

Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

Σχολή Διοίκησης και οικονομίας

*Τμήμα Διοίκησης Κοινωνικών-Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων και
οργανώσεων.*

**«Η Ανάπτυξη του Τουρισμού την Τελευταία Δεκαετία
στην Ελλάδα»**

Πτυχιακή εργασία του Βασιλακόπουλου Χαράλαμπου

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Παπαχρήστου Μ.

Αθήνα, Μάιος 2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	σ.4
Πρόλογος.....	σ.5
Κεφάλαιο 1. Σκοπός και διάρθρωση της εργασίας.....	σ.6
1.1. Σκοπός.....	σ.6
1.2. Διάρθρωση.....	σ.6
Κεφάλαιο 2. Ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη του τουρισμού.....	σ.7
2.1. Ο τουρισμός στην αρχαιότητα και οι συνθήκες ανάπτυξης του.....	σ.7
2.2. Ο τουρισμός απο τον Μεσαίωνα έως τον 20ο αιώνα.....	σ.9
2.3. Κοινωνικά φαινόμενα που επηρέασαν τον τουρισμό τον 20ο αιώνα.....	σ.11
2.4. Παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του σύγχρονου τουρισμού.....	σ.15
Κεφάλαιο 3. Η εξελικτική διαμόρφωση των προτύπων ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα και οι μορφές του.....	σ.18
3.1. Οι κυριότεροι τουριστικοί πόροι της χώρας.....	σ.23
3.2. Μορφές τουρισμού.....	σ.25
3.3 Οι τύποι του τουρισμού.....	σ.26
Κεφάλαιο 4. Ο τουρισμός στην Ελλάδα.....	σ.28
4.1 Απασχόληση.....	σ.28
4.2 Ανταγωνιστικότητα.....	σ.30
4.3 Οικονομία.....	σ.33
4.4 Αφίξεις.....	σ.36
4.5 Προφίλ τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα.....	σ.38
4.6 Τουριστική προσφορά και τα χαρακτηριστικά της.....	σ.39
4.7 Προβλήματα του τουρισμού.....	σ.41

4.8 Σύνοψη.....	σ.42
Κεφάλαιο 5. Συμπεράσματα.....	σ.44
Βιβλιογραφία.....	σ.46

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην εργασία αυτή, αρχικά θα παραθέσουμε τους λόγους για τους οποίους ο τουρισμός έγινε αναγκαίος για την οικονομική ανάπτυξη των χωρών. Ωστόσο, είναι σημαντικό να δούμε τις μορφές του τουρισμού από την αρχαιότητα έως σήμερα και ποιά ήταν η συνεισφορά του σε κοινωνικό, πολιτιστικό και πολιτισμικό επίπεδο.

Στη συνέχεια, θα αναφερθούμε στην δυναμική και στην πρόοδο που παρουσίασε ο τουρισμός στην Ελλάδα και τους λόγους όπου οδήγησαν τους αρμόδιους φορείς στην αναπτυξιακή προσπάθεια για ένα ανταγωνιστικό και κερδοφόρο <<προϊόν>> (τουρισμός). Επίσης θα αναλύσουμε τις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού (θετικές και αρνητικές) σε όλα τα επίπεδα (κοινωνία, οικονομία, πολιτισμός κ.α.) λαμβάνοντας υπ' όψη και της συνέπειες που είχαν γι' αυτόν. Ενδιαφέρον έχουν βέβαια και οι μορφές που αποκτά ο τουρισμός στην Ελλάδα καθώς και η σταθερή εξελικτική πορεία του.

Τέλος, αναλύοντας της επιδράσεις του τουρισμού την τελευταία 10ετία στην Ελλάδα σε πολλούς τομείς (απασχόληση, οικονομία, ανταγωνιστικότητα, κ.α.) θα προσπαθήσουμε να κατανοήσουμε αν τελικά ο τουρισμός αποτελεί έναν τόσο σημαντικό κλάδο της οικονομίας και ποιός είναι ο ρόλος του σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «Η ανάπτυξη του τουρισμού την τελευταία δεκαετία στην Ελλάδα» έχει ως σκοπό να παρουσιάσει την σημασία του τουρισμού για την χώρα, ο οποίος όπως θα δούμε και στην συνέχεια αποτελεί θεμέλιο λίθο της οικονομίας και της ανάπτυξης.

Ωστόσο ο τουρισμός ως κοινωνικό φαινόμενο προσαρμόζεται αλλά και επηρεάζεται από τις εκάστοτε πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές, υπάρχει με λίγα λόγια μια σχέση αλληλεπίδρασης μεταξύ τους.

Βέβαια θα προσπαθήσουμε στην συνέχεια να δούμε τις θετικές αλλά και τις αρνητικές επιπτώσεις που έχει ο τουρισμός για την Ελλάδα στο πέρασμα του χρόνου, επίσης θα μας απασχολήσει ο ρόλος και η σημασία του κατά την διάρκεια των ιστορικών εξελίξεων, οι οποίες αποτέλεσαν τον βασικότερο παράγοντα για την σημερινή εικόνα του τουρισμού.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κυρία Παπαχρήστου, η οποία με βοήθησε σε όλα τα στάδια της εργασίας μου και για την καθοριστική της συμβολή στην αποπεράτωση της.

Το περιεχόμενο της πτυχιακής εργασίας δεν απηχεί απαραίτητα τις απόψεις του Τμήματος ή της επιτροπής που την ενέκρινε.

Κεφάλαιο 1. Σκοπός και διάρθρωση της εργασίας

1.1 Σκοπός

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «Η ανάπτυξη του τουρισμού την τελευταία δεκαετία στην Ελλάδα» έχει ως σκοπό την ανάλυση του τουρισμού ως κοινωνικού φαινομένου, θα προσπαθήσουμε να παρατηρήσουμε την εξελικτική του πορεία εξετάζοντας τις μορφές που ανέπτυξε από παλαιότερα ως σήμερα.

Στην συνέχεια θα αναφερθούμε στην ανάπτυξη των υποδομών στην Ελλάδα και στους λόγους που οδήγησαν σε αυτή καθώς και τον ρόλο του τουρισμού στην εθνική οικονομία. Τέλος, θα παραθέσουμε μία οικονομική ανάλυση του τουρισμού για την Ελλάδα την τελευταία δεκαετία παρατηρώντας μέσα από το πρίσμα των γεγονότων που επηρέασαν την οικονομία (ολυμπιακοί αγώνες, οικονομική κρίση) τις μεταβολές που έγιναν σε όλα τα επίπεδα που επηρεάζονται από τον τουρισμό. Καταλήγοντας θα προσπαθήσουμε να δούμε τον ρόλο και την συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, χωρίς να παραβλέψουμε τα χρόνια προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τουρισμός.

1.2. Διάρθρωση

Στο πρώτο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά στην εξέλιξη του διεθνούς τουρισμού από την αρχαιότητα ως την σύγχρονη εποχή όπου αναλύουμε την έννοια του τουρίστα, επίσης παραθέτουμε τους παράγοντες που τον επηρέασαν και τον βοήθησαν να εξελιχθεί.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά στα στάδια ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια και στις επιπτώσεις που είχαν σ' αυτόν. Επιπλέον παρουσιάζονται οι μορφές, τα είδη και οι τύποι του τουρισμού (στην Ελλάδα) καθώς και η δομή, τα στοιχεία και ο σκοπός τους.

Στο τρίτο κεφάλαιο, αναλύουμε τις οικονομικές διαστάσεις του τουρισμού την τελευταία 10ετία (στην Ελλάδα) και τις επιδράσεις του στην παραγωγικότητα, την απασχόληση και την ανταγωνιστικότητα.

Κεφάλαιο 2. Ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη του τουρισμού

Αρχικά, προτού επικεντρωθούμε στην πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα την τελευταία 10ετία, θα προσπαθήσουμε να εντοπίσουμε τα χνάρια και την πορεία του τουρισμού, ώστε να αντλήσουμε χρήσιμα συμπεράσματα και να κατανοήσουμε τον λόγο ύπαρξης του τουρισμού, τον σκοπό του καθώς και την εξέλιξη και την σημασία του με το πέρασμα του χρόνου (Τσάρτας 2003).

2.1. Ο τουρισμός στην αρχαιότητα και οι συνθήκες ανάπτυξης του

Αναζητώντας μέσα από βιβλιογραφικές και ιστορικές πηγές τον λαό, ο οποίος θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ο εφευρέτης του τουρισμού, καταλήγουμε στους Σουμέριους. Οι Σουμέριοι αποτελούν τους ιδρυτές του τουρισμού, οι οποίοι εκτός από τον τουρισμό γύρω στο 4000 π.Χ. ήταν οι εφευρέτες και του χρήματος (το οποίο ήταν η πρώτη κοινή γλώσσα ανάμεσα στους λαούς του αρχαίου κόσμου), της σφηνοειδούς γραφής καθώς και της ρόδας.

Οι πρώτοι ταξιδιώτες στην αρχαιότητα ήταν έμποροι, οι οποίοι βέβαια ταξίδευαν για εμπορικούς και όχι τουριστικούς σκοπούς. Η βελτίωση των μεταφορικών μέσων (άμαξες, πλοία) μέσω της χάραξης μεγαλύτερων δρόμων και της ανάπτυξης των θαλάσσιων μεταφορών, βελτίωσε την προσπελασιμότητα πολλών τόπων και έδωσε την δυνατότητα στους επιστήμονες για την πραγματοποίηση των πρώτων τους ταξιδιών.

Ο λαός, ο οποίος ανέπτυξε αρχικά τον τουρισμό είναι οι Φοίνικες, οι οποίοι εκτός από εμπορεύματα μεταφέρουν και ταξιδιώτες σε όλες τις περιοχές του τότε γνωστού κόσμου, συνδέοντας αρχικά τις χώρες της Μεσογείου. Το εμπόριο και η ανάπτυξη του γίνεται η αιτία και για την πραγματοποίηση των πρώτων μακρινών ταξιδιών με προορισμούς όπως η Κίνα και η Ινδία. Επίσης θα πρέπει να τονίσουμε ότι ταξιδιώτες της Πολυνησίας με μικρά σκάφη διασχίζουν όλο το αρχιπέλαγος φτάνοντας στη Χαβάη. Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι αυτή η περίοδος αποτελεί την πρώτη φάση της ανάπτυξης του τουρισμού.

Όμως, ο τουρισμός και η ανάπτυξη του αντιμετώπιζε ένα βασικό πρόβλημα. Το πρόβλημα πήγαζε από την αδυναμία συνεννόησης μεταξύ των λαών, εξαιτίας της διαφορετικής τους γλώσσας. Συνεπώς, το επόμενο βήμα ήταν η δημιουργία μίας

κοινής γλώσσας, η οποία επιτεύχθηκε κυρίως στην αρχαία Ελλάδα. Επίσης η ανάγκη να μείνουν ανοικτοί οι δρόμοι για λόγους οικονομικούς, πολιτικούς και στρατιωτικούς, αλλά και η επίτευξη της διαμόρφωσης ενός κοινού νομίσματος, που ήταν αποδεκτό απ' όλους, ήταν οι κυριότεροι παράγοντες που έδωσαν μεγάλη ώθηση στα ταξίδια της εποχής. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι μεγάλες αυτοκρατορίες να βελτιώσουν αισθητά τις υποδομές των τουριστικών υπηρεσιών τους (ξενοδοχεία, εστιατόρια, άμαξες, κ.λ.π.).

Τα ταξίδια των μεγάλων φιλοσόφων, γεωγράφων και ιστορικών της αρχαιότητας (Ηρόδοτος, Θαλής, Πausανίας, Στράβωνας, κ.α.) σε πολλές χώρες της Μεσογείου και της Μέσης Ανατολής αποτυπώνονται σε βιβλία και μας δίνουν τις πρώτες συστηματικές πληροφορίες τόσο για τις κοινωνικές δομές των περιοχών που επισκέπτονται όσο και για τα χαρακτηριστικά της εποχής.

Αργότερα οι Ολυμπιακοί αγώνες γίνονται η αιτία να αναπτυχθούν οι πρώτες οργανωμένες εκδηλώσεις με διεθνή συμμετοχή και ειδικό κίνητρο (αθλητισμός, γιορτή, φεστιβάλ, κ.λ.π.). Τα ταξίδια και οι κατακτήσεις του Μ. Αλεξάνδρου διαμορφώνουν έναν ενιαίο γεωγραφικό χώρο με κοινούς θεσμούς και συστηματική οργάνωση που οδηγούν στην εμπέδωση της ασφάλειας στους τουρίστες της εποχής. Οι Ρωμαίοι όμως είναι αυτοί που δίνουν μια νέα εντυπωσιακή ώθηση στον τουρισμό δημιουργώντας ένα τέλειο σύστημα δρόμων, όπως η Αππία οδός που είχε μήκος 350 μίλια (συνέδεε τη Ρώμη με το Πρίντεζι), καθώς και πανδοχείων όπου για πρώτη φορά χρησιμοποιούνται τυποποιημένες πινακίδες που εξηγούν στον ταξιδιώτη ποιες υπηρεσίες προσφέρει το κάθε πανδοχείο. Στην εποχή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας πόλος έλξης για τους τουρίστες ήταν η Ελλάδα, η Αίγυπτος και η Μικρά Ασία και ο λόγος ήταν κυρίως οι ναοί και τα αξιοθέατα.

Η ανάπτυξη των πρώτων σταθερών τουριστικών ροών προς αυτές τις περιοχές στηρίζεται στην εμπέδωση της ειρήνης και στην βελτίωση των θαλάσσιων συγκοινωνιών. Αυτή την εποχή λοιπόν γίνονται τα πρώτα ταξίδια με πολλά κίνητρα (ψυχαγωγία, πολιτισμός, θρησκεία, κ.λ.π.) ωστόσο διαμορφώνονται με την ανάπτυξη περιοχών που προσφέρουν ένα φάσμα τουριστικών υπηρεσιών αλλά και ποικιλία από αξιοθέατα για τους τουρίστες με ποιο ενδιαφέρον παράδειγμα τα επτά θαύματα του αρχαίου κόσμου που αποτελούσαν τον κυριότερο προορισμό των τουριστών.

2.2. Ο τουρισμός απο τον Μεσαίωνα έως τον 20ο αιώνα

Σε όλη τη διάρκεια του Μεσαίωνα έως και το 1400, τα ατομικά ταξίδια για λόγους ψυχαγωγίας και πολιτισμού μειώνονται δραστικά λόγω της ανασφάλειας που επικρατεί σε στεριά και θάλασσα, αυτό δείχνει την άμεση σύνδεση του τουρισμού με την ασφάλεια και την ειρήνη. Τα περισσότερα ταξίδια γίνονται για εμπορικούς και πολιτικούς λόγους μέχρι το 1000 μ.Χ. και χαρακτηρίζονται από πολλούς κινδύνους λόγω της αναβίωσης της ληστείας στον ευρωπαϊκό χώρο και της πειρατείας στην Μεσόγειο.

