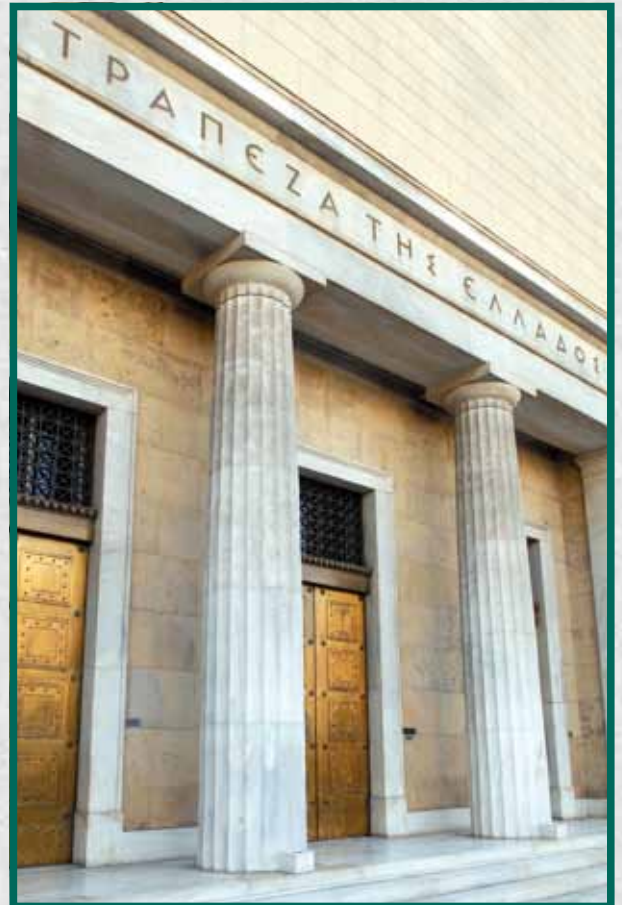


# ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΔΕΛΤΙΟ ΤΕΥΧΟΣ 42



ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ  
2015



ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΕΥΡΩΣΥΣΤΗΜΑ

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΡΟΣ ΕΝΑ ΝΕΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ: ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ (2008-2014)</b>	<b>7</b>
Ευαγγελία Κασιμάτη Δημήτριος Σιδέρης	
<b>ΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ ΤΗΣ ΑΝΕΡΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>	<b>21</b>
Αθανάσιος Ταγκαλάκης	
<b>Ο ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ 1995-2014</b>	<b>47</b>
Αικατερίνη Χαιρέτη	
<b>ΔΟΚΙΜΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</b>	
(Ιούλιος - Δεκέμβριος 2015)	<b>113</b>
<b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΡΘΡΩΝ ΠΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΘΗΚΑΝ ΣΕ ΠΡΗΓΟΥΜΕΝΑ ΤΕΥΧΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΔΕΛΤΙΟΥ</b>	<b>121</b>

# ΠΡΟΣ ΕΝΑ ΝΕΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ: ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ (2008-2014)<sup>1</sup>

Ευαγγελία Κασσιμάτη

Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης και Μελετών

Δημήτριος Σιδέρης

Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης και Μελετών

## I ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η σημαντική ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου της Ελλάδος τα τελευταία χρόνια ανέδειξε τη χώρα σε έναν από τους βασικούς τουριστικούς προορισμούς της ευρωπαϊκής αλλά και της παγκόσμιας αγοράς. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO, 2015), η Ελλάδα το 2014 καταλαμβάνει τη 15η θέση (από τη 16η θέση το 2013) σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και τη 19η θέση σε επίπεδο εσόδων μεταξύ 50 χωρών. Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF, 2015), το 2014 η χώρα βρίσκεται στην 31η θέση σε ανταγωνιστικότητα (από την 32η θέση το 2013) μεταξύ 141 χωρών με βάση το δείκτη ταξιδιωτικής και τουριστικής ανταγωνιστικότητας,<sup>2</sup> ενώ βαθμολογείται 18η (από 22η το 2013) ανάμεσα στις χώρες της Ευρώπης. Επιπλέον, οι προοπτικές του τουρισμού στην οικονομία διαγράφονται ιδιαίτερα ευοίωνες: το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών (WTTC, 2015) εκτιμά ότι μέχρι το 2025 η μέση ετήσια αύξηση των άμεσων εσόδων στη χώρα θα φθάσει στο επίπεδο του 3,6% (ενώ στην Ευρώπη στο 2,8%), με συνέπεια το 2025 ο τουρισμός να συμβάλει άμεσα κατά 7,9% στο ΑΕΠ (ενώ ο ευρωπαϊκός μέσος όρος θα φθάσει το 3,6%).

