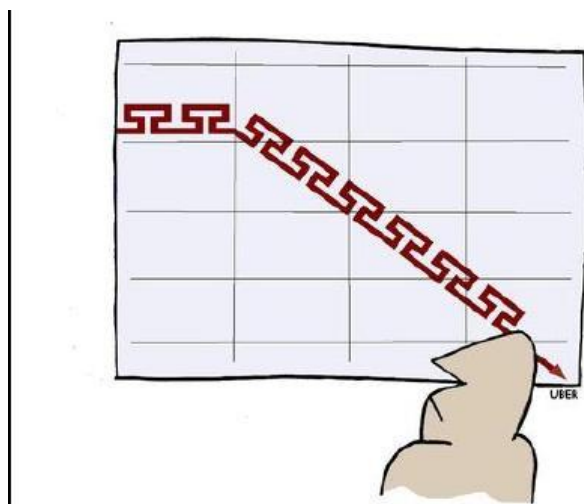




ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ



**Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ**

- **ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ: ΑΘΑΝΑΣΙΑ ΠΑΠΑΔΑΚΗ**
- **ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ**

ΠΑΤΡΑ , 2013

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<u>Πρόλογος</u>	2
<u>Περίληψη</u>	3
<u>Κεφάλαιο 1: Τουρισμός</u>	4
1.1 Εισαγωγή στον τουρισμό.....	4
1.1.1 Τα υποκείμενα του τουριστικού συστήματος.....	6
1.2 Ιστορική αναδρομή τουρισμού.....	7
1.3 Θετικές και αρνητικές επιπτώσεις τουρισμού.....	9
<u>Κεφάλαιο 2: Ελληνικός τουρισμός</u>	17
2.1 Ο τουρισμός στην Ελλάδα.....	17
2.2 Πλεονέκτημα Ελλάδας ως τουριστικός προορισμός.....	18
2.3 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του Ελληνικού τουρισμού...19	
2.4 Το ζήτημα της εποχικότητας.....	20
2.5 Η θέση του τουρισμού στην οικονομία της Ελλάδας.....	24
<u>Κεφάλαιο 3: Η οικονομική κρίση</u>	26
3.1 Η αρχή της παγκόσμιας κρίσης.....	26
3.2 Η παγκόσμια επέκταση του φαινομένου.....	27
3.3 Επέκταση του φαινομένου στην Ελλάδα.....	29
3.4 Μακροχρόνιες πολιτικές συνέπειες της κρίσης.....	32
3.5 Οι επιπτώσεις της κρίσης στην οικονομία και στον τουρισμό.....	35
3.5.1 Οι επιπτώσεις της κρίσης στις τουριστικές εισπράξεις.....	38
3.5.2 Μέτρα κατά της τουριστικής κρίσης.....	39
3.5.3 Αύξηση των αφίξεων το πρώτο οκτάμηνο του 2013.....	39
<u>Κεφάλαιο 4: Τουριστικά γραφεία, ο ρόλος τους και η κρίση (μελέτη περίπτωσης)</u>	40
4.1 Ο ρόλος των τουριστικών γραφείων.....	40
4.2 Crash test για τα τουριστικά γραφεία.....	41
4.3 Έρευνα: Πως απαντούν τα τουριστικά γραφεία στην οικονομική κρίση.....	43
4.4 Τουριστικά γραφεία που στη κρίση απαντούν με ανάπτυξη.....	51
4.5 Στόχοι-επιδιώξεις.....	52
4.6 Μελέτη περίπτωσης του travel plan(η εταιρεία και η πορεία της στο χρόνο).....	55
<u>Κεφάλαιο 5: Απολογισμός χρονιάς</u>	65
<u>Προτάσεις</u>	70
<u>Επίλογος-Συμπεράσματα</u>	71
<u>Βιβλιογραφία</u>	74

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο τουρισμός είναι χωρίς αμφιβολία ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της Ελληνικής οικονομίας. Η χώρα μας διαθέτει όλα τα είδη του τουρισμού, κάποια περισσότερο αναπτυγμένα και κάποια λιγότερο.

Κάθε χρόνο στους 10 δημοφιλέστερους προορισμούς στο κόσμο υπάρχουν Ελληνικά νησιά όπως η Κρήτη, η Σαντορίνη, η Μύκονος.

Επίσης η συνεισφορά του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας είναι σημαντικά υψηλός καθώς επίσης και ο αριθμός των ατόμων που απασχολούνται κάθε χρόνο στο κλάδο αυτό είναι σε υψηλό επίπεδο.

Η κρίση που ξέσπασε το 2008 είναι πολύ μεγάλης έντασης και διάρκειας. Ο εγχώριος Ελληνικός τουρισμός δέχθηκε και αυτός έντονο πλήγμα.

Αυτό που θα παρουσιάζουμε σ' αυτή την εργασία είναι η έννοια του τουρισμού, και το πόσο βασικός είναι για την οικονομία της Ελλάδας όπως επίσης και πόσο επηρεάστηκε η τουριστική δραστηριότητα από την οικονομική κρίση, ειδικότερα τα τουριστικά γραφεία και ποιος ο ρόλος τους, επίσης θα μελετήσουμε τη περίπτωση της εταιρείας 'travel plan'.

Κλείνοντας θα παρουσιάσουμε τον απολογισμό της χρονιάς καθώς επίσης θ' αναφέρουμε συμπεράσματα και προτάσεις επίλυσης του φαινομένου της κρίσης στον τουριστικό τομέα.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί τον σημαντικότερο ίσως κλάδο της ελληνικής οικονομίας. Από το 2007 και παρ' όλες τις θετικές προβλέψεις που έχουν γίνει κατά καιρούς βρίσκεται αντιμέτωπη με τη παγκόσμια κρίση. Στην εργασία αυτή θ' αναφερθούμε γενικά στον τουρισμό σαν παγκόσμια έννοια.

Στο πρώτο κεφάλαιο θα κάνουμε εισαγωγή στον τουρισμό και ιστορική αναδρομή και επίσης θα παρουσιάσουμε τις αρνητικές και θετικές επιπτώσεις που προκαλεί σε διάφορους τομείς κάθε χώρας όπως την οικονομία, τη κοινωνία και το περιβάλλον.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θ' αναφερθούμε στον Ελληνικό τουρισμό και τα πλεονεκτήματά του ως προορισμό. Θα παρουσιάσουμε τα θετικά και αρνητικά του τουρισμού στην Ελλάδα, το βασικό ζήτημα της εποχικότητας καθώς επίσης τη θέση του τουρισμού στην οικονομία της χώρας.

Στο τρίτο κεφάλαιο θα μιλήσουμε για τη διεθνή οικονομική κρίση, τη παγκόσμια επέκτασή της και κυρίως την επέκταση του φαινομένου στην Ελλάδα. Θ' αναφερθούμε στις μακροχρόνιες πολιτικές συνέπειες της κρίσης και τις σοβαρές επιπτώσεις της στην οικονομία και στον τουρισμό. Θα προτείνουμε μέτρα κατά της τουριστικής κρίσης αλλά θα παρουσιάσουμε και τη θετική πλευρά του πρώτου οκταμήνου του 2013.

Στο τέταρτο κεφάλαιο θα μιλήσουμε για το ρόλο των τουριστικών γραφείων και για τη κρίση που αντιμετωπίζουν τα τουριστικά γραφεία, θα παρουσιάσουμε ένα crash test μεταξύ των πιο κερδοφόρων για τα χρονικά δεδομένα γραφείων αλλά και μια έρευνα που αναφέρεται στο πως αντιμετωπίζουν τα τουριστικά γραφεία την οικονομική κρίση. Φυσικά θ' αναφέρουμε και κάποια γραφεία τα οποία παρ' όλη τη δύσκολη περίοδο που διανύουμε απαντούν στη κρίση με ανάπτυξη, θα μιλήσουμε για τους στόχους-επιδιώξεις της χρονιάς και θα παρουσιάσουμε την εταιρεία τουριστικών γραφείων "travel plan" μελετώντας τη πορεία της στο χρόνο.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάσουμε τον απολογισμό της χρονιάς και τέλος θα προτείνουμε μέτρα κατά της τουριστικής κρίσης και στον επίλογο θα καταγράψουμε τα συμπεράσματα από τη παρούσα εργασία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σήμερα ο τουρισμός δεν είναι αποκλειστικά μια οικονομική δραστηριότητα αλλά αποτελεί δικαίωμα, ευκαιρία γνώσης και προσέγγισης του περιβάλλοντος, παράγοντα διεθνούς αλληλεγγύης και ειρήνης. Είναι τρόπος χρησιμοποίησης του ελεύθερου χρόνου και κοινωνική παροχή που συμβάλλει στη ψυχολογική ισορροπία. Είναι πλέον από όλους παραδεκτό ότι ο τουρισμός είναι ο σπουδαιότερος κλάδος της οικονομικής δραστηριότητας παγκοσμίως. Ο ευρύτερος τουριστικός τομέας συμβάλλει όσο κανένας άλλος στο σχηματισμό του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος

στις περισσότερες χώρες της υφηλίου, τόσο από τη πλευρά αύξησης της απασχόλησης και των επενδύσεων, ο τομέας των ταξιδιών έρχεται πρώτος, και με διαφορά, μεταξύ όλων των υπολοίπων τομέων.

Η σύγχρονη αντίληψη για την ανάπτυξη του τουρισμού στηρίζεται στην ποιότητα, την πιστοποίηση, την διερεύνηση και διαφοροποίηση των τουριστικών υπηρεσιών, τη σύνδεσή τους με την τοπική οικονομία και την ολοκλήρωση μιας σειράς έργων τα οποία αφορούν στις υποδομές και το περιβάλλον. Ο τουρισμός αποτελεί μια γιγάντια οικονομική δραστηριότητα. Είναι η πρώτη σε παγκόσμιο επίπεδο, έχοντας υποσκελίσει την αυτοκινητοβιομηχανία, ενώ βρίσκεται πολύ ψηλότερα από τις βιομηχανίες χημικών, τροφίμων ή καυσίμων. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ακόμη, είναι ότι αποτελεί τη μόνη ίσως δραστηριότητα που έχει πραγματικά παγκοσμία διάσταση.

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί βασικό παράγοντα της παγκόσμιας οικονομίας που παρουσιάζει την ταχύτερη ανάπτυξη. Εξάλλου αντιπροσωπεύει το 10 με 12% του Παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος. Στο νέο μακροοικονομικό περιβάλλον που διαμορφώνεται, ο τουρισμός αποτελεί το κλειδί για την επιτυχία στην ανάπτυξη και την κοινωνική ευημερία κάθε χώρας.

Η Ευρώπη με τα ποικίλα αξιοθέατα και με την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών της, είναι ο πρώτος τουριστικός προορισμός στην παγκόσμια τουριστική κίνηση με ποσοστό γύρω στο 64% , το οποίο προβλέπεται να διατηρήσει, έστω και ελαφρά. Η διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει αυξήσει την ποικιλία της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει αυξήσει την ποικιλία των τουριστικών προορισμών και προϊόντων, προσφέροντας πολυάριθμα φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα που συχνά ήταν άγνωστα σε πολλούς ευρωπαίους πολίτες.

Ο τουρισμός έγινε πια αναγκαιότητα για τον σύγχρονο άνθρωπο, ο κάθε άνθρωπος ανάλογα με τις ανάγκες του, τα δημογραφικά του χαρακτηριστικά του, την κοινωνική και οικονομική θέση του, την ψυχολογική κατάσταση που βρίσκεται, τον ελεύθερο χρόνο που διαθέτει, επιλέγει διαφορετικά το είδος της ψυχαγωγίας του, το χρόνο, τον τόπο και το είδος των διακοπών του.

Η σημερινή τουριστική ζήτηση παρουσιάζει μια έντονη διαφοροποίηση και τμηματοποίηση, τελείως ξένη με τα πρότυπα του μαζικού τουρισμού που είχε επικρατήσει διεθνώς τις μεταπολεμικές δεκαετίες. Η ανάπτυξη λοιπόν αυτών των τάσεων έχει οδηγήσει διεθνώς στην ανάπτυξη νέων ειδικών μορφών τουρισμού που στοχεύουν στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών δε αυτά τα νέα τμήματα των

τουριστών. Ο σημερινός τουρίστας παρουσιάζει εντελώς διαφορετικές απαιτήσεις από τον παραδοσιακό τουρίστα του μαζικού τουρισμού.

Η αναγνώριση των διακοπών ως απαραίτητο μέρος της φυσιολογικής ζωής κάθε ατόμου παράλληλα με την αύξηση του εισοδήματος οδήγησε σε αύξηση των απαιτήσεων των σύγχρονων τουριστών. Το τουριστικό προϊόν λοιπόν πρέπει να παρουσιάζει μια ποιοτική αναβάθμιση προκειμένου να εξυπηρετεί τις νέες αυτές απαιτήσεις. Τα νέα τμήματα της αγοράς που αναπτύσσονται αποτελούνται από τουρίστες που επιζητούν νέες μορφές τουρισμού και απαιτούν περισσότερο ποιοτικές και εξατομικευμένες υπηρεσίες. Η ανάπτυξη λοιπόν αυτών των τάσεων έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού που στοχεύουν στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών σε αυτά τα νέα τμήματα τουριστών.

Είναι η έμφυτη τάση του ανθρώπου να περιηγείται σε διάφορα αξιοθέατα/μέρη τα οποία συγκεντρώνουν, είτε φυσικές ομορφιές, είτε πλούσια ιστορία, είτε εντυπωσιακά τεχνολογικά ή μηχανικά επιτεύγματα. Ο τουρισμός είναι μία πανάρχαια και ανθρώπινη υπόθεση που ξεκινά από την τάση του ανθρώπου να δει και να γνωρίσει. Σύμφωνα με τον φιλόσοφο Αριστοτέλη «ο άνθρωπος φύσει του ειδέναι ορέγεται» δηλαδή τη δίψα της γνώσης την έχει ο άνθρωπος έμφυτη. Ο τουρισμός σαν έννοια μπορεί να οριστεί ως οι δραστηριότητες των προσώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους συνήθως για αναψυχή.

1.1.1 ΤΑ ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Τα υποκείμενα του τουριστικού συστήματος είναι πρόσωπα φυσικά ή νομικά (εταιρίες, σύλλογοι κ.τ.λ.) που εμπλέκονται στο τουριστικό σύστημα. Τα φυσικά πρόσωπα αντιπροσωπεύουν τους τουρίστες και τα νομικά τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Τουρίστας : Είναι το άτομο που πραγματοποιεί μία προσωρινή μετακίνηση διαφορετική από του συνήθους περιβάλλοντος του, με απώτερο σκοπό την αναψυχή, την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου για να συμμετέχει σε δραστηριότητες που δεν

έχουν σχέση με την καθημερινότητα κυρίως για διασκέδαση αλλά και για να ζήσει καινούργιες εμπειρίες. <http://pclab.arch.ntua.gr>¹

Τουριστικές επιχειρήσεις : Είναι οικονομικές και παραγωγικές τουριστικές μονάδες με νομική ή χωρίς νομική προσωπικότητα οι οποίες ειδικεύονται στην παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με στόχο τη μεγιστοποίηση των κερδών τους. Το σύνολο των επιχειρήσεων αυτών αποτελούν την τουριστική βιομηχανία ή, καλύτερα τον τουριστικό τομέα. Αυτός περιλαμβάνει ένα συνδυασμό από επιχειρήσεις και οργανισμούς όπου μαζί με τους άλλους τουριστικούς πόρους (μουσεία, υποδομές, θέλγητρα κ.τ.λ.) συναπαρτίζουν την τουριστική προσφορά. Οι τουρίστες αναπτύσσουν την τουριστική ζήτηση ενώ οι τουριστικές επιχειρήσεις την τουριστική προσφορά. Αυτές οι δύο κατηγορίες μαζί δηλαδή η τουριστική ζήτηση και η τουριστική προσφορά αποτελούν την τουριστική αγορά που αποτελεί βασικό στοιχείο του τουριστικού κυκλώματος. <http://pclab.arch.ntua.gr>¹

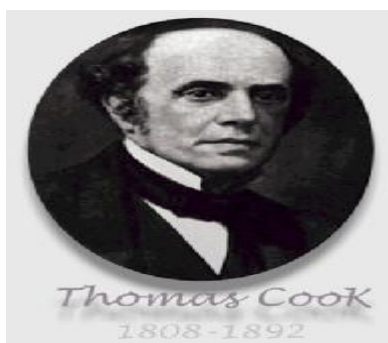
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός και η περιήγηση για γνωριμία με πολιτιστικές και κοινωνικές αξίες άλλων λαών για ψυχαγωγία ή άλλους λόγους (θρησκευτικούς, αθλητικούς, εμπορικούς κ.α.) χρονολογείται από την αρχαιότητα. Οι πρώτες περιοχές στις οποίες έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο αυτό, είναι η Μεσοποταμία, η Αίγυπτος και η Ελλάδα. Ήδη από το 1500 π. Χ. αποτέλεσαν πόλος έλξης πολλών τουριστών, οι οποίοι συνήθως πήγαιναν με σκοπό να θαυμάσουν ναούς, πυραμίδες, τους Ολυμπιακούς Αγώνες, ιαματικές πηγές κ.τ.λ.

Τα παραπάνω αξιοθέατα αποτέλεσαν αφορμή και αιτία μετακίνησης, γεγονός που υποβοηθήθηκε από την ανακάλυψη κατάλληλων μεταφορικών μέσων. Σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του τουρισμού εκείνη την εποχή, έπαιξε η δημιουργία ξενώνων και των πανδοχείων. Επί παραδείγματι, υπάρχουν αναφορές σχετικά με πρώτες μορφές πανδοχείων που δημιουργήθηκαν στην Κρήτη το 1500 π. Χ. περίπου.

¹ <http://pclab.arch.ntua.gr>

Ο τουρισμός στην σημερινή του μορφή ξεκινάει από την Αγγλία τον 17ο αιώνα όπου τα ταξίδια θεωρούνταν τμήμα εκπαίδευσης των ευγενών με κύριους προορισμούς την Ιταλία και τη Γαλλία όπου και εδώ, η εφεύρεση της άμαξας συνέβαλλε ακόμα περισσότερο στην τουριστική μετακίνηση των πληθυσμών.



Το 19ο αιώνα η ταχεία επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου και η δημιουργία γρήγορων ατμόπλοιων βοήθησαν στις μετακινήσεις σε Ευρώπη αλλά και Αμερική. Μετά την εξέλιξη αυτή, στα μέσα περίπου του 19ου αιώνα, κάνουν την εμφάνιση τους τα πρώτα οργανωμένα ταξίδια. Την ίδια χρονική στιγμή εμφανίζεται και ο πρώτος ταξιδιωτικός πράκτορας, εν ονόματι Thomas Cook. Ο συγκεκριμένος πράκτορας, το 1841 μεταφέρει για πρώτη φορά 570 πελάτες με το σιδηρόδρομο, γεγονός το οποίο είχε γίνει γνωστό με αφισοκόλληση! Θα μπορούσε κανείς να πει, ότι η κίνηση αυτή, αποτελεί τον προάγγελο της διαφημιστικής τουριστικής εκστρατείας...

Λίγο αργότερα μια νέα εποχή για τα τουριστικά ταξίδια εδραιώθηκε με την εφεύρεση και την τελειοποίηση του αυτοκινήτου με την παράλληλη δημιουργία θέρετρων σε ολόκληρη την Ευρώπη. Στο χρονικό σημείο αυτό, οι τρόποι προώθησης και διαφήμισης των τουριστικών ταξιδιών βελτιώνονται και πολλαπλασιάζονται.

Αλματώδη ανάπτυξη του τουρισμού παρατηρείται μετά τον Α' και κυρίως μετά τον Β' παγκόσμιο πόλεμο, οφειλόμενη στην επέκταση του χρόνου αναψυχής, στη οικονομική ευημερία και στην τελειοποίηση πολλών μέσων μεταφοράς (Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω , 2006 , σελ15-34)².

Για ότι αφορά την Ελλάδα πρέπει να σημειωθεί ότι ο τουρισμός αναπτύχθηκε και εδραιώθηκε στα μέσα της δεκαετίας του '60. Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1950, κύριοι διεθνής τουριστικοί προορισμοί ήταν η Ιταλία, η Ελβετία και η Αυστρία. Από το 1960 όμως και μετά η τουριστική αγορά άρχισε να περιλαμβάνει και άλλες χώρες. Μια από αυτές λοιπόν ήταν και η Ελλάδα, η οποία διέθετε κάποια συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι των υπολοίπων χωρών, όπως το καλό μεσογειακό κλίμα, ο

² Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω (2006), «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Αθήνα, Εκδόσεις: Interbooks

ήλιος και οι καθαρές θάλασσες. Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι εκείνη την εποχή δημιουργήθηκαν οι προϋποθέσεις μια νέα συναλλαγματοφόρο πηγή για την ευρύτερη οικονομία της Ελλάδας (Gartner C. W. (2001) 'Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές')³.

1.3 ΘΕΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ:

Κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα παρουσιάζει επιπτώσεις στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον έτσι και ο τουρισμός έχει ευνοϊκές και αρνητικές μεταβολές σε αυτό. Οι σημαντικότεροι τομείς που συνήθως επηρεάζει είτε θετικά είτε αρνητικά είναι η οικονομία, η κοινωνία και τέλος το περιβάλλον. Παρακάτω θα αναλύσουμε κάθε τομέα ξεχωριστά πως επηρεάζεται απ' τον τουρισμό.

- Για την οικονομία:

Θετικές :

Ο τουρισμός αναμφισβήτητα πλέον έχει αναγνωρισθεί ως η πρώτη μορφή οικονομικής δραστηριότητας παγκοσμίως, γι αυτό εξάλλου χρησιμοποιούν τον όρο «τουριστική βιομηχανία». Το ποσοστό συμβολής του τουρισμού στη δημιουργία εισοδήματος και απασχόλησης υπολογίζεται στο 8% για τη χώρα μας και λίγο λιγότερο σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα ποσοστά αυτά αφορούν τον κυρίως τουριστικό τομέα. Αν προστεθούν σε αυτά εκείνα των τομέων υποστήριξης καθώς και όλων των τομέων της οικονομίας που ευνοούνται από τις συναλλαγές που προκύπτουν από τις τουριστικές δραστηριότητες, τότε η σημασία του τουριστικού τομέα καθίσταται προφανής.

