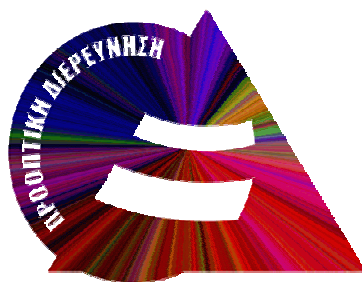


**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

ΕΚΘΕΣΗ ΟΜΑΔΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



ΑΘΗΝΑ 2004

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ : *Χλέτσος Μιχάλης*

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : *Παλυβός Θεόδωρος*

ΜΕΛΗ:

- Αντωνόπουλος Δημήτρης, Υπεύθυνος Ανάπτυξης, TREKKING HELLAS
- Ευαγγέλου Ιωάννης
- Κιουσόπουλος Ιωάννης, Καθηγητής, ΤΕΙ Αθήνας
- Μητρόπουλος Γιώργος, Υποδ/ντής Τουριστικών Δανείων, ΕΤΒΑ
- Παλυβός Θεόδωρος, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων
- Σπιλάνης Ιωάννης, Καθηγητής, Τμήμα Περιβάλλοντος, Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Τσάρτας Πάρις, Καθηγητής, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Φρουδάκης Αντώνης
- Χλέτσος Μιχάλης, Επιστημονικός Συνεργάτης, Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας

**ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ
ΟΕ & ΔΙΑΒΟΥΛΕΥΣΗΣ**

ΟΙΚΟΔΟΜΩΝΤΑΣ ΕΝΑΝ ΝΕΟ ΧΩΡΟ ΈΡΕΥΝΑΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

- Ο Ελληνικός Τουρισμός αποτελεί τον σημαντικότερο τομέα Υπηρεσιών της Εθνικής μας Οικονομίας της τελευταίας 20ετίας. Η *στρατηγική του σημασία*, τόσο με οικονομικά, αλλά και με κοινωνικά κριτήρια, φαίνεται καθαρά από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά στοιχεία:
 - Την περίοδο 2000-2001, η Ελλάδα ήταν ο *15ος πιο δημοφιλής τόπος* προορισμού τουριστών παγκοσμίως, και ταυτόχρονα, στην *10η θέση* του κόσμου με κριτήριο τις τουριστικές *εισπράξεις*.
 - Ένας παράγοντας που συνετέλεσε στην κολακευτική αυτή κατάταξη ήταν η *αύξηση της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης* των αλλοδαπών τουριστών, από 300 USD τη δεκαετία του 1980 σε 700 USD το 2000.
 - Ταυτόχρονα, ο τομέας συμβάλλει σημαντικά στην *απασχόληση*, με άνω των 800.000 θέσεων συνολικά όλων των τύπων το 2000, και συνεισφέρει πολλαπλά στην τοπική και περιφερειακή *ανάπτυξη*.
- Παρά τη σημασία του αυτή, ο Τουρισμός δεν έχει ακόμα βρει τη θέση που του αξίζει στο συνολικό εθνικό σχεδιασμό, συντονισμό και προγραμματισμό, ιδιαίτερα σε μακροχρόνια βάση. Βέβαια, η ίδια η θεώρηση του τομέα αυτού παρουσιάζει ειδικά προβλήματα, κυρίως λόγω της *πολυπλοκότητάς* του, που οφείλεται τόσο – εσωτερικά - στο ευρύ φάσμα των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει και των υποκειμένων και φορέων που εμπλέκονται σε αυτές, όσο και – εξωτερικά – στις εκτεταμένες και συχνά ασαφείς (fuzzy) διεπιφάνειές του με άλλους τομείς (Γεωργία, Πολιτισμός, Περιβάλλον, κ.α.). Η αυξανόμενη, πάντως, αναγνώριση της στρατηγικής - αναπτυξιακής σημασίας του Τουρισμού εκφράζεται μέσα από *την πορεία πολιτικο-διοικητικής του αυτονομίησης*: Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού, Γενική Γραμματεία Τουρισμού στο Υπουργείο Ανάπτυξης, αυτοτελές Υπουργείο Τουρισμού (με έναν Υφυπουργό) σήμερα.
- Η ανάλυση της συγκυρίας από τη σχετική Ομάδα Εργασίας δείχνει ότι δεν υπάρχει μεγάλη άνεση χρόνου για σκέψη και δράση, καθώς η αρχική κατάσταση για την Προοπτική Διερεύνηση (foresight) στον τομέα παρουσιάζει αρκετά «παθολογικά» συμπτώματα, όπως τα εξής:
 - Προέλευση των τουριστών μας κυρίως από την Ευρώπη.
 - Τουρισμός, κατά κανόνα, με τη μορφή οργανωμένων «πακέτων» ταξιδιών, στο πλαίσιο μιας έντονα ολιγοπωνιακής ζήτησης (Tour Operators).

- Τουρίστες, κατά πλειοψηφία, χαμηλών/μεσαίων εισοδηματικών στρωμάτων, με τάση για περιορισμένη παραμονή και διάσπασή της σε μικρά τμήματα.
 - Αφίξεις με πολύ άνιση χρονική κατανομή: μεγάλες «νεκρές» περιόδους και υπερβολικά «φορτία» την περίοδο Ιουλίου – Αυγούστου (με προφανή αρνητικά αποτελέσματα και για τους δύο τύπους περιόδων).
 - Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση σε μερικές ζώνες (επίσης αρνητικό στοιχείο για τις «τουριστικές» και μη περιοχές).
 - Χαμηλή ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών στα περισσότερα στάδια, π.χ., στη διαμονή, όπου κυριαρχούν τα μικρού μεγέθους και χαμηλού κόστους -ποιότητας καταλύματα.
 - Τελικά, επικράτηση ενός μοντέλου τουριστικής «μονοκαλλιέργειας», με την προσφορά ενός «μονοδιάστατου» προϊόντος «Ήλιος & Θάλασσα».
- Το μοντέλο αυτό κρίνεται συνολικά ως μη βιώσιμο από πολλές πλευρές: Αξιοποιεί πολύ επιφανειακά τις υφιστάμενες δυνατότητες και ελάχιστα τα «ισχυρά» στοιχεία της χώρας μας. Είναι ιδιαίτερα ευάλωτο στον ανταγωνισμό, π.χ., από άλλες Μεσογειακές χώρες, αλλά και στην αλλαγή των διεθνών καταναλωτικών προτιμήσεων (π.χ., με γρήγορο «κορεσμό»). Δεν επιτρέπει εύκολη αναβάθμιση λόγω της χαμηλής του προστιθέμενης αξίας, ούτε προσελκύει νέες διεθνείς επενδύσεις. Τέλος, απειλεί με «διάβρωση» την ίδια του τη φυσική (περιβάλλον, τοπίο) και ανθρωπογενή (τοπικές κοινωνίες, παραδόσεις) βάση, δρώντας έτσι αυτοκαταστροφικά. Σε ένα τέτοιο μοντέλο, οι δυνατότητες συμβολής της Τεχνολογικής Αλλαγής είναι ελάχιστες, καθώς η ερευνητική και τεχνολογική βάση του τομέα διατηρείται πολύ περιορισμένη, αλλά και η ζήτηση για νέες τεχνολογίες - «λύσεις» από τους οικονομικούς (Επιχειρήσεις) και κοινωνικούς (Τοπικές Κοινωνίες, Εργαζόμενους) «παίκτες» - παραμένει αναιμική.
 - Κεντρικό λοιπόν ζητούμενο στον τομέα είναι το πέρασμά του σε ένα άλλο μοντέλο τουρισμού, που όχι απλώς να αποφεύγει παθητικά τα αρνητικά αυτά σημεία, αλλά βασιζόμενο συστηματικά στα «ισχυρά» στοιχεία της χώρας μας (ήπιο κλίμα, φυσικό πλούτο, βιοποικιλότητα, πολιτιστικό απόθεμα, νησιώτικο χαρακτήρα, ασφάλεια, κ.α.), τα οποία να προσεγγίζει αιεφορικά, θα δημιουργεί αυτόνομη και μακροχρόνια αναπτυξιακή δυναμική. Σε ένα τέτοιο σχήμα, ο ρόλος της τεχνολογίας δεν μπορεί να είναι περιθωριακός: Η πρόκληση για τον Ελληνικό Τουρισμό είναι εκείνη της σύλληψης και υλοποίησης ενός βιώσιμου μοντέλου Τουρισμού, το οποίο θα περιλαμβάνει το δικό του

«Χώρο» Έρευνας, Τεχνολογία & Καινοτομίας» (ETK), ειδικά στο πλαίσιο μιας Οικονομίας και Κοινωνίας της Γνώσης.

- Από τις κινητήριες δυνάμεις (drivers) που έχει εντοπίσει η Ομάδα Εργασίας για το μετασχηματισμό του τομέα συνολικά, διακρίνουμε μερικές που αφορούν τη συγκεκριμένη απόπειρα Τεχνολογικής Προοπτικής Διερεύνησης, καθώς δρουν με τρόπο που ξεπερνά τα όρια ενός απλού τομεακού στρατηγικού σχεδιασμού με χρονικό όριο την επόμενη πενταετία:
 - Το ανθρώπινο δυναμικό, στην «καρδιά» αλλά και τις «παραφυάδες» του τομέα, και η διαμόρφωσή του μέσα από τεχνολογικά εμπλουτισμένα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτιση. Κρίσιμο ρόλο στη δράση αυτού του driver θα παίξει η διαμόρφωση υψηλού επιπέδου στελεχών (μεταπτυχιακά), και μάλιστα με σχετική ερευνητική εμπειρία (διδάκτορες).
 - Η ανάπτυξη συγκεκριμένων τεχνολογικών περιοχών, που μπορούν είτε να τροφοδοτήσουν άμεσα τον αναπτυσσόμενο «από μηδενική βάση» Εθνικό Χώρο ETK Τουρισμού, είτε να τον επηρεάσουν έμμεσα, μέσω άλλων γειτονικών τομέων και κρίσιμων υποδομών. Στις τελευταίες περιλαμβάνουμε την ύπαρξη αξιόπιστων και συστηματικά συλλεγόμενων στατιστικών στοιχείων και δεδομένων, που η έλλειψή τους σήμερα αποτελεί ένα από τα – πολλά – εμπόδια ακόμα και για απλό, βραχυπρόθεσμο στρατηγικό σχεδιασμό.
 - Στην πλευρά του τουρίστα, ο πιο κρίσιμος driver έχει να κάνει με τις τουριστικές προτιμήσεις, τα life styles στα οποία αυτές εντάσσονται, αλλά και τις διεθνείς συνθήκες που επηρεάζουν τα τελευταία (π.χ., τον ανταγωνισμό). Σε κάποιο βαθμό, οι παράγοντες αυτού του τύπου μπορούν επίσης να αποτελέσουν σοβαρό αντικείμενα έρευνας, εκπαίδευσης και δημιουργίας σχετικών δομών και υποδομών.
- Στον ακόλουθο Πίνακα συνοψίζονται οι συγκεκριμένες ερευνητικές και τεχνολογικές προτάσεις, που διατυπώθηκαν κατά τις διαβουλεύσεις της Ομάδας Εργασίας, και αφορούν την προσπάθεια οικοδόμησης του Εθνικού Χώρου ETK Τουρισμού, με χρονικό ορίζοντα ως το 2015:

Τεχνολογικά Συστατικά του Εθνικού Χώρου ETK Τουρισμού στην Ελλάδα	
Τεχνολογικό Πεδίο	Παράδειγμα
Πληροφορική, Επικοινωνίες και e-Επιχειρείν	* e-Tourism/Info-Tourism * Ψηφιοποίηση άλλων σχετικών κλάδων

	(Γεωργία, Περιβάλλον, Υγεία, κ.α.)
Μεταφορές	* Χαμηλού κόστους/υψηλής ασφάλειας διεθνείς αεροπορικές μεταφορές * Συστήματα συνδυασμένων μεταφορών (Το “Μετρό του Αιγαίου)
Περιβάλλον	* Καινοτομική διαχείριση αποβλήτων (reedbeds, ολοκληρωμένα συστήματα) * Διαχείριση φυσικών πόρων: eco-monitoring, έλεγχος, σχεδιασμένες δράσεις (π.χ. υγρότοποι) * Προστασία και ανάδειξη βιοποικιλότητας (εφαρμογή white biotech) * Περιβαλλοντικές τεχνολογίες σε γειτονικούς τομείς: γεωργικούς, βιομηχανικούς, αστικούς
Ενέργεια	* Αποκεντρωμένα συστήματα ΑΠΕ για τοπικές εφαρμογές (θέρμανση, ψύξη, ηλεκτρισμός) * Σχεδιασμός ολοκληρωμένων περιφερειακών ενεργειακών συστημάτων (π.χ., Κρήτη) * Καθαρά βιοκαύσιμα & βιολιπαντικά σε ζώνες ειδικής προστασίας (παράκτιες, κλειστοί κόλποι)
Άλλες Τεχνολογίες	* Προστασία και ανάδειξη πολιτιστικών αγαθών * Νέα, έξυπνα, ειδικά σχεδιασμένα υλικά * Quality Food Farming (agro-biotech) * Διαγνωστικές και άλλες βιοτεχνολογίες υγείας
Κοινωνικο-οικονομική Έρευνα	* Διεθνής πρωτοπορεία στη διερεύνηση και τεκμηρίωση του τουριστικού φαινομένου
Διακυβέρνηση	* e-Government στον τομέα του Τουρισμού * Εναλλακτική διακυβέρνηση του Εθνικού Χώρου Τουρισμού

- ΤΕΛΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ – ΟΡΑΜΑ ΓΙΑ ΤΟ 2021: Η “προόραση” του Ελληνικού Τουρισμού με χρονικό ορίζοντα μεγαλύτερο τη επόμενης δεκαετίας περνά από την επίτευξη ή όχι του ορόσημου (milestone) που ορίσαμε εδώ ως Εθνικό Χώρο ΕΤΚ Τουρισμού. Το αντίστοιχο, ενδιάμεσο όραμα που διατρέχει την Έκθεση της Ομάδας Εργασίας, αλλά και το σύνολο των διαβουλεύσεων που έχουν λάβει χώρα, είναι εκείνο ενός *Βιώσιμου και Αειφόρου Τομέα – δέσμης* πολλαπλών υπηρεσιών και προϊόντων προς αντίστοιχα διαφορετικά είδη αποδεκτών, και ανοικτού σε συνεχή και αμφίδρομη επικοινωνία με άλλους τομείς και μέτωπα της οικονομίας και της κοινωνίας. Αυτό που αναμένεται να ξεκαθαρίσει στο *θολό σήμερα τοπίο του Τουρισμού μετά το 2015* – και που χωρίς αυτό, η τεχνολογική προόραση μας είναι τώρα αδύνατη - είναι το (ή τα) *προφίλ των δύο βασικών «παικτών»: των Τουριστών και των τουριστικών επαγγελματιών στην Οικονομία και Κοινωνία της Γνώσης*. Οι γενικές υποθέσεις που μπορούν να γίνουν αυτή τη στιγμή, δεν έχουν ιδιαίτερη αξία για χάραξη πολιτικής.

ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

**ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Συνάντηση Διαβούλευσης

Εθνική Σχολή Δημόσιας Υγείας - Αίθουσα Τελετών
Λεωφόρος Αλεξάνδρας 196, Αθήνα
Πέμπτη 9 Οκτωβρίου 2003, ώρα 17:00-20:00

** ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ **

- 17.00 Έναρξη Συνάντησης – Προεδρείο: **Θεόδωρος Παλυβός**, Καθηγητής Πανεπιστημίου Ιωαννίνων, Πρόεδρος Ομάδας Εργασίας (ΟΕ)
- Παρουσίαση Έκθεσης Θεματικής Ενότητας: **Μιχάλης Χιέτσος**, Επιστημονικός Συνεργάτης Εθνικού Ινστιτούτου Εργασίας, Εισηγητής ΟΕ
 - Εισαγωγικά Σχόλια από τη Συντονιστική Ομάδα Έργου – Αντικείμενα Συνάντησης: **Δημοσθένης Αγραφιώτης**, Καθηγητής ΕΣΔΥ
- 17.30 Σύντομες Εισηγήσεις από Panel προσκεκλημένων Κριτικών Σχολιαστών σε επιλεγμένα τεχνολογικά θέματα που θίγει η Έκθεση της ΟΕ:
- ΕΝΕΡΓΕΙΑ: **Κόστας Περράκης**, Δρ. Ηλεκτρολόγος Μηχανικός, ειδικός σε Συστήματα Ηλεκτρικής Ενέργειας
 - ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ: **Απόστολος Βλυσίδης**, Αναπλ. Καθηγητής, Τεχνολογία Περιβάλλοντος, Τμήμα Χημικών Μηχανικών, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο
 - ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ: Εκπρόσωπος Ερευνητικής Ομάδας **Ευάγγελου Σαμπράκου**, Καθηγητή, Τμήμα Θαλασσιών Σπουδών, Πανεπιστήμιο Πειραιά
 - ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ: e-Tourism, Παρουσίαση Εργασίας ΤΕΧΝΟΣΚΟΠΙΟΥ 2003
 - Εκπρόσωποι ΓΓΕΤ: **Ιωάννα Μαλαγαρδή**, Επιστημονικός Υπεύθυνος Έργου, και **Σάββας Τσιλένης**, Προϊστάμενος Τεχνικών Υπηρεσιών
- 18.30 Διάλειμμα – Καφές
- 18.45 Συζήτηση
- Ερωτήσεις – Παρεμβάσεις από Συμμετέχοντες
 - Δευτερολογίες Κριτικών Σχολιαστών
- 19.45 Συμπεράσματα
- 20.00 Λήξη Συνάντησης

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Εισαγωγή	10
ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗ - ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	
2. Υπάρχουσα κατάσταση στον τομέα του Τουρισμού.....	12
2.1. Η διεθνής συγκυρία.....	12
2.2. Βασικά μεγέθη του Τουριστικού Τομέα στην Ελλάδα.....	14
2.3. Εσωτερικός Τουρισμός	17
2.4. Τουριστικοί Πόροι.....	19
2.5. Εγκαταστάσεις τουριστικής υποδομής.....	20
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ	
3. Προσδιοριστικοί παράγοντες στον τομέα του Τουρισμού	21
3.1. Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ανάπτυξης	22
3.2. Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης.....	22
3.3. Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής προσφοράς	23
4. Βασικά Χαρακτηριστικά του Τουριστικού φαινομένου	25
4.1. Γενικά χαρακτηριστικά	25
4.2. Βασικά χαρακτηριστικά του τουριστικού φαινομένου στην Ελλάδα.....	26
5. Βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τομέας του Τουρισμού.....	30
5.1. Γενικής φύσεως προβλήματα	30
5.2. Οι επιπτώσεις από τα γεγονότα της 11 ^{ης} Σεπτεμβρίου	32
5.3. Οι προοπτικές για το 2003	32
5.4. Είναι ο ελληνικός τουρισμός σε κρίση ;.....	33
6. Η τουριστική πολιτική στη χώρα μας	35
7. Τουριστικό Σύστημα και Προσδιοριστικοί του Παράγοντες	39
ΣΕΝΑΡΙΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	
8. Προοπτικές στον τομέα του Τουρισμού	43
9. Πιθανοί Τομείς Παρέμβασης.....	45
10. Πιθανά σενάρια στον τομέα του τουρισμού	46
10.1. Παράγοντες επηρεασμού του τουρισμού τα επόμενα χρόνια.....	46
10.2. Ανάλυση των τάσεων στον τομέα του τουρισμού.....	47
10.3. Σενάρια για τον τουρισμό.....	49

1. Εισαγωγή

Ο σκοπός αυτού του σύντομου κειμένου είναι να αποτελέσει μία πρώτη βάση συζήτησης σχετικά με το παρόν και το μέλλον του Τουρισμού στην Ελλάδα. Επιχειρείται μία σύντομη παρουσίαση της υπάρχουσας κατάστασης στον τομέα του τουρισμού, των βασικών του χαρακτηριστικών, των προβλημάτων που υπάρχουν, της πολιτικής που ακολουθείται από πλευράς πολιτείας στον εν λόγω τομέα καθώς επίσης και ποιες δυνατότητες υπάρχουν για περαιτέρω ανάπτυξη του μέσα από τα χρηματοδοτούμενα έργα του Γ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης. Γίνεται μία προσπάθεια εντοπισμού των κινητήριων δυνάμεων στον τομέα του Τουρισμού καθώς και μία πρώτη απόπειρα διαμόρφωσης σεναρίων για τον εν λόγω τομέα.

ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗ – ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

2. Υπάρχουσα κατάσταση στον τομέα του Τουρισμού

2.1. Η διεθνής συγκυρία¹

Ο τουρισμός αποτελεί, σε διεθνές επίπεδο, ένα κλάδο οικονομικής δραστηριότητας που συμβάλλει σε σημαντικό βαθμό στο ΑΕΠ της κάθε χώρας. Σύμφωνα με στοιχεία του WTTC² (World Travel & Tourism Council) για το 2002 το 11,78% του ΑΕΠ, σ' επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, προέρχεται από τη συμβολή του τουρισμού. Βέβαια η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ διαφέρει από χώρα σε χώρα. Κυμαίνεται από 7,52% στη Σουηδία μέχρι 18,38% στην Ισπανία. Στην περίπτωση της Ελλάδας, σύμφωνα με τα στοιχεία του WTTC (2003) η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ ανέρχεται σε 15%.

Η συμβολή του τουρισμού είναι σημαντική όχι μόνο στο ΑΕΠ αλλά και στο σύνολο των απασχολουμένων. Σύμφωνα πάντοτε με τα ίδια προαναφερόμενα στοιχεία του WTTC³ (2003) για το έτος 2002, οι απασχολούμενοι στον τουρισμό στη Σουηδία αποτελούν το 7,22% του συνόλου των απασχολουμένων και στην Ισπανία το 20,11%. Στην περίπτωση της Ελλάδας η τουριστική απασχόληση ανέρχεται στο 17,38% της συνολικής απασχόλησης.

Η ανάπτυξη του τουρισμού και ειδικότερα η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη διεθνή οικονομική συγκυρία. Το 2001 θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως το έτος όπου αντιστρέφεται η τάση εξέλιξης που επικρατούσε τα προηγούμενα χρόνια. Το 2002 η κατάσταση επιδεινώνεται εξαιτίας των αλλαγών που συμβαίνουν σε διεθνές επίπεδο.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού κατέγραψε το 2001 μια συνολική μείωση των αφίξεων διεθνών τουριστών κατά 0,6% έναντι του 2000. Η Ευρώπη αποτελεί το 58% του διεθνούς τουρισμού και το 2000 είχε παρουσιάσει αύξηση της τάξεως του 6,1% από το προηγούμενο έτος.

Ορισμένοι από τους παράγοντες οι οποίοι επηρέασαν αρνητικά την πορεία του τουρισμού το 2001 αλλά και το πρώτο εξάμηνο του 2002 είναι οι ακόλουθοι :

- Η κρίση που δημιουργήθηκε εξαιτίας των γεγονότων της 11ης Σεπτεμβρίου 2001
- Η βραδεία ανάκαμψη της παγκόσμιας οικονομίας η οποία επηρέασε την κατανάλωση και το εισόδημα

¹ Οι πληροφορίες και τα στατιστικά στοιχεία που αναφέρονται σε αυτή την ενότητα προέρχονται από το ακόλουθο κείμενο : Υπουργείο Ανάπτυξης, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, *Εξέλιξη της Τουριστικής Κίνησης 2002*, Αθήνα – Οκτώβριος 2002.

² Τα στοιχεία αυτά παρατίθενται στο ΣΕΤΕ, *Τουρισμός και Απασχόληση, Αθήνα 2003*, σ.8 – 9.

³ Βλ. ΣΕΤΕ, *Τουρισμός και Απασχόληση, Αθήνα 2003*, σ.9.

- Η μείωση του εξερχόμενου τουρισμού από την περιοχή της Ν. Ασίας εξαιτίας της επιβράδυνσης των ρυθμών ανάκαμψης των ασιατικών οικονομιών. Η επιβράδυνση των ρυθμών ανάκαμψης των ασιατικών οικονομιών αποδίδεται στη λανθάνουσα κρίση του ιαπωνικού πιστωτικού συστήματος και των πρόσφατων επιθέσεων στην περιοχή της Ν.Α Ασίας
- Η μεγάλη κρίση του τομέα των αερομεταφορών το 2001
- Οι γεωπολιτικές εξελίξεις στη Μέση Ανατολή και στο Ιράκ
- Οι προσδοκίες για τη θεαματική είσοδο της Κίνας στην παγκόσμια τουριστική αγορά

Το 2002 οι τουρίστες που προέρχονται από χώρες της Δ. Ευρώπης προτίμησαν να κατευθυνθούν εκτός από την Ελλάδα και την Τουρκία και προς τη Βουλγαρία, Κροατία και Ρουμανία. Οι τουρίστες από τη Γερμανία προς τη χώρα μας περιορίστηκαν σημαντικά, σύμφωνα με τα στοιχεία για τους πρώτους μήνες του 2002.

Τα χαρακτηριστικά του ευρωπαϊκού εξερχόμενου τουρισμού είναι τα ακόλουθα⁴ :

- Η μέση διάρκεια του εξερχόμενου ταξιδιού των ευρωπαίων το 2002 ήταν 9,4 νύχτες
- Το 84% των ευρωπαίων το 2001 είχαν ως σκοπό κάποιας μορφής αναψυχή και το 16% είχαν ως σκοπό για επιχειρηματικούς λόγους
- Πάνω από επτά στα δέκα ταξίδια έγιναν στη βάση των προκρατήσεων. Το 45% του συνόλου των ταξιδιών έγιναν με προκράτηση μέσω ταξιδιωτικού γραφείου
- Τα ξενοδοχεία φιλοξένησαν τα 4/5 του συνόλου των ταξιδιών.
- Το 44% των ευρωπαίων χρησιμοποίησε το 2001 ως μέσο ταξιδιού το αεροπλάνο, παρόλο που υπήρχε μία μείωση της τάξεως του 3% σε σχέση με το 2000, το 33% το αυτοκίνητο, το 11% το λεωφορείο και το 3% το πλοίο.
- Η προτιμώμενη περίοδος ταξιδιού ήταν το διάστημα Μάιος – Αύγουστος
- Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι ήταν 943 ευρώ και η μέση δαπάνη ανά ταξίδι διακοπών ήταν 977 ευρώ
- Το 53% των ταξιδιωτών είναι άνδρες και κυριαρχεί η ηλικία των 41,5 ετών για όλα τα ταξίδια και 41,9 ετών για τα ταξίδια διακοπών

⁴ Προέρχονται από τη μελέτη *Έρευνα IPK, European Travel Monitor, ETC – Pool Report 2001, June 2002* τα οποία αναφέρονται στο κείμενο Υπουργείο Ανάπτυξης, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, *Εξέλιξη της Τουριστικής Κίνησης 2002*, Αθήνα – Οκτώβριος 2002. σελ .8 και 9.

- Η Ευρώπη είναι ο δημοφιλέστερος προορισμός των ευρωπαίων
- Η Ελλάδα ήταν ο πρώτος προορισμός στην περιοχή της Ν.Α Μεσογείου.

Τα βασικά συμπεράσματα που προκύπτουν αφορούν το ρόλο των ταξιδιωτικών γραφείων, το μεταφορικό μέσο που μεταβαίνουν στον προορισμό τους, τη χρονική περίοδο πραγματοποίησης των διακοπών τους και τον «δημοφιλέστερο» τόπο προορισμού στη Ν. Ευρώπη. Απ' ότι διαφαίνεται από τα στοιχεία ο ρόλος των ταξιδιωτικών γραφείων, ως μεσάζοντες, μεταξύ του «παραγωγού» του τουριστικού προϊόντος και του καταναλωτή είναι σημαντικός. Παρόλη την ανάπτυξη του διαδικτύου ο καταναλωτής δεν επικοινωνεί άμεσα με τον παραγωγό. Αυτό οφείλεται πιθανόν στο ότι επιτυγχάνουν καλύτερες τιμές (αεροπορικών εισιτηρίων, ξενοδοχείων αλλά συνολικά των τουριστικών πακέτων) όταν χρησιμοποιούν ένα ταξιδιωτικό πράκτορα. Το αεροπλάνο συνεχίζει να κυριαρχεί ως το δημοφιλέστερο μέσο μεταφοράς των τουριστών. Ο παράγοντας «χρόνος μετάβασης» από τη χώρα προέλευσης στη χώρα προορισμού είναι ιδιαίτερα σημαντικός ειδικά όταν οι διακοπές είναι ολιγοήμερες. Βέβαια το κόστος του εισιτηρίου είναι ένας ανασταλτικός παράγοντας, ο οποίος εν μέρει μετριάζεται με την προσφορά ειδικών τιμών για πτήσεις τσάρτερ. Ο χρόνος πραγματοποίησης των διακοπών, όπως είναι αναμενόμενο, συμπίπτει με την περίοδο των καλοκαιρινών αδειών. Η συγκέντρωση πολλών τουριστών την ίδια περίοδο μάλλον προκαλεί πληθώρα προβλημάτων σ' ό,τι αφορά την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών και πιθανόν μειώνει το βαθμό ικανοποίησης του τουρίστα. Οι απαιτήσεις την περίοδο εκείνη είναι ιδιαίτερα μεγάλες και απαιτείται επαγγελματικός τρόπος αντιμετώπισης των από τους προσφέροντες τουριστικές υπηρεσίες. Τέλος σ' ό,τι αφορά το χώρο προορισμού, η Ελλάδα συνεχίζει, ως τόπος διακοπών, να έλκει περισσότερους τουρίστες σε σχέση με τις άλλες χώρες της Ν. Ευρώπης. Βέβαια τα τελευταία χρόνια έχει μειωθεί ο αριθμός των τουριστών στη χώρα μας, ενώ αυξάνεται ο αριθμός των τουριστών στις ανταγωνίστριες χώρες εκτός Ε.Ε.

2.2. Βασικά μεγέθη του Τουριστικού Τομέα στην Ελλάδα

Ο Τουρισμός αποτέλεσε και αποτελεί μία σημαντική κινητήρια δύναμη της ελληνικής οικονομίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του WTO (World Tourism Organization) η Ελλάδα ήταν το 2000 ο 15ος πιο δημοφιλής τόπος προορισμού παγκοσμίως με 12,2 εκατ. αφίξεις, παρουσιάζοντας μια άνοδο της τάξεως του 2,8% συγκριτικά με το 1999 και αντιπροσωπεύοντας το 1,8% των παγκοσμίως αφίξεων. Σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της ΕΣΥΕ οι αφίξεις την περίοδο Δεκέμβρης 2000 – Δεκέμβρης 2001 έφτασαν τα

14.033.378. Οι αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών το 2001 ήταν αυξημένες κατά 2,88% έναντι του 2000 και αποτελούν το 79,83% του συνόλου των αφίξεων.

Οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες την περίοδο 2000-2001 αυξήθηκαν κατά 1,9% και η Ελλάδα κατατάσσεται έτσι στην 10η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού⁵ οι αυξήσεις την περίοδο 1996-1997 αυξήθηκαν κατά 8,24%, την περίοδο 1997-1998 κατά 7,325, την περίοδο 1998-1999 κατά 10,93% και την περίοδο 1999-2000 κατά 7,63%. Η μεγαλύτερη αύξηση στις αυξήσεις προέρχεται κυρίως από τις αφίξεις από τις χώρες της Ευρώπης. Οι αφίξεις από τις χώρες της Ευρώπης αυξήθηκαν κατά 10,205 την περίοδο 1996-97, κατά 9,66% την περίοδο 1997-1998, κατά 11,26% την περίοδο 1998-199 και κατά 7,91% την περίοδο 1999-2000.

Οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα αυξήθηκαν κατά 11,30% την περίοδο 1996-1997, κατά 5,97% την περίοδο 1997-1998, κατά 6,565% την περίοδο 1998-1999 και κατά 1,74% την περίοδο 1999-2000. Η αύξηση των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα ήταν μεγαλύτερη από την αντίστοιχη αύξηση των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών τουριστών. Η μέση μηνιαία πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων αυξήθηκε κατά 4% την περίοδο 1996-1997, κατά 2,75% την περίοδο 1997-1998, κατά 2,34% την περίοδο 1998-1999 και κατά 1,51% την περίοδο 1999-2000.

Την περίοδο 1999-2000 η περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας παρουσίασε τη μεγαλύτερη αύξηση (13,59%) του συνόλου των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα. Την ίδια περίοδο η μεγαλύτερη αύξηση στη μέση ετήσια πληρότητα στα ξενοδοχειακά καταλύματα παρουσιάζεται στην περιφέρεια των Ιονίων Νήσων (7,85%).

Ο αριθμός των αλλοδαπών τουριστών που έφτασαν στη χώρα μας κατά το διάστημα Ιανουαρίου – Δεκεμβρίου 2001 ήταν, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, 14.033.378. Η αύξηση την περίοδο 2000 – 2001 ήταν της τάξεως του 7,16%. Ο μεγαλύτερος αριθμός τουριστών τόσο για το 2000 όσο και για το 2001 προερχόταν κυρίως από τη Μ. Βρετανία.

