



Πανεπιστήμιο Πατρών  
Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης Επιχειρήσεων  
Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

## **ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

***«ΤΑ ΘΕΤΙΚΑ ΚΑΙ ΤΑ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΠΟΥ ΠΡΟΚΥΠΤΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΝ  
ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ, ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ  
ΚΑΤΑΚΤΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΑΠΟΜΑΚΡΥΣΜΕΝΩΝ  
ΠΕΡΙΟΧΩΝ»***

**Αθανασία Καραντώνη  
Στυλιανή Αντωνοπούλου**

**Επιβλέπων καθηγητής  
Κωνσταντίνος Ντεμίρης**

**Πάτρα , 2021**

“Travel makes one modest. You see what a tiny place you  
occupy in the world.”

— **Gustave Flaubert**

*Θα θέλαμε να αφιερώσουμε τη διπλωματική αυτή εργασία στις οικογένειες μας, για τη συνεχή στήριξη και καθοδήγηση τους όλα αυτά χρόνια, από τις σχολικές μας περιόδους έως και το τέλος των ακαδημαϊκών μας σπουδών.*

## Ευχαριστίες

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή μας, κ. Κωνσταντίνο Ντεμίρη, ο οποίος κατά τη χρονική περίοδο συγγραφής της παρούσας εργασίας, μας βοήθησε σε κάθε αναπάντεχο πρόβλημα το οποίο προέκυψε, ώστε να εκπονήσουμε με επιτυχία την πτυχιακή μας εργασία. Επίσης, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε και κάποιους από τους συμφοιτητές μας, για την αμέριστη συμπαράστασή τους σε κάποια τεχνητά ζητήματα, τα οποία αντιμετωπίσαμε.

## Περίληψη

Η εργασία αυτή συνετάχθη με σκοπό να εξετάσει τα θετικά και αρνητικά ζητήματα που προκύπτουν στον τουρισμό, από την γεωγραφική θέση της χώρας μας. Είναι χωρισμένη σε δυο μέρη. Στο πρώτο μέρος, το θεωρητικό μέρος δηλαδή, παρουσιάζεται η θεωρία περί τουριστικών ορών. Πιο συγκεκριμένα το πρώτο μέρος είναι αφιερωμένο στην έννοια αλλά και στους ορισμούς του τουρισμού, όπου αναλύονται ορισμοί που έχουν δημιουργηθεί κατά χρονικά διαστήματα. Όσον αφορά το δεύτερο κομμάτι της εργασίας μας, το οποίο είναι ερευνητικό, πραγματοποιήθηκε με τη δημιουργία και συμπλήρωση ερωτηματολογίων από άτομα που έχουν εργαστεί στον τουριστικό κλάδο, με σκοπό να γίνει μια προσπάθεια συλλογής και μελέτης των παραγόντων που θεωρούν ότι επηρεάζουν πιο έντονα τον τουρισμό συγκριτικά και με «ανταγωνίστριες» χώρες.

## ΠΕΡΙΟΧΟΜΕΝΑ

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....</b>	<b>11</b>
1.1 Η έννοια του τουρισμού.....	11
1.2 Είδη τουρισμού.....	12
1.3 Μορφές τουρισμού.....	12
1.4 Η εικόνα του τουρισμού.....	15
1.5 Η τουριστική φέρουσα ικανότητα.....	15
1.6 Ανάλυση της ζήτησης.....	16
1.7 Παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών.....	17
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....</b>	<b>19</b>
2.1 Τάσεις και επίδραση τουρισμού.....	19
2.2 Οι επιδόσεις της Ελλάδας στον τουρισμό.....	22
2.3 Η κατάταξη της Ελλάδας στη διεθνή ανταγωνιστικότητα.....	25
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....</b>	<b>27</b>
3.1 Σχετική και γεωγραφική θέση της Ελλάδας.....	27
3.2 Ανάλυση SWOT, περίπτωση Ελλάδα.....	31
3.3 Οι μεσογειακές χώρες σαν ανταγωνιστές του τουριστικού προϊόντος.....	33
3.3.1 Τουρκία.....	35
3.3.1.1 Ανάλυση SWOT, περίπτωση Τουρκία.....	40
3.3.2 Κύπρος.....	41
3.3.2.1 Ανάλυση SWOT, περίπτωση Κύπρος.....	45
3.3.3 Ιταλία.....	47
3.3.3.1 Ανάλυση SWOT, περίπτωση Ιταλία.....	51
3.3.4 Ισπανία.....	52
3.3.4.1 Ανάλυση SWOT, περίπτωση Ισπανία.....	56
3.3.5 Αίγυπτος.....	57

3.3.5.1 Ανάλυση SWOT, περίπτωση Αίγυπτος .....	61
------------------------------------------------	----

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....63**

4.1 Δείγμα.....	63
-----------------	----

4.2 Διαδικασία συλλογής υλικού.....	63
-------------------------------------	----

4.3 Ανάλυση δεδομένων.....	64
----------------------------	----

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....65**

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....79**

6.1 Συζήτηση.....	79
-------------------	----

6.2 Περιορισμοί της έρευνας.....	79
----------------------------------	----

6.3 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	80
------------------------------------------	----

**ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....81**

**APPENDIX.....84**

## ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

**ΓΡΑΦΗΜΑ 1:** Greece – Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP

**ΓΡΑΦΗΜΑ 2:** Η παγκόσμια κατάταξη της Ελλάδας

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3:** WEF Travel & Tourism Index, 1-7 (Best) Value

**ΓΡΑΦΗΜΑ 4:** Turkey – Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP

**ΓΡΑΦΗΜΑ 5:** Η παγκόσμια κατάταξη της Τουρκίας

**ΓΡΑΦΗΜΑ 6:** Cyprus – Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP

**ΓΡΑΦΗΜΑ 7:** Η παγκόσμια κατάταξη της Κύπρου

**ΓΡΑΦΗΜΑ 8:** Italy – Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP

**ΓΡΑΦΗΜΑ 9:** Η παγκόσμια κατάταξη της Ιταλία

**ΓΡΑΦΗΜΑ 10:** Spain – Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP

**ΓΡΑΦΗΜΑ 11:** Η παγκόσμια κατάταξη της Ισπανία

**ΓΡΑΦΗΜΑ 12:** Egypt – Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP

**ΓΡΑΦΗΜΑ 13:** Η παγκόσμια κατάταξη της Αιγύπτου

## ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1:** Ελλάδα: Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ, την απασχόληση της εξαγωγές επισκεπτών και τις επενδύσεις

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2:** Τουρκία: Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ, την απασχόληση της εξαγωγές επισκεπτών και τις επενδύσεις



**ΠΙΝΑΚΑΣ 3:** Εκτιμήσεις & Προβλέψεις για την Τουρκία

**ΠΙΝΑΚΑΣ 4:** Κύπρος: Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ, την απασχόληση της εξαγωγές επισκεπτών και τις επενδύσεις

**ΠΙΝΑΚΑΣ 5:** Εκτιμήσεις & Προβλέψεις για την Κύπρο

**ΠΙΝΑΚΑΣ 6:** Ιταλία: Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ, την απασχόληση της εξαγωγές επισκεπτών και τις επενδύσεις

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7:** Εκτιμήσεις & Προβλέψεις για την Ιταλία

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8:** Ισπανία: Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ, την απασχόληση της εξαγωγές επισκεπτών και τις επενδύσεις

**ΠΙΝΑΚΑΣ 9:** Εκτιμήσεις & Προβλέψεις για την Ισπανία

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10:** Αίγυπτος: Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ, την απασχόληση της εξαγωγές επισκεπτών και τις επενδύσεις

**ΠΙΝΑΚΑΣ 11:** Εκτιμήσεις & Προβλέψεις για την Αίγυπτο

**ΠΙΝΑΚΑΣ 12:** 1.Φύλο

**ΠΙΝΑΚΑΣ 13:** 2.Ηλικία

**ΠΙΝΑΚΑΣ 14:** 3.Έχετε πραγματοποιήσει σπουδές διοίκησης επιχειρήσεων ή τουριστικών επιχειρήσεων;

**ΠΙΝΑΚΑΣ 15:** 4.Αν απαντήσατε ναι στην παραπάνω ερώτηση τότε σε τι είδος τουριστικής επιχείρησης έχετε εργαστεί;

**ΠΙΝΑΚΑΣ 16:** 5.Χρόνια ενασχόλησης με τον τουριστικό τομέα.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 17:** 6.Ποια από τις παρακάτω χώρες θεωρείτε ότι «απειλεί» περισσότερο τον τουρισμό στην Ελλάδα;

**ΠΙΝΑΚΑΣ 18:** 7.Η θέση της Ελλάδας είναι ευνοϊκή για την συνεχόμενη ανάπτυξη του τουρισμού.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 19:** 8.Οι περιοχές στα παράλια της Τουρκίας αυξάνουν τον τουριστικό ανταγωνισμό λόγω προβολής όμοιων τουριστικών περιοχών.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 20:** 9.Ο διεθνής τουρισμός είναι ευάλωτος τόσο στις αναταράξεις της διεθνούς πολιτικής σκηνής.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 21:** 10.Οι τρομοκρατικές επιθέσεις στην Τουρκία (Κωνσταντινούπολη) αυξάνουν την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 22:** 11.Η Ελλάδα διατηρεί τη θέση της ανάμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου (Ισπανία - Ιταλία).

**ΠΙΝΑΚΑΣ 23:** 12.Το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι ακριβότερο σε σχέση με τις γειτονικές χώρες;

**ΠΙΝΑΚΑΣ 24:** 13.Η ανάδειξη νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου (Τουρκία, Κροατία, Βουλγαρία, Μαυροβούνιο), επιβάλλουν στην ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 25:** 14.Η διατήρηση εθνικών νομισμάτων από τις παραπάνω χώρες παρουσιάζεται σαν πλεονέκτημα για την τουριστική τους ανάπτυξη.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 26:** 15.Οι πολιτικές εξελίξεις των τελευταίων ετών και οι διατηρούμενες εστίες αναταραχής στις χώρες της Βόρειας Αφρικής (όπως στην Τυνησία και τη Λιβύη), στη Μέση Ανατολή (Συρία, Ισραήλ) ή στον Εύξεινο Πόντο (Ουκρανία) θα έχουν θετικές επιπτώσεις στους ελληνικούς προορισμούς.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 27:** 16.Το ενδιαφέρον των Tour operator's για νέους προορισμούς επηρεάζει την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 28:** 17.Η εποχικότητα της ζήτησης παρουσιάζεται σαν μειονέκτημα για τον ελληνικό τουρισμό.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 29:** Descriptive Statistics

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Χρησιμοποιώντας τον όρο τουρισμός, νοείται η μετακίνηση των ανθρώπων από ένα μέρος σε ένα άλλο, με κύριο μέλημα την ψυχαγωγία τους. Στα κύρια σημεία του τουρισμού εμπεριέχεται η προσωρινή διαμονή, κάτι που σημαίνει ότι η μεταφορά των ατόμων αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. (Κολιτσιδόπουλος, 2001:15)

Ο τουριστικός κλάδος εικάζεται ένας εκ των κυριότερων παραγόντων για την οικονομία μιας χώρας, γεγονός το οποίο υποδεικνύει ότι δεν θα πρέπει να αγνοείται, εν αντιθέσει να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση. Η βιομηχανία του τουρισμού συνάντησε ιδιαίτερη μεγέθυνση μετά από τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και ως εκ τούτου, κάθε τουριστική χώρα απήλαυσε σημαντικά οικονομικά έσοδα. Κατά συνέπεια, ο τουριστικός κλάδος ασκεί θετική επιρροή τόσο στην οικονομία μιας χώρας, όσο και στην κοινωνία, τον πολιτισμό της, την κουλτούρα της, αλλά ακόμα και στο περιβάλλον της. (Βασιλειάδης, 2008:78)

Υπάρχουν χώρες οι οποίες έχουν οικονομικές απολαβές μόνο από τον τουριστικό κλάδο. Στις χώρες αυτές παρουσιάζεται ιδιαίτερη τουριστική προώθηση, προκειμένου να υποβασταχθεί η ανάπτυξη και η βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Στην περίπτωση εκείνη, όπου δεν θα ακολουθηθούν οι σωστές πρακτικές και στρατηγικές για τη σωστή ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας μέσα από τον τουριστικό κλάδο, θα υπάρξουν αρνητικές συνέπειες τόσο για τη χώρα αυτή, όσο και για τον τουριστικό τομέα. Αυτό συνεπάγεται ότι οι χώρες οφείλουν να προσδιορίζουν τους καταλληλότερους στόχους και σχεδιασμούς, σύμφωνα πάντα με τις υπάρχουσες ανάγκες. Στις σημαντικότερες παραμέτρους που πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν για τη μακροχρόνια ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου μιας χώρας, εμπεριέχονται οι κατάλληλες εγκαταστάσεις, η ανάδειξη των πολιτιστικών και πολιτισμικών στοιχείων της κάθε χώρας, καθώς επίσης και η αξιοποίηση των φυσικών της πόρων. (Κολιτσιδόπουλος, 2001:21)

Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους γνωστότερους και ελκυστικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Ο κρατικός μηχανισμός της χώρας, μεριμνά κάνοντας σημαντικές ενέργειες για την εξύψωση του τουριστικού της προϊόντος. Ακόμα, ο τουρισμός στην Ελλάδα προσφέρει πολλά στην οικονομία. Κατά συνέπεια πρέπει να υποστηρίζεται και να αναπτύσσεται με λεπτομερή σχεδιασμό και προγραμματισμό. (Σφακιανάκης, 2000:36)

## 1.2 ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία τα είδη τουρισμού διαχωρίζονται ως εξής:

**Εγχώριος τουρισμός (Domestic tourism):** Ο εγχώριος τουρισμός περιλαμβάνει τις μετακινήσεις των ανθρώπων στο εσωτερικό μιας χώρας. (Li et.al. 2016: 567)

**Διεθνής τουρισμός (International tourism):** Είναι ο συνδυασμός του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού. (Sayabaev et.al. 2016: 229)

**Εισερχόμενος τουρισμός (Inbound tourism):** Η μεταφορά των ανθρώπων από μια χώρα σε μια άλλη, με αποτέλεσμα την προσωπική τους διασκέδαση, ονομάζεται εισερχόμενος τουρισμός. Στην Ελλάδα, ο εισερχόμενος τουρισμός είναι ιδιαίτερα υψηλός. Οι τουρίστες διαχωρίζονται σε διάφορες μορφές εναλλακτικού, αλλά και παραδοσιακού τουρισμού. (Dragouni et.al. 2016: 80)

**Εξερχόμενος τουρισμός (Outbound tourism):** Οι μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας, ταξιδεύουν σε μια άλλη χώρα είτε για λόγους επαγγελματικούς, είτε για την προσωπική τους ψυχαγωγία, για ορισμένο χρονικό διάστημα. Το είδος τουρισμού αυτό πραγματοποιείται παγκοσμίως, από το μεγαλύτερο πλήθος των ανθρώπων. (Carrillo-Hidalgo et.al. 2016: 12)

## 1.3 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο κλάδος του τουρισμού με την ανυπέμετρη συμβολή του στο οικονομικό γίνεσθαι μιας χώρας, δέχτηκε και αυτός τα αποτελέσματα της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης. Ο γιγαντιαίος όγκος ανθρώπων που έφτανε στη χώρα μας, για

να απολαύσει τα προνόμια των ελληνικών νησιών, τα τελευταία χρόνια έχει συρρικνωθεί σημαντικά και ως εκ τούτου, δημιουργείται ακόμα περισσότερο η ανάγκη για την εύρεση νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. (Βασιλειάδης, 2008:62)

Οι νέες μορφές εναλλακτικού τουρισμού πρόκειται να επιφέρουν τουριστική ανάπτυξη και πέρα από την πάγια πλέον μορφή «ήλιος-θάλασσα», μορφή η οποία επέφερε ισχυρή εποχικότητα και συνάμα μηδενικές δυνατότητες ανάπτυξης. Η περιορισμένη αυτή διαφοροποίηση του τουριστικού μας προϊόντος, επέφερε τη συρρίκνωση και την ελλιπή ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών λόγω έλλειψης της σωστής στρατηγικής διαχείρισης των κερδών, τα οποία προέρχονταν από τον τουρισμό. (Βαρβαρέσος κ.α.,2002:62)

Τα πλεονεκτήματα μετουσίωσης του εναλλακτικού τουρισμού παρουσιάζουν έντονο ενδιαφέρον. Το κλίμα, ο πολιτισμός και η πολιτιστική μας κληρονομιά ορίζουν την Ελλάδα ως θέλγητρο τουριστικού προορισμού. Η προστασία των φυσικών πόρων και η ανάδειξη του φυσικού τοπίου αναδεικνύουν τις ιδιαιτερότητες της χώρας μας καθιστώντας βιώσιμη διαχείρισή τους.

**Εναλλακτικός τουρισμός (Alternative tourism):** Εμπεριέχονται όλες οι εξειδικευμένες υπηρεσίες που παρέχονται στους τουρίστες σύμφωνα με τις απαιτήσεις και τις προτιμήσεις τους. Η μορφή αυτή περιλαμβάνει δραστηριότητες, οι οποίες πραγματοποιούνται στο φυσικό περιβάλλον μιας χώρας χωρίς να το καταστρέφουν αλλά να το αναδεικνύουν (αειφορία).

Στόχος του εναλλακτικού τουρισμού είναι η ικανοποίηση των τουριστών με γνώμονα τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος. (Κολιτσιδόπουλος, 2001:48)

Χαρακτηριστικό της μορφής αυτής είναι η ποικιλομορφία της ως προς τον τρόπο οργάνωσης της, ως προς το κοινό στο οποίο μπορεί να ανταπεξέλθει αλλά και ως προς τη φιλοσοφία που τη διακατέχει. Ειδικότερα στα χαρακτηριστικά περιλαμβάνονται:

- Το κίνητρο που προσφέρεται.
- Η σωστή υποδομή για την ικανοποίηση των αναγκών.
- Η κατάλληλη οργάνωση αναφορικά με τις απαραίτητες ανάγκες.
- Η πρόσκρουση ορισμένων τμημάτων αγοράς.

**Αθλητικός τουρισμός (Sports tourism):** Αναφέρεται στη μεταφορά των ανθρώπων μιας χώρας σε μια άλλη για τη συμμετοχή τους σε αθλητικές δραστηριότητες όπως είναι για παράδειγμα οι ολυμπιακοί αγώνες. Το επιφανέστερο χαρακτηριστικό της μορφής αυτής είναι το ενδιαφέρον για ένα άθλημα. (Σφακιανάκης, 2000:48)

**Αγροτουρισμός (Agritourism):** Είναι μια μορφή τουρισμού η οποία παρατίθεται σε αγροτικές περιοχές, όπου γίνονται δραστηριότητες που είναι σχετικές με την αγροτική ζωή της περιοχής αυτής. Στον αγροτουρισμό παρουσιάζονται δύο κατηγορίες:

- α) Η πρώτη εξ' αυτών εμπεριέχει τη διαμονή των τουριστών σε κάποιο αγρόκτημα, όπου και συμμετέχουν στις αγροτικές δραστηριότητες και μαθαίνουν τη ζωή γύρω από τον αγροτικό τομέα.
- β) Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει την ανάπτυξη τουριστικών καταλυμάτων σε μικρές αγροτικές περιοχές, έχοντας ως κύριο σκοπό τη διαμονή των τουριστών. (Katou et.al. 2016: 18)

**Οικολογικός τουρισμός (Ecotourism):** Στόχος της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού είναι να προστατεύονται και να αναδεικνύονται βιότοποι, εθνικοί δρυμοί κλπ. Οι τουρίστες οι οποίοι συμμετέχουν σε αυτή τη μορφή τουρισμού, μαθαίνουν να σέβονται το περιβάλλον και αποκτούν, αν δεν την έχουν είδη, οικολογική συνείδηση. (Κομίλης, 2001:42)

**Ορεινός τουρισμός (Mountain tourism):** Οι δραστηριότητες εκείνες, οι οποίες λαμβάνουν χώρα σε ορεινές περιοχές όπως ορειβασία, διάσχιση φαραγγιών, σπηλαιολογία κτλ. Αποτελούν τον ορεινό τουρισμό. (Κομίλης, 2001:43)

**Πολιτιστικός τουρισμός (Cultural tourism):** Αναφέρεται στην επίσκεψη των ανθρώπων στα μέρη εκείνα, όπου υπάρχουν πολιτιστικά αξιοθέατα. Η μορφή αυτή πραγματοποιείται από το μεγαλύτερο ποσοστό του παγκόσμιου πληθυσμού. Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό κομμάτι της ανάδειξης και της αύξησης του αριθμού των τουριστών μιας περιοχής.

**Τουρισμός περιπέτειας (Adventure tourism):** Οι δραστηριότητές εκείνες οι οποίες σχετίζονται με εξερευνήσεις σε άγνωστα μέρη, όπως για παράδειγμα το σαφάρι αποτελούν τον τουρισμό της περιπέτειας.