Πώς επηρεάζει θετικά την οικονομία:

³ Gartner C.W. (2001), «Τουριστική ανάπτυξη» Αθήνα, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ

1. με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (μείωση ανεργίας)
2. με τη δημιουργία εισοδήματος
3. με την περιφερειακή τοπική ανάπτυξη
4. με τις πρόσθετες επενδύσεις
5. και με τη βελτίωση ισοζυγίου πληρωμών

Παγκοσμίως ο τουρισμός θεωρείται βασική οικονομική δραστηριότητα που συντελεί στην καταπολέμηση της φτώχειας εφόσον με την αύξηση του πραγματοποιούνται νέες επενδύσεις που αφορούν άμεσα και έμμεσα το εθνικό εισόδημα. Οι επενδύσεις αυτές αφορούν πχ το χτίσιμο ενός ξενοδοχείου, την κατασκευή ενός αεροδρομίου κ.τ.λ. Έτσι δημιουργούνται θέσεις εργασίας για τα άτομα που εμπλέκονται σε επιχειρήσεις που ανήκουν στον ευρύτερο κατασκευαστικό τομέα με συνέπεια να αυξηθεί η απασχόληση και να δημιουργηθούν νέα και πρόσθετα εισοδήματα (μισθοί, τόκοι, ενοίκια και επιχειρηματικά κέρδη) για τους απασχολούμενους και κυρίως σε περιοχές όπου άλλες δραστηριότητες όπως η βιομηχανία ή η γεωργία αδυνατούν να δημιουργήσουν. Κατά συνέπεια, ένα σημαντικό μέρος της ευημερίας των λαών, που εξαρτώνται από τον τουρισμό, οφείλεται σ' αυτόν. Αναμφισβήτητα λοιπόν ο τουρισμός δημιουργεί απασχόληση.

Σύμφωνα με το WTTC, ο τουριστικός κλάδος απασχολεί 200 εκατομμύρια άτομα παγκοσμίως. Εκτιμάται ότι στη χώρα μας απασχολούνται στον ευρύτερο τουριστικό τομέα περίπου 800.000 άτομα. Γενικά, ο τομέας παροχής υπηρεσιών είναι εντάσεως εργασίας, δηλαδή απασχολούνται πολλά άτομα σ' αυτόν. Συνεπώς, ο τουριστικός τομέας, που είναι από τους σημαντικότερους τομείς προσφοράς υπηρεσιών, συμβάλλει αποφασιστικά στη μείωση της ανεργίας, έστω και με τα προβλήματα εποχικότητας που παρουσιάζει.

Ο τουρισμός, από τη φύση του, ευνοεί την περιφερειακή ανάπτυξη, ακόμη και σε χώρες όπως η δική μας, όπου κύριος κορμός της οικονομικής δραστηριότητας θεωρείται το κέντρο της Αθήνας. Υπολογίζεται ότι περίπου το 60% του ΑΕΠ της χώρας μας παράγεται στην ευρύτερη περιοχή της πρωτεύουσας.

Η τουριστική ανάπτυξη εστιάστηκε σε περιοχές που παραδοσιακά χαρακτηρίζονταν από χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης και εισοδημάτων, δηλ. στην ύπαιθρο και τα μικρότερα οικιστικά κέντρα. Προσέφερε έτσι ένα εναλλακτικό τομέα δραστηριοποίησης των τοπικών πληθυσμών έναντι του διαχρονικά συρρικνωμένου αγροτικού τομέα. Είναι βέβαιο ότι χωρίς την ανάπτυξη του τουρισμού η

μετανάστευση προς τις μεγάλες πόλεις θα ήταν πιο έντονη και θα είχε οδηγήσει σε αποψίλωση του μεγαλύτερου τμήματος της επικράτειας και της υπαίθρου. Παράλληλα, ο τουρισμός συνέβαλε στη μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων.

Ως υποδομή στην οικονομία εννοούμε τα έργα που βοηθούν τη συγκοινωνία (δρόμοι, σιδηρόδρομοι, λιμάνια, αερολιμένες κλπ), τα έργα υδροδότησης, αποχέτευσης, τηλεπικοινωνίας, ηλεκτρισμού κ.α. Η δημιουργία νέων εγκαταστάσεων αυτής της μορφής, συνήθως από κρατικούς φορείς, αποτελούν τις επενδύσεις που βοηθούν στην καλύτερη και οικονομικότερη διεξαγωγή των οικονομικών δραστηριοτήτων και επομένως και του τουρισμού. Οι ευνοϊκές αυτές επιδράσεις στην οικονομία καλούνται «εξωτερικές οικονομίες» μια και δεν αφορούν άμεσα και δεν επηρεάζονται από την κάθε μια επιχείρηση. Ο τουρισμός, σαν ένας σημαντικός τομέας της οικονομίας, αποτελεί ισχυρό παράγοντα δημιουργίας αυτών των επενδύσεων.

Οι συναλλαγματικές εισπράξεις από τον εισερχόμενο τουρισμό, που είναι πολύ σημαντικές στη χώρα μας, βοηθούν στην κάλυψη ενός τμήματος του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου (πληρωμές και εισπράξεις για εισαγόμενα και εξαγόμενα εμπορεύματα). Αν δεν γινόταν αυτό, θα εξαναγκαζόμασταν είτε να περικόψουμε τις εισαγωγές και να αυξήσουμε τις εξαγωγές, είτε να δανειστούμε από το εξωτερικό, με συνέπεια την αύξηση της εξάρτησης της χώρας μας από τους δανειστές. Ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην μείωση του ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών, αυτό προσδιορίζεται από τις εισροές και τις εκροές συναλλάγματος που αφορούν τουριστικά προϊόντα (έλλειμμα = εισροές – εκροές).

Αρνητικές:

Παρά τα προφανή πλεονεκτήματα που αποδίδει η τουριστική δραστηριότητα στην οικονομία μίας χώρας, εν τούτοις δεν απουσιάζουν και τα μειονεκτήματα, όπως:

1. Πληθωρισμός (άνοδος των τιμών και αγαθών) :

Είναι γνωστό ότι όπου υπάρχει αυξημένη ζήτηση σε σχέση με την προσφορά οι τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών αυξάνονται, με δυσμενείς επιπτώσεις στο βιοτικό επίπεδο των κατοίκων, ιδίως εκείνων που δεν επωφελούνται άμεσα από τον τουρισμό. Το ίδιο δυσμενής είναι η άνοδος της αξίας της γης.

Η Ελλάδα θεωρείται απ' τις ακριβότερες χώρες της Ευρώπης με ισχυρή οικονομία συγκριτικά με τις υπηρεσίες που παρέχει και τα αγαθά που προσφέρει. Αυτό λειτουργεί αρνητικά εφόσον μειώνει τη ζήτηση του ελληνικού τουρισμού, αποτρέπει τους Ευρωπαίους από το να επιλέξουν την χώρα μας για τις διακοπές τους και μειώνει την ανταγωνιστικότητα που αυτό επιβαρύνει περισσότερο απ' όλα τον ελληνικό τουρισμό.

2. Εποχικότητα :

Το τουριστικό φαινόμενο είναι εποχιακό. Συνήθως διαρκεί 7-8 μήνες τον χρόνο και έτσι δεν προσφέρει σιγουριά στον εργαζόμενο. Τα τουριστικά επαγγέλματα δεν είναι κατοχυρωμένα και αυτό οδηγεί στην εποχική ανεργία. Το πρόβλημα της εποχικότητας στον τουρισμό είναι από τα σημαντικότερα που αντιμετωπίζει η τουριστική οικονομία της χώρας μας.

3. Διαρροές εισοδήματος σε άλλες χώρες:

Τα οικονομικά οφέληματα δε θα είναι αρκετά αν οι δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες διαρρέουν σε άλλες χώρες. Ένα σημαντικό μέρος των δαπανών αυτών εισπράττεται ως έσοδα από ξένες επιχειρήσεις, π.χ. ξένες αεροπορικές εταιρείες, tour operators κλπ. Επίσης ένα μέρος των δαπανών που πραγματοποιούν οι ξένοι τουρίστες στη χώρα μας αφορά εισαγόμενα προϊόντα, όπως π.χ. εισαγόμενα ποτά και τρόφιμα.

4. Περιφερειακές ανισότητες :

Ο τουρισμός δείχνει την προτίμηση του δυστυχώς σε ορισμένες περιοχές και όχι σε όλες. Έτσι ορισμένοι τουριστικοί προορισμοί κυριολεκτικά "βουλιάζουν" το καλοκαίρι, ενώ άλλοι τόποι αγνοούνται. Εκτός από τα προφανή κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, δημιουργούνται ανισότητες στην κατανομή του εθνικού εισοδήματος κατά περιφέρειες.

5. Μονοκαλλιέργεια – Μη ισορροπημένη ανάπτυξη :

Είναι γνωστή η παρακίνηση « να μη βάζουμε όλα τα' αυγά σ' ένα καλάθι». Η υπερβολική, μονομερής προσήλωση σε ορισμένο τύπο δραστηριότητας ενέχει πάρα

πολλούς κινδύνους, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για την οικονομία. Έτσι, όπως συμβαίνει σε ορισμένες περιοχές ή χώρες όπου κυριαρχεί ως μονοκαλλιέργεια ένα συγκεκριμένο είδος παραγωγής, το ίδιο και στην περίπτωση του τουρισμού, κινδυνεύουν οι τουριστικοί προορισμοί που βασίζονται αποκλειστικά ή κυρίως στον τουρισμό.

-Για την κοινωνία:

Θετικές:

Βοηθάει:

1. στη συγκράτηση του πληθυσμού στα αστικά κέντρα
2. στο πλησίασμα λαών, στην ανακάλυψη νέων πολιτισμών και κουλτούρων
3. στις πρόσθετες πολιτιστικές δραστηριότητες

Χωρίς τον τουρισμό ένα μεγάλο κομμάτι από το παγκόσμιο πολιτισμικό απόθεμα (μνημεία, παραδόσεις, τρόποι ζωής, κ.ά.) θα είχε χαθεί για πάντα. Ο τουρισμός, προσφέροντας εργασία και εισόδημα σε αναρίθμητες οικογένειες και επιχειρήσεις, έχει συντελέσει στη συγκράτηση της διαρροής πληθυσμού σε πολλές περιοχές. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για τις απομακρυσμένες περιοχές.

Η οικονομική επίσης ανάπτυξη, που οφείλεται άμεσα και έμμεσα στον τουρισμό, μειώνοντας την ανεργία έχει συντελέσει στη μείωση των κοινωνικών φαινομένων που οφείλονται σ' αυτήν, όπως μετανάστευση, εγκληματικότητα, ναρκωτικά κλπ. Με τον τουρισμό κυρίως τον εξερχόμενο πλησιάζουν οι λαοί μεταξύ τους μέσα από τη συνεχή επαφή των κατοίκων των τουριστικών τόπων με τους επισκέπτες που προέρχονται από άλλες χώρες ή περιοχές. Κατανοούν έτσι ότι όλοι αποτελούν μέλη μιας μεγαλύτερης κοινότητας.

Αρνητικές:

Οι αρνητικές κοινωνικές και πολιτιστικές συνέπειες λόγω του τουρισμού είναι

προφανείς. Αυξημένη εγκληματικότητα, πορνεία, διάδοση σεξουαλικά μεταδιδόμενων νοσημάτων (AIDS), ναρκωτικά, χαλάρωση των ηθών και της οικογενειακής συνοχής είναι μερικές από τις συνέπειες της σχέσης φιλοξενούντα - φιλοξενούμενου.

Ο εξατομικευμένος τουρίστας που επισκέπτεται μια άλλη χώρα, παρασυρμένος από την επιθυμία του να τη γνωρίσει, ίσως δεν αναλογίζεται πόσο η δική του συμπεριφορά, ο τρόπος ενδυμασίας και οι συνήθειες του φαντάζουν ξένες για το πολιτισμικό πλαίσιο της χώρας υποδοχής. Έχοντας προπληρώσει ένα σεβαστό αντίτιμο για τις διακοπές του, θεωρεί ότι του επιτρέπεται να υπερβαίνει τα πολιτισμικά όρια και να αναιρεί / προσβάλλει του άτυπους κώδικες που έχουν τεθεί από τις κοινωνίες.

Η αστρονομική αύξηση του αριθμού των τουριστών και η ελαστικότητα στη σεξουαλική συμπεριφορά αλλοδαπών και ημεδαπών προκάλεσε τεράστια αύξηση των σεξουαλικά μεταδιδόμενων νοσημάτων της χώρας, ιδιαίτερα των παραθαλάσσιων τουριστικών περιοχών. Σε πολλές περιπτώσεις καταργείται το 40ωρο εργασίας την εβδομάδα, ενώ δεν αναγνωρίζονται δικαιώματα των εργαζομένων για διακοπές και δεν υπάρχουν κατώτατα όρια μισθών. Απουσιάζουν κανόνες για την προστασία της εργασίας ενώ σε πολλές χώρες αναπτυσσόμενες αλλά και ανεπτυγμένες η ανασφάλιστη εργασία του παιδιού έχει γίνει κανόνας.

Για όλα αυτά αρμόδιοι φορείς και ιατρικοί επιστήμονες έχουν επισημάνει τον κίνδυνο προειδοποιώντας συγχρόνως τον πληθυσμό. Όλα αυτά τα δυσμενή αποτελέσματα οφείλονται κυρίως στο μαζικό τουρισμό.

Ο μαζικός τουρισμός προκαλεί «συνωστισμούς» επισκεπτών, σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα και περιοχές με υποδομή αναψυχής, πράγμα που οδηγεί στην υπέρβαση της «φέρουσας ικανότητας» της αντίστοιχης περιοχής και του αντίστοιχου «συστήματος» - περιβαλλοντικού ή πολιτιστικού.

-Για το περιβάλλον:

Θετικές:

Η ακριβής εκτίμηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί σύνθετο πρόβλημα, γεγονός που καθιστά αναγκαίο τον σχεδιασμό μίας ολοκληρωμένης τουριστικής-περιβαλλοντικής πολιτικής.

Το περιβάλλον αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο ενεργητικού για τον τουρισμό και κάθε τουριστική επιχείρηση. Στο πλαίσιο αυτό, η σημασία της πρόληψης και επίλυσης των προβλημάτων που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη και το περιβάλλον είναι πολύ σημαντική.

Παράγοντες που επηρεάζει θετικά:

1. προστασία τόπων βιότοπων και ειδών πανίδας και χλωρίδας
2. ευγενής άμιλλα για βελτίωση των τουριστικών τόπων
3. αναβάθμιση και αναγέννηση των υποβαθμισμένων περιοχών
4. αύξηση της οικολογικής ευαισθησία

Αυξάνεται:

- το ενδιαφέρον των κατοίκων για την φύση και η περιβαλλοντική ευαισθησία.
- η συνειδητοποίηση της σημασίας της διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος.
- η προσπάθεια βελτίωσης και προστασίας αρχαιολογικών τόπων, μνημείων, περιοχών και κτιρίων.
- η διάσωση αρχαιολογικών τόπων, μνημείων, περιοχών και κτιρίων.

Ο τουρισμός βοηθάει την διατήρηση και ανάπτυξη σημαντικών φυσικών και προστατευόμενων περιοχών οι οποίες αποτελούν πόλους τουριστικής έλξης. Συντελεί στη βελτίωση της περιβαλλοντικής αισθητικής μέσω προγραμμάτων διατήρησης του τοπίου, σχεδιασμού και καλύτερης συντήρησης κτιρίων.

Με τον τουρισμό βελτιώνονται οι οδικές, αεροπορικές υποδομές, οι υποδομές ύδρευσης, αποχέτευσης, απορριμμάτων, επεξεργασίας υγρών αποβλήτων και επικοινωνιών.

Αρνητικές:

Η υπέρμετρη ανάπτυξη του τουρισμού προκαλεί υποβάθμιση στο φυσικό περιβάλλον των περιοχών.

Οι αρνητικές αυτές επιπτώσεις προκαλούνται απ' τα παρακάτω:

- Στην Ελλάδα ειδικά, συναντάμε αυτές τις επιπτώσεις στις παράκτιες και νησιώτικες



περιοχές. Αυτό οφείλεται σε ένα μεγάλο βαθμό στην υιοθέτηση του κυρίαρχου μοντέλου του τουρισμού (τουρισμός των 4s: sun, sea, sand, sex).

- Στην Ελλάδα το 90% όλων των τουριστικών δραστηριοτήτων βρίσκονται συγκεντρωμένα στις ακτές. Καταστροφές στο περιβάλλον δημιουργούνται κυρίως στις ακτές και τα δάση από καταπατήσεις μεγάλων εκτάσεων και ανοικοδόμηση ξενοδοχειακών μονάδων και άλλων εγκαταστάσεων.

- Μόλυνση του φυσικού περιβάλλοντος από τα μέσα μεταφοράς των τουριστών.

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Π.Ο.Τ το 60% των τουριστικών μετακινήσεων στις βιομηχανικές χώρες γίνεται με ΙΧ ενώ οι πτήσεις των αεροπλάνων (τακτικές ή τσάρτερ) συνεχώς αυξάνουν.

-Υπερβολική σπατάλη νερού για πισίνες και γκαζόν ακόμη και σε ορεινές περιοχές ή νησιά με λίγες βροχοπτώσεις.

Η μέση ημερήσια κατανάλωση νερού ενός τουρίστα υπολογίζεται σε 200 λίτρα (0,2 κυβικά μέτρα), μέγεθος που επιβαρύνει σε υπερβολικό βαθμό την κατανάλωση υδατικών πόρων στις περιοχές υποδοχής.

- Ρύπανση του αέρα, του εδάφους και των υδάτων από τους χιλιάδες τουρίστες που κατακλύζουν τις περιοχές.

-Σπατάλη ενέργειας και φυσικών πόρων.

Η κατ' έτος κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας από τουριστικές μονάδες είναι πολλαπλάσια της κατανάλωσης του μέσου νοικοκυριού. Για παράδειγμα, ένα ξενοδοχείο στο Κάιρο καταναλώνει κατά μέσο όρο τόση ηλεκτρική ενέργεια όση 4.000 νοικοκυριά της ίδιας πόλης.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα ο τρόπος οργάνωσης και διακίνησης του τουρισμού χαρακτηρίζεται κυρίως ως μαζικός, οργανωμένος και παραθεριστικός. Τα τελευταία χρόνια, γίνεται μια προσπάθεια να μπει και ο εναλλακτικός τουρισμός στην χώρα,

όπου το βάρος θα επικεντρώνεται στην κοινωνία, στον πολιτισμό και το φυσικό περιβάλλον.

Στην χώρα μας οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι οι εξής: πολιτιστικός, χειμερινός, ορεινός και ορειβατικός τουρισμός, αγροτουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός και τουρισμός περιπέτειας.

Τέλος, υπάρχουν και κάποιες ειδικές μορφές τουρισμού που είναι πιο εξειδικευμένες, οι οποίες δεν υποκαθιστούν τον μαζικό τουρισμό αλλά λειτουργούν συμπληρωματικά.. Τέτοιες μορφές είναι ο κοινωνικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο θρησκευτικός, ο επαγγελματικός, ο συνεδριακός και ο εκθεσιακός τουρισμός (Βενετσανοπούλου Γ.Μ., 2006, σελ.54-67)⁴.

2.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΛΛΑΔΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

- ✚ Το δυνατό τουριστικό προϊόν (γεωγραφία, κλίμα, τρόπος ζωής, τοπία, πολιτισμός, νησιά, «απείραχτη εξοχή», φιλοξενία, θετική εικόνα)
- ✚ Ο βαθμός ικανοποίησης των τουριστών από την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό είναι σε πολύ ικανοποιητικό επίπεδο (80% το καλοκαίρι του 1998)
- ✚ Η καλή προφορική προώθηση (mouth to mouth) της χώρας που οφείλεται στη θετική εικόνα που σχηματίζουν οι περισσότεροι που την επισκέπτονται.
- ✚ Τα λογικά επίπεδα των τιμών.
- ✚ Το γεγονός ότι ελκύει ένα μεγάλο κομμάτι Ευρωπαίων επισκεπτών, που ξοδεύουν περισσότερα χρήματα ανά ημέρα και ταξίδι από άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς.
- ✚ Το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι προορισμός πτήσεων chartered (καλή συγκοινωνιακή δικτύωση με αγορές της)
- ✚ Στις βασικές αγορές-πηγές υφίσταται μεγάλος αριθμός πιθανών επισκεπτών

⁴ Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω (2006), «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Αθήνα, Εκδόσεις: Interbooks

2.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
<ul style="list-style-type: none"> ● Σημαντικός προορισμός παγκοσμίως 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ελλείψεις σε κοινωνικές υποδομές, εξοπλισμό και συναφές υπηρεσίες.
<ul style="list-style-type: none"> ● Πολύ σημαντικοί ιστορικοί και πολιτιστικοί πόροι 	<ul style="list-style-type: none"> ● Αδυναμίες οργάνωσης και λειτουργίας επιμέρους τουριστικών κλάδων που οδηγούν σε χαμηλής ποιότητας τουριστικό προϊόν.
<ul style="list-style-type: none"> ● Αφθονία και ποικιλομορφία φυσικών πόρων. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Περιορισμένη διεύρυνση τουριστικού προϊόντος σε νέες κατηγορίες και νέες αγορές.
<ul style="list-style-type: none"> ● Ευρύτατη παραγωγή προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα στο πλαίσιο των τελευταίων τάσεων διατροφής. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Περιορισμένη διεύρυνση τουριστικής περιόδου.
<ul style="list-style-type: none"> ● Δημιουργία τα τελευταία χρόνια σημαντικών επιχειρήσεων όλων των κλάδων για προσέλκυση ειδικού τουρισμού, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός μονάδων. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Χαμηλή ημερήσια δαπάνη και μικρή διάρκεια παραμονής εισερχόμενου τουρισμού.
<ul style="list-style-type: none"> ● Τέλεση Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004 και Πολιτιστική Ολυμπιάδα. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Χαμηλή ανταγωνιστικότητα τουριστικού προϊόντος.
	<ul style="list-style-type: none"> ● Εξάρτηση από μεγάλα πρακτορεία διεθνούς τουρισμού.
	<ul style="list-style-type: none"> ● Έλλειψη κατάλληλα εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού τόσο σε μέγεθος όσο και σε σύνθεση.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Άνιση ανάπτυξη μεταξύ περιφερειών της χώρας.
	<ul style="list-style-type: none"> ● Το σύνολο σχεδόν των τουριστικών μονάδων είναι Μ.Μ.Ε. με ανεπάρκεια κεφαλαίων οργάνωσης και διαχείριση marketing και εκμετάλλευσης ευκαιριών νέων τεχνολογιών.

