

ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΩΝ
(ΑΤΕΜ)

Ελληνικός Τουρισμός:
*Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης
των Τουριστικών Τάσεων*



Τεύχος 1
Ιανουάριος 2009

Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης της Ελληνικής Τουριστικής Δραστηριότητας
Υπό την Αιγίδα της Ακαδημίας Τουριστικών Ερευνών & Μελετών (ATEM) &
της Ερευνητικής Μονάδας Τουρισμού του
Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας (ΑΘΙΝΕΕ)
Τόμος 1^{ος} , Τεύχος 1^ο , Ιανουάριος 2009
Τιμή: 1 ευρώ
ISSN: 1791-7646

Biannual Report Analysis of the Greek Tourism Activity
Under the Auspices of the Academy of Tourism Research and Studies
(ATEM) &
The Tourism Research Unit of the
Athens Institute for Education and Research (ATINER)
Volume 1, Issue 1, January 2009
Price: 1€
ISSN: 1791-7646

ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

1. Διευθυντής Έκδοσης: Μάριος Βασιλόπουλος, Πρόεδρος ΑΤΕΜ
2. Επιστημονικός Υπεύθυνος: Δρ. Γρηγόρης Θ. Παπανίκος
3. Υπεύθυνος Επικοινωνίας: Δρ. Μαργαρίτα Κεφαλάκη
4. Ερευνητής: Χρήστος Φρατζεσκάκης
5. Μέλος Επιστημονικής Επιτροπής: Δρ. Κλεοπάτρα Βελούτσου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Πανεπιστήμιο Γλασκόβης, Σκωτία.
6. Μέλος Επιστημονικής Επιτροπής: Δρ. Παναγιώτης Γιαννόπουλος, Αναπληρωτής Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Μπροκ, Καναδάς.
7. Μέλος Επιστημονικής Επιτροπής: Δρ. Νίκη Κυριακίδου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Πανεπιστήμιο Επιχειρηματικών Σπουδών του Λιντς, Αγγλία.
8. Μέλος Επιστημονικής Επιτροπής: Δρ. Χρήστος Σακελλαρίου, Αναπληρωτής Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Νανιάγκ, Σιγκαπούρη.

Επιμέλεια και Παραγωγή Εκτύπωσης: ATINER Α.Ε.

Βαλαωρίτου 8, 10671 Κολωνάκι, Αθήνα
Τηλ. 210 3634210 Φαξ: 210 3634209. Ηλ.Δ.: atiner@atiner.gr

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος του κ. Μάριου Βασιλόπουλου Προέδρου της ΑΤΕΜ	7
Πρόλογος του κ. Γρηγόρη Θ. Παπανίκου Επιστημονικού Υπεύθυνου της Έκδοσης και Προέδρου του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας	9
ΜΕΡΟΣ Α: Τάσεις και Προβλέψεις	11
A1. Παγκόσμιες και Ευρωπαϊκές Τάσεις	13
A2. Μακροχρόνιες Τάσεις Αλλοδαπών Τουριστών στην Ελλάδα	17
A3. Προβλέψεις για τον Εισερχόμενο Τουρισμό στην Ελλάδα το 2009	21
ΜΕΡΟΣ Β: Ειδικά Θέματα Τουριστικής Ανάλυσης	27
B1. Κάμψεις και Κρίσεις στον Ελληνικό Τουρισμό από το 1951 μέχρι Σήμερα	29
<i>Γρηγόρης Θ. Παπανίκος, Πρόεδρος, Αθηναϊκό Ινστιτούτο Εκπαίδευσης και Έρευνας</i>	
B2. Βιώσιμος Τουρισμός Μικρών Νησιών	41
<i>Μόντ Τίξιερ, Καθηγητής, Σχολή Επιχειρηματικών Σπουδών (ESSEC), Παρίσι, Γαλλία.</i>	
B3. Κρίσιμα Ζητήματα για την Ανάπτυξη Τουρισμού Γκολφ Στην Ελλάδα	49
<i>Νίκη Κυριακίδου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Μητροπολιτικό Πανεπιστήμιο του Λιντς, Η.Β.</i>	

Πρόλογος του κ. Μάριου Βασιλόπουλου Προέδρου της Ακαδημίας Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (ATEM)

Με μεγάλη μου χαρά παραδίδω στο αναγνωστικό κοινό και στους ενδιαφερόμενους για τον ελληνικό τουρισμό την πρώτη έκδοση της εξαμηνιαίας έκθεσης τουριστικής επιθεώρησης, με τη φιλοδοξία ότι θα γίνει ένα ακόμη έγκυρο επιστημονικό περιοδικό του τουριστικού κλάδου. Η Ακαδημία Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (ATEM) φιλοδοξεί, στο πλαίσιο αυτής της έκθεσης, να εκπονήσει μια σειρά από μελέτες και έρευνες που θα εμπλουτίσουν την υπάρχουσα ελληνική βιβλιογραφία και θα βοηθήσουν σημαντικά τους ακαδημαϊκούς, τους αρμόδιους της τουριστικής πολιτικής και τους επαγγελματίες του κλάδου. Η ανάγκη γι' αυτές τις έρευνες διαπιστώθηκε από την δυσκολία ανάλυσης των τουριστικών τάσεων της Ελλάδος, τόσο για το μακροχρόνιο όσο και για το βραχυχρόνιο διάστημα. Πολύ σύντομα το επιστημονικό τμήμα της ATEM θα εξειδικεύσει και θα ιεραρχήσει τις ανάγκες εκπόνησης αυτών των μελετών. Σκοπός μας είναι να παρουσιάζουμε την περίληψη αυτών των ερευνών στο δεύτερο μέρος της παρούσης Έκθεσης.

Η ιδέα για την συγγραφή αυτής της έκθεσης, η οποία είναι το αποτέλεσμα συνεργασίας του επιστημονικού δυναμικού

της ATEM και της Ερευνητικής Μονάδας Τουρισμού του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας, δημιουργήθηκε πριν φανούν οι πρώτες ενδείξεις της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης με τις αναμενόμενες οδυνηρές συνέπειες για τον παγκόσμιο και ελληνικό τουρισμό. Η σκέψη μας ήταν η ανάπτυξη ενός οικονομετρικού υποδείγματος το οποίο θα μας επέτρεπε να πραγματοποιήσουμε προβλέψεις για τον εισερχόμενο ελληνικό τουρισμό. Σε συνθήκες οικονομικής ηρεμίας και οικονομικής μεγέθυνσης οι προβλέψεις είναι πολύ εύκολες και επιπλέον δεν έχουν το ίδιο ενδιαφέρον για το ευρύ κοινό ή για τους αρμόδιους της τουριστικής πολιτικής. Σε περιόδους κρίσεων, όμως, οι προβλέψεις γίνονται πολύ δυσκολότερες και θα πρέπει να είμαστε πολύ προσεκτικοί διότι το ενδιαφέρον είναι πολύ εντονότερο από το ευρύ κοινό, τους επαγγελματίες τους τουρισμού και τους ιθύνοντες της τουριστικής πολιτικής. Γι' αυτό στην ATEM θεωρούμε ότι το μοντέλο που παρουσιάζεται στην Έκθεση θα πρέπει να λογίζεται ότι μας δίνει τη δυνατότητα να κάνουμε πρόγνωση, δηλαδή να χρησιμοποιήσουμε τη γνώση της μέχρι τώρα εμπειρίας για να εκτιμήσουμε προς

το που πορευόμαστε στο μέλλον. Αυτό για να αποφύγουμε να πούμε το σοφό ελληνικό ρητό “στερνή μου γνώση να σε είχα πρώτα”. Σε κάθε περίπτωση, και από ό, τι γνωρίζουμε, είναι η πρώτη φορά, λόγω της παρούσας παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, που επιχειρείται μία πρόγνωση του αναμενόμενου εισερχόμενου ελληνικού τουρισμού.

Οι αναγνώστες της Έκθεσης θα αντιληφθούν αμέσως ότι η ΑΤΕΜ επεξεργάζεται μια σειρά από θέματα που αποτελούν τους ακρογωνιαίους λίθους μιας σοβαρής τουριστικής ανάλυσης. Οριοθετώντας αυτό το πλαίσιο, η βάση θα πρέπει να είναι η δημιουργία αξιόπιστων και έγκαιρων στατιστικών στοιχείων. Χωρίς αξιόπιστα τουριστικά στοιχεία δεν μπορεί να γίνει καμία σοβαρή προσέγγιση στην τουριστική ανάλυση. Για αυτό απαιτείται ένας γενικότερος συντονισμός όλων των φορέων και οργανισμών που συλλέγουν κάθε είδους στατιστικά στοιχεία, που θα μπορούσαν να φανούν χρήσιμα στη δημιουργία μίας ενιαίας βάσης τουριστικών στοιχείων. Αυτή η

βάση θα είναι χρήσιμη για κάθε ερευνητή και επαγγελματία του τουρισμού. Η ΑΤΕΜ θα συμβάλει και με τις δικές της επιστημονικές δυνάμεις στη δημιουργία μιας τέτοιας βάσης.

Η παρούσα έκθεση δεν είναι η πρωτόλεια προσπάθεια της ΑΤΕΜ να συμβάλλει στην διεύρυνση της έρευνας και των ακαδημαϊκών δραστηριοτήτων περί τα ελληνικά τουριστικά ζητήματα. Έχει ήδη πραγματοποιήσει τέσσερα διεθνή και δύο ελληνικά ετήσια συνέδρια με θέμα τον τουρισμό, δίνοντας τη δυνατότητα σε ξένους και Έλληνες ερευνητές να παρουσιάσουν τις έρευνές τους. Φέτος, το ελληνικό συνέδριο θα πραγματοποιηθεί στις 14-15 Μαρτίου 2009 και το διεθνές στις 2-3 Ιουλίου 2009, και τα δύο στην Αθήνα. Στο πλαίσιο των συνεδρίων, έχουμε εκδώσει μία σειρά από επιστημονικά βιβλία στην αγγλική και την ελληνική γλώσσα. Με αυτό τον τρόπο, η ΑΤΕΜ θέτει τις βάσεις για μια συνεχή και πολυποίκιλη δραστηριότητα μελέτης των τουριστικών ζητημάτων που απασχολούν την χώρα μας και τον κόσμο ολόκληρο.

Αθήνα, Ιανουάριος 2009

**Πρόλογος του κ. Γρηγόρη Θ. Παπανίκου
Επιστημονικού Υπεύθυνου της Έκδοσης και
Προέδρου του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας**

Το πρώτο τεύχος της παρούσης εξαμηνιαίας Έκθεσης αποσκοπεί στον εμπλουτισμό της ήδη υπάρχουσας σχετικής βιβλιογραφίας με εκτιμήσεις και αναλύσεις για την πορεία του ελληνικού τουρισμού και με μελέτες που αφορούν τα γενικότερα τουριστικά θέματα. Η Έκθεση οργανώνεται σε δύο μέρη. Το πρώτο μέρος εξετάζει τις τρέχουσες παγκόσμιες, ευρωπαϊκές και ελληνικές εξελίξεις στον εισερχόμενο τουρισμό. Η ανάλυση αυτή βασίζεται στην επεξεργασία των υπαρχόντων στατιστικών στοιχείων που ανακοινώνονται από τους παγκόσμιους οργανισμούς τουρισμού και τους διάφορους ελληνικούς οργανισμούς που συλλέγουν στοιχεία, τα οποία μπορούν να αξιοποιηθούν για τουριστική ανάλυση. Το δεύτερο μέρος της Έκθεσης αποτελείται από εκλαϊκευμένα επιστημονικά άρθρα, ακαδημαϊκών και ερευνητών των τουριστικών θεμάτων. Η επιλογή των θεμάτων γίνεται από τους ίδιους τους συγγραφείς και αποτελεί μέρος της έρευνας που ήδη κάνουν.

Η ανάλυση του ελληνικού τουρισμού απευθύνεται σε τρεις κατηγορίες ατόμων και η παρούσα έκθεση αποσκοπεί στο να είναι χρήσιμη και στις τρεις αυτές κατηγορίες. Την πρώτη κατηγορία την αποτελούν οι ακαδημαϊκοί, οι ερευνητές

και οι φοιτητές της Ελλάδος και του εξωτερικού, που επιλέγουν ως αντικείμενο ανάλυσής τους τον τουρισμό γενικά και τον ελληνικό τουρισμό ειδικά. Πέρα από την άντληση στοιχείων και πληροφοριών, η κατηγορία αυτή των ατόμων μπορεί να αξιοποιήσει αυτή την εκδοτική προσπάθεια της ΑΤΕΜ για να δημοσιεύσουν τις δικές τους μελέτες και έρευνες. Αυτός είναι και ο λόγος που η έκθεση αυτή έχει επιστημονική επιτροπή, η οποία είναι ανοικτή και σε άλλους επιστήμονες για να συμμετέχουν. Μάλιστα, το επιστημονικό μέρος της έκθεσης θα αντλεί επιστημονικά άρθρα που θα παρουσιάζονται στα δύο ετήσια συνέδρια, το ελληνικό και το διεθνές, που οργανώνει η ΑΤΕΜ με θέμα τον τουρισμό.

Η δεύτερη κατηγορία αναγνωστών είναι οι φορείς και επαγγελματίες του τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια ο τουριστικός κλάδος έχει γνωρίσει μία πραγματική αναδιάρθρωση εκπροσώπησής του, που απαιτεί επιστημονική στήριξη των θέσεων που εκφράζουν. Οι ίδιοι οι φορείς πραγματοποιούν δικές τους έρευνες, όλες τους πάρα πολύ αξιόλογες, που αξιοποιούνται ποικιλοτρόπως από τους φορείς και τους επαγγελματίες του τουρισμού. Φιλοδοξία της παρούσης Έκθε-

σης είναι περισσότερο να εμπλουτίσει αυτή την έρευνα και τεκμηρίωση παρά την συμπλήρωση κάποιου διαπιστωμένου κενού. Η ύπαρξη πολλών επιστημονικών φορέων και ερευνητικών ιδρυμάτων καθώς και περιοδικών επιστημονικών εκδόσεων προσθέτει αξία σε όλες τις αξιόλογες προσπάθειες που γίνονται. Με αυτή τη λογική είμαστε σίγουροι ότι η προσπάθειά μας αυτή θα βρει ανταπόκριση και θα είναι χρήσιμη σε όλους τους φορείς του κλάδου.

Η τρίτη κατηγορία αναγνωστών, στην οποία απευθυνόμαστε, είναι οι ιθύνοντες της τουριστικής πολιτικής. Σε αυτούς δεν συμπεριλαμβάνουμε μόνο το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, αλλά και όλα τα Υπουργεία που λαμβάνουν αποφάσεις, μέτρα και πολιτικές που, ακόμη και αν δεν το γνωρίζουν, έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό. Τον επηρεάζουν σε βαθμό μά-λιστα, που έχει μεγάλο αντίκτυπο στην εθνική οικονομία και απασχόληση. Εκτός από την Κυβέρνηση, τουριστική πολιτική ασκούν οι Περιφέρειες, οι Νομαρχίες, οι Δήμοι και οι Κοινότητες. Σε πολλές περιπτώσεις έχουν ιδρύσει και ειδικούς οργανισμούς που ασχολούνται με την τουριστική πολιτική και προβολή της περιοχής τους. Τα στελέχη όλων αυτών των κυβερνητικών φορέων αποτελούν την τρίτη κατηγορία αναγνωστών που η παρούσα έκθεση φιλοδοξεί να είναι χρήσιμη.

Οι τρεις παραπάνω κατηγορίες αναγνωστών αποτελούν το οργανωμένο κοινό, αλλά δεν είναι μόνο αυτό στο οποίο απευθύνεται η έκθεση. Η έκθεση απευθύνεται σε όλους εκείνους που έχουν ένα ενδιαφέρον για τον ελληνικό τουρισμό. Αναμένουμε με την έκθεση αυτή να συμμετέχουν στη διαδικασία βελτίωσης της και στη δημιουργία μιας οργανωμένης ομάδας μέσα από την ομπρέλα που προσφέρει η Ακαδημία Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (ATEM).

Η Έκθεση αυτή αποτελεί την περιοδική έκδοση της ATEM σε συνεργασία με την Ερευνητική Μονάδα του Τουρισμού του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας (ΑΘΙΝΕΕ). Για την παρούσα έκθεση θα ήθελα να ευχαριστήσω όλα τα μέλη της Ερευνητικής Μονάδας του Τουρισμού του ΑΘΙΝΕΕ, ιδιαίτερα την Δρ. Μαργαρίτα Κεφαλάκη και την Καθηγήτρια Νίκη Κυριακίδου. Εξαιρετική βοήθεια προσέφερε και ο ερευνητής κ. Χρήστος Φρατζεσκάκης. Όπως σε όλες τις ανάλογες επιστημονικές προσπάθειες, όλα τα λάθη και οι παραλείψεις χρεώνονται αποκλειστικά στον επιστημονικό υπεύθυνο της έκθεσης. Το μόνο που ελπίζει ο επιστημονικός υπεύθυνος είναι οι αναγνώστες να του τα επισημάνουν για να μην επαναληφθούν σε μελλοντικές εκδόσεις.

Αθήνα, Ιανουάριος 2009

ΜΕΡΟΣ Α:
ΤΑΣΕΙΣ
ΚΑΙ
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

A1. Παγκόσμιες και Ευρωπαϊκές Τάσεις

Το 2008 ήταν μια χρονιά με έντονη μεταβλητότητα της παγκόσμιας τουριστικής δραστηριότητας και το κύριο χαρακτηριστικό είναι ότι εμφανίστηκε μια απότομη αντιστροφή του κλίματος κατά τα μισά του έτους. Ενδεικτικά, ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων κινούνταν με ρυθμό αύξησης, κατά μέσο όρο, της τάξης του 5,7% κατά το πρώτο τετράμηνο του 2008. Μάλιστα τον Μάιο άγγιξε το 7%. Σε αυτό, όμως, το χρονικό σημείο τερματίστηκε η ανοδική πορεία του. Από τον Ιούνιο και μέχρι τον Αύγουστο ο ρυθμός μεταβολής των διεθνών τουριστικών αφίξεων έπεσε λίγο πιο κάτω από το 2%, με αποτέλεσμα το πρώτο οκτάμηνο του έτους ο μέσος ρυθμός μεγέθυνσης να είναι 3,7%. Για το σύνολο του 2008 η τουριστική δραστηριότητα σε παγκόσμιο επίπεδο θα καταγράψει αύξηση της τάξης του 2-3%, και αυτό χάρη στις υψηλές επιδόσεις των πρώτων πέντε μηνών του έτους.

Η καθοδική πορεία του οικονομικού κύκλου, όπως είναι γνωστό ξεκίνησε από τα τέλη του 2007 και συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις η ανάκαμψη δεν προβλέπεται πριν το 2010. Λόγω της έντονης κρίσης, η διεθνής τουριστική κίνηση θα κυμανθεί από μηδέν έως 2% αύξηση. Πρέπει να τονιστεί ότι σε αντίθεση με το γεγονός του Σεπτεμβρίου του 2001 αλλά και με την εμφάνιση του θανατηφόρου ιού SARS, όπου ο κόσμος δεν ήθελε να ταξιδέψει, αν και οι οικονομικές συνθήκες που επικρατούσαν τότε του το επέτρεπαν, στην παρούσα φάση η τουριστική δραστηριότητα έχει μειωθεί όχι γιατί ο κόσμος δεν έχει διάθεση για ταξίδια, αλλά λόγω των περιορισμένων οικονομικών του δυνατοτήτων και προπάντων λόγω της αβεβαιότητας για το μέλλον, με αποτέλεσμα να έχει επηρεαστεί αρνητικά η ψυχολογία του κατάναλωτή. Επομένως είναι βέβαιο ότι άπαξ και βελτιωθεί το οικονομικό κλίμα, λόγω ψυχολογίας, θα συμπαρασύρει και την τουριστική δραστηριότητα.

Σε αβέβαιες περιόδους, σαν αυτήν που ζούμε, για την μελλοντική εξέλιξη των εθνικών άρα και των ατομικών οικονομικών επιδόσεων, η οικονομική συμπεριφορά των οικονομικώς δρώντων ατόμων είναι κατανοητή. Πρώτα απ' όλα, θα προτιμηθούν ταξιδιωτικοί προορισμοί αναψυχής οι οποίοι θα βρίσκονται πλησίον του τόπου μόνιμου κατοικίας των περιηγητών. Επιπλέον, πολλοί θα είναι εκείνοι οι οποίοι αναγκαστικά θα προτιμήσουν να ταξιδέψουν σε κοντινούς τόπους και μέσα στην ίδια τους τη χώρα. Ακόμη και αν ταξιδέψουν μακρύτερα, θα παρατηρηθεί μία μείωση του χρόνου παραμονής, αλλά συνάμα και της δαπάνης που πρόκειται να ξοδέψει στις διακοπές του ο τουρίστας. Σε ό,τι αφορά τώρα στο εθνικό και τοπικό επίπεδο αντιμετώπισης της οικονομικής κρίσης, θα προκύψει ανταγωνισμός στην σχέση ποιότητας προς τιμή μεταξύ χωρών ή και περιοχών, όπως βέβαια και σε ό,τι αφορά στην σφαίρα των συναλλαγματικών ισοτιμιών των χωρών αυτών. Τέλος, είναι σίγουρο ότι θα αναπτυχθεί ακόμη περισσότερο η συνεργασία, σε τοπικό επίπεδο, ανάμεσα στους εμπλεκόμενους στην αλυσίδα παροχής τουριστικών υπηρεσιών προκειμένου να εξασφαλιστεί η οικονομική βιωσιμότητα όλων.

Στον παρακάτω πίνακα αναφέρονται οι προβλέψεις για την μελλοντική τουριστική δραστηριότητα σε διάφορες περιοχές του κόσμου. Το σύνολο των αλλοδαπών τουριστών εκτιμάται ότι θα ξεπεράσει το ένα δισεκατομμύριο το 2010, εκ των οποίων πλέον του 50% θα προτιμήσει τις χώρες της Ευρώπης (βλέπε Πίνακα A1.1). Ο ρυθμός αύξησης της ζήτησης για υπηρεσίες τουρισμού και ταξιδίων προβλέπεται να υπερβεί το 5% την επόμενη διετία, ενώ θα βαίνει μειούμενος προς το τέλος της επόμενης δεκαετίας (βλέπε Πίνακα A1.2) σε παγκόσμιο επίπεδο.