Στην Βυζαντινή Αυτοκρατορία η σημασία που αποκτάει ο Χριστιανισμός ως θρησκεία δυναμική και ανατρεπτική της έως τότε κρατούσας κατάστασης, εκφράζεται με την σημασία που αποκτούν οι Άγιοι τόποι και η Ιερουσαλήμ ως χώροι λατρείας για τους Χριστιανούς που συρρέουν απ'όλη την Ευρώπη. Αψηφώντας κακουχίες και κινδύνους, караβάνια προσκυνητών συρρέουν στην περιοχή της Παλαιστίνης, η οποία σύντομα γίνεται ο κυριότερος τουριστικός τόπος της εποχής. Υπάρχουν όμως και τα ταξίδια των εξερευνήσεων και των πρώτων ανακαλύψεων που οδηγούν τους τολμηρούς στον τότε Νέο Κόσμο και στην μακρινή Ασία (Κίνα). Οι Βίκινγκς φτάνουν στην Αμερική στο τέλος του 10^{ου} αιώνα, ενώ τα ταξίδια του Μάρκο Πόλο από την Βενετία στην καρδιά της Ασίας γίνονται αιτία για την ανακάλυψη ενός νέου πολιτισμού ιδιαίτερα προηγμένου που προσφέρει πολύτιμες τεχνολογικές ανακαλύψεις και άγνωστα προϊόντα στην Ευρώπη.

Οι σταυροφορίες που γίνονται κυρίως τον 12^ο και 13^ο αιώνα, χαρακτηρίζουν την αρχή μιας νέας εποχής για τα θρησκευτικά ταξίδια, δημιουργούνται τα πρώτα «πρακτορεία μεταφοράς», τα οποία οργανώνουν τα ταξίδια αυτά και εμφανίζονται κυρίως στην Βενετία και στην Αγγλία. Οι Ενετοί ως κυρίαρχοι των θαλασσών και του παγκόσμιου εμπορίου προσφέρουν οργανωμένα ταξίδια προς τους Αγίους τόπους στα οποία συμπεριλαμβάνονται: το ταξίδι, το φαγητό, οι μεταφορές, η διαμονή καθώς και οι εξυπηρετήσεις στην περιοχή.

Στην περίοδο ανάμεσα στον 12^ο και το 15^ο αιώνα γίνονται ταξίδια για εμπορικούς λόγους και αναπτύσσονται ορισμένες σημαντικές πόλεις στην Ευρώπη, με αποτέλεσμα την εμφάνιση των εκπαιδευτικών ταξιδιών σε κάποιες ονομαστές πανεπιστημιούπολεις της εποχής, όπως την Οξφόρδη, την Σαλαμάνκα, κ.λ.π.

Προς το τέλος του 14^{ου} αιώνα εμφανίζεται και ο πρώτος επίσημος τύπος «διαβατηρίου» στην Αγγλία που ήταν ένα είδος «άδειας ταξιδιού» που δόθηκε με διαταγή του βασιλέα. Την εποχή της Αναγέννησης τα ταξίδια των νεαρών Άγγλων ευγενών γίνονται για να γνωρίσουν τον πολιτισμό στα μουσεία, τα πανεπιστήμια και τις πόλεις της Ευρώπης. Παράλληλα οι εμπορικές εκθέσεις πολλαπλασιάζονται με περισσότερο φημισμένη την έκθεση της Φρανκφούρτης και συμβάλλουν στην ανάπτυξη του ξενοδοχειακού κλάδου στα μεγάλα αστικά κέντρα της εποχής.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα ταξίδια που πήραν την ονομασία «Γκραντ τουρ» (Μεγάλη περιήγηση), τα οποία γίνονταν στην Ευρώπη και είχαν ως σκοπό την επιμόρφωση των τουριστών. Ύστερα από την μεγάλη απήχηση που είχαν τα ταξίδια αυτά εμφανίζονται νέες υπηρεσίες στα τουριστικά πακέτα, όπως ο ξεναγός και ο συνοδός των γκρουπ. Η μεγάλη χρονική διάρκεια της περιόδου αυτών των ταξιδιών (1550-1850) επηρέασε θετικά την ανάπτυξη της ευρύτερης υποδομής του τομέα όπως ξενοδοχεία, δρόμους, μέσα μεταφοράς και σηματοδότησε τη διαμόρφωση ενός περισσότερο οργανωμένου τουριστικού τομέα.

Τα νέα τουριστικά κέντρα που δημιουργούνται συμβάλλουν στην ανάπτυξη της οικονομίας καθώς οι τιμές επηρεάζονται από την τουριστική περίοδο, ενώ οι τράπεζες παρέχουν χρηματοοικονομικές διευκολύνσεις στους τουρίστες. Τον 15^ο και τον 16^ο αιώνα κορυφώνονται οι εξερευνήσεις, οι οποίες χρηματοδοτούνται από τις ευρωπαϊκές υπερδυνάμεις με στόχο την ανακάλυψη νέων χωρών (και την εκμεταλλευσή τους).

Στις αρχές του 16^{ου} αιώνα ο Μαγγελάνος πραγματοποιεί τον πρώτο περίπλου της Γης και ανοίγει νέους δρόμους στα ταξίδια. Τους μεγάλους θαλασσοπόρους ακολουθούν οι έμποροι, οι επιστήμονες και οι ιεραπόστολοι. Οι εξερευνήσεις σηματοδοτούν μια νέα εποχή για τον τουρισμό, οι οποίες συσχετίζονται άμεσα τα ταξίδια με την κοινωνική πρόοδο και την αναζήτηση πολιτισμικών διεξόδων σε νέους κόσμους από τις κυρίαρχες κοινωνικές ομάδες των ανεπτυγμένων κρατών της εποχής.

Ο ρομαντισμός, η αρχαιολατρεία και η ιστορική αναζήτηση διαμορφώνουν ένα ιδιόμορφο τύπο ταξιδιών με πολλές ομοιότητες με το Γκραντ τουρ που αναπτύσσεται στην Ευρώπη τον 17^ο αιώνα. Ένα εντυπωσιακά μεγάλο ρεύμα τουριστών-περιηγητών διασχίζει την τουρκοκρατούμενη Ελλάδα και καταγράφει κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού, γλωσσικές και

πολιτισμικές ιδιομορφίες και ιστορικούς και αρχαιολογικούς τόπους. Πολλοί από αυτούς μεταφέρουν τις εμπειρίες τους σε βιβλία, τα οποία εκδίδονται στην Ευρώπη και διατηρούν αμείωτο το ενδιαφέρον για την Ελλάδα και τον αρχαίο πολιτισμό. Πολλά βιβλία αναφέρονται στους προσκυνητές που επισκέπτονται τους Αγίους τόπους ή την Κωνσταντινούπολη τα ταξίδια αυτά γίνονται ένας από τους βασικούς πόλους ανάπτυξης μιας πολύ πλούσιας ταξιδιωτικής λογοτεχνίας που διακρίνεται από μια μεγάλη θεματική ποικιλία και συμβάλλει στην περαιτέρω ανάπτυξη και εξάπλωση των ταξιδιών στους αιώνες που ακολουθούν.

Τον 19^ο αιώνα πραγματοποιούνται αλματώδεις εξελίξεις στον χώρο των μεταφορών και επικοινωνιών, στην συνέχεια γίνεται οργανωτική και οικονομική επέκταση του τουρισμού παγκοσμίως, ωστόσο οι θεσμικές, οι κοινωνικές και οι οικονομικές ανακατατάξεις οδηγούν στην βιομηχανική επανάσταση. Στις αρχές του 19^{ου} αιώνα αναπτύσσεται σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες ο σιδηρόδρομος. Πρώτη η Αγγλία το 1830 συνδέει το Λίβερπουλ με το Μάντσεστερ. Ο σιδηρόδρομος συμβάλει αισθητά στην ανάπτυξη του τουρισμού γιατί προσφέρει ασφαλή μεταφορά σε μικρό χρονικό διάστημα και με οικονομικές τιμές. Η Αμερική συνδέεται με την Ευρώπη μέσω των ατμόπλοιων. Το 1889 με το Ατμόπλοιο οι Αμερικάνοι βρίσκονται σε 6 ημέρες στην Ευρώπη. Το πρώτο τουριστικό πρακτορείο, το οποίο προσφέρει ένα πλήρες «πακέτο» υπηρεσιών, δημιουργεί ο Τόμας Κουκ που οργανώνει μια εκδρομή το 1841 από το Λέστερ στο Λωφμπόρου μετ'επιστροφής και με τιμή 1 σελίνι κατ' άτομο. Ο Τόμας Κουκ σύντομα επεκτείνεται και οργανώνει δύσκολα και μακρινά ταξίδια στην Ευρώπη, την Αμερική και τους Αγίους τόπους, με αποτέλεσμα να δημιουργήσει μια κολοσσιαία διεθνή επιχείρηση με γραφεία σε πολλές χώρες του κόσμου. Τα ταξίδια γίνονται πολύ δημοφιλή στην μεσαία τάξη της εποχής, όπου πολλοί ακολουθούν το παράδειγμα του Τόμας Κουκ στην Ευρώπη και στην Αμερική.

2.3. Κοινωνικά φαινόμενα που επηρέασαν τον τουρισμό τον 20ο αιώνα

Από τα μέσα του 20^{ου} αιώνα αρχίζει και η εντυπωσιακή ανάπτυξη αλυσίδων ξενοδοχείων, ενώ η εισαγωγή των ταξιδιωτικών επιταγών από την Αμερικαν εξπρές στην παγκόσμια αγορά συμβάλει στην περαιτέρω διεθνοποίηση των τουριστικών ταξιδιών. Τα ταξίδια αναψυχής γίνονται για πρώτη φορά μετά την Ρωμαϊκή εποχή

ένα καταναλωτικό αγαθό που θα απευθύνεται σε πολλούς και έχει συγκεκριμένα διακριτά χαρακτηριστικά.

Η βιομηχανική επανάσταση διαμόρφωσε νέες συνθήκες στον κόσμο με την μηχανοποίηση της παραγωγής και την αύξηση της παραγωγικότητας, ενώ οδήγησε στην παραγωγή νέων προϊόντων και την διεύρυνση των εθνικών αγορών. Η οικονομική ανάπτυξη που ακολούθησε άλλαξε την δομή των επαγγελμάτων δημιουργώντας νέα επαγγέλματα στον δευτερογενή και τριτογενή τομέα και μειώνοντας σταδιακά την σημασία του αγροτικού τομέα. Η μεσαία τάξη διαρκώς διευρύνεται και αυξάνει τα εισοδηματά της, ενώ η μετανάστευση προς τα αστικά κέντρα αναβαθμίζει το ρόλο των μεγάλων πόλεων της εποχής που γίνονται διοικητικά, οικονομικά και εκπαιδευτικά κέντρα. Διαμορφώνεται νέο θεσμικό πλαίσιο που προστατεύει τις συνθήκες υγιεινής, εργασίας και στέγασης. Επίσης θεσμικά κατοχυρώνονται τα δικαιώματα των εργαζομένων, όπου η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και η εκπαίδευση σε όλο και μεγαλύτερα στρώματα του πληθυσμού οδηγεί σε πιέσεις για την αύξηση του ελεύθερου χρόνου. Στο πολιτισμικό επίπεδο η ανάπτυξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας και η διεθνοποίηση των ανεπτυγμένων οικονομιών οδήγησε στην αύξηση των καταναλωτικών δαπανών σε τομείς που σχετίζονται με την ποιότητα της ζωής και τις νέες δυνατότητες χρήσης του ελεύθερου χρόνου. Τα νέα καταναλωτικά πρότυπα των μεσαίων τάξεων της Ευρώπης εκφράζονται ανάγλυφα στην ταχύτατη ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών με ιαματικές πηγές καθώς και των παραθαλάσσιων θέρετρων στην Ευρώπη και την Αμερική.

Οι εξελίξεις του 20^{ου} αιώνα έως και τον Β' παγκόσμιο πόλεμο διαμορφώνουν τον νέο «οργανωμένο» τουρισμό στον παγκόσμιο χώρο, ένα χαρακτηριστικό της περιόδου έως το 1940 είναι τα ατμόπλοια και τα ταξίδια από την Αμερική προς την Ευρώπη με το δημοφιλές τότε «πακέτο» ταξιδιού, σταδιακά οι τιμές των ταξιδιών μειώνονται και αυξάνονται οι τουριστικές υπηρεσίες. Με την εφεύρεση του αυτοκινήτου αυξάνεται ο εσωτερικός τουρισμός, παράλληλα ένα εκτεταμένο δίκτυο λεωφορειακών γραμμών συνδέει τις μεγαλύτερες πόλεις και διευκολύνει την ανάπτυξη του τουρισμού. Η ανακάλυψη και η κατοπινή εξέλιξη των αεροπλάνων αποτέλεσε την βάση στην οποία στηρίχτηκε η μαζικοποίηση του διεθνούς τουρισμού στην μεταπολεμική περίοδο. Τα αεροπλάνα αρχίζουν τις πρώτες οργανωμένες πτήσεις μεταφοράς εμπορευμάτων από τις πρώτες δεκαετίες του αιώνα, ενώ από τη

δεκαετία του '30 εγκαινιάζονται συστηματικές πτήσεις μικρού αριθμού επιβατών από εταιρίες που ιδρύονται στις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ευρώπη.

Οι πρώτες δεκαετίες του αιώνα διαμορφώνουν επίσης ένα νέο πλαίσιο ανάπτυξης των υποδομών του τουρισμού με κύρια χαρακτηριστικά την σύγχρονη οργανωτική διάρθρωση, τη διεθνοποίηση των παρεχομένων υπηρεσιών, την παροχή καλύτερων τιμών και περισσότερης ασφάλειας στους ταξιδιώτες. Πολλές «αλυσίδες» ξενοδοχείων και μεγάλα πρακτορεία εξαπλώνονται στις νέες δυναμικές αγορές της υψηλίου προσβλέποντας κυρίως στην ανάπτυξη του παραθεριστικού και του επαγγελματικού τουρισμού. Η διάρθρωση των υπηρεσιών τυποποιείται και εκσυγχρονίζεται, ενώ το χρηματοπιστωτικό σύστημα ενισχύει την διεθνοποίηση στην παροχή υπηρεσιών και διευκολύνσεων στους τουρίστες. Η σχετική σταθερότητα της παγκόσμιας οικονομίας και η εμπέδωση ενός σταθερού πολιτικού συστήματος στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες επιτρέπει την παροχή καλύτερων τιμών και την διοργάνωση ασφαλέστερων ταξιδιών στο διεθνή χώρο με αποτέλεσμα την μαζικοποίηση των τουριστικών ταξιδιών.

