	Γερμανία	Ηνωμένο Βασίλειο	Πρώην Γιουγκοσλαβία	Ιταλία	Σουηδία	Ολλανδία	Σύνολο
1990	21,7	18,6	6,5	7,0	2,9	5,6	62,3
1991	19,4	20,8	6,5	6,4	3,3	5,6	62,0
1992	20,8	23,0	1,0	6,7	3,4	5,9	60,8
1993	22,0	23,3	2,0	6,7	3,4	5,4	62,8
1994	21,8	22,0	2,5	6,6	3,5	5,0	61,4
1995	21,5	21,0	2,5	6,0	4,3	4,8	60,1
1996	19,9	17,6	2,6	5,1	4,7	4,7	54,6
1997	19,4	16,6	2,9	5,2	4,6	4,5	53,2
1998	19,8	19,0	2,7	6,1	4,3	5,5	57,4
1999	20,5	20,4	1,9	6,2	3,9	5,2	58,1

* Από το σύνολο των αφίξεων έχουν αφαιρεθεί οι Αλβανοί που εισέρχονται στη χώρα μας. Πηγή: ΕΟΤ.

Εποχικότητα του Ελληνικού Τουρισμού

Η Ελλάδα παρουσιάζει τους χειρότερους δείκτες εποχικότητας μεταξύ των Μεσογειακών χωρών χωρίς μάλιστα να σημειώνεται τάση βελτίωσης. Πράγματι, ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει έντονη εποχικότητα αφού πάνω από το 49% της τουριστικής κίνησης σημειώνεται τους τρεις μήνες Ιούνιο-Ιούλιο-Αύγουστο. Το πρότυπο αυτό του τουρισμού οφείλεται στα χαρακτηριστικά του προσφερόμενου προϊόντος (ηλιόλουστες παραλίες), τη γεωγραφική θέση της χώρας (απομακρυσμένη από τις πηγές προέλευσης των τουριστών) και τις επιλογές των tour operators (στέλνουν τουρίστες σε μέρη που είναι πιο επικερδή γι' αυτούς). Ένα τέτοιο τουριστικό πρότυπο όμως επηρεάζει το βαθμό χρησιμοποίησης της υπάρχουσας υποδομής που σε συνδυασμό με τον υποχρεωτικό χαρακτήρα των αποσβέσεων των ενεργητικών στοιχείων των επιχειρήσεων και την κατανομή του σταθερού κόστους σε επτά αντί για δώδεκα μήνες το χρόνο, εξασθενεί την ανταγωνιστική θέση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, η εποχικότητα επηρεάζει την απασχόληση και εκπαίδευση του προσωπικού που απασχολείται στον τουριστικό τομέα. Η φύση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος το κάνει περισσότερο προσιτό στο μαζικό τουρισμό. Η κατηγορία αυτή τουριστών αναζητά φτηνούς τουριστικούς προορισμούς σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο του έτους, είτε λόγω λειτουργίας των σχολείων που φοιτούν τα παιδιά τους, είτε λόγω των επιχειρήσεων που εργάζονται. Από την άλλη πλευρά, τόσο η χώρα μας όσο και άλλες χώρες, αλλά κυρίως η χώρα μας για αντικειμενικούς λόγους, δεν έχουν αναπτύξει εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες θα προσέλκυαν τους τουρίστες σε άλλες εποχές του έτους.

Πίνακας 2.7 Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών και Ημεδαπών στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα ανά Μήνα (%)

Μήνες	Αλλοδαποί και Ημεδαποί			Ημεδαποί			Αλλοδαποί		
	1990	1995	1999	1990	1995	1999	1990	1995	1999
Ιανουάριος	1,98	1,84	1,76	5,90	5,40	5,41	0,73	0,68	0,61
Φεβρουάριος	2,04	1,86	1,75	5,98	5,10	5,16	0,78	0,81	0,68
Μάρτιος	2,75	2,37	2,40	7,07	5,70	6,14	1,37	1,29	1,22
Απρίλιος	6,46	6,47	4,75	7,73	9,30	7,16	6,06	5,56	3,99
Μάιος	10,91	11,16	10,98	7,50	6,60	7,94	12,01	12,63	11,94
Ιούνιος	13,43	13,74	13,84	8,18	8,30	7,63	15,11	15,48	15,80
Ιούλιος	16,45	16,60	17,79	13,00	13,20	14,90	17,55	17,71	18,68
Αύγουστος	19,22	18,58	19,59	16,50	18,20	18,60	20,09	18,70	19,90
Σεπτέμβριος	14,33	14,84	14,53	9,20	10,40	8,90	15,97	16,29	16,27
Οκτώβριος	7,86	8,42	8,68	6,32	6,60	6,78	8,35	9,01	9,28
Νοέμβριος	2,42	2,10	2,06	6,42	5,40	5,48	1,13	1,04	0,98
Δεκέμβριος	2,09	1,97	1,81	6,13	5,90	5,65	0,79	0,74	0,60
Ιούνιος- Αύγουστος	49,10	48,92	51,22	37,68	39,70	41,13	52,75	51,89	54,38
Μάιος- Σεπτέμβριος	74,34	74,92	76,73	54,38	56,70	57,97	80,73	80,81	82,59

Πηγή: ΕΣΥΕ - ΕΟΤ.

Στον Πίνακα 2.7 φαίνεται ότι το μερίδιο των διανυκτερεύσεων των τριών μηνών Ιούνιος-Ιούλιος-Αύγουστος κυμάνθηκε μεταξύ 49% και 51% ενώ το πεντάμηνα Μάιος-Σεπτέμβριος κυμάνθηκε μεταξύ 74% και 77% την περίοδο 1990-1999. Η τάση της εποχικότητας την εν λόγω περίοδο είναι αυξητική. Ο Αύγουστος είναι ο μήνας με το μεγαλύτερο μερίδιο διανυκτερεύσεων (19%). Τα εν λόγω μεγέθη θα πρέπει να ερμηνευτούν ως ενδεικτικά των τάσεων που επικρατούν και όχι ως πραγματικά εξαιτίας των σοβαρών επιφυλάξεων που υπάρχουν για την εγκυρότητα τους. (BB 17)

Γεωγραφική Κατανομή του Ελληνικού Τουρισμού

Κύριο χαρακτηριστικό της κατανομής των διανυκτερεύσεων τουριστών κατά περιοχή της χώρας είναι η μεγάλη συγκέντρωση σε λίγες περιοχές αυτής. Τα διαθέσιμα στοιχεία λόγω των αδυναμιών που παρουσιάζουν δεν μας επιτρέπουν να λάβουμε αξιόπιστα συμπεράσματα. Ωστόσο, μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως ενδείξεις των τάσεων που επικρατούν. Πράγματι, τα νησιά του Ν. Αιγαίου και η Κρήτη φαίνεται ότι πραγματοποιούν περισσότερο από το ήμισυ του συνόλου των διανυκτερεύσεων στη χώρα μας. Ακολουθούν τα Ιόνια Νησιά, η Κεντρική Μακεδονία και η Αττική με μικρότερα μερίδια. Το πρότυπο αυτής της γεωγραφικής κατανομής των τουριστών στη χώρα θεωρείται φυσιολογικό. Αναπτύχθηκαν τουριστικά γεωγραφικές περιοχές της χώρας οι οποίες διαθέτουν φυσικά, ιστορικά και άλλα προσόντα, τα οποία προσελκύουν τον τουρίστα.

Οι αλλοδαποί τουρίστες συγκεντρώνονται κατά πρώτο λόγο στο Ν. Αιγαίο και στην Κρήτη και κατά δεύτερο λόγο στα Ιόνια Νησιά και Αττική. Η Αττική και το Ν. Αιγαίο συγκεντρώνουν επίσης τα μεγαλύτερα μερίδια διανυκτερεύσεων των ημεδαπών τουριστών.

Διαχρονικά ο βαθμός συγκέντρωσης διανυκτερεύσεων στο Ν. Αιγαίο, Κρήτη και Ιόνια Νησιά αυξάνεται, ενώ αντίθετα το μερίδιο διανυκτερεύσεων στην Αττική μειώθηκε την περίοδο 1990-1999.

Αντίστοιχα υψηλοί ήταν και οι βαθμοί πληρότητας των ξενοδοχείων των εν λόγω περιοχών (Πίνακας 2.8). Ο βαθμός πληρότητας των ξενοδοχείων του Ν. Αιγαίου και της Κρήτης ήταν 82% το 1999 έναντι 64% του μέσου όρου πληρότητας για ολόκληρη τη χώρα. Τα ξενοδοχεία των Ιόνιων Νήσων επέτυχαν επίσης υψηλό βαθμό πληρότητας (76% το 1999), ακολούθησαν τα ξενοδοχεία του Β. Αιγαίου (61,4%) και της Κεντρικής Μακεδονίας (58,6%). Παράλληλα, τα ξενοδοχεία της Κ. Μακεδονίας, των Ιόνιων Νήσων, του Β. Αιγαίου και του Ν. Αιγαίου πέτυχαν να βελτιώσουν την πληρότητα τους, ενώ αντίθετα, τα ξενοδοχεία της Κρήτης, της Πελοποννήσου και άλλων περιοχών υπέστησαν μείωση της πληρότητας τους τη δεκαετία του 1990.

Πίνακας 2.8 Πληρότητα κατά Περιφέρεια						
(%)						
Περιφέρεια	1990	1995	1996	1997	1998	1999
Ανατολική Μακεδονία & Θράκη	47,75	41,08	43,76	46,51	43,70	44,22
Κεντρική Μακεδονία	52,83	54,37	51,81	58,88	53,91	58,61
Δυτική Μακεδονία	37,18	33,70	39,16	41,89	40,83	36,63
Ηπειρος	46,84	44,64	43,23	43,18	43,88	43,80
Θεσσαλία	47,72	39,93	39,73	39,54	41,07	42,06
Ιόνια Νησιά	67,91	69,20	60,20	66,15	75,68	76,43
Δυτική Ελλάδα	44,08	40,16	38,67	40,26	43,62	44,45
Στερεά Ελλάδα	38,88	34,63	34,69	34,61	36,67	34,53
Αττική	46,91	47,09	47,72	48,00	53,31	47,89
Πελοπόννησος	44,20	36,66	37,89	37,24	39,95	37,58
Β. Αιγαίο	48,76	56,09	52,54	54,24	54,70	61,40
Ν. Αιγαίο	77,55	70,97	67,73	75,15	78,16	82,32
Κρήτη	86,55	70,38	64,65	72,24	76,70	82,27
Σύνολο Χώρας	59,77	56,62	54,37	58,37	61,12	63,46

Πηγή: ΕΣΥΕ-ΕΟΤ.

Εσωτερικός Τουρισμός

Έχει γίνει κοινή πεποίθηση, σε εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο, ότι ο συνδυασμός του εσωτερικού και του εξωτερικού τουρισμού κάνει την τουριστική βιομηχανία να έχει την πρώτη θέση μεταξύ όλων των βιομηχανιών. Το μερίδιο των ημεδαπών τουριστών στο σύνολο των διανυκτερεύσεων σε κάθε είδους καταλύματα της χώρας μας, σύμφωνα με τα επίσημα δημοσιευμένα στοιχεία, ανέρχεται, κατά μέσο όρο, τα τελευταία χρόνια στο 25% (Πίνακας 2.10). Γεγονός που δείχνει ότι τόσο ο εσωτερικός όσο και ο εξωτερικός τουρισμός κινήθηκαν με τον ίδιο περίπου ρυθμό. Ο εσωτερικός τουρισμός άρχισε να αυξάνεται μετά την επίτευξη, από ευρύτερες κατηγορίες του πληθυσμού, ενός ικανοποιητικού επιπέδου εισοδήματος και την καθιέρωση του θεσμού του «κοινωνικού τουρισμού» με την επιδότηση από το κράτος

ενός μέρους των τουριστικών δαπανών ορισμένων κατηγοριών χαμηλόμισθων εργαζομένων.(BB 17)

Πίνακας 2.9			
Ποσοστιαία Συμμετοχή Ημεδαπών και Αλλοδαπών			
στο Σύνολο των Διανυκτερεύσεων			
σε κάθε είδους Καταλύματα (%)			
Έτος	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Σύνολο
1980	26.7	73,3	100,0
1985	24.2	75,8	100,0
1990	24.6	75,4	100,0
1995	24.8	75,2	100,0
1996	26,0	74,0	100,0
1997	25.1	74,9	100,0
1998	24.7	75,3	100,0

Πηγή: ΕΟΤ.

Ωστόσο υπάρχουν σοβαρές αμφιβολίες για την αξιοπιστία των διαθέσιμων στοιχείων που αναφέρονται στον εσωτερικό τουρισμό. Σύμφωνα με- αυτά ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης των διανυκτερεύσεων από τον εγχώριο τουρισμό κατά την περίοδο 1990-1999 ήταν της τάξεως του 2,57%, το δε μέσο ετήσιο μέγεθος διανυκτερεύσεων εκινείτο στο μέσο επίπεδο των 12.245 εκατομμυρίων. Πρόσφατη έρευνα όμως της ΕΣΥΕ για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης διαπιστώνει ότι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών τουριστών ανέρχεται σε 68 εκατομμύρια οι οποίες κατανέμονται μεταξύ ξενοδοχείων και λοιπών καταλυμάτων αφενός και ιδίων (ή φιλοξενία) καταλυμάτων αφετέρου με ποσοστό 31% και 69% αντίστοιχα (ΙΤΕΠ, 1998). Από τα 68 εκατομμύρια διανυκτερεύσεων ημεδαπών εκτιμάται ότι 22-23 εκατομμύρια πραγματοποιήθηκαν από τουρίστες. Ωστόσο σύμφωνα με το ΙΤΕΠ και αυτός ο αριθμός διανυκτερεύσεων θεωρείται υπεκτιμημένος αφού η παραπάνω στατιστική έρευνα περιλαμβάνει μόνο τα άτομα που έχουν πραγματοποιήσει τουλάχιστο 4 διανυκτερεύσεις στο συγκεκριμένο έτος. Από την άλλη πλευρά, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών τουριστών είναι υπερδιπλάσιος αυτού που δίδεται από τον ΕΟΤ. Με βάση τα παραπάνω, θα μπορούσε κάποιος να ισχυριστεί, με μικρή πιθανότητα λάθους, ότι το μερίδιο του εσωτερικού

τουρισμού στο σύνολο των διανυκτερεύσεων είναι περίπου 20% και όχι 25% όπως εκτιμάται με βάση τα στοιχεία του ΕΟΤ.

Πίνακας 2.10 Διανυκτέρευση Ημεδαπών Τουριστών (σε χιλ)	
Έτος	Μέγεθος
1980	10395
1985	10622
1990	11424
1991	11463
1992	11943
1993	12053
1994	12234
1995	12552
1996	12448
1997	13373
1998	13984
1999	14453
MEM: 1990-1999	2.57%
Μέσο Μέγεθος	12245

* Τα μεγέθη αυτά θεωρούνται σημαντικά υποεκτιμημένα σύμφωνα με μελέτη της ΕΣΥΕ. Πηγή: ΕΟΤ.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του εγχώριου τουρισμού συνοψίζονται στα εξής (ΙΤΕΠ, 1998):

- Το μεγαλύτερο ποσοστό (69%) των ημεδαπών τουριστών κάνει διακοπές σε ιδιόκτητο κατάλυμα ή φιλοξενείται.
- Οι Έλληνες τουρίστες χρησιμοποιούν σε πολύ μικρό βαθμό τις υπηρεσίες των ταξιδιωτικών γραφείων. Ποσοστό ίσο με 62,5% του συνόλου των διανυκτερεύσεων αφορά σε άτομα που πραγματοποίησαν τουριστικό ταξίδι χωρίς τη διαμεσολάβηση ταξιδιωτικού γραφείου. Χαμηλό επίσης είναι το ποσοστό των ελληνικών νοικοκυριών που χρησιμοποιεί γραφεία ταξιδιών για διακίνηση προς ξένους προορισμούς (28,6%).

- Όπως ο ξένος τουρισμός έτσι και ο εγχώριος χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα και μάλιστα σε πολύ υψηλό βαθμό. Το 75% των διανυκτερεύσεων σημειώνεται κατά το δίμηνο
- Ιουλίου-Αυγούστου, έναντι 37% του αλλοδαπού τουρισμού.
- Ο έλληνας τουρίστας μετακινείται κυρίως με αυτοκίνητο ιδιωτικής χρήσεως. Πιο συγκεκριμένα το 53% των διανυκτερεύσεων πραγματοποιούνται από άτομα που μετακινούνται με αυτοκίνητα ιδιωτικής χρήσεως, ενώ το 27% μετακινείται με θαλάσσια μέσα.
- Με κριτήριο την εποχικότητα οι έλληνες τουρίστες που επισκέπτονται ξένους προορισμούς συμπεριφέρονται σχεδόν πανομοιότυπα με τους ξένους τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα μας.
- Η διάρκεια των διακοπών ολόκληρης της οικογένειας περιορίζεται όλο και περισσότερο. Το 21% των οικογενειών κάνει διακοπές 7 ημερών το 27% 10 ημερών, το 38% 15 ημερών, το 9% 20 ημερών και το 5% 30 ημερών. Η σύντμηση αυτή της διάρκειας των διακοπών οφείλεται κυρίως σε οικονομικούς παράγοντες (οικονομική δυσπραγία σε συνδυασμό με πρόσθετη εργασία), σε κοινωνικούς παράγοντες λόγω χαλάρωσης των οικογενειακών δεσμών και σε διασπορά των διακοπών σε περισσότερες εποχές. (BB 19)

Η Εικόνα του Ελληνικού Τουρισμού

Η χώρα μας μαζί με άλλες μεσογειακές χώρες προσφέρουν όμοια, αν και όχι ακριβώς τα ίδια τουριστικά προϊόντα (ήλιο, θάλασσα, αμμουδιά, λαογραφία, αρχαιολογικά κ.ά), Η Ελλάδα άρχισε να θεωρείται ως τουριστικός προορισμός τη δεκαετία του 1960. Οι πρώτοι τουρίστες που την επισκέφτηκαν τοποθετούνται στο υψηλό τμήμα της αγοράς και ο κύριος λόγος προσέλκυσης ήταν οι αρχαιολογικοί χώροι σε συνδυασμό με λίγες ημέρες ανάπαυσης στις ελληνικές ακτές. Την ίδια περίοδο οι tour operators της Ευρώπης αναζητώντας ένα νέο τόπο προορισμού, ως εναλλακτικό της Ισπανίας, εξαιτίας των δυσκολιών (τιμές και ποιότητα) που άρχισαν να παρουσιάζονται, έστρεψαν τους πελάτες τους προς την Ελλάδα.

Είναι εύκολο να αναγνωρισθούν κάποια πολύ τυπικά ισχυρά χαρακτηριστικά της χώρας μας. Το πιο σημαντικό είναι η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και η

ιστορία της. Η Ελλάδα είναι γνωστή για τη φιλοξενία της. Ο απλός τρόπος ζωής του Έλληνα σε συνδυασμό με τις οικογενειακές ξενοδοχειακές μονάδες εξασφαλίζουν αμεσότητα με τον τουρίστα. Το κλίμα σε συνδυασμό με το μεγάλο αριθμό νησιών και οι απέραντες παραλίες δίνουν στον επισκέπτη τη δυνατότητα να απολαύσει άνετες και ευχάριστες διακοπές.

Η πολιτική σταθερότητα και οι κοινωνικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα μας σε συνδυασμό με το θετικό οικονομικό κλίμα (συνεχιζόμενος ρυθμός ανάπτυξης πάνω από 3,5%, σταδιακή μείωση του πληθωρισμού) που επικράτησε τα τελευταία χρόνια αποτελούν θετικούς παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική βιομηχανία της χώρας. Από την άλλη πλευρά όμως, η Ελλάδα είναι γεωγραφικά απομονωμένη από τις κύριες αγορές προέλευσης τουριστών της κεντρικής Ευρώπης. Παρά τη συνεχή αύξηση των αεροπορικών ταξιδιών η Μεσόγειος συνεχίζει να δέχεται τους τουρίστες της με αυτοκίνητο. Το γεγονός αυτό από μόνο του κάνει δύσκολη την προσέγγιση της χώρας μας και έγινε δυσκολότερη με τον πόλεμο της Γιουγκοσλαβίας. Η μόνη οδική πρόσβαση που παρέμεινε και παραμένει όσο διαρκούν οι αναταραχές στη γειτονική χώρα είναι αυτή της Βουλγαρίας, αλλά είναι προσιτή μόνο στους προερχόμενους από τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης.

Πίνακας 2.11 Η Τουριστική Εικόνα της Ελλάδος	
Παράγοντες	%
Καλό κλίμα	51
Φιλοξενία	38
Κουλτούρα	33
Φιλικοί Άνθρωποι	32
Καλό φαγητό / Κρασί	27
Εύκολο να πας	24
Ασφαλή ταξίδια	21
Αναψυχή - σπορ	13
Υγιές περιβάλλον	11
Καλές τηλεπικοινωνίες	6
Καλή Μεταφορά	5
Υψηλό Επίπεδο service	4

Πηγή: Financial Times (Επενδυτής, 12-13/9/1998).

Οι κυριότεροι ανταγωνιστικοί προορισμοί της χώρας μας είναι η Ισπανία, Ιταλία και Τουρκία. Οι δύο πρώτες χώρες ευρίσκονται πιο κοντά στις αγορές της Ευρώπης και έχουν οργανώσει την προσφορά του τουριστικού τους προϊόντος σε καλύτερη βάση από τη χώρα μας, ενώ η Τουρκία διαθέτει και αυτή εκτεταμένες ακτές, δεν έχουν όμως την έκταση και την ποικιλία που έχουν οι ελληνικές, αλλά προσφέρει πολύ χαμηλότερες τιμές. Πρόσφατη έρευνα (1998) που έγινε σε δείγμα 2600 επιχειρηματιών και στελεχών επιχειρήσεων (1300 Βρετανοί και 1300 άλλοι Ευρωπαίοι) για λογαριασμό των Financial Times έδειξε τα παρακάτω (Πίνακας 2.11):

Μεταξύ των πιο θετικών στοιχείων που διαθέτει η χώρα μας είναι το καλό κλίμα (51%) των ερωτηθέντων, η φιλοξενία (38%), η κουλτούρα (33%) και η φιλική διάθεση των Ελλήνων (32%). Σχετικά με τη φιλική διάθεση των κατοίκων της χώρας στους τουρίστες μία άλλη έρευνα, η οποία διεξάγεται κάθε χρόνο από τη ΔΙΤΕΞ Αυστρίας στα κυριότερα γραφεία ταξιδιών της χώρας αυτής, έδειξε, ότι παρά το γεγονός ότι οι μισοί περίπου από τους ερωτηθέντες την χαρακτήρισαν ως πολύ καλή, η συμπεριφορά του πληθυσμού υποδοχής της χώρας μας έναντι των ξένων τουριστών μεταβάλλεται αρνητικά την περίοδο 1983 - 1996 (Βαρβαρέσος, 1998). Αντίθετα, ένα πολύ μικρό ποσοστό αυτών μένει ευχαριστημένο από το επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρεται (4%), τις μεταφορές (5%), τις επικοινωνίες (6%) κ.ά.

Τέλος, μία άλλη έρευνα που έγινε σε πωλητές πρακτορείων ταξιδιών με θέμα την καθαριότητα έδειξε τα παρακάτω (Πίνακας 2.12). Φαίνεται ότι η εικόνα είναι από καλή έως πολύ καλή για την πλειοψηφία των μελών του δείγματος για την καθαριότητα σε καταστήματα, δρόμους, πάρκα, ακτές, ξενοδοχεία και διαμερίσματα. Ιδιαίτερα για τα ξενοδοχεία το 93,2% του δείγματος την αξιολογεί από καλή έως πολύ καλή. Πρόβλημα καθαριότητας φαίνεται να υπάρχει στους χώρους υγιεινής εκτός ξενοδοχείων, αφού μόνο το 43% των ερωτηθέντων τη θεωρεί από καλή έως πολύ καλή.

Πίνακας 2.12

Η Τουριστική Εικόνα της Ελλάδας σύμφωνα με τους Πωλητές Πρακτορείων Ταξιδιών (1983-1996) (%)

Ερωτήματα Χαρακτηριστικά	-	Πολύ Καλά	Καλά	Μέτρια	Χωρίς Απάντηση
Καθαριότητα (καταστήματα, πάρκα)	γενική δρόμοι,	8,5	71,0	16,2	4,3

Καθαριότητα χώρων υγιεινής εκτός ξενοδοχείων	2,6	40,2	50,4	6,8
Καθαριότητα ακτών	15,4	66,6	13,7	4,3
Καθαριότητα στα ξενοδοχεία	32,5	60,7	0,8	6,0
Καθαριότητα στα διαμερίσματα και βίλες	19,7	54,7	9,4	16,2

Πηγή: ΔΙΤΕΞ Αυστρίας (Α. Βαφειάδης)

Το Ινστιτούτο Καταναλωτών (ΙΝΚΑ) διαθέτει ανοικτή τηλεφωνική γραμμή παραπόνων ελλήνων και ξένων τουριστών καθώς και κινητές μονάδες που περιοδεύουν σε διάφορες περιοχές της χώρας στα πλαίσια μιας προσπάθειας ενημέρωσης των τουριστών, καταγραφής αλλά και επίλυσης προβλημάτων. Το 1999 τα κέντρα πληροφοριών – καταγγελιών του ΙΝΚΑ κατέγραψαν 5371 καταγγελίες τουριστών σε όλη την Ελλάδα (Πίνακας 2.13). Το 79% των καταγγελιών έγινε από Έλληνες τουρίστες κα. το 21% από ξένους τουρίστες.

Πίνακας 2. 13							
Καταγγελίες που Έγιναν από Τουρίστες στο ΙΝΚΑ							
		1995			1999		
Τομέας - Θέμα	Καταγγελίας	Σύνολο	%	Έλληνες	Ξένοι	Σύνολο	%
Τιμές Προϊόντων	-	681	21.0	478	203	539	10.03
Υπηρεσιών							
Θαλάσσιες Μεταφορές		389	12.0	275	114	243	4.50
Ποιότητα προϊόντων		385	12.0	239	146	507	9.40
υπηρεσιών							
Ταξί		301	9.3	167	134	355	6.60
Αεροπορικές μεταφορές		202	6.2	112	90	361	6.70
Κέντρα - Εστιατόρια		201	6.2	118	83	573	10.70
Ξενοδοχεία	-	185	5.7	123	62	279	5.10
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια							
κλπ							
Διάφορα		167	5.2	89	78	385	7.10
Περιβάλλον	-	142	4.4	77	65	275	5.10
Ηχορύπανση							
Άλλα Μέσα Μεταφοράς		135	4.2	94	41	233	4.30
Μουσεία - Αρχαιολογικοί χώροι		96	3.0	35	61	205	3.80
Τράπεζες		85	2.6	32	53	297	5.50

Οδική Σήμανση- Οδόστρωμα	84	2.6	19	65	194	3.60
Κάμπινγκ	48	1.5	25	23	-	-
Δημόσιες Υπηρεσίες	47	1.4	18	29	189	3.50
Τιμές Τηλεφώνου	32	1.0	8	24	201	3.70
Ωράριο Αγοράς	19	0.6	3	16	128	2.30
Κλοπές – Παρενοχλήσεις	14	0.4	7	7	12	0.20
Ιατρικές Υπηρεσίες	12	0.4	7	5	193	3.50
Παραβιάσεις Κοινοτικών	11	0.3	2	9	21	0.40
Ταξιδιωτικά Γραφεία	-	-	-	-	181	3.30
Σύνολο Καταγγελιών	3236		1928	1308	5371	

Τα περισσότερα παράπονα εκφράζονται για κέντρα-εστιατόρια και για τις τιμές και την ποιότητα προϊόντων-υπηρεσιών. Ωστόσο το ποσοστό των τουριστών που εκφράζουν παράπονα για τις τιμές και την ποιότητα των προϊόντων-υπηρεσιών μειώθηκε αν και παραμένει στις πρώτες θέσεις. Αυτό σημαίνει ότι οι φορείς που προσφέρουν προϊόντα-υπηρεσίες έκαναν προσπάθεια να τις βελτιώσουν. Αντίθετα, το ποσοστό των τουριστών που παραπονέθηκαν για τα κέντρα-εστιατόρια αυξήθηκε. Τα παράπονα που εκφράστηκαν για ξενοδοχεία-ενοικιαζόμενα δωμάτια μειώθηκαν ελαφρά την εν λόγω περίοδο (από 5,7% σε 5,1%). Τέλος ιδιαίτερα παράπονα από πλευράς ξένων τουριστών, αφορούν στην λειτουργία των μουσείων-αρχαιολογικών χώρων, στις τράπεζες, στην οδική σήμανση και στα ταξιδιωτικά γραφεία. (ΒΠ 2)

Σύνοψη και Συμπεράσματα

Οι αφίξεις τουριστών στη χώρα μας, παρά τις διακυμάνσεις που σημείωσαν, ακολούθησαν ανοδική πορεία την περίοδο 1980-1999. Ένας σημαντικός παράγοντας που επηρέασε αρνητικά την πορεία των αφίξεων ήταν η συναλλαγματική πολιτική που ακολούθησε η χώρα μας στο μεγαλύτερο μέρος της παραπάνω περιόδου.

Με βάση εμπειριστατωμένες εκτιμήσεις που έγιναν, η μέση διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών στη χώρα μας υπολογίζεται στις 9-10 ημέρες αφού το ελάχιστο «πακέτο» διακοπών διαρκεί 7 ημέρες και το μεγαλύτερο 15 ημέρες.

Η Ελλάδα είναι χώρα του αεροπορικού τουρισμού αφού το 75-80% περίπου των επισκεπτών της χρησιμοποιούν το αεροπλάνο ως μεταφορικό μέσο λόγω της γεωγραφικής απόστασης που την χωρίζει από τις πηγές του Ευρωπαϊκού τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια το 55-59% του συνόλου των αφίξεων έρχεται με ναυλωμένες πτήσεις, γεγονός που δείχνει το σημαντικό βαθμό εξάρτησης του ελληνικού τουρισμού από τους tour operators.

Η Ευρώπη αποτελεί την κυρίαρχη πηγή άντλησης τουριστών (μερίδιο 89,9% το 1999) με τάση μάλιστα ανοδική τα τελευταία χρόνια. Αντίθετα, τα μερίδια των άλλων χωρών, ιδιαίτερα των ΗΠΑ, μειώθηκαν δραστικά τις δύο τελευταίες δεκαετίες. Αν ληφθεί υπόψη ότι οι τουρίστες που προέρχονται από τις ΗΠΑ έχουν την υψηλότερη κατά κεφαλή δαπάνη, γίνονται φανερές οι επιπτώσεις που έχει η μείωση του μεριδίου τους στην εισροή συναλλάγματος στη χώρα μας. Μεταξύ των ευρωπαίων τις πρώτες θέσεις κατέχουν οι Γερμανοί και Αγγλοι, και ακολουθούν, με σημαντικά μικρότερα μερίδια, οι Ιταλοί, Σουηδοί και Ολλανδοί.

Ένα από τα αδύνατα σημεία του ελληνικού τουρισμού είναι η έντονη εποχικότητα που παρουσιάζει, η οποία επηρεάζει αρνητικά το κόστος και την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών με αρνητικές συνέπειες στην ανταγωνιστικότητα του. Το 50% περίπου των επισκεπτών της χώρας μας έρχεται το τρίμηνο Ιουνίου-Αυγούστου. Το τουριστικό αυτό πρότυπο επηρεάζει αρνητικά την αξιοποίηση του παραγωγικού δυναμικού του κλάδου, που σε συνδυασμό με τον υποχρεωτικό χαρακτήρα των αποσβέσεων των ενεργητικών στοιχείων και την κατανομή του κόστους σε επτά αντί για δώδεκα μήνες το χρόνο εξασθενεί την ανταγωνιστική θέση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, επηρεάζεται αρνητικά η απασχόληση και η εκπαίδευση του προσωπικού. Οι παράγοντες που δημιουργούν το τουριστικό αυτό πρότυπο είναι η φύση του προσφερόμενου προϊόντος (ήλιος-θάλασσα), η γεωγραφική θέση της χώρας και η δομή της αγοράς

των tour operators στη χώρα προέλευσης. Ο τελευταίος παράγοντας φαίνεται αν κάποιος εξετάσει τη δομή της αγοράς των tour operators στη Γαλλία, τη Γερμανία και το Ην. Βασίλειο. Παρατηρεί πράγματι ότι η εποχικότητα των Γάλλων τουριστών είναι μικρότερη με τάση μάλιστα βελτίωσης, και η συγκέντρωση της αγοράς των tour operators στη Γαλλία είναι μικρότερη σε σχέση με τις αντίστοιχες της Γερμανίας και του Ην. Βασιλείου. Οι επισκέπτες των χωρών αυτών παρουσιάζουν μεγαλύτερη εποχικότητα. Θα πρέπει να σημειωθεί ωστόσο ότι στην περίπτωση της Γαλλίας η βελτίωση της εποχικότητας συνοδεύτηκε με μείωση των αφίξεων, γεγονός που δεν είναι επιθυμητό αφού ο στόχος είναι η βελτίωση της εποχικότητας με παράλληλη αύξηση των επισκεπτών. Παρατηρείται μεγάλη συγκέντρωση των τουριστών σε λίγες περιοχές της χώρας. Η συγκέντρωση αυτή είναι αποτέλεσμα της ασύμμετρης κατανομής της προσφοράς των τουριστικών υπηρεσιών. Είναι φυσιολογικό να αναπτυχθούν τουριστικά γεωγραφικές περιοχές της χώρας, όπως είναι τα νησιά του Ν. Αιγαίου, η Κρήτη, η Αττική και τα νησιά του Ιονίου, οι οποίες διαθέτουν φυσικά, ιστορικά και άλλα προσόντα (π.χ. διαθέτουν αεροδρόμιο), τα οποία προσελκύουν τους τουρίστες.

Τα τελευταία χρόνια έγινε αντιληπτή, σε διεθνές επίπεδο, η σημασία του εσωτερικού τουρισμού για κάθε χώρα. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της ΕΣΥΕ, οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών επισκεπτών ανέρχονται σε 68 εκατομμύρια το χρόνο εκ των οποίων τα 22-23 εκατομμύρια είναι πράγματι τουρίστες. Το μέγεθος αυτό σύμφωνα με το ΙΤΕΠ θεωρείται υπεκτιμημένο διότι η έρευνα της ΕΣΥΕ περιλαμβάνει άτομα τα οποία πραγματοποίησαν τουλάχιστον 4 διανυκτερεύσεις στο συγκεκριμένο έτος. Το παραπάνω μέγεθος αποδεικνύει τη σημασία που έχει ο εσωτερικός τουρισμός για την ελληνική οικονομία. **(BB 6)**

Κεφάλαιο 6^ο

ΣΥΝΟΨΗ

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα έναν από τους πλέον σημαντικούς κοινωνικοοικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Αναπτύχθηκε με σταθερό ετήσιο ρυθμό 4-5% το δεύτερο ήμισυ του εικοστού αιώνα, γεγονός που τον κατέστησε σημαντικό παράγοντα του εξωτερικού εμπορίου και κύρια πηγή συναλλάγματος, πρωτοπόρο στη δημιουργία θέσεων εργασίας και με σημαντικό μερίδιο στο ΑΕΠ μίας οικονομίας. Το 1999 πραγματοποιήθηκαν 664 εκατομμύρια αφίξεις διεθνών τουριστών που δημιούργησαν έσοδα 453 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ σε συνάλλαγμα. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο τουρισμός θα συνεχίσει και στο νέο αιώνα να αναπτύσσεται δυναμικά παρά τις περιοδικές υφέσεις, πολιτικές αναταραχές, πολέμους, κ.λπ., που σημειώνονται (WYO, 2000). Προβλέπεται ότι μέχρι το 2020 οι αφίξεις θα ανέλθουν σε 1,6 δισεκατομμύρια και τα συναλλαγματικά έσοδα θα φθάσουν τα 2 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.

Ο ελληνικός τουριστικός τομέας, αν και αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της ελληνικής οικονομίας με περισσότερο από 18% συμμετοχή στο ΑΕΠ, με εισαγωγή συναλλάγματος περισσότερο των 9 δισ. δολαρίων και σημαντική συμμετοχή στη δημιουργία θέσεων εργασίας, εξακολουθεί, παρά τα όποια βήματα έχουν γίνει, να αντιμετωπίζεται από την πολιτεία ως ένας δευτερεύων οικονομικός παράγοντας.

Οι αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα σημείωσαν, μακροχρόνια, ανοδική τάση. Η μεγαλύτερη αύξηση των αφίξεων σημειώθηκε τη δεκαετία του 1980, ενώ η αντίστοιχη της δεκαετίας του 1990 ήταν σημαντικά μικρότερη. Έτσι το μερίδιο του ελληνικού τουρισμού στον ευρωπαϊκό και γενικότερα το διεθνή τουρισμό σημείωσε καθοδική πορεία τα τελευταία χρόνια. Η εξήγηση της πορείας αυτής βρίσκεται στους παράγοντες που προσδιορίζουν το κόστος και γενικά την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος που προσφέρεται στη διεθνή αγορά. Οι περισσότεροι από αυτούς τους παράγοντες αναφέρονται στην πλευρά της παραγωγής (κόστος, παραγωγικότητα, κ.λπ.), άλλοι στην οργάνωση της παραγωγής και διανομής ως σύνολο, άλλοι στο μακροοικονομικό περιβάλλον (π.χ. συναλλαγματική πολιτική) μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται ο κλάδος, και ακόμη άλλοι στις πρακτικές και πολιτικές που ακολουθούνται από άλλους προορισμούς στην προσέλκυση τουριστών.

Αντικείμενο, λοιπόν, αυτής της μελέτης είναι να προσδιορίσει την ανταγωνιστική θέση της Ελλάδος μέσα στην ευρωπαϊκή τουριστική αγορά και

ιδιαίτερα στην αγορά της Μεσογείου, με βάση τα ισχυρά και αδύνατα σημεία που διαθέτει, να μελετήσει τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που προσφέρονται για τον κλάδο με βάση τις νέες συνθήκες και τάσεις που επικρατούν στη διεθνή τουριστική αγορά και, τέλος, να κάνει προτάσεις οι οποίες, εφόσον υλοποιηθούν, θα βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Η χώρα μας απειλείται τουριστικά από τις άλλες μεσογειακές χώρες, τόσο από αυτές που ανήκουν στην ΕΕ (Ιταλία, Πορτογαλία και Ισπανία) όσο και τις εκτός ΕΕ (Τουρκία, Ισραήλ, Κροατία, Αίγυπτο, Κύπρο, κ.ά.). Οι τελευταίες προσφέρουν παρόμοιο προϊόν με το ελληνικό σε χαμηλότερες τιμές.

Οι μεσογειακές χώρες που εξετάζονται στην παρούσα μελέτη μπορούν να διακριθούν, ανάλογα με την έμφαση που δίδεται στο τουριστικό προϊόν που προσφέρουν, σε δύο κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία συγκαταλέγονται η χώρα μας, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Τουρκία και σε μικρότερο βαθμό η Ιταλία, οι οποίες προσφέρουν τουρισμό διακοπών και μεγάλη ποικιλία πολιτιστικής κληρονομιάς και κουλτούρας.

Η εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήσαμε είχε ως στόχο την εκτίμηση συναρτήσεων ζήτησης αναφορικά με τέσσερις χώρες προέλευσης τουριστών: Αγγλία, Γερμανία, Ιταλία και Γαλλία. Η ύπαρξη ελαστικότητας ζήτησης για το ελληνικό τουριστικό προϊόν ως προς την τιμή, το συνάλλαγμα και το κόστος ζωής, μεγαλύτερης της μονάδας, σημαίνει ότι η χώρα μας αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό από τις ανταγωνίστριες χώρες, ιδιαίτερα την Ισπανία.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος διακρίνονται σε οικονομικούς, όπως είναι το κόστος παραγωγής, η φορολογία, η συναλλαγματική πολιτική, κ.ά., και σε ποιοτικούς, όπως είναι η δημόσια και ιδιωτική υποδομή, η ανωδομή, η αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας, κ.ά.

Η εξέταση των παραγόντων που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος σε σχέση με το αντίστοιχο προϊόν των ανταγωνιστριών χωρών έδειξε τα παρακάτω:

Δυστυχώς η έλλειψη των απαραίτητων στοιχείων δεν μας επέτρεψε να συμπεριλάβουμε στο δείγμα ίων υπό εξέταση ανταγωνιστριών χωρών και τις υπόλοιπες που αναφέρονται παραπάνω.

Μέγεθος και κατηγορία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων Το μέσο μέγεθος των καταλυμάτων, το οποίο επηρεάζει τόσο την απόδοση αυτών, όσο και την

ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών μεταξύ των ανταγωνιστριών χωρών, κυμαίνεται μεταξύ 53 κλινών στην Ιταλία και 130 κλινών στην Ισπανία και την Πορτογαλία. Η χώρα μας κατέχει ενδιάμεση θέση με 76 κλίνες ανά κατάλυμα. Η σύνθεση των κατηγοριών των ξενοδοχείων, που αποτελεί επίσης ένδειξη για την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν, ποικίλλει μεταξύ των εξεταζομένων χωρών. Η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία δίνουν έμφαση στα ξενοδοχεία Β' κατηγορίας, η χώρα μας και η Γαλλία στα ξενοδοχεία Γ' κατηγορίας, και στην Πορτογαλία το μεγαλύτερο μέρος ανήκει στα λοιπά καταλύματα. Επομένως τα ελληνικά ξενοδοχεία έχουν πιο μικρό μέγεθος και είναι συγκεντρωμένα στη Γ' κατηγορία.

Χρηματοδοτική διάρθρωση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων Η χρηματοδοτική διάρθρωση του ελληνικού ξενοδοχειακού κλάδου χαρακτηρίζεται ως ανορθολογική. Το γεγονός αυτό οφείλεται τόσο στα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων του κλάδου (μικρό μέγεθος, οικογενειακός χαρακτήρας, κ.λπ.) όσο και στην κρατική και τραπεζική πολιτική που ακολουθήθηκε έναντι του κλάδου. Η ανεπάρκεια των ιδίων κεφαλαίων σε συνδυασμό με τα περιορισμένα κεφάλαια που κατευθύνθηκαν στον κλάδο από το κράτος και το τραπεζικό σύστημα αποτέλεσαν το βασικό εμπόδιο στην αναπτυξιακή πορεία του.

Η απόδοση των ιδίων κεφαλαίων για ολόκληρο τον κλάδο είναι αρνητική. Ωστόσο, την καλύτερη απόδοση ιδίων κεφαλαίων παρουσιάζουν οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, γεγονός που φανερώνει ότι οι επιχειρήσεις αυτές επιτυγχάνουν αποτελεσματικότερη λειτουργία και διαχείριση.

Αποδοτικό μάνατζμεντ

Σε όλες τις χώρες, με εξαίρεση την Πορτογαλία, υψηλού επιπέδου μάνατζμεντ ασκείται μόνο από τις τοπικές θυγατρικές διεθνών αλυσίδων. Οι εγχώριες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, σε όλες τις χώρες, με εξαίρεση τη χώρα μας, ασκούν μετρίου επιπέδου μάνατζμεντ. Στη χώρα μας το επίπεδο του μάνατζμεντ είναι χαμηλό.

Ανθρώπινος παράγοντας

Ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει σημαντικό ρόλο στην προσφορά του τουριστικού προϊόντος τόσο από πλευράς παραγωγικότητας όσο και από πλευράς ποιότητας αυτού. Η προσφορά του τουριστικού προϊόντος από πλευράς εργαζομένου πρέπει να χαρακτηρίζεται από επαγγελματική ευσυνειδησία, ειδικευση και αξιοπρεπή επικοινωνία. Οι ιδιότητες αυτές δεν αναφύονται από μόνες τους, αλλά είναι αποτέλεσμα των επενδύσεων σε εκπαίδευση και επιμόρφωση του προσωπικού. Δυστυχώς, ένα σημαντικό τμήμα του εργατικού δυναμικού που απασχολείται στον ελληνικό τουριστικό κλάδο στερείται των παραπάνω χαρακτηριστικών. Το γεγονός αυτό θέτει τη χώρα μας σε μειονεκτική θέση έναντι των άλλων χωρών, αφού η χώρα μας στο θέμα αυτό υπερέχει μόνο έναντι της Πορτογαλίας.

Το μακροοικονομικό περιβάλλον που υπήρξε στη χώρα μας τα τελευταία είκοσι χρόνια με κυρίαρχα στοιχεία τα μεγάλα ελλείμματα του κρατικού προϋπολογισμού, τους υψηλούς ρυθμούς πληθωρισμού και τα υψηλά επιτόκια, επέδρασε αρνητικά στην ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα:

Συναλλαγματική πολιτική

Η συναλλαγματική πολιτική που ακολουθήθηκε στη χώρα μας από το 1986 λειτούργησε ανασχετικά στη ροή των τουριστών προς αυτή, επειδή κράτησε σε υψηλά επίπεδα την τιμή του τουριστικού προϊόντος. Αντίθετα, την ίδια περίοδο, οι ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδος προέβαιναν σε υποτιμήσεις των δικών τους νομισμάτων, ενισχύοντας έτσι το τουριστικό τους προϊόν.

Η εισαγωγή του ευρώ θεωρείται ότι θα επηρεάσει θετικά τον τουρισμό μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο, οι τρίτες χώρες θα συνεχίσουν να έχουν το πλεονέκτημα, έναντι των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, να χρησιμοποιούν τη συναλλαγματική τους πολιτική ως μέσο στήριξης της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού τους. Τέλος, η χώρα μας, σε σχέση με τις άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίες χρησιμοποίησαν τη συναλλαγματική τους πολιτική ως μέτρο στήριξης της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού τους, θα επηρεαστεί θετικά από την εισαγωγή του ευρώ, αφού, όπως σημειώθηκε παραπάνω, η συναλλαγματική πολιτική που ακολουθήθηκε τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα επηρέασε αρνητικά τον ελληνικό τουρισμό.

Φορολογική επιβάρυνση

Η Αθήνα πριν την έναρξη λειτουργίας του νέου αεροδρομίου βρισκόταν στην 41 θέση μεταξύ 52 πόλεων, με κριτήριο το συνολικό φορολογικό βάρος που επιβάλλετο στο τυπικό καλάθι των τουριστικών υπηρεσιών, ενώ το αεροδρόμιο της Αθήνας κατατάσσετε όγδοο μεταξύ δέκα έξι (16) ευρωπαϊκών αεροδρομίων, με τον υψηλότερο δείκτη φορολογικών επιβαρύνσεων. Η χώρα μας επιβαρύνει την τιμή του δωματίου με συντελεστή ΦΠΑ 8% έναντι 7% της Ισπανίας και 5% της Πορτογαλίας. Τα παραπάνω χαρακτηριστικά του ελληνικού φορολογικού συστήματος το κατατάσσουν στην τελευταία θέση μεταξύ των συστημάτων των ανταγωνιστριών χωρών. Το νέο καθεστώς των επιβαρύνσεων που εισήχθη με τη λειτουργία του αεροδρομίου των Σπάτων ήρθε να επιδεινώσει σε σημαντικό βαθμό την παραπάνω κατάσταση. Για τις αεροπορικές εταιρείες το νέο αεροδρόμιο είναι περίπου 2,5 φορές ακριβότερο από το αεροδρόμιο της Ρώμης, 2 φορές από το αεροδρόμιο της Βαρκελώνης, κ.λπ. (ΙΤΕΠ, 2001). Είναι φανερό λοιπόν οι συνέπειες της αύξησης των επιβαρύνσεων σε μια αγορά, όπως η τουριστική, έντονα ανταγωνιστική, στην οποία η σχετική τιμή του προϊόντος επηρεάζει σημαντικά τη ζήτηση του (ελαστικότητα ζήτησης μεγαλύτερη της μονάδας).

Κόστος χρήματος

Η ανορθολογική χρηματοοικονομική διάρθρωση των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε συνδυασμό με τα υψηλά επιτόκια που ίσχυσαν στη χώρα μας οδήγησαν σε υψηλή χρηματοοικονομική επιβάρυνση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, με συνέπεια τη μείωση της ανταγωνιστικότητας του. Πιο συγκεκριμένα, το επιτόκιο μακροπρόθεσμων δανείων για όλες τις χώρες που εξετάζονται κυμάνθηκε στα ίδια περίπου υψηλά επίπεδα τη δεκαετία του 1980 με σαφή τάση όμως υποχώρησης για όλες τις χώρες, με εξαίρεση τη χώρα μας, στην οποία η πορεία των επιτοκίων δεν ήταν προς μια κατεύθυνση αλλά σημειώθηκαν αυξομειώσεις στο ύψος των επιτοκίων. Τη δεκαετία του 1990 η τάση για όλες τις χώρες ήταν καθοδική, με αποτέλεσμα όλες οι χώρες, με εξαίρεση και πάλι τη χώρα μας, να επιτύχουν επιτόκιο μακροχρόνιου δανεισμού του δημοσίου κάτω του 5%, ενώ η χώρα μας στάθηκε στο 6,5%. Τα επιτόκια τραπεζικού δανεισμού για τις επιχειρήσεις είναι σήμερα στη χώρα μας υψηλότερα κατά 1,58-2,16 ποσοστιαίες μονάδες του αντίστοιχου μέσου όρου που επικρατεί στην ευρωζώνη. Η σημειούμενη, μέσα στα πλαίσια της ONE, πτώση των επιτοκίων, έστω και με χαμηλότερους

ρυθμούς στη χώρα μας, αναμένεται να βελτιώσει το χρηματοδοτικό κόστος συγκριτικά περισσότερο για τις ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ^{i*} Μοναδιαίο κόστος εργασίας

Η χώρα μας μειονεκτεί σημαντικά έναντι της Ισπανίας, Πορτογαλίας και Γαλλίας ως προς το μοναδιαίο κόστος εργασίας, γεγονός που επηρεάζει αρνητικά την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Η Ιταλία παρά το γεγονός ότι είναι πιο ακριβή από τη χώρα μας δέχεται μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών εξαιτίας της εύκολης πρόσβασης σε αυτήν που έχουν οι κάτοικοι των χωρών της Κεντρικής Ευρώπης. Τα διαθέσιμα στοιχεία δεν μας επιτρέπουν να συγκρίνουμε το μοναδιαίο κόστος εργασίας της χώρας μας με το αντίστοιχο της Τουρκίας. Ωστόσο φαίνεται ότι η χώρα μας έχει υψηλότερη παραγωγικότητα εργασίας στον τουριστικό τομέα σε σχέση με την Τουρκία.

Κόστος ζωής

Από πλευράς κόστους ζωής, η χώρα μας βρίσκεται περίπου στην ίδια θέση με την Πορτογαλία και οι δύο υπερέρχουν ελαφρά έναντι της Ισπανίας και σημαντικά έναντι της Γαλλίας και Ιταλίας. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας σημειώθηκε η μεγαλύτερη αύξηση του δείκτη τιμών των υπηρεσιών ξενοδοχείου, καφέ και εστιατορίου, με αποτέλεσμα το 1999 ο δείκτης αυτός να βρίσκεται σε υψηλότερη θέση από τον αντίστοιχο δείκτη των άλλων χωρών που εξετάζονται.