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

2.4 ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ

Με τον όρο τουριστική εποχικότητα εννοούμε το φαινόμενο της εκδήλωσης της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του έτους. (Αποστολόπουλος Ευθ. και συν.:1996)⁵

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

Η εποχικότητα παρατηρείται σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο και δεν επηρεάζει το ίδιο όλες τις μορφές τουρισμού. Ο πολιτιστικός και ο συνεδριακός τουρισμός δείχνουν να επηρεάζονται λιγότερο σε σχέση με τον τουρισμό διακοπών. (Αποστολόπουλος Ευθ. και συν.:1996)⁵

Τα πιο σημαντικά αίτια της τουριστικής εποχικότητας είναι:

⁵ Αγγελόπουλος Π. (2005) «Τράπεζες και χρηματοπιστωτικό σύστημα: Αγορές, Προϊόντα, Κίνδυνοι» Αθήνα, Εκδόσεις: Σταμούλη

- ✓ Κάποιες από τις τουριστικές δραστηριότητες πραγματοποιούνται σε συγκεκριμένη εποχή του χρόνου, όπως π.χ. ο παράκτιος τουρισμός πραγματοποιείται το καλοκαίρι ενώ ο χιονοδρομικός το χειμώνα κ.λ.π.
- ✓ Παρόλο που κάποιες δραστηριότητες μπορούν να πραγματοποιηθούν όλες τις εποχές του χρόνου, στην τελική απόφαση του υποψήφιου τουρίστα, παίρνουν μέρος και άλλοι παράγοντες όπως είναι το κλίμα. Το καλοκαίρι το κλίμα είναι ευνοϊκότερο όσον αφορά ότι δεν υπάρχει βαρύς ρουχισμός, ενοχλητικές βροχές και χιονοπτώσεις που χαλάνε τη διάθεση, η περίπτωση να αρρωστήσει κανείς ελαχιστοποιείται κ.λ.π. και έτσι καταλήγει η εποχή αυτή να υπερτερεί του χειμώνα.
- ✓ Επίσης, λόγω του ότι π.χ. η οικογένεια βρίσκεται σε απαρτία συνήθως κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, γιατί τότε κλείνουν τα σχολεία και δίνονται συνήθως οι άδειες διακοπών από τις επιχειρήσεις.
- ✓ Και η παραδοσιακή νοοτροπία ότι οι διακοπές πρέπει να γίνονται το καλοκαίρι και όχι το χειμώνα αλλά σημαντικό ρόλο παίζει και το ότι οι διακοπές μπορεί να συνδυαστούν να πραγματοποιηθούν μαζί με φιλικές ή συγγενικές παρέες, που ως επί το πλείστον θα πάρουν κι αυτές τις άδειές τους το καλοκαίρι και όχι το χειμώνα. (Αποστολόπουλος Ευθ. και συν.:1996)⁶

Παρόλο που ο κλάδος του Τουρισμού προσφέρεται για δημόσιες ή ιδιωτικές επενδύσεις, η εποχικότητα είναι αυτή που παίζει το σημαντικότερο ρόλο καθώς επηρεάζει τη χρήση της γης, των κτιρίων και του εξοπλισμού, με αποτέλεσμα οι αναμενόμενες αποδόσεις να είναι χαμηλές. Έτσι, δικαιολογείται και ο δισταγμός πολλών επιχειρηματιών να «σκλαβώσουν» τα κεφάλαιά τους για μεγάλο χρονικό διάστημα σε μια τουριστική δραστηριότητα και γι' αυτό οι διάφορες Κυβερνήσεις προσφέρουν το δέλεαρ των επιδοτήσεων, των μακροπρόθεσμων δανείων και των φοροαπαλλαγών.

Όσον αφορά την επαγγελματική απασχόληση σε εποχικές εργασίες είναι κι αυτό ένα μειονέκτημα καθώς ο εργαζόμενος που απασχολείται στον τουρισμό έχει ένα αβέβαιο μέλλον και η εργασία που προσφέρει έχει τις πιο πολλές φορές ημερομηνία λήξης.

⁶ Αγγελόπουλος Π. (2005) «Τράπεζες και χρηματοπιστωτικό σύστημα: Αγορές, Προϊόντα, Κίνδυνοι» Αθήνα, Εκδόσεις: Σταμούλη

Στην εποχή εργασία αυτού του είδους κατευθύνονται είτε επαγγελματίες που είναι εις γνώση τους ότι η απασχόλησή τους θα είναι εποχιακή, είτε μια άλλη κατηγορία εργαζομένων όπως π.χ. οι φοιτητές κ.λ.π. που επιθυμούν να αποκτήσουν ένα πρόσθετο εισόδημα ή να συνδυάσουν τις οικονομικές απολαβές με τις διακοπές. Ειδικά σε περιόδους τουριστικής «αιχμής» το εργατικό προσωπικό ενισχύεται και από άτομα άλλων περιοχών, είτε της χώρας διαμονής ή ακόμη και ξένων. (Αποστολόπουλος Ευθ. και συν.:1996)⁷

Τα κυριότερα προβλήματα που συνεπάγονται της εποχικότητας είναι:

- ✚ Η μείωση όσο γίνεται των απωλειών κερδών καθώς οι ξενοδοχειακές μονάδες κ.λ.π. δεν λειτουργούν κανονικά όλο το χρόνο.
- ✚ Η ύπαρξη ικανού ταμειακού αποθέματος για την κάλυψη των αναγκών ιδιαίτερα στις «νεκρές» περιόδους.
- ✚ Η διαδικασία ‘ανοίγματος’ και ‘κλεισίματος’ μιας επιχείρησης από περίοδο σε περίοδο, και
- ✚ η πραγματική κάλυψη των αναγκών σε εργατικό προσωπικό σε σχέση με την προσφορά των ατόμων που θα ήθελαν να εργαστούν εποχιακά σ’ αυτόν τον τομέα.
- ✚ Λόγω της μεγάλης αύξησης σε τουριστικές υπηρεσίες σε συγκεκριμένες εποχές του χρόνου (καλοκαίρι), οι τιμές των τουριστικών υπηρεσιών αυξάνονται ενώ μειώνεται η ποιότητά τους, καθώς οι τουριστικές επιχειρήσεις δεν μπορούν να ανταποκριθούν στην υπερβολική ζήτηση.
- ✚ Λόγω του μεγάλου αριθμού τουριστών σημειώνονται προβλήματα στην κυκλοφορία των οχημάτων και στα συγκοινωνιακά δίκτυα καθώς και μόλυνση του περιβάλλοντος. (Αποστολόπουλος Ευθ. και συν.:1996)⁷

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

⁷ Αγγελόπουλος Π. (2005) «Τράπεζες και χρηματοπιστωτικό σύστημα: Αγορές, Προϊόντα, Κίνδυνοι» Αθήνα, Εκδόσεις: Σταμούλη

περιλαμβάνει διάφορα πακέτα τιμών που θα απευθύνονται και στα διάφορα τμήματα της αγοράς. Πάντα και παντού υπάρχουν υποψήφιοι τουρίστες που ενδιαφέρονται να απολαύσουν τις διακοπές τους ή να ψυχαγωγηθούν σε περιόδους ‘νεκρές’ όπου δεν υπάρχει συνωστισμός, που το ζήτημα των καιρικών αλλαγών λίγο τους ενδιαφέρει, που έχουν ειδικά ενδιαφέροντα (όπως αθλητισμός, επίσκεψη μοναστηριών και εκκλησιών, οικοτουρισμός κ.λ.π.) ή ακόμη αναγκάζονται να ταξιδεύουν όλο το χρόνο λόγω του ότι πρέπει να παρακολουθήσουν κάποιο συνέδριο ή να κάνουν ένα επιχειρηματικό ταξίδι. (Αποστολόπουλος Ευθ. και συν.:1996)⁸

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

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

Προκειμένου, τέλος, να καταπολεμηθεί όσο γίνεται περισσότερο το ζήτημα της εποχικότητας, είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η δημιουργία ελκυστικών πακέτων σε δελεαστικές τιμές, η διατήρηση ή αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος σε όλες τις εποχές του χρόνου και η ανάπτυξη και προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. (Αποστολόπουλος Ευθ. και συν.:1996)⁸

⁸ Αγγελόπουλος Π. (2005) «Τράπεζες και χρηματοπιστωτικό σύστημα: Αγορές, Προϊόντα, Κίνδυνοι» Αθήνα, Εκδόσεις: Σταμούλη

2.5 Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ.

Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2012 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 16,4%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (688.800 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 18,3% των απασχολουμένων.

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2012 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 23η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2013, η χώρα μας καταλαμβάνει την 32η θέση μεταξύ 140 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 96η.

Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2012 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 23η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2013, η χώρα μας καταλαμβάνει την 32η θέση μεταξύ 140 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 96η.

Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.

Πίνακας 2. Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2012

Συμμετοχή στο ΑΕΠ	16,4% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	18,3% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Συνολική Απασχόληση	688.800 [WTTC]
Έσοδα	10,0 δισ. € [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	15,5 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	646 €
Μερίδιο Αγοράς	1,5% Παγκόσμια, 2,9% Ευρώπη
Εποχικότητα	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.670 ξενοδοχεία / 771.271 κλίνες [ΞΕΕ]
Τop 5 αγορές	Γερμανία (2.108.787), Ην. Βασίλειο (1.920.794), ΠΓΔΜ (1.300.000), Γαλλία (977.376), Ρωσία (874.787) [ΤτΕ]
Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (2.651.062), Ηράκλειο (2.067.475), Ρόδος (1.593.298), Θεσσαλονίκη (901.573), Κέρκυρα (824.000) [ΕΛ.ΣΤΑΤ.]

Πηγή: ΣΕΤΕ 2012

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.

3.1 Η ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΚΡΙΣΗΣ.

Το καλοκαίρι του 2007 τοποθετείται η έναρξη της κρίσης που ξεκίνησε από τις αγορές των ΗΠΑ και επηρέασε όλη την υφήλιο. Όταν στις ΗΠΑ άρχισε η πτώση της αξίας των κατοικιών, οι δανειολήπτες με χαμηλό εισόδημα αντιμετώπισαν δυσκολίες στην αποπληρωμή των δόσεων με αποτέλεσμα οι τράπεζες να κατασχέσουν τις κατοικίες. Όταν οι κατοικίες αυτές προωθήθηκαν προς πώληση για να αποφέρουν ρευστό στις τράπεζες αυξήθηκε η προσφορά με αποτέλεσμα να σημειωθούν μεγαλύτερες πτώσεις στις αξίες.

Ως φυσικό επακόλουθο σημειώθηκε πτώση στα ομόλογα που βασίζονταν στα ενυπόθηκα δάνεια. Αν και δεν άλλαζαν οι υπευθυνότητες πληρωμής προς τους καταθέτες, επειδή η περιουσία τους έχασε αξία, οι τράπεζες βίωσαν προβλήματα κεφαλαίου.

Το πρόβλημα ρευστοποίησης που αντιμετώπισαν οι τράπεζες έπρεπε να λυθεί με πίστωση από άλλα χρηματοοικονομικά ιδρύματα, αλλά η κατάσταση ήταν ασαφής και περιείχε μεγάλα ρίσκα με συνέπεια να αυξάνει το κόστος της πίστωσης. Έτσι οι τράπεζες δεν είχαν την πρόθεση να δανειοδοτήσουν και ως συνέπεια αυτού ήταν αναμενόμενη μία σμίκρυνση στο οικονομικό σύστημα.

Στις αγορές άρχισε να επικρατεί ένα κλίμα έλλειψης εμπιστοσύνης και οι προβληματικές τράπεζες άρχισαν να καταρρέουν. Η οικονομική κρίση άρχισε να επηρεάζει και τον παραγωγικό τομέα.

Πώς όμως ένα πρόβλημα της αμερικανικής αγοράς γίνεται πρόβλημα για τις οικονομίες της Ευρώπης και του υπόλοιπου κόσμου; Αιτία της εξάπλωσης του προβλήματος είναι η παγκοσμιοποίηση. Η ελεύθερη μετακίνηση κεφαλαίων από ήπειρο σε ήπειρο και από χώρα σε χώρα, η ενοποίηση των αγορών και το άνοιγμα των οικονομιών. Άλλη αιτία είναι ότι στα τραπεζικά προϊόντα επένδυναν τράπεζες από όλο τον κόσμο, αμερικανικές τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρείες, ασφαλιστικά ταμεία, εταιρείες επενδύσεων, επενδυτικές τράπεζες και ιδιώτες.

Είναι χαρακτηριστικό ότι, το ισχυρότερο σε διεθνές επίπεδο οικονομικό σύστημα των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής κλονίστηκε ιεραρχικά πρώτο. Στην

κατηφορική αυτή πορεία ακολούθησαν το Νοέμβριο του 2008 ,η Ευρωπαϊκή Ένωση και η Ιαπωνία. Σύντομα όμως εξαιτίας της μείωσης της ζήτησης που ακολούθησε στις παραπάνω οικονομικές δυνάμεις, έγιναν εμφανείς, και στις αναπτυσσόμενες οικονομίες οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης. Έτσι κάθε προοπτική ανάπτυξης και κάθε επενδυτικό σχέδιο ακυρώθηκε ,ανεστάλη ή παρέλυσε.

Η οικονομική κρίση δημιουργεί την ανάγκη για συνεργασία των χωρών προκειμένου να αντιμετωπισθεί. Όλες οι παγκόσμιες οικονομίες συμπαρασύρθηκαν λόγω της αλληλεξάρτησης τους και των αλληλένδετων οικονομικών συστημάτων τους. Έτσι διαπιστώνεται η στενή σχέση εξάρτησης και επηρεασμού.

3.2 Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Κατά την κρίση του χρέους των αναπτυσσόμενων χωρών της δεκαετίας του ογδόντα, η ευθύνη αυτή μεταφέρθηκε στο δανειολήπτες, οι οποίοι είχαν δανειστεί απερίσκεπτα και είχαν χρησιμοποιήσει τα δανειακά κεφάλαια ανεπαρκώς. Αλλά τώρα, όταν ο κύριος δανειολήπτης είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες, η ευθύνη δεν βρίσκεται στους δανειολήπτες αλλά στις χώρες που εμφανίζουν υψηλά ποσοστά αποταμίευσης, και ιδιαίτερα την Κίνα. Προβάλλεται το επιχείρημα ότι η Κίνα δεν θα έπρεπε να έχει τόσο υψηλά πλεονάσματα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, φθάνοντας το 11% του ΑΕΠ το 2007. Εδώ πρέπει να υπενθυμίσουμε ότι η Κίνα, ενώ ήταν ο μεγαλύτερος εξαγωγέας των κεφαλαίων το 2007, αυτές αποτελούσαν μόλις το 21,4% του συνολικού κεφαλαίου των εξαγωγών.

Υπήρχαν πολλοί άλλοι εξαγωγείς κεφαλαίου, ιδίως η Ιαπωνία, επί μακρό χρονικό διάστημα, η Γερμανία και από το 2003 οι χώρες εξαγωγείς πετρελαίου. Μια προσεκτική μελέτη θα μπορούσε να υποδηλώνει ότι η Κίνα θα ήταν συνετό να αυξήσει την εγχώρια κατανάλωση. Από την άλλη πλευρά, είναι εύλογο για μια ταχέως αναπτυσσόμενη μεγάλη χώρα όπως η Κίνα να κατευθύνει τις επενδύσεις της προσωρινά με τη μορφή αποταμίευσης στο εξωτερικό. Είναι η ευθύνη των διαφόρων επιχειρήσεων στη διεθνή αγορά κεφαλαίων, ιδίως τραπεζών, στο ενδιάμεσο των ροών κεφαλαίων από τους δανειστές στους δανειολήπτες να είναι όσο το δυνατόν πιο

αποτελεσματικές. Πάντα θα υπάρχουν οι αποταμιευτές που θέλουν να δώσουν και άλλοι που θέλουν να δανειστούν, είτε εντός μιας χώρας ή εκτός συνόρων.

Αυτή είναι μια μορφή του διαχρονικού εμπορίου και υπάρχουν δυνητικά οφέλη από αυτές τις συναλλαγές, στα πλαίσια του εμπορίου αγαθών και υπηρεσιών.

Θα πρέπει επίσης να μην ξεχνάμε ότι στις χώρες με ταχεία γήρανση του πληθυσμού (κυρίως στην Ιαπωνία και τη Γερμανία) είναι πολύ πιθανό, με μια επιμελώς ορθολογική διαχείριση, να έχουν ένα υψηλό επίπεδο αποταμίευσης σε σχέση με το εισόδημα, για ορισμένα χρονικά διαστήματα. Επομένως, ενδέχεται να έχουν πλεονάσματα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών.

Μπορούμε να περιμένουμε πάντα περιόδους όπου ορισμένες χώρες έχουν υψηλά επίπεδα αποταμίευσης, ίσως προσωρινά, ενώ άλλες έχουν ανάπτυξη των επενδύσεων που οδηγούν σε ελλείμματα τρεχουσών συναλλαγών. Ένα σχέδιο θα πρέπει να εφαρμοστεί στο διεθνές οικονομικό σύστημα, ώστε να μπορούν να υπάρχουν παγκόσμιες ανισοροπίες, συνήθως παροδικά, αλλά χωρίς κρίσεις. Υπάρχουν σημαντικά παραδείγματα του δέκατου ένατου και των αρχών του εικοστού αιώνα, όταν υπήρχαν σημαντικές τέτοιες ανισοροπίες.

Αλλά είναι βέβαιο ότι το επιθυμητό έλλειμμα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών σε διάφορες χώρες προέρχεται από τη χρησιμοποίηση των κεφαλαίων για επενδύσεις και όχι για κατανάλωση, εκτός από τη περίοδο πολέμων και περιβαλλοντικών καταστροφών. Οι συνέπειες και οι ελλείψεις σε αυτή την πρόσφατη κρίση δεν σχετίζονται τελικά με τους δανειστές ή δανειολήπτες αλλά με τους ενδιάμεσους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς. (Γκαργκάνας Ν., 2008)⁹

⁹ Γκαργκάνας Ν., ομιλία στο Ελληνοαμερικάνικο εμπορικό επιμελητήριο, διαθέσιμο στο: <http://www.capital.gr/news.asp?details>

3.3 ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



«Έμμεσες και περιορισμένες ήταν οι επιδράσεις των αναταράξεων στις διεθνείς πιστωτικές αγορές επί της ελληνικής αγοράς», σύμφωνα με τα όσα δήλωσε ο διοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος, κ. Νικόλαος Γκαργκάνας, στο πλαίσιο ομιλίας του στο Έλληνο- Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο: (Γκαργκάνας Ν., 2008)¹⁰

Οι επιδράσεις των αναταράξεων στις διεθνείς πιστωτικές αγορές το 2008 ήταν ήπιας μορφής, κυρίως επειδή οι ελληνικές τράπεζες έχουν εστιάσει τις προσπάθειες τους αφενός στον εγχώριο δανεισμό και αφετέρου στην επέκταση των δραστηριοτήτων τους σε γειτονικές οικονομίες που παρουσιάζουν υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης (με εξαίρεση το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο). Επομένως, οι δυσμενείς επιδράσεις στις ελληνικές τράπεζες από τις εξελίξεις στις διεθνείς αγορές είχαν μέχρι το 2008 περιοριστεί σε μια αύξηση του κόστους δανειακών πόρων με ελαφρά μειωτική επίδραση στη κερδοφορία τους, καθώς και σε ζημίες λόγω αποτίμησης (valuation losses) που αντανακλούν τη γενική μείωση των τιμών των δομημένων

¹⁰ Γκαργκάνας Ν., ομιλία στο Ελληνοαμερικανικό εμπορικό επιμελητήριο, διαθέσιμο στο: <http://www.capital.gr/news.asp?details>

προϊόντων, οι οποίες επίσης έχουν σχετικά μικρή μειωτική επίδραση στη συνολική ετήσια κερδοφορία τους.

Το ενδεχόμενο αυτό υπογραμμίζει την ανάγκη για οικονομικές πολιτικές που στοχεύουν στη διόρθωση των μακροοικονομικών ανισορροπιών και διαρθρωτικών αδυναμιών, ώστε η οικονομία μας να είναι σε καλύτερη θέση να αντιμετωπίσει μια επιδείνωση του εξωτερικού οικονομικού περιβάλλοντός της. Επίσης, είναι αναγκαίο οι ελληνικές τράπεζες να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα για την περαιτέρω βελτίωση της ποιότητας του χαρτοφυλακίου τους και την επαρκή κάλυψη των πιστωτικών και άλλων κινδύνων που ενδεχομένως θα αντιμετωπίσουν, περιλαμβανομένων εκείνων που απορρέουν τόσο από τις παραδοσιακές δραστηριότητες τους στην εγχώρια αγορά όσο και από την επέκτασή τους στις αναδυόμενες οικονομίες της Ν.Α. Ευρώπης».

Όσον αφορά στη ζώνη του ευρώ και την Ελλάδα, ορισμένοι παράγοντες θα τείνουν να μετριάσουν ενδεχόμενες δυσμενείς επιπτώσεις για το τραπεζικό σύστημα και, επομένως, για την οικονομική δραστηριότητα. Καταρχήν, οι προοπτικές για την οικονομική δραστηριότητα παραμένουν βασικά ευνοϊκές. Επίσης, οι ισολογισμοί των επιχειρήσεων και νοικοκυριών είναι βασικά υγιείς, ενώ το τραπεζικό σύστημα ως σύνολο έχει ικανοποιητική κεφαλαιακή επάρκεια. Βέβαια, δεν υπάρχει περιθώριο για επανάπαυση σε ένα περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από απρόβλεπτες μεταβολές συνθηκών. Επομένως, οι τράπεζες θα πρέπει να εντείνουν τις προσπάθειές τους ώστε να διαχειριστούν αποτελεσματικά τους οποιουσδήποτε μελλοντικούς κινδύνους. Συγχρόνως, εντείνονται οι προσπάθειες, τόσο από τις εποπτικές αρχές όσο και από τους πιστωτικούς οργανισμούς, για την διόρθωση των αδυναμιών του πιστωτικού συστήματος που οδήγησαν στις πρόσφατες αναταράξεις και για την αποκατάσταση του κλίματος εμπιστοσύνης.

