



**ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ: ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ**

## **ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ  
ΕΛΛΑΔΑ**

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΓΡΑΒΑΝΗ ΑΘΗΝΑ**

**(Α.Μ.2014009)**

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΝ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: Κα ΑΓΟΡΑΚΗ ΜΑΡΙΑ-ΕΛΕΝΗ**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	6
1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	7
1.1 Ορισμός Τουρισμού .....	7
1.2 Ιστορική Εξέλιξη Τουρισμού .....	9
1.3 Τύποι - Κατηγορίες Τουρισμού .....	13
1.3.1 Οι Νέες /Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.....	16
1.3.2 Άλλες Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού .....	18
1.3.3 Χαρακτηριστικά Τουρισμού .....	18
1.4 Τουριστικό Προϊόν .....	20
1.4.1 Βασικά Χαρακτηριστικά Τουριστικού Προϊόντος .....	21
1.5 Είδη Τουριστών .....	24
2 Οικονομική Ανάπτυξη.....	26
2.1 Έννοια της Οικονομικής Ανάπτυξης .....	27
2.2 Παράγοντες που συντελούν στην Οικονομική Ανάπτυξη .....	28
2.3 Οικονομία – Κοινωνία - Περιβάλλον.....	31
2.4 Οικονομική και Τουριστική Ανάπτυξη.....	35
3 Τουριστική Ζήτηση και Προσφορά .....	37
3.1 Τουριστική Ζήτηση .....	37
3.2 Χαρακτηριστικά Τουριστικής Ζήτησης .....	39
3.3 Ελαστικότητα Τουριστικής Ζήτησης ως προς τιμή.....	41
3.4 Τουριστική Προσφορά.....	42
4 Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία .....	44
4.1 Η Σημασία του Τουρισμού για την Ελληνική Οικονομία.....	44
4.2 Ελληνικός Τουρισμός στα πλαίσια διεθνούς Ανταγωνισμού .....	47
4.3 Διαφήμιση του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος.....	48
5 Στοιχεία Εισερχόμενου Τουρισμού .....	51
5.1 Εισερχόμενος Τουρισμός Συνολικά 2016-2018 .....	51
5.2 Εισερχόμενος τουρισμός από χώρες ζώνης του Ευρώ.....	55
5.3 Εισερχόμενος Τουρισμός από χώρες ΕΕ εκτός ζώνης Ευρώ.....	60
5.4 Εισερχόμενος Τουρισμός από λοιπές χώρες .....	64

5.5	Συνεισφορά του τουρισμού στην Οικονομική Ανάπτυξη της Ελλάδας 2016-2018	
	69	
5.6	Συμπεράσματα και Προτάσεις.....	71
5.6.1	Συμπεράσματα.....	71
5.6.2	Προτάσεις.....	72
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	73

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο τουρισμός αναφέρεται στην προσωρινή μετακίνηση ατόμων ή ομάδων από τον τόπο διαμονής τους σε άλλες περιοχές (της χώρας ή του εξωτερικού), με στόχο την επίσκεψη αξιοθέατων, την αναψυχή σε παραθαλάσσια μέρη ή βουνά, την γενικότερη ζωή ενός τόπου ή κάποιο ειδικό σκοπό. Συνήθως γίνεται μια οργανωμένη προσπάθεια που διεξάγεται από κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς (τουριστικά γραφεία) με σκοπό την προσέλκυση τουριστών σε χώρα ή περιοχή ή τη ρύθμιση όλων των λεπτομερειών για τη μετακίνηση τουριστών.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός ανήκει σε ένα γενικότερο σύμπλεγμα παραγωγής όπου μαζί με άλλους τομείς υποστηρικτικούς κυρίως του τουρισμού αποτελούν μια κινητήρια δύναμη της ελληνικής οικονομίας. Αυτή η κινητήρια δύναμη της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης συμβάλλει πολλά χρόνια τώρα στην οικονομική άνθηση της Ελλάδας και την απασχόληση παρέχοντας σημαντική βοήθεια στο ελληνικό ισοζύγιο .

Ο τουρισμός αποτελεί μια ιδιαίτερα επικερδή δραστηριότητα για τη χώρα μας και απαιτεί την ύπαρξη και εύρυθμη λειτουργία σημαντικών υποδομών, καθώς για την ομαλή πραγματοποίησή του συνδράμουν τουριστικά γραφεία, ξενοδοχειακές μονάδες ή άλλου είδους χώροι φιλοξενίας, αεροπορικές και ναυτιλιακές εταιρείες κ.λπ. Η ανάπτυξη του τουρισμού οφείλεται στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου που επιτεύχθηκε χάρη στην οικονομική ανάπτυξη που γνώρισαν πολλές χώρες, αλλά και στις νέες συνθήκες που δημιούργησε η εξέλιξη στους διάφορους τομείς της τεχνολογίας.

Σκοπός της εργασίας είναι να προσπαθήσει να παρουσιάσει την συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας και την άνοδο του βιοτικού επιπέδου των πολιτών της. Αυτό επιτυγχάνεται με την βοήθεια μελετών και στατιστικών στοιχείων που έχουν συγκεντρωθεί ήδη απο εταιρίες που συλλέγουν δεδομένα και την παρουσίαση αυτών σε γραφήματα και πίνακες. Τα δεδομένα αυτά κατατάσσονται με βάση τις χώρες προέλευσης και την συνεισφορά τους στα συνολικά μεγέθη της χώρας μας. Μπορούμε λοιπόν να διακρίνουμε πως διάφορες χώρες συνεισφέρουν στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας μέσω του Τουρισμού.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία αρχικά αναλύεται η έννοια του τουρισμού ώστε και ο πλέον μη ενημερωμένος αναγνώστης να κατανοήσει πλήρως την προέλευση και την ερμηνεία του ορισμού από διάφορες πτυχές του. Παραθέτονται βασικά ιστορικά στοιχεία καθώς και οι βασικοί τύποι τουρισμού μαζί με εναλλακτικές μορφές του. Το πρώτο κεφάλαιο κλείνει με τα χαρακτηριστικά του τουρισμού που δικαιολογούν και την ιδιόμορφη μορφή του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο συνεχίζουμε με την ανάλυση του όρου της οικονομικής ανάπτυξης παρουσιάζοντας τους σημαντικότερους παράγοντες που συντελούν σε αυτή. Εξηγούμε τις βασικές πτυχές της οικονομίας, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος και κλείνουμε το κεφάλαιο μας συνδέοντας την οικονομική με την τουριστική ανάπτυξη.

Στη συνέχεια, γίνεται μια ουσιώδης αναφορά στους παράγοντες που καθορίζουν τον τουρισμό σε μια χώρα που δεν είναι άλλοι από την τουριστική ζήτηση και την τουριστική προσφορά. Αυτές οι δύο δυνάμεις καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τα επίπεδα τιμών και συνεπώς τα έσοδα μιας χώρας από τον τουρισμό. Στο τρίτο αυτό κεφάλαιο περιλαμβάνεται και η ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή, μια βασική γνώση που κρίνεται απαραίτητη για αποφάσεις σχετικές με την μεταβολή των τιμών και την αλλαγή στα συνολικά έσοδα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο εξετάζουμε την σχέση του τουρισμού με την Ελληνική οικονομία. Αναφερόμαστε στην σημασία του τουρισμού για την χώρα μας καθώς και την θέση της σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Το κεφάλαιο κλείνει με στοιχεία σχετικά με την διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος από τους εκάστοτε ενδιαφερόμενους φορείς.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας, παρουσιάζεται η μελέτη που έχουμε διενεργήσει σχετικά με τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα και τα οικονομικά μεγέθη που έχει αποκομίσει η χώρα μας κυρίως κατά τα έτη 2016 – 2018. Κλείνουμε παραθέτοντας τα σχετικά συμπεράσματά μας και τις προτάσεις που μπορούν να βελτιώσουν την εικόνα του τουρισμού στην χώρα μας.

# 1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

## 1.1 Ορισμός Τουρισμού

Έχουν γίνει πολλές προσπάθειες να αποδοθεί ο ορισμός του τουρισμού κατά καιρούς. Λόγω της σύνθεσης του κλάδου και των ανθρωπογενών δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει, δεν έχουμε καταλήξει σε έναν ορισμό για τον τουρισμό. Έτσι λοιπόν υπάρχουν πολλοί ορισμοί που προσπαθούν να περιγράψουν τον τουρισμό.

Η λέξη τουρισμός 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. Η πρώτη προσπάθεια να δοθεί ένας σαφής ορισμός προέρχεται από τους Hunziker και Krapf και είναι ο εξής: «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».<sup>1</sup>

Σύμφωνα με τους παραπάνω θεωρείται ότι «αν εξεταστεί προσεκτικά ο τουρισμός θα διαπιστωθεί ότι αποτελεί ένα σύνθετο δραστηριοτήτων, προϊόντων και παραγωγικών μονάδων που προσφέρει μια τουριστική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους και ταξιδεύουν σε κάποιο τουριστικό προορισμό για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης κλπ. Ο τουρισμός δηλαδή περιλαμβάνει όλους τους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων αλλά ταυτόχρονα κι εκείνους που σε καμία περίπτωση δε μπορούν να χαρακτηριστούν σαν τέτοιοι πλην όμως τα προϊόντα που προσφέρουν είναι λίγο – πολύ απαραίτητα στους τουρίστες κατά τη διάρκεια της πρόσκαιρης και βραχυχρόνιας διαμονής τους σ' ένα τουριστικό προορισμό ή ακόμα κατά τη μετακίνησή τους από τον τόπο της

---

<sup>1</sup> Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1998) Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αθήνα: Interbooks.

μόνιμης διαμονής τους στον τουριστικό προορισμό της επιλογής τους και αντίστροφα».<sup>2</sup>

Ένας ακόμα ορισμός έρχεται από τη Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού (Α.Ι.Τ.) η οποία έχει την άποψη ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν απ' αυτές που προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και διάφορη ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης».<sup>3</sup>

Αντίθετα η Κοινωνία των Εθνών (1937) δίνει έναν άλλον ορισμό εκφράζοντας την άποψη ότι μπορούμε να ονομάσουμε κάποιον τουρίστα όταν αυτός ταξιδεύει για μια περίοδο μεγαλύτερη από 24 ώρες σε τόπο διαφορετικό από αυτό που έχει τη μόνιμη κατοικία του.<sup>4</sup>

Σύμφωνα με τους Ρούπας και Λαούμης «τουρισμός είναι η πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής σε άλλο, με σκοπό την ψυχική ευχαρίστηση».<sup>3</sup>

Σύμφωνα με έναν νεότερο ορισμό ο τουρισμός είναι ένας πολύ διαδεδομένος τρόπος ψυχαγωγίας, ειδικά στον Δυτικό Κόσμο ενώ παράλληλα αποτελεί μια πολύ σημαντική πηγή εσόδων για παραδοσιακά τουριστικές χώρες όπως την Γαλλία, την Ισπανία, την Ιταλία και την Ελλάδα. Ειδικότερα χάρη στην τελευταία μεγάλη μείωση του κόστους ταξιδιού λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης και χάρη στην πτώση του Τείχους, υπάρχουν ανερχόμενοι τουριστικοί προορισμοί όπως η Τσεχία, η Ουγγαρία, η Κροατία, η Τουρκία και η Αίγυπτος, προσελκύοντας κάθε χρόνο όλο και περισσότερους τουρίστες παρέχοντας χαμηλές τιμές και καλή εξυπηρέτηση.<sup>5</sup>

Σήμερα είναι γνωστό ότι ο τουρισμός αποτελεί τη μεγαλύτερη βιομηχανία του πλανήτη κατέχοντας σημαντική θέση στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας. Όποιον ορισμό και εάν υιοθετήσει κανείς το μόνο σίγουρο είναι ο τουρισμός παρέχει πολλά οφέλη σε μια οικονομία. Αποτελεί μια βιομηχανία

---

<sup>2</sup> Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1998) Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αθήνα: Interbooks.

<sup>3</sup> Ρούπας, Β. (1993) Αρχές Τουρισμού. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων.

<sup>4</sup> Κοινωνία των Εθνών (1937) Ορισμός του Τουρίστα. Στο: Β. Ρούπας (1993) Αρχές Τουρισμού. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων.

<sup>5</sup> Καλφιώτης, Σ. (1976) Τουριστική Οικονομική. Αθήνα: Εκδόσεις Τυροβολάς.



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. Έτσι λοιπόν η προσφορά και η ζήτηση του τουρισμού αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την οικονομία μιας τουριστικής περιοχής και κατ' επέκταση μιας χώρας.<sup>6</sup>

## 1.2 Ιστορική Εξέλιξη Τουρισμού

Σύμφωνα με την M.Dritsas (2003), η Ελλάδα ήταν από καιρό διάσημη στους Ευρωπαίους προτού ξεκινήσει να αναπτύσσεται ο τουρισμός όπως έχει αναπτυχθεί στην Ελλάδα του σήμερα σε σχέση με παλιότερα. Θεωρούταν επιβεβλημένο το να ταξιδεύει κανείς στην Ελλάδα (ειδικά για τους Βρετανούς επιστήμονες) και αποτελούσε μέρος του Grand tour, ειδικά την περίοδο των Ναπολεόντειων πολέμων όταν τα περισσότερα μέρη της Ευρώπης ήταν απροσπέλαστα. Το ταξίδι στην Ελλάδα τις περισσότερες φορές για τους τουρίστες είχε εκπαιδευτικό χαρακτήρα αποσκοπούσε στο να μάθουν την κουλτούρα και τον ελληνικό πολιτισμό. Ιδιαίτερα οι ταξιδιώτες που ασχολούνταν με κλασικές σπουδές είχαν μελετήσει τα γραπτά των αρχαίων ιστορικών και φιλοσόφων και επιδίωκαν να επισκεφτούν τις περιοχές με ιδιαίτερη ιστορική και αρχαιολογική αξία (Αθήνα, Ολυμπία, Δελφοί, Μυκήνες κλπ.). Όταν ανεξαρτητοποιήθηκε το ελληνικό κράτος από το 1821 έως το 1930 η αναβίωση της «ρομαντικής» ιδέας για τη αρχαία Ελλάδα προσέλκυσε πολλούς Ευρωπαίους επιχειρηματίες και διπλωμάτες και αύξησε τον τουρισμό στην χώρα. Επιπλέον οι Ολυμπιακοί Αγώνες το 1896 σηματοδότησαν την αρχή της προόδου και της εξέλιξης του ελληνικού τουρισμού, προσελκύοντας πολλούς τουρίστες και δημιουργώντας πολλές ξενοδοχειακές μονάδες στην Αθήνα, το Ναύπλιο, την Κέρκυρα και άλλες ελληνικές πόλεις. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να αυξηθεί η ζήτηση και η προσφορά για εργασία δραστηριοποιώντας πολλά άγνωστα μέχρι εκείνη την εποχή επαγγέλματα τα οποία σχετίζονται με τον τουρισμό (ταξιδιωτικά γραφεία, ταξιδιωτικοί πράκτορες, διευθυντές ξενοδοχείων κλπ.). Ο τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται ολοένα και περισσότερο χωρίς όμως να υπήρχε η συμμετοχή και η συμβολή του κράτους σε επίσημο επίπεδο. Κατά κύριο λόγο Έλληνες

---

<sup>6</sup> Καλφιώτης, Σ. (1976) Τουριστική Οικονομική. Αθήνα: Εκδόσεις Τυροβολάς.

και ξένοι επιχειρηματίες καθώς και Έλληνες της διασποράς άρχισαν να επενδύουν στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας ιδρύοντας ξενοδοχεία σε διάφορα μέρη της Ελλάδας αλλά κυρίως στην Αθήνα.<sup>7</sup>

Μετά την εφαρμογή του νόμου 4377 το 1929 δόθηκε έμφαση στην ανάπτυξη και την βελτίωση των ξενοδοχειακών παροχών γεγονός που οδήγησε στη δημιουργία μερικών από τα καλύτερα και ακριβότερα ξενοδοχεία της Αθήνας. Την ίδια περίοδο οι ελληνικές Τράπεζες πρόσφεραν σε πελάτες τους βραχυπρόθεσμες οικονομικές διευκολύνσεις υπό τη μορφή δανείων και επιδοτήσεων για τη δημιουργία ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε διάφορες περιοχές της ελληνικής περιφέρειας εκτός της Αθήνας. Ιδιαίτερη ανάπτυξη του τουρισμού παρατηρήθηκε στην περιοχή όπου ήταν προσβάσιμες με αυτοκίνητο ή με σιδηρόδρομο. Μετά την απελευθέρωση της Μακεδονίας με επίκεντρο τη Θεσσαλονίκη το 1913 δημιουργήθηκε η δυνατότητα πρόσβασης με το σιδηροδρομικό δίκτυο γεγονός που είχε ως αποτέλεσμα την τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή. Επίσης σημαντική ανάπτυξη γνώρισε και ο ιαματικός τουρισμός γιατί είχε τακτικούς πελάτες που επισκέπτονταν τις περιοχές που διέθεταν ιαματικές πηγές για λόγους υγείας και θεραπευτικούς σκοπούς. Επιπρόσθετα αξίζει να σημειωθεί ότι προκαλεί εντύπωση το γεγονός ότι δεν υπήρχαν τουριστικά ξενοδοχεία σε παραλιακές περιοχές αλλά σε πόλεις και σε περιοχές με ιστορικό χαρακτήρα και αρχαιολογικό ενδιαφέρον. Αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι μέχρι τότε δεν ήταν ανεπτυγμένος ακόμα ο μεσογειακός τουρισμός του ήλιου και της θάλασσας της Ελλάδας.<sup>7</sup>

Σημαντικός σταθμός στην ιστορία του Ελληνικού τουρισμού αποτέλεσε το 1929 η ίδρυση από την Κυβέρνηση Βενιζέλου του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. (Στοιχεία Ε.Ο.Τ.) Κατά το διάστημα 1929-36 ο Ε.Ο.Τ. λειτούργησε παράλληλα με τη δημόσια υπηρεσία (διεύθυνση «Ξένων και Εκθέσεων» του ΥΠΕΘΟ) που είχε δημιουργηθεί το 1914. Ακολουθώντας μια συγκροτημένη πολιτική συνεργάστηκε με αξιόλογα άτομα παρέχοντας σημαντικό έργο και θέτοντας τις βάσεις του σύγχρονου τουρισμού. Οργανώθηκαν τα πρώτα διαφημιστικά προγράμματα, εκδόθηκαν έντυπα καθώς και οι πρώτες αφίσες

---

<sup>7</sup> Dristas, M, (2003). "Tourism in Greece during the 20th century: A way to what sort of development?" , L. Tissot (ed), "Development of a tourist Industry in the 19th and 20th centuries: Technology, Politics and Economy, International Perspectives, NEUCHATEL, p.p. 187-210

σε δύο ξένες γλώσσες. Επίσης κατασκευάστηκαν περίπτερα δίπλα σε αρχαιολογικούς χώρους ενώ θεσπίστηκαν οι πρώτες τεχνικές προδιαγραφές των ξενοδοχείων. Το 1936 ο Ι. Μεταξάς και το καθεστώς του κατήργησε τον Ε.Ο.Τ. και τον αντικατέστησε με το Υφυπουργείο Τύπου και Τουρισμού. Οι βασικοί στόχοι που έπρεπε να επιτευχθούν από το Υφυπουργείο ήταν η οργάνωση του τουρισμού στο εσωτερικό, η προβολή της χώρας στο εξωτερικό και ιδίως η καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης που θεωρήθηκε και πολύ σωστά ως απαραίτητη προϋπόθεση για οποιαδήποτε τουριστική ανάπτυξη. Όσον αφορά τον τομέα της τουριστικής διαφήμισης και προβολής το συγκεκριμένο έργο συνεχίστηκε όπως το είχε ξεκινήσει ο Ε.Ο.Τ. αλλά με πολλές δυσκολίες λόγω της γενικής κατάστασης κατά τη διάρκεια του παγκοσμίου πολέμου και του εμφυλίου.<sup>8</sup>

Επιπρόσθετα σημαντική ήταν και η τουριστική κίνηση κατά την προπολεμική περίοδο. Συγκεκριμένα με βάση στατιστικά δεδομένα το 1925 καταγράφηκαν 22.500 αφίξεις αλλοδαπών τουριστών. Ενώ τα επόμενα έτη παρατηρήθηκε συνεχής αύξηση του τουρισμού μέχρι το 1938. Σημειώθηκε ρεκόρ 153.632 αφίξεων (μέση ετήσια αύξηση 10.000 άτομα) ή ετήσιο ποσοστό 50%. Ο ίδιος αριθμός αφίξεων σημειώθηκε μετά από 16 χρόνια (1954). Ο Ε.Ο.Τ. επανιδρύθηκε το 1950-51 και αποτέλεσε τη μόνη δημόσια υπηρεσία για τον τουρισμό, συμβάλλοντας στην τουριστική ανασυγκρότηση της χώρας. Βασικός στόχος που επιδιώχθηκε ήταν η προσέλκυση αλλοδαπών τουριστών σε μια χώρα που συνεχώς καταστρεφόταν. Η ηγεσία του τουρισμού που διοικούσε τότε εφάρμοσε μια σειρά από επιτυχημένες δράσεις, όπως: τα ειδικά προγράμματα διαφημιστικής καμπάνιας στο εξωτερικό, τη κατασκευή 22 εκατοντάδων πρότυπων τουριστικών εγκαταστάσεων (ξενοδοχεία, οδικοί σταθμοί, εστιατόρια, οργανωμένες ακτές, κάμπινγκ κ.α.). Επίσης χάρη στη σωστή ηγεσία αναπτύχθηκε ο τουρισμός στα νησιά, εξασφαλίζοντας μεγάλες παραγωγές του Χόλυγουντ, όπως «το παιδί και το δελφίνι» και «τα κανόνια του Ναβαρόνε», ενώ ίδρυσε την περίοδο 1955-56 τα φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου. Προέβη ακόμη στην έκδοση δεκάδων αφισών με εικαστικό περιεχόμενο (Σπ. Βασιλείου, Γ. Μόραλης) που

---

<sup>8</sup> Dristas, M, (2003). "Tourism in Greece during the 20th century: A way to what sort of development?" , L. Tissot (ed), "Development of a tourist Industry in the 19th and 20th centuries: Technology, Politics and Economy, International Perspectives, NEUCHATEL.

πρόβαλαν τόσο τα νησιά της Ελλάδας όσο και την ηπειρωτική Ελλάδα. Όλα τα παραπάνω είχαν ως αποτέλεσμα να αυξηθεί ο αριθμός των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών κατά 16 φορές περίπου μέσα σε 15 χρόνια ( από 68.000 αφίξεις το 1951 σε 1.130.00 το 1966).<sup>9</sup>

Στην συνέχεια κατά την δεκαετία του 1970 με 1980 σημειώθηκε ακόμα μεγαλύτερη ανοδική πορεία αυξάνοντας σημαντικά τη ξενοδοχειακή υποδομή της χώρας δημιουργώντας ξενοδοχειακές μονάδες μικρού ή μεσαίου μεγέθους. Τα ξενοδοχεία αυτά αναγέρθηκαν με δάνεια ( 57.000 κλίνες σε ξενοδοχεία όλων των τάξεων το 1961 – 286.000 κλίνες το 1980). Επιπλέον η ανέγερση νέων τουριστικών κλινών συνεχίστηκε και μετά το 1980 με επιδοτούμενη χρηματοδότηση μέσω του αναπτυξιακού νόμου. Μάλιστα, σε πολλές ραγδαία αναπτυσσόμενες περιοχές της χώρας, το κράτος συνέβαλλε σημαντικά συνεχίζοντας το έργο της επιδότησης κλινών χωρίς όμως πολλές φορές να έχει κατασκευάσει τα αναγκαία έργα υποδομής (περίπτωση βόρειας Κρήτης). Κατά την περίοδο 1985-87 εξαγγέλθηκε μια τουριστική πολιτική με σκοπό την βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος της χώρας. Έγινε έτσι μια προσπάθεια να αρχίσει η απεξάρτηση από το μαζικό τουρισμό και η επιδίωξη της αξιοποίησης όλων των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας με σκοπό την ανάπτυξη και την εξέλιξη του τουρισμού.<sup>9</sup>

Η παραπάνω πολιτική ισχύει μέχρι σήμερα με αρκετές βέβαια παραλλαγές. Με την πάροδο του χρόνου μειώθηκε ο ρόλος που διαδραμάτιζε ο «πολιτισμός» γενικά ως ειδικής και ελκυστικής διάστασης της χώρας με αποτέλεσμα η Ελλάδα να στραφεί σχεδόν αποκλειστικά στον τουρισμό του ήλιου-θάλασσας. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να υπάρχει πιο έντονος ανταγωνισμός συγκριτικά ακόμα και με τις αναδυόμενες τότε νέες τουριστικές αγορές της Ν.Α. Ασίας και της Αφρικής. Επίσης τέθηκαν επί μέρους στόχοι, πέραν από την άμβλυση της κυριαρχίας του μαζικού τουρισμού, όπως η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η καλύτερη κατανομή στο χώρο των τουριστικών δραστηριοτήτων και η προστασία του περιβάλλοντος.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Dristas, M, (2003). "Tourism in Greece during the 20th century: A way to what sort of development?" , L. Tissot (ed), "Development of a tourist Industry in the 19th and 20th centuries: Technology, Politics and Economy, International Perspectives, NEUCHATEL.