Πίνακας Α1.1. Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών (σε χιλιάδες)

Περιοχή	2005	2008	2009	2010	2015	2020
Σύνολο Κόσμου	797067	940836	988559	1038400	1253980	1526360
Ευρωπαϊκή Ένωση	434816	492696	513718	539458	631171	738890
Κεντρική & Ανατολική Ευρώπη	95075	106812	114097	120236	150243	186786
Υπόλοιπη Δυτική Ευρώπη	35873	42096	44199	47241,5	55558	65574
EE-15	303867	343789	355422	371981	425369	486531
EE-27	353323	396829	411126	429925	493381	565701
Αφρική	45249	56357	60111	63641	75940	91624
Αμερική	114258	126825	131475	136640	165632	203777
Ασία	140636	187259	201493	213119	275634	360319
Μέση Ανατολή	33106,6	47529	50172	52532	65842	83829

Πηγή : WTTC

Πίνακας Α1.2. Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών (ετήσια ποσοστά αύξησης)

Περιοχές	2009	2010	2015	2020
Σύνολο Κόσμου	5,07%	5,04%	3,90%	4,08%
Ευρωπαϊκή Ένωση	4,27%	5,01%	3,12%	3,28%
Κεντρική & Ανατολική Ευρώπη	6,82%	5,38%	4,40%	4,55%
Υπόλοιπη Δυτική Ευρώπη	5,00%	6,88%	3,21%	3,42%
EE-15	3,38%	4,66%	2,66%	2,78%
EE-27	3,60%	4,57%	2,71%	2,85%
Αφρική	6,66%	5,87%	3,68%	3,91%
Αμερική	3,70%	3,90%	4,06%	4,16%
Ασία	7,51%	5,78%	5,40%	5,44%
Μέση Ανατολή	5,56%	4,70%	4,82%	4,98%

Πηγή : WTTC

Γενικά, την επόμενη δεκαετία (2009-2018) προβλέπεται μία μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 4,4% της παγκόσμιας τουριστικής δραστηριότητας, που σε απόλυτα μεγέθη, θα αγγίξει, στο τέλος της δεκαετίας, σε τζίρο τα 10,855 δις δολάρια (10,5% του παγκόσμιου ΑΕΠ) και σε απασχόληση 297 εκατομμύρια ατόμων. Ενδεικτικά, τα τρέχοντα αντίστοιχα μεγέθη της τουριστικής βιομηχανίας είναι 5,899 δις δολάρια (9,9% του παγκόσμιου ΑΕΠ) και 250 εκ. θέσεις εργασίας. Αυτή δε η αναπτυξιακή πορεία του κλάδου είναι απόρροια τόσο της ζήτησης υπηρεσιών τουρισμού από τους εύρωστους οικονομικά πολίτες του Δυτικού Κόσμου, όσο και από τους κατοίκους των αναπτυσσόμενων χωρών, οι οποίοι και αυτοί με την σειρά

τους, βλέποντας εν πρώτοις την αύξηση των εισοδημάτων τους, θα αγοράσουν τα προϊόντα που προσφέρει η τουριστική βιομηχανία. Παρακάτω επιχειρείται μία εκτίμηση ανά ηπείρους και γεωγραφικά διαμερίσματα.

Ευρώπη

Αν θεωρήσουμε όλες τις χώρες που αποτελούν την Ευρώπη ως ενιαία αγορά, τότε η Ευρώπη κατέχει ποσοστό πλέον του 40% της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς, ξεπερνώντας ακόμη και τις Η.Π.Α. Το μεγάλο εισόδημα των χωρών της Ευρώπης αποτελεί τον κύριο προσδιοριστικό παράγοντα του υψηλού μεριδίου της στην

παγκόσμια αγορά. Η σύγκριση με τις ΗΠΑ δεν είναι ακριβής, διότι στην Ευρώπη υπολογίζονται ως τουρισμός και οι μετακινήσεις εντός αυτής, κάτι που δεν λογίζεται αντίστοιχα τις ΗΠΑ. Στην Ευρώπη βρίσκονται 23 από τις 30 χώρες μέλη του ΟΟΣΑ, επομένως κατοικούν στις χώρες αυτές οι πιο πλούσιοι του πλανήτη. Είναι ευνόητο ότι επειδή η ήπειρος αυτή αποτελείται από διαφορετικά κράματα οικονομιών και όντας ανεπτυγμένες σε διαφορετικά στάδια η κάθε μία, παρουσιάζεται ανομοιομορφία ως προς την ανάπτυξη της συμβολής της τουριστικής δραστηριότητας στο ΑΕΠ της κάθε χώρας.

Στην Ευρώπη λοιπόν και δη κατά τους πρώτους οχτώ μήνες παρατηρήθηκε αύξηση του αριθμού των τουριστικών αφίξεων της τάξης του 2%, ενώ πρέπει να τονιστεί ότι τα δύο προηγούμενα χρόνια ο αριθμός αυτός ήταν στο 5%. Αξιοσημείωτο είναι πάντως το γεγονός ότι όλες οι περιοχές της Ευρώπης παρουσίασαν υστέρηση σε σχέση με το προηγούμενο έτος, λίγο πολύ κοντά στο 3%, δείχνοντας έτσι την ομοιόμορφη κίνηση των περιοχών αυτών, ανεξαρτήτως της οικονομικής κατάστασης αυτών.

Όσον αφορά τώρα στην Ελλάδα, και σε ορίζοντα δεκαετίας, η εξέλιξη του αριθμού των τουριστικών αφίξεων που θα επισκέπτονται την χώρα μας φαίνεται από τις προβλέψεις να αυξάνεται αλλά με φθίνοντα ρυθμό, κάτι που σημαίνει ότι η χώρα μας θα χάνει σταδιακά μερίδιο από την τουριστική πίτα προς όφελος των ανταγωνιστών της. Η τουριστική κίνηση της Ελλάδος για το τρέχον έτος και τα επόμενα έτη εξετάζεται ενδελεχώς στις επόμενες δύο ενότητες του παρόντος μέρους της έκθεσης.

Υπόλοιπος Κόσμος

Αφρική

Η ήπειρος της Αφρικής χωρίζεται σε δύο μεγάλες ζώνες: σε αυτήν της Βορείου και σε αυτήν της Υποσαχάρας. Το 2007

ο ρυθμός της μεταβολής των τουριστικών αφίξεων στην Βόρειο Αφρική ήταν 7,9% ενώ στο πρώτο οχτάμηνο του προηγούμενου έτους έπεσε κατά μία μονάδα. Όμως, στην Υποσαχάρα Αφρική από το 6,5% που ήταν ο ρυθμός αυτός, έπεσε στο 0,9%, μαρτυρώντας κατ' αυτόν τον τρόπο την επίδραση της οικονομικής ύφεσης, αν όχι της οικονομικής κρίσης. Ο τουρισμός αποδίδει περίπου το 9,4% του ΑΕΠ της ηπείρου, κατάνοώντας έτσι πόσο σημαντική δραστηριότητα είναι ο τουρισμός για τους κατοίκους της ηπείρου αυτής. Περιοχές που αποτελούν την αιχμή του δόρατος της τουριστικής βιομηχανίας είναι ο Άγιος Μαυρίκιος, οι Σεϋχέλλες, το Πράσινο Ακρωτήριο και η Μποτσουάνα.

Ασία-Ειρηνικός

Στην περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού, τα τελευταία 20 χρόνια, πραγματοποιούνται οι μεγαλύτερες αλλαγές στην οικονομική της δομής εξ αιτίας του γεγονότος ότι η Κίνα και η Ινδία αναπτύσσονταν οικονομικά με ρυθμούς που άγγιζαν το 10%. Παράλληλα, όμως, και η τουριστική βιομηχανία της ηπείρου κάλπασε, κάτι το οποίο δεν ισχύει πλέον. Η περιοχή της Ασίας και του Ειρηνικού αποτελεί την πιο αντιπροσωπευτική περίπτωση παγκοσμίως για την περιγραφή των οικονομικών συμβάντων της τελευταίας διετίας. Μέχρι τον Μάρτιο του 2008 και για όλο το προηγούμενο 18μηνο ο μέσος ρυθμός μεγέθυνσης της τουριστικής δραστηριότητας ήταν 7%, ενώ απότομα τον Ιούνιο και Ιούλιο έπεσε στο 1,2% και έγινε αρνητικός τον Αύγουστο, δείχνοντας την επίδραση του υψηλού μεταφορικού κόστους που ισχύει για τις περιοχές αυτές, λόγω της ανόδου της τιμής του πετρελαίου. Αξίζει να πούμε ότι τον Ιούλιο του 2008 παρατηρήθηκαν οι υψηλότερες τιμές, σε ονομαστικό επίπεδο, πετρελαίου. Τελικά στους πρώτους οχτώ μήνες του προηγούμενου έτους, η αύξηση των τουριστικών αφίξεων άγγιξε το 4%.

Αμερική

Η Αμερική είναι μία από τις δύο περιοχές του κόσμου - η άλλη είναι η Μέση Ανατολή - που σε σχέση με το 2007, παρουσιάστηκε αύξηση των τουριστικών αφίξεων το 2008. Τα στοιχεία του διαστήματος από την αρχή του έτους μέχρι και τον Αύγουστο κάνουν λόγο για αύξηση των τουριστικών αφίξεων της τάξης του 6%, αν και παρατηρήθηκε μια αναστροφή του κλίματος κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Το μεγαλύτερο μερίδιο της τουριστικής κίνησης της ηπείρου κατέχουν οι ΗΠΑ, θέση που διατηρεί και σε παγκόσμιο επίπεδο. Ένα άλλο χαρακτηριστικό της ηπείρου, όμοιο με αυτό της Ευρώπης, είναι ότι παρατηρούνται, όπως άλλωστε είναι φυσικό, διαφορετικά ποσοστά αύξησης της τουριστικής δραστηριότητας από περιοχές σε περιοχές. Για παράδειγμα, η συνεισφορά του τουρισμού στην αύξηση του ΑΕΠ από την Βόρειο Αμερική (Η.Π.Α.-Καναδάς) φθάνει μόλις το 1,3%, ενώ της περιοχής της Καραϊβικής στο 2,1% και της Λατινικής Αμερικής στο 4,6%, με κυριότερη χώρα την Βραζιλία. Εννοείται ότι και η απασχόληση στον τουρισμό διαφοροποιείται αντιστοίχως και είναι 1,5%, 1,1% και 3,1%.

Μέση Ανατολή

Η ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής είναι και αυτή ένα κράμα από οικονομίες – κοινωνίες που βρίσκονται σε διαφορετικά στάδια ανάπτυξης και εξέλιξης. Κύριες τουριστικές δυνάμεις της περιοχής είναι τα Ηνωμένα Αραβικά

Εμιράτα, η Αίγυπτος και η Σαουδική Αραβία. Η αύξηση των τουριστικών αφίξεων για το 2007 ήταν 14,5% και υπολογίζεται για το 2008 να υπερβεί το 17%. Αξίζει πάντως να γίνει ειδική αναφορά στο Εμιράτο του Ντουμπάι, στο οποίο η τουριστική βιομηχανία συνεισφέρει στο 30% του ΑΕΠ. Προβλέπεται ότι μέχρι το 2015 η οικονομία του θα αυξάνεται με ρυθμούς που θα αγγίζουν το 11% και θα επιτευχθεί τριπλασιασμός του ΑΕΠ σε σχέση με τις παρούσες οικονομικές επιδόσεις του.

Συμπερασματικά να αναφέρουμε ότι οι παραπάνω εκτιμήσεις στηρίζονται στις προβλέψεις που κάνει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Ταξιδίων και Τουρισμού. Σκοπός της παρούσης Έκθεσης δεν είναι να αξιολογήσει τις παγκόσμιες και ευρωπαϊκές τάσεις με τα νέα δεδομένα τα οποία και οι διεθνείς οικονομικοί οργανισμοί δεν είναι σε θέση ακόμη να εκτιμήσουν την έκταση και την ένταση των επιπτώσεων. Ο σκοπός της Έκθεσης είναι η ανάλυση των επιπτώσεων στην ελληνική τουριστική βιομηχανία. Για την καλύτερη ανάλυση, θα πρέπει να γίνει σαφής διαχωρισμός μεταξύ του συγκυριακού και του μακροχρόνιου. Και στο παρελθόν ο ελληνικός τουρισμός αντιμετώπισε οικονομικές και άλλες κρίσεις, είτε προερχόμενες από το εσωτερικό της Ελλάδος, είτε από το εξωτερικό. Η γενικότερη, όμως, τάση ήταν ανοδική με πολύ υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Οι ρυθμοί και οι μακροχρόνιες τάσεις του ελληνικού τουρισμού εξετάζονται στο επόμενο μέρος της παρούσης Έκθεσης.

A2. Μακροχρόνιες Τάσεις Αλλοδαπών Τουριστών στην Ελλάδα

Η μακροχρόνια πρόβλεψη των τουριστικών αφίξεων έχει πολύ μεγάλη σημασία για τον προσδιορισμό των δημόσιων και ιδιωτικών επενδυτικών αναγκών. Για παράδειγμα, οι ανάγκες σε καταλύματα και υποδομές δεν μπορούν να προσδιοριστούν, αν δεν γίνουν οι αναγκαίες μακροχρόνιες προβλέψεις για τις τουριστικές αφίξεις, τουλάχιστον μιας δεκαετίας. Εξίσου σημαντικές είναι και οι προβλέψεις για την υλοποίηση ενός μακρόπνοου εθνικού στρατηγικού σχεδίου τουριστικού μάρκετινγκ και προβολής.

Σε αντίθεση με τις βραχυχρόνιες, συνήθως ενός έτους προβλέψεις, οι μακροχρόνιες προβλέψεις δεν μπορούν να γίνουν με ένα διαρθρωτικό υπόδειγμα τουρισμού. Κάτι τέτοιο θα απαιτούσε προβλέψεις δεκαετίας για τις βασικές μεταβλητές που προσδιορίζουν τη ζήτηση για το ελληνικό τουριστικό προϊόν, όπως είναι το ΑΕΠ των βασικών χωρών που τροφοδοτούν με τουρίστες την Ελλάδα, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, το κόστος ταξιδιού, οι προτιμήσεις των αλλοδαπών τουριστών, πιθανές κρίσεις (οικονομικές, πολιτικές κλπ), φυσικές καταστροφές (σεισμοί, πυρκαγιές, κ.λπ) και οποιαδήποτε άλλη μεταβλητή θα μπορούσε να επηρεάσει τις τουριστικές αφίξεις την επόμενη δεκαετία.

Κάτι τέτοιο είναι σχεδόν αδύνατο να γίνει. Μία εναλλακτική λύση είναι η ανάλυση τάσεων. Με πολύ απλά λόγια, οι προβλέψεις μας για τις μελλοντικές αυξήσεις είναι μια προβολή του παρελθόντος στο μέλλον. Αυτή η προσέγγιση ακολουθείται στην παρούσα έκθεση. Η ΑΤΕΜ επεξεργάζεται ήδη μία μελέτη για τη γενικότερη μεθοδολογία προβλέψεων της τουριστικής βιομηχανίας και σε ένα από τα μελλοντικά τεύχη θα την δημοσιεύσουμε στο μέρος των ειδικών τουριστικών αναλύσεων.

Αν υποθεθεί ότι το παρελθόν δείχνει το μέλλον, το Διάγραμμα Α2.1 δίνει την απεικόνιση των αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων από το 1951 μέχρι σήμερα. Τα

στοιχεία αυτά είναι επεξεργασμένα από την επιστημονική ομάδα της ΑΤΕΜ και την ερευνητική μονάδα τουρισμού του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας. Γίνεται ένα σαφής διαχωρισμός μεταξύ τουριστικών αλλοδαπών αφίξεων και αλλοδαπών αφίξεων για μη τουριστικούς λόγους. Στην τελευταία κατηγορία ανήκουν και οι οικονομικοί μετανάστες, κυρίως από τις γειτονικές μας χώρες της Αλβανίας, των Σκοπίων και της Βουλγαρίας. Για τις χρονιές που έχουμε στοιχεία, εξαιρούμε τους αλλοδαπούς αυτών των χωρών από τις συνολικές αφίξεις. Οι χρονιές αυτές αφορούν την περίοδο μετά τα μέσα της δεκαετίας του 1990. Οι συνολικές αφίξεις περιλαμβάνουν και τις κρουαζιέρες. Σε μελλοντική μας έκδοση θα αφιερώσουμε ένα ειδικό τεύχος στις τουριστικές βάσεις δεδομένων.

Ο ελληνικός τουρισμός τη δεκαετία του 1960 ξεπέρασε το ένα εκατομμύριο αφίξεις σε ετήσια βάση, τη δεκαετία του 1970 τα πέντε εκατομμύρια, τη δεκαετία του 1980 άγγιξε τα δέκα εκατομμύρια αλλοδαπούς τουρίστες, τις οποίες ξεπέρασε τη δεκαετία του 1990, ενώ στην τρέχουσα πρώτη δεκαετία του νέου αιώνα ξεπέρασε τα δεκαπέντε εκατομμύρια. Παρά τις αυξομειώσεις και τις κρίσεις, ο ελληνικός τουρισμός αναπτύσσεται ραγδαίως στο δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα και στις αρχές του 21^{ου} αιώνα.

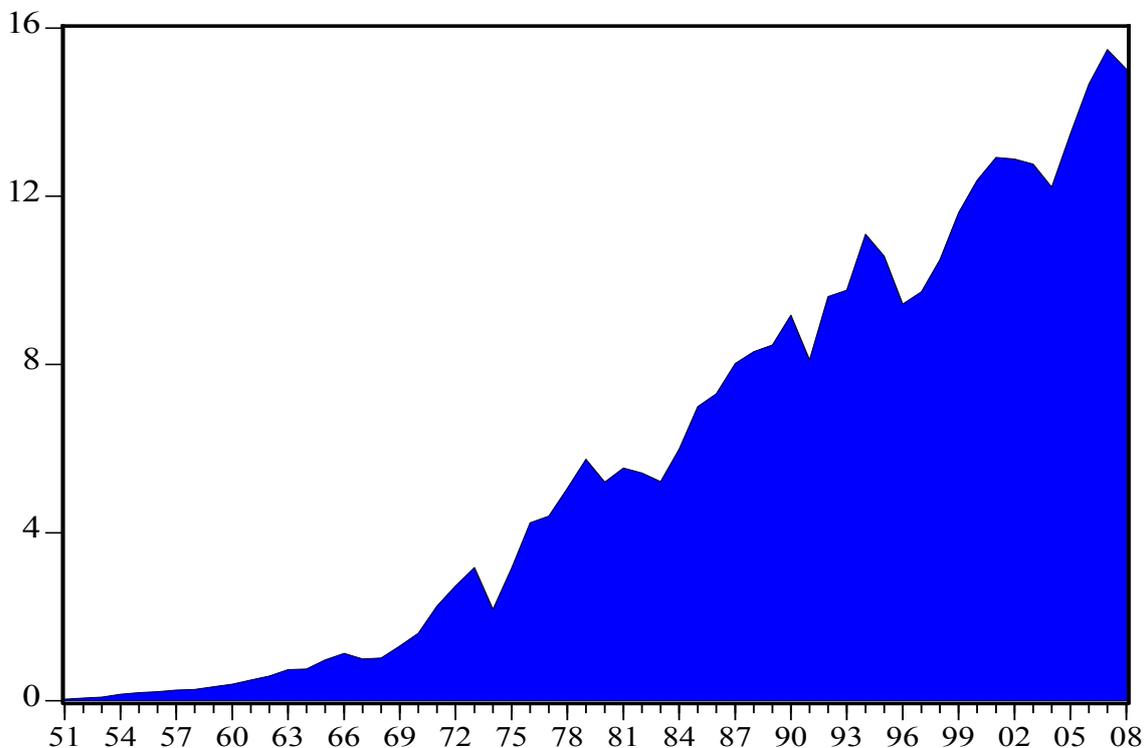
Η μακροχρόνια πρόβλεψη που γίνεται είναι ότι αυτή η τάση ανόδου θα συνεχιστεί και για τα επόμενα δέκα χρόνια. Μπορεί η τάση να είναι ανοδική, υπάρχουν, όμως, χρονιές όπου οι αλλοδαπές αφίξεις τουριστών μειώθηκαν σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Αυτές είναι πολύ λίγες, 12 χρονιές από τις 58, και πολύ χαρακτηριστικές χρονιές που σηματοδεύτηκαν από εσωτερικά ή διεθνή γεγονότα. Πτώση των αλλοδαπών αφίξεων σε σχέση με το προηγούμενο έτος είχαμε τα έτη: 1967, 1974, 1980, 1982, 1983, 1991, 1995, 1996, 2002, 2003, 2004 και 2008.

Το κάθε έτος απαιτεί και τη δική του ιδιαίτερη ανάλυση, αλλά ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι πτώσεις που οφείλονται στη διεθνή δυσμενή οικονομική συγκυρία όπως στις αρχές της δεκαετίας του 1980 και στα μέσα της δεκαετίας του 1990. Η ανάλυση αυτή μπορεί να δώσει χρήσιμα συμπεράσματα για την επίπτωση που αναμένεται να έχει η τρέχουσα οικονομική συγκυρία στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών και αποτελεί αντικείμενο των βραχυ-

χρόνιων (1-3 χρόνια) προβλέψεων των αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων. Για το έτος 2009, οι προβλέψεις αυτές εξετάζονται στην επόμενη ενότητα της παρούσης έκθεσης. Επίσης, στο Β' Μέρος της παρούσης Έκθεσης, γίνεται μια ανάλυση των κάμψεων και των κρίσεων των ελληνικών αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων.

Διάγραμμα Α2.1.

Αλλοδαπές Τουριστικές Αφίξεις, 1951-2008 (σε εκατομμύρια)



Στον Πίνακα Α2.1 δίνονται οι προβλέψεις για την εξέλιξη των τουριστικών τάσεων στην Ελλάδα του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) και της Ακαδημίας Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (ATEM) για το χρονικό διάστημα 2009-2020. Στην πρώτη στήλη αναφέρονται οι εκτιμήσεις που πραγματοποιεί το WTTC. Οι προβλέψεις του WTTC περιλαμβάνουν τους οικονομικούς μετανάστες από τις γειτονικές χώρες της Ελλάδος, κυρίως από

την Αλβανία, την Βουλγαρία και τα Σκόπια, που αποτελούν πλέον του 10% του συνόλου των εισερχόμενων αλλοδαπών στην χώρα. Επίσης, στα στοιχεία αυτά περιλαμβάνονται και οι κρουαζιέρες.

Χρησιμοποιώντας τα ίδια στοιχεία, η ATEM κάνει τις δικές της εκτιμήσεις με την μέθοδο του Χολτ-Γουίντερς (Holt-Winters). Οι εκτιμήσεις αυτές δίνονται στην δεύτερη στήλη του Πίνακα Α2.1. Σε γενικές γραμμές, οι εκτιμήσεις αυτές δεν διαφέρουν από τις εκτιμήσεις του WTTC,

υπάρχει μόνο μία μεγάλη διαφορά το καταληκτικό έτος 2020. Σίγουρα οι προβλέψεις αυτές δεν μπορούν να ληφθούν σοβαρά υπόψη για το σχεδιασμό των τουριστικών επενδύσεων.