Βέβαια, έμπειρα στελέχη της αγοράς υποστηρίζουν ότι οι εγχώριες τράπεζες μπορεί να μην μπόηκαν στον πειρασμό να επενδύσουν στα «subprime δάνεια» (με εξαίρεση το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο) εντούτοις ο αντίκτυπος και οι επιπτώσεις από την παγκόσμια κρίση ήδη πλήττουν και την ελληνική οικονομία. Στις διεθνείς αγορές υπάρχει έλλειψη ρευστότητας ενώ η απότομη άνοδος των διατραπεζικών επιτοκίων - που έχουν φτάσει σε πρωτοφανή επίπεδα- βάζουν φωτιά στο κόστος δανεισμού και σφίγγουν κι άλλο τη θηλιά για επιχειρήσεις και ιδιώτες. (Capital, 2008)

Επίσης, οι συνέπειες της πιστωτικής κρίσης ειδικά για την ελληνική αγορά είναι ότι σημειώθηκε αύξηση του κόστους του χρήματος στην Ευρωπαϊκή Διατραπεζική Αγορά και των ορίων spreads, με αποτέλεσμα να μειώνονται οι επενδύσεις, η

ρευστότητα του χρηματοπιστωτικού συστήματος και των δανείων και να περιορίζεται η καταναλωτική και στεγαστική πίστη.

Εξάλλου, μειώνονται οι εξαγωγές και τα έσοδα από τον τουρισμό, καθώς και οι εισπράξεις από το διεθνές εμπόριο και τη ναυτιλία. Επίσης η μείωση της οικονομικής δραστηριότητας στις Βαλκανικές και τις χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης ενέχει τον κίνδυνο μη είσπραξης των οφειλών που προέρχονται από δάνεια που έχουν συναφθεί με επιχειρήσεις και φορείς των χωρών αυτών.

Αποτέλεσμα βέβαια όλων αυτών είναι η οικονομική επιβράδυνση και η είσοδος της οικονομίας σε περίοδο ύφεσης, δείκτης των οποίων αποτελεί η δραματική μείωση του ΑΕΠ. (Τραυλός Ν., 2008)¹¹

Η κρίση στη χώρα μας αποτυπώνεται ενδεικτικά σε παράγοντες όπως :

- Ø Η αύξηση των τιμών και της ακρίβειας, η οποία έχει οδηγήσει ακόμη περισσότερα νοικοκυριά κάτω από τα όρια της φτώχειας. Ο πληθωρισμός για τα φτωχά νοικοκυριά είναι μεγαλύτερος από τα επίσημα στοιχεία.
- Ø Η υπερχρέωση των νοικοκυριών και ιδιαίτερα των ασθενέστερων εισοδηματικών ομάδων επιδεινώνεται.
- Ø Η συνεχής και άνιση φορολογική επιβάρυνση των εισοδημάτων των εργαζομένων καθώς και των συνταξιούχων είναι το βασικό χαρακτηριστικό του φορολογικού συστήματος, το οποίο παραμένει γραφειοκρατικό και αναποτελεσματικό.

Τα ελλείμματα, το δημόσιο χρέος, η άνιση κατανομή των φορολογικών βαρών και του παραγόμενου πλούτου, καθώς και τα άλλα διαρθρωτικά προβλήματα της χώρας δεν είναι μονοσήμαντα. Αποτελούν τα αίτια της κρίσης ως αποτέλεσμα των χρόνιων διαρθρωτικών αδυναμιών και των πολιτικών που εφαρμόστηκαν, τα οποία και την αναπαράγουν. Έτσι, βασικό χαρακτηριστικό της κρίσης είναι η ανατροφοδότησή της, η οποία δημιουργεί νέα προβλήματα και ανισότητες, σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο.

¹¹Τραυλός Ν.(20/11/2008). Ημερίδα τμήματος οικονομικών επιστημών. Α.Π.Θ. ,με θέμα: Παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση: Αιτία και επιπτώσεις, Θεσσαλονίκη

Σε ότι αφορά τη διεθνή κρίση, αυτή δεν οφείλεται σε συγκυριακούς λόγους. Είναι μια κρίση περισσότερο συστημική παρά κυκλική κρίση, που θίγει τα όρια του προτύπου παραγωγής και διανομής του πλούτου και γενικότερα το σύστημα αξιών. Αμφισβητείται δηλαδή η δομή και οι λειτουργίες των επιμέρους συστημάτων και αγορών.

Η κρίση, λοιπόν, παράχθηκε από το ίδιο το σύστημα, είναι το αποκορύφωμα της τριακονταετούς κυριαρχίας, σε παγκόσμιο επίπεδο, μιας οικονομικής θεώρησης και πολιτικής που βασίζεται στις πλήρως απελευθερωμένες και αυτορυθμιζόμενες αγορές με τη σταδιακή απομάκρυνση του κοινωνικού κράτους και των πολιτών από τις οικονομικές λειτουργίες. Βασισμένη στη λογική ότι η κυβερνητική δραστηριότητα πρέπει να περιοριστεί και να αντικατασταθεί από τις δυνάμεις της αγοράς οι οποίες και ξέρουν να αυτορυθμίζονται ώστε να δημιουργείται το καλύτερο αποτέλεσμα. Διότι όταν οι δυνάμεις της αγοράς λειτουργούν ανεξέλεγκτα, χωρίς αποτελεσματική ρύθμιση και εποπτεία δύνεται η δυνατότητα μεγαλύτερης ανάπτυξης των μεγάλων συμφερόντων, δημιουργώντας ανισότητες με αποτέλεσμα αντί να διασπείρουν τους κινδύνους αυτές τους αυξάνουν. Οι ακολουθούμενες πολιτικές επιπλέον, οδήγησαν στην οικονομική κρίση, της οποίας ως μοναδική λύση πλέον διαφαίνεται η υιοθέτηση μιας κεϋνσιανής θεώρησης της οικονομίας και η άσκηση όλων εκείνων των ιδεών που την στοιχειοθετούν. Στην Ελλάδα, η χρηματοπιστωτική κρίση έφερε στην επιφάνεια χρόνιες παθογένειες του ελληνικού συστήματος που αγγίζουν τόσο το δημόσιο όσο και τον ιδιωτικό τομέα.

3.4 ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Η οικονομική-κρίση είναι κρίση της οικονομικής πολιτικής των επιλογών και των ελλείψεών της. Έχει μεγάλες κοινωνικές και πολιτικές επιπτώσεις. Η κρίση οφείλεται στη μετακίνηση του συστήματος από έναν τύπο συσσώρευσης (κυριαρχία των αγορών και επί του κράτους και εμπέδωση στο εσωτερικό του της κυριαρχίας των αγοραίων κανόνων του ανταγωνισμού) σε έναν άλλο (αναβάθμιση του ρόλου του δημόσιου χώρου-κράτους και τρίτος τομέας). Η μετακίνηση αυτή είναι το θεμέλιο της σημερινής κρίσης που επιταχύνεται από το γεγονός ότι καταγράφεται μετακίνηση κεφαλαίων από τη δύση στην Ανατολή. Γεγονός που υποδηλώνει την έλλειψη των

απαραίτητων κεφαλαίων για τη χρηματοδότηση των τροποποιήσεων στον κυρίαρχο στη δύση τύπο καπιταλιστικής συσσώρευσης. Η μετακίνηση αυτή (οι ασιατικές χώρες διαθέτουν σήμερα τα δεκαπλάσια κεφάλαια από την εποχή της ασιατικής κρίσης το 1997) μαζί με την άνιση κατανομή ιδιοκτησίας και εισοδήματος εξηγούν το βάθος της κρίσης. Επιπλέον, το γεγονός ότι η κρίση συσσώρευσης διαδραματίζεται σε μια στιγμή που το κράτος/δημόσια πολιτική είναι ιστορικά εξασθενημένο/-η επιτείνει τη δυσκολία του όλου συστήματος, αφού το κύριο μέσο, το δημόσιο, που πρέπει να οργανώσει αυτή τη μετακίνηση δεν διαθέτει επάρκεια χωρητικότητας πραγμάτωσης αυτού του καθήκοντος. Γι' αυτό η σημερινή κρίση έχει να κάνει, πρώτον, με τον τύπο συσσώρευσης και τις αλλαγές σε αυτόν. Δεύτερον, με τη μετακίνηση των παγκόσμιων συσχετισμών. Τρίτον, με την κρίση της ίδιας της πολιτικής και της σχετικής αδυναμίας των εργαλείων της (ιδιαίτερα του δημόσιου) σε συνδυασμό με την υπονόμευση δημοκρατικών δομών και κατακτήσεων. Τέλος, τέταρτον, με προβλήματα κοινωνικής ανισότητας και τα προβλήματα που αυτή δημιουργεί στη λειτουργία της πολιτικής της ζήτησης - στα εργαλεία ανάκαμψης από την κρίση. Επιπλέον, η κρίση αυτή και οι αλλαγές που προκαλεί μπορεί να έχει σημαντικά αρνητικές επιπτώσεις για τη διεθνή θέση της Ελλάδας και της ίδιας της ΕΕ. Πιο συγκεκριμένα:

Υπάρχει μια ουσιαστική αλλαγή συσχετισμού δυνάμεων στον κόσμο. Οι ΗΠΑ δεν μπορούν, στη σημερινή δεύτερη φάση της παγκοσμιοποίησης, να καθορίζουν μόνες τους τις τύχες του κόσμου. Η σύνοδος της Ομάδας των 20 (G20) και ο τρόπος που έγινε αποτελεί τη μέγιστη απόδειξη. Όμως, ταυτόχρονα, οι ΗΠΑ παραμένουν η ισχυρότερη δύναμη στον σημερινό κόσμο. Οι ανερχόμενες δυνάμεις υπολείπονται κατά πολύ των δικών τους θεσμικών, οικονομικών και αμυντικών δυνατοτήτων. Μόνο το ΑΕΠ των ΗΠΑ είναι 450% μεγαλύτερο εκείνου της Κίνας και 1200% εκείνου της Ινδίας. Με άλλα λόγια οι ΗΠΑ να μεν δεν είναι, πλέον, παντοδύναμες, αλλά από την άλλη είναι η μόνη χώρα που θα μπορούσε, από την άποψη των αντικειμενικών δυνατοτήτων, να οδηγήσει το όλο σύστημα σε πολυπολικότητα, σχεδιασμένα και ειρηνικά.

Οι ΗΠΑ δείχνουν μεγαλύτερη διάθεση και ικανότητα απ' ότι η ΕΕ να εγκαταλείψουν τα νεοφιλελεύθερα δόγματα που επέβαλαν μαζί με τη θατσερική Βρετανία στις δεκαετίες του 1980 και 1990. Η ΕΕ δείχνει εγκλωβισμένη σε αυτά τα δόγματα.

Αυτοθαυμάζεται στον Τύπο και στην τηλεόραση της ηπείρου και κινδυνεύει να παγιδευτεί σε μια πορεία στη διάρκεια της οποίας θα υποχωρήσουν οι θέσεις της έναντι της Ασίας και της Αμερικής.

Η κρίση είναι αποτέλεσμα των άνισων κατανομών ανάμεσα στη μισθωτή εργασία και στο κεφάλαιο. Καθώς και ανάμεσα στο παραγωγικό κεφάλαιο και στις παρασιτικές μερίδες του. Εισοδήματα και ιδιοκτησίες μετακινήθηκαν τα τελευταία χρόνια από τους φτωχότερους και περισσότερους στους λιγότερους και πλουσιότερους. Και εντός του κόσμου του πλούτου από τους επιχειρηματίες που προωθούν καινοτομίες, επενδύσεις και νέου τύπου οργάνωση στην παραγωγική σφαίρα στον κόσμο των αεριτζήδων, του γρήγορου και εύκολου κέρδους.

Ο τρόπος δράσης των ισχυρών της ΕΕ εμπεριέχει και έναν ακόμα μεγάλο κίνδυνο, ότι θα επιδιώξουν μετά την κρίση να αναδιατάξουν και αναδιαρθρώσουν τη σημερινή ΕΕ. Είναι σίγουρο ότι θα επιδιώξουν να προωθήσουν μια ΕΕ πολλών ταχυτήτων που θα αφήσει πιθανά την Ελλάδα εκτός του «σκληρού πυρήνα» της Ένωσης και της πρώτης ταχύτητας. Αυτό μπορεί να συμβεί διότι οι ισχυρές δυνάμεις της ΕΕ δεν θα επιδιώξουν να μεταβούν σε μια Ευρώπη πολλών ταχυτήτων στη βάση εκείνων που το επιθυμούν, αλλά βάσει ποιων εκείνες επιθυμούν.

Τυχόν υποχώρηση της Ελλάδας στο ευρωπαϊκό προσκήνιο θα δημιουργήσει ένα τοπίο στο οποίο πιθανές τουρκικές ακρότητες, εάν και εφόσον εκδηλωθούν, θα έχουν περισσότερα περιθώρια να 'πιάσουν τόπο'. Ο κίνδυνος αυτός είναι εξάλλου άμεσος και ορατός. Και αυτό, διότι το βαθύ τουρκικό κράτος σχεδιάζει προκλήσεις όταν η διεθνής πολιτική σκηνή βρίσκεται σε μεταβατική φάση, όπως βρίσκεται σήμερα, και όταν το κυβερνητικό σύστημα στην Ελλάδα δείχνει αδυναμία. Μάλιστα, όλα δείχνουν ότι το τουρκικό κατεστημένο συνεργάζεται με ακραίους εθνικιστές στα Σκόπια. Οι τελευταίοι, ελλείψει επαρκούς ωριμότητας, μπορούν να αποτελέσουν τον πολιορκητικό κριό της Τουρκίας σε ζητήματα διεθνούς δικαίου, μειονοτήτων κοκ. δυστυχώς η κυβέρνηση δείχνει σαν να μην το αντιλαμβάνεται και αφήνει τη χώρα χωρίς πολιτική στηριγμάτων και συμμαχιών στην περιοχή.

Το πρόβλημα δεν είναι μόνο η πιθανή υποχώρηση της θέσης της Ελλάδας στην ΕΕ και στη διεθνή πολιτική σκηνή, αν δεν υπάρξουν πολιτικές αλλαγές και δεν ενεργοποιηθεί η χώρα, δεν είναι μόνο οι αρνητικές επιπτώσεις από τη διάθεση επανεθνικοποίησης εντός της ηπείρου, αλλά και ότι εντός της ΕΕ έχει ήδη δημιουργηθεί ένα άτυπο διευθυντήριο. Γαλλία, Γερμανία και Η.Β. βρίσκονται σε συνεχή διαβούλευση παρακάμπτοντας τόσο το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο και το Εκοφίν,

όσο, και πολύ περισσότερο, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο. Ουσιαστικά εν μέσω της κρίσης παραβιάστηκαν πολλαπλώς και εκ των πραγμάτων οι συνθήκες. Οι όποιες λύσεις δεν διαμορφώθηκαν σε ευρωπαϊκό κοινοτικό επίπεδο, αυτό απλά εκλήθη κάθε φορά να νομιμοποιήσει προειλημμένες αποφάσεις.

Αποφάσεις που συμφωνήθηκαν ανάμεσα σε έναν αριθμό περιορισμένων εθνικών δυνάμεων. Η κρίση, δηλαδή, υπονόμει τόσο την ίδια τη διαδικασία ευρωπαϊκής ενοποίησης, όσο και ακόμα περισσότερο την περιορισμένη θεσμική ισορροπία και δημοκρατία στο σύστημα της ΕΕ. (Κρούγκμαν Π., 2009)¹²

3.5 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.

Το 2008- 2009 το μεγαλύτερο μέρος του βιομηχανικού κόσμου εισήλθε σε μία σε μία βαθιά ύφεση που εξελίχτηκε σε οικονομική κρίση. Όπου είχε τις ρίζες της στις αλόγιστες πρακτικές δανεισμού που αφορούν την παραγωγή και διανομή του ενυπόθηκου χρέους, στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Απώλειες δανείων το 2007 εξέθεσαν άλλα ριψοκίνδυνα δάνεια και υπερδιογκωμένες τιμές στα ενεργητικά περιουσιακά στοιχεία των εταιρειών. Με την αύξηση του αριθμού των απωλειών ένας πανικός δημιουργήθηκε μεταξύ των απωλειών και των τραπεζικών δανείων. Η αβέβαιη οικονομική κατάσταση έγινε πιο δύσκολη από την απότομη αύξηση της τιμής του πετρελαίου και των τιμών στα τρόφιμα.

Η εξωφρενική αύξηση των στοιχείων των ενεργητικών και της συνδεδεμένης 'έκρηξης' στη ζήτηση θεωρείται αποτέλεσμα της εκτεταμένης περιόδου της εύκολης διαθέσιμης πίστωσης, στην ανεπαρκή ρύθμιση και εποπτεία και στην αύξηση των οικονομικών ανισοτήτων. Στη συνέχεια καθώς οι τιμές των μετοχών και των ακινήτων μειώθηκαν πολλές μεγάλες και καλά εδραιωμένες επενδυτικές και εμπορικές τράπεζες των Ηνωμένων Πολιτειών και της Ευρώπης αντιμετώπισαν τεράστιες απώλειες και αρκετές χρεοκόπησαν οι περισσότερες απαιτήσαν μαζική δημόσια ενίσχυση.

Μια παγκόσμια ύφεση είχε σαν αποτέλεσμα την απότομη ύφεση στις διεθνείς

¹² Κρούγκμαν Π. (2009), «Η κρίση του 2008» Αθήνα, εκδόσεις: Καστανιώτη

συναλλαγές, την άνοδο της ανεργίας και την κατάρρευση των τιμών των βασικών εμπορευμάτων. Κοινωνικές αναταραχές και πολιτικές αλλαγές εμφανίστηκαν στον απόηχο της κρίσης.

Κατά το 2009 ο ελληνικός τουρισμός θα βρεθεί υπό το καθεστώς της διεθνούς οικονομικής ύφεσης και ισχυρού ανταγωνισμού. Θα έχει να αντιμετωπίσει τη μεταστροφή στην καταναλωτική συμπεριφορά και τις επιλογές των Ευρωπαίων τουριστών υπέρ του εσωτερικού τουρισμού, των κοντινών εξωχώριων προορισμών και κυρίως των τουριστικών αγορών χαμηλού κόστους, της κάμψης της υπερτιμημένης αγοράς ακινήτων και της ανασφάλειας στην αγορά εργασίας (απολύσεις, μείωση πραγματικών μισθών), που συμπίεζουν το διαθέσιμο εισόδημα των εν δυνάμει τουριστών. Ειδικά για τον εσωτερικό τουρισμό, θα επηρεαστεί άμεσα και έμμεσα από τη διεθνή οικονομική κρίση: άμεσα εξαιτίας της μείωσης του εισοδήματος των Ελλήνων, αλλά και των περιορισμένων κεφαλαίων που θα μπορέσουν να έχουν υπό τη μορφή δανείου και έμμεσα λόγω της μείωσης των εισοδημάτων εκείνων που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουριστικό κλάδο.

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

Σύμφωνα με εμπειρικές μελέτες, οι επιπτώσεις στον τουριστικό κλάδο από δυσμενή γεγονότα, όχι της έντασης και διάρκειας αυτού που βιώνουμε σήμερα, κάνουν συνήθως την εμφάνισή τους μέσα στο πρώτο τρίμηνο που ακολουθεί την πραγματοποίηση του συμβάντος και ολοκληρώνονται σε 6–9 μήνες. Κατά το διάστημα πριν την εμφάνιση της κρίσης, η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα κινείται με ταχύτερο ρυθμό από τον ευρωπαϊκό και τον παγκόσμιο, οι τουριστικές εισπράξεις αυξάνονται κατά 3% το χρόνο (διάστημα 2000-2004), οι ταξιδιωτικές πληρωμές στο

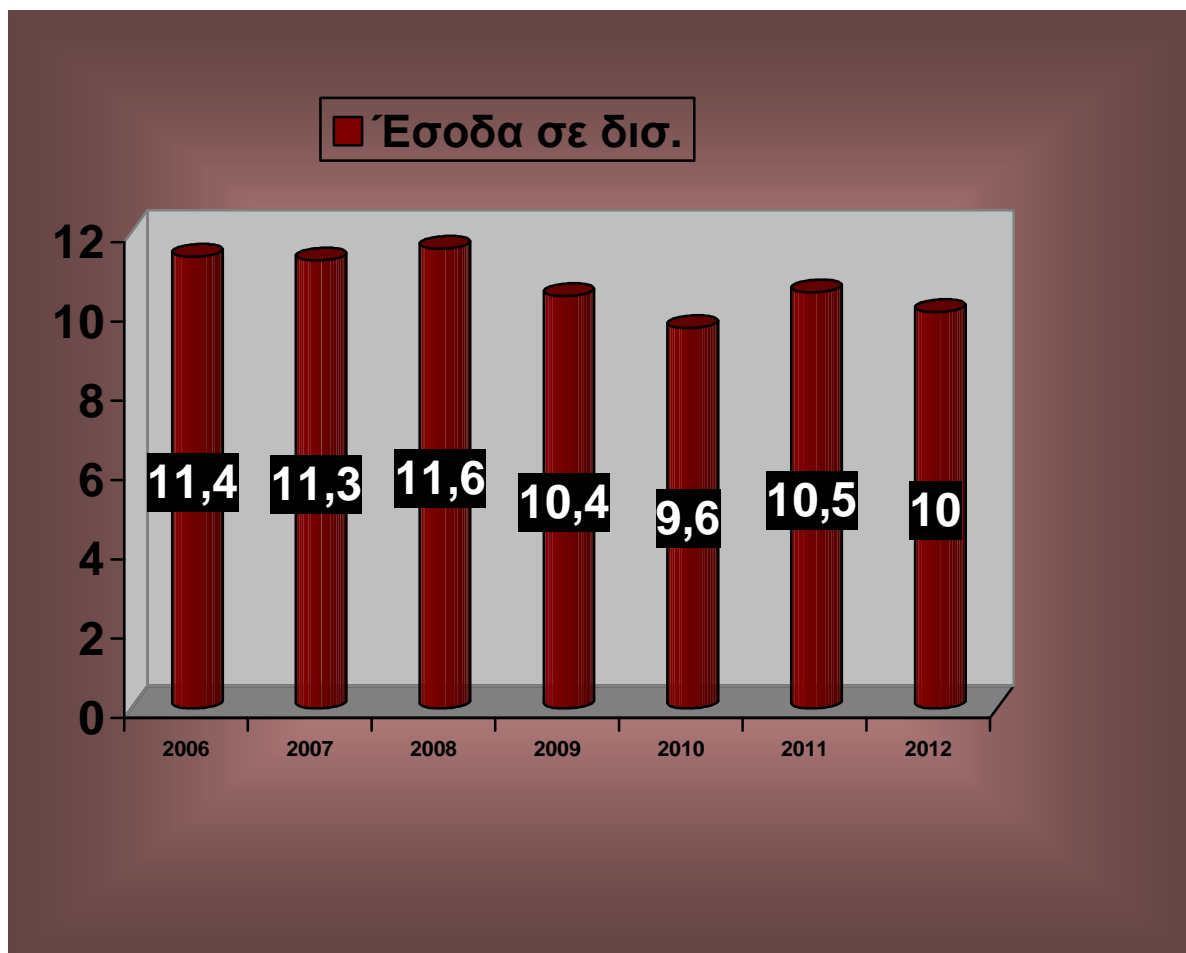
εξωτερικό μειώνονται σημαντικά (διάστημα 2000-2007) και η πορεία των αφίξεων είναι ασύμμετρη με εκείνη των εισπράξεων.