<sup>10</sup> Ανδριώτης Κ. (2008). Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός. Αθήνα: Σταμούλης.

Τα τελευταία 20 χρόνια έχουν σημειωθεί αρκετά αλλαγές στο δημόσιο φορέα της τουριστικής δραστηριότητας. Ο Ε.Ο.Τ. παραμένει μέχρι σήμερα αλλά με σημαντικά μειωμένες αρμοδιότητες και περιορισμένη δράση σε σχέση με το παρελθόν, ενώ όσον αφορά το Υπουργείο Τουρισμού έχουν πραγματοποιηθεί πολλές αλλαγές. Συστάθηκε το 1988, καταργήθηκε το 1991, επανιδρύθηκε το 1993 για να καταργηθεί πάλι το 1996 και να ιδρυθεί εκ νέου το 2004 ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων.<sup>11</sup>

### 1.3 Τύποι - Κατηγορίες Τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένα προϊόν το οποίο μπορεί να χωριστεί σε πολλά είδη/ μορφές ανάλογα με ποια κριτήρια θα θέσουμε. Κάποιες από τις πιο βασικές μορφές/ είδη είναι οι παρακάτω:<sup>12</sup>

#### Μαζικός Τουρισμός

Ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ομαδική συμμετοχή των ατόμων σε διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Ο χαρακτήρας του οφείλεται στον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού και στον επιλεγμένο τόπο διακοπών. Είναι ο τύπος τουρισμού που διαχειρίζονται οι tour operator γνωστός ως και τουριστικά πακέτα. Είναι το σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο στο οποίο οφείλεται σε μεγάλο βαθμό η ανάπτυξη πολλών περιοχών σε όλο τον κόσμο.

#### Ατομικός Τουρισμός

Ο ατομικός τουρισμός είναι η κατηγορία του περιηγητικού τουρισμού όπου η οργάνωση και η εκτέλεση του ταξιδιού γίνεται ατομικά από τον κάθε τουρίστα. Η Κατηγορία αυτή συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό με την χρήση ατομικών ιδιωτικών μέσων μετακίνησης όπως π.χ. τροχόσπιτα, αυτοκίνητα, θαλαμηγά σκάφη κτλ. Τόσο κατά την μετάβαση όσο και για την διάρκεια παραμονής στον τόπο προορισμού.

#### Ο εγχώριος ή εσωτερικός τουρισμός

---

<sup>11</sup> Ανδριώτης Κ. (2008). Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός. Αθήνα: Σταμούλης.

<sup>12</sup> Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1998) Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αθήνα: Interbooks.

Πραγματοποιείται από τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας πάντα μέσα σε αυτήν (μέσα στην επικράτεια της). Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού δυστυχώς δεν βοηθά στην εισροή συναλλάγματος στην χώρα, βοηθά όμως στην συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος εξαιτίας τα μη πραγματοποίησης ταξιδιών στο εξωτερικό από τους ντόπιους. Η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού προϋποθέτει την δημιουργία κατάλληλων και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτών μέσων φιλοξενίας στους ντόπιους τουρίστες καθώς και τη βελτίωση - ανάπτυξη των διάφορων δικτύων και μέσων συγκοινωνίας, ώστε οι μετακινήσεις των ντόπιων τουριστών στην επικράτεια της χώρας που κατοικούν μόνιμα να είναι ταχύτερες, ανετότερες και ασφαλές.

### Ο διεθνής τουρισμός

Ανάλογα με την κατεύθυνση των τουριστικών ροών διακρίνεται σε εισερχόμενο και σε εξερχόμενο τουρισμό. (Λαγός, 2005)

Εισερχόμενος τουρισμός ο τουρισμός των αλλοδαπών οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα (πχ. ένας Γάλλος που ταξιδεύει στην Ελλάδα) εισερχόμενο τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα όταν μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται.

Εξερχόμενος τουρισμός: αφορά στους μόνιμους κατοίκους μίας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα (πχ. ένας Έλληνας που ταξιδεύει στη Γαλλία) με σκοπό να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες επιθυμίες και ανάγκες τους. Κατά συνέπεια εξερχόμενο τουρισμό Έχουν οι χώρες όταν μόνιμοι κάτοικοι της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς σκοπούς.

### Συνεχής τουρισμός

Χαρακτηριστικά του συνεχή τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη την διάρκεια του χρόνου. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κίνητρων ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός.

### Εποχιακός τουρισμός

Είναι το αντίθετο του συνεχή τουρισμού. Στον εποχιακό οι δραστηριότητες επηρεάζονται από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στις χώρες προορισμού σε διαφορετικές εποχές, και αναστέλλονται προσωρινά για ένα μικρό ή μεγάλο διάστημα κάθε έτος. Οι πιο αντιπροσωπευτικές μορφές αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης, και ο τουρισμός των χειμερινών σπορ.

### Στατικό τουρισμό

Έχουμε όταν συνήθως ο τουρίστας πηγαίνει σε μια ξενοδοχειακή μονάδα για να παραθερίσει και να παραμείνει εκεί καθ' όλη την διάρκεια της διαμονής του συνήθως επειδή πιέζεται απ' τον χρόνο ή οι λόγοι του ταξιδιού είναι επαγγελματικοί ή θέλει να περάσει λίγες μέρες ξεκούρασης χωρίς να κάνει δραστηριότητες που θα τον κουράσουν. Κινητικό τουρισμό έχουμε όταν ο τουρίστας/επισκέπτης είναι διαρκώς σε κίνηση, επιθυμεί δηλαδή να εξερευνήσει μέρη και τόπους στην χώρα που επισκέπτεται και βρίσκεται συνεχώς σε κίνηση.

### Νεανικός τουρισμός

Σε αυτή τη μορφή συναντάμε άτομα που η ηλικία τους κυμαίνεται κυρίως από 18 έως 30 που προτιμούν να ταξιδεύουν ατομικά ή σε μικρές ομάδες και τα οποία ενδιαφέρονται για ειδικές μορφές τουρισμού όπως (χειμερινών σπορ, περιπέτειας συμμετοχή σε φεστιβάλ κ εκδηλώσεις κτλ). Τους αρέσουν τα μέρη στα οποία μαζεύεται πλήθος ατόμων και έχουν βαβούρα. Προτιμούν δηλαδή προορισμούς που θα ζήσουν έντονες στιγμές.

### Τρίτης ηλικίας τουρισμός

Εντελώς αντίθετες είναι οι προτιμήσεις των ηλικιωμένων. Προτιμούν την άνεση και την ησυχία και απαιτούν εγκαταστάσεις με πολλές ευκολίες και συνήθως ταξιδεύουν με οργανωμένα πακέτα σε μεγάλες ομάδες (group). Ο τουρισμός της τρίτης ηλικίας αποκτά μεγάλη σημασία στην εποχή μας και αυτό γιατί με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου, καλύτερων συντάξεων,

διάφορων επιδομάτων, την αύξηση του μέσου όρου ζωής και την μείωση των ορίων ηλικίας για συνταξιοδότηση ,οι ηλικιωμένοι διαθέτουν σημαντικό μέρος του χρόνου τους σε ταξίδια. Αυτή ομάδα έχει επίσης το πλεονέκτημα για τον τουρισμό ότι μπορεί να τονώσει την τουριστική ζήτηση σε περιόδους εκτός της τουριστικής αιχμής, μια και διαθέτει άφθονο ελεύθερο χρόνο για αξιοποίηση.

### Κοινωνικός Τουρισμός

Ο Κοινωνικός Τουρισμός χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από άτομα του κοινωνικού συνόλου τα οποία έχουν περιορισμένη αγοραστική δύναμη και τα οποία μπορούν χάρη ορισμένων άμεσων η έμμεσων παροχών να πραγματοποιήσουν τουρισμό. Η θετική σχέση του τουρισμού με την υγεία είναι πλέον αναμφισβήτητη για αυτό το κοινωνικό κράτος έχει την υποχρέωση να εξασφαλίσει σε άτομα χαμηλής εισοδηματικής τάξης τη δυνατότητα να κάνουν διακοπές. Ο κοινωνικός τουρισμός χρηματοδοτείται μερικώς η ολικώς από κράτος μέσω κάποιων προγραμμάτων που δίνουν την δυνατότητα στα άτομα αυτά να επιλέξουν τον προορισμό που επιθυμούν ανάλογα με τις ανάγκες τους.

#### **1.3.1 Οι Νέες /Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού**

Όπως αναφέραμε παραπάνω ο τουρισμός μπορεί να χωριστεί σε παρά πολλά είδη/κατηγορίες .Πέρα από τις παραπάνω μορφές οι οποίες είναι οι πιο βασικές, υπάρχουν και οι νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες δημιουργήθηκαν κυρίως για να αντιμετωπιστούν οι δυσμενείς και περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις που έχει ο σκληρός μαζικός τουρισμός. Μερικές απ τις οποίες θα δούμε κάποιες παρακάτω:

Αγροτουρισμός: είναι μια μορφή τουρισμού η οποία στηρίζεται στους πόρους του περιβάλλοντος. Χωρίζεται σε δυο τύπους α) γεωργοτουρισμό ο οποίος καλύπτει τη φιλοξενία των τουριστών σε αγροκτήματα στα οποία οι επισκέπτες συμμετέχουν στην ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα και β) στον αγροτουρισμό που προσφέρει συνήθεις διακοπές με διαμονή σε καταλύματα σε αγροτικές περιοχές. Στον αγροτουρισμό ο τουρίστας έχει την ευκαιρία να γνωρίσει αγροτικές περιοχές ,αγροτικές ασχολίες , τις δραστηριότητες της υπαίθρου , την καθημερινή ζωή



των κατοίκων, την παραδοσιακή κουζίνα ,να έρθει σε επαφή με τη φύση γενικότερα και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης και της ανακάλυψης.<sup>13</sup>

Συνεδριακός: χαρακτηρίζεται από τη μετακίνηση πολλών ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα σε κάποιον προορισμό με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών και ενημέρωσης σε κάποια θέματα . Οι συμμετέχοντες έχουν επαγγελματική ιδιότητα και μπορούν να ενημερωθούν για πρωτοποριακές μεθόδους εργασίας ή καινούργια προϊόντα κ.τ.λ. και είναι συνήθως περιορισμένης διάρκειας. Γενικά ο τουριστικός προορισμός, άμεσα συνδεδεμένος με την οργάνωση και συμμετοχή σε συνέδρια, σεμινάρια και εκθέσεις. Τα τελευταία χρόνια, ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς και αποτελεί ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς σε διεθνές επίπεδο.

Κινήτρων: πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που χρησιμοποιούν οι βιομηχανίες και οι επιχειρήσεις σαν κίνητρο υψηλής απόδοσης των πωλητών τους και αφορά τόσο το προσωπικό όσο και τα διευθυντικά στελέχη τους. Πιο συγκεκριμένα ως τουρισμός κινήτρων ορίζεται αυτός που κάνουν οι εργαζόμενοι όταν παίρνουν σαν δώρο για την αυξημένη παραγωγικότητα τους ένα τουριστικό πακέτο. Αυτή η μορφή έχει κατά κανόνα περιορισμένη χρονική διάρκεια 3 με 5 μέρες συνήθως.

Άθλησης: συνδέεται με όπως μορφές ενεργητικής και παθητικής συμμετοχής σε αθλητικές εκδηλώσεις. Η συμμετοχή μπορεί να είναι τυχαία ή και οργανωμένη, μπορεί να πραγματοποιείται για επιχειρηματικούς σκοπούς ή και για όπως λόγους. Χωρίζεται σε δύο κατηγορίες: 1.ενεργή συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις ή διαγωνισμούς, όπως το γκολφ, τένις, ποδόσφαιρο, μπάσκετ, κωπηλασία κλπ. 2.παρακολούθηση των ευρωπαϊκών και παγκοσμίων κυπέλλων και πρωταθλημάτων, Ολυμπιακών Αγώνων και τα μεγάλα διεθνή τουρνουά.<sup>14</sup>

Υγείας: είναι μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται συνεχώς και αφορά συνήθως άτομα της τρίτης ηλικίας που ψάχνουν εναλλακτικές μεθόδους για την αποκατάσταση της σωματικής και ψυχικής τους υγείας .

---

<sup>13</sup> Δημήτρης Λαγός (2005), Τουριστική Οικονομική, Αθήνα: ΕκδόσειςΚριτική.

<sup>14</sup> Δημήτρης Λαγός (2005), Τουριστική Οικονομική, Αθήνα: ΕκδόσειςΚριτική.

Περιπέτειας: αποτελεί μια από τις πιο ενδιαφέρων εναλλακτικές μορφές αφού τα συνδυάζει όλα, εξερεύνηση τοποθεσιών, περιπέτεια, διασκέδαση, και γενικά ενασχόληση με καινούργιες δραστηριότητες. Απευθύνεται κυρίως σε άτομα μικρής ηλικίας με καλή φυσική κατάσταση και όρεξη για περιπέτειες. Οι πιο δημοφιλείς δραστηριότητες περιπέτειας: Η πεζοπορία , το καγιάκ, το ράφτινγκ ,η αναρρίχηση, η κατάδυση, ποδηλασία, σκι, ιππασία κτλ.

Θρησκευτικός: αφορά κυρίως άτομα που θέλουν να επισκεφτούν θρησκευτικούς προορισμούς οι οποίοι βρίσκονται είτε μέσα στη χώρα τους η σε κάποια άλλη χώρα, για να πάρουν μέρος σε θρησκευτικές εκδηλώσεις η για λόγους λατρείας.

### 1.3.2 Άλλες Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού<sup>15</sup>

- ❖ Τουρισμός εκθέσεων
- ❖ Τουρισμός πόλης
- ❖ Οικογενειακός τουρισμός
- ❖ Τουρισμός χειμερινών σπορ
- ❖ Γενικός τουρισμός
- ❖ Θαλάσσιος τουρισμός
- ❖ Επιλεκτικός τουρισμός
- ❖ Λαϊκός τουρισμός
- ❖ Οικολογικός τουρισμός
- ❖ Κοσμοπολίτικος τουρισμός
- ❖ Γεωτουρισμός
- ❖ Αρχαιολογικός τουρισμός
- ❖ Ιαματικός τουρισμός
- ❖ Μορφωτικός τουρισμός
- ❖ Πολιτιστικός τουρισμός
- ❖ Γαστρονομικός τουρισμός

### 1.3.3 Χαρακτηριστικά Τουρισμού

Ο ορισμός τουρισμός έχει κάποια βασικά χαρακτηριστικά. Ο τουρισμός πρέπει να είναι αποτέλεσμα της ομαδικής η μεμονωμένης μετακίνησης

---

<sup>15</sup> Σωτηριάδης Μ. - Φαρσάρη Ι. (2009), “Εναλλακτικές και Ειδικές μορφές Τουρισμού”, Αθήνα, Εκδόσεις: Interbooks

ατόμων σε διάφορους προορισμούς και η μετακίνηση τους αυτή να είναι προσωρινού και βραχυπρόθεσμου χαρακτήρα. Το ταξίδι θα πρέπει να έχει τουριστικό προορισμό και διαμονή σε αυτόν. Το ταξίδι και η διαμονή πρέπει να λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου όπου διαμένουν μόνιμα οι επισκέπτες .

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να διαθέτει ένα μέρος ώστε να αυξάνει το τουριστικό ενδιαφέρον είναι κατά κύριο λόγο η πολιτιστική του κληρονομιά, η μεγάλη ακτογραμμή και το φυσικό κάλλος. Όλα τα παραπάνω η Ελλάδα τα διαθέτει σε μεγάλο βαθμό προσδίδοντας στη χώρα σημαντικά συγκριτικά φυσικά πλεονεκτήματα, με αποτέλεσμα να συγκαταλέγεται μεταξύ των κυριότερων τουριστικών προορισμών σε παγκόσμιο επίπεδο.<sup>16</sup>

Αξίζει να αναφερθούν τα πιο εδραιωμένα και πιο βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού ώστε να γίνει πιο κατανοητή η έννοια του τουρισμού. Σύμφωνα με τον καθηγητή κ. Καραγιάννης-Έξαρχος (2006) ο τουρισμός μπορεί να διαθέτει κάποια από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά. Το πρώτο χαρακτηριστικό είναι ότι ο τουρισμός αποτελεί αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς με κάποιο κοινό σκοπό είτε λόγοι αναψυχής είτε επαγγελματικοί κλπ. Επίσης η διαμονή τους σε αυτούς τους τόπους που επισκέπτονται διαρκούν τουλάχιστον ένα 24ωρο, με σκοπό την ικανοποίηση της χρησιμότητας που αντλούν από τους τουριστικούς προορισμούς και την κάλυψη των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους.

Το δεύτερο που χαρακτηρίζει τον τουρισμό είναι ότι οι διάφορες μορφές του περιέχουν απαραίτητως δύο βασικά στοιχεία και συγκεκριμένα το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σ' αυτόν με την ευρύτερη έννοια του όρου, δηλαδή συμπεριλαμβανομένης και της διατροφής.<sup>16</sup>

Επιπρόσθετα ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό αποτελεί το γεγονός ότι το ταξίδι και η διαμονή των ταξιδιωτών διαδραματίζονται εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής τους. Τα άτομα αυτά θέτουν ως στόχο να μετακινηθούν για

---

<sup>16</sup> Doswell R., (2002), "Τουρισμός. Ο ρόλος του αποτελεσματικού management", Αθήνα, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ

τουριστικούς λόγους σε μια άλλη περιοχή. Επίσης είναι γεγονός ότι η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι προτίθενται είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης διαμονής τους μέσα σε λίγες ημέρες, εβδομάδες ή μήνες. Τέλος οι τουρίστες επισκέπτονται διάφορους τουριστικούς προορισμούς προκειμένου να εκπληρώσουν τουριστικούς σκοπούς και στόχους που έχουν θέση. Ο καθένας έχει θέσει διαφορετικούς σκοπούς οι οποίοι διαφέρουν από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησης τους έτσι ώστε να αποκτήσουν μια καινούργια εμπειρία και να αποκομίσουν νέα βιώματα και καταστάσεις από τη χώρα που επισκέπτονται.

#### 1.4 Τουριστικό Προϊόν

Το τουριστικό προϊόν<sup>17</sup> είναι ένα σύνθετο προϊόν όπου για την παράγωγη και την πρόσφορα του απαιτείται ο συνδυασμός ανθρώπινων και φυσικών πόρων, υποδομών, υπηρεσιών, επιμέρους αγαθών κτλ. Είναι ένα μείγμα για του οποίου την παράγωγη και πρόσφορα χρειάζεται η συνεργασία πολλών διαφορετικών κλάδων της οικονομίας. Περιλαμβάνει από τα φυσικά η τεχνικά θέλγητρα που έχει ένας προορισμός, την προσβασιμότητα στον προορισμό αυτόν, τις υπηρεσίες που παρέχονται (εισιτήρια, διαμονή, ψυχαγωγία κ.α.) διάφορα αλλά προϊόντα που παρέχονται για την ικανοποίηση των αναγκών των ταξιδιωτών μέχρι και την τιμή. Κατά καιρούς έχει γίνει προσπάθεια για να δοθεί ένας ακριβής ορισμός για το τουριστικό προϊόν. Κάποιες από τις πιο γνωστές είναι οι ακόλουθες.

Οι Medlik και Middleton (1973) αντιλήφθηκαν το τουριστικό προϊόν ως ένα συνδυασμό 5 δραστηριοτήτων, παροχών και υπηρεσιών που συγκροτούν την συνολική τουριστική εμπειρία. Αυτά τα 5 στοιχεία ήταν τα αξιοθέατα του προορισμού, την πρόσβαση, τις εγκαταστάσεις προορισμού, τις εικόνες και την τιμή. Οι Jefferson και Lickorish (1988) παρέχουν 2 απόψεις για το τουριστικό προϊόν, μία συνοπτική ότι το τουριστικό προϊόν είναι μια δραστηριότητα ικανοποίησης σε ένα επιθυμητό προορισμό, και μια δεύτερη ότι το τουριστικό προϊόν είναι μία συλλογή από φυσικά χαρακτηριστικά και

---

<sup>17</sup> Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Τουριστικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Interbooks

υπηρεσίες μαζί με συμβολικούς συνδέσμους, που αναμένεται να εκπληρώσουν τις επιθυμίες και τις ανάγκες των τουριστών.

Ένα χρόνο αργότερα (1989) οι Lewis και Chambers προτείνουν έναν άλλον ορισμό, τονίζοντας ότι το τουριστικό προϊόν αποτελείται από τα αγαθά, το περιβάλλον και τις υπηρεσίες, και ότι μπορεί να παρατηρηθεί από τρία διαφορετικά επίπεδα. Το «επίσημο προϊόν» το προϊόν δηλαδή που νομίζει ότι αγοράζει ο τουρίστας, το «κύριο προϊόν» αυτό που πραγματικά αγοράζει ο τουρίστας, και το «επαυξημένο προϊόν» που αποτελεί ένα συνδυασμό του κυρίου προϊόντος συν οποιονδήποτε χαρακτηριστικών και παροχών που δίνονται από τον προμηθευτή και προσαυξάνουν την αξία του προϊόντος. Ο Smith (1994) κατέληξε τελικά, λαμβάνοντας υπόψη του όλες τις μελέτες που είχαν γίνει τα προηγούμενα χρόνια ότι το τουριστικό προϊόν είναι ένα προϊόν που αποτελείται από 5 στοιχεία. Τα στοιχεία αυτά ήταν α) Το στήσιμο(φυσικοί πόροι, αξιοθέατα, καιρικές συνθήκες, ξενοδοχεία, υποδομές, πληθυσμός κ.α.), β) οι υπηρεσίες εξυπηρέτησης των αναγκών και επιθυμιών (παροχές, φαγητό, εργαζόμενο προσωπικό κ.α.) γ) η φιλοξενία των ντόπιων προς τους τουρίστες δ) η ελευθερία επιλογής (ένα εύρος επιλογών ανάλογα με το σκοπό του ταξιδιού) και ε) η ανάμειξη (οπού ο επισκέπτης συμμετέχει σωματικά και ψυχικά).

#### **1.4.1 Βασικά Χαρακτηριστικά Τουριστικού Προϊόντος**

Σύμφωνα με όσα αναφέρει ο Βαρβαρέσος (2000), το τουριστικό προϊόν εκ φύσεως θεωρείται ετερογενές και απαρτίζεται από ένα μείγμα υλικών και άυλων στοιχείων. Είναι ένα σύνθετο προϊόν και ανήκει στους μεικτούς τομείς. Αυτή η ιδιομορφία που έχει δημιουργεί μια σειρά από χαρακτηριστικά τα οποία θα αναφέρουμε παρακάτω: <sup>18</sup>

Το τουριστικό προϊόν καταναλώνεται στον τόπο παραγωγής: το τουριστικό προϊόν είναι σταθερό δεν μπορεί να μετακινηθεί ,να αποσταλεί, και να καταναλωθεί στη χώρα προέλευσης του τουρίστα. Ο τουρίστας είναι αυτός που πρέπει να μετακινηθεί στη χώρα παράγωγης του.

