



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

## **Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΣΤΕΦΑΝΟΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ Α.Μ. 293/05**

**ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΥΡΜΙΖΟΓΛΟΥ ΠΑΝΤΕΛΗΣ**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2011

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο	σελ
1.Εισαγωγή	3
1.1. Η μαζικοποίηση του τουρισμού	4
1.2. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα σήμερα	6
1.3. Οι κυριότεροι τουριστικοί πόροι της χώρας	8
2. Η συμβολή του τουρισμού στην εθνική οικονομία: η σημασία του συναλλάγματος , οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις , η οικονομική και παραοικονομική διάσταση του τουρισμού, η συμβολή του στην περιφερειακή ανάπτυξη	12
2.1. Η σημασία του συναλλάγματος	22
2.2. Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις σε άλλους τομείς της οικονομίας	27
2.3. Οικονομική και παραοικονομική διάσταση του τουρισμού στην Ελλάδα	30
2.4. Η σημασία των τουριστικών εσόδων για την Απασχόληση, την Περιφερειακή ανάπτυξη και την Ευημερία των τουριστικών περιοχών	36
2.5. Η συμβολή του τουρισμού την περιφερειακή ανάπτυξη	47
2.6. Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος	48
2.7. Συμπερασματικές παρατηρήσεις	53
3. Η περίπτωση της Σάμου	55
3.1. Εκτίμηση αποτελεσμάτων και επιπτώσεων του τουρισμού σε τοπικό επίπεδο: η περίπτωση της Σάμου	56
3.2. Η Τουριστική Προσφορά	57
3.3. Η Τουριστική Ζήτηση	60
3.4. Η οργάνωση της τουριστικής αγοράς	61
3.5. Η απόδοση του τουρισμού στη Σάμο	62
3.6. Επιπτώσεις του τουρισμού στη Σάμο	65
3.7. Συμπεράσματα	67
Βιβλιογραφία	68

## 1.Εισαγωγή

Η λέξη τουρισμός πρωτοεμφανίζεται στις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα, αλλά η δραστηριότητα που υποδηλώνει δεν είναι τόσο πρόσφατη. Αυτή εξελίχθηκε παράλληλα με τα στάδια που διαμόρφωσαν την ανθρωπότητα κατά τη διάρκεια των τελευταίων χιλιετηρίδων. Ουσιαστικά έχει προέλθει από τη Γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει γύρος και την Αγγλική «Touring» που έχει να κάνει με την επίσκεψη των ανθρώπων σε περιοχές με αξιοθέατα. Μία από τις πρώτες προσπάθειες ορισμού του φαινομένου ήταν αυτή των Hunziker και Krapf και είχε να κάνει με την άποψη ότι ο τουρισμός είναι «το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σ' ένα προορισμό και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σ' αυτόν εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δε συνδέονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα».

Σήμερα ο τουρισμός ορίζεται ως ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου. Παρουσίασε μία ταχύτατη ανάπτυξη, μία χωρική εξάπλωση και μία κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο, που τείνει να θεωρείται ως ένα κοινότοπο και αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας. Η εξάπλωση της τουριστικής πρακτικής υπήρξε απόρροια των συσχετισμών μίας δέσμης μεταβλητών όπως η αύξηση του ελεύθερου χρόνου, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η βελτίωση των μεταφορικών μέσων και η βιομηχανοποίηση της τουριστικής παραγωγής. Ταυτόχρονα δημιούργησε σημαντικότερες και πολυεπίπεδες επιπτώσεις στην οικονομία, την κοινωνία, το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον των χωρών υποδοχής. Κατ' αυτό τον τρόπο ένας συνεχώς αυξανόμενος αριθμός χωρών αντιμετωπίζει πλέον, στα πλαίσια επιστημονικών προσεγγίσεων, τις δυνατότητες και τις προοπτικές που εμπεριέχει μία δυναμική ανάπτυξη της τουριστικής δημοκρατίας. Η ενσωμάτωση όμως του τουρισμού στο κοινωνικό-οικονομικό σύστημα, μέσα από τη διεθνοποίηση και τη μαζικοποίηση του, υπήρξε απόρροια της εξελεγκτικής του πορείας. Η διεθνοποίηση του τουρισμού, όπως και η δομή και η σύνθεση της οργάνωσης των ταξιδιών, οφείλουν τα βασικά χαρακτηριστικά τους στον ευρωπαϊκό πολιτισμό. Αυτός ουσιαστικά διεύρυνε και πολλαπλασίασε τους ήδη υπάρχοντες από την αρχαιότητα κύριους άξονες μεταφοράς και επικοινωνίας, ωθούμενος από μία φιλοσοφία πολιτιστικού, θρησκευτικού, οικονομικού και πολιτικού επεκτατισμού.

## 1.1. Η μαζικοποίηση του τουρισμού

Δύο οδηγίες του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν ως αντικείμενο να διευκολύνουν τις μετακινήσεις των κατοίκων των κρατών-μελών οι οποίοι επιθυμούν να επισκεφτούν μια άλλη χώρα-μέλος, η οποία μπορεί να χαρακτηριστεί ως τουριστικός προορισμός

- Ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών προϊόντων: Ο βαθμιαίος εκδημοκρατισμός των διακοπών και συνεπώς η δυνατότητα μεγαλύτερης κατανάλωσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών ώθησε στην παραγωγή μιας πληθώρας τουριστικών προϊόντων (μεταφορικά μέσα, καταλύματα, αναψυχή, υπηρεσίες). Σ' αυτό συνέβαλαν οι επιτελούμενες μεταβολές σχετικά με τη θεώρηση του τουριστικού φαινομένου, τόσο στις χώρες προέλευσης των τουριστών όσο και στις χώρες υποδοχής. Έτσι, τα τουριστικά προϊόντα παράγονται μαζικά, χωρίς τη συγκεκριμένη πια χωρική διάταξη του παρελθόντος, μια και όλες οι χώρες του κόσμου τείνουν να γίνουν χώρες υποδοχής, και προσφέρονται σε μια ευρεία γκάμα τιμών, δίνοντας τη δυνατότητα ακόμα και στις πιο χαμηλές εισοδηματικές τάξεις να συμμετέχουν στην τουριστική κατανάλωση.
- Η βαθμιαία προσαρμογή των τουριστικών καταλυμάτων στις μεταβολές ζήτησης:
- Ο τουρισμός οφείλει σε μεγάλο βαθμό την κοινωνικοποίηση και τον εκδημοκρατισμό του στη βαθμιαία ποσοτική και ποιοτική προσαρμογή της προσφοράς των τουριστικών καταλυμάτων και στις μεταβολές της τουριστικής ζήτησης. Η ταχύτατη αύξηση της τουριστικής ζήτησης προσέκρουσε για αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα στις ήδη υπάρχουσες δομές των τουριστικών καταλυμάτων. Σήμερα, η ποσοτική και ποιοτική αναπροσαρμογή της προσφοράς των τουριστικών καταλυμάτων στα κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά χαρακτηριστικά των τουριστών οδήγησε συχνά σε μια υπερπροσφορά
- Η δημιουργία μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών (Tour Operators): οι Tour Operators είναι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί, οι οποίοι αποτελούν τους μεσολαβητές μεταξύ παραγωγών και τελικών καταναλωτών, διαδραματίζοντας σημαντικό ρόλο στην εμπορικοποίηση των τουριστικών προϊόντων. Η μεγάλη διαπραγματεύση τους ισχύς έναντι των μεμονωμένων παραγωγών και οι επιτυγχανόμενες οικονομίες κλίμακας μέσω της μαζικής παραγωγής επέδρασαν σημαντικά στην τιμολόγηση των τουριστικών προϊόντων. Επομένως, οι χαμηλές τιμές και η προώθηση «ξεπερασμένων» τουριστικών

προϊόντων και προορισμών από τους μεγάλους Tour-Operators συνέβαλε καθοριστικά στη μαζικοποίηση του τουρισμού, στην κοινωνικοποίηση και στον εκδημοκρατισμό του.

- Η κατάσταση διαρκούς ειρήνης: Η ανάπτυξη του τουρισμού του 19<sup>ου</sup> αιώνα υπήρξε απόρροια κυρίως δύο παραγόντων, της νομισματικής σταθερότητας και της διαρκούς ειρήνης

Στην αρχή της νέας χιλιετίας ο τουρισμός καθορίζεται ως η κύρια βιομηχανία σε πολλές χώρες και ο γρηγορότερα αναπτυσσόμενος οικονομικός τομέας σε σχέση με το ξένο συνάλλαγμα και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Ο διεθνής τουρισμός είναι ο πιο επικερδής τομέας εξαγωγών και ένας σημαντικός παράγοντας στο ισοζύγιο πληρωμών πολλών κρατών. Ο τουρισμός έγινε μία από τις πιο σημαντικές πηγές δημιουργίας θέσεων εργασίας. Συνδυάζει μεγάλο όγκο επενδύσεων και υποδομής, ενώ μεγάλο μέρος του βοηθά στη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης των ντόπιων. Οι περισσότερες θέσεις εργασίας και τουριστικές επιχειρήσεις δημιουργούνται στις αναπτυσσόμενες χώρες, βοηθώντας με αυτό τον τρόπο στην ανάπτυξη των οικονομικών ευκαιριών και στην καταπολέμηση της αστευφιλίας (WTO, 2006). Η πολιτιστική αφύπνιση και οι προσωπικές φιλίες που δημιουργούνται μέσω του τουρισμού μεταξύ των ντόπιων και των επισκεπτών, αποτελούν μια ισχυρή δύναμη για τη βελτίωση της παγκόσμιας κατανόησης και συνεισφέρουν στην παγκόσμια ειρήνη μεταξύ των εθνών. Μια τέτοιου είδους μεγάλης κλίμακας δραστηριότητα όπως είναι ο τουρισμός, φυσικό είναι να έχει θετικές και αρνητικές επιπτώσεις τόσο για την οικονομία όσο και για την κοινωνία και το περιβάλλον στους τουριστικούς προορισμούς. Γι' αυτό το λόγο στο Hague Declaration on Tourism (1989) ο τουρισμός αναφέρεται ως «επανάσταση». Ο τουρισμός και το φυσικό περιβάλλον θεωρούνται ως άρρηκτα συνδεδεμένα δημιουργώντας ένα βιώσιμο σύστημα που είναι οικονομικά βιώσιμο. (Farrel & McLellan, 1987: 8). Παρ' όλα αυτά η εμπειρία δείχνει ότι τα οικονομικά οφέλη που παρουσιάζονται από την τουριστική ανάπτυξη δε μεταφράζονται πάντα σε κοινωνικοοικονομικά οφέλη και (Loon & Polakow, 2001). Μία βιομηχανία που έχει πλέον αποκτήσει τεράστια δυναμική. Όπως σε όλους τους οικονομικούς κλάδους έτσι και τον τουρισμό η δυναμική, η ανάπτυξη και η εξέλιξη προσδιορίζονται από την προσφορά και τη ζήτηση που υπάρχει. Ο τουρισμός είναι οι δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και μένουν σ' ένα περιβάλλον όχι περισσότερο από ένα έτος και ο σκοπός τους είναι η αναψυχή, η εργασία ή κάτι άλλο (WTO & UNSTAT, 1994). Αυτό δεν αποτελεί ένα τεχνικό ορισμό, απλά περιέχει τη βασική φύση του τουρισμού δηλαδή του ότι (Cooper & συν., 1999):

- Ο τουρισμός προκύπτει ως μετακίνηση των ανθρώπων και διαμονή τους σε διάφορα μέρη και προορισμούς.
- Υπάρχουν δύο στοιχεία του τουρισμού – το ταξίδι σ’ ένα προορισμό και η διαμονή σ’ ένα προορισμό.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα έξω από το συνηθισμένο περιβάλλον κατοικίας και εργασίας οπότε ο τουρισμός δίνει χώρο σε δραστηριότητες που οι άνθρωποι δεν μπορούν να κάνουν στους τόπους μόνιμης κατοικίας τους.
- Η μετακίνηση στους προορισμούς είναι προσωρινή και έχουν μικρό χρονικό χαρακτήρα – η πρόθεση είναι η επιστροφή σε μερικές μέρες, εβδομάδες ή μήνες.
- Η επίσκεψη στους προορισμούς πραγματοποιείται για λόγους πέραν την μόνιμης μετοίκισης ή εργασίας.

## 1.2. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα σήμερα

Στην περίοδο αυτή κυριαρχούν αρχικά τα πλήρως οργανωμένα τουριστικά πακέτα, ενώ ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα αυξάνεται σταθερά πλησιάζοντας τον αριθμό του συνολικού πληθυσμού. Σε πολλές τουριστικές περιοχές, μάλιστα, ο αριθμός των τουριστών ιδιαίτερα στην περίοδο Ιουλίου-Αυγούστου είναι δεκάδες φορές μεγαλύτερος από εκείνον του τοπικού πληθυσμού. Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των τουριστών έρχεται στη χώρα με πτήσεις charter, οι οποίες σταδιακά επεκτείνονται, ενώ πολλοί απ’ αυτούς επισκέπτονται και παραμένουν μόνο στην περιοχή του τελικού προορισμού τους (π.χ. τη Ρόδο, την Κέρκυρα) χωρίς να επιδιώκουν να γνωρίσουν την υπόλοιπη χώρα παρά μόνο αποσπασματικά (π.χ. μία ημέρα παραμονή στην Αθήνα και επίσκεψη στην Ακρόπολη). Με αυτό τον τρόπο μειώνεται η μέση διάρκεια παραμονής και τα μεγάλα αστικά κέντρα (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Πάτρα) σταδιακά περιθωριοποιούνται από πλευράς τουριστικής ζήτησης και μετατρέπονται σε σταθμούς ή πύλες εισόδου των τουριστών στη χώρα. Το ταξίδι στην Ελλάδα πραγματοποιείται ουσιαστικά μέσα από διαδικασίες που έχουν ξεκινήσει από την προηγούμενη περίοδο, ένα ταξίδι σε συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς ή ακόμα και σε έναν μόνο προορισμό της χώρας. Σε αυτό το πλαίσιο, ο «προορισμός» αποκτά πλέον αυτοδύναμη σημασία στις διαδικασίες προσφοράς και ζήτησης του τουριστικού προϊόντος. Οι τουριστικές περιοχές όλο και περισσότερο τυποποιούνται με στόχο να ανταποκριθούν στα χαρακτηριστικά της ζήτησης των σύγχρονων τουριστών-καταναλωτών, οι οποίοι στην πλειονότητά τους

προέρχονται από την Ευρώπη. Η Ελλάδα γίνεται πλέον ένας «κλασικός» προορισμός στον μεσογειακό χώρο και η παρουσία των tour operators τόσο στη διαδικασία διαμόρφωσης των τουριστικών πακέτων όσο και στη διακίνησης τους στις τουριστικές περιοχές, είναι καθοριστική. Οι τουρίστες πλέον είναι συχνότερα «προϊόντα» παρά «πελάτες», αφού το πλαίσιο της συνάντησης τους με τους ντόπιους στις περισσότερες περιπτώσεις δεν επιτρέπει καμιά ουσιαστική επαφή. Τα παράπονα των τουριστών για τις παρεχόμενες υπηρεσίες, αλλά και η κριτική για την ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος οδηγούν σε αναζήτηση λύσεων στα προβλήματα της υποδομής. Οι λύσεις όμως δεν είναι απλές, διότι η ταχύτατη αύξηση του αριθμού των τουριστικών επιχειρήσεων σε πολλές περιοχές της χώρας, η έλλειψη εκπαίδευσης και ελέγχου, ο υπερεπαγγελματισμός σε όλους τους τύπους τουριστικής απασχόλησης και ο μεγάλος αριθμός των επιχειρήσεων που λειτουργούν παράνομα τείνουν να αποτελούν σταθερές και εγγενείς αδυναμίες της τουριστικής ανάπτυξης και οδηγούν σε υποβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Παράλληλα, η συστηματική ανάλυση των επιπτώσεων στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον αυτή την περίοδο αποδεικνύει τα τεράστια προβλήματα που έχουν δημιουργηθεί σε τοπικό κυρίως επίπεδο και δεν είναι τυχαίο ότι αυτή η κρατική τουριστική πολιτική επιδιώκει με πολλές και διαφορετικές θεσμικές παρεμβάσεις να θέσει όρους και πλαίσια στην τουριστική ανάπτυξη. Το γεγονός ότι πολύ λίγες από αυτές τις παρεμβάσεις είναι επιτυχείς οφείλεται στην κοινωνική και οικονομική δυναμική που έχει ενεργοποιήσει ο τουρισμός σε τοπικό επίπεδο, μια δυναμική η οποία συνδέει το μεγαλύτερο ποσοστό της απασχόλησης και εισοδημάτων της περιοχής με τον τουριστικό τομέα. Σε αυτό το πλαίσιο, το εγχείρημα να τεθούν όρια και κανόνες στην επιχειρηματική δράση ή στον τρόπο ανάπτυξης προσκρούει σε διαμορφωμένα-και συχνά παγιωμένα-συμφέροντα κοινωνικών και επαγγελματικών ομάδων, οι οποίες λειτουργούν ως ομάδες συμφερόντων στις τουριστικές περιοχές. Κυριότερο εγχείρημα για την αναζήτηση λύσεων στις δυσμενείς οικονομικές περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού, η υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος «Ελλάδα», απέναντι μάλιστα σε ένα διαρκώς σκληρότερο διεθνή ανταγωνισμό. Εκτός όμως από την προσπάθεια για αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται και από τη συνεχή τμηματοποίηση της τουριστικής ζήτησης η οποία διαρκώς και εξειδικεύεται, γεγονός που αντίστοιχα οδηγεί σε εξειδικευμένους τύπους προσφοράς στον ελλαδικό χώρο. Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού αρχίζουν να καταλαμβάνουν σημαντικό ποσοστό της ζήτησης αν και σε επίπεδο προσφοράς στις περισσότερες από αυτές λείπουν υποδομές και εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό. Υπό αυτή την έννοια πρόκειται για μια εξαιρετικά κρίσιμη περίοδο, αφού ο τουριστικός τομέας καλείται πλέον να αναδιαρθρωθεί

λαμβάνοντας υπόψη τα νέα δεδομένα της ζήτησης και τα προβλήματα που έχουν συσσωρευτεί από το κυρίαρχο πρότυπο ανάπτυξης στο οποίο έχει υιοθετηθεί (οργανωμένος μαζικός τουρισμός διακοπών). Στην ίδια περίοδο τα οργανωμένα και αυτόνομα ταξίδια Ελλήνων για τουρισμό στο εσωτερικό της χώρας αυξάνονται εντυπωσιακά, γεγονός που συνδέεται με τα νέα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα μιας διευρυμένης μεσαίας τάξης της χώρας. Η γενικότερη οικονομική κρίση στην Ευρώπη έχει ως συνέπεια τη μείωση τουριστικής δαπάνης στη χώρα με επακόλουθο τη στροφή στα καταλύματα μεσαίων κατηγοριών καθώς και σ'έναν τύπο του καταλύματος το οποίο στηρίζεται στην αυτοεξυπηρέτηση και την αυτονομία των τουριστών (self-catering κατάλυμα με κουζίνα) και απευθύνεται κυρίως σε οικογένειες. Η Ελλάδα κατηγοριοποιείται διεθνώς κυρίως ως χώρα τουριστών μεσαίων και χαμηλών εισοδημάτων με κίνητρο κατά κύριο λόγο τις διακοπές του καλοκαιριού, ενώ αντίστοιχες είναι οι εκτιμήσεις και για την υπάρχουσα υποδομή.

### **1.3. Οι κυριότεροι τουριστικοί πόροι της χώρας**

Η ταξινόμηση ορισμένων χωρών στην ομάδα των τουριστικών χωρών του πλανήτη προϋποθέτει ότι σε αυτές υπάρχουν ορισμένοι τουριστικοί πόροι οι οποίοι μπορούν να θεωρηθούν συγκριτικά πλεονεκτήματα τους ή στοιχεία έλξης της τουριστικής ζήτησης. Εκτός από τους φυσικούς, πολιτιστικούς ή περιβαλλοντικούς πόρους, που είναι και οι ευκολότερα αναγνωρίσιμοι, υπάρχουν και πόροι που ανταποκρίνονται στα κυρίαρχα κοινωνικοψυχολογικά κίνητρα των σύγχρονων τουριστών. Τα κίνητρα αυτά είναι τα εξής:

#### **1. Κλίμα**

Ο συνδυασμός ενός ήπιου θερμού και ξηρού κλίματος στις περισσότερες περιοχές της χώρας και ιδιαίτερα στους τουριστικούς νησιώτικους και παράλιους νομούς αποτελεί αναμφίβολα ένα θετικό στοιχείο για την προσέλκυση ιδιαίτερα των τουριστών του καλοκαιριού, αλλά όχι μόνο. Επιπλέον ο χειμώνας είναι συνήθως ήπιος, με σχετικά λίγες βροχοπτώσεις και οι κλιματολογικές συνθήκες είναι ικανοποιητικές για μια περίοδο που πλησιάζει τους οκτώ ή εννέα μήνες. Ο μέσος ετήσιος αριθμός ημερών ηλιοφάνειας είναι πολύ υψηλός και συνδυάζεται με ήπιο και εύκρατο κλίμα. Πολλές είναι επίσης οι τουριστικές περιοχές των οποίων η τουριστική περίοδος πλησιάζει πλέον τους επτά έως οκτώ μήνες (Κρήτη, Δωδεκάνησα), γεγονός γενικότερα θετικό για την τοπική οικονομία, αλλά και ευχάριστο για τους τουρίστες. Το κλίμα αυτό ευνοεί ένα μεγάλο αριθμό διακοπών (η μέση διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών τουριστών είναι υψηλή στη χώρα).



## 2. Πολιτισμός και παράδοση

Τα μνημεία του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού και η πληθώρα των αρχαιολογικών τόπων, αλλά και των μουσείων αποτελούν για τους περισσότερους τουρίστες έναν από τους βασικούς λόγους για τους οποίους επισκέπτονται τη χώρα. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι σε έγκυρη καταγραφή των πολιτιστικών πόρων των χωρών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Ελλάδα βρέθηκε στις πρώτες θέσεις μαζί με την Ιταλία, τη Γαλλία και τη Μ. Βρετανία σε πολιτιστικούς πόρους διεθνούς σημασίας. Εκτός όμως από τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό υπάρχει στη χώρα και μία λιγότερο γνωστή διεθνώς πλούσια πολιτιστική παράδοση σχετική με τη μουσική, το τραγούδι, το θέατρο και την παραγωγή χειροποίητων αντικειμένων τέχνης (κεραμικά, ασημικά, υφαντά, ξυλόγλυπτα). Η παράδοση αυτή εμφανίζει έναν εντυπωσιακό δυναμισμό και μια διάρκεια στο χρόνο η οποία είναι εμφανής στη μεγάλη ποικιλία των προϊόντων που παράγονται τοπικά και έχουν ως βάση αυτή την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά. Πολλά είναι επίσης τα λαογραφικά μουσεία τοπικής εμβέλειας και οι συλλογές που μαρτυρούν τις ενδιαφέρουσες τοπικές ιδιαιτερότητες αυτής της παράδοσης. Μία σημαντική πλευρά της πολιτιστικής παράδοσης της χώρας αποτελεί αναμφίβολα και η τεράστια θρησκευτική παράδοση, η οποία είναι φανερή από το πλήθος των μοναστηριών και των ναών διαφόρων ιστορικών περιόδων που είναι διάσπαρτα σε πολλές περιοχές της χώρας. Επίσης, δεν πρέπει να υποτιμηθεί η πλούσια γαστρονομία που σχετίζεται τόσο με την ελληνική κουζίνα όσο και με το κρασί και μόνο την τελευταία δεκαετία καταβάλλονται συστηματικές προσπάθειες οργανωμένη προβολής της.

## 3. Φυσικό και δομημένο περιβάλλον

Η καθαρή θάλασσα και τα 15.000 χιλιόμετρα αμμώδους παραλίας αποτελούν ένα σημαντικό πόλο έλξης για τους τουρίστες που έρχονται για καλοκαιρινές διακοπές. Εκτός όμως από τις παραθαλάσσιες, ιδιαίτερα ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι ορεινές περιοχές, οι οποίες τα τελευταία χρόνια έγιναν γνωστές στους τουρίστες λόγω της αύξησης της ζήτησης για ορεινό τουρισμό, φυσιολατρικό τουρισμό και οικοτουρισμό. Η χλωρίδα της χώρας θεωρείται από τις πλουσιότερες στην Ευρώπη, ενώ υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός υδροβιότοπων, λιμνών και δασών σε διαφορετικές περιοχές της χώρας (κυρίως σε αυτές που πρόσφατα αναπτύχθηκαν τουριστικά). Εξαιρετικά πλούσιο σε ποικιλία είναι επίσης το δομημένο ανθρωπογενές περιβάλλον, κυρίως αυτό που βρίσκεται στην ύπαιθρο. Η τοπική αρχιτεκτονική παράδοση σε συνδυασμό με τον πλούσιο λαϊκό πολιτισμό δημιούργησαν εξαιρετικά δείγματα δομημένου περιβάλλοντος στην ελληνική ύπαιθρο. Τα τελευταία χρόνια (κυρίως

μετά το 1990) μέσα από προγράμματα ανάπτυξης αστικού και πολιτιστικού τουρισμού καταβάλλονται συστηματικές προσπάθειες ανάδειξης αυτών των περιοχών ή των μνημείων ενώ έμφαση δόθηκε και στην προβολή ιστορικών κέντρων πόλεων. Μια σύνθεση του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος αποτελούν συχνά τα πολύ γνωστά από τα ταξίδια των περιηγητών ελληνικά τοπία. Τα τοπία όμως που είναι ιδιαίτερα προβεβλημένα με διάφορους τρόπους (ταινίες, διαφήμιση, κ.α.) στους αλλοδαπούς κυρίως τουρίστες είναι εκείνα τα οποία αναδεικνύονται ως κλασικά στοιχεία του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος των ελληνικών νησιών. Τα νησιά, άλλωστε, πρέπει να θεωρηθούν αυτόνομος και αυτοδύναμος τουριστικός πόρος του ελληνικού τουρισμού αφού αποτελούν επί πολλά χρόνια στερεότυπες εικόνες της διαφήμισης της χώρας στο εξωτερικό. Παραδοσιακά, τα νησιά αποτέλεσαν έναν από τους κυριότερους πόλους έλξης σε όλη τη μεταπολεμική περίοδο συμβάλλοντας ιδιαίτερα στη διαμόρφωση ενός προτύπου ανάπτυξης το οποίο στηρίχτηκε στις καλοκαιρινές διακοπές.