Ένας διαρκώς και μεγαλύτερος αριθμός περιοχών αναπτύσσεται με βάση τις παραγωγικές δραστηριότητες του τουρισμού και τα «τουριστικά θέρετρα» πληθαίνουν και εξειδικεύονται: αστικά κέντρα με πολιτιστικούς πόρους, περιοχές χειμερινών σπορ, παραθαλάσσιες περιοχές με παραθεριστικό τουρισμό καλοκαιριού, περιοχές με ιαματικές πηγές κ.α.. Ο τουρισμός γίνεται πλέον μια διαρκώς και ευρύτερου φάσματος αναπτυξιακή δραστηριότητα που παράγει εισόδημα και διαμορφώνει νέες επαγγελματικές εξειδικεύσεις και μορφές απασχόλησης στον παγκόσμιο χώρο. Παράλληλα γίνεται ένας από τους κυριότερους δίαυλους επικοινωνίας ανάμεσα σε λαούς και περιοχές.

Η δεκαετία του '30 στο κοινωνικό πεδίο ενισχύει ακόμα περισσότερο τη «θεσμοποίηση» της παρουσίας του τουρισμού στις σύγχρονες κοινωνίες με την νομοθεσία που αφορούσε τις «πληρωμένες διακοπές». Με πρωτοπόρους, χώρες όπως η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο και με την παράλληλη πίεση διεθνών οργανισμών, που εκπροσωπούν τους εργαζόμενους νομοθετήματα που κατοχυρώνουν τις άδειες μετ' αποδοχών και μαζικοποιούν τον τουρισμό, ιδιαίτερα αυτόν της καλοκαιρινής περιόδου. Η παράλληλα δημιουργία των πρώτων διεθνών οργανισμών που προβάλλουν και προωθούν τον τουρισμό σε εθνικό και διεθνές επίπεδο την ίδια δεκαετία σηματοδοτεί μία ακόμα πλευρά της θεσμοποίησης του τουριστικού φαινομένου.

Τα ανεπτυγμένα κράτη προωθούν πλέον τον τουρισμό ως οικονομική δραστηριότητα με προφανή θετικά αποτελέσματα για τις οικονομίες τους, ενώ διαμορφώνουν και το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο που θα ενισχύσει, οργανώσει αλλά και ελέγξει αυτήν την ταχύτατη αναπτυσσόμενη «βιομηχανία». Με αυτόν τον τρόπο το αίτημα των ανερχόμενων μεσαίων στρωμάτων για περισσότερο ελεύθερο χρόνο αποκτάει έναν θεσμοποιημένο χαρακτήρα και γίνεται «δικαίωμα» και σε κάποιο βαθμό και «υποχρέωση» των εργαζομένων. Αποτυπώνεται σε αυτήν την εξέλιξη η νέα διάσταση του τουρισμού: κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο άμεσα συνδεδεμένο με τη σύγχρονη διάρθρωση των παραγωγικών σχέσεων που διαφοροποιεί τον εργάσιμο από τον ελεύθερο χρόνο και δημιουργεί νέα πεδία θεσμικών παρεμβάσεων του κράτους σε αυτούς τους διαφορετικά προσδιορισμένους χρόνους. Η βιομηχανία του ελεύθερου χρόνου έχει άλλωστε ήδη αρχίσει να γίνεται ένας υπολογίσιμος και πολυσχιδής κλάδος της οικονομίας των ανεπτυγμένων χωρών ήδη από τη δεκαετία '20 και ο τουρισμός έρχεται να προστεθεί σταδιακά στα θεματικά πεδία που καλύπτονται από αυτή τη βιομηχανία. Με αυτόν τον τρόπο η δεκαετία του '30 μπορεί να θεωρηθεί ιστορική για την εξέλιξη του τουρισμού, αφού σε αυτήν ολοκληρώνεται μια πορεία-που άρχισε δειλά τον 19^ο αιώνα- και χαρακτηρίζεται από την οργανωτική συγκρότηση του τουρισμού σε δυναμικό κλάδο της οικονομίας και την ανάδειξη του σε κοινωνικό φαινόμενο άμεσα συνδεδεμένο με την εξέλιξη των παραγωγικών σχέσεων και την άνοδο των μεσαίων στρωμάτων στις αναπτυγμένες χώρες. Θα μπορούσε να θεωρηθεί η περίοδος της «ενηλικίωσης» ενός κοινωνικού φαινομένου, το οποίο σε ένα κοινωνικό και ιστορικό συνεχές από τα αρχαία χρόνια έως το 19^ο αιώνα συνδέθηκε με την πορεία ανάπτυξης της ανθρωπότητας και βελτίωσης των κοινωνικών και οικονομικών συνθηκών διαβίωσης των ανθρώπων. Σε αυτήν την παλαιότερη περίοδο ο τουρισμός συνδέθηκε άμεσα με την πορεία των επιστημονικών ανακαλύψεων, των επεκτατικών πολέμων και της γεωγραφικής διεύρυνσης των ορίων του τότε γνωστού κόσμου.

Στις περιόδους ειρήνης και οικονομικής ανάπτυξης ο τουρισμός πάντοτε αναπτυσσόταν παραμένοντας όμως σε μεγάλο βαθμό ένα φαινόμενο περιθωριακό και συνδεδεμένο με τη ζωή των πλουσίων και των αριστοκρατών της εποχής. Μόνο μετά το 18^ο αιώνα ο τουρισμός μαζικοποιείται και αυτό χάρις στις νέες κοινωνικές και παραγωγικές σχέσεις που διαμορφώνονται μετά τη βιομηχανική επανάσταση στις ανεπτυγμένες χώρες. Οι περιηγητές, οι ταξιδιώτες, οι προσκυνητές και οι εξερευνητές

του παρελθόντος άνοιξαν δρόμους και διεύρυναν τους ορίζοντες της ανθρωπότητας επιτρέποντας στους τουρίστες να δώσουν ένα διαφορετικό κοινωνικό και οικονομικό περιεχόμενο της σύγχρονης εποχής. Στην μεταπολεμική περίοδο ο τουρισμός συνδέεται άμεσα με τις κοινωνικές και οικονομικές εξελίξεις της εποχής και αναδεικνύεται σε ένα από τα καθοριστικά κοινωνικά και οικονομικά φαινόμενα των σύγχρονων κοινωνιών αλλά και σε ένα από τους δυναμικότερους κλάδους της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης.

2.4. Παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του σύγχρονου τουρισμού

Μετά το 1950 ο τουρισμός αρχίζει να αναπτύσσεται με εντυπωσιακούς ρυθμούς που αποτυπώνονται τόσο στους δείκτες κίνησης των τουριστών (αφίξεις, διανυκτερεύσεις), όσο και στους οικονομικούς και αναπτυξιακούς δείκτες που τον χαρακτηρίζουν (τουριστική δαπάνη, απασχόληση, επενδύσεις, υποδομή) . Πρόκειται πλέον για ένα ιδιόμορφο κοινωνικό φαινόμενο που σχετίζεται με τα νέα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα και δημιουργεί έναν ισχυρό οικονομικό τομέα, ο οποίος επηρεάζει άμεσα τις επιλογές και τα χαρακτηριστικά της ανάπτυξης χωρών ή περιοχών (Τσαρτας 2003).

Η αλματώδης ανάπτυξη του σύγχρονου τουρισμού, επηρεάστηκε άμεσα και ενισχύθηκε από μία σειρά γεγονότων και παραγόντων (κοινωνικών και οικονομικών), που σηματοδότησαν την μεταπολεμική περίοδο και ιδιαίτερα τα χαρακτηριστικά της ανάπτυξης.

Οι παράγοντες αυτοί είναι οι ακόλουθοι :

- **Η πολιτική και οικονομική σταθερότητα στις ανεπτυγμένες χώρες.** Η πολιτική σταθερότητα και οι καλοί οικονομικοί ρυθμοί επιτρέπουν μια ανακατανομή των εισοδημάτων σε περισσότερα στρώματα πληθυσμού και επιπλέον υπάρχει περισσευούμενο εισόδημα σε μεγάλο ποσοστό των μεσαίων κοινωνικών κατηγοριών και στρωμάτων. Η οικονομική σταθερότητα των οικονομικά ανεπτυγμένων χωρών προσδιορίζει και την πορεία ανάπτυξης του παγκοσμίου τουρισμού σε εθνικό και τοπικό επίπεδο, αφού από αυτές κατά κύριο λόγο προέρχονται οι τουρίστες, άρα και η δαπάνη που οδηγεί στην

ανάπτυξη άλλων χωρών ή περιοχών του κόσμου, καθώς και οι επενδύσεις που δημιουργούν υποδομή είτε στο εσωτερικό αυτών των χωρών είτε στο εξωτερικό.

- **Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου και η παράλληλα ανάπτυξη του «κοινωνικού κράτους» στις ανεπτυγμένες χώρες.** Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου τον 20^ο αιώνα οδηγεί σταδιακά και σε μια αύξηση του χρόνου που δυνητικά μπορεί να καταναλωθεί στον τουρισμό την τελευταία εικοσαετία. Ιδιαίτερα στον επαγγελματικό χώρο, ξεκινώντας από τα επαγγέλματα του τριτογενούς τομέα, η άδεια μετ' αποδοχών αυξήθηκε από την μία στις τέσσερις εβδομάδες και σε αρκετές ευρωπαϊκές χώρες έφτασε τις πέντε εβδομάδες τον χρόνο. Επίσης μειώθηκαν τα ηλικιακά όρια σύνταξης, ενώ σε πολλές κατηγορίες εργαζομένων δίνονται πρόωρες συντάξεις. Η έννοια « κοινωνικό κράτος » περιγράφει το ειδικό θεσμικό πλαίσιο και την πολιτική που το κράτος εφαρμόζει στο χώρο των κοινωνικών υπηρεσιών και της κοινωνικής πρόνοιας των πολιτών του. Η διαμόρφωση μιας εκτεταμένης υποδομής αυτού του κράτους πρόνοιας ενίσχυσε θεαματικά την τουριστική ανάπτυξη είτε μέσω του νομοθετικού πλαισίου, είτε διότι οδήγησε στην ύπαρξη ενός περισσευούμενου εισοδήματος που στράφηκε στην κατανάλωση των τουριστικών υπηρεσιών.
- **Δημογραφικοί και οικονομικοί παράγοντες.** Στην μεταπολεμική περίοδο αυξάνεται εντυπωσιακά ο μέσος όρος ζωής με αποτέλεσμα τα άτομα που ανήκουν στη λεγόμενη «τρίτη ηλικία» να αποτελούν ένα δυναμικό τμήμα της πελατείας του τουρισμού. Η διάχυση της εκπαίδευσης σε παγκόσμιο επίπεδο σε συνδυασμό με την ταχύτατη ανάπτυξη των Μ.Μ.Ε. μετά την δεκαετία του '60 είναι παράγοντες που βελτιώνουν την πληροφόρηση και αυξάνουν τις δυνατότητες επιλογών των καταναλωτών τουριστικών δραστηριοτήτων. Υψηλό είναι και το ποσοστό των γυναικών που εισέρχεται στην αγορά εργασίας, διευρύνοντας την παραγωγική βάση των οικονομιών των ανεπτυγμένων χωρών. Η εξέλιξη αυτή οδηγεί επίσης και στην αύξηση του αριθμού των οικογενειών που διαθέτουν δύο πηγές εισοδήματος, άρα έχουν μεγαλύτερο εύρος επιλογών σε θέματα καταναλωτικών αγαθών, όπως ο τουρισμός.

- **Η ανάπτυξη των μαζικών μεταταφορικών μέσων : αεροπλάνο, αυτοκίνητο.**

Το μεταφορικό μέσο που έδωσε τη μεγάλη ώθηση στο μεταπολεμικό τουρισμό ήταν το αυτοκίνητο που ήδη από την δεκαετία '60 αποτελεί ένα καταναλωτικό αγαθό που διαθέτει μεγάλος αριθμός μεσοαστικών οικογενειών στην Ευρώπη και την Αμερική. Στον τουρισμό το αυτοκίνητο προσφέρει για πρώτη φορά στην ιστορία του κλάδου μία μεγάλη αυτονομία στους ταξιδιώτες, αλλά επιπλέον συμβάλλει και στην ανάπτυξη ενός νέου τύπου « περιηγητικού » τουρισμού ιδιαίτερα στο εσωτερικό της κάθε χώρας.

Το αεροπλάνο συνέδεσε, ιδιαίτερα μετά τη δεκαετία του '70, τις περισσότερες χώρες αποστολής τουριστών με τις χώρες ή περιοχές που ανέπτυσαν τον τουρισμό λύνοντας το μεγαλύτερο πρόβλημα που είχαν οι τελευταίες: την απόσταση από τις κυριότερες «αγορές» του τουρισμού. Η συμβολή του αεροπλάνου στην τουριστική ανάπτυξη ήταν πολύ μεγαλύτερη στις αναπτυσσόμενες χώρες της Αφρικής, της Ασίας και του Ειρηνικού, οι οποίες χωρίς αυτό δεν θα μπορούσαν να ενταχθούν στην ταχύτατα αναπτυσσόμενη τουριστική αγορά, ούτε να προσελκύσουν συνάλλαγμα για τις επενδύσεις που χρειάζονται. Η καθοριστική όμως κίνηση για την άμεση σύνδεση του αεροπλάνου με τον τουρισμό ήταν η ανάπτυξη των ναυλωμένων πτήσεων (charter flights) που δημιούργησαν τις προϋποθέσεις της μαζικοποίησης των διεθνών τουριστικών ταξιδιών μετά το 1970. Οι ναυλωμένες πτήσεις δημιουργήθηκαν από τις αεροπορικές εταιρίες και τις μεγάλες εταιρίες του οργανωμένου τουρισμού (tour-operators) ώστε να καλύψουν τις εξειδικευμένες ανάγκες των σύγχρονων τουριστών που δεν μπορούσαν να εξυπηρετηθούν από τις προγραμματισμένες πτήσεις.

