

Γρηγόρης Θ. Παπανίκος*

Οι Συγκυριακές και Μακροχρόνιες Τάσεις του Ελληνικού Τουρισμού

Η εισήγηση αυτή παρουσιάστηκε στην ημερίδα με θέμα: «**Δυνατότητες και Προοπτικές Τουριστικής Ανάπτυξης του νομού Ηλείας**» που οργάνωσε η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηλείας, Παρασκευή 14 Νοεμβρίου 2008.

* Γενικός Γραμματέας της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής της Ελλάδος (www.oke.gr) & Πρόεδρος του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας (www.atiner.gr).

Παγκόσμιες και Ευρωπαϊκές Τάσεις

Στον Πίνακα 1 δίνεται το μέγεθος του παγκόσμιου τουρισμού από τη σκοπιά των χωρών προορισμού σε ό,τι αφορά τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών. Οι παγκόσμιες τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν από 797 εκατομμύρια το 2005 στα 940 εκατομμύρια το 2008 και αναμένεται να ξεπεράσει το 1,5 δισεκατομμύριο το 2020. Οι μισοί περίπου έχουν ως προορισμό την Ευρώπη, κυρίως δε τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Πίνακας 1. Αλλοδαπές τουριστικές αφίξεις (σε χιλιάδες)

	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	95075,3	106812	114097	120236	150243	186786
Υπόλοιπη Δυτική Ευρώπη	35873	42096,2	44199	47241,5	55558,5	65573,6
ΕΕ-15	303867	343789	355422	371981	425369	486531
ΕΕ-27	353323	396829	411126	429925	493381	565701
Αφρική	45249,5	56357,20	60111,3	63640,9	75940,3	91623,9
Αμερική	114258	126825,2	131474,9	136639,7	165631,8	203777,1
Ασία	140636	187259,2	201492,8	213118,8	275633,7	360318,6
Μέση Ανατολή	33106,6	47529,5	50171,9	52531,8	65841,9	83829,4

Πηγή : WTTC

Η παγκόσμια τουριστική δραστηριότητα κατά το τρέχον έτος παρουσιάζει μία κάμψη σε σχέση με το 2007, μιας και ο ρυθμός αύξησης της ζήτησης για υπηρεσίες τουρισμού και ταξιδίων προβλέπεται να φτάσει στο 3% και στην δημιουργία 6 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας παγκοσμίως έναντι της αύξησης που άγγιξε το 3,9% κατά το προηγούμενο έτος, αντικατοπτρίζοντας πλέον την επιβράδυνση που έχει κάνει η παγκόσμια οικονομική μηχανή από τις αρχές του έτους ενώ προβλέπεται να συνεχιστεί αυτή η φθίνουσα πορεία τουλάχιστον μέχρι και το πέρας του 2009.

Εν γένει, και σε ό,τι έχει να κάνει για την επόμενη δεκαετία (2009-2018) προβλέπεται μία μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 4,4% της παγκόσμιας τουριστικής δραστηριότητας που σε απόλυτα μεγέθη μεταφράζεται σε τζίρο ύψους \$10,855 δις ή 10,5% του παγκόσμιου ΑΕΠ και σε απασχόληση αποκλειστικά στον τομέα του τουρισμού 297 εκ. ατόμων. Ενδεικτικά, τα παρόντα αντίστοιχα μεγέθη της τουριστικής βιομηχανίας είναι \$5,899 δις (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 οι αυτοί με την σειρά τους μετατρέπουν την αύξηση των εισοδημάτων τους σε ζήτηση για τα προϊόντα που προσφέρει η τουριστική βιομηχανία.

Αναμένεται αύξηση της ζήτησης για υπηρεσίες τουρισμού στην Αφρική κατά 5,9%, στην Μέση Ανατολή κατά 5,2% και στην Ασία και Ειρηνικό κατά 5,7%. Αντίθετα, η Ευρώπη θα κινηθεί σε μικρότερους ρυθμούς αύξησης σε σχέση με τις πιο πάνω περιοχές αγγίζοντας το 2,3% και ομοίως και η Αμερική που θα κινηθεί ακόμη χαμηλότερα στο 2,1%.