Η ΑΤΕΜ εκτιμά ότι οι προβλέψεις αυτές θα πρέπει να βασίζονται στα ιστορικά στοιχεία των αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων και όχι σε όλες τις αλλοδαπές αφίξεις. Οι οικονομικοί μετανάστες είναι αλλοδαπές αφίξεις, αλλά δεν είναι τουριστικές. Οι κρουαζιέρες, από την άλλη πλευρά, είναι ένα είδος τουριστικού προϊόντος που θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται στον υπολογισμό, αν και οι επιδράσεις τους αξίζουν προσεκτικότερης ανάλυσης. Για το ρόλο της κρουαζιέρας, η ΑΤΕΜ θα κάνει ειδικό αφιέρωμα σε μελλοντικά τεύχη της Έκθεσής της.

Σύμφωνα με αυτές τις προϋποθέσεις, στην στήλη (3) του Πίνακα Α2.1 δίνονται οι εκτιμήσεις για τις τουριστικές

αλλοδαπές αφίξεις μέχρι το 2020. Από τα στοιχεία αυτά προκύπτουν μία σειρά από ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις. Πρώτον, οι προβλέψεις αυτές βασίζονται στα ιστορικά στοιχεία των ελληνικών τουριστικών αλλοδαπών αφίξεων. Αν και η στατιστική σειρά διαθέτει στοιχεία από το 1951, τα πιο πρόσφατα έτη (της τελευταίας δεκαετίας) διαδραματίζουν σημαντικότερο ρόλο στη διαμόρφωση των προβλέψεων. Στην πραγματικότητα, οι προβλέψεις αυτές αφορούν τάσεις και είναι κατάλληλες μόνο για την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων για την μελλοντική μακροχρόνια κατεύθυνση του ελληνικού τουρισμού και όχι για τη διαμόρφωση πρόβλεψης για το επόμενο έτος. Επειδή η πρόσφατη ιστορική τάση του ελληνικού αλλοδαπού τουρισμού ήταν ανοδική, οι προβλέψεις είναι και αυτές προς αυτή την κατεύθυνση.

Πίνακας Α2.1.

Προβλέψεις Αλλοδαπών Τουριστικών Αφίξεων, 1998-2020 (σε χιλιάδες)

Έτος	WTTC (1)	ΑΤΕΜ-1 (2)	ΑΤΕΜ-2 (3)	ΑΤΕΜ-3 (4)
2009	19074	18785	15106	14320
2010	19706	20223	16184	14811
2011	20304	20447	16013	15337
2012	20891	21455	16897	15857
2013	21477	21969	17535	16347
2014	22069	22582	17492	16825
2015	22672	24152	18662	17320
2016	23290	24271	18392	17796
2017	23925	25322	19335	18283
2018	24577	25791	19993	18775
2019	25248	26379	19878	19252
2020	25938	28080	21140	19748

Μία δεύτερη παρατήρηση που μπορεί να γίνει διαβάζοντας τις προβλέψεις του Πίνακα Α2.1 είναι ότι παρόλο που η τάση είναι ανοδική, παρουσιάζονται και έτη που η πρόβλεψη που δίνεται είναι αρνητική σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο όπως το 2011, 2014, 2016 και 2019. Για μακροχρόνιες προβλέψεις τα συγκεκρι-

κριμένα έτη δεν έχουν μεγάλη σημασία. Εκείνο που έχει σημασία είναι ότι στην μακρά περίοδο της επόμενης δεκαετίας, θα υπάρχουν χρονιές που ο ρυθμός αύξησης του εισερχόμενου τουρισμού θα είναι αρνητικός σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο.

Για να αποφεύγονται οι συγκυριακές επιδράσεις, ένας άλλος τρόπος παρουσίασης των μακροχρόνιων προβλέψεων είναι να χρησιμοποιηθεί ο κυλιόμενος μέσος όρος μιας πενταετίας. Οι εκτιμήσεις αυτές δίνονται στην τελευταία στήλη του Πίνακα Α2.1. Το κάθε έτος δείχνει το μέσο όρο της προηγούμενης πενταετίας. Οι εκτιμήσεις αυτές μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον σχεδιασμό μιας μακροχρόνιας τουριστικής πολιτικής και τουριστικών επενδύσεων. Σε πολλές, όμως, περιπτώσεις εκείνο που έχει μεγάλο ενδια-

φέρον, αν όχι επιστημονικό, σίγουρα δημοσιογραφικό, είναι η πρόβλεψη του τρέχοντος έτους, λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, αλλά και των γεγονότων του Δεκεμβρίου σε πολλές μεγάλες πόλεις της χώρας. Για αυτές τις προβλέψεις θα χρησιμοποιηθεί ένα άλλο μοντέλο. Οι προβλέψεις αυτές παρουσιάζονται στην επόμενη ενότητα της παρούσης έκθεσης.

A3. Προβλέψεις για τον Εισερχόμενο Τουρισμό στην Ελλάδα το 2009

Ο σχεδιασμός αυτής της έκθεσης έγινε πολύ πριν εκδηλωθούν τα πρώτα συμπτώματα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, το μέγεθος της οποίας, αν και σήμερα πλέον έχει εν μέρει υπολογιστεί, εν τούτοις κανένας οργανισμός και κανένας ειδήμονας δεν μπορεί να εκτιμήσει το πραγματικό της μέγεθος. Σε ό,τι αφορά τον εισερχόμενο τουρισμό, δεν υπάρχει καμία σοβαρή επιστημονική εκτίμηση. Πρόσωπα που εκπροσωπούν διάφορους τουριστικούς και ξενοδοχειακούς οργανισμούς καθώς και διάφοροι επαΐοντες περί τα ελληνικά τουριστικά δίνουν αυθαίρετες εκτιμήσεις.

Η ΑΤΕΜ θεωρεί ότι οποιαδήποτε πρόβλεψη πρέπει να στηρίζεται σε μία μεθοδολογία προβλέψεων και όχι σε αυθαίρετες εκτιμήσεις, που ακόμη και αν επαληθευθούν, καμία αξία δεν έχουν εφόσον δεν στηρίζονται σε κάποια επιστημονική βάση και αξιόπιστη επιχειρηματολογία. Πάντως, οι εκτιμήσεις των παραγόντων του τουρισμού έχουν τη δική τους αξία διότι δείχνουν τον τρέχοντα σφυγμό της αγοράς, αλλά και τους φόβους όλων αυτών που εμπλέκονται στην παραγωγή και προσφορά του τουριστικού προϊόντος. Στην παρούσα έκθεση, η πρόβλεψη για το 2009 στηρίζεται στην ανάπτυξη υποδειγμάτων για διαφορετικές πηγές αλλοδαπών τουριστών της Ελλάδος. Η πρώτη πηγή αφορά την ομάδα χωρών της ευρωζώνης, η δεύτερη την Μεγάλη Βρετανία, η τρίτη τις σκανδιναβικές χώρες που δεν είναι μέλη της ευρωζώνης και η τέταρτη το υπόλοιπο των χωρών προέλευσης των εισερχόμενων τουριστών.

Όπως προκύπτει από τον Πίνακα Α3.1 οι τρεις πρώτες κατηγορίες χωρών προέλευσης εισερχόμενου τουρισμού αποτελούν το 72% του συνολικού εισερχόμενου τουρισμού της Ελλάδος τα τελευταία 6 χρόνια. Η τέταρτη κατηγορία, το υπόλοιπο του κόσμου, αποτελούσε το 28% του συνολικού εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα. Η ανομοιογένεια των χωρών που την απαρτίζουν καθιστούν αδύνατη την

οικονομική διερεύνηση αυτής της κατηγορίας χωρών. Ενδιαφέρον αποτελεί η περίπτωση των ΗΠΑ, του Καναδά, της Αυστραλίας και της Νέας Ζηλανδίας για τις οποίες φαίνεται να δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον οι ιθύνοντες της ελληνικής τουριστικής πολιτικής, κυρίως λόγω της πολύ μεγαλύτερης διάρκειας της διαμονής και της μεγαλύτερης κατά κεφαλή τουριστικής δαπάνης¹. Οι χώρες αυτές χρήζουν ιδιαίτερης ξεχωριστής ανάλυσης, κυρίως διότι τα στοιχεία εμπεριέχουν και πολλούς ομογενείς με διαφορετική συμπεριφορά σε ό,τι αφορά τις θεμελιώδεις οικονομικές σχέσεις του τουρισμού. Κάποιος ομογενής από τις ΗΠΑ θα έρθει στην Ελλάδα, ανεξαρτήτου οικονομικής κατάστασης, είτε στην Αμερική, είτε παγκοσμίως. Είναι άλλοι οι λόγοι που τον παρακινούν να επισκεφθεί την Ελλάδα. Μία άλλη ομάδα χωρών που απαιτεί, επίσης, ιδιαίτερης ανάλυσης είναι η Ρωσία και οι άλλες χώρες του πρώην ανατολικού συνασπισμού. Και για τις δύο ομάδες χωρών, η ΑΤΕΜ ετοιμάζει ειδικές αναλύσεις.

Από τις χώρες της ευρωζώνης, η Γερμανία κυριαρχεί με 17% επί του συνόλου του εισερχόμενου τουρισμού, δεύτερη σε σημασία χώρα μετά το Ηνωμένο Βασίλειο, το οποίο τροφοδοτεί το 20% του εισερχόμενου τουρισμού.

Η κατηγοριοποίηση του Πίνακα Α3.1 δεν είναι αυθαίρετη. Οι χώρες που έχουν κοινό νόμισμα με την Ελλάδα, το ευρώ, δεν επηρεάζονται πλέον από τις συναλλαγματικές μεταβολές και συνεπώς η ελληνική τουριστική πολιτική δεν μπορεί να στηρίζεται σε υποτιμήσεις ως μέτρο ενίσχυσης, έστω και πρόσκαιρα, των

¹ Βλέπε τη μελέτη του Γρηγόρη Παπανίκου *Οι Ελληνικές Τουριστικές Εισπράξεις*, Ειδικές Μελέτες, No 5, 2005. Αθήνα: ΙΤΕΠ.

αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων. Μία υποτίμηση μειώνει το κόστος ταξιδιού στην Ελλάδα, στο βαθμό που τα αγαθά που αγόραζαν οι ξένοι στην Ελλάδα παρέμειναν στα ίδια επίπεδα ή η αύξηση των τιμών δεν ακολουθούσε το ρυθμό της υποτίμησης, τουλάχιστον σε μία τουριστική περίοδο.

Τώρα ο τουρισμός από την ευρωζώνη επηρεάζεται από τις χώρες εκτός ευρώ, που εξακολουθούν να έχουν τη δυνατότητα άσκησης συναλλαγματικής πολιτικής ή από τη διεθνή οικονομική συγκυρία ανταγωνισμού που διαμορφώνει και τις συναλλαγματικές ισοτιμίες των βασικών νομισμάτων. Μία ανατίμηση του ευρώ σε σχέση με το δολάριο και τη λίρα, καθιστά προορισμούς εκτός ευρωζώνης περισσότερο ελκυστικούς (φθηνότερους) για όλους τους κατοίκους της ευρωζώνης.

Βασική υπόθεση σε όλα τα μοντέλα είναι ότι ο εισερχόμενος τουρισμός της Ελλάδος εξαρτάται από το εισόδημα των χωρών προέλευσης, τις διαφοροποιήσεις άλλων μακροοικονομικών δεικτών όπως είναι η ανεργία και ο πληθωρισμός, η συναλλαγματική ισοτιμία του ευρώ με τα άλλα νομίσματα, κυρίως του δολαρίου και της αγγλικής λίρας, η απόσταση της χώρας προέλευσης από την Ελλάδα και το κόστος ταξιδιού που συμπεριλαμβάνει το μεταφορικό κόστος και το κόστος διαμονής της Ελλάδος. Σκοπός μας είναι να εκτιμήσουμε ποσοτικά τις επιδράσεις αυτών των μεταβλητών και μετά να χρησιμοποιήσουμε τις προβλέψεις των διεθνών οργανισμών και των εθνικών κρατών προέλευσης του εισερχόμενου τουρισμού για να κάνουμε τις δικές μας εκτιμήσεις και προβλέψεις για τον αλλοδαπό τουρισμό στην Ελλάδα το 2009. Για παράδειγμα, αν γνωρίζουμε την επίδραση του εισοδήματος της Γερμανίας στην άφιξη Γερμανών τουριστών στην Ελλάδα, τότε μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τις προβλέψεις της Κεντρικής Τράπεζας της Γερμανίας για την αύξηση του ΑΕΠ της Γερμανίας του 2009 για να προβλέψουμε την επίδραση που θα έχει

στις ελληνικές τουριστικές αφίξεις αυτή η μεταβολή στο γερμανικό ΑΕΠ.

Τα μοντέλα αυτά είναι η βάση πάνω στην οποία οι βραχυχρόνιες προβλέψεις για το εισερχόμενο τουρισμό μπορούν να στηριχθούν. Αυτό, όμως, δεν είναι αρκετό. Οι προβλέψεις αυτές θα πρέπει να συμπληρώνονται με όσο το δυνατόν πιο πρόσφατα στοιχεία και πληροφορίες που οι άνθρωποι του τουρισμού μπορούν να προσφέρουν. Δυστυχώς, για το 2009 ακόμη και οι άνθρωποι του τουρισμού δεν ήταν σε θέση να προγνώσουν τον εισερχόμενο τουρισμό, κάτι που καθιστά εξαιρετικά δύσκολη την επιβεβαίωση των προβλέψεών μας από στοιχεία της αγοράς.

Ο Πίνακας Α3.2. δίνει τα οικονομετρικά αποτελέσματα για τις τρεις περιοχές των χωρών που προαναφέρθηκαν. Όλες οι εκτιμήσεις έγιναν χρησιμοποιώντας την λογαριθμική εξειδίκευση των συναρτήσεων διότι η σχέση εισερχόμενου τουρισμού και των άλλων επεξηγηματικών μεταβλητών μπορεί να είναι μη γραμμική. Εκτός αυτού, η λογαριθμική εξειδίκευση διευκολύνει την ερμηνεία των αποτελεσμάτων διότι οι παράμετροι μπορούν να ερμηνευθούν ως ελαστικότητες. Για παράδειγμα, αν το ΑΕΠ της Βρετανίας μειωθεί κατά 1% το 2009, ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα από την αγορά της Βρετανίας θα μειωθεί κατά 0,89%. Αντίστοιχες είναι οι ερμηνείες των άλλων εκτιμήσεων των παραμέτρων.

Από ό,τι δείχνουν τα αποτελέσματα του Πίνακα Α3.2, δύο είναι οι σημαντικές μεταβλητές που επηρεάζουν τις τουριστικές αφίξεις: το εισόδημα και η τιμή του πετρελαίου. Η συναλλαγματική ισοτιμία δεν ήταν στατιστικά σημαντική, κυρίως λόγω της τιμής του πετρελαίου που φαίνεται να είναι αντιπροσωπευτικός δείκτης του κόστους του τουρισμού. Η τιμή του πετρελαίου μετρά το κόστος του ταξιδιού, που εκτός από το κόστος μεταφοράς, μπορεί να είναι και ένας δείκτης του κόστους παραμονής και διατροφής σε ένα μέρος.

Πίνακας Α3.1.

Εισερχόμενος Τουρισμός κατά Περιοχή Προέλευσης (Μέσος Όρος 2002-2007)

Χώρα προέλευσης	Ετήσιος Μέσος Όρος Περιόδου 2002-2007	Ποσοστό
Σύνολο	13652748	100
Ευρωζώνη	6176402	45
Γερμανία	2286890	17
Σκανδιναβία (Σουηδία, Νορβηγία, Δανία)	938572	7
Ηνωμένο Βασίλειο	2781596	20
Υπόλοιπος Κόσμος	3756179	28
ΗΠΑ	252167	2
Ρωσία	187335	1,4

Πηγή: ΕΣΥΕ και Υπολογισμοί ΑΤΕΜ

Πίνακας Α3.2.

Στατιστικές Εκτιμήσεις των Συναρτήσεων Εισερχόμενου Τουρισμού

Περιοχή/Χώρα	ΑΕΠ	Τιμή πετρελαίου	Ανεργία	Πληθωρισμός	R2-adj
Ευρωζώνη	0,93	-0,41	-0,21	-0,42	0,9491
Σκανδιναβικές Χώρες	0,81	-0,24	5,37	1,43	0,7616
Ηνωμένο Βασίλειο	0,89	-0,21	8,2	0,1	0,8429

Το εισόδημα το μετράμε σε τιμές αγοραστικής δύναμης, αν και τα αποτελέσματα δεν ήταν διαφορετικά όταν χρησιμοποιήθηκε το πραγματικό εισόδημα. Τα αποτελέσματα δεν διαφοροποιούνται από άλλα αποτελέσματα της σχετικής τουριστικής βιβλιογραφίας.

Η εισοδηματική ελαστικότητα δείχνει ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν θεωρείται ως κανονικό αγαθό, αν και για τις σκανδιναβικές χώρες η ελαστικότητα του 0,81 δείχνει ότι για τους σκανδιναβούς είναι ελαφρώς κατώτερο αγαθό. Η τιμή του πετρελαίου έχει την αναμενόμενη αρνητική επίπτωση. Μία αύξηση της τιμής του πετρελαίου κατά 10%, μειώνει τον εισερχόμενο τουρισμό κατά 4,1% από τις χώρες της ευρωζώνης, 2,1% από τη Βρετανία και 2,4% από τις Σκανδιναβικές χώρες. Εκτός από τις δύο αυτές σημαντικές μεταβλητές, οι χώρες της ευρωζώνης φαίνεται να επηρεάζονται σημαντικά και από τον πληθωρισμό και την ανεργία. Κάτι αντίστοιχο δεν ισχύει για τις άλλες περιοχές ή χώρες.

Τα παραπάνω αποτελέσματα δείχνουν την πολύ μεγάλη σημασία που έχει η τιμή του πετρελαίου για τον ελληνικό τουρισμό. Οι μεγάλες μεταβολές στην τιμή του πετρελαίου μέσα σε ένα έτος καθιστούν πολύ δύσκολη την πρόβλεψη για το 2009. Το 2008 η τιμή του πετρελαίου είχε μία μέση τιμή λίγο κάτω από τα 100 δολάρια, αλλά και με πολύ υψηλή διακύμανση (η τυπική απόκλιση ήταν κοντά στα 30 δολάρια). Τα σενάρια αφορούν την τιμή του πετρελαίου περισσότερο και λιγότερο της οικονομικής κρίσης. Φυσικά, η παγκόσμια οικονομική κρίση συνδέεται άμεσα με την τιμή του πετρελαίου και σε αυτή την περίπτωση η πτώση της τιμής του πετρελαίου έχει θετική επίδραση. Αν υποθέσουμε ότι η τιμή του πετρελαίου θα κυμανθεί μεταξύ 40-50 δολάρια το 2009, τότε μπορούμε να διαμορφώσουμε τρία σενάρια επιδράσεων. Επίσης, υποθέτουμε ότι το υπόλοιπο του κόσμου θα διατηρήσει το μερίδιο του 28% στον ελληνικό τουρισμό, που υπολογίζεται ως ο μέσος όρος των αφίξεων της περιόδου 2002-2007 (βλέπε Πίνακα Α3.1).

Στον Πίνακα Α3.3 αναφέρονται οι πρόσφατες εκτιμήσεις των κυριότερων μακροοικονομικών μεταβλητών των βασικών περιοχών εισερχόμενων τουριστών που έγιναν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατά το πρώτο μήνα του τρέχοντος έτους. Η μελέτη αυτών των μεταβλητών (αν και η ανεργία και ο πληθωρισμός δεν είναι στατιστικά

σημαντικές) είναι ύψιστης σημασίας για την κατανόηση του μακροοικονομικού κλίματος των χωρών αυτών, οπότε εύκολα προκύπτουν κάποια πρώτα συμπεράσματα για την επόμενη τουριστική περίοδο στην χώρα μας. Ο Πίνακας Α3.4 δίνει αυτές τις εκτιμήσεις για τον εισερχόμενο τουρισμό το 2009

Πίνακας Α3.3.
Προβλέψεις Οικονομικών Μεγεθών για το 2009

	ΑΕΠ (%)	Ανεργία	Πληθωρισμός
Ευρωζώνη	-1,9	9,3	1
Σκανδιναβικές Χώρες	-0,73	5,37	1,43
Ηνωμένο Βασίλειο	-2,8	8,2	0,1

Πηγή: European Commission Interim Forecast, January 2009.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα Α3.4, κατά το χειρότερο σενάριο, ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα θα ανέλθει στα 13,32 εκατομμύρια και σύμφωνα με το πιο αισιόδοξο σενάριο στα 14,36 εκατομμύρια τουρίστες. Τα επίσημα διαθέσιμα στοιχεία το 2007 κάνουν λόγο για συνολικές αφίξεις 15,5 εκατομμυρίων τουριστών. Για το 2008, οι ανεπίσημες εκτιμήσεις δίνουν πτώση σε σχέση με το 2007, ενώ με ανεπίσημα στοιχεία η πτώση στις αφίξεις αλλοδαπών που διέμειναν σε ξενοδοχεία ήταν της τάξης του 6%. Αν η πτώση αυτή ανέλθει τελικά στο 3%, όπως δείχνουν τα στοιχεία από τις αφίξεις στα

αεροδρόμια, τότε η ποσοστιαία πτώση στις αφίξεις το 2009 σε σχέση με το 2008 είναι 4,39% στην καλύτερη περίπτωση και 11,30% στη χειρότερη περίπτωση. Το μέσο σενάριο προβλέπει πτώση της τάξης του 8,11%. Τα σενάρια αυτά υποθέτουν ότι (α) η τουριστική πολιτική δεν θα μεταβληθεί σημαντικά και (β) η τουριστική κατάσταση θα παραμείνει η ίδια. Οι συνέπειες των οικονομικών κρίσεων και γενικότερα των προβληματικών καταστάσεων αναλύονται στην πρώτη μελέτη του δεύτερου μέρους της έκθεσης.

Πίνακας Α3.4.
Σενάρια Προβλέψεων για τον Εισερχόμενο Τουρισμό το 2009

Περιοχή/Χώρα	Αριθμός Τουριστών		
	Α	Β	Γ
Σενάριο Τιμή πετρελαίου	40	45	50
Ευρωζώνη	6456185	6151065	5890366
Σκανδιναβικές Χώρες	904938	879715	857749
Ηνωμένο Βασίλειο	2981881	2909610	2846446
Υπόλοιπο Κόσμος	4022279	3865707	3731218
Σύνολο εισερχόμενου τουρισμού για το 2009	14365283	13806097	13325779
Ποσοστιαία μεταβολή, 2009-2008	-4,39%	-8,11%	-11,30%

Η πρόβλεψη του Πίνακα Α3.4 διαφοροποιείται από την πρόβλεψη των τάσεων που έγινε στην προηγούμενη ενότητα της παρούσης έκθεσης. Να υπενθυμίσουμε ότι εκτιμήθηκε ότι οι αφίξεις θα είναι 15,1 εκατομμύρια και ο πενταετής κυλιόμενος μέσος όρος 2009 εκτιμήθηκε στα 14,3 εκατομμύρια. Η τελευταία εκτίμηση είναι μεταξύ του καλύτερου και μεσαίου σεναρίου της βραχυχρόνιας πρόβλεψης του Πίνακα Α3.3.