Κεφάλαιο 3. Η εξελικτική διαμόρφωση των προτύπων ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα και οι μορφές του

Σε αυτό το κεφάλαιο αρχικά θα αναφερθούμε στα στάδια της τουριστικής ανάπτυξης στον Ελλαδικό χώρο. Πρέπει να επισημάνουμε ότι εκτός από την ιστορική διάσταση μίας τέτοιας προσέγγισης υπάρχει και η οικονομική αναπτυξιακή διάσταση, η οποία συνδέεται με την καταγραφή ορισμένων από τα βασικά χαρακτηριστικά της ζήτησης που ενεργοποιείται στην χώρα, αλλά και των αντίστοιχων υποδομών προσφοράς, οι οποίες αναπτύσσονται για να ανταποκριθούν σε αυτήν την ζήτηση. Έχουν άλλωστε πολύ ενδιαφέρον ότι οι τύποι ζήτησης που κυριάρχησαν στα πρώτα στάδια ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού παραμένουν δυναμικοί και στα επόμενα στάδια π.χ περιγητικός τουρισμός. Αυτό σημαίνει ότι η βαθμιαία εξέλιξη σε ένα επόμενο στάδιο ανάπτυξης δεν οδήγησε και σε πλήρη κατάργηση προηγούμενου. Μπορεί ο τύπος μίας ζήτησης του συγκεκριμένου σταδίου να υποβαθμίστηκε ή οι υποδομές της προσφοράς του να θεωρούνται ξεπερασμένες αλλά υπάρχουν περιοχές της χώρας, όπου τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά αυτού του σταδίου παραμένουν δυναμικά εκφράζοντας με αυτόν τον τρόπο και την έντονη τμηματοποίηση της τουριστικής ζήτησης στην Ελλάδα (Τσαρτας 2003). Σε αυτό το πλαίσιο στο κάθε στάδιο τουριστικής ανάπτυξης της Ελλάδας ουσιαστικά καταγράφονται οι κεντρικές τάσεις της ιστορικής περιόδου στην οποία αντιστοιχεί καθώς και τα πρότυπα που αυτό το στάδιο ενεργοποίησε στην τουριστική υποδομή. Υπό αυτήν την έννοια τοπικές ιδιαιτερότητες υπήρξαν και υπάρχουν με κυριότερη αυτή που αφορά πολλές «νέες» τουριστικές επριοχές, οι οποίες μέσα από ταχύτατες και συχνά εξωγενείς διαδικασίες ανάπτυξης απέκλεισαν χαρακτηριστικά και υποδομές περιοχών μαζικού οργανωμένου τουρισμού, οι οποίες όμως εφτάσαν σε αυτό το στάδιο ανάπτυξης μέσα από μία τριαντάχρονη πορεία κοινωνικών και οικονομικών αλλαγών. Λαμβάνοντας υπόψη όλες τις παραμέτρους και τους περιορισμούς θα αναφερθούμε στην συνέχεια στα χαρακτηριστικά των σταδίων ανάπτυξης του τουρισμού στον Ελληνικό χώρο, όπως αυτά διαμορφώθηκαν τόσο από τους αλλοδαπούς όσο και από τους ημιδεπούς τουρίστες (Τσαρτας 2003).

A) Πρώτο στάδιο ανάπτυξης (1950-1965): Περιηγητές τουρίστες, υποτυπώδης υποδομές, πολιτιστικός τουρισμός και τουρισμός διακοπών

Στην περίοδο αυτήν οι τουρίστες που έρχονται στην χώρα κάνουν κατά κύριο λόγο περιηγητικό τουρισμό έχοντας ως βάση τους συνήθως την Αθήνα. Τόσο οι δυνατότητες πρόσβασης στην χώρα όσο και το εσωτερικό θαλάσσιο και οδικό δίκτυο μπορούν να θεωρηθούν αντικίνητρα για ένα ταξίδι στην Ελλάδα. Η κατάσταση αρχίζει να βελτιώνεται από πλευράς υποδομών προς το τέλος της δεκαετίας του '50 χωρίς όμως και πάλι να υπάρχουν εκτός από τα μεγάλα αστικά κέντρα και ορισμένες τουριστικές περιοχές με ζήτηση (Κέρκυρα, Ρόδος) ξενοδοχεία ικανά να καλύψουν τις ανάγκες των τουριστών. Πρόκειται για μία περίοδο δυναμικής ανασυγκρότησης της ελληνικής οικονομίας, στην οποία όμως ο τουρισμός φαίνεται να μην παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο. Οι τουρίστες που έρχονται αυτήν την εποχή έχουν ως στόχο κυρίως την επίσκεψη των αρχαιολογικών περιοχών (Πελοπόννησο, Δελφοί, Αττική), τα μικρής διάρκειας ταξίδια στα νησιά του Αργοσαρωνικού (μετά το 1960 ιδιαίτερα) καθώς και στην επίσκεψη της Θεσσαλονίκης. Οι κυριότεροι πόλοι ανάπτυξης τουρισμού διακοπών αυτήν την περίοδο είναι η Κέρκυρα και η Ρόδος, όπου έχουμε και την πρώτη οργανωμένη παρουσία αλλοδαπών τουριστικών πρακτόρων και αλυσίδων ξενοδοχείων (Τσάρτας 2003).

Την ίδια περίπου εποχή αρχίζει να γίνεται γνωστή και η Μύκονος (μέσα δεκαετίας '50) η οποία και γίνεται η αιτία ανάδειξης αργότερα των νησιών των Κυκλάδων. Την ίδια περίοδο κάνουν την εμφάνιση τους οι πρώτες οργανωμένες επιχειρήσεις που ασχολούνται με την διακίνηση των τουριστών στο εσωτερικό της χώρας.

Η οργανωτική, περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική διάσταση του τουριστικού φαινομένου είναι περιορισμένη αυτήν την περίοδο και εντοπίζεται χωρικά σε συγκεκριμένες περιοχές, ενώ στο μεγαλύτερο μέρος της χώρας ο τουρίστας παραμένει αξιοθέατο. Στις ευρωπαϊκές αγορές την ίδια περίοδο η Ελλάδα αρχίζει να κατατάσσεται στους τουριστικούς προορισμούς των μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών που ασχολούνται με τον οργανωμένο τουρισμό. Ορισμένα από τα χαρακτηριστικά της ζήτησης, τα οποία στις επόμενες περιόδους θα αποτελέσουν και σημαντικά προβλήματα, κάνουν την εμφάνιση τους όπως πχ η εποχικότητα ή η έλλειψη οργάνωσης στις παρεχόμενες υπηρεσίες. Σε επίπεδο τουριστικής πολιτικής

τέλος, αρχίζει ήδη να ταυτίζεται ο τουρισμός με τους αλλοδαπούς τουρίστες, ενώ οι ημεδαποί και η ζήτηση που προκαλούν ουσιαστικά αγνοείται (Τσάρτας 2003).

B) Δεύτερο στάδιο ανάπτυξης (1965-1980): Ανάπτυξη του οργανωμένου τουρισμού διακοπών, αριθμητική αύξηση και χωρική επέκταση των τουριστικών υποδομών, ο τουρισμός υπολογίσιμος τομέας της εθνικής οικονομίας.

Με βοηθητικούς πόλους ζήτησης στην Ευρώπη και στις ΗΠΑ αναπτύσσεται με ταχείς ρυθμούς μία υποδομή, η οποία έχει ως στόχο να εξυπηρετήσει τα πρότυπα των αλλοδαπών τουριστών της περιόδου αυτής: τουρισμός διακοπών καλοκαιρίου με έμφαση στην ξεκούραση και την ψυχαγωγία με αποτέλεσμα ο πολιτιστικός τουρισμός να περνάει γρήγορα σε δεύτερη μοίρα πέρνοντας για τους περισσότερους τουρίστες τον χαρακτήρα μίας γρήγορης συνήθως ξενάγησης στα αρχαία (Τσάρτας 2003).

Η αύξηση του τουρισμού των πελατών και η σχετικά μεγάλη διάρκεια παραμονής στην χώρα επιβάλλει την δημιουργία σύγχρονων υποδομών σε τρεις τουλάχιστον τομείς: καταλύματα, διακίνηση τουριστών, πρακτόρευση του τουρισμού. Πρόκειται αναμφίβολα για την δεκαπενταετία όπου τέθηκαν οι βάσεις και στους τρεις αυτούς τομείς για την συστηματικότερη ανάπτυξη του συνόλου του τουριστικού τομέα της χώρας. Πληθαίνουν και επεκτείνονται στις διάφορες περιοχές της χώρας τα καταλύματα όλων των τύπων και κατηγοριών, ιδρύονται εταιρείες και οργανώνονται κρατικές υπηρεσίες οι οποίες ασχολούνται με την διακίνηση των τουριστών προς την χώρα και μέσα στην χώρα, αυξάνονται τα πρακτορεία που ασχολούνται αποκλειστικά με τον αλλοδαπό τουρισμό, ενώ παράλληλα πολλαπλασιάζονται τα τουριστικά πρακτορεία στις τουριστικές περιοχές, τα οποία παρέχουν υπηρεσίες όπως οργανωμένες εκδρομές, ενοικίαση καταλυμάτων- αυτοκινήτων κλπ.. Οι τουριστικές περιοχές αυξάνονται αυτήν την περίοδο σε όλη την παραλιακή ζώνη και τους νησιωτικούς νομούς της χώρας, ενώ αρκετές είναι πλέον οι τουριστικές περιοχές που εξαρτούν την ανάπτυξη τους από τον τουρισμό. Η κρατική πολιτική ενισχύει την τουριστική ανάπτυξη με επενδύσεις σε υποδομές και επιχειρήσεις αναδεικνύοντας τον τουρισμό σε βασικό πυλώνα οικονομικής ανάπτυξης (Τσάρτας 2003). Όμως οι ελλείψεις στον προγραμματισμό της ανάπτυξης του είναι πολλές και σε πολλούς τομείς (χωροταξικός σχεδιασμός, περιβαλλοντικές μελέτες, αναπτυξιακός σχεδιασμός σε τοπικό και εθνικό επίπεδο, μελέτες κοινωνικών

επιπτώσεων, μελέτες κόστους-ωφέλειας κτλ.). Αποτέλεσμα αυτών των ελλείψεων είναι ότι από αυτήν την περίοδο αρχίζει και η κριτική αλλά και ο σκεπτικισμός για τα όποια αστικά οφέλη της τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον (Τσάρτας 2003).

Η παρεμβολή της δικτατορίας είναι καταλυτική για όλες αυτές τις εξελίξεις επειδή ενισχύει συστηματικά ανορθολογικές επενδύσεις του ιδιωτικού τομέα σε τουριστικές περιοχές της χώρας με αποτέλεσμα να υπάρχει αδυναμία αποπληρωμής των δανείων αλλά και υποβάθμιση του περιβάλλοντος και των παρεχόμενων υπηρεσιών. Σε αυτό το στάδιο ο τουρίστας γίνεται από αξιοθέατο πελάτη και συχνά προίον, μία εξέλιξη η οποία συνδέεται με τις σημαντικές αλλαγές στην κοινωνικοοικονομική δομή των τουριστικών περιοχών, στα κίνητρα των τουριστών που επισκέπτονται την χώρα και στα οργανωτικά χαρακτηριστικά της νέας τουριστικής υποδομής που έχει δημιουργηθεί στις τουριστικές περιοχές. Η πλειοψηφία των τουριστών ακολουθεί τις οργανωμένες περιοχές πακέτου στο εσωτερικό της χώρας και η αυτονομία της προηγούμενης περιόδου σταθερά περιθωριοποιείται. Αυτήν την περίοδο παρατηρείται και η ανάπτυξη του ντόπιου τουρισμού (Έλληνες), παρόλο που θεωρούν τους προορισμούς ακριβούς. Αυτήν την περίοδο αναπτύσσονται σταδιακά τα κάμπινγκ και τα συμπληρωματικά καταλύματα οικογενειακού τύπου. Αυξάνονται επίσης ο αριθμός των παραθεριστικών κατοικιών σε περιοχές κοντά στα μεγάλα αστικά κέντρα με ιδιοκτήτες κυρίως Έλληνες (Τσάρτας 2003).

Γ) Τρίτο στάδιο ανάπτυξης (1980-1995): βιομηχανοποιημένος μαζικός τουρισμός, σημαντικά προβλήματα από την άναρχη ανάπτυξη, τμηματοποίηση της τουριστικής ζήτησης

Στην περίοδο αυτή κυριαρχούν τα πλήρως οργανωμένα τουριστικά πακέτα, ενώ ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτεται σταθερά αυξάνεται πλησιάζοντας τον αριθμό του συνολικού πληθυσμού. Σε πολλές δε τουριστικές περιοχές ο αριθμός των τουριστών ιδιαίτερα την περίοδο Ιουλίου-Αυγούστου είναι δεκάδες φορές μεγαλύτερος από τον τοπικό πληθυσμό (Τσάρτας 2003). Ένα μεγάλο μέρος των τουριστών έρχεται στην χώρα με πτήσεις charter, πολλοί από αυτούς επισκέπονται και παραμένουν μόνο στην περιοχή του τελικού προορισμού τους πχ νησιά χωρίς να

επιδιώκουν την γνωριμία με την υπόλοιπη χώρα. Με αυτό τον τρόπο τα μεγάλα αστικά κέντρα σταδιακά περιθωριοποιούνται από πλευράς τουριστικής ζήτησης και μετατρέπονται σε σταθμούς ή πύλες εισόδου των τουριστών στην χώρα. Το ταξίδι στην Ελλάδα γίνεται, ουσιαστικά μέσα από διαδικασίες που έχουν ξεκινήσει από την προηγούμενη περίοδο, ένα ταξίδι σε τουριστικούς προορισμούς ή ακόμα σε έναν προορισμό της χώρας. Οι τουριστικές περιοχές διαρκώς και περισσότερο τυποποιούνται με στόχο να ανταποκριθούν στα χαρακτηριστικά της ζήτησης των σύγχρονων τουριστών-καταναλωτών, οι οποίοι στην συντριπτική τους πλειοψηφία προέρχονται από την Ευρώπη. Η Ελλάδα γίνεται πλέον ένας κλασικός προορισμός στον μεσογειακό χώρο και η παρουσία των τουριστικών πρακτόρων τόσο στην διαδικασία διαμόρφωσης των τουριστικών πακέτων όσο και στην διακίνηση τους στις τουριστικές περιοχές είναι καθοριστική. Οι τουρίστες πλέον είναι συχνότερα προϊόντα παρά πελάτες, αφού τα πλαίσια της συνάντησης τους με τους ντόπιους στις περισσότερες περιπτώσεις δεν επιτρέπει καμία ουσιαστική επαφή (Τσάρτας 2003). Τα παράπονα των τουριστών για τις παρεχόμενες υπηρεσίες αλλά και η κριτική για την ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος οδηγούν σε αναζήτηση λύσεων στα προβλήματα της υποδομής. Οι λύσεις όμως δεν είναι απλές διότι η τεράστια διασπορά των τοπικών επιχειρήσεων σε πολλές περιοχές της χώρας, η έλλειψη προγραμματισμού και ελέγχου, η οικογενειακή μορφή της οργάνωσης τους και ο μεγάλος αριθμός των επιχειρήσεων που λειτουργούν παράνομα τείνουν να αποτελούν σταθερές αδυναμίες της τουριστικής ανάπτυξης που οδηγούν σε υποβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Παράλληλα δε η συστηματική ανάλυση των επιπτώσεων στην οικονομία, στην κοινωνία και στο περιβάλλον αυτήν την περίοδο αναδύονται τα τεράστια προβλήματα που έχουν δημιουργηθεί σε τοπικό κυρίως επίπεδο και δεν είναι τυχαίο ότι αυτή η κρατική τουριστική πολιτική επιδιώκει με πολλές και διαφορετικές θεσμικές παρεμβάσεις να βάλει όρους και πλαίσια στην τουριστική ανάπτυξη (Τσάρτας 2003). Το γεγονός ότι πολύ λίγες από αυτές τις παρεμβάσεις είναι επιτυχείς οφείλεται στην κοινωνική και οικονομική δυναμική που έχει ενεργοποιήσει ο τουρισμός σε τοπικό επίπεδο, μια δυναμική η οποία συνδέει το μεγαλύτερο ποσοστό των απασχολήσεων και εισοδημάτων της περιοχής με τον τουριστικό τομέα. Σε αυτό το πλαίσιο το εγχείρημα να τεθούν όρια και κανόνες στην επιχειρηματική δράση ή στον τρόπο ανάπτυξης προσκρούει σε διαμορφωμένα συμφέροντα κοινωνικών και επαγγελματικών ομάδων στις τουριστικές περιοχές. Το κυριότερο εγχείρημα για την αναζήτηση λύσεων στις δυσμενείς οικονομικές περιβαλλοντικές

και κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού αποδεικνύει υποβάθμιση του <<τουριστικού προϊόντος: Ελλάδα>> απέναντι μάλιστα σ' ένα διαρκή και σκληρότερο διεθνή και εσωτερικό ανταγωνισμό. Εκτός όμως από την προσπάθεια για αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται και από την συνεχή τμηματοποίηση της τουριστικής ζήτησης η οποία διαρκώς και εξειδικεύεται γεγονός που αντίστοιχα οδηγεί σε εξειδικευμένους τύπους προσφοράς στον Ελλαδικό χώρο. Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού αρχίζουν να καταλαμβάνουν σημαντικό ποσοστό της ζήτησης αν και σε επίπεδο προσφοράς σε πολλές απ' αυτές λείπουν υποδομές και ειδικευμένο προσωπικό (Τσάρτας 2003). Πρόκειται υπ' αυτή την έννοια για μία εξαιρετικά κρίσιμη περίοδο, αφού ο τουριστικός τομέας καλείται πλέον να αναδιαρθρωθεί λαμβάνοντας υπ' όψιν τα νέα δεδομένα της ζήτησης και τα προβλήματα που έχουν συσσωρευτεί από την ακολουθούμενη ανάπτυξη. Στην ίδια περίοδο τα οργανωμένα και αυτόνομα ταξίδια Ελλήνων για τουρισμό στο εσωτερικό της χώρας αυξάνονται εντυπωσιακά, γεγονός που συνδέεται με τα νέα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα μιας διευρυμένης μεσαίας τάξης της χώρας. Η γενικότερη οικονομική κρίση στην Ευρώπη οδηγεί σε μείωση της τουριστικής δαπάνης στην χώρα και αυτό έχει ως επακόλουθο την στροφή στα καταλύματα μεσαίων κατηγοριών καθώς και σε έναν τύπο καταλύματος το οποίο στηρίζεται στην αυτοεξυπηρέτηση και απευθύνεται κυρίως σε οικογένειες. Η Ελλάδα κατηγοριοποιείται διεθνώς ως χώρα τουριστών μεσαίων εισοδημάτων με κίνητρο κατά κύριο λόγο τις διακοπές του καλοκαιριού ενώ αντίστοιχες είναι οι εκτιμήσεις και για την υπάρχουσα υποδομή (Τσάρτας 2003).

3.1. Οι κυριότεροι τουριστικοί πόροι της χώρας

Η ταξινόμηση ορισμένων χωρών στην ομάδα των τουριστικών χωρών του πλανήτη προϋποθέτει ότι υπάρχουν ορισμένοι τουριστικοί πόροι σε κάποιες χώρες, οι οποίοι μπορούν να θεωρηθούν ως συγκριτικά πλεονεκτήματα τους ή στοιχεία έλξης της τουριστικής ζήτησης. Εκτός από τους φυσικούς πολιτιστικούς ή περιβαλλοντικούς πόρους που είναι και οι ευκολότερα αναγνωρίσιμοι, υπάρχουν και πόροι που ανταποκρίνονται στα κυρίαρχα κοινωνικο-ψυχολογικά κίνητρα των σύγχρονων τουριστών. Πρόθεση μας είναι να αναφερθούμε στην συνέχεια σε όλους

τους τύπους τουριστικών πόρων που υπάρχουν στην Ελλάδα και την κάνουν ελκυστική για τους τουρίστες. Αυτοί οι πόροι είναι (Τσάρτας 2005):

- **Κλίμα:** Ο συνδυασμός ενός ήπιου θερμού και ξηρού κλίματος στις περισσότερες περιοχές της χώρας και ιδιαίτερα στους τουριστικούς νησιωτικούς και παράλιους νομούς είναι ένα θετικό στοιχείο στην προσέλκυση των τουριστών του καλοκαιριού.
- **Πολιτισμός και παράδοση:** Τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού αποτελούν ένα πόλο έλξης τουριστών στην χώρα. Εκτός από τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό υπάρχει στην χώρα και μία πλούσια πολιτιστική παράδοση σχετική με την μουσική, το τραγούδι, το θέατρο και την παραγωγή χειροποίητων αντικειμένων τέχνης. Τέλος, η Ελλάδα διαθέτει πλούσια θρησκευτική παράδοση με εντυπωσιακά και μοναδικά μοναστήρια, τα οποία προσελκύουν το τουριστικό ενδιαφέρον.
- **Φυσικό και δομημένο περιβάλλον:** Η καθαρή θάλασσα και τα 15.000χλμ αμμώδους παραλίας αποτελούν έναν σημαντικό πόλο έλξης για τους τουρίστες της καλοκαιρινής περιόδου. Επίσης, παρουσιάζουν ενδιαφέρον και οι ορεινές περιοχές, όπου η χλωρίδα της χώρας θεωρείται από τις πλουσιότερες στην Ευρώπη ενώ υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός υγροβιότοπων, λιμνών και δασών. Η τοπική αρχιτεκτονική παράδοση σε συνδυασμό με τον πλούσιο λαϊκό πολιτισμό δημιούργησαν εξαιρετικά δείγματα δομημένου περιβάλλοντος στην ελληνική ύπαιθρο.
- **Ποικιλία τύπων και επιπέδων υποδομής, η οποία ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά της διεθνούς ζήτησης:** Ως τουριστικός πόρος η υποδομή της χώρας είναι ιδιαίτερα πλούσια σε ποικίλα τύπων καταλυμάτων αλλά και σε διαφορετικά επίπεδα. Οπότε η χώρα είναι σε θέση να ανταποκριθεί στην διεθνή ζήτηση που έχει.
- **Η εικόνα της χώρας σε αυτούς που την επισκέφθηκαν και σε αυτούς που δεν την επισκέφθηκαν:** Θεωρούμε την ιδιαίτερα θετική εικόνα της χώρας ως

ένα εξαιρετικά σημαντικό πόρο, ο οποίος συχνά αντισταθμίζει την αρνητική κριτική που γίνεται για θέματα σχετικά με την ποιότητα των υποδομών και υπηρεσιών. Είναι επίσης γεγονός ότι σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει στην Ελλάδα τα ποσοστά των τουριστών που έχουν ξαναεπισκεφτεί την Ελλάδα από μία έως και έξι φορές είναι υψηλά και διαρκώς αυξάνονται. Πρόκειται για μία ένδειξη ότι η γενικότερη εντύπωση που προκαλεί η χώρα ως ποιότητα διαμονής είτε ως ποιότητα επικοινωνίας με τον τοπικό πληθυσμό είναι πολύ ικανοποιητική.

3.2. Μορφές τουρισμού

Ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε διάφορες μορφές εκ των οποίων οι τρεις βασικότερες είναι οι εξείς (Ξεζωνάκη 2009):

- Ο *Μαζικός Τουρισμός* είναι ο τουρισμός μεγάλης κλίμακας που βασίζεται κυρίως στο μοντέλο «ήλιος – θάλασσα» και απαιτεί πολύ υψηλά επίπεδα ποιότητας υπηρεσιών. Το μοντέλο «ήλιος – θάλασσα» θα συνεχίσει να υπάρχει στην Ελλάδα και να αποδίδει συγκεκριμένους μήνες του έτους τα οφέλη του στην ελληνική τουριστική βιομηχανία, ανταγωνιζόμενο το αντίστοιχο μοντέλο και άλλων προορισμών.
- Ο *Εναλλακτικός Τουρισμός* δεν είναι «μεγάλης κλίμακας», αλλά τουρισμός που απευθύνεται σε μεμονωμένες ομάδες ατόμων με διάφορα ενδιαφέροντα (φύση, πολιτισμό, παράδοση, αθλητισμό, επιστήμη, θρησκεία κλπ). Και η χώρα μας έχει την βάση για να τα προσφέρει.
- Η *Σύνθετη και Ολοκληρωμένη Ανάπτυξη τουριστικών υποδομών σταθερού παραθερισμού* που είναι η συνδυασμένη ανάπτυξη ξενοδοχείων διαφόρων λειτουργικών μορφών/τύπων υψηλών προδιαγραφών, τουριστικών επιπλωμένων επαύλεων, εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (συνεδριακά κέντρα, γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας κ.ά) καθώς και

κατοικιών προς πώληση στις οποίες θα προβλέπεται η δυνατότητα παροχής ξενοδοχειακών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου.

Εκτός από την βασική κατηγοριοποίηση των μορφών του τουρισμού μπορεί να γίνει διάκριση στα βασικά είδη του τουρισμού, η οποία είναι απαραίτητη για την κατανόηση του σκοπού του τουρισμού.

3.3 Οι τύποι του τουρισμού

Η ανάλυση των επιμέρους κινήτρων που ενεργοποιούν τα άτομα να συμμετέχουν στις τουριστικές μετακινήσεις και να καταναλώνουν τα τουριστικά προϊόντα που τους προσφέρονται στο εσωτερικό της χώρας, μας δίνει τη δυνατότητα να ταξινομήσουμε τον τουρισμό σε μεγάλες κατηγορίες. Έτσι, σύμφωνα με τα κίνητρα διακρίνουμε τρεις μεγάλες ομάδες (Βαρβαρέσος 2000):

α) *Ο Τουρισμός της Αναψυχής*, χαρακτηρίζεται αρκετά ετερογενής, γιατί η επιλογή της συναφούς τουριστικής δραστηριότητας εξαρτάται από υποκειμενικά και μόνο κίνητρα. Συνήθως διακρίνουμε τις επιμέρους κατηγορίες του τουρισμού αναψυχής:

- Πολιτιστικός τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός

β) *Ο Επαγγελματικός Τουρισμός*, περιλαμβάνει όλες εκείνες τις κατηγορίες ατόμων που μετακινούνται κυρίως για επαγγελματικούς λόγους. Σ' αυτόν συναντάμε τις εξής κατηγορίες:

- Επιστημονικός τουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός
- Τεχνικός τουρισμός

γ) *Ο Τουρισμός Υγείας*, αυτός ο τύπος τουρισμού αφορά όλα τα άτομα που μετακινούνται για λόγους θεραπείας, αναζωογόνησης και υγιεινής διαβίωσης σε χωρικά οριοθετημένες και άρτια οργανωμένες εγκαταστάσεις. Παραθέτουμε τις παρακάτω κατηγορίες υγείας:

- Τουρισμός ανάπαυσης
- Ιαματικός – Θεραπευτικός τουρισμός
- Τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες

Ωστόσο, τα κίνητρα του ταξιδιού δεν αποτελούν τα μοναδικά κριτήρια για να ταξινομήσουμε τους διάφορους τύπους τουρισμού.Σ'ένα ευρύτερο πλαίσιο μπορούμε να επιχειρήσουμε διαφορετικές ταξινομήσεις του τουρισμού, βασιζόμενοι στην υιοθέτηση των ακόλουθων κριτηρίων (Βαρβαρέσος 2000):

α) Σύμφωνα με το μεταφορικό μέσο:

- Αεροπορικός τουρισμός
- Σιδηροδρομικός τουρισμός
- Αυτοκινητικός τουρισμός

β) Σύμφωνα με τον προορισμό:Αυτή η κατηγορία οριοθετείται χωρο-χρονικά στον τόπο όπου παράγεται η συγκεκριμένη τουριστική δραστηριότητα. Διακρίνουμε τις εξής κατηγορίες:

- Παραθαλάσσιος τουρισμός
- Ορεινός τουρισμός
- Τουρισμός πόλεων

Κεφάλαιο 4. Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Σε αυτό το σημείο θα αναφερθούμε στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουρισμού στην Ελλάδα. Για την μελέτη του τουρισμού και για την κατανόηση της σημασίας του στην ελληνική κοινωνία και οικονομία είναι χρήσιμο να εξετάσουμε την συνεισφορά του τουρισμού σε διάφορους τομείς, όπως στην οικονομία, την απασχόληση κτλ..

4.1 Απασχόληση

Η απασχόληση του πληθυσμού στον τουριστικό τομέα είναι ένας βασικός δείκτης, ο οποίος μας βοηθάει στην κατανόηση της σημαντικότητας ενός κλάδου στην κοινωνία και στην οικονομία μίας χώρας. Όσον αφορά την απασχόληση στον τουρισμό για την Ελλάδα, σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel and Tourism Council 2009), το 1/5 του εργατικού δυναμικού της χώρας (περίπου 900.000 άτομα) απασχολείται έμμεσα ή άμεσα στον κλάδο του τουρισμού το 2009. Από τον πίνακα 4.1.1. παρατηρείται ότι η απασχόληση από το 2001 έως το 2007 παρουσιάζει συνεχόμενη αυξητική τάση, ενώ το 2008 παρατηρείται μία μείωση του πληθυσμού που απασχολείται στον τουρισμό κατά 30.000 άτομα. Το 2009 σε σχέση με το 2008 και σύμφωνα με εκτιμήσεις του Σ.Ε.Τ.Ε., οι θέσεις εργασίας στον τουρισμό παρουσίασαν μείωση το πρώτο εξάμηνο του 2009 κατά 19 χιλιάδες περίπου, αποτέλεσμα της μείωσης κατά 10% των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών. Οι επιδοτήσεις στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για επαναπρόσληψη του εποχικού προσωπικού, η αύξηση των δελτίων κοινωνικού τουρισμού και η κατάρτιση ανέργων σε ειδικότητες συναφείς με το τουριστικό αντικείμενο ήταν μερικά από τα μέτρα που πήρε η πολιτεία για την αντιμετώπιση της κρίσης στην τουριστική απασχόληση.