#### 4. Ποικιλία τύπων και επιπέδων υποδομής η οποία ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά της διεθνούς ζήτησης

Ως τουριστικός πόρος η υποδομή της χώρας, ιδιαίτερα σε τουριστικά καταλύματα, είναι ιδιαίτερα πλούσια σε ποικιλία τύπων καταλυμάτων αλλά και σε διαφορετικές κατηγορίες γεγονός που συνδέεται και με τις διαφορετικές τιμές, οπότε είναι σε θέση να ανταποκριθεί στη διεθνή ζήτηση που είναι η χώρα. Η ζήτηση αυτή σε μεγάλο ποσοστό ευρωπαϊκή-απαιτεί μεσαίες ή χαμηλές τιμές, ποικιλία δραστηριοτήτων, σχετική αυτονομία στη διαμονή. Ο εντεινόμενος ανταγωνισμός, την τελευταία δεκαετία, έχει αυξήσει τον αριθμό των επιχειρήσεων που λειτουργούν με το σύστημα all-inclusive, στο οποίο ο πελάτης καλύπτει το σύνολο σχεδόν των αναγκών του μέσα στο κατάλυμα, σε ικανοποιητικές τιμές. Το σύστημα αυτό έχει δημιουργήσει προβλήματα στην παράλληλη υποδομή του Τουριστικού Τομέα (εστιατόρια, μπαρ, καφέ των τουριστικών περιοχών). Παρά το γεγονός πάντως ότι υπάρχουν πολλές και δίκαιες αιτιάσεις για την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών στα ελληνικά καταλύματα, αυτό που έχει σημασία στην προσέγγιση της υποδομής του τουριστικού πόρου είναι η ποσότητα και το εύρος των τιμών/τύπων των προσφερόμενων υπηρεσιών. Με αυτό τον τρόπο καλύπτονται οι ανάγκες ολοένα και περισσότερων αλλά και πιο εξειδικευμένων ομάδων πελατών στη χώρα. Αναφερόμαστε βέβαια πάντοτε στην κυρίαρχη αγορά του οργανωμένου τουρισμού διακοπών καλοκαιριού, στην οποία η Ελλάδα έχει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα. Υπάρχει όμως η πολύ σημαντική αγορά των ειδικών και

εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην οποία με λίγες εξαιρέσεις (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, συνεδριακός, ιαματικός τουρισμός) η χώρα δεν έχει ανεπτυγμένες υποδομές και υπηρεσίες, αν και οι πόροι που διαθέτει είναι πολύ ικανοποιητικοί για τη διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση της αγοράς.

5. Η «εικόνα» της χώρας τόσο σε όσους δεν την έχουν επισκεφθεί όσο και σε εκείνους την επισκέφθηκαν

Θεωρείται η ιδιαίτερα θετική εικόνα της χώρας ως ένας εξαιρετικά σημαντικό πόρος ο οποίος συχνά αντισταθμίζει την αρνητική κριτική που ασκείται για θέματα σχετικά με την ποιότητα των υποδομών και των υπηρεσιών. Είναι γνωστό από την κοινωνικοψυχολογική ανάλυση των κινήτρων ότι υπάρχουν πολλοί τουρίστες που δυνητικά θέλουν να επισκεφθούν κάποια φορά στη ζωή τους συγκεκριμένες χώρες οι οποίες έχουν μια συγκροτημένη διαφημιστική εικόνα ή πλούσιο πολιτισμό. Άρα, δεν είναι περίεργο το γεγονός ότι η Ελλάδα συγκαταλέγεται σε αυτές τις χώρες σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη σε κατοίκους της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτό όμως που έχει σημασία είναι ότι το ποσοστό εκείνων που θέλουν να την επισκεφθούν και την θεωρούν την πλέον τουριστική χώρα είναι το μεγαλύτερο (36%), σύμφωνα με έρευνα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και ακολουθούν η Γαλλία και η Ισπανία (30%), ενώ από όσους την έχουν επισκεφθεί (11%) περισσότεροι από τους μισούς θέλουν να την ξαναεπισκεφθούν, ποσοστό που αποτελεί τον υψηλότερο «δείκτη πίστης» από όλες τις χώρες. Είναι επίσης γεγονός ότι, σύμφωνα με έρευνες που έχουν διεξαχθεί μετά το 1980 στην Ελλάδα, τα ποσοστά των τουριστών που έχουν ξαναεπισκεφθεί την Ελλάδα από μία έως έξι φορές ή και περισσότερες είναι υψηλά και διαρκώς αυξάνονται. Αναμφίβολα πρόκειται για μια ένδειξη ότι η γενικότερη εντύπωση που προκαλεί η χώρα ως ποιότητα διαμονής είτε ως ποιότητα είτε ως ποιότητα επικοινωνίας με τον τοπικό πληθυσμό όπως έχει υποστηριχτεί είναι πολύ ικανοποιητική. Αυτός ο βαθμός ικανοποίησης ενισχύεται και από τη γενική εκτίμηση ότι η Ελλάδα κατατάσσεται στις χώρες «πρώτης γραμμής» όσον αφορά τη διεθνή τουριστική ζήτηση, στις χώρες δηλαδή που οι περισσότεροι τουρίστες θεωρούν ότι «πρέπει» να επισκεφθούν. Η διάρκεια στο χρόνο που παρουσιάζει αυτή η θετική εικόνα καθώς και ο υψηλός αριθμός των «επαναληπτικών τουριστών» κατατάσσουν την Ελλάδα στους προορισμούς που διακρίνονται από σχετική σταθερότητα όσον αφορά την τουριστική ζήτηση.

## **2. Η συμβολή του τουρισμού στην εθνική οικονομία: η σημασία του συναλλάγματος , οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις , η οικονομική και παραοικονομιακή διάσταση του τουρισμού, η συμβολή του στην περιφερειακή ανάπτυξη**

Γενικά, ο τουρισμός στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από μία δυναμική αναπτυξιακή πορεία σε ολόκληρη την μεταπολεμική περίοδο. Ενισχύει την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και επηρεάζει την κλαδική διάρθρωση της οικονομίας και την αναπτυξιακή δυναμική των άλλων παραγωγικών κλάδων της. Επίσης, η ανταγωνιστικότητα και η αναπτυξιακή δυναμική του τουρισμού επηρεάζουν τη διάρθρωση του ισοζυγίου των εξωτερικών συναλλαγών της χώρας, που διακρίνεται από μεγάλο πλεόνασμα στο ισοζύγιο των υπηρεσιών που, μαζί με το πλεόνασμα στο ισοζύγιο των εισοδηματικών και κεφαλαιακών μεταβιβάσεων και το μεγάλο πλεόνασμα του λογαριασμού κεφαλαίων, χρηματοδοτούν πολύ μεγαλύτερο ύψος εισαγωγών αγαθών από το ύψος των εξαγωγών αγαθών της χώρας μας. Συμβάλλουν δηλαδή στη δημιουργία του μεγάλου ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου. Οι σχετικά υψηλές επιδόσεις του ελληνικού τουριστικού τομέα έως σήμερα θα πρέπει να αποδοθούν κατά κύριο λόγο στα σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που κατέχει η χώρα μας σε αυτόν τον τομέα, που τοποθετούν τη δυναμική ανάπτυξή του σε επίπεδα πολύ υψηλότερα από τα σημερινά. Ωστόσο, τα σπουδαία αυτά συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας μας αντισταθμίζονται σε μεγάλο βαθμό από τα επίσης σημαντικά μειονεκτήματά της που μπορεί να συνοψισθούν στα ακόλουθα:

Πρώτον, στη μεγάλη απόστασή της από τις κύριες χώρες προελεύσεως των τουριστών στην ανεπτυγμένη Βόρεια Ευρώπη που δεν της επιτρέπουν να προσελκύσει ικανό αριθμό τουριστών εκτός της καλοκαιρινής περιόδου. Βέβαια, η ανάπτυξη των χωρών της ΝΑ Ευρώπης και της Ρωσίας τα τελευταία έτη, αμβλύνει σε σημαντικό βαθμό αυτό το μειονέκτημα, αφού η Ελλάδα προσελκύει πολλούς τουρίστες από αυτές τις χώρες. Επιπλέον, το μειονέκτημα αυτό μπορεί να αντιμετωπισθεί με την αναβάθμιση των περιφερειακών αεροδρομίων και την προσέλκυση περισσότερων αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Δεύτερον, στη σχετικά χαμηλή και επιδεινούμενη μακροοικονομική της ανταγωνιστικότητας, λόγω του ισχυρού Ευρώ και της ταχείας αύξησης του κόστους εργασίας ανά μονάδα προϊόντος στην εγχώρια οικονομία. Το πρόβλημα αυτό αφορά την ελληνική οικονομία ως σύνολο. Η ταχεία αύξηση του κόστους εργασίας ανά μονάδα προϊόντος στην Ελλάδα σε μία εποχή ισχυρού Ευρώ επιβαρύνει δυσανάλογα τον τουρισμό,

ιδιαιτέρως την τελευταία διετία που είναι περίοδος παγκόσμιας οικονομικής κρίσεως και οι γειτονικές μας χώρες έχουν υποστεί σημαντικές υποτιμήσεις των νομισμάτων τους.

Τρίτον, στην κρατική πολιτική των υπέρμετρων παρεμβάσεων και στον τομέα του τουρισμού με την υιοθέτηση της πολιτικής αναπτύξεως του τομέα στη βάση της «οικογενειακής τουριστικής επιχειρήσεως» και του κατακερματισμού της εγχώριας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών, την ίδια περίοδο που η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών στις χώρες προελεύσεως συγκεντρωνόταν σε εξαιρετικά υψηλό βαθμό σε λίγες επιχειρήσεις παγκοσμίου εμβέλειας με μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη. Έτσι, ο τουρισμός αναπτύσσεται σταδιακά στην Ελλάδα, με συνεχή κρατική υποστήριξη, συμβάλλοντας στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, αλλά με ρυθμό αναπτύξεως που υπολείπεται σημαντικά του δυνητικού ρυθμού αναπτύξεώς του. Τα διαρθρωτικά προβλήματα που δημιουργήθηκαν από τον κατακερματισμό της εγχώριας προσφοράς βελτιώνονται σταδιακά από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, αλλά ακόμη εμποδίζουν την πλήρη αξιοποίηση των αναπτυξιακών δυνατοτήτων του ελληνικού τουρισμού. Παρ' όλα αυτά, η δυνατότητα αναπτύξεως του τουρισμού στην Ελλάδα στα επόμενα έτη είναι πολύ μεγαλύτερη από ότι στις άλλες ανταγωνίστριες χώρες διότι, αφενός η αξία των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας μας είναι συγκριτικά υψηλότερη και αφετέρου, οι δυνατότητες που υπάρχουν για τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα έχουν τύχει εξαιρετικά χαμηλού βαθμού εκμεταλλεύσεώς τους σε σύγκριση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες (π.χ. Ισπανία, Ιταλία, Κύπρο, κ.ά.). Επιπλέον, μεγαλύτερη είναι και η δυνατότητα της χώρας μας για περαιτέρω σημαντική βελτίωση της διαρθρώσεως του τομέα και της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρει, καθώς και της επιχειρηματικότητας στην προσφορά αυτών των υπηρεσιών. Τέλος, ιδιαιτέρως σημαντικό είναι ότι οι μεγάλες επενδύσεις που πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία έτη σε τουριστικές υποδομές και για ενίσχυση της δυναμικότητας προσφοράς υπηρεσιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις, έχουν δυνατότητες αποδόσεως στο μέλλον πολύ μεγαλύτερες από τη συμβολή τους έως σήμερα. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που έχει η Ελλάδα στον τομέα του τουρισμού συγκεντρώνονται πρωτίστως στην υπεροχή του φυσικού της περιβάλλοντος και στην μοναδική πολιτιστική και ιστορική της κληρονομιά. Η αξία αυτών των πλεονεκτημάτων αυξάνει με την πάροδο του χρόνου. Τα φυσικά πλεονεκτήματα της χώρας προσδιορίζονται από το εντυπωσιακό μεσογειακό της τοπίο και τις ήπιες κλιματολογικές συνθήκες που συνδυάζονται ιδανικά και ενισχύονται από την πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά της, η οποία αποτελεί από μόνη της πόλο έλξεως μεγάλου αριθμού τουριστών από όλο τον κόσμο. Τα πλεονεκτήματα αυτά παρέχουν την δυνατότητα στις εγχώριες τουριστικές

επιχειρήσεις να προσφέρουν ολοκληρωμένα, διαφοροποιημένα και ελκυστικά τουριστικά πακέτα σε ανταγωνιστικούς συνδυασμούς ποιότητας-τιμής έναντι άλλων χωρών. Τα πολυάριθμα νησιωτικά συμπλέγματα και οι τεράστιες σε μήκος και ποικιλομορφία πεντακάθαρες νησιωτικές και ηπειρωτικές ακτές, καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό διακοπών, όχι μόνο κατά την θερινή περίοδο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου, αλλά και κατά την «ενδιάμεση περίοδο», δηλαδή κατά το τετράμηνο Απρίλιος-Ιούνιος και Οκτώβριος. Αυτός είναι ο λόγος που στις δύο αυτές σημαντικές περιόδους πραγματοποιείται, κατά μέσο όρο, το 80% των αφίξεων τουριστών σε ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα στην Ελλάδα, το 38% στην ενδιάμεση περίοδο και το 42% στη θερινή περίοδο (Πίνακας 1). Μάλιστα, η αύξηση των τουριστών στη θερινή περίοδο εξακολουθεί να είναι μεγαλύτερη από την αύξηση των τουριστών στην ενδιάμεση και τη χειμερινή περίοδο, με αποτέλεσμα την περαιτέρω ενίσχυση της εποχικότητας του ελληνικού τουρισμού υπέρ της θερινής περιόδου. Ωστόσο, εκτός από τα νησιωτικά συμπλέγματα και της θαλάσσιες ακτές, η Ελλάδα διαθέτει και αναρίθμητα ηπειρωτικά φυσικά συγκροτήματα, τουριστικά θέρετρα και καταφύγια εκπληκτικού κάλλους, τα οποία συνδυάζονται ιδανικά με τα πολυάριθμα ιστορικά της μνημεία και την πολιτιστική της κληρονομιά και μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την ανάπτυξη και του χειμερινού τουρισμού, που έως σήμερα ευρίσκεται σε σχετική στασιμότητα, όπως φαίνεται στον Πίνακα 1.

Πίνακας 1. Εποχική διάρθρωση του ελληνικού τουρισμού (ετήσια % αύξηση).

Έτος/περίοδος	Χειμερινή	Ενδιάμεση	Θερινή	Σύνολο
1990	20,1%	38,3%	41,6%	100,0%
1995	18,9%	39,9%	41,2%	100,0%
2000	19,9%	38,4%	41,7%	100,0%
2002	21,0%	37,5%	41,6%	100,0%
2004	20,2%	38,6%	41,2%	100,0%
2006	20,1%	37,4%	42,5%	100,0%
2008	19,6%	37,8%	42,7%	100,0%
<b>% Αύξηση 1990-2008</b>	<b>34,3%</b>	<b>36,2%</b>	<b>41,4%</b>	<b>38,0%</b>
<b>% Αύξηση 2000-2008</b>	<b>8,1%</b>	<b>8,1%</b>	<b>12,3%</b>	<b>9,9%</b>
<b>% Αύξηση 2004-2008</b>	<b>21,9%</b>	<b>23,1%</b>	<b>30,3%</b>	<b>25,8%</b>

Σημ.: Χειμερινή περίοδος: Ιανουάριος-Μάρτιος, Νοέμβριος-Δεκέμβριος. Ενδιάμεση Περίοδος: Απρίλιος-Ιούνιος, Οκτώβριος. Θερινή περίοδος: Ιούλιος-Σεπτέμβριος.

Πηγή: Eurostat

Η σημασία των ανωτέρω ενισχύεται από τη σημαντική αναβάθμιση της οικονομικής-τουριστικής και κοινωνικής υποδομής της χώρας, σε μεγάλο βαθμό επ' ευκαιρία των Ολυμπιακών Αγώνων 2004. Οι Αγώνες συνέβαλαν στην ουσιαστική αναβάθμιση των εφαρμοζόμενων συστημάτων για την εξασφάλιση υψηλού βαθμού ασφαλείας των ξένων επισκεπτών στη χώρα μας, ενώ η ολοκλήρωση των μεγάλων οδικών αρτηριών (Εγνατία, ΠΑΘΕ, Ιωνία Οδός, κ.ά.), η σημαντική βελτίωση των ακτοπολιτικών συγκοινωνιών και η ταχεία πρόοδος που σημειώνεται στις επικοινωνίες και την ανάπτυξη του γρήγορου Internet, αίρουν σταδιακά τα εμπόδια που αντιμετώπιζε η ανάπτυξη του τουρισμού στους ανωτέρω τομείς. Οι εξελίξεις αυτές, σε συνδυασμό με την παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία, την παιδεία και τον ελληνικό τρόπο ζωής, έχουν αναβαθμίσει την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό. Έτσι, παρά τις ελλείψεις και τις καθυστερήσεις που ακόμη σημειώνονται σε πολλούς τομείς (περιφερειακά αεροδρόμια, λιμάνια, ορισμένες οδικές αρτηρίες, κ.ά.), η πρόοδος που έχει ήδη επιτευχθεί δικαιολογεί σήμερα το συμπέρασμα ότι μεταξύ των σημαντικών συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Ελλάδος, τουλάχιστον έναντι άλλων αναπτυσσόμενων τουριστικών χωρών, εντάσσεται και η υψηλή στάθμη των υποδομών μεταφορών, επικοινωνιών, ενέργειας, υγείας, ασφαλείας, κ.ά. Η αναμφισβήτητη υπεροχή του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου της χώρας μας, καθώς και οι μεγάλες επενδύσεις που πραγματοποιήθηκαν στη δεκαετία του 2000 σε υποδομές και ακόμη αυτή η ίδια η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας το 2004, αποτελούν την «προϊκα» της ελληνικής τουριστικής επιχειρήσεως, η οποία με αυτά έχει ένα σημαντικό ανταγωνιστικό προβάδισμα έναντι των ανταγωνιστικών της επιχειρήσεων σε άλλες χώρες. Με αυτά τα δεδομένα υπάρχουν οι δυνατότητες ώστε οι εγχώριες τουριστικές επιχειρήσεις να αναπτυχθούν συγκροτημένα και αποδοτικά, να αποκτήσουν και να αναπτύξουν την αναγκαία επιχειρηματική δομή, τεχνογνωσία και διαπραγματευτική ικανότητα για την ανταγωνιστική τους λειτουργία με βάση και τις συνθήκες και τις τάσεις που επικρατούν στην παγκόσμια αγορά. Θα πρέπει δε να αναπτύσσονται, διαφυλάσσοντας το περιβάλλον, την πολιτιστική μας κληρονομιά και τις υποδομές που έχουμε αναπτύξει, την αναγνωρισιμότητα παγκοσμίως που αποκτήσαμε από τη μεγάλη επένδυση των Ολυμπιακών Αγώνων, καθώς και την αυξημένη αίσθηση ασφαλείας και φιλοξενίας, δηλαδή όλα τα στοιχεία που αποτελούν βάση αναπτύξεως του τουρισμού στις ανεπτυγμένες χώρες. Επίσης, το κράτος έχει τη δυνατότητα να προσδιορίσει εγκαίρως με σαφήνεια τις περιοχές και τους όρους εγκαταστάσεως, αναπτύξεως και λειτουργίας διαφόρων

κατηγοριών τουριστικών επιχειρήσεων στην ελληνική επικράτεια κατά τρόπο που να διευκολύνει την ανάπτυξη δυναμικών τουριστικών επιχειρήσεων ικανών να λειτουργήσουν αποδοτικά στην εγχώρια αλλά και στις ξένες αγορές. Η κρατική πολιτική πρέπει να συμβάλει στην ενίσχυση της αυτόνομης αναπτύξεως της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό και στους άλλους τομείς της οικονομίας, ως την κινητήριου δύναμη για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας γενικότερα. Ωστόσο, η προσφορά ξενοδοχειακών υπηρεσιών στην Ελλάδα εξακολουθεί να πραγματοποιείται σε μεγάλο βαθμό από ένα πλήθος σχετικά μικρών επιχειρήσεων που δημιουργήθηκαν με την εκμετάλλευση των κρατικών επιχορηγήσεων και λειτουργούν σε έντονο ανταγωνισμό μεταξύ τους σε κάθε περιοχή, με σχετικά χαμηλή ή/και αρνητική απόδοση και με συνεχή επίκληση της κρατικής συνδρομής για κάλυψη ακόμη και των λειτουργικών τους ελλειμμάτων. Το ελληνικό κράτος αντί να διαδραματίζει σωστά τον ρυθμιστικό του ρόλο, που είναι πολύ σημαντικός στην περίπτωση του τουρισμού, και να συμβάλει στη διαμόρφωση ενός ευνοϊκού μακροοικονομικού περιβάλλοντος και στην παροχή της οικονομικής και κοινωνικής υποδομής για την ανάπτυξη του τουρισμού και της οικονομίας γενικότερα, επικεντρώνει την πολιτική του σε μικροοικονομικές παρεμβάσεις, όπως η υψηλή επιχορήγηση της ανεγέρσεως και του εκσυγχρονισμού ξενοδοχειακών και άλλων τουριστικών μονάδων, καθώς και η συμβολή στην εξασφάλιση της οικονομικής λειτουργίας και υγείας των τουριστικών επιχειρήσεων. Χαρακτηριστικά, οι ξενοδοχειακές μονάδες ανεγείρονται συνήθως με σημαντική στήριξη από την κρατική επιδότηση μέσω των αναπτυξιακών νόμων. Στη συνέχεια, αντιμετωπίζουν συχνά προβλήματα προσελκύσεως πελατών και χαμηλού βαθμού πληρότητας, εξαιτίας αδυναμιών στην επιχειρηματική λειτουργία των επιχειρήσεων, καθώς και της χαμηλής διαπραγματευτικής τους ικανότητας έναντι των μεγάλων τουριστικών πρακτόρων (tour operators), με συνέπεια την μη αποδοτική και πολλές φορές ζημιολογική λειτουργία τους. Αυτό οδηγεί συχνά στη διαπίστωση ότι «αρκετές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν την απειλή του κλεισίματος και αδυνατούν να καλύψουν τις υποχρεώσεις τους, ακόμη και την κάλυψη των εισφορών τους στα ασφαλιστικά ταμεία». Έτσι, πολλές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στις δεκαετίες του 1980 και του 1990 παραδόθηκαν τελικά υπερχρεωμένες από τους πρώην «ιδιοκτήτες τους» στον έλεγχο των τραπεζών ή του κράτους. Άλλες έχουν εγκατασταθεί αυθαίρετα σε περιοχές που δεν επιτρεπόταν η λειτουργία τέτοιων μονάδων, ή έχουν κτισθεί με υπερβάσεις των συντελεστών δομήσεως ή με συχνή αλλαγή χρήσεως των κτισμάτων, και λειτουργούν χωρίς να πληρούν τις αναγκαίες προδιαγραφές λειτουργίας τους (για παράδειγμα, χωρίς να έχουν λάβει από τον ΕΟΤ το Ειδικό Σήμα Λειτουργίας, ή ΕΣΛ). Αυτή η ανεπαρκώς επιχειρηματική λειτουργία ορισμένων τουριστικών



επιχειρήσεων συνεπάγεται πολλές φορές απώλεια πελατών ακόμη και για τις δυναμικές τουριστικές επιχειρήσεις. Ο κατακερματισμός της προσφοράς ξενοδοχειακών υπηρεσιών, ιδιαιτέρως σε τοπικό επίπεδο σε πολλές περιοχές της χώρας συνυπάρχει, τα τελευταία έτη, με υπερβάλλουσα προσφορά ξενοδοχειακών υπηρεσιών και οδηγεί ούτως ή άλλως σε καταστροφικό ανταγωνισμό μεταξύ των τουριστικών μονάδων, περιορίζοντας τις δυνατότητές τους για βιώσιμη λειτουργία. Σύμφωνα με μία πρόσφατη Έκθεση του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Νοέμβριος 2008) προκύπτει ότι η δυναμικότητα σε ξενοδοχειακές κλίνες των ξενοδοχείων που λειτουργούν στην Ελλάδα ισοδυναμεί με δυνατότητα 182,1 εκατ. διανυκτερεύσεων. Έναντι αυτού, οι διανυκτερεύσεις που πραγματοποιήθηκαν το 2007 ανήλθαν μόνον στα 64,1 εκατ. Αυτό οδηγεί το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων στο συμπέρασμα ότι στην Ελλάδα υπάρχει ήδη πλεονάζουσα δυναμικότητα σε ξενοδοχειακό δυναμικό η οποία ανέρχεται στο 184% της υπάρχουσας δυναμικότητας. Μάλιστα, το ποσοστό αυτό ξεκινά από 109,1% στα Δωδεκάνησα, είναι 128,7% στην Κρήτη, 164,8% στην Αττική, 340,5% στη Δυτική Μακεδονία και φθάνει στο 536,8% στις Κυκλάδες<sup>4</sup>. Παρ' όλα αυτά, όπως αναλύεται στη συνέχεια, στον αναπτυξιακό νόμο 3299/2004 έχουν ενταχθεί επενδύσεις για ίδρυση 535 νέων ξενοδοχειακών μονάδων με 49.000 κλίνες, προϋπολογισμού € 2,6 δισ., με € 1,16 δισ. κρατική επιχορήγηση. Επίσης, στο Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ) 2007-2013 προκηρύσσονται νέα επενδυτικά προγράμματα για ίδρυση νέων ξενοδοχειακών μονάδων με κρατική επιχορήγηση από 55% στην Αττική και την Θεσσαλονίκη έως 65% στην υπόλοιπη Ελλάδα. Βέβαια, εκτός από τα νέα ξενοδοχεία ένα μεγάλο μέρος των επενδύσεων που εντάσσονται στους αναπτυξιακούς νόμους αφορά τον εκσυγχρονισμό, την αναβάθμιση και την επέκταση των υπαρχόντων ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς και την ανάπτυξη ειδικών τουριστικών υποδομών που είναι αναγκαίες για την επέκταση της τουριστικής περιόδου. Ωστόσο, ένα επίσης σημαντικό μέρος των νέων επιχορηγούμενων επενδύσεων συνεπάγεται ακόμη μεγαλύτερη αύξηση των προσφερομένων ξενοδοχειακών κλινών, χωρίς να εξασφαλίζεται η αποδοτική-επιχειρηματική λειτουργία τους. Διαπιστώνονται, επομένως, τα ακόλουθα βασικά χαρακτηριστικά της προσφοράς ξενοδοχειακών υπηρεσιών στην Ελλάδα: α) Μεγάλος αριθμός μονάδων ξενοδοχειακών και μη ξενοδοχειακών καταλυμάτων στις παλαιές και νέες τουριστικές περιοχές της χώρας, χαρακτηρίζονται από παραδοσιακή οργανωτική δομή, ανεπάρκεια επιχειρηματικότητας και χαμηλή διαπραγματευτική ικανότητα έναντι των μεγάλων tour operators. Η διαπραγματευτική θέση της προσφοράς είναι υποβαθμισμένη έναντι της ισχυρής διαπραγματευτικής θέσεως της ζήτησεως. Με αυτόν τον τρόπο οι υψηλοί