Η σχέση τιμής-ποιότητας διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις διεθνείς συγκρίσεις, καθώς και στην επιλογή των προσφερομένων υπηρεσιών μεταξύ ανταγωνιστριών χωρών. Είναι αναγκαίο το στοιχείο της ποιότητας να υπάρχει σε όλο το φάσμα των τουριστικών υπηρεσιών. Σύμφωνα με τις διαθέσιμες ενδείξεις σχετικά με την ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, η γενική εικόνα δεν είναι θετική, αλλά διασώζεται από τα αρχαιολογικά και ία ιστορικά μνημεία που διαθέτει η χώρα μας, τα νησιωτικά συμπλέγματα, την περιβαλλοντική ποικιλία, κ.ά.

Δημόσια και ιδιωτική υποδομή

Τα κέντρα υποδοχής και διαμετακόμισης τουριστών της χώρα μας (αεροδρόμια, λιμάνια, σιδηροδρομικοί σταθμοί, κ.ά.) προσφέρουν χαμηλής ποιότητας υπηρεσίες. Είναι μικρά και ελλιπή σε σχέση με τον όγκο των διακινουμένων τουριστών. Οι καθυστερήσεις που σημειώνονται στα αεροδρόμια της χώρας αμβλύνουν σε σημαντικό βαθμό την όποια θετική εικόνα έχει σχηματίσει ο ξένος τουρίστας για τη χώρα μας. Στον τομέα της γενικής υποδομής, με άριστα το επτά (7), η χώρα μας βαθμολογείται με 2,86 έναντι 3,50 και 4,02 της Τουρκίας και Ισπανίας αντίστοιχα.

Από την άλλη πλευρά, αποτελεί γενική διαπίστωση ότι η ποιότητα των ελληνικών καταλυμάτων, των υψηλών τουλάχιστον κατηγοριών, θεωρείται ικανοποιητική, χωρίς βέβαια να λείπουν οι εξαιρέσεις είτε αυτές είναι θετικές είτε αρνητικές. Το ισχύον σύστημα κατηγοριοποίησης των ξενοδοχείων δεν ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της διεθνούς αγοράς αφού στηρίζεται μόνο σε κριτήρια που έχουν σχέση με το μέγεθος του ξενοδοχείου και όχι με την ποιότητα κατασκευής του.

Φυσικοί πόροι - Αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά Τα μοναδικά φυσικά χαρακτηριστικά της χώρας μας αποτελούν την αναγκαία συνθήκη για την τουριστική της ανάπτυξη. Το συγκριτικό όμως αυτό πλεονέκτημα της Ελλάδος δεν είναι και ικανό από μόνο του να δημιουργήσει το τουριστικό προϊόν, σε τιμή, ποιότητα και μορφή, που απαιτούν οι συνθήκες του διεθνούς ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Η χώρα μας περιορίστηκε στο δώρο της φύσης, χωρίς στηριζόμενη σε αυτό, να προχωρήσει στην προσφορά ενός βελτιωμένου και διαφοροποιημένου προϊόντος.

Η Ιστορία, από τη δική της πλευρά, δώρισε στη χώρα μας μοναδική αρχαιολογική, πολιτιστική και καλλιτεχνική κληρονομιά. Τα στοιχεία αυτά έρχονται να ικανοποιήσουν τα άτομα που έχουν ως κυρίαρχο στοιχείο επιλογής ενός τόπου προορισμού την κλασική κουλτούρα και την επιμόρφωση. Ο παράγοντας αυτός δεν έχει προβληθεί όσο και όπως θα έπρεπε, με αποτέλεσμα να μην αξιοποιείται ανάλογα. Η αξιοποίηση του θα έδινε ένα σοβαρό προβάδισμα στη χώρα μας έναντι των ανταγωνιστών της, οι οποίοι προσφέρουν και αυτοί «ήλιο και θάλασσα», υστερούν όμως στον πολιτιστικό τομέα.

Γεωγραφική θέση της Ελλάδας

Η μεγάλη απόσταση που βρίσκεται η χώρα μας σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες, Ισπανία, Πορτογαλία και Ιταλία, από τις πηγές προέλευσης των τουριστών, την θέτει σε μειονεκτική θέση έναντι αυτών. Η Ελλάδα είναι η χώρα του αεροπορικού τουρισμού αφού το 75-80% των επισκεπτών της χρησιμοποιούν το αεροπλάνο ως μεταφορικό μέσο. Το μεγαλύτερο μέρος αυτών έρχεται με πτήσεις τσάρτερ, γεγονός που δείχνει τη μεγάλη εξάρτηση της χώρας από τους tour operators.

Εποχικότητα

Η φύση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, σε συνδυασμό με τη γεωγραφική θέση της χώρας μας οδηγούν στη μεγάλη εποχικότητα που το χαρακτηρίζει, με αρνητικές συνέπειες στο κόστος και την ποιότητα αυτού. Η χώρα μας παρουσιάζει τον υψηλότερο βαθμό εποχικότητας μεταξύ των χωρών που εξετάστηκαν, γεγονός που τη θέτει σε μειονεκτική θέση έναντι αυτών.

Το γενικό συμπέρασμα το οποίο εξάγεται από την παραπάνω ανάλυση είναι ότι η χώρα μας υστερεί έναντι όλων σχεδόν των ανταγωνιστριών χωρών με κριτήριο τις παραμέτρους που χρησιμοποιήθηκαν. Υπερτερεί μόνο ως προς τους φυσικούς πόρους και την αρχαιολογική πολιτιστική, κληρονομιά.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο ευρωπαϊκός τουρισμός θα συνεχίσει να αναπτύσσεται, αλλά με μικρότερους ρυθμούς από αυτούς που πέτυχε μέχρι σήμερα, γεγονός που θα εντείνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των διαφόρων προορισμών. Προκειμένου η χώρα μας να αυξήσει το μερίδιο που κατέχει σήμερα στη διεθνή τουριστική αγορά θα πρέπει να θέσει ως στρατηγικούς στόχους:

- τη βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει
- την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς που κατέχει
- τη μείωση της εποχικότητας
- τη χάραξη και υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης αναπτυξιακής τουριστικής πολιτικής.

Τα μέσα τα οποία θεωρούνται αναγκαία για την επίτευξη των παραπάνω στόχων συνοψίζονται ως ακολούθως:

- Μέτρα για τη βελτίωση της ποιότητας
 - Βελτίωση της δημόσιας υποδομής
 - Μεγαλύτερο μέγεθος καταλυμάτων
 - Κατηγοριοποίηση των καταλυμάτων με νέα κριτήρια που επιβάλλουν οι συνθήκες της αγοράς και αύξηση του μεριδίου των υψηλότερων κατηγοριών καταλυμάτων
 - Αυστηρότεροι έλεγχοι στα δημόσια και ιδιωτικά μέσα συγκοινωνίας
 - Νομική προστασία του τουρίστα.

Πολιτική μάρκετινγκ η οποία θα στηρίζεται σε συνεχή έρευνα της αγοράς και προσαρμογή στις απαιτήσεις αυτής (νέες μορφές τουρισμού, κ.ά.).

- Βελτίωση του μικροοικονομικού και μακροοικονομικού περιβάλλοντος.
- Στενότερη συνεργασία με τους tour operators.
- Στενότερη συνεργασία μεταξύ όλων των κρίκων της ξενοδοχειακής αλυσίδας.

Επιπλέον, η χαμηλή συναλλαγματική αξία της δραχμής έναντι των νομισμάτων των χωρών προέλευσης των τουριστών, σε συνδυασμό με το γενικά χαμηλό επίπεδο των τιμών και των μισθών, έκαναν την Ελλάδα έναν πολύ ελκυστικό τουριστικό προορισμό ιδιαίτερα στους μαζικά μετακινούμενους τουρίστες, που ενδιαφέρονται αποκλειστικά και μόνο για φτηνά τουριστικά πακέτα και γενικότερα για χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών με χαμηλό κόστος ζωής. Οι τουρ οπερέτορς, που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες αυτής της κατηγορίας τουριστών, είδαν ευκαιρίες που παρουσιαζόντουσαν γι' αυτούς σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας και κυρίως στα συμπλέγματα των νησιών του Αιγαίου Πελάγους και του Ιονίου Πελάγους, τα οποία μέχρι τότε δεν είχαν κατορθώσει να προσελκύσουν αξιόλογο αριθμό διεθνών τουριστών.

Διεθνείς τουρίστες στην Ελλάδα, για τους οποίους οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού αποτελούσαν ισχυρό πόλο έλξης τους, περιοριζόντουσαν στο να χρησιμοποιούν την Αθήνα σαν πύλη εισόδου τους στη χώρα. Εξαιτίας αυτού του γεγονότος, η πρωτεύουσα της Ελλάδας υπήρξε την εποχή εκείνη το επίκεντρο του εισερχόμενου σε αυτήν τουρισμού. Η κατασκευή, όμως, αεροδρομίων σε πολλά ελληνικά νησιά στο Αιγαίο Πέλαγος και στο Ιόνιο Πέλαγος, καθώς επίσης και η ταχεία αύξηση των αεροπορικών πτήσεων με αεριωθούμενα αεροπλάνα που μπορούσαν να κάνουν χρήση των σχετικά περιορισμένου μήκους διαδρόμων προσγείωσης / απογείωσης των αεροδρομίων αυτών, έκαναν δυνατό για τους τουρ οπερέτορς να μετακινούν μεγάλους αριθμούς τουριστών απευθείας στον ήλιο, τη θάλασσα και την άμμο των ελληνικών νησιών, τα οποία ανταποκρινόντουσαν θετικά στη ζήτηση του διεθνούς τουρισμού για φτηνές διακοπές σε αυτά.

Η εντυπωσιακή και ταχύρυθμη ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού που, όπως ήδη ειπώθηκε, άρχισε ουσιαστικά στα μέσα περίπου της δεκαετίας του '70, επιβραδύνθηκε αισθητά προς το τέλος της δεκαετίας του '80. Έτσι, λοιπόν, ύστερα από μια περίοδο ταχύρυθμης ανάπτυξης της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας διαφάνηκε ότι κινδύνευε αυτή να μείνει στάσιμη στη δεκαετία του '90. Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα αντιμετώπιζε την περίοδο εκείνη το πρόβλημα του μετασχηματισμού της χώρας σε έναν τουριστικό προορισμό που να μπορεί να ανταγωνιστεί με επιτυχία άλλους τουριστικούς προορισμούς όχι μόνο ως προς την τιμή των παρεχομένων εκ μέρους τους υπηρεσιών φιλοξενίας, αλλά και ως προς την αξία τους σε σχέση με τα χρήματα που ξοδεύοντουσαν από τους τουρίστες για την

απόκτηση του δικαιώματος χρήσης τους. Αναμφίβολα ο ελληνικός τουρισμός βρίσκεται από το τέλος περίπου της δεκαετίας του '80 σε μια κρίσιμη καμπή. Η εφαρμογή της συμφωνίας της ένταξης της χώρας στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (Ε.Ο.Κ.) το 1981 και τα χρόνια οικονομικά της προβλήματα αναπόφευκτα προκάλεσαν βαθμιαία μια ουσιαστική αύξηση των τιμών και στην τουριστική της βιομηχανία, έτσι ώστε η Ελλάδα να μην μπορεί πια στο τέλος της δεκαετίας του '80 να θεωρείται σαν ένας τουριστικός προορισμός που μπορεί να πουληθεί στο εξωτερικό κατά κύριο λόγο για τη φθηνία του. Αν η τουριστική βιομηχανία της χώρας θα μπορέσει να ανακάμψει σύντομα από την κρίση αυτή και κυρίως να προσφέρει κάποτε και υψηλής ποιοτικής στάθμης υπηρεσίες φιλοξενίας στους επισκέπτες της που να αξίζουν αυτές τα χρήματα που είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αυτοί για να αποκτήσουν το δικαίωμα χρήσης τους και έτσι να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, θα το δείξει το μέλλον. Ο χρόνος, κατά συνέπεια, θα αποδείξει αν και κατά πόσο μπορεί να επιτευχθεί ο σκοπός αυτός και κάτω από ποιους όρους και προϋποθέσεις. **(BB 4)**

Η τουριστική ανάπτυξη στη δεκαετία του '90 προβληματική και μετ' εμποδίων

Όπως ήδη επανειλημμένα τονίστηκε, ο τουρισμός για την Ελλάδα αποτελεί χωρίς άλλο ένα σημαντικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, η συμβολή του οποίου στην αντιμετώπιση των μεγάλων προβλημάτων της οικονομίας κάθε άλλο παρά να αμφισβητηθεί μπορεί και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθεί. Παρά το γεγονός αυτό, όμως κανένας άλλος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας δεν δοκιμάζεται τόσο πολύ τα τελευταία χρόνια και ειδικότερα από το τέλος της δεκαετίας του '80 και μετά όσο ο τουρισμός. Και αυτό εξαιτίας της κυβερνητικής απραξίας κατά τη χρονική περίοδο για την οποία ο λόγος, αλλά και της βραδύτητας με την οποία έκτοτε οι εκάστοτε πολιτικές εξουσίες αντιμετώπιζαν τα διάφορα πιεστικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας, μεταξύ των οποίων και τις αρνητικές επιδράσεις σε αυτήν από την πολεμική σύρραξη στον Περσικό Κόλπο, τις κλιμακούμενες τρομοκρατικές ενέργειες στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, καθώς επίσης από την έκδοση των γνωστών ταξιδιωτικών οδηγιών των κυβερνήσεων των Η.Π.Α. και της Ιαπωνίας.

Το αμείλικτο ερώτημα που δικαιολογημένα τίθεται από τους παράγοντες της τουριστικής προσφοράς, δηλαδή τους ξενοδόχους, τουρ οπερέιτορς, ταξιδιωτικούς/τουριστικούς πράκτορες, απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία κλπ., αλλά και από απλούς πολίτες είναι το εξής: υπάρχει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής, με το οποίο να μπορούν να αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά χρόνια και άλλα πιεστικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας, και αν πραγματικά υπάρχει τέτοιο πρόγραμμα ποιο είναι αυτό, ποιοι είναι οι στόχοι του και με ποια μέτρα θα επιχειρηθεί εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας η επίτευξη τους.

Στις μέχρι σήμερα δηλώσεις τους, τα υπεύθυνα για τον τουρισμό πολιτικά πρόσωπα, κατά την διάρκεια της δεκαετίας του '90 τα οποία ας σημειωθεί προερχόντουσαν όλα χωρίς εξαίρεση από τους κόλπους των δυο μεγαλύτερων πολιτικών σχηματισμών της χώρας, περιοριζόντουσαν στο να εξηγούν τους γνωστούς λόγους που προβάλλουν οι εκάστοτε πολιτικές εξουσίες για τη μερική ή ολική ιδιωτικοποίηση των τουριστικών επιχειρήσεων και εγκαταστάσεων του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) ή τη μακροχρόνια μίσθωση τους σε ιδιώτες και να ανακοινώνουν αποσπασματικά μέτρα αντιμετώπισης μεμονωμένων προβλημάτων της τουριστικής οικονομίας. Ποτέ, όμως, δεν έκαναν, γνωστό οι εκάστοτε πολιτικές εξουσίες αν είχαν καταρτίσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής, το οποίο εφαρμοζόμενο να μπορούσε να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά στο σύνολο τους τα προβλήματα του τουρισμού και να δώσει λύσεις εφικτές σε αυτά. Συγκεκριμένα δεν ειπώθηκε μέχρι σήμερα απολύτως τίποτε σχετικά με το αν ήταν στις προθέσεις τους να επέμβουν ρυθμιστικά στην τουριστική οικονομία για να αναβαθμίσουν την τουριστική προσφορά, γενικά, για να αναπτύξουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού που συμβάλλουν στην προσέλκυση τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, για να καταμερίσουν ορθολογιστικά την τουριστική δραστηριότητα στο χώρο, για να εκτελέσουν, ολοκληρώσουν και συμπληρώσουν έργα ειδικής τουριστικής υποδομής και ανωδομής που διευκολύνουν την ανάπτυξη συγκεκριμένων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, για να πατάξουν την παραξενοδοχία που έχει τελευταία πάρει επικίνδυνες διαστάσεις σε ορισμένους τουριστικούς προορισμούς, για να ελέγξουν την τουριστική ανάπτυξη, για να προστατέψουν το φυσικό περιβάλλον των τουριστικών τόπων και τους θησαυρούς της πολιτιστικής μας κληρονομιάς και τέλος

για να εξουδετερώσουν τις αρνητικές οικονομικές και κοινωνικές επιδράσεις του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Στο ερώτημα αν υπάρχει στην Ελλάδα ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής για την αντιμετώπιση των προβλημάτων του τουρισμού και την αρμονική ανάπτυξη του με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, η απάντηση δυστυχώς είναι αρνητική. Και είναι αρνητική, γιατί αν πραγματικά υπήρχε τέτοιο πρόγραμμα, η πολιτική εξουσία δεν θα περιοριζόταν σήμερα στη λήψη αποσπασματικών μέτρων για την αντιμετώπιση μεμονωμένων προβλημάτων της τουριστικής οικονομίας, που βασικά δεν προσφέρουν τίποτε ουσιαστικό και δεν οδηγούν πουθενά, αλλά θα το είχε εφαρμόσει από την πρώτη κιόλας στιγμή που αναλάμβανε τη διαχείριση των κοινών.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι ένα πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής δεν αποτελεί τίποτε περισσότερο από μια λεπτομερή, αναλυτική και σαφή διατύπωση των τελικών και ενδιάμεσων στόχων της με τον προσδιορισμό, εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας, συγκεκριμένων ποσοτικών μεγεθών ή αριθμητικών αξιών, καθώς και του ακριβούς χρονικού ορίζοντα στα πλαίσια του οποίου θα επιχειρηθεί η επίτευξη τους με τη χρησιμοποίηση αποτελεσματικών μέτρων.

Για την ανυπαρξία ενός ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής πολιτικής, που θα μπορούσε να δώσει λύσεις στα προβλήματα που απασχολούν τον τουρισμό και που περιορίζουν την αποτελεσματικότητά του σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, θα πρέπει να χρεωθούν οι εκάστοτε πολιτικές εξουσίες και να τους καταλογιστεί ακέραιη η ευθύνη γι' αυτό. Αυτό, όμως, σε καμιά περίπτωση δεν απαλλάσσει τη σημερινή πολιτική εξουσία από την υποχρέωση κατάρτισης και εφαρμογής το ταχύτερο δυνατό ενός ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής πολιτικής με εφικτούς στόχους. Επειδή, όμως, τα προβλήματα και οι συνθήκες που επικρατούν κάθε φορά στην τουριστική οικονομία μεταβάλλονται με το πέρασμα του χρόνου και μάλιστα πολλές φορές γρηγορότερα απ' ό,τι μπορεί να υπολογίσει κανείς, είναι ανάγκη το ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής, που θα καταρτιστεί και εφαρμοστεί από την πολιτική εξουσία να αναθεωρείται κατά τακτά χρονικά διαστήματα και να αναπροσαρμόζονται οι στόχοι του, έτσι ώστε ποτέ να μη χάνει αυτό την αποτελεσματικότητά του.

Είλικρινά θα ήταν ευχής έργο η πολιτική εξουσία να ευαισθητοποιηθεί επιτέλους και να θελήσει έστω και καθυστερημένα να καταρτίσει και εφαρμόσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής πολιτικής, που θα δίνει λύσεις στα

προβλήματα της τουριστικής οικονομίας και προοπτική για μια παραπέρα ανάπτυξη της.

Παρά τα σοβαρά προβλήματα που αντιμετώπιζε ο τουρισμός στην Ελλάδα και στη δεκαετία του '90, αλλά και την πληθώρα των σφαλμάτων στα οποία κατ' εξακολούθηση υπέπεσαν οι παράγοντες της τουριστικής προσφοράς, η Ελλάδα βρίσκεται εδώ και χρόνια στην κατάσταση των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο αλλά και μεταξύ των σαράντα τουριστικών προορισμών με τις μεγαλύτερες τουριστικές εισπράξεις στον κόσμο (Πίνακες 10.2, 10.3.). Έτσι, λοιπόν, ενώ στο τέλος της δεκαετίας του '80, δηλαδή το 1990, η Ελλάδα κατείχε τη 13η θέση στη λίστα για την οποία ο λόγος με 8,9 περίπου εκατομμύρια αφίξεις διεθνών τουριστών και μερίδιο τουριστικής αγοράς στο παγκόσμιο σύνολο της τάξης του 1,95%. Οκτώ χρόνια αργότερα, δηλαδή το 1998, η Ελλάδα κατείχε τη 16η θέση στη λίστα των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών με 11,1 περίπου αφίξεις διεθνών τουριστών και μερίδιο τουριστικής αγοράς στο παγκόσμιο σύνολο της τάξης του 1,8%. Διαπιστώνεται, λοιπόν, ότι παρά το γεγονός ότι στη διάρκεια της δεκαετίας του '90 οι αφίξεις διεθνών τουριστών στην Ελλάδα εμφανίζουν μια αριθμητική αύξηση της τάξης των 2,2 περίπου εκατομμυρίων, το μερίδιο της στην τουριστική αγορά στο παγκόσμιο σύνολο μειώθηκε κατά 0,15%.

Η Ελλάδα σήμερα είναι ένας τουριστικός προορισμός που προσφέρεται σε πιθανούς τουρίστες με τους κανόνες του ελεύθερου ανταγωνισμού, ενώ η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες, από τις κυριότερες ευρωπαϊκές χώρες προέλευσης τουριστών, έχει λίγο-πολύ το χαρακτήρα μιας περιορισμένης τουριστικής αγοράς που δεν έχει πολλά να προσφέρει. Τα άτομα που την επισκέπτονται έρχονται, κατά κύριο λόγο, για να περάσουν ανέμελες και χαρούμενες διακοπές, στις οποίες ο ήλιος, η θάλασσα και η άμμος παίζουν καθοριστικό ρόλο. Όπως είναι γνωστό, η Ελλάδα διαθέτει μια μεγάλη ποικιλία παραλιακών θέρετρων, που μπορούν να ικανοποιήσουν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες του τμήματος εκείνου της τουριστικής αγοράς που επιθυμεί αυτού του είδους διακοπές σε μεγάλες ή μικρές ξενοδοχειακές μονάδες όλων των κατηγοριών, τα οποία αποτελούν μεγαλύτερους ή μικρότερους πόλους έλξης των τουριστών και βρίσκονται είτε στη νησιωτική είτε στην ηπειρωτική Ελλάδα.

Ας σημειωθεί ότι οι επισκέπτες της Ελλάδας στη μεγάλη τους πλειοψηφία ερχόντουσαν, όπως ήδη ειπώθηκε, και εξακολουθούν να έρχονται σε αυτήν, επειδή τη θεωρούν σαν ένα φτηνό τουριστικό προορισμό για διακοπές, με ιδανικές για το σκοπό αυτό κλιματολογικές συνθήκες, ατέλειωτες παραλίες, μεγάλη ηλιοφάνεια και

πολλά άλλα. Παρ' όλα αυτά, όμως, δεν είναι εύκολο να σκιαγραφήσει κανείς μι- λεπτομέρειες τον τουρίστα του μέλλοντος και πολύ περισσότερο να γνωρίζει τις μελλοντικές τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες. Βέβαιο, πάντως, πρέπει να θεωρείται ότι ο τουρίστας του μέλλοντος θα ανήκει κατά το πλείστον όπως και σήμερα άλλωστε, στις μεσαίες κοινωνικοοικονομικές τάξεις. Κατά συνέπεια, η δυνατότητα πραγματοποίησης φτηνότερων διακοπών θα ενδιαφέρει ένα ολοένα και μεγαλύτερο τμήμα της διεθνούς τουριστικής αγοράς. Το γεγονός αυτό σε καμιά περίπτωση δεν σημαίνει ότι θα υποβαθμιστούν ποιοτικά οι παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες, αλλά αντίθετα θα αναβαθμιστούν ποιοτικά αυτές στις περισσότερες περιπτώσεις. Όπως είναι γνωστό, όσο υψηλότερο είναι το μορφωτικό και πολιτιστικό επίπεδο των λαών, τόσο μεγαλύτερη είναι η ευαισθησία που δείχνουν σε θέματα άνεσης και ποιότητας, αλλά και της ανταποδοτικότητας των χρημάτων που διαθέτουν για την απόκτηση του δικαιώματος χρήσης των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών και διαμέσου αυτών να ικανοποιήσουν στο μέτρο του εφικτού συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί, ότι το μέλλον του ελληνικού τουρισμού διαγράφεται υπό προϋποθέσεις ευοίωνο. Η κυριότερη από αυτές είναι να αποφευχθούν οι παραλήψεις και τα σφάλματα του παρελθόντος που, όπως ήδη ειπώθηκε, "πληρώθηκαν" ακριβά από κάθε άποψη.(BB 4)

Η εμφάνιση των πρώτων επιβραδυντικοί ρυθμών της τουριστικής ανάπτυξης

Μετά από μια περίοδο δυναμικής ανάπτυξης που διάρκεσε μιάμιση περίπου δεκαετία, ο τουρισμός στην Ελλάδα και συγκεκριμένα ο διεθνής τουρισμός, άρχισε προς το τέλος της δεκαετίας του '80 να παρουσιάζει εμφανή σημεία επιβράδυνσης στην ανάπτυξη του. Το γεγονός αυτό αποτέλεσε σαφή προειδοποίηση των κρατούντων, ότι αν τα αίτια που την προκάλεσαν δεν αντιμετωπιστούν όσο το δυνατό γρηγορότερο και αποτελεσματικότερα, ενδέχεται αυτή να οδηγήσει, μελλοντικά, ακόμα και σε μια σημαντική μείωση του αριθμού των τουριστών που επισκέπτονται κάθε χρόνο διάφορες περιοχές της Ελλάδας και κυρίως τα νησιά, για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα, δηλαδή ο διεθνής τουρισμός, αντιμετώπιζε προς το τέλος της δεκαετίας του 80 τα προβλήματα του μετασχηματισμού της χώρας σε έναν τουριστικό προορισμό που θα μπορούσε να ανταγωνιστεί άλλους τουριστικούς προορισμούς όχι μόνο ως προς την τιμή των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών, αλλά και ως προς την πραγματική τους αξία σε σχέση με τα χρήματα που δαπανώνται από τους διεθνείς τουρίστες, προκειμένου να αποκτήσουν το δικαίωμα χρήσης τους.

Όπως είναι γνωστό, όσο υψηλότερο είναι το μορφωτικό και πολιτιστικό επίπεδο των ανθρώπων σε μια χώρα προέλευσης τουριστών, τόσο μεγαλύτερη είναι η ευαισθησία που δείχνουν αυτοί σε θέματα άνεσης και ποιότητας, καθώς επίσης ανταποδοτικότητας των χρημάτων που διαθέτουν για την απόκτηση του δικαιώματος καταναλωτή ή χρήσης ενός τουριστικού προϊόντος, προκειμένου να ικανοποιήσουν, στο μέτρο του εφικτού, συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες.

Αποτελεί κοινό μυστικό ότι η εντυπωσιακή, στην κυριολεξία, ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα, στο δεύτερο μισό της δεκαετή του '70, τροφοδοτήθηκε από ένα μεγάλο αριθμό διεθνών τουριστών που έπαψαν να επισκέπτονται άλλα μεσογειακά θέρετρα, κυρίως Ισπανικά, επειδή οι παρεχόμενες σε αυτά τουριστικές υπηρεσίες είχαν υπερτιμηθεί σημαντικά. Δυστυχώς, όμως, για τον τουρισμό της Ελλάδας, η ανάπτυξη του οποίου φαινόταν ότι θα διαρκούσε για μεγάλο χρονικό διάστημα, συνέβαλε μέχρι ενός σημείου στην καλλιέργεια ενός εφησυχαστικού κλίματος που, βαθμιαία μεν αλλά σταθερά, οδήγησε τη χώρα στο να επαναλάβει τα

σφάλματα που έκανε η Ισπανία στο παρελθόν και που, όπως είναι γνωστό, τα "πλήρωσε" ακριβά.

Έτσι, λοιπόν, οι απότομες αυξήσεις των τιμών των παραγομένων "τουριστικών υπηρεσιών είχαν σαν συνέπεια να πάψει πια η Ελλάδα να θεωρείται ένας φτηνός τουριστικός προορισμός για μαζικό τουρισμό συγκριτικά με άλλους μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς. Αλλά και η μη αναβάθμιση των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών δεν επέτρεψε την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού, αν και υπήρξε από τη δεκαετία του '80 ένας από τους κυριότερους σκοπούς των κρατούντων.

Πέρα από αυτό, όμως, δεν θα πρέπει να λησμονείται ότι η τουριστική υποδομή και ανωδομή της χώρας σχεδιάστηκε και κατασκευάστηκε βιαστικά στη δεκαετία του '70, σε ανταπόκριση της ζήτησης φτηνών τουριστικών υπηρεσιών εκ μέρους πιθανών τουριστών, τουρ οπερέιτορς, ταξιδιωτικών/τουριστικών πρακτόρων κλπ. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να μην είναι σε θέση η Ελλάδα να ικανοποιήσει τις ανάγκες ή επιθυμίες μιας τουριστικής αγοράς που είναι λιγότερο ευαίσθητη στις φτηνές τιμές των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών και περισσότερο στην ποιότητα και την πραγματική αξία τους σε σχέση με τα χρήματα που ξοδεύονται για την απόκτηση του δικαιώματος χρήσης τους. Όπως ήδη αναφέρθηκε, στο τέλος της δεκαετίας του '80, δηλαδή το 1990, περίπου 8,9 εκατομμύρια άνθρωποι επισκέφτηκαν την Ελλάδα (Πίνακας 10.1.). Σχεδόν το 65% των επισκεπτών της (τουρίστες και εκδρομείς) προήλθαν από άλλες χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Από δυο μόνο χώρες-μέλη και συγκεκριμένα από τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο προήλθε το 40% περίπου των τουριστών της. Οι χώρες για τις οποίες ο λόγος συνέχισαν και στη δεκαετία του '90 να διοχετεύουν στην Ελλάδα υψηλά ποσοστά επισκεπτών, σύμφωνα δε με όλες τις ενδείξεις θα εξακολουθήσουν να το κάνουν τουλάχιστον μέχρι το τέλος της πρώτης δεκαετίας του 21ου αιώνα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι Γερμανοί τουρ-οπερέιτορς και η πελατεία τους είναι πολύ πιο απαιτητικοί από τους Βρετανούς σε ό,τι αφορά στην ποιοτική στάθμη των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, αλλά και πολύ πιο πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα χρήματα απ' ό,τι οι Βρετανοί τουρ οπερέιτορς και η πελατεία τους για να αποκτήσουν το δικαίωμα χρήσης τους.

Ο μέσος όρος αύξησης των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα και στη δεκαετία του '80 ήταν κατά μέσο όρο της τάξης του 6% περίπου το χρόνο. Παρ' όλα αυτά, όμως, εκτιμήθηκε ότι εκτός απρόοπτου τα ποσοστά αυτά, δύσκολα θα μπορούσαν να

συνεχιστούν στα ίδια επίπεδα και μελλοντικά. Σύμφωνα με εκτιμήσεις των ειδικών, προβλέφθηκε ότι οι ρυθμοί αύξησης των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα μεσοπρόθεσμα, τουλάχιστον, θα ήταν, κατά πάσα πιθανότητα, θετικοί μεν πλην όμως μειωμένοι. Αλλά και προβλέψεις ειδικών σε όλο τον κόσμο, που κατά καιρούς βλέπουν το φως της δημοσιότητας, οδηγούν στο συκέρασμα ότι εκτός απρόοπτου ο διεθνής τουρισμός θα συνεχίσει να αυξάνεται και μελλοντικά, όχι όμως με τους ίδιους ρυθμούς που αυξανόταν στο παρελθόν ή αυτούς με τους οποίους αυξάνεται σήμερα. Τα χαμηλά, όμως, ποσοστά συμμετοχής της Ελλάδας στον τουρισμό της περιοχής της Μεσογείου, που στα τέλη της δεκαετίας του '80 ανέρχονταν σε 4,5% περίπου, δεν φάνηκε να αφήνουν μεγάλα περιθώρια βελτίωσης της θέσης της μεταξύ των αναπτυσσομένων τουριστικών αγορών του Νότου.

Η Ελλάδα, όπως και οι άλλοι τουριστικοί προορισμοί στην Ευρώπη, αντιμετωπίζει το πρόβλημα της εισόδου στη διεθνή τουριστική αγορά νέων τουριστικών προορισμών, που προσφέρουν τις τουριστικές τους υπηρεσίες σε ανταγωνιστικότερες τιμές, αλλά με λιγότερη τουριστική υποδομή και ανωδομή και βέβαια με λιγότερες ευκαιρίες ψυχαγωγίας και διασκέδασης. Οι πρώτες αρνητικές συνέπειες αυτού του γεγονότος άρχισαν να παρατηρούνται στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του '80, όπου παρά την άφιξη σημαντικού αριθμού τουρισμών ή ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες, το συνολικό μερίδιο της Ελλάδας στις τουριστικές αγορές των χωρών αυτών μειώθηκε αισθητά.

Σε αντιμετώπιση αυτού του ανταγωνισμού, εκ μέρους των νέων τουριστικών προορισμών, η Ελλάδα πρέπει να αναβαθμίσει και να διαφοροποιήσει την τουριστική της προσφορά, κάνοντας το τουριστικό της προϊόν πιο σύνθετο και εξειδικεύοντάς το περισσότερο, ώστε να γίνει και περισσότερο ελκυστικό στη διεθνή τουριστική αγορά. **(BB 9)**

Το ποσοστιαίο μερίδιο της Ελλάδας στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις σε παγκόσμιο σύνολο

Το 1990 η Ελλάδα σύμφωνα με στατιστικές του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) συγκαταλεγόταν, όπως ήδη αναφέρθηκε, μεταξύ των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο. Συγκεκριμένα κατείχε την 13η θέση στην παγκόσμια κατάταξη. ο δε αριθμός των διεθνών τουριστών που την είχαν επισκεφθεί ανέρχονταν, όπως είναι γνωστό, σε 8,9 περίπου εκατομμύρια (Πίνακα 2.). Παρ' όλο που η Ελλάδα συγκαταλεγόταν ταυτόχρονα και μεταξύ των σαράντα τουριστικών προορισμών με τις μεγαλύτερες τουριστικές εισπράξεις στον κόσμο, πλην όμως η αύξηση των εισπράξεων της από το διεθνή τουρισμό δεν ήταν ανάλογη με αυτήν των αφίξεων διεθνών τουριστών σε αυτήν. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα κατείχε την 24η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, οι δε εισπράξεις της από το διεθνή τουρισμό ήταν της τάξης των 2,6 περίπου δισεκατομμυρίων δολαρίων (Πίνακας 10.1.).

Οκτώ χρόνια αργότερα, δηλαδή το 1998, η Ελλάδα σύμφωνα με στατιστικές και πάλι του Π.Ο.Τ. συγκαταλεγόταν μεταξύ των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο, πλην όμως δεν καταλάμβανε πια την 13η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, αλλά βρισκόταν στην 16η θέση, ο δε αριθμός των διεθνών τουριστών που την είχαν επισκεφθεί ανερχόταν σε 11,1 περίπου εκατομμύρια (Πίνακας 10.2.). Αλλά και σε ό,τι αφορά τις εισπράξεις της από το διεθνή τουρισμό, Ελλάδα δεν καταλάμβανε πια την 24η θέση στην παγκόσμια κατάταξη αλλά την 27η, παρ' όλο ότι οι εισπράξεις της από το διεθνή τουρισμό ήταν της τάξης των 4 περίπου δισεκατομμυρίων δολαρίων (Πίνακας 10.3.). Στο σημείο αυτό θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.) εκτιμά ότι οι εισπράξεις της Ελλάδας από το διεθνή τουρισμό είναι κατά πολύ μεγαλύτερες από αυτές που εμφανίζουν οι στατιστικές του Π.Ο.Τ. Συγκεκριμένα το Ι.Τ.Ε.Π. εκτιμά ότι αυτές είναι της τάξης των 7 περίπου δισεκατομμυρίων δολαρίων.

Όταν μια χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, σαν την Ελλάδα, φιγουράρει εδώ και χρόνια στην πρώτη εικοσάδα των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο, είναι φυσικό να απορεί κανείς πώς είναι δυνατό όλα αυτά τα χρόνια να μην εμφανίζεται αυτή και στην πρώτη εικοσάδα των

σαράντα τουριστικών προορισμών, που πραγματοποιούν τις μεγαλύτερες εισπράξεις από το διεθνή τουρισμό.

Βέβαια θα πρέπει στο σημείο αυτό να διευκρινιστεί ότι η όλη αυτή κατάσταση σε καμιά περίπτωση δεν αποτελεί ελληνική πρωτοτυπία ή αποκλειστικότητα και αυτό γιατί το ίδιο παρατηρείται και σε ορισμένες άλλες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, όπως για παράδειγμα στην Ουγγαρία και στην Πορτογαλία, που ναι μεν συγκαταλέγονται και οι δύο στην πρώτη εικοσάδα των σαράντα δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών στον κόσμο, ως προς τον αριθμό των αφίξεων διεθνών τουριστών, όχι όμως και στην πρώτη εικοσάδα των σαράντα τουριστικών προορισμών που πραγματοποιούν τις μεγαλύτερες εισπράξεις από τον διεθνή τουρισμό (Πίνακες 10.2. και 10.3.).

Ειδικότερα για την περίπτωση της Ελλάδας θα πρέπει να ειπωθεί ότι η μη εμφάνιση της και στην πρώτη εικοσάδα των σαράντα τουριστικών προορισμών με τις μεγαλύτερες εισπράξεις από το διεθνή τουρισμό, πρέπει βασικά να αποδοθεί σε ορισμένους παράγοντες οι σημαντικότεροι από τους οποίους αναλύονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

(α) Η ποιοτική υποβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας χάρη στο εύκολο και γρήγορο κέρδος: στη διάρκεια της δεκαετίας του '80 παρατηρήθηκε μια βαθμιαία μεν, πλην όμως συνειδητή ποιοτική υποβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας και κατ' επέκταση των τουριστικών πακέτων, των οποίων, όπως είναι γνωστό, αποτελούν αυτές βασικό συστατικό στοιχείο. Η κυριότερη αιτία της ποιοτικής αυτής υποβάθμισης των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας οφειλόταν βασικά στην υπερχρέωση, των περισσότερων ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, πριν ακόμα αυτές αρχίσουν την οικονομική τους δραστηριότητα, και από την άλλη στις πιέσεις που δεχόντουσαν αυτές πιστωτικά ιδρύματα και όχι μόνο για να εξυπηρετήσουν τις υποχρεώσεις με επαχθέστατους αυτές συνήθως όρους. Όλα αυτά είχαν σαν αναπόφευκτη συνέπεια να δημιουργούνται προβλήματα οικονομικής ρευστότητας στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Στην προσπάθειά τους να επιβιώσουν αυτές οικονομικά, αναγκάζονταν να περιορίζουν ολοένα και περισσότερο το κόστος παραγωγής των παρεχομένων εκ μέρους τους υπηρεσιών φιλοξενίας, έστω και αν αυτό απέβαινε, βαθμιαία μεν αλλά σταθερά βάρος της ποιότητας τους, προκειμένου έτσι να έχουν τη δυνατότητα να πουλούν φτηνότερα από τον ανταγωνισμό απ' οπουδήποτε και αν προερχόταν αυτός. Πουλώνοντας, όμως, φτηνότερα υποβαθμισμένες ποιοτικά υπηρεσίες φιλοξενίας, ήταν φυσικό τα χρήματα που εισπράττονταν να είναι

λιγότερα, άρα να είναι λιγότερες και οι εισπράξεις που εμφάνιζε η Ελλάδα διεθνώς σαν χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.(BB 18)

ΠΙΝΑΚΑΣ 10,2.: Οι σαράντα δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί στον κόσμο.

Κατάταξη			Χώρες	Αφίξεις σε χιλιάδες 1998	% επί του συνόλου 1998
1990	1995	1998			
1	1	1	ΓΑΛΛΙΑ	70.000	11.2
3	3	2	ΙΣΠΑΝΙΑ	47.749	7.6
2	2	3	ΗΠΑ	47.127	7.5
4	4	4	ΙΤΑΛΙΑ	34.829	5.6
7	5	5	ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	25.475	4.1
12	8	6	ΚΙΝΑ	25.073	3,8
	7	7	ΜΕΞΙΚΟ	19.300	3.1
27	9	8	ΠΟΛΩΝΙΑ	18.520	3.0
10	11	9	ΚΑΝΑΔΑΣ	18.659	3.0
6	10	10	ΑΥΣΤΡΙΑ	17.282	2.8
9	13	11	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	16.504	2.6
16	12	12	ΔΗΜ. ΤΣΕΧΙΑΣ	16.325	2.6
17	18	13	ΡΩΣΙΑ	15.810	2.5
5	6	14	ΟΥΓΓΑΡΙΑ	14.660	2.4
14	17	15	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	11.200	1,9
13	16	16	ΕΛΛΑΔΑ	11.077	1.8
11	14	17	ΕΛΒΕΤΙΑ	11.025	1,8
19	15	18	ΚΙΝΑ, ΧΟΝΓΚ- ΚΟΝΓΚ	9.575	1,5
24	20	19	ΤΟΥΡΚΙΑ	9.200	1.5
20	22	20	ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	9.080	1.5
21	21	21	ΤΑΥΛΑΝΔΗ	7.720	1,1
15	19	22	ΜΑΛΑΙΣΙΑ	6.856	1,0
22	24	23	ΒΕΛΓΙΟ	6.218	1.0
26	25	24	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	6.073	1.0
55	26	25	ΝΟΤΙΑ ΑΦΡΙΚΗ	5.981	1.0

23	23	26	ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	5.600	0,9
53	49	27	ΒΡΑΖΙΛΙΑ	5.558	0,8
38	27	28	ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ	4.900	0,8
32	30	29	ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	4.859	0,8
29	29	30	ΤΥΝΗΣΙΑ	4.718	0,7
31	31	31	ΔΗΜ. ΚΟΡΕΑΣ	4.250	0,7
18	60	32	ΚΡΟΑΤΙΑ	4.200	0,7
28	34	33	ΙΑΠΩΝΙΑ	4.100	0,6
36	32	34	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	4.012	0,6
35	38	35	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	3.766	0,6
37	35	36	ΣΑΟΥΔΙΚΗ ΑΡΑΒΙΑ	3.700	0,6
34	28	37	ΜΑΚΑΟ	3.590	0,5
33	36	38	ΠΟΥΕΡΤΟ ΡΙΚΟ	3.255	0,5
25	40	39	ΜΑΡΟΚΟ	3.241	0,5
30	39	40	ΡΟΥΜΑΝΙΑ	2.974	0,5
			Σύνολο 1-40	544.323	84,2
			Παγκόσμιο Σύνολο	625.236	100,0

Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.).

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3.: Οι σαράντα τουριστικοί προορισμοί με τις μεγαλύτερες τουριστικές εισπράξεις ΟΤΑΝ κόσμο (εξαιρουμένων των μεταφορών)

Κατάταξη			Χώρες	Αφίξεις σε χιλιάδες 1998	% επί του συνόλου 1998
1990	1995	1998			
1	1	1	ΗΠΑ	74.240	16,7
3	2	2	ΙΤΑΛΙΑ	30.427	6,8
2	3	3	ΓΑΛΛΙΑ	29.700	6,7
4	4	4	ΣΠΑΝΙΑ	29.585	6,7
5	5	5	ΗΝΩΜΕΝΑ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	21.295	4,8
6	6	6	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	15.859	3,6
25	10	7	ΚΙΝΑ	12.600	2,8
7	7	8	ΑΥΣΤΡΙΑ	11.560	2,6
9	12	9	ΚΑΝΑΔΑΣ	9.133	2,1

21	21	10	ΤΟΥΡΚΙΑ	8.300	1,9
8	9	Π	ΕΛΒΕΤΙΑ	8.208	1,8
65	15	12	ΠΟΛΩΝΙΑ	8.000	1,8
10	17	13	ΜΕΞΙΚΟ	7.850	1,8
11	8	14	ΚΙΝΑ, ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ	7.109	1,6
23	23	15	ΡΩΣΙΑ	7.107	1,6
13	14	16	ΤΑΪΛΑΝΔΗ	6.392	1,4
14	16	17	ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	5.749	1,3
18	19	18	ΔΗΜ. ΚΟΡΕΑΣ	5.700	1,3
15	13	19	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	5.694	1,3
16	18	20	ΒΕΛΓΙΟ	5.375	1,2
27	24	21	ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	5.363	1,2
26	20	22	ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ	5.138	1,1
12	11	23	ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	4.984	1,1
19	22	24	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	4.665	1,0
17	30	25	ΙΑΠΩΝΙΑ	4.154	0,9
22	28	26	ΣΟΥΗΔΙΑ	4.107	0,9
24	25	27	ΕΛΛΑΔΑ	4.050	0,9
44	35	28	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	3.838	0,9
36	40	29	ΒΡΑΖΙΛΙΑ	3.678	0,8
62	33	30	ΔΗΜ. ΤΣΕΧΙΑΣ	3.509	0,8
31	26	31	ΜΑΛΑΙΣΙΑ	3.369	0,8
34	31	32	ΜΑΚΑΟ	3.300	0,7
29	29	33	ΤΑΪΒΑΝ	3.231	0,7
33	36	34	ΙΝΔΙΑ	3.168	0,7
35	34	35	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	3.159	0,7
20	27	36	ΔΑΝΙΑ	3.036	0,7
30	48	37	ΚΡΟΑΤΙΑ	2.740	0,6
37	32	38	ΙΣΡΑΗΛ	2.700	0,6
50	44	39	ΟΥΓΓΑΡΙΑ	2.568	0,6
40	37	40	ΦΙΛΙΠΠΙΝΕΣ	2.421	0,5
Σύνολο 1-40				383.061	86,1
Παγκόσμιο Σύνολο				444.741	100,0

1981: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.).

(β) Η απόκρυψη τουριστικών εσόδων μέσω υποτιμολογήσης των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας: οι αυστηροί συναλλαγματικοί περιορισμοί που ίσχυσαν από το τέλος των εχθροπραξιών τοπ Β' Παγκόσμιου Πολέμου μέχρι και το πρώτο μισό περίπου της δεκαετίας του '90, αλλά και η ευρύτατα διαδεδομένη, σε βαθμό, τάση απόκρυψη εσόδων και κατ' επέκταση κερδών από τις φορολογικές αρχές από μια σχετικά μεγάλη μερίδα Ελλήνων επιχειρηματιών, γενικά, οδήγησαν πολλούς από αυτούς που αναπτύσσουν οικονομική δραστηριότητα στον τουρισμό και ιδιαίτερα στην ξενοδοχεία, να προσφύγουν σε υποτιμολογήσεις των παρεχομένων εκ μέρους τους υπηρεσιών φιλοξενίας. Με αυτόν τον τρόπο ασφάλιζαν ουσιαστικά δυο πράγματα και συγκεκριμένα την εμφάνιση λιγότερων φορολογητέων εισοδημάτων και κατ' επέκταση την καταβολή λιγότερων φόρων εισοδήματος, από τη μια πλευρά, και από την άλλη την κατάθεση των εσόδων που φοροδιαφεύγαν με τη μέθοδο της υποτιμολογήσης των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας σε λογαριασμούς πιστωτικών ιδρυμάτων του εξωτερικού. Η απόκρυψη, όμως, εσόδων για τους λόγους που αναφέρθηκαν πιο πάνω εκ μέρους τουριστικών επιχειρηματιών είχε, όπως ήταν φυσικό, μεταξύ άλλων σαν συνέπεια και την εμφάνιση μικρότερων εισπράξεων από το διεθνή τουρισμό εκ μέρους της Ελλάδας.

(γ) Η αδυναμία εξακρίβωσης των εσόδων της παραξενοδοχίας: η παραξενοδοχία στην Ελλάδα είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στις πολύ αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές της, όπως είναι για παράδειγμα η Κρήτη και η Ρόδος που υποδέχονται και φιλοξενούν κάθε χρόνο το 45% περίπου των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα. Το γεγονός αυτό εκτός ότι δεν επιτρέπει τον ποιοτικό έλεγχο των παρεχομένων υπηρεσιών φιλοξενίας εκ μέρους των αρμοδίων κρατικών υπηρεσιών, έχει αναπόφευκτα και σαν συνέπεια να φοροδιαφεύγουν τελείως τα έσοδα της, αφού αυτά δεν μπορούν να βεβαιωθούν από τις εφορίες, προκειμένου να εισπραχθεί ο φόρος που τους αναλογεί. Εξαιτίας αυτού, τα έσοδα της παραξενοδοχίας δεν μπορούν να εμφανιστούν σαν εισπράξεις της χώρας από το διεθνή τουρισμό.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί, ότι ήδη από το τέλος της δεκαετίας του '80 είχε συνειδητοποιηθεί ότι ο μέσος όρος των ποσοστιαίων αφίξεων διεθνών τουριστών στην Ελλάδα πολύ δύσκολα θα μπορούσε στο εξής να διατηρηθεί στα επίπεδα της δεκαετίας του '80. Η διαπίστωση αυτή δεν ίσχυε μόνο για την περίπτωση της Ελλάδας, αλλά και για τη συντριπτική πλειοψηφία των σαράντα δημοφιλέστερων

τουριστικών προορισμών στον κόσμο μετά το 1990. Η διαμόρφωση της νέας αυτής κατάστασης θα πρέπει, βασικά, να αποδοθεί στο πρόβλημα που αντιμετώπιζαν τότε και που εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν σήμερα όλοι οι παραδοσιακοί τουριστικοί προορισμοί στον κόσμο και ιδιαίτερα αυτοί στην Ευρώπη εξαιτίας της εισόδου στη διεθνή τουριστική αγορά νέων τουριστικών προορισμών, που προσφέρουν τις τουριστικές τους υπηρεσίες σε άκρως ανταγωνιστικές τιμές. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι το πρόβλημα αυτό θα γίνει μελλοντικά πιεστικότερο, όταν οι νέοι τουριστικοί προορισμοί θα μπορέσουν με τον καιρό να βελτιώσουν και συμπληρώσουν την τουριστική τους υποδομή και ανωδομή, καθώς επίσης τις παρεχόμενες εκ μέρους τους υπηρεσίες φιλοξενίας και ακόμα να αυξήσουν τις δυνατότητες ψυχαγωγίας και διασκέδασης των επισκεπτών τους. **(BB 19)**

Η νοερή εικόνα της Ελλάδας σαν τουριστικού προορισμού

Η νοερή τουριστική εικόνα της Ελλάδας σαν τουριστικού προορισμού που προσφέρει μόνο άφθονο "ήλιο, άμμο και θάλασσα" και που κατασκευάστηκε στις δεκαετίες του '60 και '70, καθώς επίσης η πολιτική των διαφόρων κυβερνήσεων της παρέχει πιστωτικά κίνητρα σε επενδυτές, αλλά και η αύξηση ναυλωμένων αεροπορικών πτήσεων από κράτη προέλευσης τουριστών απευθείας σε κέντρα διακοπών της νησιωτικής Ελλάδας, βαθμιαία μεν αλλά σταθερά συντέλεσαν στο να μην προβάλλονται επαρκώς τα πολιτικά θέληγτρα του ελλαδικού χώρου.