Πίνακας 4.1.1. Αφίξεις και απασχόληση στην Ελλάδα

Έτος	Αφίξεις *	Άμεση Απάσχοληση**	Συνολική (άμεση + έμμεση) Απασχόληση***	Συντελεστής Απασχόλησης
2001	13.019.202	409,92	779,15	1,901
2002	12.556.494	419,23	787,78	1,879
2003	12.468.411	423,49	793,78	1,874
2004	11.735.556	424,83	801,38	1,886
2005	12.902.048	447,90	860,80	1,922
2006	13.993.371	472,10	905,60	1,918
2007	15.229.598	483,90	993,80	2,053
2008	15.080.000***	496,40	963,40	1,941

Πηγές: *ΕΣΥΕ, BSNI (Bulgarian National Statistical Institute) – Δεν περιλαμβάνονται αφίξεις Αλβανών ταξιδιωτών για επαγγελματικούς λόγους

**WTTC

***Εκτίμηση ΣΕΤΕ της μεταβολής των διεθνών αφίξεων σε 13 διεθνή αεροδρόμια

Τέλος, η μείωση των αφίξεων στο χρονικό διάστημα 2002-2004 συνοδεύεται και με ελαφρά αύξηση της απασχόλησης. Στον πίνακα 4.1.2. βλέπουμε ότι στο χρονικό διάστημα 2001-2008 η παραγωγικότητα του τουριστικού τομέα ανά 30 περίπου αφίξεις δημιουργεί μια νέα θέση εργασίας στον τουρισμό.

Πίνακας 4.1.2. Παραγωγικότητα τουριστικού τομέα

Έτος	Παραγωγικότητα Τομέα (Αφίξεις / Άμεση Απασχόληση)	Παραγωγικότητα Τομέα (Τουριστικές Εισπράξεις / Άμεση Απασχόληση)	Παραγωγικότητα Τουριστικής Οικονομίας (Συμμετοχή Τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ / Συνολική Απασχόληση)
2001	31,8	25,8	33,9
2002	30,0	24,5	35,0
2003	29,4	22,4	37,5
2004	27,6	24,4	41,4
2005	28,8	24,0	41,9
2006	29,6	24,1	38,6
2007	31,5	23,4	37,9
2008	30,4	23,0	44,0

Πηγή:ΣΕΤΕ (Επεξεργασία στοιχείων Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος και WTTC)

4.2 Ανταγωνιστικότητα

Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού είναι κρίσιμη για την ανάπτυξη του καθώς η μη ανταγωνιστικότητα του θα επιφέρει συρρίκνωση του τουρισμού και συνεπώς μείωση των εσόδων αλλά και των θέσεων εργασίας. Όσον αφορά λοιπόν στα στοιχεία της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τουριστικής οικονομίας η κατάσταση δεν είναι θετική παρά το γεγονός ότι αυτή παρουσιάζει μικρά σημάδια ανάκαμψης (World economic forum 2009). Η χώρα μας βρίσκεται στην 114^η θέση σε τιμολογιακή ανταγωνιστικότητα (η χειρότερη θέση σε δείκτη της εν λόγω έκθεσης – 120^η το 2007) ανάμεσα σε 133 χώρες. Αυτό προκύπτει κυρίως λόγω της εποχικότητας που παρουσιάζει η ελληνική τουριστική βιομηχανία. Η χώρα μας κατέχει την 99^η θέση (έχασε μια θέση σε σχέση με το 2007) στην φορολογική πολιτική των ναύλων και στις αερολιμενικές χρεώσεις, την 107^η θέση στα επίπεδα ακρίβειας (109^η το 2007), την 72^η θέση (74^η θέση το 2007) στη φορολογική πολιτική και την αποτελεσματικότητα αυτής, ενώ στην τιμολογιακή πολιτική των καταλυμάτων η Ελλάδα έρχεται 83^η από 90^η το 2007. Οι τουριστικές επιχειρήσεις στη χώρα μας δυσκολεύονται να διατηρήσουν τις χρεώσεις σε χαμηλά επίπεδα καθώς μειώνεται η κερδοφορία και κατ' επέκταση οι δυνατότητες υλοποίησης βελτιωτικών επενδύσεων, διακυβεύεται η κατ' ελάχιστο διατήρηση του ποιοτικού επιπέδου των παρεχόμενων υπηρεσιών και τελικά το κόστος είναι υψηλότερο από το επίπεδο του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, μια γενική επιδότηση προς την επιχειρηματική κοινότητα για αύξηση του αριθμού των προσφερόμενων καταλυμάτων με στόχο την αντιμετώπιση των υψηλών τιμών θα ήταν μάλλον καταστροφική, καθώς η χώρα χαρακτηρίζεται ήδη από συνθήκες υπερπροσφοράς δεδομένου ότι κατέχει την 4^η θέση παγκοσμίως ως προς τον αριθμό κλινών σε σχέση με τον πληθυσμό της. Η μείωση, λοιπόν, του μοναδιαίου κόστους θα πρέπει να προέλθει μέσα από την αύξηση της παραγωγικότητας του κεφαλαίου και των εργαζομένων και την αντιμετώπιση χρόνιων προβλημάτων, όπως οι ακαμψίες που υφίστανται στην αγορά εργασίας. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η Ελλάδα έλαβε την 113^η παγκοσμίως ως προς τις εργασιακές πρακτικές και τις δυσκολίες που υφίστανται στο καθεστώς προσλήψεων και απολύσεων.

Μία ιδιαίτερη μνεία θα πρέπει να κάνουμε στον συνεδριακό τουρισμό, ο οποίος εμφανίζεται ιδιαίτερα ανταγωνιστικός τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα και

κυρίως στην πόλη της Αθήνας. Η Αθήνα, η οποία μετά τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, δεν υστερεί σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές πόλεις ως προς το εύρος και την ποιότητα των τουριστικών αξιοθέατων αλλά και των υποδομών. Ειδικότερα και σε ότι αφορά τον συνεδριακό τουρισμό σε επίπεδο πόλεων, η Αθήνα παρουσίασε αξιοσημείωτη πρόοδο καταλαμβάνοντας, σε διεθνές επίπεδο, την 15^η θέση ανάμεσα σε 65 χώρες το 2008 (25^η το 2007) (ICCA 2008). Σε κάθε περίπτωση, πάντως, τα επεισόδια του Δεκεμβρίου 2008 που μεταδόθηκαν σε όλο τον κόσμο δίνοντας την εικόνα μιας ανοχύρωτης πόλης επηρέασαν αρνητικά τον εισερχόμενο αθηναϊκό τουρισμό αναιρώντας σε κάποιο βαθμό το θετικό αποτέλεσμα που είχε επιτευχθεί τα αμέσως προηγούμενα χρόνια.

Η Τρίτη έκθεση του World Economic Forum που δημοσιεύθηκε στις αρχές Μαρτίου 2009 σχετικά με την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού στις διάφορες χώρες εκτιμάται με 58 δείκτες με στόχο τη σύγκριση χωρών σε διεθνές επίπεδο. Επισημαίνεται ότι οι δείκτες ανταγωνιστικότητας του World Economic Forum βασίζονται σε μια σειρά από κοινωνικές και οικονομικές μακρο-μεταβλητές που είναι διαθέσιμες σε κάθε χώρα. Αυτή η προσέγγιση συνιστά αδυναμία για την εκτίμηση της τρέχουσας ανταγωνιστικότητας, γιατί αγνοεί τις συνθήκες και τάσεις της τουριστικής αγοράς κάθε χώρας σε συγκεκριμένο χρόνο. Ωστόσο, είναι μια προσέγγιση που μπορεί να δείξει τη σχετική τάση και να συγκρίνουμε με ανταγωνίστριες χώρες. Στη συνέχεια σχολιάζουμε τη θέση της Ελλάδας στη σχετική κατάταξη της ανταγωνιστικότητας τουρισμού του έτους 2007.

Πίνακας 4.2.1. Κατάταξη ανταγωνιστικότητας τουρισμού 2007

	Χώρα	Αφίξεις (σε 000)	Έσοδα (σε εκατ. USD)	ΜΚΑ (3)=(2) : (1)	Πληθυσμός (σε εκατ.)	Έσοδα ανά κάτοικο (USD)	Κατά κεφαλή ΑΕΠ (USD)	Έσοδο ανά κάτοικο ως % του κατα κεφαλή ΑΕΠ (7) = (5) : (6)
		(1)	(2)	(3)=(2) : (1)	(4)	(5) =(2) :(4)	(6)	(7) = (5) : (6)
1	Ελβετία	8.448	12.182	1.442	7,3	1.669	58.507	2,9%
2	Αυστρία	20.776	18.887	910	8,2	2.303	45.268	5,1%
3	Γερμανία	24.425	36.029	1.475	82,7	436	40.156	1,1%
4	Γαλλία	81.900	54.228	662	60,9	890	42.591	2,1%
5	Καναδάς	17.931	15.486	854	32,9	471	43.650	1,1%
6	Ισπανία	59.193	57.795	976	43,6	1.326	33.028	4,0%
7	Σουηδία	5.224	12.002	2.297	9,1	1.319	49.978	2,6%
8	ΗΠΑ	55.986	96.712	1.727	303,9	318	45.435	0,7%
9	Αυστραλία	5.064	22.298	4.403	20,6	1.082	44.126	2,5%
10	Σιγκαπούρη	7.957	8.664	1.089	4,4	1.969	36.659	5,4%
11	Μεγάλη	30.871	37.669	1.220	60,0	628	46.740	1,3%
12	Χονγκ Κονγκ	17.154	13.776	802	7,2	1.912	28.778	6,6%
13	Ολλανδία	11.008	13.305	1.209	16,4	811	47.390	1,7%
14	Δανία	4.716	6.220	1.319	5,5	1.131	56.727	2,0%
15	Φινλανδία	3.519	2.838	806	5,3	535	46.491	1,2%
16	Ισλανδία	1.054	633	601	0,3	2.110	67.333	3,1%
17	Πορτογαλία	12.321	10.132	822	10,6	956	21.075	4,5%
18	Ιρλανδία	8.332	6.066	728	4,3	1.411	60.744	2,3%
19	Νορβηγία	4.290	4.377	1.020	4,7	931	82.872	1,1%
20	Νέα Ζηλανδία	2.466	5.400	2.190	4,1	1.317	31.390	4,2%
21	Κύπρος	2.416	2.685	1.111	0,8	3.356	26.625	12,6%
22	Βέλγιο	7.045	10.880	1.544	10,5	1.036	43.267	2,4%
23	Λουξεμβούργο	917	4.001	4.363	0,5	8.002	99.000	8,1%
24	Ελλάδα	15.230	15.513	1.019	11,2	1.385	28.018	4,9%
...								
34	Κροατία	9.307	9.254	994	4,6	2.012	11.152	18,0%
...								
56	Τουρκία	22.248	18.487	831	75,2	246	8.767	2,8%
...								
64	Αίγυπτος	10.610	9.303	877	76,9	121	1.664	7,3%

Πηγή : ΣΕΤΕ , 2009 (Επεξεργασία στοιχείων “The Travel and Tourism Competitiveness Report” , World Economic Forum , 2009).

- Η χώρα μας καταλαμβάνει την 24η θέση στη γενική κατάταξη ανταγωνιστικότητας. Τα δύο προηγούμενα έτη κατείχε την 22η (το έτος 2006) και την 24η (το έτος 2005). Σε επίπεδο άμεσων ανταγωνιστών υστερεί έναντι

Ισπανίας, της Κύπρου και της Πορτογαλίας και υπερτερεί έναντι της Κροατίας, της Τουρκίας και της Αιγύπτου.

- Με βάση τη «Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη» - ΜΚΔ», η χώρα μας κατατάσσεται στην 15^η θέση με 1.019 USD ανά τουρίστα.
- Με βάση τα «Έσοδα ανά Κάτοικο» κατατάσσεται στην 9^η θέση με 1.385 USD ανά άφιξη.
- Με βάση το «Έσοδο ανά κάτοικο ως ποσοστό του κατά κεφαλή ΑΕΠ» που αντιστοιχεί στο 4,9% του κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας μας, αυτό μας φέρνει στην 6^η θέση της σχετικής κατάταξης. Από τα παραπάνω δεδομένα και σε σύγκριση με τα αντίστοιχα τουριστικά μεγέθη των δύο προηγούμενων εκθέσεων του World Economic Forum, προκύπτει ότι ο τουρισμός της χώρας μας εξακολουθεί να είναι σημαντικός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης, παρά τις μικρές διαχρονικές διακυμάνσεις των οικονομικών μεγεθών.

4.3 Οικονομία

Ο τουρισμός αποτελεί για την ελληνική οικονομία έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης και εισροής εσόδων. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι η συνεισφορά του τουρισμού στο Α.Ε.Π. εκτιμήθηκε για το έτος 2009 στο 16,2%, το οποίο αντιστοιχεί σε €35δισ περίπου (WTTC 2009).

Οι εισπράξεις από το σύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων ανήλθαν το 2008 σε €11,66δισ έναντι €11,32 δισ το 2007, ενώ ο ρυθμός μεταβολής των εσόδων το 2008 σημείωσε αύξηση 3% (Τράπεζα της Ελλάδος). Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη για το 2007 ανήλθε σε €743 ενώ η εκτίμηση για το 2008 κάνει λόγο για μικρή αύξηση με την δαπάνη να ανέρχεται σε €773 (Σ.Ε.Τ.Ε. 2009). Λόγω και της διεθνούς οικονομικής ύφεσης, οι δαπάνες των τουριστών στην Ελλάδα το πρώτο εξάμηνο του 2009, μειώθηκαν, σύμφωνα με τα στοιχεία για το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, κατά 14,7% παρασύροντας τις καθαρές εισπράξεις για ταξιδιωτικές υπηρεσίες σε μείωση κατά €463εκ. (Τράπεζα της Ελλάδος). Σε κάθε περίπτωση πάντως και αν αναλογιστεί κανείς και τον εγχώριο τουρισμό, του οποίου τα αποτελέσματα δεν είναι

καταγεγραμμένα με ακρίβεια, τότε η συνεισφορά του τουρισμού στην βιωσιμότητα της ελληνικής οικονομίας αποκτά ουσιαστικά μεγαλύτερη σημασία όχι μόνο σε ποσοτικό αλλά και σε ποιοτικό επίπεδο. Η ποιοτική παράμετρος συγκεκριμένα αφορά κυρίως στην ανατρεπτική επιρροή που ασκεί ο εγχώριος τουρισμός στο φαινόμενο της εποχικότητας που χαρακτηρίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Στον Πίνακα 4.3.1 βλέπουμε ότι στο χρονικό διάστημα 2001-2008 οι τουριστικές εισπράξεις αυξάνονται διαχρονικά με μικρό ρυθμό και ότι ως ποσοστό του ΑΕΠ ανέρχονται 4,72% περίπου. Αν λάβουμε υπόψη τις εκτιμήσεις του WTTC για το 2008, η συμμετοχή της τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ (άμεσες και έμμεσες επιδράσεις) κυμαίνονται στο 17,20%.