Ευρώπη

Αν θεωρήσουμε όλες τις χώρες που αποτελούν την Ευρώπη ως ενιαία, τότε η Ευρώπη κατέχει ποσοστό πλέον του 40% της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς, ξεπερνώντας ακόμη και τις Η.Π.Α. Αυτό ερμηνεύεται αρχικά γιατί στην Ευρώπη βρίσκονται 23 από τις 30 χώρες μέλη του ΟΟΣΑ, επομένως κατοικούν στις χώρες αυτές το μεγαλύτερο μέρος από το 10% του πιο πλούσιου πληθυσμού του πλανήτη. Η αύξηση της ζήτησης για υπηρεσίες ταξιδίων και τουρισμού θα φθάσει το 2008 στο 2,3%, υπολειπόμενου δηλαδή του παγκοσμίου μέσου όρου. Είναι ευνόητο ότι επειδή η ήπειρος αυτή αποτελείται από διαφορετικά κράτα οικονομικών και όντας ανεπτυγμένες σε διαφορετικά στάδια, παρουσιάζεται ανομοιομορφία ως προς την κατανομή της συμβολής της τουριστικής δραστηριότητας στο ΑΕΠ της κάθε χώρας.

Για την Ευρωπαϊκή Ένωση, ο ρυθμός ανόδου της ζήτησης τουριστικών και ταξιδιωτικών υπηρεσιών θα φτάσει στο 4,267% το 2009 και το 5,02% το 2010.

Πιο συγκεκριμένα, για την Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη προσδοκείται να παρουσιάσει αύξηση κατά 6,28% κατά το επόμενο έτος, ενώ αναμένεται αύξηση το 2010 περίπου στο 5,38%. Τα αντίστοιχα μεγέθη για τις με διαφορά πιο αναπτυγμένες χώρες της Δυτικής Ευρώπης οι ρυθμοί μεγέθυνσης είναι 4,99% και 6,88% για τα επόμενα δύο έτη.

Οι χώρες οι οποίες βρίσκονται στην κορωνίδα της ποσοστιαίας αύξησης κατά τον παρόντα χρόνο είναι το Μαυροβούνιο με αύξηση κατά 14,2% και η Ρουμανία με 8,9%.

Όσον αφορά τώρα την Ελλάδα, η εξέλιξη του αριθμού των τουριστών που θα επισκέπτονται την χώρα μας φαίνεται από τις προβλέψεις να αυξάνεται, αλλά με φθίνοντα ρυθμό, αποκαλύπτοντας μας ότι η Ελλάδα θα χάνει σταδιακά μερίδιο από την τουριστική πίτα προς όφελος των άμεσων ή έμμεσων ανταγωνιστών της.

Υπόλοιπος Κόσμος

Αφρική

Η ήπειρος της Αφρικής χωρίζεται σε δύο μεγάλες ζώνες, αυτήν της Βορείου Αφρικής και αυτήν της υποσαχάρειας. Η δεύτερη παρουσίασε μια αύξηση της τουριστικής της κίνησης κατά 6,3% και η πρώτη κατά 5,8%, επομένως και οι δύο περιοχές κινήθηκαν πολύ υψηλότερα από τον παγκόσμιο μέσο όρο που όπως είπαμε αυξήθηκε κατά 3%. Όμως, αναμένεται να προκύψει μείωση στην δημιουργία θέσεων εργασίας, παράγοντας που θα λειτουργήσει ως τροχοπέδη για την ακόμη μεγαλύτερη ώθηση της οικονομικής δυναμικής της ηπείρου. Πάντως ο τουρισμός αποδίδει το 9,4% του ΑΕΠ της ηπείρου. Περιοχές που αποτελούν την αιχμή του δόρατος της τουριστικής βιομηχανίας είναι ο Άγιος Μαυρίκιος, οι Σεϋχέλες, το Πράσινο Ακρωτήριο και η Μποτσουάνα.

Ασία

Στην Ασία συντελούνται τα τελευταία 20 χρόνια οι μεγαλύτερες αλλαγές στην οικονομική της δομή εξ αιτίας του γεγονότος ότι η Κίνα και η Ινδία αναπτύσσονται οικονομικά με ρυθμούς που αγγίζουν το 10%. Παράλληλα, όμως και η τουριστική βιομηχανία της ηπείρου καλπάζει. Αναμένεται αύξηση της ζήτησης υπηρεσιών τουρισμού και ταξιδίων της τάξης του 5,8% και η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ να φθάνει στο 5,5% κατά μέσο όρο το 2008. Λεπτομερειακά, η μεγέθυνση της τουριστικής ζήτησης στην Νότια Ασία θα προσεγγίσει το 7,2%, της νοτιοανατολικής στο 4,1 και της βορειοανατολικής στο 5,7%.