πρόσοδοι που προκύπτουν από την εκμετάλλευση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας μας στον τουρισμό καρπώνονται σε μεγάλο βαθμό από τους οργανωτές της ζήτησεως. β) Οι αναπτυξιακοί νόμοι εξακολουθούν να παρέχουν κίνητρα για τη δημιουργία νέων ξενοδοχειακών μονάδων ή για εκσυγχρονισμό και επέκταση των παλαιών, χωρίς να εξασφαλίζονται ταυτόχρονα οι προϋποθέσεις για την αναγκαία προώθηση της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό, για την έξοδο των μη αποδοτικών και μη βιώσιμων τουριστικών μονάδων από την αγορά και για την οργάνωση της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών ανά περιοχή, για πιο ισότιμη διαπραγμάτευση με την οργανωμένη ζήτηση. Τα ανωτέρω οδηγούν στην προαναφερθείσα χαμηλή αποδοτικότητα και στην έλλειψη ικανοποιητικών κερδών σε μεγάλο αριθμό ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, ακόμη και στις καλές τουριστικές χρονιές. Σε κάθε λιγότερο ευνοϊκή συγκυρία, όπως η τρέχουσα, η κρατική επέμβαση για κάλυψη των ζημιών των τουριστικών επιχειρήσεων κρίνεται ως αναγκαία. Από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, λόγω της αποφάσεως για διοργάνωση από τη χώρα μας των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και της πορείας εντάξεως της χώρας μας στη Ζώνη του Ευρώ, υπάρχουν ενδείξεις εκσυγχρονισμού του τουρισμού. Την περίοδο αυτή, ένας αριθμός τουριστικών επιχειρήσεων (ξενοδοχειακές μονάδες, καζίνο, μαρίνες, κ.ά.) που λειτουργούσαν έως τότε με ζημιογόνα αποτελέσματα υπό την ιδιοκτησία ή/και τον έλεγχο του κράτους, ιδιωτικοποιήθηκαν και πέρασαν στον έλεγχο μεγάλων επιχειρηματικών ομίλων, δημιουργώντας μία πιο σταθερή επιχειρηματική βάση για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα. Επίσης, οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες της Αττικής και σε άλλες περιοχές της χώρας έπρεπε να ανακαινισθούν και να αναβαθμισθούν για να καλύψουν τις διογκωμένες ανάγκες φιλοξενίας που προέκυπταν από την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Τέθηκαν τότε οι βάσεις για σταδιακή απαγκίστρωση από την «οικογενειακή τουριστική εκμετάλλευση» και ταυτοχρόνως για ταχύτερη ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα. Ειδικότερα, μία πολύ σημαντική εξέλιξη στη δεκαετία του 2000 είναι η αυξανόμενη παρουσία στην ελληνική τουριστική οικονομία των μεγάλων ξενοδοχειακών συγκροτημάτων με επωνυμίες (brands) αναγνωρισμένες στην Ελλάδα και διεθνώς, οι οποίες εγγυώνται στους πελάτες την προσφορά συγκεκριμένων τουριστικών υπηρεσιών υψηλής ποιότητας σε ικανοποιητικές τιμές. Σύμφωνα με την Έκθεση του Δ. Κούτουλα, «The 2009 Greek Hotel Branding Report», 113 επιχειρήσεις με ισχυρές επωνυμίες το 2009 είχαν υπό τον έλεγχό τους 431 επώνυμα ξενοδοχεία, άνω των 77.000 δωματίων, έναντι 71 επιχειρήσεων με 296 επώνυμα ξενοδοχεία το 2005. Η εξέλιξη αυτή δείχνει ότι κάποιες από τις ισχυρές επωνυμίας επιχειρήσεις του 2005 μεγαλώνουν με γρήγορο ρυθμό εγκαθιστώντας ή εξαγοράζοντας και ξενοδοχειακές μονάδες σε διάφορες

περιοχές της Ελλάδος. Πολλοί Έλληνες ξενοδόχοι αποδέχονται την ένταξη των ξενοδοχειακών τους μονάδων σε δυναμικούς ομίλους με ισχυρή επωνυμία, διεθνή εμβέλεια και υψηλή διαπραγματευτική ικανότητα. Ωστόσο, παρά την αύξησή τους, τα «επώνυμα» ξενοδοχεία αποτελούν ακόμη μόλις το 4,0% του συνόλου των ξενοδοχείων και το 19,0% του συνόλου των ξενοδοχειακών δωματίων της Ελλάδος, όπου το μέσο ελληνικό ξενοδοχείο διαθέτει δυναμικό 42 δωματίων, ενώ το μέσο μέγεθος κάθε ξενοδοχειακής μονάδας των ανωτέρω αλυσίδων ανέρχεται σε 180 δωμάτια. Σε αντιδιαστολή με την ελληνική πραγματικότητα, στις ευρωπαϊκές χώρες το 25%-40% της συνολικής ξενοδοχειακής δυναμικότητας ανήκει, κατά μέσο όρο, στις επώνυμες ξενοδοχειακές αλυσίδες.

Πίνακας 2. Τουριστικές επενδύσεις που έχουν υπαχθεί στον ν. 3299/04 από Μάϊο 2005 έως Ιούλιο 2009 και στον ν. 2601/98 από Μάϊο 1998 έως τον Μάϊο 2005

	Αριθμός επενδυτικών σχεδίων		Προϋπολογισμός (εκατ. Ευρώ)		Επιχορήγηση (εκατ. Ευρώ)		Κλίνες (χιλ.)	
	ν.3299/04	ν.2601/98	ν.3299/04	ν.2601/98	ν.3299/04	ν.2601/98	ν.3299/04	ν.2601/98
Εγκατάσταση ειδικών τουριστικών υποδομών	21	28	158	212	73	76	...	...
Εκσυγχρονισμός κάμπινγκ	11	12	8	3	4	1	...	...
Εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων	738	630	1.696	569	703	140	133.092	79.389
Ίδρυση ξενοδοχείων	535	70	2.605	143	1.158	30	49.319	5.886
Μετατροπή διατηρητέων-παροδοσιακών κτηρίων σε ξενοδ.	227	232	165	143	78	58	3.826	4.862
Προσθήκη συμπλ. εγκαταστάσεων ξενοδοχείου	39	17	68	17	27	4	...	...
<b>Σύνολο</b>	<b>1.571</b>	<b>989</b>	<b>4.701</b>	<b>1.087</b>	<b>2.042</b>	<b>309</b>	<b>186.237</b>	<b>92.828</b>

Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

Μία δεύτερη, επίσης σημαντική, εξέλιξη κατά τα τελευταία πέντε έτη είναι ότι συνεχίζονται με υψηλό ρυθμό οι επενδύσεις σε νέα ξενοδοχεία και σε ανακαίνιση παλαιών ξενοδοχειακών μονάδων, με έμφαση μάλιστα στην ίδρυση μονάδων 3,4 και 5 αστέρων. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 2, έως τον Ιούλιο του 2009 εντάχθηκαν στον αναπτυξιακό νόμο 1.571 τουριστικές επενδύσεις προϋπολογισμού € 4,7 δισ., με κρατική επιδότηση € 2,04 δισ. Από αυτά, επενδύσεις προϋπολογισμού € 2,61 δισ. αφορούν την ανέγερση 535 νέων ξενοδοχείων (τριών αστέρων: € 1,18 δισ., τεσσάρων αστέρων: € 693 εκατ. και πέντε αστέρων: € 730 εκατ.), ενώ επενδύσεις € 1,7 δισ. αφορούν των εκσυγχρονισμό 738 ξενοδοχείων (δύο αστέρων: ν 461 εκατ., τριών αστέρων: € 495 εκατ., τεσσάρων αστέρων: € 570 εκατ. Και πέντε αστέρων: € 170 εκατ.). Τον Ιούνιο του

2007, οι τουριστικές επενδύσεις που είχαν ενταχθεί στον αναπτυξιακό νόμο είχαν προϋπολογισμό και κρατικές ενισχύσεις που αντιστοιχούσαν στο 45,7% και στο 47,5% αντιστοίχως του προϋπολογισμού και των ενισχύσεων του συνόλου των ενταγμένων επενδύσεων. Επιπλέον των ανωτέρω, ήδη προκηρύχθηκαν τα προγράμματα για ένταξη στα Περιφερειακά Επενδυτικά Προγράμματα (ΠΕΠ) του ΕΣΠΑ 2007-2013 νέες ξενοδοχειακές επενδύσεις για ίδρυση νέων και για εκσυγχρονισμό και επέκταση παλαιών μονάδων. Μολονότι οι ανωτέρω νέες επενδυτικές πρωτοβουλίες στον τουρισμό είναι αναγκαίες, διότι ο εκσυγχρονισμός και η ανανέωση του υπάρχοντος δυναμικού και η είσοδος νέων επιχειρηματιών στον κλάδο αποτελούν προϋπόθεση για την αποτελεσματική και αποδοτική λειτουργία του, παραμένουν άλυτα τα θέματα που αφορούν τα διαρθρωτικά προβλήματα στην πλευρά της προσφοράς. Οι νέες επενδύσεις θα πρέπει να συνδυάζονται με την αναγκαία πρόοδο στην καλύτερη οργάνωση της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών και με την ανάπτυξη των ειδικών υποδομών για την επέκταση της τουριστικής περιόδου στις διάφορες περιοχές της Ελλάδος. Η τρίτη εξέλιξη, που σημειώνεται κατά τα τελευταία δύο έτη, μετά από καθυστέρηση δεκαετιών, είναι η εφαρμογή του ειδικού χωροταξικού σχεδίου για τον τουρισμό, το οποίο με τον συνεχή εμπλουτισμό και εκσυγχρονισμό του δύναται να αποτελέσει μία αξιόπιστη βάση για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού στα επόμενα έτη. Η έλλειψη ενός κατάλληλου χωροταξικού σχεδίου έως σήμερα στην Ελλάδα είχε ως αποτέλεσμα την καθυστέρηση της δημιουργίας των αναγκαίων και κατάλληλα χωροθετημένων τουριστικών επενδύσεων και την υπέρμετρη ανάπτυξη αυθαιρέτων και παράνομων τουριστικών και άλλων εγκαταστάσεων. Έτσι, το κύριο μέρος του χρόνου και των προσπάθειών των Αρχών τις τελευταίες δεκαετίες αναλώνεται στον σχεδιασμό των διαδικασιών και των προϋποθέσεων νομιμοποίησης αυθαίρετων τουριστικών εγκαταστάσεων, παρά στον σχεδιασμό των προϋποθέσεων για τη σωστή χωροθέτηση και ανάπτυξη των νόμιμων τουριστικών μονάδων. Το ειδικό πλαίσιο χωροταξικού σχεδιασμού για τον τουρισμό αφορά την περίοδο 2008-2023 και αποτελεί μία πρώτη προσέγγιση για τη διασφάλιση ενός ορθολογικού προτύπου τουριστικής αναπτύξεως. Στο πλαίσιο αυτό, κατηγοριοποιείται ο εθνικός χώρος σε περιοχές που είναι λιγότερο και περισσότερο ανεπτυγμένες τουριστικά, ενώ ειδικές ρυθμίσεις του αφορούν τις μητροπολιτικές περιοχές, τις παράκτιες περιοχές, νήσους, τις ορεινές, πεδινές και ημιορεινές περιοχές, τις περιοχές του Δικτύου Φύση 2000 και λοιπές περιοχές περιβαλλοντικής ευαισθησίας, τους παραδοσιακούς οικισμούς και τους αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία. Οι κύριοι άξονες του ειδικού χωροταξικού είναι, αφενός η αναμόρφωση των όρων για τη δόμηση τουριστικών καταλυμάτων και αφετέρου η δημιουργία πλαισίου για την προώθηση

«σύνθετων και ολοκληρωμένων τουριστικών υποδομών μεικτής χρήσεως». Εμφανής είναι η προσπάθεια χαράξεως μίας νέας πολιτικής στην τουριστική ανάπτυξη που τάσσεται υπέρ της υπερβάσεως του οικογενειακού υποδείγματος που κυριαρχεί έως και σήμερα στον ελληνικό τουριστικό κλάδο. Εάν προωθηθεί στην πράξη και με τρόπο ενιαίο και συστηματικό, η εξέλιξη αυτή δύναται να συμβάλει στην ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων που επιτυγχάνουν την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του κλάδου στη διεθνή αγορά. Ειδικότερα, το σκέλος του χωροταξικού που επικεντρώνεται στην προώθηση «σύνθετων και ολοκληρωμένων τουριστικών υποδομών μεικτής χρήσεως», αποτελεί νέα εξέλιξη για την Ελλάδα που μπορεί να συμβάλει στη σημαντική αναβάθμιση της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών στη χώρα μας. Τα προγράμματα αυτά αφορούν την συνδυασμένη ανάπτυξη ξενοδοχείων (τεσσάρων ή πέντε αστέρων) με εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής και υπηρεσίες αναψυχής και προαιρετικά με ανέγερση εξοχικών κατοικιών προς πώληση ή/και για χρήση τους για παροχή ξενοδοχειακών υπηρεσιών. Οι μεικτής χρήσεως τουριστικές υποδομές προβλέπεται ότι θα αναπτύσσονται σε γήπεδα μεγαλύτερα των 150 στρεμμάτων, ενώ δεν επιτρέπονται σε υψόμετρο μεγαλύτερο των 600 μέτρων, στις δασικές εκτάσεις, σε περιοχές απολύτου προστασίας της φύσεως και σε οικότοπους προτεραιότητας, στη γεωργική γη υψηλής παραγωγικότητας, στις μητροπολιτικές περιοχές και σε νησιά με επιφάνεια μικρότερη των 90 km<sup>2</sup>. Τέλος, στα 30 κατοικημένα νησιά όπου επιτρέπεται η εγκατάσταση τουριστικών υποδομών μεικτής χρήσεως τίθενται επίσης όρια στην έκτασή τους. Τίθεται λοιπόν βαθμιαίως η αναγκαία βάση για την ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου στην Ελλάδα στη δεκαετία του 2010. Ωστόσο, η αντιμετώπιση των προαναφερθέντων προβλημάτων της παραδοσιακής διαρθρώσεως του τομέα προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών απαιτεί ακόμη πιο ριζική αναμόρφωση της ακολουθούμενης πολιτικής. Άλλωστε, τα μεγάλα προβλήματα του τουριστικού κλάδου έγιναν και πάλι εμφανή εν μέσω της μεγάλης παγκόσμιας χρηματοοικονομικής και οικονομικής κρίσεως στην τρέχουσα περίοδο.

### Πίνακας 3

#### Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής Διεθνών αφίξεων 2001-2005

	Παγκόσμια	Ευρώπη	Μέσος Όρος Ανταγωνιστών	Ελλάδα
2002	2,7%	2,3%	4,4%	-0,7%
2003	-1,9%	-0,9%	2,1%	-0,6%
2004	10,7%	5,1%	8,7%	-3,0%
2005	5,9%	4,6%	8,7%	4,7%
<b>Μέσος Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής</b>	<b>4,4%</b>	<b>2,8%</b>	<b>6,0%</b>	<b>0,1%</b>

Πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)

Από τον Πίνακα 3 προκύπτει ότι ο ρυθμός αφίξεων ξένων τουριστών στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια δεν είναι ικανοποιητικός, συγκριτικά με τους ανταγωνιστές μας. Η πτωτική πορεία των αφίξεων ξένων τουριστών στην περίοδο 2001-2004 έχει συμβάλλει στη μείωση του μεριδίου της Ελλάδος στην παγκόσμια και την Ευρωπαϊκή αγορά στο 1,6% και 3,0% αντίστοιχα το 2005, από 1,8% και 3,2% το 2000.

### 2.1. Η σημασία του συναλλάγματος

Σταθερό χαρακτηριστικό της ελληνικής μεταπολεμικής οικονομικής ανάπτυξης αποτελεί το μονίμως ελλειμματικό εμπορικό ισοζύγιο. Αυτό συμβαίνει σε μια περίοδο κατά την οποία οι εξαγωγές της χώρας αυξάνονται σταθερά και οι ρυθμοί ανάπτυξης είναι σημαντικοί. Το πρόβλημα όμως δημιουργείται από την ανεπαρκή και λάθος προσανατολισμένη βιομηχανική ανάπτυξη της χώρας, η οποία έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη βαριάς βιομηχανίας, αλλά και τη μικρή παραγωγή καταναλωτικών αγαθών και προϊόντων υψηλής τεχνολογίας που είχε ανάγκη η ελληνική οικονομία στην πρώτη μεταπολεμική εικοσαετία. Τη λύση δίνει η συνεχής αύξηση των εισαγωγών, για τις οποίες όμως απαιτείται σταθερά και συχνά βραχυπρόθεσμα συνάλλαγμα. Οι βασικές πηγές συναλλάγματος την περίοδο αυτή είναι το μεταναστευτικό, το ναυτιλιακό και το τουριστικό συνάλλαγμα. Μετά το 1970, όμως, τόσο το μεταναστευτικό όσο και το ναυτιλιακό συνάλλαγμα μειώνονται, με αποτέλεσμα να αυξάνεται διαρκώς το ποσοστό του τουριστικού συναλλάγματος στους άδηλους πόρους, οι οποίοι και συμβάλλουν στην κάλυψη του εμπορικού ελλείμματος. Ενώ το 1960 η συμμετοχή τουριστικού συναλλάγματος στους άδηλους πόρους ήταν 18%, το 2005 φτάνει το 28,9%. Αναφορικά με το εμπορικό έλλειμμα από 1/5 περίπου της κάλυψής του το 1961 φτάνουμε στο 1/3 το 2005, το

οποίο αναδεικνύει την ιδιαίτερη καθοριστική σημασία της είσπραξης σε ετήσια βάση των τουριστικών εσόδων ώστε να καλυφθεί το σταθερό αυξανόμενο εμπορικό έλλειμμα. Βάσιμα λοιπόν μπορεί να υποστηριχθεί η κομβική σημασία των τουριστικών εσόδων στην ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό της χώρας, ο οποίος στηρίχθηκε στις εισαγωγές κεφαλαιουχικών αγαθών και τεχνογνωσίας, εισαγωγές που έμμεσα χρηματοδοτήθηκαν από τα εισπραττόμενα έσοδα του Τουρισμού. Η σύγκριση με τις εξαγωγές και τις εισαγωγές είναι ενδεικτική, αλλά και χαρακτηριστική της δυναμικής που έχουν οι τουριστικές εισπράξεις για τη χώρα σε όλη τη μεταπολεμική περίοδο. Στον Πίνακα 4 καταγράφεται η εξέλιξη αφενός της ποσοστιαίας κάλυψης του εμπορικού ελλείμματος από το τουριστικό συνάλλαγμα και αφετέρου η σχέση αυτού του συναλλάγματος με τις εισαγωγές.

Πίνακας 4

Έτη	Ποσοστιαία κάλυψη εμπορικού ελλείμματος	Ποσοστό των εισαγωγών
1961	18,8%	17,0%
1970	19,3%	12,0%
1980	25,5%	15,9%
1990	21,0%	13,8%
2000	45,9%	30,5%
2005	32,3%	22,1%

Τράπεζα της Ελλάδος

Οι ετήσιες διακυμάνσεις του εμπορικού ελλείμματος δεν ανατρέπουν τη σταθερά προβληματική εικόνα στη μεταπολεμική περίοδο και επισημαίνουν εμφατικά το ρόλο του τουριστικού συναλλάγματος στην κάλυψη βραχυπρόθεσμων και μεσοπρόθεσμων αναγκών της οικονομίας. Η σημασία που αποκτά σταδιακά το τουριστικό συνάλλαγμα την περίοδο 1960-1980 ενισχύει την άποψη όσων θεωρούν ότι ο τουρισμός πρέπει να αναπτυχθεί με σταθερά διεθνή προσανατολισμό. Πρόκειται για μια άποψη την οποία άλλωστε τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες εισηγούνταν στις αναπτυσσόμενες τότε χώρες της Μεσογείου και της Κεντρικής Αμερικής κυβερνήσεις βιομηχανικών χωρών οργανισμοί (ΟΗΕ, ΟΑΣΑ). Τη «συμβολή» αυτή ακολούθησαν με έναν τρόπο ιδιαίτερα μονόπλευρο οι μεταπολεμικές κυβερνήσεις της Ελλάδας, με αποτέλεσμα η είσπραξη του τουριστικού συναλλάγματος να αποτελεί κύριο και μόνιμο στόχο της τουριστικής πολιτικής. Ο ημεδαπός τουρισμός σταθερά υποτιμάται οικονομικά και μόνο αρχίζει να αποτελεί στόχο της τουριστικής πολιτικής. Η πορεία των συναλλαγματικών

εισπράξεων, αλλά και της μέσης κατά κεφαλή δαπάνης των τουριστών, παρουσιάζεται στον Πίνακα 5.

Πίνακας 5  
Εισπράξεις και μέση κατά κεφαλή δαπάνη από τον διεθνή τουρισμό (\$)

Έτη	Συναλλάγμα σε εκατομμύρια (\$)	Μέση κατά κεφαλή δαπάνη σε (\$)
1951	5,9	147
1956	31,2	152
1961	62,5	142
1966	143,5	144
1971	305,2	171
1976	823,7	225
1981	1881	369
1986	1834,2	261
1991	2566,1	319
2000	9221	745
2005	13731	1073

Πηγή: UNWTO

Η στατιστική αποτίμηση του τουριστικού συναλλάγματος από την Τράπεζα της Ελλάδος όμως δεν ελάμβανε υπόψη σημαντικά ποσά αυτού που καταχωρούνται σε άλλα κονδύλια των άδηλων πόρων έως το τέλος της δεκαετίας του '80. Μια επιτροπή που συστήθηκε από την Τράπεζα της Ελλάδος, την ΕΣΥΕ, τον ΕΟΤ και το ΚΕΠΕ έλαβε υπόψη της αυτά τα ποσά που αφορούν α) εισπράξεις από κρουαζιέρες και ενοικιάσεις θαλαμηγών σκαφών, β) δραχμοποιήσεις από συναλλαγές των tour operators με πράκτορες και ξενοδόχους, γ) αγορές από τουρίστες με χρήση πιστωτικών καρτών, δ) δραχμοποιήσεις συναλλάγματος από συναλλαγές με παράνομα καταλύματα. Με βάση τις εκτιμήσεις της επιτροπής αυτής, το εισπραχθέν συναλλάγμα για το έτος 1990 δεν ήταν 2.586,8 που εμφάνιζε η Τράπεζα της Ελλάδος, αλλά 4.369 εκατομμύρια δολάρια (διαφορά 79,3%). Την εκτίμηση ότι οι τρόποι μέτρησης του τουριστικού συναλλάγματος είναι ανεπαρκείς έχουν κάνει διεθνείς και ελληνικές μελέτες για το ζήτημα, οι οποίες επισημαίνουν και τη δυσκολία να υπολογιστεί το «πραγματικό» όφελος μιας οικονομίας από τον τουρισμό, το οποίο σε κάθε περίπτωση δεν μπορεί να εκτιμηθεί μόνο από τις εισπράξεις σε συναλλάγμα ή από την κατά κεφαλή δαπάνη.



Οι συναλλαγματικές εισπράξεις δεν έχουν σημασία ως ανεξάρτητος δείκτης εάν δεν συνδυαστούν, για παράδειγμα, με τον αριθμό των αφίξεων ή των διανυκτερεύσεων, οπότε συγκριτικά με κάποιους άλλους ανταγωνιστές η Ελλάδα εμφανίζει ικανοποιητικά χαρακτηριστικά την περίοδο 2000-2005. Συνεχίζοντας, επισημαίνεται και ο αντίλογος στον τρόπο παρουσίασης των καθόλου «ουδέτερων» στατιστικών μεγεθών του τουρισμού επί πολλές δεκαετίες. Πρόκειται για την εκτίμηση ότι ένα σημαντικό ποσοστό της παρουσιαζόμενης ως αύξησης του τουριστικού συναλλάγματος οφείλεται στη μέτρηση του σε τρέχουσες τιμές. Το γεγονός αυτό σε χώρες με έντονες πληθωριστικές τάσεις όπως η Ελλάδα, παρουσιάζει μια εικόνα που απέχει από την πραγματικότητα. Είναι χαρακτηριστικό ότι η μέτρηση της κατά κεφαλή δαπάνης σε σταθερές τιμές 1970 εμφανίζει μια αύξηση 13,5% το 1980, ενώ σε τρέχουσες τιμές η ίδια αύξηση είναι 75,5%. Μια παρόμοια εκτίμηση για την περίοδο 1980-1981 από τον ΣΕΤΕ δείχνει ότι η μέση κατά κεφαλή δαπάνη είναι χαμηλότερη από το 1991 από ότι στις αρχές της δεκαετίας του '80. Αποκαλυπτική είναι η εικόνα που προκύπτει από τη σύγκριση της μέσης τουριστικής δαπάνης και του αντίστοιχου κατά κεφαλή ΑΕΠ των τουριστών που προέρχονται από τέσσερις μεγάλους «πελάτες» της Ελλάδας, για την ιδιαίτερα κρίσιμη για την ανάπτυξη του τουρισμού διακοπών της χώρας μας περίοδο της δεκαεπταετίας 1975-1990, όπως φαίνεται στον Πίνακα 6, ο οποίος δείχνει τη συνεχή ποσοστιαία μείωση της:

### Πίνακας 6

Μέση τουριστική δαπάνη ως ποσοστό του εισοδήματος κατά κεφαλή (τέσσερις σημαντικές χώρες πελάτες της Ελλάδας)

ΈΤΗ	Γερμανία	Μεγάλη Βρετανία	Γαλλία	Ιταλία
1975	5	-	-	4,4
1980	5,5	3,9	3,5	1,5
1988	1,7	2,2	1,8	1,2
1989	1,3	1,7	1,2	1,0
1990	1,3	1,9	1,2	1,3

Σκοπός είναι η επισήμανση ότι υπάρχουν ορισμένες «ποιοτικές» διαστάσεις στην αποτίμηση του τελικού οφέλους του τουριστικού συναλλάγματος για την ελληνική οικονομία, διαστάσεις οι οποίες υποδεικνύουν την ποιοτική υποβάθμιση της ζήτησης του τουρισμού ιδιαίτερα στη δεκαετία του 1980. Η συνεχής μείωση της τουριστικής δαπάνης των βασικών αυτών χωρών-πελατών επηρεάζει τόσο τα έσοδα

της Ελλάδας όσο και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, αλλά και στη συνέχεια και την ποιότητα της ζήτησης, οδηγώντας σε ένα φαύλο κύκλο τη σχέση προσφοράς και ζήτησης. Αρκετές είναι οι προσπάθειες που έχουν καταβληθεί για να προσεγγιστεί το τελικό όφελος από τον τουρισμό, τόσο διεθνώς όσο και στην ελληνική οικονομία, μέσα από τον υπολογισμό του κόστους που απαιτείται για τη δημιουργία υποδομής στον τουρισμό καθώς και για την εισαγωγή καταναλωτικών προϊόντων από το εξωτερικό για την εξυπηρέτηση των τουριστών. Το 1963 υπολογίζεται ότι το κόστος αυτό ανέρχεται στο 30,6% του συνόλου των τουριστικών εισπράξεων, ενώ το 1975 ένας άλλος υπολογισμός εκτιμά ότι σε κάθε αύξηση του τουριστικού συναλλάγματος υπάρχει μια διαρροή της τάξης του 67% έως εμπορικό έλλειμμα. Σε μια εμπειρική ανάλυση του ζητήματος ο B. P. Singh καταλήγει στο συμπέρασμα ότι οι τουριστικές δαπάνες σε εθνικό επίπεδο και σε ετήσια βάση συμποσούνται στο 10-11% των αντίστοιχων εισπράξεων, ένα ποσοστό αναμφίβολα πολύ χαμηλό. Το 1983 το ΚΕΠΕ κάνει μια συστηματική προσπάθεια να μετρήσει αυτό το κόστος εξετάζοντας τον τουρισμό όχι ως έναν τομέα, αλλά ως ιδιαίτερη ιδιωτική κατανάλωση στην εθνική οικονομία. Με βάση αυτή την υπόθεση εξετάστηκαν δεκαεννέα διαφορετικά μοντέλα τουριστικής κατανάλωσης και το συμπέρασμα ήταν ότι «τίθεται υπό αμφισβήτηση ακόμη και η ύπαρξη μιας θετικής καθαρής συναλλαγματικής επίδρασης του τουρισμού στην ελληνική οικονομία κάτω βέβαια από τις υπάρχουσες συνθήκες παραγωγής και διάθεσης της συγκεκριμένης τουριστικής κατανάλωσης». Η εξαιρετικά σημαντική αυτή προσέγγιση έρχεται να επιβεβαιώσει ότι οι υπεραισιόδοξες προβλέψεις για το ρόλο του τουριστικού συναλλάγματος στη λύση των προβλημάτων του ισοζυγίου πληρωμών δε φαίνεται να ευσταθούν. Οι παράγοντες που τελικά επηρεάζουν καθοριστικά το ύψος του τελικού συναλλαγματικού οφέλους σχετίζονται με βασικές επιλογές της αναπτυξιακής πολιτικής του τουρισμού και είναι: το ακολουθούμενο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης, η κατάσταση της απασχόλησης, οι παράγωγες και πολλαπλασιαστικές επενδύσεις που προκαλεί το τουριστικό συνάλλαγμα, οι δομικές συνέργειες ανάμεσα στους διαφορετικούς κλάδους της τοπικής οικονομίας, ο τρόπος οργάνωσης του ταξιδιού και, ειδικότερα, το ποσοστό των πληρωμών στη χώρα αποστολής, το μέγεθος της παραοικονομίας στον τουριστικό τομέα, η ακολουθούμενη συναλλαγματική πολιτική (έως την περίοδο ένταξης της χώρας στον ΟΝΕ) και η εξέλιξη των εισαγωγών που απαιτούνται για την τουριστική κατανάλωση. Σε κάθε περίπτωση πάντως, ο ρόλος του τουριστικού συναλλάγματος είναι καταρχάς θετικός τόσο στη δημιουργία όσο και στις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις (απασχόληση, εισόδημα) που δημιουργεί σε άλλους τομείς ή κλάδους της οικονομίας. Αυτό που

έχει σημασία είναι ότι η σωστή <<χρήση>> του καθορίζει το βαθμό οφέλους τόσο για την εθνική όσο για την τοπική οικονομία.