Η μακροχρόνια πρόβλεψη βασίζεται στην διαχρονική τάση των στοιχείων και δεν λαμβάνει υπόψη την οικονομική

συγκυρία του συγκεκριμένου έτους της πρόβλεψης. Γνωρίζοντας ότι το 2009 θα είναι έτος οικονομικής ύφεσης και γνωρίζοντας ότι αυτό θα συνδυαστεί και με μια σημαντική πτώση στην τιμή του πετρελαίου (μείωση του κόστους του τουρισμού), τότε οι προβλέψεις για το 2009 μπορούν να προσαρμοστούν κατάλληλα, χρησιμοποιώντας τα οικονομικά υποδείγματα. Όπως εξηγείται στη μελέτη του Γρηγορίου Παπανίκου στα Ειδικά Θέματα Τουριστικής Ανάλυσης της παρούσης έκθεσης, η πρόβλεψη για την αναμενόμενη πτώση δεν είναι κάτι πρωτόγνωρο για τον ελληνικό τουρισμό.

ΜΕΡΟΣ Β:
ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ
ΑΝΑΛΥΣΗΣ

Τα άρθρα που ακολουθούν εκφράζουν τις απόψεις των συγγραφέων τους και με κανένα τρόπο δεν δεσμεύουν την ΑΤΕΜ

Β1. Κάμψεις και Κρίσεις στον Ελληνικό Τουρισμό από το 1951 μέχρι Σήμερα

του

Γρηγόρη Θ. Παπανίκου

Εισαγωγή

Η πρόσφατη ανησυχία για την από πολλούς αναμενόμενη μείωση στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, το 2009 σε σχέση με το 2008, καθιστά επίκαιρη την ανάλυση των ιστορικών κάμψεων και κρίσεων του ελληνικού τουρισμού. Σκοπός του παρόντος άρθρου είναι να διερευνήσει τις κάμψεις και τις κρίσεις, χρησιμοποιώντας ως μεταβλητή τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών από το 1951 έως και σήμερα. Άλλες μεταβλητές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν και έχουν χρησιμοποιηθεί στη διεθνή βιβλιογραφία είναι οι διανυκτερεύσεις, η μέση διαμονή και οι τουριστικές δαπάνες. Για πολλούς λόγους, που επισημαίνονται και στη διεθνή βιβλιογραφία, ο αριθμός των αφίξεων θεωρείται ως η πιο σημαντική μεταβλητή για αυτού του τύπου τουριστικών αναλύσεων.

Για τους σκοπούς της παρούσης ανάλυσης, ορίζονται και εξετάζονται τρεις περιπτώσεις: (α) δυναμικές περιόδους αυξήσεων των αλλοδαπών αφίξεων που χαρακτηρίζονται από υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Αυτοί ορίζονται ως ρυθμοί που ξεπερνούν το 10% σε ετήσια βάση, (β) περιόδους στις οποίες παρατηρούνται κάμψεις στις αφίξεις που ορίζονται ως χαμηλοί έως μηδενικοί ρυθμοί αύξησης των αλλοδαπών αφίξεων και (γ) περιόδους κρίσεων όπου οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών μειώνονται σημαντικά. Επιπροσθέτως, θα μπορούσαμε να ορίσουμε και μία ακόμη κατηγορία αυτή της τουριστικής καταστροφής, στην οποία περίπτωση παρατηρείται μία πολύ μεγάλη πτώση στις τουριστικές αφίξεις.

Η εξέταση του πώς οι κρίσεις επηρεάζουν τον ελληνικό τουρισμό θα πρέπει να διαχωρίσει τις κρίσεις σε εσωτερικές και εξωτερικές. Ο διαχωρισμός αυτός είναι απαραίτητος για δύο λόγους. Πρώτον, οι επιπτώσεις των εσωτερικών κρίσεων μπορεί να είναι διαφορετικές από τις κρίσεις που προέρχονται από το εξωτερικό. Για παράδειγμα μία τρομοκρατική ενέργεια, όπως αυτή το 2001 στις ΗΠΑ, επηρεάζει το διεθνή τουρισμό αλλά η επίδραση για την Ελλάδα δεν θα ήταν η ίδια, αν η ενέργεια αυτή είχε γίνει σε ελληνικό έδαφος. Δεύτερον, τα δύο είδη κρίσεων απαιτούν διαφορετικές πολιτικές αντιμετώπισης τους από την ελληνική πολιτεία. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι χρονιές κρίσεων του ελληνικού τουρισμού δεν μπορούν εύκολα να διαχωριστούν σε εσωτερικές και εξωτερικές αιτίες. Για παράδειγμα, το έτος 1974, είναι ένα έτος κρίσης για τον ελληνικό τουρισμό αλλά αυτό οφείλεται στην παγκόσμια οικονομική κρίση του έτους αυτού και στα γεγονότα της εισβολής

της Τουρκίας στην Κύπρο και τις επιπτώσεις που αυτό είχε στις πολιτικές εξελίξεις στην Ελλάδα (επιστράτευση, πτώση της δικτατορίας και αποκατάσταση της κοινοβουλευτικής διαδικασίας).

Η παρούσα εργασία οργανώνεται σε πέντε μέρη, συμπεριλαμβανομένης και της εισαγωγής. Στο δεύτερο μέρος της εργασίας γίνεται μία συνοπτική αναφορά σε ζητήματα ορισμού και ταξινόμησης των τουριστικών κρίσεων και τουριστικών καταστροφών. Στο ίδιο μέρος γίνεται και μια αναφορά στις πολιτικές διαχείρισης των κρίσεων από την πλευρά των φορέων και οργανισμών τουριστικής πολιτικής. Στο τρίτο μέρος αναλύεται η χρονολογική σειρά του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα από το 1951 μέχρι το 2008, σε αριθμό αφίξεων και σε ετήσιες μεταβολές. Στο ίδιο μέρος γίνεται ανάλυση ανά δεκαετία. Στο τέταρτο μέρος παρουσιάζονται τα έτη που χαρακτηρίζονται ως έτη τουριστικής καταστροφής, κρίσεων και κάμψεων. Στο τελευταίο μέρος δίνονται τα συμπεράσματα αλλά και κάποιες σκέψεις για την αναμενόμενη επίπτωση στον ελληνικό τουρισμό από την τρέχουσα παγκόσμια οικονομική κατάσταση.

Προσδιορισμός Τουριστικών Κρίσεων και Πολιτικές Διαχείρισης τους

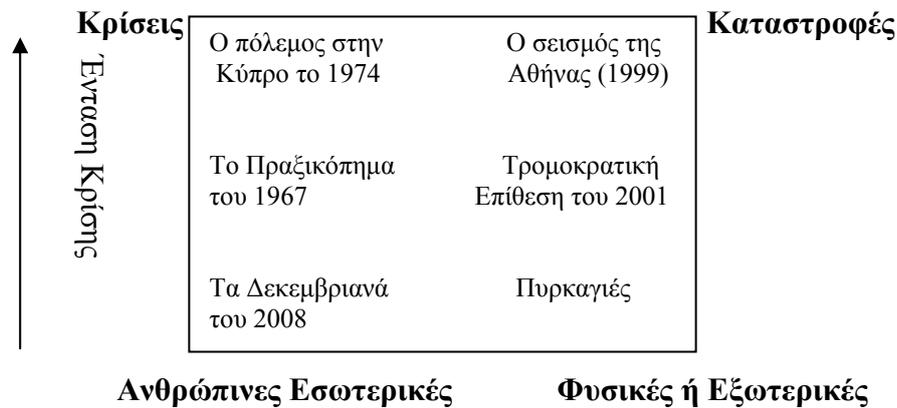
Οι τουριστικές κρίσεις και οι πολιτικές αντιμετώπισης τους έχουν γίνει το αντικείμενο πολλών μελετών, τόσο θεωρητικών όσο και εμπειρικών. Η ανάπτυξη ενός πλαισίου αντιμετώπισης των τουριστικών κρίσεων έχει γίνει από τον Faulkner (2001). Έχουν γίνει αρκετές εμπειρικές μελέτες, οι οποίες αφορούν τόσο χώρες και περιοχές, όσο και συγκεκριμένα διεθνή ή εθνικά γεγονότα κρίσεων και καταστροφών, όπως η τρομοκρατική επίθεση στην Νέα Υόρκη το Σεπτέμβριο του 2001, το SARS το 2003, ο πόλεμος στο Ιράκ το 2003 κ.λπ. Μια πρόσφατη τέτοια εμπειρική διερεύνηση γίνεται από τον Wand (2009), ο οποίος κάνει και μία σχετικά εκτενή αναφορά σε προηγούμενες αντίστοιχες μελέτες.

Η θεωρητική βιβλιογραφία εστιάζει το ενδιαφέρον της περισσότερο (α) στον ορισμό των κρίσεων και καταστροφών στον τουριστικό κλάδο, ο οποίος περιλαμβάνει και τους τρόπους μέτρησης των, (β) στην κατηγοριοποίηση και ταξινόμηση των τουριστικών κρίσεων και καταστροφών, (γ) στην ποσοτικοποίηση των επιπτώσεων που κυρίως γίνεται με την χρήση οικονομετρικών υποδειγμάτων και (δ) στην ανάπτυξη πολιτικών διαχείρισης αυτών των κρίσεων.

Ο Faulkner (1991, σ. 136) διαχωρίζει την τουριστική κρίση από την τουριστική καταστροφή από το βαθμό της συμμετοχής του ανθρώπινου παράγοντα. Κατά τον Faulkner, ο όρος τουριστική κρίση '...θα πρέπει να χρησιμοποιείται να περιγράψει μία κατάσταση που η ρίζα του προβλήματος, κατά κάποιο τρόπο, είναι αυτοπαθής, λόγω ελλειπών διοικητικών δομών και πρακτικών ή λόγω αποτυχίας προσαρμογής στην αλλαγή'. Τα πρόσφατα γεγονότα της Αθήνας το Δεκέμβρη του 2008 και των άλλων ελληνικών μεγαλουπόλεων μπορούν να θεωρηθούν, σύμφωνα με αυτό τον ορισμό, ως τουριστική κρίση. Από την άλλη πλευρά, η τουριστική καταστροφή αφορά δραματικές μεταβολές στον τουρισμό, οι οποίες οφείλονται σε αντικειμενικούς λόγους. Για παράδειγμα, η αναμενόμενη παγκόσμια οικονομική κρίση του 2009 μπορεί να θεωρηθεί ή να αποδειχθεί ότι είναι ένα καταστρεπτικό γεγονός, για το οποίο πολύ λίγα μπορούν να κάνουν οι ελληνικοί φορείς για να το αποτρέψουν. Τουριστικές καταστροφές είναι και οι φυσικές καταστροφές όπως ο σεισμός, οι πυρκαγιές, οι πλημμύρες κ.λπ.

Σχήμα Β1.1.

Ταξινόμηση τουριστικών κρίσεων και καταστροφών



Ο Faulkner, μάλιστα, προβαίνει σε σχηματική παρουσίαση των κρίσεων και καταστροφών, σύμφωνα με μία συνεχή κατηγοριοποίηση ανάλογα της έντασης του γεγονότος. Η σχηματοποίηση αυτή παρουσιάζεται από εμάς στο Σχήμα Β1.1, χρησιμοποιώντας, όμως, ελληνικά παραδείγματα τουριστικών κρίσεων και καταστροφών. Η μία κατηγορία αφορά κατά πόσο η κρίση οφείλεται σε ανθρώπινη παρέμβαση, η οποία θα μπορούσε να αποτραπεί ή είναι μία φυσική καταστροφή που δεν μπορεί να εξαλειφθεί με ανθρώπινη παρέμβαση. Η άλλη κατηγορία αφορά το γεωγραφικό πεδίο αναφοράς. Αν αυτό είναι η Ελλάδα, τότε η ταξινόμηση πρέπει να περιλαμβάνει και το διαχωρισμό μεταξύ εσωτερικής και εξωτερικής προέλευσης της κρίσης. Η τελευταία μπορεί να οφείλεται σε ανθρώπινη παρέμβαση, αλλά πολύ λίγα μπορούν να γίνουν από την Ελλάδα για να την αποτρέψει. Η τρομοκρατική επίθεση του 2001 στους δίδυμους πύργους είναι ένα ανθρώπινο γεγονός, αλλά για την Ελλάδα έχει την ίδια σημασία που έχει και ένα «φυσικό» γεγονός.

Η ταξινόμηση είναι ενδεικτική και η ένταση της κρίσης από τουριστικής πλευράς μπορεί να αξιολογηθεί είτε εκ των προτέρων είτε εκ των υστέρων. Η εκ των προτέρων αξιολόγηση έχει να κάνει με αυτό καθαυτό το γεγονός. Μάλιστα, οι Keller & Al-Madhari (1996) έδωσαν έναν ποσοτικό ορισμό της κρίσης. Σύμφωνα με αυτούς τους συγγραφείς, κρίση υπάρχει όταν έχουμε 10 νεκρούς, καταστροφές πάνω από ένα εκατομμύριο δολάρια και μετακίνηση από τα σπίτια τους 50 ατόμων. Σύμφωνα με αυτό τον ορισμό, από το 1970 μέχρι το 1996 υπήρξαν 6000 καταστροφές, με τέσσερα εκατομμύρια νεκρούς και πολύ μεγάλο οικονομικό κόστος. Μία κρίση δεν μετουσιώνεται κατά ανάγκη και σε τουριστική κρίση. Η εκ των υστέρων αξιολόγηση δεν μπορεί παρά να περιλαμβάνει την επίπτωση της κρίσης στις τουριστικές αφίξεις και τα τουριστικά έσοδα.

Η εκ των υστέρων αξιολόγηση ενσωματώνει και τις πολιτικές παρέμβασης για την μετρίαση της επίπτωσης της κρίσης. Οικονομικά μέτρα, όπως η φορολόγηση, και μέτρα μάρκετινγκ, όπως η εντατικοποίηση της διεθνούς διαφήμισης, μπορούν να εξαλείψουν τις τουριστικές επιπτώσεις μιας κρίσης. Σε πολλές περιπτώσεις, μία φυσική καταστροφή ή μία τουριστική κρίση μπορεί να ενισχύσει τον τουρισμό στην μετά την κρίση περίοδο. Για τους σκοπούς της παρούσης εργασίας, διαχωρίζουμε τρεις κατηγορίες τουριστικών καταστάσεων: καταστροφή, κρίση και κάμψη. Τουριστική καταστροφή ορίζεται η πτώση στις τουριστικές αφίξεις πλέον του 10%, Τουριστική κρίση προκύπτει όταν έχουμε πτώση μέχρι 10% και, τέλος, τουριστική κάμψη όταν ο ρυθμός αύξησης των τουριστικών αφίξεων είναι πολύ χαμηλός (μικρότερος του 2%) ή μηδενικός. Ένας άλλος εναλλακτικός ορισμός της τουριστικής κάμψης είναι ο εξής: τουριστική κάμψη έχουμε όταν ο ρυθμός αύξησης των

τουριστικών αφίξεων βαίνει μειούμενος, π.χ. από 5% τον προηγούμενο χρόνο σε 3% αυτό τον χρόνο.

Πάντως, ο όρος τουριστική καταστροφή θα πρέπει να χρησιμοποιείται με μεγάλη προσοχή διότι στην πραγματικότητα μία καταστροφή θα σήμαινε την εξάλειψη του τουρισμού ή την πολύ σημαντική του μείωση για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα. Τέτοιες περιπτώσεις μπορούν να προκύψουν μόνο από μακροχρόνιους καταστροφικούς πολέμους. Τέλος, ένας άλλος τρόπος προσδιορισμού και μέτρησης των τουριστικών κρίσεων είναι ο οικονομετρικός. Σε αυτή την περίπτωση χρησιμοποιείται μία “ψευδομεταβλητή”, η οποία λαμβάνει την τιμή της μονάδας για τις περιόδους της κρίσης και μηδέν για τις άλλες περιόδους. Με αυτό τον τρόπο, το μέγεθος και η έκταση της κρίσης μπορεί να μετρηθεί επακριβώς, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις άλλες μεταβλητές που μπορούν να επηρεάζουν τις τουριστικές αφίξεις. Για παράδειγμα, η παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008 που αναμένεται να συνεχιστεί το 2009 μπορεί να έχει πολύ μεγαλύτερες τουριστικές επιπτώσεις, αν δεν συνοδευόταν από την πολύ μεγάλη πτώση των τιμών του πετρελαίου, του παγκόσμιου πληθωρισμού (λόγω ύφεσης) και των μέτρων που αναμένεται να λάβουν οι κυβερνήσεις για να στηρίξουν τον τουρισμό. Η ποσοτικοποίηση των επιπτώσεων του κάθε ενός από αυτούς τους παράγοντες μπορεί να γίνει μόνο οικονομετρικά.

Η παραπάνω ταξινόμηση των τουριστικών καταστροφών, κρίσεων και κάμψεων χρησιμοποιείται στο επόμενο μέρος για τον προσδιορισμό των τουριστικών καταστροφών, τουριστικών κρίσεων και τουριστικών κάμψεων στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 μέχρι σήμερα. Πριν, όμως, μία αναφορά στα προγράμματα διαχείρισης των τουριστικών κρίσεων.

Πίνακας Β1.1.

Σχέδιο Διαχείρισης Τουριστικών Κρίσεων και Καταστροφών

Προαπαιτούμενα Αποτελεσματικού Σχεδιασμού Διαχείρισης Τουριστικών Κρίσεων	Συστατικά Στοιχεία Σχεδιασμού Διαχείρισης Τουριστικών Κρίσεων
<ul style="list-style-type: none"> • Συντονισμός και ομαδική δουλειά όλων των αρμόδιων φορέων. • Συνεχή διαβούλευση. • Πιστή αφοσίωση. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάλυση και πρόβλεψη του κινδύνου από την τουριστική κρίση. • Οριοθέτηση προτεραιοτήτων. • Καθιέρωση πρωτόκολλων ενεργειών από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς. • Καταγραφή των υποδομών και πόρων για την εκτίμηση των αναγκών εξωτερικής βοήθειας. • Καθιέρωση ενός κεντρικού στρατηγείου διαχείρισης της κρίσης. • Σύστημα ενημέρωσης των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας. • Σύστημα προειδοποίησης • Ευελιξία από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς. • Συμμετοχή, εκπαίδευση και αναθεώρηση.

Πολλοί μελετητές των κρίσεων γενικότερα και των τουριστικών κρίσεων ειδικότερα έχουν προτείνει διάφορα σχέδια αντιμετώπισης των κρίσεων και καταστροφών. Ο Faulkner (2001), εκτός από μια παρουσίαση της σχετικής βιβλιογραφίας, προσφέρει και ένα δικό του ολοκληρωμένο πλαίσιο διαχείρισης τουριστικών κρίσεων. Διαχωρίζει τα προαπαιτούμενα για έναν αποτελεσματικό σχεδιασμό διαχείρισης τουριστικών κρίσεων από τα συστατικά στοιχεία μιας τέτοιας διαδικασίας. Στον Πίνακα Β1.1. δίνονται του τι πρέπει να περιλαμβάνουν τα προαπαιτούμενα και τι τα συστατικά στοιχεία ενός σχεδίου αντιμετώπισης μιας τουριστικής κρίσης.

Σκοπός της παρούσης περιγραφικής μελέτης δεν είναι η ανάλυση αυτών των παραγόντων. Απαιτείται μία ξεχωριστή μελέτη, και θα είχε ενδιαφέρον, η περιπτωσιολογική μελέτη της αντιμετώπισης μιας ελληνικής τουριστικής κρίσης. Η παρούσα μελέτη περιορίζεται στον προσδιορισμό των ελληνικών τουριστικών κρίσεων στο δεύτερο μισό του προηγούμενου αιώνα και στα πρώτα χρόνια του παρόντος. Στο επόμενο μέρος εξετάζεται το σύνολο του εισερχόμενου τουρισμού στην προαναφερθείσα περίοδο.

Οι Ελληνικές Αφίξεις από το 1951 έως Σήμερα

Στο Διάγραμμα Β1.1 δίνεται η ιστορική εξέλιξη του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα από το 1951 μέχρι το 2008. Στον αριθμό αυτό δεν περιλαμβάνονται οι οικονομικοί μετανάστες, προερχόμενοι κυρίως από Αλβανία, Βουλγαρία και Σκόπια, αλλά περιλαμβάνονται οι κρουαζιέρες. Δυστυχώς ακόμη και σήμερα πολλοί, είτε από επιστημονική αφέλεια είτε από πολιτική ιδιοτέλεια, χρησιμοποιούν το σύνολο των αλλοδαπών αφίξεων, ενώ αναφέρονται στις τουριστικές αφίξεις. Η ανακρίβεια αυτή θα πρέπει να σταματήσει και η ευθύνη ανήκει στην Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος, η οποία μάλιστα τροφοδοτεί τους διεθνείς οργανισμούς τουρισμού και τις ευρωπαϊκές στατιστικές υπηρεσίες με τέτοια «φουσκωμένα» στοιχεία.

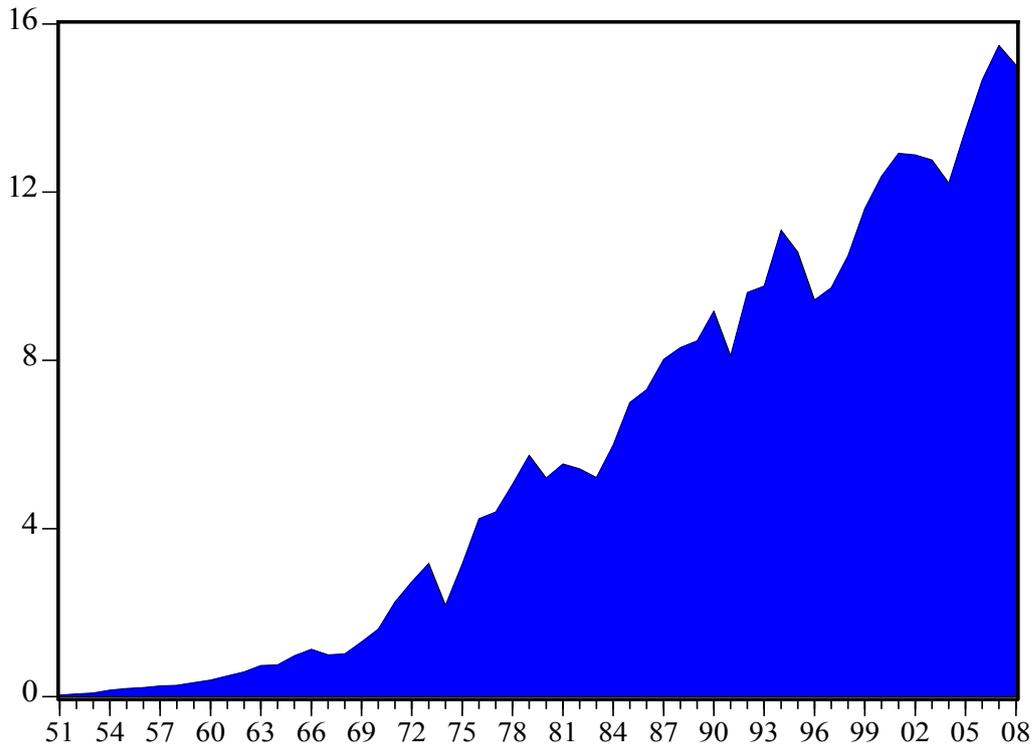
Για τους σκοπούς της παρούσης ανάλυσης, από το Διάγραμμα Β1.1 προκύπτουν μία σειρά από σημαντικές παρατηρήσεις. Πρώτον, η άνοδος των τουριστικών αφίξεων είναι πραγματικά αξιοσημείωτη. Από ανύπαρκτη το 1951 (λιγότερο από μισό εκατομμύριο), ξεπέρασε τα 15 εκατομμύρια το 2007. Δεύτερον, ο ρυθμός αύξησης, όπως είναι φυσικό, βαίνει μειούμενος. Στον Πίνακα Β1.2 δίνεται ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης ανά δεκαετία. Οι μεγάλοι μέσοι ετήσιοι ρυθμοί αύξησης των τουριστικών αφίξεων των πρώτων δεκαετιών της περιόδου οφείλονται και στο πολύ μικρό μέγεθος των συνολικών αφίξεων αυτών των ετών².