**Μαζικός Τουρισμός (Mass Tourism):** Η μορφή τουρισμού αυτή, οργανώνεται από ταξιδιωτικά πρακτορεία τα οποία προσφέρουν πακέτα, τα οποία περιλαμβάνουν διαμονή, διατροφή και φυσικά περιήγηση. Τέτοια μορφή τουρισμού υφίσταται μόνο για λόγους αναψυχής. (Σφακιανάκης, 2000:48)

#### **1.4 Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός είναι αυτό της ποιοτικής υποβάθμισης. Με την αύξηση του διεθνούς ανταγωνισμού, και συμπεριλαμβανομένης της μεταβολής του κόστους των παροχών, ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να παρέχει ανταγωνιστικά ποιοτικά πλαίσια, ώστε να πετύχει την πλήρη διαφοροποίηση του τουριστικού του «χαρτοφυλακίου» συγκριτικά με τους ανταγωνιστές του. (Saito et.al. 2016: 17)

Η ποιοτική αναβάθμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος συγκαταλέγει συγκεκριμένο πλάνο εφαρμογής από τις τουριστικές επιχειρήσεις το οποίο πρέπει να προέρχεται από τη λεπτομερή έρευνα τόσο της αγοράς όσο και απαιτήσεων των καταναλωτών. Ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να μην επηρεαστεί από τη δυσμενή εσωτερική οικονομική φάση, καθώς επίσης μπορεί να αυξήσει τόσο το περιφερειακό εισόδημα, όσο και να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας. Το 2010, ήταν μια χρονιά ανάκαμψης του παγκόσμιου τουριστικού γίνεσθαι, χρονιά κατά την οποία καταγράφηκε παγκοσμίως αύξηση των τουριστικών αφίξεων σε ποσοστό της τάξης του 7%, εν αντιθέσει με το 2009 όπου και κατεγράφη μείωση της τάξης του 4%. Στη χώρα μας, εμφανίστηκε οριακή μείωση σε ποσοστό 0,38%, ενώ το 2015 παρατηρήθηκε αύξηση τουρισμού σε ποσοστό 2.2%. (Katou et.al. 2016: 11).

#### **1.5 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΦΕΡΟΥΣΑ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ**

Το 1997 οι Middleton και Hawkins όρισαν τη φέρουσα τουριστική ικανότητα ως το επίπεδο της ανθρώπινης δραστηριότητας που μια περιοχή δύναται να φιλοξενήσει, χωρίς να έχει άσχημες επιρροές σε αυτή, αλλά και τους κατοίκους και παράλληλα χωρίς να μειωθεί η ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας των επισκεπτών.

Κατά τις δεκαετίες του '70 και του '80 η φέρουσα ικανότητα αμφισβητήθηκε ως προς τη δυνατότητα εκτέλεσης. Τα τελευταία χρόνια όμως, η εφαρμογή της φέρουσας ικανότητας παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον. Η μέτρηση της γίνεται σε όρους διαφόρων παραγόντων με πρώτο αυτό των φυσικών παραγόντων στους οποίους έγκειται η υπερτροφοδότηση των εγκαταστάσεων. Δεύτερος παράγοντας είναι ο οικολογικός-περιβαλλοντικός, τρίτος παράγοντας είναι αυτός της αισθητικής, της αντίληψης και της ψυχολογίας και τέταρτος παράγοντας είναι η μη προσδοκώμενη αντιμετώπιση των επισκεπτών, από την τοπική κοινότητα, που έχει αρνητικές επιπτώσεις στην τουριστική τους εμπειρία. (Στεφάνου, κ.α. 2003:48)

Οι προσδοκίες του εκάστοτε τοπικού πληθυσμού ως προς τον επιζήτητο αριθμό τουριστών μπορεί να είναι διαφορετικές από το προσδιοριζόμενο πραγματικό μέγεθος της φέρουσας ικανότητας. Η φέρουσα ικανότητα οφείλει να μην υπολογίζεται σαν ένας αριθμός όπου προέρχεται από απλές στατιστικές υπολογιστικές μεθόδους, καθώς μία επένδυση ή μία διαφοροποίηση της χρήσης της υπάρχουσας τεχνολογίας μπορεί να επιφέρουν τη διαφοροποίηση της.

Η χρησιμότητα της φέρουσας ικανότητας φανερώνει τεράστιο ενδιαφέρον και χρησιμοποιείται κατά βάση σε γεωγραφικά περιορισμένες περιοχές όπως παραδείγματος χάριν τα νησιά, τα οποία παρουσιάζουν μια διαφοροποιημένη σύνδεση μεταξύ του περιβαλλοντικού, οικονομικού και κοινωνικού φάσματος. (Ζήσης, 2003:75)

## **1.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ**

Η δημοφιλέστερη τουριστική περίοδος για την Ελλάδα είναι το καλοκαίρι. Παρά το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται πτώση του γενικού επιπέδου της τουριστικής ζήτησης, η Ελλάδα παραμένει ένας ιδιαίτερος τουριστικός προορισμός λόγω του τρίπτυχου: ήλιος-θάλασσα-καλοκαίρι.

Η περιοχή της Χαλκιδικής αποτελεί τουριστικό θέλγητρο με ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια τόσο σε εγχώριο, όσο και σε διεθνές επίπεδο τουρισμού. Μέρη όπως η δυτική χερσόνησος της Κασσάνδρας, η κεντρική χερσόνησος της Σιθωνίας, και η ανατολική χερσόνησος του Αγίου Όρους, δίνουν σε ένα άνθρωπο την ευκαιρία πληθώρας τουριστικών πλεονεκτημάτων, που μπορούν να καλύψουν το μεγαλύτερο



μέρος των αναγκών του. Η τουριστική ανάπτυξη της Χαλκιδικής ξεκίνησε τη δεκαετία του '70 και οφειλόταν στην ποικιλομορφία τόσο της φύσης όσο και του πολιτισμού. Ακόμα και σήμερα, η κύρια τουριστική περίοδος είναι μεταξύ Μαΐου και Σεπτεμβρίου. Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξής της Χαλκιδικής είναι τα εξής:

- 1) Είναι πόλος έλξης και δημοφιλής προορισμός για τους Έλληνες ομογενείς.
- 2) Αποτελεί διάσημο προορισμό μεταξύ των βαλκανικών χωρών.
- 3) Παρέχει ανταγωνιστικές τιμές σε τουριστικές υπηρεσίες με αποτέλεσμα να προσελκύει πλήθος διαφορετικών τύπων ανθρώπων. (Tzanelli et.al. 2016: 298)

Ταυτόχρονα παρέχει τη δυνατότητα επίσκεψης σε αρχαιολογικούς χώρους αλλά και θρησκευτικά μνημεία, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αγροτουρισμού, αθλητικά κέντρα, κατασκηνώσεις για παιδιά, δυνατότητα φιλοξενίας σε θεραπευτικά και ιαματικά κέντρα, ενώ επίσης διαθέτει και το καλύτερο γήπεδο γκολφ στην Ελλάδα.

Η Χαλκιδική αποτελεί, από γεωοικονομική άποψη, προνομιακό χώρο τόσο στην Ελλάδα, όσο και στην Ευρώπη. Ο τουρισμός αποτελεί τη βασικότερη οικονομική δραστηριότητα της περιοχής, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας σε όλους τους τομείς, και κατά συνέπεια αυξάνοντας το βιοτικό επίπεδο των πολιτών, αλλά και τον παραγόμενο πλούτο. (Ronizi et.al. 2016: 601)

## 1.7 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Οι παράγοντες εκείνοι, οι οποίοι διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην ποιότητα ενός τουριστικού προϊόντος, είναι οι εξής:

- 1) **Πιστότητα (conformity):** Είναι το αποτέλεσμα της αξιοπιστίας και της απόδοσης. Είναι σημαντικό για τον πελάτη να εκλαμβάνει από την πρώτη επαφή του με την επιχείρηση, ότι αυτή τηρεί τις υποσχέσεις της και παρέχει σωστά τα αγαθά και τις υπηρεσίες της. Η πιστότητα αναφέρεται κυρίως στην τιμολόγηση, η οποία πρέπει να αποδίδεται με ορθότητα ακρίβεια, καθώς και στην παροχή

υπηρεσιών που οφείλει να αποδίδεται σε συγκεκριμένο χρόνο και τόπο. (Marine-Roig et.al. 2016: 202)

- 2) **Ανταπόκριση (correspondence):** Αναφέρεται στους υπαλλήλους τις παρεχόμενης υπηρεσίας και εστιάζει στην προσφορά και την εντιμότητά τους.
- 3) **Πρόσβαση (access):** Αναφέρεται στην εύκολη πρόσβαση του πελάτη στις υπηρεσίες.
- 4) **Αβρότητα (gentleness):** Συνδέεται με την ευγένεια και την προσωπική διεπαφή του προσωπικού με τον πελάτη. (Saito et.al. 2016: 22)
- 5) **Ικανότητα (ability):** Σχετίζεται με την απαραίτητη γνώση και ειδίκευση των παρεχόμενων υπηρεσιών που παρέχονται στον πελάτη, αλλά και με τις υπηρεσίες έμμεσης επαφής, όπως για παράδειγμα είναι οι υπηρεσίες λειτουργικής υποστήριξης. (Correia et.al. 2016: 738)
- 6) **Επικοινωνία (communication):** Αφορά την πληροφόρηση που έχουν οι πελάτες, για το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν.
- 7) **Ασφάλεια (safety):** Αφορά την απαλλαγή της αίσθησης του κινδύνου, της αμφιβολίας και του ρίσκου και εμπεριέχει τόσο τη φυσική όσο και τη σωματική ασφάλεια αλλά και την εχεμύθεια.
- 8) **Αξιοπιστία (reliability):** Συνδέεται με τη συνέπεια και την τιμιότητα από την πλευρά της επιχείρησης. Ο πελάτης πρέπει εισπράττει το γνήσιο ενδιαφέρον της επιχείρησης, που αποσκοπεί στην ικανοποίηση των δικών του προσωπικών αναγκών και όχι στο δικό της όφελος και κέρδος. (Tzanelli et.al. 2016: 296)
- 9) **Κατανόηση (comprehension):** Αναφέρεται στην προσπάθεια της επιχείρησης να κατανοήσει επακριβώς τις ανάγκες του πελάτη. (Kotler, 2006:82)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### **Η ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

#### **2.1 ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Η σημαντικότερη θετική επίδραση του τουρισμού σε μια οικονομία σχετίζεται με την ανάπτυξη κλάδων οι οποίοι ασχολούνται με τον τουρισμό και έχουν ασκούν και σε άλλους κλάδους της οικονομίας. Η δημιουργία του τουριστικού προϊόντος δε γίνεται να βασιστεί στην ανάπτυξη ενός μόνο κλάδου, αντιθέτως όμως, απαιτεί τη συμμετοχή πολλών οικονομικών μονάδων. Βάση αυτού, είναι εμφανές ότι, οι επιδράσεις του τουρισμού ομαδοποιούνται, τόσο σε θετικές, όσο και σε αρνητικές επιδράσεις, ανάλογα πάντα, με το ποσοστό επιρροής της κάθε μιας εξ' αυτών, στην οικονομία (ΣΕΤΕ, 2016).

Ομαδοποιώντας τις θετικές επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία εμφανίζονται τα εξής αποτελέσματα:

Η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια χώρα επιφέρει τη δυνατότητα διεξόδου από μια αναπάντεχη δύσκολη οικονομική κατάσταση, στην οποία πιθανόν να βρίσκεται. Σε κάποιες χώρες, όπως για παράδειγμα η Ισπανία, οι οικονομικές απολαβές που σχετίζονται με τον τουρισμό για το έτος 2014, ήταν ίσες με τις εξαγωγές που έκανε η χώρα (Νικολαΐδης, 2017).

Προφανέστατα ο χαρακτήρας του τουρισμού δεν μπορεί να είναι πάντα προβλέψιμος, ενώ μη υπολογίσιμοι παράγοντες μπορούν να τον ανατρέψουν, μειώνοντας τις προσδοκίες για την ανάπτυξη του τουρισμού. Οι τουριστικές επιχειρήσεις, μέσω της τουριστικής ανάπτυξης μπορούν να αυξήσουν το μερίδιο που κατέχουν στην αγορά και κατά συνέπεια τα κέρδη τους, δίνοντας στον επισκέπτη, ένα ευέλικτο και οικονομικό πακέτο, κάτι το οποίο θα επιφέρει θετικά αποτελέσματα στο οικονομικό της ισοζύγιο.

Ένας ακόμα τομέας για τον οποίο παρουσιάζονται θετικές επιπτώσεις από τον τουρισμό είναι ο τομέας κατασκευών και οικοδομικών επιχειρήσεων. Αποτελεί έναν από τους τομείς που μπορούν να συσχετιστούν έμμεσα με τον τουρισμό καθώς οι τουριστικές και ξενοδοχειακές μονάδες προσπαθώντας να καλύψουν τις απαιτήσεις των τουριστών δημιουργούν εκ νέου εγκαταστάσεις ή συντηρούν τις ήδη υπάρχουσες με αποτέλεσμα ο κατασκευαστικός τομέας να ενισχύεται και μέσω αυτού να αυξάνονται και οι θέσεις εργασίας (Χατζηδάκης, 2015).

Οι τουριστικές επιχειρήσεις μέσω χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων έχουν τη δυνατότητα επέκτασης και βελτιστοποίησης ενώ η αύξηση του τουρισμού δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας μερικής ή πλήρους απασχόλησης στον κλάδο με αποτέλεσμα τη μείωση της ανεργίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι προαναφερθείσες θέσεις απασχόλησης λόγω της φύσεως της εργασίας δύναται να καλυφθούν με την απορρόφηση ανειδίκευτων ατόμων οι οποίοι πολύ δύσκολα θα μπορούσαν να απορροφηθούν σε άλλο τομέα (Παπαϊωάννου, 2016).

Η συνεισφορά του τουρισμού προσφέρει θετικές επιδράσεις και στην περίπτωση των τουριστικών προορισμών. Στην Ελλάδα το παραδοσιακό τουριστικό μοντέλο Ήλιος-Θάλασσα-Καλοκαίρι κατέχει το μεγαλύτερο τμήμα του εισερχόμενου τουρισμού συμβάλλοντας στην θετική ανάπτυξη. Όμως η προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, συνεδριακός τουρισμός κλπ) προσφέρει ανάπτυξη σε περιοχές που λόγω μορφολογίας και χαρακτηριστικών δεν μπορούν να αναπτύξουν άλλες επενδυτικές μορφές όπως η βιομηχανία ή η γεωργία (Νικολαΐδης, 2017).

Οι ευνοούμενοι κλάδοι που άπτονται του τουρισμού είναι κυρίως οι μεταφορές, το εμπόριο και η ψυχαγωγία. Τα συγκεκριμένα τμήματα της οικονομίας αναπτύσσονται παράλληλα με την ανάπτυξη του τουρισμού και δημιουργούν εκ νέου εισοδήματα τα οποία χωρίς την τουριστική ανάπτυξη δεν θα υπήρχαν. Η τοπική επιχειρηματικότητα γνωρίζει ιδιαίτερη άνθιση λόγω του τουρισμού λόγω του ότι δημιουργεί ένα ευέλικτα οικονομικά προϊόν το οποίο ενισχύεται από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και από τα οικονομικά πακέτα στήριξης.

Μέσω των παραπάνω είναι προφανές ότι αυξάνονται και τα έσοδα του κράτους είτε με την άμεση είτε με την έμμεση φορολογία γεγονός που οδηγεί στη δυνατότητα κάλυψης των αναγκών του κράτους με περισσότερη ευκολία ενώ στην περίπτωση

που το εισόδημα των έμμεσων ή άμεσων φόρων μετακυλήσει με τη μορφή παροχών για την ανάπτυξη του τουρισμού θα αυξηθούν επιπλέον τα έσοδα που προέρχονται από τον τουρισμό (Νικολαΐδης, 2017).

Εκτός όμως από τις θετικές επιδράσεις στην οικονομία μιας χώρας, ο τουρισμός μπορεί να παρουσιάσει και αρνητικές επιδράσεις.

Η εσωτερική μετανάστευση και ιδιαίτερα τους θερινούς μήνες, είναι μια σημαντική αρνητική επίδραση. Σαν αποτέλεσμα αυτής, η τοπική οικονομική ανάπτυξη πολλών πόλεων που δεν έχουν ανεπτυγμένο, τον τουριστικό κλάδο, δεν είναι εφάμιλλη των τουριστικών περιοχών. Η αύξηση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος επιφέρει την αύξηση της προσφοράς με παράλληλη αύξηση της τιμής. Έτσι λοιπόν, τελικό αγαθό γίνεται ακριβότερο, και σαν συνέπεια αυτών, ο τουρισμός εισέρχεται σε ένα φαύλο κύκλο μακροπρόθεσμης οικονομικής αποτίμησης (Νικολαΐδης, 2017).

Η ανομοιομορφία στο τουριστικό προϊόν της χώρας, επιφέρει ανισότητα και στην προσέλευση των τουριστών, οι οποίοι διαλέγουν συγκεκριμένα μέρη τα οποία και θα επισκεφτούν, και σαν φυσικό επακόλουθο, επέρχεται η ανομοιόμορφη ανάπτυξη της χώρας. Παράλληλα, υποβαθμίζονται οικονομικά οι περιφέρειες εκείνες, οι οποίες δεν επιλέγονται σαν τουριστικοί προορισμοί. Κατ' ακολουθία λοιπόν, επέρχεται η έλλειψη οικονομικής ενίσχυσης αλλά και έλλειψη πόρων, οι οποίοι θα προέρχονταν από τον τουρισμό (Νικολαΐδης, 2017).

Μια περεταίρω αρνητική επίδραση του τουρισμού στην οικονομία είναι η ανάπτυξη των all inclusive ξενοδοχείων. Με τον όρο αυτό, εννοούμε τους επισκέπτες, οι οποίοι αγοράζουν ένα «ελκυστικό πακέτο», και κατά συνέπεια μένουν σε ένα ξενοδοχείο από το οποίο δέχονται όλες τις υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να παραγκωνίζεται η τοπική αγορά και να χάνει σημαντικά έσοδα. (Χατζηδάκης, 2015).

Μία έμμεση αρνητική επίδραση του τουρισμού στην οικονομία είναι ο κακής ποιότητας τουρισμός που επέρχεται μαζικά σε μια χώρα, δημιουργώντας φθορές σε επίπεδο εγκαταστάσεων αλλά και σε επίπεδο φυσικού περιβάλλοντος. Η καταστροφή του περιβάλλοντος για διάφορες επιχειρηματικές δραστηριότητες δημιουργεί ένα μακροπρόθεσμο πρόβλημα στην οικονομία καθώς η καταπάτηση του φυσικού πλούτου ελλοχεύει την περίπτωση μαζικών καταστροφών (π.χ. πλημμύρες) (ΣΕΤΕ, 2016).

## 2.2 ΟΙ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Οι μελέτες σχετικά με τις αφίξεις τουριστών προσδιορίζονται κυρίως ανά έτος, ανά μήνα, ανά πενταετία και ανά δεκαετία. Για το έτος του 2000, οι περισσότερες αφίξεις καταγράφηκαν το μήνα Ιούλιο, οι οποίες έφτασαν τους 2.306.074 τουρίστες. Στη συνέχεια το μήνα Αύγουστο οι αφίξεις που σημειώθηκαν ήταν 2.211.999 τουρίστες, ενώ σημαντικό είναι το γεγονός ότι το μήνα Σεπτέμβριο, οι αφίξεις ήταν περισσότερες από τον Ιούνιο και έφτασαν τους 1.818.370 τουρίστες έναντι του αριθμού 1.715.630 τουρίστες για το μήνα Ιούνιο. Οι λιγότερες αφίξεις σημειώθηκαν τον Ιανουάριο με 118.150 τουρίστες (ΣΕΤΕ, 2011).

Το 2001 εμφανίστηκε μια γενική αύξηση του επιπέδου τουρισμού. Τον Ιούλιο οι αφίξεις έφτασαν τους 2.439.780 τουρίστες, ενώ τον Αύγουστο ήταν 2.321.745. Για τον κάθε μήνα του έτους 2001, παρουσιάστηκε μια μικρή αύξηση στις αφίξεις των τουριστών, με μοναδική εξαίρεση το Νοέμβριο, όπου οι τουρίστες μειώθηκαν κατά ένα ποσό της τάξης των 5.162, φτάνοντας τους 30529. Το ίδιο έτος επίσης, παρουσιάστηκε μείωση των τουριστών και για το μήνα Οκτώβριο κατά 37.248 τουρίστες, φτάνοντας τους 971.582. Τέλος μείωση παρουσιάστηκε τον Απρίλιο κατά 26.216 τουρίστες, φτάνοντας τους 664.492 (ΣΕΤΕ, 2011).

Η εικόνα του τουρισμού για το 2002 παρουσιάζει κάμψη. Το επίπεδο αφίξεων για τους μήνες Μάρτιο, Απρίλιο, Μάιο, Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο παρουσίασε μείωση, ενώ τους υπόλοιπους μήνες καταγράφηκε αύξηση. Ο Αύγουστος ήταν ο μήνας με το μεγαλύτερο αριθμό αφίξεων, με 2.247.831 τουρίστες και ο μικρότερος αριθμός αφίξεων παρουσιάστηκε τον Ιανουάριο (ΣΕΤΕ, 2011).