Σ' ότι αφορά τα έσοδα από τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα, η κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη έχει τριπλασιαστεί⁶. Το 2000 οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες έφτασαν τα

⁵ Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Διεύθυνση Μελετών και Επενδύσεων, Τμήμα Προγραμματισμού Τουριστικής Ανάπτυξης, ΔΕΛΤΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ – 2002/3, Αθήνα 17-05-2002.

⁶ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Περιγράφονται στο κείμενο «Η Τουριστική Πολιτική 2000 – 2006. Στόχοι και προοπτικές», <http://www.gnto.gr/3/03/gc30000.html>

9.221 εκ δολάρια. Οι εισπράξεις αυξήθηκαν το 2000 κατά 5% έναντι του 1999. Με βάση τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα κατατάσσεται έτσι στην 10^η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων.

Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη αφικνούμενου αλλοδαπού τουρίστα, σε τρέχουσες τιμές, αυξήθηκε από 300 δολ. στη διάρκεια της δεκαετίας του '80 σε 704 δολάρια το 2000.

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει σημαντική βελτίωση της συμμετοχής του Τουρισμού στα βασικά μεγέθη της οικονομίας. Οι τουριστικές υπηρεσίες καλύπτουν το 2000 το 45,6% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, ενώ το 1981 κάλυπταν μόνο το 28%. Η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ αυξήθηκε από 4% το 1981 σε 8% σήμερα.

Σ' ότι αφορά την επίπτωση του τουρισμού στην απασχόληση είναι δύσκολο να υπάρχει ακριβής εκτίμηση του αριθμού των απασχολούμενων. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι στον τομέα του Τουρισμού απασχολούνται μέλη της οικογένειας, στα πλαίσια της οικογενειακής τουριστικής επιχείρησης, άτομα με μερική ή προσωρινή απασχόληση, άτομα που δεν είναι δηλωμένα ότι απασχολούνται («μαύρη» εργασία) κλπ.

Την περίοδο 1981 – 1997 η απασχόληση αυξήθηκε στην τουριστική οικονομία κατά 87,5% έναντι αυξήσεως 9,2% στη συνολική απασχόληση και έναντι μειώσεως κατά 15% στη μεταποίηση⁷.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού⁸ η απασχόληση στον κλάδο «Ξενοδοχεία και Εστιατόρια» αυξήθηκε από 252.652 άτομα το 2000 σε 254.984 το 2001 (δηλαδή κατά 0,9%) και σε 272.717 το 2002 (αύξηση κατά 7%). Το 53,8% των απασχολούμενων στον εν λόγω κλάδο το 2002 είναι άνδρες και το 46,2% είναι γυναίκες. Σ' ότι αφορά τη θέση των απασχολούμενων στην επιχείρηση παρατηρούμε ότι το 57,4% των απασχολούμενων το 2002 είναι μισθωτοί, το 20,1% αυτοαπασχολούμενοι χωρίς προσωπικό, το 11,3% αυτοαπασχολούμενοι με προσωπικό και το 11,1% είναι βοηθοί στην οικογενειακή επιχείρηση.

Σ' ότι αφορά το εκπαιδευτικό επίπεδο των απασχολούμενων στον κλάδο «Ξενοδοχεία και εστιατόρια» το 2002, η πλειοψηφία αυτών είναι απόφοιτοι μέσης εκπαίδευσης (37,1%) και ακολουθούν οι απόφοιτοι Δημοτικού (33,2%). Οι πτυχιούχοι Ανώτερης Τεχνικής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης αποτελούν το 8,8% των απασχολούμενων το 2002 και οι

⁷ Τα στοιχεία αυτά αναφέρονται στη μελέτη Παυλόπουλος Γ. Π () Το μέγεθος και η δυναμική του τουριστικού τομέα, ΙΤΕΠ

⁸ σχετικά με αυτά τα στοιχεία για το 2000 και 2001 βλ. Π.Α.Ε.Π. Α.Ε. (2002) Επετηρίδα αγοράς εργασίας 2002.

πτυχιούχοι ΑΕΙ (συμπεριλαμβανομένων και των κατόχων μεταπτυχιακού / διδακτορικού διπλώματος) το 3,1%.

Ο αριθμός των ανέργων στον κλάδο «Ξενοδοχεία και εστιατόρια» μειώθηκε από 34.347 το 2000 σε 30.014 το 2001 και αυξήθηκε σε 36.831 άτομα το 2002. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ανέργων το 2002 (38,6%) είναι ηλικίας 30 – 44 ετών.

Μία πρόσφατη μελέτη του ΣΕΤΕ⁹ σχετικά με τον τουρισμό και την απασχόληση δίνει μία νέα διάσταση σ' ότι αφορά το μέγεθος της απασχόλησης και της σημασίας της τουριστικής απασχόλησης. Σύμφωνα με τη μελέτη αυτή η τουριστική απασχόληση υπολογίζεται στη βάση της άμεσης απασχόλησης, της μερικής, της εποχικής και της έμμεσης απασχόλησης¹⁰. Με βάση τη μελέτη αυτή η συνολική απασχόληση στον τουριστικό τομέα για το έτος 2000 εκτιμάται ότι είναι περίπου 808.000 άτομα και προβλέπεται ότι μέχρι το 2010 μπορούν να δημιουργηθούν επιπλέον 150.000 νέες θέσεις εργασίας.

2.3. Εσωτερικός Τουρισμός¹¹

Η οριοθέτηση της έννοιας εσωτερικός τουρισμός είναι δύσκολη. Το βασικό πρόβλημα στον ορισμό του εσωτερικού τουρισμού είναι η διαφοροποίηση ανάμεσα στην έννοια «τουρίστας» και «εκδρομέας» και ως προς το σκοπό και τη διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού. Στον ορισμό του εσωτερικού τουρισμού, που είναι πλέον και διεθνώς αποδεκτός, διαφοροποιείται η έννοια του «τουρίστα» από την έννοια του «εκδρομέα» αφού ο τουρίστας ταξιδεύει από 24 ώρες έως 12 μήνες εκτός του τόπου μόνιμης διαμονής του για διάφορους σκοπούς, ενώ ο εκδρομέας ταξιδεύει έως 24 ώρες.

Σύμφωνα με τους Τσάρτα, Μανωλόγλου και Μάρκου (2001) τα βασικά χαρακτηριστικά του εσωτερικού τουρισμού όπως διαμορφώνονται στη δεκαετία του '80 είναι τα ακόλουθα¹² :

- ο αριθμός των Ελλήνων που ταξιδεύουν (τουλάχιστον 1 φορά το χρόνο) για διακοπές είναι υψηλός

⁹ ΣΕΤΕ, *Τουρισμός και Απασχόληση*, Αθήνα 2003.

¹⁰ Βλ. ΣΕΤΕ, *Τουρισμός και Απασχόληση*, Αθήνα 2003, σ.7. Στη μελέτη αυτή η άμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις. Η μερική απασχόληση ορίζεται ως η για μερικές ώρες εντός του 24ωρου ή μερικές ημέρες της εβδομάδας απασχόληση σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις. Η Εποχική απασχόληση ορίζεται ως η για περιορισμένο χρονικό διάστημα του έτος (μήνες), απασχόληση σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις. Η έμμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση που δημιουργείται για την παραγωγή ενδιάμεσων / υποστηρικτικών της τουριστικής κατανάλωσης προϊόντων – υπηρεσιών.

¹¹ Οι πληροφορίες και τα στοιχεία προέρχονται από το βιβλίο Τσάρτας Π, Μανωλόγλου Ε, Μάρκου Α (2001), *Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού*, ΕΚΚΕ, Αθήνα.

¹² Βλέπε βιβλίο Τσάρτας Π, Μανωλόγλου Ε, Μάρκου Α (2001), *Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού*, ΕΚΚΕ, Αθήνα, σ.47

- το ποσοστό των Ελλήνων που κάνουν ένα ή περισσότερα διεθνή ταξίδια το χρόνο είναι υψηλό
- το μεγαλύτερο ποσοστό των ταξιδιών διακοπών των Ελλήνων αφορά ταξίδια εντός της Ελλάδας
- οι περιοχές που προτιμούν για διακοπές οι Έλληνες ποικίλουν. Τα ποσοστά χρήσης ιδιόκτητων ή μη παραθεριστικών κατοικιών καθώς και φιλοξενίας στα σπίτια είναι υψηλά
- αυξάνονται οι δαπάνες για ταξίδια διακοπών στη χρονική περίοδο 1960 – 1990 τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό

Τη δεκαετία του '90, σύμφωνα με τους Τσάρτα, Μανωλόγλου και Μάρκου¹³ τα χαρακτηριστικά του εσωτερικού τουρισμού είναι τα ακόλουθα :

- αυξάνεται σταθερά το ποσοστό των Ελλήνων που ταξιδεύουν, ενώ η μεγάλη πλειονότητα επιλέγει την Ελλάδα για ταξίδι διακοπών
- το μεγάλο ποσοστό των ταξιδιών στην Ελλάδα γίνεται για διακοπές και από αυτά ένα μεγάλο μέρος αφορά επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς
- το ποσοστό αυτών που χρησιμοποιούν υπηρεσίες πρακτορείου στην οργάνωση του ταξιδιού τους στην Ελλάδα παραμένει αρκετά χαμηλό
- το ποσοστό όσων χρησιμοποιούν παραθεριστικές κατοικίες, ιδιόκτητες κατοικίες ή σπίτια φίλων και συγγενών για τη διανυκτέρευσή τους στα ταξίδια των διακοπών στην Ελλάδα είναι υψηλό

Η μέση ετήσια δαπάνη¹⁴ για ταξίδια εσωτερικού τουρισμού για αυτούς που προέρχονται από τα δύο μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας είναι 650.000 δρχ (1908 ευρώ) για την Αθήνα και 340.000 δρχ (998 ευρώ) για τη Θεσσαλονίκη.

Τα κυριότερα κίνητρα των ταξιδιών των Ελλήνων Τουριστών είναι οι διακοπές και η διασκέδαση και η ησυχία, το καθαρό περιβάλλον, τα συνέδρια, οι εκθέσεις και οι επαγγελματικοί λόγοι, οι επισκέψεις σε φίλους κλπ.

¹³ Τα συμπεράσματα αναφέρονται στο Τσάρτας Π, Μανωλόγλου Ε, Μάρκου Α (2001), Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού, ΕΚΚΕ, Αθήνα, σ.47 - 48

¹⁴ Τα στοιχεία αυτά αναφέρονται στο Τσάρτας Π, Μανωλόγλου Ε, Μάρκου Α (2001), Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού, ΕΚΚΕ, Αθήνα, σ.209.

Μεγάλο ποσοστό επισκέπτεται τον τόπο καταγωγής του ή τον τόπο καταγωγής κάποιου μέλους της οικογένειάς του τουλάχιστον 1 φορά το χρόνο.

Τα βασικά συμπεράσματα που προκύπτουν αναφορικά με το μοντέλο του εσωτερικού τουρισμού είναι ότι το ποσοστό των ελλήνων που ταξιδεύει αυξάνεται συνεχώς, το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών επιλέγει την Ελλάδα ως χώρο διακοπών, διαμένει κυρίως σε παραθεριστικές κατοικίες ή φιλοξενείται και ο ρόλος των ταξιδιωτικών γραφείων είναι περιορισμένος.

2.4. Τουριστικοί Πόροι¹⁵

Οι φυσικοί πόροι της χώρας μας αποτελούν ένα σημαντικό πλεονέκτημα στην προσέλκυση ξένων τουριστών. Βασικό χαρακτηριστικό του ελληνικού φυσικού περιβάλλοντος είναι ο αριθμός των νησιών. Υπάρχουν 227 κατοικημένα νησιά (από τα οποία τα 164 βρέχονται από το Αιγαίο Πέλαγος), 21 λίμνες με συνολική επιφάνεια 59.890 εκτάρια και τα δέλτα των 33 ελληνικών ποταμών καλύπτουν 327.100 εκτάρια. Σε μήκος 15.000 χιλ. Ακτογραμμής υπάρχουν αμμώδεις παραλίες, αμμολωρίδες και αμμοθίνες, βραχώδεις ακτές και παράκτιοι υγρότοποι. Σύμφωνα με την Εθνική Απογραφή Δασών το 49,3% της χώρας μας καλύπτεται από δασικές εκτάσεις. Στην Ελλάδα υπάρχουν περισσότερα από 6.000 είδη φυτών από τα οποία τα 700 είναι ενδημικά.

Στην Ελλάδα υπάρχουν :

- 10 εθνικοί δρυμοί
- 19 αισθητικά δάση συνολικής έκτασης 68.732 εκτάρια
- 53 μνημεία της φύσης
- δύο Εθνικά Θαλάσσια Πάρκα, εφόσον έχει θεσμοθετηθεί και αυτό της Ζακύνθου
- 10 υγρότοποι διεθνούς σημασίας
- 29 περιοχές ειδικής προστασίας
- 14 μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς
- κηρυγμένοι αρχαιολογικοί χώροι

¹⁵ Οι πληροφορίες και τα στατιστικά στοιχεία προέρχονται από το κείμενο Υπουργείο Ανάπτυξης, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Πρόταση Σχεδίου Περιφερειακής Ανάπτυξης 2000 – 2006, Τομέας Τουρισμού, Μάρτιος 1999, Επιτροπή Κατάρτισης ΣΠΑ, Τομέας Τουρισμού

- τόποι ιδιαίτερου φυσικού κάλλους προστατευόμενοι από το ΥΠΠΟ και το ΥΠΕΧΩΔΕ

2.5. Εγκαταστάσεις τουριστικής υποδομής¹⁶

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας ανέρχεται το 1999 σε 573.463 κλίνες σε 7.741 ξενοδοχειακές μονάδες. Το 2000¹⁷ ο αριθμός των ξενοδοχείων ανέρχεται σε 8.025, ενώ των καταλυμάτων, που αποτελούν το 77,7% του συνόλου, σε 28.000. Ο αριθμός κλινών στο σύνολο των ξενοδοχείων είναι 591.652 και στα καταλύματα 450.000. Σ' ότι αφορά την κατανομή των κλινών ανά κατηγορία ξενοδοχείου παρατηρούμε ότι το 3,3% είναι σε ξενοδοχεία κατηγορίας ΑΑ, το 14,2% σε ξενοδοχεία κατηγορίας Α, το 34% σε ξενοδοχεία κατηγορίας β – γ και το 5,3% σε ξενοδοχεία κατηγορίας Δ – Ε.

Σ' ότι αφορά τις εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής η Ελλάδα διαθέτει:

- 5 μεγάλα διεθνή αεροδρόμια
- 22 μικρότερα αεροδρόμια τα οποία σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ – ΕΟΤ 1997, υποδεχόντουσαν το 77% των τουριστών
- 70 λιμάνια
- 15 μαρίνες
- 19 χιονοδρομικά κέντρα
- 62 ορεινά καταφύγια με δυνατότητα φιλοξενίας 2.300 ατόμων
- 8 Καζίνα
- 9 συνεδριακά κέντρα
- 4 γήπεδα γκολφ
- 5 (;) κέντρα θαλασσοθεραπείας
- 17 υδροθεραπευτήρια

¹⁶ Οι πληροφορίες και τα στατιστικά στοιχεία προέρχονται από το κείμενο Υπουργείο Ανάπτυξης, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Πρόταση Σχεδίου Περιφερειακής Ανάπτυξης 2000 – 2006, Τομέας Τουρισμού, Μάρτιος 1999, Επιτροπή Κατάρτισης ΣΠΑ, Τομέας Τουρισμού

¹⁷ Στοιχεία από τη μελέτη της Andersen 2002

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ

3. Προσδιοριστικοί παράγοντες στον τομέα του τουρισμού

3.1. Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ανάπτυξης

Η ανάπτυξη του τουρισμού ήδη από τη δεκαετία του '80 ήταν ραγδαία. Οι επιπτώσεις από αυτή την ανάπτυξη πολλές. Επηρεάστηκε το περιβάλλον, το εθνικό εισόδημα, η απασχόληση, η πολιτιστική φυσιογνωμία συγκεκριμένων περιοχών, τα πληθυσμιακά και δημογραφικά δεδομένα συγκεκριμένων περιοχών, τα πρότυπα διαβίωσης και το πολιτικό – διοικητικό σύστημα¹⁸.