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

Στο κατώφλι της οικονομικής κρίσης, η μείωση των προκρατήσεων, όσο και η έλλειψη ρευστότητας των τουριστικών επιχειρήσεων, καταδεικνύουν την έναρξη μίας περιόδου για το ελληνικό τουριστικό προϊόν που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί το λιγότερο ως δύσκολη. Την εκτίμηση αυτή ήδη προδιαγράφει η αρνητική πορεία των αεροπορικών αφίξεων αλλοδαπών τουριστών το 2008 στη χώρα μας. Οι περισσότερες από τις ανταγωνίστριες της Ελλάδας χώρες σε τουριστικό επίπεδο παρουσίασαν επίσης μείωση στις αφίξεις, με τη χώρα μας να καταλαμβάνει μία από τις τελευταίες θέσεις στη μεταξύ τους σύγκριση. Εξάιρεση αποτελούν οι πορείες της Κροατίας (+2,1%), αλλά κυρίως της Τουρκίας, που με 16,1% είναι η μόνη χώρα με διψήφιο ποσοστό αύξησης του εν λόγω μεγέθους. Κατά το 2009 ο ελληνικός τουρισμός, θα βρεθεί υπό το καθεστώς της διεθνούς οικονομικής ύφεσης και ισχυρού ανταγωνισμού. Σε ένα συνεχώς επιδεινούμενο διεθνές πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον, αντιμετωπίζοντας παράλληλα της συνεχιζόμενη πολιτική και κοινωνική αστάθεια σε εσωτερικό επίπεδο και τις δυσμενείς εξελίξεις των εθνικών μακροοικονομικών παραμέτρων. Θα έχει να αντιμετωπίσει τη μεταστροφή στην καταναλωτική συμπεριφορά και τις επιλογές των Ευρωπαίων τουριστών υπέρ του εσωτερικού τουρισμού, των κοντινών εξωχώριων προορισμών και κυρίως των τουριστικών αγορών χαμηλού κόστους, λόγω του υψηλού βαθμού χρέωσης των νοικοκυριών σε πολλές βασικές χώρες - πελάτες μας, της κάμψη της υπερτιμημένης αγοράς ακινήτων και της ανασφάλειας στην αγορά εργασίας (απολύσεις, μείωση πραγματικών μισθών), που συμπιέζουν το διαθέσιμο εισόδημα των εν δυνάμει τουριστών.

3.5.1 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ

Διάγραμμα 1:Επιδόσεις στον τουρισμό



Από το παραπάνω σχήμα προκύπτει ότι η μείωση εσόδων αποδίδεται :

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

3.5.2 ΜΕΤΡΑ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Προτείνονται μεταξύ άλλων:

- Η προσέλκυση τουριστών υψηλών προδιαγραφών που δεν πλήττονται ιδιαίτερα από την κρίση.
- Άμεσα μέτρα για την επιβίωση των τουριστικών επιχειρήσεων ιδιαίτερα των μικρομεσαίων.
- Επενδυτικά δάνεια και κεφάλαια κινήσεως με χαμηλά επιτόκια για την ενίσχυση της ρευστότητας των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Ενίσχυση-βελτίωση τουριστικών υποδομών.
- Προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Ενίσχυση των δυνατοτήτων προσπελασιμότητας στους τουριστικούς τόπους.
- Αναχρηματοδότηση ληξιπρόθεσμων οφειλών χωρίς πρόσθετες επιβαρύνσεις.
- Εκ βάθρων αναδιάρθρωση της Τουριστικής Παιδείας, εκπαίδευσης και κατάρτισης.

3.5.3 ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΟΚΤΑΜΗΝΟ ΤΟΥ 2013

10,5% αύξηση αφίξεων τον Αύγουστο 2013, σε σχέση με τον Αύγουστο του 2012 και συνολική αύξηση αφίξεων οκταμήνου 2013 στο 9,9% ανακοίνωσε σήμερα ο ΣΕΤΕ, με βάση τα προσωρινά στοιχεία των κυριότερων αεροδρομίων της χώρας, σχετικά με τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις. Ο Πρόεδρος του ΣΕΤΕ, κ. Ανδρέας Ανδρεάδης τόνισε πως: *«Η εικόνα των αεροπορικών αφίξεων στο οκτάμηνο είναι ιδιαίτερα θετική. Αν συνδυασθεί και με την εικόνα των αφίξεων με άλλα μέσα (οδικών-θαλάσσιων), που δείχνει ακόμη καλύτερη, είναι σχεδόν βέβαιο ότι μιλάμε για νέο έτος ρεκόρ 17,5 εκατ. διεθνών αφίξεων, αλλά και 11,5 δισ. Ευρώ άμεσων εσόδων».*

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ, Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥΣ ΚΑΙ Η ΚΡΙΣΗ (ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ)

4.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Ο ρόλος και οι επιχειρηματικές εργασίες των ταξιδιωτικών πρακτορείων: Από την πλευρά του τουρίστα ημεδαπού ή αλλοδαπού που επιθυμεί να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι ή διακοπές, το μεγάλο πρόβλημα εστιάζεται στο να συγκεντρώσει την απαραίτητη πληροφόρηση και να κάνει μια επιλογή από τις διάφορες εναλλακτικές λύσεις που του προσφέρονται.

Ο πιο ενδεδειγμένος τρόπος είναι να προσφύγει στις υπηρεσίες των επαγγελματικών ταξιδιωτικών ενδιάμεσων.

Οι βασικές απαιτήσεις του καταναλωτή είναι:

- ν' αγοράσει ένα ταξίδι ή ένα πρόγραμμα διακοπών σ' ένα συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό κ
- να εξυπηρετηθεί όταν θα φθάσει σ' αυτόν, γιατί όσο και αν έχουν μικρύνει οι αποστάσεις δεν παύει ο αφικνούμενος τουρίστας να βρίσκεται σ' ένα άγνωστο για εκείνον μέρος.

Βασικός του στόχος είναι ν' αποκτήσει μια πολύ καλή εμπειρία. Το πρόβλημα γίνεται ακόμα μεγαλύτερο όταν πρόκειται για πολυάριθμες ομάδες τουριστών που περιμένουν να εξυπηρετηθούν όσο πιο άνετα και πιο γρήγορα.

Εδώ έρχεται ο ρόλος των τουριστικών γραφείων τόσο στο πεδίο της προβολής ενός προορισμού και προώθησης των πωλήσεων όσο και στο πεδίο της εξυπηρέτησης των τουριστών.

Σύμφωνα με την Ελληνική νομοθεσία, τα τουριστικά γραφεία είναι νόμιμα οργανωμένες επιχειρήσεις που με τα μέσα και τις γνώσεις που διαθέτουν

αναλαμβάνουν τη μεταφορά, διακίνηση, ψυχαγωγία κτλ. Μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων, μέσα ή έξω από τη χώρα με τις νόμιμες διαδικασίες.

Οι κυριότερες εργασίες κατά τη νομοθεσία είναι :

- Û Κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών, περιηγήσεων, συνεδρίων μέσα και έξω από τη χώρα με ιδιόκτητα ή μισθωμένα μεταφορικά μέσα (χερσαία, θαλάσσια, αεροπορικά)
- Û Μεσολάβηση για διασφάλιση και ενοικίαση καταλύματος, διαμονή, σίτιση, αναψυχή, ψυχαγωγία κ μέσων διακίνησης.
- Û Μεσολάβηση για έκδοση διαβατηρίων και εισιτηρίων κάθε μεταφορικού μέσου.
- Û Διαμεσολάβηση για την οργάνωση πάσης φύσεως συνεδρίων.
- Û Μέριμνα για τη παραλαβή και μεταφορά των αποσκευών των πελατών.
- Û Παροχή πάσης φύσεως υπηρεσίας που έχει άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό. (Σωτηριάδης Μ. (2007), «Ταξιδιωτικά γραφεία» Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός)¹³

4.2 Crash test ΓΙΑ ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

-Ζημιόγνο το 22,2% των επιχειρήσεων. Ραγδαία επιδείνωση των οικονομικών επιδόσεων πολλών επιχειρήσεων.

-Τα 25 πιο κερδοφόρα ταξιδιωτικά γραφεία απορρόφησαν το 98% των συνολικών κερδών του κλάδου. Ο κλάδος οδηγείται σε ραγδαία ανακατανομή μεριδίων με τη συγκέντρωση δυνάμεων και το κλείσιμο ζημιόγνων επιχειρήσεων.

-Το internet καλπάζει στην τουριστική βιομηχανία. Αλματώδης ανάπτυξη και της κρουαζιέρας.

Καταστροφικές οι συνέπειες της κρίσης για τις εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα των αεροπορικών εισιτηρίων.

¹³ Σωτηριάδης Μ. - Φαρσάρη Ι. (2009), «Εναλλακτικές και Ειδικές μορφές Τουρισμού», Αθήνα, Εκδόσεις: Interbooks

Το 22,2% των μεγαλύτερων (βάσει τζίρου) ταξιδιωτικών και τουριστικών γραφείων της χώρας εμφάνισε ζημιές κατά την τελευταία δημοσιευμένη χρήση (2008). Το αποκαλυπτικό αυτό συμπέρασμα προκύπτει από μεγάλη πανελλαδική έρευνα της STAT BANK στα 203 μεγαλύτερα ταξιδιωτικά γραφεία της χώρας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, από τις 203 σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου, οι 157 παρουσίασαν κέρδη ενώ οι 45 εμφάνισαν ζημιές. Οι τεράστιες αλλαγές που συντελούνται στη διεθνή τουριστική βιομηχανία σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση επηρεάζει τον τουριστικό κλάδο, που μετράει ήδη σημαντικές απώλειες.

Ειδικότερα, από το δείγμα της έρευνας της STAT BANK:

Ενώ στην χρήση του 2007 οι εταιρίες που είχαν εμφανίσει βελτίωση των οικονομικών τους επιδόσεων ήταν 120 και οι εταιρίες που είχαν παρουσιάσει επιδείνωση των επιδόσεών τους ήταν 80, στη χρήση του 2008 η εικόνα είναι αντίστροφη:

-Μόλις 83 εταιρίες εμφάνισαν σχετική ή απόλυτη βελτίωση των οικονομικών τους επιδόσεων. Συγκεκριμένα, 22 εταιρείες μετέτρεψαν τις ζημιές σε κέρδη, 51 παρουσίασαν αύξηση κερδών και 10 είχαν μείωση ζημιών, 119 επιχειρήσεις παρουσίασαν σχετική ή απόλυτη επιδείνωση των οικονομικών τους αποτελεσμάτων. Ειδικότερα, 84 εμφάνισαν μείωση κερδών, 20 μετέτρεψαν την κερδοφορία σε ζημιογόνο δράση και 15 παρουσίασαν αύξηση ζημιών.

Συνολικά, το 2008 οι 203 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου εμφάνισαν μέση αύξηση του κύκλου εργασιών τους περίπου κατά 8,8% (έναντι αύξησης 12% το 2007), για να φτάσουν το 1,16 δισεκατομμύρια ευρώ.

Αντιστοίχως, το 2008 η συνολική κερδοφορία των «203» μειώθηκε κατά 20% για να διαμορφωθεί στο επίπεδο των 23 εκατομμυρίων ευρώ. Αποκαλυπτικό της επιδείνωσης της πορείας των οικονομικών αποτελεσμάτων των ταξιδιωτικών γραφείων είναι το γεγονός ότι ένα χρόνο πριν – το 2007 – η συνολική κερδοφορία των 203 «έτρεχε» με ρυθμό αύξησης 20% έχοντα διαμορφωθεί στο επίπεδο των 28 εκατομμυρίων ευρώ.

Η σχέση ιδίων προς ξένα κεφάλαια - όπως άλλωστε συνέβη το 2006 και το 2007 - συνέχισε την πορεία επιδείνωσης και κατά το 2008. Έτσι, ενώ τα συνολικά ίδια κεφάλαια αυξήθηκαν κατά 12,2% οι συνολικές τους υποχρεώσεις αυξήθηκαν κατά 14,3%. Το ιδιαίτερα ενδιαφέρον είναι ότι ενώ τα συνολικά ίδια κεφάλαια ήταν

περίπου 138 εκατομμύρια ευρώ, οι συνολικές υποχρεώσεις εκτινάχθηκαν στα 551 εκατομμύρια ευρώ, μία σχέση ιδίων προς ξένα κεφάλαια προβληματική.

Ας επιχειρήσουμε, όμως, να «φωτογραφήσουμε» την πορεία ορισμένων εκ των πλέον κερδοφόρων και αντιστοίχως των πλέον ζημιωγόνων επιχειρήσεων του κλάδου. Μεταξύ των πλέον κερδοφόρων ταξιδιωτικών γραφείων και οργανισμών συμπεριλαμβάνονται οι: **TUI Hellas, Μάνεσσης Ανδρέας, Siva Travel AE, Βουκουβαλίδης AE (V Tours), Β. Σακελλάρης AE (TourGreece), Ακτίνα AE, Griffin Travel Marine, GS Travel AE, Le Grand Travel Bureau AE, Ελλάς Τουριστικές Υπηρεσίες AE, Αμφιτρύων, Aktina International, Goldair Γκολέμης, AFEA Travel & Tourism AE, RCI Hellas, Ελληνο-Δανική Τουριστική (Esser Travel), Altair Ταξιδιωτικοί Πράκτορες και Kronos Holidays.**

Αντιθέτως μεταξύ αυτών που εμφάνισαν τις μεγαλύτερες ζημιές είναι και τα γραφεία: **Kreta AE, Youtravel.com, Παλλάς Μανώλης AE, Rodos Tours Traveland Κρήτη AE, Γενιατάκης M. AE, Attica Premium, AE Ζορπίδης AE, Summerland Travel Αφοί Βλατάκη και Monogram Travel.**

4.3 ΕΡΕΥΝΑ: ΠΩΣ ΑΠΑΝΤΟΥΝ ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.

Όλα γύρω μας αλλάζουν. Οι καινούργιες συνθήκες, κυρίως, οικονομικές, δημιουργούν νέες ανάγκες, νέες απαιτήσεις, νέες προτάσεις που με την σειρά τους δημιουργούν νέες εμπειρίες. Η οικονομική κρίση είναι ένα είδος «εμποδίου». Τα εμπόδια όμως, όσοι ξέρουν να ταξιδεύουν είτε τα προσπερνούν, είτε βρίσκουν εναλλακτικούς δρόμους. Η συντακτική ομάδα του travelstyle.gr και του ICONS Travellers πραγματοποίησε μια μεγάλη έρευνα, έτσι ώστε να καταλήξει σε συμπεράσματα σχετικά με το πώς αντιμετωπίζουν τα ταξιδιωτικά πρακτορεία την κρίση και κατ' επέκταση πως οι ταξιδιώτες θα ανταποκριθούν σε αυτές τις αλλαγές. Ο προορισμός παραμένει πάντα ένας: το Ταξίδι. Συνοδοιπόροι μας, οι experts της ταξιδιωτικής βιομηχανίας.

**Ο Δημήτρης Τσέλιος, Marketing Manager του
KAVALIERO VIAJES:**

Οι κοινές ερωτήσεις που θέσαμε σε όλους:

1. Τι έχετε κάνει -συγκεκριμένες ενέργειες- για να προσφέρετε πιο ελκυστικά πακέτα στους πελάτες σας (τρόπους κι ευκολίες αποπληρωμής έως έξυπνες πρακτικές, εξασφάλιση μειωμένων ναύλων κ.λπ.);

2. Σε ποιους προορισμούς θεωρήσατε experts και τι είναι αυτό που σας κάνει ανταγωνιστικούς σε σχέση με άλλα πρακτορεία (ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, προαιρετικές εκδρομές, ξεναγοί κ.ά.);

3. Κατά πόσον έχετε αλλάξει τον τρόπο προσέγγισης προορισμών (επιλέγετε πιο εμπορικούς ή λιγότερο γνωστούς, αλλά πιο οικονομικούς, έχετε «προσαρμόσει» τα πακέτα σας ανάλογα με την Κρίση);

4. Ποιοι είναι οι top προορισμοί που ζητεί τον τελευταίο χρόνο ο κόσμος; κόσμος;

1. Δώσαμε για πρώτη φορά στην ελληνική αγορά μέσω τηλεοπτικού σταθμού το δικαίωμα του book 2 pay 1. Δηλαδή συγκεκριμένος αριθμός καταναλωτών έχει το δικαίωμα να κλείσει ένα πακέτο για δύο άτομα και να πληρώσει ο ένας.

2. Οι προορισμοί που το **KAVALIERO VIAJES** θεωρείται expert όχι μόνο για την ελληνική αγορά είναι η Ισπανία, Πορτογαλία, Κύπρος, Αργεντινή και Μεξικό. Αυτό που μας κάνει ανταγωνιστικούς είναι η εξειδίκευση και η βαθιά γνώση των προορισμών με αποτέλεσμα να επιτυγχάνουμε πολύ «δυνατές» προσφορές.

3. Η κρίση απαιτεί επώνυμους προορισμούς σε όσο το δυνατό χαμηλότερες τιμές. Νέοι προορισμοί απαιτούν μεγάλα ποσά διαφήμισης και υψηλή τιμολογιακή πολιτική στον καταναλωτή με αποτέλεσμα να μην είναι εμπορικοί.

4. Βαρκελώνη, Παρίσι, Πράγα, Βερολίνο, Νέα Υόρκη και Λατινική Αμερική.

Οι κοινές ερωτήσεις που θέσαμε σε όλους:

1. Τι έχετε κάνει -συγκεκριμένες ενέργειες- για να προσφέρετε πιο ελκυστικά πακέτα στους πελάτες σας (τρόπους κι ευκολίες αποπληρωμής έως έξυπνες πρακτικές, εξασφάλιση μειωμένων ναύλων κ.λπ.);

2. Σε ποιους προορισμούς θεωρήσατε experts και τι είναι αυτό που σας κάνει ανταγωνιστικούς σε σχέση με άλλα πρακτορεία (ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, προαιρετικές εκδρομές, ξεναγοί κ.ά.);

3. Κατά πόσον έχετε αλλάξει τον τρόπο προσέγγισης προορισμών (επιλέγετε πιο εμπορικούς ή λιγότερο γνωστούς, αλλά πιο οικονομικούς, έχετε «προσαρμόσει» τα πακέτα σας ανάλογα με την Κρίση);

4. Ποιοι είναι οι top προορισμοί που ζητεί τον τελευταίο χρόνο ο κόσμος;

Ο Νάσος Τρέντζος, Marketing Director της [Heronia Travel S.A](#)

1. Έχοντας αφουγκραστεί την αγορά, αλλά και τις ανάγκες των Ελλήνων ταξιδιωτών, επενδύσαμε από την πλευρά μας στην Τρίτη ηλικία δίνοντας έτσι την δυνατότητα σε αυτή την κοινωνική ομάδα να πραγματοποιεί με πολλή μεγάλη επιτυχία σε εβδομαδιαία βάση, ταξίδια στην Ευρώπη διάρκειας από 5 έως 7 ημέρες αφενός μεν οικονομικότατα, αφετέρου δε με ποιότητα και πολύ καλές παροχές υπηρεσιών. Όπως για παράδειγμα (ξενοδοχεία 4* ημικεντρικά, ημιδιατροφή, ξεναγήσεις) και όλα αυτά σε ένα κόστος-συμπεριλαμβανομένων των φόρων αεροδρομίων- που κυμαίνονται κάτω των 600. Αυτά τα πακέτα είναι τα λεγόμενα "**GOLDEN YEARS**", τα οποία είναι πολύ ελκυστικά δεδομένης της υπεραξίας του προϊόντος που προσφέρουμε σε σχέση με τη δαπάνη που καλείται ο ταξιδιώτης να κάνει. Από την άλλη πλευρά τα Υπερατλαντικά ταξίδια που κάποτε φάνταζαν απλησίαστα, φαίνεται ότι υπάρχει ακόμη ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Παρατηρούμε ότι η συμμετοχή είναι μεγάλη, μιας και από τη δική μας πλευρά έχουν σχεδιαστεί με πολλή μεγάλη προσοχή. Οι τιμές τους μάλιστα είναι τόσο ελκυστικές και δελεαστικές που πολλές φορές ο κόσμος αναρωτιέται γιατί τόσο καιρό δεν πραγματοποιούσε ένα τέτοιο ταξίδι. Για παράδειγμα, πολλά ταξίδια άνω των 12 ημερών, έχουν αναπροσαρμοστεί σε 9 έως 12 ημέρες σε ουσιαστικές επισκέψεις και μέρη με αποτέλεσμα τα κόστη να κυμαίνονται από 900 μέχρι 1.350 και βέβαια οι εμπειρίες που αποκτά κανείς από ένα τέτοιο ταξίδι δεν συγκρίνονται με τίποτα άλλο.