## **2.2. Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις σε άλλους τομείς της οικονομίας**

Οι δυνατότητες να εκτιμηθούν πλήρως οι επιδράσεις της τουριστικής κατανάλωσης σε άλλους τομείς της οικονομίας δυσχεραίνουν λόγω μιας σειράς παραγόντων που συνδέονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του οργανωμένου μαζικού τουρισμού, ο οποίος θεωρείται το κύριο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης της χώρας. Ως παραδείγματα αναφέρονται: η καταβολή σημαντικού ποσοστού της συνολικής δαπάνης για την αγορά ενός πακέτου τουρισμού προς την Ελλάδα στη χώρα προέλευσης των τουριστών, όπως φαίνεται και στον Πίνακα 7, και η συνεχής αύξηση της χρήσης πιστωτικών καρτών και ταξιδιωτικών επιταγών στα τουριστικά ταξίδια στη χώρα τα τελευταία χρόνια, με αποτέλεσμα να δυσχεραίνεται η εκτίμηση των ενδιάμεσων εισροών. Εκτός όμως από αυτούς τους παράγοντες, υπάρχουν δύο παράμετροι εξαιρετικά σημαντικές οι οποίες, ενώ αναμφίβολα αυξάνουν πολλαπλασιαστικές επιδράσεις της τουριστικής κατανάλωσης, είναι εξαιρετικά δύσκολο να υπολογιστούν. Η πρώτη παράμετρος είναι η ιδιαίτερα εκτεταμένη παραοικονομία που ενεργοποιεί η τουριστική κατανάλωση σε μια μεγάλη ποικιλία τουριστικών δραστηριοτήτων στη χώρα (καταλύματα, εμπόριο, οικοδομή, υπηρεσίες, μεταφορές κλπ) κυρίως στις περισσότερο τουριστικές περιοχές. Η δεύτερη παράμετρος αφορά την ανάγκη συνυπολογισμού της συνεισφοράς του τουρισμού στη ανάπτυξη υποδομών και στην ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών οι οποίες όμως χρησιμοποιούνται από πολλούς τομείς και κλάδους της τοπικής οικονομίας. Σε αυτό το σημείο πρέπει να επισημανθεί ότι είναι βάσιμη η υπόθεση ότι πολλές παρόμοιες υποδομές (μεταφορές, επικοινωνίες) πιθανότατα δεν θα είχαν ποτέ κατασκευαστεί εάν δεν υπήρχε ο τουρισμός, ιδιαίτερα στις περισσότερο απομονωμένες τουριστικές περιοχές.

## Πίνακας 7

Τουριστική πληρωμή ανά κύρια χώρα προέλευσης (σε ευρώ)

Χώρα προέλευσης	Μέση διαμονή (ημέρες)	Ταξιδιωτική πληρωμή στον τόπο προέλευσης	Ταξιδιωτική πληρωμή στην Ελλάδα	Συνολικό κόστος ταξιδιού	Μέση ημερήσια πληρωμή	Διαφορά από το σύνολο (%)
Μ.Βρετανία	11,2	699	472	1171	105	-8,30%
Γερμανία	13,7	738	343	1081	79	15,35%
Ιταλία	11,7	760	420	1180	101	-7,60%
Γαλλία	10,7	791	420	1211	113	-5,17%
ΗΠΑ	17,8	1658	977	2365	148	106,34%
Σύνολο	12,3	813	464	1277	104	0,00%

Παρά τις δυσκολίες αυτές, όμως, έχει υπάρξει μια προσπάθεια να εκτιμηθεί η πολλαπλασιαστική επίδραση της αλλοδαπής κατανάλωσης τουρισμού. Πρόκειται για την ανάλυση που έκανε το ΚΕΠΕ το 1983, σύμφωνα με την οποία αυτή η μορφή κατανάλωσης «επιφέρει μια άμεση ζήτηση εισροών από όλους τους κλάδους της ελληνικής οικονομίας ποσοστού μέχρι 30% (συντελεστής 0,3094191) της ακαθάριστης αξίας της εγχώριας παραγόμενης τουριστικής κατανάλωσης». Ο συνολικός πολλαπλασιαστικός παραγωγής (άμεσες και έμμεσες εισροές) υπολογίζεται για την παραγωγή και τη διάθεση της τουριστικής κατανάλωσης σε 1,52. Όπως επισημαίνει αυτή η μελέτη, το αρκετά σημαντικό ποσοστό των εισροών που απαιτούνται για την εγχώρια παραγωγή της τουριστικής κατανάλωσης συνδέεται με το υψηλό ποσοστό των εισαγωγών που είναι αναγκαίες για τα τελικά προϊόντα αυτής της κατανάλωσης συνδέεται με το υψηλό ποσοστό των εισαγωγών που είναι αναγκαίες για τελικά προϊόντα αυτής της κατανάλωσης. Μια άλλη εκτίμηση το 1997 εκτιμά τον τουριστικό πολλαπλασιαστή σε 2,184. Ενδιαφέροντα συμπεράσματα προκύπτουν από τη σύγκριση του τουριστικού πολλαπλασιαστή σε διαφορετικές χώρες, σύμφωνα με τον Πίνακα 8. Όπως επισημαίνεται, «στις ισχυρότερες οικονομίες ο πολλαπλασιαστής είναι υψηλότερος διότι δημιουργούνται υψηλότερες διασυνδέσεις της οικονομίας με τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας».

Πίνακας 8  
 Τουριστικός πολλαπλασιαστής σε διάφορα κράτη και νησιά

Κράτος/Νησί	Πολλαπλασιαστής εισοδήματος
Ελλάδα	2,18
Τουρκία	1,96
Ηνωμένο Βασίλειο	1,73
Ιρλανδία	1,72
Αίγυπτος	1,23
Τζαμάικα	1,23
Άγιος Δομίνικος	1,20
Κύπρος	1,14
Βόρεια Ιρλανδία	1,10
Βερμούδες	1,09
Χονγκ Κονγκ	1,02
Μαυρίκιος	0,96
Αντίγκουα	0,88
Μπαχάμες	0,79
Νησιά Φίτζι	0,72
Νησιά Κέιμαν	0,65
Ισλανδία	0,64
Βρετανικές Παρθένοι Νήσοι	0,58
Νησιά του Σολομώντα	0,52
Παλάου	0,50
Δυτική Σαμόα	0,39

Πηγή: Ανδριώτης 2005, Τσάρτας 2010

Στον πίνακα 9 παρουσιάζονται οι κυριότεροι από αυτούς τους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, των οποίων η παραγωγή και η απασχόληση επηρεάζονται σημαντικά από τον τουρισμό.

Πίνακας 9  
 Κλάδοι που ωφελούνται από τον τουρισμό

Οικοδομή	Γεωργία	Μεταφορές (εποχειρήσεις, υπηρεσίες)
Δομικά υλικά	Κτηνοτροφία	Λιανικό εμπόριο (τοπικά)
Έπιπλο	Αλιεία	Χονδρικό εμπόριο
Ηλεκτρικά είδη	Τρόφιμα	Βιοτεχνικά
Μηχανολογικός εξοπλισμός	Ποτά-Αναψυκτικά	Δερμάτινα είδη

Τηλεπικοινωνίες	Μεταφορές (οχήματα παντός τύπου)	Κοσμήματα-Αργυροχοΐα
		Ένδυση-Υπόδυση

Η ακριβής επίδραση στον καθένα από τους παραπάνω κλάδους είναι δύσκολο να εκτιμηθεί και στο ζήτημα αυτό παίζει επίσης ρόλο το γεγονός ότι ο τουρισμός είναι κλάδος κυρίως υπηρεσιών τελικής κατανάλωσης και σε δεύτερο επίπεδο τελικών προϊόντων. Εκτιμάται πάντως ότι οι επιδράσεις ιδιαίτερα σε τοπικό επίπεδο σε ορισμένους από τους παραπάνω (οικοδομή, δερμάτινα γουνοποιία, αργυροχρυσοχοΐα, λιανικό εμπόριο, έπιπλο, βιοτεχνικά χειροτεχνικά προϊόντα) είναι πολύ σημαντικές, επηρεάζονται όμως από την έλλειψη οργάνωσης και προβολής των προϊόντων αυτών αλλά και από την παραοικονομική λειτουργική διάρθρωση πολλών από τους πιο πάνω κλάδους. Η σύγκριση πάντως με τη βιομηχανία δείχνει ότι οι ενδιάμεσες εισροές του τουρισμού είναι λιγότερες αφού υπολογίζονται στο 60% και σε ορισμένους κλάδους της φτάνει και το 75%. Το ζήτημα βέβαια είναι ότι αυτές οι εκτιμήσεις δεν λαμβάνουν υπόψη πως οι κλάδοι που ωφελούνται από τον τουρισμό είναι κλάδοι έντασης εργασίας, παράμετρος ιδιαίτερα σημαντική για την τοπική ανάπτυξη, καθώς και ότι ο τουρισμός εμφανίζει πολύ χαμηλότερη σταθερότητα στην ανάπτυξη του από ότι η βιομηχανία σε χώρες όπως η Ελλάδα άρα, οι τελικές πολλαπλασιαστικές επιδράσεις είναι ουσιαστικά μεγαλύτερες.

### **2.3. Οικονομική και παραοικονομική διάσταση του τουρισμού στην Ελλάδα**

Οι μεγάλες δυσκολίες να αποτιμηθεί σωστά και με εγκυρότητα η συμβολή του τουρισμού στην οικονομία έχουν επισημανθεί διεθνώς και οδηγούν συχνά σε μια προσπάθεια σύνθετης προσέγγισης στην οποία συνεκτιμώνται διάφοροι παράγοντες σε εθνικό επίπεδο (τουριστικές εισπράξεις, τουριστικές δαπάνες, σχέση τουριστικών εισπράξεων προς εξαγωγές, αριθμός απασχολούμενων, συμβολή % στο ΑΕΠ). Είναι χαρακτηριστικό, αντίθετα, μιας απλουστευμένης προσέγγισης, το γεγονός ότι επί πολλά χρόνια ο υπολογισμός της συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ γίνονταν με βάση το ετήσιο εισπραττόμενο τουριστικό συνάλλαγμα. Και στην περίπτωση αυτή, ο νέος τρόπος υπολογισμού του εισπραχθέντος συναλλάγματος στη χώρα σε ετήσια βάση δείχνει ότι το νέο «αναμορφώμενο» ποσό γι το έτος 1990 ήταν κατά 79,3% μεγαλύτερο, άρα αντίστοιχα μεγαλύτερη ήταν και η

συμβολή του στο ΑΕΠ, η οποία προφανώς τα προηγούμενα χρόνια υποεκτιμούνταν. Παράλληλα, η άποψη ότι η καθαρή οικονομική συμβολή του τουρισμού στην οικονομία ταυτίζεται με το εισπραττόμενο συνάλλαγμα ουσιαστικά υποτιμά τις ευρύτερες παραγωγικές διαδικασίες του τουρισμού. Εάν όμως στην περίπτωση της συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ έχουμε μια διεθνώς κοινή μέθοδο υπολογισμού με όλες τις επιφυλάξεις που μπορεί κάποιος να διατηρεί για την ακρίβεια της, δεν συμβαίνει το ίδιο και στην απασχόληση. Η μετρούμενη ως άμεση και έμμεση απασχόληση στον τομέα είναι τις περισσότερες φορές υποεκτιμημένη σε σχέση με τη συνολική απασχόληση στον τομέα. Οι λόγοι συνδέονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της τουριστικής απασχόλησης, όπως την εποχικότητα, την ύπαρξη υψηλού ποσοστού ανειδίκευτων και περιστασιακά απασχολούμενων στον τομέα και το υψηλό ποσοστό παραοικονομικά απασχολούμενων σε διάφορα επαγγέλματα. Στις τουριστικές χώρες, μάλιστα, όπως είναι η Ελλάδα, εμφανίζεται το φαινόμενο να έχουμε πολύ μεγάλα ποσοστά περιστασιακής ή παραοικονομικής απασχόλησης, για τα οποία μόνο εκτιμήσεις μπορούν να γίνουν. Ο ΣΕΤΕ, για παράδειγμα, υπολογίζει την απασχόληση σε περίοδο αιχμής σε 650.000 άτομα ενώ η άμεση και έμμεση απασχόληση υπολογίζεται σε 300.000 άτομα περίπου στις αρχές της δεκαετίας του '80 και περίπου 400.000 στις δεκαετίας του '90. Το ΙΤΕΠ, από την άλλη, για το έτος 1994, χρησιμοποιώντας την κλαδική παραγωγικότητα της εργασίας, υπολογίζει την τουριστική απασχόληση σε 695.000 άτομα. Μια επιπλέον δυσκολία στη μέτρηση της συμβολής του τουρισμού στην εθνική οικονομία δημιουργεί το γεγονός ότι δεν περιλαμβάνεται ως αυτόνομος τομέας στους εθνικούς λογαριασμούς αποτελεί τελικά και μια ένδειξη προβλημάτων που δημιουργεί η έλλειψη συγκροτημένης τουριστικής πολιτικής. Θετική εξέλιξη θεωρείται σε αυτή την περίπτωση η πρόσφατη απόφαση να ανατεθεί μελέτη με τελικό στόχο να χρησιμοποιούνται και στην Ελλάδα οι δορυφόροι λογαριασμοί, οι οποίοι δίνουν μια αναλυτικότερη και εγκυρότερη εικόνα της συμβολής του τουρισμού στην εθνική οικονομία. Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι η χρήση των δορυφόρων λογαριασμών από τη WWTC στην πρόσφατη (2006) ανάλυση της για την Ελλάδα δίνει μια εξαιρετικά αναλυτική και πολυεπίπεδη καταγραφή της σημασίας του τουρισμού τόσο στο ΑΕΠ όσο και στην απασχόληση (16,4% του ΑΕΠ και 867.000 θέσεις εργασίας, οι οποίες εκτιμάται ότι αντιστοιχούν στο 20% της συνολικής απασχόλησης). Παράλληλα, όμως, επισημαίνει και το γεγονός ότι ο τουρισμός σε μια χώρα μάλιστα τουριστική όπως η Ελλάδα, δεν έχει αποκτήσει τη θέση του δυναμικού και παραγωγικού κλάδου ή τομέα της οικονομίας. Έχοντας πάντως υπόψη όλες αυτές τις δυσκολίες και τις ιδιαιτερότητες, καταγράφουμε στον Πίνακα 10 την απασχόληση ως

ποσοστό του ΑΕΠ και ως ποσοστό της συνολικής απασχόλησης στις χώρες της ΕΕ (ΕΟΚ το 1988) για τα έτη 1988 και 2003.

Μια σύγκριση των συναλλαγματικών υποεκτιμημένων όπως προκύπτει εισπράξεων με όλους αυτούς τους περιορισμούς είναι ενδεικτική της τεράστιας σημασίας τους πλέον για την οικονομία μιας χώρας (από \$5.9 εκατ. το 1951 φτάνουμε στα \$13.731 εκατ. το 2005 (Ε.Σ.Υ.Ε, Ε.Ο.Τ., Τσάρτας 2010). Η σύγκριση επίσης η οποία παρατίθεται στον πίνακα 10 στη συνέχεια δίνει και το μέτρο της σημασίας των τουριστικών εσόδων (ως ποσοστό του Α.Ε.Π.) σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Στον Πίνακα 12 παρουσιάζεται η προστιθέμενη αξία της «τουριστικής οικονομίας» ως ποσοστό του ΑΕΠ και η απασχόληση στην τουριστική οικονομία ως ποσοστό της συνολικής απασχολήσεως, σύμφωνα με συγκρίσιμα στοιχεία του WTTC. Το 2008, η τουριστική οικονομία στην Ελλάδα συμβάλλει στη δημιουργία του 16,3% της συνολικής προστιθέμενης αξίας στην οικονομία και στη δημιουργία του 19,8% της συνολικής απασχολήσεως. Σημειώνεται η ταχεία μεγέθυνση της ελληνικής τουριστικής οικονομίας από το 2001, καθώς και η επιβράδυνσή της το 2008 σε σχέση με το 2007 λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσεως.

## Πίνακας 10

### Εκτίμηση απασχόλησης και οικονομικής σημασίας του τουρισμού

Χώρες/Δείκτες	Ποσοστό στο ΑΕΠ (1988)	Ποσοστό στην απασχόληση (1988)	Ποσοστό στο ΑΕΠ (2003)	Τουριστική απασχόληση ως ποσοστό της συνολικής απασχόλησης (2003)
Βέλγιο-Λουξεμβούργο	3	4,5	10,25 12,42	11,03 14,54
Δανία	4,5	5,3	8,74	8,81
Γερμανία	4,6	5,2	9,88	10,78
Ελλάδα	7,3	7,2	15,00	17,38
Ισπανία	9,4	9,3	18,38	20,11
Γαλλία	9	6,9	12,30	13,94
Ιρλανδία	6,2	6,3	8,53	7,68
Ιταλία	4,5	6,4	11,36	12,20



Ολλανδία	1,3	2,3	9,81	9,65
Πορτογαλία	6	8,6	15,40	16,96
Μεγάλη Βρετανία	4	6	10,87	10,22
Αυστρία			14,85	16,77

## Πίνακας 11

Η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ και την απασχόληση

Χώρες	ο τουρισμός ως % του ΑΕΠ		Η απασχόληση στον τουρισμό ως % της συνολικής απασχόλησης	
	2001	2006	2001	2006
Ελλάδα	15,0%	15,1%	17,4%	15,9%
Ισπανία	18,4%	17,8%	20,1%	19,1%
Πορτογαλία	15,4%	15,5%	17,0%	17,7%
Γερμανία	9,9%	9,3%	10,8%	10,1%
Γαλλία	12,3%	11,4%	13,9%	13,8%
Λουξεμβούργο	12,4%	9,4%	14,5%	13,4%
Ιταλία	11,4%	10,8%	12,2%	11,9%
Αυστρία	14,9%	16,6%	16,8%	19,1%
Ηνωμένο Βασίλειο	10,9%	9,4%	10,2%	8,6%
Βέλγιο	10,3%	9,4%	11,0%	10,6%
Ολλανδία	9,8%	8,5%	9,7%	8,2%
Δανία	8,7%	8,0%	8,8%	8,1%
Ιρλανδία	8,5%	7,7%	7,7%	7,2%
Σουηδία	7,5%	7,9%	7,2%	8,0%
Φινλανδία	11,5%	9,1%	12,0%	9,7%

## Πίνακας 12

Τουριστική οικονομία: Συμβολή στο ΑΕΠ και την απασχόληση στις χώρες της Ζώνης του Ευρώ

	Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία ως % της συνολικής				Απασχόληση ως % της συνολικής			
	2001	2007	2008	2009	2001	2007	2008	2009
Κύπρος	...	21,2	19,7	18,3	21,4	26,8	24,7	22,9
Μάλτα	...	23,3	23,0	22,6	25,4	28,2	27,6	27,1
Ισπανία	18,4	16,7	16,8	16,3	20,1	17,6	17,3	17,0
<b>Ελλάδα</b>	<b>15,0</b>	<b>17,2</b>	<b>16,3</b>	<b>16,2</b>	<b>17,4</b>	<b>20,8</b>	<b>19,8</b>	<b>19,6</b>
Πορτογαλία	15,4	15,2	15,5	15,6	17,0	19,0	18,8	18,9
Σλοβακία	10,8	13,9	13,5	14,1	10,5	12,1	11,8	12,3
Αυστρία	14,9	13,6	13,8	13,7	16,8	16,3	16,0	15,8
Σλοβενία	11,8	12,6	12,5	12,3	8,8	14,1	13,9	13,6
Γαλλία	12,3	10,6	10,5	10,2	13,9	12,6	12,6	12,4
Ιταλία	11,4	10,1	9,8	9,6	12,2	11,3	11,0	10,6
Λουξεμβούργο	12,4	7,8	8,5	8,8	14,5	12,0	12,7	12,7
Βέλγιο	10,3	8,6	8,9	8,7	11,0	9,0	9,2	8,9
Γερμανία	9,9	8,2	8,0	7,9	10,8	8,6	8,3	8,1
Σουηδία	7,5	7,4	7,5	7,4	7,2	7,3	7,3	7,3
Ολλανδία	9,8	7,9	7,5	7,1	9,7	7,5	7,1	6,8
Ιρλανδία	8,5	7,0	6,9	6,5	7,7	6,5	6,3	5,8

Σημ.: Τα στοιχεία για το 2008 και 2009 είναι εκτιμήσεις και προβλέψεις του Παγκοσμίου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού.

## Πίνακας 13

### Εκτίμηση απασχόλησης και οικονομικής σημασίας τουρισμού

ΧΩΡΕΣ	Ποσοστό στο ΑΕΠ (2009)	Ποσοστό στην απασχόληση (2009)	Ποσοστό στο ΑΕΠ (2019) (εκτίμηση)	Τουριστική απασχόληση ως ποσοστό της συνολικής απασχόλησης (2019) (εκτίμηση)
Δουξεμβούργο	8,8	12,7	9,1	14,0
Δανία	8	7,8	8,9	8,3
Γερμανία	7,9	8,1	8,4	8,6
Ελλάδα	16,2	19,6	16,6	20,2
Ισπανία	16,3	17,0	15,0	15,6
Γαλλία	10,2	12,4	11,0	13,8
Ιρλανδία	6,5	5,8	6,9	6,4
Ιταλία	9,6	10,6	10,2	11,4
Ολλανδία	7,1	6,8	7,4	6,8
Πορτογαλία	15,6	18,9	18,0	22,1
Μεγ.Βρετανία	9,4	9,6	9,8	9,9
Αυστρία	13,7	16,1	15,8	19,6
Βέλγιο	8,7	8,9	9,2	9,8

. Πηγή: World Travel and Tourism Council

Προκύπτει καταρχάς η αυξανόμενη σημασία για το Α.Ε.Π., των τουριστικών εσόδων σε ορισμένες πλέον «κλασικές» χώρες όπως η Ελλάδα, η Πορτογαλία, η Ισπανία, η Γαλλία και η Αυστρία. Επιπλέον όμως, η εκτίμηση της προκαλούμενης απασχόλησης, η οποία επίσης είναι ιδιαίτερα μεγάλη στην περίπτωση της χώρας μας, επισημαίνει εμφατικά την ανάγκη πολυσύνθετων και εγκυρότερων διερευνήσεων όπως αυτές που προσφέρουν οι Δορυφόροι Λογαριασμοί. Η Ελλάδα μαζί με την Πορτογαλία, την Ισπανία, τη Γαλλία και την Αυστρία (2003) μπορούν να θεωρηθούν η ομάδα των χωρών που παρουσιάζουν ιδιαίτερα ικανοποιητικά χαρακτηριστικά από οικονομική άποψη και στις δύο περιόδους. Εάν μάλιστα ληφθούν υπόψη και οι υποεκτιμημένες προσεγγίσεις στο ζήτημα της απασχόλησης, η Ελλάδα πρέπει να συγκαταλέγει στις ιδιαίτερα προνομιακές χώρες από πλευράς οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού (ποσοστό ΑΕΠ, απασχόληση).

## **2.4. Η σημασία των τουριστικών εσόδων για την Απασχόληση, την Περιφερειακή ανάπτυξη και την Ευημερία των τουριστικών περιοχών**

Τα τουριστικά έσοδα, είτε αυτά προέρχονται από τον αλλοδαπό τουρισμό είτε από τον ημεδαπό, συνέβαλαν ιδιαίτερα θετικά σε σειρά μακροοικονομικών δεικτών οι οποίοι σχετίζονται με την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη της χώρας. Ως κλάδος έντασης εργασίας ο Τουρισμός καταρχάς ενίσχυσε τη θέση του στην απασχόληση συχνά λειτουργώντας και ολιστικά σε τοπικό επίπεδο (τουριστικές περιοχές) όπου αποτελεί πολλές φορές τον αποκλειστικό και κυρίαρχο (άμεσα ή έμμεσα) κλάδο απασχόλησης, απορροφώντας εργατικό δυναμικό από τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα. Η αύξηση της απασχόλησης δεν αφορά σε όσους άμεσα (σε 12μηνιαία, 10μηνιαία ή 3μηνιαία βάση) εργάζονται στις τουριστικές επιχειρήσεις (Ξενοδοχεία, Πρακτορεία, Εστίαση), αλλά και σε όσους έμμεσα ή περιστασιακά απασχολούνται σε κλάδους ή επαγγέλματα τα οποία σχετίζονται ή ωφελούνται από την τουριστική ανάπτυξη. Η τουριστική (άμεση και έμμεση) απασχόληση εκτιμάται σε 210 χιλιάδες άτομα στις αρχές της δεκαετίας του '80 και προστίθενται άλλες 100 χιλιάδες (σύνολο 310 χιλιάδες) που δημιουργούνται σε άλλους κλάδους της οικονομίας. Στις αρχές της δεκαετίας του '90 η τουριστική απασχόληση εκτιμήθηκε στις 400 χιλιάδες άτομα και το 2003 μια συστηματική προσπάθεια του Σ.Ε.Τ.Ε. (Μυλωνάς 1995, Σ.Ε.Τ.Ε. 2003) να υπολογίσει την άμεση (πλήρη ή μερική) και την έμμεση απασχόληση την τοποθέτησε στις 810 χιλιάδες περίπου.