Αμερική

Η συντελεσθείσα αύξηση της ζήτησης για τουριστικές υπηρεσίες στην Αμερική προβλέπεται να φτάσει μόνο το 2,1%. Στην ήπειρο αυτήν βρίσκεται η ναυαρχίδα-χώρα του τουριστικού τομέα της οικονομίας που δεν είναι άλλη από τις Η.Π.Α. Η χώρα αυτή κρατά τα σκήπτρα τόσο από άποψη αριθμού επισκεπτών τουριστών προς τον υπόλοιπο κόσμο, όσο και ως προς τον όγκο της ζήτησης για τουριστικές υπηρεσίες όσο και από την άποψη του απολύτου μεγέθους του ΑΕΠ.

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 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, ενώ η οριακή προσφορά του τουρισμού στην απασχόληση είναι 1,5%, 1,1% και 3,1% αντίστοιχα.

Μέση Ανατολή

Η ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής και αυτή είναι ένα κράμα από οικονομίες – κοινωνίες που βρίσκονται σε διαφορετικά στάδια ανάπτυξης και εξέλιξης. Βασικές τουριστικές δυνάμεις της περιοχής είναι τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, η Αίγυπτος και η Σαουδική Αραβία. Η αύξηση της τουριστικής ζήτησης αναμένεται για το 2008 να φθάσει το 5,2% και ο κύκλος εργασιών να μεταβληθεί ανοδικά κατά 7%. Αξίζει πάντως να γίνει ειδική αναφορά στο εμιράτο του Dubai, στο οποίο η τουριστική βιομηχανία συνεισφέρει το 30% του ΑΕΠ αυτού και προβλέπεται ότι μέχρι το 2015 η οικονομία αυτού θα τρέχει με ρυθμούς που θα αγγίζουν το 11% και θα επιτευχθεί τριπλασιασμός του ΑΕΠ σε σχέση με τις παρούσες οικονομικές επιδόσεις αυτού.

Μακροχρόνιες Τάσεις και Παράγοντες που θα τις Επηρεάσουν

Η γενικότερη παγκοσμιοποίηση των αγορών θα έχει σημαντικές επιπτώσεις στη διεθνή αγορά του τουρισμού, αυξάνοντας σημαντικά τις ανταγωνιστικές πιέσεις. Η στρατηγική που αναμένεται να ακολουθήσουν πολλές επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου είναι αυτή του συνεχούς εκσυγχρονισμού και της επέκτασης.

Η παγκόσμια ξενοδοχειακή βιομηχανία αλλάζει δραστικά, κυρίως όσον αφορά στο ιδιοκτησιακό καθεστώς των επιχειρήσεων. Από ατομικές και οικογενειακές επιχειρήσεις γίνονται πολυεθνικές επιχειρήσεις, μέσω συνενώσεων (consolidation) και εξαγορών. Σύμφωνα με έκθεση του Travel & Tourism Intelligence (ΤΤΙ) το 2001, πάνω από το ένα τρίτο των ξενοδοχειακών δωματίων ελέγχονται από τις 200 μεγαλύτερες εταιρείες του κόσμου.

Δύο είναι οι σημαντικοί παράγοντες που επηρέασαν τη συγκέντρωση στην ξενοδοχειακή βιομηχανία: η δημιουργία επώνυμων “προϊόντων” (brands) και η νέα τεχνολογία, κυρίως το διαδίκτυο (internet). Το πρώτο εξασφαλίζει την ποιότητα των παρεχομένων ξενοδοχειακών υπηρεσιών, δηλαδή τη σιγουριά στον παγκόσμιο ταξιδιώτη. Συνεπώς, οι εταιρείες αυτές μπορούν να τιμολογούν τα δωμάτια τους σε υψηλότερες τιμές. Το δεύτερο αυξάνει σημαντικά το σταθερό κόστος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα οι συνενώσεις να καθίστανται αναγκαίες, λόγω των σημαντικών οικονομιών κλίμακας (economies of scale), οι οποίες είναι το αποτέλεσμα της νέας τεχνολογίας.