Στην πραγματικότητα αυτές είναι οι τρεις κύριες αιτίες για τη σημαντική πτώση του τουρισμού στην Αθήνα, που στο παρελθόν ήταν το επίκεντρο των επισκεπτών αξιοθέατων και το σημείο αναχώρησης για άλλους τόπους τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως αρχαιολογικοί και ιστορικοί χώροι, αρχαία μνημεία κλπ., καθώς επίσης για τα νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου Πελάγους.

Οι παράγοντες που παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της νοερής τουριστικής εικόνας της Ελλάδας είναι οι τουρ οπερειτορς, οι αεροπορικές εταιρίες πολλές από τις οποίες είναι επίσης μεγάλοι τουρ οπερέιτορς, οι ταξιδιωτικοί/τουριστικοί πράκτορες και τέλος οι ίδιοι οι καταναλωτές ή χρήστες τουριστικών προϊόντων, δηλαδή οι τουρίστες.

Η ανταγωνιστικότητα των ελληνικών πακέτων διακοπών εξαρτάται κατά κύρια λόγο από τη σχέση μεταξύ κόστους και απόδοσης οφέλους ή χρησιμότητας. Μια σχέση για την οποία, τόσο στη δεκαετία του '80 όσο και σε αυτήν του '90, ο τουρίστας και ειδικότερα αυτός που θέλει να συντονίζει τα έσοδα του με τις δαπάνες που προγραμματίζει να πραγματοποιήσει, έδειξε να είναι πολύ ευαίσθητος. Η ευαισθησία αυτή προέρχεται από τη συνεχή πληροφόρηση που παρέχεται από οργανισμούς στο εξωτερικό που ειδικεύονται στην προστασία και την καθοδήγηση του πιθανού τουρίστα, από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τέλος από τη νομοθεσία τόσο την εγχώρια όσο και τη διεθνή.

Οι κύριοι ανταγωνιστές της Ελλάδας σε όλα τα τμήματα της τουριστικής αγοράς είναι χωρίς άλλο οι τουριστικοί προορισμοί της Μεσογείου, οι περισσότεροι από τους οποίους προσφέρουν θέλγητρα και υπηρεσίες παρόμοιες περίπου με αυτές που προσφέρει η Ελλάδα, δηλαδή αρχαία μνημεία, ιστορικούς χώρους, δυνατότητες για ψυχαγωγία, διασκέδαση και ψώνια, φτηνό φαγητό και ποτά, ιδανικές για διακοπές κλιματολογικές συνθήκες, πληθώρα παραλιακών θέρετρων, τα οποία μπορούν εύκολα να προσεγγιστούν. Συγκριτικά με τους άλλους Μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς η Ελλάδα έχει ένα ξεκάθαρο πλεονέκτημα, σε ό,τι αφορά στον επισκέπτη των διακοπών, της ξεκούρασης και της ανεμελιάς, μόνο έναντι της Ιταλίας. Σε ό,τι πάλι αφορά στην αγορά των φτηνότερων τουριστικών πακέτων για διακοπές σε παραθαλάσσια θέρετρα ή κέντρα διακοπών, η Ισπανία εξακολουθεί να είναι άκρως ανταγωνιστική συγκριτικά με την Ελλάδα. Το ίδιο ισχύει και για την Τουρκία, η οποία την δεκαετία του '80 εμφανίστηκε στη διεθνή αγορά του μαζικού τουρισμού σε παραθαλάσσια θέρετρα σαν ένας ισχυρός αντίπαλος τουριστικός προορισμός με θέλγητρα παρόμοια με αυτά της Ελλάδας.

Επίσης θα πρέπει να σημειωθεί ότι αυτοί που επισκέπτονται την Ελλάδα, για τουριστικούς λόγους, στην συντριπτική τους πλειοψηφία έρχονται κατά κύριο λόγο για να περάσουν ξεκούραστες και ανέμελες διακοπές, στις οποίες ο ήλιος, η θάλασσα και η άμμος αποτελούν τα σημαντικότερα συστατικά στοιχεία. Η Ελλάδα διαθέτει, όπως ήδη ειπώθηκε, μια μεγάλη ποικιλία παραλιακών θέρετρων που μπορούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες ή επιθυμίες του τμήματος εκείνου της τουριστικής αγοράς που επιθυμεί αυτού του είδους ξενοδοχειακές μονάδες, που αποτελούν μεγαλύτερους ή μικρότερους πόλους έλξης των τουριστών και που βρίσκονται κατά κύριο λόγο στη νησιωτική Ελλάδα. **(ΒΠ 1)**

Οι τάσεις της ζήτησης διεθνώς για τουρισμό στην Ελλάδα

Όπως ήδη ειπώθηκε, μια προσπάθεια σκιαγράφησης του τουρίστα του μέλλοντος, που θα επισκέπτεται την Ελλάδα, είναι χωρίς άλλο δύσκολη. Αλλά και η πρόβλεψη των μελλοντικών του τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών είναι, οπωσδήποτε, δυσκολότερη. Αυτό, όμως, σε καμιά περίπτωση δεν σημαίνει ότι είναι αδύνατο να γίνουν κάποιες εκτιμήσεις προς την κατεύθυνση αυτή, όπως αυτές που παραθέτονται συνοπτικά αμέσως πιο κάτω:

(α) Τουρίστες απ' όλα τα μέρη του κόσμου, που τους ενδιαφέρει ο αρχαίος ελληνικός πολιτισμός, θα συνεχίσουν να θεωρούν την Ελλάδα σαν το λίκνο του δυτικού πολιτισμού, τη χώρα στην οποία μπορούν να βρουν τις ρίζες τους, να επισκεφτούν μουσεία, αρχαιολογικούς και ιστορικούς χώρους, πολιτιστικές και φεστιβαλικές εκδηλώσεις κλπ. Κοντολογίς αυτό σημαίνει, ότι δεν υπάρχουν ενδείξεις ότι τα παραδοσιακά αυτά τουριστικά κίνητρα πρόκειται να μεταβληθούν μελλοντικά.

(β) Μεταξύ των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που σύμφωνα με τις εκτιμήσεις πρόκειται να αναπτυχθούν ταχύρρυθμα, είναι κυρίως αυτή του επαγγελματικού τουρισμού. Σε αυτό θα συμβάλει αποφασιστικά η σημαντική μείωση του κόστους του αεροπορικού ταξιδιού, ιδιαίτερα δε προς ορισμένους τουριστικούς προορισμούς που θα κάνει τις μετακινήσεις των τουριστών αυτής της κατηγορίας ευκολότερη, άσχετα από το αν το κόστος που συνεπάγεται η πραγματοποίησή του θα καλύπτεται από τους εργοδότες των τουριστών ή από τους ίδιους τους τουρίστες, προκειμένου αυτοί να συμμετάσχουν σε συνέδρια, εκθέσεις, ταξίδια κινήτρων κλπ.

(γ) Για τους περισσότερους Ευρωπαίους τουρίστες, το ενδιαφέρον τους για την πραγματοποίηση διακοπών σε ηλιόλουστες χώρες συνδέεται στενά με το αν αυτές είναι της μόδας, σαν τουριστικοί προορισμοί γενικού τουρισμού, δηλαδή διακοπών και ευχαρίστησης, που εκφράζεται όχι μόνο με το τι μπορούν να δουν εκεί τους επισκέπτονται, αλλά κυρίως με το τι μπορούν να κάνουν εκεί, όταν τους επισκέπτονται. για αυτόν το λόγο αθλητικές εγκαταστάσεις κάθε είδους, καθώς επίσης άλλες εγκαταστάσεις για την άθληση, ψυχαγωγία και διασκέδαση των τουριστών, θα παίξουν έναν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής πρόσφορος.

(δ) Ο τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας είναι πιθανό να αναπτυχθεί δυναμικά στο μέλλον σε παγκόσμια κλίμακα, για να εξυπηρετήσει την τουριστική μετακίνηση των ατόμων αυτών, που σαν συνταξιούχοι που είναι έχουν συνήθως πολύ ελεύθερο χρόνο στη διάθεση τους και σταθερό εισόδημα. Απαραίτητη προϋπόθεση, όμως, για την ανάπτυξη αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού είναι η προσφορά πακέτων διακοπών οικονομικά προσιτών, που απευθύνονται ειδικά σε αυτήν την κατηγορία πελατών, καθώς επίσης η κατασκευή ειδικών εγκαταστάσεων όπου και όταν αυτό κρίνεται αναγκαίο.

(ε) Ο αριθμός των νέων ανθρώπων αν και αριθμητικά αυξάνει στις κύριες χώρες προέλευσης τουριστών με χαμηλότερους ρυθμούς απ' ό,τι στο παρελθόν, εκτιμάται ότι μελλοντικά θα ταξιδεύουν περισσότεροι από αυτούς στο εξωτερικό για τουριστικούς λόγους, ειδικότερα μετά την κατάργηση των μεθοριακών διατυπώσεων μεταξύ των χωρών-μελών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας και Γη μετεξέλιξη της τελευταίας σε Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και την απλούστευση τους σε πολλές άλλες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών.(BB 12)

Το εννοιολογικό περιεχόμενο της οικονομικής περιφέρειας

Είναι αλήθεια ότι ως προς το εννοιολογικό περιεχόμενο της οικονομικής περιφέρειας επικρατεί κάποια σύγχυση, αφού δεν είναι λίγοι εκείνοι που πιστεύουν ότι αυτό είναι ταυτόσημο με εκείνο του οικονομικού χώρου. Η αντίληψη αυτή, βέβαια, κάθε άλλο παρά σωστή μπορεί να θεωρηθεί, γιατί πραγματικά υπάρχει κάποια ειδοποιός διαφορά μεταξύ των δυο πιο πάνω εννοιών. Συγκεκριμένα η περιφέρεια από οικονομική άποψη, αποτελεί μια συνεχόμενη και γεωγραφικά προσδιορισμένη έκταση, ενώ ο χώρος από την ίδια άποψη, αποτελεί τμήμα του γεωγραφικού χώρου, που κυριαρχείται από οικονομικές μεταβλητές και το οποίο είναι απαραίτητο για την ικανοποίηση των αναγκών ή επιθυμιών. Οι ξενοδοχειακές μονάδες, για παράδειγμα, μιας τουριστικής επιχείρησης, που βρίσκονται διασπαρμένες σε διάφορα γεωγραφικά σημεία ενός κράτους, αποτελούν τον οικονομικό χώρο. Επειδή, όμως, δεν έχουν το χαρακτηριστικό της συνέχειας δεν μπορούν να θεωρηθούν σαν οικονομική περιφέρεια.

Με βάση όσα εκτέθηκαν πιο πάνω, θα μπορούσε η οικονομική περιφέρεια ή απλά περιφέρεια να οριστεί σαν μια δυναμική και συνεχόμενη γεωγραφική ενότητα, που τα συστατικά της στοιχεία μεταβάλλονται στη διάρκεια του χρόνου και επηρεάζουν τα όρια της.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι το περιφερειακό πρόβλημα εμφανίζεται με διαφορετική μορφή και ένταση. Στην πραγματικότητα όλες οι περιφέρειες χαρακτηρίζονται από ένα μικρό ή μεγάλο βαθμό προβληματικότητας, που για να αντιμετωπιστεί αποτελεσματικά πρέπει οπωσδήποτε να εφαρμοστεί μια ανάλογη περιφερειακή πολιτική. Έτσι, λοιπόν, οι αναπτυσσόμενες περιφέρειες, για παράδειγμα, αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα οργάνωσης του χώρου, αποκέντρωσης των οικονομικών δραστηριοτήτων, προστασίας του περιβάλλοντος κλπ. Οι φθίνουσες περιφέρειες, πάλι, έχουν ανάγκη ενίσχυσης της οικονομίας τους με νέες δυναμικές οικονομικές δραστηριότητες, αντιμετώπισης της αδυναμίας τους να αναπτυχθούν αυτοδύναμα λόγω ανεπάρκεια φυσικών πόρων κλπ.

Πέρα από όλα αυτά, όμως, θα πρέπει να ειπωθεί ότι ειδικά οι αναπτυσσόμενες περιφέρειες έχουν ανάγκη οργάνωσης του δικτύου οικισμών, περιορισμού της μετανάστευσης σε φυσιολογικά όρια, πραγματοποίησης διαρθρωτικών μεταβολών στην οικονομία τους, κατασκευής έργων υποδομής και ανωδομής κλπ. **(BB 20)**

Η προσπάθεια ανάπτυξης του τουρισμού στην περιφέρεια

Μία από τις οικονομικές δραστηριότητες που επιχειρείται να αναπτυχθεί σε περιφερειακό επίπεδο τόσο σε αναπτυσσόμενες χώρες όσο και σε αναπτυσσόμενες είναι και ο τουρισμός. Μέχρι και πριν από μερικές δεκαετίες, η ανάπτυξη του τουρισμού πέρα από το ό,τι ήταν απρογραμμάτιστη και ευκαιριακή, επικεντρωνόταν κατά κύριο λόγο στα μεγάλα αστικά κέντρα. Έκτοτε, όμως, παρατηρείται βαθμιαία μια αυξανόμενη τάση αποκέντρωσης της τουριστικής ανάπτυξης τόσο σε επίπεδο χώρου όσο και σε επίπεδο περιφέρειας, η οποία αν και πάλι απρογραμμάτιστη, τις περισσότερες φορές, καρποφόρησε αλλού λιγότερο και αλλού περισσότερο. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι μια περιφέρεια της ελληνικής επικράτειας, για παράδειγμα, και συγκεκριμένα η Κρήτη, η οποία προσελκύει σήμερα το 25% περίπου των διεθνών τουριστών που επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα για να ικανοποιήσουν τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Θα πρέπει, όμως, στο

σημείο αυτό να διευκρινιστεί ότι καθοριστικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης δεν έπαιξε μόνο η ύπαρξη μιας στοιχειώδους τουριστικής υποδομής και μιας πολύ καλής, σε γενικές γραμμές, τουριστικής ανωδομής, που δημιουργήθηκε χάρη στην επενδυτική δραστηριότητα της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, αλλά και στη δυνατότητα των τουριστών να κάνουν χρήση του κλασσικού ελληνικού τουριστικού προϊόντος, τα συστατικά στοιχεία του οποίου συνοψίζονται, όπως είναι γνωστό, σε "θάλασσα - ήλιος - άμμος", για μεγαλύτερη χρονική διάρκεια από οποιαδήποτε άλλη περιφέρεια της Ελληνικής επικράτειας. Συγκεκριμένα η τουριστική περίοδος στην Κρήτη διαρκεί περίπου 7-8 μήνες το χρόνο.

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια δεν είναι τόσο εύκολη, όσο ενδεχόμενα να φαίνεται από πρώτη όψη και τούτο γιατί απαραίτητη προϋπόθεση για να μπορέσει να επιτευχθεί αυτή, είναι η δημιουργία έργων τουριστικής υποδομής με κρατική χρηματοδότηση, η δημιουργία έργων τουριστικής ανωδομής με την ανάπτυξη επενδυτικής δραστηριότητας, εκ μέρους της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, καθώς επίσης η εκπαίδευση τουριστικών στελεχών και η κατάλληλη κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού σε τουριστικά επαγγέλματα για την παροχή της ζητούμενης ποσότητας και ποιοτικής στάθμης τουριστικών υπηρεσιών. Και ακόμα το τουριστικό προϊόν, το οποίο θα παράγεται και προσφέρεται, να είναι αυτό που ζητούν οι ξένοι και ντόπιοι τουρίστες, για να ικανοποιήσουν κάνοντας χρήση του συγκεκριμένες τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Πάνω απ' όλα, όμως, η ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια προϋποθέτει τη χάραξη και εφαρμογή μιας ρεαλιστικής περιφερειακής πολιτικής, εκ μέρους των κρατούντων, στο πλαίσιο, πάντα, της υλοποίησης του προγράμματος οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης.

Ας σημειωθεί ότι η άσκηση περιφερειακής πολιτικής εκ μέρους της πολιτικής εξουσίας τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσομένων χωρών, δεν περιορίζεται πια στην αντιμετώπιση μεμονωμένων περιφερειακών προβλημάτων, αλλά τα αντιμετωπίζει στο σύνολο τους σε ολόκληρη την επικράτεια τους. Εκτός τούτου, όμως, οι στόχοι της σύγχρονης περιφερειακής πολιτικής διευρύνονται ολοένα και περισσότερο, με αποτέλεσμα να περιλαμβάνουν αυτοί συνεχώς νέους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, όπως είναι για παράδειγμα ο τουρισμός, αρκεί να μπορούν αυτοί να αναπτυχθούν και να συμβάλουν στο μέτρο του εφικτού στην ισόρροπη ανάπτυξη της περιφέρειας, στην πλήρη απασχόληση του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της, στην αύξηση του κατά κεφαλήν ακαθάριστου εισοδήματος του και γενικότερα στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του. (BB 20)

Αφίξεις, Διανυκτερεύσεις και Μέση Διάρκεια Παραμονής

Οι αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα σημείωσαν μακροχρόνια αυξητική τάση, σημειώνοντας ωστόσο διακυμάνσεις εξαιτίας της ιδιαιτερότητας που παρουσιάζει η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος, χωρίς όμως να διακόπτεται η ανοδική πορεία. Ο αριθμός των τουριστών που επισκέφτηκε τη χώρα μας υπερδιπλασιάστηκε την περίοδο 1980-1999. Η σημαντικότερη όμως αύξηση σημειώθηκε την περίοδο 1980-1990 (76,6%), ενώ η αύξηση την περίοδο 1990-1999 ήταν σημαντικά μικρότερη (22,0%). Το γεγονός αυτό εξηγείται, μεταξύ άλλων, από τη συναλλαγματική πολιτική που ακολούθησε η χώρα μας την εν λόγω περίοδο, η οποία οδήγησε στην υπερτίμηση της δραχμής σε σχετικούς πραγματικούς όρους, με αποτέλεσμα τη συνεχή εξασθένηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, και από το χαμηλότερο επίπεδο που βρισκόταν το ύψος των αφίξεων το 1980 έναντι του 1990 (σχεδόν το ήμισυ) (Κουζέλης, 1997). Η παραπάνω πορεία των αφίξεων αναφέρεται στους τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα μας με οποιοδήποτε άλλο μέσο μεταφοράς εκτός από κρουαζιερόπλοια. Η τελευταία κατηγορία αφίξεων παρά τις διακυμάνσεις που σημείωσε την περίοδο 1980-1999 δεν κατάφερε τελικά να σημειώσει αυξητική πορεία αφού οι αφίξεις τουριστών με κρουαζιερόπλοια από 475.000 που ήταν το 1980 μειώθηκαν στις 442.000 το 1999 (Πίνακας 2.1).

Ένα πιο ενδεικτικό μέγεθος της τουριστικής κίνησης είναι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών αλλά και ημεδαπών τουριστών. Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων μετεβλήθη την περίοδο 1980-1999 κατά 60%, ενώ η αντίστοιχη μεταβολή των αφίξεων ήταν 139%. Η διαφορά στις δύο αυτές μεταβολές αποτελεί ένδειξη ότι η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών στη χώρα μας παρουσιάζεται μειωμένη. Ωστόσο τα επίσημα στοιχεία, λόγω της ανεπάρκειας τους, δεν μας επιτρέπουν να καταλήξουμε σε αξιόπιστα συμπεράσματα.

Είναι βέβαιο όμως και αναγνωρίζεται από όλους που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, ότι τα επίσημα στατιστικά στοιχεία απέχουν σημαντικά από την πραγματικότητα. Πράγματι, όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο (μελέτες ΙΤΕΠ, Δ. Ψωινού και Ινστιτούτου Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Μελετών Ρόδου),

η μέση διάρκεια παραμονής των ξένων τουριστών στη χώρα μας είναι τουλάχιστον 9-10 ημέρες. Το συμπέρασμα αυτό εξάγεται αν κάποιος λάβει υπόψη του ότι η μικρότερη διάρκεια ενός τουριστικού «πακέτου» διακοπών στη χώρα μας είναι, σε γενικές γραμμές, 7 ημέρες και η μεγαλύτερη 15 ημέρες. Το μέγεθος αυτό της μέσης διάρκειας παραμονής είναι συνεπές και με τις εκτιμήσεις τόσο του ΙΤΕΠ όσο και του WTO για τη συμβολή του τουρισμού στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν της χώρας μας.

Σχετικά με τον αριθμό των διανυκτερεύσεων των εγχωρίων τουριστών εκφράζονται επίσης αμφιβολίες για την ακρίβεια του. Οι αμφιβολίες αυτές επιβεβαιώνονται από έρευνα της ΕΣΥΕ για την τουριστική συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά των ελληνικών νοικοκυριών (ΙΤΕΠ, 1999). Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων εγχώριου τουρισμού σε ξενοδοχειακά καταλύματα (και προς αυτά εξομοιούμενα), καθώς και σε άλλα καταλύματα (ενοικιαζόμενα, κ.τ.λ.) είναι περίπου διπλάσιος του καταγεγραμμένου μέχρι τώρα από τις αρμόδιες υπηρεσίες.

Πίνακας 2.1 Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών
(σε χιλ.)

Ετος	Σύνολο Αφίξεων	Δείκτης Εξέλιξης	Αφίξεις Τουριστών	Δείκτης	Αφίξεις με Κρουαζιερ όπλαια	Δείκτης Εξέλιξης
1980	5271	100,0	4796	100,0	475	100,0
1985	7039	133,5	6574	137,0	465	97,8
1990	9310	176,6	8873	185,0	437	92,0
1991	8271	156,9	8036	167,5	235	49,4
1992	9756	185,0	9331	194,4	425	89,4
1993	9913	188,0	9413	196,3	500	105,2
1994	11231,	213,0	10642	201,9	589	124,0
1995	10712	203,2	10130	211,2	582	122,5
1996	9782	185,6	9233	192,5	549	115,5
1997	10588	200,8	10070	209,9	518	109,0
1998	11363	215,5	10916	227,6	447	94,1
1999	12606	239,1	12164	253,6	442	93,0

MEM 1990- 1999	2,7%	2,6%		5,3%	
----------------------	------	------	--	------	--

* Δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις τουριστών με κρουαζιερόπλοια-

Πηγή: ΕΟΤ.

Πίνακας 2.2 Διανυκτέρευσης Ημεδαπών και Αλλοδαπών Τουριστών							
Ετος	Σύνολο Λιαν/σεων	Δείκτης Εξέλιξης	Διαν/σεις Ημεδαπών	Δείκτης Εξέλιξης	Διαν/σεις Αλλοδαπών	Δείκτης Εξέλιξης	Διαν/σεις ανά τουρισ
1980	37565	100,0	10395	100,0	27170	100,0	7,1
1985	44541	118,6	10622	102,2	339(9	124,8	6,3
1990	47068	125,3	11425	109,9	35613	131,0	4,0
1991	41622	110,0	11463	110,3	30159	111,0	3,8
1992	48203	128,3	11943	114,9	36260	133,5	3,9
1993	48534	129,2	12053	115,9	36475	134,2	3,9
1994	52892	140,8	12234	117,7	40658	149,6	3,8
1995	51294	136,5	12522	120,5	38772	142,7	3,8
1996	47946	12^6	12448	119,7	35498	130,7	3,8
1997	53365	142,0	13373	128,6	39992	147,2	4,0
1998	56549	150,5	13984	134,5	42565	156,7	3,9
3999	60257	160,4	14454	139,0	45803	168,6	
MEM 1990- 1999	2,9%		3,3%		3,1%		

* Τα στοιχεία αυτά θεωρούνται σημαντικά υποεκτιμημένα σύμφωνα με έρευνα της ΕΣΥΕ για το θέμα, όπως αναλύεται στο κείμενο.

Πηγή: ΕΟΤ.(BB 17)

Αφίξεις Τουριστών κατά Μέσο Ταξιδιού

Λόγω της γεωγραφικής θέσης της χώρας μας το κύριο μέσο αφίξεων των τουριστών είναι το αεροπλάνο. Η τάση αυτή ενισχύθηκε την περίοδο 1990-1999 κατά την οποία το μερίδιο των αεροπορικών αφίξεων αυξήθηκε περισσότερο από 10 ποσοστιαίες μονάδες. Αντίθετα, τα μερίδια των τουριστών που έρχονται στη χώρα μας οδικώς ή θαλασσίως, ιδιαίτερα της δεύτερης κατηγορίας, μειώθηκαν.

Το μεγαλύτερο μερίδιο των τουριστών που έρχονται αεροπορικώς, έρχεται με ναυλωμένες πτήσεις. Πράγματι, την περίοδο 1990-1999 το ποσοστό που επισκέφθηκε τη χώρα μας με ναυλωμένες πτήσεις στο σύνολο αυτών που ταξίδεψαν αεροπορικώς κυμάνθηκε μεταξύ 67,7% και 77,7%. Ο αριθμός των αφίξεων με ναυλωμένες πτήσεις προς το σύνολο των αφίξεων δείχνει τους τουρίστες που αγοράζουν τουριστικά «πακέτα». Ο λόγος αυτός κυμάνθηκε μεταξύ 50% και 61% την περίοδο 1990-1999. Το υψηλό ποσοστό τουριστών της χώρας μας που έρχεται με αυτό τον τρόπο δείχνει τη μεγάλη εξάρτηση που έχει ο ελληνικός τουρισμός από τους tour operators.

Ετος	Αφίξεις (χιλ.)	Σύνολο	Αεροπορι κώς	Σιδηροδρομ ικώς	θαλασσι ώς	Οδικώς
1990	9310	100,0	67,7	3,0	15,2	14,1
1991	8271	100,0	69,8	1,7	13,7	14,8
1992	9756	100,0	74,9	0,8	16,1	8,2
1993	9913	100,0	75,6	0,6	14,9	8,9
1994	11231	100,0	77,9	0,4	13,5	8,2
1995	10712	100,0	79,2	0,4	13,2	7,2
1996	9782	100,0	78,5	0,3	11,5	9,7
1997	10589	100,0	76,9	0,3	10,2	12,6
1998	11363	100,0	77,1	0,3	7,7	11,4
1999	12606	100,0	79,0	0,3	6,3	14,4

Πηγή; ΕΟΤ.

Πίνακας 2.4 Αφίξεις Τουριστών Αεροπορικώς 1990-1999
(σε χιλιάδες)

Έτος	Κανονική Πτήση	Ναυλωμένη Πτήση		Ναυλωμένες Πτήσεις	
		χιλιάδες	%	Σύνολο	Σύνολο Αφίξεων
1990	1700	4605	73,0	6305	49,5
1991	1363	4410	76,4	5773	53,3
1992	1761	5545	75,4	7305	56,8
1993	1762	5734	76,5	7496	57,8
1994	2289	6515	74,0	8804	58,0
1995	2794	6185	72,9	8479	57,7
1996	1948	5736	74,6	7684	58,6
1997	1905	6243	76,6	8148	59,0
1998	2044	6602	76,4	8646	58,0
1999	2277	7685	77,1	9962	61,0

Πηγή: ΕΟΤ.

Χώρες Προέλευσης Τουριστών

Μία ένδειξη της ποιότητας του τουρισμού αποτελεί και η σύνθεση των αφίξεων των ξένων τουριστών κατά εθνικότητα, με βάση τη διαπίστωση ότι η προέλευση προσδιορίζει, κατά κάποιον τρόπο, το εισοδηματικό επίπεδο (Δρακάιος, 1997). Την υψηλότερη κατά κεφαλή δαπάνη την έχουν οι τουρίστες που προέρχονται από τις ΗΠΑ και ακολουθούν οι Ευρωπαίοι. Η κυριότερη πηγή άντλησης τουριστών από τη χώρα μας, η οποία μάλιστα την τελευταία δεκαετία αυξήθηκε σημαντικά, είναι η Ευρώπη (89,9% το 1999). Αντίθετα, όλα τα μερίδια των άλλων γεωγραφικών περιοχών του κόσμου μειώνονται σταδιακά τα τελευταία χρόνια. Πιο έντονη μείωση σημείωσε το μερίδιο των τουριστών από τις ΗΠΑ, το οποίο από 22,4% το 1960 μειώθηκε στο 2,4% το 1999. Το γεγονός αυτό αποτελεί θέμα το οποίο χρήζει περαιτέρω διερεύνησης και εντοπισμού των αιτιών που το προκάλεσαν. Σημαντική επίσης ήταν η μείωση που σημειώθηκε στο μερίδιο των τουριστών που έρχονται στη χώρα μας κατά ομάδες περίπλου την ίδια περίοδο (από 15% σε 3,5%). Ομοίως και το θέμα αυτό χρήζει περαιτέρω διερεύνησης. Ιδιαίτερα το θέμα της πολιτικής που ακολουθεί η χώρα μας στην προσέγγιση τουριστικών πλοίων στις ελληνικές ακτές σε συνδυασμό με την αντίστοιχη πολιτική που ακολουθεί η Τουρκία.

Πίνακας 2.5 Ποσοστιαία Σύνθεση των Αφίξεων Τουριστών κατά Εθνικότητα (%)

Ετος	Κράτη Ευρώπης	Κράτη Ασίας	Κράτη Αφρικής	Κράτη Αμερικής	Λοιπά Κράτη	Κατά ομάδες περίπλου	Σύνολο
1960	53,0	5,7	1,9	22,4	2,0	15,0	100,0
1965	57,9	4,3	1,7	20,7	1,7	13,7	100,0
1970	52,4	4,5	2,5	24,5	2,2	13,9	100,0
1975	64,0	3,7	1,7	17,5	1,9	11,2	100,0
1980	72,8	5,7	2,0	7,8	2,7	9,0	100,0
1985	76,7	4,2	1,6	8,8	2,1	6,6	100,0
1990	85,8	3,0	0,7	4,1	1,6	4,8	100,0
1991	88,9	3,0	0,6	3,0	1,7	2,8	100,0
1992	«6,3	2,6	0,5	3,9	2,3	4,4	100,0
1993	85,4	3,7	0,5	3,5	1,9	5,0	100,0
1994	86,8	2,6	0,5	3,2	1,7	5,2	100,0

1995	85,9	2,7	0,4	3,0	2,6	5,4	100,0
1996	83,8	3,0	0,5	3,0	4,1	5,6	100,0
1997	85,7	3,6	0,4	3,0	2,4	4,9	100,0
1998	89,5	3,2	0,3	2,6	0,5	3,9	100,0
1999	89,8	3,4	0,4	2,4	0,5	3,5	100,0

Πηγή: ΕΟΤ.

Μεταξύ των Ευρωπαίων τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας, την πρώτη θέση κατέχουν οι Γερμανοί (20,5%) και οι κάτοικοι του Ηνωμένου Βασιλείου (20,4%) το 1999. Το μερίδιο των δύο αυτών πηγών άντλησης τουριστών ενώ τα πρώτα έτη της δεκαετίας του 1990 ήταν ανερχόμενο, άρχισε σταδιακά να μειώνεται τα τελευταία χρόνια. Οι Ιταλοί, Σουηδοί και Ολλανδοί έχουν σταθερά περίπου μερίδια τα οποία κυμαίνονται μεταξύ 4-7% για κάθε μία χώρα. Αξίζει να τονιστεί η σημασία και οι δυνατότητες που υπάρχουν για άντληση περισσότερων τουριστών από την Ιταλία λόγω της θέσης των δύο χωρών. Τέλος, μία άλλη πηγή άντλησης τουριστών, η Γιουγκοσλαβία, έχασε προσωρινώς τη σημασία της εξαιτίας των πολιτικών και στρατιωτικών αναταραχών που σημειώθηκαν σε αυτήν τα τελευταία χρόνια(BB 16)

Πίνακας 2.6 Ποσοστιαία Σύνοψη των αφίξεων Τουριστών κατά Χώρα Προέλευσης (%)

Ετος	Γερμανία	Ηνωμένο Βασίλειο	Πρώην Γιουγκοσλαβία	Ιταλία	Σουηδία	Ολλανδία	Σύνολο
1990	21,7	18,6	6,5	7,0	2,9	5,6	62,3
1991	19,4	20,8	6,5	6,4	3,3	5,6	62,0
1992	20,8	23,0	1,0	6,7	3,4	5,9	60,8
1993	22,0	23,3	2,0	6,7	3,4	5,4	62,8
1994	21,8	22,0	2,5	6,6	3,5	5,0	61,4
1995	21,5	21,0	2,5	6,0	4,3	4,8	60,1
1996	19,9	17,6	2,6	5,1	4,7	4,7	54,6
1997	19,4	16,6	2,9	5,2	4,6	4,5	53,2
1998	19,8	19,0	2,7	6,1	4,3	5,5	57,4
1999	20,5	20,4	1,9	6,2	3,9	5,2	58,1

* Από το σύνολο των αφίξεων έχουν αφαιρεθεί οι Αλβανοί που εισέρχονται στη χώρα μας. Πηγή: ΕΟΤ.

Εποχικότητα του Ελληνικού Τουρισμού

Η Ελλάδα παρουσιάζει τους χειρότερους δείκτες εποχικότητας μεταξύ των Μεσογειακών χωρών χωρίς μάλιστα να σημειώνεται τάση βελτίωσης. Πράγματι, ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει έντονη εποχικότητα αφού πάνω από το 49% της τουριστικής κίνησης σημειώνεται τους τρεις μήνες Ιούνιο-Ιούλιο-Αύγουστο. Το πρότυπο αυτό του τουρισμού οφείλεται στα χαρακτηριστικά του προσφερόμενου προϊόντος (ηλιόλουστες παραλίες), τη γεωγραφική θέση της χώρας (απομακρυσμένη από τις πηγές προέλευσης των τουριστών) και τις επιλογές των tou operators (στέλνουν τουρίστες σε μέρη που είναι πιο επικερδή γι' αυτούς). Ένα τέτοιο τουριστικό πρότυπο όμως επηρεάζει το βαθμό χρησιμοποίησης της υπάρχουσας υποδομής που σε συνδυασμό με τον υποχρεωτικό χαρακτήρα των αποσβέσεων των ενεργητικών στοιχείων των επιχειρήσεων και την κατανομή του σταθερού κόστους σε επτά αντί για δώδεκα μήνες το χρόνο, εξασθενεί την ανταγωνιστική θέση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, η εποχικότητα επηρεάζει την απασχόληση και εκπαίδευση του προσωπικού που απασχολείται στον τουριστικό τομέα. Η φύση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος το κάνει περισσότερο προσιτό στο μαζικό τουρισμό. Η κατηγορία αυτή τουριστών αναζητά φτηνούς τουριστικούς προορισμούς σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο του έτους, είτε λόγω λειτουργίας των σχολείων που φοιτούν τα παιδιά τους, είτε λόγω των επιχειρήσεων που εργάζονται. Από την άλλη πλευρά, τόσο η χώρα μας όσο και άλλες χώρες, αλλά κυρίως η χώρα μας για αντικειμενικούς λόγους, δεν έχουν αναπτύξει εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες θα προσέλκυαν τους τουρίστες σε άλλες εποχές του έτους.

Πίνακας 2.7 Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών και Ημεδαπών στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα ανά Μήνα (%)

Μήνες	Αλλοδαποί και Ημεδαποί			Ημεδαποί			Αλλοδαποί		
	1990	1995	1999	1990	1995	1999	1990	1995	1999
Ιανουάριος	1,98	1,84	1,76	5,90	5,40	5,41	0,73	0,68	0,61
Φεβρουάριος	2,04	1,86	1,75	5,98	5,10	5,16	0,78	0,81	0,68
Μάρτιος	2,75	2,37	2,40	7,07	5,70	6,14	1,37	1,29	1,22
Απρίλιος	6,46	6,47	4,75	7,73	9,30	7,16	6,06	5,56	3,99
Μάιος	10,91	11,16	10,98	7,50	6,60	7,94	12,01	12,63	11,94
Ιούνιος	13,43	13,74	13,84	8,18	8,30	7,63	15,11	15,48	15,80
Ιούλιος	16,45	16,60	17,79	13,00	13,20	14,90	17,55	17,71	18,68
Αύγουστος	19,22	18,58	19,59	16,50	18,20	18,60	20,09	18,70	19,90
Σεπτέμβριος	14,33	14,84	14,53	9,20	10,40	8,90	15,97	16,29	16,27
Οκτώβριος	7,86	8,42	8,68	6,32	6,60	6,78	8,35	9,01	9,28
Νοέμβριος	2,42	2,10	2,06	6,42	5,40	5,48	1,13	1,04	0,98
Δεκέμβριος	2,09	1,97	1,81	6,13	5,90	5,65	0,79	0,74	0,60
Ιούνιος-Αύγουστος	49,10	48,92	51,22	37,68	39,70	41,13	52,75	51,89	54,38
Μάιος-Σεπτέμβριος	74,34	74,92	76,73	54,38	56,70	57,97	80,73	80,81	82,59

Πηγή: ΕΣΥΕ - ΕΟΤ.

Στον Πίνακα 2.7 φαίνεται ότι το μερίδιο των διανυκτερεύσεων των τριών μηνών Ιούνιος-Ιούλιος-Αύγουστος κυμάνθηκε μεταξύ 49% και 51% ενώ το πεντάμηνα Μάιος-Σεπτέμβριος κυμάνθηκε μεταξύ 74% και 77% την περίοδο 1990-1999. Η τάση της εποχικότητας την εν λόγω περίοδο είναι αυξητική. Ο Αύγουστος είναι ο μήνας με το μεγαλύτερο μερίδιο διανυκτερεύσεων (19%). Τα εν λόγω μεγέθη θα πρέπει να ερμηνευτούν ως ενδεικτικά των τάσεων που επικρατούν και όχι ως πραγματικά εξαιτίας των σοβαρών επιφυλάξεων που υπάρχουν για την εγκυρότητα τους. (BB 17)

Γεωγραφική Κατανομή του Ελληνικού Τουρισμού

Κύριο χαρακτηριστικό της κατανομής των διανυκτερεύσεων τουριστών κατά περιοχή της χώρας είναι η μεγάλη συγκέντρωση σε λίγες περιοχές αυτής. Τα διαθέσιμα στοιχεία λόγω των αδυναμιών που παρουσιάζουν δεν μας επιτρέπουν να λάβουμε αξιόπιστα συμπεράσματα. Ωστόσο, μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως ενδείξεις των τάσεων που επικρατούν. Πράγματι, τα νησιά του Ν. Αιγαίου και η Κρήτη φαίνεται ότι πραγματοποιούν περισσότερο από το ήμισυ του συνόλου των διανυκτερεύσεων στη χώρα μας. Ακολουθούν τα Ιόνια Νησιά, η Κεντρική Μακεδονία και η Αττική με μικρότερα μερίδια. Το πρότυπο αυτής της γεωγραφικής κατανομής των τουριστών στη χώρα θεωρείται φυσιολογικό. Αναπτύχθηκαν τουριστικά γεωγραφικές περιοχές της χώρας οι οποίες διαθέτουν φυσικά, ιστορικά και άλλα προσόντα, τα οποία προσελκύουν τον τουρίστα.

Οι αλλοδαποί τουρίστες συγκεντρώνονται κατά πρώτο λόγο στο Ν. Αιγαίο και στην Κρήτη και κατά δεύτερο λόγο στα Ιόνια Νησιά και Αττική. Η Αττική και το Ν. Αιγαίο συγκεντρώνουν επίσης τα μεγαλύτερα μερίδια διανυκτερεύσεων των ημεδαπών τουριστών.

Διαχρονικά ο βαθμός συγκέντρωσης διανυκτερεύσεων στο Ν. Αιγαίο, Κρήτη και Ιόνια Νησιά αυξάνεται, ενώ αντίθετα το μερίδιο διανυκτερεύσεων στην Αττική μειώθηκε την περίοδο 1990-1999.

Αντίστοιχα υψηλοί ήταν και οι βαθμοί πληρότητας των ξενοδοχείων των εν λόγω περιοχών (Πίνακας 2.8). Ο βαθμός πληρότητας των ξενοδοχείων του Ν. Αιγαίου και της Κρήτης ήταν 82% το 1999 έναντι 64% του μέσου όρου πληρότητας για ολόκληρη τη χώρα. Τα ξενοδοχεία των Ιόνιων Νήσων επέτυχαν επίσης υψηλό βαθμό πληρότητας (76% το 1999), ακολούθησαν τα ξενοδοχεία του Β. Αιγαίου (61,4%) και της Κεντρικής Μακεδονίας (58,6%). Παράλληλα, τα ξενοδοχεία της Κ. Μακεδονίας, των Ιόνιων Νήσων, του Β. Αιγαίου και του Ν. Αιγαίου πέτυχαν να βελτιώσουν την πληρότητα τους, ενώ αντίθετα, τα ξενοδοχεία της Κρήτης, της Πελοποννήσου και άλλων περιοχών υπέστησαν μείωση της πληρότητας τους τη δεκαετία του 1990.

Πίνακας 2.8 Πληρότητα κατά Περιφέρεια						
(%)						
Περιφέρεια	1990	1995	1996	1997	1998	1999
Ανατολική Μακεδονία & Θράκη	47,75	41,08	43,76	46,51	43,70	44,22
Κεντρική Μακεδονία	52,83	54,37	51,81	58,88	53,91	58,61
Δυτική Μακεδονία	37,18	33,70	39,16	41,89	40,83	36,63
Ηπειρος	46,84	44,64	43,23	43,18	43,88	43,80
Θεσσαλία	47,72	39,93	39,73	39,54	41,07	42,06
Ιόνια Νησιά	67,91	69,20	60,20	66,15	75,68	76,43
Δυτική Ελλάδα	44,08	40,16	38,67	40,26	43,62	44,45
Στερεά Ελλάδα	38,88	34,63	34,69	34,61	36,67	34,53
Αττική	46,91	47,09	47,72	48,00	53,31	47,89
Πελοπόννησος	44,20	36,66	37,89	37,24	39,95	37,58
Β. Αιγαίο	48,76	56,09	52,54	54,24	54,70	61,40
Ν. Αιγαίο	77,55	70,97	67,73	75,15	78,16	82,32
Κρήτη	86,55	70,38	64,65	72,24	76,70	82,27
Σύνολο Χώρας	59,77	56,62	54,37	58,37	61,12	63,46

Πηγή: ΕΣΥΕ-ΕΟΤ.

Εσωτερικός Τουρισμός

Έχει γίνει κοινή πεποίθηση, σε εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο, ότι ο συνδυασμός του εσωτερικού και του εξωτερικού τουρισμού κάνει την τουριστική βιομηχανία να έχει την πρώτη θέση μεταξύ όλων των βιομηχανιών. Το μερίδιο των ημεδαπών τουριστών στο σύνολο των διανυκτερεύσεων σε κάθε είδους καταλύματα της χώρας μας, σύμφωνα με τα επίσημα δημοσιευμένα στοιχεία, ανέρχεται, κατά μέσο όρο, τα τελευταία χρόνια στο 25% (Πίνακας 2.10). Γεγονός που δείχνει ότι τόσο ο εσωτερικός όσο και ο εξωτερικός τουρισμός κινήθηκαν με τον ίδιο περίπου ρυθμό. Ο εσωτερικός τουρισμός άρχισε να αυξάνεται μετά την επίτευξη, από ευρύτερες κατηγορίες του πληθυσμού, ενός ικανοποιητικού επιπέδου εισοδήματος και την καθιέρωση του θεσμού του «κοινωνικού τουρισμού» με την επιδότηση από το κράτος

ενός μέρους των τουριστικών δαπανών ορισμένων κατηγοριών χαμηλόμισθων εργαζομένων.(BB 17)

Πίνακας 2.9 Ποσοστιαία Συμμετοχή Ημεδαπών και Αλλοδαπών στο Σύνολο των Διανυκτερεύσεων σε κάθε είδους Καταλύματα (%)			
Έτος	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Σύνολο
1980	26,7	73,3	100,0
1985	24,2	75,8	100,0
1990	24,6	75,4	100,0
1995	24,8	75,2	100,0
1996	26,0	74,0	100,0
1997	25,1	74,9	100,0
1998	24,7	75,3	100,0

Πηγή: ΕΟΤ.

Ωστόσο υπάρχουν σοβαρές αμφιβολίες για την αξιοπιστία των διαθέσιμων στοιχείων που αναφέρονται στον εσωτερικό τουρισμό. Σύμφωνα με αυτά ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης των διανυκτερεύσεων από τον εγχώριο τουρισμό κατά την περίοδο 1990-1999 ήταν της τάξεως του 2,57%, το δε μέσο ετήσιο μέγεθος διανυκτερεύσεων εκκινείτο στο μέσο επίπεδο των 12.245 εκατομμυρίων. Πρόσφατη έρευνα όμως της ΕΣΥΕ για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης διαπιστώνει ότι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών τουριστών ανέρχεται σε 68 εκατομμύρια οι οποίες κατανέμονται μεταξύ ξενοδοχείων και λοιπών καταλυμάτων αφενός και ιδίων (ή φιλοξενία) καταλυμάτων αφετέρου με ποσοστό 31% και 69% αντίστοιχα (ΙΤΕΠ, 1998). Από τα 68 εκατομμύρια διανυκτερεύσεων ημεδαπών εκτιμάται ότι 22-23 εκατομμύρια πραγματοποιήθηκαν από τουρίστες. Ωστόσο σύμφωνα με το ΙΤΕΠ και αυτός ο αριθμός διανυκτερεύσεων θεωρείται υπεκτιμημένος αφού η παραπάνω στατιστική έρευνα περιλαμβάνει μόνο τα άτομα που έχουν πραγματοποιήσει τουλάχιστο 4 διανυκτερεύσεις στο συγκεκριμένο έτος. Από την άλλη πλευρά, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών τουριστών είναι υπερδιπλάσιος αυτού που δίδεται από τον ΕΟΤ. Με βάση τα παραπάνω, θα μπορούσε κάποιος να ισχυριστεί, με μικρή πιθανότητα λάθους, ότι το μερίδιο του εσωτερικού

τουρισμού στο σύνολο των διανυκτερεύσεων είναι περίπου 20% και όχι 25% όπως εκτιμάται με βάση τα στοιχεία του ΕΟΤ.

Πίνακας 2.10 Διανυκτέρευση Ημεδαπών Τουριστών (σε χιλ)	
Έτος	Μέγεθος
1980	10395
1985	10622
1990	11424
1991	11463
1992	11943
1993	12053
1994	12234
1995	12552
1996	12448
1997	13373
1998	13984
1999	14453
MEM: 1990-1999	2.57%
Μέσο Μέγεθος	12245

* Τα μεγέθη αυτά θεωρούνται σημαντικά υποεκτιμημένα σύμφωνα με μελέτη της ΕΣΥΕ. Πηγή: ΕΟΤ.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του εγχώριου τουρισμού συνοψίζονται στα εξής (ΙΤΕΠ, 1998):

- Το μεγαλύτερο ποσοστό (69%) των ημεδαπών τουριστών κάνει διακοπές σε ιδιόκτητο κατάλυμα ή φιλοξενείται.
- Οι Έλληνες τουρίστες χρησιμοποιούν σε πολύ μικρό βαθμό τις υπηρεσίες των ταξιδιωτικών γραφείων. Ποσοστό ίσο με 62,5% του συνόλου των διανυκτερεύσεων αφορά σε άτομα που πραγματοποίησαν τουριστικό ταξίδι χωρίς τη διαμεσολάβηση ταξιδιωτικού γραφείου. Χαμηλό επίσης είναι το ποσοστό των ελληνικών νοικοκυριών που χρησιμοποιεί γραφεία ταξιδιών για διακίνηση προς ξένους προορισμούς (28,6%).

- Όπως ο ξένος τουρισμός έτσι και ο εγχώριος χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα και μάλιστα σε πολύ υψηλό βαθμό. Το 75% των διανυκτερεύσεων σημειώνεται κατά το δίμηνο
- Ιουλίου-Αυγούστου, έναντι 37% του αλλοδαπού τουρισμού.
- Ο έλληνας τουρίστας μετακινείται κυρίως με αυτοκίνητο ιδιωτικής χρήσεως. Πιο συγκεκριμένα το 53% των διανυκτερεύσεων πραγματοποιούνται από άτομα που μετακινούνται με αυτοκίνητα ιδιωτικής χρήσεως, ενώ το 27% μετακινείται με θαλάσσια μέσα.
- Με κριτήριο την εποχικότητα οι έλληνες τουρίστες που επισκέπτονται ξένους προορισμούς συμπεριφέρονται σχεδόν πανομοιότυπα με τους ξένους τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα μας.
- Η διάρκεια των διακοπών ολόκληρης της οικογένειας περιορίζεται όλο και περισσότερο. Το 21% των οικογενειών κάνει διακοπές 7 ημερών το 27% 10 ημερών, το 38% 15 ημερών, το 9% 20 ημερών και το 5% 30 ημερών. Η σύντμηση αυτή της διάρκειας των διακοπών οφείλεται κυρίως σε οικονομικούς παράγοντες (οικονομική δυσπραγία σε συνδυασμό με πρόσθετη εργασία), σε κοινωνικούς παράγοντες λόγω χαλάρωσης των οικογενειακών δεσμών και σε διασπορά των διακοπών σε περισσότερες εποχές. **(BB 19)**

Η Εικόνα του Ελληνικού Τουρισμού

Η χώρα μας μαζί με άλλες μεσογειακές χώρες προσφέρουν όμοια, αν και όχι ακριβώς τα ίδια τουριστικά προϊόντα (ήλιο, θάλασσα, αμμουδιά, λαογραφία, αρχαιολογικά κ.ά), Η Ελλάδα άρχισε να θεωρείται ως τουριστικός προορισμός τη δεκαετία του 1960. Οι πρώτοι τουρίστες που την επισκέφτηκαν τοποθετούνται στο υψηλό τμήμα της αγοράς και ο κύριος λόγος προσέλκυσης ήταν οι αρχαιολογικοί χώροι σε συνδυασμό με λίγες ημέρες ανάπαυσης στις ελληνικές ακτές. Την ίδια περίοδο οι tour operators της Ευρώπης αναζητώντας ένα νέο τόπο προορισμού, ως εναλλακτικό της Ισπανίας, εξαιτίας των δυσκολιών (τιμές και ποιότητα) που άρχισαν να παρουσιάζονται, έστρεψαν τους πελάτες τους προς την Ελλάδα.

Είναι εύκολο να αναγνωρισθούν κάποια πολύ τυπικά ισχυρά χαρακτηριστικά της χώρας μας. Το πιο σημαντικό είναι η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και η

ιστορία της. Η Ελλάδα είναι γνωστή για τη φιλοξενία της. Ο απλός τρόπος ζωής του Έλληνα σε συνδυασμό με τις οικογενειακές ξενοδοχειακές μονάδες εξασφαλίζουν αμεσότητα με τον τουρίστα. Το κλίμα σε συνδυασμό με το μεγάλο αριθμό νησιών και οι απέραντες παραλίες δίνουν στον επισκέπτη τη δυνατότητα να απολαύσει άνετες και ευχάριστες διακοπές.

Η πολιτική σταθερότητα και οι κοινωνικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα μας σε συνδυασμό με το θετικό οικονομικό κλίμα (συνεχιζόμενος ρυθμός ανάπτυξης πάνω από 3,5%, σταδιακή μείωση του πληθωρισμού) που επικράτησε τα τελευταία χρόνια αποτελούν θετικούς παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική βιομηχανία της χώρας. Από την άλλη πλευρά όμως, η Ελλάδα είναι γεωγραφικά απομονωμένη από τις κύριες αγορές προέλευσης τουριστών της κεντρικής Ευρώπης. Παρά τη συνεχή αύξηση των αεροπορικών ταξιδιών η Μεσόγειος συνεχίζει να δέχεται τους τουρίστες της με αυτοκίνητο. Το γεγονός αυτό από μόνο του κάνει δύσκολη την προσέγγιση της χώρας μας και έγινε δυσκολότερη με τον πόλεμο της Γιουγκοσλαβίας. Η μόνη οδική πρόσβαση που παρέμεινε και παραμένει όσο διαρκούν οι αναταραχές στη γειτονική χώρα είναι αυτή της Βουλγαρίας, αλλά είναι προσιτή μόνο στους προερχόμενους από τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης.