Οι οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού¹⁹ αφορούν τα άμεσα και έμμεσα οικονομικά οφέλη. Τα άμεσα οικονομικά οφέλη αποτελούν τα κέρδη των επιχειρηματιών, το εισόδημα από εργασία στον εν λόγω κλάδο, τα εισοδήματα από ενοίκια, τα οφέλη από την απασχόληση και οι φόροι και οι άλλες πιθανές εισπράξεις της κυβέρνησης. Τα έμμεσα οφέλη αφορούν την αγορά πρώτων υλών και υπηρεσιών των τουριστικών επιχειρήσεων οι οποίες δημιουργούν πολλαπλασιαστικά οφέλη σ' άλλες επιχειρήσεις και στο σύνολο της οικονομίας.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη είναι²⁰ :

- τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης,
- οι τουριστικοί πόροι
- Φορείς, οργανισμοί και κοινωνικο-επαγγελματικές ομάδες που εμπλέκονται στην διαδικασία τουριστικής ανάπτυξης
- Επιρροή της τουριστικής προσφοράς από τα υπαρκτά πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης
- Τουριστικές επιχειρήσεις
- Τουριστική πολιτική

3.2. Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση διακρίνονται κυρίως σε τρεις ομάδες :

¹⁸ Κομίλης Π και Βαγιονής Ν, 1999, Τουριστικός σχεδιασμός. Μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης, εκδ Προπομπός, σ.117-119.

¹⁹ Βλέπε Κομίλης Π και Βαγιονής Ν, 1999, Τουριστικός σχεδιασμός. Μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης, εκδ Προπομπός, σ.123.

²⁰ Χ. Κοκκώσης και Π. Τσάρτας, 2001, Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον, εκδ Κριτική, σ.24

- Κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες. Τέτοιοι παράγοντες είναι το εισόδημα, η κοινωνικο-επαγγελματική κατηγορία, οι τιμές των προϊόντων, η διάρκεια διακοπών, η δημογραφική εξέλιξη, τα μεταφορικά μέσα κλπ
- Κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες. Τέτοιοι παράγοντες είναι η διάθεση του ατόμου να «δραπετεύσει» από την καθημερινότητα, η ανάγκη επιστροφής στη φύση κλπ
- Παράγοντες που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν, όπως η απόσταση, το κόστος ζωής στη χώρα υποδοχής, το επίπεδο τομών, το επίπεδο πληροφόρησης κλπ
- Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων και η βελτίωση των εισοδημάτων τους επηρεάζουν σημαντικά τη ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες.

Στην περίπτωση της Ελλάδας τα βασικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης είναι²¹:

- Η τουριστική μονοκαλλιέργεια (Ηλιο και Θάλασσα)
- Η μέση διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών τουριστών στα ελληνικά θέρετρα είναι 15 ημέρες και η μέση διάρκεια παραμονής τους σε ξενοδοχειακά καταλύματα είναι 6 ημέρες.
- Υψηλό βαθμό χρονικής συγκέντρωσης που κατευθύνεται σε προορισμούς στους οποίους κυριαρχεί ο μαζικός παραθεριστικός τουρισμός.
- Αυξανόμενη εποχικότητα της ζήτησης

3.3. Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής προσφοράς

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά είναι οι ακόλουθοι :

- Οι βελτιώσεις στα μεταφορικά μέσα και η μείωση του κόστους μεταφοράς
- Η αύξηση των τουριστικών καταλυμάτων
- Η αύξηση της τουριστικής προσφοράς των τουριστικών πακέτων – διακοπών
- Τα φυσικά χαρακτηριστικά της περιοχής
- Τα κατασκευαστικά στοιχεία όπως μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, δημόσια πάρκα κλπ
- Ο φυσικός και πολιτιστικός πλούτος μιας περιοχής
- Τα ήθη και τα έθιμα της περιοχής

- Η βασική και ειδική τουριστική υποδομή μιας περιοχής
- Η ευκολία πρόσβασης σ' ένα τουριστικό προορισμό
- Το κόστος της επίσκεψης κλπ.

Η αναζήτηση των αιτίων της κρίσης στον τουριστικό τομέα θα πρέπει να αναζητηθούν τόσο στην πλευρά της ζήτησης όσο και στην πλευρά της προσφοράς. Στην πλευρά της ζήτησης μπορούμε να προσδιορίσουμε τα αίτια της κρίσης στη στροφή των ξένων τουριστών προς τις ανταγωνίστριες χώρες, στη μείωση του μαζικού τουρισμού και στη γενικότερη οικονομική κρίση. Στην πλευρά της προσφοράς υπάρχει υπερπληθώρα τουριστικών υπηρεσιών ιδιαίτερος χαμηλής ποιότητας και μη συνδεδεμένων μ' άλλες δραστηριότητες (για παράδειγμα αθλητικές, πολιτιστικές κλπ).

²¹ βλ. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Η τουριστική πολιτική 2002 – 2006. Στόχοι και Προοπτικές, <http://www.gnto.gr/3/03/gc30000.html>

4. Βασικά Χαρακτηριστικά του Τουριστικού φαινομένου

4.1. Γενικά χαρακτηριστικά

Σύμφωνα με τον (WTO, 1998) ο τουρισμός θα συνεχίσει να είναι ένας από τους πιο δυναμικά αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας :

- Περισσότεροι τουρίστες επιθυμούν να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής, αθλητικές εκδηλώσεις, περιπετειώδεις εκδρομές, για να μάθουν για την ιστορία, την κουλτούρα, τη φύση και τα άγρια ζώα του προορισμού που επισκέπτονται. Οι τουρίστες σήμερα συμμετέχουν σε αυτές τις δραστηριότητες πιο ενεργά σωματικά και πνευματικά σε σχέση με το παρελθόν.
- Περισσότεροι τουρίστες, σε σχέση με το παρελθόν, αναζητούν νέους προορισμούς και νέες μορφές τουρισμού. Το γεγονός αυτό παρέχει πολλές ευκαιρίες για την ανάπτυξη νέων τουριστικών περιοχών, αλλά και τη βελτίωση και επέκταση των υφισταμένων.
- Πολλοί τουρίστες πραγματοποιούν μέσα στο χρόνο περισσότερα, αλλά μικρότερης διάρκειας ταξίδια (short breaks). Το γεγονός αυτό προσφέρει την ευκαιρία για ανάπτυξη περισσότερων τουριστικών περιοχών οι οποίες προσφέρουν ευκολίες- ανέσεις και δραστηριότητες και απευθύνονται σε τουρίστες που τις χρησιμοποιούν σε διαφορετικές εποχές μέσα στο χρόνο.
- Οι τουρίστες είναι πιο ενημερωμένοι, εξετάζουν καλύτερα τις προσφερόμενες υπηρεσίες και απαιτούν καλύτερη ποιότητα αυτών, καθώς επίσης και καλύτερη σχέση τιμής και ποιότητας (value for money).
- Περισσότεροι τουρίστες είναι κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά ευαίσθητοι, ζητούν καλά σχεδιασμένες διακοπές, λιγότερο μολυσμένους προορισμούς και αποστρέφονται αυτούς που δεν πληρούν αυτές τις προϋποθέσεις.
- Ο τουριστικός τομέας κάνει αυξανόμενη χρήση των νέων τεχνολογιών σε θέματα όπως η κράτηση υπηρεσιών και το μάρκετινγκ. Το internet για παράδειγμα είναι σήμερα ένα εργαλείο πληροφόρησης και μάρκετινγκ.

4.2. Βασικά χαρακτηριστικά του τουριστικού φαινομένου στην Ελλάδα

Το μεταπολεμικό πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα, το οποίο παραμένει σε μεγάλο βαθμό κυρίαρχο και σήμερα, συνδέεται με την ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών του οργανωμένου μαζικού τουρισμού της θερινής κυρίως περιόδου. Διακρίνουμε τρεις κύριες φάσεις του προτύπου τουριστικής ανάπτυξης²² :

- 1950 – 1965. υπάρχουν υποτυπώδεις υποδομές, οι τουρίστες παραμένουν κυρίως στην Αθήνα
- 1965 – 1980. Ανάπτυξη του τουρισμού των οργανωμένων διακοπών
- 1980 – 1995. Ανάπτυξη του μαζικού (βιομηχανικού) τουρισμού και δεισμός της τουριστικής ζήτησης.

Τα μοντέλα ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα είναι τα ακόλουθα²³ :

- το μοντέλο του μαζικού τουρισμού
 - το βιομηχανικό μοντέλο του μαζικού τουρισμού γύρω από τα ξενοδοχεία
 - το ανεξάρτητο ή αυτόνομο μοντέλο του μαζικού τουρισμού γύρω από τα ξενοδοχεία
 - το μοντέλο του οργανωμένου τουρισμού ή του ατομικού σε καταλύματα
- Το μοντέλο του ειδικού τουρισμού και του εναλλακτικού τουρισμού
 - Το μοντέλο του ομαδικού τουρισμού σε εξοχή – παράδοση – περιβάλλον
 - Το μοντέλο του ομαδικού τουρισμού «πολιτισμός – εκπαίδευση – επιστήμη»
 - Το μοντέλο του ομαδικού τουρισμού sports – φυσική ζωή – υγεία
 - Το μοντέλο του ομαδικού τουρισμού «επαγγελματικά ταξίδια, συνέδρια κλπ»
- Το μοντέλο του τουρισμού για τα άτομα με ειδικές ανάγκες

Το μεταπολεμικό μοντέλο ανάπτυξης απευθυνόταν σ' ένα τύπο ζήτησης με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αφορούσε μόνο ένα τμήμα της χώρας, δηλαδή τις περιοχές που διέθεταν τους κατάλληλους πόρους για τον τουρισμό διακοπών. Τα κύρια χαρακτηριστικά αυτού του τύπου ζήτησης είναι τα ακόλουθα :

²² βλ. P. Tsartas, 1998, La Grece : Du Tourisme de Masse au Tourisme Alternatif, ed. L' Harmattan.

²³ Βλ. . P. Tsartas, 1998, La Grece : Du Tourisme de Masse au Tourisme Alternatif, ed. L' Harmattan.

- Οι τουρίστες προέρχονται κυρίως από την Ευρώπη και υπάρχει σημαντική μείωση του μεριδίου αμερικανών τουριστών.
- Ένα υψηλό ποσοστό τουριστών έρχονται στα πλαίσια οργανωμένων ταξιδιών.
- Προέρχονται κυρίως από μεσαία και χαμηλά εισοδηματικά στρώματα.
- Έρχονται κυρίως την τουριστική περίοδο (Ιουνίου – Αυγούστου). Η διάρκεια της τουριστικής περιόδου είναι σχετικά χαμηλή.
- Χρησιμοποιούν κυρίως απευθείας πτήσεις τσάρτερ από τη χώρα τους στον τόπο διακοπών
- Το²⁴ τουριστικό προϊόν είναι μονοδιάστατο : «Ήλιος και Θάλασσα»
- Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι κυρίως κληρονομημένα (φυσικό περιβάλλον, πολιτισμική κληρονομιά)
- Υπάρχει υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής
- Η διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης είναι ολιγοψωνιακή (λίγοι tours operators)
- Οι ξενοδοχειακές μονάδες / καταλύματα είναι κυρίως μικρού μεγέθους και ενδιάμεσης / χαμηλής ποιότητας και μικρός βαθμός συγκέντρωσης και πολύ μικρή καθετοποίηση
- Υπάρχουν διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές
- Οι μη ξενοδοχειακές τουριστικές επιχειρήσεις είναι μικρού μεγέθους
- Υπάρχει αλλαγή κλίματος και διάθεσης από πλευράς τουριστών

Από τη δεκαετία του 50 μέχρι αρχές της δεκαετίας του '80 ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης εστιάστηκε κυρίως μόνο στο σκέλος της τουριστικής προσφοράς. Από τις αρχές της δεκαετίας του '80 διαμορφώνεται σιγά-σιγά η αντίληψη ότι η ανάπτυξη του τουρισμού προϋποθέτει την ανάπτυξη τόσο της προσφοράς όσο και της ζήτησης και ο σχεδιασμός έπρεπε να αφορά και τις δύο πλευρές του συστήματος.

Γενικά μπορούμε να πούμε ότι η φιλοσοφία που επικρατούσε στον τομέα του τουρισμού ήταν η φιλοσοφία των μεμονωμένων και αποσπασματικών παρεμβάσεων – μικροβελτιώσεων.

Η έκρηξη της τουριστικής ζήτησης τη δεκαετία του '70 και τη δεκαετία του '80 προκάλεσε την ανάπτυξη, άναρχη όμως και αποσπασματική, της πλευράς της τουριστικής προσφοράς.

Τα αποτελέσματα αυτής της αποσπασματικής τουριστικής πολιτικής είναι εμφανή: παρατηρούμε την περιβαλλοντική υποβάθμιση πολλών περιοχών, την αποδιοργάνωση των κοινωνιών υποδοχής, τη δημιουργία μίας αντίληψης εύκολου και γρήγορου πλουτισμού αυτών που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες, χαμηλή ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών κτλ.

Σήμερα ο τουρισμός είναι συνάρτηση μιας στενής σχέσης ανάμεσα σε διάφορες βιομηχανίες παραγωγής υπηρεσιών αναψυχής που όπως προαναφέρθηκε εποχιακά εστιάζεται τους θερινούς μήνες, τοπικά κυρίως στα νησιά του Αιγαίου, του Ιονίου και την Κρήτη και στοχεύει στην παροχή διακοπών. Αυτή η μορφή τουρισμού θεωρείται ως και η πλέον παραδοσιακή σε μία χώρα όπως η Ελλάδα. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται διεθνώς μία σχετική απόκλιση από αυτή την παραδοσιακή μορφή τουρισμού προς άλλες πιο εξειδικευμένες μορφές, όπως του συνεδριακού τουρισμού, του χειμερινού τουρισμού, του αγρο-τουρισμού, διαφοροποιώντας δυναμικά τις παραμέτρους που διαμορφώνουν την τουριστική αγορά. Αυτές οι νέες τάσεις έρχονται να αναστατώσουν την παραδοσιακή τουριστική αγορά στην Ελλάδα, να δημιουργήσουν καινούργιες προοπτικές για την τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα και να προβληματίσουν τους υπεύθυνους φορείς σχετικά με την τουριστική προσφορά.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που διαθέτει ο ΕΟΤ²⁵ μπορούμε να προσδιορίσουμε τα βασικά χαρακτηριστικά του τουριστικού φαινομένου. Σχηματίζεται η άποψη ότι οδηγούμαστε προς ένα νέο τουριστικό υπόδειγμα με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά :

- συντομότερη παραμονή κατά τις διακοπές
- μεγαλύτερη διάσπαση των διακοπών σε τμήματα
- αυξημένη ζήτηση για ειδικά προσαρμοσμένες διακοπές
- σχετική αύξηση ζήτησης για ξενοδοχεία υψηλών κατηγοριών και για μη συμβατικά ξενοδοχειακά καταλύματα
- μεταστροφή από «διακοπές δραστηριοτήτων» προς τις «διακοπές εμπειριών»
- αυξημένος αριθμός των τουριστών τρίτης ηλικίας
- μείωση του χρόνου παρακράτησης

²⁴ Τα χαρακτηριστικά που αναφέρονται από αυτό το σημείο και μετά βρίσκονται στο κείμενο «Τουριστική Πολιτική 2000 – 2006», http://www.gnto.gr/3/08/081/tourism_policy.web.obc

²⁵ Βλέπε κείμενο Υπουργείο Ανάπτυξης, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, *Εξέλιξη της Τουριστικής Κίνησης 2002*, Αθήνα – Οκτώβριος 2002, σελ. 12-13.