Οι αδυναμίες της στατιστικής προσέγγισης της έννοιας «εργαζόμενος στον τουρισμό» αλλά και ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτής της τουριστικής απασχόλησης στον κλάδο έχουν οδηγήσει σε μια περίπλοκη εικόνα της σύνθεσης και των τύπων απασχόλησης στην Ελλάδα. Στην προσπάθεια να αναδειχθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της απασχόλησης στον τουρισμό θα χρησιμοποιηθούν τόσο οι επίσημες στατιστικές προσεγγίσεις όσο και τα αποτελέσματα ερευνών και μελετών που έχουν πραγματοποιηθεί τα τελευταία χρόνια από ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια και τα οποία αναδεικνύουν τις κοινωνικές διαστάσεις αυτής της απασχόλησης. Εισαγωγικά επισημαίνονται μερικές από τις δυσκολίες καταγραφής του πραγματικού μεγέθους της απασχόλησης στον τουρισμό:

-Η στατιστική απεικόνιση των εργαζόμενων στον τουρισμό είτε ως διψήφιος κλάδος στατιστικής ταξινόμησης (εστιατόρια, ξενοδοχεία) είτε ως ομάδες ατομικών επαγγελματιών (διευθυντές ξενοδοχείων, διευθύνοντες επιχειρηματίες εστιατορίων, ξενοδοχείων, μάγειροι-σερβιτόροι) φανερώνει μέρος μόνο του αριθμού των απασχολούμενων στον κλάδο και δεν μπορεί να ταυτίζεται με την έννοια «εργαζόμενος στον τουρισμό». Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι στην κατά κλάδο στατιστική απεικόνιση περιλαμβάνονται όλοι όσοι εργάζονται σε εστιατόρια, καφεενεία ή μπαρ, άσχετα αν αυτά βρίσκονται σε τουριστικές περιοχές, ενώ παράλληλα δεν περιλαμβάνονται οι εργαζόμενοι στα τουριστικά πρακτορεία, στις ενοικιάσεις αυτοκινήτων, σκαφών, οι ξεναγοί, οι εργαζόμενοι σε καταστήματα πωλήσεων δώρων, στα κοσμηματοπωλεία στις ίδιες περιοχές. Το γεγονός αυτό δεν επιτρέπει να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα για το μέγεθος της απασχόλησης στον ευρύτερο τουριστικό τομέα ενώ παράλληλα αποτελεί μια ακόμη ένδειξη της γενικότερης υποτίμησης της συμβολής του στην εθνική οικονομία.

-Η άμεση απασχόληση στον τουριστικό τομέα, η οποία κατευθύνεται σε ξενοδοχεία, πρακτορεία, επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων δωματίων, τουριστικά γραφεία, μεταφορικά μέσα, επηρεάζεται από την έντονα εποχική λειτουργία του τουριστικού τομέα στη χώρα. Ένα σχετικά μικρό ποσοστό εργαζόμενων απασχολείται σε ετήσια βάση, ενώ εποχικά εργάζονται οι περισσότεροι, καταργημένοι σε δύο κατηγορίες (όσους εργάζονται από έξι έως οκτώ μήνες και όσους εργάζονται δύο έως τρεις μήνες). Η σταθερή πρόσδεση του προτύπου της τουριστικής ανάπτυξης στον εποχικό παραθεριστικό τουρισμό οδηγεί σε έντονα διαρθρωτικά προβλήματα στην απασχόληση. Όσο μικρότερης διάρκειας τουριστική περίοδο έχουν οι τουριστικές περιοχές (γεγονός που συχνά συνδέεται με και με αστάθμητους παράγοντες, όπως είναι η μόδα, το κλίμα, η έλλειψη διαφημιστικής εικόνας και η πολιτική των tour operators) τόσο περισσότερο ενισχύεται η εποχική απασχόληση ενώ παράλληλα αυξάνονται τα ποσοστά τόσο της ανειδίκευτης όσο και της παραοικονομικής απασχόλησης στον τομέα. Η κατάσταση αυτή επιδεινώνεται τα τελευταία χρόνια σε πολλές περιοχές από την αύξηση της εποχικής απασχόλησης αλλοδαπών –που προέρχονται κυρίως από τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης –στις τουριστικές επιχειρήσεις ανεπτυγμένων νομών.

-Η έμμεση αλλά και η πολλαπλασιαστικά προκαλούμενη έμμεση απασχόληση αυξάνονται διαρκώς σε όγκο δραστηριοτήτων, χωρίς όμως να είναι εύκολη η αποτίμηση του αριθμού των απασχολούμενων σε αυτές. Πρόκειται για μορφές έμμεσης απασχόλησης που προκύπτουν είτε ως αποτέλεσμα της συστηματικής διακλαδικής σύνδεσης του τουρισμού με άλλους τομείς της οικονομίας (π.χ. γεωργοκτηνοτροφία, οικοδομή, κατασκευές σκαφών, βιομηχανία τροφίμων- ποτών, αργυροχρυσοχοΐα,

βιομηχανία επίπλων) είτε απλώς ως αποτέλεσμα των εισοδημάτων που προέρχονται από τον τουρισμό (από ντόπιους και από τουρίστες) και κατευθύνονται σε επενδύσεις σε επιχειρηματικές δραστηριότητες οι οποίες απευθύνονται στους ντόπιους πελάτες και ένα ποσοστό (ανάλογο με την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής) και στους τουρίστες σε τοπικό επίπεδο (π.χ. κοσμηματοπωλεία, καταστήματα ένδυσης-υπόδυσης, δερμάτινα είδη, κάβες, παντοπωλεία, ηλεκτρικά-ηλεκτρονικά είδη). Και οι δύο αυτοί τύποι απασχόλησης επηρεάζονται από τη γενικότερη πορεία της τουριστικής ανάπτυξης, ειδικότερα όμως στον δεύτερο τύπο που συνδέεται κυρίως με το λιανικό εμπόριο στις τουριστικές περιοχές εντοπίζεται ένας υπερεπαγγελματισμός αλλά και μια τάση αύξησης της περιστασιακής και παραοικονομικής απασχόλησης. Επιπλέον, υψηλό ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων είναι οικογενειακού τύπου και στηρίζονται στην αυτόαπασχόληση ειδικότερα των γυναικών.

#### Πίνακας 14

#### Άμεση και Έμμεση Απασχόληση στον Τουρισμό

<b>Άμεση Πλήρης Απασχόληση (ΑΠΑ)</b>	Ξενοδοχειακά καταλύματα	96.759
	Βοηθητικά καταλύματα	24.895
	Επιχειρηματίες κλάδου Καταλυμάτων	49.711
	Πρακτορεία	19.305
	Οδικές μεταφορές	7.462
	Αεροπορικές μεταφορές	12.136
	Θαλάσσιες μεταφορές	9.600
	Λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις	35.440
	<b>Σύνολο ΑΠΑ</b>	<b>255.308</b>
<b>Άμεση Μερική Απασχόληση (ΑΜΑ)</b>	ΑΜΑ = ΑΠΑ * 35%	89.358
<b>Έμμεση Απασχόληση (ΕΑ)</b>	ΕΑ / ΑΠΑ = 1 / 0,55	464.196
<b>Γενικό Σύνολο</b>	ΑΠΑ + ΑΜΑ + ΕΑ	808.862

Πηγή: Μυλωνάς 1995, Σ.Ε.Τ.Ε. 2003

Στον Πίνακα 15 παρουσιάζεται η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία των «Ξενοδοχείων – Εστιατορίων» με τα αναθεωρημένα στοιχεία, η οποία έχει αυξητική τάση. Το ποσοστό 63 συμμετοχής αυτής στο ΑΕΠ της χώρας ανέρχεται στο 7% περίπου. Ο λογαριασμός «Εστιατόρια-Ξενοδοχεία» με ενδιάμεσες εισροές 67% περίπου (διακλαδική εξάρτηση), αποτελεί μικρό αλλά αξιόλογο βήμα στην προσπάθεια

προσδιορισμού του τομέα μέσα στο εθνικολογιστικό σύστημα. Όσον αφορά την μέση ετήσια αύξηση της προστιθέμενης αξίας στον κλάδο των Ξενοδοχείων–Εστιατορίων στην Ελλάδα, αυξήθηκε στην περίοδο 2000-2007 με μέσο ετήσιο ρυθμό 8,0%, ελαφρά υψηλότερο από τον ρυθμό αύξησης του ονομαστικού ΑΕΠ και επίσης υψηλότερο από τον ρυθμό αύξησης των εισπράξεων από τον εξωτερικό τουρισμό. Έτσι, ο κλάδος αυτός αποτελούσε το 2007 το 7,7% της συνολικής προστιθέμενης αξίας στη χώρα, έναντι 7,5% το 2000. Τα συνολικά έσοδα της χώρας από τον εξωτερικό τουρισμό ανήλθαν το 2008 στα € 11,64 δισ., δηλαδή στο 4,8% του ΑΕΠ. Οι εισπράξεις δε αυτές (δηλαδή η συνολική δαπάνη των ξένων τουριστών στην Ελλάδα) σημείωσαν μέση ετήσια αύξηση 4,2% στην περίοδο 2003-2008 και έχουν και εισαγωγικό κόστος, αφού ένα ποσοστό από τα προϊόντα που αγόρασαν οι ξένοι τουρίστες στην Ελλάδα ήταν εισαγόμενα. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 16, η συμβολή των εισπράξεων από τον εξωτερικό τουρισμό στο ΑΕΠ στην Ελλάδα είναι από τις υψηλότερες μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ και συγκρίνεται με εισπράξεις ίσες με το 15,8% του ΑΕΠ στην Κροατία, 11,0% του ΑΕΠ στην Κύπρο, 7,4% του ΑΕΠ στη Βουλγαρία, 5,6% του ΑΕΠ στη Σλοβενία, 5,3% του ΑΕΠ στην Αυστρία, 3,9% του ΑΕΠ στην Ουγγαρία και 3,8% του ΑΕΠ στην Ισπανία. Από την άλλη πλευρά, οι Έλληνες στη μεγάλη πλειοψηφία τους προτιμούν ως τόπο διακοπών την Ελλάδα, αφού δαπανούν μικρό μόνο μέρος του για διακοπές στο εξωτερικό. Συγκεκριμένα για τα έτη 2006, 2007 και 2008 στην Ελλάδα οι δαπάνες για διακοπές στο εξωτερικό ανέρχονταν στο 1,1% του ΑΕΠ για κάθε έτος, έναντι 1,26% έως 1,37% στην Ισπανία, 2,7% έως 3,0% στην Αυστρία, 1,7% έως 1,8% στην Πορτογαλία, 2,9% έως 3,2% στην Σουηδία, 2,6% στο Ην. Βασιλείο σε κάθε έτος και 2,5% στη Γερμανία σε κάθε έτος. Έτσι, το πλεόνασμα στο τουριστικό ισοζυγίου στην Ελλάδα είναι το τρίτο υψηλότερο από όλες τις χώρες που συμπεριλαμβάνονται στον Πίνακα 16. Σημειώνεται ότι, η Ιρλανδία, η Γερμανία, το Βέλγιο, το Ην. Βασίλειο, η Ολλανδία, και οι σκανδιναβικές χώρες έχουν σημαντικά ελλείμματα στο τουριστικό τους ισοζύγιο, παρότι τα έσοδά τους από τον εξωτερικό τουρισμό είναι επίσης αρκετά υψηλά. Για παράδειγμα, τα έσοδα της Γερμανίας από τον εξωτερικό τουρισμό είναι υπερδιπλάσια, και της Γαλλίας υπερτριπλάσια, εκείνων της Ελλάδος. Επίσης, τα έσοδα της Τουρκίας από τον εξωτερικό τουρισμό υπερβαίνουν πλέον σημαντικά εκείνα της Ελλάδος.

Πίνακας 15  
 Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (σε εκατ. Ευρώ)  
 (Μετά την αναθεώρηση)

Έτος	Ξενοδοχεία – Εστιατόρια (1)	Σύνολο (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν) (2)	(3)=(1):2
2001	10.511	146.260	7,2
2002	11.756	157.586	7,5
2003	12.501	171.258	7,3
2004	13.126	185.225	7,1
2005	14.198	198.609	7,1
2006	15.107	213.285	7,1
2007	-	228.180	-
2008	-	242.234	-

Πηγή: ΕΣΥΕ (Επεξεργασία στοιχείων Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος)



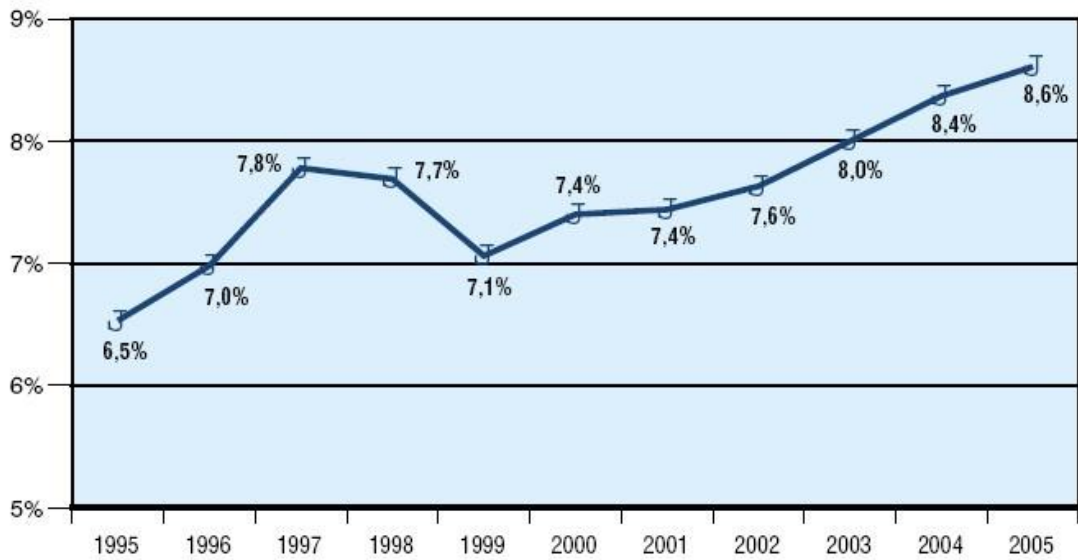
Πίνακας 16

Εισπράξεις και πληρωμές τουριστικού ισοζυγίου (εκατ. Ευρώ)

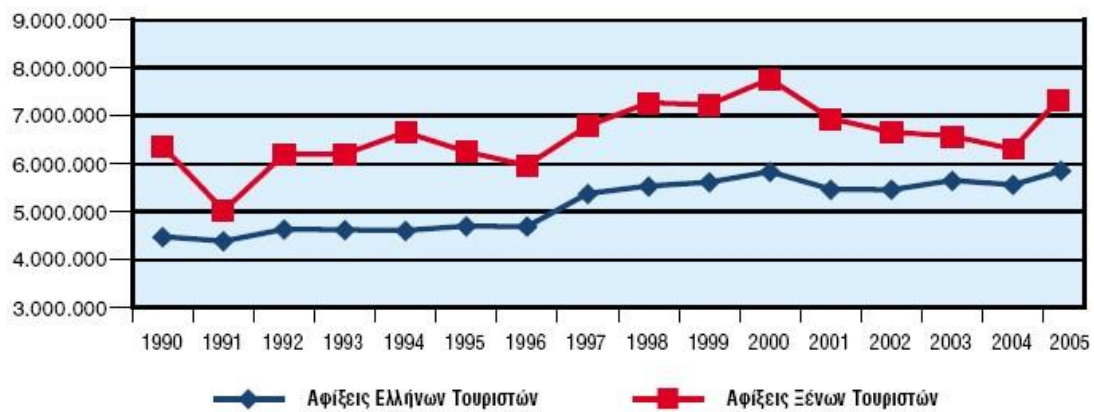
	Εισπράξεις			Πληρωμές			Τουριστικό ισοζύγιο		
	2006	2008	% ΑΕΠ 2008	2006	2008	% ΑΕΠ 2008	2006	2008	% ΑΕΠ 2008
Κροατία	6.293	7.460	15,8%	585	766	1,6%	5.708	6.694	14,1%
Κύπρος	1.881	1.864	11,0%	768	1.062	6,3%	1.113	802	4,7%
<b>Ελλάδα</b>	<b>11.356</b>	<b>11.636</b>	<b>4,8%</b>	<b>2.382</b>	<b>2.680</b>	<b>1,1%</b>	<b>8.974</b>	<b>8.956</b>	<b>3,7%</b>
Σλοβενία	1.556	2.080	5,6%	773	866	2,3%	783	1.214	3,3%
Πορτογαλία	6.672	7.440	4,5%	2.658	2.939	1,8%	4.014	4.501	2,7%
Βουλγαρία	2.064	2.532	7,4%	1.174	1.617	4,7%	890	915	2,7%
Ισπανία	40.715	41.901	3,8%	13.266	13.834	1,3%	27.449	28.067	2,6%
Αυστρία	13.255	14.816	5,3%	7.642	7.712	2,7%	5.613	7.104	2,5%
Τουρκία	13.329	14.905	3,0%	2.182	2.394	0,5%	11.147	12.511	2,5%
Εσθονία	812	822	5,2%	465	538	3,4%	347	284	1,8%
Τσεχία	4.404	5.245	3,5%	2.195	3.114	2,1%	2.209	2.131	1,4%
Ουγγαρία	3.373	4.097	3,9%	1.687	2.738	2,6%	1.686	1.359	1,3%
Ιταλία	30.335	31.062	2,0%	18.366	20.789	1,3%	11.969	10.273	0,7%
Σλοβακία	1.210	1.770	2,7%	842	1.474	2,3%	368	296	0,5%
Γαλλία	36.911	37.006	1,9%	24.842	28.461	1,5%	12.069	8.545	0,4%
Πολωνία	5.744	8.017	2,2%	5.733	6.475	1,8%	11	1.542	0,4%
ΗΠΑ	85.107	91.312	0,9%	61.198	57.700	0,6%	23.909	33.612	0,3%
Ρουμανία	1.033	1.357	1,0%	1.035	1.476	1,1%	-2	-119	-0,1%
Ιαπωνία	6.742	7.381	0,2%	21.401	19.087	0,6%	-14.659	-11.706	-0,4%
Σουηδία	7.257	8.575	2,6%	9.171	10.461	3,2%	-1.914	-1.886	-0,6%
Δανία	4.435	4.571	2,0%	5.957	6.619	2,8%	-1.522	-2.048	-0,9%
Ολλανδία	9.038	9.094	1,5%	13.558	14.777	2,5%	-4.520	-5.683	-1,0%
Λετονία	384	546	2,4%	563	775	3,4%	-179	-229	-1,0%
Ην. Βασίλειο	27.602	24.614	1,4%	50.305	46.923	2,6%	-22.703	-22.309	-1,2%

Από το Διάγραμμα 1 φαίνεται ότι η συμμετοχή του κλάδου των ξενοδοχείων και εστιατορίων στο ΑΕΠ, σύμφωνα με στοιχεία της (ΕΣΥΕ) έχει αυξητική πορεία τα τελευταία δέκα χρόνια και διαμορφώνεται στο 8,6% το 2005, από 6,5% το 1995.

Διάγραμμα 1  
 Συμμετοχή του κλάδου Ξενοδοχείων και Εστιατορίων στο ΑΕΠ-Ελλάδα

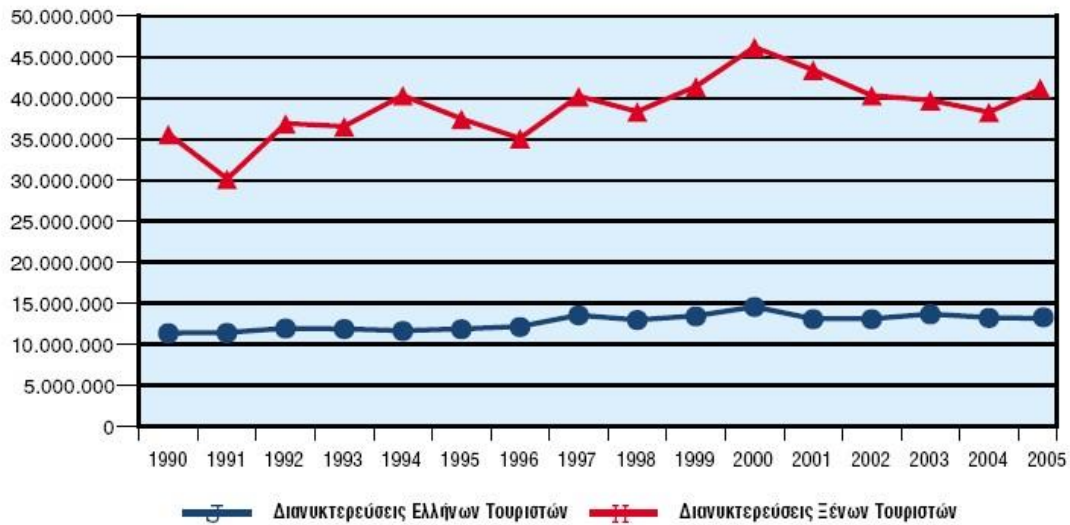


Διάγραμμα 2  
 Εξέλιξη των αφίξεων σε ξενοδοχεία στην Ελλάδα



Πηγή: Eurostat

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4. Εξέλιξη των Διανυκτερεύσεων σε Ξενοδοχεία στην Ελλάδα**



Πηγή: Eurostat

Οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις ξένων τουριστών σε ξενοδοχεία (Διαγράμματα 2 και 4) διαμορφώνονται συστηματικά σε πολύ υψηλότερα επίπεδα από αυτές των Ελλήνων τουριστών. Αξιοσημείωτη, πάντως, είναι η πτωτική πορεία των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων ξένων μετά το 2000 και μέχρι το 2004. Η τάση αυτή αντικατοπτρίζει τόσο την πτώση των αφίξεων ξένων τουριστών στην Ελλάδα (εκτός των αφίξεων από τις Βαλκανικές χώρες), καθώς και τον έντονο ανταγωνισμό στην προσέλκυση τουριστών που υφίστανται τα ξενοδοχεία από την ανάπτυξη των τουριστικών καταλυμάτων σε επίπεδο οικογενειακής τουριστικής εκμεταλλεύσεως.

Η δυναμική της απασχόλησης σε τουριστικές περιοχές αναδεικνύεται ανάγλυφα με τη διερεύνηση δύο βασικών παραμέτρων της. Η πρώτη είναι η μελέτη της γυναικείας απασχόλησης τη μεταπολεμική περίοδο η οποία αναδεικνύει τη συνεχή αύξηση του ποσοστού των γυναικών που εργάζονται στις τουριστικές επιχειρήσεις (άμεσα, με πλήρη ή μερική απασχόληση) ή απασχολούνται συστηματικά ή περιστασιακά στον τουρισμό καταλαμβάνοντας διαρκώς και περισσότερες θέσεις ευθύνης, αλλά το κυριότερο στηρίζοντας με την αυτοαπασχόληση τις οικογενειακές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων, ξενώνες, εμπορικά καταστήματα με τουριστικά είδη, εστιατόρια, καφέ κτλ). Βάσιμα μπορεί να υποστηριχθεί ότι ο τουρισμός – κυρίως στις τουριστικές περιοχές της υπαίθρου – αποτέλεσε τον κυρίαρχο παράγοντα ένταξης των γυναικών στην αγορά εργασίας. Η δεύτερη είναι η μελέτη της πολυδραστηριότητας ή πολυαπασχόλησης (Λαμπίρη - Δημάκη 1972, Λουκίσσας 1975, Μπιτζάνης 1979, Χαραλαμποπούλου -

Παπασταύρου 1985, Σ.Ε.Τ.Ε. 2003) με επίκεντρο κάποιο τουριστικό επάγγελμα (π.χ. υπάλληλος ξενοδοχείου) σε συνδυασμό με κάποια δεύτερη ή τρίτη απασχόληση (συχνά συνδεδεμένη άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό- π.χ. κατάστημα με σουβενίρ, εστιατόριο) ή με επενδύσεις (που αποφέρουν κάποιο εισόδημα- π.χ. επιχείρηση με ενοικιαζόμενα δωμάτια) στον τουρισμό. Αναφερθήκαμε ουσιαστικά σε μια ιδιαίτερα διαδεδομένη ατομική ή οικογενειακή στρατηγική των κατοίκων των τουριστικών περιοχών οι οποίοι επιδιώκουν να αντλήσουν εισοδήματα και να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που προσφέρει ο τουριστικός τομέας, οδηγούμενοι σε μια συχνά έντονη κοινωνική και επαγγελματική κινητικότητα η οποία έχει ως στόχο την εδραίωσή τους ατομικά και οικογενειακά στη νέα «τουριστικοποιημένη» κοινωνική και παραγωγική δομή των τουριστικών περιοχών (τόσο του μαζικού όσο και του εναλλακτικού τουρισμού). Η διαδεδομένη και εδραιωμένη πλέον αυτή πρακτική αναδεικνύει και σε αυτήν την περίπτωση την ιδιαίτερη δυναμική του τουρισμού ως τομέα ο οποίος συμβάλλει με πολλούς τρόπους στην ενίσχυση της απασχόλησης και των εισοδημάτων. Η διερεύνηση του ρόλου του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας δείχνει ανάγλυφα την πολλαπλασιαστική συμβολή του στην ευρύτερη κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Μια πρώτη τέτοια σαφής ένδειξη είναι η αύξηση του πληθυσμού στους τουριστικούς νομούς, Στατιστικές επετηρίδες Ε.Σ.Υ.Ε.) σε μια περίοδο όπου οι περισσότεροι νομοί της υπαίθρου χάνουν πληθυσμό λόγω της μετανάστευσης. Προκύπτει άρα ότι ο Τουρισμός οδηγεί σε μια συνολική δυναμική ανάπτυξη τους τουριστικούς προορισμούς. Είναι χαρακτηριστικό ότι τρεις ιδιαίτερα τουριστικοί νησιωτικοί νομοί (Δωδεκάνησα, Κέρκυρα και Κυκλάδες) έχουν το 1970 κατά κεφαλή Α.Ε.Π. 84, 83 και 78 αντίστοιχα - Εθνικός μέσος όρος 100, ενώ το 1991, μετά από τα είκοσι σημαντικά για την τουριστική ανάπτυξη χρόνια, αυτό γίνεται 109, 178 και 191 αντίστοιχα. Ιδιαίτερα αποκαλυπτική είναι τέλος η διερεύνηση των σύνθετων δεικτών ευημερίας ανά νομό για το έτος 2000 οι οποίοι λαμβάνουν υπ' όψιν τις διαφορετικές παραμέτρους της οικονομικής και κοινωνικής τους ανάπτυξης. Για τον προσδιορισμό του περιφερειακού προβλήματος αλλά και του βαθμού της περιφερειακής ανάπτυξης στην Ελλάδα, είναι απαραίτητη η αξιολόγηση συγκεκριμένων δεικτών όπως είναι του εισοδήματος, της παραγωγικής διάρθρωσης, της δημογραφίας, του ανθρώπινου δυναμικού, της γεωγραφίας και των φυσικών πόρων, των παραγωγικών και κοινωνικών υποδομών. Είναι λοιπόν απαραίτητος ο προσδιορισμός ενός Σύνθετου Δείκτη Ευημερίας και Ανάπτυξης (ΣΔΕΑ) (Πετράκος & Ψυχάρης, 2004) ο οποίος θα μπορούσε να αποτελέσει ένα πρώτο βήμα προς την συνεκτίμηση όλων των επιμέρους παραγόντων που καθορίζουν την αναπτυξιακή ταυτότητα μιας περιοχής. Ο ΣΔΕΑ προσδιορίζεται ως ο μέσος όρος των

τυποποιημένων τιμών των επιμέρους δεικτών που προαναφέρθηκαν. Χρησιμοποιήθηκαν 20 μεταβλητές σε τυποποιημένη μορφή. Εάν ένας νομός παρουσιάζει σχετικά υψηλές τιμές σε όλους ή κάποιους από τους επιμέρους δείκτες αυτό σημαίνει ότι θα παρουσιάζει και υψηλή τιμή στον ΣΔΕΑ.