2. Η **HERONIA** ήταν και είναι η πρώτη εταιρεία που από το 1981 «άνοιξε» το δρόμο στην Ελληνική αγορά σχεδιάζοντας για την εποχή πρωτοποριακά ταξίδια στην Άπω Ανατολή και την Νοτιοανατολική Ασία. Έτσι λοιπόν οι πελάτες μας δικαίως μας κατέταξαν στην πρώτη θέση, και βραβευτήκαμε από Οργανισμούς και Αεροπορικές εταιρείες με τιμητικές διακρίσεις ως ο μεγαλύτερος Tour Operator σε διακίνηση επιβατών σε αυτές τις περιοχές. Η Κεντρική Ευρώπη θεωρείται μια γεωγραφική ενότητα που την δουλεύουμε πολύ και μας έχουν εμπιστευθεί χιλιάδες ταξιδιώτες. Στους ανωτέρω προορισμούς, θεωρούμε ότι κατέχουμε δεσπόζουσα θέση στην αγορά, συγκριτικά με τους συναδέλφους μας, μιας και έχουμε συνεχή παρουσία, πολύχρονη εμπειρία (άνω των 25 ετών), άριστα ξενοδοχεία, έμπειρους αρχηγούς/συνοδούς, άριστο service. Απόδειξη αποτελεί πως η **HERONIA TRAVEL** εντάχθηκε στις "Strongest Companies in Greece" της Icap Group, ως μια από τις πιο ισχυρές εταιρείες στην Ελλάδα, έτοιμη να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις των καιρών και επιβεβαιώνοντας ότι η πιστοληπτική ικανότητά της είναι πραγματικά υψηλή. Οι "Strongest Companies in Greece" είναι οι επιχειρήσεις που κατατάσσονται στις ισχυρότερες ζώνες πιστοληπτικής διαβάθμισης (credit ratings) της Icap Group.

3. Γνωρίζετε πολύ καλά, ότι σε όλο τον κόσμο υπάρχει η υψηλή περίοδος αλλά και η χαμηλή. Δηλαδή η εποχικότητα. Και για να γίνω πιο σαφής. Η επιλογή των κλασικών προορισμών με τα αντίστοιχα ταξίδια, τα οποία προωθούμε και εκτελούμε, γίνεται ανάλογα την εποχικότητα, ούτως ώστε οι τιμές να είναι ιδιαίτερα ελκυστικές αλλά και προσιτές για όλα τα βαλάντια, προκειμένου να συμβάλουμε στην θετική απόφαση του υποψηφίου ταξιδιώτη, προς όφελός του πάντα.

4. Οι προορισμοί που ζητούν οι υποψήφιοι ταξιδιώτες ποικίλλουν αναλόγως της χρονικής περιόδου. Θα αναφερθώ κυρίως στην Κεντρική Ευρώπη, αλλά και το Παρίσι, το Λονδίνο, την Ισπανία. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον δείχνουν στην Άπω Ανατολή, την Ινδοκίνα, την Ινδία και την Αφρική.

Η Ελίνα Αργύρη από το Τμήμα Marketing του ταξιδιωτικού γραφείο **Mid East Travel & Tourism LTD :**

Οι κοινές ερωτήσεις που θέσαμε σε όλους:

1. Τι έχετε κάνει -συγκεκριμένες ενέργειες- για να προσφέρετε πιο ελκυστικά πακέτα στους πελάτες σας (τρόπους κι ευκολίες αποπληρωμής έως έξυπνες πρακτικές, εξασφάλιση μειωμένων ναύλων κ.λπ.);

2. Σε ποιους προορισμούς θεωρήστε experts και τι είναι αυτό που σας κάνει ανταγωνιστικούς σε σχέση με άλλα πρακτορεία (ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, προαιρετικές εκδρομές, ξεναγοί κ.ά.);

3. Κατά πόσον έχετε αλλάξει τον τρόπο προσέγγισης προορισμών (επιλέγετε πιο εμπορικούς ή λιγότερο γνωστούς, αλλά πιο οικονομικούς, έχετε «προσαρμόσει» τα πακέτα σας ανάλογα με την Κρίση);

4. Ποιοι είναι οι top προορισμοί που ζητεί τον τελευταίο χρόνο ο κόσμος;

1. Η **MidEast** ενδιαφέρεται για τον άνθρωπο - ταξιδιώτη και αυτό το αποδεικνύει έμπρακτα όλα αυτά τα χρόνια. Τα ταξίδια είναι θησαυρός για τον κάθε άνθρωπο γι' αυτό δεν πρέπει να θεωρούνται ως αγαθά πολυτελείας αλλά ανάγκης - με την ευρεία έννοια του όρου. Για το λόγο αυτό στη **MidEast** προσπαθούμε να προσφέρουμε εναλλακτικές ταξιδιών όσο πιο προσιτές γίνεται στους πελάτες μας που θέλουν να δοκιμάζουν το διαφορετικό, να γεμίζουν εμπειρίες και γνώση από τα μέρη που επισκέπτονται και από την επαφή τους με νέους ανθρώπους, νοοτροπίες και πιστεύω. Με τιμές που ξεκινούν από ?19 η απόδραση που ονειρεύεται ο καθένας μπορεί να γίνει εφικτή. Και για προορισμούς του εξωτερικού, κάθε τόσο ανακοινώνουμε πολύ καλές προσφορές τις οποίες καταφέρνουμε μέσα από την εμπειρία μας και τη μακροχρόνια συνεργασία μας με πράκτορες σε όλο τον κόσμο. Κάθε προσφορά που βγάζουμε, επικοινωνείται μέσα από το Newsletter μας ώστε οι πελάτες μας να είναι σε θέση να προχωρήσουν άμεσα σε κράτηση θέσης εφόσον το επιθυμούν! Εξάλλου σήμερα παρατηρείται το φαινόμενο «ταξιδεύω όταν βρω τις καλύτερες τιμές» σε αντίθεση με το παλιότερο «σχεδιάζω να ταξιδέψω αυτές τις ημερομηνίες»!

2. Η εξειδίκευση της **MidEast** είναι - όπως λέει και το όνομά της - η Μέση Ανατολή και η περιοχή της Βόρειας Αφρικής. Η εμπειρία μας όμως, των 28 χρόνων στον ταξιδιωτικό κλάδο, μας έχει χαρίσει πρωτιές σε κρατήσεις

και για τις υπόλοιπες περιοχές του κόσμου (Απω Ανατολή, Ευρώπη και Αμερική). Η συγκεκριμένη εξειδίκευσή μας πηγάζει από την ίδια τη Συριακή καταγωγή της κυρίας Μούσπε (ιδιοκτήτριας του γραφείου) σε συνδυασμό με το ότι μεγάλωσε στον όμορφο Λίβανο. Επιπλέον, 10 από τα 43 άτομα που αποτελούν το προσωπικό της **MidEast** ομιλούν αραβικά, γλώσσα γεμάτη ιδιώματα, η γνώση της οποίας, και μόνο, αμέσως δημιουργεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα υπέρ της **MidEast**! Η οικογένεια της MidEast είναι πασίγνωστη στους Αραβικούς κύκλους, με αποτέλεσμα να πετυχαίνουμε τις καλύτερες τιμές αλλά και να είμαστε σε θέση να ικανοποιήσουμε και την πιο ιδιαίτερη ανάγκη του κάθε πελάτη μας ξεχωριστά!

3. Στη **MidEast** προσπαθούμε πάντα να ακολουθούμε τη ζήτηση των πελατών ανά περίοδο. Για παράδειγμα, σε πιο δύσκολες, οικονομικά, περιόδους ο κόσμος επιλέγει πιο προσιτούς προορισμούς (Πράγα, Βουδαπέστη, το Ντουμπρόβνικ της Κροατίας, το Μπάνσκο της Βουλγαρίας κλπ), οπότε είναι σίγουρο ότι τα συγκεκριμένα πακέτα δε θα λείπουν από τη λίστα μας. Ακόμα, εξυπακούεται ότι συνεχώς προσπαθούμε να πετυχαίνουμε όσο πιο καλές τιμές γίνεται και να παρέχουμε διαρκή ενημέρωση στους πελάτες μας για ισχύουσες προσφορές στην Ελλάδα και τον κόσμο στοχεύοντας στον καλύτερο οικονομικό προγραμματισμό τους. Πάντως είναι πολιτική μας να μη δεχόμαστε και να μην προσφέρουμε καμία έκπτωση στην τιμή εάν δεν εξασφαλίζεται η ποιότητα υπηρεσιών κι εξυπηρέτησης για την οποία είμαστε γνωστοί στην αγορά.

4. Συρία, Ιορδανία, Λίβανος, Πράγα, Μπάνσκο, Παρίσι, Βαρκελώνη, Κροατία, Μαλδίβες, Ταϊλάνδη, Ντουμπάι, Νέα Υόρκη, Ινδία, Νεπάλ και πολλή Ελλάδα!

Οι κοινές ερωτήσεις που θέσαμε σε όλους:

1. Τι έχετε κάνει -συγκεκριμένες ενέργειες- για να προσφέρετε πιο ελκυστικά πακέτα στους πελάτες σας (τρόπους κι ευκολίες αποπληρωμής έως έξυπνες πρακτικές, εξασφάλιση μειωμένων ναύλων κ.λπ.);

2. Σε ποιους προορισμούς θεωρήστε experts και τι είναι αυτό που σας κάνει ανταγωνιστικούς σε σχέση με άλλα πρακτορεία (ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, προαιρετικές εκδρομές, ξεναγοί κ.ά.);

3. Κατά πόσον έχετε αλλάξει τον τρόπο προσέγγισης προορισμών (επιλέγετε πιο εμπορικούς ή λιγότερο γνωστούς, αλλά πιο οικονομικούς, έχετε «προσαρμόσει» τα πακέτα σας ανάλογα με την Κρίση);

4. Ποιοι είναι οι top προορισμοί που ζητεί τον τελευταίο χρόνο ο κόσμος;

Ο Παύλος Σωτηρίου, ιδιοκτήτης του [Famous Sotiriou Travel](#):

1. Το [Famous Sotiriou Travel](#) έχει τις χαμηλότερες και ανταγωνιστικότερες τιμές της αγοράς. Επιπροσθέτως, δίνουμε στον πελάτη τη δυνατότητα να εξοφλήσει το ταξίδι του με πιστωτική κάρτα σε 3 άτοκες δόσεις.

2. Οι 3 κυριότεροι προορισμοί είναι η Φινλανδία, η Κωνσταντινούπολη και η Κροατία. Σε σχέση με τα υπόλοιπα πρακτορεία αυτό που μας κάνει πιο ανταγωνιστικούς είναι οι χαμηλές τιμές σε συνδυασμό με την ποιότητα.

3. Τα τουριστικά πακέτα έχουν προσαρμοστεί ανάλογα με την κρίση γι'αυτό και επιλέξαμε και νέους προορισμούς όπως για παράδειγμα το Bodrum.

4. Οι top προορισμοί είναι η Φινλανδία, η Κωνσταντινούπολη και η Κροατία.

Οι κοινές ερωτήσεις που θέσαμε σε όλους:

1. Τι έχετε κάνει -συγκεκριμένες ενέργειες- για να προσφέρετε πιο ελκυστικά πακέτα στους πελάτες σας (τρόπους κι ευκολίες αποπληρωμής έως έξυπνες πρακτικές, εξασφάλιση μειωμένων ναύλων κ.λπ.);

2. Σε ποιους προορισμούς θεωρήσατε experts και τι είναι αυτό που σας κάνει ανταγωνιστικούς σε σχέση με άλλα πρακτορεία (ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, προαιρετικές εκδρομές, ξεναγοί κ.ά.);

3. Κατά πόσον έχετε αλλάξει τον τρόπο προσέγγισης προορισμών (επιλέγετε πιο εμπορικούς ή λιγότερο γνωστούς, αλλά πιο οικονομικούς, έχετε «προσαρμόσει» τα πακέτα σας ανάλογα με την Κρίση);

4. Ποιοι είναι οι top προορισμοί που ζητεί τον τελευταίο χρόνο ο κόσμος;

Ο Πήτερ Συμεωνίδης, Sales Manager του [Travelway Tourism & Shipping](#):

1. Οι εταιρείες που διοργανώνουν κρουαζιέρες μετά και από δικό μας αίτημα και προσαρμοζόμενες στην κρίση της εποχής έχουν πολλές προσφορές.

2. Είμαστε expert στις κρουαζιέρες και αυτό που μας κάνει ανταγωνιστικούς σε σχέση με άλλα πρακτορεία είναι αυτή η εξειδίκευση.

3. Δεν έχουμε την δυνατότητα αλλαγής προορισμών, αλλά οι εταιρείες έχουν προσαρμόσει τις τιμές τους ανάλογα με την κρίση.

4. Οι top προορισμοί για φέτος είναι οι: Δυτική Μεσόγειος, Βόρεια Ευρώπη (Νορβηγικά Φιόρντ και Πόλεις της Βαλτικής), Ντουμπάι - Αραβικά Εμιράτα.

Συμπεράσματα:

1. Οι ταξιδιώτες δεν σταμάτησαν τα ταξίδια, έγιναν πιο επιλεκτικοί, πιο οργανωτικοί.
2. Τα ταξιδιωτικά πρακτορεία «δημιουργούν» περισσότερο ανταγωνιστικά πακέτα ακόμα και σε μακρινούς και «exclusive» προορισμούς.
3. «Ανεβαίνουν» νέοι προορισμοί που μέχρι σήμερα θεωρούνταν εναλλακτικοί. Πχ τα Βαλκάνια και οι βορειοευρωπαϊκές πρωτεύουσες.
4. Οι ταξιδιώτες μειώνουν τον αριθμό των ταξιδιών τους, αλλά επιλέγουν πολυήμερα ταξίδια και σε πιο μακρινούς προορισμούς (Άπω Ανατολή, Ινδία, Αφρική, Αμερική)
5. Πλέον τα ταξίδια οργανώνονται με βάση τις καλύτερες τιμές και όχι με βάση τις ημερομηνίες που βολεύουν. Η νέα τάση είναι «οι ημερομηνίες που συμφέρουν».
6. Τα ταξιδιωτικά πρακτορεία απαντούν με εξειδίκευση. Αυτό τους επιτρέπει να εντρυφούν σε προορισμούς, να αποκτούν διασυνδέσεις και αυτό με τη σειρά του, τους επιτρέπει να «εξασφαλίσουν» καλύτερες τιμές.
7. Δημιουργία σταθερής σχέσης μεταξύ ταξιδιωτών-πρακτορειών . Η σχέση αυτή «χτίζεται» με επιπλέον προσφορές και επιπλέον προνόμια σε μελλοντικά ταξίδια.
8. Τέλος, ευκολίες και ελιγμοί στη εξόφληση (π.χ. δόσεις)

4.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΠΟΥ ΣΤΗ ΚΡΙΣΗ ΑΠΑΝΤΟΥΝ ΜΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Μπορεί το 2011 να ήταν μακράν η χειρότερη χρόνια για τα τουριστικά γραφεία πολλά από τα οποία έκλεισαν ωστόσο κάποια άλλα απαντούν στην κρίση με ανάπτυξη και επενδύσεις.

1. Ο τουριστικός Οργανισμός **Zorπίδη** δημιούργησε γραφείο στην Κωνσταντινούπολη, ενώ πρόσθεσε δυο ακόμη γραφεία στην αλυσίδα του στην Ελλάδα, στα Χάνια και στην Επτάλοφο Θεσσαλονίκης.
2. Το γραφείο της Θεσσαλονίκης **Crazy Holidays** δημιούργησε γραφείο στην πρωτεύουσα της Αλβανίας τα Τίρανα, το οποίο θα δραστηριοποιείται σε όλες τις τουριστικές εργασίες καθώς και στον πώληση τουριστικών πακέτων προς την Ελλάδα και ιδιαίτερα την Χαλκιδική.
3. Ο τουριστικός Οργανισμός **Manessis** δημιούργησε γραφείο στην Κηφισιά στη Λεωφόρο Κηφισίας 263.
4. Ο μεγάλος τουριστικός οργανισμός της Κρήτης **El Greco** που εδρεύει στα Χανιά δημιούργησε γραφείο και στον Πειραιά. Βρίσκεται στην οδό Π. Βλαχάκου 34 & Σαλαμίνας
5. Το τουριστικό γραφείο της Θεσσαλονίκης **Klima Holidays** δημιούργησε γραφείο και στην Αθήνα στην οδό Δωδεκανήσου 18, στον Άλιμο. Το **Klima Holidays** ειδικεύεται εδώ και χρόνια στα χιονοδρομικά κέντρα της Βουλγαρίας (Μπάνσκο, Μπόροβets κλπ) ενώ ασχολείται ιδιαίτερα και με εκδρομές στην πανέμορφη Σλοβενία.

4.5 ΣΤΟΧΟΙ-ΕΠΙΔΙΩΞΕΙΣ

Οι στόχοι για τα τουριστικά γραφεία ήταν και θα είναι πάντοτε:

- Η προσαρμογή της νομοθεσίας στις συνθήκες της σύγχρονης αγοράς αλλά και της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας.
- Η απλοποίησή της προς όφελος του κλάδου προκειμένου μέσω αυτής και ο τελευταίος να μπορεί ν' ανταπεξέλθει στο ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον.

- Η προστασία των τουριστικών γραφείων που λειτουργούν νόμιμα έναντι των παρανόμων προς όφελος των ίδιων αλλά και του τουρίστα-καταναλωτή.

Στα πλαίσια αυτά, αυτή τη χρονιά επέφερε νέες απλουστεύσεις στην ίδρυση και λειτουργία των τουριστικών γραφείων. Πιο αναλυτικά:

✓ **Διαδικασία ίδρυσης:**

- Αναγγελία από τον ενδιαφερόμενο στον ΕΟΤ, στα ΚΕΠ, ή ηλεκτρονική αίτηση στην αρμόδια διοικητική αρχή.
- Έλεγχος των υποβληθέντων δικαιολογητικών εντός 15 ημερών από την ημερομηνία υποβολής όλων των νόμιμων δικαιολογητικών.

✓ **Για το ειδικό σήμα:**

- Καταργείται η υποχρέωση ύπαρξης ελάχιστου εμβαδού για γραφειακή εγκατάσταση, καθώς και η απαγόρευση της συστέγασης με άλλες επιχειρήσεις.
- Καταργείται το παράβολο υπέρ ΤΑΥΤΕΚΩ
- Η εγγυητική επιστολή ορίζεται στο ύψος των 5.000 € για όλα τα τουριστικά γραφεία ανεξαρτήτως έδρας.

Επιπλέον ο ΗΑΤΤΑ προσπαθεί να προωθήσει και κάποιες άλλες νομοθετικές ρυθμίσεις στα πλαίσια αναχρόνισης του τουριστικού τομέα:

- Πιστοποίηση τουριστικών γραφείων για να εξασφαλισθεί η εποπτεία για τη τήρηση της νομοθεσίας σχετικά με τη προστασία του τουρίστα-καταναλωτή
- Επανεξέταση διατάξεων που υιοθετήθηκαν το προηγούμενο διάστημα και δημιουργούν προβλήματα (πχ. Ηλεκτρονικά γραφεία, αλιευτικός τουρισμός)
- Πλήρης αναμόρφωση και διοργάνωση των σχολών ξεναγών
- Επιδότηση νέων θέσεων εργασίας μέσω ΕΣΠΑ

- Νέο σύστημα ωραρίου και έκδοσης εισιτηρίων σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους
- Επαναφορά του προγράμματος κοινωνικού τουρισμού
- Επιδότηση τουριστικών λεωφορείων
- Μείωση ΦΠΑ
- Οργάνωση σχολικών εκδρομών, φοιτητικών, Κ.Α.Π.Η., εκκλησιαστικών, συνεδρίων και όλων των λοιπών εκδρομών από τα νόμιμα εξουσιοδοτημένα τουριστικά γραφεία.



4.6 ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ TRAVEL PLAN(Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΙ Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ)

Travel Plan

Το Travel Plan, ένας από τους πιο σύγχρονους Ταξιδιωτικούς Οργανισμούς στην Ελλάδα, ιδρύθηκε το 1981 από τον Δημοσιογραφικό Οργανισμό Λαμπράκη Α.Ε. (Δ.Ο.Λ.), το μεγαλύτερο επιχειρησιακό όμιλο Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Τον Οκτώβριο του 2000, αποσχίστηκε από τον Δ.Ο.Λ. (παραμένοντας συμφερόντων ΔΟΛ) και πλέον με την ονομασία EUROSTAR Ανώνυμη Τουριστική, Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία, είναι η εταιρεία που ασκεί τις τουριστικές κυρίως δραστηριότητες του ΔΟΛ και χρησιμοποιεί το εμπορικό σήμα TRAVEL PLAN. Η EUROSTAR Α.Τ.Ε.Β.Ε εξαγόρασε το 2001 την TRIAENA TRAVEL - ΣΤΑΥΡΟΣ ΛΑΓΑΣ Α.Ε., μία ταξιδιωτική εταιρία με ιστορία 41 ετών, εξειδικευμένη στα επιχειρηματικά ταξίδια, κατέχοντας σήμερα το 100% αυτής. Διαθέτει γραφεία 1.700 τ.μ. στο κέντρο της Αθήνας, ένα 140μελές, πολύγλωσσο, ειδικευμένο προσωπικό και ένα πλήρες ηλεκτρονικό δίκτυο, το SAP/R3, που εφαρμόζουν παγκοσμίως οι μεγαλύτερες πολυεθνικές εταιρείες. Επίσης διαθέτει 13 υποκαταστήματα εξυπηρέτησης ταξιδιωτών, στην Αθήνα, στα Ιλίσια, στη Γλυφάδα, στην Κηφισιά, στο Μαρούσι, στο Περιστερί, στη Θεσσαλονίκη, δυο στο Ηράκλειο Κρήτης και ένα στον Αγ.Νικόλαο Κρήτης.