- αυξημένη σημασία που αποδίδεται στις τουριστικές δραστηριότητες ως προς τη βιώσιμη ανάπτυξη και τις αρχές των δίκαιων συναλλαγών
- εμφάνιση αναδυόμενων προορισμών
- αυξημένες ευκαιρίες για προορισμούς με χαμηλά εμπόδια εισόδου στα σύνορα
- περισσότερο σύνθετη τμηματοποίηση της ζήτησης λόγω επικάλυψης των παραδοσιακών σκοπών ταξιδιού

5. Βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τομέας του Τουρισμού

5.1. Γενικής φύσεως προβλήματα

Σ' ότι αφορά την κατάσταση στην ελληνική προσφορά παρατηρούμε ότι :

- Το μεγαλύτερο μέρος των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (άνω του 70%) είναι μέσων και χαμηλών τάξεων
- Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις σε ποσοστό άνω του 95% είναι ΜΜΕ και αυτό επιδρά αρνητικά στην ικανότητά τους να προσαρμοστούν στις εξελίξεις των αγορών και να παρακολουθήσουν τις αλλαγές στις νέες τεχνολογίες και στο να αυξήσουν την απασχόληση
- Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων του τομέα εξαρτάται οικονομικά και οργανωτικά από τη στήριξη του κράτους για να προχωρήσει στον εκσυγχρονισμό των κτιριακών τους εγκαταστάσεων, του εξοπλισμού τους, της ποιότητας των υπηρεσιών τους κλπ.
- Περιβαλλοντική υποβάθμιση πολλών περιοχών
- έλλειψη «τουριστικής επαγγελματικής» συνείδησης
- χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης των απασχολουμένων στον τομέα του τουρισμού
- ανεπάρκειες στην τουριστική εκπαίδευση
- ανεπάρκειες στη σωστή προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος
- σχετική αύξηση της τιμής του τουριστικού πακέτου και ευρύτερα των τουριστικών υπηρεσιών σε σχέση με το τι ισχύει στις ανταγωνίστριες χώρες.
- Ελλείψεις και αδυναμίες του θεσμικού πλαισίου για το σωστό σχεδιασμό και λειτουργία του τουρισμού
- Αδιευκρίνιστο το ποιος χαράζει και ασκεί τουριστική πολιτική και σύγκρουση αρμοδιοτήτων πολλών Υπουργείων και κυβερνητικών φορέων για τον τουρισμό
- Αδυναμία συγκρότησης σταθερής μεσο-μακροπρόθεσμης πολιτικής για τον τουρισμό

Η μελέτη της Andersen (2002) αναφέρει (σ. 158) ότι τα βασικά προβλήματα είναι:

- ακριβός προορισμός σε σχέση με άλλες ανταγωνιστικές χώρες
- υπερ εξάρτηση από τους Tour Operators (μαζικός τουρισμός)
- έντονη εποχικότητα
- υπέρ εξάρτηση από μικρό αριθμό αγορών
- έλλειψη διεθνούς συστήματος κατηγοριοποίησης των ξενοδοχειακών καταλυμάτων
- περιορισμένη παρουσία διεθνών ξενοδοχειακών αλυσίδων
- μεγάλο ποσοστό μη αδειούχων καταλυμάτων (χαμηλή ποιότητα)
- συγκριτικό χαμηλό επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών
- ανεπαρκής αξιοποίηση συνεδριακού τουρισμού
- ανεπάρκεια υποστηρικτικών υποδομών αναψυχής (γκολ, μαρίνες κλπ)
- οδική πρόσβαση στην Ελλάδα αποκλειστικά μέσω Βαλκανίων
- Έλλειψη συνισταμένης και μακροχρόνιας τουριστικής πολιτικής
- Πολυπλοκότητα διαδικασιών του Κρατικού Τουριστικού Φορέα
- Αναρχη δόμηση χωρίς περιβαλλοντική συμβατότητα
- Ανεπαρκής συντήρηση και εκμετάλλευση χώρων αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος
- Ανεπαρκής προώθηση του συνόλου του ελληνικού τουριστικού προϊόντος

Στην ίδια μελέτη (σ.158) αναφέρονται οι εξής απειλές που ο τουριστικός τομέας αντιμετωπίζει και οι οποίες είναι :

- Ισχυρός ανταγωνισμός από άλλους προορισμούς της Μεσογείου
- Ενδυνάμωση των ανταγωνιστικών χωρών σε ειδικές μορφές τουρισμού και υποδομές
- Προβλήματα από την αναταραχή στον χώρο των αεροπορικών εταιρειών
- Επιφυλακτικότητα στη χρήση του αεροπλάνου ως μέσο μεταφοράς
- Αναμενόμενη μείωση των αφίξεων από τις ΗΠΑ
- Απαιτητικοί τουρίστες

- Τερματισμός των κοινοτικών επιχορηγήσεων το 2006
- Περιορισμένη απορροφητικότητα κονδυλίων
- Υπέρ προσφορά δωματίων μετά το πέρας των Ολυμπιακών Αγώνων.

5.2. Οι επιπτώσεις από τα γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου²⁶

Οι επιπτώσεις από τα γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου 2001 στις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις, όπως προσδιορίστηκαν από μελέτη που ανατέθηκε από τον ΕΟΤ είναι οι ακόλουθες:

- Τα ξενοδοχεία της Αττικής κυρίως επηρεάστηκαν κατά την περίοδο μετά τα μέσα του Σεπτεμβρίου με πολλές ακυρώσεις και “non shows”
- Τα τουριστικά γραφεία κατέγραψαν απώλειες κυρίως στον τομέα της έκδοσης των εισιτηρίων
- Οι εταιρείες ναυλώσεως σκαφών αναμνηχής παρουσιάζονται να έχουν καταγράψει μειώσεις τόσο στον κύκλο των εργασιών τους όσο και στις καθεαυτό πληρότητες των ίδιων των σκαφών.

5.3. Οι προοπτικές για το 2003

Η εξέλιξη της τουριστικής κίνησης για το 2003, αλλά και ως ένα βαθμό και για τα επόμενα χρόνια, θα εξαρτηθεί από τους επτά ακόλουθους παράγοντες²⁷ :

- Η ταχύτητα ανάκαμψης της διεθνούς οικονομίας
- Συνέπειες μιας ενδεχόμενης πετρελαϊκής κρίσης
- Εξέλιξη της διεθνούς πολιτικής συγκυρίας
- Ικανότητα αντίδρασης και ευελιξίας των επιχειρηματικών φορέων
- Απόδοση των δράσεων και των συνεργιών του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα
- Έγκαιρη προετοιμασία και αξιοποίηση όλων των ευκαιριών και πλεονεκτημάτων που δημιουργεί η δυναμική της διεξαγωγής των Ολυμπιακών αγώνων του 2004

²⁶ Οι επιπτώσεις αυτές αναφέρονται στο κείμενο Υπουργείο Ανάπτυξης, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, *Εξέλιξη Τουριστικής Κίνησης 2002*, Αθήνα – Οκτώβριος 2002, σ.18

²⁷ αναφέρονται στο κείμενο Υπουργείο Ανάπτυξης, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, *Εξέλιξη Τουριστικής Κίνησης 2002*, Αθήνα – Οκτώβριος 2002, σ.21-22

- Προσφορά και εξειδίκευση νέων προϊόντων
- Άνοιγμα νέων αγορών και εδραίωση της θέσης του ελληνικού τουρισμού σε μια σειρά χωρών μέσω της διαφημιστικής εκστρατείας

5.4. Είναι ο ελληνικός τουρισμός σε κρίση ;

Συχνά, ειδικά τα τελευταία χρόνια, ακούγεται από ολοένα και περισσότερους ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι σε κρίση. Ο τρόπος με τον οποίο ο καθένας κατανοεί το φαινόμενο κρίση είναι διαφορετικός. Συνήθως προσδιορίζεται από τον αριθμό των αφίξεων στην Ελλάδα και από τη μέση τουριστική δαπάνη. Ο αριθμός των αφίξεων στην Ελλάδα δε λαμβάνει υπόψη του τον εσωτερικό τουρισμό. Η μέση τουριστική δαπάνη επηρεάζεται και από το ίδιο το μοντέλο του τουρισμού. Δηλαδή αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο κάποιος επιλέγει να κάνει διακοπές (π.χ επιλογή κάμπινγκ αντί ξενοδοχείου κλπ) επηρεάζει τη μέση τουριστική δαπάνη.

Είναι κατανοητό ότι η κάθε επαγγελματική – κοινωνική ομάδα που εμπλέκεται στο χώρο του τουρισμού κατανοεί το θέμα της κρίσης του τουρισμού ανάλογα με τα δικά της συμφέροντα. Παρόλα αυτά θα πρέπει να βρεθούν, όσο είναι εφικτό, κοινές μεταβλητές – παράμετροι για να μπορούμε να αποφανθούμε ότι όντως υπάρχει ή δεν υπάρχει κρίση.

Ο αριθμός αφίξεων, ο αριθμός τουριστών, η μέση τουριστική δαπάνη, η μέση διάρκεια διακοπών θα μπορούσαν να αποτελούν ενδεικτικά κριτήρια για τον προσδιορισμό της οικονομικής κατάστασης στον τομέα του τουρισμού.

Η ποσοτική μεταβολή των προαναφερόμενων μεταβλητών εξαρτάται από πληθώρα εξωγενών (π.χ. το ΑΕΠ των άλλων χωρών, η αύξηση των ανταγωνιστριών χωρών, πόλεμοι κλπ) αλλά και ενδογενών παραγόντων (όπως η ποιότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, το ύψος της τιμής, η δομή της αγοράς, η δυνατότητα παραγωγής νέων προϊόντων κλπ).

Η μεταβολή του αριθμού των τουριστών ή της μέσης τουριστικής δαπάνης (και των άλλων μεταβλητών) μπορεί να προέλθει είτε από κάποιο εξωγενή παράγοντα είτε από κάποιο ενδογενή παράγοντα και να προκαλεί επιφανειακή ή και ουσιαστική επίδραση στον τουρισμό. Για παράδειγμα η μείωση του αριθμού των τουριστών εξαιτίας κάποιων συγκρούσεων στην περιοχή θα πάψει να υφίσταται από τη στιγμή που οι συγκρούσεις δεν θα υπάρχουν. Η μείωση όμως του αριθμού των τουριστών εξαιτίας κάποιας εκτεταμένης οικολογικής

καταστροφής στην περιοχή ή εξαιτίας της αδυναμίας των παραγωγών – πωλητών να προσφέρουν κάτι νέο και ανταγωνιστικό είναι πολύ πιο σοβαρό για τον τουρισμό. Ως εκ τούτου η έννοια της κρίσης στον τουρισμό συνδέεται αφενός μεν με τη χειροτέρευση των οικονομικών μεγεθών αφετέρου δε με το πώς διαμορφώνονται κάποιοι παράγοντες.

Στην περίπτωση της Ελλάδας είναι ενδιαφέρον η συζήτηση αναφορικά με την κρίση στον τομέα του τουρισμού να εντοπιστεί κυρίως ως προς το κατά πόσο η συμπεριφορά των δομικών παραγόντων στον τομέα του τουρισμού δημιουργεί ή όχι την κρίση.

Τόσο οι εξωγενείς όσο και οι ενδογενείς παράγοντες²⁸ επηρεάζουν σημαντικά τον τουρισμό στη χώρα μας. Οι κυριότεροι εξωγενείς παράγοντες είναι η εξάρτηση από τους tour operators και η άνοδος των ανταγωνιστριών χωρών. Από τους ενδογενείς παράγοντες οι κυριότεροι είναι η ποιότητα και η τιμή των προσφερόμενων υπηρεσιών, το περιβάλλον και οι υποδομές, για τον τουρισμό, της χώρας μας. Την περίοδο αυτή οι tour operators δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τις ανταγωνίστριες χώρες επηρεάζοντας με τον τρόπο αυτό τα οικονομικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού. Η άνοδος των ανταγωνιστριών χωρών οι οποίες προσφέρουν τουριστικά προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές επιβαρύνουν ακόμη περισσότερο την υπάρχουσα κατάσταση. Το σημαντικότερο όμως σχετίζεται με τους ενδογενείς παράγοντες. Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα έγινε αποσπασματικά και όχι οργανωμένα με αποκλειστικό γνώμονα τη μεγιστοποίηση του συμφέροντος του ατόμου και όχι της τοπικής κοινωνίας ή και της χώρας. Το αποτέλεσμα ήταν η περιβαλλοντική υποβάθμιση αρκετών περιοχών και η παραγωγή όχι ποιοτικών υπηρεσιών. Οι παράγοντες αυτοί επηρεάζουν τον τουρισμό σε βάθος χρόνου και όχι επιφανειακά. Οι φυσικές ομορφιές της Ελλάδας, σε συνδυασμό με το καλό κλίμα αποτελούσαν ένα σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης τουριστών, αλλά αυτό πλέον δεν αρκεί.

Είναι λοιπόν σε κρίση ο ελληνικός τουρισμός ; Η απάντησή μας είναι ναι. Όχι επειδή, την τελευταία περίοδο, έχουν χειροτερεύσει οι οικονομικοί δείκτες στον τουρισμό, αλλά επειδή πλήττεται η ίδια η δομή του τουρισμού χάνοντας, αργά αλλά σταθερά, αυτά που θα ονομάζαμε ανταγωνιστικά μας πλεονεκτήματα.

²⁸ Οι εξωγενείς και οι ενδογενείς παράγοντες που επηρεάζουν το τουριστικό σύστημα αναφέρονται αναλυτικά στην ενότητα 7.

6. Η τουριστική πολιτική στη χώρα μας

Οι βασικοί στόχοι της τουριστικής πολιτικής όπως αυτοί εξειδικεύονται από το αρμόδιο Υπουργείο²⁹ είναι :

- Η ποιοτική και αισθητική αναβάθμιση των γενικών και τουριστικών υπηρεσιών
- Αύξηση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος σε όλες τις περιφέρειες
- Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών
- Εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού
- Εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στις τουριστικές επιχειρήσεις

Ο βασικός στόχος της τουριστικής πολιτικής είναι το πέρασμα από την τουριστική «μονοκαλλιέργεια» στην πολυμορφία, την ποιότητα και τη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος. Ειδικότερα οι στόχοι της τουριστικής πολιτικής είναι :

- Η αξιοποίηση της περιουσίας
- Η ύπαρξη ολοκληρωμένων τουριστικών εγκαταστάσεων
- Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- Ο ολυμπιακός τουρισμός
- Ο οικοτουρισμός
- Προβολή – προωθητικές ενέργειες
- Τουριστική εκπαίδευση
- Αντιμετώπιση διυπουργικών εκκρεμοτήτων

Σ' ότι αφορά τις τουριστικές επιχειρήσεις τα μέτρα τουριστικής πολιτικής είναι :

- Η αναβάθμιση καταλυμάτων
- Η αντιμετώπιση πολεοδομικά αυθαίρετων τουριστικών επιχειρήσεων
- Αύξηση μεγέθους επιχειρήσεων
- Ένταξη των τουριστικών επιχειρήσεων στις νέες τεχνολογίες

²⁹ Βλ. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Η τουριστική πολιτική 2002 – 2006. Στόχοι και Προοπτικές, <http://www.gnto.gr/3/03/gc30000.html>

- Ταμείο αντασφάλισης τουριστικών επιχειρήσεων
- Νέα τουριστικά επαγγέλματα και επιχειρήσεις
- Χρηματοδότηση επενδύσεων από το Γ ΚΠΣ
- Επέκταση περιόδου
- Μελέτες τουριστικής ανάπτυξης ανά περιφέρεια.

Στα πλαίσια της πολιτικής ενίσχυσης της ζήτησης³⁰ ο βασικός στόχος είναι να περάσουμε από την μονοκαλλιέργεια στην πολυμορφία, την ποιότητα και την βιωσιμότητα. Οι βασικοί στόχοι είναι :

- Η αύξηση της ζήτησης ιδιαίτερα από τις υπερπόντιες αγορές και φυσικά από τη Δυτική και Ανατολική Ευρώπη
- Η προσέλκυση ζήτησης ανώτερων εισοδηματικών στρωμάτων
- Η προσέλκυση οργανωμένου τουρισμού από χώρες υψηλής οικονομικής ανάπτυξης
- Διαμόρφωση εμπλουτισμένων τουριστικών προϊόντων
- Βελτίωση των θεματικών αγορών, όπως ο συνεδριακός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός, τουρισμός υγείας κλπ.

Σ' ότι αφορά την πολιτική ενίσχυσης της προσφοράς³¹ τα προτεινόμενα μέτρα πολιτικής συνοψίζονται :

- Στη βελτίωση και στον έλεγχο των υπηρεσιών (Δίκτυο Άμεσης Πληροφόρησης, Έλεγχοι ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών, Διυπουργική συνεργασία για τη βελτίωση των υπηρεσιών, φυσικές καταστροφές και ενημέρωση ξένων αγορών)
- Στις δημόσιες τουριστικές υποδομές
- Στις ιδιωτικές επενδύσεις
- Στην αξιοποίηση των Ελληνικών Τουριστικών Ακινήτων Α.Ε.