Υπάρχουν όμως δύο ζητήματα που αναδεικνύουν και μια άλλη διάσταση της σχέσης κόστους-οφέλους της οικονομίας από τον τουρισμό. Το πρώτο ζήτημα αφορά τις αναγκαίες επενδύσεις ανά θέση εργασίας στον τομέα, οι οποίες υπολογίστηκαν με βάση τις επενδύσεις του Νόμου 1262/82 έως το 1991 και ανέρχονται σε 6,5 εκατομμύρια δραχμές ανά άτομο (στο δευτερογενή τομέα ήταν 2,9 εκατομμύρια δραχμές και στον πρωτογενή ήταν 4,9 εκατομμύρια δραχμές). Εάν ληφθούν υπόψη τα προβλήματα εποχικότητας και χαμηλής απορρόφησης του ειδικευμένου προσωπικού, αλλά και η παρατηρούμενη τάση μείωσης του κόστους εργασίας τα τελευταία χρόνια, γίνεται φανερό ότι το υψηλό κόστος των επενδύσεων, σε σύγκριση με την περίοδο 1960-1980, τείνει να λειτουργεί ως αντικίνητρο μετά το 1980 και οδηγεί στην αναζήτηση ευέλικτων και χαμηλού κόστους τύπων απασχόλησης από τις τουριστικές επιχειρήσεις, αυξάνοντας τα ήδη οξυμένα προβλήματα ανεργίας στον κλάδο. Σε κάθε περίπτωση, βέβαια, η σύγκριση του κόστους της επένδυσης συνδέεται και με το χρόνο απόσβεσης, αλλά και με την προοπτική της, παράμετροι οι οποίες είναι θετικότερες συνήθως στον τουρισμό, σε σύγκριση με τη γεωργία και συχνά με τη βιομηχανία. Την τελευταία δεκαετία παρατηρείται επίσης αύξηση της απασχόλησης –συχνά παραοικονομικής –αλλοδαπών στις τουριστικές περιοχές. Επιπλέον, το υψηλό κόστος της επένδυσης δε βοήθησε στην επίτευξη των στόχων της περιφερειακής ανάπτυξης για τη τρέχουσα δεκαετία, εφόσον οι επενδυτές θα προτιμήσουν τις σίγουρες περιοχές με τη σταθερή και δυναμική ζήτηση, επιτείνοντας έτσι τα προβλήματα κορεσμού, υπερεπαγγελματισμού και χωρικής ανισοκατανομής που έχουν εμφανιστεί σε πολλές γνωστές τουριστικές περιοχές της χώρας. Ουσιαστικά γίνεται όλο και δυσκολότερο μια «νέα» τουριστική περιοχή ή νόμος να αποκτήσει τις αναγκαίες υποδομές ώστε να μπορέσει να ανταγωνιστεί τις ήδη γνωστές και ανεπτυγμένες τουριστικές αγορές της χώρας. Το δεύτερο ζήτημα συνδέεται με τις επιπτώσεις της εκτεταμένης παραοικονομίας στον τομέα. Η παραοικονομία εντοπίζεται κατά κύριο λόγο στις επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων δωματίων που λειτουργούν με οικογενειακή μορφή στις περισσότερες τουριστικές περιοχές τη χώρας. Ήδη στις αρχές της δεκαετίας του '80, σε εννέα τουριστικούς νομούς (Καβάλας, Χαλκιδικής, Πιερίας, Μαγνησίας, Εύβοιας, Ηρακλείου, Λασιθίου, Ρεθύμνου, Χανίων) ο αριθμός των παρανόμων κλινών σε σχέση με τις νόμιμες ήταν σχεδόν τετραπλάσιος (93.000 παράνομες κλίνες έναντι 24.257 νόμιμων κλινών). Την ίδια εποχή υπολογίζεται ότι οι παράνομες κλίνες φθάνουν συνολικά

τις 200.000-250.000 στη χώρα με αποτέλεσμα το κράτος να χάνει σημαντικά έσοδα. Στο τέλος της δεκαετίας του '80 οι κλίνες αυτές υπολογίζεται ότι έχουν διπλασιαστεί (400.000 έναντι 200.000 νόμιμων), γεγονός που συνδέεται με τη συνεχή αύξηση της μικροεπιχειρηματικής δραστηριότητας αυτού του τύπου στη δεκαετία αυτή. Μια σχετικά πρόσφατη –και πλέον έγκυρη– εκτίμηση από την επιτροπή που συστάθηκε από φορείς τουρισμού κατέληξε στο συμπέρασμα ότι το 1990 ο αριθμός των παράνομων κλινών που λειτουργούσαν στη χώρα ανέρχονταν σε 1.060.000. Με αυτό τον τρόπο, ένα φαινόμενο σχετικά περιθωριακό πριν είκοσι χρόνια καταλήγει τελικά να αποτελεί τη βάση μιας «δεύτερης» παράλληλης οικονομικής δραστηριότητας του τουρισμού με εντυπωσιακά κέρδη. Είναι χαρακτηριστικό ότι την ίδια περίοδο οι κλίνες που λειτουργούν νόμιμα σε κάθε τύπου καταλύματα (ξενοδοχεία, κάμπινγκ, και ενοικιαζόμενα) είναι λιγότερες (835.912 κλίνες το 1991). Τα συνολικά έσοδα αυτής της παραοικονομικής δραστηριότητας υπολογίζονται για το 1990 σε 300 δισεκατομμύρια δραχμές μόνο από τις διανυκτερεύσεις. Είναι χαρακτηριστικό πως ο ΣΕΤΕ υπολογίζει ότι αντίστοιχα το σύνολο των εσόδων από διανυκτερεύσεις σε νόμιμα καταλύματα φτάνει το ποσό των 350 δισεκατομμυρίων δραχμών ετησίως. Υπάρχει, άρα, μια παραοικονομική διάσταση που σχετίζεται με την απώλεια εσόδων του κράτους από αυτού του τύπου την τουριστική δραστηριότητα. Παράλληλα όμως επισημαίνεται ότι αναδεικνύεται και ο ιδιαίτερος δυναμισμός του τομέα, ο οποίος είναι πολύ μεγαλύτερος από όσο επίσημα υπολογίζεται τόσο σε υποδομές όσο και σε απασχόληση. Σε κάθε περίπτωση πρέπει να επισημανθεί ότι ήταν λάθος να θεωρηθεί πως το σύνολο της τουριστικής παραοικονομίας σχετίζεται μόνο με τα τουριστικά καταλύματα. Πολλοί είναι και οι άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενοι με την τουριστική ανάπτυξη τομείς οι οποίοι εμφανίζουν υψηλά ποσοστά παραοικονομικών δραστηριοτήτων. Χαρακτηριστική είναι η εκτίμηση του ποσοστού της παραοικονομίας στον κλάδο των εστιατορίων (115,1% περισσότερο από το δηλωθέν εισόδημα), των κατοικιών (91%) και των κατασκευών (71%). Πρόκειται για κλάδους οι οποίοι –ιδιαίτερα στις τουριστικές περιοχές– έχουν εντυπωσιακή ανάπτυξη που οφείλεται σε σημαντικό ποσοστό στη γενικότερη τουριστική ανάπτυξη που οφείλεται σε σημαντικό ποσοστό στη γενικότερη τουριστική ανάπτυξη. Τα αίτια της εκτεταμένης παραοικονομίας πρέπει να αναζητηθούν τόσο στην ανορθολογική τουριστική ανάπτυξη της μεταπολεμικής περιόδου όσο και στην απουσία προγραμματισμού και συγκροτημένου θεσμικού πλαισίου στον τουριστικό τομέα. Εκτός από τις καθαρές οικονομικές επιπτώσεις, αυτή η κατάσταση υποβαθμίζει και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών σε μια εποχή στην οποία η χώρα αναζητά τρόπους να αναβαθμίσει αυτές τις υπηρεσίες ώστε να καταστεί περισσότερο



ανταγωνιστική. Υπάρχει, τέλος, και μια κοινωνιολογική διάσταση, σύμφωνα με μια ερευνητική προσέγγιση σε αυτό το ζήτημα, η οποία συνδέεται με ένα νέο ήθος εργασίας, το οποίο φαίνεται να έχει επικρατήσει σε ορισμένα στρώματα επιχειρηματιών στις περισσότερες τουριστικές περιοχές, ιδιαίτερα σε αυτές με μαζικές οργανωμένες υποδομές, και ενθάρρυνε κάθε τύπο απασχόλησης ή επένδυσης που μπορούσε να αποφέρει μεγάλα έσοδα σε μικρό χρονικό διάστημα. Οι εντυπωσιακοί ρυθμοί τουριστικής ανάπτυξης στις δεκαετίες του '70 και του '80 και η απρογραμμάτιστη τουριστική πολιτική ενίσχυαν αυτή την τάση ιδιαίτερα ανάμεσα σε επιχειρηματίες νεότερων ηλικιών.

## **2.5. Η συμβολή του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη**

Οι δεκαετίες του '50 και του '60 χαρακτηρίζονται από υψηλά ποσοστά μετανάστευσης τόσο προς τα αστικά κέντρα της χώρας όσο και προς το εξωτερικό. Η σταδιακή τουριστική ανάπτυξη, ιδιαίτερα μετά το 1960, είχε ευεργετική επίδραση στους κυριότερους τουριστικούς νομούς. Είτε κατόρθωσε να συγκρατήσει την τάση για μετανάστευση (μικρότερα ποσοστά από άλλους μη τουριστικούς νομούς) είτε οδήγησε -μετά τη δεκαετία του '70- στην επιστροφή των μεταναστών, αλλά και σε μετεγκατάσταση κατοίκων από άλλες περιοχές της χώρας. Οι τουριστικοί νομοί της χώρας αποτελούν πλέον πόλο έλξης τόσο για μόνιμη εγκατάσταση όσο και για εποχική απασχόληση, αφού σε πολλούς από αυτούς ο πληθυσμός διπλασιάζεται στη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου. Όπου η τουριστική ανάπτυξη ήταν λιγότερο δυναμική ή πραγματοποιήθηκε συστηματικά τη δεκαετία του '80, οι ρυθμοί αύξησης του πληθυσμού είναι πιο αργοί και η σταθεροποίηση του πληθυσμού πραγματοποιείται μετά το 1980. Η εικόνα αυτή παρατηρείται και σε άλλους, νησιωτικούς κυρίως νομούς, οι οποίοι την τελευταία δεκαετία αναπτύσσονται τουριστικά (Χίος, Λευκάδα) ενώ σταδιακά μειώνονται και οι μετανάστες. Εκτός όμως από αυτή την αναμφισβήτητα θετική εξέλιξη, σύμφωνα με μελέτη του ΚΕΠΕ στην περίοδο 1970-1990, κατά την οποία εδραιώνεται η τουριστική ανάπτυξη της χώρας, με βασικό κριτήριο σημαντικούς οικονομικούς δείκτες και σύνθετους δείκτες ευημερίας.

Σε κάθε περίπτωση πρέπει να επισημανθεί ότι, παρά τη γενικότερη βελτίωση που παρουσίασε το επίπεδο ανάπτυξης των τουριστικών νομών, υπάρχουν ακόμη σημαντικά προβλήματα. Η βελτίωση οφείλεται κυρίως στη δυναμική αύξηση πολλών εισοδηματικών και καταναλωτικών δεικτών, γεγονός που σχετίζεται με τη δυναμική ανάπτυξη την οποία προσφέρει ο τουριστικός τομέας. Σε ότι αφορά όμως κοινωνικούς δείκτες και δείκτες εκπαίδευσης (υγεία, εκπαίδευση, κ.α.),

το επίπεδο ανάπτυξης των τουριστικών νομών δεν ακολούθησε τους γενικότερους ρυθμούς της οικονομικής τους ανάπτυξης. Αυτό σε κάποιο βαθμό αποτελεί και μια ένδειξη της αδυναμίας της κρατικής πολιτικής να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της δυναμικής ανάπτυξης των τουριστικών νομών, η οποία κατά κύριο λόγο στηρίχτηκε στις ιδιωτικές επενδύσεις (κυρίως ξενοδοχεία και εστίαση). Όπως άλλωστε έχει επισημανθεί, οι επενδύσεις στον τουρισμό εμφανίζουν μια ανισομέρεια –οι ιδιωτικές είναι πολύ περισσότερες από τις δημόσιες-, με αποτέλεσμα οι τουριστικές περιοχές να παρουσιάζουν σημαντικές ελλείψεις σε υποδομές. Το πρόβλημα αυτό επιτείνεται και από τον μεγάλο όγκο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στις περιοχές αυτές την τελευταία εικοσαετία, αλλά και από τη γεωγραφική απομόνωση (νησιώτικες περιοχές). Αυτό που έχει ιδιαίτερη σημασία για τους τουριστικούς νομούς είναι ότι αποτελούν έναν από τους λίγους πόλους δυναμικής ανάπτυξης της χώρας την τελευταία εικοσαετία ( 1985-2005), γεγονός που οφείλεται στη δυναμική του τουριστικού τομέα. Όπως επισημαίνεται και από το ΚΕΠΕ, σε περιφέρειες όπως η Κρήτη, το Νότιο Αιγαίο και λιγότερο τα Ιόνια νησιά που παρουσιάζουν δυναμική ανάπτυξη υπάρχει πολύ χαμηλή ανεργία, σχετικά υψηλό επίπεδο διαβίωσης και γενικότερη οικονομική ανάπτυξη παρά τα διαρθρωτικά προβλήματα που παραμένουν σημαντικά. Σε αυτό το πλαίσιο και λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία που αφορούν και τους υπόλοιπους νομούς της χώρας, ο τουρισμός συνέβαλε ως παραγωγικός τομέας έντασης απασχόλησης στη συνολικότερη ανάπτυξη των τουριστικών νομών της χώρας. Σε αυτή την εξέλιξη η συμβολή του συχνά υποτιμημένου ημεδαπού τουρισμού είναι πολύ σημαντικότερη από όσο μέχρι πρόσφατα υπολογιζόταν. Αυτή η συμβολή όμως ήταν μικρότερη από εκείνη του αλλοδαπού τουρισμού στις περιοχές όπου ο τουρισμός αναπτύχθηκε με βάση το πρότυπο του οργανωμένου τουρισμού.

## **2.6. Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος**

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



εμπειρίες), τα οποία μπορούν να τα προσφέρουν καλύτερα σε συγκεκριμένη τουριστική αγορά από τις άλλες επιχειρήσεις. Είναι γνωστό ότι η τουριστική δραστηριότητα έχει παραδοσιακά ελλιπή πληροφόρηση (αναλυτική τουριστική στατιστική, Δορυφόροι Λογαριασμοί Τουρισμού, Πίνακες Εισροών – Εκροών του Εθνικού Λογιστικού Συστήματος, κ.λπ) γεγονός που επιτρέπει σε φορείς της τουριστικής βιομηχανίας ή στους μελετητές του τουρισμού να αναπτύσσουν διάφορους μεθόδους στην αποτύπωση της συμβολής του στην ελληνική οικονομία. Έτσι, είναι πρακτικά αδύνατο να εκφραστεί η συνολική τουριστική ζήτηση μέσω των εθνικών λογαριασμών και να εκτιμηθεί η συμβολή του τουρισμού στα κυριότερα μακροοικονομικά μεγέθη και συνεπώς η χάραξη των αναγκαίων πολιτικών.

Το ζητούμενο της τουριστικής οικονομίας είναι η μεγιστοποίηση των μεγεθών Έσοδα και θέσεις Απασχόληση. Ο πρώτος παράγοντας εκφράζεται από το γινόμενο: [Αφίξεις χ Διάρκεια Παραμονής χ Κατά Κεφαλή Δαπάνη]. Το γινόμενο αυτό παίρνει τόσο μεγαλύτερη τιμή, όσο μεγαλύτερη είναι η τουριστική περίοδος που επηρεάζει αντίστοιχα τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης. Με δεδομένη την αδυναμία να καταγραφεί η Κατά Κεφαλή Δαπάνη, το ενδιαφέρον περιορίζεται στις Αφίξεις. Συνεπώς, οι αφίξεις μαζί με την εποχικότητα και την περιφερειακή κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας είναι τρεις βασικοί και απλοί δείκτες της πορείας της τουριστικής οικονομίας. Όταν οι δείκτες αυτοί δεν ακολουθούν ανοδική πορεία, εκφράζουν «μειωμένη ανταγωνιστικότητα» του τουριστικού μας προϊόντος. Η ελληνική τουριστική αγορά θεωρείται ένας ώριμος τουριστικός προορισμός που αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό από αναδυόμενους μεσογειακούς προορισμούς, κυρίως σε επίπεδο τιμών. Προσφέρει το ίδιο προϊόν με τους ανταγωνιστές της και διεκδικεί μερίδιο από τις ίδιες τουριστικές αγορές. Απευθύνεται κυρίως σε τουρίστες από χώρες της Β.Δ. Ευρώπης, οι οποίες προσπαθούν να προσελκύσουν μαζικό τουρισμό που κύριο ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα είναι το χαμηλό κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η αύξηση των εισπράξεων αντανακλά μια πιθανή βελτίωση της αποτελεσματικότητας της ελληνικής τουριστικής αγοράς που οφείλεται κυρίως στην αύξηση των τιμών των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Ωστόσο, η διατήρηση της ανταγωνιστικότητας οδηγεί στην προσπάθεια να συμβαδίζει η αύξηση των τιμών με την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Έχοντας υπ' όψιν το παραπάνω θεωρητικό πλαίσιο, εξετάζουμε την Τρίτη έκθεση του World Economic Forum που δημοσιεύθηκε στις αρχές Μαρτίου 2009 σχετικά με την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού στις διάφορες χώρες, που εκτιμάται με 58 δείκτες με στόχο τη σύγκριση χωρών σε διεθνές επίπεδο. Επισημαίνεται ότι οι δείκτες ανταγωνιστικότητας του World Economic Forum βασίζονται σε μια

σειρά από κοινωνικές και οικονομικές μακρομεταβλητές που είναι διαθέσιμες σε κάθε χώρα. Αυτή η προσέγγιση συνιστά αδυναμία για την εκτίμηση της τρέχουσας ανταγωνιστικότητας, γιατί αγνοεί τις συνθήκες και τάσεις της τουριστικής αγοράς κάθε χώρας σε συγκεκριμένο χρόνο. Ωστόσο, είναι μια προσέγγιση που μπορεί να δείξει τη σχετική τάση και να συγκρίνουμε με ανταγωνίστριες χώρες. Στη συνέχεια σχολιάζουμε τη θέση της Ελλάδας στη σχετική κατάταξη της ανταγωνιστικότητας τουρισμού του έτους 2007.

- Η χώρα μας καταλαμβάνει την 24η θέση στη γενική κατάταξη ανταγωνιστικότητας. Τα δύο προηγούμενα έτη κατείχε την 22η (το έτος 2006) και την 24η (το έτος 2005). Σε επίπεδο άμεσων ανταγωνιστών υστερεί έναντι Ισπανίας, της Κύπρου και της Πορτογαλίας και υπερτερεί έναντι της Κροατίας, της Τουρκίας και της Αιγύπτου.
- Με βάση τη «Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη» - ΜΚΔ», η χώρα μας κατατάσσεται στην 15<sup>η</sup> θέση με 1.019 USD ανά τουρίστα.
- Με βάση τα «Έσοδα ανά Κάτοικο» κατατάσσεται στην 9η θέση με 1.385 USD ανά άφιξη.
- Με βάση το «Έσοδο ανά κάτοικο ως ποσοστό του κατά κεφαλή ΑΕΠ» που αντιστοιχεί στο 4,9% του κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας μας, αυτό μας φέρνει στην 6η θέση της σχετικής κατάταξης.

Από τα παραπάνω δεδομένα και σε σύγκριση με τα αντίστοιχα τουριστικά μεγέθη των δύο προηγούμενων εκθέσεων του World Economic Forum, προκύπτει ότι ο τουρισμός της χώρας μας εξακολουθεί να είναι σημαντικός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης, παρά τις μικρές διαχρονικές διακυμάνσεις των οικονομικών μεγεθών. Στον Πίνακα 17 βλέπουμε ότι στο χρονικό διάστημα 2001-2008 οι τουριστικές εισπράξεις αυξάνονται διαχρονικά με μικρό ρυθμό και ότι ως ποσοστό του ΑΕΠ ανέρχονται 4,72% περίπου. Αν λάβουμε υπόψη τις εκτιμήσεις του WTTC για το 2008, η συμμετοχή της τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ (άμεσες και έμμεσες επιδράσεις) κυμαίνονται στο 17,20%. Στον Πίνακα 18 βλέπουμε ότι οι τουριστικές αφίξεις από το 2004-2007 αυξάνονται και το 2008 σημειώθηκε ελαφρά μείωση αυτών. Η πρόσθετη ζήτηση των αλλοδαπών δεν συμβάλλει μόνο στην ανάπτυξη των αντίστοιχων κλάδων αλλά και στην εισαγωγή αντίστοιχων αγαθών. Η συνολική τουριστική απασχόληση επίσης αυξάνεται και για το 2008 ανέρχεται σε 963.000 θέσεις εργασίας που αντιστοιχεί στο 20,89% των απασχολούμενων (4.609.665) κατά το 2008. Η μείωση των αφίξεων στο χρονικό διάστημα 2002-2004 συνοδεύεται και με ελαφρά αύξηση της απασχόλησης. Στον Πίνακα 19, βλέπουμε ότι η παραγωγικότητα του τουριστικού τομέα (2001-2008), όπως αυτή εκφράζεται ως συνάρτηση των διεθνών αφίξεων και της άμεσης απασχόλησης στον τουρισμό είναι ελαφρά φθίνουσα (μέση ετήσια μεταβολή, περίπου, -0,63%. Η παραγωγικότητα του τουριστικού τομέα, όπως εκφράζεται ως συνάρτηση των τουριστικών

εισπράξεων και της άμεσης απασχόλησης είναι επίσης φθίνουσα (μέση ετήσια μεταβολή, περίπου, -1,61%). Όμως, η παραγωγικότητα της τουριστικής οικονομίας, όπως αυτή εκφράζεται από τη συμμετοχή στο ΑΕΠ και την συνολική απασχόληση, παρουσιάζει αύξηση με μέση ετήσια μεταβολή 3,76%. Οι αντίρροπες αυτές τάσεις εξηγούνται από την προσπάθεια των τουριστικών επιχειρήσεων να βελτιώσουν την ποιότητά τους σε μικροοικονομικό επίπεδο και στην οριακή βελτίωση των γενικών και ειδικών τουριστικών υποδομών σε μακροοικονομικό επίπεδο που οδήγησε σε βελτίωση της συνολικής παραγωγικότητας της τουριστικής οικονομίας.

Με βάση την παραπάνω ανάλυση και αν λάβουμε υπόψη μας τα στοιχεία που προέρχονται από πηγές εντός και εκτός Ελλάδας (World Economic Forum, World Travel & Tourism Council, ΕΣΥΕ) διαπιστώνουμε η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ διαχρονικά αυξάνεται και για το 2008 ανέρχεται στο 17,20%, ενώ η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού μας προϊόντος διαχρονικά μειώνεται. Η χαμηλή ανταγωνιστικότητα αποτελεί σοβαρή αδυναμία του τουρισμού μας, η οποία αποδίδεται στα διαρθρωτικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας και στην αναποτελεσματικότητα της τουριστικής μας πολιτικής να τα αντιμετωπίσει με τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και την διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς.

## Πίνακας 17

### ΕΛΛΑΔΑ – Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού στην Οικονομία

Έτος	ΑΕΠ* (σε εκατ. Ευρώ)	Τουριστικές Εισπράξεις (σε εκατ. Ευρώ)**	% Συμμετοχής Τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ***	Συμμετοχή Τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ (σε εκατ. Ευρώ)
2001	146.260	10.579,90	16,20	26.483,30
2002	157.586	10.284,70	15,81	27.597,70
2003	171.258	9.495,30	15,67	29.736,40
2004	185.225	10.347,80	16,13	33.201,00
2005	198.609	10.729,50	16,36	36.084,10
2006	213.985	11.356,70	16,40	34.965,90
2007	228.180	11.319,20	16,50	37.649,70
2008	242.234*	11.438,20	17,20	42.401,40

Πηγές: \* ΑΕΠ (ΕΣΥΕ) Το 2008 είναι προσωρινά στοιχεία. \*\*ΕΣΥΕ

Πίνακας 18  
ΕΛΛΑΔΑ – Τουρισμός και Απασχόληση

Έτος	Αφίξεις*	Άμεση Απασχόληση (000)**	Συνολική (άμεση + έμμεση) Απασχόληση (000)**	Συντελεστής Απασχόλησης
2001	13.019.202	409,92	779,15	1,901
2002	12.556.494	419,23	787,78	1,879
2003	12.468.411	423,49	793,78	1,874
2004	11.735.556	424,83	801,38	1,886
2005	12.902.048	447,90	860,80	1,922
2006	13.993.371	472,10	905,60	1,918
2007	15.229.598	483,90	993,80	2,053
2008	15.080.000***	496,40	963,40	1,941

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

Πίνακας 19  
Παραγωγικότητα στον Τουρισμό

Έτος	Παραγωγικότητα Τομέα (Αφίξεις / Άμεση Απασχόληση)	Παραγωγικότητα Τομέα (Τουριστικές Εισπράξεις / Άμεση Απασχόληση)	Παραγωγικότητα Τουριστικής Οικονομίας (Συμμετογή Τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ/Συνολική Απασχόληση)
2001			
2002	-5,7	-4,9	3,3
2003	-1,7	-8,6	7,6
2004	-6,2	8,6	10,5
2005	4,3	-1,7	1,2
2006	2,9	0,4	-7,9
2007	6,2	-2,8	-1,9
2008	-3,5	-1,5	16,2
Μέσος Ρυθμός	-0,63	-1,61	3,76

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

## 2.7. Συμπερασματικές παρατηρήσεις

Αξιολογώντας όλα τα παραπάνω, προκύπτει το συμπέρασμα ότι υπάρχει σταδιακή μείωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, αυξανόμενη εξάρτηση από τον μαζικό τουρισμό, απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος, έλλειψη δυνατότητας χρονικής κατανομής της ζήτησης, εύκολη υποκατάσταση από άλλες μεσογειακές χώρες, άνιση ανάπτυξη της περιφέρειας, ισχυρές πιέσεις για χαμηλές τιμές, αδυναμία διαπραγμάτευσης με τους ισχυρούς tour-operators, έλλειψη κινήτρων αναβάθμισης, παράνομη λειτουργία καταλυμάτων, προβλήματα βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα. Επιπρόσθετα, η μελέτη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος δείχνει ότι η ικανοποίηση που απορρέει από την κατανάλωση των επιμέρους στοιχείων του, δηλ. των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών μειώνεται διαχρονικά. Το τουριστικό προϊόν αποτελούμενο, σε μεγάλο βαθμό, από έναν μεγάλο αριθμό κοινοτύπων στοιχείων, αδυνατεί διαχρονικά να οδηγήσει σε μία μεγιστοποίηση του βαθμού ικανοποίησης των τουριστών-καταναλωτών. Και αυτό σχετίζεται με την κρίση του υφιστάμενου προτύπου τουριστικής ανάπτυξης που στηρίζεται σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, το οποίο ωθήθηκε στα όριά του και απεικονίζεται στην υπέρ προσφορά τουριστικών καταλυμάτων. Η αύξηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην παράκτια ζώνη, βασιζόταν στην βασική προϋπόθεση διατήρησης και μεγέθυνσης της τουριστικής ζήτησης. Ωστόσο, αυτή η προϋπόθεση δεν επαληθεύτηκε και αποτέλεσε την απαρχή μείωσης της ποιότητας, ως απόρροια μίας ξενοδοχειακού τύπου κρίσης (συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα, παραθεριστικές κατοικίες κ.λ.π, που είναι δύσκολο να καταγραφούν στατιστικά). Το νέο τουριστικό προϊόν, το οποίο αντιπροτείνεται στηρίζεται σε ένα νέο διαφοροποιημένο πρότυπο με νέα χαρακτηριστικά της τουριστικής προσφοράς που συγκροτεί μια τουριστική πολιτική εξειδικευμένη σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. Είναι ένα πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης που διαθέτει «τυποποιημένα» στοιχεία, είναι ανταγωνιστικό, είναι ποιοτικό, ακολουθεί τις επιταγές / επιθυμίες της πελατείας, είναι διαφοροποιημένο και μπορεί να κάνει χρήση των πεγαλειών και των εξελίξεων της πληροφορικής.