Πίνακας 2.11 Η Τουριστική Εικόνα της Ελλάδος	
Παράγοντες	%
Καλό κλίμα	51
Φιλοξενία	38
Κουλτούρα	33
Φιλικοί Άνθρωποι	32
Καλό φαγητό / Κρασί	27
Εύκολο να πας	24
Ασφαλή ταξίδια	21
Αναψυχή - σπορ	13
Υγιές περιβάλλον	11
Καλές τηλεπικοινωνίες	6
Καλή Μεταφορά	5
Υψηλό Επίπεδο service	4

Πηγή: Financial Times (Επενδυτής, 12-13/9/1998).

Οι κυριότεροι ανταγωνιστικοί προορισμοί της χώρας μας είναι η Ισπανία, Ιταλία και Τουρκία. Οι δύο πρώτες χώρες ευρίσκονται πιο κοντά στις αγορές της Ευρώπης και έχουν οργανώσει την προσφορά του τουριστικού τους προϊόντος σε καλύτερη βάση από τη χώρα μας, ενώ η Τουρκία διαθέτει και αυτή εκτεταμένες ακτές, δεν έχουν όμως την έκταση και την ποικιλία που έχουν οι ελληνικές, αλλά προσφέρει πολύ χαμηλότερες τιμές. Πρόσφατη έρευνα (1998) που έγινε σε δείγμα 2600 επιχειρηματιών και στελεχών επιχειρήσεων (1300 Βρετανοί και 1300 άλλοι Ευρωπαίοι) για λογαριασμό των Financial Times έδειξε τα παρακάτω (Πίνακας 2.11):

Μεταξύ των πιο θετικών στοιχείων που διαθέτει η χώρα μας είναι το καλό κλίμα (51%) των ερωτηθέντων, η φιλοξενία (38%), η κουλτούρα (33%) και η φιλική διάθεση των Ελλήνων (32%). Σχετικά με τη φιλική διάθεση των κατοίκων της χώρας στους τουρίστες μία άλλη έρευνα, η οποία διεξάγεται κάθε χρόνο από τη ΔΙΤΕΕ Αυστρίας στα κυριότερα γραφεία ταξιδιών της χώρας αυτής, έδειξε, ότι παρά το γεγονός ότι οι μισοί περίπου από τους ερωτηθέντες την χαρακτήρισαν ως πολύ καλή, η συμπεριφορά του πληθυσμού υποδοχής της χώρας μας έναντι των ξένων τουριστών μεταβάλλεται αρνητικά την περίοδο 1983 - 1996 (Βαρβαρέσος, 1998). Αντίθετα, ένα πολύ μικρό ποσοστό αυτών μένει ευχαριστημένο από το επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρεται (4%), τις μεταφορές (5%), τις επικοινωνίες (6%) κ.ά.

Τέλος, μία άλλη έρευνα που έγινε σε πωλητές πρακτορείων ταξιδιών με θέμα την καθαριότητα έδειξε τα παρακάτω (Πίνακας 2.12). Φαίνεται ότι η εικόνα είναι από καλή έως πολύ καλή για την πλειοψηφία των μελών του δείγματος για την καθαριότητα σε καταστήματα, δρόμους, πάρκα, ακτές, ξενοδοχεία και διαμερίσματα. Ιδιαίτερα για τα ξενοδοχεία το 93,2% του δείγματος την αξιολογεί από καλή έως πολύ καλή. Πρόβλημα καθαριότητας φαίνεται να υπάρχει στους χώρους υγιεινής εκτός ξενοδοχείων, αφού μόνο το 43% των ερωτηθέντων τη θεωρεί από καλή έως πολύ καλή.

Πίνακας 2.12					
Η Τουριστική Εικόνα της Ελλάδας σύμφωνα με τους Πωλητές Πρακτορείων Ταξιδιών (1983-1996) (%)					
Ερωτήματα Χαρακτηριστικά	-	Πολύ Καλά	Καλά	Μέτρια	Χωρίς Απάντηση
Καθαριότητα (καταστήματα, δρόμοι, πάρκα)	γενική	8,5	71,0	16,2	4,3

Καθαριότητα χώρων υγιεινής εκτός ξενοδοχείων	2,6	40,2	50,4	6,8
Καθαριότητα ακτών	15,4	66,6	13,7	4,3
Καθαριότητα στα ξενοδοχεία	32,5	60,7	0,8	6,0
Καθαριότητα στα διαμερίσματα και βίλες	19,7	54,7	9,4	16,2

Πηγή: ΔΙΤΕΞ Αυστρίας (Α. Βαφειάδης)

Το Ινστιτούτο Καταναλωτών (ΙΝΚΑ) διαθέτει ανοικτή τηλεφωνική γραμμή παραπόνων ελλήνων και ξένων τουριστών καθώς και κινητές μονάδες που περιοδεύουν σε διάφορες περιοχές της χώρας στα πλαίσια μιας προσπάθειας ενημέρωσης των τουριστών, καταγραφής αλλά και επίλυσης προβλημάτων. Το 1999 τα κέντρα πληροφοριών – καταγγελιών του ΙΝΚΑ κατέγραψαν 5371 καταγγελίες τουριστών σε όλη την Ελλάδα (Πίνακας 2.13). Το 79% των καταγγελιών έγινε από Έλληνες τουρίστες κα. το 21% από ξένους τουρίστες.

Πίνακας 2. 13							
Καταγγελίες που Έγιναν από Τουρίστες στο ΙΝΚΑ							
Τομέας - Θέμα	1995			1999			
	Σύνολο	%	Έλληνες	Ξένοι	Σύνολο	%	
Καταγγελίας							
Τιμές Προϊόντων - Υπηρεσιών	681	21.0	478	203	539	10.03	
Θαλάσσιες Μεταφορές	389	12.0	275	114	243	4.50	
Ποιότητα προϊόντων υπηρεσιών	385	12.0	239	146	507	9.40	
Ταξί	301	9.3	167	134	355	6.60	
Αεροπορικές μεταφορές	202	6.2	112	90	361	6.70	
Κέντρα - Εστιατόρια	201	6.2	118	83	573	10.70	
Ξενοδοχεία - Ενοικιαζόμενα Δωμάτια κλπ	185	5.7	123	62	279	5.10	
Διάφορα	167	5.2	89	78	385	7.10	
Περιβάλλον - Ηχορύπανση	142	4.4	77	65	275	5.10	
Άλλα Μέσα Μεταφοράς	135	4.2	94	41	233	4.30	
Μουσεία - Αρχαιολογικοί χώροι	96	3.0	35	61	205	3.80	
Τράπεζες	85	2.6	32	53	297	5.50	

Οδική Σήμανση	84	2.6	19	65	194	3.60
Οδόστρωμα						
Κάμπινγκ	48	1.5	25	23	-	-
Δημόσιες Υπηρεσίες	47	1.4	18	29	189	3.50
Τιμές Τηλεφώνου	32	1.0	8	24	201	3.70
Ωράριο Αγοράς	19	0.6	3	16	128	2.30
Κλοπές - Παρενοχλήσεις	14	0.4	7	7	12	0.20
Ιατρικές Υπηρεσίες	12	0.4	7	5	193	3.50
Παραβιάσεις Κοινοτικών	11	0.3	2	9	21	0.40
Ταξιδιωτικά Γραφεία	-	-	-	-	181	3.30
Σύνολο Καταγγελιών	3236		1928	1308	5371	

Τα περισσότερα παράπονα εκφράζονται για κέντρα-εστιατόρια και για τις τιμές και την ποιότητα προϊόντων-υπηρεσιών. Ωστόσο το ποσοστό των τουριστών που εκφράζουν παράπονα για τις τιμές και την ποιότητα των προϊόντων-υπηρεσιών μειώθηκε αν και παραμένει στις πρώτες θέσεις. Αυτό σημαίνει ότι οι φορείς που προσφέρουν προϊόντα-υπηρεσίες έκαναν προσπάθεια να τις βελτιώσουν. Αντίθετα, το ποσοστό των τουριστών που παραπονέθηκαν για τα κέντρα-εστιατόρια αυξήθηκε. Τα παράπονα που εκφράστηκαν για ξενοδοχεία-ενοικιαζόμενα δωμάτια μειώθηκαν ελαφρά την εν λόγω περίοδο (από 5,7% σε 5,1%). Τέλος ιδιαίτερα παράπονα από πλευράς ξένων τουριστών, αφορούν στην λειτουργία των μουσείων-αρχαιολογικών χώρων, στις τράπεζες, στην οδική σήμανση και στα ταξιδιωτικά γραφεία. (ΒΠ 2)

Σύνοψη και Συμπεράσματα

Οι αφίξεις τουριστών στη χώρα μας, παρά τις διακυμάνσεις που σημείωσαν, ακολούθησαν ανοδική πορεία την περίοδο 1980-1999. Ένας σημαντικός παράγοντας που επηρέασε αρνητικά την πορεία των αφίξεων ήταν η συναλλαγματική πολιτική που ακολούθησε η χώρα μας στο μεγαλύτερο μέρος της παραπάνω περιόδου.

Με βάση εμπειριστατωμένες εκτιμήσεις που έγιναν, η μέση διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών στη χώρα μας υπολογίζεται στις 9-10 ημέρες αφού το ελάχιστο «πακέτο» διακοπών διαρκεί 7 ημέρες και το μεγαλύτερο 15 ημέρες.

Η Ελλάδα είναι χώρα του αεροπορικού τουρισμού αφού το 75-80% περίπου των επισκεπτών της χρησιμοποιούν το αεροπλάνο ως μεταφορικό μέσο λόγω της γεωγραφικής απόστασης που την χωρίζει από τις πηγές του Ευρωπαϊκού τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια το 55-59% του συνόλου των αφίξεων έρχεται με ναυλωμένες πτήσεις, γεγονός που δείχνει το σημαντικό βαθμό εξάρτησης του ελληνικού τουρισμού από τους tour operators.

Η Ευρώπη αποτελεί την κυρίαρχη πηγή άντλησης τουριστών (μερίδιο 89,9% το 1999) με τάση μάλιστα ανοδική τα τελευταία χρόνια. Αντίθετα, τα μερίδια των άλλων χωρών, ιδιαίτερα των ΗΠΑ, μειώθηκαν δραστικά τις δύο τελευταίες δεκαετίες. Αν ληφθεί υπόψη ότι οι τουρίστες που προέρχονται από τις ΗΠΑ έχουν την υψηλότερη κατά κεφαλή δαπάνη, γίνονται φανερές οι επιπτώσεις που έχει η μείωση του μεριδίου τους στην εισροή συναλλάγματος στη χώρα μας. Μεταξύ των ευρωπαίων τις πρώτες θέσεις κατέχουν οι Γερμανοί και Αγγλοι, και ακολουθούν, με σημαντικά μικρότερα μερίδια, οι Ιταλοί, Σουηδοί και Ολλανδοί.

Ένα από τα αδύνατα σημεία του ελληνικού τουρισμού είναι η έντονη εποχικότητα που παρουσιάζει, η οποία επηρεάζει αρνητικά το κόστος και την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών με αρνητικές συνέπειες στην ανταγωνιστικότητα του. Το 50% περίπου των επισκεπτών της χώρας μας έρχεται το τρίμηνο Ιουνίου-Αυγούστου. Το τουριστικό αυτό πρότυπο επηρεάζει αρνητικά την αξιοποίηση του παραγωγικού δυναμικού του κλάδου, που σε συνδυασμό με τον υποχρεωτικό χαρακτήρα των αποσβέσεων των ενεργητικών στοιχείων και την κατανομή του κόστους σε επτά αντί για δώδεκα μήνες το χρόνο εξασθενεί την ανταγωνιστική θέση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, επηρεάζεται αρνητικά η απασχόληση και η εκπαίδευση του προσωπικού. Οι παράγοντες που δημιουργούν το τουριστικό αυτό πρότυπο είναι η φύση του προσφερόμενου προϊόντος (ήλιος-θάλασσα), η γεωγραφική θέση της χώρας και η δομή της αγοράς

των tour operators στη χώρα προέλευσης. Ο τελευταίος παράγοντας φαίνεται αν κάποιος εξετάσει τη δομή της αγοράς των tour operators στη Γαλλία, τη Γερμανία και το Ην. Βασίλειο. Παρατηρεί πράγματι ότι η εποχικότητα των Γάλλων τουριστών είναι μικρότερη με τάση μάλιστα βελτίωσης, και η συγκέντρωση της αγοράς των tour operators στη Γαλλία είναι μικρότερη σε σχέση με τις αντίστοιχες της Γερμανίας και του Ην. Βασιλείου. Οι επισκέπτες των χωρών αυτών παρουσιάζουν μεγαλύτερη εποχικότητα. Θα πρέπει να σημειωθεί ωστόσο ότι στην περίπτωση της Γαλλίας η βελτίωση της εποχικότητας συνοδεύτηκε με μείωση των αφίξεων, γεγονός που δεν είναι επιθυμητό αφού ο στόχος είναι η βελτίωση της εποχικότητας με παράλληλη αύξηση των επισκεπτών. Παρατηρείται μεγάλη συγκέντρωση των τουριστών σε λίγες περιοχές της χώρας. Η συγκέντρωση αυτή είναι αποτέλεσμα της ασύμμετρης κατανομής της προσφοράς των τουριστικών υπηρεσιών. Είναι φυσιολογικό να αναπτυχθούν τουριστικά γεωγραφικές περιοχές της χώρας, όπως είναι τα νησιά του Ν. Αιγαίου, η Κρήτη, η Αττική και τα νησιά του Ιονίου, οι οποίες διαθέτουν φυσικά, ιστορικά και άλλα προσόντα (π.χ. διαθέτουν αεροδρόμιο), τα οποία προσελκύουν τους τουρίστες.

Τα τελευταία χρόνια έγινε αντιληπτή, σε διεθνές επίπεδο, η σημασία του εσωτερικού τουρισμού για κάθε χώρα. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της ΕΣΥΕ, οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών επισκεπτών ανέρχονται σε 68 εκατομμύρια το χρόνο εκ των οποίων τα 22-23 εκατομμύρια είναι πράγματι τουρίστες. Το μέγεθος αυτό σύμφωνα με το ΙΤΕΠ θεωρείται υπεκτιμημένο διότι η έρευνα της ΕΣΥΕ περιλαμβάνει άτομα τα οποία πραγματοποίησαν τουλάχιστον 4 διανυκτερεύσεις στο συγκεκριμένο έτος. Το παραπάνω μέγεθος αποδεικνύει τη σημασία που έχει ο εσωτερικός τουρισμός για την ελληνική οικονομία. **(BB 6)**



ΣΥΝΟΨΗ

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα έναν από τους πλέον σημαντικούς κοινωνικοοικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Αναπτύχθηκε με σταθερό ετήσιο ρυθμό 4-5% το δεύτερο ήμισυ του εικοστού αιώνα, γεγονός που τον κατέστησε σημαντικό παράγοντα του εξωτερικού εμπορίου και κύρια πηγή συναλλάγματος, πρωτοπόρο στη δημιουργία θέσεων εργασίας και με σημαντικό μερίδιο στο ΑΕΠ μίας οικονομίας. Το 1999 πραγματοποιήθηκαν 664 εκατομμύρια αφίξεις διεθνών τουριστών που δημιούργησαν έσοδα 453 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ σε συνάλλαγμα. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο τουρισμός θα συνεχίσει και στο νέο αιώνα να αναπτύσσεται δυναμικά παρά τις περιοδικές υφέσεις, πολιτικές αναταραχές, πολέμους, κ.λπ., που σημειώνονται (WYO, 2000). Προβλέπεται ότι μέχρι το 2020 οι αφίξεις θα ανέλθουν σε 1,6 δισεκατομμύρια και τα συναλλαγματικά έσοδα θα φθάσουν τα 2 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.

Ο ελληνικός τουριστικός τομέας, αν και αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της ελληνικής οικονομίας με περισσότερο από 18% συμμετοχή στο ΑΕΠ, με εισαγωγή συναλλάγματος περισσότερο των 9 δισ. δολαρίων και σημαντική συμμετοχή στη δημιουργία θέσεων εργασίας, εξακολουθεί, παρά τα όποια βήματα έχουν γίνει, να αντιμετωπίζεται από την πολιτεία ως ένας δευτερεύων οικονομικός παράγοντας.

Οι αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα σημείωσαν, μακροχρόνια, ανοδική τάση. Η μεγαλύτερη αύξηση των αφίξεων σημειώθηκε τη δεκαετία του 1980, ενώ η αντίστοιχη της δεκαετίας του 1990 ήταν σημαντικά μικρότερη. Έτσι το μερίδιο του ελληνικού τουρισμού στον ευρωπαϊκό και γενικότερα το διεθνή τουρισμό σημείωσε καθοδική πορεία τα τελευταία χρόνια. Η εξήγηση της πορείας αυτής βρίσκεται στους παράγοντες που προσδιορίζουν το κόστος και γενικά την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος που προσφέρεται στη διεθνή αγορά. Οι περισσότεροι από αυτούς τους παράγοντες αναφέρονται στην πλευρά της παραγωγής (κόστος, παραγωγικότητα, κ.λπ.), άλλοι στην οργάνωση της παραγωγής και διανομής ως σύνολο, άλλοι στο μακροοικονομικό περιβάλλον (π.χ. συναλλαγματική πολιτική) μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται ο κλάδος, και ακόμη άλλοι στις πρακτικές και πολιτικές που ακολουθούνται από άλλους προορισμούς στην προσέλκυση τουριστών.

Αντικείμενο, λοιπόν, αυτής της μελέτης είναι να προσδιορίσει την ανταγωνιστική θέση της Ελλάδος μέσα στην ευρωπαϊκή τουριστική αγορά και

ιδιαίτερα στην αγορά της Μεσογείου, με βάση τα ισχυρά και αδύνατα σημεία που διαθέτει, να μελετήσει τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που προσφέρονται για τον κλάδο με βάση τις νέες συνθήκες και τάσεις που επικρατούν στη διεθνή τουριστική αγορά και, τέλος, να κάνει προτάσεις οι οποίες, εφόσον υλοποιηθούν, θα βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Η χώρα μας απειλείται τουριστικά από τις άλλες μεσογειακές χώρες, τόσο από αυτές που ανήκουν στην ΕΕ (Ιταλία, Πορτογαλία και Ισπανία) όσο και τις εκτός ΕΕ (Τουρκία, Ισραήλ, Κροατία, Αίγυπτο, Κύπρο, κ.ά.). Οι τελευταίες προσφέρουν παρόμοιο προϊόν με το ελληνικό σε χαμηλότερες τιμές.

Οι μεσογειακές χώρες που εξετάζονται στην παρούσα μελέτη μπορούν να διακριθούν, ανάλογα με την έμφαση που δίδεται στο τουριστικό προϊόν που προσφέρουν, σε δύο κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία συγκαταλέγονται η χώρα μας, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Τουρκία και σε μικρότερο βαθμό η Ιταλία, οι οποίες προσφέρουν τουρισμό διακοπών και μεγάλη ποικιλία πολιτιστικής κληρονομιάς και κουλτούρας.

Η εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήσαμε είχε ως στόχο την εκτίμηση συναρτήσεων ζήτησης αναφορικά με τέσσερις χώρες προέλευσης τουριστών: Αγγλία, Γερμανία, Ιταλία και Γαλλία. Η ύπαρξη ελαστικότητας ζήτησης για το ελληνικό τουριστικό προϊόν ως προς την τιμή, το συνάλλαγμα και το κόστος ζωής, μεγαλύτερης της μονάδας, σημαίνει ότι η χώρα μας αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό από τις ανταγωνίστριες χώρες, ιδιαίτερα την Ισπανία.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος διακρίνονται σε οικονομικούς, όπως είναι το κόστος παραγωγής, η φορολογία, η συναλλαγματική πολιτική, κ.ά., και σε ποιοτικούς, όπως είναι η δημόσια και ιδιωτική υποδομή, η ανωδομή, η αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας, κ.ά.

Η εξέταση των παραγόντων που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος σε σχέση με το αντίστοιχο προϊόν των ανταγωνιστριών χωρών έδειξε τα παρακάτω:

Δυστυχώς η έλλειψη των απαραίτητων στοιχείων δεν μας επέτρεψε να συμπεριλάβουμε στο δείγμα ίων υπό εξέταση ανταγωνιστριών χωρών και τις υπόλοιπες που αναφέρονται παραπάνω.

Μέγεθος και κατηγορία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων Το μέσο μέγεθος των καταλυμάτων, το οποίο επηρεάζει τόσο την απόδοση αυτών, όσο και την

ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών μεταξύ των ανταγωνιστριών χωρών, κυμαίνεται μεταξύ 53 κλινών στην Ιταλία και 130 κλινών στην Ισπανία και την Πορτογαλία. Η χώρα μας κατέχει ενδιάμεση θέση με 76 κλίνες ανά κατάλυμα. Η σύνθεση των κατηγοριών των ξενοδοχείων, που αποτελεί επίσης ένδειξη για την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν, ποικίλλει μεταξύ των εξεταζομένων χωρών. Η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία δίνουν έμφαση στα ξενοδοχεία Β' κατηγορίας, η χώρα μας και η Γαλλία στα ξενοδοχεία Γ' κατηγορίας, και στην Πορτογαλία το μεγαλύτερο μέρος ανήκει στα λοιπά καταλύματα. Επομένως τα ελληνικά ξενοδοχεία έχουν πιο μικρό μέγεθος και είναι συγκεντρωμένα στη Γ' κατηγορία.

Χρηματοδοτική διάρθρωση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων Η χρηματοδοτική διάρθρωση του ελληνικού ξενοδοχειακού κλάδου χαρακτηρίζεται ως ανορθολογική. Το γεγονός αυτό οφείλεται τόσο στα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων του κλάδου (μικρό μέγεθος, οικογενειακός χαρακτήρας, κ.λπ.) όσο και στην κρατική και τραπεζική πολιτική που ακολουθήθηκε έναντι του κλάδου. Η ανεπάρκεια των ιδίων κεφαλαίων σε συνδυασμό με τα περιορισμένα κεφάλαια που κατευθύνθηκαν στον κλάδο από το κράτος και το τραπεζικό σύστημα αποτέλεσαν το βασικό εμπόδιο στην αναπτυξιακή πορεία του.

Η απόδοση των ιδίων κεφαλαίων για ολόκληρο τον κλάδο είναι αρνητική. Ωστόσο, την καλύτερη απόδοση ιδίων κεφαλαίων παρουσιάζουν οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, γεγονός που φανερώνει ότι οι επιχειρήσεις αυτές επιτυγχάνουν αποτελεσματικότερη λειτουργία και διαχείριση.

Αποδοτικό μάνατζμεντ

Σε όλες τις χώρες, με εξαίρεση την Πορτογαλία, υψηλού επιπέδου μάνατζμεντ ασκείται μόνο από τις τοπικές θυγατρικές διεθνών αλυσίδων. Οι εγχώριες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, σε όλες τις χώρες, με εξαίρεση τη χώρα μας, ασκούν μετρίου επιπέδου μάνατζμεντ. Στη χώρα μας το επίπεδο του μάνατζμεντ είναι χαμηλό.

Ανθρώπινος παράγοντας

Ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει σημαντικό ρόλο στην προσφορά του τουριστικού προϊόντος τόσο από πλευράς παραγωγικότητας όσο και από πλευράς ποιότητας αυτού. Η προσφορά του τουριστικού προϊόντος από πλευράς εργαζομένου πρέπει να χαρακτηρίζεται από επαγγελματική ευσυνειδησία, ειδίκευση και αξιοπρεπή επικοινωνία. Οι ιδιότητες αυτές δεν αναφύονται από μόνες τους, αλλά είναι αποτέλεσμα των επενδύσεων σε εκπαίδευση και επιμόρφωση του προσωπικού. Δυστυχώς, ένα σημαντικό τμήμα του εργατικού δυναμικού που απασχολείται στον ελληνικό τουριστικό κλάδο στερείται των παραπάνω χαρακτηριστικών. Το γεγονός αυτό θέτει τη χώρα μας σε μειονεκτική θέση έναντι των άλλων χωρών, αφού η χώρα μας στο θέμα αυτό υπερέχει μόνο έναντι της Πορτογαλίας.

Το μακροοικονομικό περιβάλλον που υπήρξε στη χώρα μας τα τελευταία είκοσι χρόνια με κυρίαρχα στοιχεία τα μεγάλα ελλείμματα του κρατικού προϋπολογισμού, τους υψηλούς ρυθμούς πληθωρισμού και τα υψηλά επιτόκια, επέδρασε αρνητικά στην ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα:

Συναλλαγματική πολιτική

Η συναλλαγματική πολιτική που ακολουθήθηκε στη χώρα μας από το 1986 λειτούργησε ανασχετικά στη ροή των τουριστών προς αυτή, επειδή κράτησε σε υψηλά επίπεδα την τιμή του τουριστικού προϊόντος. Αντίθετα, την ίδια περίοδο, οι ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδος προέβαιναν σε υποτιμήσεις των δικών τους νομισμάτων, ενισχύοντας έτσι το τουριστικό τους προϊόν.

Η εισαγωγή του ευρώ θεωρείται ότι θα επηρεάσει θετικά τον τουρισμό μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο, οι τρίτες χώρες θα συνεχίσουν να έχουν το πλεονέκτημα, έναντι των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, να χρησιμοποιούν τη συναλλαγματική τους πολιτική ως μέσο στήριξης της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού τους. Τέλος, η χώρα μας, σε σχέση με τις άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίες χρησιμοποίησαν τη συναλλαγματική τους πολιτική ως μέτρο στήριξης της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού τους, θα επηρεαστεί θετικά από την εισαγωγή του ευρώ, αφού, όπως σημειώθηκε παραπάνω, η συναλλαγματική πολιτική που ακολουθήθηκε τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα επηρέασε αρνητικά τον ελληνικό τουρισμό.

Φορολογική επιβάρυνση

Η Αθήνα πριν την έναρξη λειτουργίας του νέου αεροδρομίου βρισκόταν στην 41 θέση μεταξύ 52 πόλεων, με κριτήριο το συνολικό φορολογικό βάρος που επιβάλλετο στο τυπικό καλάθι των τουριστικών υπηρεσιών, ενώ το αεροδρόμιο της Αθήνας κατατάσσετε όγδοο μεταξύ δέκα έξι (16) ευρωπαϊκών αεροδρομίων, με τον υψηλότερο δείκτη φορολογικών επιβαρύνσεων. Η χώρα μας επιβαρύνει την τιμή του δωματίου με συντελεστή ΦΠΑ 8% έναντι 7% της Ισπανίας και 5% της Πορτογαλίας. Τα παραπάνω χαρακτηριστικά του ελληνικού φορολογικού συστήματος το κατατάσσουν στην τελευταία θέση μεταξύ των συστημάτων των ανταγωνιστριών χωρών. Το νέο καθεστώς των επιβαρύνσεων που εισήχθη με τη λειτουργία του αεροδρομίου των Σπάτων ήρθε να επιδεινώσει σε σημαντικό βαθμό την παραπάνω κατάσταση. Για τις αεροπορικές εταιρείες το νέο αεροδρόμιο είναι περίπου 2,5 φορές ακριβότερο από το αεροδρόμιο της Ρώμης, 2 φορές από το αεροδρόμιο της Βαρκελώνης, κ.λπ. (ΙΤΕΠ, 2001). Είναι φανερό λοιπόν οι συνέπειες της αύξησης των επιβαρύνσεων σε μια αγορά, όπως η τουριστική, έντονα ανταγωνιστική, στην οποία η σχετική τιμή του προϊόντος επηρεάζει σημαντικά τη ζήτηση του (ελαστικότητα ζήτησης μεγαλύτερη της μονάδας).

Κόστος χρήματος

Η ανορθολογική χρηματοοικονομική διάρθρωση των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε συνδυασμό με τα υψηλά επιτόκια που ίσχυαν στη χώρα μας οδήγησαν σε υψηλή χρηματοοικονομική επιβάρυνση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, με συνέπεια τη μείωση της ανταγωνιστικότητας του. Πιο συγκεκριμένα, το επιτόκιο μακροπρόθεσμων δανείων για όλες τις χώρες που εξετάζονται κυμάνθηκε στα ίδια περίπου υψηλά επίπεδα τη δεκαετία του 1980 με σαφή τάση όμως υποχώρησης για όλες τις χώρες, με εξαίρεση τη χώρα μας, στην οποία η πορεία των επιτοκίων δεν ήταν προς μια κατεύθυνση αλλά σημειώθηκαν αυξομειώσεις στο ύψος των επιτοκίων. Τη δεκαετία του 1990 η τάση για όλες τις χώρες ήταν καθοδική, με αποτέλεσμα όλες οι χώρες, με εξαίρεση και πάλι τη χώρα μας, να επιτύχουν επιτόκιο μακροχρόνιου δανεισμού του δημοσίου κάτω του 5%, ενώ η χώρα μας στάθηκε στο 6,5%. Τα επιτόκια τραπεζικού δανεισμού για τις επιχειρήσεις είναι σήμερα στη χώρα μας υψηλότερα κατά 1,58-2,16 ποσοστιαίες μονάδες του αντίστοιχου μέσου όρου που επικρατεί στην ευρωζώνη. Η σημειούμενη, μέσα στα πλαίσια της ONE, πτώση των επιτοκίων, έστω και με χαμηλότερους

ρυθμούς στη χώρα μας, αναμένεται να βελτιώσει το χρηματοδοτικό κόστος συγκριτικά περισσότερο για τις ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ί* Μοναδιαίο κόστος εργασίας

Η χώρα μας μειονεκτεί σημαντικά έναντι της Ισπανίας, Πορτογαλίας και Γαλλίας ως προς το μοναδιαίο κόστος εργασίας, γεγονός που επηρεάζει αρνητικά την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Η Ιταλία παρά το γεγονός ότι είναι πιο ακριβή από τη χώρα μας δέχεται μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών εξαιτίας της εύκολης πρόσβασης σε αυτήν που έχουν οι κάτοικοι των χωρών της Κεντρικής Ευρώπης. Τα διαθέσιμα στοιχεία δεν μας επιτρέπουν να συγκρίνουμε το μοναδιαίο κόστος εργασίας της χώρας μας με το αντίστοιχο της Τουρκίας. Ωστόσο φαίνεται ότι η χώρα μας έχει υψηλότερη παραγωγικότητα εργασίας στον τουριστικό τομέα σε σχέση με την Τουρκία.

Κόστος ζωής

Από πλευράς κόστους ζωής, η χώρα μας βρίσκεται περίπου στην ίδια θέση με την Πορτογαλία και οι δύο υπερέχουν ελαφρά έναντι της Ισπανίας και σημαντικά έναντι της Γαλλίας και Ιταλίας. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας σημειώθηκε η μεγαλύτερη αύξηση του δείκτη τιμών των υπηρεσιών ξενοδοχείου, καφέ και εστιατορίου, με αποτέλεσμα το 1999 ο δείκτης αυτός να βρίσκεται σε υψηλότερη θέση από τον αντίστοιχο δείκτη των άλλων χωρών που εξετάζονται.

Η σχέση τιμής-ποιότητας διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις διεθνείς συγκρίσεις, καθώς και στην επιλογή των προσφερομένων υπηρεσιών μεταξύ ανταγωνιστριών χωρών. Είναι αναγκαίο το στοιχείο της ποιότητας να υπάρχει σε όλο το φάσμα των τουριστικών υπηρεσιών. Σύμφωνα με τις διαθέσιμες ενδείξεις σχετικά με την ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, η γενική εικόνα δεν είναι θετική, αλλά διασώζεται από τα αρχαιολογικά και ία ιστορικά μνημεία που διαθέτει η χώρα μας, τα νησιωτικά συμπλέγματα, την περιβαλλοντική ποικιλία, κ.ά.

Δημόσια και ιδιωτική υποδομή

Τα κέντρα υποδοχής και διαμετακόμισης τουριστών της χώρα μας (αεροδρόμια, λιμάνια, σιδηροδρομικοί σταθμοί, κ.ά.) προσφέρουν χαμηλής ποιότητας υπηρεσίες. Είναι μικρά και ελλιπή σε σχέση με τον όγκο των διακινουμένων τουριστών. Οι καθυστερήσεις που σημειώνονται στα αεροδρόμια της χώρας αμβλύνουν σε σημαντικό βαθμό την όποια θετική εικόνα έχει σχηματίσει ο ξένος τουρίστας για τη χώρα μας. Στον τομέα της γενικής υποδομής, με άριστα το επτά (7), η χώρα μας βαθμολογείται με 2,86 έναντι 3,50 και 4,02 της Τουρκίας και Ισπανίας αντίστοιχα.

Από την άλλη πλευρά, αποτελεί γενική διαπίστωση ότι η ποιότητα των ελληνικών καταλυμάτων, των υψηλών τουλάχιστον κατηγοριών, θεωρείται ικανοποιητική, χωρίς βέβαια να λείπουν οι εξαιρέσεις είτε αυτές είναι θετικές είτε αρνητικές. Το ισχύον σύστημα κατηγοριοποίησης των ξενοδοχείων δεν ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της διεθνούς αγοράς αφού στηρίζεται μόνο σε κριτήρια που έχουν σχέση με το μέγεθος του ξενοδοχείου και όχι με την ποιότητα κατασκευής του.

Φυσικοί πόροι - Αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά Τα μοναδικά φυσικά χαρακτηριστικά της χώρας μας αποτελούν την αναγκαία συνθήκη για την τουριστική της ανάπτυξη. Το συγκριτικό όμως αυτό πλεονέκτημα της Ελλάδος δεν είναι και ικανό από μόνο του να δημιουργήσει το τουριστικό προϊόν, σε τιμή, ποιότητα και μορφή, που απαιτούν οι συνθήκες του διεθνούς ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Η χώρα μας περιορίστηκε στο δώρο της φύσης, χωρίς στηριζόμενη σε αυτό, να προχωρήσει στην προσφορά ενός βελτιωμένου και διαφοροποιημένου προϊόντος.

Η Ιστορία, από τη δική της πλευρά, δώρισε στη χώρα μας μοναδική αρχαιολογική, πολιτιστική και καλλιτεχνική κληρονομιά. Τα στοιχεία αυτά έρχονται να ικανοποιήσουν τα άτομα που έχουν ως κυρίαρχο στοιχείο επιλογής ενός τόπου προορισμού την κλασική κουλτούρα και την επιμόρφωση. Ο παράγοντας αυτός δεν έχει προβληθεί όσο και όπως θα έπρεπε, με αποτέλεσμα να μην αξιοποιείται ανάλογα. Η αξιοποίηση του θα έδινε ένα σοβαρό προβάδισμα στη χώρα μας έναντι των ανταγωνιστών της, οι οποίοι προσφέρουν και αυτοί «ήλιο και θάλασσα», υστερούν όμως στον πολιτιστικό τομέα.

Γεωγραφική θέση της Ελλάδας

Η μεγάλη απόσταση που βρίσκεται η χώρα μας σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες, Ισπανία, Πορτογαλία και Ιταλία, από τις πηγές προέλευσης των τουριστών, την θέτει σε μειονεκτική θέση έναντι αυτών. Η Ελλάδα είναι η χώρα του αεροπορικού τουρισμού αφού το 75-80% των επισκεπτών της χρησιμοποιούν το αεροπλάνο ως μεταφορικό μέσο. Το μεγαλύτερο μέρος αυτών έρχεται με πτήσεις τσάρτερ, γεγονός που δείχνει τη μεγάλη εξάρτηση της χώρας από τους tour operators.

Εποχικότητα

Η φύση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, σε συνδυασμό με τη γεωγραφική θέση της χώρας μας οδηγούν στη μεγάλη εποχικότητα που το χαρακτηρίζει, με αρνητικές συνέπειες στο κόστος και την ποιότητα αυτού. Η χώρα μας παρουσιάζει τον υψηλότερο βαθμό εποχικότητας μεταξύ των χωρών που εξετάστηκαν, γεγονός που τη θέτει σε μειονεκτική θέση έναντι αυτών.

Το γενικό συμπέρασμα το οποίο εξάγεται από την παραπάνω ανάλυση είναι ότι η χώρα μας υστερεί έναντι όλων σχεδόν των ανταγωνιστριών χωρών με κριτήριο τις παραμέτρους που χρησιμοποιήθηκαν. Υπερτερεί μόνο ως προς τους φυσικούς πόρους και την αρχαιολογική πολιτιστική, κληρονομιά.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο ευρωπαϊκός τουρισμός θα συνεχίσει να αναπτύσσεται, αλλά με μικρότερους ρυθμούς από αυτούς που πέτυχε μέχρι σήμερα, γεγονός που θα εντείνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των διαφόρων προορισμών. Προκειμένου η χώρα μας να αυξήσει το μερίδιο που κατέχει σήμερα στη διεθνή τουριστική αγορά θα πρέπει να θέσει ως στρατηγικούς στόχους:

- τη βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει
- την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς που κατέχει
- τη μείωση της εποχικότητας
- τη χάραξη και υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης αναπτυξιακής τουριστικής πολιτικής.

Τα μέσα τα οποία θεωρούνται αναγκαία για την επίτευξη των παραπάνω στόχων συνοψίζονται ως ακολούθως:

- Μέτρα για τη βελτίωση της ποιότητας
 - Βελτίωση της δημόσιας υποδομής
 - Μεγαλύτερο μέγεθος καταλυμάτων
 - Κατηγοριοποίηση των καταλυμάτων με νέα κριτήρια που επιβάλλουν οι συνθήκες της αγοράς και αύξηση του μεριδίου των υψηλότερων κατηγοριών καταλυμάτων
 - Αυστηρότεροι έλεγχοι στα δημόσια και ιδιωτικά μέσα συγκοινωνίας
 - Νομική προστασία του τουρίστα.

Πολιτική μάρκετινγκ η οποία θα στηρίζεται σε συνεχή έρευνα της αγοράς και προσαρμογή στις απαιτήσεις αυτής (νέες μορφές τουρισμού, κ.ά.).

- Βελτίωση του μικροοικονομικού και μακροοικονομικού περιβάλλοντος.
- Στενότερη συνεργασία με τους tour operators.
- Στενότερη συνεργασία μεταξύ όλων των κρίκων της ξενοδοχειακής αλυσίδας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΕΥΝΑ ΜΕ ΘΕΜΑ

Η ΚΙΝΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΩΝ ΘΕΡΙΝΩΝ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ 2004 ΣΤΙΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΕΣ ΠΟΛΕΙΣ

Ο τομέας έρευνας και τεκμηρίωσης της ΕΣΕΕ πραγματοποίησε έρευνα με σκοπό τη διερεύνηση της πορείας της αγοράς κατά την περίοδο των θερινών εκπτώσεων, που φέτος συνέπεσαν με το μέγα γεγονός των Ολυμπιακών Αγώνων 2004. Η έρευνα ήταν τηλεφωνική, πραγματοποιήθηκε μεταξύ 1^{ης} και 10^{ης} Σεπτεμβρίου 2004, στις 5 Ολυμπιακές πόλεις (Αθήνα, Πειραιάς, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Πάτρα, Βόλος) σε δείγμα 400 καταστημάτων. Για την επιλογή του δείγματος χρησιμοποιήθηκε η τεχνική της στρωματοποιημένης τυχαίας δειγματοληψίας (stratified random sampling). Η στρωματοποίηση έγινε ανάλογα με την γεωγραφική περιοχή στην οποία βρίσκεται η επιχείρηση.

- Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις που δόθηκαν στην Αθήνα, στον Πειραιά και στις άλλες Ολυμπιακές πόλεις, ένα ποσοστό εμπόρων, που ανέρχεται γύρω στο 10% δήλωσαν ότι ήταν ικανοποιημένοι από την πορεία του τζίρου τους κατά την υπό εξέταση περίοδο. Σε ποσοστό 55% οι υπεύθυνοι των εμπορικών καταστημάτων δήλωσαν ότι η κίνηση της αγοράς κυμάνθηκε στα ίδια επίπεδα με πέρσι. Ωστόσο σε ποσοστό 35% οι έμποροι του δείγματος δήλωσαν ότι ο κύκλος εργασιών τους ήταν όχι μόνο κατώτερος των προσδοκιών τους αλλά κινήθηκε σε χαμηλότερα επίπεδα σε σύγκριση με το 2003.
- Οι προσλήψεις έκτακτου προσωπικού για την περίοδο αυτή δεν αποτέλεσαν βασική επιχειρηματική στρατηγική. Μόνο το 5,3% των επιχειρήσεων χρησιμοποίησε έκτακτο προσωπικό.
- Επίσης πολλοί έμποροι ή υπεύθυνοι καταστημάτων εξέφρασαν επιφυλάξεις σχετικά με την αποτελεσματικότητα του ολυμπιακού ωραρίου. Χαρακτηριστικά, ορισμένοι, δήλωσαν ότι παρότι η κίνηση

ήταν περιορισμένη, οι επιχειρήσεις έπρεπε να λειτουργούσαν και ήταν αναγκασμένοι να διατηρούν το προσωπικό τους περισσότερες ώρες αυξάνοντας έτσι το λειτουργικό κόστος της επιχείρησής τους.

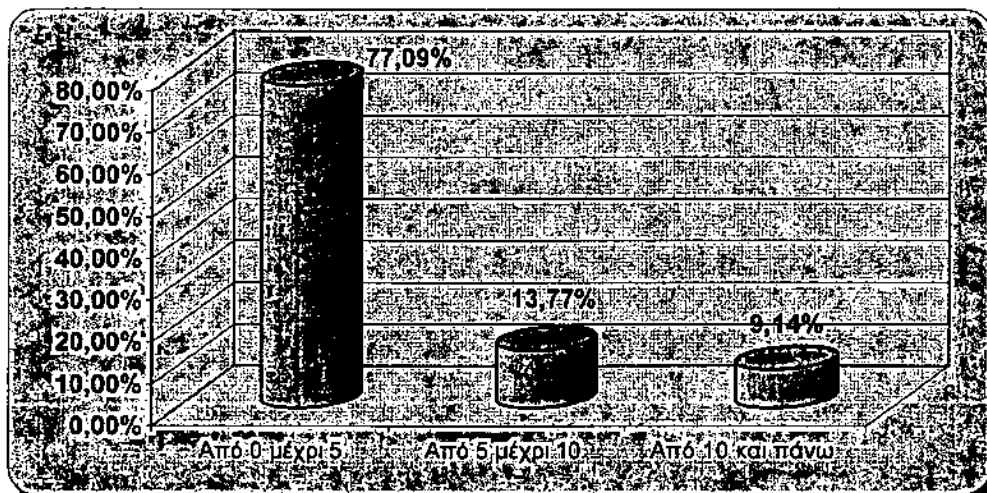
- Η επιλογή του τρόπου πληρωμής από τους καταναλωτές διαφοροποιείται κατά περίεργο τρόπο. Έτσι, φαίνεται ότι, μεγαλύτερο ποσοστό των αγορών πραγματοποιήθηκε με μετρητά παρά με πιστωτικές κάρτες. Όπως αιτιολογήθηκε από πολλούς υπεύθυνους καταστημάτων το στοιχείο αυτό οφείλεται στην υπερφόρτωση που παρατηρείται στις πιστωτικές κάρτες των καταναλωτών.
- Στο σύνολο της χώρας το 1/5 των επιχειρήσεων προμηθεύτηκαν ολυμπιακά προϊόντα. Όμως, το ποσοστό αυτό διαφοροποιείται μεταξύ της πρωτεύουσας και των άλλων ολυμπιακών πόλεων. Έτσι, η Αττική συγκεντρώνει, όπως ήταν αναμενόμενο, μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων (25,6%) που έχουν προμηθευτεί τέτοιου είδους προϊόντα σε αντίθεση με τις υπόλοιπες πόλεις που συγκεντρώνουν μόνο το 15,5%
- Στην ερώτηση κατά πόσο είναι ευχαριστημένοι οι καταστηματάρχες με τις πωλήσεις αυτών των Ολυμπιακών προϊόντων οι απαντήσεις ήταν μάλλον αποθαρρυντικές. Έτσι, μόνο το 15,4% του συνόλου των ερωτώμενων είναι ευχαριστημένοι με αυτήν την κατηγορία πωλήσεων. Όταν δε γίνεται διαχωρισμός μεταξύ της Αττικής (25%) και των υπόλοιπων πόλεων (7,7%) το ποσοστό διαφοροποιείται σημαντικά.
- Επίσης θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι Έλληνες καταναλωτές αποτέλεσαν το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών που αγόρασαν Ολυμπιακά προϊόντα (59,6%) σε αντίθεση με τους ξένους τουρίστες, που αντιπροσωπεύουν μόνο το 9,6%.
- Το παραπάνω συνδυάζεται με το πραγματικό γεγονός τις μειωμένης άφιξης τουριστών στη χώρα μας. Έτσι, οι επιχειρηματίες εμφανίστηκαν απογοητευμένοι σε σχέση με τις προσδοκίες που είχαν δημιουργηθεί και ήλπιζαν, ιδιαίτερα στις Ολυμπιακές πόλεις, και δη στην Αθήνα και στον Πειραιά, έστω και για περιορισμένο χρόνο την άφιξη μεγάλου ποσοστού τουριστών. Επίσης, οι επιχειρηματίες από τις άλλες Ολυμπιακές πόλεις

με τη σειρά τους θεωρούν ότι επίκεντρο της διοργάνωσης αποτέλεσε η Αθήνα, η οποία απορρόφησε το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών που υπό άλλες συνθήκες θα επισκέπτονταν και άλλες περιοχές της Ελλάδας.