---

<sup>18</sup> Βαρβαρέσος Στέλιος, 2000, Οικονομική του τουρισμού, Εκδόσεις Προπομπός.

Η αδυναμία αποθήκευσης του προϊόντος: Η αδυναμία αποθήκευσης του συνόλου του τουριστικού προϊόντος (π.χ. τα δωμάτια ενός ξενοδοχείου δεν μπορεί να αποθηκευτεί) αποτελεί έναν από τους παράγοντες οι οποίοι συνδράμουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, με τέτοιον τρόπο ώστε να υπάρξει η καλύτερη και αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων. Μερικά βέβαια τουριστικά προϊόντα είναι σε θέση να αποθηκευτούν επιτρέποντας έτσι έναν καλύτερο καταμερισμό της εργασίας στη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου.

Η ανελαστικότητα του τουριστικού προϊόντος ως προς την προσφορά: Μια αύξηση της τουριστικής ζήτησης δεν συνεπάγεται παράλληλη αναλογική αύξηση των τουριστικών προϊόντων στις χώρες προορισμού. Τα τουριστικά αγαθά για την παραγωγή τους χρειάζονται συνήθως μεγάλη χρονική διάρκεια, συγκεκριμένες συνθήκες και προδιαγραφές. Δεν μπορούν να παραχθούν τη στιγμή που ζητούνται.

Η παραγωγή και η κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος πραγματοποιείται ταυτόχρονα στον ίδιο χώρο: αυτά προϋποθέτουν την παρουσία του τουρίστα από την μία μεριά, και την ύπαρξη ετοιμότητας υποδοχής του τουρίστα από των τουριστικών υπηρεσιών από την άλλη.

Τα τουριστικά προϊόντα μπορούν να υποκατασταθούν μεταξύ τους: τα τουριστικά προϊόντα έχουν την ελαστικότητα στο να μπορούν να υποκατασταθούν μεταξύ τους. Έτσι όταν το διαθέσιμο εισόδημα που είναι συχνά καθοριστικός παράγοντας αλλάξει μπορούμε για παράδειγμα να υποκατασταθεί ένα ξενοδοχείο Α κατηγορίας με ένα Γ κατηγορίας, το αεροπλάνο με πλοίο, τρένο, αυτοκίνητο, και οι διακοπές στο εξωτερικό με διακοπές στο εσωτερικό.

Η κατανάλωση των τουριστικών υπηρεσιών επιφέρει την καταστροφή τους: μετά το τέλος του ταξιδιού οι μόνες άυλες αξίες που σχετίζονται με τα κίνητρα της μετακίνησης κατά την περίοδο διεξαγωγής των διακοπών και οι οποίες συνοδεύουν τα άτομα, είναι οι εμπειρίες και οι αναμνήσεις.

Τα τουριστικά προϊόντα χαρακτηρίζονται ως συμπληρωματικά: παρά το γεγονός ότι το τουριστικό προϊόν είναι ετερογενής πολλές φορές παρατηρείται

μια συμπληρωματικότητα διαφόρων υποπροϊόντων. Ο τουρίστας μπορεί να συνθέσει από μόνος του το σφαιρικό τουριστικό προϊόν χωρίς ωστόσο να είναι σε θέση να αλλοιώσει τη μορφή και των χαρακτήρα των τουριστικών υποπροϊόντων τα οποία παραμένουν ως έχουν.

Η ευαισθησία της τουριστικής δραστηριότητας στις οποιοδήποτε μορφές κρίσεων (πολιτικές-οικονομικές-περιβαλλοντικές) καθώς και στις εποχιακές διακυμάνσεις.

Το μέγεθος των αρχικών επενδύσεων: Οι αρχικές επενδύσεις (Heytens 1974) στον τουριστικό τομέα που αφορούν τα έργα ανωδομής και υποδομής είναι συχνά πολύ μεγάλες, γεγονός που δημιουργεί αρκετά προβλήματα στην διαχείριση και την αποδοτικότητα τους, δεδομένης της εποχιακής λειτουργίας τους.

Σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη<sup>19</sup>, ως τουριστικό προϊόν ορίζεται «οποιοδήποτε τουριστικό αγαθό ή υπηρεσία που προσφέρεται μεμονωμένα ή συνδυασμένα στην τουριστική αγορά και έχει την ιδιότητα να ικανοποιεί συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων». Βασικά χαρακτηριστικά του είναι:

Το τουριστικό προϊόν είναι άυλο: αποτελείται κυρίως από άυλες υπηρεσίες, με την έννοια ότι ο ταξιδιώτης δεν μπορεί να το δει ή να το δοκιμάσει πριν φτάσει στον τουριστικό προορισμό.

Το τουριστικό προϊόν είναι ετερογενές: η τουριστική βιομηχανία αφορά μια τεράστια και διαφοροποιημένη γκάμα επιχειρήσεων και όχι έναν ενιαίο κλάδο.

Το τουριστικό προϊόν είναι φθαρτό: έχει δηλαδή περιορισμένη διάρκεια. Ένα δωμάτιο ή μια αεροπορική θέση που θα παραμείνουν κενά αποτελούν μια χαμένη ευκαιρία πώλησης για την τουριστική επιχείρηση.

Το τουριστικό προϊόν είναι ευμετάβλητο: επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από εξωτερικούς παράγοντες. Ένας πόλεμος, ένα τρομοκρατικό χτύπημα ή μια οικονομική κρίση στον τόπο προέλευσης των τουριστών, μπορεί να

---

<sup>19</sup> Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Τουριστικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Interbooks

επιφέρει σημαντικές αλλαγές στην βιομηχανία του τουρισμού οποιαδήποτε χρονική στιγμή.

### 1.5 Είδη Τουριστών

Εκτός όμως από τον ίδιο τον τουρισμό, μπορούμε να κάνουμε διαχωρισμό και στους ανθρώπους που κάνουν τουρισμό. Αυτή η διάκριση μπορεί να γίνει με διάφορες τυπολογίες τουριστών (Λαγός, 2005): Η τυπολογία του GREY για παράδειγμα διακρίνει τους τουρίστες σε 2 κατηγορίες, τους λάτρεις των ταξιδιών και τους λάτρεις του ήλιου, για προφανείς λόγους. Η τυπολογία του COHEN στηρίζεται στην λογική ότι τα διαφορετικά κίνητρα διαφοροποιούν τις κατηγορίες των τουριστών και δημιουργούν αρκετά πρότυπα τουριστικών ομάδων. Στο πλαίσιο αυτής τη λογικής, ο COHEN ταξινομεί τους τουρίστες ανάλογα με τον βαθμό της “οικειότητας” που νοιώθουν. Έχουμε δηλαδή:<sup>20</sup>

- ❖ τον οργανωμένο μαζικό τουρίστα,
- ❖ τον ανεξάρτητο μαζικό τουρίστα,
- ❖ τον εξερευνητή τουρίστα,
- ❖ τον περιηγητή τουρίστα.

Τέλος, έχουμε την τυπολογία του ABBEY, ο οποίος για λογαριασμό κάποιων tour operator προσδιόρισε τους παρακάτω δώδεκα τύπους τουριστών. Οι συγκεκριμένοι τύποι εκφράζουν συγκεκριμένες κατηγορίες τρόπου ζωής και επιτρέπουν να προσδιοριστούν οι προτιμήσεις των τουριστών. Όλο αυτό έχει ως σκοπό να υπάρξει καλύτερη γνώση της τουριστικής αγοράς. Έχουμε λοιπόν:<sup>16</sup>

- ❖ τον τουρίστα που προτιμά τις οικογενειακές διακοπές,
- ❖ τον τουρίστα που προτιμά τις οικονομικές διακοπές,
- ❖ τον τουρίστα χωρίς αυτοπεποίθηση,
- ❖ τον οργανωμένο τουρίστα,
- ❖ τον τουρίστα που επιζητά αυτοπροσδιορισμό και την επιβεβαίωση του εγώ του,

---

<sup>20</sup> Δημήτρης Λαγός (2005), Τουριστική Οικονομική, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική



- ❖ τον τουρίστα που αγαπά την ιστορία,
- ❖ τον τουρίστα που ενδιαφέρεται για την νυκτερινή ζωή,
- ❖ τον κοινωνικό τουρίστα,
- ❖ τον οικολόγο τουρίστα,
- ❖ τον διανοούμενο τουρίστα,
- ❖ τον πολιτιστικό τουρίστα,
- ❖ τον αθλητικό τουρίστα.

Επομένως, και σύμφωνα με τα παραπάνω, οι τουρίστες διακρίνονται με βάση συγκεκριμένα κριτήρια και συγκεκριμένες τυπολογίες κάθε φορά. Προφανώς και σε αυτή την περίπτωση το άτομο- τουρίστας κατά καιρούς μπορεί να ανήκει σε περισσότερες από μια κατηγορία. Ακόμη, μιας και κάθε φορά που ταξιδεύουμε δεν κάνουμε τα ταξίδια πάντα για τους ίδιους λόγους, οι κατηγορίες στις οποίες μπορεί να ανήκει το άτομο-τουρίστας ποικίλλουν.

## 2 Οικονομική Ανάπτυξη

Η Οικονομική Ανάπτυξη αποτελεί μια έννοια για την οποία στη βιβλιογραφία έχουν διατυπωθεί ποικίλοι ορισμοί. Μερικοί από εκείνους που αποδίδουν με σαφήνεια το περιεχόμενό της, παρατίθενται στη συνέχεια:<sup>21</sup>

«Οικονομική Ανάπτυξη ή Μεγέθυνση μιας χώρας είναι η διαδικασία αύξησης της κατά κεφαλή παραγωγής της.»

«Οικονομική Ανάπτυξη είναι η διαδικασία μεταβολής της τεχνολογικής δομής και του θεσμικού πλαισίου της οικονομίας που οδηγεί σε Οικονομική Μεγέθυνση (αύξηση παραγωγής αγαθών).»

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι οι όροι «Οικονομική Ανάπτυξη» και «Οικονομική Μεγέθυνση» ασφαλώς και συνδέονται μεταξύ τους, αλλά δεν είναι πάντα ταυτόσημοι. Μια ιδιαίτερα χρήσιμη διάκριση μεταξύ των δυο αυτών εννοιών έκανε ο Daly το 1989. Κατά τον Daly η Οικονομική Ανάπτυξη αναφέρεται στην ποιοτική πρόοδο της ευημερίας ενώ η Οικονομική Μεγέθυνση αναφέρεται στη φυσική επέκταση της παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών. Θεωρητικά είναι δυνατόν να έχουμε Οικονομική Ανάπτυξη χωρίς Οικονομική Μεγέθυνση και Μεγέθυνση χωρίς Οικονομική Ανάπτυξη, αλλά ο λόγος που η διάκριση αυτή δεν γίνεται είναι ότι οι περιπτώσεις που συντελείται Οικονομική Μεγέθυνση χωρίς Οικονομική Ανάπτυξη είναι σπάνιες και χωρίς σημασία από θεωρητική άποψη.

Η Οικονομική Ανάπτυξη αποτέλεσε σημαντικό πρόβλημα της σύγχρονης οικονομικής επιστήμης συνδεδεμένο με άλλα προβλήματα, όπως της αναπαραγωγής, των διακυμάνσεων και των κρίσεων καθώς και του οικονομικού κύκλου. Με μια ειδικότερη έννοια ο όρος Οικονομική Ανάπτυξη χαρακτηρίζει ένα πρόβλημα που έχει πάρει ιδιαίτερη σημασία στη νεώτερη οικονομική επιστήμη. Το πρόβλημα αυτό συνοψίζεται στην ανάγκη να δοθεί στην οικονομική δραστηριότητα ένας ρυθμός αύξησης με κάποιον κανονικό χαρακτήρα για να μην υπάρχουν οι τάσεις ανάσχεσης και να υπερνικηθούν καταστάσεις χρόνιας οικονομικής χαλάρωσης (υπανάπτυξης).

---

<sup>21</sup>, [7] Κολλιντζάς Τ., Θεωρία της Οικονομικής Ανάπτυξης - τόμος α \ εκδόσεις «Το Οικονομικό», Αθήνα 2000

## 2.1 Έννοια της Οικονομικής Ανάπτυξης

Η έννοια της Οικονομικής Ανάπτυξης υπάγεται στην ευρύτερη έννοια της γενικής ανάπτυξης μιας χώρας. Ως γενική ανάπτυξη μπορούμε να θεωρήσουμε τη συνεχή άνοδο της ποιότητας ζωής μιας κοινωνίας. Με την έννοια αυτή, τρία τουλάχιστον είναι τα κεντρικά συστατικά στοιχεία της γενικής ανάπτυξης<sup>22</sup>

1) Η ικανότητα για την εξασφάλιση των βασικών αναγκών του ανθρώπου. Οι βασικές ανάγκες που είναι τελείως απαραίτητες για τη διατήρηση της ζωής είναι η διατροφή, η κατοικία, η υγεία και η εκπαίδευση. Αφού κύρια επιδίωξη κάθε οικονομικής δραστηριότητας είναι η εξασφάλιση των μέσων για την ικανοποίηση των βασικών αναγκών, μπορούμε να πούμε ότι η οικονομική ανάπτυξη είναι αναγκαία προϋπόθεση για τη γενική ανάπτυξη.

2) Η ανθρώπινη αξιοπρέπεια. Όλοι οι άνθρωποι, σε οποιαδήποτε κοινωνία και αν ζουν, επιδιώκουν ένα είδος αξιοπρέπειας, αν και αυτή η αξιοπρέπεια μπορεί να διαφέρει από κοινωνία σε κοινωνία.

3) Η ανθρώπινη ελευθερία. Η ελευθερία, στην προκειμένη περίπτωση, θα πρέπει να θεωρηθεί με την ευρύτερη θεμελιώδη σημασία του όρου, δηλαδή την ελευθερία από τις υλικές συνθήκες της ζωής που αλλοτριώνουν τον άνθρωπο και ελευθερία από την κοινωνική υποταγή του ανθρώπου σε άλλους ανθρώπους, στην άγνοια, στους κοινωνικούς θεσμούς, στην αθλιότητα κλπ.

Η γενική ανάπτυξη μιας χώρας περιλαμβάνει την κοινωνική, πολιτική, οικονομική, διοικητική ανάπτυξη, καθώς και λοιπές μορφές ανάπτυξης. Είναι προφανές ότι η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας δεν μπορεί να εξηγηθεί σε αναφορά μόνο προς οικονομικούς αλλά και εξωοικονομικούς παράγοντες. Μια οικονομία δεν είναι ένα μηχανικό σύστημα και οι οικονομικές δυνάμεις δεν λειτουργούν όπως οι φυσικοί νόμοι.

Με τον όρο Οικονομική Ανάπτυξη εννοείται η διαδικασία με την οποία το πραγματικό κατά κεφαλήν εισόδημα μιας χώρας αυξάνεται κατά τη διάρκεια

---

<sup>22</sup> Σκούντζος Θ., Οικονομική Ανάπτυξη - τόμος 1ος, Γ' έκδοση, εκδόσεις «Α. Σταμούλη», Αθήνα 1997

μιας μακράς χρονικής περιόδου, υπό την προϋπόθεση ότι ανεβαίνει το επίπεδο της κοινωνικής ευημερίας.

Στον παραπάνω ορισμό δίνεται έμφαση στη λέξη διαδικασία, γιατί αυτή υποδηλώνει τη λειτουργία ορισμένων δυνάμεων, που αλληλοσχετίζονται και επιδρούν η μια στην άλλη και οι οποίες μας αποκαλύπτουν τη «λογική» ή εσωτερική δομή της ανάπτυξης μιας οικονομίας.

Αν το ενδιαφέρον μας για την ανάπτυξη μιας χώρας προέρχεται από την επιθυμία να ανέβει το βιοτικό επίπεδο του πληθυσμού, τότε ως πρωταρχικός σκοπός της ανάπτυξης θα πρέπει να ληφθεί η αύξηση του πραγματικού κατά κεφαλήν εισοδήματος μάλλον παρά η αύξηση απλώς του πραγματικού εθνικού εισοδήματος, γιατί αν αντικειμενικός σκοπός ήταν η αύξηση του πραγματικού εθνικού εισοδήματος, αυτή ενδεχόμενα να μη συνεπαγόταν και άνοδο του βιοτικού επιπέδου, αν ο ρυθμός αύξησης του πληθυσμού ήταν ανώτερος ή ίσος προς το ρυθμό αύξησης του εθνικού εισοδήματος. Το αποτέλεσμα θα ήταν μειούμενο ή σταθερό κατά κεφαλήν εισόδημα, πράγμα που δεν θα μπορούσε να θεωρηθεί σαν οικονομική ανάπτυξη.

Στον ορισμό τονίζεται επίσης η μακρά χρονική περίοδος, γιατί εκείνο που έχει σημασία από άποψη ανάπτυξης είναι μια παρατεταμένη αύξηση του πραγματικού εισοδήματος και όχι απλώς μια αύξηση κατά τη διάρκεια μιας σύντομης χρονικής περιόδου, όπως συμβαίνει κατά την αιχμή του οικονομικού κύκλου.

Τέλος θα πρέπει να τονιστεί η προϋπόθεση κάτω από την οποία η μακροχρόνια αύξηση του κατά κεφαλήν πραγματικού προϊόντος αποτελεί οικονομική ανάπτυξη. Με τον όρο άνοδος της κοινωνικής ευημερίας εννοείται η παράλληλη επίτευξη και ορισμένων άλλων σκοπών, όπως είναι η δικαιότερη διανομή του εισοδήματος, η άνοδος των επιπέδων υγείας και εκπαίδευσης, η αύξηση της απασχόλησης κλπ

## **2.2 Παράγοντες που συντελούν στην Οικονομική Ανάπτυξη**

Η ποσότητα και η ποιότητα των συντελεστών παραγωγής προσδιορίζουν το μέγεθος του εθνικού προϊόντος αλλά επηρεάζονται από

αυτό. Επομένως, σε μια έρευνα για τη διαδικασία οικονομικής ανάπτυξης κεντρικό θέμα πρέπει να αποτελούν οι αλληλεπιδράσεις ανάμεσα στην ανάπτυξη και στη μακροχρόνια προσφορά των συντελεστών. Οι παράγοντες που συντελούν στην οικονομική ανάπτυξη είναι:

#### ❖ Έδαφος – Φυσικοί πόροι

Η σημασία της ποσότητας του συντελεστή αυτού για την οικονομική ανάπτυξη είναι προφανής. Χώρες με αφθονία φυσικών πόρων (καλλιεργήσιμης γης, δασών, υδάτινων πόρων κ.τ.λ.) είναι σε πλεονεκτική θέση στη προσπάθεια για ανάπτυξη σε σύγκριση με τις χώρες όπου παρατηρείται στενότητα των πόρων αυτών. Με μια απλή σύγκριση των χωρών που έχουν αφθονία φυσικών πόρων αναλογικά με το πληθυσμός τους και εκείνων που έχουν άφθονο πληθυσμό σε σχέση με τους φυσικούς πόρους που διαθέτουν εύκολα καταλήγει κανείς στο συμπέρασμα ότι η ανάπτυξη των πρώτων είναι ευκολότερη από ότι η ανάπτυξη των τελευταίων. Η ποιότητα και η ποσότητα των φυσικών πόρων παίζουν επίσης σημαντικό ρόλο, γιατί από τους παράγοντες αυτούς εξαρτάται αν οι πόροι που υπάρχουν σε μια χώρα είναι οικονομικά αξιοποιήσιμοι ή όχι.

#### ❖ Κεφάλαιο

Για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας πολύ σημαντικό ρόλο παίζει και η συγκέντρωση του απαιτούμενου υλικού κεφαλαίου. Αυτό αποτελείται από βιομηχανικές εγκαταστάσεις, μηχανήματα, λιμάνια, αεροδρόμια, μεταφορικά μέσα, αποθέματα υλικών και άλλα στοιχεία υλικού κεφαλαίου χωρίς τα οποία μια οικονομία δε μπορεί παρά να βρίσκεται σε πρωτόγονη κατάσταση. Με τη χαμηλή παραγωγικότητα δε θα είναι σε θέση να ικανοποιήσει ούτε τις βασικές ανάγκες των κατοίκων της. Για τη δημιουργία υλικού κεφαλαίου απαιτούνται επενδύσεις. Για τη χρηματοδότηση είναι αναγκαίο να συγκεντρώνει η κοινωνία ένα ποσοστό του εισοδήματός της με τη μορφή της αποταμίευσης.

#### ❖ Τεχνολογική πρόοδος

Για πολλά χρόνια από τους οικονομολόγους η έμφαση για την αύξηση της παραγωγικότητας δίνονταν στις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Η

τεχνολογία θεωρούνταν ότι αποτελούσε εξωγενή παράγοντα που εξαρτώνταν από αποτελέσματα των ατόμων και όχι από συστηματική επιστημονική έρευνα. Οι νεοκλασικοί οικονομολόγοι δεν ασχολήθηκαν ιδιαίτερα με την ανάλυση της σημασίας της τεχνολογίας γιατί, θεωρούσαν ότι έτσι κι αλλιώς είναι αυτονόητο ότι μια τεχνική πρόοδος θα υπάρχει.

#### ❖ Παραγωγικότητα

Η παραγωγικότητα δηλαδή, το παραγωγικό αποτέλεσμα κατά εργαζόμενο είναι επίσης σημαντικό ζήτημα για την οικονομική ανάπτυξη. Είναι αυτονόητο ότι μεγαλύτερο παραγωγικό αποτέλεσμα για κάθε εργαζόμενο σημαίνει συνολικά μεγαλύτερο εθνικό προϊόν. Ο βαθμός της παραγωγικότητας εξαρτάται από τη σωστή οργάνωση, το σωστό καταμερισμό εργασίας, τη μόρφωση, την εξειδίκευση προσωπικού κ.τ.λ. Ακόμα, η παραγωγικότητα ποικίλει κατά τομέα παραγωγικής δραστηριότητας μέσα στην ίδια χώρα, αλλά και κατά επιχείρηση ή κλάδο μέσα στον ίδιο τομέα.

#### ❖ Δημόσια Διοίκηση

Όταν μιλάμε για Δημόσια Διοίκηση, στην ουσία κάνουμε λόγο για δημιουργικό κράτος, σταθερότητα περιβάλλοντος και παιδεία. Το κράτος έχει τον ρόλο του εμπνευστή και οργανωτή της ανάπτυξης, είναι φορέας της δημιουργίας υποδομής και στήριξης πρωτοβουλιών και φορέας για τη δημιουργία νοοτροπίας ανάπτυξης στο λαό. Μια ικανοποιητική κρατική οργάνωση, για να είναι δημιουργική, οφείλει να προχωρεί σε μετασχηματισμούς, φροντίζοντας παράλληλα να διατηρεί σταθερό το περιβάλλον και να διαχέει την παιδεία και τη μόρφωση με σκοπό τη δημιουργία αναπτυξιακής νοοτροπίας και ικανότητας στον λαό. Η παιδεία είναι μια από τις σημαντικότερες αρμοδιότητες του κράτους για ανάπτυξη. Έχει πρωταρχική σημασία το είδος και η επάρκεια της εκπαίδευσης σε όλες τις βαθμίδες, αλλά και η διαρκής επιμόρφωση του λαού πέρα από τις βασικές εκπαιδευτικές λειτουργίες.

## 2.3 Οικονομία – Κοινωνία - Περιβάλλον

### ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο τουρισμός έχει άμεση επίδραση στο εθνικό εισόδημα<sup>23</sup> προκαλώντας σε αυτό ποσοτικές και ποιοτικές μεταβολές. Η ανάπτυξη του τουρισμού γενικά σε μια χώρα συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση του τουριστικού εισοδήματός της και κατ' επέκταση του εθνικού εισοδήματός της, ενώ με την ανακατανομή του συντελεί στην άμβλυση της ανισότητας των εισοδημάτων μεταξύ των διαφόρων περιφερειών της αλλά και μεταξύ των διαφόρων κοινωνικών ομάδων. Παράλληλα δημιουργεί θέσεις απασχόλησης πλήρους ή μερικής αλλά ο εποχικός χαρακτήρας της λειτουργίας του συνήθως επηρεάζει και τα χαρακτηριστικά αυτής της απασχόλησης η οποία είναι σε μεγάλο ποσοστό εποχική, ανειδίκευτη και περιστασιακή. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του στην ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης (τουριστικές επιχειρήσεις, εμπορικά καταστήματα κ.λ.π.). Πολλές φορές η απασχόληση στον τουρισμό συνδυάζεται και με παράλληλη απασχόληση σε κάποιο άλλο κλάδο της οικονομίας (π.χ. γεωργία, βιομηχανία), με αποτέλεσμα τη γενικότερη αύξηση των οικογενειακών εισοδημάτων. Ιδιαίτερα στις τουριστικές περιοχές που λειτουργούν εποχικά, η πολλαπλή απασχόληση με επίκεντρο τον τουρισμό αποτελεί τον κανόνα για υψηλό ποσοστό του πληθυσμού.