Εκτός από το μέγεθος του ρυθμού αύξησης του εισερχόμενου τουρισμού, πολύ μεγάλη σημασία έχουν και οι μεταβολές. Το επιθυμητό, από κάθε άποψης, είναι οι τουριστικές αφίξεις να αυξάνουν με ένα σταθερό ρυθμό που επιτρέπει τον καλύτερο σχεδιασμό, τόσο σε επίπεδο τουριστικής πολιτικής, όσο και σε επίπεδο τουριστικών επιχειρήσεων. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η αποτελεσματική και η αποδοτική αξιοποίηση των ανθρώπινων και φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται στην τουριστική βιομηχανία.

² Για όλη την περίοδο, ο ετήσιος ρυθμός αύξησης ήταν 8,9%, όπως υπολογίστηκε από το εξής υπόδειγμα: $\log(\text{αφίξεις}) = 12,27 + 0,089 \cdot \text{Τάση με διορθωμένο } R^2 = 88,79\%$.

Διάγραμμα Β1.1.

Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στην Ελλάδα, 1951-2008 (σε εκατομμύρια)



Από τον Πίνακα Β1.2 προκύπτει ότι σημαντικές είναι και οι διαφοροποιήσεις της μεταβλητότητας των ρυθμών αύξησης των τουριστικών αλλοδαπών αφίξεων. Από την ανάλυση των τυπικών αποκλίσεων, προκύπτει ότι οι πρώτες τρεις δεκαετίες είναι πιο ευμετάβλητες από τις τελευταίες τρεις δεκαετίες της περιόδου, αλλά αυτό οφείλεται και στους πολύ μεγάλους μέσους ρυθμούς αύξησης αυτών ετών. Σε αυτή την περίπτωση, η σύγκριση πρέπει να γίνεται χρησιμοποιώντας το συντελεστή μεταβλητότητας - ο λόγος της τυπικής απόκλισης προς το μέσο όρο - διότι αυτός δεν επηρεάζεται από το μέγεθος της μέσης τιμής. Τιμές αυτού του συντελεστή μικρότερες (μεγαλύτερες) της μονάδας απεικονίζουν χαμηλή (υψηλή) μεταβλητότητα. Παρατηρείται, λοιπόν, ότι οι δεκαετίες, μετά το 1970, χαρακτηρίζονται από υψηλή μεταβλητότητα, σε σχέση με τις πρώτες δύο δεκαετίες. Γενικότερα, το σύνολο της περιόδου μπορεί να χωρισθεί σε δύο υποπεριόδους: 1951-1974 και 1975-2008. Η πρώτη περίοδος χαρακτηρίζεται από υψηλούς ετήσιους ρυθμούς, χαμηλή μεταβλητότητα, αλλά και χαμηλό επίπεδο τουριστικών αφίξεων. Η περίοδος 1975-2008 χαρακτηρίζεται από χαμηλούς ρυθμούς ετήσιας αύξησης, υψηλής μεταβλητότητας, αλλά και υψηλό επίπεδο εισερχόμενου τουρισμού³.

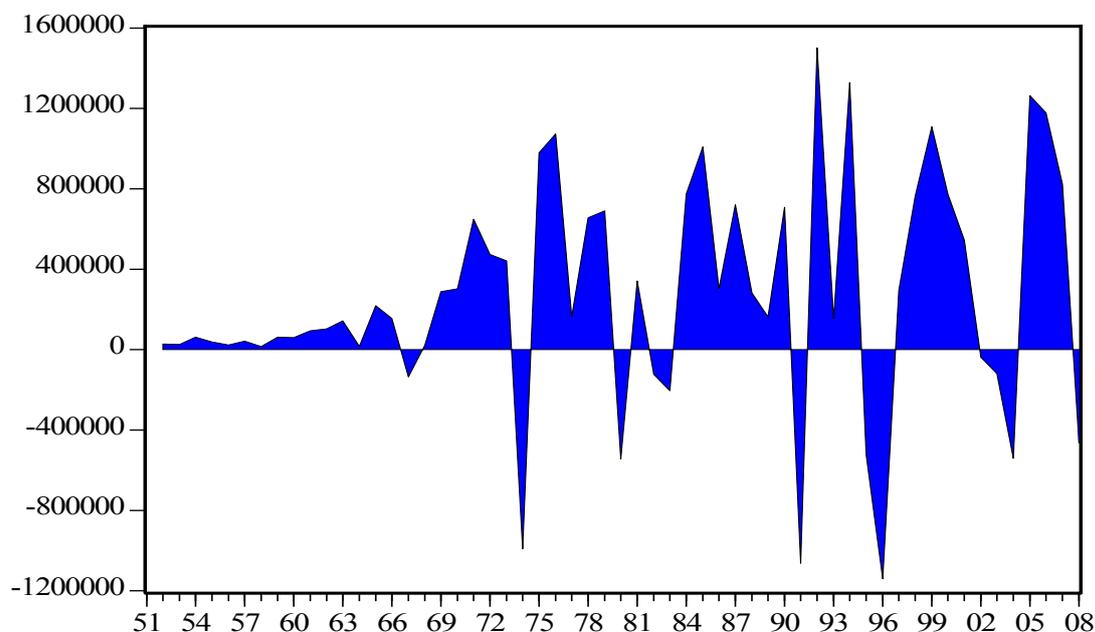
³ Η περίοδος 1975-2008 ταυτίζεται με την μεταπολίτευση και την πολιτική σταθερότητα σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο. Αν και δεν είναι επί του παρόντος θέματος, ένα απλό οικονομικό υπόδειγμα του εισερχόμενου τουρισμού, το οποίο εξαρτάται από τις αφίξεις του προηγούμενου χρόνου, της τάσης και μιας ψευδομεταβλητής για το διαχωρισμό των δύο περιόδων δείχνει ότι η μεταπολίτευση έχει θετική επίδραση, αλλά στατιστικά δεν είναι σημαντική.

Πίνακας Β1.2.
Ρυθμοί Αύξησης Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Δεκαετία

Δεκαετία	Μέσος Ρυθμός Αύξησης (%)	Τυπική Απόκλιση	Συντελεστής Μεταβλητότητας
1951-1959	32,21	23,81	0,74
1960-1969	15,17	13,44	0,89
1970-1979	18,07	21,51	1,19
1980-1989	4,25	8,22	1,93
1990-1999	3,66	10,12	2,77
2000-2008	3,03	5,29	1,75
1951-1974	20,82	21,39	1,03
1975-2007	6,40	11,48	1,79
Σύνολο περιόδου 1951-2008	12,21	17,56	1,44

Μία άλλη παρατήρηση που προκύπτει από το διάγραμμα Β1.1 είναι ότι ο ρυθμός αύξησης του εισερχόμενου τουρισμού δεν είναι ομοιογενής. Υπάρχουν έτη όπου ο ρυθμός αύξησης είναι στάσιμος ή και αρνητικός. Το Διάγραμμα Β1.2 απεικονίζει καλύτερα αυτή την παρατήρηση, όπου φαίνονται ξεκάθαρα τα έτη με τις μεγαλύτερες και τις μικρότερες αφίξεις σε αριθμό αλλοδαπών τουριστών.

Διάγραμμα Β1.2.
Ετήσια Μεταβολή στις Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στην Ελλάδα, 1951-2008



Το ενδιαφέρον της παρούσης ανάλυσης αφορά περισσότερο τις μειώσεις. Ο Πίνακας Β1.3 που ακολουθεί δίνει τα έτη με τις μεγαλύτερες μειώσεις σε φθίνουσα τάξη μεγέθους μειώσεων. Για παράδειγμα, το 1996 παρατηρήθηκε η μεγαλύτερη πτώση της περιόδου σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Η μείωση ξεπέρασε το ένα εκατομμύριο, όπως και το 1991. Πολύ κοντά στο εκατομμύριο πτώση παρατηρήθηκε και το 1974.

Πίνακας Β1.3.

Έτη με Μείωση Αλλοδαπών Τουριστικών Αφίξεων σε Σχέση με τον Προηγούμενο Χρόνο: Σε Φθίνουσα Τάξη Μεγέθους Πτώσης

Έτος	Αριθμός Τουριστών
1996	-1139964
1991	-1063377
1974	-990143
1980	-543863
2004	-541011
1995	-521449
2008	-464665
1983	-204073
1967	-135257
1982	-121794
2003	-119471
2002	-37674

Σύμφωνα με τον ορισμό των τουριστικών καταστροφών, κρίσεων και κάμψεων που δόθηκε παραπάνω, εκείνο που έχει σημασία είναι οι σχετικές (ποσοστιαίες) πτώσεις στον εισερχόμενο τουρισμό. Αυτές εξετάζονται στο επόμενο μέρος της παρούσης μελέτης. Πάντως, θα πρέπει να επισημανθεί ότι η πτώση σε απόλυτους αριθμούς έχει τη δική της αξία διότι δείχνει τις μεγάλες επιπτώσεις που μπορεί να έχει στην τοπική απασχόληση και ανάπτυξη. Τα ποσοστά δεν μπορούν να αναδείξουν αυτή την πτυχή των κρίσεων. Αυτό, όμως, αποτελεί αντικείμενο μιας άλλης μελέτης που πρέπει να γίνει.

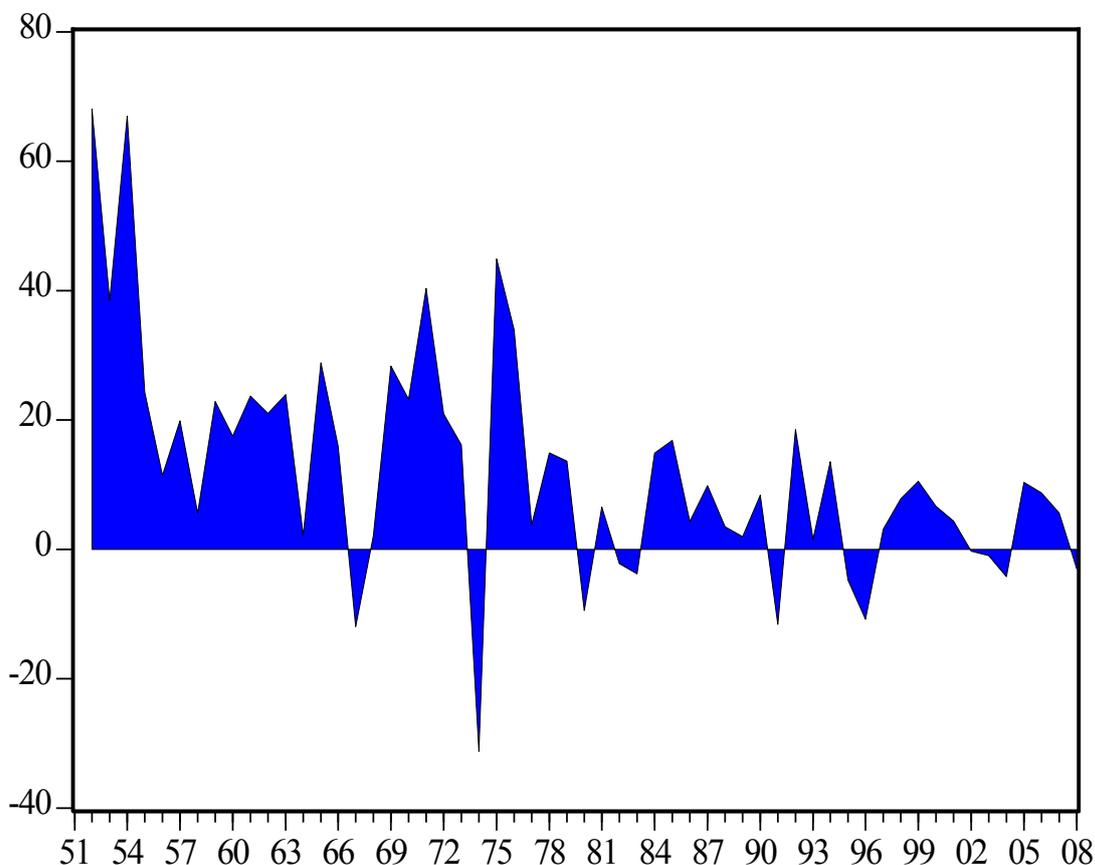
Τουριστικές Καταστροφές, Κρίσεις και Κάμψεις

Το μέρος αυτό της μελέτης παρουσιάζει τα έτη «καταστροφής», κρίσεων και κάμψεων για τον ελληνικό τουρισμό. Το Διάγραμμα Β1.3 δίνει τους ετήσιους ρυθμούς αύξησης του εισερχόμενου τουρισμού από το 1951 μέχρι το 2008.

Η πρώτη πτώση στο ρυθμό μεταβολής παρατηρήθηκε το 1967 και η δεύτερη το 1974, δύο χρονιές, που εκτός των άλλων, σηματοδεύτηκαν από την επιβολή και την πτώση αντίστοιχα της δικτατορίας, αλλά και από άλλα γεγονότα, ελληνικής και αλλοδαπής προέλευσης, όπως, η εισβολή της Τουρκίας στην Κύπρο, η επιστράτευση στην Ελλάδα, η παγκόσμια πετρελαϊκή κρίση κ.λπ. Από ό,τι φαίνεται αυτές οι δύο χρονιές είναι και οι τελευταίες που η εσωτερική πολιτική κατάσταση στην Ελλάδα επηρεάζει τον εισερχόμενο τουρισμό. Η κρίση του Μαρτίου του 1987 με την Τουρκία δεν συνδυάστηκε με πτώση στις αφίξεις. Επίσης, η κρίση στα Ίμια το 1996 δεν φαίνεται να είναι η αιτία της πτώσης του αριθμού των τουριστών, διότι το ίδιο συνέβη και το 1995, που μάλλον οφείλεται στην παγκόσμια οικονομική κατάσταση.

Διάγραμμα Β1.3.

Ετήσια Ποσοστιαία Μεταβολή στις Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στην Ελλάδα, 1951-2008



Στον Πίνακα Β1.4 δίνονται τα έτη των τουριστικών καταστροφών, κρίσεων και κάμψεων του ελληνικού τουρισμού. Να επαναλάβουμε ότι έχουμε ορίσει την καταστροφή ως μείωση των τουριστικών αφίξεων πλέον του 10%, των κρίσεων ως πτώσεις μικρότερες του 10% και κάμψεων ως μηδενικών ή πολύ μικρών αυξήσεων (μέχρι 2%). Συνολικά από τα 58 έτη, τα 13 προσδιορίζονται ως τουριστικά προβληματικά έτη ή το 22% των ετών (ένα στα τέσσερα με πέντε χρόνια). Τέσσερα έτη (1974, 1967, 1991 και 1996) μπορούν να θεωρηθούν ως καταστροφικά, πέντε έτη ως τουριστικών κρίσεων και τέσσερα έτη ως τουριστικές περιόδοι κάμψεων.

Μεγάλη σημασία είναι και η διάρκεια αυτών των προβληματικών τουριστικών καταστάσεων. Αυτό μπορεί να απεικονισθεί καλύτερα από τον Πίνακα Β1.5. με εξαίρεση τις δύο χρονιές που σημαδεύτηκαν από πολιτικές κρίσεις στην Ελλάδα, το 1967 και το 1974, όλες οι υπόλοιπες κρίσεις συμβαίνουν μετά το 1980, που ταυτίζονται με τα γενικότερα παγκόσμια μακροοικονομικά προβλήματα. Η χειρότερη δεκαετία είναι αυτή που διανύουμε με τέσσερα έτη από τα εννέα να παρατηρείται πτώση. Εξάλλου και στο σύνολο της δεκαετίας παρατηρείται η μικρότερη αύξηση της περιόδου (βλέπε Πίνακα Β1.2). Συνεχίζεται, δηλαδή, η κακή πορεία του 1990, που είχε τρεις μειώσεις και μία χρονιά με μικρή αύξηση. Αν οι προβλέψεις για το 2009 επιβεβαιωθούν, τότε θα έχουμε τα μισά χρόνια της δεκαετίας με πτώση.

Πίνακας Β1.4.**Έτη με Μείωση Αλλοδαπών Τουριστικών Αφίξεων σε Σχέση με τον Προηγούμενο Χρόνο: Ποσοστά σε Αύξουσα Τάξη Μεγέθους**

Έτος	Ποσοστά Μεταβολής	Είδος Μεταβολής
1974	-31,21	Τουριστική καταστροφή
1967	-11,95	Τουριστική καταστροφή
1991	-11,59	Τουριστική καταστροφή
1996	-10,78	Τουριστική καταστροφή
1980	-9,47	Τουριστική Κρίση
1995	-4,70	Τουριστική Κρίση
2004	-4,24	Τουριστική Κρίση
1983	-3,77	Τουριστική Κρίση
2008	-3,00	Τουριστική Κρίση
1982	-2,20	Τουριστική Κάμψη
2002	-0,29	Τουριστική Κάμψη
2003	-0,09	Τουριστική Κάμψη
1993	1,6	Τουριστική Κάμψη

Πίνακας Β1.5.**Διάρκεια Τουριστικών Κρίσεων**

Έτος	Ποσοστά Μεταβολής
1967	-11,95
1974	-31,21
1980	-9,47
1982	-2,20
1983	-3,77
1991	-11,59
1993	1,6
1995	-4,70
1996	-10,78
2002	-0,29
2003	-0,09
2004	-4,24
2008	-3,00

Ο παραπάνω προσδιορισμός των τουριστικών κρίσεων μπορεί να είναι χρήσιμο εργαλείο για την ανάλυση των μελλοντικών κρίσεων. Πρώτον, οι τουριστικές κρίσεις είναι ένα συνεχές φαινόμενο που συμβαίνει κατά μέσο όρο κάθε τέσσερα χρόνια. Δεύτερον, τόσο η διάρκεια των κρίσεων, όσο και η ένταση διαφέρει σημαντικά. Συνεχόμενες ετήσιες κρίσεις είχαμε την περίοδο 1982-1983, 1995-1996 και 2003-2004. Αυτό φαίνεται να οφείλεται, κυρίως, σε παγκόσμιες οικονομικές υφέσεις, παρά σε εσωτερικές εξελίξεις στην Ελλάδα.

Συμπεράσματα

Οι μεγάλες κρίσεις (καταστροφές), οι μικρές κρίσεις και οι κάμψεις είναι αναπόφευκτο μέρος της ανάπτυξης της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Ο Ελληνικός τουρισμός, στο δεύτερο μισό του προηγούμενου αιώνα και στην πρώτη δεκαετία του τρέχοντος αιώνα, έχει βιώσει πλέον των δέκα τέτοιων τουριστικών κρίσεων. Εκείνο που έχει σημασία είναι ότι ο ρυθμός αύξησης του εισερχόμενου τουρισμού ήταν πολύ υψηλός, κοντά στο 10%, αλλά έβαινε μειούμενος. Είναι ακριβώς αυτή η διαπίστωση που θέτει και το ερώτημα ποιο είναι το άριστο μέγεθος του εισερχόμενου τουρισμού. Το ερώτημα αυτό πρέπει να αποτελέσει αντικείμενο μιας μελλοντικής έρευνας.

Βιβλιογραφία

- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22, 135–147.
- Keller, A. Z., & Al-Madhari, A. F. (1996). Risk management and disasters. *Disaster Prevention and Management*, 5, 19-22.
- Wang, Y-S. (2009). The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan's international inbound tourism demand. *Tourism Management*, 30, 75–82.

B2. Προκλήσεις Βιώσιμης Ανάπτυξης των Μικρών Νησιών

του

Μόντ Τίξιερ,

Καθηγητής

Σχολή Επιχειρηματικών Σπουδών (ESSEC) του Παρισιού, Γαλλία

Εισαγωγή

Τα νησιά και οι μικρές νησιωτικές πολιτείες πρέπει να προστατευθούν. Αποτελούν περιπτώσιολογικές μελέτες σχετικά με τον βιώσιμο τουρισμό. Τα μικρά νησιά παρέχουν παραδείγματα αξιολόγησης των θετικών και των αρνητικών προοπτικών του τουρισμού, οι οποίες χαρακτηρίζουν κάθε έναν από τους παραδοσιακούς πυλώνες της τουριστικής βιωσιμότητας: κοινωνική, περιβαλλοντική και οικονομική, συμπεριλαμβανομένου της παράδοσης και του πολιτισμού.

Ο τουρισμός, σήμερα, αντιμετωπίζει οικονομικούς, κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς και απαιτείται η εξισορρόπηση των τριών: η τουριστική βιομηχανία χρειάζεται να είναι οικονομικά αποδοτική, οικολογικά ανεκτική και κοινωνικά αποδεκτή. Στην πραγματικότητα, σύμφωνα με τον ορισμό του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και διοίκηση αναφέρονται σε περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικοπολιτιστικές πτυχές του τουρισμού, με την επίτευξη εκείνης της ισορροπίας μεταξύ αυτών των τριών διαστάσεων ώστε να εξασφαλίζεται η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα.

Συγκεκριμένα Χαρακτηριστικά Γνωρίσματα των Μικρών Νησιών

Τα νησιά είναι μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα μελέτη περίπτωσης, δεδομένης της αλληλοεξάρτησης οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών παραγόντων. Θα πρέπει, συγκεκριμένα, να δοθεί έμφαση στην ανάπτυξη της τοπικής, περιφερειακής, εθνικής και διεθνούς επίγνωσης των ιδιαιτεροτήτων τέτοιων περιοχών.

Λόγω της γεωγραφικής απομόνωσης των νησιών και του γεγονότος ότι είναι σχετικά αυτόνομα κλειστά συστήματα αναφέρονται ζητήματα εντονότερου ενδιαφέροντος σε σχέση με αυτά της ενδοχώρας.