Λόγω της σπουδαιότητας του τομέα του τουρισμού για την ελληνική οικονομία, μια σειρά πρόσφατων μελετών αναλύουν τις συνιστώσες του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και της δυναμικής του. Οι Παρατσιώκας και Danchev (2012) χρησιμοποιούν πρωτογενή στοιχεία και πίνακες εισροών-εκροών της ελληνικής οικονομίας για το έτος 2010 και προσδιορίζουν τη συνολική (άμεση και έμμεση) συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας στο 15,1%. Επίσης υπολογίζουν τα έμμεσα φορολογικά έσοδα που προέρχονται από τουριστικές δραστηριότητες στο 5% των συνολικών αντίστοιχων εσόδων της

χώρας. Η απασχόληση που σχετίζεται με την άμεση ή έμμεση τουριστική δραστηριότητα εκτιμάται σε 446 χιλιάδες εργαζομένους ή 9% της συνολικής απασχόλησης, ενώ φθάνει σε 741 χιλιάδες ή 16% της συνολικής απασχόλησης της χώρας όταν προστίθενται και οι εργαζόμενοι των επηρεαζόμενων κλάδων. Σε όρους μακροοικονομικών πολλαπλασιαστών, εκτιμούν ότι για κάθε 1.000 ευρώ που ξοδεύονται ως τουριστική δαπάνη, το ΑΕΠ αυξάνεται κατά 2.220 ευρώ. Και καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι οι κλάδοι που επωφελούνται περισσότερο από την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος είναι το εμπόριο, οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, η διαχείριση ακίνητης περιουσίας, οι κατασκευές και η μεταποίηση.

Οι Μαρκάκη κ.ά. (2013) μελετούν απολογιστικά τις επιδόσεις του ελληνικού τουρισμού για το έτος 2013. Στα συμπεράσματά τους, πέρα από τις θετικές εξελίξεις στα μεγέθη του τουρισμού τα τελευταία χρόνια, υπογραμμίζουν την όξυνση της εποχικότητας στην τουριστική δραστηριότητα, γεγονός που συνδέεται και με την αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού σε σχέση με τον εσωτερικό. Προτάσεις που παρατίθενται για τη βελτίωση των επιδόσεων του τουρισμού συμπεριλαμβάνουν την αναβάθμιση των ξενοδοχείων, τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και την ανάδειξη των ιστορικών και αρχαιολογικών μνημείων.

Όμως, οι Τσέκερης και Σκούλτσος (2015), χρησιμοποιώντας στοιχεία για το έτος 2014, υπολογίζουν ότι το 13,2% του εισοδήματος από τον εισερχόμενο τουρισμό επανεξάγεται

1 Οι απόψεις που παρουσιάζονται στο παρόν άρθρο είναι των συγγραφέων και δεν απηχούν απαραίτητα τις απόψεις της Τράπεζας της Ελλάδος. Ευχαριστίες εκφράζονται στην κ. Heather Gibson και την κ. Χιόνα Μπαλφούσια για τα χρήσιμα σχόλια και τις παρατηρήσεις τους.  
2 Ο δείκτης αυτός κατασκευάζεται με βάση τις σταθμίσεις τριών τομέων: πρώτον, του νομικού πλαισίου κάθε χώρας, δεύτερον, του επιχειρησιακού περιβάλλοντος και της υποδομής και, τρίτον, του ανθρώπινου δυναμικού και των πολιτιστικών και φυσικών πόρων (WEF, 2015).