Επίσης σε πολλές περιπτώσεις ο τουρισμός έχει συμβάλλει στην ενίσχυση της ανάπτυξης της περιφέρειας για παράδειγμα αποβιομηχανοποιημένων, γεωγραφικά απομονωμένων και ορεινών περιοχών. Η ανάπτυξη του τουρισμού αύξησε τα εισοδήματα, την απασχόληση, τις επενδύσεις και διεύρυνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας με αποτέλεσμα να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το επίπεδο και η ποιότητα ζωής. Ειδικότερα σε περιοχές που διαθέτουν πλούσιους τουριστικούς πόρους, η ανάπτυξη είναι εξαιρετικά δυναμική σε ετήσιους ρυθμούς. Ο τουρισμός αποτελεί μεταξύ άλλων σημαντική πηγή εσόδων για το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση λόγω της είσπραξης φόρων και τελών, ενώ μέσω της εισαγωγής του τουριστικού συναλλάγματος επιφέρει ουσιαστική βελτίωση στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών καθώς

---

<sup>23</sup> Τουριστική Οικονομία (Τόμος Α'), Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, INTERBOOKS.

επίσης και αύξηση των συναλλαγματικών αποθεμάτων της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας των τουριστών. Οι επενδύσεις στον ευρύτερο τουριστικό τομέα αλλά και η ιδιότητα του τουρισμού να ενισχύει δυναμικά τη δημιουργία πολλών μικρών επιχειρήσεων στις περιοχές όπου αναπτύσσεται, οδηγούν στην αύξηση των φορολογικών εσόδων.

Ένας άλλος παράγοντας που συμβάλλει σε αυτή την αύξηση είναι και ο μεγάλος αριθμός των απασχολούμενων στον τουριστικό τομέα, η πλειοψηφία των οποίων έχει υψηλά εισοδήματα και αντίστοιχη καταναλωτική δαπάνη. Ο τουρισμός αποτελεί παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης όταν αναπτύσσεται ισόρροπα και σύμφωνα με τις αρχές της αρμονικής περιφερειακής ανάπτυξης. Όταν όμως αναπτύσσεται μονόπλευρα, τότε οι μακροχρόνιες επιδράσεις του στην οικονομία μιας χώρας είναι αρνητικές επειδή αποδυναμώνει τους παραγωγικούς κλάδους της και κυρίως τη βιομηχανία και τη γεωργία, ενώ βαθμιαία μεταβάλλει την οικονομία της χώρας σε οικονομία υπηρεσιών. Η ανάπτυξη του τουρισμού οφείλει να πραγματοποιείται ταυτόχρονα με αυτή των άλλων παραγωγικών κλάδων της οικονομίας δηλαδή να είναι προγραμματισμένη, ισόρροπη και αρμονική. Με αυτή την προϋπόθεση, ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να συμβάλλει σημαντικά στο σχηματισμό του εθνικού εισοδήματος, στη μείωση της ανεργίας και της υποαπασχόλησης και κυρίως στην εξισορρόπηση του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών.

## ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Ο τουρισμός επηρεάζει τόσο τα χαρακτηριστικά όσο και τις λειτουργίες της τοπικής κοινωνίας<sup>24</sup>. Οι αλλαγές είναι περισσότερο εμφανείς σε περιοχές της υπαίθρου, σε γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές (π.χ. ορεινές κοινότητες ή νησιά) και σε αγροτικές περιοχές. Οι περισσότερες αλλαγές σε αυτές τις περιοχές σχετίζονται με την επικράτηση παραγωγικών δομών που συνδέονται με τον τουρισμό και άμεσα ή έμμεσα οδηγούν στη διαμόρφωση μιας νέου τύπου «αστικοποιημένης» κοινωνικής δομής όπου ο τουρισμός κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα (δραστηριότητες, παραγωγική δομή, απασχόληση, λειτουργίες κ.λ.π.). Παράλληλα τα υψηλά εισοδήματα και η μεγαλύτερη αποδοχή των τουριστικών επαγγελματιών οδηγεί σε έντονη

---

<sup>24</sup> Θέματα Οικονομικής και Τουριστικής Πολιτικής, Παναγιώτης Γ. Παυλόπουλος, ΙΤΕΠ, Αθήνα 2001.



επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα, με τελικό στόχο την απασχόληση στον τουρισμό ή σε επαγγέλματα που σχετίζονται με αυτόν (εμπόριο, κατασκευές).

Η πρώτη επίπτωση αυτής της τάσης είναι η διάχυση των εισοδημάτων του τουρισμού σε ευρύτερα στρώματα του πληθυσμού, ενώ η δεύτερη είναι η σταδιακή άμεση ή έμμεση εγκατάλειψη κλάδων όπως η γεωργία, η κτηνοτροφία, η βιομηχανία ή οι υπηρεσίες με παράλληλη στροφή στον τουρισμό. Η κινητικότητα αυτή είναι ιδιαίτερα εμφανής στους νέους και τις γυναίκες αλλά σταδιακά τείνει να αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό της κοινωνικής δομής των τουριστικών περιοχών στα πρώτα στάδια ανάπτυξής τους. Η συνολικότερη στροφή των κοινωνιών όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός σε παραγωγικές δομές και τρόπο ζωής με χαρακτηριστικά αστικοποίησης και εκσυγχρονισμού, επιφέρει τελικά σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα. Τέτοιες αλλαγές έχουν παρατηρηθεί στον τρόπο ζωής και συμπεριφοράς, στην εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, στα έθιμα, στις σχέσεις ανάμεσα σε άτομα της ίδιας κοινότητας κ.λ.π. Η επικοινωνία των ντόπιων με τους τουρίστες συγκέντρωσε το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών του τουριστικού φαινομένου ως ένα σημαντικό παράδειγμα των επιπτώσεων του τουρισμού στην κοινωνική συμπεριφορά και τις αντιλήψεις και αξίες των ντόπιων.

Αρχικά, έχει επισημανθεί ότι το πλαίσιο στο οποίο πραγματοποιείται αυτή η επικοινωνία επηρεάζεται από τον τύπο της ανάπτυξης του τουρισμού, τις εμπορικές διαστάσεις αυτής της συνάντησης, τις διαφορές των πολιτισμικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών των τουριστών και των ντόπιων κ.λ.π. Σε ό,τι αφορά στα αποτελέσματα, αυτά συνδέονται άμεσα με το στάδιο ανάπτυξης του τουρισμού, π.χ. στο υψηλότερο στάδιο όπου ο τουρισμός είναι οργανωμένος και μαζικός, αυτή η επικοινωνία εμπορευματοποιείται, με αποτέλεσμα τόσο οι ντόπιοι όσο και οι τουρίστες να καταλήγουν απλώς σε μια σχέση εμπορικής συναλλαγής όπου ο ένας πουλάει και ο άλλος αγοράζει.

## ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Οι επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον<sup>25</sup> είναι τόσο θετικές όσο και αρνητικές και εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τις ατομικές καταναλωτικές επιλογές. Οι γενικοί περιβαλλοντικοί και λοιποί μακροπρόθεσμοι στόχοι που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό είναι δύσκολο να καθοριστούν. Οι επιπτώσεις του τουρισμού εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από το είδος του τουρισμού, τη συμπεριφορά και την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών. Οι περισσότερες από τις πιέσεις στο περιβάλλον προέρχονται από το μαζικό τουρισμό στις παράκτιες και ορεινές περιοχές ο οποίος αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά κατά τις επόμενες δεκαετίες. Οι επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον αποτέλεσαν εδώ και αρκετά χρόνια αντικείμενο ειδικών μελετών που επεσήμαναν την ανάγκη για σχεδιασμό, προγραμματισμό και διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης.

Ο τουρισμός επεκτείνεται όλο και περισσότερο στο χώρο, με αποτέλεσμα να προκαλεί συχνά συγκρούσεις για τη χρήση της γης, που παρατηρούνται σε περιοχές με αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή σε παραθαλάσσιες περιοχές. Είναι γεγονός ότι και στις δύο περιπτώσεις εμφανίζονται συχνά φαινόμενα οικοπεδοποίησης με αποτέλεσμα ο τουρισμός να απορροφά τη γη, το νερό αλλά και τις επενδύσεις που είναι αναγκαίες για την παραγωγική ανάπτυξη του αγροτικού τομέα. Η αύξηση του αριθμού αλλά και των τύπων των τουριστικών θέρετρων στη μεταπολεμική περίοδο έθεσε ζητήματα λειτουργίας και διαχείρισής τους σε σχέση με το περιβάλλον, τη χωροταξία και την πολεοδομία.

Τα περισσότερα από αυτά τα ζητήματα αφορούν και στην ευρύτερη περιοχή όπου είχαν αναπτυχθεί αυτά τα θέρετρα, με αποτέλεσμα να διαμορφωθούν κανόνες και πρότυπα διαχείρισης, προστασίας και ελέγχου του σύνθετου περιβάλλοντος (δομημένου και φυσικού) των περιοχών αυτών. Κοινή παράμετρος σε αυτές τις προσπάθειες υπήρχε η αναζήτηση προτύπων που συνδέονται με την έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Η έννοια, οι αρχές και τα χαρακτηριστικά της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι ταυτόσημα με αυτά της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης.

---

<sup>25</sup> Τουρισμός, Οικονομικές Προσεγγίσεις (β' έκδοση), Στέλιος Βαρβαρέσος, ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

## 2.4 Οικονομική και Τουριστική Ανάπτυξη

Αφετηρία για την ανάλυση της οικονομικής επίδρασης του τουρισμού είναι ο προσδιορισμός του τρόπου με τον οποίο εντάσσεται στο οικονομικό κύκλωμα. Πρόκειται για μια σύνθετη διαδικασία, καθώς ο τουρισμός συνιστά ένα ιδιαίτερο οικονομικό φαινόμενο. Η ιδιαιτερότητά του έγκειται στο ότι επιδρά και ανιχνεύεται σε πολλά επίπεδα της οικονομίας, τόσο από την πλευρά της προσφοράς όσο και από την πλευρά της ζήτησης. Ο τουρισμός των αλλοδαπών από άποψη παραγωγής είναι ένα σύνθετο οικονομικοκοινωνικό φαινόμενο που εκφράζεται ως μια ετησίως ιδιαίτερα διαμορφούμενη ιδιωτική κατανάλωση στην οικονομία.

Ωστόσο, η κάλυψη της τελικής ζήτησης προϋποθέτει τη διασφάλιση της ενδιάμεσης ζήτησης ή/και τις εισαγωγές. Επιπλέον, ο τουρισμός –ως ιδιόμορφη τελική κατανάλωση– εξαρτάται από ευρύ πλέγμα παραγόντων, οικονομικών, κοινωνικών, περιβαλλοντικών, πολιτισμικών κ.λπ. Συνεπώς, η μελέτη του τουρισμού απαιτεί διεπιστημονικότητα, ενώ η διαμόρφωση της σχετικής πολιτικής απαιτεί ολιστικές προσεγγίσεις. Η ασάφεια και η αδυναμία οριοθέτησης της έννοιας του τουρισμού αντανακλάται και στην αδυναμία προσδιορισμού των επιπτώσεών του στην οικονομία. Για τον λόγο αυτό χρησιμοποιούνται τεχνικές με τις οποίες εκτιμώνται ξεχωριστά οι άμεσες, οι έμμεσες και οι συνολικές επιδράσεις του σε διάφορα μεγέθη της οικονομίας (ΑΕΠ, εισόδημα, κατανάλωση, απασχόληση, ισοζύγιο πληρωμών κ.ά.).

Οι τουριστικές δαπάνες χρησιμοποιούνται ως ένα εναλλακτικό είδος εξαγωγών και συνεισφέρουν στη βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών μέσω του εισερχόμενου συναλλάγματος από τον τουρισμό. Επομένως, οι διαδικασίες τουρισμού αποτελούν μια πολύ σημαντική πηγή εσόδων, αυξάνουν τον αριθμό των θέσεων εργασίας, το εισόδημα των νοικοκυριών αλλά και τα κυβερνητικά έσοδα στις χώρες υποδοχής τουριστών. Εξαιτίας των προαναφερόμενων λόγων, πολλές χώρες φαίνονται να είναι πρόθυμες στην προώθηση του τουρισμού.

Είναι γενικά παραδεκτό ότι ο τουρισμός έχει συνεισφέρει θετικά στην οικονομική ανάπτυξη, καθώς οι εξαγωγές έχουν προκαλέσει οικονομική εξάπλωση. Παρά την επαλήθευση από πολλές μελέτες της υπόθεσης ότι οι

εξαγωγές οδηγούν στην ανάπτυξη της οικονομίας, υπάρχει επίσης και ένας σημαντικός αριθμός μελετών οι οποίες δεν καταλήγουν στα ίδια συμπεράσματα (Darrat 1986, Dodaro 1993, Hsiao 1987). Εφόσον ο τουρισμός μπορεί να έχει ένα σημαντικό ρόλο στην οικονομία της κάθε χώρας, είναι σημαντικό να εξετάσουμε αν η τουριστική βιομηχανία συνεισφέρει θετικά σε μια οικονομία όπως είναι ευρέως διαδεδομένο. Επιπλέον, οι επιστημονικά επιβεβαιωμένες πληροφορίες είναι ιδιαίτερα κρίσιμες για τον ιδιωτικό, το δημόσιο και τον κυβερνητικό τομέα ώστε να διαχειριστούν αποτελεσματικά τις τουριστικές επιχειρήσεις και με το σωστό σχεδιασμό να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη που προκύπτουν από τον τουρισμό.

### 3 Τουριστική Ζήτηση και Προσφορά

Για την πιο εμπειριστατωμένη και καλύτερη ανάλυση του τουρισμού πρέπει να αναλύσουμε και να κατανοήσουμε τους κύριους παράγοντες που διαμορφώνουν και επηρεάζουν τη ζήτηση και την πρόσφορα του τουριστικού προϊόντος και του τουρισμού γενικά. Το τουριστικό προϊόν είναι από την φύση του ένα σύνθετο προϊόν, στην παραγωγή και προσφορά του οποίου εμπλέκονται πολλοί και διαφορετικοί κλάδοι της οικονομίας. Στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος συμβάλλουν φυσικοί πόροι, τα μέσα επικοινωνίας και μεταφορών, τα ξενοδοχεία και κάθε είδους καταλύματα, τα εστιατόρια, οι εγκαταστάσεις αναψυχής και αθλοπαιδιών, τα ταξιδιωτικά γραφεία, τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, οι ξεναγοί διερμηνείς, τα κρουαζιερόπλοια, οι εταιρίες ενοικίασης σκαφών κα. Από τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι το τουριστικό προϊόν συντίθεται από μείγμα αγαθών, υπηρεσιών αλλά και φυσικών στοιχείων καθώς και ότι εξαρτάται από την αποτελεσματικότητα ενός αριθμού άλλων τομέων, οι οποίοι προσφέρουν εισροές κλειδιά για την παραγωγική διαδικασία.

#### 3.1 Τουριστική Ζήτηση

Η τουριστική ζήτηση<sup>26</sup> αντιπροσωπεύει την τουριστική αγορά και αποτελείται από τα άτομα που ταξιδεύουν για τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα είναι η ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που τα άτομα θέλουν και μπορούν να αγοράσουν σε συγκεκριμένες τιμές, σε δεδομένη αγορά και δεδομένο χρόνο. Εξαρτάται για κάθε άτομο από το εισόδημα, τον ελεύθερο διαθέσιμο χρόνο, την ηλικία το επίπεδο των τιμών της κάθε χώρας υποδοχής, και από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της χώρας υποδοχής όπως το κλίμα, το περιβάλλον και την δυνατότητα διασκέδασης. Αναλυτικότερα υπάρχουν πολλοί παράγοντες που διαμορφώνουν και επηρεάζουν την ζήτηση του τουριστικού προϊόντος.

Κατά τα λεγόμενα των Baretje και Defert (1972) υπάρχουν 3 μεγάλες κατηγορίες που διαμορφώνουν την τουριστική ζήτηση:

---

<sup>26</sup> Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Τουριστική Οικονομία, Εκδόσεις Interbooks

➤ Κοινωνικό-ψυχολογικοί ή υποκειμενικοί παράγοντες οι οποίοι σχετίζονται με την προσωπικότητα των ατόμων και τις βαθύτερες ανάγκες τους.

Σε αυτήν την κατηγορία η κοινωνιολογική ερμηνεία του τουριστικού φαινομένου δίνει μεγαλύτερο βάρος στις αιτίες αναχώρησης για διακοπές και λιγότερο στον σκοπό. Η έξαρση της βίας, οι προβληματικές και στερητικές συνθήκες εργασίας, η γραφειοκρατία, κ.α. έχουν σαν αποτέλεσμα να δημιουργούν μια τάση φυγής και δραπέτευσης.

Οι προσωπικοί παράγοντες: Σύμφωνα με τον Laurent ,αυτές οι συνθήκες που χαρακτηρίζουν την καθημερινότητα, επιδρούν στα άτομα τα οποία επιδιώκουν να ικανοποιήσουν ένα σύνολο από επιθυμίες και ανάγκες οι οποίες απορρέουν από τις βαθύτερες αναζητήσεις που πηγάζουν από την ίδια την ανθρώπινη φύση. Αναφερόμαστε δηλαδή στην ανάγκη της φύσης και την ανάγκη του παιχνιδιού που δημιουργούνται στα άτομα και οι οποίες έχουν ρίζες από τα αρχαία χρόνια.

Η ανάγκη της επικοινωνίας και της γιορτής: Η περίοδος των διακοπών η οποία γίνεται μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο κατά την οποία η ανάγκη αναζήτησης και επικοινωνίας με άλλα άτομα θεωρείται καθοριστική. Πέραν αυτού τα περισσότερα άτομα πιστεύουν και θεωρούν ότι η περίοδος των διακοπών τους, είναι μια περίοδος γιορτής μια που έρχεται σε πλήρης αντίθεση με την επαναλαμβανομένη, συνηθισμένη ζωή που βιώνουν τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου.

➤ Κοινωνικό-οικονομικοί παράγοντες, τους οποίους τα άτομα ελάχιστα μπορούν να επηρεάσουν.

Όταν αναφερόμαστε σε αυτήν την κατηγορία, αναφερόμαστε σε παράγοντες όπως το εισόδημα των καταναλωτών που η σύνθεση και η κατανομή του επηρεάζει αρκετά τη ζήτηση και την αγορά τουριστικών προϊόντων, τις τιμές οι οποίες επηρεάζουν σε πολύ μεγάλο βαθμό την τουριστική ζήτηση, τους τεχνολογικούς παράγοντες (μεταφορικά μέσα) των οποίων η μείωση του κόστους τους επηρέασε θετικά και βοήθησε στην αύξηση της ζήτησης, την επιμήκυνση της διάρκειας των διακοπών λόγω μεγαλύτερου διαθέσιμου χρόνου

➤ Δυναμικοί ή παθητικοί παράγοντες. Η επίδραση των παραγόντων που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν της χώρας υποδοχής και οι οποίοι χαρακτηρίζονται ως δυναμικοί ή παθητικοί παράγοντες.

Στην τρίτη κατηγορία οι παράγοντες που επηρεάζουν αφορούν σε μεγάλο βαθμό το ίδιο το τουριστικό προϊόν της ζώνης υποδοχής. Αυτοί οι παράγοντες είναι: οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι καθώς και οι τουριστικές υπηρεσίες (τουριστική ανωδομή και υποδομή) δηλαδή η τουριστική πρόσφορα της χώρας, η απόσταση και προσπελασιμότητα, οι σχέσεις μεταξύ των χωρών προέλευσης και υποδοχής, ο βαθμός προβολής και προώθησης της χώρας υποδοχής στις χώρες προέλευσης των τουριστών.

Σύμφωνα με τους Τσάρτα και Κοκκώση (2001) οι παράμετροι που επηρεάζουν και καθορίζουν την τουριστική ζήτηση είναι:

- ✓ Η γεωγραφική θέση της περιοχής υποδοχής των τουριστών.
- ✓ Τα κίνητρα των τουριστών
- ✓ Οι παγιωμένες τάσεις της ζήτησης διεθνώς.
- ✓ Η διαφήμιση.
- ✓ Η πολιτική των tour operators.
- ✓ Η κρατική μέριμνα και η εφαρμογή πολιτικών που ενισχύουν την τουριστική ανάπτυξη.
- ✓ Η εφαρμογή ενός δυναμικού προγράμματος μάρκετινγκ.
- ✓ Οι συγκυρίες στις χώρες υποδοχής (όπως οικονομικές και πολιτικές κρίσεις).

### 3.2 Χαρακτηριστικά Τουριστικής Ζήτησης<sup>27</sup>

#### Ετερογένεια

Ο τουρίστας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του αλλά και κατά τη διάρκεια της παραμονής του στη χώρα υποδοχής, καταναλώνει ένα πλήθος αγαθών και υπηρεσιών με σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών του. Ζητά λοιπόν να καταναλώσει στα πλαίσια του περιορισμένου χρόνου των διακοπών του μεταφορικά μέσα, φυσικούς πόρους, τουριστικά καταλύματα, τρόφιμα, υπηρεσίες αναψυχής κ.λ.π. και η ζήτηση αυτών των αγαθών και

---

<sup>27</sup> Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Τουριστική Οικονομία, Εκδόσεις Interbooks

υπηρεσιών που επιθυμεί να καταναλώσει ο τουρίστας φαίνεται να είναι ετερογενής και να απεικονίζει τη δομή του τουριστικού τομέα.

Εφόσον η ζήτηση αφορά ετερογενή τουριστικά προϊόντα τα οποία προέρχονται από διαφορετικούς οικονομικούς κλάδους, συνεπάγεται ότι δεν υπάρχει ένα τουριστικό προϊόν ή ένας τουριστικός κλάδος και η τουριστική δραστηριότητα συμμετέχει σε όλους σχεδόν τους οικονομικούς κλάδους μιας χώρας.

### Εποχικότητα

Η εποχικότητα του τουρισμού αποτελεί το σοβαρότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι χώρες υποδοχής τουριστών και ιδιαίτερα εκείνες που έχουν ανεπτυγμένη τουριστική οικονομία. Το πρόβλημα αυτό προκύπτει κυρίως επειδή ο περισσότερος κόσμος προτιμά να κάνει τις διακοπές του κατά τους θερινούς μήνες που οι κλιματολογικές συνθήκες είναι ευνοϊκότερες στους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς. Επίσης ένας άλλος λόγος που προωθεί την εποχικότητα στον τουρισμό είναι ότι τη θερινή περίοδο ξεκινούν οι σχολικές και φοιτητικές διακοπές οι οποίες έχουν τρίμηνη διάρκεια και τότε είναι η βασική περίοδος που χορηγούνται οι άδειες στον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα.