Το 2003, οι αφίξεις ήταν σχεδόν ίδιες με αυτές του 2002, με μικρές αποκλίσεις. Οι αφίξεις εμφάνισαν αύξηση για τους μήνες Ιούνιο και Απρίλιο, ενώ για τους υπόλοιπους μήνες, η μείωση άγγιξε τα ποσοστά του 2002. Οι λιγότερες αφίξεις καταγράφηκαν τον Ιανουάριο, όπου η μείωση συγκριτικά με το 2002 ήταν 182.987 αφίξεις.

Το 2004 για τους μήνες Φεβρουάριο, Μάρτιο, Απρίλιο, Μάιο παρουσιάστηκε αύξηση του τουρισμού ενώ για τους υπόλοιπους μήνες, παρουσιάστηκε μείωση συγκριτικά με το 2003. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι τον Αύγουστο του

2004, οι αφίξεις (2.046.039) ήταν μειωμένες συγκριτικά με το 2003 κατά 200.870 τουρίστες (ΣΕΤΕ, 2011).

Το 2005, λόγω της επιρροής των Ολυμπιακών Αγώνων, οι τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα εμφάνισαν καθολική άνοδο με μοναδική εξαίρεση το Φεβρουάριο. Για τον Αύγουστο καταγράφηκε ιδιαίτερα σημαντική αύξηση η οποία φτάνει τους 114.110 τουρίστες, σημειώνοντας δηλαδή ένα ποσό της τάξης των 2.160.149. Αξιοπρόσεκτο είναι το γεγονός ότι η αύξηση που παρουσιάστηκε τον Ιούλιο ήταν 333.757 τουρίστες με τον αριθμό αυτό να φτάνει τους 2.460.863. Παραπλήσια ήταν η αύξηση και το Σεπτέμβριο, η οποία σημείωσε 175.828 επισκέπτες, φτάνοντας τις 1.762.510 αφίξεις.

Το 2006 εμφανίστηκε επίσης έντονη αύξηση του αριθμού των επισκεπτών, ιδιαίτερα για τους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο. Τον Ιούλιο, οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά 251.865 συγκριτικά με το 2005 φτάνοντας τους 2.020.468 τουρίστες. Για το 2006, μείωση των αφίξεων παρουσιάστηκε για τους μήνες Δεκέμβριο, Ιανουάριο, Φεβρουάριο, Μάρτιο (ΣΕΤΕ, 2011).

Το 2007 υπήρχε αύξηση των επισκέψεων, καθ' όλη τη διάρκεια της ετήσιας περιόδου, συγκριτικά με το 2006. Τον Αύγουστο οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά 223.422 φτάνοντας τις 2.506.043, ενώ για τον Ιούλιο η οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά 233.499 επισκέπτες, φτάνοντας τους 2.876.573.

Το 2008 παρουσιάστηκε η μεγαλύτερη αύξηση του αριθμού των αφίξεων από το 2000 μέχρι το 2007 το μήνα Αύγουστο. Ο αριθμός των αφίξεων έφτασε τις 3.171.247 αφίξεις, δηλαδή είχαμε 665.231 περισσότερους επισκέπτες από τον Αύγουστο του 2007. Τον ίδιο χρόνο παρουσιάστηκε άφιξη των αφίξεων και για τους μήνες Σεπτέμβριο, Οκτώβριο, Ιανουάριο και Φεβρουάριο, ενώ οι αφίξεις για τους υπόλοιπους μήνες ήταν μειωμένες (ΣΕΤΕ, 2011).

Το 2009 καταγράφηκε γενική μείωση των αφίξεων, με εξαίρεση το Δεκέμβριο, όπου παρουσιάστηκε άφιξη των αφίξεων κατά 88.694 επισκέπτες. Η μεγαλύτερη μείωση καταγράφηκε τον Ιούνιο, όπου οι αφίξεις έφτασαν τις 1.892.282, μειούμενες κατά 196.902, συγκριτικά με το 2008. Το Μάιο οι αφίξεις μειώθηκαν κατά 152.028 φτάνοντας τις 1.311.205.

Το 2010 οι αφίξεις καταγράφουν αύξηση τους μήνες Μάρτιο, Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο και Νοέμβριο ενώ τους υπόλοιπους μήνες καταγράφηκε μείωση. Τον

Αύγουστο οι επισκέψεις έφτασαν τις 3.155.878, καταγράφοντας αύξηση κατά 152.118 (ΣΕΤΕ, 2011).

Το 2011 καταγράφεται αύξηση των αφίξεων για όλους τους μήνες εκτός του Νοεμβρίου. Η μεγαλύτερη αύξηση καταγράφηκε τον Ιούνιο, φτάνοντας τις 2.183.411 επισκέψεις, δηλαδή 319.966 αφίξεις περισσότερες από το 2010. Η μικρότερη από τις αυξήσεις, παρατηρήθηκε το Μάρτιο, οι οποία έφτασε τις 412.673 (Χατζηδάκης, 2015).

Το 2012 καταγράφηκε μια καθολική μείωση των αφίξεων για όλους τους μήνες. Η μεγαλύτερη μείωση καταγράφηκε το Μάιο όπου οι αφίξεις έφτασαν τις 1.179.714, δηλαδή μείωση κατά 163.252 αφίξεις συγκριτικά με το 2011. Η μικρότερη μείωση παρατηρήθηκε τον Ιανουάριο όπου έφτασε τις 352.320 αφίξεις, μια μείωση της τάξης των 10.197 αφίξεων συγκριτικά με το 2011.

Το 2013 παρουσιάστηκε γενική αύξηση των επισκέψεων, εκτός από τον Απρίλιο, όπου οι επισκέψεις μειώθηκαν κατά 68.342 συγκριτικά με το 2012 φτάνοντας τις 557.496. Μεγαλύτερη αύξηση παρουσιάστηκε τον Αύγουστο όπου οι επισκέψεις έφτασαν τις 3.885.717, δηλαδή αύξηση κατά 616.514 επισκέψεις συγκριτικά με το 2012 (Χατζηδάκης, 2015).

Το 2014 καταγράφηκε εκ νέου αύξηση των αφίξεων, η οποία είναι και η μεγαλύτερη ποσοστιαία κατά την περίοδο (2000-2013). Σε όλους τους μήνες του 2014 καταγράφεται αύξηση στις αφίξεις με τη μεγαλύτερη να παρουσιάζεται τους μήνες Ιούνιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο.

Το 2015 παρατηρείται μια μειωμένη αύξηση συγκριτικά με την αντίστοιχη του έτους 2014, ιδιαίτερα κατά τους μήνες Μάιο και ο Ιούλιο (Χατζηδάκης, 2015).

Τέλος, για το 2016 παρουσιάζεται εκ νέου αύξηση των αφίξεων σε ακόμα μικρότερο βαθμό συγκριτικά με το 2015, ενώ γενικότερα, παρατηρείται αύξηση σε όλους τους μήνες εκτός του Ιανουαρίου, του Μαρτίου και του Νοεμβρίου.

Υπολογίζοντας τα ποσοστά μεταβολής των αφίξεων, το 2001 οι αφίξεις παρουσίασαν αύξηση κατά 5,17%. Το 2002 οι αφίξεις παρουσίασαν μείωση 3,55% ενώ το 2003 παρουσίασαν εκ νέου μείωση της τάξης του 0,70%. Το 2004 παρουσιάστηκε και πάλι μείωση σε ποσοστό 5,88% (ΣΕΤΕ, 2011).



Το 2005 παρουσιάστηκε μεγάλη αύξηση, η οποία έφτασε το 9,94%. Το 2006 παρουσιάστηκε εκ νέου αύξηση σε ποσοστό της τάξης του 8,45%, ενώ το 2007 παρουσιάστηκε αύξηση 6,45%. Το 2008 παρουσιάστηκε μικρότερη αύξηση σε ποσοστό 4,65%. Το 2009 παρουσιάστηκε αισθητή μείωση της τάξεως του 6,42%, ενώ το 2010 παρουσιάστηκε οριακή αύξηση του συνόλου των αφίξεων κατά 0,62% (ΣΕΤΕ, 2011).

Το 2011 παρουσιάστηκε σημαντική αύξηση των αφίξεων σε ποσοστό 9,46%, ενώ το 2012 το ποσοστό μειώθηκε κατά 5,53%. Το 2013 το ποσοστό των επισκέψεων παρουσίασε σημαντική αύξηση 15,48%. Το 2014 το ποσοστό αύξησης των αφίξεων έφτασε το 23%, ενώ το 2015 παρουσιάστηκε μικρότερη αύξηση της τάξης του 7,1%. Τέλος, το 2016 παρουσιάστηκε εκ νέου αύξηση στις αφίξεις σε ποσοστό 6%. (Χατζηδάκης, 2015), (Νικολαΐδης, 2017).

### **2.3 Η ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ**

Η πορεία του ελληνικού τουρισμού τα τελευταία δεκαεπτά χρόνια παρουσιάζει γενικά, αυξητική τάση. Το γεγονός αυτό όμως δεν αποτελεί μοναδικό στοιχείο προσδιορισμού της τουριστικής ανάκαμψης. Για το λόγο αυτό θα πρέπει η μελέτη της τουριστικής δραστηριότητας να μελετάται συνεχώς και να εξάγονται στοιχεία τα οποία συνυπολογίζουν τους διαφορετικούς τομείς του τουρισμού και τα διαφορετικά του μεγέθη (Παπαϊωάννου, 2016).

Η ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί έναν εκ των σημαντικότερων θεμέλιων λίθων ανάκαμψης της ελληνικής οικονομίας. Η αλληλεξάρτηση των οικονομικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον τουρισμό θα πρέπει να αξιολογείται ώστε να μπορούν να πραγματοποιηθούν αξιόλογες ολοκληρωμένες πολιτικές δράσεις, οι οποίες σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη (Κασιμάτη και συν., 2015).

Το πλάνο της τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να προσανατολίζεται τόσο στην παροχή υπηρεσιών, οι οποίες ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των τουριστών, όσο και στο γεγονός ότι τα άτομα τα οποία ασχολούνται με τον τουριστικό κλάδο θα πρέπει να συμμετέχουν σε προγράμματα δια βίου μάθησης και εξέλιξης, ώστε να μπορούν να προσαρμόζονται στη νέα τάξη πραγμάτων που πρεσβεύει κάθε τουριστική περίοδος. Τα καταλύματα που βρίσκονται στην Ελλάδα πρέπει να

συντηρούνται επαρκώς και να ελέγχονται άσχετα από το μέγεθος και τη διαθεσιμότητα κλινών τους.

Ο άμεσος ανταγωνισμός που προέρχεται από την ανάδειξη και την προώθηση νέων τουριστικών προορισμών όπως είναι η ανάπτυξη του τουρισμού στα παράλια της Τουρκίας και οι χώρες της πρώην Γιουγκοσλαβίας, επέφεραν την επιτακτική ανάγκη αναδιάρθρωσης του τουριστικού προϊόντος και τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα θα πρέπει να έχει πληθώρα επιλογών τουρισμού και για το λόγο αυτό θα πρέπει να δοθεί βαρύτητα σε νέες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, ο οποίος διεθνώς είναι ελκυστικότερος στο πλήθος των τουριστών (Κασιμάτη και συν., 2015).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

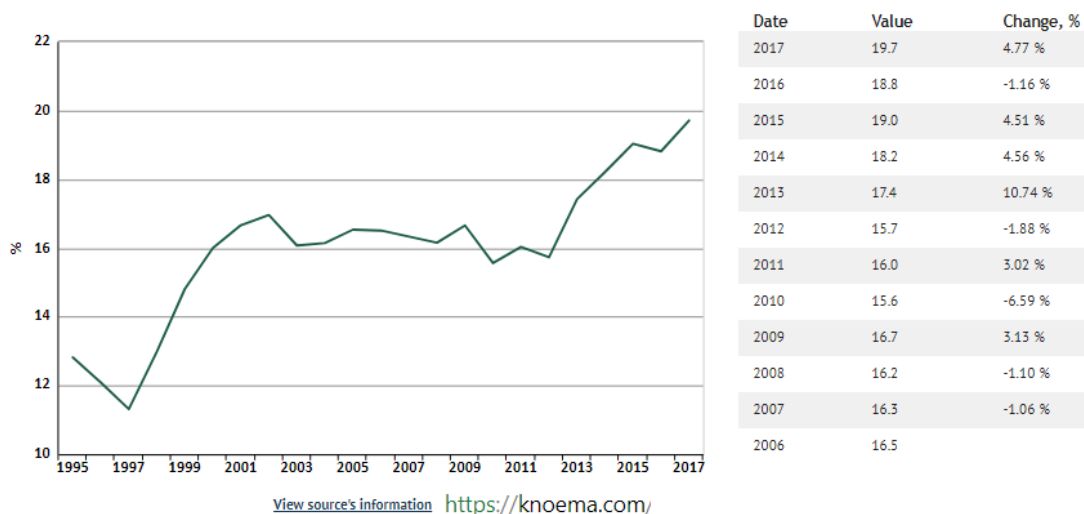
### Η ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

#### 3.1 ΣΧΕΤΙΚΗ ΚΑΙ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Ο τουρισμός τα τελευταία έτη θεωρείται ο δυναμικότερα αναπτυσσόμενος τομέας της Ελλάδος, ο οποίος καταγράφει σημαντικές επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο . Ο τουρισμός τα τελευταία τριάντα χρόνια αποτελεί για την Ελλάδα έναν από τους σημαντικότερους θεμέλιους λίθους ανάπτυξης, δημιουργίας εισοδήματος και απασχόλησης. Ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η συμμετοχή του στο ΑΕΠ αφού διατηρεί σταθερούς ρυθμούς μεγέθυνσης άνω του 15% και κατά περιόδους ξεπερνάει το 18%. Το γεγονός αυτό δείχνει πόσο σημαντικός είναι ο τουρισμός για την Ελληνική οικονομία, καθώς ένας στους πέντε (1/5) κάτοικους της χώρας μας απασχολείται στον τουριστικό κλάδο. Εν συνεχεία παρουσιάζεται το διάγραμμα εκείνο, το οποίο αναφέρεται στον τουρισμό και τη βοήθεια που προσφέρει στη μεγέθυνση του ΑΕΠ για την περίοδο 1995-2017.

#### ΓΡΑΦΗΜΑ 1

Greece - Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP



Όπως φαίνεται, ο τουρισμός για την Ελλάδα είναι ένας από τους βασικότερους πυλώνες της χώρας. Αυτό αποδεικνύεται περίτρανα, από τα ποσοστά προσαύξησης του. Η μέγιστη συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ ήταν το έτος 2017 , αφού η τιμή που έλαβε ήταν 19.0 και αυξήθηκε κατά 4.77% σύγκριση με το 2016. Η χαμηλότερη συνεισφορά ήταν το έτος 2010 , αφού η τιμή του ήταν 15.6 και προήρθε μείωση κατά 6.59% συγκριτικά με το 2009. Θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε τη μείωση αυτή λογική, καθώς η Ελλάδα εκείνη την περίοδο βρισκόταν σε βαθιά ύφεση.

Σύμφωνα με το annual report Travel & Tourism economic impact 2017 Greece καταφέραμε να συλλέξουμε τα εξής στοιχεία που θα αναφερθούν παρακάτω.

#### ΑΕΠ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η άμεση συμβολή του Ταξιδιού και του Τουρισμού στο ΑΕΠ ήταν 13,2 δισ. Ευρώ, 7,5% του συνολικού ΑΕΠ δηλαδή για το 2016 και ενδέχεται να αυξηθεί κατά 7,5% το 2017. Επίσης, ενδέχεται να αυξάνεται κατά μέσο όρο σε ποσοστό της τάξης του 4,5% ετησίως από το 2017-2027, ή αλλιώς 22,1 δισ. ευρώ (24,6 δισ. δολάρια ΗΠΑ), ποσοστό της τάξης του 9,6% του συνολικού ΑΕΠ το 2027.

#### ΑΕΠ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η συνολική συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στο ΑΕΠ ήταν 32,8 δισ. Ευρώ, δηλαδή 18,6% του ΑΕΠ για το 2016 και προβλέπεται να αυξηθεί κατά 6,9% το 2017. Τέλος ενδέχεται να αυξάνεται κατά μέσο όρο σε ποσοστό 4,6% ετησίως, δηλαδή στα 54,7 δισ. Ευρώ, ή αλλιώς 23,8% του ΑΕΠ για το 2027.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2016, το Travel & Tourism υποστήριξε άμεσα 423.000 θέσεις εργασίας (11.5% της συνολικής απασχόλησης). Αυτό αναμένεται να αυξηθεί κατά ένα ποσοστό της τάξης του 5,9% το 2017 και ενδέχεται να αυξάνεται κατά μέσο όρο σε ποσοστό 2,9% ετησίως, ή αλλιώς η αύξηση θα επιφέρει συνολικά 597,000 θέσεις εργασίας (14,0% της συνολικής απασχόλησης δηλαδή) για το 2027.

## ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2016, η συνολική συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στην απασχόληση, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων εργασίας που έμμεσα υποστηρίζει ο κλάδος, ήταν 23,4% της συνολικής απασχόλησης (860,500 θέσεις εργασίας). Αυτό αναμένεται να αυξηθεί κατά 6,3% το 2017, ή αλλιώς σε 914,500 θέσεις εργασίας και ενδέχεται να αυξάνεται κατά μέσο όρο σε ποσοστό 3,4% ετησίως, ή με άλλα λόγια σε 1.273.000 θέσεις εργασίας για το 2027 (29,9% του συνόλου).

## ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Οι εξαγωγές επισκεπτών προκάλεσαν μεγέθυνση στο ΑΕΠ κατά 10,0% το 2017 και ενδέχεται να αυξάνονται κατά μέσο όρο σε ποσοστό 4,8% ετησίως από το 2017-2027, ή αλλιώς σε 26,4 δισ. Ευρώ το 2027, το 32,2% του συνολικού ΑΕΠ.

## ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Οι επενδύσεις στον τομέα του ταξιδιού και του τουρισμού το 2016 ανήλθαν σε 3,2 δισ. Ευρώ, ήτοι 15,7% της συνολικής επένδυσης (3,5 δισ. Δολάρια ΗΠΑ). Ενδέχεται να αυξηθούν κατά 6,6% το 2017 και να αυξάνονται κατά μέσο όρο σε ποσοστό 5,1% ετησίως κατά την επόμενη δεκαετία, δηλαδή μια αύξηση της τάξης των 5,5 δισ. Ευρώ το 2027, ένα ποσοστό δηλαδή της τάξης του 17,3% του συνόλου για το 2027.

Στο ακόλουθο γράφημα απεικονίζεται η παγκόσμια κατάταξη της Ελλάδας.

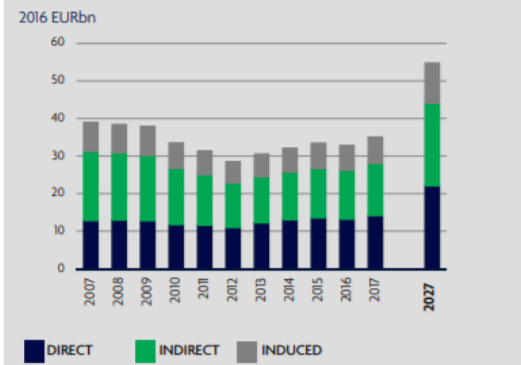
## ΓΡΑΦΗΜΑ 2

### WORLD RANKING (OUT OF 185 COUNTRIES):

Relative importance of Travel & Tourism's total contribution to GDP

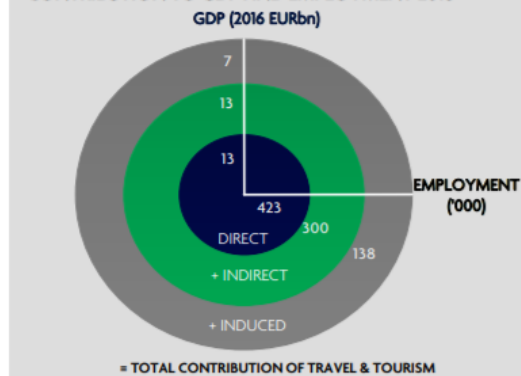


#### TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP



TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017

#### BREAKDOWN OF TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP AND EMPLOYMENT 2016



Συνεχίζοντας παρουσιάζεται ο πίνακας με τη συμβολή του τουρισμού στην κάθε προαναφερθείσα κατηγορία για το έτος 2016. Στην περίπτωση της Ελλάδας ασκούν άμεση επιρροή στον τουρισμό οι εξής χώρες : Τουρκία, Κύπρος , Ιταλία , Ισπανία και Αίγυπτος.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 1

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2016 (US\$bn)	TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2016 (US\$bn)
7	Italy	86.2	8	Italy	207.6
10	Spain	63.7	9	Spain	177.2
14	Turkey	29.1	14	Turkey	88.0
<b>European Union Average</b>		21.8	<b>European Union Average</b>		60.1
<b>World Average</b>		<b>19.1</b>	<b>World Average</b>		<b>57.3</b>
26	Greece	14.7	29	Greece	36.6
39	Egypt	8.7	46	Egypt	19.4
89	Cyprus	1.4	89	Cyprus	4.3

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2016 '000 jobs	TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2016 '000 jobs
13	Italy	12461	15	Italy	2867.0
14	France	1180.3	17	Spain	2652.3
19	Spain	862.2	19	Turkey	2197.6
<b>World Average</b>		<b>843.9</b>	<b>World Average</b>		<b>2152.9</b>
22	Egypt	773.0	23	Egypt	1763.1
33	Turkey	495.1	<b>European Union Average</b>		949.5
38	Greece	422.9	43	Greece	860.3
<b>European Union Average</b>		407.5	133	Cyprus	80.7
137	Cyprus	26.3			

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT		2016 (US\$bn)	VISITOR EXPORTS		2016 (US\$bn)
10	Turkey	17.5	3	Spain	65.7
11	Spain	17.2	7	Italy	41.6
16	Italy	10.6	13	Turkey	26.5
<b>European Union Average</b>		5.7	24	Greece	16.7
29	Egypt	4.6	<b>European Union Average</b>		14.9
<b>World Average</b>		<b>4.4</b>	<b>World Average</b>		<b>7.6</b>
38	Greece	3.5	64	Egypt	3.0
102	Cyprus	0.3	66	Cyprus	2.9

TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017

Λεπτομερέστερα, οι χώρες αυτές μελετώνται στα επόμενα κεφάλαια.