ΕΡΕΥΝΑ ΜΕ ΘΕΜΑ
Η ΚΙΝΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΩΝ
ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ 2004 -ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

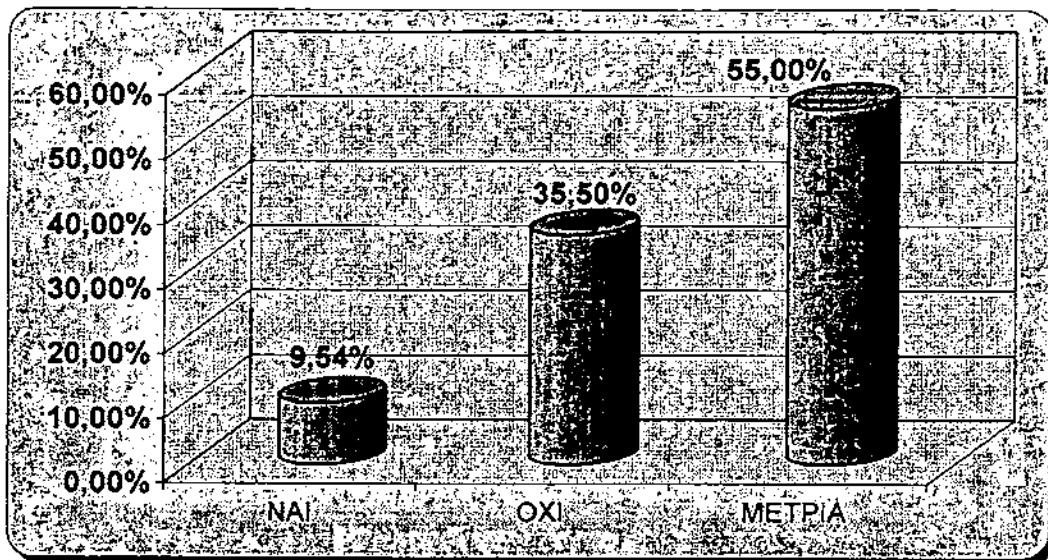
1. Πόσα άτομα απασχολείτε

Από 0 μέχρι 5	77,09%
Από 5 μέχρι 10	13,77%
Από 10 και πάνω	9,14%



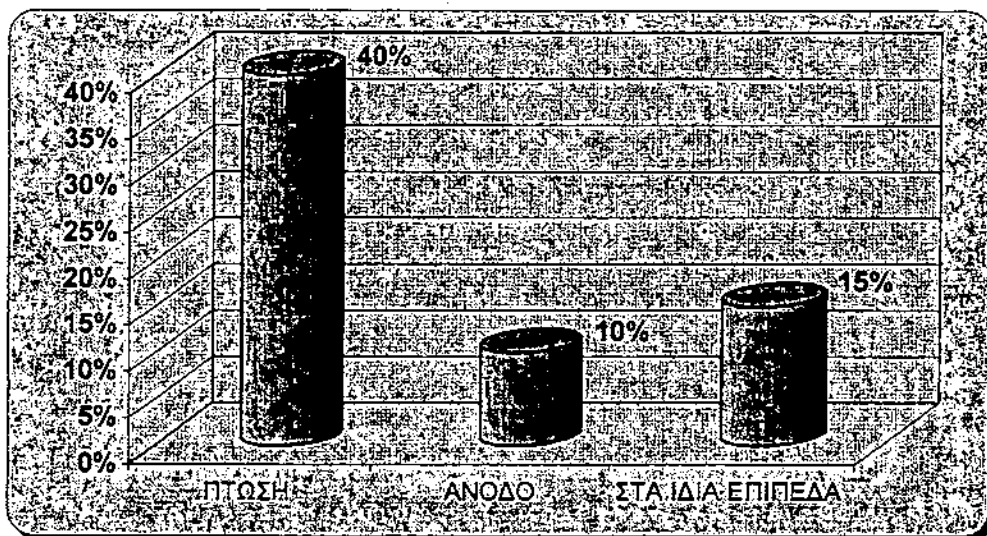
2. Είσαστε ευχαριστημένοι με τις πωλήσεις σας κατά την περίοδο των εκπτώσεων – Ολυμπιακών Αγώνων;

ΝΑΙ	9,5%
ΟΧΙ	35,5%
ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ	55,0%



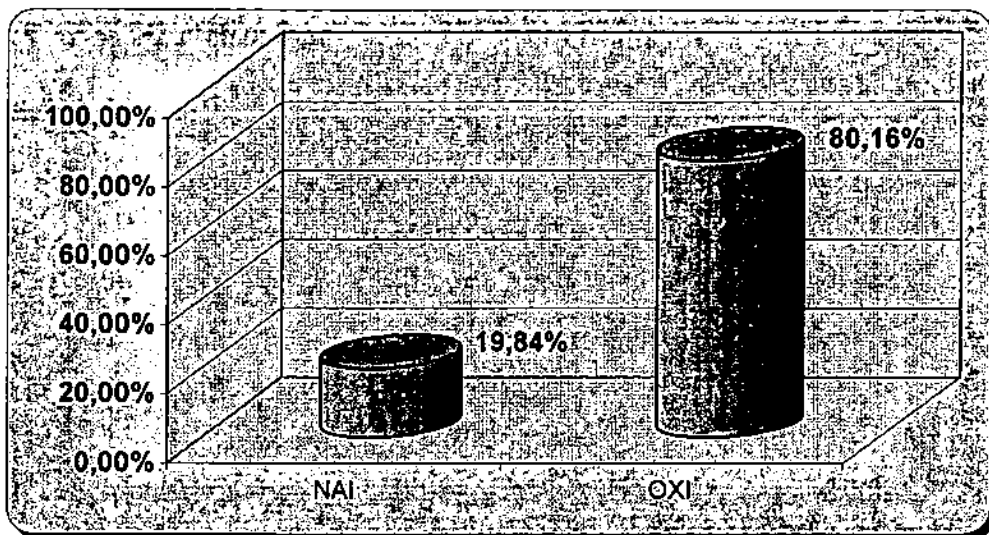
3. Σε τι ποσοστό θα προσδιορίζατε την :

ΠΤΩΣΗ	40%
ΑΝΟΔΟ	10%
ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ	15%



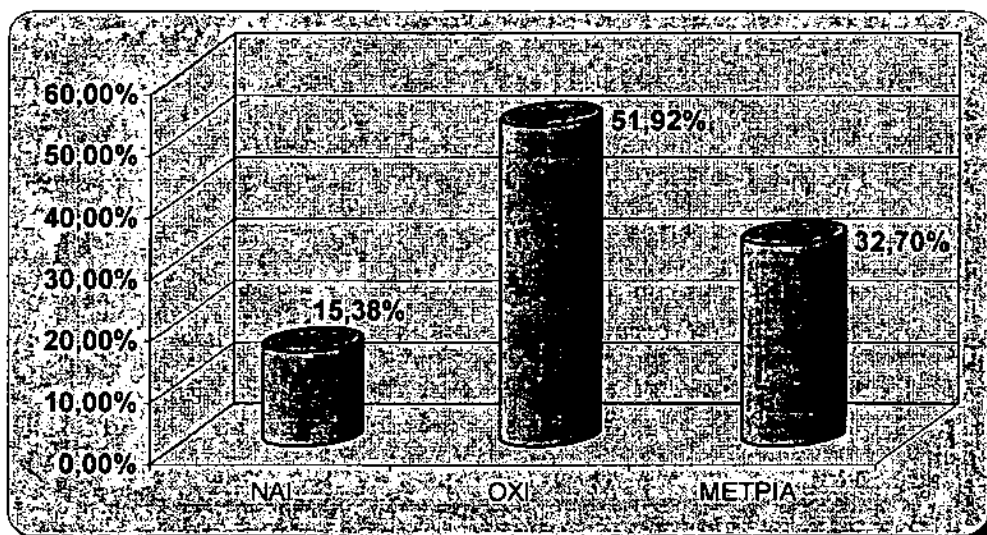
4. Το κατάστημά σας έχει προμηθευτεί Ολυμπιακά προϊόντα;

ΝΑΙ	19,84%
ΟΧΙ	80,16%



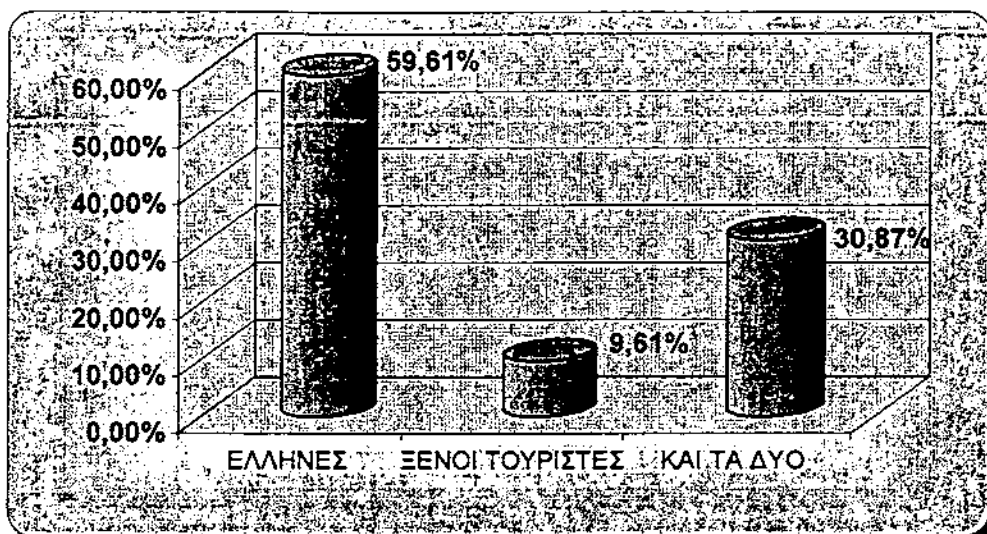
5. Αν ναι, υπήρχε ζήτηση για αυτού του είδους τα προϊόντα;

NAI	15,38%
OXI	51,92%
ΜΕΤΡΙΑ	32,7%



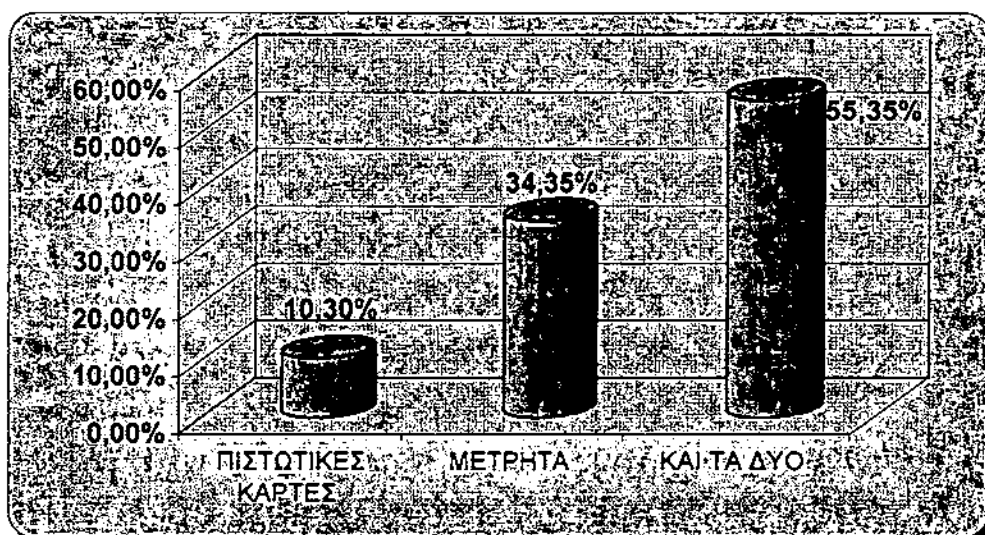
6. Την αγορά Ολυμπιακών προϊόντων προτίμησαν κυρίως:

ΕΛΛΗΝΕΣ	59,61%
ΞΕΝΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ	9,61%
ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ	30,87%



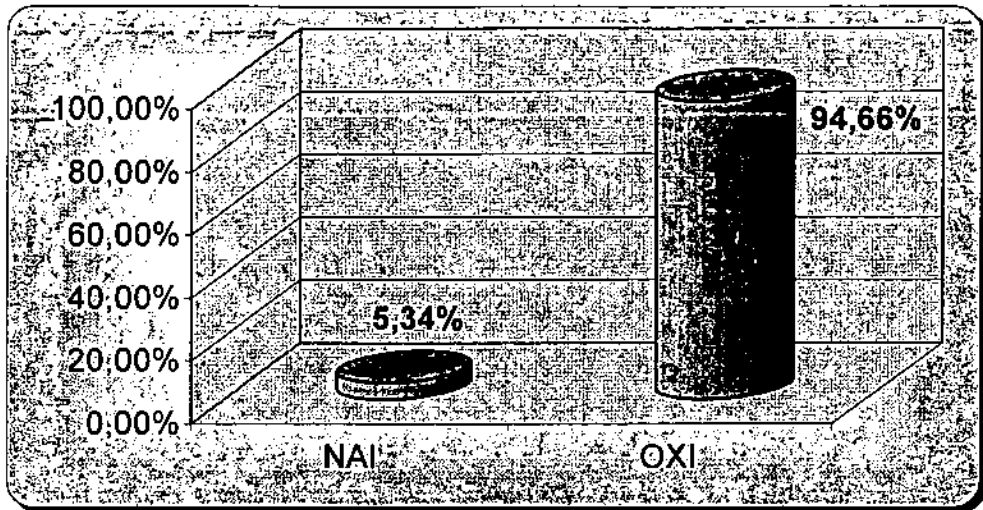
7. Οι καταναλωτές πραγματοποίησαν τις αγορές τους περισσότερο:

ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ	10,3%
ΜΕΤΡΗΤΑ	34,35%
ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ	55,35%



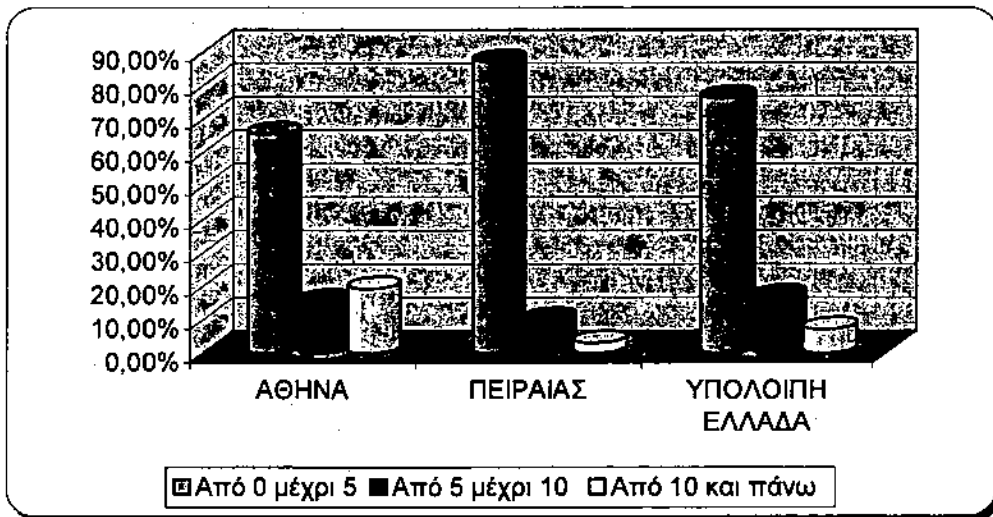
8. Προσλάβετε έκτακτο προσωπικό για αυτήν την περίοδο;

ΝΑΙ	5,34%
ΟΧΙ	94,66%



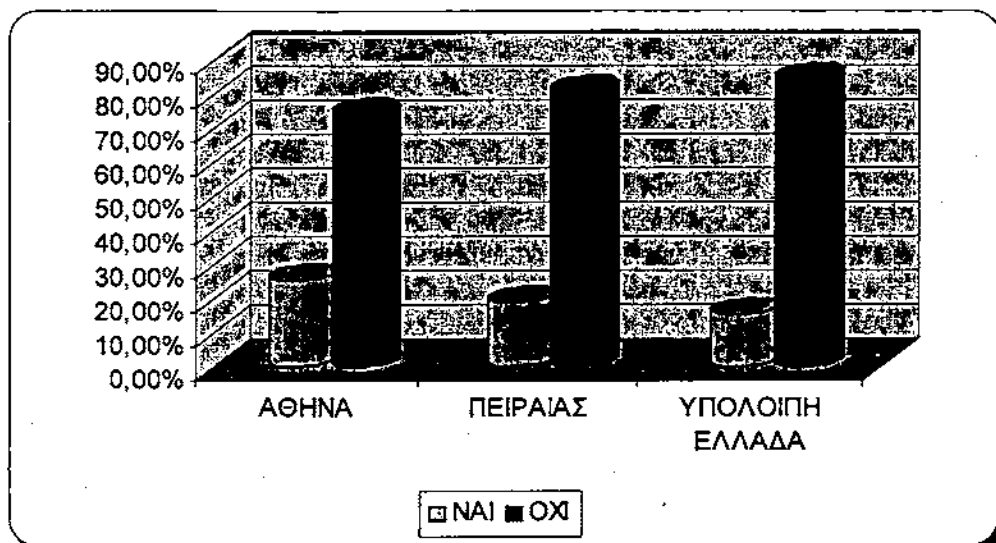
9. Πόσα άτομα απασχολείτε

	ΑΘΗΝΑ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ
Από 0 μέχρι 5	65,38%	87%	76,19%
Από 5 μέχρι 10	15,38%	10%	16,66%
Από 10 και πάνω	19,24%	3%	7,15%



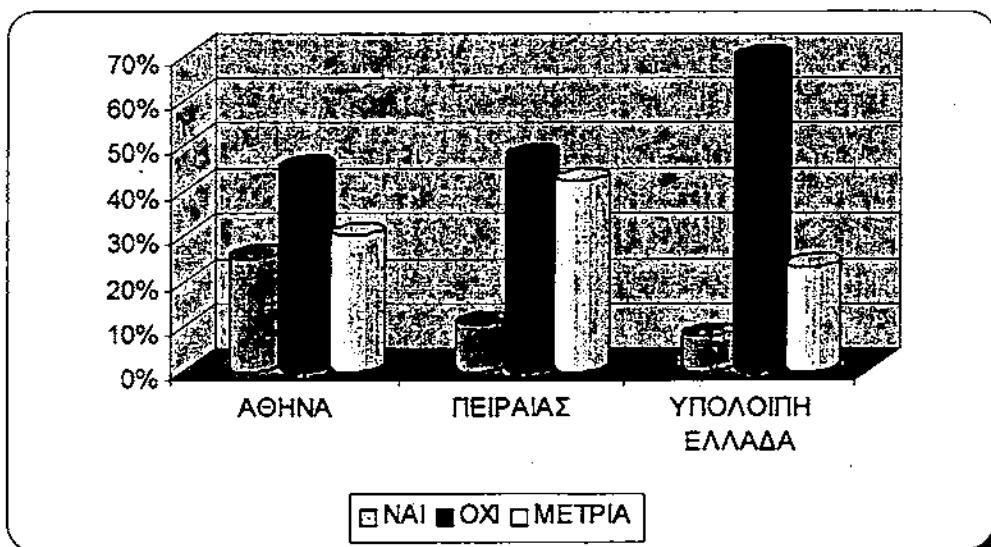
10. Το κατάστημα σας έχει προμηθευτεί Ολυμπιακά προϊόντα;

	ΑΘΗΝΑ	ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ
ΝΑΙ	25,64%	15,5%
ΟΧΙ	74,36%	84,5%



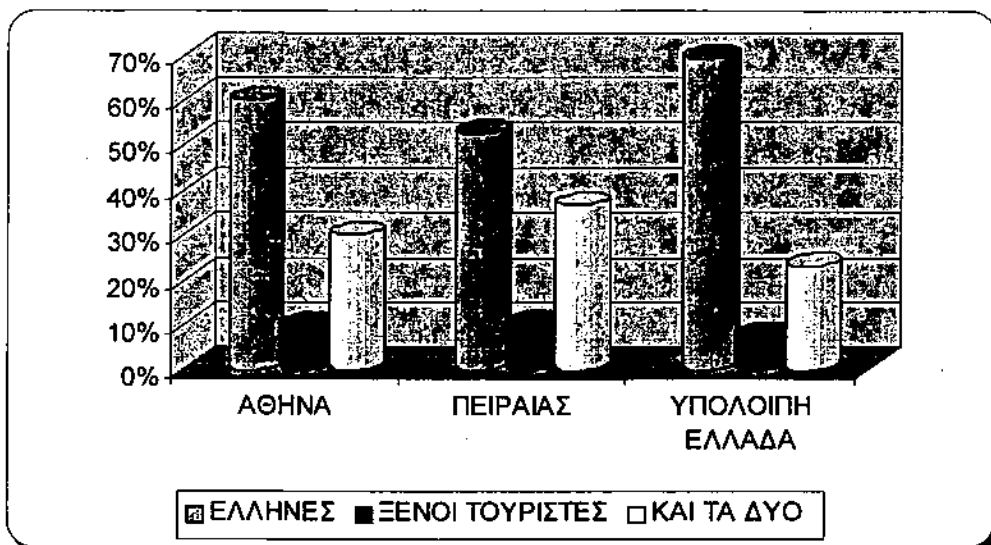
11. Αν ναι, υπήρχε ζήτηση για αυτού του είδους τα προϊόντα;

	ΑΘΗΝΑ	ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ
ΝΑΙ	25%	7,7%
ΟΧΙ	45%	69,2%
ΜΕΤΡΙΑ	30%	23,1%



12. Την αγορά Ολυμπιακών προϊόντων προτίμησαν κυρίως:

	ΑΘΗΝΑ	ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ
ΕΛΛΗΝΕΣ	60%	69,2%
ΞΕΝΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ	10%	7,7%
ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ	30%	23,1%





ΣΕΤΕ

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ – 20.07.04

Αρνητικά εξακολουθεί να εξελίσσεται η τουριστική κίνηση της χώρας κατά το 2004, σύμφωνα με τα μέχρι σήμερα δεδομένα. Αν η κατάσταση δεν διαφοροποιηθεί τους επόμενους μήνες, η πτώση σε επίπεδο αφίξεων θα προσεγγίσει το 8% σε σύγκριση με την περασμένη χρονιά που και αυτή ήταν πτωτική σε σχέση με το 2002. Για την ελληνική οικονομία και κοινωνία αυτό σημαίνει: 20.000 θέσεις εργασίας λιγότερες, απώλειες εσόδων περίπου 800 εκ. ευρώ και εκτιμώμενη μείωση κατά 0,7 ποσοστιαίες μονάδες στο ρυθμό ανάπτυξης του ΑΕΠ.

Σύμφωνα με τα στοιχεία των αφίξεων στα αεροδρόμια της χώρας (βλ. συν. πίνακα 1), η αρνητική εξέλιξη της τουριστικής κίνησης επιβεβαιώνεται και τον μήνα Ιούνιο. Η εξέλιξη αυτή είναι αντίρροπη με τις αντίστοιχες των ανταγωνιστριών χωρών, Ισπανίας, Τουρκίας και Κύπρου (βλ. συν. πίνακα 2). Αυτό σημαίνει ότι εξωγενείς παράγοντες που προβάλλονται κατά καιρούς σαν κύρια αίτια της φετινής κατάστασης, όπως τρομοκρατία, οικονομική ύφεση κλπ, δεν φαίνεται να επηρεάζουν άλλες άμεσα ανταγωνίστριες χώρες. Όπως τις προηγούμενες χρονιές έτσι και φέτος ο κόσμος του τουρισμού περίμενε την υψηλή περίοδο για να καλύψει τις αρνητικές επιδόσεις που καταγράφηκαν τους πρώτους μήνες του έτους. Δυστυχώς η πορεία των κρατήσεων και ακόμη περισσότερο των εσόδων δεν δείχνει καμία τάση βελτίωσης και οι πιθανότητες να παρατηρηθεί οποιαδήποτε σημαντική ανατροπή της κατάστασης μέχρι το τέλος της περιόδου είναι πλέον περιορισμένες.

Στην προσπάθεια αναστροφής του κλίματος θεωρούμε ως άμεσες προτεραιότητες της Κυβέρνησης τα εξής:

- α. ενίσχυση της προβολής, με στόχο την φετινή μεταολυμπιακή τουριστική περίοδο ώστε να κεφαλαιοποιήσουμε στον μέγιστο δυνατό βαθμό την δημοσιότητα της χώρας μας λόγω Ολυμπιακών Αγώνων αλλά και λόγω της επιτυχίας της Εθνικής ομάδας ποδοσφαίρου.
- β. ενεργοποίηση της επιτροπής διαχείρισης κρίσεων, ώστε να περιορίζονται τα αρνητικά σχόλια για ασήμαντου μεγέθους και σημασίας για τον τουρισμό γεγονότα (γκαζάκια, μπλακ άουτ, κλπ).
- γ. άμεση και αποφασιστική πάταξη φαινομένων κερδοσκοπίας και τυχодиωκτισμού, που τυχόν θα εμφανισθούν κατά την διάρκεια των Ολυμπιακών αγώνων, ώστε να αποφευχθεί δυσφήμιση που επεκτείνεται στο σύνολο του ελληνικού τουρισμού.
- δ. ρητές εντολές στις προξενικές αρχές μας να διευκολύνουν, ιδιαίτερα στην μεταολυμπιακή περίοδο, την χορήγηση βίζας σε επισκέπτες από χώρες εκτός Ε.Ε.

Η αρνητική εξέλιξη της Ολυμπιακής χρονιάς, για την οποία είχαν καλλιεργηθεί μεγάλες προσδοκίες, θέτει ευθέως πλέον επί τάπητος το θέμα της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού στο σύνολό του. Ο ιδιωτικός τομέας είναι έτοιμος να συνεργασθεί στην χάραξη μιας μακροπρόθεσμης τουριστικής στρατηγικής. Αναμένουμε και από την Κυβέρνηση να πράξει το ίδιο υλοποιώντας τις προεκλογικές της εξαγγελίες.

Πίνακας 1. Διεθνείς Αεροπορικές αφίξεις στους κύριους τουριστικούς προορισμούς

2004	Ρόδος	Κως	Κέρκυρα	Ηράκλειο	Χανιά	Ζάκυνθος
Ιανουάριος	1.157	0	0	3.019	0	0
Φεβρουάριος	67	0	0	3.111	0	0
Μάρτιος	1.129	0	0	3.993	0	0
Απρίλιος	49.962	6.692	6.547	113.481	20.514	694
Μάιος	158.205	84.472	119.839	264.736	73.609	73.451
Ιούνιος	180.255	106.642	142.790	271.893	91.272	88.060
Σύνολο	390.775	197.806	269.176	660.233	185.395	162.205

2003	Ρόδος	Κως	Κέρκυρα	Ηράκλειο	Χανιά	Ζάκυνθος
Ιανουάριος	1.420	0	0	2.060	0	0
Φεβρουάριος	1.241	494	0	2.324	0	0
Μάρτιος	864	238	0	2.615	0	0
Απρίλιος	53.251	12.741	10.215	127.877	24.019	1.502
Μάιος	153.736	81.906	124.349	253.752	80.108	69.659
Ιούνιος	205.969	111.297	162.597	306.712	90.557	93.094
Σύνολο	416.481	206.676	297.161	695.340	194.684	164.255

Δ% 2004/2003	Ρόδος	Κως	Κέρκυρα	Ηράκλειο	Χανιά	Ζάκυνθος
Ιανουάριος	-18,52	0,00	0	46,55	0	0
Φεβρουάριος	-94,60	-100,00	0	33,86	0	0
Μάρτιος	30,67	-100,00	0	52,70	0	0
Απρίλιος	-6,18	-47,48	-35,91	-11,26	-14,59	-53,79
Μάιος	2,91	3,13	-3,63	4,33	-8,11	5,44
Ιούνιος	-12,48	-4,18	-12,18	-11,35	0,79	-5,41
Σύνολο	-6,17	-4,29	-9,42	-5,05	-4,77	-1,25

Πηγή: ΥΠΙΑ

Πίνακας 2. Αφίξεις σε ανταγωνίστριες χώρες*

	Ισπανία			Κύπρος			Τουρκία		
	2003	2004	Δ%	2003	2004	Δ%	2003	2004	Δ%
Ιανουάριος	2.436.930	2.606.122	6,94	59.529	56.504	-5,08	363.983	533.694	46,63
Φεβρουάριος	2.698.242	2.982.161	10,52	77.972	75.705	-2,91	481.252	607.854	26,31
Μάρτιος	3.344.836	3.348.990	0,12	91.634	111.945	22,17	499.663	784.107	56,93
Απρίλιος	4.259.447	4.251.110	-0,20	169.891	191.251	12,57	669.288	1.104.270	64,99
Μάιος	4.755.316	4.973.187	4,58	231.527	261.646	13,01	1.146.309	1.799.964	57,02
Σύνολο	17.494.771	18.161.571	3,81	630.553	697.051	10,55	3.160.495	4.829.889	52,82

*αφορούν στο σύνολο των διεθνών αφίξεων με κάθε μέσο

Πηγές: Exceltur Spain, Σύνδεσμος Τουριστικών Επιχειρήσεων Κύπρου, TYD Turkey

**Διόρθωση στατιστικών τουρισμού
Επαναπροσδιορισμός στόχων για τον ελληνικό τουρισμό
Απρίλιος 2004**

Είναι γνωστή εδώ και χρόνια η ανεπάρκεια της στατιστικής παρακολούθησης της ελληνικής τουριστικής οικονομίας. Ο ΣΕΤΕ έχει θέξει πολλές φορές το θέμα αυτό και ειδικότερα σε ότι αφορά την παρακολούθηση των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μας (βλ. Δελτία Τύπου ΣΕΤΕ, 22 & 28.12.2000).

Ο ΣΕΤΕ το 2003 στη Β' Έκδοση της Μελέτης «Ελληνικός τουρισμός 2010: Στρατηγική & Στόχοι» μετά από καταγραφή βασικών μεταβλητών του ελληνικού τουρισμού, είχε καταθέσει μια πρόταση στοχοθέτησης για τον ελληνικό τουρισμό με ορίζοντα το 2010. Στη μεθοδολογία και τους ερευνητικούς περιορισμούς αυτής της Μελέτης σημειώναμε ότι: «Οι αφίξεις για την Ελλάδα περιλαμβάνουν και τους οικονομικούς μετανάστες. Προσπάθεια «απαλβανοποίησης» των αριθμών θα έπρεπε να ακολουθηθεί από αντίστοιχη προσπάθεια «απομαροκινοποίησης» για την Ισπανία, «αποσουδανοποίησης» για την Αίγυπτο, κλπ. Στο βωμό λοιπόν της συγκρισιμότητας, χρησιμοποιούνται τα στατιστικά ακριβώς όπως εμφανίζονται επίσημα.»

Το 2004 και στο βωμό πλέον του ρεαλισμού θεωρούμε αναγκαίο να καταγράψουμε τα «πραγματικά» μεγέθη του ελληνικού τουρισμού και να επαναπροσδιορίσουμε στόχους.

«Πραγματικά» Μεγέθη

Αφίξεις

Ο πίνακας 1 (σελ. 3) παρουσιάζει τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στο διάστημα 1992 – 2002. Παρατηρούμε ότι η Αλβανία εμφανίζεται ξεχωριστά για πρώτη χρονιά το 1994 με 238.453 αφίξεις. Την ίδια χρονιά τα «Λοιπά Κράτη Ευρώπης» έστειλαν στην Ελλάδα 25.209 τουρίστες. Όμως, το 1992 και 1993 τα «Λοιπά Κράτη Ευρώπης» έστειλαν αντίστοιχα 104.394 και 205.373 τουρίστες. Προφανώς στους αριθμούς αυτούς περιλαμβάνονται και αφίξεις από την Αλβανία, γεγονός το οποίο ώθησε την Ε.Σ.Υ.Ε. να δημιουργήσει χωριστή κατηγορία για την Αλβανία από το 1994. Μπορούμε λοιπόν άφοβα να υποθέσουμε ότι οι αφίξεις των Αλβανών για το 1992 ήταν, τάξη μεγέθους, 90.000 τουρίστες και για το 1993 185.000 (πίνακας 2, σελ.4).

Στον πίνακα 2 επίσης βλέπουμε πως διαμορφώνονται πλέον οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μας στο διάστημα 1992 – 2002 (προφανώς υπάρχουν και από άλλες εθνικότητες οικονομικοί μετανάστες, αλλά τα μεγέθη τους είναι ελάχιστα συγκρινόμενα με εκείνα των Αλβανών). Στην ίδια δεκαετία και με τα νέα δεδομένα, οι αφίξεις πλέον μεταβάλλονται με μέσο ετήσιο ρυθμό 3,63 % (στο υπόλοιπο του κειμένου όταν αναφερόμαστε σε αφίξεις, δεν περιλαμβάνουμε πλέον τις αφίξεις από την Αλβανία).

Μέση κατά κεφαλή δαπάνη

Η μεταβολή του αριθμού των αφίξεων προφανώς επηρεάζει και την μέση κατά κεφαλή δαπάνη (ΜΚΔ) η οποία πλέον φαίνεται μεγαλύτερη (πίνακας 3, σελ.5). Από 379 Ευρώ το 1992, σε 796 το 2002 (η μετατροπή σε Ευρώ από USD έχει γίνει από την Τράπεζα της

Ελλάδος). Ο μέσος Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής (EPM) των εσόδων σε Ευρώ στην δεκαετία 1992 – 2002, γίνεται πλέον 8,14% από 7,27%. Όμως, ο EPM σε Ευρώ δεν είναι φρόνιμο να χρησιμοποιηθεί, δεδομένου ότι τα έσοδα είχαν αρχικά υπολογισθεί σε USD. Για το λόγο αυτό, κρατάμε το EPM της δεκαετίας 1990 – 2000 σε USD που είναι 6,15%.

Είναι προφανές λοιπόν, ότι τα νέα μεγέθη των αφίξεων και της MKΔ επηρεάζουν και την όποια νέα στοχοθέτηση επιχειρηθεί.

Επαναπροσδιορισμός στόχων

Η ιδανική στοχοθέτηση θα έπρεπε να προέλθει από τον συσχετισμό της τουριστικής με την εθνική οικονομία και το ποσοστό του ΑΕΠ που θα θέλαμε να καταλαμβάνει / συνεισφέρει Ο τουρισμός. Η υπάρχουσα στατιστική παρακολούθηση / υποστήριξη του ελληνικού τουρισμού, δυστυχώς δεν επιτρέπει μια τέτοια προσέγγιση και για το λόγο αυτό χρησιμοποιούνται τα μεγέθη της MKΔ, των αφίξεων και των εσόδων.

Μέση κατά κεφαλή δαπάνη

Σαφής κατεύθυνση της τουριστικής μας πολιτικής πρέπει να είναι η βελτίωση της ποιότητας. Από την πλευρά της ζήτησης αυτό σημαίνει στόχευση σε υψηλότερη MKΔ. Σε όρους USD στη δεκαετία 1990 – 2000 είχαμε μέσο EPM για την MKΔ = 6,15%. Με συντηρητική αισιοδοξία μπορούμε να στοχεύσουμε για την δεκαετία 2004 – 2014, τουλάχιστον στο 5%. Αν λάβουμε λοιπόν, σαν έτος βάσης το 2004 και MKΔ τα 800 Ευρώ (μέσος όρος, κατά τάξη μεγέθους τα τρία τελευταία χρόνια), τότε το 2010 στοχεύουμε σε MKΔ = 1.072 Ευρώ (και σε επίπεδο δεκαετίας για το 2014 τα 1.303 Ευρώ) (πίνακας 4, σελ.6).

Αφίξεις

Στο διάστημα 1992 – 2002 οι αφίξεις μεταβάλλοντο με μέσο ετήσιο ρυθμό 3,63%. Όλοι γνωρίζουμε ότι στη δεκαετία αυτή η τουριστική πολιτική ήταν ανύπαρκτη, η προβολή ελλιπής και η εκμετάλλευση της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων μηδενική. Αν κάτι βελτιωθεί σε όλο αυτό το κάθε άλλο παρά ευνοϊκό πλαίσιο, είναι λογικό να προσβλέπουμε για το επόμενο διάστημα ετήσιο ρυθμό αύξησης 5%. Σε αυτή την περίπτωση, πρέπει να στοχεύσουμε σε 17,4 εκ αφίξεις για το 2010 (και σε επίπεδο δεκαετίας για το 2014 τις 21,1 εκ. αφίξεις).

Έσοδα

Ο συνδυασμός MKΔ και αφίξεων στοχοθετεί επίπεδο εσόδων της τάξης των 18,6 εκ. Ευρώ, πάντα για το 2010 (και σε επίπεδο δεκαετίας για το 2014 τα 27,6 εκ. Ευρώ) (πίνακας 4, σελ.6).

Συνοπτικά:

	2002	Στόχοι	2010
Αφίξεις (εκ.)	12,9	Αφίξεων (εκ.)	17,4
Έσοδα (εκ. Ευρώ)	10.284	Εσόδων (εκ. Ευρώ)	18,6
MKΔ (Ευρώ)	796	MKΔ (Ευρώ)	1.072

Πηγή: ΤτΕ 2003, ΕΟΤ 2003, ΣΕΤΕ 2004

Πίνακας 1. Αφίξεις Αλβανών, Ευρωπαίων και συνολικά, 1992-2002

ΕΤΟΣ	ΑΛΒΑΝΙΑ	ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΕΥΡΩΠΗΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
1992	-	104.394	8.419.663	9.331.360	
1993	-	205.373	8.470.616	9.412.823	0,87%
1994	238.453	25.209	9.865.986	10.641.942	13,06%
1995	128.211	32.882	9.363.829	10.130.177	-4,81%
1996	191.619	80.128	8.419.060	9.233.925	-8,85%
1997	298.843	57.541	9.277.762	10.070.325	9,06%
1998	586.182	34.967	10.174.303	10.916.046	8,40%
1999	673.061	37.063	11.320.013	12.164.088	11,43%
2000	717.263	113.813	12.214.964	13.095.545	7,66%
2001	1.038.129	122.402	13.228.103	14.057.331	7,34%
2002	1.255.738	115.800	13.375.590	14.179.999	0,87%
				Μέσος ΕΡΜ=4,5%	
ΕΡΜ= Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής					

Πηγή: ΕΟΤ (www.gnto.gr/2/01/gb10003.html)

Πίνακας 2. Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, με και χωρίς Αλβανούς, 1992-2002

ΕΤΟΣ	ΑΛΒΑΝΙΑ	ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΕΥΡΩΠΗΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΒΑΝΟΥΣ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΙΣ ΑΛΒΑΝΟΥΣ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
1992	90.000	14.393	8.419.663	9.331.360		9.241.360	
1993	185.000	20.373	8.470.616	9.412.823	0,87%	9.227.823	-0,15%
1994	238.453	25.209	9.865.986	10.641.942	13,06%	10.403.489	12,74%
1995	128.211	32.882	9.363.829	10.130.177	-4,81%	10.001.966	-3,86%
1996	191.619	80.128	8.419.060	9.233.925	-8,85%	9.042.306	-9,59%
1997	298.843	57.541	9.277.762	10.070.325	9,06%	9.771.482	8,06%
1998	586.182	34.967	10.174.303	10.916.046	8,40%	10.329.864	5,71%
1999	673.061	37.063	11.320.013	12.164.088	11,43%	11.491.027	11,24%
2000	717.263	113.813	12.214.964	13.095.545	7,66%	12.378.282	7,72%
2001	1.038.129	122.402	13.228.103	14.057.331	7,34%	13.019.202	5,18%
2002	1.255.738	115.800	13.375.590	14.179.999	0,87%	12.924.261	-0,73%
				Μέσος EPM=4,5%		Μέσος EPM=3,63%	
EPM=	Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής						

Πηγή: ΕΟΤ (www.gnot.gr/2/01/10003.html) και επεξεργασία ΣΕΤΕ

Πίνακας 3. Στοιχοθέτηση για τον ελληνικό τουρισμό, 2004-2014

ΕΤΟΣ	Αφίξεις Με Αλβανία	Εσοδα ('000 Ευρώ) αναθεωρημένα	ΜΙΚΑ (Ευρώ)	ΕΤΟΣ	Αφίξεις Χωρίς Αλβανία	Εσοδα ('000 Ευρώ)	ΜΙΚΑ (Ευρώ)	ΕΤΟΣ	Εσοδα ('000 USD)	ΜΙΚΑ (USD)
1990	8.873.000							1990	3.595.700	405
1991	8.036.000							1991	3.811.700	474
1992	9.331.360	3.506.500	376	1992	9.241.360	3.506.500	379	1992	4.627.200	496
1993	9.412.823	3.755.200	399	1993	9.227.823	3.755.200	407	1993	4.365.600	464
1994	10.641.942	4.238.100	398	1994	10.403.489	4.238.100	407	1994	5.092.900	479
1995	10.130.177	4.153.400	410	1995	10.001.966	4.153.400	415	1995	5.400.300	533
1996	9.233.925	4.049.900	439	1996	9.042.306	4.049.900	448	1996	5.075.800	550
1997	10.070.325	4.593.100	456	1997	9.771.482	4.593.100	470	1997	5.151.300	512
1998	10.916.046	5.513.800	505	1998	10.329.864	5.513.800	534	1998	6.188.200	567
1999	12.164.088	8.296.200	682	1999	11.491.027	8.296.200	722	1999	8.784.600	722
2000	13.095.545	10.061.200	768	2000	12.378.282	10.061.200	813	2000	9.221.100	704
2001	14.057.331	10.579.900	753	2001	13.019.202	10.579.900	813			
2002	14.179.999	10.284.700	725	2002	12.924.261	10.284.700	796			
Δ ('02-'92)	45,04%				36,33%					
Μέσος ΕΡΜ '92-'02	4,50%				3,63%				Μέσος ΕΡΜ 1990-2000	3,15%
ΕΡΜ=Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής										

Πηγή: ΤΥΕ 2003, ΕΟΤ 2003, ΣΕΤΕ 2004

Πίνακας 4. Στοχοθέτηση για τον ελληνικό τουρισμό, 2004-2014

ΕΤΟΣ	Σ Τ Ο Χ Ο Ι		
	Στόχος ΜΚΔ (Ευρώ), (ΕΡΜ=5%)	Στόχος Αφίξεων (ΕΡΜ=5%)	Στόχος Εσόδων ('000 Ευρώ)
2004	800	13.000.000	10.400.000
2005	840	13.650.000	11.466.000
2006	882	14.332.500	12.641.265
2007	926	15.049.125	13.936.995
2008	972	15.801.581	15.365.537
2009	1.021	16.591.660	16.940.504
2010	1.072	17.421.243	18.676.906
2011	1.126	18.292.305	20.591.289
2012	1.182	19.206.921	22.701.896
2013	1.241	20.167.267	25.028.840
2014	1.303	21.175.630	27.594.296

Πηγή: ΤτΕ 2003, ΕΟΤ 2003, ΣΕΤΕ 2004

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ – 06.05.04

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τους Ολυμπιακούς Αγώνες σαν μια μοναδική επενδυτική ευκαιρία για το μέλλον του Ελληνικού Τουρισμού που θα έχει καταλυτικές επιπτώσεις στο σύνολο της Εθνικής Οικονομίας.

Σε σχέση με πρόσφατα δημοσιεύματα που αφορούν στις τιμές τουριστικών υπηρεσιών εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων ο ΣΕΤΕ σημειώνει τα ακόλουθα:

Είναι γνωστό ότι, όπως σε κάθε μεγάλη αγορά, έτσι και στην τουριστική είναι δυνατόν να εμφανιστούν ακραίες περιπτώσεις τιμολόγησης υπηρεσιών. Αυτό όμως δεν μπορεί αβασάνιστα να γενικεύεται μέσα από επιφανειακές προσεγγίσεις, που ενώ αναφέρονται σε εξαιρετικά λίγες και μεμονωμένες περιπτώσεις, δημιουργούν στην ελληνική και την διεθνή κοινή γνώμη μια συνολική αρνητική εικόνα για τον Ελληνικό Τουρισμό.

Οι τιμές των τουριστικών υπηρεσιών στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής κατά την διάρκεια των Αγώνων είναι λογικό και αναμενόμενο να είναι αυξημένες, στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται τόσο από την μοναδικότητα του γεγονότος όσο και από τις μεγάλες επενδύσεις που έχουν πραγματοποιηθεί από πολλές τουριστικές επιχειρήσεις. Οι αυξήσεις όμως αυτές αφορούν μόνον στην συγκεκριμένη περιοχή και στο βραχύ διάστημα διεξαγωγής των Αγώνων. Στο σύνολο της υπόλοιπης χώρας, το οποίο θα υποδεχθεί και θα φιλοξενήσει την συντριπτική πλειοψηφία των φετινών επισκεπτών μας, οι τιμές βρίσκονται στα επίπεδα του 2003 ενώ σε πολλές περιπτώσεις ακόμη χαμηλότερα.

Σε κάθε περίπτωση ο ΣΕΤΕ καταδικάζει κατηγορηματικά την οποιαδήποτε πρόθεση κερδοσκοπίας και εκμετάλλευσης των επισκεπτών μας κατά τη διάρκεια των Αγώνων. Τέτοιες ενέργειες βλάπτουν τον Ελληνικό Τουρισμό στο σύνολό του, και υπονομεύουν τις προσπάθειες όλων μας.

Σύντομη παρουσίαση των τάσεων της τουριστικής αγοράς σε
ανταγωνίστριες χώρες με βάση μελέτη του ΠΟΤ
Φεβρουάριος 2004

Το σημείωμα αναφέρεται συνοπτικά στις δράσεις των άμεσων ανταγωνιστών της Ελλάδας σε σχέση με τον τουρισμό και συγκεκριμένα της Ισπανίας, της Τουρκίας, της Κύπρου, της Πορτογαλίας και της Αιγύπτου.

Τα στοιχεία που αναφέρουμε βασίζονται στις τελευταίες εκδόσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού : 1) Tourism Market Trends Europe 2003 2) Tourism Market Trends Middle East 2003 και περιέχουν πληροφόρηση για το 2002. Ως ενημέρωση φαίνεται λίγο παρωχημένη, αλλά περιέχει χρήσιμα στοιχεία.

Σημειώνουμε επίσης ότι οι εκδόσεις αυτές του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού χρησιμοποιούν στοιχεία από τους Εθνικούς Οργανισμούς των χωρών μελών του.

1. Γενικά χαρακτηριστικά

Η Ευρώπη είναι με διαφορά η περιοχή με τις περισσότερες διεθνείς αφίξεις τουριστών. Συγκεκριμένα κατέχει το 57 % των αφίξεων παγκοσμίως. Παρ' όλα αυτά ο ρυθμός ανάπτυξης της Ευρώπης είναι χαμηλότερος κατά 0,8%, από τον μέσο παγκόσμιο.

Η αύξηση των αφίξεων στην Νότια Ευρώπη ήταν 1,5% κάτι που οφείλεται κυρίως στην ανάδειξη νέων προορισμών όπως η FYROM, η Σερβία και το Montenegro. Οι διεθνείς αφίξεις παρουσίασαν αύξηση 0,9% στην Ελλάδα και 3% στην Ισπανία, ενώ στην Πορτογαλία παρουσιάστηκε μικρή μείωση της τάξεως του 0,9%.

Η Ανατολική Μεσόγειος παρουσίασε την μεγαλύτερη αύξηση διεθνών αφίξεων (9,4%) που οφείλεται κατά κύριο λόγο στην αύξηση των αφίξεων (19%) στην Τουρκία, παρ' όλες τις μειώσεις σε Κύπρο (-10%) και Ισραήλ (-28%). Η Τουρκία έχει καθιερωθεί για την καλή σχέση τιμής / ποιότητας.

Όσον αφορά στην Αίγυπτο παρουσίασε αύξηση (13%) το 2002 συγκριτικά με το 2001, αν και αυτό δεν ήταν αρκετό να καλύψει τις τόσο σημαντικές απώλειες που είχε κατά την διάρκεια του 2001.

2. Τουριστικό Προϊόν

Ισπανία

Στην Ισπανία, 63 Πλάνα " Touristic Excellence" και 52 Πλάνα " Touristic dynamisation" εγκρίθηκαν μέχρι το 2002. Το Ισπανικό Ινστιτούτο Τουριστικής Ποιότητας καθιερώθηκε ενώ συνεχίστηκε το πρόγραμμα " Green Town".

Τουρκία

Η Τουρκία χρησιμοποιεί ως σύστημα πιστοποίησης το "ISO 9001: 2000 Quality Management System". Επιπλέον προσφέρει κίνητρα για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως τουρισμός βουνών (highland tourism), εξερεύνηση σπηλαίων, ποδηλασία, γκολφ, θερμοπηγές (hot springs), ράφτινγκ, trekking, χειμερινά σπορ, ταξίδια με θαλαμηγό (yachting).

Κύπρος

Ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού δημιούργησε Κυπριακή Αγροτουριστική Εταιρεία, με δικό της χώρο στο διαδίκτυο προσφέροντας την δυνατότητα κρατήσεων on-line σε 55 εγκαταστάσεις σε 29 χωριά.

Η επιλογή της Κύπρου από την Βρετανική Ολυμπιακή Επιτροπή ως προορισμός κατάλληλος για προετοιμασία αθλητών, οδήγησε σε επενδύσεις αθλητικών υποδομών.

Ο ΚΟΤ έχει επιχορηγήσει τη δημιουργία πολλών φυσικών μονοπατιών. Επιπλέον έχει προχωρήσει στην επέκταση του E4 Ευρωπαϊκού Μονοπατιού μακρινής απόστασης (E4 European long distance path). Δυο από τα μονοπάτια θα είναι κατάλληλα και για άτομα με ειδικές ανάγκες. Διαδρομές κρασιού έχουν επίσης οργανωθεί.

Επιπλέον έχουν δημιουργηθεί:

- το πολυ-μουσείο στην Αγία Νάπα με θέμα τη "Θάλασσα"
- το περιβαλλοντικό κέντρο στην Τρόοδο
- ο συναυλιακός χώρος Στόβολος (Stovolos Music Hall)
- τα ανοιχτά θέατρα στην Δερύνια και στο Πισσούρι
- το πολιτιστικό κέντρο Πόλης Χρυσοχούς
- το Κούριον Αρχαιολογικό Πάρκο
- το πολιτιστικό μονοπάτι της Αφροδίτης που συμπεριλαμβάνει 3 νέα πληροφοριακά κέντρα σε σημαντικά σημεία της διαδρομής.

Πορτογαλία

Η Πορτογαλία έδωσε έμφαση στην προσφορά ειδικευμένων μορφών τουρισμού όπως: πολιτιστικός τουρισμός, σπορ, τουρισμός περιπέτειας και φυσιολατρικός τουρισμός (nature and adventure tourism)

Αίγυπτος

Η Αίγυπτος επικεντρώθηκε στο να αναπτύξει νέα προϊόντα όπως : γκολφ, μαρίνες, οικοτουρισμός και καταδυτικός τουρισμός.

3. Πρόσβαση

Ισπανία

Η Ισπανία παρουσίασε 4,3% αύξηση στον αριθμό των πτήσεων το 2002. Συγκεκριμένα παρουσιάστηκε αύξηση 6% από την Μεγάλη Βρετανία, 15,3% από την Ιταλία, 3,9% από τη Γαλλία. Επίσης τακτικές πτήσεις ξεκίνησαν από τον Καναδά ενώ το πρόγραμμα υποδομής 2000-2007 συνεχίζεται.

Επιπλέον νέοι δρόμοι κατασκευάζονται, γίνεται μια εντυπωσιακή αναβάθμιση του αεροδρομίου Barajas, και έχει σχεδόν ολοκληρωθεί το έργο σύνδεσης με υπερταχεία της Μαδρίτης με την Βαρκελώνη.

Τουρκία

Η Τουρκία για τον Ιούνιο του 2002 είχε προγραμματίσει όχι λιγότερες από 150 charter πτήσεις την βδομάδα από την Ρωσία.

Κύπρος

Νέες τακτικές (scheduled) πτήσεις από τα αεροδρόμια του Stansted και του Δουβλίνου προγραμματίστηκαν προς την Κύπρο. Επιπλέον έχουν ξεκινήσει βελτιώσεις των αεροδρομίων της Πάφου και της Λάρνακας.

Αίγυπτος

Ένα αεροδρόμιο ιδιωτικών συμφερόντων έχει δημιουργηθεί στην Mersa-Allam νότια της Hurgada στην Ερυθρά Θάλασσα και έχουν βελτιωθεί οι μεταφορές στους βασικούς τουριστικούς προορισμούς. Επιπλέον, η διαδικασία εισόδου στη χώρα βελτιώθηκε για τους Άραβες και τους Ευρωπαίους επισκέπτες. Βελτιώθηκαν οι οδικές συνδέσεις των παραλιακών τουριστικών περιοχών στην Ερυθρά Θάλασσα με τα πολιτιστικά κέντρα του Λούξορ και του Ασουάν.

4. Κύριες Αγορές

Ισπανία

Στην Ισπανία παρουσιάστηκε σημαντική μείωση επισκεπτών από την αγορά της Γερμανίας (-9,6%), αλλά αυξήθηκαν οι επισκέπτες από την Βρετανία (+1,2%). Παράλληλα, παρουσιάστηκε αύξηση του ανεξάρτητου τουρισμού με αυτοκίνητο από την Γαλλία.

Τουρκία

Η Τουρκία επωφελήθηκε από απεργίες και τρομοκρατικές επιθέσεις σε άλλους Μεσογειακούς προορισμούς, όπως για παράδειγμα στην Τυνησία. Υπήρξαν μεγάλες μειώσεις στις επισκέψεις Αμερικανών με κρουαζιερόπλοια, μιας και δεν χρησιμοποιήθηκαν μέχρι το φθινόπωρο, με αποτέλεσμα τα πακέτα κρουαζιέρας να παρουσιάζουν μείωση 50%.

Επιπλέον η Turkish Airlines από το 1999 έχει ξεκινήσει πτήσεις προς την Κίνα και οι αφίξεις αυξήθηκαν από 21.570 το 2000 σε 31.995 το 2002. Η Τουρκία αποτελεί "κορυφαίο" προορισμό για τους Ρώσους τουρίστες, με μερίδιο αγοράς στον εξερχόμενο τουρισμό της Ρωσίας 58%. Να σημειωθεί ότι οι αφίξεις από την Ρωσία ξεπερνούν το 1εκ.

Κύπρος

Στην Κύπρο υπήρξε μείωση από όλες τις αγορές της εκτός από την Ελλάδα, την Ισπανία, την Τσεχία και το Ισραήλ. Συγκεκριμένα μειώσεις παρατηρήθηκαν από την Ιταλία, την Ιαπωνία, την Πολωνία, τον Κόλπο, την Ολλανδία, το Βέλγιο, τη Σουηδία και την Γερμανία.

Πορτογαλία

Στην Πορτογαλία παρουσιάστηκε μείωση επισκεπτών από τις αγορές της Γερμανίας, της Μεγάλης Βρετανίας, και των Ηνωμένων Πολιτειών.

Αίγυπτος

Οι πιο σημαντικές αγορές για την Αίγυπτο- Γερμανία, Ιταλία, Μεγάλη Βρετανία και Γαλλία- αποτελέσαν το 40% των διεθνών αφίξεων για το 2002. Σημαντικές μειώσεις παρατηρήθηκαν από τις αγορές της Αμερικής, της Benelux και της Σκανδιναβίας

5. Τουριστική Πολιτική

Ισπανία

Στην Ισπανία 18 νέα πλάνα "tourism dynamisation" εγκρίθηκαν το 2002. Η έμφαση ήταν σε:

- ανεξάρτητο (independent) και εκτός εποχής τουρισμό (off season)
- συμμετοχή περισσότερων ιδιωτικών φορέων στην ανάπτυξη ποιοτικού και βιώσιμου (sustainable) τουρισμού

Ένα νέο σύστημα ποιότητας εισήχθη για τα γραφεία πληροφοριών (information offices) τα οποία έχουν ανοίξει σε διάφορες πόλεις.

Τουρκία

Για την Τουρκία, ο ρόλος της Πολιτείας στον Τουρισμό εστιάζεται:

- στη δημιουργία εθνικής εικόνας (image building) και στην προβολή της
- στο μακροχρόνιο προγραμματισμό και στην δημιουργία κυβερνητικής πολιτικής (policymaking)
- στην προετοιμασία υποδομών σε συνεργασία με δημαρχίες και ιδιωτικούς φορείς
- στην εκτέλεση εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων (the execution of training activities)

Το 2002 ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε στην κατανομή της γης (land allocation) και στο πλάνο ανάπτυξης της (area tourism planning). Φοροαπαλλαγές και ευνοϊκά δάνεια δόθηκαν σε περιοχές και κέντρα τουριστικής προτεραιότητας από το συμβούλιο των Υπουργών. Επιπλέον οι ξένοι επενδυτές λαμβάνουν τα ίδια δικαιώματα και έχουν τις ίδιες υποχρεώσεις, όπως οι τοπικοί παράγοντες.