³⁰ Όσα θα αναφερθούν στα πλαίσια της πολιτικής ενίσχυσης της ζήτησης προέρχονται από το κείμενο «Τουριστική πολιτική 2002 – 2006», σ. 19 – 22, http://www.gnto.gr/3/08/081/tourism_policy.web.obc

³¹ Όσα θα αναφερθούν στα πλαίσια της πολιτικής ενίσχυσης της προσφοράς προέρχονται από το κείμενο «Τουριστική πολιτική 2002 – 2006», σ. 23-29, http://www.gnto.gr/3/08/081/tourism_policy.web.obc

- Στην προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού
- Στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού
- Στην αναδιάρθρωση της τουριστικής προσφοράς
- Στην ασφάλιση τουριστικών επιχειρήσεων έναντι εξωγενών κινδύνων

Προωθείται επίσης από πλευράς Υπουργείου η ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών στον τομέα της Τουριστικής Εκπαίδευσης.

Τέλος ο εσωτερικός τουρισμός, λόγω της σημαντικής του βαρύτητας, πρέπει να αποτελέσει στρατηγικό αναπτυξιακό άξονα της τουριστικής πολιτικής και να μην αντιμετωπίζεται συγκυριακά και ευκαιριακά. Τα μέτρα που μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξή του είναι τα ακόλουθα³² :

- προώθηση εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού
- φορολογικές διευκολύνσεις και οικονομικές ενισχύσεις σε τουριστικές επιχειρήσεις που λειτουργούν ή θα λειτουργήσουν σε ορεινές μειονεκτικές περιοχές
- ενίσχυση της υπάρχουσας δομής και προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού
- διαφήμιση και προβολή φυσικών και πολιτιστικών πόρων της χώρας
- ανάδειξη τουριστικών περιοχών με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά
- έμφαση σε ζητήματα προστασίας του περιβάλλοντος, αξιοποίησης και διαφύλαξης της πολιτιστικής κληρονομιάς
- ενημέρωση για περιοχές που μπορούν να αποτελέσουν τουριστικούς προορισμούς
- προώθηση νησιωτικών και ηπειρωτικών περιοχών οι οποίες δεν ελκύουν ιδιαίτερα το ενδιαφέρον του αλλοδαπού μαζικού τουρίστα
- ενίσχυση τάσεων για εσωτερικό τουρισμό σε περιόδους εκτός τουριστικής αιχμής
- πρωτοβουλίες για την προσέλκυση εσωτερικών τουριστών
- έμφαση στην ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών

³² βλ. Τσάρτας Π, Μανωλόγλου Ε, Μάρκου Α (2001), Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού, ΕΚΚΕ, Αθήνα, σ.183-184

- έλεγχος, οργάνωση και βελτίωση δικτύων υποδομής της χώρας
- συνεργασία με εκπαιδευτικές υπηρεσίες για την παρουσίαση θεμάτων και ντοκιμαντέρ στα σχολεία που θα αφορούν τους ελκυστικούς τουριστικούς πόρους της χώρας
- θεσμοθέτηση στο πλαίσιο των εργασιακών σχέσεων της άδειας εκτός καλοκαιρινής εποχής ώστε να απολαμβάνουν οι εργαζόμενοι την τουριστική προσφορά και οι επιχειρήσεις τη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Η τουριστική πολιτική, όπως αυτή προσδιορίζεται ανωτέρω αφορά όλες τις πτυχές του τουρισμού στη χώρα μας. Αναφέρεται τόσο στην πλευρά της ζήτησης όσο και στην πλευρά της προσφοράς. Ίσως το κύριο μειονέκτημα αυτής της πολιτικής είναι ότι είναι αρκετά γενική, επιδιώκει να τα καλύψει όλα χωρίς να θέτει προτεραιότητες , χωρίς να υπάρχει συστηματικός προγραμματισμός και χωρίς να ακουμπά ίσως και το ίδιο το πρόβλημα. Δεν απαντά στο ερώτημα αν και κατά πόσο το μοντέλο του μαζικού τουρισμού θα συνεχίσει να είναι το κυρίαρχο μοντέλο στην Ελλάδα, πως θα περιοριστεί αν βέβαια περιοριστεί η δύναμη των tour operators, αν θα αναπτυχθούν σωστά οι υποδομές και αν γενικά η ανάπτυξη του τουρισμού θα σέβεται ή όχι το φυσικό περιβάλλον. Με άλλα λόγια περιγράφεται μία ιδεατή εικόνα που απέχει πάρα πολύ από την πραγματική, που λαμβάνοντας υπόψη τη σημερινή ελληνική κοινωνία διατηρούμε σημαντικές επιφυλάξεις αν αυτά όλα μπορούν να πραγματοποιηθούν.

7. Τουριστικό Σύστημα και Προσδιοριστικοί του Παράγοντες

Το τουριστικό σύστημα, ως ενιαίο σύνολο, επηρεάζεται και αυτοπροσδιορίζεται από πληθώρα εξωγενών και ενδογενών παραγόντων³³. Ειδικότερα οι εξωγενείς παράγοντες που διαμορφώνουν το τουριστικό σύστημα είναι οι ακόλουθοι :

Εξωγενείς παράγοντες :

- Tour-operators
- Οικονομική συγκυρία (χωρών αποστολής τουριστών και Ελλάδας)
- Τάσεις καταναλωτών
- Ανταγωνιστικοί προορισμοί
- Πολιτική συγκυρία
- Σύστημα μεταφορών (προς τη χώρα)
- δυνατότητες χρηματοδότησης έργων υποδομής και επιχειρήσεων

Οι ενδογενείς παράγοντες που επηρεάζουν το τουριστικό σύστημα είναι οι ακόλουθοι :

Ενδογενείς παράγοντες

- τουριστικά καταλύματα
- σκάφη αναψυχής / γραφεία ναύλωσης
- εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής
- τουριστικά γραφεία
- γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων – μηχανών
- ξεναγοί
- φυσικοί πόροι και βαθμός αξιοποίησης τους
- πολιτιστικοί πόροι και βαθμός αξιοποίησης τους
- δραστηριότητες με τουριστικό ενδιαφέρον
- ανθρώπινο δυναμικό (όλων των βαθμίδων)

³³ Η απαρίθμηση των ενδογενών και εξωγενών παραγόντων προέρχονται από κείμενο που παρέδωσε ο κος Σπιλάνης στα πλαίσια των εργασιών της ομάδας «Τουρισμός – Πολιτισμός»

- υποδομές γενικού χαρακτήρα
- δίκτυο δημόσιων μεταφορών και ποιότητα υπηρεσιών
- λοιπές παρεχόμενες δημόσιες υπηρεσίες
- γραφεία πληροφοριών (εξωτερικού, τοπικά)
- προβολή (εθνική, περιφερειακή, τοπική, επιχειρήσεων)
- προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα (με συνδυασμό βασικών υπηρεσιών και δραστηριοτήτων)
- τουριστική εικόνα χώρας και επιμέρους περιοχών
- θεσμικό – νομοθετικό πλαίσιο

Στα πλαίσια μιας «SWOT» ανάλυσης μπορούμε να εντοπίσουμε τα ισχυρά σημεία – πλεονεκτήματα, τα μειονεκτήματα, τις ευκαιρίες καθώς επίσης και τους κινδύνους για τον ελληνικό τουρισμό. Ειδικότερα³⁴ :

Ισχυρά σημεία ελληνικού τουρισμού (Strengths)

- ήπιο κλίμα για μεγάλη περίοδο του χρόνου
- διαφοροποιημένη και υψηλής ποιότητας φυσικό περιβάλλον
- σημαντικό πολιτιστικό απόθεμα
- ύπαρξη πολλών ΜΜΕ που επιτρέπει τη «προσωποποίηση» της φιλοξενίας
- ισχυρή «πολιτιστική» εικόνα της χώρας
- έντονος νησιωτικός χαρακτήρας
- υψηλός βαθμός ασφάλειας τουριστών σε σχέση με ανταγωνιστικούς προορισμούς

Μειονεκτήματα (Weaknesses)

³⁴ Τα στοιχεία που αναφέρονται στη συνέχεια, δηλαδή τα ισχυρά σημεία, τα μειονεκτήματα, οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι προέρχονται από το κείμενο που έδωσε ο κος Σπιλάνης στα πλαίσια των εργασιών της ομάδας «Τουρισμός – Πολιτισμός».

Επίσης αναφέρουμε ότι ο ΕΟΤ (Διεύθυνση Μελετών και Επενδύσεων) ανέθεσε στην κοινοπραξία αποτελούμενη από τις επιχειρήσεις : : Alpha Finance AE, Horwath Consulting ΕΠΕ, Market Analysis ΕΠΕ, ΙΡΚ Μονάχου, THR Assessores en Turismo την εκπόνηση της μελέτης «Market study του Ελληνικού Τουρισμού», στην οποία παρουσιάζεται μία ανάλογη SWOT analysis. Η Μελέτη ανατέθηκε μέσω της Hellas ΕΔΤΒ ΕΠΕ από πόρους του υποπρογράμματος «Τουρισμός» του Β ΚΠΣ και η επίβλεψη έγινε από τον ΕΟΤ. Η μελέτη παραδόθηκε την άνοιξη του 1999.

- χαμηλή τουριστική δαπάνη εξ αιτίας της προσέλκυσης χαμηλού επιπέδου τουριστών
- χαμηλή ποιότητα τουριστικών υποδομών (μορφή κτηρίων, ανεπάρκεια χώρων, μέτριος εξοπλισμός, ανύπαρκτη ή κακή διακόσμηση, έλλειψη «στυλ») και προσφερόμενων ιδιωτικών υπηρεσιών
- χαμηλός βαθμός αξιοποίησης φυσικών και πολιτιστικών πόρων
- τάσεις υποβάθμισης και σε ορισμένες περιπτώσεις κατανάλωσης (καταστροφής) των πόρων (πχ. παραλιών, οικιστικών συνόλων, μνημείων)
- έλλειψη ειδικών τουριστικών υποδομών, συμπληρωματικών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων για άτομα με ειδικά ενδιαφέροντα
- χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης ανθρώπινου δυναμικού (επιχειρηματιών και εργαζομένων)
- μονοδιάστατη τουριστική εικόνα (χώρα ήλιου –θάλασσας) – χαμηλός βαθμός διαφοροποίησης προσφερόμενου προϊόντος
- μειούμενος βαθμός αυθεντικότητας τουριστικού προϊόντος που δεν αντισταθμίζεται από βελτίωση ποιότητας
- μικρή τουριστική περίοδος
- μεγάλη συγκέντρωση καταλυμάτων – τουριστών σε ορισμένες περιοχές (κυρίως νησιά)/ αίσθημα κορεσμού και υποβάθμιση τουριστικού προϊόντος
- «ερημοποίηση» υπαίθρου από ανθρώπινο δυναμικό και παραγωγικές δραστηριότητες που δυσκολεύουν την ανάπτυξη «αυθεντικών» και «εναλλακτικών» τουριστικών προϊόντων
- χαμηλός βαθμός διασύνδεσης της τουριστικής δραστηριότητας με κλάδους της εθνικής-τοπικής οικονομίας
- έλλειψη διαφοροποίησης τουριστικής εικόνας μεταξύ των τουριστικών περιοχών της χώρας
- έλλειψη σύνθετων τουριστικών προϊόντων για προσέλκυση τουριστών με ειδικά ενδιαφέροντα (ιαματικός, συνεδριακός, αθλητικός, πολιτιστικός, φυσιολατρικός) παρά τα όσα εξαγγέλλονται
- αναποτελεσματικός σχεδιασμός σε εθνικό επίπεδο

- έλλειψη φορέων για τουριστικό σχεδιασμό και εφαρμογή σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο
- αδυναμία συνεργασίας μεταξύ εμπλεκόμενων φορέων-επιχειρήσεων σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο
- αναποτελεσματικό νομοθετικό πλαίσιο και διοικητικοί μηχανισμοί

Ευκαιρίες (Opportunities)

- διαφοροποίηση της ζήτησης από τη πλευρά των καταναλωτών (ειδικά ενδιαφέροντα, ζήτηση για εξατομικευμένες υπηρεσίες) που δημιουργούν νέες εν δυνάμει αγορές πέρα από εκείνες του μαζικού ηλιοτροπικού τουρισμού
- εμφάνιση νέων αγορών πέρα από εκείνες που παραδοσιακά τροφοδοτούν τον ελληνικό τουρισμό (Δ.Ευρώπη, ΗΠΑ)
- ενοποίηση εσωτερικής ευρωπαϊκής αγοράς με τη χρήση του ευρώ
- προβολή της χώρας με την ευκαιρία του ΑΘΗΝΑ 2004
- αύξηση της δυνατότητας άμεσης πρόσβασης στον καταναλωτή μέσω διαδικτύου
- δυνατότητες χρηματοδότησης έργων υποδομής και επιχειρήσεων για βελτίωση της προσφερόμενης ποσότητας και διαφοροποίηση του παρεχόμενου προϊόντος
- δυνατότητα αξιοποίησης τοπικών / παραδοσιακών προϊόντων από το τουριστικό κύκλωμα με στόχο την αναβάθμιση και τη διαφοροποίηση του

Κίνδυνοι (Threats)

- αυξανόμενη συγκέντρωση των tour-operators
- αυξανόμενος ανταγωνισμός στο εξωτερικό από χώρες με χαμηλότερο κόστος (Μεσόγειος, Α.Ευρώπη, Α.Ανατολή)
- αυξανόμενος ανταγωνισμός από χώρες με αναβαθμισμένης ποιότητας και υψηλής διαφοροποίησης τουριστικά προϊόντα

Ο σχεδιασμός της τουριστικής πολιτικής θα πρέπει να στηρίζεται σε μία SWOT analysis στοχεύοντας στην ενίσχυση – ανάδειξη των πλεονεκτημάτων, στον περιορισμό των μειονεκτημάτων, στη μέγιστη εκμετάλλευση των ευκαιριών και στην ελαχιστοποίηση των κινδύνων.

ΣΕΝΑΡΙΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

8. Προοπτικές στον τομέα του Τουρισμού

Η ανάγκη αναζήτησης ενός νέου (πιθανόν) τουριστικού μοντέλου και προσαρμογής στα νέα δεδομένα της εποχής δημιουργεί και νέες ευκαιρίες στον τομέα του Τουρισμού.

Οι τάσεις αλλά και οι προκλήσεις που ο Τουρισμός θα ακολουθήσει τα επόμενα χρόνια είναι³⁵ :

- Η παγκοσμιοποίηση της τουριστικής ανάπτυξης και ο προβληματισμός για τις διαδικασίες ελέγχου και διαχείρισης των τουριστικών περιοχών
- Αναζήτηση περισσότερων αυστηρών και εξειδικευμένων προτύπων ποιότητας στην παραγωγή και διαχείριση του τουριστικού προϊόντος
- Παραγωγή νέων τουριστικών προϊόντων
- Ανάδειξη της τοπικότητας ως βασικής παραμέτρου της τουριστικής ανάπτυξης
- Οι ραγδαίες εξελίξεις στην τεχνολογία και οι επιπτώσεις τους στις επιλογές των τουριστών και στην παραγωγή νέων τουριστικών προϊόντων
- Συνεχής αναζήτηση διαφορετικών και εξειδικευμένων προτύπων βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

³⁵ βλ. Χ. Κοκκώσης και Π. Τσάρτας, 2001, Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον, εκδ Κριτική, σ.114 - 127

9. Πιθανοί Τομείς Παρέμβασης

Οι πιθανοί τομείς στους οποίους χρειάζεται σημαντική παρέμβαση είναι οι ακόλουθες :

- Εκσυγχρονισμός των υποδομών των τουριστικών επιχειρήσεων
- Εκπαίδευση και επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού
- Πιστοποίηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών
- Δημιουργία Δικτύων ηλεκτρονικής παρέμβασης
- Δημιουργία υποδομών για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού
- Αναβάθμιση των τουριστικών σπουδών
- Επενδύσεις για την εκμετάλλευση του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου

10. Πιθανά σενάρια στον τομέα του τουρισμού

10.1. Παράγοντες επηρεασμού του τουρισμού τα επόμενα χρόνια

Η εξέλιξη του τομέα του Τουρισμού στα επόμενα είκοσι χρόνια εξαρτάται από πλήθος παραγόντων (ενδογενών και εξωγενών) οι οποίοι έχουν ήδη αναφερθεί. Το πρόβλημα που υπάρχει με αρκετούς από αυτούς τους παράγοντες είναι ότι παρουσιάζουν σημαντικές διακυμάνσεις σε σύντομα χρονικά διαστήματα με αποτέλεσμα να μην είναι διακριτή και ικανή η πρόβλεψή τους όπως και η πρόβλεψη των επιπτώσεών τους στον τουρισμό. Ως εκ τούτου η δυνατότητα προβλέψεων σχετικά με τα οικονομικά αλλά και με κοινωνικά μεγέθη στον τομέα του τουρισμού τα επόμενα είκοσι χρόνια είναι ανέφικτη. Για να το διατυπώσουμε διαφορετικά είναι αδύνατο να προβλέψουμε το πως θα είναι ο Τουρισμός το 2021.