Η εισροή μεγάλου αριθμού τουριστών σε έναν νησιωτικό προορισμό είναι πιθανό να έχει μια βαθύτερη επίδραση επί του προορισμού αυτού σε όρους πολιτισμού, κοινωνίας και περιβάλλοντος, λόγω του μικρού μεγέθους τους. Εξ αιτίας του μικρού μεγέθους τους, τα

νησιά είναι αρκετά τρωτά σε αρνητικές περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδράσεις που ο τουρισμός μπορεί να επιφέρει. Γι' αυτό είναι ζωτικής σημασίας να προγραμματιστεί, να διαχειριστεί και να παρακολουθηθεί η ανάπτυξη του τουρισμού των, επιδιώκοντας στόχους που εξασφαλίζουν την βιωσιμότητα.

Η τουριστική δραστηριότητα απαιτεί μεγάλη κατανάλωση φυσικών πόρων, ειδικά εκτάσεων. Τείνει, επίσης, να καταναλώνει τους καλύτερους, τους πιο ευαίσθητους και πιο δυσεύρετους.

Οι νησιωτικές πολιτείες είναι προικισμένες με εξωτικά φυσικά τουριστικά αξιοθέατα. Τα νησιά αλληλεπιδρούν έντονα με το στοιχείο του νερού που τα περιβάλλει. Λόγω της έκθεσής τους σε περιοχές εν δυνάμει περιβαλλοντικής καταστροφής, είναι κρίσιμη η μη ανθεκτικότητα τους έναντι των φυσικών καταστροφών.

Ο τουρισμός είναι μία από τις κύριες δραστηριότητες των επάκτιων περιοχών. Η υπερβολική εξάρτηση από το διεθνές εμπόριο όπως και η ελαστικότητα έναντι των παγκόσμιων τάσεων ανάπτυξης είναι χαρακτηριστικά των υπό μελέτη περιοχών.

Η συγκοινωνιακή αποκοπή και η απομακρυσμένη φύση πολλών νησιών δηλώνουν ότι η συγκοινωνία και η επικοινωνία είναι θέματα ζωτικής σημασίας για την διατήρηση της επαφής και των συνδέσεων με τον εξωτερικό κόσμο. Η καλής ποιότητας πρόσβαση στις περιοχές αυτές, μέσω των μέσων συγκοινωνίας από τις κύριες πηγές τουριστικών αφίξεων, και παράλληλα η ύπαρξη ενός αξιόπιστου συγκοινωνιακού δικτύου που να εξυπηρετεί τις ανάγκες των περιοχών έντονου τουριστικού ενδιαφέροντος και των τουριστικών εγκαταστάσεων εντός των νησιών είναι υψίστης σημασίας για την ανάπτυξη του τουρισμού.

Η σποραδικότητα των εναέριων μέσων μεταφοράς καθιστά τα δρομολόγια των νησιών, σε γενικές γραμμές, ακριβά. Είναι, επομένως, απαραίτητο να συνδυαστεί η εφαρμογή περιβαλλοντολογικά προσανατολισμένων πολιτικών στα νησιά που να στοχεύουν στην απόκτηση διεθνούς αναγνώρισης της ιδιαιτερότητάς στον τομέα της συγκοινωνίας ως τόποι αναχώρησης και προορισμού.

Αντίκτυπος στην Ικανότητα Υποστήριξης

Τα νησιά βρίσκονται σε οικολογική, πολιτιστική και οικονομική απομόνωση. Ως εκ τούτου, οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι μπορούν να είναι μοναδικοί, δυσεύρετοι και υπό απειλή. Ως αποτέλεσμα αυτής της ευαισθησίας τους, τα μικρά νησιά - και ιδιαίτερα τα αναπτυσσόμενα - είναι περισσότερο εκτεθειμένα στους διάφορους κινδύνους σε σχέση με άλλους προορισμούς, λόγω της υπερβάλλουσας τουριστικής δραστηριότητας.

Η ύπαρξη, όπως επίσης και η ενδεχόμενη εμφάνιση νέων προβλημάτων, θα πρέπει να μελετηθούν και να αντιμετωπιστούν εντός ενός ολοκληρωτικού περιβαλλοντολογικού, κοινωνικού και οικονομικού διαχειριστικού πλαισίου.

Καθώς αναπτύσσεται η τουριστική δραστηριότητα, τα νησιά συγκεντρώνουν όλες τις προκλήσεις της βιώσιμης ανάπτυξης: η επιτυχία του τομέα του τουρισμού στα νησιά στηρίζεται στην βιώσιμη ανάπτυξη. Αυτή η πρόκληση μπορεί να απειλήσει την μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της τουριστικά προσανατολισμένης οικονομικής ανάπτυξης των νησιών, εάν ο τομέας του τουρισμού δεν σχεδιάζεται, αναπτύσσεται και διαχειρίζεται ορθά.

Υπάρχει μια ανάγκη να αναγνωριστεί η ποικιλομορφία των νησιών. Παρά τα κοινά χαρακτηριστικά τους, τα νησιά διαφέρουν κυρίως στο μέγεθος, στο κλίμα, στους φυσικούς πόρους, στην πρόσβαση, στο φυσικό περιβάλλον, στον πολιτισμό, στην ιστορία, στη υφή του εδάφους, στα νομικά συστήματα και στη οικονομική δραστηριότητα, συμπεριλαμβανομένου της τουριστικής.

Πρέπει να προσαρμόσουμε τις κατευθυντήριες γραμμές της τουριστικής πολιτικής στις ιδιαιτερότητες κάθε νησιωτικού προορισμού.

Πυλώνες και Μέτοχοι της Τουριστικής Βιωσιμότητας

Τα νησιά είναι πιο ευαίσθητα από τις ηπειρωτικές περιοχές στις ανόδους της στάθμης της θάλασσας που προκύπτουν από την κλιματική αλλαγή. Ο παραλιακός τουρισμός, ειδικά στα νησιά, φαίνεται πιθανόν να ζημιώνεται περισσότερο από τις επιδράσεις της κλιματικής αλλαγής, ειδικότερα από την διάβρωση των παραλιών, από την υψηλότερη στάθμη της θάλασσας, την αλλαγή στην δομή των κοραλλιών, την μεγαλύτερη ζημιά από τις κινήσεις της θάλασσας και από τα μειωμένα αποθέματα νερού.

Οι κλιματολογικές αλλαγές είναι ιδιαίτερου ενδιαφέροντος στα μικρά νησιά, επηρεάζοντας την πηγή δημιουργίας των φυσικών πόρων, την υποδομή και την πρόσβαση. Είναι, επίσης, επιρρεπή στις φυσικές καταστροφές όπως είναι οι τυφώνες, οι σεισμοί και οι ηφαιστειακές εκρήξεις.

Στο παρελθόν, οι παγκόσμιες φυσικές ανακατάξεις έχουν οδηγήσει συχνά στην εγκατάλειψη των νησιών, με σημαντικές επιδράσεις στους περιβαλλοντικούς πόρους. Η μείωση της βιοποικιλότητας, η εξάντληση των πόρων και τα προβλήματα στην υγεία των ανθρώπων μπορούν να προκύψουν από τις συσσωρευμένες περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού. Η οικονομική ανάπτυξη μπορεί να φέρει ως αποτέλεσμα την δραματική μείωση των φυσικών πόρων των νησιών.

Στα νησιά, μερικά από τα κύρια προβλήματα που συναντώνται είναι τα ακόλουθα: έλλειψη εγκαταστάσεων αποκομιδής και επεξεργασίας των αποβλήτων, μειωμένες δυνατότητες αποθήκευσης νερού που περικλείουν ξηρές περιόδους και προβλήματα υγείας στο κοινό, και παράκτια διάβρωση. Τα νησιά, γενικά, έχουν περιορισμένες πηγές υδάτινων πόρων και είναι, επομένως, εξαρτώμενα από εξωτερικές και κατά κανόνα ακριβές πηγές. Λόγω του μεγέθους τους, η διάθεση απορριμάτων στα νησιά παρουσιάζει πρόσθετες περιβαλλοντικές δυσκολίες σε αντίθεση με εκείνα που βρίσκονται κανονικά στα μεγαλύτερα, ηπειρωτικά εδάφη.

Τα περισσότερα μικρά νησιά πρέπει να στηριχθούν στην εισαγωγή ορυκτού καυσίμου για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας και για οποιασδήποτε άλλη απαίτηση καυσίμων.

Τα νησιά έχουν τους μικρότερους πληθυσμούς και τα οποία μπορούν να μοιραστούν, συνήθως, μια αρκετά μοναδική ιστορία και έναν πολιτισμό, ο οποίος μπορεί εύκολα να επηρεαστεί από διάφορες εξωτερικές επιρροές. Τα μη ελκυστικά τοπία προκύπτουν από διάφορους παράγοντες όπως είναι το φτωχό σχέδιο των ξενοδοχείων και των τουριστικών εγκαταστάσεων, το άσχημα προγραμματισμένο σχεδιάγραμμα των εγκαταστάσεων, ο ανεπαρκής εξοπλισμός των εγκαταστάσεων, η χρήση μεγάλων και άσχημων διαφημίσεων, η παρεμπόδιση της φυσικής ομορφιάς, η ρύπανση και η παραμόρφωση των τοπικών χαρακτηριστικών γνωρισμάτων από τα γκράφιτι και τους βανδαλισμούς, και, τέλος, η ζημιά στις αρχαιολογικές και ιστορικές περιοχές, λόγω της ακατάλληλης ανάπτυξης του τουρισμού, της κατάχρησης και της κακής χρήσης από τους τουρίστες.

Πρέπει να τεθούν σε εφαρμογή η υιοθέτηση μιας καλύτερης κοινωνικής διοίκησης. Κατόπιν ο τουρισμός θα είναι μια κατευθυντήρια οικονομική δύναμη για την ανάπτυξη πολλών εθνικών οικονομιών. Σε μερικά μικρά νησιά, η κατάρτιση και η εκπαίδευση πάνω στο ζήτημα του τουρισμού, είναι θέματα που θα πρέπει να ενισχυθούν προκειμένου να επιτύχουν τον στόχο που προαναφέρθηκε.

Η γρήγορη αύξηση της ζήτησης θα ωφελήσει την ζήτηση της αγοράς εργασίας. Αυτό θα οδηγήσει στην εισαγωγή τόσο της εργατικής δύναμης όσο και του ξένου πολιτισμού, ο οποίος οδηγεί τελικά στην αφομοίωση του πολιτισμού. Υπάρχει μια ανάγκη για τη συντήρηση των

μοναδικών πολιτιστικών παραδόσεων και τη χρήση του πολιτισμού που διαφοροποιείται από τον ήλιο και την παραλία στα νησιά.

Ο εποχιακός χαρακτήρας του τουρισμού, με τα αρνητικά αποτελέσματα του στη χρήση των φυσικών πόρων, είναι ακόμα ένα φαινόμενο για το οποίο δεν έχουν βρεθεί ακόμα λύσεις. Υπάρχει, επίσης, κάποια διαφωνία μεταξύ των στελεχών του τουρισμού σχετικά με το αν απαιτείται η μείωση της εποχικότητας. Σε μερικές περιπτώσεις, οι ανθρώπινες ικανότητες δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν πλήρως για την ανάπτυξη πολλών δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένης και της τουριστικής.

Θα πρέπει να εξεταστεί η κοινωνικοπολιτιστική συνεισφορά των νησιών. Η εξωτερική μετανάστευση σε περιοχές με περισσότερες οικονομικές ευκαιρίες (ιδιαίτερα για τη νεολαία) είναι ένα συχνό ζήτημα, παρόμοιο με αυτό που ήδη αντιμετωπίζουν άλλες μικρές κοινωνίες.

Το πιο τυπικό χαρακτηριστικό ενός νησιού είναι η απομονωμένη θέση του, το οποίο έχει επιπτώσεις στην οικονομία του. Ο βιώσιμος τουρισμός πρέπει να είναι οικονομικά αποδοτικός και διεθνώς ανταγωνιστικός. Η μόνη εφικτή επιλογή ανάπτυξης σε πολλά νησιά είναι να βρεθούν τρόποι μεγιστοποίησης των οικονομικών ωφελειών του τουρισμού για όλους τους συμμετέχοντες χωρίς να γίνεται κανένας συμβιβασμός ως προς την βιωσιμότητα.

Πολλές νησιωτικές πολιτείες είναι οικονομικά υπανάπτυκτες με ελάχιστες επιλογές οικονομικής ανάπτυξης, αλλά με εξαίρετους φυσικούς πόρους. Οι πολιτείες αυτές αντιμετωπίζουν δύο σημαντικά προβλήματα: πρώτον, παρουσιάζουν έναν υψηλό βαθμό εξάρτησης από τις τουριστικές επιχειρήσεις και δεύτερον έχουν ένα υψηλό επίπεδο διαρροής των ακαθάριστων τουριστικών εισοδημάτων τους που φθάνει το 50-70%. Μια μερίδα των τουριστικών εισοδημάτων διαρρέει από την οικονομία. Οι διαρροές αυτές, συνήθως, κατευθύνονται στα εισαγόμενα αγαθά και υπηρεσίες και στον επαναπατρισμό των κερδών. Το επίπεδο αυτών των διαρροών βλάπτει το οικονομικό εισόδημα του τοπικού πληθυσμού.

Τα νησιά αυτά πάσχουν από την έλλειψη οικονομικών κλίμακας, από τις σημαντικές δαπάνες συγκοινωνιών και επικοινωνίας και από την ακριβή δημόσια διοίκηση και από τις υποδομές. Πάσχουν, επίσης, από περιορισμένη διαθεσιμότητα ανθρώπινων, θεσμικών και χρηματοοικονομικών πόρων για να διαχειριστούν και να χρησιμοποιήσουν τους φυσικούς πόρους σε μια βιώσιμη βάση, και των συνεχώς αναπτυσσόμενων δημογραφικών και οικονομικών πιέσεων που ασκούνται στους ήδη υπάρχοντες φυσικούς πόρους και οικοσυστήματα.

Τα μικρά νησιά αντιμετωπίζουν πολλά εμπόδια οικονομικής ανάπτυξης. Καθώς οι φυσικοί πόροι τους είναι περιορισμένοι, χρειάζονται εισαγόμενα αγαθά και ως αποτέλεσμα στηρίζονται περισσότερο στα συναλλαγματικά έσοδα προκειμένου να πληρώσουν αυτό το κόστος. Η εγχώρια αγορά τους είναι μικρή και, συνεπώς, στερούνται οικονομικών κλίμακας. Τα μικρά νησιά εξαρτώνται, ιδιαίτερα, από τις ξένες πηγές χρηματοδότησης.

Επειδή η ύπαρξη των νησιών βασίζεται στις υπηρεσίες θαλασσιών και εναέριων μεταφορών, δίνεται μεγάλη οικονομική δύναμη στους διαχειριστές των συγκοινωνιών. Τα υψηλά κόστη που παρατηρούνται για τους εισερχόμενους τουρίστες οφείλονται, κυρίως, στα μεταφορικά κόστη.

Η βελτίωση και η ανοδική πορεία του παγκόσμιου τουρισμού σηματοδοτεί καλά νέα στο οικονομικό πεδίο για τις μικρές, νησιωτικές χώρες που εξαρτώνται από τον τουρισμό. Ο διεθνής τουρισμός έχει γίνει η κύρια οικονομική δραστηριότητα για πολλά νησιά σε επίπεδο εισοδήματος και απασχόλησης και, επίσης, συμβάλλει σημαντικά στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν, στο ισοζύγιο πληρωμών και στο διεθνές εμπόριο.

Σε οικονομικούς όρους, οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού, σε πολλά μικρά νησιωτικά κράτη, προέρχονται ως ένα μεγάλο ποσοστό, από την λειτουργικότητα και την προσφορά των εξαγωγών.

Ο τουρισμός έχει διευρύνει την οικονομική του συμβολή στα περισσότερα μικρά νησιά, έναντι άλλων τομέων όπως είναι η γεωργία, η βιομηχανία τροφίμων και η βιομηχανία

κατασκευών. Αυτή η αύξηση θα συνεχιστεί και κατά τη διάρκεια των επόμενων ετών και θα μπορούσε να είναι μια από τις καλύτερες επιλογές ανάπτυξης ως απάντηση της πρόκλησης της παγκοσμιοποίησης.

Πολλά νησιά ανήκουν στις περιοχές που μειονεκτούν πιο πολύ έναντι των άλλων περιοχών των χωρών στις οποίες ανήκουν. Αντιμετωπίζουν προβλήματα υψηλών δαπανών, λόγω της απόστασης, της έλλειψης οικονομιών κλίμακας, του κόστους της πρόσβασης στις πληροφορίες, των πολυετών και μακροχρόνιων διοικητικών και οργανωτικών δαπανών και συχνά, έρχονται αντιμέτωποι με την αβεβαιότητα. Οι μελλοντικές ευκαιρίες για τα νησιά στηρίζονται στην τοποθεσία τους και στην σχέση τους με τα σημαντικότερα κέντρα λήψεως οικονομικών αποφάσεων, τους τοπικούς πόρους, τη δυνατότητα που έχουν να δραστηριοποιήσουν τους τοπικούς πόρους τους και την ποιότητα του περιβάλλοντος και των υπηρεσιών τους.

Πολλά μικρά νησιωτικά κράτη είναι υπανάπτυκτα με λίγες ευκαιρίες οικονομικής ανάπτυξης. Τα μικρότερα κράτη τείνουν να εμπιστεύονται πιο πολύ τον τουρισμό συγκριτικά με τα πιο μεγάλα κράτη. Εν τούτοις, η μεγάλη πλειοψηφία των νησιών αντιμετωπίζει σοβαρές δυσκολίες στην εύρεση τρόπων στους οποίους θα μπορούσαν να στηριχτούν οι οικονομίες τους, επειδή το βρίσκουν σχεδόν αδύνατο να καταστήσουν ανταγωνιστικό, σε παγκόσμιο επίπεδο, τον γεωργικό και το βιομηχανικό τους τομέα.

Η εποχικότητα που παρατηρείται στα νησιά μπορεί να προκαλέσει προβλήματα στην ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών. Πολλά νησιά έχουν οικονομίες οι οποίες συνδέονται με την εξαγωγή ενός ή δύο αγροτικών προϊόντων και όχι με την ικανοποίηση των αναγκών των εισερχόμενων τουριστών. Αυτό σημαίνει ότι τα τρόφιμα για τους τουρίστες πρέπει να εισαχθούν, τα οποία αυξάνουν τις δαπάνες και δημιουργούν πρόσθετα χρηματοοικονομικά ζητήματα.

Πολλά νησιά βρίσκονται, όλο και περισσότερο, περιθωριοποιημένα στην εποχή της παγκοσμιοποίησης. Η μείωση του πληθυσμού και η παρακμή των παραδοσιακών βιομηχανιών είναι δύο διαδεδομένα φαινόμενα σε πολλά νησιά σήμερα.

Λίγα νησιωτικά έθνη έχουν αρκετούς φυσικούς πόρους, σε τέτοια κλίμακα, που θα παρείχαν σημαντικά οικονομικά εισοδήματα για την τοπική τους οικονομία.

Οι διαρροές, θεωρούνται ότι είναι το πιο σημαντικό κομμάτι των εισαγωγών, στην διαδικασία υποστήριξης των τουριστικών δαπανών. Εκτός αυτού, συχνά, οι ειδικευμένοι υπάλληλοι, που έρχονται από το εξωτερικό, μεταφέρουν τα κεφάλαιά τους από την περιοχή προέλευσής τους, πράγμα το οποίο αποτελεί μια άλλη σημαντική μορφή διαρροής. Μια άλλη σημαντική μορφή διαρροής είναι και τα εισοδήματα που προέρχονται από ξένα κεφάλαια

Στις μικρές οικονομίες, κάποιος πρέπει να στοχεύσει στη διαφοροποίηση, προκειμένου να μειωθεί η εξάρτηση σε μια ή δύο οικονομικές δραστηριότητες. Ο στόχος είναι να ενισχυθεί η ικανότητα των νησιών να αντιμετωπίσουν τις κρίσεις που κανονικά θα απειλούσαν μόνο μερικούς τομείς των οικονομιών τους.

Πρέπει να μεγιστοποιήσουν τη συμβολή του τουρισμού στην ευημερία του τόπου προορισμού των οικοδεσποτών. Αυτό περιλαμβάνει τον έλεγχο των διαρροών, καθώς, επίσης, και τις αναπτυσσόμενες ενέργειες στην τοπική οικονομία.

Τα νησιά αυξάνουν την δημοτικότητά τους ως τουριστικοί προορισμοί. Κάποιος πρέπει να παρέχει μια ασφαλή, ικανοποιητική και πραγματοποιήσιμη εμπειρία για τους επισκέπτες, διαθέσιμη σε όλους χωρίς να γίνονται διακρίσεις. Η ικανοποίηση των επισκεπτών, συχνά, αναφέρεται στην ποιότητα και την αυθεντικότητα των εγκαταστάσεων και των τουριστικών υποδομών. Στα νησιά, οι υπεύθυνοι για την ανάπτυξη του τουρισμού, πρέπει να καινοτομήσουν και να παρέχουν έναν τοπικό χαρακτήρα στις τουριστικές εγκαταστάσεις αυξάνοντας την τουριστική συνειδητοποίηση για τα ζητήματα ικανότητας.

Εξ αιτίας της περιορισμένης εδαφικής έκτασης, ο τουρισμός θα μπορούσε να οδηγήσει σε έντονη, ταχύτατη αστικοποίηση κατά μήκος της παραθαλάσσιας γραμμής. Ως επακόλουθο

προκύπτει η σε μεγάλη κλίμακα εμπορευματοποίηση, η μόλυνση και το ανεπιθύμητο μοτοβιολιόγισμα και η ηχορύπανση. Επομένως, γίνεται απαραίτητη η ανάπτυξη προγραμμάτων και σχεδίων διαχείρισης επισκεπτών.

Μερικές φορές, ακόμη και η ποιότητα των υπηρεσιών που απολαμβάνουν οι τουρίστες μπορεί να επηρεάζεται αρνητικά όταν ο αριθμός των τουριστών υπερβαίνει τις δυνατότητες που φέρει το νησί αναφύοντας ως εκ τούτου λειτουργικά προβλήματα.

Συμπέρασμα

Οι προκλήσεις για την βιώσιμη ανάπτυξη των μικρών νησιών είναι πολλές. Η ένταξη της τουριστικής δραστηριότητας εντός μιας βιώσιμης, ποιοτικής νησιωτικής ανάπτυξης θα πρέπει να συμβαδίζει με τις επικρατούσες εκεί συνθήκες, θα πρέπει να σχεδιάσει και να αναπτύσσει υπηρεσίες τουρισμού που να βασίζεται σε τοπικά ποιοτικά χαρακτηριστικά, που να περιλαμβάνει και οικονομικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντολογικά με αυτά τα στοιχεία, που να υποστηρίζει την τοπική απασχόληση και των οικονομικών τομέων, που να συνδυάζει τις ιδέες της ποιότητας και της βιωσιμότητας σε μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο διάστημα. Αυτό, κατά τον UNWTO, είναι το κλειδί για την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού και των τουριστικών του υπηρεσιών.