Από πλευράς εκπαίδευσης, τα βασικά προγράμματα περιλαμβάνουν 4 κατηγορίες:

- εκπαίδευση σε χώρο εργασίας
- instructors courses
- σεμινάρια κοινωνικής συμπεριφοράς
- leadership and workforce development

Αποφοίτησαν 956 φοιτητές το 2001-02 και πάνω από 1000 υπολογίζεται ότι αποφοίτησαν το 2002-03.

Ιδιαίτερη σημασία έχει δοθεί στο περιβάλλον. Για παράδειγμα:

- The Mediterranean and Aegean Tourism Infrastructure Management Project
- Η εκστρατεία "Blue Flag"
- Anti-Mosquito project

Κύπρος

Οι Κυπριακές αρχές το 2002 εστίασαν στην ποιότητα και στην βιωσιμότητα. Το Συμβούλιο Υπουργών ενέκρινε νέο Στρατηγικό Πλάνο μέχρι το 2010 ενώ συνεχίστηκε η εναρμόνιση με τους Ευρωπαϊκούς νόμους.

Πορτογαλία

Η Πορτογαλία ξεκίνησε πρόγραμμα αναδιοργάνωσης των καθιερωμένων δομών της για τον τουρισμό (institutional structures) και ανέπτυξε συγκεκριμένα προγράμματα ποιότητας.

Αίγυπτος

Πέρα από φορολογικά κίνητρα και απελευθέρωση των κανόνων foreign real estate ownership, η Αίγυπτος προσφέρει αποζημίωση για απώλειες. Επίσης επέκτεινε το επιτυχημένο πρόγραμμα για επιχορήγηση charter πτήσεων.

6. Μάρκετινγκ

Ισπανία

Η Ισπανία εστίασε στην ενίσχυση της ποιότητας, στην υψηλότερη απόδοση (higher yield), στην αντιμετώπιση της εποχικότητας και στην διαφοροποίηση. Η διαφοροποίηση συνίσταται στον πολιτιστικό τουρισμό, στο τουρισμό πόλεων, στον συνεδριακό τουρισμό (meetings) στον τουρισμό περιπέτειας και τον φυσιολατρικό τουρισμό (active and natural tourism).

Τουρκία

Η διαφημιστική-προωθητική εκστρατεία της Τουρκίας -τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπα, και outdoor διαφήμιση -πραγματοποιήθηκε σε 50 χώρες, χρησιμοποιώντας αντιπροσώπους καθορισμένους από "Εκλεκτικό Συμβούλιο" -selective council-.

Κύπρος

Η Κύπρος άνοιξε καινούργιο γραφείο στο Δουβλίνο. Οι προωθητικές της δραστηριότητες επικεντρώθηκαν στο ότι η Κύπρος μπορεί να προσφέρει πολλά παραπάνω από " ήλιο και θάλασσα".

Αίγυπτος

Αύξησε τον προϋπολογισμό προώθησης και τον κατεύθυνε σε λιγότερο ευαίσθητες περιοχές. Επιπλέον δημιούργησε μπροσούρες για γκολφ, σπα και οικοτουρισμό. Τέλος, καθιέρωσε μια βάση δεδομένων τουριστικού Μάρκετινγκ.

7. Πολιτιστικός Τουρισμός (cultural tourism)

Οι long haul travelers εστιάζουν πολύ περισσότερο στον πολιτισμό. Για παράδειγμα ο πολιτισμός αποτελεί κίνητρο για επίσκεψη στην Ευρώπη :

- για το 80% των Αμερικανών
- για το 90% των επισκεπτών από την Λατινική Αμερική
- για το 93% των Ιαπώνων

Αναφέρουμε πως οι ταξιδιώτες για θάλασσα και ήλιο προέρχονται κυρίως από την Αυστρία (46%) και την Γερμανία (45%). Οι ταξιδιώτες που ταξιδεύουν κυρίως για πολιτιστικό τουρισμό είναι από την Ιαπωνία (92%), την Αμερική (55%), την Ισπανία (50%) και από τη Μεγάλη Βρετανία (49,7%). Λιγότερο ενδιαφέρονται για "Ήλιο και Θάλασσα" οι Ιάπωνες (0,5%) οι Αμερικάνοι (8%) και οι Ισπανοί (4%).

Ισπανία

Η Ισπανία δέχεται το 14% των διεθνών ευρωπαϊκών ταξιδιών, αλλά μόνο το 8% εξ αυτών οφείλονται σε πολιτιστικό τουρισμό. Γίνεται σημαντική προσπάθεια για να αυξήσει το μερίδιο αγοράς της στον πολιτιστικό τουρισμό, συμπεριλαμβάνοντας :

- καθιέρωση ελαχίστων ωρών λειτουργίας των ιστορικών μνημείων (historical sites)

- δημιουργία πολιτιστικών κέντρων στην αλυσίδα κρατικών ξενοδοχείων Paradores
- αύξηση της δαπάνης για προώθηση, αφιερώνοντας το 60% του προϋπολογισμού στον πολιτιστικό τουρισμό.

Επίσης έχει δημιουργηθεί ένα σύστημα για τις κρατήσεις εισιτηρίων στα μεγάλα γεγονότα-events για τους ξένους επισκέπτες. Τα μαθήματα Ισπανικής γλώσσας αποτελούν κύριο μέρος της προσφοράς. Το 2002 ανακηρύχθηκε έτος πολιτιστικού τουρισμού στην Ισπανία και τον Νοέμβριο το 1ο Διεθνές Συνέδριο Πολιτιστικού Τουρισμού πραγματοποιήθηκε στην Salamanca. Επιπλέον, δημιουργήθηκε Διοικούσα Επιτροπή Πολιτιστικού Τουρισμού με επικεφαλής τον γενικό γραμματέα Εμπορίου και Τουρισμού.

Τουρκία

Στην Τουρκία ειδικά projects έχουν πραγματοποιηθεί και περιλαμβάνουν " Faith Tourism Tour" και τον " Δρόμο του Μεταξιού"-Silk Road Tour-. Άλλα projects υπό εκτέλεση είναι : "οι αρχαίες πόλεις" και τα "κέντρα ενδιαφέροντος".

Κύπρος

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι κυρίαρχο στοιχείο για το επιτυχημένο repositioning του Κυπριακού Τουρισμού. Για την Κύπρο ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει επίσης το κρασί, την μαγειρική, τα ήθη & έθιμα, τον αγροτουρισμό (rural tourism) καθώς και Βυζαντινές Εκκλησίες, αρχαιολογία και τον πολιτιστικό δρόμο της Αφροδίτης.

Το 2002 ο ΚΟΤ οργάνωσε 7 κύκλους πολιτιστικών events σε όλη τη χώρα και καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Πορτογαλία

Η Πορτογαλία θεωρεί τον πολιτιστικό τουρισμό, ιδιαίτερα σημαντικό έχοντας ως στόχο να ισορροπήσει την γεωγραφική και εποχιακή κατανομή της τουριστικής ζήτησης. Με στόχο την τουριστική ανάπτυξη η Πορτογαλική Κυβέρνηση έχει εφαρμόσει ειδικά κίνητρα για περιφερειακά και ιδιωτικά projects. Από το 1997 στην Πορτογαλία υπάρχει πρόγραμμα για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού και αφορά την καθιέρωση διαφόρων "routes-δρόμων". Αυτή την στιγμή δημιουργούνται:

- ο ρωμαϊκός δρόμος
- ο δρόμος του μπαρόκ

Αίγυπτος

Το 65% του εισερχόμενου τουρισμού -inbound tourism- επισκέπτεται την Αίγυπτο για πολιτιστικούς λόγους. Επιπλέον, στοχεύει στην αγορά της Κίνας.

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

CNN.com: επίσημη ανακοίνωση για την επιτυχημένη πορεία της ελληνικής παγκόσμιας καμπάνιας τουρισμού ChooseGreece

Με επίσημη ανακοίνωση του επίσημου εκπροσώπου του CNN.com στην Ελλάδα, της GLOBAL MEDIA A.E., αναφέρεται η επιτυχημένη έκβαση της Παγκόσμιας Ελληνικής Καμπάνιας Τουρισμού που διεξήγαγε το ChooseGreece (www.choosegreece.com) στην κεντρική σελίδα του Travel του CNN.com.

Σύμφωνα με επίσημη αναφορά από το CNN.com η καμπάνια σημείωσε πολύ υψηλά στατιστικά επισκεψιμότητας με click through rate της τάξεως του 2,52% σε δύο banner 468 x 60 pixel και 120 x 600pixel skyscraper που τοποθετήθηκαν με στόχευση κυρίως σε ευρωπαίους χρήστες του δικτυακού τόπου. Το χρονικό διάστημα έκβασης της καμπάνιας στο CNN.com τοποθετείται από τις 3 Ιουλίου έως και τις 14 Αυγούστου 2002, ενώ το υψηλότερο click through rate σημειώθηκε κατά τον μήνα Ιούλιο αγγίζοντας το ποσοστό του 3.4%.

Σημειώνεται ότι το παραπάνω ποσοστό επισκεψιμότητας μπορεί να χαρακτηριστεί ως ποσοστό ρεκόρ με βάση τον μέσο όρο click through rate που σημειώνονται στα διαφημιστικά banner του CNN.com που αγγίζουν το 0,25% - 1,00% click through rate. Λαμβάνοντας ακόμα υπόψη και την σχετικά χαμηλή περίοδο του Ιουλίου όπου η τουριστική περίοδος είναι χαμηλή, το banner campaign του ChooseGreece αποτελεί μεγάλη επιτυχία. Η επιτυχία έγκειται στον έξυπνο σχεδιασμό των teaser banners που τοποθετήθηκαν προβάλλοντας το μήνυμα "Your next vacation target is ?..." και κατά αυτόν τον τρόπο κινώντας την περιέργεια των επισκεπτών.

Παρουσίαση μελέτης «Ελληνικός Τουρισμός 2010 : Στρατηγική & Στόχοι» και σχολιασμός της τουριστικής επικαιρότητας (26.06.02)

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ / 26.06.02

Θέμα : Παρουσίαση μελέτης «Ελληνικός Τουρισμός 2010 : Στρατηγική & Στόχοι» και σχολιασμός της τουριστικής επικαιρότητας

Τον περασμένο Φεβρουάριο ο ΣΕΤΕ διοργάνωσε συνέδριο με θέμα: «Τουρισμός & Ανάπτυξη: Μια Στρατηγική Προσέγγιση». Ο σκοπός του συνεδρίου ήταν να αναπτύξει προβληματισμό, να προκαλέσει διάλογο και να οδηγήσει τον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα του τουρισμού σε μια από κοινού χάραξη μακροπρόθεσμης τουριστικής πολιτικής με σαφείς προσανατολισμούς και συγκεκριμένους στόχους.

Στο πλαίσιο αυτό ο ΣΕΤΕ παρουσιάζει σήμερα την μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2010: Στρατηγική & Στόχοι». Στη μελέτη αυτή εξετάζουμε τον ελληνικό τουρισμό στη περίοδο 1990-2000, θέτουμε στόχους, προτείνουμε στρατηγικές με ορίζοντα το 2010, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην προσπάθεια για μακροχρόνιο σχεδιασμό του τουρισμού μας.

.....
.....
Κύρια σημεία της μελέτης

Τα 19,4 εκ αφίξεις τουριστών και τα 15 δις δολ έσοδα, πρέπει να στοχεύσει ο ελληνικός τουρισμός μέχρι το 2010. Αυτό σημαίνει ότι η Ελλάδα θα αυξήσει το μερίδιο αγοράς της για μεν την Ευρώπη από 3% το 2000, στο 3,68% το 2010 και αντίστοιχα δε, στην παγκόσμια αγορά από 1,87% σε 1,92%.

Με ολοένα εντονότερη την τάση για ολιγοήμερες διακοπές και με δεδομένο το μειονέκτημα της χρονοαπόστασης της χώρας μας από τις κύριες χώρες - πηγές τουριστών, ο στόχος για τη μέση διάρκεια παραμονής θα πρέπει να παραμείνει στα σημερινά επίπεδα των 10 ημερών.

Για την υποστήριξη της επιδιωκόμενης αύξησης της ζήτησης μέχρι το 2010 θα χρειασθούν 128.000 νέες ξενοδοχειακές κλίνες οι οποίες θα πρέπει να συμβάλλουν στην αναβάθμιση του ποιοτικού κέντρου βάρους της ελληνικής ξενοδοχίας .

Η προσέλκυση υψηλότερου του σημερινού επιπέδου τουριστών , αναμένεται να αυξήσει την κατά κεφαλή δαπάνη από 737 δολ ΗΠΑ που ήταν το 2000 σε 773 δολ ΗΠΑ το 2010.

Οι στόχοι αυτοί θα είναι εφικτοί μόνο στην περίπτωση που η χώρα μας προχωρήσει άμεσα στην ανάπτυξη μιας σειράς υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών που θα ευνοήσουν την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού και θα αμβλύνουν την έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τη ζήτηση για τη χώρα μας.

Μέχρι το 2010, η Ελλάδα πρέπει να στοχεύσει σε 46 γήπεδα golf, 15 αυτόνομα συνεδριακά κέντρα / εκθεσιακά κέντρα, 24 κέντρα θαλασσοθεραπείας και 42 μαρίνες. Στόχοι φιλόδοξοι αλλά όχι και ακατόρθωτοι.

Η βελτίωση του επενδυτικού κλίματος μέσω ουσιαστικών τροποποιήσεων και απλούστευσης των διαδικασιών του Αναπτυξιακού Νόμου, η προσέλκυση ξένων επενδύσεων , ο διαρκής εκσυγχρονισμός όλων των τουριστικών επιχειρήσεων , η ένταση της προβολής του ελληνικού τουρισμού και μάλιστα συνδεδεμένης με τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, αποτελούν τους κύριους άξονες στρατηγικής για την επίτευξη αυτών των στόχων, μαζί βέβαια με τη προσήλωση στη ποιότητα και την βελτιστοποίηση της σχέσης τιμής / ποιότητας.

.....

.....

Η μελέτη μας παρουσίασε την εξέλιξη και τις τάσεις σε μια σειρά μεταβλητών του ελληνικού τουρισμού για τη δεκαετία 1990-2000. Επίσης, επεσήμανε μια

σειρά από αδύνατα σημεία τα οποία ακόμα και τώρα αποτελούν ευκαιρίες για τον ελληνικό τουρισμό και μπορούν να δώσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Τέλος η μελέτη, ακολουθώντας συντηρητική προσέγγιση, έθεσε μερικούς στόχους τους οποίους θεωρούμε εφικτούς υπό την προϋπόθεση της άμεσης ενεργοποίησης όλων των ασχολουμένων με τον τουρισμό.

Η κύρια αιτία για αυτή τη κατάσταση είναι ότι η όποια πολιτική για τον τουρισμό υπάρχει, απέχει πολύ από το να χαρακτηριστεί αποτελεσματική και αδυνατεί να αντιμετωπίσει το ιδιαίτερο έντονο διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Η χάραξη και υλοποίηση μιας μακροπρόθεσμης τουριστικής πολιτικής προϋποθέτει μια σταθερή και λειτουργική διοικητική δομή. Τα επιμέρους επίπεδα αυτής της δομής θα έχουν μεν διακριτούς ρόλους, θα εξασφαλίζουν δε επικοινωνία και συνεργασία.

Το σημερινό πολυπληθές σχήμα δεν πληροί αυτές τις προϋποθέσεις. Αποτέλεσμα: επικαλύψεις αρμοδιοτήτων και κυρίως έλλειψη συντονισμού, που σε συνδυασμό με την μειωμένη ευελιξία και τα αργά αντανάκλαστικά, αναπόφευκτα οδηγούν σε μειωμένη αποτελεσματικότητα. Έχουμε ένα πλήθος εξαγγελιών που προέρχονται από 4 διαφορετικά επίπεδα εξουσίας. Οι περισσότερες από τις εξαγγελίες αυτές, δεν είναι άστοχες και μερικές από αυτές μπορούν να χαρακτηριστούν αξιόλογες. Όμως δεν εντάσσονται σε μία ενιαία στρατηγική και τις περισσότερες φορές ή μένουν στο επίπεδο εξαγγελιών ή υλοποιούνται βραδύτατα και με τρόπο που τις αναιρεί.

Ας παρακολουθήσουμε επιλεκτικά μερικά θέματα :

Η αποκέντρωση αρμοδιοτήτων του ΕΟΤ ήταν ένα μέτρο προς τη σωστή κατεύθυνση. Όμως δεν συνοδεύτηκε από σωστή προετοιμασία με αποτέλεσμα σήμερα να επικρατεί ένα χάος στις περιφερειακές διευθύνσεις και να αδυνατούν οι επιχειρήσεις να λειτουργήσουν εύρυθμα και σε πολλές περιπτώσεις ακόμα και νόμιμα.

Το Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού επρόκειτο να αναβαθμιστεί και να αποτελέσει

όργανο χάραξης της εθνικής τουριστικής πολιτικής. Όμως το πολυμελές και δυσκίνητο αυτό όργανο τους τελευταίους 8-9 μήνες έχει συνεδριάσει μόνο 2 φορές και τα μέλη του περιορίζονται στην ακρόαση των υπουργικών εξαγγελιών. Υπό αυτές τις συνθήκες το εθνικό συμβούλιο τουρισμού αδυνατεί να εκπληρώσει το ρόλο του.

Ας πάμε τώρα στη διαφήμιση, υπενθυμίζοντας ότι πρέπει πλέον να μιλάμε για επικοινωνιακές στρατηγικές και όχι απλά για διαφήμιση.

Ο Υπουργός Ανάπτυξης στην αρχή της θητείας του μίλησε για μια «νέα εταιρεία που θα δημιουργηθεί, όπου θα μετέχουν διαφημιστικές εταιρείες και ο ΕΟΤ και η οποία θα αναλαμβάνει το σχεδιασμό και την υλοποίηση της διαφημιστικής καμπάνιας». Υπολόγισε δε ότι η νέα εταιρεία θα έχει συσταθεί ως το φθινόπωρο. Ο Υφυπουργός Ανάπτυξης εξήγγειλε τη δημιουργία Ενιαίου Φορέα Διαφήμισης και Προβολής, στον οποίο θα μετέχουν το κράτος, οι ΟΤΑ και ιδιώτες επιχειρηματίες και ο οποίος φορέας θα λειτουργεί με ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια. Ο Γενικός Γραμματέας Τουρισμού του ΥΠΑΝ μίλησε για εθνικό, περιφερειακά και τοπικά συστήματα προβολής και διαφήμισης. Μέχρι να γίνει κάτι από αυτά η διαφήμιση και η προβολή της χώρας εξακολουθεί να είναι αρμοδιότητα του ΕΟΤ, ο οποίος πρέπει να ξεκινήσει την καμπάνια του 2003 από το φθινόπωρο του 2002 σύμφωνα με δηλώσεις του Υπουργού Ανάπτυξης.

Η σύνδεση της προβολής του τουρισμού με τους Ολυμπιακούς Αγώνες εξαντλείται στην προκήρυξη του σχεδίου marketing για την Αττική, το οποίο εξαγγέλλεται με κάθε ευκαιρία, αγνοώντας την υπόλοιπη Ελλάδα.

Η ανάγκη για τεχνοκρατική υποστήριξη του τουρισμού έχει σωστά επισημανθεί και από την παρούσα ηγεσία του τουρισμού, η οποία μάλιστα είχε δηλώσει την πρόθεση της να δημιουργήσει Ινστιτούτο Ερευνών για τον Τουρισμό. Τα στοιχεία όμως για τις αφίξεις του 2000 (και μάλιστα προσωρινά στοιχεία) εδόθησαν αρχές Μαΐου. Ακόμα, όπως φάνηκε στην πρόσφατη ανακοίνωση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για την εξέλιξη της τουριστικής

κίνησης, η Ελλάδα δεν μπόρεσε να δώσει στοιχεία ούτε για τις αφίξεις ούτε για τις εισπράξεις του 2001. Επίσης ακόμα περιμένουμε απάντηση από τον ΕΟΤ σε σχετική επιστολή μας από 18.09.01 για τον τρόπο υπολογισμού των εσόδων από τον τουρισμό.

Θετική εξέλιξη αποτελεί αναμφίβολα η πρόσφατη εξαγγελία για τη δημιουργία και ανάπτυξη του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού. Η προσπάθεια αυτή όμως για την οποία δεν έχουμε χρονικό ορίζοντα υλοποίησης απαιτεί πολύ καλύτερη από την σημερινή στατιστική υποστήριξη για τις αδυναμίες της οποίας δεν ευθύνεται ο ΕΟΤ, για να είμαστε και δίκαιοι.

Η τουριστική ηγεσία έχει αναφερθεί κατ' επανάληψη στην κρίσιμη ανάγκη αναβάθμισης της τουριστικής εκπαίδευσης. Μετά όμως από το νομοσχέδιο που ασχολήθηκε με τις σχολές τουριστικής εκπαίδευσης και μόνο, η πρόσφατη ανακοίνωση του Υπουργείου Παιδείας για την δημιουργία νέων Πανεπιστημίων και σχολών δεν περιέχει τίποτα σχετικά με τον τουρισμό και η χώρα μας εξακολουθεί να στερείται Προπτυχιακών Πανεπιστημιακών Σχολών Τουρισμού.

Τα πρόσφατα συμβάντα των επιδημιών και της μελλοντολογίας πιθανών σεισμών, σε συνδυασμό με την ελλιπή και ασυντόνιστη ενημέρωση που τα ακολούθησε, προσέφεραν κάκιστες υπηρεσίες στον ελληνικό τουρισμό, με απροσδιόριστο αυτή τη στιγμή κόστος για την εθνική οικονομία. Είναι γνωστό πόσο εύκολα –και όχι απαραίτητα κακοπροαίρετα- μπορεί να διαστρεβλωθεί η αλήθεια με ανυπολόγιστες μερικές φορές συνέπειες, οι οποίες όμως μπορεί να ελαχιστοποιηθούν με κατάλληλους χειρισμούς και σωστή ενημέρωση.

Τα τελευταία γεγονότα ήρθαν σε συνέχεια σχετικά πρόσφατων σεισμών, πυρκαγιών, ναυαγίων, κλπ. Επειδή τίποτε δεν αποκλείει την εμφάνιση ανάλογων περιστατικών στο μέλλον και επειδή δεν μπορεί να αφήνονται απροστάτευτοι ο ελληνικός τουρισμός και η εθνική οικονομία, η Πολιτεία έχει υποχρέωση να λάβει προληπτικά τα δέοντα μέτρα και να είναι προετοιμασμένη για όλα τα ενδεχόμενα.

Τα μέτρα πρέπει να έχουν δύο κατευθύνσεις: α) ενημέρωση (ελληνικά και διεθνή ΜΜΕ, ταξιδιωτική & τουριστική βιομηχανία) και β) προετοιμασία για την αντιμετώπιση κρίσεων. Η πλήρης απραξία και αποτυχία της, εκ του προχείρου συσταθείσης, επιτροπής διαχείρισης κρίσεων, μετά τα γεγονότα του περασμένου Σεπτεμβρίου, πιστεύουμε ότι είναι ικανή να πείσει για την αναγκαιότητα προληπτικής δράσης και σχεδιασμού.

Προτείνουμε λοιπόν πριν από ένα μήνα ακριβώς την άμεση ίδρυση και λειτουργία ενός κέντρου έγκυρης πληροφόρησης και ενημέρωσης για όλα τα γεγονότα και καταστάσεις που επηρεάζουν άμεσα και έμμεσα τον ελληνικό τουρισμό. Ο Υφυπουργός Τουρισμού το εξήγγειλε όντως άμεσα, χωρίς όμως χρονικό ορίζοντα υλοποίησης και η αναταραχή που προκλήθηκε με την πρόσφατη απεργία των ναυτεργατών κατέδειξε ακόμα μια φορά την αναγκαιότητά του.

Μιας και αναφερθήκαμε στην απεργία των ναυτεργατών δεν μπορούμε παρά να επισημάνουμε την αρνητική εικόνα για τη χώρα μας που δημιούργησε ακόμη μια φορά στο εξωτερικό και η οποία λειτουργώντας σωρευτικά θα έχει αρνητικές επιπτώσεις στην τουριστική κίνηση. Η κατάσταση αυτή προέκυψε από έλλειψη συντονισμού σε κυβερνητικό επίπεδο και επιτάθηκε από την επιμονή και τον τρόπο δράσης μιας κοινωνικής ομάδας σε βάρος του κοινωνικού συνόλου. Το φαινόμενο αυτό, δηλαδή η δημιουργία αρνητικής εικόνας για τη χώρα μας, πρέπει να εκλείψει δεδομένου ότι μετά την ολοκλήρωση του παγκοσμίου κυπέλλου ποδοσφαίρου, το επόμενο μεγάλο παγκόσμιο αθλητικό γεγονός είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 και η χώρα μας θα βρίσκεται συνεχώς στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος των διεθνών μέσων ενημέρωσης.

Σε ό,τι αφορά τώρα τις νέες αγορές: Η διείσδυση σε νέες αγορές πρέπει να εντάσσεται μέσα στο γενικότερο σχέδιο ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού. Οι προσπάθειες υλοποίησης αυτού του σχεδίου πρέπει να κατανέμονται ορθολογικά μεταξύ των υφιστάμενων και καθιερωμένων αγορών μας από τη μια μεριά και των νέων αγορών που στοχεύουμε από την άλλη. Οι αγορές

ακούστηκε πριν ένα περίπου μήνα για αύξηση του ΦΠΑ στις τουριστικές υπηρεσίες (πρόταση στο πλαίσιο των φορολογικών ελαφρύνσεων!!!) δείχνει τουλάχιστον πλήρη άγνοια των κανόνων της αγοράς μέσα στη γενικότερη αδιαφορία για τον τουρισμό.

Θα κλείσουμε τη σημερινή μας συνέντευξη με λίγα λόγια για την εξέλιξη της κίνησης. Όπως είδαμε και στη μελέτη, ο τουρισμός μας τα τελευταία 50 χρόνια, παρουσιάζει μια συνεχή ανοδική πορεία.. Έτσι, όταν μια χρονιά δεν πάει καλά αυτό προκαλεί ανησυχίες. Είναι σίγουρο ότι σε μακροπρόθεσμο οριζοντα ο ελληνικός τουρισμός θα σημειώνει θετικές επιδόσεις. Αυτό δεν σημαίνει όμως ότι δεν πρέπει να προσπαθούμε να ελαχιστοποιούμε τις απώλειες στις «άσχημες» χρονιές και να βελτιστοποιούμε τα οφέλη στις «καλές» χρονιές.

Για το πρώτο 5μηνο του 2002 και στα 5 κυριότερα αεροδρόμια (Ηράκλειο, Ρόδος, Κέρκυρα, Κως, Θεσσαλονίκη) που δέχονται περίπου το 50% των διεθνών αφίξεων, η κίνηση παρουσιάστηκε μειωμένη περίπου κατά 8%. Ο Ιούνιος κάθε άλλο παρά καλός είναι. Το τρίμηνο Ιουλίου, Αυγούστου και Σεπτεμβρίου παραδοσιακά είμαστε γεμάτοι. Έτσι για να πετύχουμε τα περυσινά επίπεδα αφίξεων πρέπει, κατά τους υπόλοιπους μήνες Οκτώβριο, Νοέμβριο και Δεκέμβριο που αντιστοιχούν στο 12,6% των ετήσιων αφίξεων, να επιτύχουμε αύξηση 14% σε σχέση με τη συνήθη κίνηση των μηνών αυτών. Για την ώρα αυτό δεν φαίνεται εφικτό. Ανεξάρτητα όμως από το όποιο επίπεδο αφίξεων προσεγγίσουμε, είναι σίγουρο ότι οι εισπράξεις μας θα υστερήσουν μιας και οι προσφορές που έχουν ήδη δοθεί είναι αρκετά σημαντικές και η συγκράτηση της πτώσης των αφίξεων οφείλεται κατά ένα μεγάλο μέρος σε αυτές.

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ
28.02.2002

Τον στόχο των 19,4 εκ αφίξεων τουριστών και των 15 δις δολ για τον ελληνικό τουρισμό μέχρι το 2010, έθεσε ο ΣΕΤΕ κατά τη διάρκεια του χθεσινού συνεδρίου: «Τουρισμός και Ανάπτυξη: Μια Στρατηγική Προσέγγιση». Αυτό σημαίνει ότι η Ελλάδα θα αυξήσει το μερίδιο αγοράς της για μεν την Ευρώπη από 3% το 2000 στο 3,68% το 2010 και αντίστοιχα το μερίδιο της στην παγκόσμια αγορά από 1,87% σε 1,92%. (Πίνακας 1).

Με ολοένα εντονότερη τη τάση για ολιγοήμερες διακοπές και το μειονέκτημα της χρονοαπόστασης της χώρας μας από τις κύριες πηγές τουριστών, ο στόχος για τη μέση διάρκεια παραμονής θα πρέπει να παραμείνει στα σημερινά επίπεδα των 10 ημερών.

Σύμφωνα με τον Πρόεδρο του ΣΕΤΕ κ. Σ. Ανδρεάδη, οι στόχοι αυτοί θα είναι εφικτοί μόνο στη περίπτωση που η χώρα μας προχωρήσει άμεσα στην ανάπτυξη μιας σειράς υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών που θα ευνοήσουν την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού.

Για την υποστήριξη της επιδιωκόμενης αύξησης της ζήτησης μέχρι το 2010 θα χρειασθούν 128.000 νέες ξενοδοχειακές κλίνες οι οποίες θα συμβάλλουν στην αναβάθμιση του ποιοτικού κέντρου βάρους της ελληνικής ξενοδοχίας. Η προσέλκυση υψηλού επιπέδου τουριστών, αναμένεται να αυξήσει τη κατά κεφαλή δαπάνη από 737 δολ που ήταν το 2000 σε 773 δολ το 2010.

Η μεγάλη υστέρηση της χώρας μας έναντι των ανταγωνιστών της στην ειδική τουριστική υποδομή. (βλ Πίνακας 2), είναι η κύρια αιτία για την έντονη εποχικότητα που παρουσιάζει ο τουρισμός μας, με αποτέλεσμα να συγκεντρώνεται το 51% των αφίξεων στο τρίμηνο Ιούλιος, Αύγουστος, Σεπτέμβριος.

Η βελτίωση του επενδυτικού κλίματος μέσω ουσιαστικών τροποποιήσεων και απλούστευσης των διαδικασιών του Αναπτυξιακού Νόμου, προσέλκυσης ξένων επενδύσεων αιχμής, ο διαρκής εκσυγχρονισμός όλων των τουριστικών επιχειρήσεων, η ένταση της προβολής και μάλιστα συνδεδεμένης με τους Ολυμπιακούς Αγώνες αποτελούν τους κύριους άξονες στρατηγικής για την επίτευξη αυτών των στόχων μαζί βέβαια με τη προσήλωση στη ποιότητα και στη καλή σχέση τιμής ποιότητας.

Πίνακας 1: Εξέλιξη μεριδίων αγοράς

ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ σε (000)					
				ΜΕΡΙΔΙΟ	ΕΛΛΑΔΑΣ
	ΕΥΡΩΠΗ	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ευρωπαϊκό	παγκόσμιο
2000	403.346	667.700	12.500	3%	1,87%
2010	527.000	1.006.400	19.412	3,68%	1,92%

Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού & εκτιμήσεις ΣΕΤΕ

Πίνακας 2: Ειδικές Τουριστικές Υποδομές

	Ισπανία	Τουρκία	Κύπρος	Πορτογαλία	Αίγυπτος	Ελλάδα
Γκολφ	254	10	2	55	12	4
Συνεδριακά κέντρα	46	6	2	44	1	9
Spas	89	31	5	42	2	5
Μαρίνες	260	15	2	17	2	15

Πηγή: Ερευνα Andersen

Πίνακας 2 Α : Με αναγωγή ανά εκατομύριο αφίξεων η Ελλάδα έπρεπε να έχει σήμερα:
 Γήπεδα Γκολφ: 46, Συνεδριακά κέντρα (ανάλογης χωρητικότητας) : 15, Κέντρα θαλασσοθεραπείας: 24 και Μαρίνες (με ανάλογες θέσεις ελλιμενισμού): 42

Πίνακας 3: Στόχοι για τον ελληνικό τουρισμό για το 2010

	2010	2000
Ετήσιος Ρυθμός Ανάπτυξης	4% (2000-2010)	3,5% (1990-2000)
Διεθνείς Αφίξεις	19.412.000	12.500.000
Εσοδα (σε δις USD)	15	9,2
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη (USD)	773	737
Μέση διάρκεια παραμονής	10 μέρες	10 μέρες
Εποχικότητα, Ιουλ - Σεπ	40% των αφίξεων	51% των αφίξεων
Ξενοδοχειακό δυναμικό (κλίνες)	722.000	593.990

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ – 18.03.03

Οι επιταχυνόμενες εξελίξεις στο θέμα του Ιράκ πρέπει να προκαλέσουν την άμεση ενεργοποίηση της Πολιτείας για τα θέματα του τουρισμού. Είναι προφανές ότι ο στόχος για την τουριστική περίοδο του 2003 είναι η ελαχιστοποίηση των απωλειών από την σίγουρη μείωση της τουριστικής ζήτησης σε σχέση με το 2002. Απώλειες οι οποίες αναμένεται να μειώσουν το ρυθμό ανάπτυξης της οικονομίας και να αυξήσουν την ανεργία.

Η τουριστική κίνηση αναμένεται να ανακάμψει μετά τη λήξη του πολέμου, και είναι προφανές ότι οι τουριστικοί προορισμοί που θα επωφεληθούν θα είναι αυτοί που θα είναι επικοινωνιακά παρόντες και τιμολογιακά ελκυστικοί, διότι είναι γνωστό ότι πολλές φορές οι ελκυστικές τιμές ανατρέπουν τον φόβο και την αρνητική ψυχολογία. Με το σκληρό Ευρώ και την προτίμηση εκ μέρους των tour operators στους εκτός ευρωζώνης προορισμούς, είναι προφανές ότι η ενεργοποίηση της Πολιτείας πρέπει να είναι ταυτόχρονα επικοινωνιακή και τιμολογιακή.

Για τους λόγους αυτούς, ο ΣΕΤΕ προτείνει προς την Πολιτεία την λήψη μέτρων τα οποία μπορούν εύκολα και γρήγορα να μετακυληθούν στην αγορά και στον τελικό καταναλωτή, δηλαδή κατάργηση του φόρου αεροδρομίων (σπατόσημο) και μειώσεις στα τέλη χρήσης των αεροδρομίων. Τα μέτρα αυτά θα πρέπει να ισχύσουν τουλάχιστον όσο θα διαρκούν οι επιπτώσεις της κρίσης. Είναι σχεδόν σίγουρο, ότι η όποια μείωση κρατικών εσόδων προκύψει από τα παραπάνω μέτρα θα υπερκαλυφθεί από την πρόσθετη ζήτηση που θα προκύψει από τον ελληνικό τουρισμό, αν βέβαια τα παραπάνω μέτρα συνδυαστούν με κατάλληλες κινήσεις για την διαφήμιση και την προβολή του τουρισμού μας.

Σε επικοινωνιακό επίπεδο λοιπόν, θα πρέπει να είμαστε έτοιμοι αμέσως με τη λήξη του πολέμου να προβάλλουμε την Ελλάδα έμμεσα, αλλά σαφέστατα, ως ασφαλή προορισμό, ο οποίος απέχει πολύ από την εστία της κρίσης, έχει

καλές σχέσεις με όλους τους λαούς κλπ, κλπ. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 προσφέρουν την κατάλληλη ομπρέλα για μια τέτοιου είδους επικοινωνιακή στρατηγική. Ας τους αξιοποιήσουμε, έστω και την τελευταία στιγμή.

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ – 11.02.03

Την πρόταση για διάθεση ποσοστού από το σύνολο των κερδών της ΕΤΑ (και όχι μόνο από τα κέρδη των καζίνο) για την προβολή του ελληνικού τουρισμού έκανε ο ΣΕΤΕ κατά την διάρκεια του 2ου Συνεδρίου «Τουρισμός & Ανάπτυξη» που διεξήχθη χθες στη Βουλιαγμένη.

Επίσης, ένα από τα κύρια σημεία της 1ης Ενότητας του Συνεδρίου που είχε θέμα: «Προσανατολισμός της Αναπτυξιακής Πορείας του Ελληνικού Τουρισμού», ήταν η πρόταση του ΣΕΤΕ, για πιθανή επανεξέταση του χωρισμού της χώρας σε ζώνες επενδύσεων, με στόχο την σύμμετρη περιφερειακή ανάπτυξη και μέσω καλύτερης χωρικής κατανομής της τουριστικής δραστηριότητας.

Στις διαπιστώσεις της 1ης Ενότητας, περιλαμβάνεται ακόμα ότι σε 4 από τις 10 μεγαλύτερες χώρες – πηγές του διεθνούς τουρισμού η Ελλάδα έχει ισχνότατη παρουσία. Κύριες αιτίες είναι η ελλιπής προβολή και η ανεπάρκεια των αεροπορικών συνδέσεων. Οι αιτίες αυτές θα αποτελέσουν και τα μεγάλα εμπόδια για την διείσδυση στην αγορά της Κίνας (βλ. Πιν. 1).

Πίνακας 1: Απευθείας Αεροπορικές Συνδέσεις (εβδομαδιαία βάση, Φεβρουάριος 2003)

Αθήνα με: ___ USA 8, JAP 0, AUS 0, CAN 3, CHINA 0
Μαδρίτη με: __ USA 64, JAP 0, AUS 0, CAN 5, CHINA 2
Ρώμη με: ___ USA 51, JAP 6, AUS 4, CAN 7, CHINA 11
Κων/πολη με: _ USA 13, JAP 4, AUS 0, CAN 0, CHINA 6
Κάιρο με: ___ USA 4, JAP 3, AUS 0, CAN 1, CHINA 2

Πηγή: Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών

Με στόχο το αποδοτικότερο μίγμα αγοράς και με κριτήρια το μέγεθος του εξερχόμενου τουρισμού και το κατά κεφαλή ΑΕΠ, η Ελλάδα πρέπει, κατά προτεραιότητα, να επεκταθεί στις αγορές της Γερμανίας, Ελβετίας, Γαλλίας, Ιταλίας και να διατηρήσει το μερίδιό της στην Βρετανία, Ολλανδία, Σουηδία. Με κριτήρια τα μεγαλύτερα έσοδα, οι μορφές τουρισμού και τα τμήματα της αγοράς στα οποία πρέπει να δοθεί προτεραιότητα είναι το γκολφ, η θαλασσοθεραπεία, τα συνέδρια, το γιώτινγκ, η τρίτη ηλικία και ο αθλητικός τουρισμός. Οι ειδικές αυτές μορφές αποφέρουν από 35% έως 70 % μεγαλύτερα έσοδα ανά επισκέπτη και συμβάλλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας.

Από την 2η Ενότητα με θέμα: «Ο Ρόλος του Τουρισμού στις Πολιτικές Αύξησης της Απασχόλησης και στην Αντιμετώπιση της Ανεργίας», αξίζει να σημειωθεί η διαπίστωση της μελέτης του Πανεπιστημίου Πειραιά που έγινε για λογαριασμό του ΣΕΤΕ, ότι η αύξηση της απασχόλησης στον τουρισμό στο διάστημα 1980-1997, υπολογίζεται στο 87%, έναντι αύξησης 9% στη βιομηχανία και μείωσης 15% στη μεταποίηση. Επίσης, υπολογίζεται ότι, μέχρι το 2010, ο τουρισμός θα δημιουργήσει περί τις 140.000 νέες θέσεις εργασίας απορροφώντας τουλάχιστον το 30% της ανεργίας στην χώρα μας.

Στην 3η Ενότητα με θέμα: «Οι Εξελίξεις στις Αερομεταφορές και οι Επιδράσεις τους στον Ελληνικό Τουρισμό», αναφέρθηκε με ιδιαίτερη έμφαση ότι η εξασφάλιση ελεύθερης πρόσβασης σε νεοεισερχόμενους μεταφορείς επί γραμμών που καταλήγουν σε ελληνικούς προορισμούς, χωρίς περιορισμούς από διμερείς συμβάσεις και κορεσμό αεροδρομίων είναι μια από τις προϋποθέσεις ανάπτυξης των υπηρεσιών αερομεταφορών και επίγειας εξυπηρέτησης στην χώρα μας. Ο υπέρπροστατευτισμός όχι μόνο περιόρισε αλλά και «έδιωξε» ή δεν επέτρεψε την ανάπτυξη υπηρεσιών (αερομεταφορικών και επίγειας εξυπηρέτησης) που είχαν σαν προορισμό την χώρα μας.

Αξιοσημείωτη είναι επίσης η παρατήρηση ότι, αύξηση της αεροπορικής

ζήτησης μέχρι και 400% μπορούν να δημιουργήσουν οι εταιρείες χαμηλού κόστους, οι οποίες μέσα στο 2003 αναμένεται να επεκταθούν στις αγορές της Γερμανίας, Γαλλίας και Ιταλίας.

ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΕΚΘΕΣΗ
ΤΟΥ ΔΙΟΙΚΗΤΗ
ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2002

ΠΡΟΣ ΤΗΝ 70^η ΕΤΗΣΙΑ ΤΑΚΤΙΚΗ
ΓΕΝΙΚΗ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ ΤΩΝ ΜΕΤΟΧΩΝ
ΣΤΙΣ 22 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2003



ΑΘΗΝΑ 2003

ακαθάριστων ταξιδιωτικών πληρωμών. Επισημαίνεται όμως ότι από το Μάιο του 2002 το ταξιδιωτικό ισοζύγιο δεν καταρτίζεται πλέον με βάση τα στοιχεία που αναγγέλλουν οι εμπορικές τράπεζες, αλλά με βάση δειγματοληπτική έρευνα που διεξάγεται στα σύνορα,

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΧ.5
ΙΣΟΖΥΓΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ, ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΕΩΝ
(Σε εκατ. ευρώ)

	2000	2001	2002*	2001/2000	2002/2001
Ισοζύγιο υπηρεσιών	8711,1	9150,0	10.755,4	5,0	17,5
Εισπράξεις	20.977,0	22.075,9	21.131,4	5,2	-4,3
Ταξιδιωτικό	10.061,2	10.579,9	10.284,7	5,2	-2,8
Μεταφορές	8.640,6	9.113,3	8.523,4	5,5	-6,5
Λοιπές υπηρεσίες	2.275,2	2.382,7	2.323,3	4,7	-2,5
Πληρωμές	12.266,0	12.925,8	10.376,1	5,4	-19,7
Ταξιδιωτικό	4.948,9	4.650,8	2.548,7	-6,0	-45,2
Μεταφορές	4.458,3	5.351,0	5.029,7	20,0	-6,0
Λοιπές υπηρεσίες	2.858,8	2.924,1	2.797,7	2,3	-4,3
Καθαρές εισπράξεις	8.711,1	9.150,0	10.755,4	5,0	17,5
Ταξιδιωτικό	5.112,3	5.929,1	7.736,0	16,0	30,5
Μεταφορές	4.182,3	3.762,3	3.493,7	-10,0	-7,1
Λοιπές υπηρεσίες	-583,6	-541,4	-474,4	-7,2	-12,4
Ισοζύγιο εισοδημάτων	-955,1	-1.981,3	-2.073,4	107,4	4,6
Εισπράξεις	3.039,1	2.100,3	1.626,5	-30,9	-22,6
Αμοιβές, μισθοί	631,0	606,3	509,6	-3,9	-15,9
Τόκοι, μερίσματα, κέρδη	2.408,3	1.494,0	1.116,9	-38,0	-25,2
Πληρωμές	3.994,3	4.081,6	3.699,9	2,2	-9,4
Αμοιβές, μισθοί	272,0	280,9	240,4	3,3	-14,4
Τόκοι, μερίσματα, κέρδη	3.722,4	3.800,8	3.459,5	2,1	-9,0
Ισοζύγιο μεταβιβάσεων	5.799,3	6.272,9	5.391,3	8,2	-14,1
Εισπράξεις	8.127,0	8.945,9	7.801,4	10,1	-12,8
Γενική κυβέρνηση (μεταβιβάσεις από ΕΕ)	5.331,8	5.921,7	5.486,3	11,1	-7,4
Λοιποί τομείς (μεταναστευτικά εμβάσματα, κ.λπ.)	2.795,2	3.024,2	2.315,1	8,2	-23,4
Πληρωμές	2.327,7	2.673,0	2.410,1	14,8	-9,8
Γενική κυβέρνηση (κυρίως πληρωμές προς ΕΕ)	1.568,9	1.866,7	1.696,5	19,0	-9,1
Λοιποί τομείς	758,8	806,3	713,6	6,3	-11,5

* Προσωρινά στοιχεία
Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος.

τα στοιχεία της οποίας δεν είναι απολύτως συγκρίσιμα με τα στοιχεία για το 2001.¹ Επιπλέον, με την κατάρτιση του ισοζυγίου του Δεκεμβρίου 2002² αναθεωρήθηκαν τα στοι-

1 Μια βασική διαφορά είναι ότι στην έρευνα που διεξάγεται στα σύνορα οι εισπράξεις και οι πληρωμές καταγράφονται με βάση την κίνηση των ταξιδιωτών και αφορούν δαπάνες που έγιναν από τους ταξιδιώτες στο συγκεκριμένο μήνα αναφοράς, ενώ τα στοιχεία για το 2001 αφορούν, σύμφωνα με τη μέθοδο που εφαρμόζονταν τότε, τις σχετικές χρηματικές ροές που καταγράφονταν μέσω του τραπεζικού συστήματος το μήνα αναφοράς, ανεξαρτήτως του αν τα συγκεκριμένα ποσά αφορούσαν και δαπάνες ταξιδιωτών οι οποίες είχαν γίνει σε προηγούμενους μήνες.

2 Όπως ανακοινώθηκε στις 14.2.2003.

ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ

BANK OF GREECE
ECONOMIC RESEARCH DEPARTMENT



ΜΗΝΙΑΙΟ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟ ΔΕΛΤΙΟ
MONTHLY STATISTICAL BULLETIN

ΤΟΜΟΣ 67ος - ΑΡΙΘ. 7 - 8
VOLUME LXVII - Nº 7 - 8

ΙΟΥΛΙΟΣ - ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2002
JULY - AUGUST 2002

40. Ανάλυση άδηλων πόρων και πληρωμών
Invisible receipts and payments

Χιλιάδες δολάρια ΗΠΑ

Κατηγορία	1994	1995	1996	1997	Νοέμβριος - November			Ιανουάριος January
					1996	1997	1998	1996
Άδηλοι πόροι								
1. Ταξιδιωτικό	3.904.883	4.135.797	3.723.147	3.772.771	176.459	186.726	...	3.552.881
2. Μεταφορές	1.957.128	2.189.771	2.263.461	2.111.288	194.110	185.402	...	2.055.454
Εμβάσματα εφοπλιστών	1.407.508	1.650.218	1.691.233	1.533.998	133.218	143.107	...	1.521.521
Εμβάσματα ναυτικών (α)	193.738	208.043	195.135	210.964	15.227	17.314	...	180.061
Εισφορές σε ασφ/κό ταμεία ναυτικών	88.421	101.694	129.383	87.913	27.581	4.438	...	126.458
Ναύλοι εμπορευμάτων	100.386	47.773	92.564	54.376	6.506	4.866	...	86.447
Ανεφοδιασμός - επισκευές	118.869	135.503	119.571	202.534	9.970	14.185	...	106.745
Εισιτήρια επιβατών	48.206	46.540	35.575	21.503	1.558	1.547	...	34.222
3. Μονομερείς μεταβιβάσεις	6.969.016	8.043.397	8.056.462	7.543.626	718.841	679.695	...	6.507.227
Εμβάσματα μεταναστών	2.575.980	2.981.700	2.894.478	2.816.000	247.880	239.984	...	2.621.626
Συντάξεις	81.075	88.977	101.525	100.185	10.001	7.412	...	90.738
Μεταβιβάσεις ΕΕ	4.307.000	4.988.000	5.057.000	4.622.000	460.000	432.000	...	3.792.000
Λοιπές (γ)	4.961	4.720	3.459	5.441	960	299	...	2.818
4. Τόκοι	743.936	986.697	908.976	928.459	64.416	66.463	...	806.387
Δημοσίου	650.343	928.327	770.756	836.798	52.797	59.168	...	688.133
Ιδιωτών	93.593	58.370	138.220	91.661	11.619	7.295	...	118.254
5. Μερίσματα - κέρδη	44.521	22.214	62.395	33.297	7.990	1.302	...	57.243
6. Υπηρεσίες Δημοσίου (δ)	71.023	76.553	85.322	62.636	15.286	3.413	...	76.283
7. Αναλήψεις από καταθέσεις μετατρέψιμες σε δραχμές	2.640.000	2.810.000	3.005.670	3.060.000	250.000	270.000	...	2.785.670
8. Λοιποί πόροι	2.436.651	2.505.999	2.338.680	2.455.442	168.920	205.822	...	2.135.627
Προμήθειες αντιπροσώπων	54.126	71.729	59.027	54.761	7.867	3.844	...	55.904
Αμοιβές και μισθοί	310.246	304.413	185.156	246.336	10.717	20.748	...	172.625
Ασφάλισα	17.338	23.584	28.134	26.339	1.249	3.280	...	24.473
Τηλεπικοινωνίες	98.712	86.952	71.037	68.477	3.364	8.166	...	65.671
Λοιπά	1.956.229	2.019.321	1.995.326	2.059.529	145.723	169.784	...	1.816.954
Σύνολο	18.767.158	20.770.428	20.444.113	19.967.519	1.596.022	1.598.823	...	17.976.172
Άδηλες πληρωμές								
1. Ταξιδιωτικό	1.124.784	1.322.863	1.210.084	1.326.814	101.067	120.159	...	1.100.530
Τουρισμός	828.867	990.467	909.326	1.015.470	74.042	92.234	...	825.750
Σπουδές	222.839	260.411	233.298	253.997	21.043	23.817	...	212.514
Ιατρική περίθαλψη	73.029	71.985	67.460	57.347	5.982	4.108	...	62.266
2. Μεταφορές	313.763	421.605	431.181	393.730	30.233	29.850	...	392.613
Εφοπλιστικές δαπάνες	161.157	199.192	209.535	156.146	8.937	17.570	...	195.702
Εισιτήρια	129.649	171.402	185.906	209.907	19.817	10.139	...	165.880
Ανεφοδιασμός - επισκευές	22.957	51.011	35.740	27.677	1.479	2.141	...	31.231
3. Μονομερείς μεταβιβάσεις	28.325	31.161	30.654	27.601	2.613	2.038	...	28.182
Συντάξεις	28.325	31.161	30.654	27.601	2.613	2.038	...	28.182
Λοιπές	-	-	-	-	-	-	...	-
4. Τόκοι	1.985.367	2.489.942	2.818.060	2.369.327	252.273	269.268	...	2.555.136
Δημοσίου	1.856.477	2.232.659	2.516.573	2.086.418	226.755	243.263	...	2.271.663
Ιδιωτών	128.980	257.283	401.487	282.909	25.518	26.005	...	283.473
5. Μερίσματα - κέρδη	116.167	192.719	185.196	112.138	16.241	2.923	...	173.695
6. Υπηρεσίες Δημοσίου (δ)	353.655	365.067	407.912	454.154	24.142	39.515	...	372.945
7. Λοιπές πληρωμές	1.443.987	1.651.623	1.534.622	1.856.575	107.663	183.816	...	1.398.110
Προμήθειες αντιπροσώπων	121.676	153.983	117.684	111.323	7.141	7.625	...	106.702
Αμοιβές και μισθοί	221.510	300.426	319.376	341.931	22.593	44.544	...	290.989
Ασφάλισα	44.080	49.723	61.610	75.267	5.431	5.620	...	55.703
Τηλεπικοινωνίες	55.719	95.135	77.910	87.737	3.628	2.942	...	73.480
Δικαιώματα ευρεσιτεχνίας	46.431	58.030	56.942	58.054	5.342	5.196	...	51.145
Λοιπά	954.571	994.326	901.100	1.182.263	63.528	117.889	...	820.091
Σύνολο	5.366.048	6.474.980	6.617.709	6.540.339	534.232	647.569	...	6.021.211
Ισοζύγιο άδηλων συναλλαγών	13.401.110	14.295.448	13.826.404	13.427.180	1.061.790	951.254	...	11.954.961

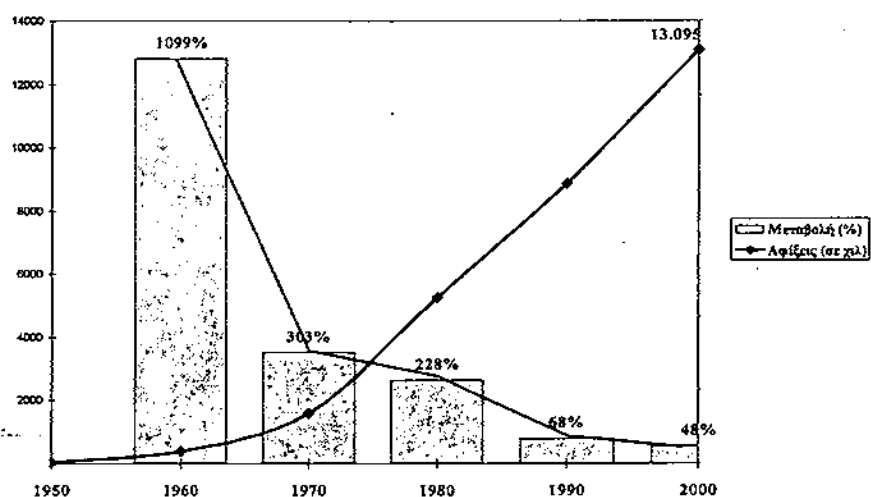
(α) Περιλαμβάνονται και οι αναλήψεις σε δραχμές των καταθέσεων των ναυτικών.