Η μέθοδος δημιουργίας πιθανών σεναρίων είναι ως ένα βαθμό ασφαλέστερη από τις προβλέψεις. Μας επιτρέπει να παρέμβουμε ώστε να επιτύχουμε το σενάριο που θεωρούμε ως το πλέον άριστο για εμάς ή να ελαχιστοποιήσουμε αρνητικές συνέπειες από την πραγματοποίηση λιγότερο άριστων σεναρίων. Το ζητούμενο είναι να σκιαγραφήσουμε τις δυνάμεις – παράγοντες εκείνους που θα διαμορφώσουν – επηρεάσουν τη δομή του Τουρισμού σε είκοσι χρόνια. Οι παράγοντες αυτοί είναι εξωγενείς και ενδογενείς. Οι παράγοντες αυτοί αφορούν την ίδια την εξέλιξη της οικονομίας και της κοινωνίας και επηρεάζουν, ως εκ τούτου, και τον τουρισμό. Οι παράγοντες αυτοί είναι :

- Η παγκοσμιοποίηση της τουριστικής ανάπτυξης
- Η Νέα οικονομία
- Η Κοινωνία της γνώσης (αλλαγή στη σχέση εργασίας, ανάπαυσης και εκπαίδευσης)
- Η Δομή και ο ρόλος του κράτους
- Η δομή της αγοράς και δη της τουριστικής αγοράς
- Η γήρανση του πληθυσμού
- Η Αλλαγή στις καταναλωτικές συνθήκες και στις συνθήκες διαβίωσης
- Οι Κύκλοι ζωής (εκπαίδευση – εργασία – σύνταξη)
- Το Περιβάλλον
- Ο Πολιτισμός

- Ο Αθλητισμός
- Οι Μεταφορές
- Οι Νέες τεχνολογίες και ειδικότερα το διαδίκτυο

Οι προαναφερόμενοι παράγοντες επηρεάζουν τόσο την πλευρά της ζήτησης και προσφοράς του τουριστικού προϊόντος όσο και την ίδια τη φιλοσοφία και τη δομή του τουριστικού μοντέλου και του ρόλου του τουρισμού στην οικονομική ζωή της χώρας αλλά και στη ζωή του πολίτη.

Ο προσδιορισμός της φύσης αυτών των παραγόντων στα επόμενα χρόνια θα επηρεάσει σημαντικά και τις εξελίξεις στον τομέα του Τουρισμού.

10.2. Ανάλυση των τάσεων στον τομέα του τουρισμού

Έχοντας λάβει υπόψη της την SWOT ανάλυση της παρουσιάζεται στη βιβλιογραφία προσπαθήσαμε να διερευνήσουμε της πιθανές τάσεις στον τομέα του τουρισμού μέσα από την ανάλυση των απαντήσεων της ερωτηματολογίου από της ειδικούς στο χώρο του τουρισμού.

Στα πλαίσια αυτού του ερωτηματολογίου διερευνήθηκαν τα ισχυρά σημεία του τουρισμού, τα μειονεκτήματα του τουρισμού, οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι, οι παράγοντες που θα επηρεάσουν τον τουρισμό τα επόμενα χρόνια καθώς και οι πιθανοί τομείς παρέμβασης στο χώρο αυτό. Απαντήθηκαν συνολικά 15 ερωτηματολόγια. Σε κάθε ενότητα από της προαναφερόμενες ο ερωτώμενος θα έπρεπε να επιλέξει υποχρεωτικά 5 απαντήσεις και να της κατατάξει σε μία κλίμακα από το 1 (το λιγότερο κακό ή το λιγότερο καλό) μέχρι το 5 (το περισσότερο καλό ή το περισσότερο κακό). Δηλαδή ο ερωτώμενος θα πρέπει σε κάθε απάντηση να δώσει ένα διαφορετικό βαθμό. Ως της την ανάλυση των στοιχείων λαμβάνουμε υπόψη της δύο παράγοντες. Πρώτον ποια μεταβλητή συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό βαθμολόγησης με 5 και δεύτερον ποια μεταβλητή συγκέντρωσε το μεγαλύτερο βαθμό, αφού στη δεύτερη περίπτωση προσθέτουμε τη βαθμολογία όλων των ερωτώμενων για την εν λόγω μεταβλητή.

Η πρώτη ενότητα αφορά τα ισχυρά σημεία του ελληνικού τουρισμού. Δηλαδή ποια είναι τα βασικά πλεονεκτήματα που μπορούμε να εκμεταλλευτούμε ως χώρα στον εν λόγω τομέα.

Το ήπιο κλίμα για μια μεγάλη περίοδο του χρόνου είναι η μεταβλητή η οποία συγκεντρώνει το μεγαλύτερο αριθμό απαντήσεων με βαθμολόγηση το 5. Από της 15 απαντήσεις

συγκεντρώνει το 40%. Η μεταβλητή η οποία συγκεντρώνει την υψηλότερη βαθμολογία (ως το άθροισμα όλων των βαθμών των ερωτώμενων) είναι ο έντονος νησιωτικός χαρακτήρας (49 μονάδες, δηλαδή μέση βαθμολόγηση 3,27).

Η δεύτερη ενότητα αφορά τα μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού. Η χαμηλή ποιότητα τουριστικών υποδομών (μορφή κτηρίων, ανεπάρκεια χώρου, μέτριος εξοπλισμός, ανύπαρκτη ή κακή διακόσμηση, έλλειψη «στυλ») και προσφερομένων ιδιωτικών υπηρεσιών και οι τάσεις υποβάθμισης και σε ορισμένες περιπτώσεις καταστροφής των πόρων (π.χ. παραλιών, οικιστικών συνόλων, μνημείων κλπ) είναι οι δύο παράγοντες που συγκέντρωσαν το 20% των απαντήσεων με βαθμολόγηση το 5. Το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης ανθρώπινου δυναμικού (επιχειρηματιών και εργαζομένων) συγκέντρωσε την υψηλότερη βαθμολογία (35 μονάδες, μέση βαθμολογία 2,33).

Η τρίτη ενότητα αφορά της ευκαιρίες στον τομέα του Τουρισμού. Η διαφοροποίηση της ζήτησης από τη πλευρά των καταναλωτών (ειδικά ενδιαφέροντα, ζήτηση για εξατομικευμένες υπηρεσίες) που δημιουργούν νέες εν δυνάμει αγορές πέρα από εκείνες του μαζικού ηλιοτροπικού τουρισμού αποτελεί τη σημαντικότερη ευκαιρία στον τομέα του Τουρισμού. Συγκέντρωσε 6 της 15 απαντήσεις με βαθμολόγηση το 5. Ο της παράγοντας συγκέντρωσε και την υψηλότερη αθροιστικά βαθμολογία (50 μονάδες, μέση βαθμολόγηση το 3,33).

Η τέταρτη ενότητα αφορά της κινδύνους που απειλούν τον τουρισμό. Η χαμηλή ποιότητα στο δίκτυο υποδομών σε σχέση με τη ζήτηση αυτών των υπηρεσιών είναι ο παράγοντας εκείνος που θεωρείται ως ο πλέον σημαντικός για το μέλλον του τουρισμού (αξιολογήθηκε με το βαθμό 5 από 6 άτομα στα 15). Ο εν λόγω παράγοντας μαζί με τον αυξανόμενο ανταγωνισμό στο εξωτερικό από χώρες με χαμηλότερο κόστος (Μεσόγειος, Α. Ευρώπη, Α. Ανατολή) είναι οι παράγοντες που συγκεντρώνουν αθροιστικά την υψηλότερη βαθμολογία (49 μονάδες, μέση βαθμολογία 3,27).

Η Πέμπτη ενότητα αφορά της παράγοντες που θα καθορίσουν τον τουρισμό τα επόμενα χρόνια. Η παγκοσμιοποίηση της τουριστικής ανάπτυξης θεωρείται (από της 3 της 15 που τον βαθμολόγησαν με 5) ότι αποτελεί το σημαντικότερο παράγοντα που θα καθορίσει τον τουρισμό τα επόμενα χρόνια. Οι Νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο είναι ο παράγοντας που συγκέντρωσε την υψηλότερη βαθμολογία (28 μονάδες, μέση βαθμολογία 1,87).

Η έκτη ενότητα αφορά της πιθανούς τομείς παρέμβασης στον κλάδο του τουρισμού. Σύμφωνα με την ανάλυση των απαντήσεων το 26,7% των ερωτώμενων βαθμολόγησε με 5 τον παράγοντα εκσυγχρονισμός των υποδομών των τουριστικών επιχειρήσεων και την

καλλιέργεια της επιχειρηματικής συνείδησης στον τομέα του τουρισμού. Ο παράγοντας «εκπαίδευση και η επιμόρφωση» συγκέντρωσε τη μεγαλύτερη βαθμολογία (40 μονάδες, μέση βαθμολογία 2,67).

Της προκύπτει από την ανάλυση των απαντήσεων του ερωτηματολογίου οι παράγοντες που διαμορφώνουν και θα επηρεάσουν τον τουρισμό τα επόμενα χρόνια είναι :

- ❖ το κλίμα και το φυσικό περιβάλλον (π.χ. μορφολογία εδάφους – νησιά)
- ❖ η ποιότητα των τουριστικών υποδομών
- ❖ η ποιότητα του ανθρώπινου κεφαλαίου που απασχολείται στον τουρισμό
- ❖ η διαφοροποίηση της ζήτησης από πλευράς των καταναλωτών
- ❖ η χαμηλή ποιότητα στο δίκτυο υποδομών
- ❖ ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από το εξωτερικό
- ❖ η παγκοσμιοποίηση της τουριστικής ανάπτυξης
- ❖ οι νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο.

10.3. Σενάρια για τον τουρισμό

Στα πλαίσια κατασκευής σεναρίων προσπαθούμε να διερευνήσουμε τον πιθανό ρόλο σημαντικών «παικτών» στον κλάδο του τουρισμού και ειδικότερα του κράτους, των επιχειρήσεων και των καταναλωτών. Οποσδήποτε αρκετοί εξωγενείς παράγοντες, π.χ. πολεμικές συγκρούσεις, οικολογικές καταστροφές, κλπ μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά ή θετικά την κατάσταση στον τουρισμό. Δεν διαμορφώνουν στην ουσία εναλλακτικά σενάρια. Ανάλογα με το πόσο καλά λειτουργεί το σύστημα μπορεί να αντιδράσει αναλογικά το ίδιο σε μεταβολές τέτοιου είδους εξωγενών παραγόντων. Οι παράγοντες εκείνοι που συνολικά διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον καθορισμό των σεναρίων είναι οι ακόλουθοι :

- ❖ Ο ρόλος των tour operators
- ❖ Η ύπαρξη ανταγωνιστριών χωρών
- ❖ Το φυσικό περιβάλλον στη χώρα μας
- ❖ Η ποιότητα και η επάρκεια των υποδομών
- ❖ Η ποιότητα και η επάρκεια των μεταφορικών μέσων
- ❖ Οι νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο

- ❖ Οι συνεχείς διαταραχές στην περιοχή (με έμφαση στις κλιματολογικές συνθήκες)
- ❖ Κοινωνία της γνώσης, οικονομία της γνώσης και κύκλοι ζωής
- ❖ Το εκπαιδευτικό σύστημα

Ανάλογα με το ποιος ή ποιοι παράγοντες είναι σημαντικότεροι διαμορφώνουν και το ανάλογο σενάριο. Είναι λοιπόν σημαντικό στα πλαίσια του κάθε σεναρίου να προσδιοριστούν εκείνοι οι παράγοντες (drivers) που οδηγούν σε αλλαγές και προκαλούν εξελίξεις.

ΠΡΩΤΟ ΣΕΝΑΡΙΟ : ΑΛΛΑΓΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΣΕ ΝΕΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Στα πλαίσια αυτού του σεναρίου οι καθοριστικοί του παράγοντες (drivers) είναι : η κοινωνία - οικονομία της γνώσης και οι κύκλοι ζωής³⁶. Εκτός από αυτούς παράγοντες, η ποιότητα και η επάρκεια των υποδομών, το φυσικό περιβάλλον, η ποιότητα και η επάρκεια των μεταφορικών μέσων, οι νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο και το εκπαιδευτικό σύστημα μπορούν να επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά τις όποιες εξελίξεις στα πλαίσια αυτού του σεναρίου. Ειδικότερα οι παράγοντες κοινωνία της γνώσης και κύκλοι ζωής είναι, ως ένα βαθμό προσδιορισμένοι, καθορίζουν το γενικό πλαίσιο και τις βασικές αρχές λειτουργίας του τουρισμού. Προσδιορίζουν κυρίως την πλευρά της ζήτησης. Οι υπόλοιποι παράγοντες, ανάλογα με το πώς εξελίσσονται, δημιουργούν νέα δεδομένα για τον τουρισμό και επηρεάζουν κυρίως την προσφορά. Εκ των προαναφερομένων προκύπτει ότι η ζήτηση είναι αυτή που προκαλεί την προσφορά και όχι η προσφορά τη ζήτηση.

Η μετάλλαξη των ευρωπαϊκών και των άλλων κοινωνιών σε κοινωνίες της γνώσης, η γήρανση του πληθυσμού, η αλλαγή στους κύκλους ζωής δημιουργούν διαφορετικού τύπου τουριστικές ανάγκες και ζητούν διαφορετικού τύπου τουριστικά προϊόντα. Στα πλαίσια αυτού του σεναρίου «περιορίζεται» το μοντέλο του μαζικού τουρισμού που πρόσφερε ένα τυποποιημένο τουριστικό προϊόν χωρίς να λαμβάνει υπόψη του ηλικίες, επιθυμίες κλπ.

Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος γίνεται στη βάση της διάκρισης του φύλου, της ηλικίας, της επαγγελματικής και κοινωνικής ομάδας, των επιθυμιών των ατόμων των αναγκών του στα πλαίσια της κοινωνίας της γνώσης. Αναπτύσσονται διαφορετικά είδη τουρισμού (εναλλακτικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, επαγγελματικός τουρισμός,

³⁶ Οι κύκλοι ζωής παλαιότερα ήταν σαφώς διαχωρισμένοι (εκπαίδευση – εργασία – αποχώρηση από την αγορά εργασίας / σύνταξη). Σήμερα τα όρια αυτά δεν είναι ευκρινή. Αφενός μεν η διαδικασία της εκπαίδευσης δεν αφορά μόνο τον πρώτο κύκλο της ζωής του ανθρώπου αλλά όλους τους κύκλους (δια βίου εκπαίδευση) και αφετέρου πλέον ο διαχωρισμός ανάμεσα στην περίοδο της εργασίας και την περίοδο της σύνταξης έχει αρχίσει να μην είναι απόλυτος (π.χ. ευέλικτη συνταξιοδότηση).

αθλητικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, τουρισμός τρίτης ηλικίας κλπ) αλλά προσφέρονται και πληθώρα τουριστικών προϊόντων. Στα πλαίσια μιας συγκεκριμένης μορφής τουρισμού (π.χ. τουρισμός τρίτης ηλικίας) μπορούν να προσφερθούν διαφοροποιημένα τουριστικά προϊόντα.

Η ανάπτυξη των διαφορετικών μορφών τουρισμού σε μεγάλο βαθμό στηρίζεται στις υποδομές και το φυσικό περιβάλλον και καλύπτει γεωγραφικά το σύνολο της χώρας και επεκτείνεται σχεδόν σ' όλες τις εποχές του χρόνου. Σ' αρκετές περιπτώσεις η τεχνολογία συμβάλλει στην ανάπτυξη μιας συγκεκριμένης μορφής τουρισμού ακόμη και αν δεν υπάρχουν προϋποθέσεις (π.χ. τεχνητό χιόνι κλπ).

Στα πλαίσια αυτού του σεναρίου, αν και η περίοδος των καλοκαιρινών διακοπών κυριαρχεί από πλευράς βαρύτητας, εντούτοις αναπτύσσονται, από πλευράς τουριστικής, και άλλες χρονικές περιόδους. Όλες οι περιοχές της Ελλάδας μπορούν να συμμετάσχουν στα πλαίσια αυτού του σεναρίου και να αναπτύξουν ορισμένες μορφές τουρισμού. Υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών. Ο ανταγωνισμός δε γίνεται στη βάση της τιμής αλλά στη βάση της διαφοροποίησης του προϊόντος και της ποιότητας των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.