### 3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT, ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΑΔΑΣ

#### Strengths

- «Ο Ήλιος και η Θάλασσα», αποτελούν το μεγαλύτερο τουριστικό θέλγητρο σε όλη την Ευρώπη
- Πολλά όμορφα νησιά (δυνατότητα για island hopping)
- Αρχαίος Ελληνικός Πολιτισμός

- Φιλοξενία, Αλληλεγγύη, Ανθρωπιά
- Ανθρώπινο Κεφάλαιο - εκπαιδευμένο προσωπικό με τουριστική συνείδηση, αλλά και παροχή για διαφοροποιημένο εθνικό τουριστικό προϊόν σε διεθνή κλίμακα.
- Η Ελλάδα είναι στην επικαιρότητα

### Opportunities

- Ως το 2020 πάνω από 1,6 δις άνθρωποι θα ταξιδεύουν (η τουριστική αγορά διαρκώς μεγεθύνεται)
- Επέκταση του τουρισμού και στις ορεινές, ημιορεινές περιοχές, επιπλέον ανάπτυξη χειμερινού και κοινωνικού τουρισμού
- Ενίσχυση στην εκπαίδευση προσωπικού υποδοχής τουριστών και επιπλέον εκπαίδευση του προσωπικού γενικότερα ώστε να αναπτυχθεί η τουριστική συνείδηση των Ελλήνων
- Προώθηση της νέας τεχνολογίας σε ακόμη μεγαλύτερο εύρος παροχής υπηρεσιών στον τουριστικό κλάδο
- Προβολή των αξιών της αλληλεγγύης, της εμπιστοσύνης, της αξιοπιστίας και μεγαλύτερη αξιοποίηση της πολιτισμικής κληρονομιάς του τόπου
- Μεγέθυνση του τουριστικού προϊόντος, ενισχύοντας τις επενδύσεις σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες
- Μείωση της παραοικονομίας

### Weaknesses

- Εποχικότητα (περίπου το 60% των αφίξεων και των εσόδων λαμβάνουν χώρα κατά το 3ο τρίμηνο του ημερολογιακού έτους, ενώ μόλις το 6% των αφίξεων και 3% των εσόδων επέρχονται στο 1ο τρίμηνο του ημερολογιακού έτους)
- Συγκέντρωση του τουρισμού σε συγκεκριμένες περιοχές της Ελλάδας (νησιωτικές περιοχές)
- Έλλειψη κεντρικού σχεδιασμού, οργάνωσης, προγραμματισμού και μεθοδικότητας



## Threats

- Αναξιοπιστία της Ελλάδας (έλλειψη σταθερότητας κλπ.)
- Ασταθές οικονομικό περιβάλλον που έχει ως συνέπεια την αποθάρρυνση για επενδύσεις
- Πολιτική αστάθεια, έλλειψη αισθήματος ασφάλειας - Η Ελλάδα τον Δεκέμβριο του 2008, εξαιτίας των γνωστών επεισοδίων, δέχτηκε μείωση τουριστικών κρατήσεων από τη Γερμανία κατά 19% και τον Ιανουάριο του 2009 κατά 13%.
- Φημολογία για έξοδο από τη συνθήκη Σένγκεν

### **3.3 ΟΙ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΕΣ ΧΩΡΕΣ ΣΑΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

Η Ευρώπη τα τελευταία έτη προσελκύει το μεγαλύτερο ποσοστό των διεθνών τουριστικών μετακινήσεων, ποσοστό το οποίο ανέρχεται σε περισσότερο από 50%. Σύμφωνα με τον , Frederic Pierret:

*“ Ως μεσογειακές χώρες λογίζονται οι χώρες εκείνες, οι οποίες βρέχονται από τη Μεσόγειο θάλασσα.. Η Μεσόγειος ξεκινά από το Γιβραλτάρ και εκτείνεται έως το Αιγαίο Πέλαγος ”*

Οι χώρες που συμπεριλαμβάνονται είναι οι εξής : Ισπανία , Γαλλία , Μονακό , Ιταλία , Μάλτα , Σλοβενία , Κροατία , Βοσνία , Μαυροβούνιο , Αλβανία , Ελλάδα και Κύπρος. Οι χώρες που ανήκουν στην Αφρική και θεωρούνται μεσογειακές είναι οι εξής : Μαρόκο , Αλγερία . Τυνησία , Λιβύη και Αίγυπτος. Τέλος, από την μεριά της Ασίας είναι : Τουρκία , Λίβανος , Ισραήλ και Παλαιστίνη . Στην δική μας περίπτωση θα αναφερθούμε μόνο στις εξής χώρες : Τουρκία, Κύπρος , Ιταλία , Ισπανία και Αίγυπτος.

Σύμφωνα με έρευνες , σε παγκόσμια κλίμακα η Μεσογειακή ζώνη προσελκύει λίγο περισσότερο από το 1/3 των τουριστικών αφίξεων. Συνήθως ένας τουριστικός προορισμός συνδέεται συχνά με ένα μοναδικό τουριστικό στοιχείο μιας χώρας. Στην περίπτωση της Αιγύπτου για παράδειγμα, η υψηλή επισκεψιμότητα οφείλεται στο πολιτιστικό και ιστορικό της περιεχόμενο, ενώ από την άλλη μια χώρα σαν την

Ελλάδα μπορεί και συνδυάζει τα πολιτιστικά και ιστορικά της στοιχεία μαζί με το τουριστικό μοντέλο των 3s (sea, sun , sand ) κατά τη θερινή.

Το σημαντικότερο όλων για τις Μεσογειακές χώρες είναι η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, κάτι το οποίο συνδέεται με το ότι χώρες που ανήκουν στη μεσόγειο προσδίδουν πανομοιότητες τουριστικές υπηρεσίες και ως εκ τούτου διαφοροποιούνται σε σχέση με τις «ανταγωνίστριες» χώρες.

Ο Μεσογειακός τουρισμός σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών έχει τα παρακάτω στοιχεία :

- Ο Ευρωπαϊκός πληθυσμός επιλέγει σαν προορισμό τις Μεσογειακές χώρες σε ποσοστό της τάξης του 81%.
- Για τις Μεσογειακές χώρες οι τουριστικές εισπράξεις αντιπροσωπεύουν το 12% των συνολικών εξαγωγών.
- Σε διεθνές επίπεδο οι τουριστικές αφίξεις στις Μεσογειακές χώρες αγγίζουν το 31% των παγκοσμίων μετακινήσεων.

Για την απόκτηση μιας συνολική εικόνας, όσον αφορά τις χώρες που θα αναλύθούν παρακάτω, παραθέεται το διάγραμμα Δείκτης Ανταγωνιστικότητας Ταξιδιών & Τουρισμού WEF.

### ΓΡΑΦΗΜΑ 3

WEF Travel & Tourism Competitiveness Index, 1-7 (Best), Value



\* For Regional and Income Group breakdowns, visit: [Knowledgebase Article #378834](#). For information on the Suggested Peers algorithm, visit the [Tools](#) page.

Data Source: [WEF - Travel & Tourism Competitiveness Index](#)

Το γράφημα αυτό, απεικονίζει την Ελλάδα ως 3<sup>η</sup> καλύτερη επιλογή συγκριτικά με τις λοιπές χώρες μελέτης, με πρώτη την Ισπανία και τελευταία την Αίγυπτο.

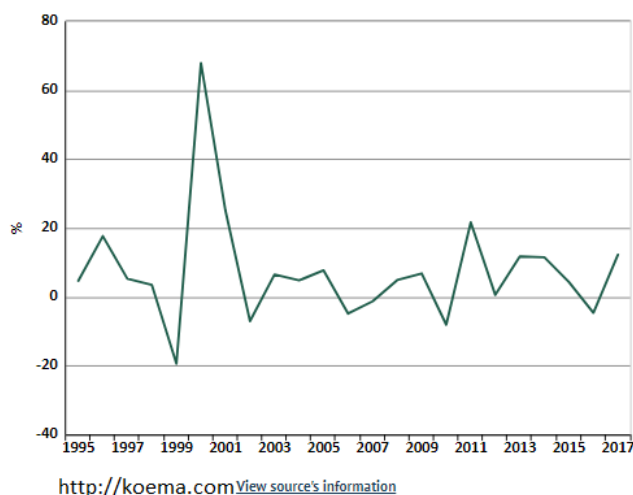
#### 3.3.1 ΤΟΥΡΚΙΑ

Ο τομέας του τουρισμού στην Τουρκία, θεωρείται ο τρίτος σημαντικότερος κλάδος σε σύγκριση με τους υπολοίπους οκτώ. Σαν αποτέλεσμα αυτού, η οικονομία της Τουρκίας δείχνει σε μεγάλο βαθμό ότι εξαρτάται από τον τουρισμό. Η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Τουρκίας υπέστητε μεγαλύτερες προβλέψεις για μεγέθυνση

σε σύγκριση με τις αντίστοιχες της Ευρώπης , αφού αναμένεται να διατηρηθεί στο 3% ενώ στην Ευρώπη η μέση μεγέθυνση του ΑΕΠ υπολογίζεται γύρω στο 2%. Ακολούθως, παρουσιάζεται το διάγραμμα εκείνο, το οποίο αναφέρεται στον τουρισμό και τη βοήθεια που προσφέρει στη μεγέθυνση του ΑΕΠ για την περίοδο 1995-2017.

#### **ΓΡΑΦΗΜΑ 4**

Turkey - Contribution of travel and tourism to GDP growth rate



DATE	VALUE	CHANGE, %
2017	12.2	-363.85 %
2016	-4.6	-207.20 %
2015	4.3	-62.28 %
2014	11.5	-2.22 %
2013	11.7	2,078.97 %
2012	0.5	-97.51 %
2011	21.6	-367.09 %
2010	-8.1	-219.17 %
2009	6.8	40.08 %
2008	4.9	-468.99 %
2007	-1.3	-72.93 %
2006	-4.9	

Από το παραπάνω διάγραμμα θα ήταν ασφαλές να τονίσουμε το γεγονός ότι η οικονομία της Τουρκίας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό. Η μέγιστη συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ ήταν το έτος 2017 , αφού η τιμή που έλαβε ήταν 12.2 και αυξήθηκε κατά μεγάλο ποσοστό σε σύγκριση με το 2016 που ήταν -4.6 μονάδες. Από το έτος 2010 παρατηρούμε ότι οι τιμές κατά κύριο λόγο είναι θετικές και μεγαλύτερες των 10 μονάδων. Η μικρότερη τιμή που συνείσφερε στο ΑΕΠ ο τουρισμός ήταν το 2010 με ένα ποσό της τάξης του -8.1.

Σύμφωνα με την ετήσια αναφορά «Travel & Tourism economic impact 2018 Turkey» καταφέραμε να συλλέξουμε τα εξής στοιχεία.

#### **ΑΕΠ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ**

Η άμεση συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στο ΑΕΠ ανήλθε σε 116,7 δισεκατομμύρια δολάρια (32,0 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ), ήτοι 3,8% του συνολικού ΑΕΠ για το 2017 και προβλέπεται να μεγεθυνθεί κατά 5,1% το 2018 και

να μεγεθύνεται κατά μέσο όρο 4,0% ετησίως από το 2018-2028, σε TRY 180.7 δις (USD49.5δις), το 4,2% δηλαδή του συνολικού εκτιμώμενου ΑΕΠ για το 2028.

#### ΑΕΠ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η συνολική συνεισφορά του ταξιδιού και του τουρισμού στο ΑΕΠ ανήλθε σε TRY359,1 δις. (USD98,4 δις.), δηλαδή το 11,6% του ΑΕΠ για το 2017 και ενδέχεται να μεγεθυνθεί κατά 4,1% το 2018 και να μεγεθύνεται κατά μέσο όρο 3,8% ετησίως, δηλαδή σε 545,3 δις. Τούρκικες λίρες ή αλλιώς .5 δις. Ευρώ), ποσοστό της τάξης του 12,7% του ΑΕΠ για το 2028.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2017 το Travel & Tourism υποστήριξε άμεσα 462.000 θέσεις εργασίας (1.6% της συνολικής απασχόλησης). Αυτό αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 3,5% το 2018 και να μεγεθύνεται κατά 2,8% ετησίως, ήτοι σε 633.000 θέσεις εργασίας (1,9% της συνολικής απασχόλησης) το 2028.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2017, η συνολική συμβολή ταξιδιού και του τουρισμού στην απασχόληση, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων εργασίας που έμμεσα υποστηρίζει ο κλάδος, ήταν 7,4% της συνολικής απασχόλησης (2.093.500 θέσεις εργασίας). Αυτό αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 3,1% το 2018, ήτοι σε 2.158.500 θέσεις εργασίας και να μεγεθύνεται σταθερά ετησίως κατά 2,4%, ήτοι σε 2.724.000 θέσεις εργασίας για το 2028 (8,3% της συνολικής απασχόλησης).

#### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Οι εξαγωγές επισκεπτών έφθασαν τα TRY114.2 δις (31,3 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ), ποσοστό της τάξης του 14,8% των συνολικών εξαγωγών το 2017. Το ποσοστό αυτό προβλέπεται να μεγεθυνθεί κατά 5,7% το 2018 και να μεγεθύνεται κατά 4,4% ετησίως από το 2018-2028 σε 186,2 δισεκατομμύρια το 2028, 20,7% του συνόλου.

## ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Οι επενδύσεις στον τομέα ταξιδιού και του τουρισμού το 2017 ανήλθαν σε 74,9 δισ. TRY, το 8,0% της συνολικής επένδυσης (20,5 δισ. Δολάρια ΗΠΑ. Ενδέχεται να μεγεθυνθούν κατά 1,2% το 2018 και να μεγεθύνονται κατά 3,7% ετησίως τα επόμενα δέκα χρόνια, ποσό που αγγίζει τα 30,0 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ για το 2028.

Στο παρακάτω γράφημα απεικονίζεται η παγκόσμια κατάταξη της Τουρκίας.

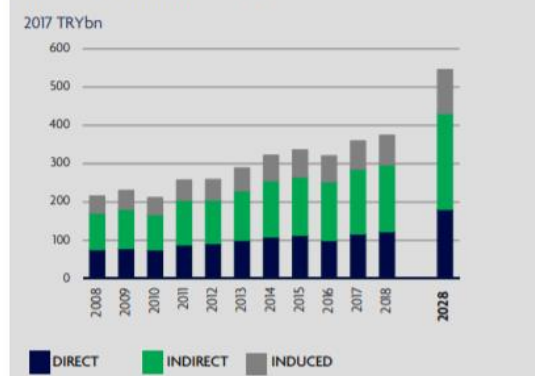
### ΓΡΑΦΗΜΑ 5

#### **WORLD RANKING (OUT OF 185 COUNTRIES):**

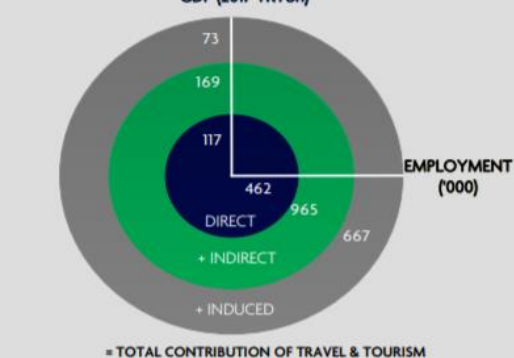
Relative importance of Travel & Tourism's total contribution to GDP



#### **TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP**



#### **BREAKDOWN OF TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP AND EMPLOYMENT 2017**



## ΠΙΝΑΚΑΣ 2

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2017 (US\$bn)
5	Italy	106.8
15	Turkey	32.0
	<b>World Average</b>	<b>21.5</b>
25	Greece	16.2
38	Egypt	10.7
	<b>Other Europe Average</b>	<b>5.9</b>
92	Cyprus	1.5

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2017 (US\$bn)
6	Italy	253.5
9	Spain	196.2
14	Turkey	98.4
	<b>World Average</b>	<b>62.9</b>
29	Greece	39.7
45	Egypt	21.1
49	Morocco	20.0
	<b>Other Europe Average</b>	<b>19.5</b>
88	Cyprus	4.7

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 '000 jobs
13	Italy	1490.5
18	Egypt	1099.0
	<b>World Average</b>	<b>937.5</b>
20	Spain	930.4
35	Turkey	461.8
36	Greece	459.0
	<b>Other Europe Average</b>	<b>158.5</b>
137	Cyprus	26.1

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 '000 jobs
14	Italy	3394.7
17	Spain	2838.4
21	Egypt	2425.4
	<b>World Average</b>	<b>2341.0</b>
22	Turkey	2093.6
40	Greece	934.4
	<b>Other Europe Average</b>	<b>582.1</b>
134	Cyprus	85.2

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT		2017 (US\$bn)
9	Spain	20.9
10	Turkey	20.5
17	Italy	11.6
	<b>World Average</b>	<b>4.8</b>
40	Greece	3.6
42	Egypt	3.4
	<b>Other Europe Average</b>	<b>2.6</b>
93	Cyprus	0.4

VISITOR EXPORTS		2017 (US\$bn)
3	Spain	75.4
7	Italy	44.9
13	Turkey	31.3
21	Greece	18.6
	<b>World Average</b>	<b>8.1</b>
41	Egypt	8.0
	<b>Other Europe Average</b>	<b>5.7</b>
67	Cyprus	3.1

## ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ:

### ΠΙΝΑΚΑΣ 3

TURKEY	2017 USDbn <sup>1</sup>	2017 % of total	2018 Growth <sup>2</sup>	USDbn <sup>1</sup>	2028 % of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	32.0	3.8	5.1	49.5	4.2	4.0
Total contribution to GDP	98.4	11.6	4.1	149.5	12.7	3.8
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	462	1.6	3.5	633	1.9	2.8
Total contribution to employment <sup>4</sup>	2,094	7.4	3.1	2,724	8.3	2.4
Visitor exports	31.3	14.8	5.7	51.0	20.7	4.4
Domestic spending	26.7	3.2	4.8	38.6	3.3	3.2
Leisure spending	50.6	3.2	5.1	78.6	3.6	4.0
Business spending	7.5	0.5	6.7	11.0	0.5	3.3
Capital investment	20.5	8.0	1.2	30.0	8.9	3.7

<sup>1</sup>2017 constant prices & exchange rates; <sup>2</sup>2018 real growth adjusted for inflation (%); <sup>3</sup>2018-2028 annualised real growth adjusted for inflation (%); <sup>4</sup>'000 jobs

Από τον παραπάνω πίνακα προβλέψεων σύμφωνα με τον οργανισμό The World Travel & Tourism Council (WTTC) βλέπουμε ότι οι προβλέψεις είναι θετικές, αφού σε όλες τις μεταβλητές αναμένετε μεγέθυνση έως το 2018.

### **3.3.1.1 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT, ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥΡΚΙΑΣ**

#### Strengths

- Ισχυρή κυβερνητική στήριξη πίσω από την τουριστική βιομηχανία.
- Αύξηση του εργατικού δυναμικού.
- Πλούσια φύση και θάλασσα.
- Ιστορία και πολιτισμός.
- Μοναδικές τοποθεσίες (Cappadoccia, Pamukkale travertines).
- Εστιατόρια (Διεθνής και τουρκική κουζίνα)
- Εθνικά πάρκα.
- Προσβασιμότητα.
- Διασκέδαση και ευκαιρίες αγορών.
- Ένας καινούργιος προορισμός.
- Αύξηση της εισερχόμενης τουριστικής ζήτησης στον συνεδριακό τουρισμό.
- Φιλοξενία

#### Opportunities

- Διαθεσιμότητα νέων εργαζομένων.
- Φιλοξενία του συνεδρίου ICCA 2014 στην Αττάλεια.
- Ανάπτυξη υποδομών και υπερκατασκευών.
- Νέοι μετασχηματισμοί στους αστικούς νόμους.
- Υποστηρικτικές πολιτικές στον τομέα του τουρισμού.
- Μείωση των φραγμών στα διεθνή ταξίδια.

#### Weaknesses

- Αύξηση του κόστους των εισροών.



- Εξουσία.
- Έλλειψη διεθνών δραστηριοτήτων.
- Μαζικές κινητοποιήσεις στους δρόμους.
- Υποδομή.
- Εκπαίδευση εργαζομένων στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού.
- Ανεπαρκής αριθμός συνεδριακών γραφείων.