(β) Περιλαμβάνονται και οι αναλήψεις σε δραχμές των καταθέσεων των εργατών.

(γ) Περιλαμβάνονται και η κατηγορία "Βοήθεια - επανορθώσεις - αποζημιώσεις".

(δ) Περιλαμβάνονται δαπάνες ξένων αποστολών, προξενικά τέλη και δαπάνες για έργα υποδομής του NATO.

Αφίξεις και Ρυθμοί Ανάπτυξης 1950-2000

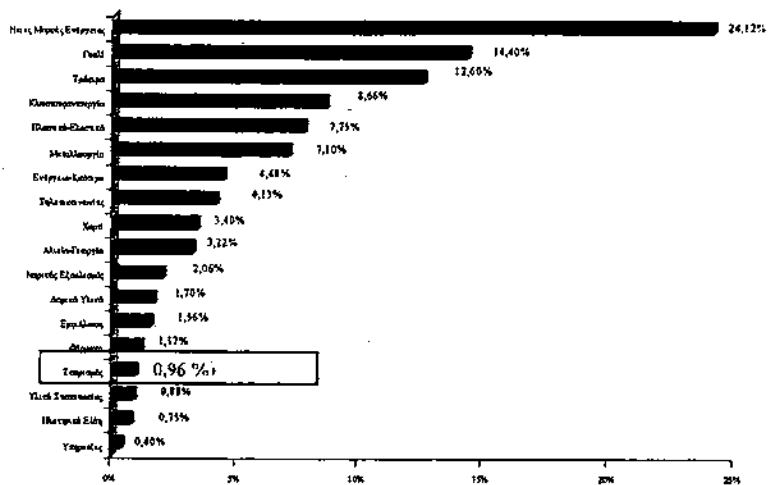


Χωρική κατανομή Ξενοδοχειακών κλινών

Ξενοδοχειακές κλίνες (000) σε επιλεγμένες περιοχές, 1990-2000		
	1990	2000
Ν. Αττικής	72	62
Ν. Ηρακλείου	37	53
Ν. Κερκύρας	30	40
Ν. Κυκλάδων	22	36
Κως	18	30
Ρόδος	47	65
Ν. Χαλκιδικής	15	34
Σύνολο επιλεγμένων περιοχών	132	205
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΟΣ	438	594
% επιλεγμένων περιοχών στο σύνολο	30%	35%

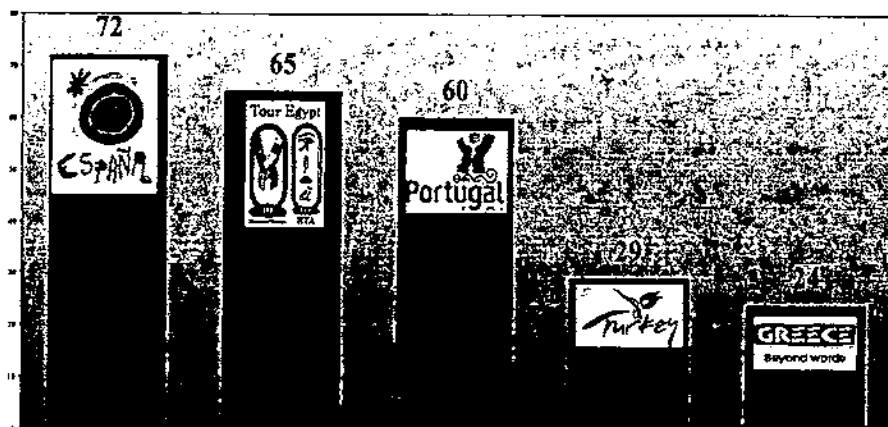
Οι ξένες επενδύσεις στην Ελλάδα κατά κλάδο

(ΕΛΚΕ, 1996-2001)



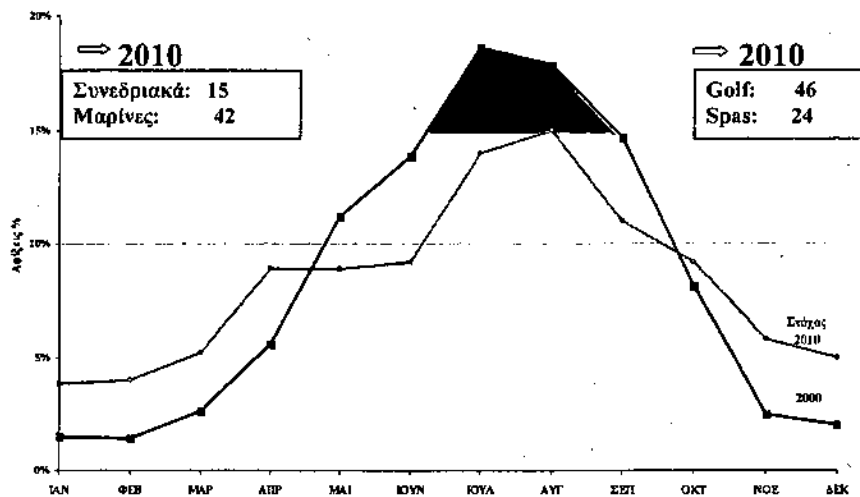
Μονάδες Διεθνών Ξενοδοχειακών Αλυσίδων

(ανά χώρα, 2000)

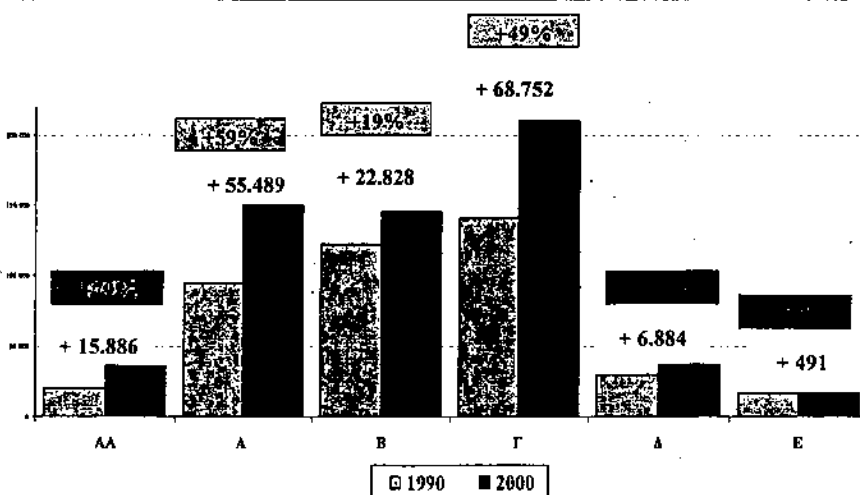


Μοντέλο Εποχικότητας 2000 & Στόχος 2010

(Αφίξεις 2000: 13 εκ, Στόχος 2010: 19,4 εκ)



Νέες Ξενοδοχειακές κλίνες 1990-2000



Αεροπορικές Συνδέσεις, 2003

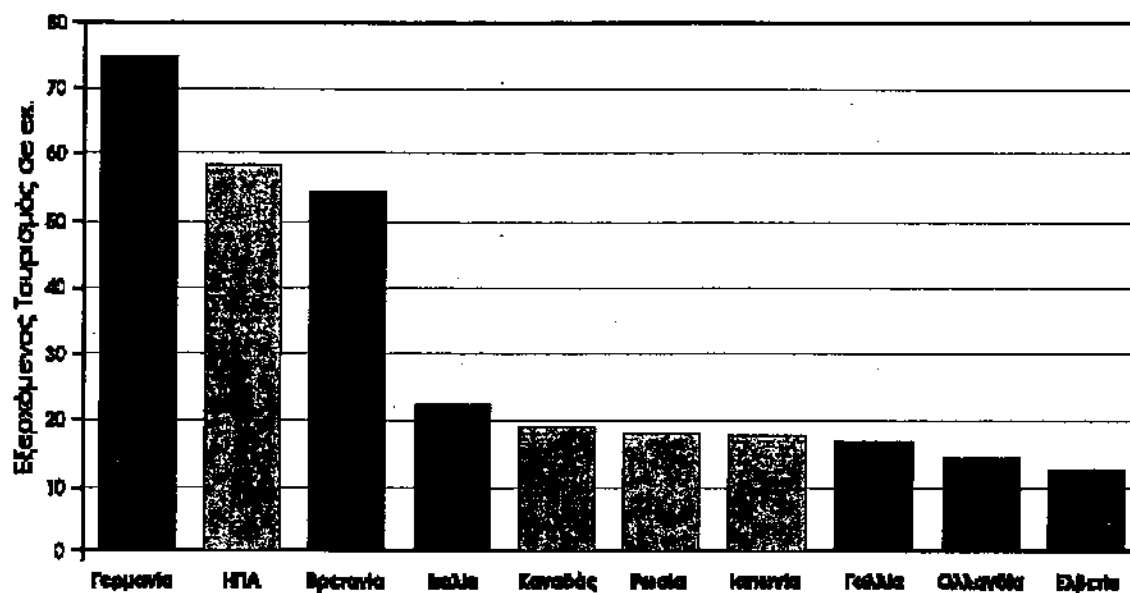
(αεροπορικές πτήσεις, εβδομαδιαία βάση, Φεβρουάριος 2003)

	USA	JAP	AUS	CAN	CHINA
Αθήνα	8	-	-	3	-
Μαδρίτη	64	-	-	5	2
Ρώμη	51	6	4	7	11
Κων/πολη	13	4	-	-	6
Κάιρο	4	3	-	1	2

Πηγή: Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών (2003)

Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Τορ – 10 χωρών με εξερχόμενο τουρισμό, 2000



Πηγή: JBR Hellas (2003)

Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Αεροπορικές Συνδέσεις, 2003

(αεροπορικές πτήσεις, εβδομαδιαία βάση, Φεβρουάριος 2003)

	USA	JAP	AUS	CAN	CHINA
Αθήνα	8	-	-	3	-
Μαδρίτη	64	-	-	5	2
Ρώμη	51	6	4	7	11
Κων/πολη	13	4	-	-	6
Κάιρο	4	3	-	1	2

Πηγή: Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών (2003)

Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

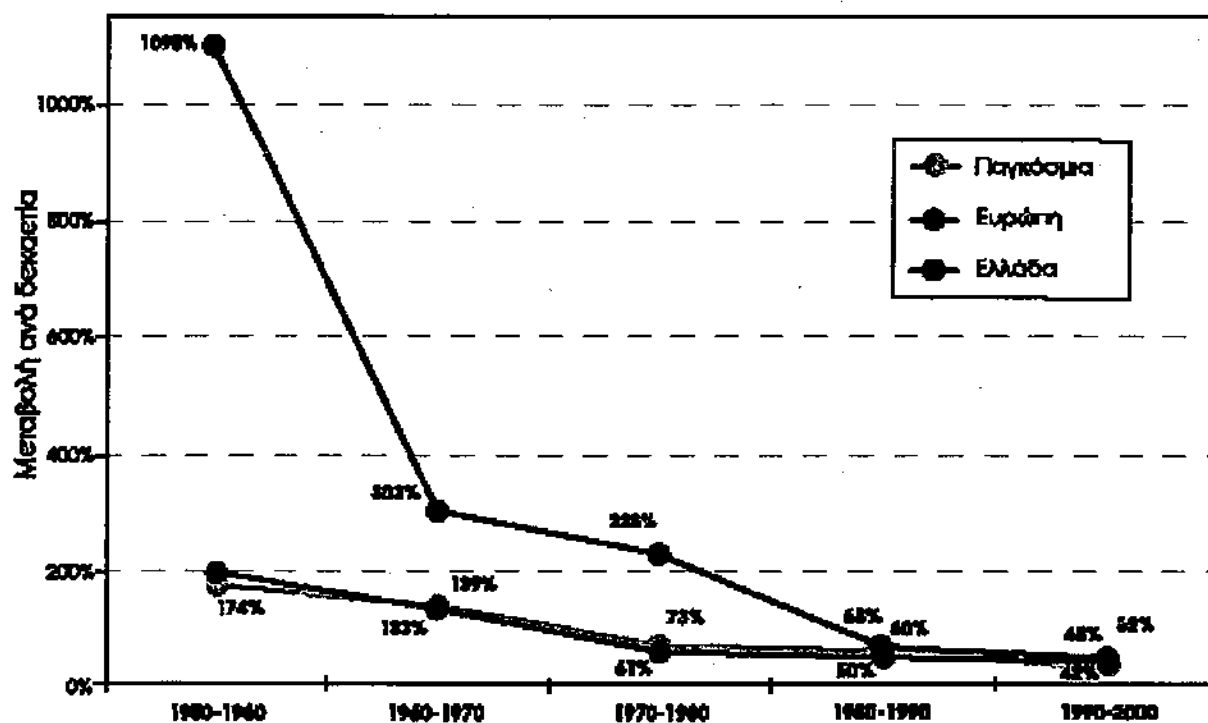
Αφίξεις σε Ελλάδα, Ευρώπη, Παγκόσμια, 1950-2000

	Παγκόσμια	Μεταβολή ανά δεκαετία	Ευρώπη (σε εκ)	Μεταβολή ανά δεκαετία	Ελλάδα (σε χιλ)	Μεταβολή ανά δεκαετία
1950	25,3		16,8		33,3	
1960	69,3	174,11%	50,4	199,70%	399,4	1098,33%
1970	165,8	139,25%	117,3	133,01%	1.609,20	302,87%
1980	286	72,50%	188,3	60,50%	5.271,10	227,56%
1990	457,2	59,86%	282,7	50,13%	8.873,00	68,33%
2000	696,8	52,41%	402,5	42,38%	13.095,55	47,59%

Πηγές : WTO (2002), ΕΟΤ (2003)

Στο : Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση , 2003, ΣΕΤΕ

Ποσοστιαία Αύξηση Αφίξεων ανά δεκαετία, Ελλάδα, Ευρώπη & Παγκόσμια, 1950-2000



Στο : Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση , 2003, ΣΕΤΕ

Ειδικές τουριστικές υποδομές, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000

	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΥΠΡΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ
Γήπεδα Γκολφ	254	10	2	55	12	4
Συνεδριακά κέντρα (αποκλειστικά συνεδριακοί χώροι)	46	6	2	44	1	9
Κέντρα Θαλασσοθεραπείας	89	31	5	42	2	5
Μαρίνες	260	15	2	17	2	15

Πηγή: Andersen (2002).

Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Εξέλιξη Αφίξεων & Κλινών, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 1990-2000
(Αφίξεις σε '000)

	ΙΣΠΑΝΙΑ		ΤΟΥΡΚΙΑ		ΚΥΠΡΟΣ		ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ		ΑΙΓΥΠΤΟΣ		ΕΛΛΑΔΑ	
	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις	Κλίνες
1990	37.441	929.533	4.799	164.980	1.561	51.774	8.020	179.337	2.411	101.469	8.873	438.355
1991	38.539	972.808	5.158	192.386	1.385	56.859	8.657	188.501	2.112	105.690	8.036	459.297
1992	39.638	998.816	6.549	212.902	1.991	62.986	8.884	190.892	2.944	109.820	9.331	475.799
1993	40.085	1.009.241	5.904	228.641	1.841	67.494	8.434	198.862	2.291	116.531	9.413	486.439
1994	43.232	1.132.350	6.033	258.580	2.069	74.846	9.169	202.442	2.356	120.854	10.642	508.505
1995	34.920	1.074.017	7.083	280.463	2.100	77.259	9.511	204.051	2.871	128.957	10.130	533.812
1996	36.221	1.087.529	7.966	301.524	1.950	83.537	9.730	208.205	3.528	140.741	9.233	548.785
1997	39.553	1.102.424	9.040	313.298	2.088	83.288	10.172	211.315	3.656	150.986	10.070	561.068
1998	43.396	1.121.217	8.960	314.215	2.223	85.161	11.295	215.572	3.213	166.817	10.916	576.876
1999	46.776	1.282.013	6.893	319.313	2.434	84.173	11.632	216.828	4.490	187.284	12.164	584.973
2000	48.201	1.215.290	10.428	404.300	2.686	85.303	12.096	222.958	5.506	213.898	13.096	593.990
Δ 00/90	29%	31%	117%	145%	72%	65%	51%	24%	128%	111%	48%	36%

Πηγές: Andersen (2002), ΕΣΥΕ/ΕΟΤ (2003), WTO (2002), Ένωση Ξενοδόχων Ισπανίας (2002), TYD (2002), ΚΟΤ (2002), Γενική Διεύθυνση Τουρισμού Πορτογαλίας (2002), Ένωση Ξενοδόχων Αιγύπτου (2002), ΞΕΕ (2002).

Στο : Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

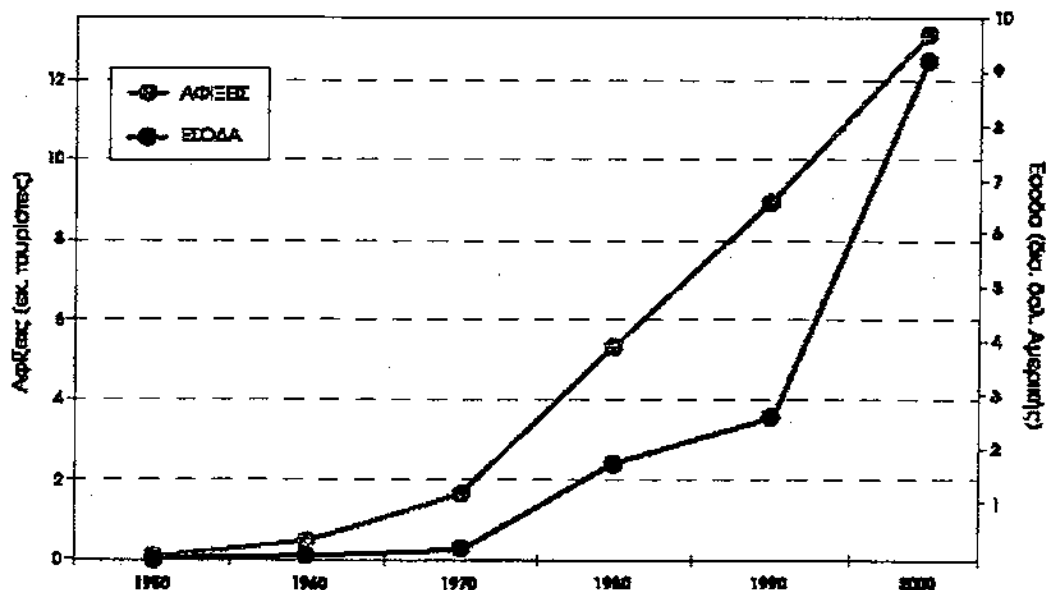
Εξέλιξη Αφίξεων, Εσόδων & ΜΚΑ, Ελλάδα, 1950-2000

ΕΤΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ (σε εκ. δολ)	ΜΚΑ (δολ)
1950	33.000	4,7	141
1960	399.000	49,3	141
1970	1.609.000	193,6	155
1980	5.271.000	1.733,50	361
1990	8.873.000	2.586,80	292
1991	8.036.000	2.567,40	319
1992	9.331.000	3.271,80	351
1993	9.413.000	3.335,10	354
1994	10.642.000	3.904,90	367
1995	10.130.000	4.136,30	408
1996	9.233.000	3.723,10	403
1997	10.070.000	5.151,30	512
1998	10.916.000	6.188,20	567
1999	12.164.000	8.781,90	722
2000	13.095.545	9.221,10	704

Πηγές: ΕΟΤ/ΕΣΥΕ (2003), ΤτΕ (2002).

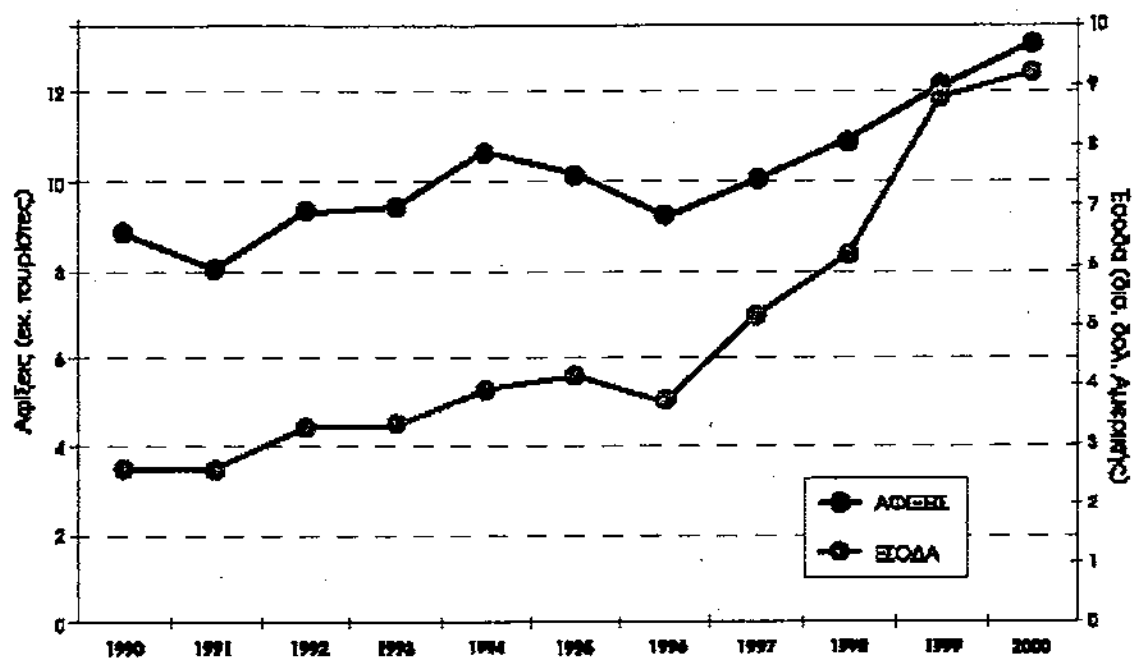
Στο Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ

Εξέλιξη Αφίξεων & Εσόδων, Ελλάδα, 1950-2000



Στο Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ

Εξέλιξη Αφίξεων & Εσόδων, Ελλάδα, 1990-2000



Στο Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ

Εξέλιξη Αφίξεων, Εσόδων, ΜΚΔ, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 1990-2000
(Αφίξεις σε '000, Έσοδα σε εκ. USD)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ			ΤΟΥΡΚΙΑ			ΚΥΠΡΟΣ		
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ
1990	37.441	18.593	497	4.799	3.225	672	1.561	1.258	806
1991	38.539	19.004	493	5.158	2.654	515	1.385	1.026	741
1992	39.638	22.181	560	6.549	3.639	556	1.991	1.539	773
1993	40.085	19.425	485	5.904	3.959	671	1.841	1.396	758
1994	43.232	21.853	505	6.034	4.321	716	2.069	1.700	822
1995	34.920	25.388	727	7.083	4.957	700	2.100	1.788	851
1996	36.221	26.690	737	7.966	5.962	748	1.950	1.669	856
1997	39.553	26.651	674	9.040	8.088	895	2.088	1.639	785
1998	43.396	29.839	688	8.960	7.809	872	2.223	1.696	763
1999	46.776	32.497	695	6.893	5.203	755	2.434	1.878	772
2000	48.200	31.197	647	10.428	7.636	732	2.686	1.819	677
Δ(00/90)	28,70%			117,30%			72,10%		
ΕΕΑ	3,50%			8,10%			5,60%		

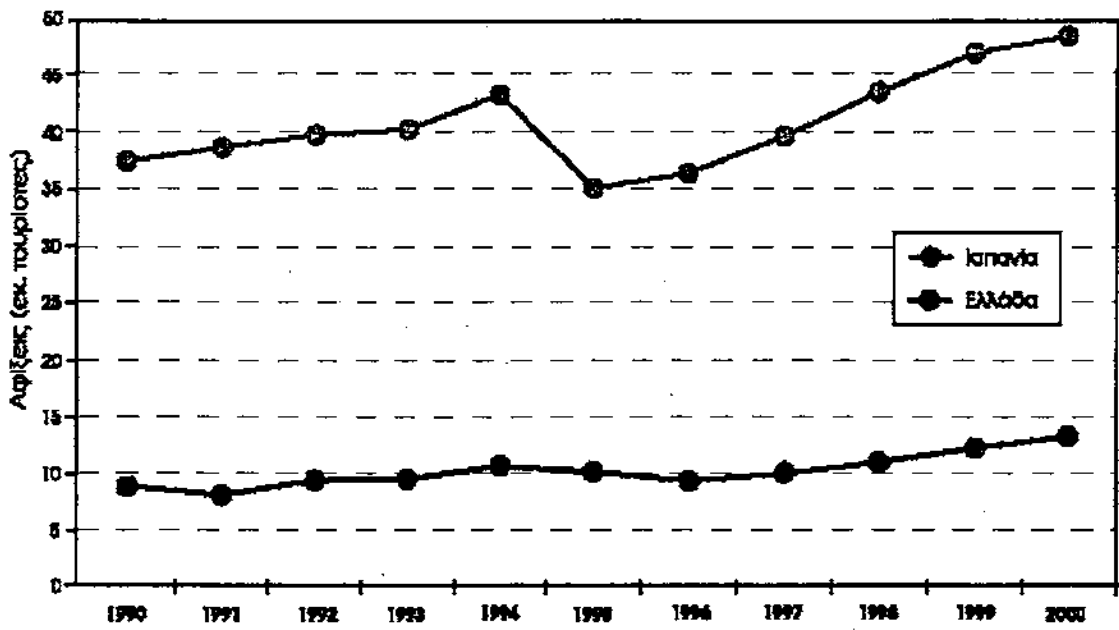
ΕΤΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ			ΟΥΓ/ΙΤΟΣ			ΕΛΛΑΔΑ		
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ
1990	8.020	3.555	443	2.411	1.994	827	8.873	2.587	292
1991	8.657	3.710	429	2.112	2.029	961	8.036	2.567	319
1992	8.884	3.721	419	2.944	2.730	927	9.331	3.272	351
1993	8.434	4.102	486	2.291	1.332	581	9.413	3.335	354
1994	9.132	4.087	448	2.356	1.384	587	10.642	3.905	367
1995	9.511	4.339	456	2.871	2.684	935	10.130	4.136	408
1996	9.730	4.265	438	3.528	3.204	908	9.233	3.723	403
1997	10.172	4.619	454	3.656	3.727	1.019	10.070	5.151	512
1998	11.295	5.302	469	3.213	2.565	798	10.916	6.188	567
1999	11.632	5.131	441	4.490	3.903	869	12.164	8.782	722
2000	12.096	6.204	513	5.506	4.300	781	13.096	9.221	704
Δ(00/90)	50,80%			128,40%			47,59%		
ΕΕΑ	4,20%			8,60%			3,97%		

Πηγές: ΕΟΤ/ΕΣΥΕ (2003), ΤτΕ (2002), WTO (2002), ΚΟΤ (2002), ΤΥΔ (2002),
Γενική Διεύθυνση Τουρισμού της Πορτογαλίας (DGT) (2002), Andersen (2002)

ΕΕΑ: Ενιαία Ετήσια Αύξηση

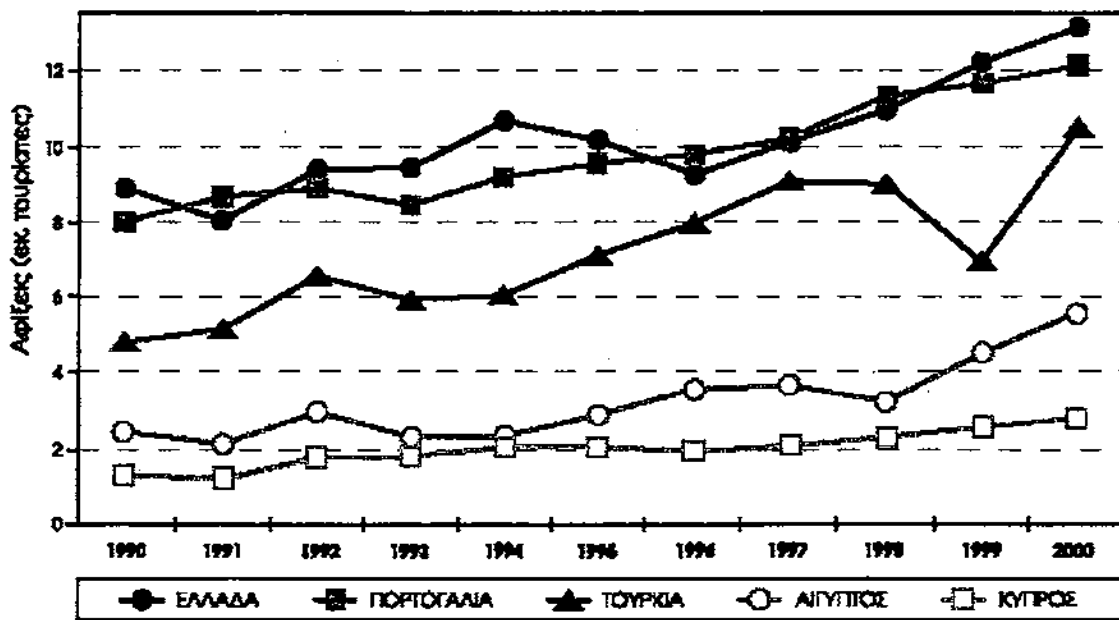
Στο : Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ

Εξέλιξη Αφίξεων, Ελλάδα & Ισπανία, 1990-2000



Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Εξέλιξη Αφίξεων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές (πλην Ισπανίας), 1990-2000



Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Εξέλιξη Ξενοδοχειακών Κλινών, Ελλάδα, 1990 & 2000

1990						
1990	ΜΟΝΑΔΕΣ	%	ΔΩΜΑΤΙΑ	%	ΚΑΙΝΕΣ	%
ΑΑ	45	0,70%	10.718	4,77%	20.231	4,78%
Α	470	7,32%	50.163	22,31%	94.293	22,26%
Β	1.571	24,46%	64.591	28,72%	122.269	28,86%
Γ	2.722	42,38%	75.511	33,58%	140.662	33,20%
Δ	948	14,76%	15.742	7,00%	29.998	7,08%
Ε	667	10,38%	8.157	3,63%	16.207	3,83%
ΣΥΝΟΛΟ	6.423	100,00%	224.882	100,00%	423.660	100,00%

2000						
2000	ΜΟΝΑΔΕΣ	%	ΔΩΜΑΤΙΑ	%	ΚΑΙΝΕΣ	%
ΑΑ	83	1,03%	18.686	5,97%	36.117	6,08%
Α	792	9,81%	78.816	25,18%	149.782	25,22%
Β	1.499	18,57%	76.207	24,35%	145.097	24,43%
Γ	4.027	49,88%	111.501	35,62%	209.414	35,26%
Δ	1.080	13,38%	19.386	6,19%	36.882	6,21%
Ε	592	7,33%	8.397	2,68%	16.698	2,81%
ΣΥΝΟΛΟ	8.073	100,00%	312.993	100,00%	593.990	100,00%

Πηγή: ΞΕΕ (2002)

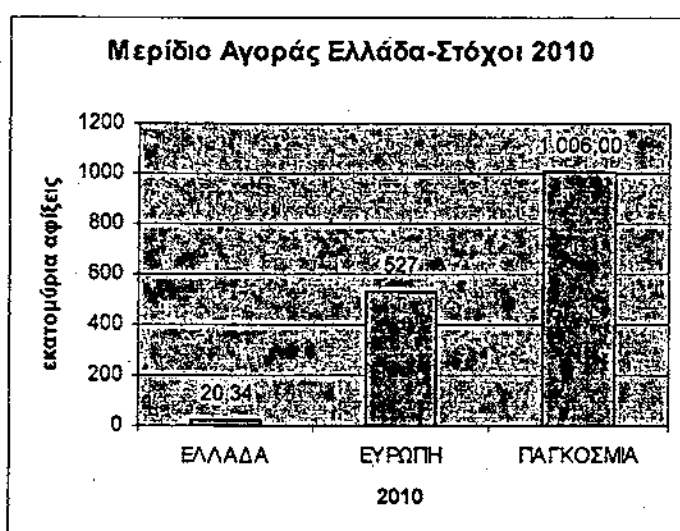
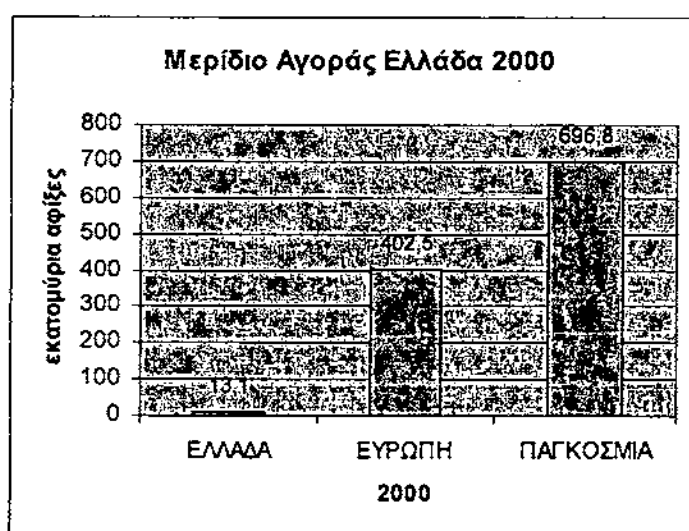
Στο : Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι, Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ

Μερίδια Αγοράς Ελλάδα 2000 & Στόχοι 2010

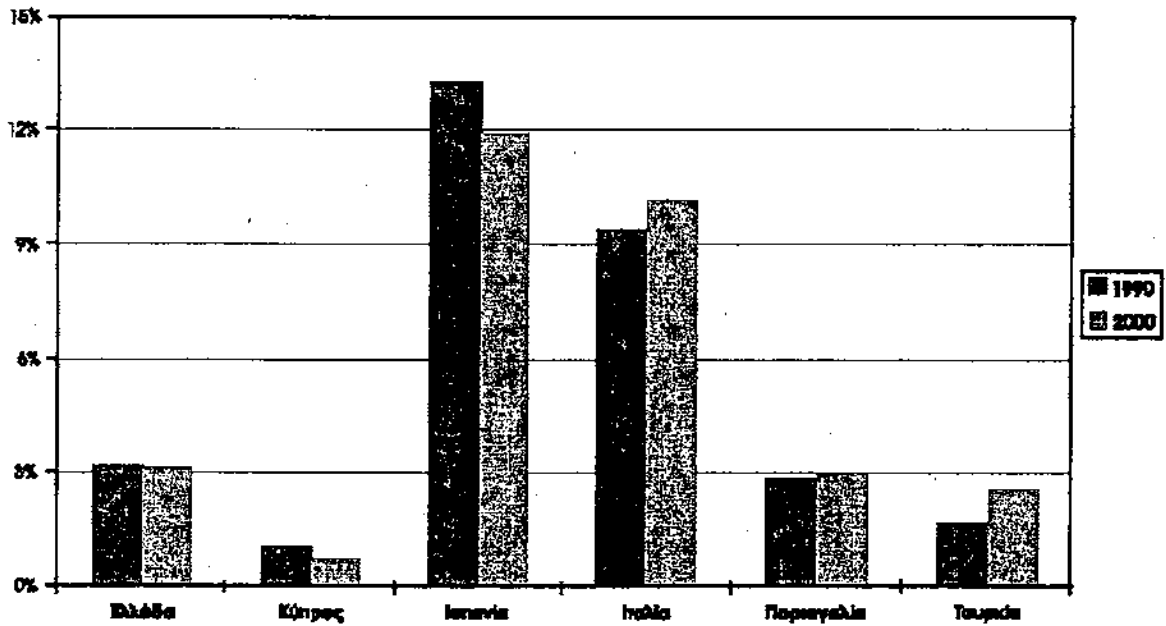
	ΕΥΡΩΠΗ	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	
	σε εκατομύρια αφίξεις			ευρωπαϊκό	παγκόσμιο
2000	402,50	696,80	13,10	3,25%	1,88%
2010	527,00	1.006,00	20,34	3,86%	2,02%

Πηγή: WTO (2002).

Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.



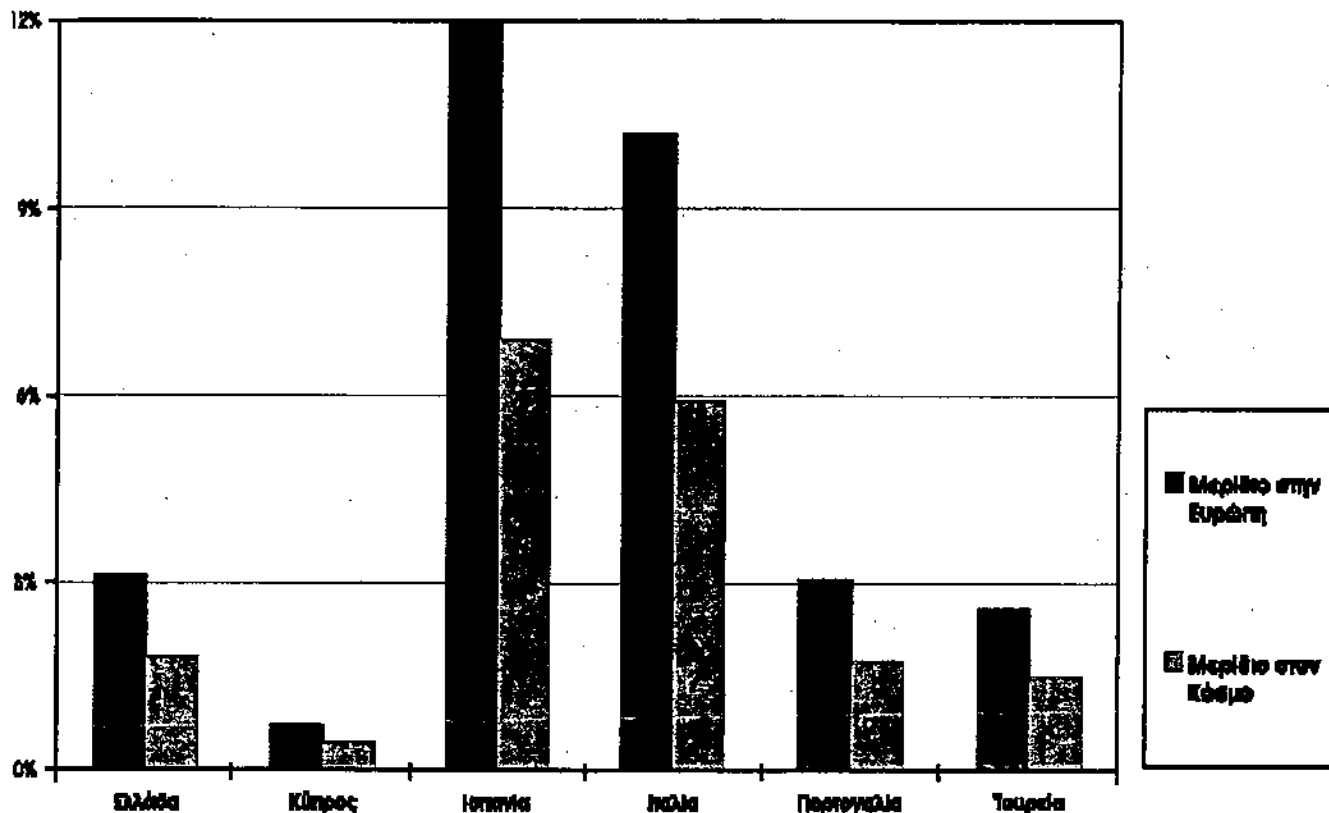
Μερίδια Αγοράς σε Εισερχόμενο Τουρισμό Ευρώπης 1990-2000



Πηγή: JBR Hellas (2003)

Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Μερίδια Αγοράς σε Εισερχόμενο Τουρισμό Ευρώπης / Παγκόσμια 2000



Πηγή : JBR Hellas (2003)

Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Μέσο Μέγεθος Ξενοδοχειακών Μονάδων (κλίνες), ανά κατηγορία, Ελλάδα, 1990 & 2000

Κατηγορία Ξενοδοχείου	1990	2000
ΑΑ	450	435
Α	201	189
Β	78	97
Γ	52	52
Δ	32	34
Ε	24	28
Μέσος Όρος	66	74

Πηγή: ΕΕΕ (2002)

Στο : Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

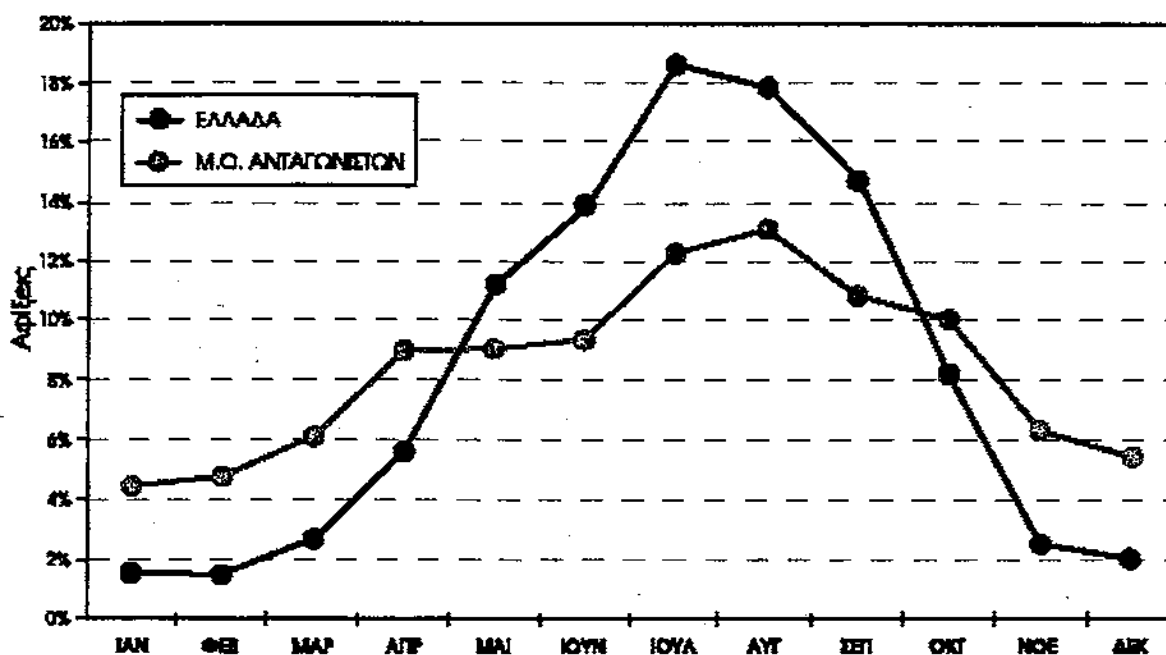
Μηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000

	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΥΠΡΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ
Έτος	2000	2000	2000	2000	2000	2000
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	4,35%	3,20%	2,37%	5,31%	6,78%	1,52%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	4,75%	3,40%	3,25%	4,79%	7,35%	1,42%
ΜΑΡΤΙΟΣ	6,15%	4,18%	5,04%	5,30%	9,61%	2,62%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	9,07%	6,92%	8,26%	10,50%	9,89%	5,58%
ΜΑΙΟΣ	8,41%	9,47%	11,14%	8,34%	7,49%	11,19%
ΙΟΥΝΙΟΣ	9,75%	10,36%	11,24%	7,82%	7,38%	13,86%
ΙΟΥΛΙΟΣ	13,31%	14,64%	13,49%	10,49%	9,19%	18,63%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	13,19%	13,62%	13,28%	15,75%	9,38%	17,87%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	10,92%	13,13%	12,28%	9,35%	8,20%	14,69%
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	9,51%	11,31%	11,19%	8,80%	9,04%	8,15%
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	5,52%	5,71%	4,97%	6,25%	8,76%	2,47%
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	5,07%	4,05%	3,49%	7,30%	6,92%	2,00%

Πηγές: Instituto Nacional de Estadística, Ισπανία (2002), ΤΥΔ (2002), ΚΟΤ (2002), Γενική Διεύθυνση Τουρισμού Πορτογαλίας (2002), Ένωση Ξενοδόχων Αιγύπτου (2002), ΕΟΤ (2003).

Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Μηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000



Στο : Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Τριμηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, 2000, Ελλάδα & Ανταγωνιστές

	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΥΠΡΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ
ΙΑΝ-ΜΑΡ	15,25%	10,78%	10,66%	15,40%	23,74%	5,56%
ΑΠΡ-ΙΟΥΝ	27,24%	26,74%	30,64%	26,66%	24,76%	30,64%
ΙΟΥΛ-ΣΕΠ	37,42%	41,39%	39,05%	35,59%	26,77%	51,19%
ΟΚΤ-ΔΕΚ	20,10%	21,07%	19,65%	22,35%	24,73%	12,62%

Πηγές : Instituto National de Estadistica, Ισπανία (2002), ΤΥΔ (2002), ΚΟΤ (2002), Γενική Διεύθυνση Τουρισμού της Πορτογαλίας (2002), Ένωση Ξενοδόχων Αιγύπτου (2002), ΕΟΤ (2003).

Στο : Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Μηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα, 1990-2000

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998*	1999*	2000*
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	1,27%	1,12%	1,07%	1,15%	1,34%	1,32%	1,47%	1,65%	1,48%	1,50%	1,52%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1,31%	1,08%	1,12%	1,13%	1,18%	1,23%	1,27%	1,55%	1,31%	1,46%	1,42%
ΜΑΡΤΙΟΣ	3,40%	3,19%	2,15%	2,05%	2,20%	2,30%	2,84%	2,67%	2,20%	2,85%	2,62%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	7,18%	4,23%	5,81%	5,54%	5,47%	6,45%	5,82%	5,22%	5,31%	5,24%	5,58%
ΜΑΪΟΣ	12,02%	10,74%	12,17%	11,79%	12,56%	12,06%	11,21%	11,31%	10,83%	11,08%	11,19%
ΙΟΥΝΙΟΣ	13,38%	12,92%	14,29%	13,12%	13,91%	13,78%	13,38%	13,91%	13,78%	13,72%	13,86%
ΙΟΥΛΙΟΣ	18,46%	19,87%	19,18%	19,07%	18,61%	17,64%	17,60%	18,37%	19,25%	18,67%	18,63%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	18,83%	20,27%	19,77%	19,78%	18,84%	18,26%	18,70%	18,57%	18,87%	18,81%	17,87%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	13,35%	14,31%	14,11%	14,60%	14,45%	14,87%	15,43%	14,41%	14,61%	14,06%	14,69%
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	6,88%	7,73%	6,83%	8,12%	8,05%	8,41%	8,52%	8,29%	8,42%	8,48%	8,15%
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	2,25%	2,61%	1,89%	1,96%	1,83%	1,94%	2,18%	2,31%	2,13%	2,17%	2,47%
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	1,66%	1,93%	1,60%	1,69%	1,55%	1,75%	1,60%	1,74%	1,80%	1,97%	2,00%
ΣΥΝΟΛΟ	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Τριμηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα, 1990-2000

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998*	1999*	2000*
ΙΑΝ-ΜΑΡ	5,99%	5,38%	4,35%	4,33%	4,72%	4,85%	5,58%	5,87%	4,99%	5,81%	5,56%
ΑΠΡ-ΙΟΥΝ	32,59%	27,89%	32,27%	30,45%	31,94%	32,29%	30,40%	30,44%	29,93%	30,05%	30,64%
ΙΟΥΛ-ΣΕΠ	50,64%	54,45%	53,06%	53,44%	51,91%	50,77%	51,72%	51,35%	52,73%	51,54%	51,19%
ΟΚΤ-ΔΕΚ	10,78%	12,27%	10,32%	11,78%	11,43%	12,10%	12,30%	12,33%	12,36%	12,61%	12,62%
ΣΥΝΟΛΟ	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Πηγή: ΕΟΤ/ΕΣΥΕ (2003), (*: προσωρινά στοιχεία)

Πηγή: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ

Συγκέντρωση ξενοδοχειακών κλινών, Ελλάδα & Ανταγωνιστές 2000

	% κλινών επί του συνόλου σε τρεις περιοχές	Σύνολο τριών περιοχών	Υπόλοιπες περιοχές
Ισπανία			
Βαλεαρίδες νήσοι	24%	56%	44%
Καταλονία	18%		
Ανδαλουσία	14%		
Τουρκία			
Αττάλεια	41%	70%	30%
Μούγκλα	15%		
Κωνσταντινούπολη	14%		
Πορτογαλία			
Αλγκάρβε	39%	73%	27%
Λισσαβόνα	24%		
Μαδέρα	10%		
Αιγύπτος*			
Ακτές Ερυθράς Θάλασσας	29%	65%	35%
Νότιος Σινά	22%		
Κάιρο	14%		
Ελλάδα			
Κρήτη	20%	54%	46%
Δωδεκάνησα	18%		
Στερεά Ελλάδα	16%		

* Η χωρική συγκέντρωση της Αιγύπτου αφορά δωμάτια.

Πηγές: Egyptian Federation of Tourist Chambers (2003), ΙΕΕ (2002), Instituto de Estudios Turísticos (Ισπανία) (2002), ΤΥΔ (2002), ΚΟΤ (2002), Εθνικό Ινστιτούτο Στατιστικών (Πορτογαλία) (2002).

Στο : Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ.