Στον ίδιο Πίνακα βλέπουμε ότι η παραγωγικότητα του τουριστικού τομέα την περίοδο 2001-2008, όπως αυτή εκφράζεται ως συνάρτηση των διεθνών αφίξεων και της άμεσης απασχόλησης στον τουρισμό, είναι ελαφρά φθίνουσα (μέση ετήσια μεταβολή, περίπου, -0,63%). Η παραγωγικότητα του τουριστικού τομέα, όπως εκφράζεται ως συνάρτηση των τουριστικών εισπράξεων και της άμεσης απασχόλησης είναι επίσης φθίνουσα (μέση ετήσια μεταβολή, περίπου, -1,61%). Όμως, η παραγωγικότητα της τουριστικής οικονομίας, όπως αυτή εκφράζεται από τη συμμετοχή στο ΑΕΠ και την συνολική απασχόληση, παρουσιάζει αύξηση με μέση ετήσια μεταβολή 3,76%. Οι αντίρροπες αυτές τάσεις εξηγούνται από την προσπάθεια των τουριστικών επιχειρήσεων να βελτιώσουν την ποιότητά τους σε μικροοικονομικό επίπεδο και στην οριακή βελτίωση των γενικών και ειδικών τουριστικών υποδομών σε μακροοικονομικό επίπεδο που οδήγησε σε βελτίωση της συνολικής παραγωγικότητας της τουριστικής οικονομίας.

Πίνακας 4.3.1 Παραγωγικότητα στον Τουρισμό

Έτος	Παραγωγικότητα Τομέα (Αφίξεις/Άμεση Απασχόληση)	Παραγωγικότητα Τομέα (Τουριστικές Εισπράξεις/Άμεση Απασχόληση)	Παραγωγικότητα Τουριστικής οικονομίας (Συμμετοχή Τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ / Συνολική Απασχόληση)
2002	-5,7	-4,9	3,3
2003	-1,7	-8,6	7,6
2004	-6,2	8,6	10,5
2005	4,3	-1,7	1,2
2006	2,9	0,4	-7,9
2007	6,2	-2,8	-1,9
2008	-3,5	-1,5	16,2
Μέσος ρυθμός	-0,63	1,6	3,76

Πηγή: ΣΕΤΕ

Στον Πίνακα 4.3.2 παρουσιάζεται η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία των «Ξενοδοχείων-Εστιατορίων» με τα αναθεωρημένα στοιχεία, η οποία έχει αυξητική τάση. Το ποσοστό συμμετοχής αυτής στο ΑΕΠ της χώρας ανέρχεται στο 7% περίπου. Ο λογαριασμός «Εστιατόρια-Ξενοδοχεία» με ενδιάμεσες εισροές 67% περίπου αποτελεί μικρό αλλά αξιόλογο βήμα στην προσπάθεια προσδιορισμού του τομέα μέσα στο εθνικολογιστικό σύστημα.

Πίνακας 4.3.2 Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία (σε εκ. Ευρώ)

Έτος	Ξενοδοχεία-Εστιατόρια (1)	Σύνολο (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν) (2)	(3)+(1)/(2)
2001	10.511	146.260	7,2
2002	11.756	157.686	7,5
2003	12.501	171.258	7,3
2004	13.126	185.225	7,1
2005	14.198	198.609	7,1
2006	15.107	213.285	7,1
2007		228.180	
2008		242.234	

Πηγή: ΕΣΥΕ (Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ)

4.4 Αφίξεις

Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, οι αφίξεις διεθνών τουριστών (εισερχόμενος τουρισμός) το 2007 ανήλθαν σε €17,52εκ παρουσιάζοντας αύξηση 9,23% σε σχέση με το 2006 ενώ για το 2008, καταγράφηκε πτώση στις αφίξεις 1% (Σ.Ε.Τ.Ε 2009).

Όσον αφορά στον ελληνικό τουρισμό, από τα μέχρι τώρα διαθέσιμα στοιχεία, επαληθεύονται οι προβλέψεις για μείωση όλων των τουριστικών δεικτών στη φετινή περίοδο, χωρίς όμως να λείπουν και οι αποκλίσεις. Πιο συγκεκριμένα, οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών εκτιμάται ότι θα μειωθούν κατά 10%, αλλά σε ακόμη μεγαλύτερο ποσοστό (τουλάχιστον 15%) αναμένεται να μειωθούν οι συνολικές τουριστικές εισπράξεις. Είναι ενδεικτικό ότι το πρώτο εξάμηνο του έτους οι δαπάνες των αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μειώθηκαν κατά 14,7%. Πρόσφατη έρευνα κατέδειξε ότι την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου του 2009 στα 13 κυριότερα αεροδρόμια της χώρας οι αφίξεις αλλοδαπών μειώθηκαν κατά 8,6%. Μια μείωση αυτής της κλίμακας μπορεί να επηρεάσει περί το 2% το ΑΕΠ, καθώς εκτιμάται ότι η απώλεια σε έσοδα από τον τουρισμό μπορεί να ανέλθει στα 1,7 δισ. (Ελευθεροτυπία 2009).

Η εστίαση σε συγκεκριμένες χώρες είναι απαραίτητη, ώστε να υπάρξει σαφέστερη αποτύπωση και εξαγωγή πληροφόρησης για τις χώρες εκείνες που κυρίως τροφοδοτούν τον ελληνικό τουρισμό. Ο πίνακας που ακολουθεί είναι αρκετά κατατοπιστικός, καθώς εννέα στις δέκα κύριες χώρες αποστολής τουριστών προς την Ελλάδα ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ήπειρο, με μοναδική εξαίρεση τις ΗΠΑ. Άλλα ενδιαφέροντα συμπεράσματα αποτελούν:

- Η εξαιρετικά μεγάλη εξάρτηση από τις αγορές του Η. Βασιλείου και της Γερμανίας, οι οποίες διαχρονικά αποτελούν τους βασικούς τροφοδότες του ελληνικού τουρισμού
- Το γεγονός ότι και οι εννέα ευρωπαϊκές χώρες ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση
- Η θετική ενδυνάμωση της θέσης νέων χωρών όπως η Βουλγαρία.

Εξετάζοντας τις δέκα αυτές χώρες, όχι σε απόλυτους αριθμούς, αλλά με βάση την ποσοστιαία συμμετοχή τους στις συνολικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην

Ελλάδα, προκύπτουν ενδιαφέροντα ευρήματα. Από τις δύο κύριες αγορές (ΗΝ. Βασίλειο και Γερμανία) ο ελληνικός τουρισμός εξαρτά (το 2006) το 33,8% του συνόλου των αλλοδαπών τουριστών. Βέβαια δεν πρέπει να παραβλέπεται το γεγονός ότι κάποια έτη (π.χ. το 2000) η εξάρτηση αυτή ήταν εντονότερη αλλά σίγουρο είναι ότι η ελληνική τουριστική πολιτική λίγα έχει επιτύχει στην προσπάθεια εμπλουτισμού των αγορών – πηγών προσέλκυσης αλλοδαπών τουριστών. Στο υπό εξέταση χρονικό διάστημα, κάποιες χώρες (π.χ. Γαλλία) περιόρισαν διαχρονικά την ποσοστιαία συμμετοχή τους, προφανώς μη ακολουθώντας τους ίδιους ρυθμούς αύξησης στην αποστολή τουριστών ενώ κάποιες έπαψαν να αποτελούν σημαντικές πηγές αποστολής τουριστών (π.χ. ΗΠΑ).

Πίνακας 4.4.1 Διαχρονική εξέλιξη αφίξεων αλλοδαπών τουριστών (1960-2006)

Χώρα	1960	1970	1980	1990	2000	2006
Η.Βασίλειο	40.756	166.904	768.215	1.647.361	2.772.256	2.615.836
Γερμανία	40.229	142.702	692.961	1.922.029	2.395.185	2.267.961
Ιταλία	15.961	76.215	197.006	620.766	823.245	1.187.698
Ολλανδία	4.446	23.284	179.842	495.699	655.285	782.154
Γαλλία	30.221	115.977	299.791	565.407	602.353	712.131
Βουλγαρία	0	0	36.911	133.767	240.219	677.368
Αυστρία	8.319	30.213	187.312	286.525	474.996	492.921
Σουηδία	5.917	17.967	235.592	259.669	485.749	428.334
Βέλγιο	6.025	21.126	70.124	201.807	331.942	400.219
Η.Π.Α	75.306	304.681	288.647	273.849	218.731	358.624
Σύνολο 10 κύριων χωρών	227.180	899.069	2.956.401	6.406.879	8.999.961	9.923.146
Σύνολο Ευρωπαϊκής Ηπείρου	197.062	761.833	4.078.179	8.033.671	11.497.701	13.192.621
Σύνολο	315.805	1.252.875	5.031.483	8.873.310	12.378.282	14.447.528

Πηγή: ΕΣΥΕ (διάφορες στατιστικές)

Η έντονη εξάρτηση του ελληνικού τουρισμού από περιορισμένο αριθμό αγορών καθίσταται εμφανής και από το ότι οι δέκα αυτές χώρες συνεισέφεραν το 2006 το 68,7% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών, ενώ υπάρχουν έτη που το ποσοστό αυτό ανέρχεται στο 73%.

Στον Πίνακα 4.4.2 βλέπουμε ότι οι τουριστικές αφίξεις από το 2004-2007 αυξάνονται και το 2008 σημειώθηκε ελαφρά μείωση αυτών. Η πρόσθετη ζήτηση των αλλοδαπών δεν συμβάλλει μόνο στην ανάπτυξη των αντίστοιχων κλάδων αλλά και στην εισαγωγή αντίστοιχων αγαθών.

Πίνακας 4.4.2 Αφίξεις τουριστών

Έτος	Αφίξεις*
2001	13.019.202
2002	12.556.494
2003	12.468.411
2004	11.735.556
2005	12.902.048
2006	13.993.371
2007	15.229.698
2008	15.080.000**

Πηγή: *ΕΣΥΕ, BSNI (BULGARIAN NATIONAL STATISTICAL INSTITUTE), δεν περιλαμβάνονται αφίξεις Αλβανών και Βούλγαρων επισκεπτών για επαγγελματικούς λόγους
 ** Εκτίμηση ΣΕΤΕ της μεταβολής των διεθνών αφίξεων σε 13 διεθνή αεροδρόμια

4.5 Προφίλ τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα

Σύμφωνα με το Ι.Τ.Ε.Π. (2009) οι τουρίστες που ταξιδεύουν στην Ελλάδα είναι κυρίως άτομα νεαρής ηλικίας (<40), μεσαίας και κατώτερης εισοδηματικής και κοινωνικής τάξης, ανώτερης/ανώτατης εκπαίδευσης (91%), συνταξιδεύουν κατά μέσο όρο με 1,8 άτομα ενώ συνήθως ένας στους τρεις είναι ανήλικος. Η μέση διάρκεια παραμονής είναι λίγο πάνω από 10 μέρες, ενώ οι 7 διανυκτερεύσεις αποτελούν τη συχνότερη διάρκεια παραμονής (1 στα 5 ταξίδια προς την Ελλάδα). Οι σημαντικότερες χώρες προέλευσης ταξιδιωτικού κοινού είναι η Μεγάλη Βρετανία, η Γερμανία, η Γαλλία, η Ολλανδία και η Ιταλία. Το 2008 οι δύο πρώτες παρουσίασαν μείωση γύρω στο 5%, ενώ οι υπόλοιπες έκλεισαν με οριακή αύξηση (από 0,1% μέχρι και 1,0%). Αυξημένη ζήτηση για το ελληνικό τουριστικό προϊόν παρουσίασε η αναδυόμενη αγορά της κεντροανατολικής Ευρώπης, αλλά σαφώς σημαντικότερη δυναμική παρουσιάζει η αγορά της πρώην Σοβιετικής Ένωσης. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε ότι οι αφίξεις από τη Ρωσία για την περίοδο 2000 – 2006 παρουσίασαν μέση ετήσια αύξηση 17% (Ι.Τ.Ε.Π. 2008).

Όσον αφορά στο τουριστικό προφίλ των Ελλήνων, σύμφωνα με την τελευταία Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (Ε.Ο.Π. 2005), η οποία συντάσσεται ανά πενταετία, μόνο το 45% των ελληνικών νοικοκυριών πραγματοποιεί τουλάχιστον ένα ταξίδι αναψυχής το χρόνο, αυτό διαρκεί από 7 έως 10 μέρες και σε ποσοστό 63,3% πραγματοποιείται τον Ιούλιο ή τον Αύγουστο. Η συντριπτική πλειονότητα των ταξιδιών (88%) αφορά σε προορισμούς εντός Ελλάδος με την Αττική να αποτελεί τον

δημοφιλέστερο προορισμό (14%), τις Κυκλάδες (10%), τη Χαλκιδική (8%), τη Μαγνησία (4,2%) και την Εύβοια (3,5%) να συμπληρώνουν την πρώτη πεντάδα. Ως προς στην επιλογή καταλύματος, το 46% των Ελλήνων που ταξιδεύουν εντός Ελλάδας επιλέγουν να μείνουν σε σπίτια συγγενών ή φίλων, ενώ το 19% προτιμά δευτερεύουσα ή εξοχική κατοικία. Όσον αφορά στην τουριστική δαπάνη του εσωτερικού τουρισμού, το 46% περίπου αφορά σε διατροφή, το 20% σε μεταφορικά έξοδα και το 19% σε έξοδα διαμονής.

4.6 Τουριστική προσφορά και τα χαρακτηριστικά της

Μετά την εξέταση των δεδομένων που διαμορφώνουν τη διαχρονική εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης για την Ελλάδα, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η τουριστική προσφορά και τα χαρακτηριστικά της. Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας για επιλεγμένα έτη 2000, 2004, 2008.

Πίνακας 4.6.1 Ξενοδοχειακό δυναμικό

	5*			4*			3*		
Έτος	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
2000	83	18.686	36.117	792	78.816	149.782	1.499	76.207	145.097
2004	139	26.756	51.967	896	88.837	168.940	1.660	82.627	157.495
2008	230	36.914	78.464	1.102	95.790	183.900	2.058	89.142	169.941
	2*			1*			ΣΥΝΟΛΟ		
Έτος	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
2000	4.027	111.501	209.414	1.672	27.783	53.580	8.073	312.993	593.990
2004	4.473	122.615	230.281	1.731	31.056	59.588	8.899	351.891	668.271
2008	4.387	120.935	227.146	1.608	29.586	56.406	9.385	375.067	715.857

Πηγή: ΞΕΕ

Από τα παραπάνω προκύπτει σαφώς η μεγάλη αριθμητική παρουσία των ξενοδοχείων δύο και τριών αστέρων. Ωστόσο, η απλή εξέταση των απόλυτων αριθμών δεν επιτρέπει την εξαγωγή ουσιαστικών συμπερασμάτων, μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαχρονική μεταβολή του ξενοδοχειακού δυναμικού. Μελετώντας τον πίνακα που ακολουθεί, γίνεται σαφής η μεταβολή στη σύνθεση του ξενοδοχειακού δυναμικού όπως αυτή έχει προκύψει μετά το 2000 και κυρίως με αφορμή τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004.