Προκειμένου να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα της εποχικότητας το οποίο συνδέεται άμεσα με τις καλοκαιρινές διακοπές, πρέπει να προωθηθούν ισχυρά οικονομικά κίνητρα ώστε να παρακινείται ο κόσμος να επιλέξει διακοπές άλλη χρονική περίοδο. Επίσης πρέπει να αλλάξουν ορισμένοι βασικοί θεσμοί της οικονομικής και κοινωνικής συμβίωσης ώστε να διευκολυνθεί η μετακίνηση των τουριστών και άλλους μήνες εκτός από αυτούς της καλοκαιρινής περιόδου. Η προσπάθεια των αναπτυγμένων τουριστικά οικονομιών των χωρών υποδοχής τουριστών να επιμηκύνουν τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου είναι εξέχουσας σημασίας καθώς τόσο το έμπυχο δυναμικό όσο και το πάγιο κεφάλαιο της τουριστικής οικονομίας πρέπει να πάψει να βρίσκεται για μεγάλο χρονικό διάστημα σε αδράνεια ή να υποαπασχολείται. Το γεγονός αυτό έχει μόνο αρνητικές επιδράσεις στους όρους λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων γενικά και ιδιαίτερα αυτών που παράγουν υπηρεσίες φιλοξενίας επειδή οι περισσότερες από αυτές



αναγκάζονται να αναστέλλουν κάθε χρόνο την παραγωγική τους δραστηριότητα για μικρότερο ή μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

### 3.3 Ελαστικότητα Τουριστικής Ζήτησης ως προς τιμή

Ελαστική είναι η τουριστική ζήτηση<sup>28</sup>, όταν για κάθε ποσοστιαία μεταβολή της ποσότητας είναι μεγαλύτερη. Ανελαστική είναι η τουριστική ζήτηση, όταν για κάθε ποσοστιαία μεταβολή της τιμής η ποσοστιαία μεταβολή της ποσότητας είναι μικρότερη. Γενικά, η τουριστική ζήτηση ως προς την τιμή θεωρείται ότι είναι πολύ ελαστική στην περίπτωση ενός νέου προορισμού και μειώνεται σταδιακά όταν ο προορισμός καθιερώνεται. Η ελαστικότητα αυτή είναι πάντα αρνητική καθώς όταν αυξάνεται η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος μειώνεται η ζητούμενη ποσότητά και το αντίθετο. Όταν η ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης ως προς την τιμή είναι μικρότερη της αρνητικής μονάδας τότε λέμε ότι η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος είναι ανελαστική. Όταν η ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης ως προς την τιμή είναι μεγαλύτερη της αρνητικής μονάδας τότε λέμε ότι η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος είναι ελαστική. Ο επιχειρηματίας επιβάλλεται να γνωρίζει την ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης του παραγόμενου από αυτόν τουριστικού προϊόντος, γιατί μόνο τότε θα γνωρίζει αν θα πρέπει να αυξήσει ή να μειώσει την τιμή, αν θέλει να αυξήσει τα συνολικά του έσοδα.

Οι κυριότεροι παράγοντες που προσδιορίζουν το βαθμό ελαστικότητας της τουριστικής ζήτησης ως προς την τιμή ενός προϊόντος είναι οι εξής:

Η διαθεσιμότητα των υποκατάστατων τουριστικών προϊόντων, που κάνει τη ζήτηση πιο ελαστική με αποτέλεσμα μια αύξηση της τιμής του τουριστικού πακέτου να οδηγήσει στη μείωση της ζήτησής του από τη στιγμή που οι τουρίστες θα αναζητήσουν την διαθεσιμότητα του υποκατάστατου αυτού.

Το ποσοστό του εισοδήματος που δαπανάται για την αγορά του τουριστικού προϊόντος. Αν είναι μεγάλο, σε σύγκριση με τα άλλα τουριστικά προϊόντα, τότε η ζήτηση θα είναι ελαστική και αυτό γιατί η μεταβολή της τιμής του τουριστικού προϊόντος θα θεωρηθεί σημαντική ως προς τους

---

<sup>28</sup> Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Τουριστική Οικονομία, Εκδόσεις Interbooks

καταναλωτές σε σχέση με την ίδια ποσοστιαία μεταβολή της τιμής ενός πακέτους μικρότερης αξίας.

Η σχέση της κατανάλωσης του τουριστικού σε συνδυασμό με άλλα προϊόντα. Αν το τουριστικό πακέτο καταναλώνεται σε συνδυασμό με άλλα τουριστικά πακέτα, τότε η ζήτησή του είναι περισσότερο ελαστική.

Η δύναμη της καταναλωτικής συνήθειας του τουριστικού προϊόντος. Για προϊόντα τα οποία έχουν γίνει συνήθεια στους καταναλωτές είναι μάλλον δύσκολο μια αύξηση της τιμής τους να μειώσει αισθητά τη ζήτησή τους.

Η ποικιλία χρήσεων του τουριστικού προϊόντος. Όσο μεγαλύτερη είναι τόσο περισσότερο ελαστική είναι η ζήτησή του.

Το μέγεθος της τιμής του τουριστικού προϊόντος. Όσο πιο υψηλή είναι η τιμή ενός πακέτου, τόσο πιο ελαστική είναι η ζήτησή του.

Το ποσοστό μεταβολής της τιμής του τουριστικού προϊόντος. Όσο μεγαλύτερο είναι τόσο η ζήτηση αυτού γίνεται περισσότερο ελαστική. Οι καταναλωτές είναι πιθανόν να μην επηρεαστούν από μια μικρή αύξηση της τιμής. Αυτό πάντοτε σε συνδυασμό και με το ύψος της τιμής και την αναγκαιότητα του προϊόντος.

Ο χρόνος που αποτελεί σπουδαίο προσδιοριστικό παράγοντα. Όσο περισσότερο βραχυχρόνια είναι η περίοδος στην οποία αναφέρεται η ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης, τόσο αναμένεται η ζήτηση να είναι περισσότερο ανελαστική. Όσο μεγαλύτερη είναι η περίοδος τόσο περισσότερο αυξάνονται οι πιθανότητες δημιουργίας νέων υποκατάστατων που θα έχουν ως συνέπεια να γίνει η ζήτηση περισσότερο ελαστική.

Η ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης ως προς το εισόδημα, εκφράζει το βαθμό που επιδρά μια δεδομένη μεταβολή του εισοδήματος των καταναλωτών στην ζήτηση ενός συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος, όταν οι τιμές παραμένουν σταθερές. Όσο μεγαλύτερη είναι η ελαστικότητα της ζήτησης τουρισμού ως προς τα εισοδήματα τόσο αυξάνεται η ζήτηση του τουρισμού στην συγκεκριμένη χώρα όταν η χώρα προέλευσης του τουρίστα αναπτύσσεται οικονομικά.

### **3.4 Τουριστική Προσφορά**

Η τουριστική προσφορά αντιπροσωπεύει το τουριστικό προϊόν των τουριστικών προορισμών που προσφέρεται στους επισκέπτες για

κατανάλωση. Η τουριστική προσφορά αντίθετα με τη ζήτηση επικεντρώνει το ενδιαφέρον της στον τόπο προορισμού. Περιλαμβάνει τα στοιχεία εκείνα που θα επηρεάσουν τον τουρίστα όσο αφορά την χώρα υποδοχής όπως π.χ. τα δίκτυα μεταφοράς, την υποδομή, το περιβάλλον κ.α.

Επομένως όταν λέμε τουριστική προσφορά εννοούμε την ποσότητα των τουριστικών προϊόντων που οι πωλητές είναι διατεθειμένοι να πουλήσουν σε μια συγκεκριμένη τιμή κατά την διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου για την ικανοποίηση μιας σειράς τουριστικών αναγκών. Συνήθως τις χωρίζουμε σε δύο μεγάλες κατηγορίες (Σταυράκης, 1979):

#### Την πρωτογενή τουριστική προσφορά.

Αποτελείται από τους φυσικούς και ανθρώπινους πόρους (φυσικά στοιχεία, ανθρώπινες δραστηριότητες ή προϊόντα της ανθρώπινης δραστηριότητας) και καθορίζει τον βαθμό ελαστικότητας των περιοχών μιας χώρας καθώς και τη δυνατότητα να αναπτυχθούν τουριστικά.

Οι φυσικοί πόροι: είναι το κλίμα, ή θάλασσα, το φυσικό φως, οι ακτές τα τοπικά προϊόντα κ.α. και αποτελούν τα βασικά στοιχεία που προσελκύουν τους τουρίστες σε συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς.

Οι ανθρώπινοι πόροι :είναι αυτοί που δημιούργησε ο άνθρωπος και οι οποίοι χωρίζονται σε δυο κατηγορίες .Η πρώτη είναι οι ανθρώπινες δραστηριότητες που σχετίζονται με την ανθρώπινη ύπαρξη (γλώσσα, πολιτισμός, κουλτούρα, ήθη και έθιμα κ.α.). Η δεύτερη είναι τα μνημεία και οτιδήποτε ενδιαφέρον κατασκευάσματος (παραδοσιακοί οικισμοί, μουσεία κ.τ.λ.)

#### Την δευτερεύουσα ή απορρέουσα τουριστική προσφορά.

Αφορά κυρίως τις υποδομές, εγκαταστάσεις, και τον εξοπλισμό. Διακρίνεται α) στον γενικό εξοπλισμό γενικές εγκαταστάσεις( όπως τα μεταφορικά μέσα, τους δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς οι οποίοι βελτιώνουν την ζωή των κατοίκων, τα δίκτυα ηλεκτροδότησης, ύδρευσης, αποχέτευσης, εμπορικά καταστήματα, ταχυδρομεία κ.τ.λ.) και β) στις τουριστικές εγκαταστάσεις όπως για παράδειγμα τα τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχεία, μοτέλ, πανδοχεία, κάμπινγκ, ξενώνες, εστιατόρια κ.α.), και τις εγκαταστάσεις αναψυχής (εγκαταστάσεις αθλητικές, πολιτιστικές, αναψυχής, και εγκαταστάσεις που σχετίζονται με τη φύση.

## 4 Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία

Ο ρόλος και η συμβολή του τουρισμού στην οικονομία αξιολογείται με βάση την ποσοστιαία «άμεση» συμμετοχή σε διάφορα μεγέθη: ΑΕΠ, καταναλωτική δαπάνη, απασχόληση, ισοζύγιο πληρωμών, επενδύσεις, δημόσια έσοδα. Ωστόσο, υπάρχει και η διάσταση της «έμμεσης» συμβολής του που είναι πολυδιάστατη, καθώς εκφράζεται με τις διασυνδέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ διάφορων κλάδων οι οποίοι άμεσα ή/και έμμεσα εμπλέκονται με την τουριστική κατανάλωση, την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη, την παροχή δυνατότητας για πολυαπασχόληση (γενικά και εποχικά), τη συγκράτηση του πληθυσμού σε απομονωμένες ορεινές, νησιωτικές και εν γένει μειονεκτικές περιοχές. Για την ποσοτική εκτίμηση της συμβολής του τουρισμού στην οικονομία χρησιμοποιούνται οι σχετικές τεχνικές, μεταξύ άλλων οι πίνακες εισροών-εκροών, οι πολλαπλασιαστές κ.ά.

### 4.1 Η Σημασία του Τουρισμού για την Ελληνική Οικονομία

Η θέση του τουρισμού στην οικονομία της Ελλάδας είναι πολύ σημαντική ειδικότερα όταν η χώρα αυτή ενδιαφέρεται συνεχώς να αναπτύξει την τουριστική της δραστηριότητα. Στην Ελλάδα μέσω του τουρισμού έχουν δημιουργηθεί από παλιά σημαντικές επενδύσεις κεφαλαίων στα έργα τουριστικής ανάπτυξης (λιμάνια, δρόμοι, αξιοποίηση φυσικών πόρων κ.τ.λ.), οι οποίες επενδύσεις με τη σειρά τους αναπτύσσουν γενικότερα την οικονομία της χώρας και δημιουργούν επιπλέον θέσεις εργασίας. Εκτός του έμμεσου όμως τρόπου μέσω των επενδύσεων, ο τουριστικός τομέας προσφέρει άμεσα και πολύ σημαντικά έσοδα στην οικονομία της χώρας. Οι εισροές από τον τουρισμό ετησίως αποτελούν μεγάλο κομμάτι των συνολικών εισροών της οικονομίας της Ελλάδας.<sup>29</sup>

Ο τουρισμός συμβάλλει σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας. Επιπλέον, λόγω της διασποράς των τουριστικών προορισμών που δημιουργείται ανά τη χώρα, ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει και καταλυτικό ρόλο στην διασπορά του εθνικού εισοδήματος στις περιφέρειες της χώρας. Από την άλλη πλευρά, λόγω και της πρωτοκαθεδρίας του τουρισμού «Ήλιος & Θάλασσα», ο τουρισμός αποτελεί εποχιακή

---

<sup>29</sup> Gartner C. W. (2001) Τουριστική Ανάπτυξη. “Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές”, Αθήνα, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ

δραστηριότητα με επακόλουθο την επιβάρυνση φυσικών και ανθρωπογενών πόρων τους μήνες αιχμής και αχρηστίας τους χειμερινούς μήνες. Επιπλέον, η εποχιακή δραστηριότητα αναγκαστικά οδηγεί και στην εποχιακή απασχόληση με επακόλουθο την μη απασχόληση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα για μεγάλες χρονικές περιόδους, με αποτέλεσμα την αστάθεια του εισοδήματός τους αλλά και σημαντικές επιπτώσεις στην κοινωνική δραστηριότητα στις τουριστικές περιοχές.<sup>30</sup>

Η συνεισφορά (επίδραση) του τουρισμού στην εγχώρια οικονομία διακρίνεται σε άμεση, έμμεση και προκαλούμενη. Η αύξηση της τελικής ζήτησης η οποία αποτελεί αποτέλεσμα της τουριστικής δαπάνης (εισερχόμενης και εγχώριας) επηρεάζει τις ελληνικές επιχειρήσεις που το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών τους προέρχεται από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας. Οι μεταβολές του επιπέδου της παραγωγής που οφείλονται στην τουριστική κατανάλωση, σε συνδυασμό με την αύξηση των αρχικών εισροών που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις αυτές αντιπροσωπεύουν την άμεση επίδραση από την τουριστική κατανάλωση.<sup>31</sup>

Η μεγαλύτερη παραγωγή στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας που επηρεάζονται άμεσα από τον τουρισμό οδηγεί στην αύξηση της ζήτησης για προϊόντα άλλων κλάδων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία. Δημιουργείται έτσι από την πλευρά των προμηθευτών, η ανάγκη επιπρόσθετων εισροών (αρχικών και ενδιάμεσων) για την κάλυψη της επιπλέον ζήτησης των προϊόντων που οι ίδιες παράγουν (οι εκροές που δεν μπορούν να παραχθούν εντός της οικονομίας εισάγονται). Η αλληλεξάρτηση αυτή μεταξύ των παραγωγικών διαδικασιών σε μια οικονομία αποτελεί την έμμεση επίδραση.<sup>26</sup>

Οι κυριότεροι κλάδοι της Ελλάδας που με έμμεσο τρόπο επωφελούνται από τον τουρισμό είναι το Εμπόριο, ο κλάδος της διαχείρισης ακίνητης περιουσίας, όπως και οι Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (δηλαδή τράπεζες και ασφαλιστικές υπηρεσίες όπου η έμμεση επίδραση ξεπερνά τα 570 εκατ. ευρώ). Προκύπτει θετική επίδραση επίσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας στις Κατασκευές και τις Τηλεπικοινωνίες, ενώ σημαντική είναι

<sup>30</sup> Thompson, A., Thompson, H. (2010). Research note: the exchange rate, euro switch and tourism revenue in Greece. *Tourism Economics*, 16 (3). USA.

<sup>31</sup> Methodology for producing the 2011 WTTC/OE Travel and Tourism Economic impact research. World Travel and Tourism Council-Oxford Economics

επιπλέον η συνεισφορά από την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος τόσο στον Πρωτογενή τομέα (Γεωργία, Κτηνοτροφία και Αλιεία) όσο και στην εγχώρια βιομηχανική παραγωγή (Βιομηχανία τροφίμων, παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας κ.ά.<sup>32</sup>

Επιπρόσθετα ο τουρισμός παρέχει σημαντικό έργο και συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην προώθηση της κοινωνικής συνοχής προσφέροντας αναπτυξιακές και επιχειρηματικές ευκαιρίες ιδιαίτερα σε περιοχές της χώρας, όπως τις νησιωτικές, που χαρακτηρίζονται από πληθυσμιακή συρρίκνωση. Ταυτόχρονα ενισχύεται το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων τους μέσα από τις θέσεις εργασίας και απασχόλησης που δημιουργεί συμβάλλοντας στην μείωση του ποσοστού ανεργίας.

Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα χαρακτηρίζεται ως εντάσεως εργασίας, καθώς προκειμένου να παραχθούν αγαθά και υπηρεσίες που σχετίζονται με τη ζήτηση από τους επισκέπτες χρησιμοποιείται συγκριτικά περισσότερη εργασία έναντι κεφαλαιουχικού εξοπλισμού. Βασικό χαρακτηριστικό επίσης γνώρισμα, αποτελεί η διακύμανση που επιδεικνύει στη διάρκεια του έτους, λόγω της εποχικότητας του τουριστικού προϊόντος στην χώρα με αποτέλεσμα να αυξάνεται τους θερινούς μήνες στην αιχμή της τουριστικής ζήτησης.<sup>33</sup>

Η σπουδαιότητα του τουρισμού για την ελληνική οικονομία είναι πολύ σημαντική ενώ ο δυναμισμός του κλάδου παίζει καθοριστικό ρόλο για την οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας. Ο δυναμισμός αυτός αποτελεί την αφετηρία στην οποία πρέπει να βασιστούν οι στρατηγικές που θα εφαρμοστούν και οι πολιτικές που θα αντιμετωπίσουν τη σημαντικότερη αδυναμία του τουρισμού της χώρας που δεν είναι άλλη από την εποχικότητα (περίπου το 60% των αφίξεων και των εσόδων πραγματοποιούνται στο 3ο τρίμηνο και μόλις 6% των αφίξεων και 3% των εσόδων στο 1ο τρίμηνο).

Με άλλα λόγια η αντιμετώπιση της εποχικότητας είναι δυνατό να αντιμετωπιστεί μέσω της συμπλήρωσης και του εμπλουτισμού του βασικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα», που άλλωστε αποτελεί και την μεγαλύτερη αγορά τουρισμού (tourism product) σε όλη την Ευρώπη. Η καταπολέμησή

---

<sup>32</sup> Τράπεζα της Ελλάδος,

<http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

<sup>33</sup> Gartner C. W. (2001) Τουριστική Ανάπτυξη. "Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές", Αθήνα, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ

αυτού του προϊόντος θα αποφέρει τα αντίθετα αποτελέσματα από τα επιθυμητά και συνεπώς δεν ενδείκνυται.

## 4.2 Ελληνικός Τουρισμός στα πλαίσια διεθνούς Ανταγωνισμού

Ο διεθνής τουρισμός έχει διανύσει πολλά στάδια ανάπτυξης και εξέλιξης διαχρονικά μέχρι και σήμερα. Αφού εκδημοκρατίστηκε και μαζικοποιήθηκε, αντιπροσωπεύει πλέον μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα που επιδρά θετικά στην ανάπτυξη πολλών χωρών σε παγκόσμιο επίπεδο. Το 1966, ένας από τους ειδήμονες της παγκόσμιας τράπεζας ο M. D. DAVIS επισήμανε ότι : “ο τουρισμός αντιπροσωπεύει για τις χώρες που βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης πραγματική κινητήριο δύναμη για να αναπτυχθούν, όπως υπήρξε η βιομηχανία στην Ευρώπη το 19ο αιώνα”.<sup>34</sup>

Όσον αφορά την συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη της οικονομίας της Ελλάδας μπορούμε να πούμε ότι οφείλεται σε πολλούς λόγους. Η πολιτιστική κληρονομιά, η μεγάλη ακτογραμμή και το φυσικό κάλλος προσδίδουν στην Ελλάδα σημαντικά συγκριτικά φυσικά πλεονεκτήματα, με αποτέλεσμα να συγκαταλέγεται μεταξύ των κυριότερων τουριστικών προορισμών παγκοσμίως. Βασικό χαρακτηριστικό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί ο γεωγραφικός προσδιορισμός της ζήτησης από το εξωτερικό, καθώς στο σύνολό της σχεδόν προέρχεται από την Ευρωπαϊκή ήπειρο.

Σε παγκόσμιο επίπεδο ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους. Ο ρόλος του τουρισμού είναι καθοριστικός και η δραστηριότητα του κυριαρχεί σε πολλές χώρες ανά τον κόσμο. Επιδρά θετικά σε πολλούς τομείς της οικονομίας και συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών. Κατά την διάρκεια των τελευταίων ετών σημείωσε αξιοσημείωτη μεγέθυνση, συνδεδεμένος άμεσα με την κοινωνικοοικονομική αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς συμβάλλει σημαντικά

---

<sup>34</sup> Dristas, M, (2003). “Tourism in Greece during the 20th century: A way to what sort of development?” , L. Tissot (ed), “Development of a tourist Industry in the 19th and 20th centuries: Technology, Politics and Economy, International Perspectives, NEUCHATEL

στην άνοδο του επιπέδου διαβίωσης των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και, συνακόλουθα, στην ευημερία των πολιτών.<sup>35</sup>

Η αλματώδης ανάπτυξη του τουρισμού (ιδιαίτερα μετά το 1960) οφείλεται σε 4 βασικούς παράγοντες που απέφεραν πολλά οφέλη στην οικονομία των χωρών. Αυτοί οι παράγοντες είναι οι εξής: 1. Η εντυπωσιακή ανάπτυξη και οργάνωση των tour operators (διοχέτευση στο τουριστικό κοινό προσιτών από άποψη κόστους πακέτων) 2. Η επέκταση των θεσμών του κοινωνικού κράτους στις ανεπτυγμένες χώρες (κατοχύρωση του δικαιώματος ετήσιας άδειας, σχεδιασμός και υλοποίηση προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού κλπ.) 3. Η επικράτηση του ταξιδιού διακοπών ως κοινωνικού προτύπου που υποδεικνύει κοινωνική άνοδο 4. Η άποψη των οικονομολόγων των διεθνών οργανισμών ότι ο τουρισμός είναι ένας κλάδος που μπορεί να συμβάλλει θετικά στην οικονομική ανάπτυξη των υποανάπτυκτων χωρών αλλά και όσων αναπτυσσόμενων ή αναπτυγμένων χωρών έχουν τους ανάλογους τουριστικούς πόρους. Παράλληλα οι εξελίξεις στα μέσα μαζικής μεταφοράς σε όλο το κόσμο(χρήση charters) καθώς και τα νέα τεχνολογικά επιτεύγματα (χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών) συνέβαλαν στην εξέλιξη του τουρισμού βοηθώντας στην εξοικονόμηση χρόνου ο οποίος είναι πλέον πολύτιμος στα ταξίδια.<sup>36</sup>

### 4.3 Διαφήμιση του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος

Η διαφήμιση είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Το διαδίκτυο αλλάζει δραματικά το σκηνικό της προβολής και προώθησης των τουριστικών υπηρεσιών σε παγκόσμιο επίπεδο. Είναι πλέον βασικό μέσο μετάδοσης πληροφορίας και επικοινωνίας. Παράλληλα, προσφέρει τη δυνατότητα για πωλήσεις με τη διάδοση των μέσων ηλεκτρονικών πληρωμών στον παγκόσμιο ιστό (ηλεκτρονικό εμπόριο).

Η διεθνής ακαδημαϊκή βιβλιογραφία αλλά και οι στατιστικές της Eurostat έχουν δείξει ότι η διεξόδυση του διαδικτύου ξεκίνησε με αργούς

---

<sup>35</sup> Κοκκώσης Χ.-Τσάρτας Π. (2001). Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον. Αθήνα: Κριτική.

<sup>36</sup> Αυγερινού Σ.-Ζαχαράτος Γ-Ιακωβίδου Όλ.-Κοκκώσης Χ. Κούση Μ.-Μπριασούλη Ε.Σπιλάνης Γ. Τσάρτας Π. (2000). Τουριστική Ανάπτυξη. Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις.. Αθήνα: ΕΞΑΝΤΑΣ



ρυθμούς στη χώρα μας. Ιδιαίτερα σε θέματα ηλεκτρονικού εμπορίου, η Ελλάδα πρέπει να καλύψει γρήγορα το χαμένο έδαφος, κυρίως στον τουριστικό τομέα όπου παγκοσμίως πλέον, ένα μεγάλο μέρος των κρατήσεων από ιδιώτες γίνεται μέσω διαδικτύου. Παρά τη χρονοτριβή και τις όποιες δυσκολίες στην αφομοίωση του διαδικτύου από τις ελληνικές επιχειρήσεις, η εκπροσώπηση της Ελλάδας και της εγχώριας τουριστικής βιομηχανίας είναι αρκετά μεγάλη. Αυτό οφείλεται πρώτα από όλα στο σημαντικό ρόλο που διαδραματίζουν οι ξένες πρωτοβουλίες (tour operators, πολυεθνικές τουριστικές επιχειρήσεις, ιδιώτες κ.λ.π.) που διαφημίζουν στο διαδίκτυο, άμεσα ή έμμεσα, ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς.