Τι χρειάζεται να γίνει για την υλοποίηση αυτού του σεναρίου

Με βάση την υπάρχουσα κατάσταση στην Ελλάδα η πραγματοποίηση αυτού του σεναρίου φαίνεται μάλλον αδύνατη. Οι υπάρχουσες υποδομές δεν μπορούν να στηρίξουν ένα τέτοιο μοντέλο τουρισμού. Υπάρχει μία σταδιακή υποβάθμιση του φυσικού πλούτου της Ελλάδας και η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών είναι σχετικά χαμηλή. Η ποιότητα του ανθρώπινου κεφαλαίου που δραστηριοποιείται στον τομέα του τουρισμού είναι εξίσου χαμηλή. Το επίπεδο των μεταφορών συνολικά δεν είναι απόλυτα ικανοποιητικό, ειδικά σε περιόδους όπου υπάρχει αυξημένη ζήτηση. Υπό τις δεδομένες συνθήκες είναι δύσκολο η προσφορά να ανταποκριθεί στη ζήτηση.

Ο ρόλος του κράτους είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Για την υλοποίηση αυτού του σεναρίου δεν επαρκεί να λάβει απλά κάποια μέτρα. Χρειάζεται να επαναπροσανατολίσει την τουριστική πολιτική, να διαμορφώσει ένα άλλο τουριστικό μοντέλο με εντελώς διαφορετική φιλοσοφία από αυτή που επικρατούσε μέχρι σήμερα. Πρέπει να παρέμβει βελτιώνοντας τις υποδομές και δημιουργώντας νέες υποδομές που στηρίζουν το εν λόγω μοντέλο, προστατεύοντας και βελτιώνοντας τους φυσικούς πόρους της χώρας μας, αναβαθμίζοντας την τουριστική εκπαίδευση και βελτιώνοντας την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος. Χρειάζεται επίσης να

καθοριστούν από κοινού κράτος και τοπικοί και επαγγελματικοί φορείς το είδος του τουρισμού που μπορεί να αναπτυχθεί σε κάθε γεωγραφική περιοχή.

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού πρέπει να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα ή καλύτερα να αλλάζουν για να μπορούν να ανταποκριθούν στις νέες ανάγκες της τουριστικής ζήτησης. Θα πρέπει να στηρίζονται σε σημαντικό βαθμό στις νέες τεχνολογίες και στο διαδίκτυο, να βελτιώνουν συνεχώς το τουριστικό προϊόν, να παράγουν διαφοροποιημένα προϊόντα, να μπορούν να τα διαφημίζουν και να χρησιμοποιούν ανθρώπινο δυναμικό υψηλής ποιότητας. Η παραγωγή τουριστικών προϊόντων πρέπει να γίνεται λαμβάνοντας υπόψη το είδος του τουρισμού που αναπτύσσεται στην περιοχή, την ομάδα στόχο στην οποία απευθύνονται για να το πωλήσουν, τις ανταγωνίστριες χώρες που πωλούν παρόμοια τουριστικά προϊόντα.

Ποιος είναι ο ρόλος της τεχνολογίας στα πλαίσια αυτού του σεναρίου

Η έρευνα θα πρέπει να επικεντρωθεί : α) στην προστασία και ανάδειξη του φυσικού πλούτου της χώρας, β) στη βελτίωση των υποδομών, γ) στην παραγωγή νέων τουριστικών προϊόντων, δ) στην αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης, ε) στη βελτίωση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών και στ) στην καλύτερη προβολή του τουριστικού προϊόντος.

ΔΕΥΤΕΡΟ ΣΕΝΑΡΙΟ : ΑΥΞΗΣΗ ΚΑΙ ΕΝΤΑΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Στα πλαίσια αυτού του σεναρίου οι καθοριστικοί παράγοντες (Drivers) είναι : οι tour operators, η ύπαρξη των ανταγωνιστριών χωρών, η ποιότητα και η επάρκεια των μεταφορικών μέσων και η ανάπτυξη τεχνητού περιβάλλοντος. Οι παράγοντες αυτοί λειτουργούν και επηρεάζουν το τουριστικό φαινόμενο σε χώρες όπου επικρατεί κυρίως το μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Επηρεάζουν κυρίως την πλευρά της ζήτησης αλλά και σε αρκετές περιπτώσεις προσδιορίζουν και την πλευρά της προσφοράς. Για παράδειγμα οι tour operators μπορούν, λόγω του μεγέθους της αγοραστικής τους δύναμης, να επηρεάσουν – καθορίσουν το είδος των τουριστικών υπηρεσιών.

Οι tour operators διαδραματίζουν ένα πολύ σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου σε πληθώρα χωρών όπου έχει αναπτυχθεί το μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Οι tours operators έχουν τη δυνατότητα λόγω της ολιγοπωλιακής τους (και σε ορισμένες περιπτώσεις μονοπωλιακής) δύναμης να ελέγχουν ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής ζήτησης από το εξωτερικό. Η ισχυρή παρουσία των tour operators καθιστά την κυβέρνηση

αλλά και τις επιχειρήσεις στο χώρο του τουρισμού «δέσμους» των θελήσεών τους. Η τουριστική πολιτική της χώρας καθορίζεται με βάση των σχέσεων κυβέρνησης και επιχειρήσεων με τους tour operators.

Ταυτόχρονα έχει αυξηθεί σημαντικά ο αριθμός των ανταγωνιστριών χωρών. Οι χώρες αυτές προσφέρουν «καλύτερες» τιμές στους tour operators (ή για να ακριβολογούμε δέχονται τις χαμηλότερες τιμές που τους προτείνουν οι tour operators) και προσελκύουν ολοένα και περισσότερο ξένους τουρίστες.

Η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών δεν είναι ιδιαίτερα υψηλή και το παραγόμενο – προσφερόμενο τουριστικό προϊόν είναι σχετικά τυποποιημένο. Ο ανταγωνισμός γίνεται κυρίως στη βάση της τιμής και όχι της ποιότητας.

Η ανάπτυξη του τεχνητού περιβάλλοντος του τουρισμού (π.χ τεχνητές λίμνες) σ' ορισμένες χώρες επιτείνει το πρόβλημα του ανταγωνισμού.

Τι μπορεί να γίνει στα πλαίσια αυτού του μοντέλου ;

Οι εξωγενείς παράγοντες (π.χ tour operators, περιβάλλον ανταγωνιστριών χωρών) επηρεάζουν σημαντικά τις εξελίξεις στον τομέα του τουρισμού στα πλαίσια αυτού του σεναρίου. Υπάρχουν δύο εκδοχές – υποθέσεις εργασίας ως προς το πώς πρέπει να εξελιχθούν οι συμπεριφορές των δρώντων στο χώρο του τουρισμού. Η πρώτη υπόθεση είναι ότι ο ρόλος των tour operators είναι ιδιαίτερα σημαντικός και ως χώρα είσαι δέσμια αυτών. Είναι αδύνατον να έχει η κυβέρνηση μακροχρόνια τουριστική πολιτική στο βαθμό που η όποια πολιτική προσδιορίζεται από τις κινήσεις των tour operators οι οποίες όμως εμπεριέχουν σε σημαντικό βαθμό το στοιχείο της αβεβαιότητας. Οι ίδιες οι επιχειρήσεις που θα εξαρτώνται από τους tour operators θα επιχειρούν να προσφέρουν όσο το δυνατόν φτηνότερες τουριστικές υπηρεσίες. Θα αυξάνεται συνεχώς η χρησιμοποίηση μεταναστών με αποκλειστικό σκοπό τη μείωση του κόστους του παραγόμενου προϊόντος (πάρα πολλά ξενοδοχεία αλλά και άλλα καταλύματα χρησιμοποιούν ως υπηρετικό προσωπικό μετανάστριες). Θα εντείνεται ο ανταγωνισμός στη βάση της τιμής και όχι της ποιότητας.

Η δεύτερη υπόθεση εργασίας είναι ότι η χώρα προσπαθεί να περιορίσει τη δύναμη των tour operators. Προσπαθούν δηλαδή να περιορίσουν την τουριστική ζήτηση που προέρχεται μέσα από τους tour operators. Αυτό προϋποθέτει ότι : α) υπάρχει στροφή προς τον εσωτερικό τουρισμό, β) προσφέρονται στον εσωτερικό τουρισμό υπηρεσίες καλής ποιότητας και σε σχετικά καλή τιμή, γ) προωθείται το τουριστικό προϊόν σε νέες αγορές όπως είναι τα Βαλκάνια και οι χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, δ) διαφοροποιείται το τουριστικό προϊόν, ε)

οι επιχειρήσεις δικτυώνονται ώστε να επιτύχουν καλύτερη προβολή του τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό και στ) χρησιμοποιούνται ολοένα και περισσότερο οι νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο. Κάτω από αυτές τις προϋποθέσεις είναι εφικτό ως ένα βαθμό να περιοριστεί η δύναμη των tour operators και να εισέλθει η χώρα σε μια διαδικασία απεμπλοκής της από αυτούς.

Επειδή η πλειοψηφία των τουριστών από το εξωτερικό έρχονται στη χώρα μας με πτήσεις τσάρτερ που ελέγχονται από τους tour operators, οι τιμές των αεροπορικών εισιτηρίων των κανονικών πτήσεων είναι ιδιαίτερα ακριβές και επειδή το αεροπορικό εισιτήριο αποτελεί σημαντικό τμήμα του κόστους του τουριστικού πακέτου, πρέπει από πλευράς πολιτείας και επιχειρηματιών να αναζητηθούν κάποιες λύσεις. Αυτές πρέπει να αφορούν είτε την προσφορά αεροπορικών εισιτηρίων σε χαμηλές τιμές για να είναι ανταγωνιστικές αυτών που προσφέρουν οι tour operators είτε να αναπτυχθούν σημαντικά οι άλλες μεταφορές και να αποτελέσουν, όσο είναι εφικτό, την υποκατάσταση των εναέριων μεταφορών. Στην περίπτωση αυτή η ανάπτυξη τόσο του σιδηροδρόμου και η βελτίωση του σιδηροδρομικού δικτύου όσο και η ανάπτυξη του αυτοκινήτου και ειδικότερα η δημιουργία σημαντικών οδικών αρτηριών μπορούν να συμβάλλουν προς αυτή την κατεύθυνση.

Ποιος είναι ο ρόλος της τεχνολογίας στα πλαίσια αυτού του σεναρίου

Στην περίπτωση που αποδεχόμαστε την παντοδυναμία των tour operators δεν υπάρχει δυνατότητα – θέση για καμία έρευνα και ανάπτυξη τεχνολογίας. Αντιθέτως αν η κυβέρνηση προτίθεται να προσπαθήσει να περιορίσει τη δύναμη των tour operators και να αντιμετωπίσει τον αυξανόμενο ανταγωνισμό από τις ανταγωνίστριες χώρες τότε θα πρέπει η τεχνολογική έρευνα να προσανατολιστεί : α) στη βελτίωση – ανάπτυξη του σιδηροδρομικού δικτύου, β) στη βελτίωση – ανάπτυξη του οδικού δικτύου, γ) στη βελτίωση των θαλάσσιων μεταφορών, δ) στην τεχνολογική δικτύωση των επιχειρήσεων στον τουρισμό, ε) στην καλύτερη διαφήμιση - προώθηση του τουριστικού προϊόντος και στ) στην ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου

ΤΡΙΤΟ ΣΕΝΑΡΙΟ : ΣΥΝΕΧΕΙΣ ΔΙΑΤΑΡΑΧΕΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ

Ο σημαντικότερος παράγοντας (driver) που επηρεάζει το τουριστικό φαινόμενο στα πλαίσια αυτού του σεναρίου είναι : οι συνεχείς διαταραχές που μπορούν να συμβαίνουν στην περιοχή (π.χ. φυσικές και πολιτικές) με ιδιαίτερη έμφαση στις κλιματολογικές αλλαγές.

Η ύπαρξη πολιτικών ανακατατάξεων και πολεμικών εχθροπραξιών στην ευρύτερη περιοχή προκαλούν συνεχείς αυξομειώσεις της τουριστικής ζήτησης και συνεχείς μεταβολές στην τουριστική πολιτική. Υπάρχει εμφανής αδυναμία προγραμματισμού σε μεσο-μακροπρόθεση βάση. Η συνεχής αυξομείωση της τουριστικής ζήτησης επηρεάζει, σε σημαντικό βαθμό, αρνητικά και την ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.

Οι συνεχείς διαταραχές εμπεριέχουν το στοιχεί της παροδικότητας. Έρχονται και παρέρχονται και ως εκ τούτου προκαλούνται αυξομειώσεις στην τουριστική ζήτηση. Το χειρότερο απ' όλα είναι όμως οι κλιματολογικές αλλαγές οι οποίες έχουν μόνιμο χαρακτήρα και πολύ δύσκολα (ή μάλλον είναι αδύνατον) επηρεάζονται. Το ζητούμενο είναι κατά πόσο το υπάρχον τουριστικό μοντέλο θα ανταποκρίνεται στις κλιματολογικές συνθήκες του 2021. Υπενθυμίζουμε ότι ένα από τα βασικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι το ήπιο κλίμα. Σε περίπτωση που αυτό ανατραπεί τότε θα παύει να αποτελεί και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με ότι αυτό σημαίνει για την προσέλκυση των τουριστών. Ήδη παρατηρούνται κάποιες κλιματολογικές αλλαγές και οι επιπτώσεις τους στο περιβάλλον που θα επηρεάσουν το τουριστικό φαινόμενο. Η άνοδος της θερμοκρασίας, η αδυναμία διαχωρισμού των εποχών μεταξύ τους, η ξήρανση ορισμένων περιοχών κλπ θα επηρεάσει αρνητικά τους τουρίστες. Η διαχείριση του νερού θα είναι μία κρίσιμη μεταβλητή για τα επόμενα χρόνια. Ήδη σε ορισμένες περιοχές υπάρχει πρόβλημα διαχείρισης του νερού, το οποίο επιτείνεται την τουριστική περίοδο.

Η καταστροφή του φυσικού πλούτου της χώρας θα επηρεάσει εξίσου αρνητικά το τουριστικό φαινόμενο. Η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου μέχρι σήμερα δε σεβάστηκε, σε αρκετές περιπτώσεις, το φυσικό περιβάλλον. Επικρατούσε η λογική του εφήμερου κέρδους και η λογική της εξυπηρέτησης του ατομικού συμφέροντος και όχι του συμφέροντος όλης της κοινωνίας. Η συνέχιση αυτής της πρακτικής θα δημιουργήσει σημαντικά προβλήματα στο μέλλον.

Τι μπορεί να γίνει στα πλαίσια αυτού του μοντέλου ;

Οι κλιματολογικές συνθήκες είναι αυτές που καθορίζουν και το τουριστικό φαινόμενο τα επόμενα χρόνια. Αν υπάρχει δραματική μεταστροφή του κλίματος τότε θα υπάρχει σαφής επίπτωση στο τουριστικό φαινόμενο που θα αφορά τόσο το χρόνο πραγματοποίησής του όσο και το είδος του τουρισμού και του τουριστικού προϊόντος.

Το να επηρεάσει κανείς τις κλιματολογικές συνθήκες, σε σύντομο χρονικό διάστημα, είναι σχεδόν αδύνατο. Με βάση τις προβλεπόμενες κλιματολογικές συνθήκες θα πρέπει να προσαρμόσει και το τουριστικό μοντέλο.

Η υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος και γενικότερα του φυσικού πλούτου στη χώρα μας θα συνεχιστεί, με αρνητικές επιπτώσεις στον τουρισμό, εκτός και αν η κυβέρνηση παρέμβει αποφασιστικά σε δύο διαφορετικά επίπεδα : α) στο επίπεδο της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος και β) στο επίπεδο της ανάπτυξης περιβαλλοντικής συνείδησης στον έλληνα πολίτη. Ως προς το δεύτερο ο ρόλος του εκπαιδευτικού συστήματος είναι ιδιαίτερα σημαντικός.

Ποιος είναι ο ρόλος της τεχνολογίας στα πλαίσια αυτού του σεναρίου

Στα πλαίσια αυτού του σεναρίου η τεχνολογική έρευνα θα πρέπει να εστιαστεί : α) στην προστασία, βελτίωση και ανάδειξη του φυσικού πλούτου της χώρας μας, β) στην αντιμετώπιση των κλιματολογικών μεταβολών, γ) στη διαχείριση των υδάτινων αποθεμάτων και δ) στην ανάπτυξη διαχείρισης κρίσεων (π.χ. οικολογικών, διατροφικών, φυσικών κλπ).