### Threats

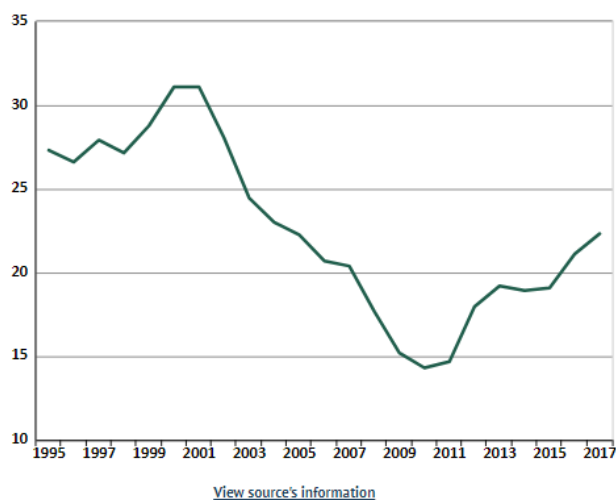
- Η ανατίμηση της τούρκικης λίρας μεταξύ άλλων νομισμάτων.
- Αύξηση του ανταγωνισμού.
- Γραφειοκρατικά εμπόδια.
- Η οικονομική κρίση στις χώρες της ΕΕ.
- Αποκοπή από τις παγκόσμιες οικονομίες.
- Δεν υπάρχει περίσσεια γη για νέες επενδύσεις στο ξενοδοχείο στο κέντρο της πόλης.

### **3.3.2 ΚΥΠΡΟΣ**

Ο τουρισμός στην Κύπρο κατέχει δεσπόζουσα θέση στην οικονομία. Επιπλέον, επηρεάζει σημαντικά τον πολιτισμό της Κύπρου αλλά και την πολυπολιτισμική του εξέλιξη κατά το πέρασ των χρόνων. Το 2006, η τουριστική βιομηχανία συνεισέφερε το 10,7% του ΑΕΠ, το οποίο σε πραγματικούς όρους, απέφερε ένα ποσό της τάξης των 5.445,0 εκατομμυρίων Δολαρίων ΗΠΑ. Την ίδια χρονιά, η συνολική απασχόληση υπολογίστηκε σε 113.000 θέσεις εργασίας. Με σχεδόν 3 εκατομμύρια αφίξεις τουριστών ετησίως, είναι ο 40ος πιο δημοφιλής προορισμός στον κόσμο.

Ακολούθως, παρουσιάζεται το διάγραμμα εκείνο, το οποίο αναφέρεται στον τουρισμό και τη βοήθεια που προσφέρει στη μεγέθυνση του ΑΕΠ για την περίοδο 1995-2017.

## ΓΡΑΦΗΜΑ 6



DATE	VALUE	CHANGE, %
2017	22.3	5.77 %
2016	21.1	10.56 %
2015	19.1	0.89 %
2014	18.9	-1.47 %
2013	19.2	6.88 %
2012	18.0	22.42 %
2011	14.7	2.58 %
2010	14.3	-5.89 %
2009	15.2	-14.00 %
2008	17.7	-13.30 %
2007	20.4	-1.50 %
2006	20.7	

Όπως προαναφέρθηκε, ο τουρισμός θεωρείται για την Κύπρο «κλειδί» στην οικονομίας της χώρας. Για τη χρονική περίοδο 2006-2017 η αξία δεν έχει πέσει κάτω από τις 14,3 μονάδες, με μέγιστο σημείο αναφοράς το 2017, όπου το ποσοστό αγγίζει το 22,3, μεγέθυνση της τάξης του 5,77% , σε σύγκριση με το 2016 όπου ήταν 21,1.

Σύμφωνα με το annual report Travel & Tourism economic impact 2018 Turkey καταφέραμε να συλλέξουμε τα εξής στοιχεία που θα αναφερθούν παρακάτω.

### ΑΕΠ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η άμεση συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στο ΑΕΠ ανήλθε σε 1.363,6 εκατ. Ευρώ (1.548,1 εκατ. Δολαρίων ΗΠΑ), ήτοι 7,3% του συνολικού ΑΕΠ για το 2017 και προβλέπεται να μεγεθυνθεί κατά 6,5% το 2018 και να μεγεθύνεται σε ποσοστό της τάξης του 4,0% ετησίως από το 2018- 2028, δηλαδή σε 2.148 εκατ. Ευρώ (2.428,7 εκατ. USD), το 9,7% του συνολικού εκτιμώμενου ΑΕΠ για το 2028.

### ΑΕΠ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η συνολική συνεισφορά του ταξιδιού και του τουρισμού στο ΑΕΠ ανήλθε σε 4.163,9 εκατ. Ευρώ (4.727,2 εκατ. USD), ήτοι το 22,3% του ΑΕΠ για το 2017 και αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 6,2% το 2018 και να μεγεθύνεται σε ποσοστό της τάξης του 3,8%

ετησίως, ήτοι σε 6.430,4 εκατ. Ευρώ (USD7,300.4 εκατ.), δηλαδή το 29,0% του ΑΕΠ για το 2028.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2017 το Travel & Tourism υποστήριξε άμεσα 26.000 θέσεις εργασίας (6.9% της συνολικής απασχόλησης). Αυτό αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 1,5% το 2018 και να μεγεθύνεται σε ποσοστό της τάξης του 2,6% ετησίως, δηλαδή σε 34.000 θέσεις εργασίας (8,4% της συνολικής απασχόλησης) για το 2028.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2017, η συνολική συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στην απασχόληση, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων εργασίας που έμμεσα υποστηρίζονται από τη βιομηχανία τουρισμού, ήταν 22,7% της συνολικής απασχόλησης (85.000 θέσεις εργασίας). Αυτό αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 4,0% το 2018, δηλαδή σε 88.500 θέσεις εργασίας και να μεγεθύνεται σε ποσοστό της τάξης του 2,9% ετησίως, ήτοι σε 118000 θέσεις εργασίας για το 2028 (29,1% της συνολικής απασχόλησης).

#### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Οι εξαγωγές επισκεπτών επέφεραν 2.731,3 εκατ. Ευρώ (3.100,9 εκατ. Δολαρίων ΗΠΑ), δηλαδή το 23,3% των συνολικών εξαγωγών το 2017. Το ποσοστό αυτό προβλέπεται να μεγεθυνθεί κατά 6,7% το 2018 και να μεγεθύνεται σε ποσοστό της τάξης του 4,0% ετησίως από 2018 έως το 2028, ήτοι σε 4.299,4 εκατ. (USD 4.881,1 εκατ.) το 2028, το 32,4% δηλαδή του συνόλου των εξαγωγών.

#### ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Οι επενδύσεις στον τομέα τουρισμού το 2017 ανήλθαν σε 374,8 εκατ. Ευρώ, ήτοι 12,0% της συνολικής επένδυσης (425,6 εκατ. USD). Εκτιμάται ότι θα μεγεθυνθούν κατά 6,5% το 2018 και ότι θα μεγεθύνονται σε ποσοστό της τάξης του 3,3% ετησίως κατά την επόμενη δεκαετία, θα αγγίξουν δηλαδή τα 552,3 εκατ. Ευρώ (6,2 δισ. USD) για το 2028, ποσοστό της τάξης του 13,2%.

Στο παρακάτω γράφημα απεικονίζεται η παγκόσμια κατάταξη της Κύπρου.

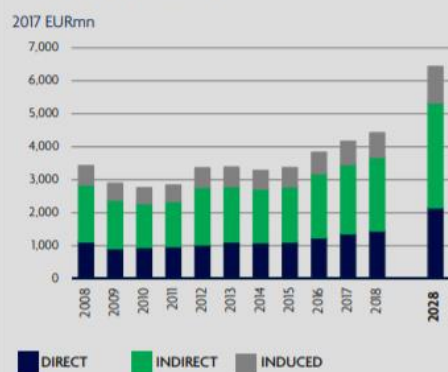
## ΓΡΑΦΗΜΑ 7

### WORLD RANKING (OUT OF 185 COUNTRIES):

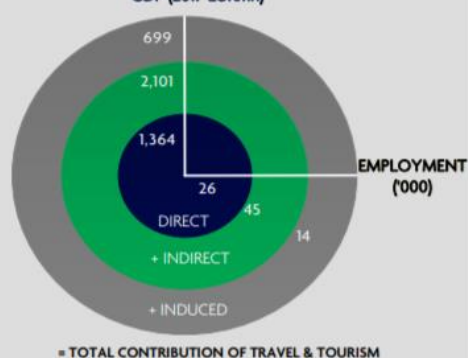
Relative importance of Travel & Tourism's total contribution to GDP



#### TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP



#### BREAKDOWN OF TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP AND EMPLOYMENT 2017



## ΠΙΝΑΚΑΣ 4

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP	2017 (US\$bn)
5 Italy	106.8
15 Turkey	32.0
<b>European Union Average</b>	23.8
<b>World Average</b>	<b>21.5</b>
25 Greece	16.2
38 Egypt	10.7
92 Cyprus	1.5

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP	2017 (US\$bn)
6 Italy	253.5
14 Turkey	98.4
<b>European Union Average</b>	63.8
<b>World Average</b>	<b>62.9</b>
29 Greece	39.7
45 Egypt	21.1
88 Cyprus	4.7

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT	2017 '000 jobs
13 Italy	1490.5
18 Egypt	1099.0
<b>World Average</b>	<b>937.5</b>
35 Turkey	461.8
36 Greece	459.0
<b>European Union Average</b>	424.6
137 Cyprus	26.1

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT	2017 '000 jobs
14 Italy	3394.7
21 Egypt	2425.4
<b>World Average</b>	<b>2341.0</b>
22 Turkey	2093.6
<b>European Union Average</b>	975.2
40 Greece	934.4
134 Cyprus	85.2

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT	2017 (US\$bn)
10 Turkey	20.5
17 Italy	11.6
<b>European Union Average</b>	6.3
<b>World Average</b>	<b>4.8</b>
40 Greece	3.6
42 Egypt	3.4
93 Cyprus	0.4

VISITOR EXPORTS	2017 (US\$bn)
7 Italy	44.9
13 Turkey	31.3
21 Greece	18.6
<b>World Average</b>	<b>8.1</b>
41 Egypt	8.0
67 Cyprus	3.1

## ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ:

### ΠΙΝΑΚΑΣ 5

CYPRUS	2017 USDm <sup>1</sup>	2017 % of total	2018 Growth <sup>2</sup>	USDm <sup>1</sup>	2028 % of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	1,548.1	7.3	6.5	2,438.7	9.7	4.0
Total contribution to GDP	4,727.2	22.3	6.2	7,300.4	29.0	3.8
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	26	6.9	1.5	34	8.4	2.6
Total contribution to employment <sup>4</sup>	85	22.7	4.0	118	29.1	2.9
Visitor exports	3,100.9	23.3	6.7	4,881.1	32.4	4.0
Domestic spending	301.8	1.4	3.8	425.5	1.7	3.1
Leisure spending	3,140.0	6.7	6.6	4,821.1	8.7	3.7
Business spending	262.6	0.6	5.2	485.6	0.9	5.8
Capital investment	425.6	12.0	6.5	627.0	13.2	3.3

<sup>1</sup>2017 constant prices & exchange rates; <sup>2</sup>2018 real growth adjusted for inflation (%); <sup>3</sup>2018-2028 annualised real growth adjusted for inflation (%); <sup>4</sup>1000 jobs

Από τον παραπάνω πίνακα προβλέψεων σύμφωνα με τον οργανισμό The World Travel & Tourism Council (*WTTC*) βλέπουμε ότι οι προβλέψεις είναι θετικές, αφού σε όλες τις μεταβλητές αναμένετε μεγέθυνση έως το 2018.

#### **3.3.2.1 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT, ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΚΥΠΡΟΥ**

##### Strengths

- Πολύ καλές συνθήκες του κλίματος (ήλιος για 300 ημέρες όλο το χρόνο και ένα υποτροπικό κλίμα).
- Προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών (για παράδειγμα πολύ καλά και βραβευμένα ξενοδοχεία με διεθνή αναγνώριση και εγκαταστάσεις υψηλών προδιαγραφών).
- Προώθηση νέων τουριστικών προϊόντων που σχετίζονται με τη θάλασσα και φιλικότερα.
- Πλούσιο Φυσικό και Πολιτιστικό Περιβάλλον.
- Σύντομες αποστάσεις μεταξύ των σημαντικότερων αξιοθέατων.

##### Opportunities

- Ο εμπλουτισμός του υπάρχοντος προϊόντος "ήλιος και θάλασσα" με εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

- Ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος με νέα στοιχεία τα οποία προσδίδουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (π.χ. θαλασσοθεραπεία, ιαματικές πηγές κλπ.).
- Ανάπτυξη του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ για τη διευκόλυνση της διείσδυσης σε νέες αγορές.
- Αύξηση του ενδιαφέροντος από τις αεροπορικές εταιρείες.
- Στρατηγική για τη μεταβολή του τουριστικού προφίλ.
- Ταμειακά διαθέσιμα τα οποία θα ενθαρρύνουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες.

### Weaknesses

- Αύξηση του μαζικού τουρισμού.
- Οι πιέσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού οδήγησαν σε εκτεταμένη οικοδομική κατασκευή κτιρίων κατά μήκος της ακτής, γεγονός το οποίο υποβάθμισε την οπτική και λειτουργική σχέση μεταξύ ακτής και ενδοχώρας.
- Η ανάπτυξη του τουρισμού συγκεντρώνεται στην παράκτια ζώνη όπου το ποσοστό των κλινών αγγίζει το 95% του συνόλου, με αποτέλεσμα την πίεση στο παράκτιο περιβάλλον.
- Έλλειψη επαρκούς χρηματοδότησης για την περαιτέρω βελτίωση των υπηρεσιών και την ανάπτυξη νέων προϊόντων τουρισμού.
- Ακριβός προορισμός.
- Μείωση της σχέσης ποιότητας-τιμής.
- Χαμηλή κερδοφορία.
- Εποχικότητα.
- Περιορισμένη ικανότητα του τραπεζικού συστήματος να χρηματοδοτεί τουριστικές δραστηριότητες.

### Threats

- Δυσκολία στην προσέλκυση νέων επενδύσεων.
- Γηραιές υποδομές η οποίες χρειάζονται αναβάθμιση.

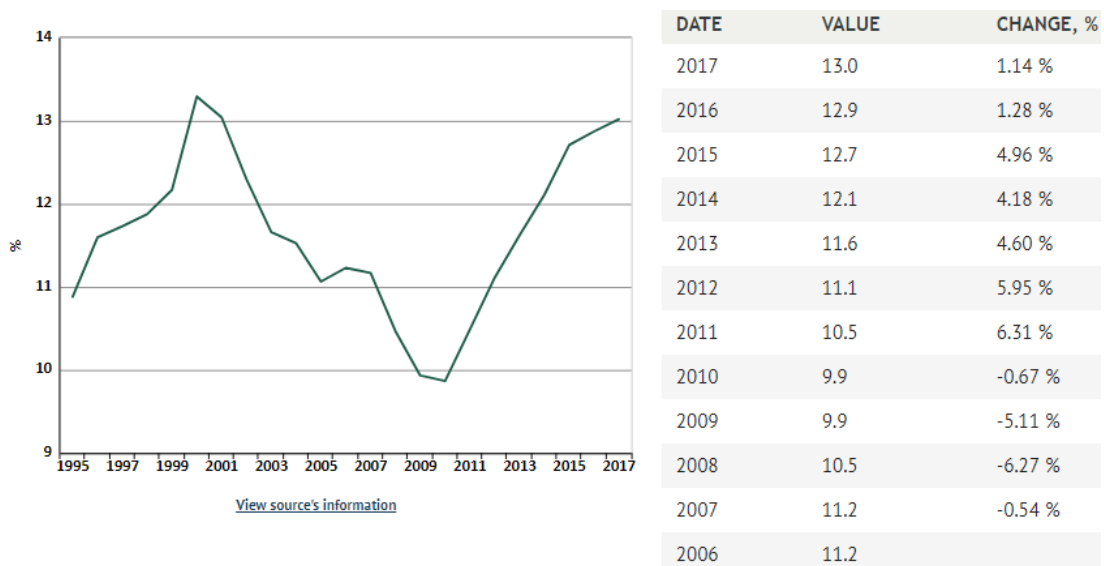
- Υπερσυγκέντρωση των οικονομικών δραστηριοτήτων στις παράκτιες περιοχές.
- Απώλεια παραγωγικών πόρων.
- Περιβαλλοντικές πιέσεις.
- Επιπλέον περιβαλλοντικές πιέσεις στα λιμνάζοντα νερά.

### 3.3.3 ΙΤΑΛΙΑ

Ο τουρισμός για την Ιταλία είναι ένας από τους κλάδους που συμβάλουν στην οικονομία της χώρας. Οι κλάδοι που συμβάλουν περισσότερο στην οικονομία της χώρας, είναι το εμπόριο χονδρικής και εμπόριο λιανικής, οι μεταφορές, οι υπηρεσίες, η βιομηχανία καθώς επίσης και η δημόσια διοίκηση, η εκπαίδευση και η υγεία. Από τον 21<sup>ο</sup> αιώνα η Ιταλία θεωρείται ένας από τους καλύτερους προορισμούς όπως αναφέρετε κατέχει την 6<sup>η</sup> θέση σύγκριση με 185 χώρες (WTTC).

Στη συνέχεια, και για την περίπτωση της Ιταλίας, παρουσιάζεται το διάγραμμα εκείνο, το οποίο αναφέρεται στον τουρισμό και τη συμβολή του, στη μεγέθυνση του ΑΕΠ, για την περίοδο 1995-2017.

**ΓΡΑΦΗΜΑ 8**



Όπως παρατηρούμε από τον παραπάνω πίνακα, οι τιμές συμβολής του τουρισμού στη μεγέθυνση του ΑΕΠ, δεν παρουσιάζουν κάποια αρνητική τιμή για τις δυο

τελευταίες δεκαετίες. Η μικρότερη τιμή που λαμβάνει είναι το 2009 και το 2010 και είναι 9.9. Από το 2010 και έπειτα παρατηρούμε έναν σταθερό ρυθμό μεγέθυνσης, ο οποίος εν τέλει το 2017, η προσεγγίζει το 13.0 με ποσοστό αύξησης ίσο 1.14%, σε σύγκριση με το έτος 2016 που είχε τιμή 12.9.

Σύμφωνα με το annual report Travel & Tourism economic impact 2018 Italy συλλέγηκαν τα εξής στοιχεία.

#### ΑΕΠ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η άμεση συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στο ΑΕΠ ανήλθε σε 94,1 δισ. Ευρώ, ήτοι 5,5% του συνολικού ΑΕΠ το 2017 και προβλέπεται να μεγεθυνθεί κατά 1,9% το 2018 και να μεγεθύνεται σταθερά κατά μέσο όρο σε ένα ποσοστό της τάξης του 1,9% ετησίως από το 2018-2028, δηλαδή 116,2 δισ. ευρώ (131,1 δισ. δολάρια ΗΠΑ), ή αλλιώς το 6,2% του συνολικού ΑΕΠ για το 2028.

#### ΑΕΠ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η συνολική συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στο ΑΕΠ ήταν 223,2 δισ. Ευρώ (235,5 δισ. Δολάρια ΗΠΑ), ήτοι το 13,0% του ΑΕΠ για το 2017 και ενδέχεται να μεγεθυνθεί κατά 1,8% το 2018 και μεγεθύνεται σταθερά κατά μέσο όρο σε ένα ποσοστό της τάξης του 1,7% ετησίως, δηλαδή σε 268,8 δισ. Ευρώ, ήτοι το 14,3% του ΑΕΠ για το 2028.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2017 ο τουρισμός απέφερε άμεσα 1.490.500 θέσεις εργασίας (6,5% της συνολικής απασχόλησης). Αυτό αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 1,3% το 2018 και μεγεθύνεται σταθερά κατά μέσο όρο σε ένα ποσοστό της τάξης του 1,7% ετησίως, δηλαδή 1,783,000 θέσεις εργασίας (7,5% της συνολικής απασχόλησης) για το 2028.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2017, η συνολική συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στην απασχόληση, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων εργασίας που έμμεσα υποστηρίζει ο κλάδος, ήταν



14,7% της συνολικής απασχόλησης (3,394,500 θέσεις εργασίας). Αυτό αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 1,4% το 2018, ήτοι σε 3,443,500 θέσεις εργασίας και μεγεθύνεται σταθερά κατά μέσο όρο σε ένα ποσοστό της τάξης του 1,3% ετησίως, κοινώς 3,924,000 θέσεις εργασίας για το 2028 (16,5% του συνόλου της απασχόλησης).

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Οι εξαγωγές επισκεπτών μεγεθύνθηκαν κατά 3,9% το 2018 και αναμένεται να μεγεθύνονται σταθερά κατά μέσο όρο σε ένα ποσοστό της τάξης του 3,3% ετησίως, από το 2018 έως το 2028, ήτοι 56,8 δισ. Ευρώ (USD 64.5 δισ.) για το 2028, δηλαδή το 8,5% του συνόλου.

### ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Οι επενδύσεις στον τομέα ταξιδιού και τουρισμού το 2017 ανήλθαν σε 10,2 δισ. Ευρώ, ήτοι 3,4% της συνολικής επένδυσης (11,6 δισ. Δολάρια ΗΠΑ). Ενδέχεται να μεγεθυνθούν κατά 4,2% το 2018 και να μεγεθύνονται σταθερά κατά μέσο όρο σε ένα ποσοστό της τάξης του 1,8% ετησίως τα επόμενα δέκα χρόνια, δηλαδή 12,7 δισ. Ευρώ για το 2028, ή αλλιώς το 3,8% των συνολικών επενδύσεων για το 2028.

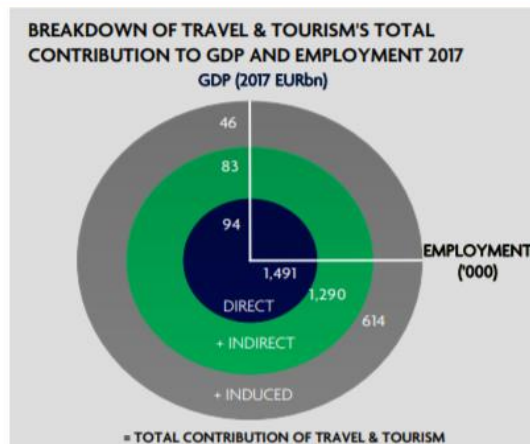
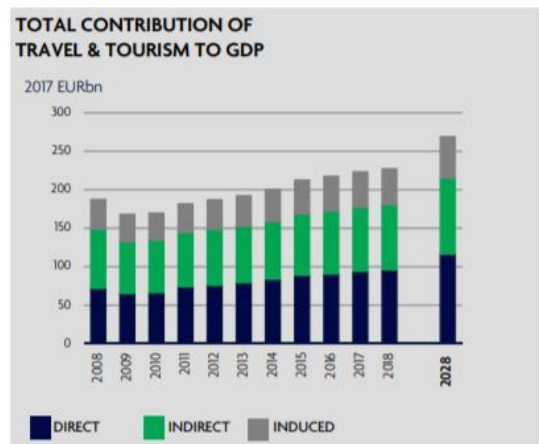
Στο παρακάτω γράφημα θα δούμε την παγκόσμια κατάταξη της Ιταλίας.

## ΓΡΑΦΗΜΑ 9

### WORLD RANKING (OUT OF 185 COUNTRIES):

Relative importance of Travel & Tourism's total contribution to GDP

<b>6</b> ABSOLUTE Size in 2017	<b>64</b> RELATIVE SIZE Contribution to GDP in 2017	<b>164</b> GROWTH 2018 forecast	<b>181</b> LONG-TERM GROWTH Forecast 2018-2028
--------------------------------------	-----------------------------------------------------------	---------------------------------------	------------------------------------------------------



## ΠΙΝΑΚΑΣ 6

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2017 (US\$bn)
5	Italy	106.8
15	Turkey	32.0
<b>European Union Average</b>		23.8
<b>World Average</b>		<b>21.5</b>
10	Spain	70.9
25	Greece	16.2
38	Egypt	10.7

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2017 (US\$bn)
6	Italy	253.5
9	Spain	196.2
14	Turkey	98.4
8	France	232.0
<b>European Union Average</b>		63.8
<b>World Average</b>		<b>62.9</b>
29	Greece	39.7
30	Portugal	38.0
45	Egypt	21.1

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 '000 jobs
13	Italy	1490.5
18	Egypt	1099.0
<b>World Average</b>		<b>937.5</b>
20	Spain	930.4
35	Turkey	461.8
36	Greece	459.0

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 '000 jobs
14	Italy	3394.7
17	Spain	2838.4
21	Egypt	2425.4
<b>World Average</b>		<b>2341.0</b>
22	Turkey	2093.6
<b>European Union Average</b>		975.2
40	Greece	934.4

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT		2017 (US\$bn)
9	Spain	20.9
10	Turkey	20.5
17	Italy	11.6
<b>European Union Average</b>		6.3
<b>World Average</b>		<b>4.8</b>
40	Greece	3.6
42	Egypt	3.4

VISITOR EXPORTS		2017 (US\$bn)
3	Spain	75.4
7	Italy	44.9
13	Turkey	31.3
21	Greece	18.6
<b>European Union Average</b>		16.2
<b>World Average</b>		<b>8.1</b>
41	Egypt	8.0

## ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ:

### ΠΙΝΑΚΑΣ 7

ITALY	2017 USDbn <sup>1</sup>	2017 % of total	2018 Growth <sup>2</sup>	USDbn <sup>1</sup>	2028 % of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	106.8	5.5	1.9	131.9	6.2	1.9
Total contribution to GDP	253.5	13.0	1.8	305.2	14.3	1.7
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	1,491	6.5	1.3	1,783	7.5	1.7
Total contribution to employment <sup>4</sup>	3,395	14.7	1.4	3,924	16.5	1.3
Visitor exports	44.9	7.4	3.9	64.5	8.5	3.3
Domestic spending	149.0	7.7	1.2	175.2	8.2	1.5
Leisure spending	154.9	4.3	1.4	194.6	5.0	2.2
Business spending	39.0	1.1	3.7	45.1	1.2	1.1
Capital investment	11.6	3.4	4.2	14.4	3.8	1.8

Από τον παραπάνω πίνακα προβλέψεων σύμφωνα με τον οργανισμό The World Travel & Tourism Council (WTTC) αναμένετε αύξηση στις μεταβλητές μας για το 2018 εκτός από την μεταβλητή της απασχόλησης, όσον αφορά τη συνολική συμμετοχή.

#### **3.3.3.1 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT, ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΙΤΑΛΙΑΣ**

##### Strengths

- Πολύ καλές κλιματικές συνθήκες.
- Ιστορία, τέχνη, πολιτισμός και θρησκευτικός πολιτισμός.
- Παραθαλάσσιος τουρισμός.
- Ορεινός τουρισμός.
- Ιαματικές πηγές:

##### Weaknesses

- Ακριβός προορισμός.
- Μείωση της σχέσης ποιότητας και τιμής.
- Εποχικότητα.

### Opportunities

- Η ενίσχυση του υπάρχοντος τουριστικού προϊόντος "ήλιος και θάλασσα" με εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- Ανάπτυξη του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ για τη διευκόλυνση της διείσδυσης σε νέες αγορές.
- Ταμείακα διαθέσιμα που θα ενθαρρύνουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες.

### Threats

- Απώλεια παραγωγικών πόρων.
- Οικολογικές πιέσεις.

### **3.3.4 ΙΣΠΑΝΙΑ**

Ο τουρισμός στην Ισπανία είναι ο τρίτος σημαντικός συντελεστής στην εθνική οικονομία της χώρας, μετά τη βιομηχανία, τον επιχειρηματικό και τον τραπεζικό κλάδο, συμβάλλοντας περίπου στο 10-11% του ΑΕΠ της. Από τη δεκαετία του 1960 μέχρι και τη δεκαετία του 1970 η χώρα υπήρξε ένας δημοφιλής προορισμός για καλοκαιρινές διακοπές, έχοντας μεγάλο αριθμό επισκεπτών από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ιταλία, και τις Ηνωμένες Πολιτείες. Ως εκ τούτου, η τουριστική βιομηχανία της Ισπανίας είναι η δεύτερη μεγαλύτερη στον κόσμο. Το 2017, η Ισπανία ήταν η δεύτερη χώρα με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στον κόσμο, καταγράφοντας 82 εκατομμύρια τουρίστες. Η Ισπανία κατατάσσεται πρώτη στις 136 χώρες, στον Δευτερεύοντα Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Ταξιδιών και Τουρισμού, όπως δημοσιεύθηκε από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ το 2017, ταιριάζοντας με την κορυφαία θέση που έχει ήδη επιτευχθεί το 2015. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού έχει την έδρα του στη Μαδρίτη.

Στη συνέχεια, και για την περίπτωση της Ισπανίας, παρουσιάζεται το διάγραμμα εκείνο, το οποίο αναφέρεται στον τουρισμό και τη συμβολή του, στη μεγέθυνση του ΑΕΠ, για την περίοδο 1995-2017.

## ΓΡΑΦΗΜΑ 10



DATE	VALUE	CHANGE, %
2017	14.9	2.56 %
2016	14.5	2.80 %
2015	14.1	0.24 %
2014	14.1	1.75 %
2013	13.8	0.47 %
2012	13.8	1.52 %
2011	13.5	2.14 %
2010	13.3	-2.34 %
2009	13.6	-3.09 %
2008	14.0	2.40 %
2007	13.7	-2.09 %
2006	14.0	

Όπως προαναφέραμε, η Ισπανία θεωρείται ένας από τους κορυφαίους προορισμούς στον κόσμο και όπως προαναφέρθηκε επίσης, ήταν πρώτη για τα έτη 2015 και 2017 σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ. Αυτό επιβεβαιώνεται και από τις υψηλές τιμές που κατέχει η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας. Παρατηρούμε ότι η μικρότερη τιμή που είχε ήταν για το έτος 2010 και ήταν ίση με 13.3, ενώ η μέγιστη τιμή ήταν το έτος 2017 που αγγίζει το 14.9 με μια μεγέθυνση της τάξης του 2.56%, σε σύγκριση με το έτος 2016 που η τιμή ήταν 14.5.

Σύμφωνα με το annual report Travel & Tourism economic impact 2018 Spain καταφέραμε να συλλέξουμε τα εξής στοιχεία που θα αναφερθούν παρακάτω.

### ΑΕΠ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η άμεση συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στο ΑΕΠ ανήλθε σε 62,4 δισ. Ευρώ, ήτοι 5,4% του συνολικού ΑΕΠ το 2017 και ενδέχεται να μεγεθυνθεί κατά 3,2% το 2018 και να μεγεθύνεται σταθερά κατά 2,6% ετησίως από το 2018 έως το 2028, ήτοι 83,0 δισ. ευρώ (94,1 δισ. δολάρια ΗΠΑ), ή αλλιώς το 6,1% του συνολικού ΑΕΠ για το 2028.

### ΑΕΠ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η συνολική συμμετοχή του ταξιδιού και του τουρισμού στο ΑΕΠ ήταν 172,9 δισ. Ευρώ (196,2 δισ. Δολάρια ΗΠΑ), ήτοι το 14,9% του ΑΕΠ για το 2017 και ενδέχεται να αυξηθεί κατά 2,9% για το 2018 και να μεγεθύνεται σταθερά κατά 2,3% ετησίως, ένα ποσό της τάξης των 224,3 δισ. Ευρώ, δηλαδή το 16,4% του ΑΕΠ το 2028.

### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2017 το Travel & Tourism υποστήριξε άμεσα 930.500 θέσεις εργασίας (το 4,9% της συνολικής απασχόλησης). Αυτό αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 2,0% το 2018 και να μεγεθύνεται σταθερά σε ένα ποσοστό της τάξης του 2,0% ετησίως, ήτοι σε 1,154,000 θέσεις εργασίας (το 5,8% της συνολικής απασχόλησης) για το 2028.

### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2017, η συνολική συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στην απασχόληση, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων εργασίας που έμμεσα υποστηρίζει ο κλάδος, ήταν 15,1% της συνολικής απασχόλησης (2,838,500 θέσεις εργασίας). Αυτό αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 1,7% το 2018, δηλαδή 2,887,500 θέσεις εργασίας και να μεγεθύνεται σταθερά σε ένα ποσοστό της τάξης του 1,5% ετησίως, κοινώς 3,342,000 θέσεις εργασίας για το 2028 (16,9% του συνόλου της απασχόλησης).

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Οι εξαγωγές επισκεπτών επέφεραν 66,5 δισ. Ευρώ, ήτοι το 16,4% του συνόλου των εξαγωγών για το 2017. Αυτό ενδέχεται να μεγεθυνθεί κατά 3,7% για το 2018 και να μεγεθύνεται σταθερά σε ένα ποσοστό της τάξης του 3,6% ετησίως από το 2018 έως το 2028, ήτοι 98,0 δισ. Ευρώ για το 2028, ή αλλιώς το 16,6% του συνόλου.

### ΕΠΕΝΔΥΣΗ

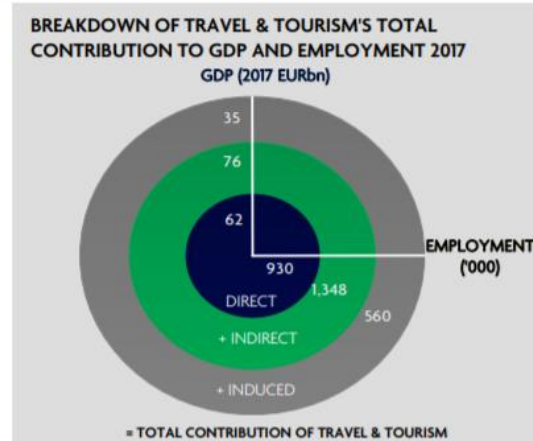
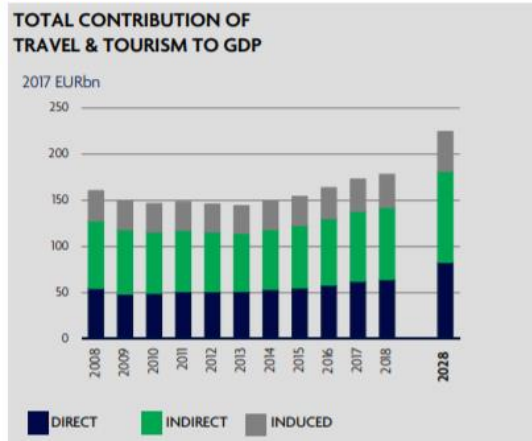
Οι επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού το 2017 ανήλθαν σε 18,4 δισ. Ευρώ, ήτοι το 7,7% της συνολικής επένδυσης (20,9 δισ. Δολάρια ΗΠΑ). Ενδέχεται να μεγεθυνθούν κατά 3,9% για το 2018 και να μεγεθύνονται σταθερά σε ένα ποσοστό της τάξης του

3,3% ετησίως κατά την επόμενη δεκαετία, δηλαδή ένα ποσό των 26,5 δισ. Ευρώ για το 2028, ή αλλιώς το 9,1% του συνόλου των επενδύσεων.

## ΓΡΑΦΗΜΑ 11

### WORLD RANKING (OUT OF 185 COUNTRIES):

Relative importance of Travel & Tourism's total contribution to GDP



## ΠΙΝΑΚΑΣ 8

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2017 (US\$bn)
5	Italy	106.8
10	Spain	70.9
15	Turkey	32.0
<b>European Union Average</b>		23.8
<b>World Average</b>		<b>21.5</b>
25	Greece	16.2

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2017 (US\$bn)
6	Italy	253.5
9	Spain	196.2
14	Turkey	98.4
<b>European Union Average</b>		63.8
<b>World Average</b>		<b>62.9</b>
29	Greece	39.7

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 '000 jobs
13	Italy	1490.5
<b>World Average</b>		<b>937.5</b>
20	Spain	930.4
35	Turkey	461.8
36	Greece	459.0

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 '000 jobs
14	Italy	3394.7
17	Spain	2838.4
<b>World Average</b>		<b>2341.0</b>
22	Turkey	2093.6
<b>European Union Average</b>		975.2
40	Greece	934.4

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT		2017 (US\$bn)
9	Spain	20.9
10	Turkey	20.5
17	Italy	11.6
<b>European Union Average</b>		6.3
<b>World Average</b>		<b>4.8</b>
40	Greece	3.6

VISITOR EXPORTS		2017 (US\$bn)
3	Spain	75.4
7	Italy	44.9
13	Turkey	31.3
21	Greece	18.6

## ΠΙΝΑΚΑΣ 9

### ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ:

SPAIN	2017 USDbn <sup>1</sup>	2017 % of total	2018 Growth <sup>2</sup>	USDbn <sup>1</sup>	2028 % of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	70.9	5.4	3.2	94.1	6.1	2.6
Total contribution to GDP	196.2	14.9	2.9	254.6	16.4	2.3
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	930	4.9	2.0	1,154	5.8	2.0
Total contribution to employment <sup>4</sup>	2,838	15.1	1.7	3,342	16.9	1.5
Visitor exports	75.4	16.4	3.7	111.2	16.6	3.6
Domestic spending	59.4	4.5	2.3	67.9	4.4	1.1
Leisure spending	119.0	4.7	3.1	159.7	5.3	2.7
Business spending	15.7	0.6	2.7	19.3	0.7	1.8
Capital investment	20.9	7.7	3.9	30.1	9.1	3.3

<sup>1</sup>2017 constant prices & exchange rates; <sup>2</sup>2018 real growth adjusted for inflation (%); <sup>3</sup>2018-2028 annualised real growth adjusted for inflation (%); <sup>4</sup>'000 jobs

Από τον παραπάνω πίνακα προβλέψεων σύμφωνα με τον οργανισμό The World Travel & Tourism Council (WTTC) αναμένουμε θετικές εξελίξεις για την Ισπανία, αφού σε όλες τις μεταβλητές αναμένετε μεγέθυνση έως το 2018.

### **3.3.4.1 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT, ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΙΣΠΑΝΙΑΣ**

#### Strengths

- Πολύ καλές κλιματικές συνθήκες.
- Ιστορία, τέχνη.
- Φθηνός προορισμός.

#### Opportunities

- Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- Ανάπτυξη του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ για τη διευκόλυνση της διείσδυσης σε νέες αγορές.
- Ταμειακά διαθέσιμα, τα οποία θα ενθαρρύνουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες.



### Weaknesses

- Μείωση της σχέσης ποιότητας και τιμής.
- Εποχικότητα.

### Threats

- Απώλεια παραγωγικών πόρων.
- Οικολογικές πιέσεις.
- Αύξηση του τουριστικού ανταγωνισμού.
- Γραφειοκρατικά εμπόδια.

### **3.3.5 ΑΙΓΥΠΤΟΣ**

Ο τουρισμός είναι μια εκ των κυριότερων πηγών εισοδήματος, που είναι ζωτικής σημασίας για την οικονομία της Αιγύπτου. Το 2010, ο κλάδος απασχολούσε περίπου το 12% του εργατικού δυναμικού της Αιγύπτου, εξυπηρετώντας σχεδόν 14,7 εκατομμύρια επισκέπτες και παρέχοντας έσοδα της τάξης των 12,5 δισεκατομμυρίων δολαρίων, συνεισφέροντας κατά αυτό τον τρόπο σε ένα ποσό μεγαλύτερο του 11% του ΑΕΠ.

Έπειτα, και για την περίπτωση της Αιγύπτου, παρουσιάζεται το διάγραμμα εκείνο, το οποίο αναφέρεται στον τουρισμό και τη συμβολή του, στη μεγέθυνση του ΑΕΠ, για την περίοδο 1995-2017.

## ΓΡΑΦΗΜΑ 12



DATE	VALUE	CHANGE, %
2017	11.0	50.42 %
2016	7.3	-15.91 %
2015	8.7	-4.97 %
2014	9.1	-0.35 %
2013	9.2	-23.02 %
2012	11.9	-6.72 %
2011	12.8	-23.55 %
2010	16.7	-2.36 %
2009	17.1	-9.74 %
2008	19.0	-2.86 %
2007	19.5	2.70 %
2006	19.0	

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι η μέγιστη τιμή είναι το 19.0 που αναγράφεται κατά τα έτη 2006 και 2008. Το διάστημα 2013 έως 2016 παρατηρείται μια απότομη μείωση στην τιμή που συνεισφέρει ο τουρισμός στο ΑΕΠ. Έντονη είναι η βελτίωση της τιμής για το έτος 2017 αφού αγγίζει το 11.0 με μια μεγέθυνση της τάξεως του 50.42%, σε σύγκριση με το έτος 2016 όπου η τιμή ήταν 7.3.

Σύμφωνα με το annual report Travel & Tourism economic impact 2018 Egypt συλλέγηκαν τα στοιχεία που θα αναφερθούν παρακάτω.

### ΑΕΠ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η άμεση συμβολή του ταξιδιού και του τουρισμού στο ΑΕΠ ανήλθε στο ποσό των EGP190.3 δισ. (10,7 δισ. Δολάρια), ήτοι το 5,6% του συνολικού ΑΕΠ για το 2017 και ενδέχεται να μεγεθυνθεί κατά 3,2% το 2018 και να μεγεθύνεται σταθερά κατά 4,0% ετησίως από το 2018 έως το 2028, δηλαδή EGP289.7 δισ. (16,3 δισ. USD), το 5,3% του συνολικού ΑΕΠ για το 2028.

### ΑΕΠ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Η συνολική συμβολή του ταξιδιού και τουρισμού στο ΑΕΠ ανήλθε σε 374,6 δισ. EGP (21,1 δισ. Δολάρια ΗΠΑ), το 11,0% του ΑΕΠ για το 2017 και ενδέχεται να

μεγεθυνθεί κατά 3,8% για το 2018 και να μεγεθύνεται σταθερά κατά 4,5% ετησίως, δηλαδή EGP 601,9 δισ., το 11,1% του ΑΕΠ για το 2028.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2017 ο τουρισμός υποστήριξε άμεσα 1.099.000 θέσεις εργασίας (3,9% της συνολικής απασχόλησης). Αυτό αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 4,0% για το 2018 και να σταθερά κατά 1,9% ετησίως, ήτοι 1,383,000 θέσεις εργασίας (3,9% της συνολικής απασχόλησης) για το 2028.

#### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 2017, η συνολική συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων εργασίας που υποστηρίζει έμμεσα η βιομηχανία τουρισμού, ήταν 8,5% της συνολικής απασχόλησης (2,425,500 θέσεις εργασίας). Αυτό αναμένεται να μεγεθυνθεί κατά 4,7% το 2018, κοινώς 2.539.500 θέσεις εργασίας και να μεγεθύνεται σταθερά κατά 2,3% ετησίως, δηλαδή 3.199.000 θέσεις εργασίας για το 2028 (8,9% του συνόλου της απασχόλησης).

#### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Οι εξαγωγές επισκεπτών επέφεραν EGP 141.7 δισ. (USD 8.0 δισ.), το 31,6% των συνολικών εξαγωγών για το 2017. Αυτό ενδέχεται να μεγεθυνθεί κατά 4,1% για το 2018 και να μεγεθύνεται σταθερά κατά 3,8% ετησίως από το 2018 έως το 2028, κοινώς EGP 214,1 δισ. (USD 12.0 δισ.) για το 2028, το 24,5% του συνόλου.

#### ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Οι επενδύσεις στον τομέα τουρισμού το 2017 ήταν EGP 59.6 δισ., ήτοι το 11,4% της συνολικής επένδυσης (USD 3,4 δισ.). Ενδέχεται να μεγεθυνθούν κατά 6,8% για το 2018 και να μεγεθύνονται σταθερά κατά 5,9% ετησίως κατά την επόμενη δεκαετία στο ποσό των 11,3 δισεκατομμυρίων δολαρίων EGP (6,4 δισεκατομμύρια δολάρια) για το 2028, το 11,4% του συνόλου των επενδύσεων.

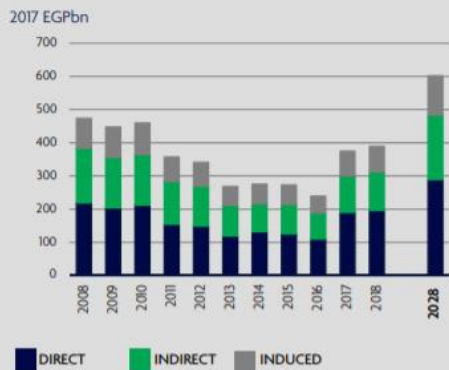
## ΓΡΑΦΗΜΑ 13

### WORLD RANKING (OUT OF 185 COUNTRIES):

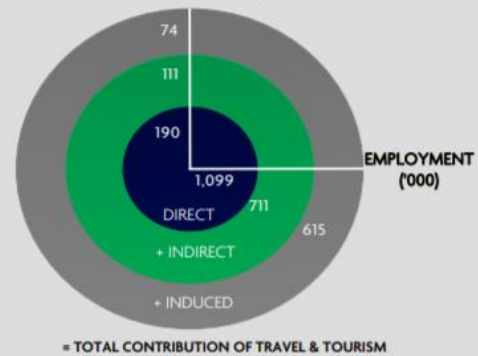
Relative importance of Travel & Tourism's total contribution to GDP



#### TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP



#### BREAKDOWN OF TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP AND EMPLOYMENT 2017



## ΠΙΝΑΚΑΣ 10

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2017 (US\$bn)
5	Italy	106.8
15	Turkey	32.0
	<b>World Average</b>	<b>21.5</b>
25	Greece	16.2
38	Egypt	10.7

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2017 (US\$bn)
6	Italy	253.5
14	Turkey	98.4
	<b>World Average</b>	<b>62.9</b>
29	Greece	39.7
45	Egypt	21.1

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 '000 jobs
13	Italy	1490.5
18	Egypt	1099.0
	<b>World Average</b>	<b>937.5</b>
	<b>North Africa Average</b>	<b>501.5</b>
35	Turkey	461.8
36	Greece	459.0

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 '000 jobs
14	Italy	3394.7
21	Egypt	2425.4
	<b>World Average</b>	<b>2341.0</b>
22	Turkey	2093.6
	<b>North Africa Average</b>	<b>1113.3</b>
40	Greece	934.4

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT		2017 (US\$bn)
10	Turkey	20.5
17	Italy	11.6
	<b>World Average</b>	<b>4.8</b>
40	Greece	3.6
42	Egypt	3.4

VISITOR EXPORTS		2017 (US\$bn)
7	Italy	44.9
13	Turkey	31.3
21	Greece	18.6
	<b>World Average</b>	<b>8.1</b>
41	Egypt	8.0

## ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ:

### ΠΙΝΑΚΑΣ 11

EGYPT	2017 USDbn <sup>1</sup>	2017 % of total	2018 Growth <sup>2</sup>	USDbn <sup>1</sup>	2028 % of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	10.7	5.6	3.2	16.3	5.3	4.0
Total contribution to GDP	21.1	11.0	3.8	33.9	11.1	4.5
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	1,099	3.9	4.0	1,383	3.9	1.9
Total contribution to employment <sup>4</sup>	2,425	8.5	4.7	3,199	8.9	2.3
Visitor exports	8.0	31.6	4.1	12.0	24.5	3.8
Domestic spending	7.4	3.8	2.5	11.3	3.7	4.1
Leisure spending	13.4	4.8	3.3	20.3	4.6	3.9
Business spending	1.9	0.7	3.7	3.0	0.7	4.5
Capital investment	3.4	11.4	6.8	6.4	11.4	5.9

<sup>1</sup>2017 constant prices & exchange rates <sup>2</sup>2018 real growth adjusted for inflation P03 <sup>3</sup>2018-2028 annualised real growth adjusted for inflation P03 <sup>4</sup>1000 jobs

Από τον παραπάνω πίνακα προβλέψεων σύμφωνα με τον οργανισμό The World Travel & Tourism Council (WTTC), αναμένουμε θετικές αλλά και αρνητικές εξελίξεις, σε όλες τις μεταβλητές έως το 2018.

#### 3.3.5.1 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT, ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΙΓΥΠΤΟΥ

##### Strengths

- Η ύπαρξη Περιφερειακών Συμβουλίων Τουρισμού (προώθηση της ανάπτυξης νέων προϊόντων).
- Η ύπαρξη εθνικών εταιρειών που δρομολογούν κρουαζιέρες.
- Πολλά αξιοθέατα στην ξηρά.

##### Opportunities

- Κατασκευή έργων ύδρευσης (λιμάνι, μαρίνες).
- Τα κίνητρα για συμμετοχή σε διαφόρων ειδών δραστηριότητες εκπίπτουν ειδικότερα από τον παράκτιο και το θαλάσσιο τουρισμό.
- Στρατηγική για την προώθηση νέων προϊόντων.

### Weaknesses

- Η αντίληψη της χαμηλής εικόνας για την τουριστική εκπαίδευση των Αιγυπτίων.
- Δυσχέρειες κατά την εφαρμογή σχετικών κανονισμών για την Ολοκληρωμένη τοπική ανάπτυξη.
- Δεν υπάρχουν εθνικές δυνατότητες χρηματοδότησης και αυτό δημιουργεί δυσκολίες στα περιφερειακά συμβούλια για την εφαρμογή στρατηγικών, κυρίως λόγω περιορισμένης χρηματοδότησης.

### Threats

- Περιορισμένοι οικονομικοί πόροι για την έρευνα στον παράκτιο και θαλάσσιο τουρισμό.
- Ανταγωνισμός από την εμφάνιση προορισμών εκτός ΕΕ (π.χ. Τουρκία).
- Εξάρτηση από ταξιδιωτικά πρακτορεία.
- Εξαφάνιση της φιλοξενίας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

#### **4.1 ΔΕΙΓΜΑ**

Στην έρευνα συμμετείχαν 82 άτομα ανεξαρτήτου ηλικίας, τα όποια αξίζει να αναφέρουμε πως είτε είχαν σπουδάξει πάνω στον κλάδο των τουριστικών, είτε όχι και βάση της εμπειρίας τους μπορούσαν να προσδιορίσουν με ευκολία τους παράγοντες του τουρισμού, που επιδρούν θετικά ή αρνητικά, βάση της απομακρυσμένης περιοχής.

Με την βοήθεια ενός online ερωτηματολόγιου που δημιουργήσαμε, καταφέραμε να συλλέξουμε ένα δείγμα 82 απαντημένων ερωτηματολογίων, σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα, υποδηλώνοντας έτσι το ενδιαφέρον των ερωτώμενων για την έρευνα. Από τα 82 άτομα τα 53 άτομα ήταν γυναίκες, ποσοστό το οποίο αντιστοιχεί στο 64,63%, ενώ τα υπόλοιπα 29 άτομα ήταν άνδρες, κάτι το οποίο αντιστοιχεί στο 35,37% του δείγματος, έχοντας μέσο όρο εμπειρίας έως 5 και έτη.

#### **4.2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΥΛΙΚΟΥ**

Η έρευνα διεξήχθη από τον Οκτώβριο του 2018, έως το Ιανουάριο του 2019, σε ανθρώπινο δυναμικό, που είτε έχουν γνώσεις τριτοβάθμιας εκπαίδευσης είτε όχι. Αρχικά, ενημερώθηκαν μέσω της διαδικασίας «από στόμα σε στόμα», από οικογενειακούς φίλους, οι οποίοι εργάζονταν ήδη στον τουριστικό τομέα.

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε διαθέτει 17 ερωτήσεις στο σύνολο του και εκτός από τις ήδη γνωστές κλίμακες, συμπεριελάμβανε και κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά. Αναλυτικά το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο τέλος της πτυχιακής εργασίας και συγκεκριμένα στο κομμάτι του Appendix.

### **4.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ**

Για την γρήγορη ανάλυση ποσοτικών δεδομένων χρησιμοποιούνται διάφορα στατιστικά προγράμματα, από τα όποια το πιο εύχρηστο και διαδεδομένο είναι το στατιστικό πακέτο SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Η ανάλυση των δεδομένων που συγκεντρώσαμε από την συλλογή των ερωτηματολόγιων, έγινε με την βοήθεια του στατιστικού πακέτου SPSS version 25. Πραγματοποιήθηκε μονομεταβλητή ανάλυση με την χρήση περιγραφικής στατιστικής (μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις).



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Όπως προαναφέραμε, η μελέτη που πραγματοποιήθηκε έγινε με την βοήθεια του στατιστικού πακέτου SPSS version 25. Πραγματοποιήθηκε μονομεταβλητή ανάλυση με την χρήση περιγραφικής στατιστικής (μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις) και παρακάτω φαίνονται αναλυτικά τα αποτελέσματα της προσπάθειας αυτής.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 12

##### 1.Φύλο

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Άνδρας	29	33,7	33,7	38,4
Γυναίκα	53	61,6	61,6	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Όσον αφορά το φύλο παρατηρούμε ότι από τα 82 άτομα που απάντησαν το ερωτηματολόγιο, τα 53 άτομα ήταν γυναίκες που αντιστοιχεί στο 61,6% ενώ τα υπόλοιπα 29 άτομα ήταν άνδρες που αντιστοιχεί 38,4%.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 13

##### 2.Ηλικία

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	4,7	4,7	4,7
18 - 24	32	37,2	37,2	41,9
25 – 31	24	27,9	27,9	69,8

32 – 38	16	18,6	18,6	88,4
39 – 45	7	8,1	8,1	96,5
45 και άνω	3	3,5	3,5	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Για την καλύτερη ερμηνεία των αποτελεσμάτων, θεωρήσαμε χρήσιμο η ηλικία να χωριστεί σε 5 κλάσεις για να είμαστε σε θέση να διακρίνουμε ποιες ηλικίες απασχολούνται στον τουριστικό κλάδο πιο έντονα. Βάση των αποτελεσμάτων διακρίνουμε ότι οι «πιο» μικρές ηλικίες ανταποκρίνονται περισσότερο στον τομέα του τουρισμού, αφού οι κλάσεις 18-24 και 25-31 έχουν την μεγαλύτερη συχνότητα.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 14

### **3. Έχετε πραγματοποιήσει σπουδές διοίκησης επιχειρήσεων ή τουριστικών επιχειρήσεων;**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	4,7	4,7	4,7
Ναι	36	41,9	41,9	46,5
Όχι	46	53,5	53,5	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι τα περισσότερα άτομα που απασχολούνται σε τουριστικές επιχειρήσεις δεν κατέχουν κάποια εξειδίκευση στον τομέα.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 15

#### **4.Αν απαντήσατε ναι στην παραπάνω ερώτηση τότε σε τι είδος τουριστικής επιχείρησης έχετε εργαστεί;**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	44	51,2	51,2	51,2
Γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων/ μοτοσυκλετών	5	5,8	5,8	57,0
Εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής	2	2,3	2,3	59,3
Τουριστικά γραφεία	8	9,3	9,3	68,6
Τουριστικά καταλύματα	8	9,3	9,3	77,9
Τουριστικές Επιχειρήσεις εστίασης	19	22,1	22,1	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Στην ερώτηση αν έχουν εργαστεί σε τουριστικές επιχειρήσεις, το μεγαλύτερο ποσοστό έχει εργαστεί σε επιχειρήσεις εστίασης, ενώ αντιθέτως λιγότερα είναι τα άτομα που έχουν εργαστεί σε εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 16

#### **5.Χρόνια ενασχόλησης με τον τουριστικό τομέα.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	4,7	4,7	4,7
12 – 16	5	5,8	5,8	10,5
21 και άνω	3	3,5	3,5	14,0
6 - 11	19	22,1	22,1	36,0
Έως 5	55	64,0	64,0	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Όσον αναφορά τη χρόνια εμπειρία που διαθέτουν τα άτομα πάνω στον τουριστικό τομέα, η μέγιστη τιμή είναι έως 5 χρόνια, ενώ αντιθέτως η ελάχιστη είναι 3 και αντιστοιχεί σε χρόνια εμπειρία 21 και άνω.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 17

#### **6. Ποια από τις παρακάτω χώρες θεωρείτε ότι «απειλεί» περισσότερο τον τουρισμό στην Ελλάδα;**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	4,7	4,7	4,7
Αίγυπτος	3	3,5	3,5	8,1
Ισπανία	16	18,6	18,6	26,7
Ιταλία	26	30,2	30,2	57,0
Κύπρος	14	16,3	16,3	73,3
Τουρκία	23	26,7	26,7	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Σύμφωνα με το δείγμα η χώρα που απειλεί περισσότερο τον ελληνικό τουρισμό είναι η Ιταλία, ενώ αντιθέτως ελάχιστη απειλή λαμβάνουμε από την Αίγυπτο.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 18

#### **7. Η θέση της Ελλάδας είναι ευνοϊκή για την συνεχόμενη ανάπτυξη του τουρισμού.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3,5	3,7	3,7
	2	4	4,7	4,9	8,5
	3	17	19,8	20,7	29,3

	4	23	26,7	28,0	57,3
	5	35	40,7	42,7	100,0
	Total	82	95,3	100,0	
Missing	System	4	4,7		
Total		86	100,0		

Η θέση της Ελλάδος σύμφωνα με το δείγμα θεωρείται ευνοϊκή για τη μελλοντική ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς οι περισσότερες απαντήσεις συμφωνούν απολυτά.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 19

#### **8.Οι περιοχές στα παράλια της Τουρκίας αυξάνουν τον τουριστικό ανταγωνισμό λόγω προβολής όμοιων τουριστικών περιοχών.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5,8	6,1	6,1
	2	9	10,5	11,0	17,1
	3	32	37,2	39,0	56,1
	4	28	32,6	34,1	90,2
	5	8	9,3	9,8	100,0
	Total	82	100	100,0	
Total		82	100,0		

Όταν ερωτήθηκαν, αν οι τουριστικές περιοχές της Τουρκίας αυξάνουν τον τουριστικό ανταγωνισμό, για τον λόγο ότι προβάλλουν πανομοιότυπα τουριστικά ενδιαφέροντα, οι απαντήσεις ήταν μεταξύ στο συμφωνούν και στο ότι ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 20

### 9.Ο διεθνής τουρισμός είναι ευάλωτος τόσο στις αναταράξεις της διεθνούς πολιτικής σκηνής.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4,7	4,9	4,9
	2	11	12,8	13,6	18,5
	3	34	39,5	42,0	60,5
	4	19	22,1	23,5	84,0
	5	13	15,1	16,0	100,0
	Total		81	94,2	100,0
Missing	System	5	5,8		
Total		86	100,0		

Στην ερώτηση αν η διεθνής πολιτική έχει τη δύναμη να επηρεάσει το διεθνή τουρισμό είτε θετικά είτε αρνητικά, το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε ότι δεν πιστεύει ότι, μια πολιτική κίνηση δεν μπορεί να επηρεάσει θετικά ή αρνητικά τον τουρισμό.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 21

### 10.Οι τρομοκρατικές επιθέσεις στην Τουρκία (Κωνσταντινούπολη) αυξάνουν την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4,7	4,9	4,9
	2	17	19,8	20,7	25,6
	3	26	30,2	31,7	57,3
	4	18	20,9	22,0	79,3
	5	17	19,8	20,7	100,0
	Total		82	95,3	100,0

Missing	System	4	4,7		
Total		86	100,0		

Ενδιαφέρον προκαλούν επίσης οι απαντήσεις που λάβαμε στην ερώτηση αν οι τρομοκρατικές επιθέσεις είναι σε θέση να επηρεάσουν αρνητικά τον Τούρκικό τουρισμό, εν αντιθέσει με το αν αυξήσουν θετικά τον Ελληνικό τουρισμό. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων απάντησαν ότι δεν επηρεάζει ούτε θετικά ούτε αρνητικά τον Ελληνικό τουρισμό.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 22

### **11.Η Ελλάδα διατηρεί τη θέση της ανάμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου (Ισπανία - Ιταλία).**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2,3	2,4	2,4
	2	6	7,0	7,3	9,8
	3	26	30,2	31,7	41,5
	4	34	39,5	41,5	82,9
	5	14	16,3	17,1	100,0
	Total	82	95,3	100,0	
Missing	System	4	4,7		
Total		86	100,0		

Όταν το πλήθος ρωτήθηκε αν η Ελλάδα είναι σε θέση να διατηρήσει τον ανταγωνισμό μεταξύ των χωρών της Μεσογείου (Ισπανία – Ιταλία), οι απαντήσεις που λάβαμε ήταν άκρως θετικές, καθώς το 58,6% θεωρεί ότι συμφωνεί με το παραπάνω.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 23

#### **12. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι ακριβότερο σε σχέση με τις γειτονικές χώρες;**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2,3	2,4	2,4
	2	8	9,3	9,8	12,2
	3	31	36,0	37,8	50,0
	4	22	25,6	26,8	76,8
	5	19	22,1	23,2	100,0
	Total	82	100	100,0	
Total		82	100,0		

Στην ερώτηση αν το ελληνικό τουριστικό προϊόν, το θεωρούν πιο ακριβό σε σύγκριση με τις γειτονικές χώρες. το 47,7% θεωρεί ότι το προϊόν είναι ακριβότερο, σε σύγκριση με τις γειτονικές χώρες.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 24

#### **13. Η ανάδειξη νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου (Τουρκία, Κροατία, Βουλγαρία, Μαυροβούνιο), επιβάλλουν στην ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3,5	3,7	3,7
	2	7	8,1	8,5	12,2
	3	20	23,3	24,4	36,6
	4	35	40,7	42,7	79,3
	5	17	19,8	20,7	100,0
	Total	82	100	100,0	



Total	82	100,0		
-------	----	-------	--	--

Στην ερώτηση που αφορά την ανάδειξη νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου, αν επιβάλλουν στην Ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος συμφωνούσε από πολύ έως απόλυτα, κάτι το οποίο ανταποκρίνεται στο 60,5%.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 25

#### **14.Η διατήρηση εθνικών νομισμάτων από τις παραπάνω χώρες παρουσιάζεται σαν πλεονέκτημα για την τουριστική τους ανάπτυξη.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	7,0	7,3	7,3
	2	12	14,0	14,6	22,0
	3	35	40,7	42,7	64,6
	4	21	24,4	25,6	90,2
	5	8	9,3	9,8	100,0
Total		82	100,0		

Στην ερώτηση αν η διατήρηση των εθνικών νομισμάτων παρουσιάζεται σαν πλεονέκτημα για την τουριστική τους ανάπτυξη, το μεγαλύτερο ποσοστό δεν ήταν σε θέση να το χαρακτηρίσει σαν θετικό η αρνητικό.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 26

**15.Οι πολιτικές εξελίξεις των τελευταίων ετών και οι διατηρούμενες εστίες αναταραχής στις χώρες της Βόρειας Αφρικής (όπως στην Τυνησία και τη Λιβύη), στη Μέση Ανατολή (Συρία, Ισραήλ) ή στον Εύξεινο Πόντο (Ουκρανία) θα έχουν θετικές επιπτώσεις στους ελληνικούς προορισμούς.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3,5	3,7	3,7
	2	7	8,1	8,5	12,2
	3	30	34,9	36,6	48,8
	4	35	40,7	42,7	91,5
	5	7	8,1	8,5	100,0
Total		82	100,0		

Όσον αφορά τις πολιτικές εξελίξεις των τελευταίων ετών, οι οποίες επηρεάζουν θετικά τον Ελληνικό τουρισμό, το μεγαλύτερο ποσοστό του πλήθους δηλαδή, το 40,7% του δείγματος μας συμφώνησε ότι αναμένουν θετικές επιπτώσεις.