Η Ελλάδα διαθέτει αξιοσημείωτα συγκριτικά πλεονεκτήματα στον τουρισμό με σημαντικές φυσικές, πολιτιστικές και ιστορικές πλουτοπαραγωγικές πηγές των οποίων η αξία αυξάνει με την πάροδο του χρόνου και συμβάλλει στη διατήρηση του δυναμικού ρυθμού αναπτύξεως του ελληνικού τουρισμού σε υψηλό επίπεδο. Για τον λόγο αυτό, η

αφύπνιση της τουριστικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, μετά την χρηματοοικονομική και οικονομική κρίση του 2008-2009, μπορεί να αποτελέσει τον καταλύτη για δυναμικότερη ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας στα επόμενα έτη, σε συνδυασμό με την ανάκαμψη των ευρωπαϊκών οικονομιών και της παγκόσμιας οικονομίας. Αυτό μπορεί να συμβεί παρά τα εμπόδια που επιβάλλονται στην εγχώρια ανάπτυξη από την επιδείνωση της ανταγωνιστικότητας με βάση το κόστος εργασίας και από την ανάγκη για άμεση και ουσιαστική πρόοδο στον τομέα της δημοσιονομικής προσαρμογής. Ο τουρισμός, μπορεί να αποτελέσει τον κύριο μοχλό αναπτύξεως της Ελληνικής οικονομίας υπό τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

1. Αντιστροφή της πολιτικής που οδηγεί σε συνεχή επιδείνωση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της χώρας μας. Η εγχώρια εισοδηματική πολιτική θα πρέπει να προσαρμοσθεί στην πραγματικότητα του ισχυρού Ευρώ.
2. Τα διάφορα δημοσιονομικά μέτρα ενισχύσεως του τουρισμού θα πρέπει να επιδιώκουν κυρίως την παροχή κινήτρων για οργάνωση και συγκέντρωση της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών έναντι της οργανωμένης ζήτησεως και γενικότερα για ενίσχυση της αυτόνομης επιχειρηματικότητας στον τουρισμό. Θα πρέπει επομένως να αναπροσαρμοσθεί η σημερινή πρακτική της παροχής υψηλών κρατικών επιχορηγήσεων για συνεχή αύξηση των ξενοδοχειακών και άλλων τουριστικών μονάδων αμφίβολης οικονομικής αποδοτικότητας. Οι μη ανταγωνιστικές και μη αποδοτικές ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν επί το πλείστον χάρη στις κρατικές ενισχύσεις, θα πρέπει να εξέρχονται από τον κλάδο καθώς αποτελούν σοβαρό εμπόδιο στην αποδοτική λειτουργία των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων. Αυτή η πρακτική θα πρέπει να περιορισθεί και, τελικά, να τερματισθεί.
3. Στη σημερινή εποχή της ταχείας αναπτύξεως του διαδικτύου, τόσο στις χώρες προελεύσεως των τουριστών όσο και στη χώρα μας, παρέχεται η δυνατότητα στους εντόπιους επιχειρηματίες του τουρισμού να ενισχύσουν αποφασιστικά τη διαπραγματευτική τους ικανότητα με προσέλκυση της τουριστικής τους πελατείας απευθείας (και όχι μέσω τουριστικών πρακτόρων), με κατάλληλες προσφορές και τιμολογιακή πολιτική. Αυτό που απαιτείται είναι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητάς τους και η προσφορά αξιόπιστων τουριστικών υπηρεσιών σε ανταγωνιστικό κόστος. Η αγορά στην οποία απευθύνονται οι ελληνικές επιχειρήσεις για προσέλκυση πελατών είναι απεριόριστη σε σχέση με το μέγεθός τους. Άλλωστε, μεγάλες δυνατότητες υπάρχουν για προσέλκυση πελατών και από την εγχώρια αγορά. Οι Έλληνες επιζητούν τις διακοπές στην Ελλάδα, αρκεί να τους δοθούν οι κατάλληλες ευκαιρίες σε ανταγωνιστικό κόστος. Η περίοδος λειτουργίας των ξενοδοχειακών μας μονάδων μπορεί να επεκταθεί ουσιαστικά με την προσέλκυση εγχώριων

τουριστών. Ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί άσκηση κοινωνικής πολιτικής και όχι μέσο ενίσχυσεως των ξενοδοχειακών μας επιχειρήσεων. Οι τελευταίες θα πρέπει να προσελκύσουν από μόνες τους, τους Έλληνες τουρίστες με προσφορά κατάλληλων τουριστικών πακέτων για κάθε εποχή. Τα πακέτα αυτά θα πρέπει να μεταδίδουν πειστικά το μήνυμα στους Έλληνες και τους ξένους τουρίστες ότι μπορούν τώρα να πραγματοποιήσουν το όνειρό τους με αποδεκτό (όχι ανταγωνιστικό) κόστος, με υψηλό επίπεδο παρεχομένων υπηρεσιών και χωρίς ταλαιπωρία.

4. Τέλος, σημειώνεται η ανάγκη για ενίσχυση της προωθήσεως του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας στο εξωτερικό, τόσο από τις επιχειρηματικές μονάδες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο όσο και από το κράτος, το οποίο αύξησε εκτάκτως τη διαφημιστική δαπάνη για το έτος 2009 κατά 50%. Ταυτόχρονα όμως σημειώνεται ότι, οι προσπάθειες να πεισθεί ο ξένος τουρίστας για τα τουριστικά πλεονεκτήματα της χώρας μας αποδυναμώνονται όταν τα ξένα μέσα μαζικής ενημερώσεως επικεντρώνονται για μεγάλα διαστήματα κάθε χρόνο στην προβολή ταραχών και καταστροφών που προκύπτουν κατά τη διάρκεια φοιτητικών, εργατικών ή άλλων κινητοποιήσεων στην Ελλάδα, και των συχών εκτεταμένων πυρκαγιών.

### **3. Η περίπτωση της Σάμου**

Γενικά χαρακτηριστικά

Θέση και ανάγλυφο

Η Σάμος βρίσκεται στο ανατολικό τμήμα του Αιγαίου πελάγους κοντά στα παράλια της Μικράς Ασίας.

Ανατολικά της βρίσκεται η Μικρά Ασία από την οποία χωρίζεται με τον επταστάδιο πορθμό, ή Ντάρ Μπογάζ, με ελάχιστο πλάτος 1650 μέτρα περίπου, βόρεια βρίσκεται η χερσόνησος της Ερυθραίας, βορειοδυτικά η Χίος, δυτικά και νοτιοδυτικά η Ικαρία και το σύμπλεγμα των Φούρνων και νότια τα Δωδεκάνησα, από τα οποία τα πλησιέστερα είναι το Αγαθονήσι οι Αρκοί και η Πάτμος.

Η Σάμος έχει 33,814 κατοίκους (απογραφή 2001), αποτελείται από τέσσερις δήμους, Βαθέος, Καρλοβασίου, Πυθαγορείου και Μαραθοκάμου, με πρωτεύουσα την Σάμο. Η Σάμος είναι ορεινή και έχει δυο βουνά, τον άγριο και βραχώδη Κέρκη, ύψους 1443 μέτρα και την κατάφυτη Άμπελο (ή Καρβούνης) ύψους 1160 μέτρα.

### **3.1. Εκτίμηση αποτελεσμάτων και επιπτώσεων του τουρισμού σε τοπικό επίπεδο: η περίπτωση της Σάμου**

Η ανάλυση της κατάστασης του τουρισμού στη Σάμο και των επιπτώσεων του σε αυτή θα γίνει σε τρία στάδια:

1ο Στάδιο: Καταγραφή της τουριστικής δραστηριότητας δηλαδή της προσφοράς και της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών, δεδομένου ότι χρειάζεται να υπάρχει καλή γνώση των τουριστικών υποδομών και ανωδομών, των τουριστικών πόρων και του βαθμού αξιοποίησής τους, καθώς και των χαρακτηριστικών της ζήτησης (αφίξεις διανυκτερεύσεις τουριστών, μέση διάρκεια παραμονής, πληρότητα μονάδων κλπ). Τέλος επιχειρείται εκτίμηση του συνολικού αριθμού διανυκτερεύσεων των τουριστών στο συγκεκριμένο προορισμό, δεδομένου ότι οι διανυκτερεύσεις αποτελούν τη μονάδα μέτρησης της «τουριστικής παραγωγής» και αποτελεί τη βάση της εκτίμησης του αποτελέσματος και των επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας.

2ο Στάδιο: Εκτίμηση των αποτελεσμάτων της τουριστικής δραστηριότητας που αφορούν στην οικονομία (τουριστική δαπάνη), στην κοινωνία (απασχόληση) και στο περιβάλλον (κατανάλωση πόρων και παραγωγή αποβλήτων), περιγράφοντας το αποτύπωμα (footprint) της δραστηριότητας στο προορισμό. Η προσέγγιση των συνολικών αποτελεσμάτων και της κατά κεφαλή απόδοσης του τουρισμού αποτελεί το απαραίτητο βήμα πριν την εκτίμηση των επιπτώσεων του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής μελέτης. Η οικονομική απόδοση των τουριστών που επισκέπτονται τον προορισμό καταγράφεται μέσα από τη δαπάνη που οι τουρίστες αυτοί πραγματοποιούν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Η δαπάνη μπορεί να αναλύεται σε έξοδα για διαμονή, διατροφή, μετακινήσεις, διασκέδαση, αγορές κ.λπ. Η συνολική τουριστική δαπάνη επηρεάζεται από τον αριθμό των διανυκτερεύσεων, τον τύπο του τουρίστα ανά είδος τουριστικού προϊόντος (βάσει των κινήτρων των ταξιδιών), τη διάρκεια διαμονής κ.λπ. Η κατά κεφαλή δαπάνη αποτελεί ένα σημαντικό δείκτη οικονομικής απόδοσης του τουρισμού, όπως επίσης –σε ό,τι αφορά στα καταλύματα- η πληρότητα τους, αλλά και τα έσοδα ανά τουριστική κλίνη. Η δημιουργία θέσεων απασχόλησης αποτελεί το δεύτερο συστατικό του αποτελέσματος που δημιουργεί ο τουρισμός στον προορισμό (κοινωνική απόδοση). Η απασχόληση αφορά τόσο σε ποσοτικά δεδομένα (αριθμός εργαζομένων), όσο και σε ποιοτικά (επίπεδο εκπαίδευσης, φύλο, διάρκεια απασχόλησης κ.λπ.) και εξαρτάται από το είδος των τουριστικών προϊόντων που αναπτύσσονται, το βαθμό συνθετότητάς τους, το μέγεθος της



δραστηριότητας κ.λπ. Τέλος εξετάζονται οι πιέσεις που ασκεί ο τουρισμός στο περιβάλλον του προορισμού. Ο τουρισμός, όπως και όλες οι ανθρώπινες δραστηριότητες, καταλαμβάνει χώρο αλλάζοντας τις χρήσεις γης, καταναλώνει περιβαλλοντικούς πόρους (νερό, ενέργεια) και παράγει απόβλητα (υγρά, στερεά, αέρια, θόρυβο).

3ο Στάδιο: Η ανάλυση των επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας γίνεται με τη προσέγγιση της επίδρασης του τουρισμού στην αποτελεσματικότητα και στη δομή της τοπικής οικονομίας, στην σύνθεση του πληθυσμού και στην κοινωνική συνοχή αλλά και την περιβαλλοντική διατήρηση αποτελούν στοιχεία της.

### **3.2. Η Τουριστική Προσφορά**

Η ποσότητα ή ποικιλία και η ποιότητα των στοιχείων της τουριστικής προσφοράς αποτελούν βασικούς παράγοντες, οι οποίοι συμβάλουν στην επιτυχία του τουριστικού προϊόντος μιας περιοχής και κατά συνέπεια επηρεάζουν τόσο την απόδοση του όσο και τις επιπτώσεις του στον προορισμό. Η Σάμος είναι ένα πλούσιο σε τουριστικούς πόρους νησί, τους οποίους όμως δεν έχει κατορθώσει μέχρι σήμερα να αξιοποιήσει κατάλληλα. Στο περιβάλλον του νησιού απαντώνται μεσογειακά οικοσυστήματα, σε ένα πολύπλοκο μωσαϊκό οικοσυστημικών τύπων· ένα σύνολο από χερσαία και υδατικά οικοσυστήματα, πλούσιο σε ενδημικά και σπάνια είδη της χλωρίδας και της πανίδας σχηματίζοντας μεταξύ άλλων υγροτόπους ιδιαίτερου ενδιαφέροντος που έχουν οδηγήσει στην ύπαρξη τριών εκτεταμένων ζωνών προστασίας (δίκτυο NATURA 2000). Από τις σημαντικότερες είναι:

- **Αλυκές**

Ο υδροβιότοπος της Αλυκής βρίσκεται στο ανατολικό τμήμα του νησιού της Σάμου και σε μικρή απόσταση από τα μικρασιατικά παράλια. Η συνολική έκταση του βιότοπου είναι 420 στρ. από τα οποία 350 στρ. είναι η παλιά Αλυκή και τα υπόλοιπα 70 στρ. έλος. Η Αλυκή έγινε βιότοπος και σήμερα εκτός από την αισθητική της αξία έχει ευρύτερη οικολογική σημασία επειδή αποτελεί σπάνιο οικότοπο για τα δεδομένα των νησιών του Αιγαίου. Η ποιότητα και η σπουδαιότητα της περιοχής έγκειται κυρίως στον μεγάλο αριθμό πουλιών που επισκέπτονται ή και αναπαράγονται κάθε χρόνο στον βιότοπο.

- **Όρος Άμπελος**

Οι αναβαθμοί ή πεζούλες είναι χαρακτηριστικό γνώρισμα της περιοχής και η μέθοδος με την οποία οι κάτοικοι της περιοχής αντιμετώπισαν και αντιμετωπίζουν την διάβρωση του εδάφους λόγω των μεγάλων

μορφολογικών κλίσεων. Το μέσο υψόμετρο του βουνού είναι 900 μ. Η βλάστηση βουνού της Αμπέλου είναι πολύ πλούσια. Κυριαρχούν τα πεύκα - στα χαμηλά η τραχεία πεύκη και ψηλότερα η μαύρη πεύκη, υπόλειμμα της εποχής των παγετώνων που σχηματίζει εκτεταμένα μονότονα δάση - εναλλασσόμενα με αμπέλια σε αναβαθμίδες. Γενικά, η περιοχή είναι σημαντική από οικολογική άποψη διότι σ' αυτήν μπορεί κανείς να συναντήσει πολλά ενδημικά και πολύ σπάνια φυτά.

## • Παραλίες

Οι παραλίες αποτελούν σημαντικό κομμάτι του τουριστικού προϊόντος σε κάθε νησί και στη Σάμο υπάρχουν αρκετές, κάποιες από τις φημισμένες παραλίες είναι: η πλάζ Γάγκου, η Μουρτιά, η Τσαμαδού, τα Λεμονάκια και η Τσάμπου. το Ποτάμι τα Βοτσαλάκια, η Ψιλλή Αμμος, ο Λιμνιώνας και το Βάρσαμο, το Ποτοκάκι και το Ηραίο.

Οι κύριες καλλιέργειες της Σάμου είναι η ελιά, και το αμπέλι - από το οποίο παράγεται το φημισμένο Σαμιώτικο κρασί- έχουν «σημαδέψει» τόσο το φυσικό (πχ αναβαθμίδες) όσο και το δομημένο περιβάλλον (πχ. μικροί παραδοσιακοί οικισμοί (11 τον αριθμό) κυρίως σε ημιορεινές περιοχές, αγροτικά κτίσματα). Υπάρχουν σημαντικά μνημεία γεωλογικού ενδιαφέροντος, από τα οποία ξεχωρίζει το μουσείο Φυσικής Ιστορίας Αιγαίου όπου φιλοξενούνται απολιθώματα ζώων που έζησαν στην περιοχή πριν από 8-10 εκατομμύρια χρόνια. Τέλος, υπάρχουν πολλά σημαντικά μνημεία όλων των χρονολογικών περιόδων όμως η Σάμος χαρακτηρίζεται από αρχαιολογικά μνημεία υπερεθνικής εμβέλειας όπως είναι το Ηραίο, το μεγάλο αρχαιολογικό χώρο του νησιού, η «Ιερά Οδός» που είχε μήκος 4.880μ. και ένωνε την Αρχαία πόλη με το Ηραίο, το Πυθαγόρειο, όπου υπάρχουν ερείπια από το «Πολυκράτειο Τείχος», το «Αρχαίο Θέατρο», τα «Ρωμαϊκά Λουτρά» και το περίφημο «Όρυγμα του Ευπαλίνου», το Αρχαιολογικό Μουσείο στην πόλη της Σάμου με εκθέματα, γλυπτικής, κεραμικής, χαλκού. Όμως παρά τη σημασία τους ελάχιστα έχουν αξιοποιηθεί όπως άλλωστε και η «παρουσία» του Πυθαγόρα.

Η Σάμος διαθέτει 2 λιμάνια (Βαθύ, Καρλόβασι) που συνδέονται καθημερινά με δρομολόγια (μεγάλης χρονικής διάρκειας) με το λιμάνι του Πειραιά και σπανιότερα με λιμάνια της Βόρειας Ελλάδας (συνήθως με πλοία χαμηλών προδιαγραφών) δημιουργώντας προβλήματα προσπελασιμότητας. Εάν τρίτο λιμάνι (Πυθαγόρειο) αποτελεί τη πύλη της Σάμου από και προς τα Δωδεκάνησα ακόμη και για ημερήσιες

επισκέψεις (πχ. Πάτμο) Το αεροδρόμιό της συνδέεται με καθημερινές πτήσεις εσωτερικού και πτήσεις charters, κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου (Απρίλιος-Οκτώβριος). Η μαρίνα του Πυθαγορείου στη μέση του Αιγαίου -με δυνατότητα πρόσδεσης 258 σκαφών αναψυχής-, μπορεί να αποτελέσει σημαντικό κρίκο σε ένα δίκτυο μαρίνων, ενώ και τα υπόλοιπα λιμάνια προσφέρονται για χρήση από σκάφη αναψυχής.

Επιγραμματικά αναφέρεται για την τουριστική προσφορά της Σάμου ότι:

- τα ξενοδοχειακά καταλύματα είναι μικρά και χαμηλών κατηγοριών (μέσο όρο 52,3 κλίνες ανά μονάδα και 6 μονάδες με 1.445 κλίνες ή 15,2% των κλινών σε ξενοδοχεία 4 και 5\* το 2007) και υπερτερούν των συμπληρωματικών καταλυμάτων (αναλογία 2:1),
- η τουριστική περίοδος διαρκεί 5,5-6 μήνες από το Πάσχα μέχρι τα μέσα Οκτωβρίου
- οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον τουρισμό είναι μόνο οι «κλασσικές» (εστιατόρια, μπαρ, καταστήματα τουριστικών ειδών, ταξιδιωτικά γραφεία, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων),
- οι τουριστικές υποδομές περιορίζονται σε 5 μουσεία, 1 μαρίνα και 6 συνεδριακούς χώρους (που υποχρησιμοποιούνται)
- κυρίαρχο προϊόν αποτελεί ο ηλιοτροπικός τουρισμός παραλίας ο οποίος είναι μαζικά οργανωμένος σε ό,τι αφορά στους αλλοδαπούς και σε ατομική βάση, σε ό,τι αφορά στους Έλληνες,
- τα τουριστικά προϊόντα είναι ιδιαίτερα «φτωχά» στηριζόμενα σχεδόν αποκλειστικά σε βασικές υπηρεσίες εξ αιτίας της μη αξιοποίησης των υπάρχοντων πόρων, με αποτέλεσμα τα οφέλη στον προορισμό να είναι περιορισμένα, ενώ ο ανταγωνισμός με άλλες περιοχές (κυρίως εκτός Ελλάδας) είναι δύσκολος,
- τα τουριστικά προϊόντα ειδικού ενδιαφέροντος (περιπατητικός, πολιτιστικός) αποτελούν ένα πολύ μικρό κομμάτι της αγοράς παρά τα πλούσια μοναδικά χαρακτηριστικά της περιοχής,
- 106
- δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι η Σάμος είναι τουριστικά κορεσμένη περιοχή, με εξαίρεση, ίσως, κάποιες περιοχές (π.χ. Πυθαγόρειο, Κοκάρι) όπου υπάρχει σχετικά υψηλή τουριστική πυκνότητα.

### 3.3. Η Τουριστική Ζήτηση

Στη Σάμο τη δεκαετία του 1990 είχαμε μια έξαρση των αφίξεων εξωτερικού, που έφτασε και στο μέγιστο σημείο της στο τέλος της δεκαετίας (158.602 αφίξεις με πτήσεις charter το 1999), ενώ τα τελευταία πέντε χρόνια παρατηρείται μια σημαντική μείωση που φτάνει ακόμα και τις 30.000 αφίξεις (τουρίστες) μεταξύ 2001 και 2005 και μια ανάκαμψη τα έτη 2006-7 (περίπου 130.000 επιβάτες) που δεν φαίνεται να επιβεβαιώνεται στη συνέχεια, γεγονός που δείχνει σε μεγάλο βαθμό την πτώση της Σάμου ως προορισμού τουριστών παραλίας. Κυριαρχούν οι Γερμανοί και οι Βρετανοί (με ποσοστό 43%), ακολουθούμενοι από τους Ολλανδούς, Σουηδούς και Δανούς. Στις αφίξεις εσωτερικού υπάρχει μια σταθερή πορεία την τελευταία δεκαετία, με μικρές αυξομειώσεις σε ότι αφορά στις αφίξεις με πλοία. Βέβαια, τόσο η αεροπορική, όσο και η ακτοπλοϊκή κίνηση παρουσιάζει έντονη εποχικότητα, με την περίοδο Ιουνίου-Σεπτεμβρίου να σημειώνει την μεγαλύτερη άνοδο με κορύφωση κατά το δίμηνο Ιουλίου- Αυγούστου. Οι αφίξεις των αλλοδαπών στα ξενοδοχεία της Σάμου, ακολουθούσαν μια σταθερή και ανοδική πορεία μέχρι και τα τέλη της δεκαετίας του '90 και στη συνέχεια παρατηρήθηκε μια έντονη πτώση η οποία συνεχίστηκε με κάποιες αυξομειώσεις. Παρά τη μικρή ανάκαμψη από το 2005 και μετά, οι αριθμοί των αφίξεων υπολείπονται σημαντικά εκείνων της προηγούμενης δεκαετίας γεγονός που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι έχει δημιουργηθεί μια αρνητική τάση. Ο αριθμός των Ελλήνων τουριστών που αφικνούνται στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Σάμου, μετά από μια σταθερά ανοδική πορεία μέχρι το 2004, στη συνέχεια παρουσιάζει σταθερά μείωση. Όπως και στην επιβατική κίνηση, έτσι και στις ξενοδοχειακές αφίξεις και διανυκτερεύσεις η εποχικότητα είναι το ίδιο έντονη, ιδιαίτερα στους αλλοδαπούς τουρίστες. Αναφορικά με την κατανομή των εθνικοτήτων που διαμένουν στα ξενοδοχειακά καταλύματα προκύπτει ότι οι Γερμανοί και οι Άγγλοι καταλαμβάνουν το 30% και 20% αντίστοιχα κι ακολουθούν οι Ολλανδοί με 8% και οι Σουηδοί με 7%, για τους οποίους φαίνεται να υπάρχει μια σημαντική διαρροή προς τα μη ξενοδοχειακά καταλύματα (υψηλότερη από ότι συμβαίνει με τις άλλες εθνικότητες). Όσον αφορά στις διανυκτερεύσεις των Ελλήνων και των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα ένα πρόσθετο ενδιαφέρον στοιχείο είναι η μέση διάρκεια παραμονής τους σ' αυτά. Οι Έλληνες έχουν σχετικά μικρή διάρκεια παραμονής στα ξενοδοχειακά καταλύματα, η μέση διάρκεια παραμονής τους καλοκαιρινούς μήνες κυμαίνεται από 4,5 έως 5,5 μέρες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών τουριστών είναι σαφώς μεγαλύτερη αφού κυμαίνεται από 7 μέχρι 8,5 ημέρες (ο μέσος όρος σε ετήσια βάση είναι 4 για τους έλληνες και 8 περίπου για τους αλλοδαπούς). Η

πληρότητα των ξενοδοχείων της Σάμου μειώνεται ιδιαίτερα μετά το 2003 παρά τη μείωση των ξενοδοχειακών κλινών που καταγράφηκε<sup>45</sup>, από 84% το 1999 στο 60% το 2006 σε μια περίοδο που διαρκεί πρακτικά 5 μήνες (94,8% των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών και 84% των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών γίνεται από Μάιο μέχρι και Σεπτέμβριο). Έρευνα στους τουρίστες της Σάμου για το 2006 έδειξε ότι στους Έλληνες κυριαρχούν οι ηλικίες 35-45, ακολουθούμενοι από εκείνους με ηλικία 46-60. Σε ό,τι αφορά στους αλλοδαπούς υπερτερεί η ηλικιακή ομάδα 46-60 ετών, ενώ παλιότερα υπερτερούσαν μικρότερες ηλικίες. Οι Έλληνες τουρίστες της Σάμου ανήκουν στις μεσαίες και χαμηλές εισοδηματικές κλίμακες (<30.000€), ενώ στην περίπτωση των αλλοδαπών τα κυρίαρχα εισοδήματα είναι μεγαλύτερα. Οι αλλοδαποί ταξιδεύουν στη συντριπτική τους πλειονότητα (πάνω από 90%) για αναψυχή, και πάνω από 50% σε ζευγάρια. Μαθαίνουν για τη Σάμο κυρίως από τους τουριστικούς πράκτορες, αλλά σημαντικές (και ισοδύναμες) πηγές πληροφόρησης είναι οι φίλοι και συγγενείς, οι τουριστικοί οδηγοί και τα βιβλία, αλλά και το διαδίκτυο. Αντίθετα, οι Έλληνες ταξιδεύουν για αναψυχή και διασκέδαση (65,8%), αλλά και για γνωριμία με τον τόπο ή για να επισκεφθούν φίλους και συγγενείς σε ίσα περίπου ποσοστά. Οι Έλληνες τουρίστες παρουσιάζουν σημαντική επαναληψιμότητα στις επισκέψεις τους, σε ποσοστό πάνω από 40%, ενώ οι πηγές πληροφόρησης είναι η ίδια άποψη και οι συγγενείς και φίλοι. Οι αλλοδαποί τουρίστες ταξιδεύουν κυρίως οργανωμένα, σε αντίθεση με τους Έλληνες. Οι οργανωμένοι τουρίστες όλων των εθνικοτήτων διαμένουν σε ξενοδοχεία, όπως και οι μεμονωμένοι αλλοδαποί, ενώ οι μεμονωμένοι Έλληνες προτιμούν τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και τη φιλοξενία. Για το έτος 2006 εκτιμήθηκε με βάση τις υπάρχουσες κλίνες σε όλα τα καταλύματα και τις παραθεριστικές κατοικίες, τις αφίξεις σε λιμάνια και αεροδρόμιο και τις αφίξεις- διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα ότι ο αριθμός τουριστών στη Σάμο ήταν 206.935 και οι οποίοι και πραγματοποίησαν 1.427.921 διανυκτερεύσεις. Από αυτές περίπου 47 % έγιναν σε ξενοδοχεία και 53 % σε ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα. Με βάση τις ίδιες υποθέσεις στους παραπάνω θα πρέπει να προστεθούν 68.000 περίπου παραθεριστές με 1εκ. διανυκτερεύσεις.