Επίσης, η ευρεία διάδοση του διαδικτύου στις χώρες που αποτελούν τις κύριες πηγές ροών τουριστών στην Ελλάδα, αντισταθμίζει τη μικρότερη διείσδυσή του στη χώρα μας. Για αυτό το λόγο, οι υπάρχουσες ιστοσελίδες τουριστικών υπηρεσιών που προωθούν την Ελλάδα, βρίσκουν ευρεία απήχηση στους χρήστες του διαδικτύου στο εξωτερικό. Ωστόσο, χρειάζονται εντατικότερες ενέργειες και ελληνικές πρωτοβουλίες για να επεκταθεί περισσότερο η εκπροσώπηση των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων στο διαδίκτυο.

Σύμφωνα με τη Eurostat, στην Ευρώπη των 25, το 27% των χρηστών που αναζητούν πληροφορίες για τις διακοπές τους ηλεκτρονικά είναι μεταξύ 25 και 54 ετών, ενώ το 26% είναι ακόμη πιο νέας ηλικίας. Το 90% των τουριστικών επιχειρήσεων στον τομέα της στέγασης, διαθέτει ιστοσελίδες, γεγονός που επιτρέπει την προβολή τους αλλά και την άντληση πελατείας μέσω συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών στο διαδίκτυο. Μέσα σε αυτή την εξαιρετικά δυναμική αγορά που προβάλλεται στο διαδίκτυο, η Ελλάδα καλείται να αντιμετωπίσει ισχυρό ανταγωνισμό από παλιούς και νέους ανταγωνιστές.

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι η διαφήμιση<sup>37</sup> αλλά και το διαδίκτυο είναι ιδιαίτερης σημασίας για τη σύγχρονη τουριστική βιομηχανία της χώρας μας. Επιπλέον, προβάλλεται μια ξεκάθαρη εικόνα των προκλήσεων που θέτει το διαδίκτυο στην ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών και είναι πλέον αναμφισβήτητο το γεγονός ότι στην εποχή του διαδικτύου, των

---

<sup>37</sup> Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Τουριστικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Interbooks

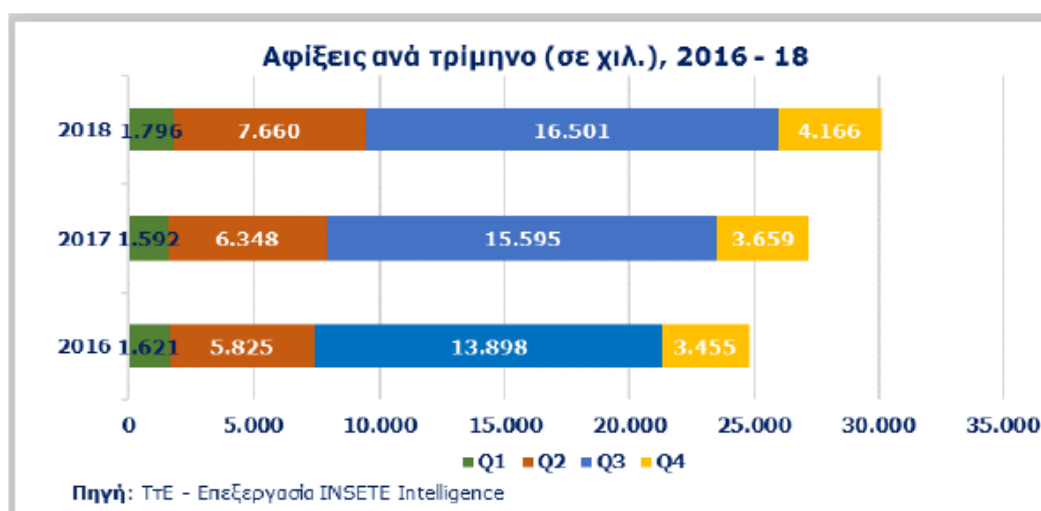
ιστοσελίδων, των ιστολογίων και του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι επιτακτική ανάγκη για την Ελλάδα να εκμεταλλευτεί επιτυχώς τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες που προσφέρει η υψηλή τεχνολογία.

## 5 Στοιχεία Εισερχόμενου Τουρισμού

Ο εισερχόμενος τουρισμός<sup>38</sup> στην Ελλάδα την περίοδο 2016-2018, συνέχισε την ανοδική του πορεία που ξεκίνησε το 2012. Η αύξηση των αφίξεων σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά το 2017 ανήλθε σε +9,7% και το 2018 σε +10,8%, φθάνοντας το 2018 σε νέο ρεκόρ αφίξεων (30.123 χιλ.) από την έναρξη της Έρευνας Συνόρων της ΤΤΕ.

### 5.1 Εισερχόμενος Τουρισμός Συνολικά 2016-2018

Οι αφίξεις των τουριστών<sup>39</sup> στην Ελλάδα εμφανίζουν έντονη εποχικότητα με το 80,2% των αφίξεων για το 2018 να καταγράφονται στα Q2 και Q3 (τουριστική σεζόν), ενώ τα αντίστοιχα μεγέθη για τα Q1 και Q4 ήταν 6,0% και 13,8%. Οι top-5 Ελληνικοί προορισμοί βάσει αφίξεων (Περιφερειακά στοιχεία της ΤΤΕ 2018) είναι η Κεντρική Μακεδονία, το Νότιο Αιγαίο, η Αττική, η Κρήτη και τα Ιόνια Νησιά.



**Σύνολο Αφίξεων 2018** 30.122.781

**Σύνολο Αφίξεων 2005** 24.799.350

**% μεταβολής 2016 - 2018** 21,5%

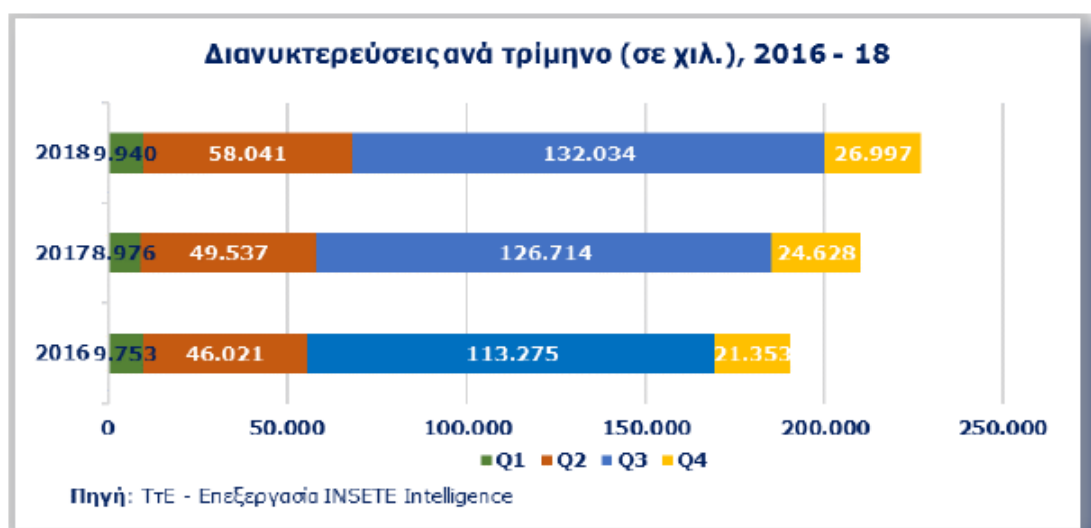
**Top-5 προορισμοί το 2018** Κεν. Μακεδονία, Νότιο Αιγαίο, Αττική, Κρήτη, Ιόνια Νησιά

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

<sup>38</sup> Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

<sup>39</sup> Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Οι διανυκτερεύσεις την περίοδο 2016-2018 κατέγραψαν αύξηση κατά +19,2% (από 190.402 χιλ. Το 2016 σε 227.012 χιλ. το 2018), που αποτελεί την υψηλότερη τιμή από την έναρξη της Έρευνας Συνόρων.



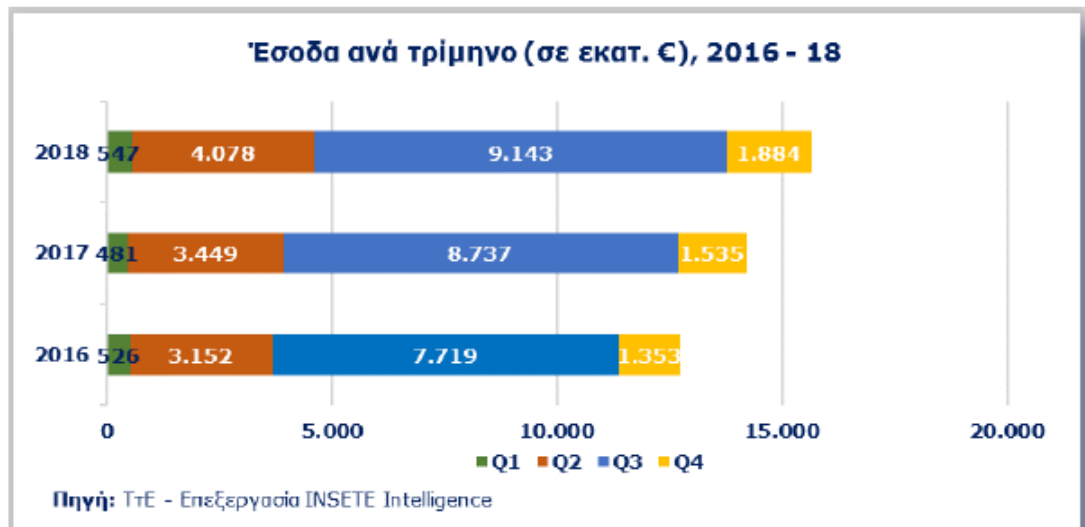
**Σύνολο Διανυκτερεύσεων 2018** 227.011.972

**Σύνολο Διανυκτερεύσεων 2016** 190.401.819

**% μεταβολής 2016 - 2018** 19,2%

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETTE Intelligence

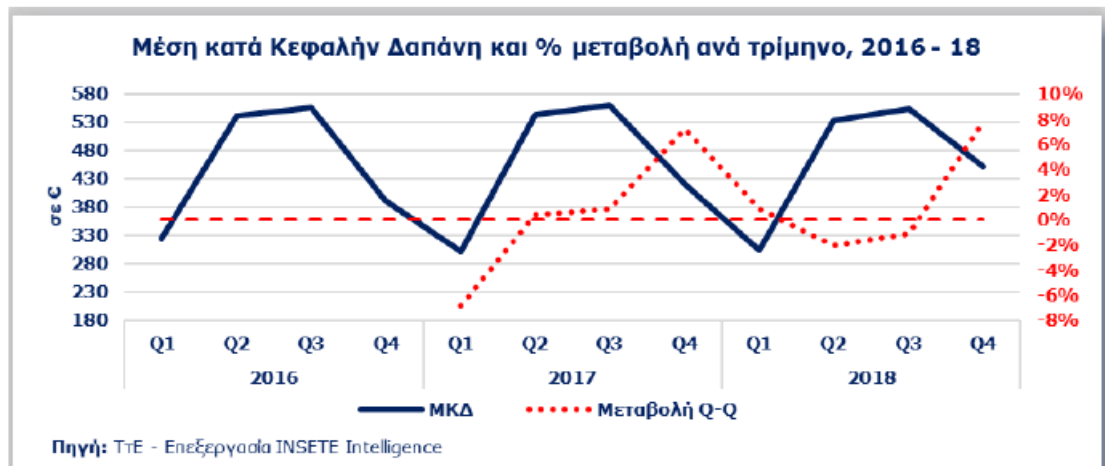
Όσον αφορά την εποχικότητα, το 83,7% των διανυκτερεύσεων για το 2018 καταγράφηκαν στα Q2 και Q3 (τουριστική σεζόν) ενώ τα αντίστοιχα μεγέθη για τα Q1 και Q4 ήταν 4,4% και 11,9%. Θετική είναι η μεταβολή και στις εισπράξεις, καταγράφοντας την περίοδο 2016-2018 αύξηση κατά +22,8% (από € 12,7 δισ. το 2016 σε € 15,7 δισ. το 2018), φθάνοντας το 2018 σε νέο ρεκόρ εισπράξεων. Αναφορικά με την εποχικότητα, το 84,5% των εισπράξεων, όπως είναι φυσικό, καταγράφεται στα Q2 και Q3 (τουριστική σεζόν) ενώ τα αντίστοιχα μεγέθη για τα Q1 και Q4 ήταν 3,5% και 12,0%.



<b>Σύνολο Εισπράξεων 2018</b>	<b>15.653.185.629</b>
<b>Σύνολο Εισπράξεων 2016</b>	<b>12.749.275.919</b>
<b>% επί του συνόλου</b>	<b>22,8%</b>

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για το 2018 διαμορφώθηκε στα € 519,6, υψηλότερη κατά +1,1% από την ΜΚΔ που καταγράφηκε το 2016 (€ 514,1). Επιμέρους, το 2017 σημειώθηκε αύξηση κατά +1,6% στα € 522,3 ενώ το 2018 μείωση κατά -0,5% στα € 519,6. Η Μέση Ημερήσια Δαπάνη (ΜΗΔ) εμφανίζει παρόμοια εικόνα με την ΜΚΔ, καταγράφοντας αύξηση κατά +3,0% (από € 67,0 το 2016 σε € 69,0 το 2018). Σε αντίθεση με την ΜΚΔ, η ΜΗΔ σημειώνει αύξηση τα έτη 2016-2018. Συγκεκριμένα, 2017: +1,1% στα € 67,7 και 2018: +1,9% στα € 69,0. Σε αντίθεση με τους υπόλοιπους δείκτες, η Μέση Διάρκεια Παραμονής σημειώνει την περίοδο 2016-2018 πτώση κατά -1,8% (από 7,7 ημέρες το 2016 σε 7,5 ημέρες το 2018).

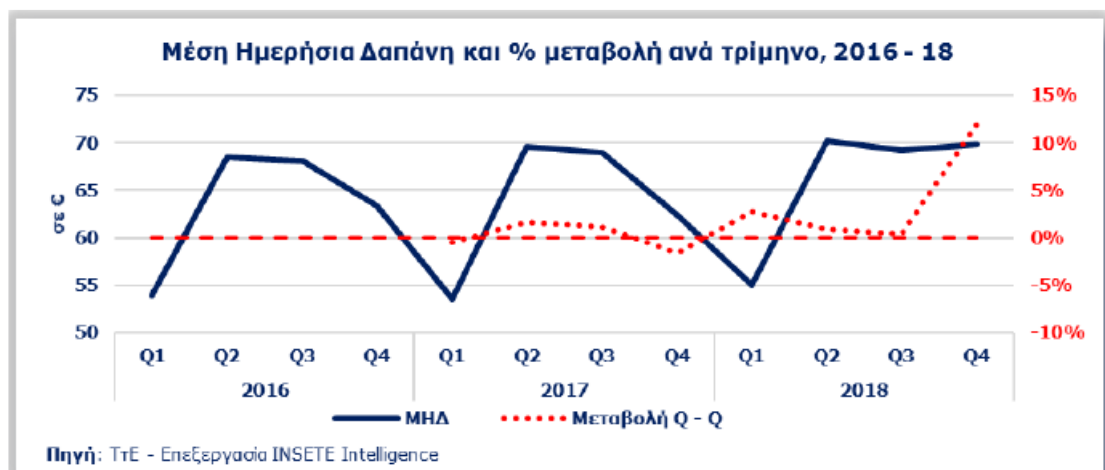


**Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη το 2018** 519,6

**Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη το 2016** 514,1

**% μεταβολής 2016 - 2018** 1,1%

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETTE Intelligence



**Μέση Ημερήσια Δαπάνη το 2018** 69,0

**Μέση Ημερήσια Δαπάνη το 2016** 67,0

**% μεταβολής 2016 - 2018** 3,0%

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETTE Intelligence



<b>Μέση Διάρκεια Παραμονής το 2018</b>	<b>7,5</b>
<b>Μέση Διάρκεια Παραμονής το 2016</b>	<b>7,7</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>-1,8%</b>

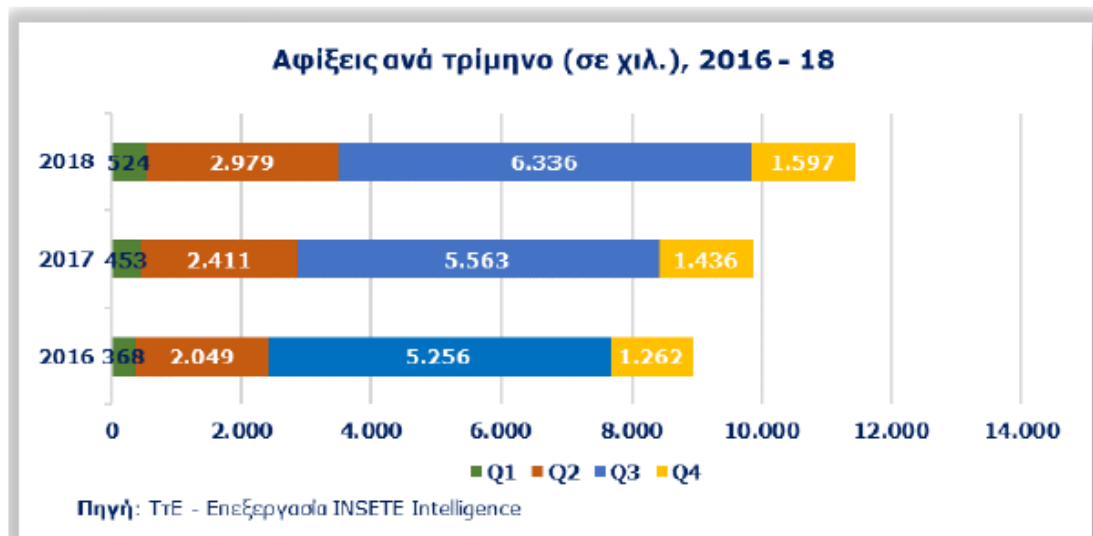
Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Επιμέρους, η εικόνα είναι μικτή, 2017: +0,5% στις 7,7 ημέρες και 2018: -2,3% στις 7,5 ημέρες. Επίσης, σύμφωνα με τα διαγράμματα οι υψηλότερες τιμές σε όλους τους δείκτες, όπως είναι φυσικό, καταγράφονται στα Q2 και Q3 (τουριστική περίοδος).

## 5.2 Εισερχόμενος τουρισμός από χώρες ζώνης του Ευρώ

Ο εισερχόμενος τουρισμός<sup>40</sup> στην Ελλάδα από χώρες της ζώνης του Ευρώ παρουσίασε αύξηση την περίοδο 2016- 2018 κατά +28,0% (από 8,9 εκατ. το 2016 σε 11,4 εκατ. το 2018). Συγκεκριμένα, το 2017 σημειώθηκε αύξηση κατά +10,4% στα 9,9 εκατ. αφίξεις και το 2018 αύξηση κατά +15,9% στα 11,4 εκατ. αφίξεις.

<sup>40</sup> Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence



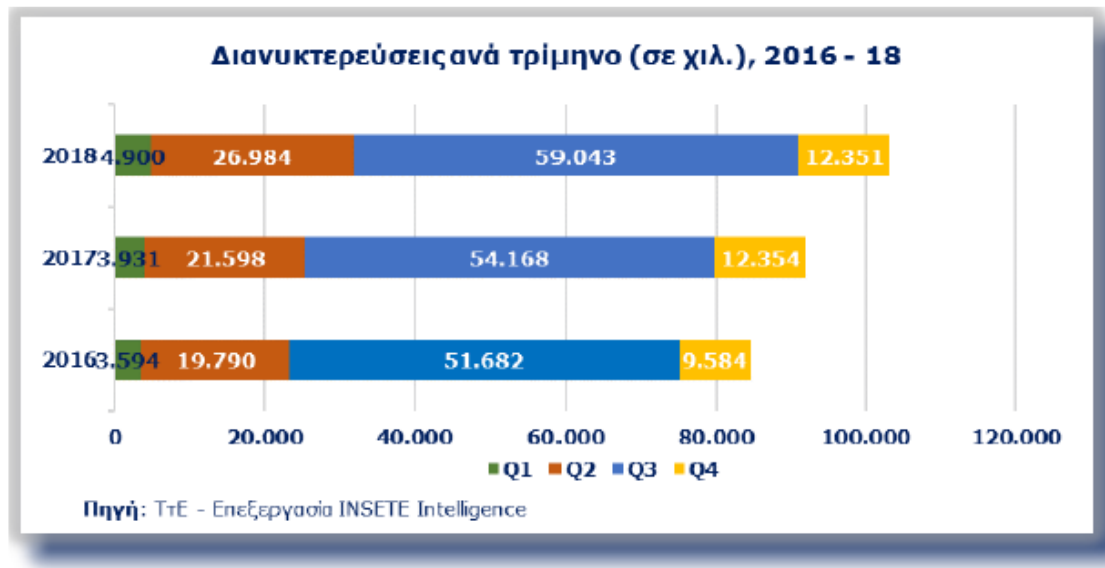
<b>Σύνολο Αφίξεων 2018</b>	<b>11.436.439</b>
<b>Σύνολο Αφίξεων 2016</b>	<b>8.934.923</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>28,0%</b>

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Οι αφίξεις από Χώρες της Ευρωζώνης στην Ελλάδα εμφανίζουν έντονη εποχικότητα με το 81,5% των αφίξεων για το 2018 να καταγράφονται στα Q2 και Q3 (τουριστική σεζόν), ενώ τα αντίστοιχα μεγέθη για τα Q1 και Q4 ήταν 4,6% και 14,0%.

Οι διανυκτερεύσεις από τις χώρες της ζώνης του Ευρώ σημείωσαν αύξηση την περίοδο 2016-2018 κατά +22,0% (από 84,7 εκατ. το 2016 σε 103,3 εκατ. Το 2018). Επιμέρους, το 2017 σημειώθηκε αύξηση διανυκτερεύσεων κατά +8,7% στις 92,1 εκατ. και το 2018 αύξηση κατά +12,2% στις 103,3 εκατ. Η πλειονότητα των διανυκτερεύσεων (83,3%) για το 2018, όπως είναι φυσικό, εντοπίζεται στα Q2 και Q3 όπου καταγράφεται και ο μεγαλύτερος αριθμός τουριστών. Στα Q1 και Q4 καταγράφεται το 4,7% και 12,0% των διανυκτερεύσεων αντίστοιχα.

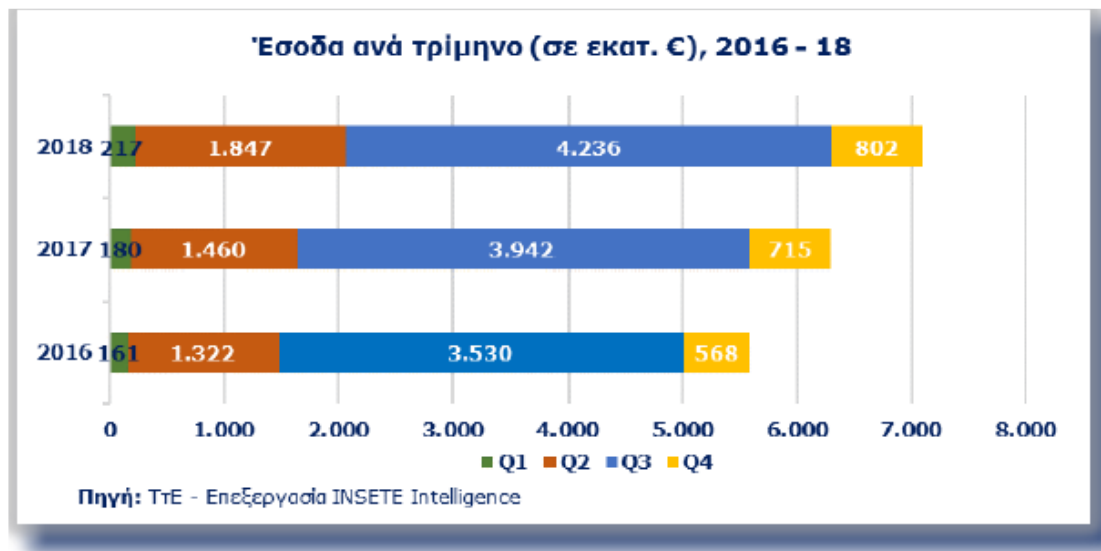




<b>Σύνολο Διανυκτερεύσεων 2018</b>	<b>103.278.214</b>
<b>Σύνολο Διανυκτερεύσεων 2016</b>	<b>84.650.452</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>22,0%</b>

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Οι εισπράξεις σημείωσαν αύξηση την περίοδο 2016- 2018 κατά +27,3% (από € 5,6 δισ. το 2016 σε € 7,1 δισ. το 2018). Συγκεκριμένα, το 2017 οι εισπράξεις σημείωσαν αύξηση κατά +12,8% στα € 6,3 δισ. και το 2018 αύξηση κατά +12,8% στα € 7,1 δισ. Αναφορικά με την εποχικότητα, η πλειοψηφία των εισπράξεων (85,6%) για το 2018 σημειώνεται στα Q2 και Q3 (τουριστική σεζόν) ενώ τα αντίστοιχα μεγέθη για τα Q1 και Q4 ήταν 3,1% και 11,3%.