Η EUROSTAR A.T.E.B.E. είναι μέλος των Ελληνικών και Διεθνών Οργανισμών: IATA, ASTA, HATTA, SETE, HAPCO, EFAPCO και διαθέτει πλήρη, υπερσύγχρονο ηλεκτρονικό εξοπλισμό, συνδεδεμένο με τα διεθνή δίκτυα κράτησης πολλαπλών υπηρεσιών AMADEUS και GALILEO. Επίσης είναι πιστοποιημένη με ISO 9001: 2000 από τον οργανισμό Lloyd's Register Quality Assurance. Παράλληλα, το Travel Plan καλύπτει όλες τις υπηρεσίες σχετικά με αθλητικά γεγονότα. Δραστηριοποιείται στον Ελληνικό & Διεθνή αθλητικό χώρο διαθέτοντας ταξιδιωτικά πακέτα για Formula 1, Mundobasket, Moto GP κ.α. Είναι Αποκλειστικός Ταξιδιωτικός Συνεργάτης της ΕΠΟ και άλλων αθλητικών ομάδων. Χιλιάδες ταξιδιώτες και υψηλά διοικητικά στελέχη διαλέγουν τη EUROSTAR, γιατί είναι σίγουροι ότι θα έχουν άμεση εξυπηρέτηση, χρονοδιαγράμματα προσαρμοσμένα στις ατομικές ανάγκες, ευελιξία και δημιουργικότητα στην εύρεση λύσεων, ανταγωνιστικές τιμές και την ποιότητα των υπηρεσιών σε συνδυασμό με υψηλές προδιαγραφές για την επιλογή των προμηθευτών, των συνεργαζόμενων ξενοδοχείων, των εταιριών μεταφορών, τα εστιατόρια και άλλα.

Οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες του Travel Plan καλύπτουν:



- Μεμονωμένες εκδόσεις αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων
- Ομαδικά και ατομικά πακέτα για Ελλάδα και Εξωτερικό
- Οδικές εκδρομές
- Μεμονωμένες διαμονές σε ξενοδοχεία επιλογής του πελάτη
- Κρουαζιέρες
- Ενοικιάσεις αυτοκινήτων
- Ταξίδια αναψυχής
- Ταξίδια κινήτρων (incentives)
- Αθλητικά ταξίδια

Έχει συνεργαστεί με τις μεγαλύτερες εταιρείες όπως:

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| • ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ (implant) | • VODAFONE-PANAFONE SA |
| • INTRASOFT INTERNATIONAL | • GLOBAL MEDIA |
| • INTRACOM HOLDINGS | • ASHLEY & HOLMES |
| • INTRACAT AE | • EUROCONSULTANTS |
| • UNISYSTEMS | • EFG EUROBANK |
| • ΟΙΚΟΥΜΕΝΙΚΟ ΠΑΤΡΙΑΡΧΕΙΟ | • TAXYΔΡΟΜΙΚΟ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟ |
| • ΕΛΛΗΝΟ-ΑΡΑΒΙΚΟ | • ΟΜΙΛΟΣ CARREFOUR |
| ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ | |
| ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ (implant) | |

Αποκλειστικότητες:

Επίσημος ταξιδιωτικός συνεργάτης της Εθνικής Ομάδας Ποδοσφαίρου

Το Travel Plan αποτελεί μέλος Των Ελληνικών και Διεθνών Οργανισμών: IATA, ASTA, HATTA, SETE, HAPCO, EFAPCO και διαθέτει πλήρη, υπερσύγχρονο ηλεκτρονικό εξοπλισμό, συνδεδεμένο με τα διεθνή δίκτυα κράτησης πολλαπλών υπηρεσιών AMADEUS και GALILEO.



Κορυφαίος Ταξιδιωτικός Οργανισμός με τις ακόλουθες διακρίσεις:



- πιστοποίηση ISO 9001: 2008 από τους Lloyd's Register Quality Assurance
- βραβείο Superbrand ως κορυφαία επωνυμία της Ελληνικής αγοράς.
- βραβείο από τα Leading Hotels of the World ως ο καλύτερος ταξιδιωτικός οργανισμός σε πωλήσεις ομαδικών ταξιδίων

Επιλεγμένοι ταξιδιωτικός πράκτορας στην Ελλάδα των: CLUB MED, PRINCESS CRUISES, CUNARD LINES, SILVERSEA CRUISES, SEABOURN CRUISES, SEA CLOUD CRUISES

Αντιπρόσωπος πωλήσεων των: REGENT SEVEN SEAS CRUISES και DISNEY CRUISE LINE

Brand Names της εταιρείας travel plan:



AFFILIATE PROGRAM by Travel Plan

Το Travel Plan, ως γνώστης και καινοτόμος στο χώρο της τουριστικής βιομηχανίας, σχεδίασε και προωθεί στην ελληνική αγορά το νέο του πρόγραμμα συνεργασίας “AFFILIATE PROGRAM”. Πρόκειται για ένα μοντέλο επιχειρηματικής ανάπτυξης που δίνει τη δυνατότητα σε μεσαίες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις να αναπτυχθούν περαιτέρω μέσα από την εγγύηση της κορυφαίας επωνυμίας του Travel Plan.

Με την ένταξη στο πρόγραμμα το Travel Plan παρέχει τα δικαιώματα στον επιλεγμένο Affiliate Partner να χρησιμοποιεί το όνομα και την τεχνογνωσία του και να προσφέρει στην εκάστοτε επιλεγμένη τοπική κοινωνία που απευθύνεται τα υψηλής ποιότητας προϊόντα και υπηρεσίες του.

Σε μια δύσκολη χρονική συγκυρία το “AFFILIATE PROGRAM” αποτελεί ένα εργαλείο υποστήριξης και ενδυνάμωσης, το οποίο θωρακίζει τους Affiliate Partners απέναντι στις αντιξοότητες της σύγχρονης αγοράς. Η προστασία που παρέχει πηγάζει από την ένταξη υπό την ομπρέλα του ονόματος του Travel Plan, της κορυφαίας ταξιδιωτικής επωνυμίας, αναγνωρισμένης μέσα από πλήθος διακρίσεων και με τη δεδομένη εμπιστοσύνη του καταναλωτή.

Διευθυντής της εταιρείας είναι ο Γεώργιος Δασκαλάκης, ο οποίος γεννήθηκε στις 12 Ιουλίου 1975 στο Ηράκλειο Κρήτης. Σπούδασε Διοίκηση Ξενοδοχειακών και Τουριστικών Επιχειρήσεων στην Ανώτερη Σχολή Τουριστικής Εκπαίδευσης Ρόδου ενώ το 1998 αποφοίτησε από το Ινστιτούτο Goethe της Βρέμης όπου ολοκλήρωσε τις σπουδές του στη Διοίκηση Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων. Η ενασχόληση του με τα δύο ξενοδοχειακά συγκροτήματα της οικογένειάς του στην Κρήτη διεύρυνε ακόμα περισσότερο τις γνώσεις του στο κομμάτι αυτό, ενώ το 2004 εγκαταστάθηκε στην Αθήνα επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον του στον ευρύτερο τομέα της τουριστικής βιομηχανίας. Αρχικά, ίδρυσε την Express Holidays το 2004, η οποία του ανήκει 100%, με στόχο την εξυπηρέτηση μεγάλων εταιρικών πελατών και την διοργάνωση σημαντικών αθλητικών εκδηλώσεων. Τον Δεκέμβριο του 2007 η Εταιρεία προχώρησε σε εξαγορά του συνόλου του δικτύου καταστημάτων της

Carrefour Travel από τον όμιλο CARREFOUR-MAPINOΠΟΥΛΟΣ. Το 2009, η Express Holidays, προχώρησε σε εξαγορά του 85% της Εταιρίας Eurostar ΑΕ, θυγατρικής του Δημοσιογραφικού Οργανισμού Λαμπράκη, που διαχειρίζεται το πρακτορείο τουρισμού Travel Plan. Από το 2004 ο Γεώργιος Δασκαλάκης κατέχει την θέση του Προέδρου και Διευθύνοντα Συμβούλου του Ομίλου Eurostar.

Η πορεία του travel plan στο χρόνο:

1. Συνεργασία Travel Plan και Amadeus Hellas

Την έναρξη της συνεργασίας τους, η οποία ισχύει από την 1η Ιανουαρίου 2007 εγκαινίασαν επίσημα η Amadeus Hellas και ο ταξιδιωτικός οργανισμός Travel Plan, με εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε σε κεντρικό ξενοδοχείο της Αθήνας με την συμμετοχή στελεχών των δύο εταιριών.

Η Amadeus Hellas παρέχει στο Travel Plan ένα ολοκληρωμένο φάσμα υπηρεσιών και τεχνολογικών λύσεων που καλύπτουν τις πολύπλευρες ανάγκες του ταξιδιωτικού οργανισμού. Η συνεργασία των δύο εταιριών καλύπτει επίσης την ενδελεχή έρευνα μελλοντικών IT λύσεων, που θα χρειαστεί να υιοθετήσει ο ταξιδιωτικός οργανισμός Travel Plan για την επίτευξη των επιχειρηματικών του στόχων.

- Help Desk & Customer Support υπηρεσίες
- Technical & IT υπηρεσίες
- Account management
- Συμβουλευτικές υπηρεσίες

Η μετάβαση στο σύστημα Amadeus οργανώθηκε και πραγματοποιήθηκε με απόλυτη επιτυχία από την έμπειρη και εξειδικευμένη ομάδα της Amadeus Hellas και έκτοτε ο ταξιδιωτικός οργανισμός Travel Plan λειτουργεί αρμονικά με την πρωτοποριακή και ολοκληρωμένη πλατφόρμα κρατήσεων Amadeus Selling Platform (Vista).

Η γενική διευθύντρια της Amadeus Hellas, κυρία Εύα Καραμάνου δήλωσε: *«Αποτελεί σημαντική επιτυχία για εμάς η συνεργασία μας με το Travel Plan. Η*

εμπιστοσύνη που μας έδειξε ο μεγαλύτερος ταξιδιωτικός οργανισμός της Ελλάδας, οφείλεται στις πρωτοποριακές λύσεις που διαθέτουμε, καθώς και στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, λειτουργώντας ως συνεργάτης τους σε θέματα τεχνολογίας».

Ο αναπληρωτής γενικός διευθυντής του Travel Plan, κ. Χρήστος Χριστοδουλάκης, τόνισε: *«Δεν είμαστε απλώς μεγάλες εταιρίες, αλλά αποτελούμαστε από ικανά στελέχη. Είμαι βέβαιος ότι η συνεργασία μας θα μας οδηγήσει στην κορυφή».*

Το Travel Plan είναι από τους μεγαλύτερους και τους πιο σύγχρονους Ταξιδιωτικούς Οργανισμούς στην Ελλάδα, ιδρύθηκε το 1981 και καλύπτει όλες τις υπηρεσίες που αφορούν τον ταξιδιωτικό και τουριστικό τομέα.

2. Το Travel Plan περνά στην First Leisure World Ltd

Το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας ΔΟΛ στη συνεδρίασή του της 19ης Ιουνίου 2009 και στο πλαίσιο της αποεπένδυσης του ΔΟΛ από δραστηριότητες μη σχετιζόμενες με το βασικό αντικείμενο του και της αναδιάρθρωσης του χαρτοφυλακίου των συμμετοχών του σε εταιρείες εκτός του χώρου των ΜΜΕ, αποφάσισε τη μεταβίβαση του 49% του μετοχικού κεφαλαίου της θυγατρικής εταιρείας Eurostar ΑΕ (που διαχειρίζεται το πρακτορείο τουρισμού Travel Plan) στην εταιρεία First Leisure World Limited (FLW), έναντι τιμήματος 5 εκατ. ευρώ. Υπενθυμίζουμε ότι στη FLW ανήκει ο τουριστικός οργανισμός Express Holidays, ο οποίος τον Δεκέμβριο του 2007 είχε εξαγοράσει το δίκτυο καταστημάτων Carrefour Travel.

Μετά την πώληση του 49% η ΔΟΛ ΑΕ θα διατηρεί συμμετοχή 51% στο μετοχικό κεφάλαιο της θυγατρικής εταιρείας. Βασικός μέτοχος της αγοράστριας εταιρείας FLW είναι ο Βίκτωρ Ρέστης, μέτοχος και μέλος του διοικητικού συμβουλίου της ΔΟΛ Α.Ε. Κατά συνέπεια, η απόφαση για την πώληση του εν λόγω ποσοστού τελεί υπό την αίρεση της εγκρίσεως της έκτακτης γενικής συνέλευσης στις 13.7.2009.

3. Ολοκληρώθηκε η εξαγορά της Eurostar ATEBE από την Express Holidays

Το τίμημα της εξαγοράς έφτασε τα 5 εκατ. Ευρώ. Ο ταξιδιωτικός οργανισμός Express Holidays ΑΕ, ολοκλήρωσε την εξαγορά του 49% της Eurostar ATEBE, της θυγατρικής εταιρείας του Ομίλου ΔΟΛ, που διαχειρίζεται τα τουριστικά πρακτορεία Travel Plan και Triaena Travel, έναντι τιμήματος 5 εκατ. ευρώ.

Με την απόκτηση της συμμετοχής του 49% ο νέος μέτοχος Express Holidays αναλαμβάνει και το management της εταιρείας με τον πρόεδρο και διευθύνοντα σύμβουλο της Express Holidays κ. Γιώργο Δασκαλάκη να ασκεί πλέον τα καθήκοντα του διευθύνοντος συμβούλου στη Eurostar. Στόχος πλέον των δύο εταιρειών, πέρα από την αναμενόμενη αύξηση των αντίστοιχων μεριδίων στην εγχώρια και διεθνή τουριστική βιομηχανία, είναι η έμφαση στον εισερχόμενο τουρισμό, ενέργεια η οποία θα υποστηριχθεί με την συμμετοχή του ομίλου στη Διεθνή Έκθεση World Travel Market, στο Λονδίνο.

Σε δήλωσή του, ο κ. Δασκαλάκης, αναφέρει: *“Νιώθω περήφανος που δύο περίπου χρόνια μετά την εξαγορά των ταξιδιωτικών γραφείων της Carrefour και τη δημιουργία του μεγαλύτερου και ταχύτερα αναπτυσσόμενου δικτύου παροχής ταξιδιωτικών υπηρεσιών στην Ελλάδα, προχωράμε στο επόμενο βήμα που είναι εκμετάλλευση συνεργιών με μεγάλους επιχειρηματικούς Ομίλους, όπως τα ΚΑΕ, σχεδιάζοντας και οργανώνοντας καινοτόμα προϊόντα για την ελληνική και διεθνή αγορά. Έχοντας πάντα σαν στόχο την απόλυτη ικανοποίηση και την προσφορά μοναδικών προνομίων στους πελάτες μας σε ένα ιδιαίτερα δύσκολο και ανταγωνιστικό περιβάλλον συνεχίζουμε και θα συνεχίσουμε να βρίσκουμε έξυπνες, πρωτοπόρες και συμφέρουσες λύσεις που θα προτρέπουν τον κόσμο να ταξιδέψει. Όλες αυτές οι στρατηγικές συμμαχίες δεν θα μπορούσαν να επιτευχθούν εάν δεν είχαμε την αμέριστη επιχειρηματική υποστήριξη του κ. Βίκτωρα Ρέστη, τον οποίο και ευχαριστώ προσωπικά”*.

4. Συνεργασία με τα Hellenic duty free shops

Τα Hellenic Duty Free Shops και η Express Holidays προσφέρουν ένα καινοτόμο προϊόν που συνδυάζει ταξίδια σε μοναδικούς προορισμούς και αγορές στα Hellenic Duty Free Shops του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών.

Συγκεκριμένα Ο κ. Γιώργος Βελέντζας, γενικός διευθυντής των Hellenic Duty Free Shops, είχε δηλώσει : *“Είμαστε πολύ ευχαριστημένοι που βρισκόμαστε στη θέση, μέσω της συνεργασίας με την Express Holidays, να προσφέρουμε μια ολοκληρωμένη και συμφέρουσα ταξιδιωτική πρόταση στο καταναλωτικό κοινό. Την αντιλαμβανόμαστε ως μια πραγματικά πρωτοπόρα ενέργεια που το κοινό θα την αναγνωρίσει ως ευκαιρία και θα την αγκαλιάσει”*.



5. Βράβευση Travel Plan από την DISNEYLAND PARIS

Ο ταξιδιωτικός οργανισμός TRAVEL PLAN, αποκλειστικός αντιπρόσωπος της DISNEYLAND στην Ελλάδα, βραβεύτηκε από την DISNEYLAND PARIS για την άψογη συνεργασία και την αύξηση των πωλήσεων για το 2010.

Αυτό συνέβη στη διάρκεια του ετήσιου εκπαιδευτικού ταξιδιού γνωριμίας και εξοικείωσης με τον προορισμό, όπου η εταιρία προσκάλεσε ταξιδιωτικά γραφεία με τα οποία συνεργάζεται.

Η απονομή έγινε από τον Jean – Marc Murre, Director of International Sales, στη παρουσίαση του Marketing Plan της DISNEYLAND PARIS, στο ξενοδοχείο New York παρουσία πρακτόρων απ’ όλο τον κόσμο.

Το βραβείο παρέλαβε ο κύριος Ντάνος Σασών, Outbound Tourism Manager εκπροσωπώντας τον οργανισμό.

6. Πρωτοβουλία του Travel Plan στον τομέα της περιβαλλοντολογικής επιχειρηματικότητας

3 νέα “πράσινα” καταστήματα αποτελούν πρωτοβουλία του Travel Plan στον τομέα της περιβαλλοντολογικής επιχειρηματικότητας και εντάσσονται στις υπάρχουσες δράσεις της εταιρείας, η οποία συνεχίζει στην εφαρμογή, αλλά και την ανάπτυξη “πράσινων” τεχνολογιών σε υπηρεσίες πληροφορικής και επικοινωνιών, με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος και την αποδοτικότερη διαχείριση των ενεργειακών πόρων. Τα “πράσινα” καταστήματα, τα οποία προστίθενται στο δίκτυο της εταιρείας και εγκαινιάζονται αυτό τον μήνα είναι τα ακόλουθα:

Οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες που προσφέρουν είναι: άμεση έκδοση αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων, ταξίδια αναψυχής, επιχειρηματικά ταξίδια, διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων, οργανωμένα και μεμονωμένα πακέτα σε Ελλάδα και εξωτερικό, εξωτικοί προορισμοί, κρουαζιέρες στην Ελλάδα και όλο τον κόσμο, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, κρατήσεις ξενοδοχείων, λίστα γάμου και γαμήλια ταξίδια και αθλητικά events.

7. Η οικονομική κρίση δεν αφήνει ανεπηρέαστη την εταιρεία

Μετά την αγορά όλων αυτών των επιχειρήσεων και τη συγχώνευση εταιρειών άρχισαν τα οικονομικά προβλήματα. Δυστυχώς η οικονομική κρίση δεν άφησε ανεπηρέαστη την εταιρεία. Τα έσοδα μειώνονταν και οι προμηθευτές δεν μπορούσαν να πληρωθούν. Απλήρωτοι εργαζόμενοι και εκ περιτροπής εργασία που προβλέπει ότι 12 ημέρες το μήνα δε θα εργάζονται. Οι εργαζόμενοι προχώρησαν σε καταγγελία. Στην καταγγελία που εξέδωσαν αναφέρουν: «Απλήρωτοι παραμένουν εδώ και τουλάχιστον 2 μήνες υπάλληλοι του ταξιδιωτικού οργανισμού TRAVEL PLAN, συμφερόντων ομίλου Ρέστη και Ψυχάρη. Η διοίκηση της εταιρείας αφήνει

απλήρωτους προμηθευτές και υπαλλήλους τους οποίους υποχρεώνει επιλεκτικά σε εκ περιτροπής εργασία με σκοπό τον εξαναγκασμό σε παραίτηση άνευ αποζημίωσης. Από τα καταστήματα έμεινε το μοναδικό που έμεινε ανοικτό ήταν το κατάστημα στη περιοχή του Περιστερίου. Το travel plan χάνει την αντιπροσωπία της Disneyland και περνάει στα χέρια της εταιρείας «top kinisis».

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΡΟΝΙΑΣ

Κατά το 2012 γίναμε μάρτυρες μιας σοβαρής και συνεχόμενης δυσφήμισης της Ελλάδας στο εξωτερικό.

Τόσο η επανάληψη των εικόνων από τα έκτροπα των διαδηλώσεων όσο και η πολιτική αστάθεια στη χώρα μας συνέβαλε καταλυτικά στην αρνητική διαφήμιση από τα ελληνικά και ξένα ΜΜΕ. Μάλιστα κάποια Υπουργεία Εξωτερικών της Ευρώπης, της ΗΠΑ, της Ιαπωνίας κλπ, εξέδωσαν αρνητικές ταξιδιωτικές οδηγίες προς τους πολίτες οι οποίες μιλούσαν για βίαια επεισόδια και διαδηλώσεις, απεργίες στα μέσα μεταφοράς που προκαλούν αναστάτωση εντός και εκτός της χώρας. Συνέστησαν στους ταξιδιώτες να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί και ν' αποφεύγουν διαδηλώσεις στα μεγάλα αστικά κέντρα γιατί υπάρχουν βίαια επεισόδια και γίνεται χρήση χημικών. Επισημαίνει επίσης ότι υπάρχει μια γενική απειλή τρομοκρατίας.

Ο ΗΑΤΤΑ τονίζοντας την άμεση ανάγκη αντιμετώπισης της δυσφήμισης της χώρας μας, επισήμανε κατ' επανάληψη στη πολιτική ηγεσία το σοβαρό κενό τονίζοντας την ανάγκη να οργανωθεί ένας εξειδικευμένος οργανισμός προκειμένου

Παρά τις προσπάθειες, ο μηχανισμός δεν οργανώθηκε και έτσι ο ΗΑΤΤΑ ανέλαβε τις εξής δράσεις:

- Απευθύνονταν στους πρέσβεις των χωρών και σε δημοσιογράφους προκειμένου να τους ενημερώσει για τη πραγματική κατάσταση στην Ελλάδα και ότι η Ελλάδα ήταν και παραμένει μια δημοκρατική, ευρωπαϊκή και απόλυτα ασφαλής χώρα.
- Για την αντιμετώπιση των εικόνων χάους που προέβαλαν τα διεθνή μέσα μαζικής επικοινωνίας προχώρησε σε μια 'εκστρατεία ενημέρωσης' και αντιστροφής του αρνητικού κλίματος προς τη χώρα μας. Απέστειλε

δελτία τύπου στους συνδέσμους tour operators και travel agents διεθνώς οι οποίοι με τη σειρά τους τις απέστειλαν σε όλο το δίκτυο των μελών τους.