Πάντως, ο τουριστικός και ξενοδοχειακός κλάδος κυριαρχείται ακόμη από μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες, όπως καταδεικνύουν πολλοί ειδήμονες του κλάδου

μπορούν να επιβιώσουν. Εκείνες, όμως, που θα κερδίσουν τα μέγιστα από την παγκοσμιοποίηση και τις νέες τεχνολογίες είναι οι μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες, διότι έχουν τη δυνατότητα να επενδύουν σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες και να εκπαιδεύουν κατάλληλα το προσωπικό τους.

Αντίστοιχη είναι και η περίπτωση της Ελλάδος, όπου τα οικογενειακά ξενοδοχεία αποτελούν το 43% του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας, τα μικρά το 37%, τα μεσαία το 13% και τα μεγάλα μόνο το 7% (βλέπε Πίνακα 2). Τα καταλύματα αυτά περιλαμβάνουν, εκτός από ξενοδοχεία κλασικού τύπου, οργανωμένες κατασκηνώσεις (κάμπινγκ), μπανγκαλόου, επιπλωμένα διαμερίσματα και παραδοσιακά καταλύματα. Το 70% είναι ξενοδοχεία κλασικού τύπου, το 21% επιπλωμένα διαμερίσματα, το 4% μπανγκαλόου, το 3% παραδοσιακά καταλύματα και το 3% κάμπινγκ.

Πίνακας 2: Ταξινόμηση των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων Σύμφωνα με τα Δωμάτια

α/α	Μέγεθος Ξενοδοχείου	Αριθμός Δωματίων	Αριθμός Ξενοδοχείων	Ποσοστό Ξενοδοχείων	Απασχόληση	
					Μέση	Μέγιστη
1.	Οικογενειακό	1 – 20	3.548	43%	1,4	10
2.	Μικρό	21 – 50	3.011	37%	4,8	25
3.	Μεσαίο	51 – 100	1.075	13%	15,0	60
4.	Μεγάλο	101 -	610	7%	64,0	210
	Σύνολο		8.244	100	8,8	210

Πηγή: Παπανίκος (2000).

Το μικρό μέγεθος των ελληνικών ξενοδοχείων τα καθιστά αδύναμα απέναντι στον ανταγωνισμό και εύκολη λεία στους οργανωτές ταξιδιών (tour operators). Λίγα είναι τα ξενοδοχεία που θα μπορέσουν να αντιμετωπίσουν με ίσους όρους αυτές τις σχέσεις, αν και υπάρχει κάποια δυνατότητα μέσα από την τεχνολογία του διαδικτύου και την οριζόντια ολοκλήρωση αυτών των επιχειρήσεων.

Η τεχνολογία είναι μόνο ένας προσδιοριστικός παράγοντας που καθιστά απαραίτητη την αναδιάρθρωση της τουριστικής βιομηχανίας μέσα από συνεργασίες, συνενώσεις και εξαγορές. Το νέο περιβάλλον έχει και άλλα χαρακτηριστικά, όπως οι αλλαγές στο πολιτικό –θεσμικό πλαίσιο, κυρίως σε ό,τι αφορά τη νομοθεσία για τον ανταγωνισμό και την ενίσχυση των συνεργασιών μεταξύ επιχειρήσεων, το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον, κυρίως σε ό,τι αφορά την αύξηση του εισοδήματος και του πλούτου, τις κοινωνικό-δημογραφικές τάσεις και τις ευρύτερες τεχνολογικές εξελίξεις, κυρίως στον τομέα των τηλεπικοινωνιών και των μεταφορών. Η ανάλυση αυτών των παραγόντων γίνεται παρακάτω, η οποία είναι, κατ' ανάγκη, επιγραμματική. Η έμφαση δίνεται στο πώς αυτοί οι παράγοντες θα επηρεάσουν τον ελληνικό τουρισμό.

Πολιτικοί-θεσμικοί παράγοντες

1. Η διεθνής αγορά τουρισμού θα επηρεασθεί σημαντικά από τις πολιτικές εξελίξεις σε διάφορα μέρη του πλανήτη, κυρίως, όμως, στην Κίνα, που αποτελεί το 1/5 του παγκόσμιου πληθυσμού. Οι πολιτικές εξελίξεις στην περιοχή της νότιο-ανατολικής Ευρώπης, της Ρωσίας και της Μεσογείου θα επηρεάσουν σημαντικά τις τουριστικές προοπτικές της Ελλάδος. Όσον αφορά στην Κίνα, η προοπτική