<b>Σύνολο Εισπράξεων 2018</b>	<b>7.102.165.073</b>
<b>Σύνολο Εισπράξεων 2016</b>	<b>5.580.364.551</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>27,3%</b>

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

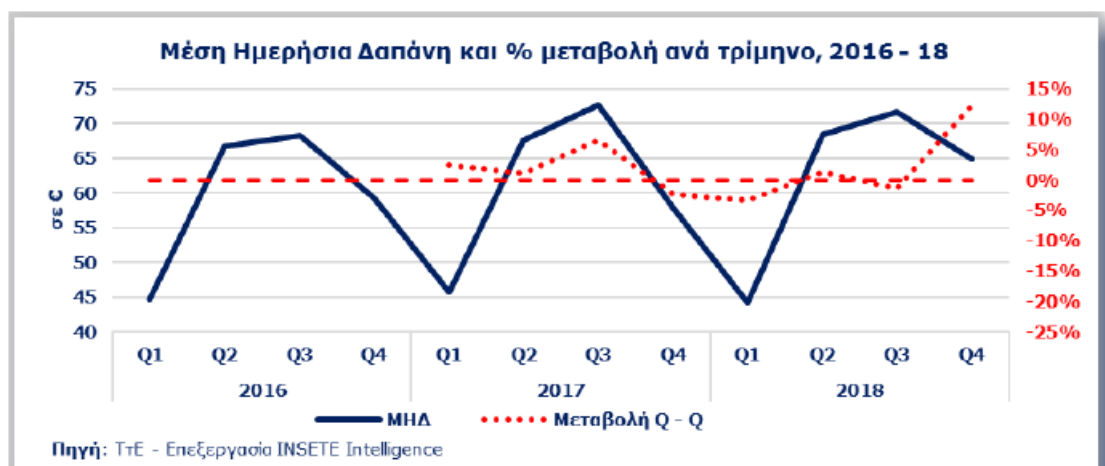
Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) του εισερχόμενου τουρισμού από Χώρες της Ευρωζώνης στην Ελλάδα για το 2018 διαμορφώθηκε στα € 621,0, χαμηλότερη κατά -0,6% από την ΜΚΔ που καταγράφηκε το 2016 (€ 624,6). Συγκεκριμένα, το 2017 σημειώθηκε αύξηση στην ΜΚΔ κατά +2,2% στα € 638,3 ενώ το 2018 μείωση κατά -2,7% στα € 621,0. Επίσης, για το 2018 η ΜΚΔ των Χωρών της Ευρωζώνης ήταν υψηλότερη κατά 19,5% σε σύγκριση με αυτή του συνόλου της χώρας (€ 621,0 έναντι € 519,6).



<b>Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη το 2018</b>	621,0
<b>Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη το 2016</b>	624,6
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	-0,6%

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETTE Intelligence

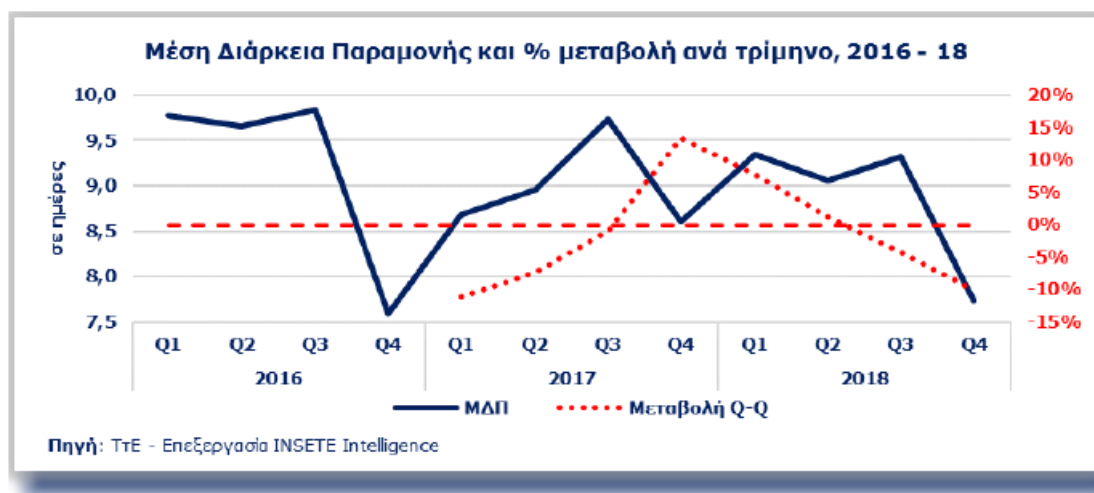
Αντίθετα με την ΜΚΔ, η Μέση Ημερήσια Δαπάνη την περίοδο 2016-2018 καταγράφει αύξηση κατά +4,3% (από € 65,9 το 2016 σε € 68,8 το 2018). Ενδεικτικά, το 2017 σημειώθηκε αύξηση κατά +3,8% στα € 68,4 και το 2018 αύξηση κατά +0,5% στα € 68,8. Η ΜΗΔ των χωρών της Ευρωζώνης το 2018 ήταν χαμηλότερη κατά 0,3% αυτής του συνόλου της χώρας (€ 68,8 έναντι € 69,0).



<b>Μέση Ημερήσια Δαπάνη το 2018</b>	68,8
<b>Μέση Ημερήσια Δαπάνη το 2016</b>	65,9
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	4,3%

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETTE Intelligence

Η εικόνα στην Μέση Διάρκεια Παραμονής είναι παρόμοια με την ΜΚΔ (αν και με πιο έντονο ρυθμό). Συγκεκριμένα, η Μέση Διάρκεια Παραμονής καταγράφει μείωση την περίοδο 2016-2018 κατά -4,7% (από 9,5 ημέρες το 2016 σε 9,0 ημέρες το 2018). Συγκεκριμένα, το 2017 σημειώθηκε μείωση κατά -1,5% στις 9,3 ημέρες και το 2018 μείωση κατά -3,2% στις 9,0 ημέρες. Τέλος, η ΜΔΠ των χωρών της Ευρωζώνης ήταν υψηλότερη κατά 19,8% αυτής του συνόλου της χώρας (9,0 ημέρες έναντι 7,5 ημέρες).



<b>Μέση Διάρκεια Παραμονής το 2018</b>	<b>9,0</b>
<b>Μέση Διάρκεια Παραμονής το 2016</b>	<b>9,5</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>-4,7%</b>

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

### 5.3 Εισερχόμενος Τουρισμός από χώρες ΕΕ εκτός ζώνης Ευρώ

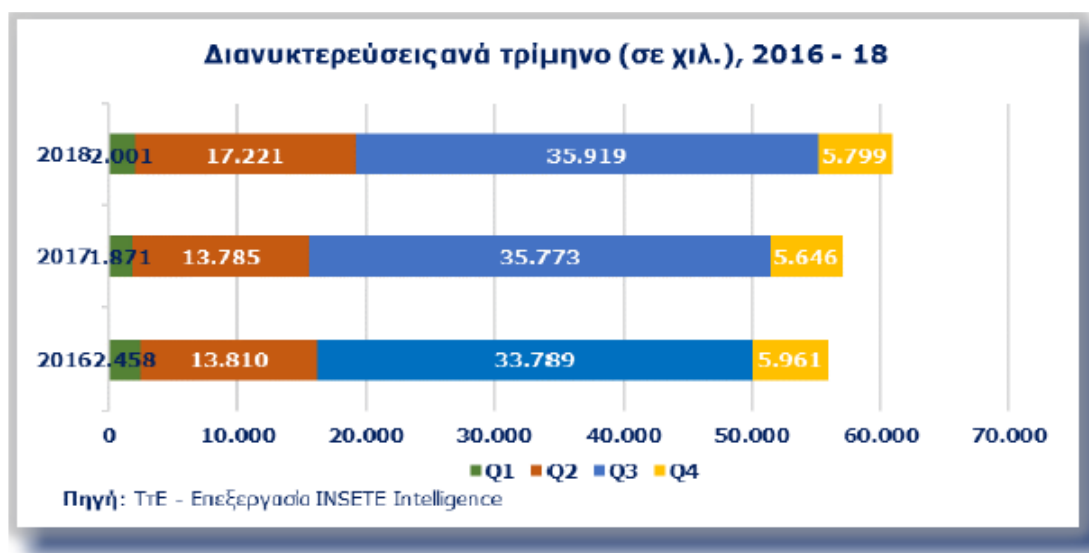
Ο εισερχόμενος τουρισμός<sup>41</sup> στην Ελλάδα από χώρες της ΕΕ εκτός της ζώνης του Ευρώ την περίοδο 2016-2018 παρουσίασε αύξηση κατά +20,3% (από 8,3 εκατ. το 2016 σε 10,0 εκατ. το 2018). Συγκεκριμένα, 2017: +5,3% στα 8,7 εκατ. και 2018: +14,2% στα 10,0 εκατ. αφίξεις.

Οι αφίξεις από Χώρες της ΕΕ εκτός της ζώνης των Ευρώ στην Ελλάδα εμφανίζουν έντονη εποχικότητα με το 82,8% των αφίξεων για το 2018 να καταγράφονται στα Q2 και Q3 (τουριστική σεζόν), ενώ τα αντίστοιχα μεγέθη για τα Q1 και Q4 ήταν 5,5% και 11,7%.

Οι διανυκτερεύσεις την εξεταζόμενη περίοδο σημείωσαν αύξηση κατά +8,8% (από 56,0 εκατ. το 2016 σε 60,9 εκατ. το 2018). Ενδεικτικά, 2017:

<sup>41</sup> Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

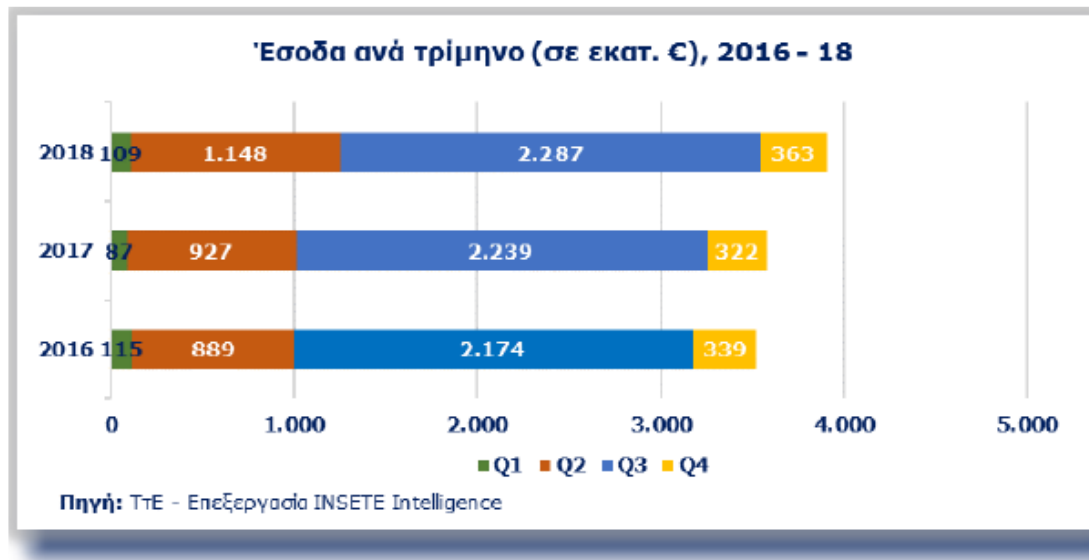
+1,9% στις 57,1 εκατ. διανυκτερεύσεις και 2018: +6,8% στις 60,9 εκατ. διανυκτερεύσεις. Η έντονη εποχικότητα είναι εμφανής και στις διανυκτερεύσεις με το 87,2% των διανυκτερεύσεων για το 2018 να καταγράφεται στα Q2 και Q3. Τα μερίδια στα Q1 και Q4 ήταν 3,3% και 9,5% αντίστοιχα.



<b>Σύνολο Διανυκτερεύσεων 2018</b>	<b>60.940.585</b>
<b>Σύνολο Διανυκτερεύσεων 2016</b>	<b>56.017.892</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>8,8%</b>

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

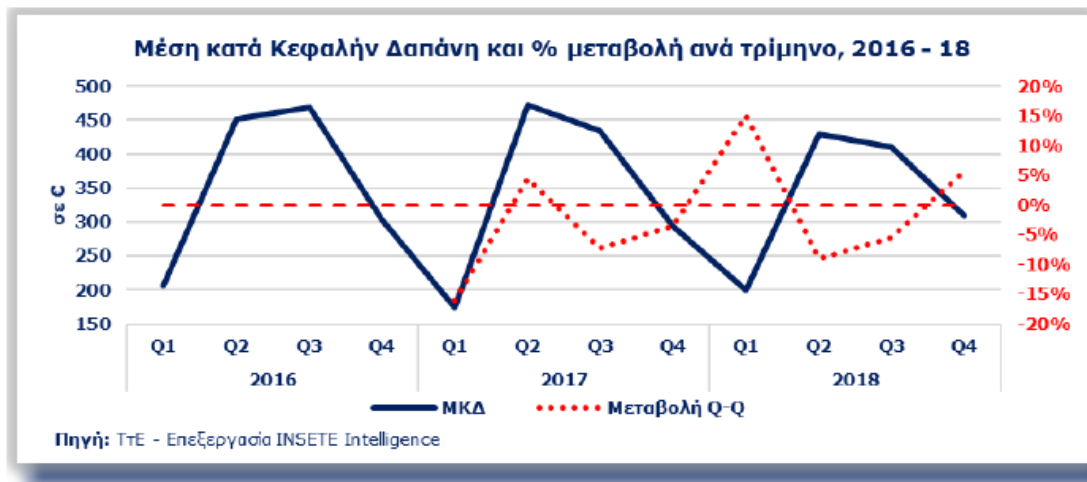
Αναφορικά με τις εισπράξεις, η εικόνα είναι θετική, σημειώνοντας την εξεταζόμενη περίοδο αύξηση κατά +11,1% (από € 3,5 δισ. το 2016 σε € 3,9 δισ. το 2018). Ενδεικτικά, 2017: +1,7% στα € 3,6 δισ. και 2018: +9,2% στα € 3,9 δισ. Έντονη είναι η εποχικότητα των εισπράξεων στις Χώρες της ΕΕ εκτός της ζώνης του Ευρώ με την πλειονότητα (87,9%) να εντοπίζεται στα Q2 και Q3 (τουριστική σεζόν) ενώ τα αντίστοιχα μεγέθη για τα Q1 και Q4 ήταν 2,8% και 9,3%.



<b>Σύνολο Εισπράξεων 2018</b>	<b>3.906.527.649</b>
<b>Σύνολο Εισπράξεων 2016</b>	<b>3.517.070.179</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>11,1%</b>

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) του εισερχόμενου τουρισμού από Χώρες της ΕΕ εκτός της ζώνης του Ευρώ στην Ελλάδα για το 2018 διαμορφώθηκε στα € 392,2 χαμηλότερη κατά -7,7% από την ΜΚΔ που καταγράφηκε το 2016 (€ 424,7). Ενδεικτικά, 2017: -3,4% στα € 410,1 και 2018: -4,4% στα € 392,2. Επίσης, για το 2018 η ΜΚΔ των Χωρών ΕΕ εκτός Ευρωζώνης ήταν χαμηλότερη κατά 24,5% σε σύγκριση με αυτή του συνόλου της χώρας (€ 392,2 έναντι € 519,6).



<b>Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη το 2018</b>	392,2
<b>Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη το 2016</b>	424,7
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	-7,7%

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETTE Intelligence

Η Μέση Ημερήσια Δαπάνη των Χωρών της ΕΕ εκτός της ζώνης του Ευρώ σημειώνει αύξηση την περίοδο 2016-2018 κατά +2,1% (από € 62,8 το 2016 σε € 64,1 το 2018). Επιμέρους, 2017: -0,2% στα € 62,7 και 2018: +2,3% στα € 64,1. Η ΜΗΔ των χωρών ΕΕ εκτός Ευρωζώνης το 2018 ήταν χαμηλότερη κατά 7,0% αυτής του συνόλου της χώρας (€ 64,1 έναντι € 69,0).

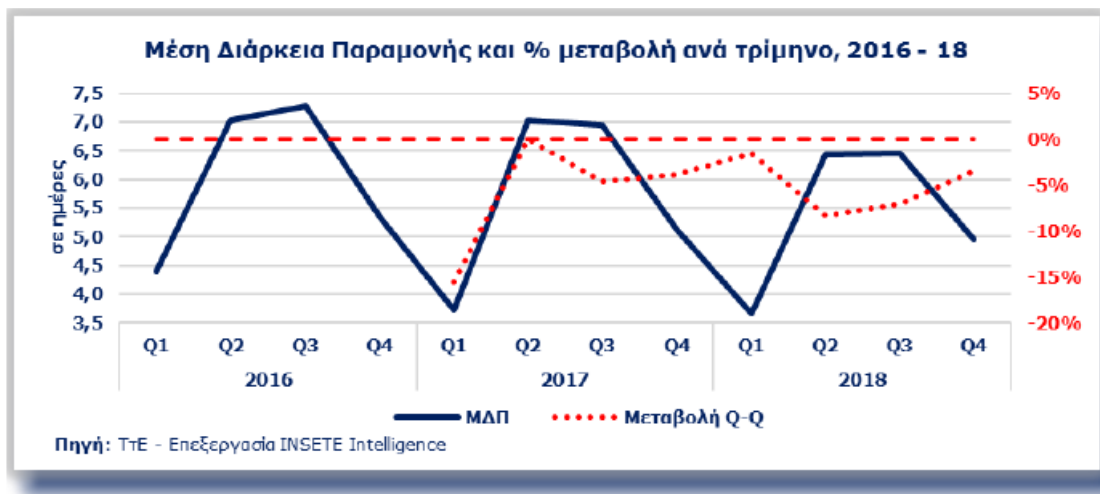


<b>Μέση Ημερήσια Δαπάνη το 2018</b>	64,1
<b>Μέση Ημερήσια Δαπάνη το 2016</b>	62,8
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	2,1%

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETTE Intelligence

Παρόμοια εικόνα με την ΜΚΔ παρατηρείται και την Μέση Διάρκεια Παραμονής. Συγκεκριμένα, η Μέση Διάρκεια Παραμονής καταγράφει πτώση

την περίοδο 2016-2018 κατά -9,6% (από 6,8 ημέρες το 2016 σε 6,1 ημέρες το 2018). Επιμέρους, 2017: -3,2% στις 6,5 ημέρες και 2018: -6,5% στις 6,1 ημέρες. Τέλος, η ΜΔΠ των χωρών της ΕΕ εκτός Ευρωζώνης ήταν χαμηλότερη κατά 18,8% αυτής του συνόλου της χώρας (6,1 ημέρες έναντι 7,5 ημέρες).



<b>Μέση Διάρκεια Παραμονής το 2018</b>	<b>6,1</b>
<b>Μέση Διάρκεια Παραμονής το 2016</b>	<b>6,8</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>-9,6%</b>

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Επίσης, σύμφωνα με τα διαγράμματα οι υψηλότερες τιμές σε όλους τους δείκτες, όπως είναι φυσικό, καταγράφονται στα Q2 και Q3.

#### 5.4 Εισερχόμενος Τουρισμός από λοιπές χώρες

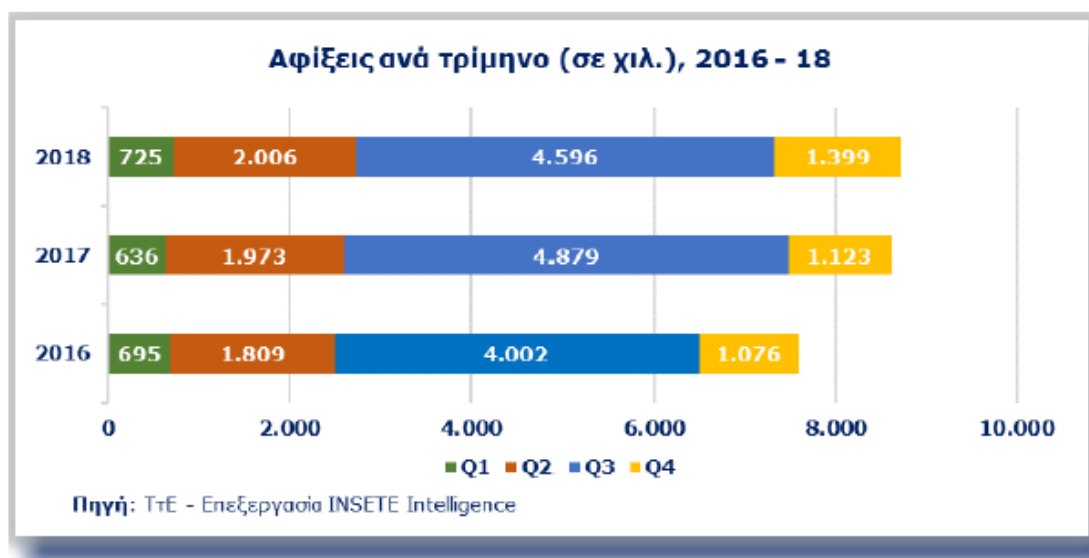
Ο εισερχόμενος τουρισμός<sup>42</sup> στην Ελλάδα από τις Λοιπές Χώρες καταγράφει την περίοδο 2016-2018 αύξηση κατά +15,1% (από 7,6 εκατ. το 2016 σε 8,7 εκατ. το 2018). Συγκεκριμένα, 2017: +13,6% στα 8,6 εκατ. αφίξεις και 2018: +1,3% στα 8,7 εκατ. το 2018.

Οι αφίξεις από τις Λοιπές Χώρες στην Ελλάδα επίσης εμφανίζουν εποχικότητα (αν και πιο ήπια σε σύγκριση με τις χώρες της Ευρωζώνης και της χώρας ΕΕ εκτός της ζώνης του Ευρώ), με το 75,7% των αφίξεων για το 2018 να καταγράφονται στα Q2 και Q3 (τουριστική σεζόν), ενώ τα αντίστοιχα

<sup>42</sup> Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence



μεγέθη για τα Q1 και Q4 ήταν 8,3% και 16,0%.