Συμμετοχή της Τουριστικής Οικονομίας σε Συνολικά Οικονομικά Μεγέθη ΕΕ-15, 2002 Εκτιμήσεις

ΧΩΡΕΣ	Ο Τουρισμός ως ποσοστό του ΑΕΠ	Η τουριστική απασχόληση ως ποσοστό της συνολικής απασχόλησης
Ισπανία	18,38	20,11
Πορτογαλία	15,40	16,96
ΕΛΛΑΔΑ	15,00	17,38
Αυστρία	14,85	16,77
Λουξεμβούργο	12,42	14,54
Γαλλία	12,30	13,94
Φινλανδία	11,49	12,01
Ιταλία	11,36	12,20
Ηνωμένο Βασίλειο	10,87	10,22
Βέλγιο	10,25	11,03
Γερμανία	9,88	10,78
Ολλανδία	9,81	9,65
Δανία	8,74	8,81
Ιρλανδία	8,53	7,68
Σουηδία	7,52	7,22

Πηγή: WTC (2003)

Στο : Τουρισμός & Απασχόληση, 2003, ΣΕΤΕ,

Συνολική Απασχόληση στον Τουρισμό, 2000

Άρση Πλήρης Απασχόληση (ΑΠΑ)	Ξενοδοχειακά Καταλύματα	96.759
	Βοηθητικά Καταλύματα	27.895
	Επιχειρηματίες Κλάδου Καταλυμάτων	49.711
	Πρακτορεία	19.305
	Οδικές Μεταφορές	7.462
	Αεροπορικές Μεταφορές	12.136
	Θαλάσσιες Μεταφορές	9.600
	Λοιπές Τουριστικές Επιχειρήσεις	35.440
	Σύνολο ΑΠΑ	255.308
Άρση Μερική Απασχόληση (ΑΜΑ)	ΑΜΑ/ΑΠΑ = 35%	89.358
Έμμεση Απασχόληση (ΕΑ)	ΕΑ//ΑΠΑ = 17/1055	264.196
Γενικό Σύνολο	ΑΠΑ + ΑΜΑ + ΕΑ	808.862

Στο : Τουρισμός & Απασχόληση, 2003, ΣΕΤΕ.

Χωρική Κατανομή Ξενοδοχειακής Προσφοράς, Ελλάδα, 1990 & 2000

1990 Περιοχή	Σύνολα περιοχής			Σύνολα περιοχής		
	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
Στερεά Ελλάδα	1.321	50.995	95.509	20,57%	22,68%	22,54%
Πελοπόννησος	623	19.217	36.335	9,70%	8,55%	8,58%
Ιόνια Νησιά	513	21.375	40.403	7,99%	9,50%	9,54%
Ηπειρος	137	3.604	6.818	2,13%	1,60%	1,61%
Νησιά Αιγαίου	283	6.708	12.679	4,41%	2,98%	2,99%
Κρήτη	1.093	40.601	76.095	17,02%	18,05%	17,96%
Δωδεκάνησα	732	37.066	69.829	11,40%	16,48%	16,48%
Κυκλάδες	598	11.400	21.845	9,31%	5,07%	5,16%
Θεσσαλία - Σποράδες	406	9.314	17.700	6,32%	4,14%	4,18%
Μακεδονία	655	22.538	42.596	10,20%	10,02%	10,05%
Θράκη	62	2.064	3.851	0,97%	0,92%	0,91%
ΣΥΝΟΛΟ	6.423	224.882	423.660	100,00%	100,00%	100,00%

2000 Περιοχή	Σύνολα περιοχής			Σύνολα περιοχής		
	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
Στερεά Ελλάδα	1.260	49.626	93.325	15,61%	15,86%	15,71%
Πελοπόννησος	612	21.757	41.524	7,58%	6,95%	6,99%
Ιόνια Νησιά	738	34.658	66.488	9,14%	11,07%	11,19%
Ηπειρος	192	4.992	9.643	2,38%	1,59%	1,62%
Νησιά Αιγαίου	390	10.935	20.948	4,83%	3,49%	3,53%
Κρήτη	1.306	61.887	116.513	16,18%	19,77%	19,62%
Δωδεκάνησα	975	55.368	105.036	12,08%	17,69%	17,68%
Κυκλάδες	841	18.992	36.397	10,42%	6,07%	6,13%
Θεσσαλία - Σποράδες	489	12.413	23.730	6,06%	3,97%	4,00%
Μακεδονία	1.196	39.857	75.637	14,81%	12,73%	12,73%
Θράκη	74	2.508	4.749	0,92%	0,80%	0,80%
ΣΥΝΟΛΟ	8.073	312.993	593.990	100,00%	100,00%	100,00%

Πηγή: ΕΕΕ (2002)

Στο: Ελληνικός Τουρισμός 2010 Στρατηγική & Στόχοι Β' Έκδοση, 2003, ΣΕΤΕ

1. Αφίξεις και διανυκτερεύσεις τουριστών (Διάγραμμα 1 και 2)

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών κατά το έτος 2000, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών υποδοχής. Η αύξηση του συνόλου των αφίξεων αλλοδαπών κατά το διάστημα Ιανουαρίου - Δεκεμβρίου 2000, σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 1999, έφθασε το +7,66%, με 13.095.545 αφίξεις, όπως προκύπτει από τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία (πηγή: ΕΣΥΕ).

Το 2000, ποσοστό 79,8% του συνόλου των αλλοδαπών τουριστών έφθασε στη χώρα αεροπορικά, έναντι 69% του 1981. Η συμμετοχή των αφίξεων με αεροπλάνο αυξάνεται σταθερά λόγω και της απελευθέρωσης των αεροπορικών συγκοινωνιών και της μείωσης των ναύλων, ενώ μειώνεται αντίστοιχα η συμμετοχή των άλλων μέσων μεταφοράς.

Οι αφίξεις ξένων επισκεπτών με κρουαζιέρες, εμφανίζουν τα τελευταία χρόνια κάμψη κατά 20% έναντι του 1996. Η φθίνουσα αυτή τάση οφείλεται κυρίως στην εξάρτηση από την αμερικάνικη αγορά.

Στις ξενοδοχειακές μονάδες το 2000 πραγματοποιήθηκαν συνολικά 61.302.903 διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών. Οι έλληνες εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό μέγεθος της ζήτησης, δεδομένου ότι πραγματοποίησαν 14.666.610 διανυκτερεύσεις (αύξηση 1,47% ως προς το 1999). Η αύξηση του αριθμού των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών το 2000 σε σχέση με το 1999 είναι +1,82%.

2. Κατά κεφαλή δαπάνη

Τα έσοδα από τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα, έχουν σημειώσει θεαματική άνοδο τα τελευταία 30 χρόνια. Σε τρέχουσες τιμές η κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη έχει τριπλασιαστεί.

Οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες κατά το 2000 έφθασαν τα 9.221 εκ. δολάρια, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 5% έναντι του 1999, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος. Με βάση τον σχετικό πίνακα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα κατατάσσεται έτσι στην 10η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων.

Η μέση δαπάνη κατά κεφαλήν αφικνούμενου αλλοδαπού τουρίστα, σε τρέχουσες τιμές, κυμαινόταν γύρω στα 300 δολ. ΗΠΑ στη διάρκεια της δεκαετίας του '80, άρχισε να αυξάνεται όμως σημαντικά προς το τέλος της δεκαετίας του '90. Το 2000 έφθασε τα 704 δολάρια ΗΠΑ (ή 776 ευρώ).

Η τουριστική δαπάνη αποτελείται από δαπάνες διαμονής, διατροφής, αναψυχής-διασκέδασης, μετακινήσεις, ψώνια και λοιπές τουριστικές δαπάνες. Το μεγαλύτερο μέρος της δαπάνης (40%), προορίζεται για διαμονή και τη διατροφή.

Μετά το 1985 η κατάσταση σταδιακά εξομαλύνεται, καθώς γίνονται και οι πρώτες συστηματικές προσπάθειες για αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Ωστόσο, η Ελλάδα εξακολουθεί να θεωρείται χώρα φιλοξενίας τουριστών χαμηλής εισοδηματικής στάθμης.

3. Προέλευση τουριστικής ζήτησης (Διάγραμμα 3)

Το έτος 2000, ποσοστό 70,4% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στα σύνορα πραγματοποιήθηκαν από πολίτες της ΕΕ, 21% από άλλες ευρωπαϊκές χώρες, ενώ μόλις 2,5% πραγματοποιήθηκαν από την Αμερικανική Ήπειρο. Το 1981 η συμμετοχή της Ευρώπης στο σύνολο της ζήτησης ήταν 74%, ενώ της Αμερικής 8%.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ζήτησης είναι το υψηλό ποσοστό επαναλαμβανόμενου τουρισμού (repeaters), που το καλοκαίρι του 1998 ήταν 55%.

Σημαντικό τμήμα της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών προέρχεται από την εσωτερική αγορά και μάλιστα βαίνει αυξανόμενο. Το 25% του συνόλου των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας πραγματοποιούνται από ημεδαπούς, αλλά μόνο το 10% γίνεται από έλληνες τουρίστες που κάνουν διακοπές, και άλλο ένα 10% ταξιδεύει για επιχειρηματικούς σκοπούς. Ο εσωτερικός τουρισμός καλύπτει συχνά τα ελλείμματα σε περιόδους ύφεσης της κίνησης από το εξωτερικό.

4. Χαρακτηριστικά τουριστικής ζήτησης

• Τουριστική μονοκαλλιέργεια:

Η ζήτηση για τη χώρα μας και τους επί μέρους προορισμούς της αφορά σε συντριπτικό βαθμό την κυρίαρχη μορφή οργανωμένης ζήτησης για «**Ήλιο και Θάλασσα**». Οι ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν μεσοπρόθεσμα «αγορές-θύλακες», που διακινούν μικρά μεν πλην όμως ενδιαφέροντα από τη σκοπιά της οικονομικής απόδοσης, μεγέθη.

• Μέση διάρκεια παραμονής :

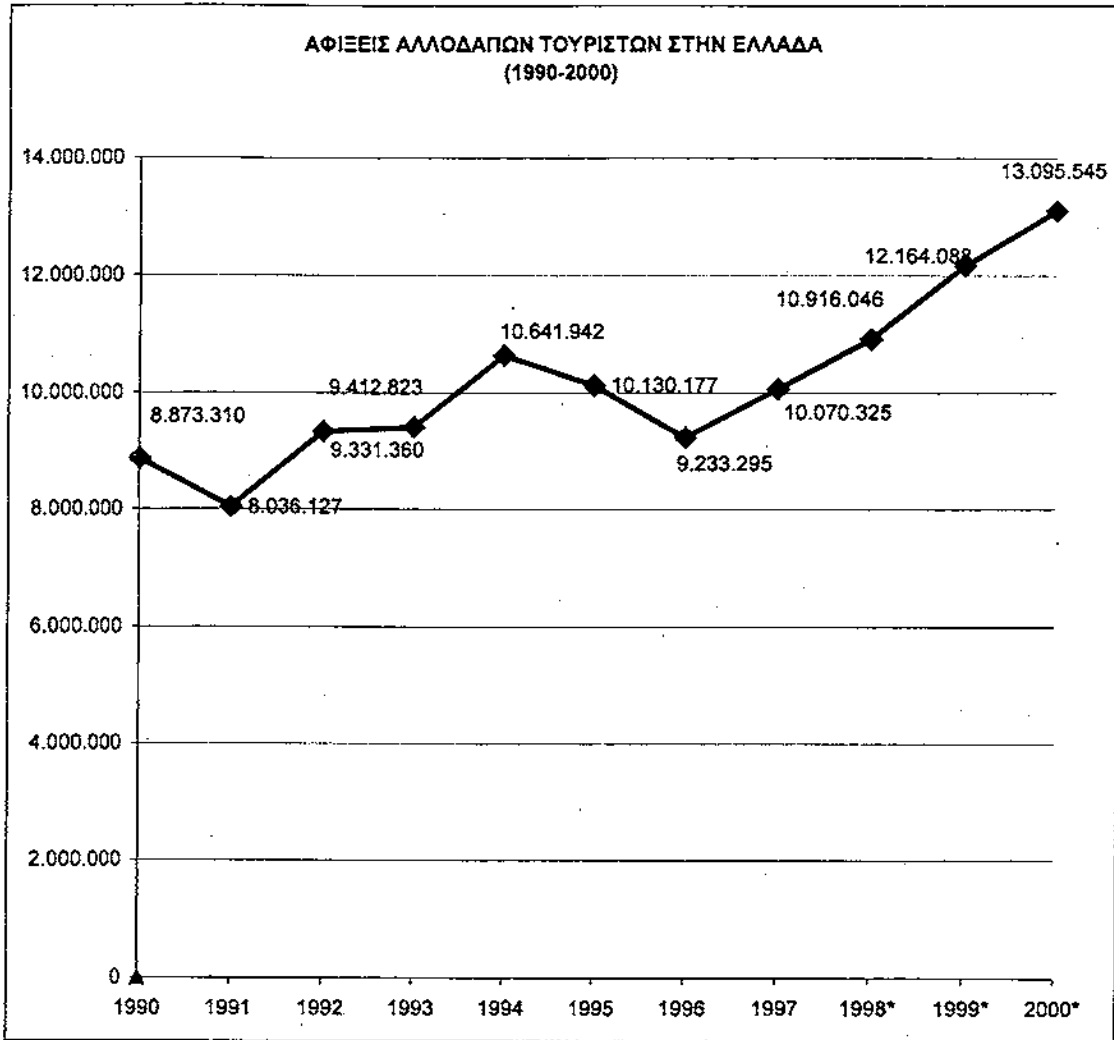
Η διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών τουριστών ποικίλλει ανάλογα με τον σκοπό του ταξιδιού και την περιοχή του προορισμού τους. Η μέση διάρκεια των διακοπών αλλοδαπών στα ελληνικά θέρετρα είναι 15 ημέρες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής τους σε ξενοδοχειακά καταλύματα είναι 6 ημέρες.

• Εποχικότητα ζήτησης (Διάγραμμα 4):

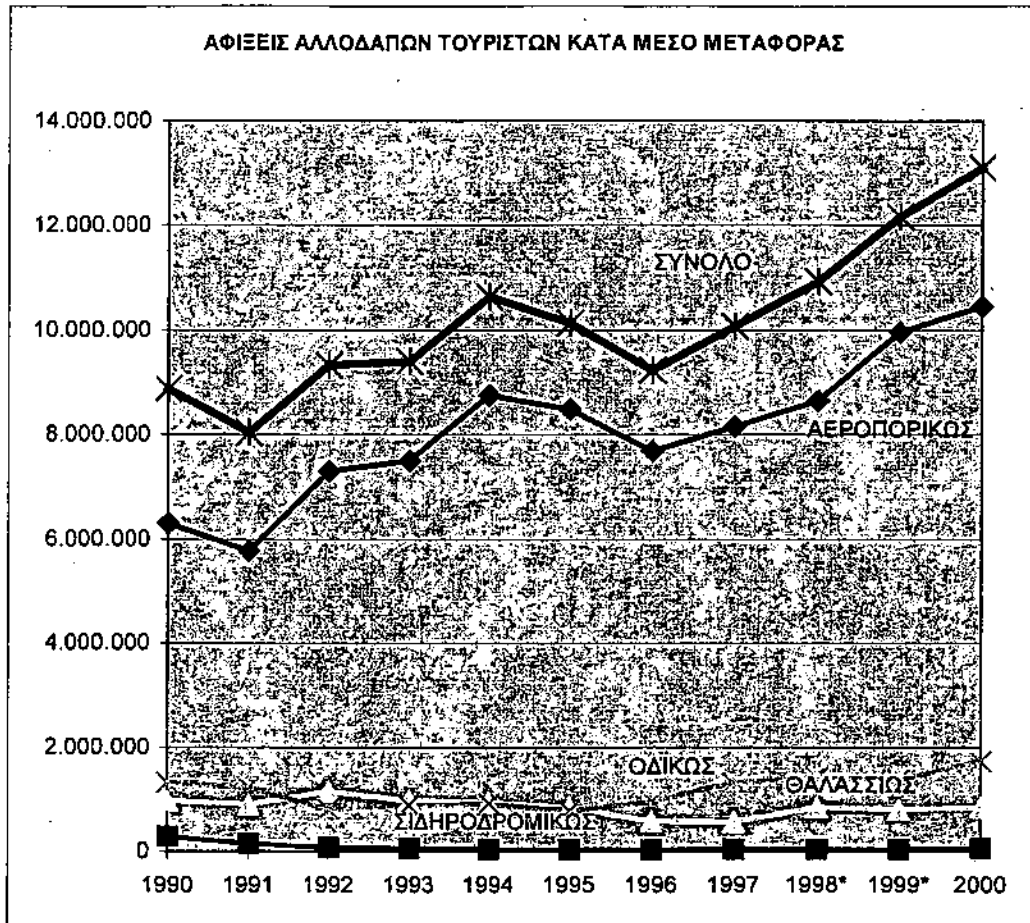
Η εξ αλλοδαπής τουριστική ζήτηση εμφανίζει υψηλό βαθμό χρονικής συγκέντρωσης και κατευθύνεται κυρίως σε προορισμούς στους οποίους κυριαρχεί η μορφή του μαζικού παραθεριστικού τουρισμού. Η τουριστική αιχμή ενισχύεται τα τελευταία χρόνια και αυτό οξύνει ακόμα περισσότερο τα προβλήματα ανταπόκρισης των υποδομών.

Η ζήτηση της παραδοσιακής 7μηνης τουριστικής περιόδου (Απρίλιος-Οκτώβριος) παρουσιάζει μία αυξανόμενη εποχικότητα. Το σύνολο των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούνται στη διάρκεια του επταμήνου ήταν το 92% του γενικού συνόλου το 2000. Το ίδιο ισχύει για το τετράμηνο, που αποτελεί την αιχμή της τουριστικής περιόδου (Ιούνιος-Σεπτέμβριος), το οποίο ήταν το 67% του συνόλου το 2000.

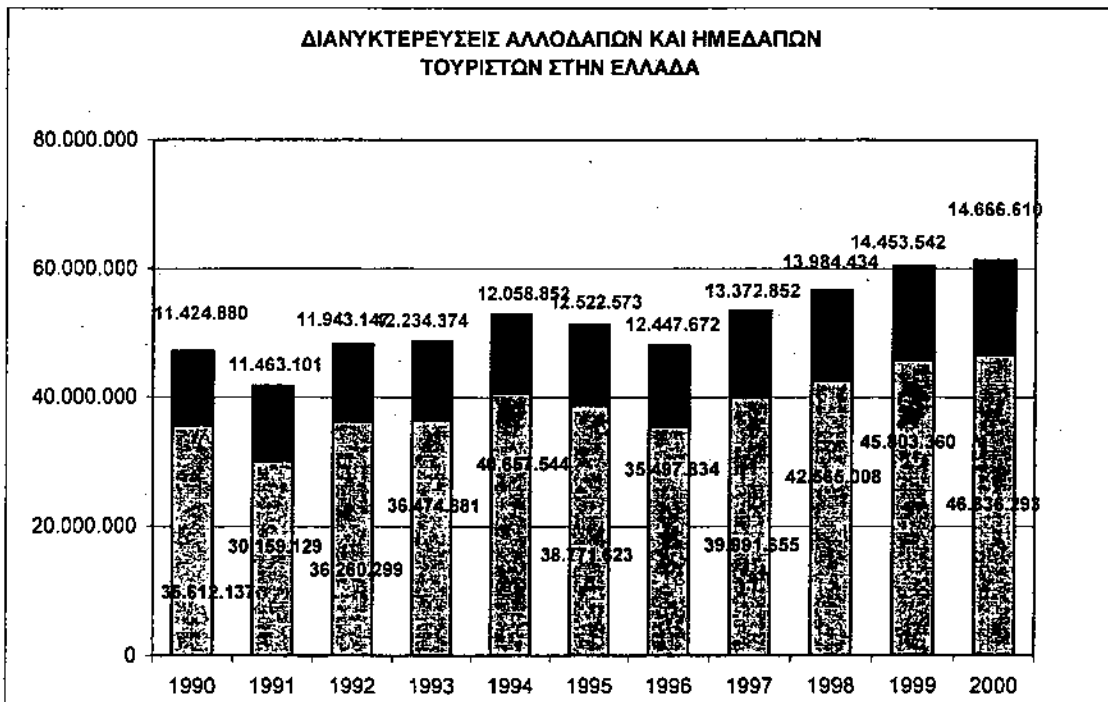
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2

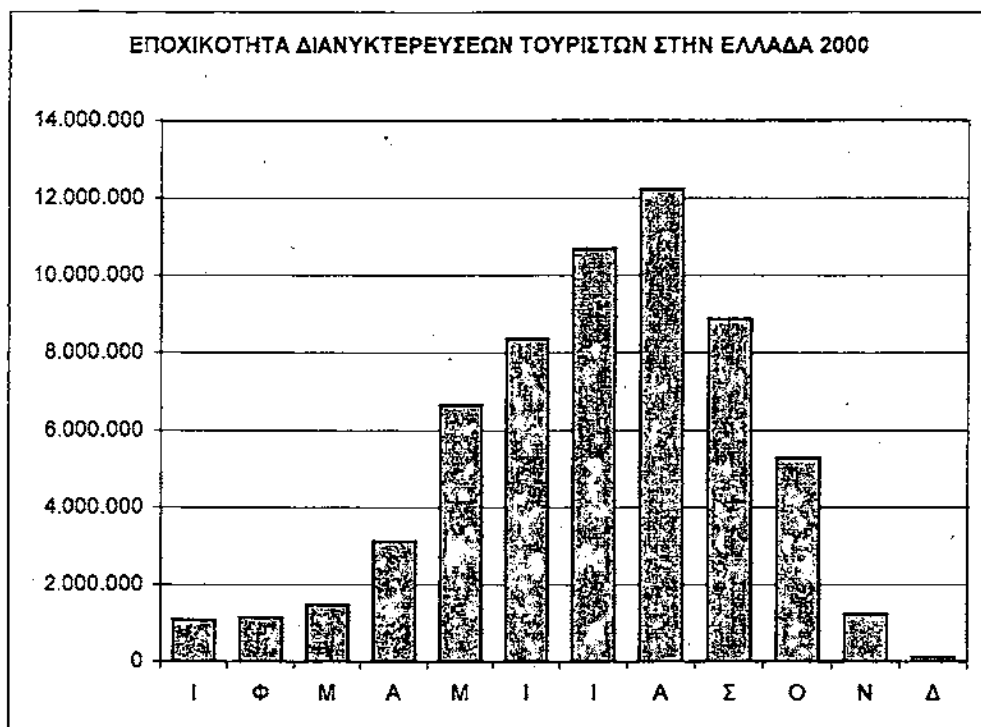


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3



ΗΜΕΔΑΠΟΙ - ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4



5. Οργάνωση της διεθνούς αγοράς

Η διεθνής αγορά προς τους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς χαρακτηρίζεται από έντονα φαινόμενα συγκέντρωσης και καθετοποίησης των ξένων ταξιδιωτικών επιχειρήσεων. Οι συγχωνεύσεις μεγάλων τουριστικών ομίλων, οι αλληπάλληλες και εξελισσόμενες εξαγορές και συμμαχίες μεταξύ πιστωτικών συγκροτημάτων, αερομεταφορέων, και τουριστικών επιχειρήσεων μαζικών πωλήσεων-πακέτων (tour operators) έχουν αλλάξει ριζικά την αγορά. Εκτός από τον διεθνή ανταγωνισμό από άλλους τουριστικούς προορισμούς, ο ελληνικός τουρισμός έχει πλέον να αντιμετωπίσει και τις ολιγοπωνιακές έως και μονοπωνιακές 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.

Η διεθνής αγορά χαρακτηρίζεται πλέον από την ραγδαία εξάπλωση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής, στην προβολή, ενημέρωση, και χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, με τα συστήματα αυτόματων κρατήσεων και πωλήσεων. Η ένταξη των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων στην Κοινωνία της Πληροφορίας αποτελεί αναγκαίο όρο και για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον διεθνή ανταγωνισμό.

6. Συμβολή του τουρισμού στην οικονομία

Διαπιστώνεται σημαντική σταδιακή βελτίωση της συμμετοχής του Τουρισμού στα βασικά μεγέθη της Οικονομίας. Το 2000, η Τράπεζα της Ελλάδος κατέγραψε εισπραξη 9.221 εκ. δολλαρίων ΗΠΑ από τουριστικές υπηρεσίες, με βάση τις οποίες η Ελλάδα καταλαμβάνει την 10η θέση στη σχετική κατάταξη του Π.Ο.Τ. Οι τουριστικές υπηρεσίες καλύπτουν το 2000 το 45,6% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, από 28% το 1981. Η **άμεση** συμμετοχή του Τουρισμού στο ΑΕΠ σήμερα είναι 8%, από 4% το 1981 .

Πρέπει να αναφερθεί επίσης η συμμετοχή του τουρισμού στα Δημόσια Έσοδα, η συμμετοχή του στα έσοδα των ΟΤΑ (αφού μόνον ο Τουρισμός μεταξύ των παραγωγικών κλάδων καταβάλλει ειδικά τέλη υπέρ ΟΤΑ, πλέον των συνήθων δημοτικών τελών των άλλων χρήσεων) και η καθοριστική συμβολή του στην Περιφερειακή Ανάπτυξη.

Στον τουριστικό τομέα απασχολείται περίπου το 10% του συνόλου των απασχολούμενων.

Σημειώνεται πάντως ότι η καταμέτρηση του προϊόντος και της απασχόλησης στον τουρισμό σε διάφορες χώρες δεν είναι ακόμα μεθοδολογικά αξιόπιστες και μεταξύ τους συγκρίσιμες. Για τον λόγο αυτό ο Π.Ο.Τ., ο ΟΟΣΑ και η Eurostat προωθούν την καθιέρωση ενός συνδεδεμένου συστήματος καταγραφής των οικονομικών δραστηριοτήτων του τουρισμού με την μορφή του **Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού** (Tourism Sattelite Account).

7. Εξερχόμενος Τουρισμός

Οι δαπάνες του εξερχόμενου τουρισμού καλύπτουν ήδη το 25% των επίσημων εισπράξεων από τον εισερχόμενο τουρισμό. Το 2000 οι εξερχόμενες δαπάνες ανήλθαν σε 4,5 δισ. δολλ. Η.Π.Α., έναντι 1,6 δισ. δολλ. που είχαν καταγραφεί το 1991.

Οι ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί αρχίζουν να δέχονται την πίεση από τον ανταγωνισμό προορισμών του εξωτερικού, με αξιοσημείωτο επακόλουθο και την αυξανόμενη διείσδυση στην εσωτερική αγορά τουριστικών επιχειρήσεων του εξωτερικού που απευθύνονται στον έλληνα καταναλωτή.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ελλήνων εξακολουθεί πάντως να προτιμά να κάνει διακοπές στην Ελλάδα, για περισσότερο από 5 ημέρες (62% των ταξιδιών διακοπών στο εσωτερικό).

Σημαντικός είναι και ο αριθμός **συνταξιούχων** που κάνει διακοπές (16% του συνόλου).

II. **Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

1. Τουριστικά Καταλύματα (Διάγραμμα 5)

Το ενεργό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας είναι σήμερα 601.034 κλίνες σε 8.209 ξενοδοχειακές μονάδες. Η κατανομή των υφιστάμενων μονάδων σε τάξεις, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα, είναι «ανάποδη» από την κατανομή μίας ποιοτικής αγοράς. Έχει μόλις το 6% σε μονάδες πολυτελείας (ΑΑ) και το 44% στις χαμηλές κατηγορίες (Γ,Δ,Ε). Η αγορά χαρακτηρίζεται επίσης από το μικρό μέγεθος των μονάδων, αφού το ήμισυ σχεδόν των μονάδων έχει κάτω από 100 κλίνες. Η μέση μηνιαία πληρότητα των ξενοδοχείων είναι 65% (στοιχεία 2000).

Υπάρχουν επίσης άλλες 420.000 κλίνες σε 28.000 μονάδες ενοικιαζομένων δωματίων και διαμερισμάτων καθώς και 30.643 θέσεις κατασκήνωσης και 949 οικίσκοι σε 351 κάμπινγκς, που μπορούν να φιλοξενήσουν άλλα 94.776 άτομα.

Μαζί με τις ξενοδοχειακές κλίνες, το σύνολο των νομίμων τουριστικών καταλυμάτων κάθε κατηγορίας έχει δυναμικότητα φιλοξενίας 1.100.000 ατόμων.

2. Εγκαταστάσεις ειδικής υποδομής

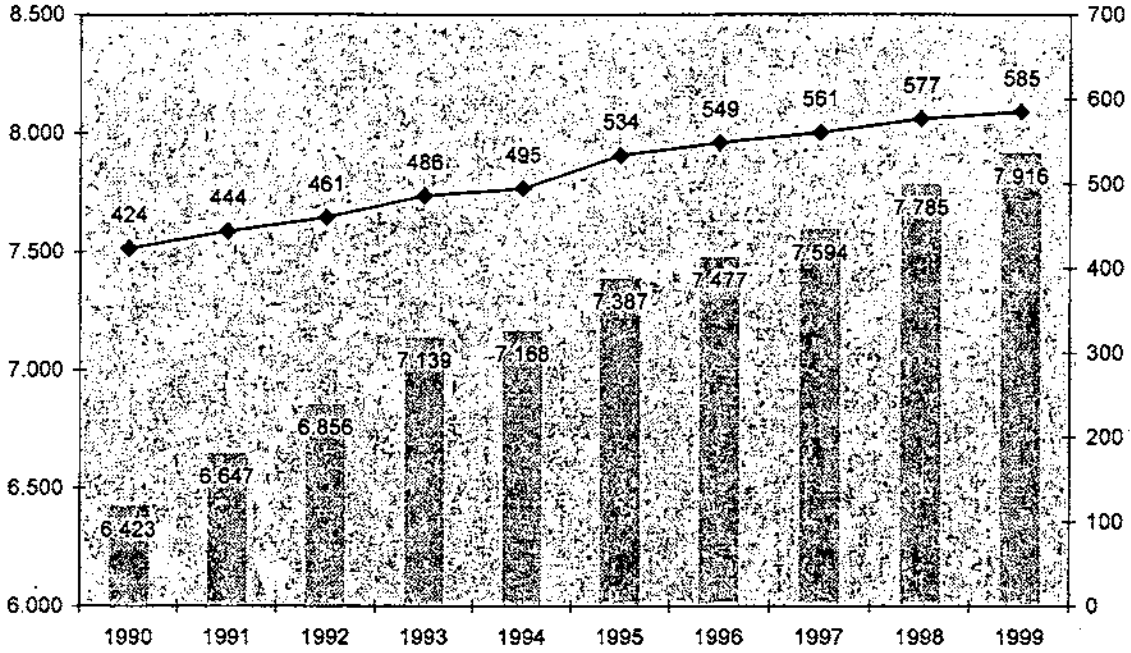
Στη χώρα λειτουργούν οι εξής ειδικές υποδομές:

- 5 Συνεδριακά Κέντρα με δυναμικότητα 2.400 συνέδρων που έχουν λάβει ειδικό σήμα του ΕΟΤ. 9 νέα Συνεδριακά Κέντρα έχουν υπαχθεί στον αναπτυξιακό νόμο, άλλα 12 έχουν λάβει έγκριση αρχιτεκτονικών σχεδίων ΕΟΤ και τέλος άλλα 9 διαθέτουν έγκριση σκοπιμότητας υπαγωγής στον αναπτυξιακό νόμο.
- 453 αίθουσες συνεδρίων και συσκέψεων δυναμικότητας 10 έως και πλέον των 1000 ατόμων σε 150 ξενοδοχεία, που λειτουργούν με ειδικό σήμα ΕΟΤ.
- 5 Γήπεδα Γκολφ (4 των 18 οπών και ένα των 9), ενώ άλλο ένα γήπεδο γκολφ έχει υπαχθεί στον αναπτυξιακό νόμο.
- 2 Κέντρα Θαλασσοθεραπείας με σήμα ΕΟΤ, άλλο ένα είναι υπό κατασκευήν και άλλα 5 έχουν έγκριση σκοπιμότητας ΕΟΤ.
- ένα σύγχρονο ιδιωτικό υδροθεραπευτήριο και άλλο ένα έχει έγκριση σκοπιμότητας ΕΟΤ.
- Κατασκευάζονται 4 ιδιωτικές μαρίνες και ξενοδοχειακοί λιμένες.

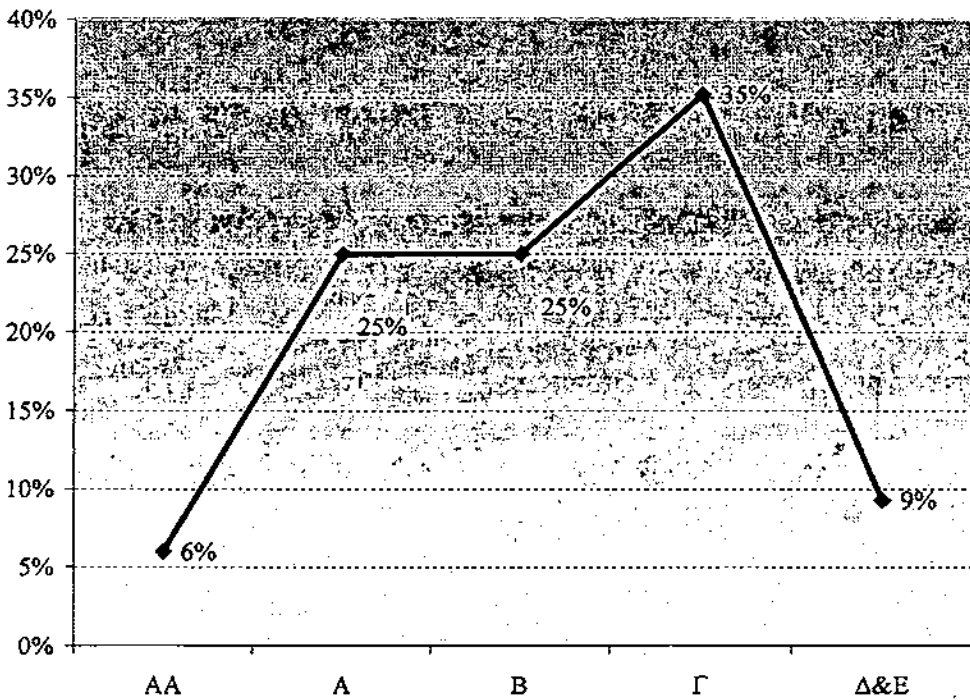
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
 ΚΛΙΝΕΣ (χιλ.)



ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ



3. Άλλες τουριστικές επιχειρήσεις

Υπάρχουν επίσης άλλες κατηγορίες τουριστικών επιχειρήσεων, ως εξής:

- 4.500 τουριστικά γραφεία,
- 738 Τουριστικές Επιχειρήσεις Οδικών Μεταφορών,
- 1.455 Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων ΙΧ χωρίς οδηγό
- 200 ναυλομεσιτικά γραφεία
- 2000 περίπου διπλωματούχοι ξεναγοί ως ατομικοί επαγγελματίες.

4. Διάρθρωση τουριστικών επιχειρήσεων (Διάγραμμα 6)

• Γεωγραφική κατανομή:

Με βάση τη γεωγραφική κατανομή των ξενοδοχείων, γύρω από τα οποία συγκεντρώνονται συνήθως οι λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις, διαπιστώνεται μια έντονη συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε λίγες περιοχές της χώρας. Πέντε από τις 13 Περιφέρειες συγκεντρώνουν το 75% των ξενοδοχειακών κλινών της χώρας, ενώ παρουσιάζονται σημαντικές οι διαφορές συγκέντρωσης και εντός της περιφέρειας. Οι μεγαλύτερες συγκεντρώσεις σε κλίνες παρατηρούνται στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (24% του συνόλου), την Κρήτη (19%), τα Ιόνια Νησιά (11%), την Αττική (11%) και την Κεντρική Μακεδονία (10%).

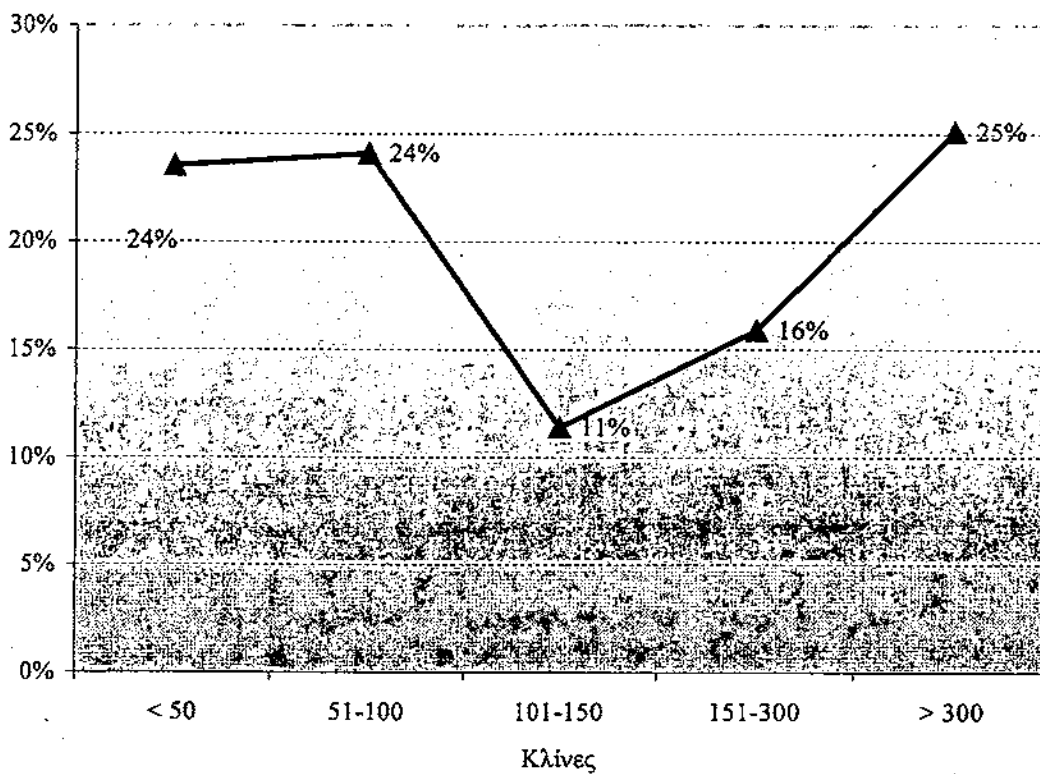
• Συγκέντρωση και καθετοποίηση:

Το κύριο χαρακτηριστικό των μονάδων είναι το μικρό μέγεθος, το οποίο ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για μια σειρά αδυναμιών και δυσλειτουργιών, όπως χαμηλή στάθμη προσφερομένων υπηρεσιών, αδυναμία παρακολούθησης των εξελίξεων των αγορών και των απαιτήσεων της ζήτησης, καθώς και των τάσεων της προσφοράς σε ανταγωνιστικούς προορισμούς, αδυναμία επίτευξης οικονομιών κλίμακας κλπ.

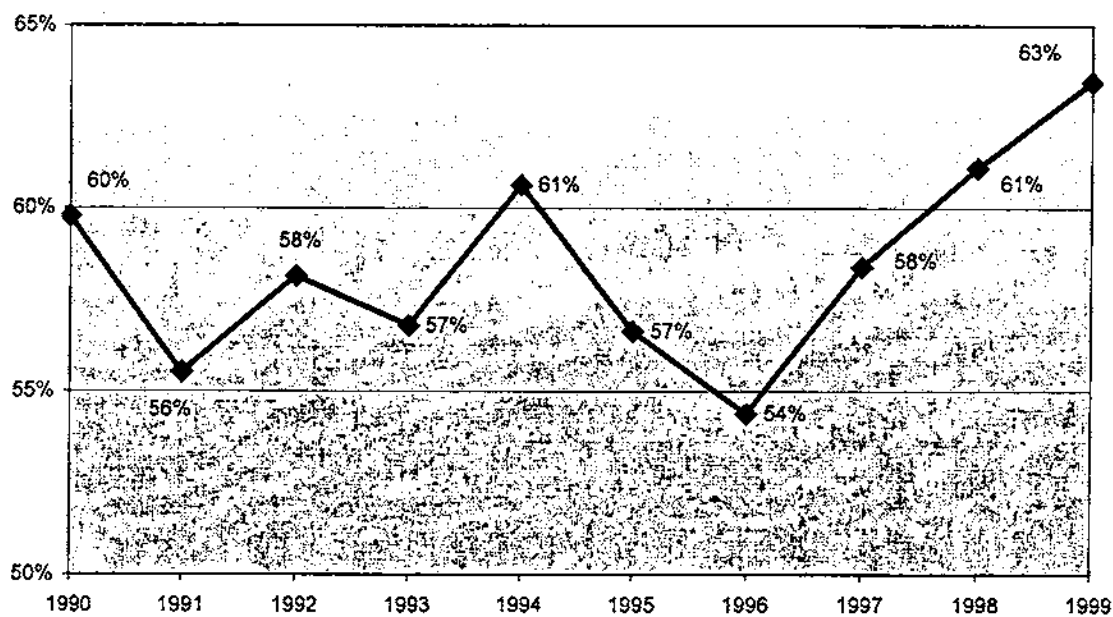
- Όλες οι μονάδες ενοικιαζομένων δωματίων και διαμερισμάτων είναι Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις (ΠΜΕ) με έως 15-20 δωμάτια. Άνω του 98% των λοιπών μορφών τουριστικών επιχειρήσεων (τουριστικά γραφεία, ναυλομεσιτικά γραφεία, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων ΙΧ κλπ) είναι μικρού μεγέθους και απασχολούν λιγότερα από 10 άτομα η καθεμία.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ



ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
(1990-1999)



- Η τάση μεγέθυνσης των τουριστικών επιχειρήσεων είναι ασθενής. Υπάρχουν 47 μικρές αλυσίδες ξενοδοχείων οι οποίες όμως, δεν είναι ομοιογενείς και συγκρίσιμες γιατί περιλαμβάνουν ξενοδοχεία της αυτής ή διαφορετικής ιδιοκτησίας, αλυσίδες απλής διοίκησης (management), συνενώσεις σε επίπεδο μάρκετινγκ και πωλήσεων ή και διεθνή δίκτυα πωλήσεων.
- Καθετοποίηση με άλλα τμήματα της τουριστικής αλυσίδας παρατηρείται σε ελάχιστες μόνο περιπτώσεις (πχ κρουαζιερόπλοια, tour-operating, περιηγήσεις κλπ). Τα τελευταία χρόνια ενισχύεται η τάση εξαγοράς ελληνικών ξενοδοχείων και άλλων τουριστικών επιχειρήσεων από ξένους οίκους, με ιδιαίτερη παρουσία κυπριακών συμφερόντων. Πρέπει επίσης να σημειωθεί η συμμετοχή τουριστικών επιχειρήσεων σε αεροπορικές εταιρείες και handling.
- **Εποχικότητα λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων:**
Ένα άλλο σημαντικό χαρακτηριστικό της ελληνικής τουριστικής προσφοράς είναι η εποχική λειτουργία και εκμετάλλευση. Η εποχική λειτουργία χαρακτηρίζει και την υπόλοιπη τουριστική προσφορά των συμπληρωματικών τουριστικών επιχειρήσεων εστίασης, αναψυχής κλπ, οι οποίες όπως είναι φυσικό συγκεντρώνονται και λειτουργούν όπου και όταν υφίσταται σημαντική δυναμικότητα σε ξενοδοχειακές κλίνες.
- Στους παραδοσιακούς παραθεριστικούς προορισμούς, η εποχικότητα λειτουργίας εμφανίζεται ακόμα πιο έντονη με έντονη επίδραση στην ανεργία.

5. Εμπόδια εισόδου επιχειρήσεων: Καθεστώς «κορεσμού»

Με την Υπουργική Απόφαση 2647/86 ορισμένες περιοχές της χώρας χαρακτηρίστηκαν ως *Περιοχές Ελέγχου Τουριστικής Ανάπτυξης*. Τμήματα των περιοχών αυτών που παρουσίαζαν τη μεγαλύτερη συγκέντρωση ξενοδοχειακών κλινών, χαρακτηρίστηκαν ως *«Κορεσμένες Τουριστικά Περιοχές»*, στις οποίες δεν επιτρέπεται η ανέγερση νέων ξενοδοχείων ή η επέκταση των λειτουργούντων. Με την απόφαση αυτή πολλές περιοχές της χώρας έχουν κριθεί *«τουριστικά κορεσμένες»*. Ο καθορισμός των κορεσμένων περιοχών βασίστηκε και κυρίως σε ευρύτερα χωροταξικά και περιβαλλοντικά κριτήρια, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις παρακινήθηκε κυρίως από την πολιτική σταθεροποίησης της υφιστάμενης ξενοδοχειακής αγοράς, θέτοντας εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων.

Το μέτρο ελήφθη με την επίκληση δύο λόγων: α) προστασία ή ανάσχεση της υποβάθμισης του περιβάλλοντος από την υπερβολική τουριστική δόμηση και την υπέρβαση των αντοχών της υποδομής και β) διασφάλιση της βιωσιμότητας των ήδη λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων, σε περιοχές με εντόνως αρνητική εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης.

Το καθεστώς κορεσμού είναι δυνατόν να αρθεί ή να τροποποιηθεί μέσω του θεσμοθετημένου χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού και σε αρκετές κορεσμένες περιοχές το καθεστώς αυτό έχει τροποποιηθεί μέσω μεταγενέστερου σχεδιασμού.

Το αποτέλεσμα της επιβολής θεσμικών εμποδίων εισόδου στον ξενοδοχειακό κλάδο ήταν τα εξής:

- να προστατεύονται αδιακρίτως καλές και κακές επιχειρήσεις
- να μην επιτρέπεται η δημιουργία καλύτερων από τις υφιστάμενες μονάδων
- να εμποδίζεται η φυσική ανανέωση και αναβάθμιση των επιχειρήσεων του κλάδου

- να υπάρχουν ποιοτικά και ποσοτικά υποδεέστερες μονάδες τόσο από αυτές που απαιτεί το επίπεδο του ελληνικού τουρισμού, όσο και κατώτερες των δυνατοτήτων των ελληνικών επιχειρήσεων.
- να υποβαθμίζεται τελικά το τουριστικό προϊόν αφού η χαμηλότερη ποιότητα διαμορφώνει και υποβαθμισμένη κατανάλωση.

Υπάρχει βέβαια περίπτωση όπου η τουριστική ανάπτυξη δεν μπορεί να επεκταθεί πλέον χωρικά. **Σημείο κορεσμού** για την τουριστική ανάπτυξη μίας περιοχής δημιουργείται όταν ο αριθμός επισκεπτών ή ο όγκος των κατασκευών προσεγγίζει επίπεδα στα οποία προκαλείται αλλοίωση του φυσικού, πολιτισμικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Αυτό σημαίνει ότι πριν χαρακτηριστεί μια περιοχή «κορεσμένη» πρέπει να προηγείται συγκεκριμένη μελέτη για την συγκεκριμένη «τουριστική ενότητα», (π.χ. παραλία, ευαίσθητο φυσικό περιβάλλον, παραδοσιακός οικισμός, αγροτική περιοχή κ.λ.π.)

Ειδικά για την Αθήνα το πρόβλημα κορεσμού με το κριτήριο αλλοίωσης του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος υφίσταται μόνο για συγκεκριμένες περιοχές (π.χ. Πλάκα), όχι όμως λόγω ξενοδοχείων. Πρόβλημα αλλοίωσης του τουριστικού περιβάλλοντος της Αθήνας από τα ξενοδοχεία δεν υφίσταται και πολύ περισσότερο δεν υφίσταται στην ευρύτερη περιοχή του Λεκανοπεδίου.

Σε μία σύγχρονη οικονομία, αυτό που χρειάζεται κρατική προστασία είναι το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και όχι οι επιχειρήσεις του κλάδου που θέλουν να περιορίσουν τον ελεύθερο ανταγωνισμό και να «κλειδώσουν» τα μερίδια της αγοράς.

Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης (ΦΕΚ 1511/β/14.12.00) έχει αρθεί ο κορεσμός του ηπειρωτικού τμήματος της Αττικής, και υποβλήθηκαν στον ΕΟΤ για έγκριση καταλληλότητας ξενοδοχειακών κλινών ΑΑ και Α τάξης, οι φάκελοι υποψήφιων επενδυτών, που μέχρι σήμερα αντιμετώπιζαν το κώλυμα του κορεσμού.

Όσον αφορά στις λοιπές «κορεσμένες» τουριστικές περιοχές, οι Μελέτες Τουριστικής Ανάπτυξης των 13 Περιφερειών της Χώρας, που ανατέθηκαν πρόσφατα από τον ΕΟΤ, μεταξύ άλλων, θα προσεγγίσουν με επιστημονικά κριτήρια τη «**φέρουσα ικανότητα**» των αντίστοιχων περιοχών και θα περιλάβουν πορίσματα για την αντιμετώπιση του προβλήματος.

Πίνακας 2: Οι διοικητικές δομές του τουρισμού 1914-2000

1914	Σύσταση «Γραφείου Ξένων και Εκθέσεων» στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1922	Σύσταση Αυτοτελούς «Υπηρεσίας Ξένων και Εκθέσεων» στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1929	Ίδρυση «Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού» ως Ν.Π.Δ.Δ. υπαγόμενου στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1936	Κατάργηση ΕΟΤ, ίδρυση Υφυπουργείου Τύπου και Τουρισμού
1941	Κατάργηση Υφυπουργείου, σύσταση Δ/σης Λουτροπόλεων και Τουρισμού στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
1944	Μετατροπή της Διεύθυνσης σε Γεν. Διεύθυνση Τουρισμού Λουτροπόλεων και Εκθέσεων
1945	Σύσταση Γενικής Γραμματείας Τουρισμού υπαγόμενης στον Πρωθυπουργό
1946	Μεταβίβαση της εποπτείας της Γεν. Γραμματείας Τουρισμού στον Υπουργό Συντονισμού
1950	Επανασύσταση ΕΟΤ υπό την εποπτεία του Υπουργού Εθνικής Οικονομίας
1968	Ανάθεση εποπτείας στο Υπουργείο Συντονισμού, όπου μεταφέρθηκε η Υπηρεσία Τουρισμού υπό τον Υπουργό Προεδρίας
1969	Ανάθεση εποπτείας στον Αναπληρωτή Υπουργό Συντονισμού
1971	Εποπτεία από τον Υπουργό Συντονισμού
1974	Εποπτεία από τον Υπουργό Προεδρίας Κυβερνήσεως
1985	Εποπτεία από τον Υφυπουργό Εθνικής Οικονομίας
1989	Σύσταση Υπουργείου Τουρισμού
1992	Κατάργηση του Υπουργείου Τουρισμού και ανάθεση της εποπτείας στο ΥΠΕΘΟ
1993	Ανασύσταση Υπουργείου Τουρισμού
1996	Συγχώνευση του Υπουργείου Τουρισμού στο Υπουργείο Ανάπτυξης
1998	Σύσταση των εταιρειών «Αξιοποίηση περιουσίας ΕΟΤ» και «Ελληνικού Φεστιβάλ»
2000	Ίδρυση Γενικής Γραμματείας Τουρισμού, εταιρείας «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα» Α.Ε., Α.Ε. Καζίνο, αναβάθμιση της ΣΤΕ, μετατροπή του ΕΟΤ σε επιτελικό ΝΠΔΔ, μεταβίβαση αδειοδοτικών και ελεγκτικών αρμοδιοτήτων του ΕΟΤ στις Περιφέρειες.



ΕΚΘΕΣΕΙΣ Σ.Ε.Τ.Ε.