Πιο αναλυτικά, εντυπωσιακή είναι η ενίσχυση των μονάδων 5 αστερών καθώς ο αριθμός τους αυξήθηκε κατά 177% την περίοδο 2000-2008, αυξάνοντας δραματικά τον μεταξύ τους ανταγωνισμό αλλά και με μονάδες 4 αστερών. Την ίδια χρονική περίοδο καταγράφεται σημαντική τάση ενίσχυσης και των μονάδων 4 αστερών κατά 39%. Ενδιαφέρον εύρημα αποτελεί η φθίνουσα ποσοστιαία αύξηση όσο εξετάζονται μονάδες χαμηλότερης κατηγορίας. Είναι ενδεικτικό ότι για την ίδια περίοδο καταγράφεται μείωση των μονάδων 1 αστεριού.

Πέρα λοιπόν από την αριθμητική αύξηση της συνολικής προσφοράς φιλοξενίας κατά 16,25% την περίοδο 2000-2008, είναι εμφανής και η προσπάθεια ποιοτικής αναβάθμισής της, αποτέλεσμα συγκεκριμένων συγκυριών και πολιτικών.

Πίνακας 4.6.2 Μεταβολή ξενοδοχειακού δυναμικού(2000–2008)

	5*			4*			3*		
Έτος	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
00-04	67,47	43,19	43,89	13,13	12,71	12,79	10,74	8,42	8,54
04-08	65,47	37,97	50,99	22,99	7,83	8,86	23,98	7,88	7,90
00-08	177,11	97,55	117,25	39,14	21,54	22,78	37,29	16,97	17,12
	2*			1*			ΣΥΝΟΛΟ		
Έτος	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
00-04	11,08	9,97	9,96	3,35	11,78	11,21	10,23	12,43	12,51
04-08	-1,92	-1,37	-1,36	-7,11	-4,73	-5,34	5,46	6,59	7,12
00-08	8,94	8,46	8,47	-3,83	6,49	5,27	16,25	19,83	20,52

Πηγή: ΞΕΕ

Επεκτείνοντας τις παρατηρήσεις που αφορούν την εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού και βασιζόμενοι στον παραπάνω πίνακα, γίνεται σαφής η τάση περαιτέρω και δυναμικής ενίσχυσης των καταλυμάτων 5 αστερών στο συνολικό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας, με αποτέλεσμα το 2008 1 στις 10 ξενοδοχειακές κλίνες να ανήκει σε ξενοδοχείο πολυτελείας. Αύξηση καταγράφεται και στην ποσοστιαία συμμετοχή, στο σύνολο του ξενοδοχειακού δυναμικού, των μονάδων 4 και 3 αστερών, χωρίς όμως να συνοδεύεται από αντίστοιχη ενδυνάμωση σε επίπεδο κλινών. Αντίθετα, και σ' αυτόν τον πίνακα γίνεται εμφανής η μείωση της ποσοστιαίας συμμετοχής των μονάδων 2 και 1 αστεριού. Παρόλα αυτά, 3 στις 10 ξενοδοχειακές κλίνες ανήκουν ακόμη σε ξενοδοχεία 2 αστερών. Η κριτική αξιολόγηση της ποσοτικής και ποιοτικής εξέλιξης του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας και των παραμέτρων που τη διαμόρφωσαν παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

4.7 Προβλήματα του τουρισμού

Η προνομιούχος θέση της Ελλάδας στο νοτιοανατολικό άκρο της Ευρώπης, το ήπιο κλίμα, η μεγάλη ηλιοφάνεια, το μήκος των ακτών, το μοναδικό νησιωτικό σύμπλεγμα και την ασυνήθιστη ομορφιά τους, αποτελούν φυσικά συγκριτικά πλεονεκτήματα, που μας κατευθύνουν σε μια ποιοτικά και ποσοτικά αξιόλογη τουριστική προσφορά, σε ένα αξιόλογο σύνολο τουριστικών εγκαταστάσεων και υποδομών. Απαραίτητη όμως είναι η εφαρμογή σωστής τουριστικής πολιτικής για την λύση διαρθρωτικών προβλημάτων του ελληνικού τουρισμού (Ξεζωνάκη 2009) όπως:

- Η συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένες περιοχές της χώρας με όλες τις παρεπόμενες οικονομικές και περιβαλλοντικές δυσλειτουργίες.
- Η αυστηρά εποχιακή ζήτηση με αρνητικές επιπτώσεις στην απασχόληση, στην τοπική οικονομία των τουριστικών περιοχών και στην απόδοση των υποδομών των περιοχών αυτών.
- Η κυριαρχία του μοντέλου του μαζικού τουρισμού χαμηλής συναλλαγματικής απόδοσης με χαρακτηριστικό την έντονη εξάρτηση από επιχειρήσεις του εξωτερικού που ελέγχουν την ζήτηση.
- Η υπερπροσφορά τουριστικών κλινών σε ορισμένες περιοχές, με αποτέλεσμα την καθήλωση των τιμών των τουριστικών υπηρεσιών και τη συγκράτηση του κόστους παραγωγής μέσω της υποβάθμισης των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Η μέση και χαμηλή ποιοτική στάθμη των τουριστικών καταλυμάτων και λοιπών εγκαταστάσεων και ο απόλυτος σχεδόν προσανατολισμός τους στην εξυπηρέτηση του μαζικού τουρισμού.

Όμως ο ελληνικός τουρισμός, πέρα από τις κλασικές δομικές του αδυναμίες και τα προβλήματα που εδώ και δεκαετίες δεν έχει καταφέρει να επιλύσει, βρίσκεται σήμερα αντιμέτωπος με τις ιδιαίτερα αρνητικές συγκυρίες που επικρατούν διεθνώς. Οι συγκυρίες αυτές αναμένεται να επηρεάσουν τις επιδόσεις του ελληνικού τουρισμού και των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων σε βάθος χρόνου, ο οποίος δεν είναι εύκολα προσδιορίσιμος με τα σημερινά δεδομένα. Οι κύριες παράμετροι

που διαμορφώνουν αυτές τις αρνητικές συγκυρίες είναι αφενός η διεθνής οικονομική κρίση και αφετέρου η εικόνα της Ελλάδος στον διεθνή χώρο.

4.8 Σύνοψη

Η ανταγωνιστικότητα είναι η ικανότητά μας να επιχειρούμε καλύτερα και αποτελεσματικότερα από τους ανταγωνιστές μας. Αυτό επιτυγχάνεται είτε με τη διατήρηση υψηλών ρυθμών αύξησης της ζήτησης είτε με την αύξηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών περισσότερο από το κόστος (value for money) που συμβάλει στη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ανταγωνιστικότητα επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες και διαμορφώνεται από την ικανότητά τους να ικανοποιούν την ζήτηση για τουριστικά προϊόντα (χαρτοφυλάκιο που εκφράζει τις εμπειρίες), τα οποία μπορούν να τα προσφέρουν καλύτερα σε συγκεκριμένη τουριστική αγορά από τις άλλες επιχειρήσεις.

Η ελληνική τουριστική αγορά θεωρείται ένας ώριμος τουριστικός προορισμός που αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό από αναδυόμενους μεσογειακούς προορισμούς, κυρίως σε επίπεδο τιμών. Προσφέρει το ίδιο προϊόν με τους ανταγωνιστές της και διεκδικεί μερίδιο από τις ίδιες τουριστικές αγορές. Απευθύνεται κυρίως σε τουρίστες από χώρες της Β.Α. Ευρώπης, οι οποίες προσπαθούν να προσελκύσουν μαζικό τουρισμό που κύριο ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα είναι το χαμηλό κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η αύξηση των εισπράξεων αντανάκλα μια πιθανή βελτίωση της αποτελεσματικότητας της ελληνικής τουριστικής αγοράς που οφείλεται κυρίως στην αύξηση των τιμών των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Ωστόσο, η διατήρηση της ανταγωνιστικότητας οδηγεί στην προσπάθεια να συμβαδίζει η αύξηση των τιμών με την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.

Όσον αφορά την οικονομική σημασία του τουρισμού, η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ διαχρονικά αυξάνεται και για το 2008 ανέρχεται στο 17,2%, ενώ η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού μας προϊόντος διαχρονικά μειώνεται. Η χαμηλή ανταγωνιστικότητα αποτελεί σοβαρή αδυναμία του τουρισμού μας, η οποία αποδίδεται στα διαρθρωτικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας και στην αναποτελεσματικότητα της τουριστικής μας πολιτικής να τα αντιμετωπίσει με τον

εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και την διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς.

Ο Ελληνικός Τουρισμός στην διάρκεια των τελευταίων ετών συμβάλει θετικά στους κρίσιμους δείκτες της οικονομίας της χώρας μας. Σημαντικά μεγέθη τουριστικής ζήτησης όπως οι αφίξεις τουριστών και οι διανυκτερεύσεις ημεδαπών και αλλοδαπών δείχνουν ότι ο Ελληνικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από βιωσιμότητα και προοπτική ανάπτυξης. Το 2006 είναι το δεύτερο συνεχές καλό τουριστικό έτος στην μεταολυμπιακή περίοδο.

Κεφάλαιο 5. Συμπεράσματα

Η συμβολή της Ελλάδας απο την αρχαιότητα ήταν καθοριστική για την ανάπτυξη και την εξέλιξη του τουρισμού, διότι παρουσίαζε πάντα ενδιαφέρον ο πολιτισμός της και η παράδοση της. Βέβαια ο τουρισμός στην διάρκεια του χρόνου συνδέθηκε άμεσα με τις κοινωνικές εξελίξεις στις πρώτες δεκαετίες του 20ο αιώνα όπου μετατράπηκε σε ισχυρό και αναπτυσσόμενο οικονομικό τομέα.

Στην Ελλάδα η ανάπτυξη του φαινομένου του τουρισμού στην σύγχρονη ιστορία του ήταν άναρχη με πολλά προβλήματα και αυτό γιατί οι υποδομές ήταν υποτυπώδης με αποτέλεσμα η συνεχής αριθμητική αύξηση των τουριστών να συνδυάζεται με ανεξέλεγκτη ανάπτυξη χωρίς ουσιαστικό κρατικό προγραμματισμό και έλεγχο. Όλα αυτά οδήγησαν στα προβλήματα στην υποδομή καθώς και στην μείωση της ανταγωνιστικότητας. Η Ελλάδα όμως σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες είναι πλούσια σε τουριστικούς πόρους κάτι το οποίο είναι συγκριτικό της πλεονέκτημα. Ο τουρισμός στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας λόγω των αυξητικών εισροών που παρουσιάζει.

Καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού διαδραμάτισαν οι ολυμπιακοί αγώνες, οι οποίοι είχαν ως αποτέλεσμα την αύξηση των αφίξεων των τουριστών και την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Βέβαια η απουσία του κρατικού παρεμβατισμού αποτέλεσε σημείο αναφοράς για την μείωση της ανταγωνιστικότητας λόγω της ανεξέλεγκτης αύξησης των ξενοδοχειακών μονάδων και των εστιατορίων διότι δημιουργήθηκε κορεσμός καθώς και αύξηση των τιμών επειδή δεν υπήρξε μακροοικονομικό πλάνο. Αυτό για την περιφέρεια είναι καταστροφικό, επειδή μένουν ανεκμετάλευτες μεγάλες επενδύσεις. Στις μεγάλες πόλεις, όπως η Αθήνα, υπάρχει μία ενθαρυντική ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Τα τελευταία δύο χρόνια παρουσιάζονται σημαντικά προβλήματα στον τουρισμό γιατί η οικονομική κρίση και η άσχημη διεθνής εικόνα της Ελλάδας λόγω της πολιτικής και οικονομικής αστάθειας επιφέρει μείωση των αφίξεων των τουριστών και πολλά προβλήματα στην απασχόληση.

Το φαινόμενο της οικονομικής κρίσης είναι παγκόσμιο. Θα πρέπει λοιπόν το κράτος σε αντίθεση με παλαιότερα να προγραμματίσει άμεσα ένα σχέδιο για την

προστασία του τουριστικού φαινομένου διότι η ξαφνική πτώση των δεικτών των τιμών μπορεί να είναι ακόμα μεγαλύτερη μελλοντικά και αυτό είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό γιατί ο τουρισμός είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία της ελληνικής οικονομίας.

-

Βιβλιογραφία

- Βαρβαρέσος, Σ.(2000),ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, έννοιες, μεγέθη, δομές. Εκδ.Προπομπός
- Ε.Ο.Π. (2005), ΕΣΥΕ, Αθήνα 8/9/06
- ΞΕΕ (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας) διάφορες εκδόσεις
- Ξεζωνάκη, Σ. (2009), *Αξιολόγηση και ανάλυση εφαρμογών τουριστικών επενδύσεων*, Ε.Μ.Π.
- Ι.Τ.Ε.Π., (2008), *Δελτίο τύπου «Πηγές προέλευσης Αλλοδαπών Τουριστών: Δυνατότητας και προοπτικές»*, Αθήνα 20/6/08
- Ι.Τ.Ε.Π., (2009), *Δελτίο Τύπου «Αλλοδαπός Τουρισμός στην Ελλάδα*, Αθήνα 18/2/09
- Σ.Ε.Τ.Ε, (1993), *Τουρισμός: Εξελίξεις και προβλήματα*, Αθήνα
- Σ.Ε.Τ.Ε, (2003), *Τουρισμός και απασχόληση*, Αθήνα
- Σ.Ε.Τ.Ε, (2004), *Πρόταση σχεδίου Μάρκετινγκ για τον τουρισμό*, Αθήνα
- Σ.Ε.Τ.Ε., (2009), *Απολογισμός 2008*, Αθήνα
- Τράπεζα της Ελλάδος, (διάφορα έτη), *Μηνιαία Στατιστικά Δελτία*, Αθήνα
- Τσάρτας, Π. (2003), *Σημειώσεις μαθήματος τουριστικής γεωγραφίας*, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο
- Τσάρτας, Π. (2005), *Σημειώσεις μαθήματος τουριστικής γεωγραφίας*, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο
- World Economic Forum, (2009), *The travel & Tourism Competitiveness Report 2009*, WEF:Geneva
- World Travel and Tourism Council, (2009), *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009*, World Economic Forum
- WTTC, (2007), *Ελλάδα: ο αντίκτυπος του τουρισμού στην απασχόληση και την οικονομία*, Αθήνα
- WTTC, (2009), *World travel & tourism council, travel and tourism economic impact*, 2009

- **ICCA, (2008), *International congress and convention Association*, Victoria, Canada**