## ΠΙΝΑΚΑΣ 27

**16.Το ενδιαφέρον των Tour operator's για νέους προορισμούς επηρεάζει την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1,2	1,2	1,2
	2	12	14,0	14,6	15,9
	3	25	29,1	30,5	46,3
	4	31	36,0	37,8	84,1
	5	13	15,1	15,9	100,0
Total		82	100,0		

Σύμφωνα με το δείγμα, σαφώς και επηρεάζουν οι tour operator's την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, συμφωνεί αρκετά έως πολύ με το γεγονός αυτό, κάτι το οποίο αντιστοιχεί στο 51,1%.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 28

#### **17. Η εποχικότητα της ζήτησης παρουσιάζεται σαν μειονέκτημα για τον ελληνικό τουρισμό.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	10,5	11,0	11,0
	2	11	12,8	13,4	24,4
	3	26	30,2	31,7	56,1
	4	28	32,6	34,1	90,2
	5	8	9,3	9,8	100,0
	Total	82	95,3	100,0	
Missing	System	4	4,7		
Total		86	100,0		

Στην ερώτηση, αν η εποχικότητα παρουσιάζεται σαν αρνητικό φαινόμενο για τον ελληνικό τουρισμό το πλήθος των απαντήσεων ήταν «διχασμένο», αφού δεν ήταν σε θέση να απαντήσουν αν το θεωρούν όντως αρνητικό.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 29

#### **Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
7. Η θέση της Ελλάδας είναι ευνοϊκή για την συνεχόμενη ανάπτυξη του τουρισμού	82	4,01	1,083

8. Οι περιοχές στα παράλια της Τουρκίας αυξάνουν τον τουριστικό ανταγωνισμό λόγω προβολής όμοιων τουριστικών περιοχών.	82	3,30	1,002
9. Ο διεθνής τουρισμός είναι ευάλωτος τόσο στις αναταράξεις της διεθνούς πολιτικής σκηνής	81	3,32	1,059
10. Οι τρομοκρατικές επιθέσεις στην Τουρκία (Κωνσταντινούπολη) αυξάνουν την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα	82	3,33	1,166
11. Η Ελλάδα διατηρεί τη θέση της ανάμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου (Ισπανία - Ιταλία)	82	3,63	,936
12. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι ακριβότερο σε σχέση με τις γειτονικές χώρες;	82	3,59	1,030
13. Η ανάδειξη νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου (Τουρκία, Κροατία, Βουλγαρία, Μαυροβούνιο), επιβάλλουν στην ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική.	82	3,68	1,017
14. Η διατήρηση εθνικών νομισμάτων από τις παραπάνω χώρες παρουσιάζεται σαν πλεονέκτημα για την τουριστική τους ανάπτυξη.	82	3,16	1,036

15. Οι πολιτικές εξελίξεις των τελευταίων ετών και οι διατηρούμενες εστίες αναταραχής στις χώρες της Βόρειας Αφρικής (όπως στην Τυνησία και τη Λιβύη), στη Μέση Ανατολή (Συρία, Ισραήλ) ή στον Εύξεινο Πόντο (Ουκρανία) θα έχουν θετικές επιπτώσεις στους ελληνικούς προορισμούς.	82	3,44	,904
16. Το ενδιαφέρον των Tour operator's για νέους προορισμούς επηρεάζει την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα.	82	3,52	,972
17. Η εποχικότητα της ζήτησης παρουσιάζεται σαν μειονέκτημα για τον ελληνικό τουρισμό.	82	3,18	1,135
Valid N (listwise)	81		

Σύμφωνα λοιπόν με τα αποτελέσματα, παρατηρούμε ότι τα άτομα που απάντησαν στο δείγμα θεωρούν ευνοϊκή την θέση της Ελλάδας για την συνεχομένη ανάπτυξη του τουρισμού (M.O = 4,01). Στο γεγονός αν οι περιοχές στα παράλια της Τουρκίας αυξάνουν τον τουριστικό ανταγωνισμό λόγω προβολής όμοιων τουριστικών περιοχών συμφωνήσαν με M.O = 3,3, ενώ στο γεγονός αν ο διεθνής τουρισμός είναι ευάλωτος τόσο στις αναταράξεις της διεθνούς πολιτικής σκηνής συμφωνήσαν με M.O = 3,32. Επίσης, θεωρούν ότι οι τρομοκρατικές επιθέσεις στην Τουρκία και συγκεκριμένα στην Κωνσταντινούπολη, θα αυξήσουν την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα (M.O = 3,33). Είναι επίσης, πιθανό η Ελλάδα να είναι σε θέση να διατηρήσει τη θέση της αναμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου (Ισπανία - Ιταλία) (M.O = 3,63). Όταν ερωτήθηκαν αν το προϊόν της Ελλάδας στον τουριστικό τομέα είναι ακριβότερο σε σχέση με τις γειτονικές χώρες συμφωνήσαν (M.O = 3,59). Όσον αφορά το αν ανάδειξη νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου (Τουρκία, Κροατία, Βουλγαρία, Μαυροβούνιο), επιβάλλουν στην ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική συμφωνήσαν

με  $M.O = 3,68$ . Αναφορικά με το αν η διατήρηση εθνικών νομισμάτων από τις παραπάνω χώρες παρουσιάζεται σαν πλεονέκτημα για την τουριστική τους ανάπτυξη συμφωνήσαν ( $M.O = 3,16$ ). Επιπλέον, αν οι πολιτικές εξελίξεις των τελευταίων ετών και οι διατηρούμενες εστίες αναταραχής στις χώρες της Βόρειας Αφρικής (όπως στην Τυνησία και τη Λιβύη), στη Μέση Ανατολή (Συρία, Ισραήλ) ή στον Εύξεινο Πόντο (Ουκρανία) θα έχουν θετικές επιπτώσεις στους ελληνικούς προορισμούς συμφωνήσαν ξανά ( $M.O = 3,44$ ). Επίσης θεωρούν ότι το ενδιαφέρον των Tour operator's για νέους προορισμούς επηρεάζει την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα ( $M.O = 3,52$ ). Τέλος, η εποχικότητα της ζήτησης παρουσιάζεται σαν μειονέκτημα για τον ελληνικό τουρισμό ( $M.O = 3,18$ ).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

#### 6.1 ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Συμπερασματικά λοιπόν, από ένα δείγμα 82 ατόμων, ανεξαρτήτου ηλικίας, τα οποία έχουν εργασιακή εμπειρία στον τουριστικό κλάδο, ανεξαρτήτως σπουδών ή όχι σε αυτόν, προέκυψαν τα ακόλουθα συμπεράσματα. Η θέση της Ελλάδας είναι ευνοϊκή για την συνεχομένη ανάπτυξη του τουρισμού, οι περιοχές στα παράλια της Τουρκίας αυξάνουν τον τουριστικό ανταγωνισμό και ο διεθνής τουρισμός είναι ευάλωτος στις αναταράξεις της διεθνούς πολιτικής σκηνής. Επίσης, οι τρομοκρατικές επιθέσεις στην Τουρκία και συγκεκριμένα στην Κωνσταντινούπολη, θα αυξήσουν την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα και ακόμα η Ελλάδα θα είναι σε θέση να διατηρηθεί αναμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου. Εν συνεχεία, το προϊόν της Ελλάδας στον τουριστικό τομέα είναι ακριβότερο σε σχέση με τις γειτονικές χώρες, ενώ η ανάδειξη νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου επιβάλλει στην ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική συμφωνήσαν. Ακολούθως η διατήρηση εθνικών νομισμάτων από τις παραπάνω χώρες παρουσιάζεται σαν πλεονέκτημα για την τουριστική τους ανάπτυξη. Επιπρόσθετα, οι πολιτικές εξελίξεις των τελευταίων ετών και οι διατηρούμενες εστίες αναταραχής στις χώρες της Βόρειας Αφρικής, στη Μέση Ανατολή ή στον Εύξεινο Πόντο θα έχουν θετικές επιπτώσεις στους ελληνικούς προορισμούς συμφωνήσαν. Τέλος, το ενδιαφέρον των Tour operator's για νέους προορισμούς επηρεάζει την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα, ενώ η εποχικότητα της ζήτησης παρουσιάζεται σαν μειονέκτημα για τον ελληνικό τουρισμό.

#### 6.2 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Κατά την χρονική περίοδο της έρευνας, στόχος μας ήταν να συλλέξουμε όσα περισσότερα δεδομένα μπορούσαμε και τα αποτελέσματα αυτών, να είναι έγκυρα και τεκμηριωμένα.

Ένα από προβλήματα που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της έρευνας, ήταν ο περιορισμός των ερωτηματολογίων, καθώς δεν υπήρχε η δυνατότητα να μοιραστούν σε περισσότερα τουριστικά μέρη – νησιά. Παρόλο, που το ερωτηματολόγιο ήταν απλό και σαφές, υπάρχει το ενδεχόμενο, τα εργαζόμενα άτομα να μην έδωσαν την απαραίτητη σημασία, λόγω ότι δεν ήταν έρευνα πανελληνίας κάλυψης.

Ένας ακόμα περιορισμός της έρευνας, είναι το γεγονός ότι δεν υπάρχει απόλυτη κάλυψη της τουριστικής γνώσης όσον αφορά τους παράγοντες που επηρεάζουν τον Ελληνικό τουρισμό.

### **6.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ**

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που λάβαμε στα 82 απαντημένα ερωτηματολόγια, προκύπτουν κάποια ενδιαφέρον στοιχεία για περαιτέρω έρευνα.

Μια ενδιαφέρον πρόταση θα μπορούσε να είναι η διεξαγωγή αντίστοιχης έρευνας, αλλά αυτή τη φορά σε συνεργία με όλες τις σχολές που έχουν ως κοινό στόχο τη μελέτη του Ελληνικού τουρισμού, αλλά και του εναλλακτικού, με αποτέλεσμα να δημιουργήσουν ένα καινοτόμο ερωτηματολόγιο που καλύπτει πλήρως όλα τα ενδεχόμενα της Ελλάδας.

Τέλος, κρίνεται απαραίτητο να διεξαχθούν πρόσθετες έρευνες, όσον αφορά τους παράγοντες που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά τον Ελληνικό τουρισμό, όπως και τους παράγοντες που κάνουν το Ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ακριβό σε σύγκριση με άλλες χώρες που θεωρούνται ανταγωνιστικές και έχουν ίδιο ποσοστό ή και μεγαλύτερο στη συνεισφορά του τουρισμού στο κρατικό ΑΕΠ.



## ΑΝΑΦΟΡΕΣ

1. Carrillo-Hidalgo I., & Fernández J. I. P. (2012). Tourism funding by international financial institutions. A critical analysis. *Investment Management and Financial Innovations*, 9(3), "Investment Management and Financial Innovations", LLC "Consulting Publishing Company "Business Perspectives"
2. Correia, A., Kozak, M., Reis, H. (2016) Conspicuous Consumption of the Elite: Social and Self-Congruity in Tourism Choices, *Journal of Travel Research*, 55(6), pp. 738-750
3. Demir, E., & Gozgor, G. (2016). The Impact of Economic Policy Uncertainty on the Vehicle Miles Traveled (VMT) in the U.S. *Eurasian Journal of Business and Management*, 4 (3), 39–48. <https://doi.org/10.15604/ejbm.2016.04.03.004>
4. Demir, E., & Gozgor, G. (2018). Does Economic Policy Uncertainty Affect Tourism? *Annals of Tourism Research*, 69 (1), 15–17.
5. Dragouni, M., & Filis, G., & Gavriilidis, K., & Santamaria, S. (2016). Sentiment, Mood and Outbound Tourism Demand. *Annals of Tourism Research*, 60 (1). 80–96. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2016.06.004> funding by international financial institutions. A critical analysis. *Investment*
6. Iqbal, N., & Ahmad, M. & Allen, M. (2019), "Unveiling the relationship between e-HRM, impersonal trust and employee productivity", *Management Research Review*, Vol. 42 No. 7, pp. 879-899. <https://doi.org/10.1108/MRR-02-2018-0094>
7. Katou, A.A., & Katsouli, E.F. (2016) Empirical evidence on convergence of travel and tourism competitiveness and global competitiveness across the BRIC countries, *Opportunities and Challenges for Tourism and Hospitality in the BRIC Nations*, pp. 1-14
8. Kotler P. & Keller K. (2006), *Marketing management, 12<sup>th</sup> edition*, prentice hall
9. Li H., & Meng F., & Zhang Z., Non-participation of Domestic Tourism: Analyzing the Influence of Discouraging Factors, *International Journal of Tourism Research, Int. J. Tourism Res.*,18: 567–578 (2016) Published online 29 March 2016 in Wiley Online Library ([wileyonlinelibrary.com](http://wileyonlinelibrary.com)) DOI: 10.1002/jtr.2074, *Management and Financial Innovations*, 9(3)
10. Marine-Roig, E., & Anton Clavé, S. (2016) Perceived image specialisation in multiscale tourism destinations, *Journal of Destination Marketing and Management*, 5(3), pp. 202-213
11. Resta, P., & Laferrière, T. (2015) Digital equity and intercultural education, *Education and Information Technologies*, 20 (4), pp. 743-756

12. Ronizi, S.R., & Roshan, G.H.R., & Negahban, S. (2016) Assessment of tourism opportunities and threats for villages International, *Journal of Environmental Research*, 10(4), pp. 601-612
13. Saito, N., & Ogawa, T., & Asamizu, S., & Haseyama, M. (2016) A tourism category classification method based on estimation of reliable decision, *IEEE 5th Global Conference on Consumer Electronics*, GCCE 2016, pp 14-22
14. Sayabaev K., & Nurgaliyeva Z., & Temirova A., & Kasenova A., & Dzhamburbaeva M., & Zhangirova R., & Sadvokasova K., & Kemel M., & Kodasheva G., & Shamuratova N., & Zhansagimova A., FINANCE, FRANCHISE AND THEIR IMPACT ON TOURISM, *Journal of Internet Banking and Commerce*, ISSN: 1204-5357
15. Schwab K., & Martin C., & Samans R., & Moavenzadeh J., & Drzeniek-Hanouz M., The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, Crotti R., & Misrahi T., *World Economic Forum*, Insight Report TRAVEL & TOURISM GLOBAL ECONOMIC IMPACT & TRENDS 2017, *World Travel and Tourism Council*
16. Tzanelli, R., & Korstanje, M.E. (2016) Tourism in the European economic crisis: Mediatized worldmaking and new tourist imaginaries in Greece, *Tourist Studies*, 16(3), pp. 296-314
17. Ανδριώτης Κ., (2008) Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
18. Βαρβαρέσος Σ. (2000), Οικονομική του τουρισμού, Προπομπός, Αθήνα.
19. Βαρβαρέσος, Σ. & Σωτηριάδης, Μ. (2002), Σχεδιασμός ανάπτυξης αγροτουριστικών δραστηριοτήτων στα πλαίσια της Κοινοτικής πρωτοβουλίας LEADER PLUS, Αρχείο Οικονομικής Ιστορίας, Τόμος ΧΤV
20. Βασιλειάδης Χ. (2008) Διαχείριση πελατειακών σχέσεων και μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών – Customer Relation Management (CRM) and Tourism Destination Marketing (T.D.M.). Αθήνα: Κλειδάριθμος.
21. Ζήσης Ι., (2003) Πράσινο επιχειρείν, Πανελλήνιο Δίκτυο Οικολογικών Οργανώσεων, Αθήνα.
22. Ηγουμενάκης Ν.(1999) Τουριστική Οικονομία, Τόμος Α', Έκδοση Β', Αθήνα: INTERBOOKS
23. Καλιπίρης Φ. (2009), Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη Εμπειρικές προσεγγίσεις, Δίσιγμα, Θεσσαλονίκη
24. Κασιμάτη Ε. & Σιδέρης Δ., «Προς ένα νέο πρότυπο ανάπτυξης στον Τουρισμό: Διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις και τουριστικό προϊόν στην Ελλάδα την περίοδο της κρίσης (2008-2014)», *Οικονομικό Δελτίο*, Τεύχος 42, Τράπεζα της Ελλάδος, Αθήνα 2015

25. Κολτσιδόπουλος Γ. (2001) Τουρισμός: Θεωρητική - Προσέγγιση, *Εκδόσεις Ελλην.*
26. Κολτσιδόπουλος Γ. (2005), "*Τουρισμός Θεωρητική Προσέγγιση*", *Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα 2005*,σελ. 11-17
27. Κομίλης, Π. (2001), Οικοτουρισμός, Η εναλλακτική προοπτική αιεφόρου τουριστικής ανάπτυξης, *Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.*
28. Νικολαΐδης Ε. 2017, Τουρισμός και Ανάπτυξη. Βασικά Μεγέθη, Κλαδικές Διασυνδέσεις, Αγροτροφικό Σύστημα και το Παράδειγμα Της Κρήτης, *INE-ΓΣΕΕ*
29. ΣΕΤΕ, *annual report, 2011*
30. ΣΕΤΕ, *annual report, 2016*
31. Στεφάνου, Κ., & Σαρμανιώτης, Χ. & Σταφυλά, Α. (2003), CRM and Customer – Centric Knowledge Management: An Empirical Research. *Business Process Management Journal*, 9
32. Σφακιανάκης, Μ. (2000), Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, *Εκδόσεις Έλλην.*
33. Χατζηδάκης Α., 2015, Τάσεις της Τουριστικής Κίνησης 2008-2015, *Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Εθνικό Τυπογραφείο - Αθηνά 2015*

## APPENDIX

1. Φύλο \*

Άνδρας

Γυναίκα

2. Ηλικία \*

18 - 24

25 - 31

32 - 38

39 - 45

45 και άνω

3. Έχετε πραγματοποιήσει σπουδές διοίκησης επιχειρήσεων ή τουριστικών επιχειρήσεων; \*

Ναι

Όχι

4. Αν απαντήσατε ναί στην παραπάνω ερώτηση τότε σε τι είδος τουριστικής επιχείρησης έχετε εργαστεί:

- Τουριστικά καταλύματα
- Εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής
- Τουριστικά γραφεία
- Γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων/ μοτοσυκλετών
- Τουριστικές Επιχειρήσεις εστίασης

5. Χρόνια ενασχόλησης με τον τουριστικό τομέα. \*

- Έως 5
- 6 - 11
- 12 - 16
- 17 - 21
- 21 και άνω

...

6. Ποια από τις παρακάτω χώρες θεωρείτε ότι «απειλεί» περισσότερο τον τουρισμό στην Ελλάδα:

Πολλαπλές επιλογές

- |                                |   |
|--------------------------------|---|
| <input type="radio"/> Ιταλία   | X |
| <input type="radio"/> Τουρκία  | X |
| <input type="radio"/> Ισπανία  | X |
| <input type="radio"/> Αίγυπτος | X |
| <input type="radio"/> Κύπρος   | X |

7. Η θέση της Ελλάδας είναι ευνοϊκή για την συνεχόμενη ανάπτυξη του τουρισμού \*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ Απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ Απόλυτα

8. Οι περιοχές στα παράλια της Τουρκίας αυξάνουν τον τουριστικό ανταγωνισμό λόγω προβολής όμοιων τουριστικών περιοχών. \*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ Απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ Απόλυτα

9. Ο διεθνής τουρισμός είναι ευάλωτος τόσο στις αναταράξεις της διεθνούς πολιτικής σκηνής

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ Απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ Απόλυτα

10. Οι τρομοκρατικές επιθέσεις στην Τουρκία (Κωνσταντινούπολη) αυξάνουν την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα \*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ Απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ Απόλυτα

11. Η Ελλάδα διατηρεί τη θέση της ανάμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου (Ισπανία - Ιταλία) \*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ Απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ Απόλυτα

12. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι ακριβότερο σε σχέση με τις γειτονικές χώρες;

\*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ Απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ Απόλυτα

13. Η ανάδειξη νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου (Τουρκία, Κροατία, Βουλγαρία, Μαυροβούνιο), επιβάλλουν στην ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική.

\*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ Απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ Απόλυτα

14. Η διατήρηση εθνικών νομισμάτων από τις παραπάνω χώρες παρουσιάζεται σαν πλεονέκτημα για την τουριστική τους ανάπτυξη.

\*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ Απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ Απόλυτα

15. Οι πολιτικές εξελίξεις των τελευταίων ετών και οι διατηρούμενες εστίες αναταραχής στις χώρες της Βόρειας Αφρικής (όπως στην Τυνησία και τη Λιβύη), στη Μέση Ανατολή (Συρία, Ισραήλ) ή στον Εύξεινο Πόντο (Ουκρανία) θα έχουν θετικές επιπτώσεις στους ελληνικούς προορισμούς.

\*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ Απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ Απόλυτα

16. Το ενδιαφέρον των Tour operator's για νέους προορισμούς επηρεάζει την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα.

\*

17. Η εποχικότητα της ζήτησης παρουσιάζεται σαν μειονέκτημα για τον ελληνικό τουρισμό.

\*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ Απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ Απόλυτα