- αναγνώρισης, από τις κινεζικές αρχές, της Ελλάδος, ως τόπου τουριστικού προορισμού, θα δημιουργήσει νέες προοπτικές.
2. Η κατάργηση των εμποδίων μετακίνησης των ταξιδιωτών, κυρίως στις χώρες που οι διαδικασίες αυτές είναι χρονοβόρες και ενέχουν κόστος, π.χ. έκδοση βίζας, θα διευκολύνει την τουριστική ανάπτυξη.
 3. Μεγάλο ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού διαδραματίζει η εγκληματικότητα και η τρομοκρατία. Οι παράγοντες αυτοί επηρεάζουν, κυρίως, τους τουρίστες πολύ μακρινών ταξιδιών. Ο τουρισμός της Ελλάδος έχει επηρεαστεί πολλές φορές από φαινόμενα εγκληματικών και τρομοκρατικών ενεργειών, με αρνητικές συνέπειες για τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, κυρίως από τις ΗΠΑ.
 4. Οι συγχωνεύσεις που παρατηρούνται στον ευρωπαϊκό τουριστικό κλάδο δεν έχουν τύχει της ανάλογης προσοχής των ευρωπαϊκών ρυθμιστικών αρχών. Αναμένεται μεγαλύτερη ανάμειξη των εθνικών, ευρωπαϊκών και παγκόσμιων ρυθμιστικών αρχών. Η πρόσφατη οικονομική κρίση θα ενισχύσει τις παρεμβάσεις των ρυθμιστικών αρχών.
 5. Συναφές με το προηγούμενο είναι και η φορολόγηση του τουριστικού προϊόντος, που ποικίλει από χώρα σε χώρα και σε πολλές περιπτώσεις χρησιμοποιείται, είτε ως εργαλείο προώθησης του τουρισμού, είτε ως εργαλείο αύξησης των κρατικών εσόδων.
 6. Η γενικότερη τάση απελευθέρωσης της αγοράς από κρατικές παρεμβάσεις θα έχει σημαντικές επιπτώσεις στις επικοινωνίες και τις μεταφορές. Το κόστος τους θα μειωθεί σημαντικά, αλλά θα εξαρτάται πάντοτε από το κόστος των καυσίμων.
 7. Αναμένεται η διαμόρφωση ενός αυστηρότερου πλαισίου προστασίας του τουρίστα – καταναλωτή, κυρίως στο θέμα της ποιότητας των παρεχομένων ξενοδοχειακών και ταξιδιωτικών υπηρεσιών, αλλά ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στο θέμα της ασφάλειας.

Οικονομικοί παράγοντες

1. Η παγκόσμια και η ευρωπαϊκή οικονομία αναμένεται να συνεχίσουν τους υψηλούς ρυθμούς δημιουργίας πλούτου και εισοδήματος, επηρεάζοντας θετικά τον τουρισμό. Ο παράγοντας αυτός δημιουργεί ευοίωνες προοπτικές για την παγκόσμια αγορά τουρισμού, πέρα από κάθε συγκυριακή κάμψη.
2. Στην Ευρώπη, η καθιέρωση του ευρώ μειώνει σημαντικά το κόστος συναλλαγών των ευρωπαίων τουριστών. Για την Ελλάδα, αυτό έχει και αρνητικές συνέπειες, στο βαθμό που η Τουρκία θα μπορεί, μέσω των υποτιμήσεων του εθνικού της νομίσματος απέναντι στο ευρώ, να κάνει, από πλευράς τιμής τουλάχιστον, πιο ελκυστικό το τουριστικό της προϊόν. Ήδη τα πρώτα χρόνια εφαρμογής του ευρώ πιστοποιούν την αρνητική αυτή επίπτωση.
3. Όσον αφορά στην Ελλάδα, η συμμετοχή της στην ευρωζώνη και η μακροοικονομική σταθερότητα που συνεπάγεται, δημιουργεί το κατάλληλο κλίμα για σημαντικές τουριστικές επενδύσεις και συνεργασίες.
4. Συναφές με το ευρώ είναι και το ζήτημα της σταθερότητας των συναλλαγματικών ισοτιμιών, κυρίως για τις χώρες που έχουν παράδοση μεγάλης αστάθειας στις ισοτιμίες τους με τα ξένα νομίσματα και της ύπαρξης μαύρης αγοράς συναλλάγματος.