Κριτικές θα ασκηθούν για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και το αναπτυξιακό επίπεδο του κάθε νησιού. Αυτό θα καταστήσει τα νησιά να επεκτείνουν την τουριστική σεζόν και να επιλέγουν το πιο κατάλληλα τμήματα της τουριστικής ζήτησης. Αυτό είναι πιθανό να οδηγήσει σε οικονομική ευημερία, κοινωνική ισότητα και συνοχή, περιβαλλοντική και πολιτιστική προστασία.

Βιβλιογραφία

- Binger, Al, (2004) *Potential and future prospects for ocean thermal energy conversion (OTEC) in small islands developing states (SIDS)*, available: www.sidsnet.org.
- Briguglio, L. (1997) 'Small Island Developing States and their economic vulnerabilities', *World Development*, 23 (9), 1615-1632.
- Buckley, R. & M. Sommer (2001) 'Tourism and protected areas: partnership in principle and practice', *CRC for sustainable tourism Pty Ltd and Tourism Council Australia*, Sydney, Australia
- Caribbean Tourism Organization (1999) *Caribbean Tourism Statistical Report 1998*.
- Center for Environmental Leadership, *The Coral Reef Alliance*, Tour Operator's Initiative (TOI), (2003) *A practical guide to good practice: managing environmental impacts in the marine recreation sector*.
- Chaponières, JR. (2002) *Le tourisme, enjeu économique en Méditerranée*, fiche de synthèse DREE.
- Eagles, Mc Cool & Haynes (2002) *Sustainable tourism in protected areas*, United Nations Environment Programme, WTO and IUCN – The World Conservation Union.
- Farrell TA, & JL Marion (2002) *The protected area visitor impact management (PAVIM), Framework: a simplified process for making management decisions*.
- Honey, M. (1999) *Ecotourism and sustainable development: who owns paradise?* Island Press, Washington, DC, USA.
- IUCN (2004) *Sustainable tourism in protected areas: guidelines for planning and management*.

Kelleher, G. (1999) *Guidelines for marine protected areas*, IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge, UK.

Ministry of Environment of Seychelles (2000) *Seychelles environment management plan 2000-2010* (EMPS), Mahé.

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) & Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE) (1998) *Le tourisme durable dans les petits états insulaires en développement et les autres îles* (rapport final), Lanzarote, Espagne.

Petit Futé (2006) *Tourisme solidaire*.

Prats, F. (1998) *Tourism, environment and sustainable development in islands, 15 ideas and 9 cases for debates*, AUIA.

PNUE/CMDD (1999) *Rapport sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*, MAP technical report series n° 126.

PNUE/CMDD (2005) *Dossier sur le tourisme et le développement durable en Méditerranée*, MAP technical report series n° 159.

Swarbrooke J. (1999) *Sustainable tourism management*, Cabi Publishing.

UNEP/GPA and the Global Forum on Oceans, *Coasts and Islands* (2003) Towards Mauritius (2004), Voluntary partnership initiatives from the 2002 WSSD and Small Island Developing States, UNEP.

UNEP/WTO (2005) *Making tourism more sustainable*, a guide for policy makers.

United Nations Economic and Social Council (1999) *Progress in the implementation of the programme of action for the sustainable development of Small Island Developing States*, Report of the Secretary General, addendum, United Nations, New York.

United Nations Environmental Programme (2002) *Why UNEP is focusing on Small Island Developing States?*, UNEP.

United Nations General Assembly (1994) *Report of the global conference on the sustainable development of Small Island Developing States*, Bridgetown, Barbados, United Nations, New York.

University of Malta (2006) *Sustainable tourism in islands and small states*, International conference of the Foundation for International Studies, Valetta, Malta.

Vellas, F. (1998) *Report on air and land transport and sustainable tourism in islands*, WTO, Madrid.

World Ecotourism Summit (Québec) (2002) *Conference on ecotourism for SIDS*, Seychelles

World Commission on Protected Area (WCPA) (2003) "Recommendations 12: tourism as a vehicle for conservation and support of protected areas", in the *Report of the Vth IUCN World Park Congress*, Durban, South Africa.

World Tourism Organization (1998) *Final Report of the International Conference on Sustainable Tourism in Small Island Developing States and other Islands*, Lanzarote, Spain, WTO, Madrid.

World Tourism Organization (1999) *Guide à l'intention des autorités locales : développement durable du tourisme*.

World Tourism Organization (2000) *Sustainable tourism in the islands of the Asia-Pacific regions* (International Conference).

World Tourism Organization (2000) *Report of the International Seminar on Sustainable Tourism and Competitiveness in the Islands of the Mediterranean*, Capri, Italy, WTO, Madrid.

World Tourism Organization (2001) *Report of the WTO/UNEP International Conference on Tourism and Island Economies*, Jeju City, Republic of Korea, WTO, Madrid.

World Tourism Organization (2002) *The international year of ecotourism, a specific conference on ecotourism for SIDS*, Seychelles.

World Tourism Organization (2001) *Sustainable development of ecotourism: a compilation of*

good practice/Développement durable de l'écotourisme une compilation de bonnes pratiques.
World Summit on Sustainable Development (2002) *Tourism and poverty alleviation, sustainable tourism for eliminating poverty: ST-EP focuses*, Johannesburg.
World Tourism Organization (2002) *Report of the WTO/UNEP International Seminar, The economic impact of tourism in the islands of Asia and the Pacific*, WTO, Madrid.
World Tourism Organization (2003) *Sustainable development of ecotourism: a compilation of good practices in SMEs*.
World Tourism Organization (2004) *Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guide book*.
World Tourism Organization (2004) *Tourism enriches individuals, families, communities and all the world*, First world conference on tourism communications, Tourcom.
World Tourism Organization (2004) *Making tourism work for small island developing states*, WTO, Madrid.

Ιστοσελίδες

Small Island Developing States Network (SIDS net, www.sidsnet.org)
Alliance of Small Island States (AOSIS, www.aosis.org)
Caribbean Tourism Organization (CTO, www.doitcaribbean.com)
Indian Ocean Tourism Organization (IOTO, www.ioto.org)
South Pacific Tourism Organization (SPTO, www.tcsp.com)

B3. Κρίσιμα Ζητήματα για την Ανάπτυξη Του Τουρισμού Γκολφ Στην Ελλάδα της

*Νίκης Κυριακίδου
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Πανεπιστήμιο Επιχειρηματικών Σπουδών του Λιντς, Αγγλία.*

Εισαγωγή

Αυτή η μελέτη ερευνά τον τουρισμό γκολφ στην Ελλάδα και τα οφέλη που θα επιφέρει η ποιοτική και ποσοτική επέκταση του στην οικονομία της χώρας. Σύμφωνα με δημοσιευμένες μελέτες από διάφορες επενδυτικές επιχειρήσεις γκολφ, όπως η JBR και INV, το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και άλλες κυβερνητικές και μη κυβερνητικές οργανώσεις, το γκολφ έχει αναγνωριστεί ως ένα από τα αθλήματα, που τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται ραγδαία στην Ελλάδα και αποκτά ολοένα και περισσότερους τουρίστες και επενδυτές. Το λεγόμενο “psychographic Segmentation” (ψυχογραφική τμηματοποίηση), θεωρείται ένα επιχειρησιακό εργαλείο που χρησιμοποιείται από πολλές εταιρίες και οργανισμούς για να προσελκύσει συγκεκριμένες ομάδες πελατών. Ένα καλό παράδειγμα είναι ο αθλητικός τουρισμός, ο οποίος ήδη προωθείται από πολλές μεσογειακές χώρες, οι οποίες ενσωματώνοντας τον στην στρατηγική τους με αποτέλεσμα να προσφέρουν άλλα προϊόντα. Τα τμήματα αθλητικού τουρισμού είναι η κύρια εστία για αυτήν την μελέτη, δεδομένου ότι το γκολφ είναι ένας τομέας της παρούσας και μελλοντικής ανάπτυξης της χώρας μας με πολλές ευκαιρίες και προκλήσεις για τη βιομηχανία φιλοξενίας. Υπό αυτήν τη μορφή, η σημασία αυτής της μελέτης για όλους τους ενδιαφερόμενους στο χώρο αυτό, είναι βασισμένη στην κρίσιμη ερώτηση εάν η Ελλάδα πρέπει να αναπτύξει την προσφορά προϊόντων της και να στοχεύσει στους τουρίστες του γκολφ ή όχι.

Κίνητρα Τμηματοποίησης της Αγορά και Τουριστικού Μάρκετινγκ

Διάφορες οργανώσεις έχουν αναγνωρίσει την ανάγκη να αναπτύξουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες με τον προσδιορισμό και τη στοχοθέτηση των νέων τομέων αγοράς προκειμένου να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητά τους σε διεθνές επίπεδο. Ο αποτελεσματικότερος τρόπος να επιτευχθεί αυτό είναι μέσω της τμηματοποίησης. Η αγορά τουρισμού χαρακτηρίζεται από πολλές διαφορετικές ομάδες ανθρώπων με ποικίλες ανάγκες και επιθυμίες. Ο στόχος της τμηματοποίησης μάρκετινγκ είναι να ταξινομηθούν αυτές οι διαφορετικές κατηγορίες τουριστών σε ευδιάκριτες ομάδες αγοραστών που αναζητούν διαφορετικά προϊόντα και υπηρεσίες (Kotler *et al.*, 2003). Πράγματι, η τμηματοποίηση μάρκετινγκ όχι μόνο στρέφεται

προς τις ανάγκες της αγοράς, αλλά και στο διαχωρισμό της γενικής αγοράς σε ανεξάρτητες και σχετικά ομοιογενείς υποομάδες καταναλωτών, όπου η κάθε ομάδα έχει συγκεκριμένες απαιτήσεις και χαρακτηριστικά (Bennett, 2001). Συνολικά, η τμηματοποίηση μάρκετινγκ είναι ένα πολύτιμο εργαλείο που οι οργανώσεις χρησιμοποιούν για να επιλέξουν εκείνες τις ομάδες πελατών στις οποίες το προϊόν και οι υπηρεσίες τους ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους και επίσης αποτελεί έναν τρόπο για την βελτίωση της αποτελεσματικότητας λήψης αποφάσεων μάρκετινγκ (Lancaster and Reynolds, 1995).

Σύμφωνα με Kotler *et al.* (2003), υπάρχουν τέσσερις διαφορετικοί τρόποι κατανομής αγοράς του τουρισμού. Ο πρώτος είναι η γεωγραφική τμηματοποίηση (geographic segmentation), όπου η αγορά διαιρείται σε διαφορετικές γεωγραφικές μονάδες, όπως τα έθνη, τα κράτη, οι περιοχές, οι νομοί, οι πόλεις και περιοχές. Το 2007, η Ελλάδα είχε 15 εκατομμύρια τουρίστες, οι περισσότεροι από τους οποίους προέρχονταν από τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία (Ikos, 2003). Επομένως, αυτές οι τρεις χώρες είναι οι σημαντικότερες για την Ελλάδα από την άποψη της γεωγραφικής τμηματοποίησης.

Αφετέρου είναι η δημογραφική τμηματοποίηση (demographic segmentation), η οποία αποτελείται από τη διαίρεση της αγοράς σε ομάδες που στηρίζονται στις δημογραφικές μεταβλητές όπως η ηλικία, το φύλο, ο κύκλος οικογενειακής ζωής, το εισόδημα, το επάγγελμα, η εκπαίδευση, η θρησκεία, η φυλή και η υπηκοότητα (Kotler *et al.*, 2003).

Τρίτον, είναι η ψυχογραφική τμηματοποίηση (psychographic segmentation), που διαιρεί τους αγοραστές σε διαφορετικές ομάδες με βάση την κοινωνική τους τάξη, τον τρόπο ζωής και την προσωπικότητά τους. Στη βιομηχανία ταξιδιού φιλοξενίας, η ψυχογραφική τμηματοποίηση χρησιμοποιείται προκειμένου να εξετάσει τα κίνητρα που οδηγούν τους καταναλωτές στην επιλογή του ταξιδιωτικού τους πακέτου (Kotler *et al.*, 2003). Σύμφωνα με τον Halloway (2004), τα κύρια κίνητρα είναι: επιδίωξη για χαλάρωση, θρησκευτικούς λόγους, επισκεπτόμενους φίλους και συγγενείς, επιχείρηση, αθλητισμό και υγεία. Τα ανωτέρω κίνητρα είναι σημαντικά για τις οργανώσεις φιλοξενίας, επειδή καθορίζουν τις κατηγορίες τουριστών σε σχέση με τους σκοπούς και υπό αυτήν την άποψη οι οργανώσεις μπορούν να αναπτύξουν τις εγκαταστάσεις σύμφωνα με τα ταξιδιωτικά αιτήματα. Κατά συνέπεια, οι χώρες όπως η Ελλάδα, πρέπει να ερευνήσουν αυτά τα κίνητρα ταξιδιού ώστε να εξετάσουν τη δυνατότητα της χώρας στην απορρόφηση και ικανοποίηση του αυξανόμενου αριθμού τουριστών.

Τελευταία αλλά εξίσου σημαντική μεταβλητή, είναι η τμηματοποίηση συμπεριφοράς (behaviour segmentation). Οι αγοραστές σε αυτήν την κατηγορία διαιρούνται σε ομάδες με βάση την γνώση τους, τη χρήση των υπηρεσιών και των τουριστικών προϊόντων. Τα διάφορα είδη συμπεριφοράς καθορίζουν λοιπόν και τους ανάλογους τουριστικούς τομείς και την προσδοκώμενη ανάπτυξη τους (Kotler *et al.*, 2003).

Γενικά, η αγορά τουρισμού έχει αυξηθεί αρκετά (INV Golf Investment, 2003, 2004 και 2005) και πολλοί τουρίστες επιδιώκουν ένα πακέτο διακοπών που προσφέρει κάτι περισσότερο από διακοπές τύπου "ήλιου, άμμου και θάλασσας". Ο αθλητικός τουρισμός - ένα είδος τουρισμού που συνδυάζει διακοπές με φυσικές δραστηριότητες - είναι μια περιοχή που πρέπει να θεωρηθεί ως κερδοφόρα αγορά η οποία προσφέρει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης για όλες τις οργανώσεις φιλοξενίας. Ως αποτέλεσμα των ανωτέρω και εξαιτίας της γεωγραφικής τους θέσης, διάφορες οργανώσεις τουρισμού, έχουν ήδη επενδύσει σημαντικά στον αθλητικό τουρισμό, όπως είναι τα θέρετρα σκι στη Γαλλία ή την Ιταλία. Ο μεγαλύτερος παράγοντας σε αυτήν την σημαντική αύξηση είναι όχι μόνο οι δημογραφικές αλλαγές και τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών, αλλά και η εξελισσόμενη συμπεριφορά των καταναλωτών τουρισμού. Ένα παράδειγμα των αυξανόμενων χωρών προορισμών τουρισμού είναι η Κροατία και Ελλάδα, οι οποίες προάγονται τώρα ως προορισμός αθλητικού τουρισμού.

Ιδιαίτερα, η Ελλάδα ήταν η χώρα υποδοχής των θερινών ολυμπιακών αγώνων του 2004, οι οποίοι διοργανώθηκαν στην Αθήνα (Kartakoullis, Papanikos & Karlis, 2003), και συνετέλεσαν στην προσέλευση χιλιάδων αθλητών, επισκεπτών και θεατών. Αυτό το γεγονός είχε σημαντική επίδραση στην Ελλάδα, δεδομένου ότι αύξησε τη δημοτικότητα και την αξιοπιστία της ως προορισμό αθλητικού τουρισμού πρώτης κατηγορίας για τους απαιτητικούς ταξιδιώτες (Hede, 2005). Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την έμφαση στη φιλοξενία γεγονότων ειδικού ενδιαφέροντος, όπως οι αθλητικές εκδηλώσεις γκολφ και ναυσιπλοΐας που μπορούν να αναπτύξουν τις νέες μορφές δραστηριοτήτων τουριστών (Mintel, 2005 and Kondokolias, 2006).

Καθορισμός του Αθλητικού Τουρισμού, Τουρισμός για Αθλητισμό και τους Αθλητικούς Τουρίστες

Εστιάζοντας στους λόγους για τους οποίους οι άνθρωποι ταξιδεύουν για τις αθλητικές δραστηριότητες και τα γεγονότα, ο αθλητικός τουρισμός και ο τουρισμός για τον αθλητισμό έχουν διαφορετική έννοια. Συγκεκριμένα, ο αθλητικός τουρισμός αφορά έναν προσωρινό επισκέπτη που μένει σε μια συγκεκριμένη περιοχή, στην οποία ένα συμβάν λαμβάνει χώρα και του οποίου ο αρχικός σκοπός είναι να συμμετάσχει σε μια αθλητική εκδήλωση.

Αφ' ετέρου, ο τουρισμός για τον αθλητισμό αναφέρεται σε μια συγκεκριμένη κατηγορία τουριστών οι οποίοι έχουν ως πρωταρχικό στόχο ένα τουριστικό προορισμό και ως δευτερεύων τις αθλητικές δραστηριότητες που διοργανώνονται στο μέρος των διακοπών τους. Με αυτόν τον τρόπο, οι αθλητικοί τουρίστες είναι μεμονωμένα άτομα ή κατηγορία ατόμων, που ταξιδεύουν σε καινούρια μέρη ή μέσα στα συνηθισμένα περιβάλλοντά τους, για να συμμετέχουν ενεργά ή παθητικά σε ψυχαγωγικές ή αθλητικές δραστηριότητες (Brent και Adair, 2004; Hinch & Higham, 2004).

Επιπλέον, υπάρχουν και άλλες ταξινομήσεις αθλητικού τουρισμού που η ελληνική κυβέρνηση πρέπει να λάβει υπόψη για να αναπτυχθεί η χώρα σε τέτοιο βαθμό ώστε να μπορεί να φιλοξενήσει τουρίστες γκολφ. Ένα παράδειγμα είναι ο τουρισμός αθλητικής συμμετοχής και η κατηγορία αθλητικής κατάρτισης, η οποία ασχολείται με τους τουρίστες που επιθυμούν να μάθουν και να βελτιώσουν τις τρέχουσες αθλητικές δεξιότητές τους. Ο Πίνακας Β3.1 παρέχει μια πρόσφατη ταξινόμηση του αθλητικού τουρισμού, μαζί με μια περίληψη για να διευκρινίσει κάθε τμήμα.

Πίνακας Β3.1. Αθλητικός Τουρισμός

<p><i>Τουρισμός με αθλητικό περιεχόμενο.</i> Σε αυτή την κατηγορία οι αθλητικές δραστηριότητες και ευκαιρίες δεν είναι ο πρωταρχικός σκοπός του ταξιδιού και δεν μπορούν να οργανωθούν ως μέρος του πακέτου διακοπών.</p>
<p><i>Τουρισμός αθλητικής συμμετοχής.</i> Είναι η κατηγορία, όπου ο αθλητισμός είναι ο πρωταρχικός σκοπός του ταξιδιού. επίσης, οι τουρίστες αθλητικής συμμετοχής συμμετέχουν στις αθλητικές εκδηλώσεις.</p>
<p><i>Αθλητική κατάρτιση</i> Είναι πολύ στενότερη από τους άλλους τύπους αθλητικού τουρισμού.</p>
<p><i>Αθλητικές εκδηλώσεις</i> Αναφέρονται στο είδος τουρισμού όπου ο πρωταρχικός σκοπός του ταξιδιού</p>

είναι η συμμετοχή στις αθλητικές εκδηλώσεις, είτε ως συμμετέχοντες είτε ως θεατές.

Αθλητικός τουρισμός πολυτέλειας

Δεν καθορίζεται από την αναφορά στη φύση του αθλητισμού που περιλαμβάνεται στο ταξίδι. Μάλλον είναι η ποιότητα των εγκαταστάσεων και η πολυτελής φύση της στέγασης και οι συνοδευτικές εγκαταστάσεις και οι υπηρεσίες που καθορίζουν αυτόν τον τύπο αθλητικού τουρισμού. Τέλος, σε αυτόν τον τύπο αθλητισμού ταξινομείται το γκολφ.

Πηγή: (Weed & Bull, 2004, pp.. 123-124)

Αθλητική Δραστηριότητα Γκολφ

Το γκολφ θεωρείται σαν μια αθλητική δραστηριότητα που έχει αυξήσει την δημοτικότητά του και καθιερώνεται τώρα, και σε επαγγελματικό επίπεδο, αλλά και ως είδος ψυχαγωγίας (recreational activity) από ανθρώπους κάθε ηλικίας, φύλου και προέλευσης. Ο λόγος για την αυξανόμενη δημοτικότητά του στηρίζεται στο γεγονός ότι είναι μια αθλητική δραστηριότητα που συνδυάζει την ευχαρίστηση, τον ελεύθερο χρόνο και την ικανότητα. Υπάρχουν αυτήν την περίοδο 61 εκατομμύρια παίκτες γκολφ σε όλο τον κόσμο και 8 εκατομμύρια από εκείνους ζουν στην Ευρώπη (Owners Direct, 2005; Business & Finance, 2004).

Πολλές διαφορετικές κατηγορίες παικτών γκολφ ψάχνουν πακέτα διακοπών που να ανταποκρίνονται στις κινητήριες ανάγκες τους (Ikko, 2003). Οι ακόλουθες κατηγορίες παικτών γκολφ χαρακτηρίζονται από τα κίνητρα και τα προσωπικά χαρακτηριστικά των τουριστών γκολφ:

Ψυχαγωγία- τουρίστες γκολφ: Αυτά είναι κυρίως άτομα που παίζουν γκολφ στον ελεύθερο χρόνο τους και αφιερώνουν ένα μέρος των δραστηριοτήτων τους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Οι περισσότεροι από αυτούς, ψάχνουν την τυποποιημένη ποιότητα μέσα από τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου-θέρετρον και των μαθημάτων γκολφ που τους παρέχουν. Η κατηγορία αυτή των παικτών γκολφ, μπορούν συνάμα να ξοδέψουν το υπόλοιπο του ελεύθερου χρόνου τους στην παραλία, την μαρίνα και την χαρτοπαικτική λέσχη ή απλά να απολαύσουν το φυσικό περιβάλλον.

Γόητρο-προσανατολισμένοι παίκτες γκολφ: Γενικά, οι προσανατολισμένοι παίκτες γκολφ είναι μέλη των καθιερωμένων λεσχών γκολφ και έχουν υψηλές προσδοκίες σε σχέση με τα πρότυπα και την ποιότητα των θέρετρον και των σειρών μαθημάτων γκολφ. Ένα καλό παράδειγμα αποτελεί ο κολπίσκος σκιών σε Las Vegas και Valderrama στην Ισπανία.