στο εξωτερικό. Στις προτάσεις πολιτικής για την περαιτέρω συρρίκνωση του ποσοστού που επανεξάγεται περιλαμβάνονται η ενθάρρυνση κατανάλωσης εγχώριων αγροτικών προϊόντων, η καλύτερη σχεδίαση και προώθηση των περιοχών ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης, καθώς και η αναπροσαρμογή των πακέτων “all inclusive” ώστε να προσφέρουν υψηλότερη προστιθέμενη αξία στην οικονομική δραστηριότητα της χώρας.

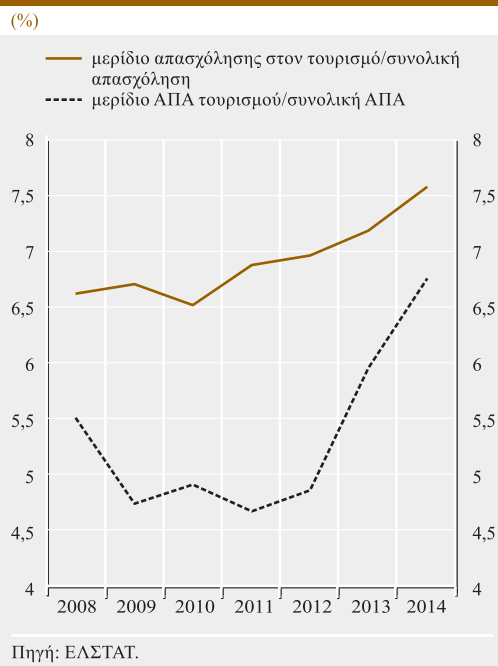
Η Gazoroulou (2012), χρησιμοποιώντας στοιχεία για την περίοδο 1980-2010, εξετάζει κατά πόσον οι μεταβολές στις τιμές βασικών υπηρεσιών του τουριστικού προϊόντος (των καταλυμάτων/εστιατορίων) ως αποτέλεσμα των αλλαγών στον ΦΠΑ επηρεάζουν τις τουριστικές αφίξεις. Καταλήγει ότι οι συγκεκριμένες μεταβολές στις τιμές έχουν αμελητέα επίπτωση στις αφίξεις των τουριστών και τάσσεται υπέρ πολιτικών οι οποίες θα μεταβάλλουν την υποδομή σε τουριστικές παροχές (όπως ο εκσυγχρονισμός των αεροδρομίων).

Η παρούσα εργασία χρησιμοποιεί στοιχεία για την περίοδο 2008-2014 και στοχεύει στην ανάλυση των ποιοτικών μεταβολών που παρατηρούνται στο τουριστικό προϊόν της Ελλάδος ως συνέπεια, σε ένα βαθμό, των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων στον τομέα του τουρισμού. Η εργασία διαρθρώνεται ως εξής: Η ενότητα 2 παρουσιάζει τη συμβολή του τουρισμού στην οικονομική δραστηριότητα της Ελλάδος και τις πρόσφατες τάσεις των βασικών μεγεθών. Η ενότητα 3 περιγράφει τις βασικές διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις που έλαβαν χώρα στον τομέα του τουρισμού την πρόσφατη περίοδο. Στην ενότητα 4 καταγράφονται οι ποιοτικές μεταβολές που παρατηρούνται στον τουρισμό. Η ανάλυση οδηγεί σε συγκεκριμένες προτάσεις πολιτικής που παρουσιάζονται στην ενότητα 5.