Κοινωνικό-δημογραφικοί παράγοντες

1. Η πιο σημαντική δημογραφική εξέλιξη θα είναι η αύξηση του αριθμού των ατόμων ηλικίας άνω των 65 ετών. Αυτό το τμήμα της αγοράς αποτελεί την πρόκληση για τους υπεύθυνους μάρκετινγκ των τουριστικών επιχειρήσεων. Για

την Ελλάδα, το ευρωπαϊκό τμήμα αυτής της αγοράς θα αποτελεί σημαντική πηγή τουριστικών αφίξεων. Η αγορά αυτή μπορεί να συνδυαστεί και με τον θεματικό τουρισμό και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

2. Σημαντική θα είναι και η αύξηση των ατομικών νοικοκυριών και των μονογονεϊκών οικογενειών.
3. Σημαντικές αλλαγές αναμένονται στον τρόπο ζωής των πολιτών, κυρίως στις αναπτυγμένες κοινωνίες, με έμφαση στις τέχνες και τον πολιτισμό και στο σεβασμό προς το περιβάλλον. Αναμένεται, λοιπόν, μεγαλύτερη έμφαση στη βιώσιμη (sustainable) τουριστική ανάπτυξη.
4. Ο σύγχρονος τρόπος ζωής αναμένεται να διαμορφώσει τμήματα της τουριστικής αγοράς, ανάλογα με τον πλούτο-εισόδημα και το μέγεθος του ελεύθερου χρόνου. Η τμηματοποίηση αυτή διαμορφώνει τέσσερις κατηγορίες τουριστών: πλούσιους με λίγο ελεύθερο χρόνο, πλούσιους με πολύ ελεύθερο χρόνο, φτωχούς με πολύ ελεύθερο χρόνο (π.χ. άνεργους) και φτωχούς με πολύ λίγο διαθέσιμο χρόνο (ανειδίκεντους εργάτες).
5. Οι προτιμήσεις των τουριστών αναμένεται να αλλάξουν. Για παράδειγμα, παρατηρείται αύξηση της ζήτησης για πλήρως προ-πληρωμένες διακοπές (all-inclusive).

Τεχνολογικοί παράγοντες

1. Το διαδίκτυο (internet) αναφέρθηκε ήδη. Αν υποθέσουμε ότι βρισκόμαστε ακόμη στο αρχικό στάδιο ανάπτυξης του διαδικτύου, κάθε πρόβλεψη θα ήταν παρακινδυνευμένη. Ήδη, όμως, διαφαίνονται οι θετικές επιπτώσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου για τον ξενοδοχειακό κλάδο.
2. Η ηλεκτρονική τεχνολογία θα γίνει ισχυρότατος προσδιοριστικός παράγοντας της επιλογής και της διανομής τόπων προορισμού. Τα αυτοματοποιημένα συστήματα κρατήσεων των αεροπορικών εταιρειών έχουν ήδη επιπτώσεις στην τουριστική αγορά.
3. Η τεχνολογία θα μειώσει σημαντικά το χρόνο και το κόστος μεταφοράς, καθιστώντας οικονομικά πιο ελκυστικά τα ταξίδια σε πιο μακρινές περιοχές. Ήδη υπάρχουν κάποιοι που ισχυρίζονται ότι τα πραγματικά ταξίδια θα αντικατασταθούν με τα «ταξίδια» της εικονικής πραγματικότητας (virtual reality).

Η παραπάνω ανάλυση δείχνει ότι το εξωτερικό περιβάλλον του τουρισμού αναμένεται να αλλάξει σημαντικά τα επόμενα χρόνια. Οι αλλαγές αυτές διαμορφώνουν τις αναγκαίες και ικανές συνθήκες για σημαντικές αναδιαρθρώσεις στον ευρωπαϊκό, κυρίως, τουρισμό. Αναμένεται, λοιπόν, η είσοδος νέων επιχειρήσεων στον τουριστικό κλάδο, όσον αφορά, κυρίως, στους οργανωτές ταξιδιών (tour operators), αλλά και η συνέχιση των συγχωνεύσεων και συνεργασιών, που, τα τελευταία χρόνια, εμφανίζουν έξαρση. Οι παραπάνω παράγοντες θα διαμορφώσουν δύο ειδών τουριστικές αγορές, που μπορούν να θεωρηθούν σχετικά ανεξάρτητες.