Αθλητισμός-προσανατολισμένοι παίκτες γκολφ: Οι προσανατολισμένοι προς τον αθλητισμό παίκτες γκολφ θεωρούν το γκολφ ως αθλητική πρόκληση. Κανονικά, αυτή η κατηγορία παικτών γκολφ ψάχνει καλά τις σειρές μαθημάτων γκολφ, την υψηλή ποιότητα της υπηρεσίας, τα υψηλά πρότυπα της στέγασης και τις άριστες εγκαταστάσεις ποιοτικού γκολφ.

Έξυπνοι παίκτες γκολφ: Συνήθως, οι άνθρωποι αυτής της ομάδας έχουν πολύ υψηλές προσδοκίες για την ποιότητα των εγκαταστάσεων θέρετρον γκολφ. Ο όρος "αξία για τα χρήματα" αποτελεί το πιο σημαντικό κριτήριο για τις επιλογές τους. Η Γαλλία θεωρείται χώρα που ικανοποιεί αυτήν την ανάγκη με την προσφορά πακέτων γκολφ, τα οποία περιλαμβάνουν διαμονή τριών νυχτών, γεύματα και δύο κύκλους μαθημάτων γκολφ με ελάχιστο κόστος.

Αυτά είναι μερικά από τα τμήματα γκολφ που η Ελλάδα πρέπει να εξετάσει εάν επιθυμεί να αναγνωριστεί ως ένας σημαντικός προορισμός γκολφ στην Ευρώπη και ειδικά στη Μεσόγειο. Σύμφωνα με τον Johnson (2005) "η σκληρή πραγματικότητα για την Ελλάδα είναι

ότι οι περισσότερες από τις υπάρχουσες σειρές μαθημάτων γκολφ υστερούν στην ελκυστικότητα και στην ποιότητα των υπηρεσιών για τους τουρίστες καθώς τα περισσότερα θέρετρα γκολφ είναι παγιδευμένα στην ελληνική γραφειοκρατία, νομοθεσία και πολιτικοποίηση των διαδικασιών" (Datamonitor, 2005).

Βάσει των ανωτέρω, το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης πρέπει να διακρίνει τους μετρήσιμους, ουσιαστικούς, και προσιτούς τομείς της πιθανής αγοράς τουριστών προκειμένου να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες γκολφ και να γίνει η χώρα μας πιο ανταγωνιστική σε αυτόν τον τομέα. Το ίδιο υπουργείο πρέπει επίσης να αναπτύξει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες για να ανταποκριθεί στις ανάγκες της αγοράς στόχων. Ένας από τους αποτελεσματικότερους τρόπους για να παραμείνει ανταγωνιστικό το γκολφ τουρισμού είναι να τοποθετηθεί σαφώς στον επιθυμητό τομέα αγοράς και να αναπτυχθεί μια αποτελεσματική στρατηγική διαφήμισης και προώθησης αυτού του είδους διακοπών. Πράγματι, όλοι οι παίκτες γκολφ ψάχνουν τα επαγγελματικά και καλά οργανωμένα θέρετρα γκολφ στις χώρες όπου οι καιρικές συνθήκες στους χειμωνιάτικους μήνες είναι κατάλληλες για το γκολφ. Η Ελλάδα είναι γνωστή για το ζεστό της κλίμα τους περισσότερους μήνες το χρόνο και τις πολιτιστικές δραστηριότητες της σε όλη τη χώρα. Κατά συνέπεια, η χώρα έχει όλες τις προϋποθέσεις για να γίνει μια ελκυστική περιοχή επένδυσης σ' αυτό το είδος τουρισμού όχι μόνο σε ευρωπαϊκό αλλά και παγκόσμιο επίπεδο (The Business & Investment World of Greece, 2005; GTC Golf & Tourism Consulting, 2001; Ikkos, 2003).

Επιπρόσθετα, έχει παρατηρηθεί κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, μια μεγάλη αύξηση στις διεθνείς αφίξεις τουριστών. Εντούτοις, αυτή η αύξηση είναι κυρίως κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών δεδομένου ότι η Ελλάδα είναι ένας δημοφιλής προορισμός για τις διακοπές τύπου ήλιου και θάλασσας. Κατά συνέπεια, η υπερβολική εξάρτηση χωρών από τα "φτηνά πακέτα" που προωθεί η παγκόσμια αγορά τουρισμού συντίθεται από τα ακραία χαρακτηριστικά της "εποχικότητας". Κατά συνέπεια, αυτή η εποχικότητα ελαχιστοποιεί την περίοδο τουρισμού και αδρανοποιεί όλες τις διαθέσιμες υποδομές στους χειμωνιάτικους μήνες (Ikkos, 2003).

Η Ελλάδα είναι σαφώς υπανάπτυκτη χώρα όσον αφορά τις στρατηγικές προσέλκυσης των τουριστών γκολφ και έχει χάσει ήδη την ευκαιρία να προσελκύσει την προσοχή εκατομμυρίων παικτών γκολφ. Στην πραγματικότητα, ακόμα κι αν η Ελλάδα έχει κατά μέσον όρο 14 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις τουριστών ετησίως, μόνο 1,25 τοις εκατό (185.000) από τους τουρίστες επισκέφτηκαν την Ελλάδα για το παιχνίδι του γκολφ (βλέπε Πίνακα Β3.2). Επιπλέον, η Ελλάδα διοργανώνει μόνο 6 σειρές μαθημάτων γκολφ σε θέρετρα και έχει λιγότερο από 1.500 ελληνικούς φορείς γκολφ. Η Πορτογαλία, αφ' ετέρου, που είναι χώρα παρόμοιας έκτασης και οικονομικών επιδόσεων με την Ελλάδα, το 2006 διοργάνωσε 67 σειρές μαθημάτων γκολφ σε θέρετρα. Αυτήν την περίοδο υπάρχουν πάνω από 3.000 λέσχες γκολφ στην Μεγάλη Βρετανία (Mintel Reports, 2004). Πολλές ευρωπαϊκές χώρες διοργανώνουν έναν μεγάλο αριθμό σειρών μαθημάτων γκολφ για παράδειγμα στη Γαλλία υπάρχουν πάνω από 548, στην Ισπανία 266, και στην Ιταλία 238 (The Business & Investment World of Greece, 2005). Από την άλλη πλευρά, η Τουρκία διοργανώνει 9 σειρές μαθημάτων γκολφ και η Κύπρος μόνο 3 που οργανώνονται επαγγελματικά από οργανωμένα θέρετρα γκολφ (INVgolf Investment, 2005).

Πίνακας Β3.2.

Δυνητική Ζήτηση για Γκολφ στην Ελλάδα

Έτος: 2003	Εισερχόμενοι τουρίστες στην Ελλάδα	Δυνητική Ζήτηση για τον τουρισμό γκολφ στην Ελλάδα
Καναδάς	49.383	8.296
Δανία	350.930	7.420
Γερμανία	2.347.434	12.181
Ιαπωνία	73.350	5.868
Κάτω Χώρες	673.405	8.134
Νορβηγία	329.469	7.259
Σουηδία	502.683	29.795
Ηνωμένο Βασίλειο	2.916.508	60.186
ΗΠΑ	199.737	18.975
Άλλες χώρες		26.401
Σύνολο		184.515

Πηγή: (Ikkos, 2003)

Οι ανωτέρω χώρες είναι οι σημαντικότεροι ανταγωνιστές της Ελλάδας στο υπό μελέτη τουριστικό προϊόν. Ο κύριος λόγος πίσω από αυτήν την απόκλιση είναι το γεγονός ότι αυτές οι χώρες είναι πιο στενές στις ευρωπαϊκές παραδόσεις και επιρροές, και ο τοπικός πληθυσμός είναι πιο δεκτικός στην επέκταση του γκολφ. Ένας άλλος λόγος είναι ότι ο ανταγωνισμός έχει οδηγήσει στο να αναπτυχθούν οι αποτελεσματικές στρατηγικές που συνδέονται με τον τουρισμό γκολφ. Σε σχέση με αυτά τα ζητήματα, ο κ. Egford, Πρόεδρος της Εθνικής ομάδας δήλωσε ότι "οι ενθουσιώδες τουρίστες γκολφ της Ελλάδας βλέπουν την Ελλάδα ως ηγέτη στον τουρισμό γκολφ στη Μεσόγειο" (Ikkos, 2003 The Business & Investment World of Greece, 2005). Κατά συνέπεια, το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης -μέσω του στρατηγικού του σχεδίου για τον τουρισμό- πρέπει να προσπαθήσει να προωθήσει την δημιουργία μιας σειράς μέτρων που θα ωφελήσει την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού, όπως τα θέρετρα γκολφ, και επίσης να περιορίσει την έντονη εποχικότητα που υπάρχει στον τουριστικό τομέα της χώρας μας.

Ο πρόεδρος της κρητικής λέσχης γκολφ, κύριος Βαρνάς, δήλωσε ότι ο "τουρισμός γκολφ μπορεί να σώσει τον ελληνικό τουρισμό από το τέλμα των αποτυχόντων προτύπων και των εισοδημάτων" (The Business & Investment World of Greece, 2005). Ομοίως, η Ελλάδα θα λάβει πολλά οφέλη από την αύξηση του τουρισμού γκολφ. Οι διακοπές γκολφ είναι βιομηχανία που παρουσιάζει αύξηση σε πολλές χώρες σε όλο τον κόσμο την τελευταία δεκαετία. Οι μελέτες δείχνουν ότι οι παίκτες γκολφ είναι μια πολύ ισχυρή και εκλεκτική ομάδα τουριστών, η οποία ξοδεύει, κατά μέσο όρο, 40% περισσότερο από τους κανονικούς τουρίστες. Οι παίκτες γκολφ ταξιδεύουν συνήθως το χειμώνα και την άνοιξη (κατά τη διάρκεια του Νοεμβρίου μέχρι τον Απρίλιο), και αυτό θα είχε μια θετική επίδραση στην αύξηση της τουριστικής κίνησης της Ελλάδος. Κυρίως γιατί οι διακοπές στην Ελλάδα θεωρούνται ως θερινή δραστηριότητα. Κατά συνέπεια, οι περισσότερες αφίξεις τουριστών συγκεντρώνονται κυρίως τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο. Πράγματι, 82% των τουριστών επισκέπτονται την Ελλάδα κατά τη διάρκεια της θερινής εποχής. Επομένως, μέρος της ελληνικής στρατηγικής για την χρονική αύξηση της τουριστικής σεζόν θα ήταν να εντοπιστούν και να αξιοποιηθούν οι ευκαιρίες ταξιδιού ώστε να επεκταθεί η περίοδος διακοπών. Ειδικότερα, ο τουρισμός γκολφ είναι μια αναπτυσσόμενη αγορά που η Ελλάδα πρέπει να θεωρήσει ως νέο τομέα δραστηριότητας.

Η ανάπτυξη του γκολφ ως μορφή τουρισμού είναι μια χρονοβόρα διαδικασία με μεγάλο οικονομικό κόστος, αλλά στην Ελλάδα υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον επένδυσης να δημιουργηθούν νέα θέρετρα γκολφ (Ikkos, 2003 Mintel εκθέσεις, 2004). Όπως δηλώνει ο πρόεδρος του ελληνικού κέντρου για την επένδυση (ΕΛΚΕ), "οι εκτάσεις γκολφ και τα θέρετρα έχουν γίνει σημαντικοί παράγοντες που συντελούν σε μεγάλη οικονομική ανάπτυξη σε χώρες όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Ισπανία και η Πορτογαλία" (Brent and Adair, 2004). Η ελληνική κυβέρνηση πρέπει να προσπαθήσει να εκδώσει τις απαραίτητες άδειες και να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τα οποιαδήποτε γραφειοκρατικά εμπόδια παραχώρησης έκτασης και άλλων απαραίτητων δραστηριοτήτων. Όπως έχει επισημανθεί: "η επένδυση γκολφ φθάνει σε ικανοποιητικά επίπεδα στην Ελλάδα. Υπάρχουν 11 προγραμματισμένα συγκροτήματα θέρετρων που συμπληρώνουν συνολικά τα 2 δισεκατομμύρια ευρώ στις προϋπολογισμένες δαπάνες" (INVgolf Investment, 2005).

Η Ελλάδα έχει μια μεγάλη ευκαιρία να προσελκύσει τα εκατομμύρια των παικτών γκολφ από όλο τον κόσμο και ειδικά από τις ευρωπαϊκές αγορές. Ο Πίνακας Β3.3 δείχνει ότι οι τουρίστες γκολφ θα αυξηθούν σημαντικά μέχρι το 2010 και θα φθάσουν περίπου τα 82.400.000. Η Ελλάδα, πρέπει να εκμεταλλευθεί την ώθηση παικτών γκολφ, όχι μόνο για να αυξήσει τα κέρδη τουρισμού της αλλά και για να αυξήσει την άφιξη του διεθνών παικτών γκολφ. Η Ελλάδα πρέπει να βελτιώσει τις υπάρχουσες υποδομές και εγκαταστάσεις, και να βελτιώσει την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών τουρισμού. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004, ώθησαν την οικονομία και τον τουρισμό της Ελλάδας και βελτίωσαν σημαντικά τις υποδομές αυτής, αλλά η ελληνική κυβέρνηση πρέπει να κάνει περισσότερα προκειμένου να θεωρηθεί ως ένας ποιοτικός παγκόσμιος προορισμός γκολφ.

Πίνακας Β3.3.

Εκτιμήσεις Παικτών Γκολφ

	2000	2010
ΗΠΑ	26.446.000	28.400.000
Ευρώπη	3.353.861	4.978.000
Παγκόσμια	61.000.000	82.400.000

Πηγή: (Ikkos, 2003)

Για πρώτη φορά, το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, εγχώριοι και ξένοι επενδυτές υποστήριξης τουρισμού, οικονομίας και χρηματοδότησης, αποφάσισαν να επενδύσουν στα νέα προγράμματα φιλοξενίας που θα συμβάλουν στη βελτίωση της ποιότητας του ελληνικού τουρισμού, την προώθηση απαραίτητων τουριστικών πακέτων και στην αγορά 45 κύκλων μαθημάτων γκολφ. Σύμφωνα με τον κ. Ανδρεάδη, πρώην πρόεδρο του ΣΕΤΕ η Ελλάδα πρέπει να διοργανώσει τουλάχιστον 24 σειρές μαθημάτων γκολφ και κατάλληλων θέρετρων μέχρι το 2010 για να μπορέσει να ανταπεξέλθει σε παρόμοιες στρατηγικές που έχει εφαρμόσει η Ισπανία όσον αφορά τον τουρισμό γκολφ" (Weed and Bull, 2004). Επιπλέον, το υπουργείο έχει καθιερώσει ένα πρόγραμμα προώθησης του ελληνικού τουρισμού από το 2004 ως το 2010, με κύριο στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού γκολφ στην Ελλάδα (INVgolf Investment, 2007; Ikkos, 2003).

Συμπεράσματα και Προτάσεις

Οι τουρίστες γκολφ αντιπροσωπεύουν μια πολύ ισχυρή πηγή εισοδήματος και αποτελούν μια επίλεκτη ομάδα ανθρώπων που είναι ενημερωμένοι όσον αφορά τους προορισμούς γκολφ σε όλο τον κόσμο. Εντούτοις, δεν υπάρχει μια ενιαία αγορά γκολφ για μια χώρα ή για έναν

συγκεκριμένο προορισμό. Υπάρχουν πολλές δευτερεύουσες αγορές και καθεμία έχει τα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες της. Η Ελλάδα έχει όλες τις προϋποθέσεις για να προσελκύσει διαφορετικές κατηγορίες τουριστών και να θεωρηθεί παγκόσμιας ποιότητας "προορισμός γκολφ".

Στη βιομηχανία φιλοξενίας, η ψυχογραφική τμηματοποίηση είναι ένα σημαντικός παράγοντας για την επιλογή διαφόρων ομάδων τουριστών με παρόμοιες ανάγκες διακοπών και παρόμοια χαρακτηριστικά. Η αύξηση του αθλητικού τουρισμού κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών έχει αποτελέσει σημαντικό μέρος των στρατηγικών ανάπτυξης τουρισμού σε όλο τον κόσμο. Ο μεγαλύτερος παράγοντας αυτής της αύξησης είναι όχι μόνο οι αλλαγές στα δημογραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών, αλλά στην ικανοποίηση της ανάγκης για νέες εναλλακτικές μορφές διακοπών. Υπό αυτήν τη μορφή, ο αθλητικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή διακοπών που συνδυάζει την ευχαρίστηση, τον ελεύθερο χρόνο, τη φύση και την ικανότητα.

Ειδικότερα, ο τουρισμός γκολφ είναι μια αθλητική δραστηριότητα που έχει αυξηθεί στη δημοτικότητα όχι μόνο από τους επαγγελματίες αθλητές αλλά και από τους τουρίστες που το θεωρούν ως ψυχαγωγική δραστηριότητα κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Επομένως, οι διακοπές γκολφ, είναι μια περιοχή που οι ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να θεωρήσουν ως ένα τομέα αγοράς και να επενδύσουν αποτελεσματικά πάνω σε αυτόν ώστε να μπορέσει να ανταγωνιστεί επιτυχώς άλλες μεσογειακές χώρες. Επομένως, με την ανάπτυξη και την επέκταση του τουρισμού γκολφ, η Ελλάδα θα αυξήσει το ετήσιο εισόδημα του τουρισμού και θα ελαχιστοποιήσει την εποχικότητα στον χώρο αυτό.

Βιβλιογραφία

- Bennett, R. (2001). *International Marketing Strategy, Planning, Market Entry & Implementation*. London, Kogan Page Limited.
- Brent, W.R. & Adair, D. (2004). *Sport Tourism: Interrelationships, impacts and issues*. London, Clevedon: Channel View.
- Business & Finance, (2004). *Can Greece tee off?* [Internet]. Available from: <http://www.planetgr.com/articles/publish/printer_261.shtml> [Accessed 16 April 2007].
- Datamonitor, (2005). *Greece Country Profile*, Datamonitor Publication [Internet]. Available from: <www.datamonitor.com> [Accessed 18 April 2007].
- Fairway, (2001). *The Golf Market of the Future*, GTC Golf & Tourism Consulting Lunenburg [Internet]. Available from: <http://www.fairway.de/english/epresse_9.htm> [Accessed, 22 March 2007].
- General Secretariat of National Statistical Service of Greece, (2008). *Statistical Data, Tourism Movements* [Internet]. Available from: <http://www.statistics.gr/StatMenu_eng.asp> [Accessed 16, April 2008].
- GTC Golf & Tourism Consulting, (2001). *The Golf Market of the Future*, Lunenburg [Internet]. Available from: <http://www.fairway.de/english/epresse_9.htm> [Accessed, 22 April 2007].
- Halloway, J.C. (2004). *Marketing for Tourism*. 4th ed. Essex, England, Longman Group Limited.
- Hede, A.M. (2005). Sports-events, tourism and destination marketing strategies: an Australian case study of Athens 2004 and its media telecast. *Journal of Sport Tourism*, 10, (3), 2005, pp.187-200.
- Hinch, T. & Higham, J. (2004). *Sport Tourism Development*. Great Britain, Cromwell Press.
- Homendis, T. (2000). *The Application of the "European Winter Week for Students" Programme in Greece: Ski Tourism & Education* [Internet]. Available from:

<http://www.tour.teithe.gr/TEMPUS/PROCEEDINGS/paper07.pdf#search='tourismpercent20seasonalitypercent20inpercent20greece'> [Accessed 5 April 2006].

Ikkos, A. (2003). *Critical Success Factors for the Development of Golf in Greece*, JBR Hellas Business Consultants Limited [Internet]. Available from: <http://www.jbrhellas.gr/articles/articles.html> [Accessed 22 March 2007].

INVgolf Investment, (2003). *Golf & Resort Development Opportunities, Time for Teeing off in Greece* [Internet]. Available from: http://www.invgr.com/golf/athens_news_121203.htm [Accessed 23 April 2007].

INVgolf Investment, (2004). *Do you Believe Golf has a Potential for Significant Growth in Greece?* [Internet]. Available from: http://www.invgolf.com/greece_golf_swings_play.htm [Accessed 22 April 2007].

INVgolf investment, (2005). *Golf Courses, Golf Resorts & Leisure-integrated Real Estate Development in Greece without Golf, Greece is 'handicapped'...* [Internet]. Available from: http://www.invgolf.com/golf_greece.htm [Accessed 22 March 2007].

INVgolf investment, (2005). *Golf swings into play in Greece: Major golf resort, residential and leisure-integrated real estate projects getting underway in Greece* [Internet]. Available from: http://www.invgolf.com/greece_golf_swings_play.htm [Accessed 22 March 2007].

INVgolf Investment, (2007). *Golf in Greece* [Internet]. Available from: <http://www.invgolf.com> [Accessed 23 April 2007].

Johnson, J. (2005). *Teeing off into high-end holidays* [Internet]. Available from: <http://www.internationalreports.net/europe/greece/2005/holiday.html> [Accessed 23 April 2007].

Kartakoullis, N., Papanikos, G., & Karlis, G. (2003) City and Sport Marketing Strategy: The Case of Athens 2004." *The Sport Journal*, 6(2), pp. 1-6.

Kondokolias, (2006). Encouraging signs for tourism in 2006 [Internet]. Available from: http://www.acci.gr/trade/No36/TRADE_69_73.pdf [Accessed 22 April 2007].

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2003) *Marketing for Hospitality & Tourism*. 2nd ed. London, Prentice Hall International.

Lancaster, G. & Reynolds, P. (1995). *Marketing*. Great Britain, Hartonolls Ltd.

Mintel Reports, (2004). *Sports Tourism - International - October 2004*, Mintel International Group Limited [Internet]. Available from: http://reports.mintel.com/sinatra/reports/search_results/show&&type=RCItem&page=0&noaccess_page=0/display/id=122576 [Accessed, 22 March 2007].

Mintel, (2005). *Golf – UK – February 2005*, Mintel International Group Limited [Internet]. Available from: http://reports.mintel.com/sinatra/reports/search_results/show&&type=RCItem&page=0&noaccess_page=0/display/id=114697 [Accessed 22 March 2007].

Owners Direct, (2005). *Golf Holiday Facts & Accommodation Information* [Internet]. Available from: <http://www.ownersdirect.co.uk/golfing-holiday-accommodation.htm> [Accessed 22 March 2007].

The Business & Investment World of Greece, (2005) *Investing in golf infrastructure and resorts in Greece* [Internet]. Available from: http://www.invgr.com/real_estate_opportunities.htm [Accessed 22 April 2007].

Weed, M. & Bull, C. (2004). *Sports Tourism, Participants, Policy & Providers*. Great Britain, Elsevier Butterworth-Heinemann.

WTTC, (2005). *World Travel & Tourism Council Greece Travel & Tourism Sowing the Seeds of Growth*. The 2005 Travel & Tourism Economic Research Published by 2005 World Travel & Tourism Council.