## 2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικότερους τομείς υπηρεσιών στην ελληνική οικο-

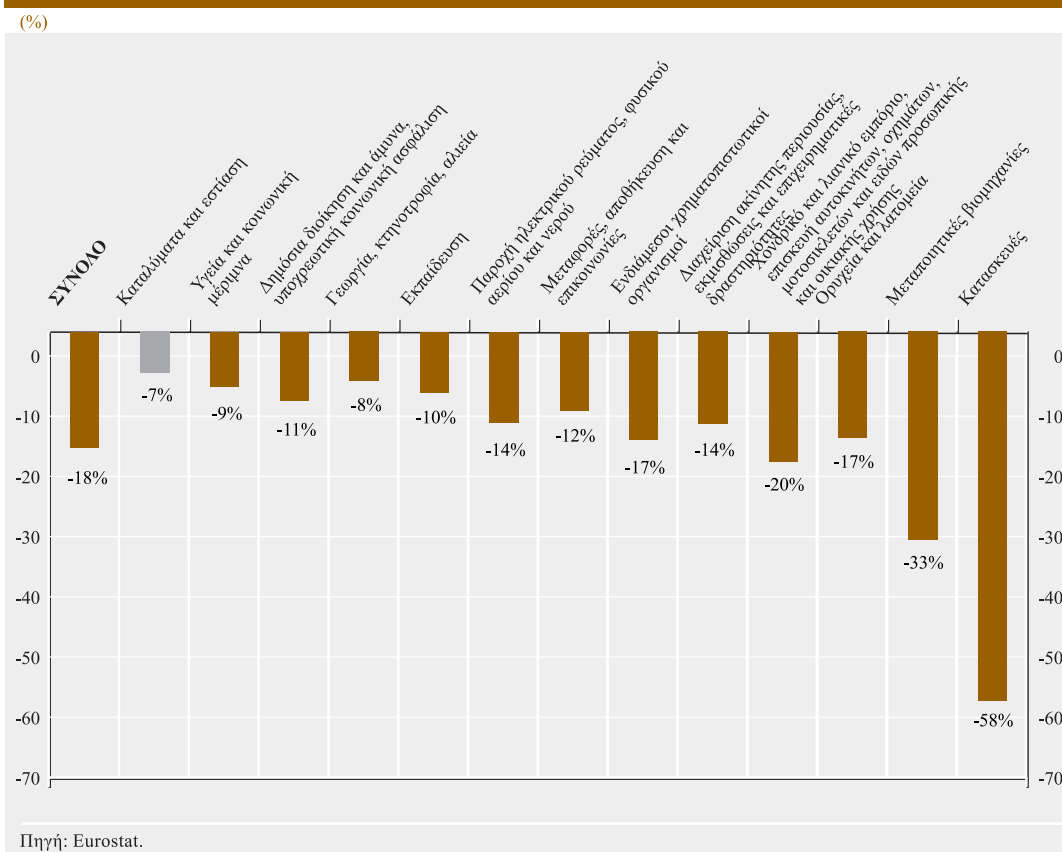
**Διάγραμμα 1** Μέρηδια του κλάδου «καταλύματα-εστίαση» στη συνολική απασχόληση και στη συνολική ακαθάριστη προστιθέμενη αξία (ΑΠΑ)



νομία. Από την πλευρά της ζήτησης, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις – οι δαπάνες των ξένων επισκεπτών κατά την επίσκεψή τους στην Ελλάδα – συνεισφέρουν κατά 5% στο ονομαστικό ΑΕΠ (κατά μέσο όρο για την περίοδο 2008-2014), ενώ η συνεισφορά τους παρουσιάζει ελαφρά ανοδική πορεία τα τελευταία έτη (από 5% το 2008 σε 7% το 2014). Από την πλευρά της προσφοράς, το μερίδιο των κλάδων 55 και 56, που εμφανίζεται στους εθνικούς λογαριασμούς ως “καταλύματα και δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης”, ανέρχεται στο 5,3% της συνολικής ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας (μέσος όρος περιόδου 2008-2014), ενώ ενισχύεται αισθητά τα δύο τελευταία χρόνια, φθάνοντας περίπου στο 7% (βλ. Διάγραμμα 1). Ως προς τη συνολική απασχόληση, οι παραπάνω κλάδοι συνεισφέρουν κατά 6,9% (μέσος όρος ίδιας περιόδου).