- Η αγορά του μαζικού τουρισμού, η οποία, εκτός του ότι είναι η μεγαλύτερη, με συνεχή προοπτική ανάπτυξης, θα αποτελέσει το πεδίο σφοδρού ανταγωνισμού, με κάθετη ολοκλήρωση (vertical integration) όλης της τουριστικής διαδικασίας, από την αεροπορική εταιρεία, στη λιανική διάθεση των τουριστικών πακέτων, στο ξενοδοχείο και στο πλήρες μανάτζμεντ του τόπου προορισμού.
- Σε τουρισμό a la carte που κυρίως αφορά εξειδικευμένο τουρισμό και δεν μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο συγχωνεύσεων και κάθετων συνενώσεων. Σε αυτή την

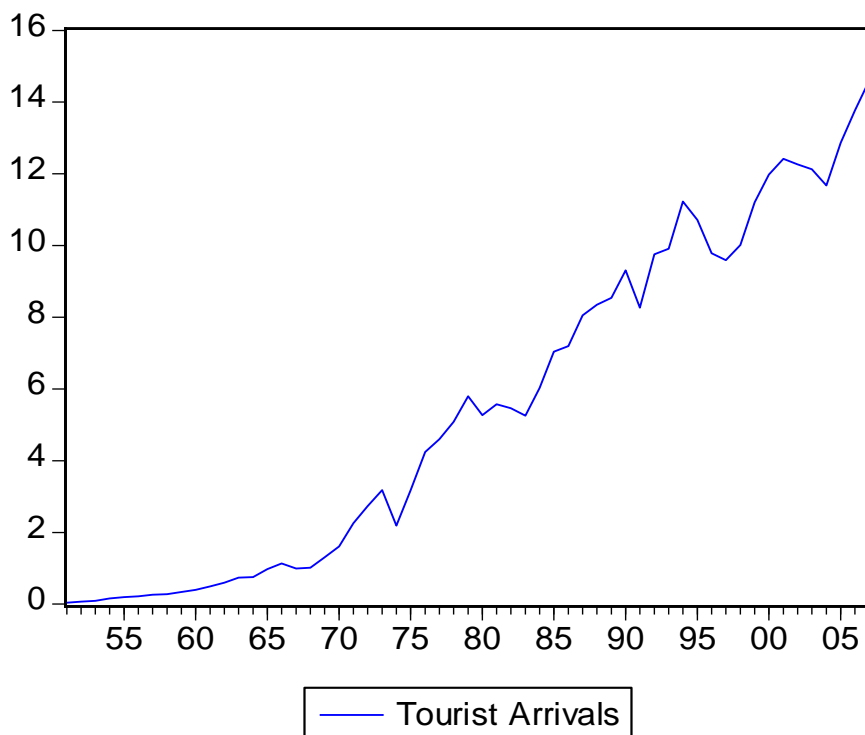
περίπτωση, δεν μπορεί να εφαρμοστεί ένα κεντρικό σύστημα μανάτζμεντ. Πολύ μεγάλο ρόλο παίζουν το μανάτζμεντ των επωνυμιών (brand management), της πληροφορικής τεχνολογίας (information technology) και η ποιότητα των διαφόρων υπηρεσιών.

Η Επίπτωση της Τρέχουσας Οικονομικής Κρίσης στον Ελληνικό Τουρισμό και οι Μακροχρόνιες Τάσεις

Η επίπτωση της τρέχουσας οικονομικής κρίσης θα προέλθει από την αναμενόμενη πτώση των εισοδημάτων των χωρών προέλευσης του ελληνικού τουρισμού. Οι εκτιμήσεις διαφόρων φορέων αλλά και κυβερνητικών παραγόντων μόνο ως εικασίες μπορούν να εκληφθούν. Δεν υπάρχει καμία σοβαρή εκτίμηση και αυτό κυρίως διότι δεν υπάρχουν σοβαρά στατιστικά στοιχεία για έναν από τους σημαντικότερους οικονομικούς κλάδους της χώρας. Πάντως, χρησιμοποιώντας τα διαθέσιμα στοιχεία εκτιμήσαμε ότι αν η πτώση του ΑΕΠ των χωρών μελών του ΟΟΣΑ είναι 0,5¹, τότε μία απλή στατιστική ανάλυση καταδεικνύει ότι η πτώση στις ελληνικές αλλοδαπές αυξήσεις θα είναι μεταξύ 50 και 100 χιλιάδες². Εκείνο που έχει σημασία είναι οι μακροχρόνιες τάσεις

Το Διάγραμμα 1 δίνει τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών από το 1951 μέχρι το 2007. Δύο παρατηρήσεις. Πρώτον, ο τουρισμός αυξάνει με φθίνοντα ρυθμό. Δεύτερον, υπάρχουν σημαντικές συγκυριακές διακυμάνσεις.