### **3.4. Η οργάνωση της τουριστικής αγοράς**

Η οργάνωση της τουριστικής αγοράς αναφέρεται στη σύνδεση που υπάρχει μεταξύ προσφοράς και ζήτησης, δηλαδή μεταξύ των παραγωγών υπηρεσιών τουρισμού της Σάμου και των υποψήφιων καταναλωτών- τουριστών. Στον τουριστικό κλάδο η συντριπτική πλειονότητα των επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές, οικογενειακού τύπου με ελάχιστες

δυνατότητες πληροφόρησης για ότι καινούργιο συμβαίνει τόσο σχετικά με τις προτιμήσεις των καταναλωτών και τις αλλαγές στην τουριστική αγορά, όσο και στην οργάνωση και τη λειτουργία των μονάδων (π.χ. εφαρμογή σήματος ποιότητας). Δεν υπάρχουν παρά ελάχιστες μεγάλες επιχειρήσεις που μπορούν να έχουν ένα καθοριστικό ρόλο, «εισάγοντας» πληροφόρηση και καινοτομίες ώστε να επηρεάσουν καθοριστικά τις διαδικασίες σε όλες τις φάσεις της παραγωγικής διαδικασίας με στόχο να διατηρείται η ανταγωνιστικότητα του κλάδου. Σε ότι αφορά στην οργάνωση της αγοράς ο βασικός παράγοντας που επηρεάζει την απόδοση του τουρισμού είναι ο βαθμός εξάρτησης του προορισμού από τους tour operators, αφού όσο μεγαλύτερη είναι η δέσμευση από τους tour operators, τόσο μειώνεται η βιωσιμότητα των τουριστικών επιχειρήσεων, αλλά και της τοπικής οικονομίας κατ' επέκταση. Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη Σάμο, η εξάρτηση από τους κρίνεται ως εξαιρετικά υψηλή, αφού περίπου το 80% των αλλοδαπών τουριστών του δείγματος δήλωσε ότι έκανε την κράτησή τους μέσω κάποιου τουριστικού πράκτορα γεγονός που κατατάσσει τη Σάμο σε ένα από τους ελληνικούς προορισμούς με το υψηλό βαθμό εξάρτησης από τους. Από την άλλη πλευρά, οι Έλληνες τουρίστες όπως είναι αναμενόμενο κάνουν ανεξάρτητα την κράτησή τους σε ποσοστό υψηλότερο του 90% μια και ελάχιστες εκδρομές οργανώνονται από Τουριστικά Γραφεία Εσωτερικού προς τα νησιά σε αντίθεση με αυτό που συμβαίνει προς την υπόλοιπη Ελλάδα (περιηγητικός τουρισμός).

### **3.5. Η απόδοση του τουρισμού στη Σάμο**

Μια από τις σημαντικότερες παραμέτρους για την ανάλυση των αποτελεσμάτων του τουρισμού στην τοπική οικονομία, είναι η τουριστική δαπάνη, αφού αποτελεί το ποσό των χρημάτων που έρχεται στο νησί ως αμοιβή των υπηρεσιών που προσφέρονται στους τουρίστες. Μεταξύ των τουριστών, οι αλλοδαποί τουρίστες εμφανίζεται να δαπανούν ανά ημέρα περισσότερα χρήματα από τους Έλληνες (94,63 έναντι 80,79€). Όμως η ημερήσια δαπάνη των τουριστών που ταξιδεύουν με group δεν είναι άμεσα συγκρίσιμη με τα παραπάνω στοιχεία μια και αυτή περιλαμβάνει και τα έξοδα μετακίνησης (δηλαδή το κόστος του charter) που είναι ενσωματωμένο στη τιμή του πακέτου που πλήρωσε ο οργανωμένος τουρίστας στην πατρίδα του. Εκτιμώντας, με βάση τη βιβλιογραφία, ότι το εισιτήριο και οι προμήθειες του tour operator και του πρακτορείου που πούλησε το πακέτο δεν είναι λιγότερο από 30% της τιμής του πακέτου, τεκμαίρεται ότι η μέση ημερήσια δαπάνη του οργανωμένου τουρίστα είναι 68,42€. Με βάση μέτρηση σε εθνικό επίπεδο η μέση ημερήσια δαπάνη των Ελλήνων κυμαίνεται από 19,9€ όταν χρησιμοποιείται μη επαγγελματικό κατάλυμα, σε 34,9€ για μη

ξενοδοχειακά τουριστικά καταλύματα (κυρίως ενοικιαζόμενα δωμάτια) και 62,4€ για ξενοδοχεία. Παράλληλα έρευνα μεταξύ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Σάμου<sup>46</sup> έδειξε ότι οι υψηλότερες τιμές παρουσιάζονται στα έσοδα ανά διανυκτέρευση και ανά δωμάτιο στα μικρού μεγέθους ξενοδοχεία (20-50 κλίνες). Ανάλογα με την κατηγορία παρατηρείται ότι τα ξενοδοχεία 3\* εμφανίζουν μεγαλύτερα έσοδα ανά διανυκτέρευση από αυτά των 4 αστερών, ενώ οι εισπράξεις ανά κλίνη δείχνουν –προφανώς λόγω υψηλής πληρότητας– σαφές προβάδισμα των ξενοδοχείων 4\* έναντι αυτών των 3\*. Αξίζει να σημειωθεί το γεγονός ότι μέσω allotment οι τιμές της χαμηλής περιόδου στα κατηγορίας 2 και 3 αστερών κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα και ότι κατά την υψηλή περίοδο τα 2 αστερών κατορθώνουν να έχουν υψηλότερες τιμές από αυτά των τριών. Γεγονός πάντως αποτελεί ότι οι τιμές allotment είναι σε πολλές περιπτώσεις χαμηλότερες κατά 50% από αυτές για τους μεμονωμένους πελάτες. Ο βαθμός εξάρτησης της μονάδας από τους Tour Operators φαίνεται να αποτελεί κυρίαρχο παράγοντα του ύψους της μέσης τιμής του δωματίου. Αναφορικά με τους εργαζόμενους, σημειώνεται ότι παρόλο που ο αριθμός των οικογενειακών και μεσαίων ξενοδοχειακών μονάδων είναι ίδιος, στα μεν οικογενειακά ξενοδοχεία καταγράφεται το 6,9% της συνολικής απασχόλησης του δείγματος, ενώ στα μεσαία κατηγορίας το 43,4% του συνόλου. Περισσότεροι από τους μισούς εργαζόμενους (54,7%) στις ξενοδοχειακές μονάδες είναι εποχικοί υπάλληλοι, ενώ το ποσοστό αυτό για τα μικρά ξενοδοχεία μειώνεται στο 21,1%. Οι γυναίκες εργαζόμενες στις ξενοδοχειακές μονάδες της Σάμου, ανεξαρτήτως του μεγέθους και της κατηγορίας των μονάδων, υπερτερούν σημαντικά σε σχέση με τους άνδρες εργαζόμενους. Τα ποσοστά της γυναικείας απασχόλησης ξεκινούν από 60% στις μεγάλες μονάδες και φτάνουν το 70,4% στις οικογενειακές. Όσον αφορά στην εντοπιότητα των εργαζομένων, από τα αποτελέσματα της έρευνας, είναι εμφανές ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες της Σάμου προτιμούν να απασχολούν άτομα τα οποία είναι από το νησί ή μένουν μόνιμα σε αυτό. Τα αντίστοιχα ποσοστά κυμαίνονται από το 60,4% στα μεσαίου μεγέθους ξενοδοχεία και φτάνουν το 85,3% στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες. Από το σύνολο των εργαζομένων το 61,3% είναι Έλληνες, με τις μεσαίου και μεγάλου μεγέθους μονάδες να εμφανίζουν μεγαλύτερα ποσοστά στην απασχόληση Ελλήνων απασχολούμενων. Η πλειονότητα των εργαζομένων που εργάζονται σε ξενοδοχειακές μονάδες ανεξαρτήτου του μεγέθους τους, είναι άτομα που έχουν είτε βασική, είτε μέση εκπαίδευση, με ποσοστά 32% και 29,4%, αντίστοιχα. Σε παρόμοια ποσοστά κυμαίνονται τα άτομα που έχουν ανώτερες/ανώτατες σπουδές και αυτά που έχουν τελειώσει κάποια τουριστική σχολή (15,5% και 15% αντίστοιχα). Αξίζει να επισημάνουμε ότι η πλειονότητα των ατόμων που έχουν ανώτερη/ανώτατη (8,1%) και τουριστική εκπαίδευση (12,2%)

απασχολούνται στα ξενοδοχεία μεγάλου μεγέθους, ενώ στα οικογενειακά, μικρά και μεσαία η πλειονότητα των εργαζομένων έχουν βασική ή μέση εκπαίδευση. Οι περιβαλλοντικές πιέσεις που δημιουργεί ο τουρισμός (και οι παραθεριστές) σήμερα στη Σάμο δεν μπορεί να χαρακτηριστούν ως αμελητέες σε σύγκριση με εκείνες των μόνιμων κατοίκων, εξ αιτίας της σημαντικής ανάπτυξής του: με δεδομένη την ύπαρξη 15.000 περίπου κλινών σε επαγγελματικά καταλύματα και 34.000 σε παραθεριστικές κατοικίες κατά τη διάρκεια την υψηλής τουριστικής περιόδου συνολικά οι επισκέπτες του νησιού ξεπερνούν τους μόνιμους κατοίκους (33.800 το 2001). Ο μεγάλος αριθμός των παραθεριστικών κατοικιών οφείλεται τόσο στην μείωση του πληθυσμού από 47.856 το 1951 σε 33.800 το 2001 (γεγονός που μετέτρεψε πολλές κύριες κατοικίες σε παραθεριστικές) αλλά και στη δόμηση κατά την ίδια περίοδο αυξήθηκε με αποτέλεσμα στα 15.300 κτήρια που υπήρχαν το 1960 προστεθούν 12.900 περισσότερα μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του '90. Η αύξηση αυτή είναι μεγάλη τόσο στη πρωτεύουσα, όσο και στα τουριστικά δημοτικά διαμερίσματα. Αυτό, πέρα από τις σημαντικές αλλαγές στις χρήσεις γης συνεπάγεται και την αύξηση της κατανάλωσης νερού και ενέργειας και την παραγωγή υγρών και στερεών αποβλήτων. Τμήμα της έρευνας που διεξάχθηκε στα ξενοδοχεία της Σάμου αφορούσε τη συλλογή και επεξεργασία δεδομένων που να υποδηλώνουν τις πρακτικές των ξενοδοχείων σε σχέση με το περιβάλλον (πηγές ενέργειας και νερού, παραγωγή αποβλήτων και απορριμμάτων). Για ύδρευση η συντριπτική πλειονότητα (91,7%) των ξενοδοχείων χρησιμοποιούν το δημοτικό δίκτυο ύδρευσης, όπως και για την άρδευση, σε ποσοστό 37,5%, ενώ το ποσοστό για πηγάδι ήταν 16,7% και για γεώτρηση 12,5%, χωρίς να γίνεται πρακτικά επανάχρηση επεξεργασμένων λυμάτων βιολογικού καθαρισμού, παρά μόνο από μία επιχείρηση του δείγματος. Από τα ξενοδοχεία που διαθέτουν πισίνα το 45,8% χρησιμοποιεί το δημοτικό δίκτυο για τις ανάγκες υδροδότησής της, ενώ το 8,3% προμηθεύεται νερό από γεώτρηση και το 4,2% από πηγάδι. Σχετικά με τις πηγές ενέργειας που χρησιμοποιούνται από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις παρατηρούμε ότι για να καλύψουν τις ανάγκες του σε ενέργεια προτιμούν το δίκτυο, ενώ η αμέσως επόμενη πηγή ενέργειας που προτιμούν είναι το πετρέλαιο και ακολουθεί το υγραέριο. Το 41,7% από το σύνολο των ξενοδοχείων έχουν ενσωματώσει φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές μείωσης κατανάλωσης ενέργειας. Η μέση τιμή ημερησίων απορριμμάτων ανά διανυκτέρευση δείχνει να έχει διαφοροποιήσεις ανάλογα με το μέγεθος του ξενοδοχείου. Παρατηρείται ότι ενώ αυτή κυμαίνεται στις ίδιες τιμές ανάμεσα στα οικογενειακά και μεγάλα ξενοδοχεία με 6,7 και 7,2 λίτρα ανά άτομο, στα μικρά ξενοδοχεία η τιμή μειώνεται αρκετά με 3,2 λίτρα ενώ στα μεσαία αντιθέτως αυξάνεται στα 11,9 λίτρα ανά άτομο. Όμως αξίζει να σημειωθεί ότι στο



νησί της Σάμου δεν υπάρχουν υποδομές για ανακύκλωση, γεγονός που καταδικάστηκε από μερικούς ξενοδόχους, αν και υπήρχαν μεμονωμένες προσπάθειες ανακύκλωσης υλικών, όπως για παράδειγμα μελάνι και μπαταρίες από ελάχιστες επιχειρήσεις. Τέλος, εξετάζοντας τη μέση έκταση, κάλυψη και δόμηση των ξενοδοχείων βλέπουμε τις αλλαγές στις χρήσεις της γης. Παρατηρούμε ότι μόνο τα μεσαίου μεγέθους φαίνονται να τηρούν τις προδιαγραφές του νόμου (συντελεστή δόμησης 0,4), ενώ αυτά του οικογενειακού και μικρού μεγέθους έχουν χτίσει παραπάνω από το προβλεπόμενο.

### **3.6. Επιπτώσεις του τουρισμού στη Σάμο**

Στο σημείο αυτό γίνεται προσπάθεια να εκτιμηθούν οι επιπτώσεις του τουρισμού στην πορεία του προορισμού προς τη βιώσιμη ανάπτυξη: δηλαδή να εκτιμηθεί αν και κατά πόσο ο τουρισμός συμβάλει στην αποτελεσματικότητα της οικονομίας (στη δυνατότητά της να είναι ανταγωνιστική, χωρίς την έντονη μονοκαλλιέργεια που καθιστά την οικονομία εύθραυστη), στην κοινωνική δικαιοσύνη (όπως εκφράζεται με την παροχή απασχόλησης και δίκαιης κατανομής εισοδήματος προς τους κατοίκους) και στην περιβαλλοντική διατήρηση (δηλαδή στη διατήρηση των πόρων πάνω στους οποίους βασίζεται η ζωή τοπικά – ποιότητα και επάρκεια πόσιμου νερού, ποιότητα θαλάσσιου νερού, ποιότητα εδάφους, διατήρηση βιοποικιλότητας και τοπίου- ενώ συμβάλλει στην παγκόσμια βιωσιμότητα.

Σε ότι αφορά την οικονομική αποτελεσματικότητα φαίνεται ότι η εξέλιξη του ΑΕΠ του Ν. Σάμου να αποκλίνει από το μέσο όρο της χώρας: από 83,1 το 1999 έχει μειωθεί στο 69,3 το 2006. Η τάση αυτή συμπίπτει με την χειροτέρευση των επιδόσεων του τουρισμού και επομένως δεν θα ήταν παράδοξο να θεωρηθεί ότι έχει άμεση σχέση.<sup>47</sup> Από τα στοιχεία απασχόλησης των ετών 1991 και 2001 προκύπτουν: α) αύξηση της συνολικής απασχόλησης από 10.927 σε 12.400 άτομα (περίπου 12%) β) μείωση της απασχόλησης στο πρωτογενή τομέα και στη μεταποίηση και μετακίνηση στις υπηρεσίες Ο κλάδος των εστιατορίων- ξενοδοχείων κατέχει την πρώτη θέση από την άποψη του συνόλου των επιχειρήσεων που τον αποτελούν σε σχέση με τους υπόλοιπους κλάδους και μάλιστα με ποσοστό άνω του 30%, όμως σε τζίρο βρίσκεται στην τρίτη θέση, μετά από τους κλάδους του λιανικού και του χονδρικού εμπορίου. Με βάση τα στοιχεία απασχόλησης ανά κλάδο ο κλάδος των ξενοδοχείων-εστιατορίων είναι πέμπτος με 1.340 απασχολούμενους (σε σύνολο 11.331 απασχολούμενων στο νησί ή 11,8%) μετά τους εργαζόμενους στη γεωργία, στη διοίκηση στο εμπόριο και τις κατασκευές, ενώ σε απόλυτους αριθμούς καταγράφεται μικρή άνοδος από το 1991. Η

απασχόληση στη γεωργία (1.770 άτομα ή 15,6%) είναι εντελώς αναντίστοιχη με το Ακαθάριστο Παραγόμενο Προϊόν (ΑΠΠ) που προκύπτει για τον πρωτογενή τομέα που το 2001 ήταν 5,1% του συνολικού ΑΠΠ του νομού (4,6% το 2006). Συνολικά σύμφωνα με τα στοιχεία ΑΠΠ του 2006 το υψηλότερο ποσοστό συγκεντρώνει ο κλάδος «Διαχείριση ακίνητης περιουσίας, εκμίσθωση και επιχειρηματικές δραστηριότητες» με 19% (που περιλαμβάνει τις ενοικιάσεις κατοικιών και απασχολεί μόλις το 3,3%) και ακολουθεί ο κλάδος «ξενοδοχεία-εστιατόρια» με 14,6%. Με βάση τα παραπάνω στοιχεία μπορούμε να ισχυριστούμε ότι σε ό,τι αφορά το παραγόμενο προϊόν η Σάμος εξαρτάται όλο και περισσότερο από τον τουρισμό. Πέρα από τις άμεσες επιπτώσεις που προκαλεί ο τουρισμός στην τοπική οικονομία και προέρχεται από την τουριστική δαπάνη, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι έμμεσες όσο και οι παράγωγες δαπάνες που προκαλεί ο τουρισμός: οι πρώτες αφορούν στις δαπάνες που γίνονται για την εξυπηρέτηση των αναγκών των τουριστών και αφορούν τόσο στις επενδύσεις που γίνονται για τουριστικές εγκαταστάσεις (π.χ. κατασκευές και εμπόριο που είναι δύο κλάδοι με υψηλή συμμετοχή τόσο στην απασχόληση όσο και στο ΑΠΠ), όσο και στις δαπάνες για αγορές αγαθών και υπηρεσιών που είναι απαραίτητες για την παροχή του τουριστικού προϊόντος (π.χ. τρόφιμα, ποτά, υπηρεσίες ύδρευσης, ενέργειας, εκδόσεις κλπ), ενώ οι δεύτερες αφορούν στις δαπάνες των εργαζομένων στις τουριστικές επιχειρήσεις. Εφόσον οι παραπάνω δαπάνες γίνονται σε τοπικές επιχειρήσεις τότε οι επιπτώσεις του τουρισμού στην τοπική οικονομία είναι πολλαπλάσιες της αρχικής τουριστικής δαπάνης. Αν υπάρχει σημαντική διαρροή σε επιχειρήσεις της υπόλοιπης χώρας ή και του εξωτερικού (όπως πράγματι συμβαίνει γιατί η τοπική οικονομία φαίνεται από την σύνθεση του ΑΠΠ να είναι μεταπρατική και όχι άμεσα παραγωγική και ανταγωνιστική αφού γεωργία και βιομηχανία έχουν μικρό βάρος), τότε ανάλογα μειώνεται και το πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα για την τοπική οικονομία. Με αντίστοιχο τρόπο επηρεάζεται και η απασχόληση ή οποία όπως αναφέρθηκε στην έρευνα των ξενοδοχείων στηρίζεται κύρια από ντόπιους εργαζόμενους. Όμως η έλλειψη τόσο αναλυτικών στοιχείων δαπάνης όσο και πινάκων εισροών-εκροών της σαμιώτικης οικονομίας δεν επιτρέπουν μεγαλύτερη εμβάθυνση της όλης ανάλυσης. Αναφορικά με τα πληθυσμιακά δεδομένα παρατηρείται αύξηση του πραγματικού πληθυσμού κατά 3,8% το 2001 από το 1991, αύξηση που αποτελεί τη μεγαλύτερη ανάμεσα στους νομούς του Β. Αιγαίου, αλλά όχι σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Η φυσική κίνηση παραμένει αρνητική διαχρονικά γεγονός που δείχνει «έλλειμμα» γεννήσεων, ενώ ο δείκτης γήρανσης είναι υψηλός (22,9% των κατοίκων είναι πάνω από 65 ετών έναντι 17,7% σε επίπεδο χώρας και μόλις 12,6% στα Δωδεκάνησα). Αντίστοιχη είναι και η κατάσταση σχετικά με το

επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού (36% έχουν περάσει το επίπεδο της υποχρεωτικής εκπαίδευσης), όπου είναι σχετικά στο ίδιο επίπεδο με τους υπόλοιπους νομούς του Β. Αιγαίου, αλλά είναι σαφώς χαμηλότερα από το επίπεδο εκπαίδευσης της χώρας (43%). Τα παραπάνω στοιχεία δείχνουν ότι ο τουρισμός δεν δημιούργησε τέτοια δυναμική που να ανατρέπει καθοριστικά την αρνητική εξέλιξη των δημογραφικών μεγεθών που σημειώθηκε μεταπολεμικά παρά την σταθεροποίηση που καταγράφηκε τις τελευταίες δύο δεκαετίες. Σε ότι αφορά τους δείκτες ευημερίας η Σάμος φαίνεται να βρίσκεται σε κατάταξη καλύτερη από ότι θα περίμενε κανείς με βάση το ΑΠΠ: ενώ σε ότι αφορά το κατά κεφαλή ΑΠΠ βρίσκεται στην 33η θέση μεταξύ των νομών της χώρας, σε ότι αφορά τις καταθέσεις βρίσκεται στη 13η, στο δηλωμένο εισόδημα ανά φορολογούμενο στην 23η και στο φόρο εισοδήματος ανά φορολογούμενο στην 21η θέση. Όμως η ανισοκατανομή των εισοδημάτων φαίνεται να είναι ισχυρή αφού με βάση τα στοιχεία του 2004 το 35-40% των φορολογουμένων δηλώνει λιγότερο από το 60% του μέσου εισοδήματος.

### **3.7. Συμπεράσματα**

Ο τουρισμός της Σάμου μετά από μια πρώτη περίοδο ανάπτυξης (1980-2000), παρουσιάζει έντονα συμπτώματα κρίσης τόσο σε ότι αφορά τον αριθμό των τουριστών όσο και την οικονομική απόδοση. Αυτό οφείλεται κυρίως:

- στην μη ανανέωση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος που παραμένει προσκολλημένο σε παρωχημένα πρότυπα προηγούμενων δεκαετιών
- στον υψηλό βαθμό εξάρτησης τους προορισμού από τους ΤΟ
- στην υποβάθμιση του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος του νησιού που αποτελούν τα βασικά στοιχεία προσέλκυσης τουριστών,
- στην έλλειψη σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης και καθημερινής διαχείρισης του προορισμού (destination management) με βάση τις σύγχρονες αρχές και τους στόχους της βιώσιμης ανάπτυξης
- στην έλλειψη ενός μόνιμου συστήματος παρακολούθησης της τουριστικής δραστηριότητας για την έγκαιρη επισήμανση των αδυναμιών και την προώθηση μέτρων για την αντιμετώπιση τους.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Ανδριώτης Κ. (2005) Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός. Αθήνα: Σταμούλης

Βαρβαρέσος Σ., (1998). Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, Εκδόσεις Προπομπός

Βαρβαρέσος Σ., (2000). Τουρισμός, Έννοιες, μεγέθη, δομές Α&Β τόμος, Προπομπός

Καραθάνος, Γ., (1996), «Ελληνικός Τουρισμός» : Ο ρόλος των δημοσίων σχέσεων», Αθήνα: Εκδόσεις Anubis.

Λαγός Δ (2005), «Τουριστική Οικονομική». Εκδόσεις Κριτική . Αθήνα.

Μυλωνάς Α. (1997), «Τουρισμός: Πολιτική, Εξελίξεις, Προοπτικές και Συμβολή στην Οικονομία». ΚΕΠΕ, Αθήνα

Μυλωνάς Α.Ν.. (1995). Τουρισμός: Τάσεις και Προοπτικές στο 2004: η ελληνική οικονομία στο κατώφλι του 2004, Αθήνα: Εκδόσεις Ιονικής Τράπεζας

Τσάρτας Π., (2010) (υπό έκδοση). Ελληνική τουριστική ανάπτυξη Χαρακτηριστικά, Διερευνήσεις, Προτάσεις Αθήνα: Κριτική

Οικονομικό Δελτίο. Τεύχος 99, σελ. 3-20, Σεπτέμβριος. Αθήνα.

Οικονομικό Δελτίο. Τεύχος 110, σελ 2-20, Οκτώβριος. Αθήνα

Μελέτη Εκπονηθείσα για Λογαριασμό του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ / ΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, 2010

ΠΗΓΗ: UNWTO, ΕΟΤ, ΕΣΥΕ, ΚΕΠΕ

## **INTERNET**

- eot.gr
- sete.gr
- samosin.gr

- [samos.gr](http://samos.gr)

World Tourism Organisation, 1993, “Recommendations on Tourism Statistics”, WTO