Η συμβολή του τουρισμού εκτιμάται σε υψηλότερο επίπεδο αν συνεκτιμηθούν οι άμεσες και οι έμμεσες επιπτώσεις του (οι επιπτώσεις που έχει σε άλλους συγγενείς τομείς δραστη-

Διάγραμμα 2 Μεταβολή της απασχόλησης στους κλάδους της ελληνικής οικονομίας (2008-2014)



ριότητας – όπως αυτοί ορίζονται στους δορυφορικούς λογαριασμούς τουρισμού<sup>3</sup>). Έτσι, η άμεση μαζί με την έμμεση συμβολή του τουρισμού για το 2014 εκτιμάται στο 17,3% του συνολικού ΑΕΠ και στο 19,4% της απασχόλησης (WTTC, 2015).<sup>4</sup> Με βάση αυτές τις εκτιμήσεις, η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ και στην απασχόληση στην Ελλάδα είναι η υψηλότερη ανάμεσα στις χώρες του ΟΟΣΑ (βλ. OECD, 2014).<sup>5</sup>

Τα τελευταία έτη (2013-2014) οι αφίξεις τουριστών και τα έσοδα από τουριστικές υπηρεσίες παρουσίασαν περαιτέρω άνοδο, με τις αφίξεις (εκτός της κρουαζιέρας) να φθάνουν το 2014 για δεύτερη συνεχή χρονιά σε ύψος ρεκόρ, καθώς άγγιξαν τα 22 εκατομμύρια. Πιο αναλυτικά, το 2014 οι αφίξεις (εκτός της κρουαζιέρας) αυξήθηκαν κατά 23%, ενώ οι ταξιδιωτικές εισπράξεις σε σταθερές τιμές κατά

12,4% σε σχέση με το 2013.<sup>6</sup> Οι αφίξεις από την κρουαζιέρα αυξήθηκαν κατά 57% την

<sup>3</sup> Η μεθοδολογία των δορυφορικών λογαριασμών τουρισμού είναι μια προσέγγιση που εκτιμά τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού σε σχέση με τους άλλους κλάδους της οικονομίας και επιτρέπει τις σχετικές συγκρίσεις σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, αφού μπορεί να συνδεθεί λειτουργικά με τους πίνακες εισροών-εξροών της οικονομίας και το μεθοδολογικό πλαίσιο της τουριστικής κατανάλωσης. Σε γενικές γραμμές, μετρά την αποδοτικότητα ενός παραγωγικού κλάδου μέσα σε μια οικονομία, την αξία των αγαθών και των υπηρεσιών που παράγονται, καθώς και τις θέσεις εργασίας που δημιουργούνται. Σύμφωνα με τη μεθοδολογική προσέγγιση του ΟΟΣΑ, οι δορυφορικοί λογαριασμοί τουρισμού αποτελούνται από 14 αλληλοσυνδεδεμένους πίνακες. Οι σχετικοί πίνακες επιτρέπουν τη διασύνδεση της ζήτησης τουριστικών προϊόντων από τους καταναλωτές με την προσφορά των προϊόντων από τις τουριστικές βιομηχανίες, με αποτέλεσμα να δημιουργείται ένας μηχανισμός που αποδίδει την άμεση και έμμεση προστιθέμενη αξία του τουρισμού σε κάθε κλάδο.

<sup>4</sup> Έρευνα των Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού του WTTC (2015) για την Ελλάδα.

<sup>5</sup> Ο τουρισμός συνεισφέρει κατά 4,7% στο ΑΕΠ και 6% στην απασχόληση κατά μέσο όρο στις χώρες του ΟΟΣΑ (OECD, 2014).

<sup>6</sup> Όσον αφορά τις εξαγωγικές επιδόσεις της οικονομίας, για το 2014 οι τουριστικές υπηρεσίες αντιπροσωπεύουν το 43% των συνολικών εισπράξεων του ισοζυγίου υπηρεσιών, ενώ οι καθαρές τουριστικές εισπράξεις (εισπράξεις μείον πληρωμές) καλύπτουν το 58% του πλεονάματος του ισοζυγίου υπηρεσιών.