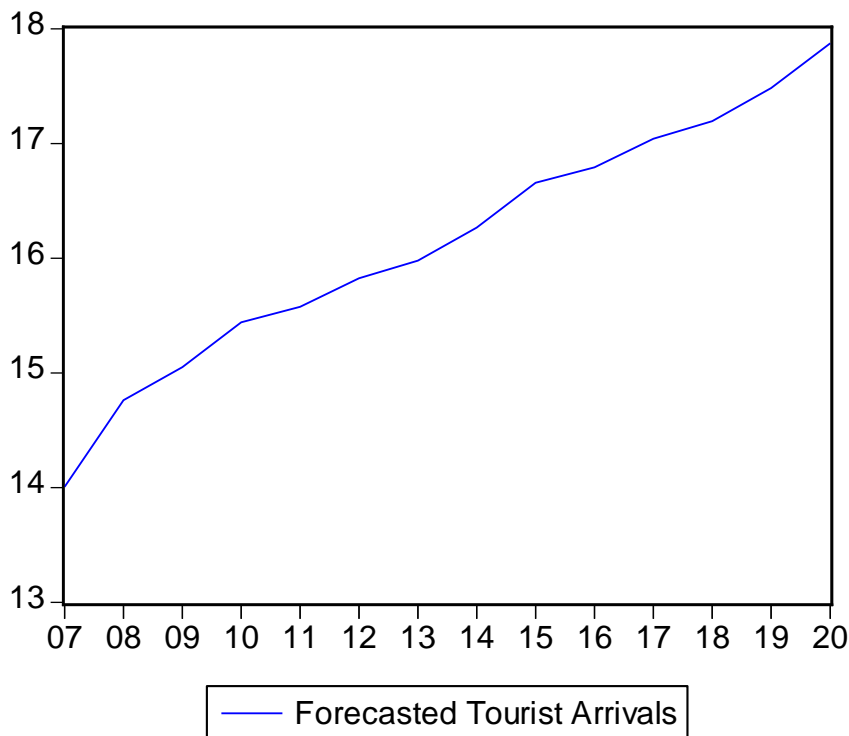
Διάγραμμα 1. Ελληνικές Τουριστικές Αφίξεις (σε εκατομμύρια)



¹ Βλέπε τις εκτιμήσεις του ΟΟΣΑ για το 2009 που έγιναν πρόσφατα (13 Νοεμβρίου 2009).

² Η ελαστικότητα των αλλοδαπών αφίξεων στην Ελλάδα σε σχέση με το ΑΕΠ των χωρών προορισμού κυμαίνεται από 0,55 στο 0,98.

Στο Διάγραμμα 2 δίνονται οι προβλέψεις μέχρι το 2020, βασισμένες, όμως, στην ιστορική εμπειρία. Δύο πάλι παρατηρήσεις. Η αυξητική τάση θα συνεχιστεί, αλλά με φθίνοντα ρυθμό.



Το συμπέρασμα που προκύπτει από τα στοιχεία είναι ότι οι παγκόσμιες, ευρωπαϊκές και ελληνικές τάσεις δείχνουν ότι ο τουρισμός έχει μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης μέχρι το έτος 2020. Παρουσιάστηκαν τέσσερις κατηγορίες παραγόντων που θα επηρεάσουν τις προοπτικές του τουρισμού τα επόμενα χρόνια. Οι παράγοντες αυτοί είναι πολιτικοί-θεσμικοί, οικονομικοί, κοινωνικό-δημογραφικοί και τεχνολογικοί. Οι παράγοντες αυτοί θα διαμορφώσουν δύο ειδών τουριστικές αγορές, του μαζικού τουρισμού και του εξειδικευμένου τουρισμού, με σημαντικές επιπτώσεις στις ημερήσιες κατά κεφαλή τουριστικές εισπράξεις. Απομένει στη κάθε μία χώρα ξεχωριστά να διεκδικήσει όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μερίδιο από τον τουρισμό που μεγιστοποιεί τα τουριστικά έσοδα.