- Κατά τη μακρά προεκλογική περίοδο ο ΗΑΤΤΑ έκανε έκκληση στους αρχηγούς των Ελληνικών κομμάτων και στα ΜΜΕ, ζητώντας τους ν' αναλάβουν ενεργό ρόλο, να εκμεταλλευτούν δηλαδή τα φώτα της διεθνούς δημοσιότητας προς όφελος της Ελλάδας και του Ελληνικού τουρισμού, καλώντας τους ν' αναλάβουν δράση για τη βελτίωση της εικόνας της χώρας.

Το τελευταίο ευτυχώς, διάστημα υπάρχει μια αντιστροφή του δυσμενούς κλίματος τόσο στη διεθνή κοινή γνώμη όσο και στους τουριστικούς παράγοντες αλλά και στη τουριστική ζήτηση. Η θετική αυτή εξέλιξη φαίνεται με ενθαρρυντικά μηνύματα στις προκρατήσεις τουριστικών πακέτων στην Ελλάδα.

Αλλά και διεθνώς παρ' όλο το αρνητικό κλίμα που επικράτησε συνολικά 298 εκατ. τουρίστες, 12 εκατ. περισσότεροι από την αντίστοιχη περίοδο πέρυσι, ταξίδεψαν ανά τον κόσμο το πρώτο τετράμηνο του τρέχοντος έτους, σύμφωνα με το Βαρόμετρο του UNWTO (Παγκόσμιου Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών). Οι προβλέψεις για την τρέχουσα υψηλή τουριστική περίοδο παραμένουν θετικές, καθώς αναμένεται να ταξιδέψουν στο εξωτερικό 435 εκατ. τουρίστες το β τετράμηνο του έτους.

Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών αυξήθηκαν κατά 4,3% κατά τους πρώτους τέσσερις μήνες του 2013, για να φτάσουν συνολικά τα 298 εκατομμύρια, έναντι 286 εκατομμυρίων, παρά το δυσχερές παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον.

Τα αποτελέσματα ήταν θετικά σε όλες τις περιοχές, με τη μεγαλύτερη αύξηση στην Ασία και τον Ειρηνικό (+6%), την Ευρώπη (+5%) και τη Μέση Ανατολή (+5%) και ασθενέστερη ανάπτυξη στην Αμερική (+1%) και την Αφρική (2%). Η Νοτιοανατολική Ασία (+12%), η Νότια Ασία (+9%) και η Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη (+9%) παρουσίασαν τη μεγαλύτερη άνοδο.

"Ο διεθνής τουρισμός συνεχίζει να δείχνει έναν εξαιρετικό δυναμισμό", δήλωσε ο γενικός γραμματέας του UNWTO, Taleb Rifai. "Η αύξηση του 4,3% κατά τους πρώτους μήνες του 2013 επιβεβαιώνει ότι ο τουρισμός είναι ένας από τους ταχύτερα

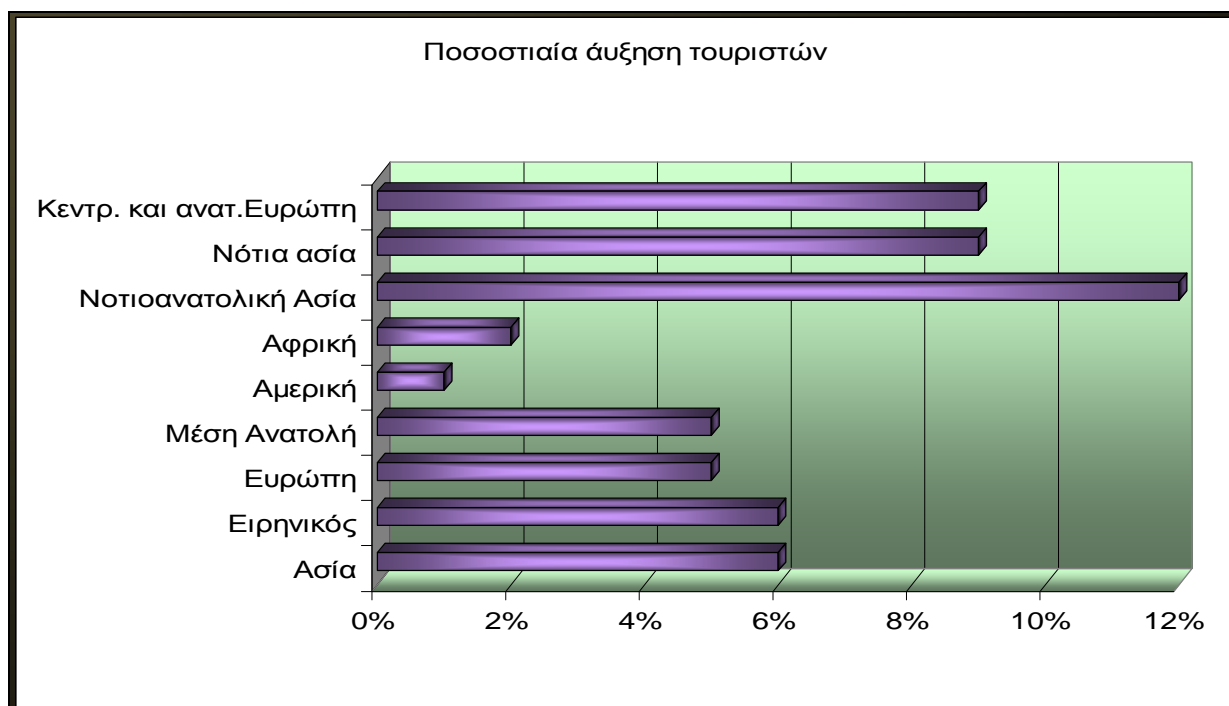
αναπτυσσόμενους τομείς της εποχής μας, συμβάλλοντας σημαντικά στην οικονομία πολλών χωρών", πρόσθεσε.

Πίνακας 3: Ποσοστιαία αύξηση τουριστών ανά το κόσμο

Ποσοστιαία αύξηση τουριστών	
Ασία	6%
Ειρηνικός	6%
Ευρώπη	5%
Μέση Ανατολή	5%
Αμερική	1%
Αφρική	2%
Νοτιοανατολική Ασία	12%
Νότια Ασία	9%
Κεντρ. και Ανατ. Ευρώπη	9%

Πηγή HATTA

Διάγραμμα 2: Ποσοστιαία αύξηση τουριστών ανά το κόσμο



Πηγή HATTA

Για το σύνολο του 2013, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών αναμένεται να αυξηθούν κατά 3% έως 4%, σε πλήρη εναρμόνιση με την μακροπρόθεσμη πρόβλεψη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για ετήσια άνοδο 3,8% για την περίοδο 2010-2020.

Οσον αφορά τη πρωτεύουσα της Ελλάδας η Αθήνα για άλλη μια χρονιά βίωσε τις συνέπειες της αρνητικής πολιτικής συγκυρίας και της υποβάθμισης του ιστορικού της κέντρου. Η Αθήνα διαθέτει όλα τα φυσικά και ανθρωπογενή χαρακτηριστικά που θα μπορούσαν να την καταστήσουν τον πιο ελκυστικό τουριστικό προορισμό στην Ανατολική Μεσόγειο. Ασφαλώς, υπήρξαν προβλήματα λόγω του γιγαντισμού της μεταπολεμικής περιόδου και του άναρχου μοντέλου οικιστικής ανάπτυξης, αλλά το πρόβλημα κατέστη εκρηκτικό τα τελευταία χρόνια λόγω της εκδήλωσης φαινομένων κοινωνικής αταξίας που οδήγησαν στην υποβάθμιση μεγάλου τμήματος του ιστορικού κέντρου της πόλης.

Η αύξηση της εγκληματικότητας, αλλά και η αποεπένδυση λόγω οικονομικής κρίσης επιβαρύνουν, την εικόνα της πόλης. Οι συχνές εκδηλώσεις διαμαρτυρίας οργανωμένων ομάδων μετέτρεψαν το κέντρο της πόλης σε αφιλόξενο χώρο για μόνιμους κατοίκους και τουρίστες. Οι απεργίες στα μέσα μαζικής μεταφοράς και το κλείσιμο των δρόμων, σε συνδυασμό με την εγκληματικότητα, ακύρωσαν το πλεονέκτημα της ασφαλούς και εύκολης προσπελασιμότητας στο κέντρο της πόλης. Η γιγάντωση του προβλήματος έχει καταστήσει αναγκαία την συντονισμένη παρέμβαση όλων των φορέων του δημοσίου και της πόλης. Θα πρέπει να οριστεί ένας υπεύθυνος με αποφασιστικές αρμοδιότητες που θα αναλάβει πρωτοβουλίες για να αποκατασταθεί άμεσα η αισθητική του χώρου και η κοινωνική τάξη, ώστε να ξαναζωντανέψει το κέντρο της πόλης και να καταστεί και πάλι ελκυστικός προορισμός η Αττική.

Η δυσμενής πορεία των αφίξεων δεν άφησε ανεπηρέαστες ούτε και τις τουριστικές εισπράξεις, οι οποίες κατέγραψαν μείωση 4,6% το 2012, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος.

Πάντως, έστω και μειωμένες, οι καθαρές εισπράξεις από την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών συνέβαλαν κατά 55,7% στο σύνολο των καθαρών εισπράξεων από υπηρεσίες στην αλλοδαπή και αντιστάθμισαν το 41,9% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας.

**Πίνακας 5. Αεροπορικές Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών σε Επιλεγμένα Αεροδρόμια της Χώρας
Ιανουάριος - Δεκέμβριος**

Αεροδρόμιο	2009	2010	2011	2012	10/09	11/10	12/11
Θεσσαλονίκη*	1.189.444	1.146.356	1.261.885	1.319.018	-3,6	10,1	4,5
Καβάλα	83.942	81.461	79.474	67.925	-3,0	-2,4	-14,5
(Β. Ελλάς)	1.273.386	1.227.817	1.341.359	1.386.943	-3,6	9,2	3,4
Ηράκλειο*	1.954.611	1.934.765	2.173.276	2.114.901	-1,0	12,3	-2,7
Χανιά	592.456	592.992	656.985	717.598	0,1	10,8	9,2
(Κρήτη)	2.547.067	2.527.757	2.830.261	2.832.499	-0,8	12,0	0,1
Ρόδος	1.273.006	1.374.926	1.647.707	1.608.064	8,0	19,8	-2,4
Κως	627.857	697.324	851.930	803.188	11,1	22,2	-5,7
(Δωδεκάνησος)	1.900.863	2.072.250	2.499.637	2.411.252	9,0	20,6	-3,5
Άραξος	41.418	39.636	38.015	66.107	-4,3	-4,1	73,9
Καλαμάτα	30.446	32.874	30.967	33.407	8,0	-5,8	7,9
(Πελοπόννησος)	71.864	72.510	68.982	99.514	0,9	-4,9	44,3
Κέρκυρα	744.228	729.765	789.760	868.787	-1,9	8,2	10,0
Κεφαλονιά	143.438	148.811	148.768	168.357	3,7	0,0	13,2
Ζάκυνθος	430.398	420.241	448.576	424.165	-2,4	6,7	-5,4
Άκτιο	147.574	143.950	143.965	142.465	-2,5	0,0	-1,0
(Ιόνια Νησιά)	1.465.638	1.442.767	1.531.069	1.603.774	-1,6	6,1	4,7
Μύκονος	96.745	111.289	131.003	139.963	15,0	17,7	6,8
Σαντορίνη	162.414	181.352	200.576	200.165	11,7	10,6	-0,2
(Κυκλάδες)	259.159	292.641	331.579	340.128	12,9	13,3	2,6
Σκιάθος	108.829	106.833	113.006	117.912	-1,8	5,8	4,3
Μυτιλήνη	71.452	62.010	62.889	49.442	-13,2	1,4	-21,4
Χίος	11.967	12.079	9.971	8.420	0,9	-17,5	-15,6
Λήμνος	6.563	5.575	7.473	7.620	-15,1	34,0	2,0
Σάμος	116.203	108.933	118.219	108.157	-6,3	8,5	-8,5
(Β. Αιγαίο)	315.014	295.430	311.558	291.551	-6,2	5,5	-6,4
ΣΥΝΟΛΟ	7.832.991	7.931.172	8.914.445	8.965.661	1,3	12,4	0,6
ΑΘΗΝΑ	3.140.811	2.996.595	2.871.524	2.453.106	-4,6	-4,2	-14,6
ΣΥΝΟΛΟ (Με Αθήνα)	10.973.802	10.927.767	11.785.969	11.418.767	-0,4	7,9	-3,1

* Συνολικές αφίξεις.

Πηγή: ΥΠΙΑ, ΔΑΑ "Ελ. Βενιζέλος", Περιφερειακά Αεροδρόμια.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στη περίοδο κρίσης που διανύουμε και η οποία έχει επηρεάσει το τομέα του τουρισμού για ένα καλύτερο, ποιοτικότερο και πιο προσοδοφόρο μέλλον στο τουρισμό προτείνονται τα εξής:

- n** η διεύρυνση των προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης
- n** η μείωση των τελών αεροδρομίων
- n** η μείωση του κόστους της ακτοπλοΐας
- n** η μείωση του συντελεστή Φ.Π.Α.
- n** η αξιοποίηση των κεφαλαίων της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύτων για τις ΜΜΕ
- n** η ενίσχυση των προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού
- n** η μείωση των φορολογικών επιβαρύνσεων στις μεταφορές
- n** η προσέλκυση τουριστών πολύ υψηλών προδιαγραφών και εισοδημάτων που δεν πλήττονται ιδιαίτερα από την κρίση
- n** άμεσα μέτρα για τη βραχυπρόθεσμη επιβίωση των τουριστικών επιχειρήσεων, ιδιαίτερα των μικρομεσαίων
- n** Λήψη μέριμνας για τη χρηματοπιστωτική κάλυψη των τουριστικών επιχειρήσεων και η ενίσχυση της ρευστότητάς τους με επενδυτικά δάνεια και κεφάλαια κινήσεως, με προσιτά επιτόκια
- n** Ενίσχυση βελτιωμένων ειδικών τουριστικών υποδομών
- n** Προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού
- n** Εκ βάθρων αναδιάρθρωση της Τουριστικής Παιδείας, Εκπαίδευσης και Κατάρτισης.
- n** Αναχρηματοδότηση ληξιπρόθεσμων οφειλών, χωρίς πρόσθετες επιβαρύνσεις.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σήμερα έχει καταστεί γενικά αποδεκτό ότι ο τουρισμός αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας. Ένας ισχυρός τουριστικός τομέας συμβάλλει άμεσα στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος της χώρας, στην καταπολέμηση της ανεργίας και στη βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών. Εξίσου σημαντική είναι και η έμμεση συμβολή του στην οικονομία μέσω των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων που προκαλεί. Παράλληλα, αποτελεί προωθητικό παράγοντα στη βελτίωση των διακρατικών σχέσεων, την ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου και την ενίσχυση της παγκόσμιας ειρήνης. Τέλος, με την ανάπτυξη υποδομών και ανωδομών βελτιώνεται η ανταγωνιστικότητα των περιοχών, όπου αναπτύσσονται τουριστικές δραστηριότητες. Η σημαντικότητα αυτή προσδιορίζεται από δύο παράγοντες που σχετίζονται με την ιδιόμορφη διάρθρωση της ελληνικής οικονομίας και την συμβολή του στην κάλυψη του ελλειμματικού εμπορικού ισοζυγίου. Με γνώμονα το γεγονός αυτό, η ανάγκη για ανάπτυξη αυτού του κλάδου παραγωγικής δραστηριότητας γίνεται επιτακτική.

Η επίτευξη της επιδιωκόμενης ανάπτυξης θα πρέπει να στηριχθεί στην ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής υποδομής και ανωδομής, και στην διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος. Η άσκηση μιας ορθολογικής τουριστικής πολιτικής ανάπτυξης θα αποτελέσει το κατάλληλο πλαίσιο για την υλοποίηση των δύο προαναφερθέντων επιμέρους στόχων.

Σχετικά με την ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής υποδομής στη χώρα μας, διαπιστώνεται ότι παρά την ύπαρξη ενός ευνοϊκού υφιστάμενου θεσμικού πλαισίου δεν πραγματοποιήθηκε η αναμενόμενη αναβάθμιση- βελτίωση της τουριστικής υποδομής, γεγονός που οφείλεται σε πολλούς παράγοντες.

Ένας από τους σημαντικότερους λόγους μπορεί να θεωρηθεί η αδυναμία των εκάστοτε κυβερνήσεων να απορροφήσουν αποτελεσματικά τα διατιθέμενα κοινοτικά κονδύλια που χορηγούνται για τον σκοπό αυτό. Επίσης θεσπίζονται μέτρα που δεν δρομολογείται η οργάνωση υλοποίησης τους λόγω έλλειψης συντονισμού και γραφειοκρατικών κολλημάτων. Τα παραπάνω προβλήματα ενισχύονται από την ελλιπή αποκέντρωση των αρμοδιοτήτων και την περιορισμένη δυνατότητα λήψης

αποφάσεων και πρωτοβουλιών σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Παράλληλα παραμένει επιτακτική η ανάγκη ύπαρξης ενός αυτοδύναμου ενιαίου επιτελικού οργάνου που θα συντονίζει και θα κατευθύνει τις δραστηριότητες των φορέων της νομαρχιακής- τοπικής αυτοδιοίκησης σε θέματα τουριστικής ανάπτυξης.

Σχετικά με τον δεύτερο επιμέρους στόχο για την επίτευξη της επιδιωκόμενης τουριστικής ανάπτυξης, δηλαδή την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, θα πρέπει να επισημάνουμε την αναποτελεσματικότητα των εμπλεκόμενων φορέων προς την κατεύθυνση αυτή.

Πιο συγκεκριμένα, οι αρμόδιοι κρατικοί φορείς παρά την εκφρασμένη πρόθεση τους να συμβάλλουν στην διαμόρφωση ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος, δεν προχώρησαν στην λήψη αποφασιστικών μέτρων ικανών να κινητοποιήσουν την ιδιωτική πρωτοβουλία σε μια πορεία ανάδειξης ενός εμπλουτισμένου τουριστικού προϊόντος.

Ο τρόπος με τον οποίο επιδιώχθηκε μέχρι σήμερα η διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, διαφοροποίηση η οποία ουσιαστικά στηρίχθηκε στην προβολή ορισμένων περιοχών της χώρας ως παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς συγκεκριμένης εθνικότητας τουριστών, απέτυχε, όπως αποδεικνύει η εξέλιξη τόσο του αριθμού αφίξεων, όσο και του τουριστικού συναλλάγματος συγκριτικά με αυτά των ανταγωνιστριών χωρών.

Τώρα που ο διεθνής τουριστικός ανταγωνισμός εντείνεται, θα πρέπει να προχωρήσουμε σε μια διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος ανά γεωγραφική περιοχή ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, και στην ανάπτυξη διαφόρων μορφών τουρισμού βάσει των ιδιαίτερων τουριστικών δραστηριοτήτων δημιουργώντας έτσι τοπικές στρατηγικές ανάπτυξης που θα στηρίζονται στη διαμόρφωση ξεχωριστών γεωγραφικών τουριστικών προορισμών.

Συμπερασματικά, η περιορισμένη τουριστική ανάπτυξη στη χώρα μας οφείλεται στην απουσία ουσιαστικής τουριστικής πολιτικής. Τα ζητήματα τουριστικής πολιτικής και μιας εθνικής πολιτικής ανάπτυξης χρονίζουν καθώς μετατίθεται η επίλυση τους από κυβέρνηση σε κυβέρνηση, εξαιτίας της αναλγησίας του κρατικού μηχανισμού να αναλάβει την αντιμετώπιση των βασικών οικονομικών προβλημάτων.

«Κάθε οικονομική κρίση είναι ένα φαινόμενο που μπορεί να μελετηθεί να βρεθούν οι αιτίες που την προκάλεσαν και να καταλογισθούν ευθύνες σε πρόσωπα και οργανισμούς.»

«Ας αναδείξουμε λοιπόν την ποιότητα και την ασφάλεια που διαθέτει σαν προορισμός η Ελλάδα, την φιλοξενία του ελληνικού λαού, που είναι μοναδική στον κόσμο, τον πολιτιστικό μας πλούτο και οτιδήποτε άλλο μας κάνει απλά ξεχωριστούς! Μόνο έτσι, κατά την άποψη μας, θα αλλάξει κάτι ριζικά και θα επαναφέρουμε την τουριστική μας δραστηριότητα σε υψηλά επίπεδα. Γιατί εκεί πρέπει να είναι, γιατί εκεί της αξίζει να είναι...»

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Û Σωτηριάδης Μ. - Φαρσάρη Ι. (2009), «Εναλλακτικές και Ειδικές μορφές Τουρισμού» Αθήνα, Εκδόσεις: Interbooks

- Û Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης (1998), Κ., Λύτρας Π. «Εισαγωγή στον Τουρισμό» Αθήνα, Εκδόσεις: Interbooks.

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

- Û Gartner C. W. (2001) Τουριστική Ανάπτυξη. «Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές» Αθήνα, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ

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

- Û Ηγουμενάκης Νίκος Γ., (1996) «Τουριστικό Μάρκετινγκ» Αθήνα, εκδόσεις: Interbooks

- Û Χρήστου, (1999) «Έρευνα Τουριστικής Αγοράς» Αθήνα, εκδόσεις: Interbooks

- Û Σωτηριάδης Μ. (2007), «Ταξιδιωτικά γραφεία» Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός

- Û Αγγελόπουλος Π. (2005) «Τράπεζες και χρηματοπιστωτικό σύστημα: Αγορές, Προϊόντα, Κίνδυνοι» Αθήνα, Εκδόσεις: Σταμούλη

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ

- ü <http://sete.gr>
- ü www.travelplan.gr/affiliate_program.html
- ü <http://www.traveltimes.gr/>
- ü <http://www.hatta.gr/>
- ü <http://www.travelplan.gr/>
- ü <http://www.expressholidays.gr/>
- ü <http://www.travelstyle.gr/portal/gr/>
- ü <http://www.sigmalive.com/lifestyle/travel/466985>
- ü www.gdaskalakis.com
- ü <http://www.diakopes.gr/news-offers/article/?aid=208293>
- ü <http://www.rodiaki.gr/article.php?id=259378&catid=8&maincatid=1>
- ü <http://news.travelling.gr/>
- ü <http://pclab.arch.ntua.gr>
- ü <http://www.capital.gr/news.asp?details>