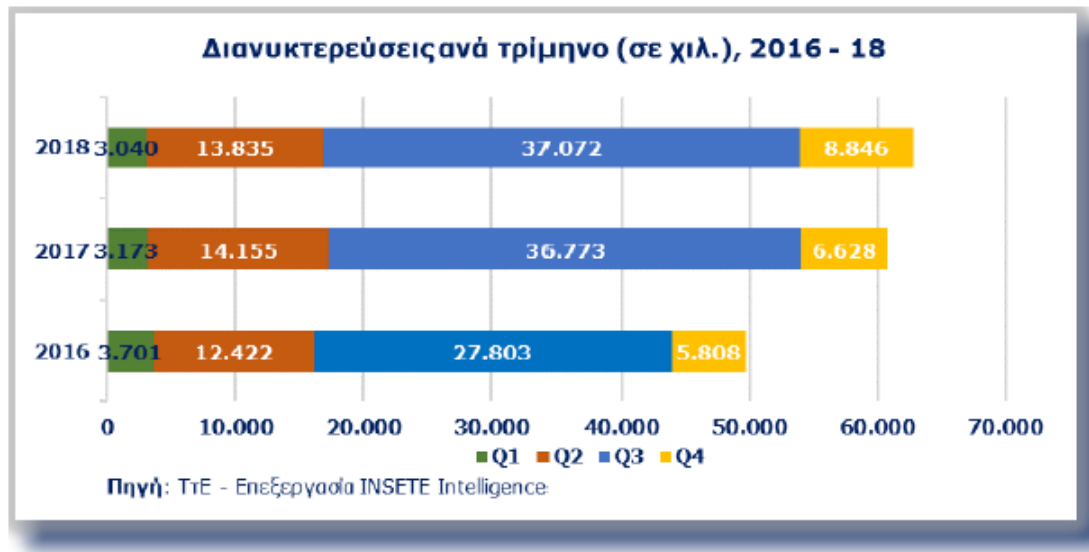


<b>Σύνολο Αφίξεων 2018</b>	<b>8.725.264</b>
<b>Σύνολο Αφίξεων 2016</b>	<b>7.582.501</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>15,1%</b>

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Οι διανυκτερεύσεις την περίοδο 2016-2018 σημείωσαν αύξηση κατά +26,3% (από 49,7 εκατ. το 2016 σε 62,8 εκατ. το 2018). Ενδεικτικά, 2017: +22,1% στις 60,7 εκατ. διανυκτερεύσεις και 2018: +3,4% στις 62,8 εκατ. διανυκτερεύσεις. Εποχικότητα παρατηρείται και στις διανυκτερεύσεις με το 81,1% για το 2018 να καταγράφεται στα Q2 και Q3, ενώ τα αντίστοιχα μεγέθη

για τα Q1 και Q4 ήταν 4,8% και 14,1% αντίστοιχα.

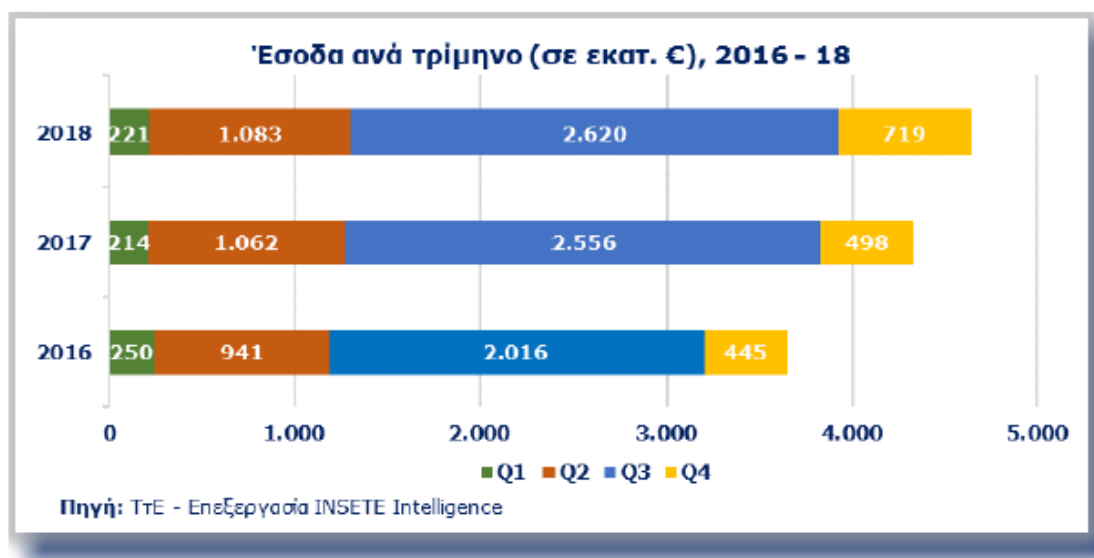


<b>Σύνολο Διανυκτερεύσεων 2018</b>	<b>62.793.173</b>
<b>Σύνολο Διανυκτερεύσεων 2016</b>	<b>49.733.475</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>26,3%</b>

Πηγή: TTE - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Παρόμοια είναι η εικόνα και στις εισπράξεις, +27,2% (από € 3,7 δισ. το 2016 σε € 4,6 δισ. το 2018). Ενδεικτικά, 2017: +18,6% στα € 4,3 δισ. και 2018: +7,3% στα € 4,6 δισ. Εποχικότητα παρατηρείται και στις εισπράξεις με το 79,7% για το 2018 να καταγράφεται τα Q2 και Q3, ενώ τα αντίστοιχα

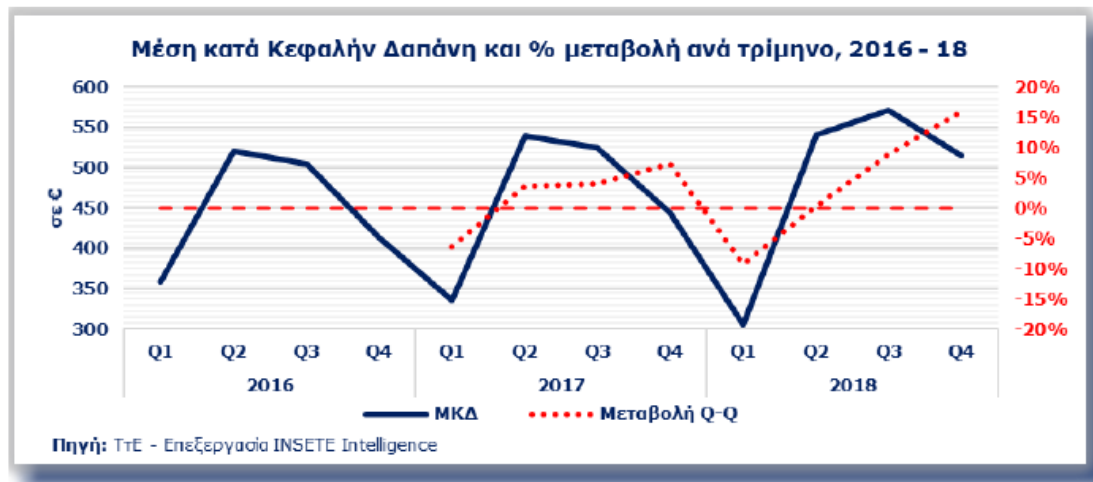
μεγέθη για τα Q1 και Q4 ήταν 4,8% και 15,5% αντίστοιχα.



<b>Σύνολο Εισπράξεων 2018</b>	<b>4.644.492.907</b>
<b>Σύνολο Εισπράξεων 2016</b>	<b>3.651.841.189</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>27,2%</b>

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

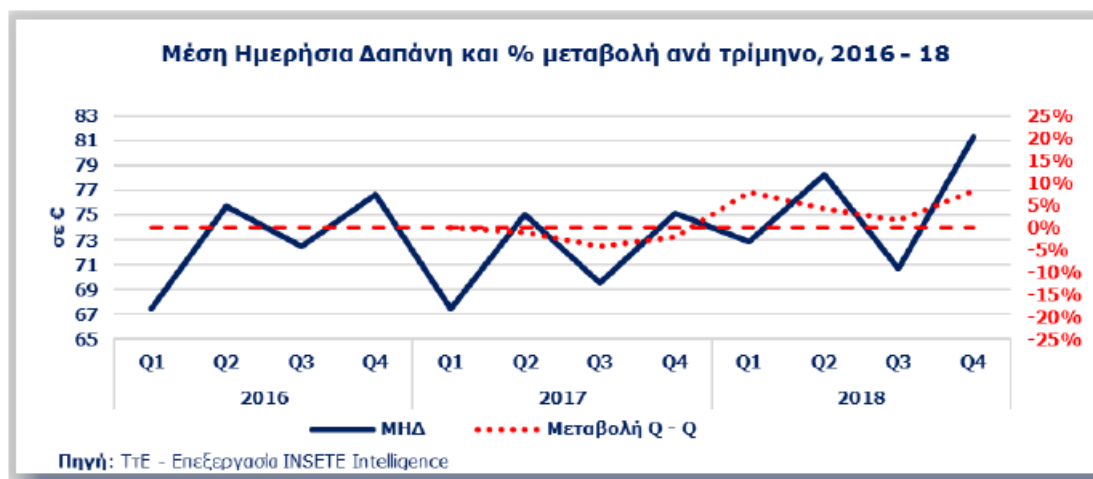
Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) του εισερχόμενου τουρισμού από τις Λοιπές Χώρες στην Ελλάδα για το 2018 διαμορφώθηκε στα € 532,3, υψηλότερη κατά +10,5% από την ΜΚΔ που καταγράφηκε το 2016 (€ 481,6). Ενδεικτικά, 2017: +4,4% στα € 502,9 και 2018: +5,9% στα € 532,3. Επίσης, για το 2018 η ΜΚΔ των Λοιπών Χωρών ήταν υψηλότερη κατά 2,4% σε σύγκριση με αυτή του συνόλου της χώρας (€ 532,3 έναντι € 519,6).



<b>Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη το 2018</b>	<b>532,3</b>
<b>Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη το 2016</b>	<b>481,6</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>10,5%</b>

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

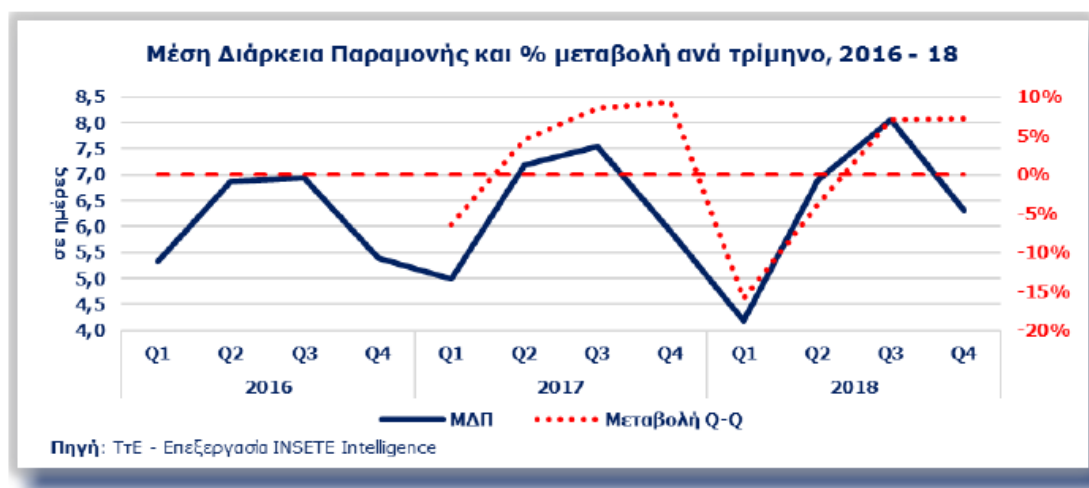
Η Μέση Ημερήσια Δαπάνη εμφανίζει παρόμοια εικόνα με την ΜΚΔ (αν και με πιο ήπιους ρυθμούς). Συγκεκριμένα, η Μέση Ημερήσια Δαπάνη καταγράφει αύξηση κατά +0,7% (από € 73,4 το 2016 σε € 74,0 το 2018). Επιμέρους, 2017: -2,9% στα € 71,3 και 2018: +3,7% στα € 74,0. Η ΜΗΔ των Λοιπών Χωρών το 2018 ήταν υψηλότερη κατά 7,3% αυτής του συνόλου της χώρας (€ 74,0 έναντι € 69,0).



<b>Μέση Ημερήσια Δαπάνη το 2018</b>	<b>74,0</b>
<b>Μέση Ημερήσια Δαπάνη το 2016</b>	<b>73,4</b>
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	<b>0,7%</b>

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Παρόμοια εικόνα με την ΜΚΔ σημειώνει η Μέση Διάρκεια Παραμονής, καταγράφοντας την περίοδο 2016-2018 αύξηση κατά +9,7% (από 6,6 ημέρες το 2016 σε 7,2 ημέρες το 2018). Επιμέρους, 2017: +7,5% στις 7,1 ημέρες και 2018: +2,0% στις 7,2 ημέρες. Τέλος, η ΜΔΠ των Λοιπών Χωρών ήταν χαμηλότερη κατά 4,5% αυτής του συνόλου της χώρας (7,2 ημέρες έναντι 7,5 ημέρες).



<b>Μέση Διάρκεια Παραμονής το 2018</b>	7,2
<b>Μέση Διάρκεια Παραμονής το 2016</b>	6,6
<b>% μεταβολής 2016 - 2018</b>	9,7%

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία INSETTE Intelligence

## 5.5 Συνεισφορά του τουρισμού στην Οικονομική Ανάπτυξη της Ελλάδας 2016-2018

43	2018	2017	2016
----	------	------	------

<sup>43</sup> Τ ΤΕ - Επεξεργασία I NSE T E I ntelligenc e

Συνολική συμμετοχή στο ΑΕΠ	30,90%	27,30%	18,60%
Συνολική συμμετοχή στην απασχόληση	25,90%	24,80%	23,40%
Συνολική Απασχόληση	988.600	934.500	860.315
Έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό	15,6 δις. €	14,2 δις. €	12,7 δις. €
Αφίξεις μη κατοίκων	30,1 εκατ.	27,2 εκατ.	24,7 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	520 €	522 €	514 €
<b>Εποχικότητα</b>	54,8% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο	57,3% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
<b>Συγκέντρωση Προσφοράς</b>	70% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας	70% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας	70% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας
<b>Ξενοδοχειακή Υποδομή</b>	10.121 ξενοδοχεία / 798.650 κλίνες	9.783 ξενοδοχεία / 806.045 κλίνες	9.730 ξενοδοχεία / 788.553 κλίνες

Πηγή: Τ ΤΕ - Ε πεξεργασία I NSE T E I ntelligenc e

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε μια συνεχόμενη αυξανόμενη συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας. Συγκεκριμένα από το 2016 έως το 2018 η συνεισφορά του τουρισμού έχει σχεδόν διπλασιαστεί αγγίζοντας το 31%. Αυτό σημαίνει πως το 1/3 σχεδόν του ΑΕΠ της χώρας μας προέρχεται κυρίως από τον τουρισμό δείχνοντας πόσο σημαντικός είναι αυτός ο τομέας για την Ελλάδα.

Εκτός από τα έσοδα, ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά και στην μείωση της ανεργίας καθώς το ¼ του εργατικού δυναμικού απασχολείται στον τομέα του τουρισμού σταθερά από το 2016 με μικρή ανοδική πορεία μέχρι το 2018.

Τα έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό βαίνουν αυξανόμενα από το 2016 και μετά φτάνοντας τα 15,6 δις. το 2018, σχεδόν 3 δις υψηλότερα από το 2016. Αντίστοιχα οι αφίξεις μη κατοίκων ακολουθούν την ίδια ανοδική πορεία αυξανόμενα κάθε έτος κατά 3 εκατ. Φτάνοντας το 2018 στους 30,1 εκατ. Τουρίστες.

Στα παραπάνω είναι σημαντικό να προσθέσουμε την έντονη εποχικότητα που παρουσιάζει ο τουρισμός στην Ελλάδα καθώς τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούλιο – Αύγουστο – Σεπτέμβριο, μας επισκέπτεται κατά μέσο όρο το 55% του συνόλου των τουριστών. Αυτό συντελεί στην ύπαρξη εποχιακής ανεργίας ωστόσο δεν αμφισβητείται η συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση.

## 5.6 Συμπεράσματα και Προτάσεις

### 5.6.1 Συμπεράσματα

Συμπερασματικά<sup>44</sup>, η Ελλάδα εμφανίζει εποχικότητα με το 80,2% των αφίξεων, το 83,7% των διανυκτερεύσεων και το 84,5% των εισπράξεων για το 2018 να καταγράφεται την τουριστική περίοδο. Τέλος, η εποχικότητα αυτή είναι η συνυφασμένη με το κυρίαρχο τουριστικό προϊόν Ήλιος & Θάλασσα που αποτελεί την ναυαρχίδα του ελληνικού τουρισμού. Μπορούμε να αναφέρουμε ότι οι βασικοί δείκτες του εισερχόμενου τουρισμού, παρά την αύξηση στα βασικά μεγέθη (αφίξεις, διανυκτερεύσεις και έσοδα) εμφανίζουν οριακές αυξήσεις (ΜΚΔ και ΜΗΔ) ή μείωση (ΜΔΠ).

Σχετικά με τις χώρες της Ευρωζώνης, παρατηρούμε ότι η μείωση της ΜΚΔ στους τουρίστες οφείλεται εξ' ολοκλήρου στην μείωση της Μέσης Διάρκειας Παραμονής, αφού η Μέση Ημερήσια Δαπάνη αυξήθηκε την περίοδο 2016-2018.

Από τις Χώρες της ΕΕ εκτός της ζώνης του Ευρώ, μπορούμε να αναφέρουμε ότι παρόλο που οι αφίξεις την περίοδο 2016-2018 αυξήθηκαν κατά +20,3% οι αυξήσεις που καταγράφηκαν στις διανυκτερεύσεις και στα έσοδα ήταν αισθητά χαμηλότερες, +8,8% και +11,1% αντίστοιχα. Παρατηρούμε ότι η μείωση στην ΜΚΔ των τουριστών από χώρες της ΕΕ εκτός της ζώνης του Ευρώ οφείλεται στην μείωση της Μέσης Διάρκειας Παραμονής αφού η Μέση Ημερήσια Δαπάνη σημειώνει αύξηση.

Για τις Λοιπές Χώρες την περίοδο 2016-2018, μπορούμε να αναφέρουμε ότι παρόλο που οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά +15,1% οι αυξήσεις που καταγράφηκαν στις διανυκτερεύσεις και στα έσοδα ήταν αισθητά

---

<sup>44</sup> Πηγή: Τ τΕ - Επεξεργασία | NSE T E I ntelligenc e

υψηλότερες, +26,3% και +27,2% αντίστοιχα. Παρατηρούμε ότι η αύξηση στην ΜΚΔ των τουριστών από τις Λοιπές Χώρες οφείλεται πρωτίστως στην αύξηση της Μέσης Διάρκειας Παραμονής και δευτερευόντως στην οριακή αύξηση της Μέσης Ημερήσιας Δαπάνης.

### 5.6.2 Προτάσεις

Ένα από τα κύρια φαινόμενα που παρατηρούμε είναι η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούλιο έως Σεπτέμβρη. Το κλίμα της χώρας μας σε συνδυασμό με την φυσική ομορφιά της σε θάλασσα και έδαφος προσελκύουν του τουρίστες κατά τους καλοκαιρινούς μήνες για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες σε μέρη που οι δικές τους χώρες υστερούν.

Αυτή η εποχικότητα βέβαια μας στερεί τουρισμό κατά τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου όπου ο εισερχόμενος τουρισμό παρουσιάζει πτώση. Αυτή η μείωση συνεπάγεται και μείωση εισροής εσόδων στην χώρα μας, χρήματα τα οποία καταναλώνονται σε άλλες χώρες που προτιμούνται εκείνους τους μήνες. Παρόλο που η χώρα μας προσφέρει και άλλες επιλογές εκτός από την θάλασσα και τον ήλιο, δεν προτιμάται τελικά από ένα μεγάλο μέρος τουριστών. Τέτοιες επιλογές μπορεί να είναι αρχαιολογικοί τόποι, χιονοδρομικά κέντρα ή και καταλύματα ή περιοχές που προσφέρουν εξειδικευμένες υπηρεσίες – προϊόντα.

Θα πρέπει λοιπόν να διαφημίσουμε εντονότερα αυτές τις κατηγορίες και να πείσουμε πως η Ελλάδα είναι ιδανικός προορισμός και για τους υπόλοιπους μήνες του έτους έχοντας μια σταθερή ροή τουριστών καθόλη την διάρκεια ενός χρόνου. Τα μέρη που μπορούν να στηρίξουν εισερχόμενο τουρισμό σε μη καλοκαιρινούς μήνες θα πρέπει να στηριχθούν και να αναβαθμιστούν παρέχοντας ανταγωνιστικά πακέτα στους δυνητικούς επισκέπτες μας.

Μια ακόμα πτυχή του τουρισμού είναι ο χρόνος παραμονής καθώς και οι δαπάνες των τουριστών κατά την διαμονή τους στην χώρα μας. Με τις κατάλληλες προσφορές και εκδηλώσεις θα μπορούσαμε να παρατείνουμε τον χρόνο διαμονής των τουριστών στην χώρα μας αναγκάζοντάς τους να περάσουν το σύνολο των διακοπών τους στην Ελλάδα. Επιτυγχάνουμε έτσι



να δαπανούν χρήματα σε υποστηρικτικούς κλάδους σχετικούς με τον τουρισμό και να βοηθούν στην οικονομική ανάπτυξη των περιοχών που τους υποδέχονται.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Ελληνική**

- ✚ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1998) Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αθήνα: Interbooks.
- ✚ Ρούπας, Β. (1993) Αρχές Τουρισμού. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων.
- ✚ Κοινωνία των Εθνών (1937) Ορισμός του Τουρίστα. Στο: Β. Ρούπας (1993) Αρχές Τουρισμού. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων.
- ✚ Καλφιώτης, Σ. (1976) Τουριστική Οικονομική. Αθήνα: Εκδόσεις Τυροβολάς.
- ✚ Ανδριώτης Κ. (2008). Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός. Αθήνα: Σταμούλης.
- ✚ Δημήτρης Λαγός (2005), Τουριστική Οικονομική, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- ✚ Σωτηριάδης Μ. - Φαρσάρη Ι. (2009), “Εναλλακτικές και Ειδικές μορφές Τουρισμού”, Αθήνα, Εκδόσεις: Interbooks
- ✚ Doswell R., (2002), “Τουρισμός. Ο ρόλος του αποτελεσματικού management”, Αθήνα, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ
- ✚ Βαρβαρέσος Στέλιος, 2000, Οικονομική του τουρισμού, Εκδόσεις Προπομπός.
- ✚ Δημήτρης Λαγός (2005), Τουριστική Οικονομική, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική
- ✚ Κολλιντζάς Τ., Θεωρία της Οικονομικής Ανάπτυξης - τόμος α \ εκδόσεις «Το Οικονομικό», Αθήνα 2000
- ✚ Σκούντζος Θ., Οικονομική Ανάπτυξη - τόμος 1ος, Γ' έκδοση, εκδόσεις «Α. Σταμούλη», Αθήνα 1997
- ✚ Τουριστική Οικονομία (Τόμος Α'), Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, INTERBOOKS.
- ✚ Θέματα Οικονομικής και Τουριστικής Πολιτικής, Παναγιώτης Γ. Παυλόπουλος, ΙΤΕΠ, Αθήνα 2001.

- ✚ Τουρισμός, Οικονομικές Προσεγγίσεις (β' έκδοση), Στέλιος Βαρβαρέσος, ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.
- ✚ Gartner C. W. (2001) Τουριστική Ανάπτυξη. “Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές”, Αθήνα, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ
- ✚ Τράπεζα της Ελλάδος,
- ✚ <http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>
- ✚ Gartner C. W. (2001) Τουριστική Ανάπτυξη. “Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές”, Αθήνα, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ
- ✚ Κοκκώσης Χ.-Τσάρτας Π. (2001). Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον. Αθήνα: Κριτική.
- ✚ Αυγερινού Σ.-Ζαχαράτος Γ-Ιακωβίδου Όλ.-Κοκκώσης Χ. Κούση Μ.-Μπριασούλη
- ✚ Ε.Σπιλάνης Γ. Τσάρτας Π. (2000). Τουριστική Ανάπτυξη. Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις.. Αθήνα: ΕΞΑΝΤΑΣ
- ✚ Πηγή: Τ ΤΕ - Επεξεργασία | NSE Τ Ε | Intelligence

### **Ξενόγλωσση**

- ✚ Dristas, M, (2003). “Tourism in Greece during the 20th century: A way to what sort of development?” , L. Tissot (ed), “Development of a tourist Industry in the 19th and 20th centuries: Technology, Politics and Economy, International Perspectives, NEUCHATEL
- ✚ Thompson, A., Thompson, H. (2010). Research note: the exchange rate, euro switch and tourism revenue in Greece. Tourism Economics, 16 (3). USA.
- ✚ Methodology for producing the 2011 WTTC/OE Travel and Tourism Economic impact research. World Travel and Tourism Council-Oxford Economics