περίοδο 2012-2014. Η αύξηση των διεθνών αφίξεων και των ταξιδιωτικών εισπράξεων (εκτός της κρουαζιέρας) συνεχίστηκε και το έτος 2015, με την Ελλάδα να έχει δεχθεί 23,6 εκατ. ταξιδιώτες (αύξηση κατά 7,1% σε σχέση με το 2014) και να έχει εισπράξει 13 δισεκ. ευρώ σε σταθερές τιμές (αύξηση κατά 7,7%).

Η άνοδος του τουρισμού τα τελευταία έτη οδήγησε στην αύξηση των μεριδίων των κλάδων υπηρεσιών “καταλύματα και υπηρεσίες εστίασης” ως προς την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία και την απασχόληση (βλ. Διάγραμμα 1). Επίσης, όσον αφορά την απασχόληση, ο κλάδος του τουρισμού παρουσιάζει τις χαμηλότερες απώλειες (μείωση κατά 7%) σε σχέση με άλλους βασικούς κλάδους της οικονομίας κατά την περίοδο 2008-2014. Η μείωση της απασχόλησης στους κλάδους των κατασκευών, της μεταποίησης και του εμπορίου υπήρξε πολύ μεγαλύτερη: -58%, -33% και -20% αντίστοιχα (βλ. Διάγραμμα 2).

Παράγοντες που πιθανόν συνέβαλαν στην αύξηση των αφίξεων και των τουριστικών εσόδων και κατά συνέπεια των μεριδίων των κλάδων που συνδέονται με τον τουρισμό στο ΑΕΠ την πρόσφατη περίοδο είναι:

**(1)** Η βελτίωση της τιμολογιακής ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, λόγω της πτώσης των τιμών των τουριστικών υπηρεσιών και των υπηρεσιών που σχετίζονται με αυτές. Σε αυτήν συνετέλεσαν: (α) Η ανταγωνιστικότερη τιμολόγηση των ξενοδοχειακών διανυκτερεύσεων, ως αντίδραση στη μείωση της τουριστικής ζήτησης που παρατηρήθηκε τα πρώτα έτη της κρίσης.<sup>7</sup> (β) Η πτώση στις τιμές όλων των υπηρεσιών που σχετίζονται με τον τουρισμό (οι οποίες περιλαμβάνουν διαμονή, υπηρεσίες εστίασης, υπηρεσίες μεταφορών και πολιτιστικές-ψυχαγωγικές υπηρεσίες) κατά 2,5% για την περίοδο 2012-2014, ως αποτέλεσμα κυρίως της μείωσης του κόστους παραγωγής. Σε αυτή συνέβαλαν και οι διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις στις αγορές εργασίας και προϊόντων (πτώση εργατικού κόστους, μείωση στις τιμές τουριστικών μεταφορών και στις τιμές ταξί). (γ) Η γενική πτώση των τιμών στην

οικονομία λόγω και της ύφεσης: ο ΕνΔΤΚ μειώθηκε κατά 2,2% την περίοδο 2012-2014.<sup>8</sup>

**(2)** Η στροφή προς ένα ποιοτικά διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν: Η ανάλυση των στοιχείων για τον ελληνικό τουρισμό τα τελευταία έτη αποκαλύπτει και μεταβολές ποιτικού χαρακτήρα του τουριστικού προϊόντος, όπως π.χ. η καλύτερη ανάδειξη και αξιοποίηση των πολιτιστικών στοιχείων και της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας, η αλλαγή του εποχικού προτύπου, η στροφή σε “νέες” αγορές και η ανάδειξη “νέων” τουριστικών προορισμών. Οι μεταβολές αυτές συνηγούνται στο επιχείρημα ότι μέρος της αύξησης του τουρισμού τα πρόσφατα έτη οφείλεται στις διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις που πραγματοποιήθηκαν στον τομέα του τουρισμού.

**(3)** Εξωγενείς εξελίξεις: Η αύξηση του τουρισμού ειδικά τα έτη 2013-2014 σχετίζεται και με συγκυριακούς παράγοντες, καθώς η Ελλάδα ωφελήθηκε λόγω της αστάθειας σε ανταγωνιστικούς τουριστικούς προορισμούς της Ανατολικής Μεσογείου.

Από τους παραπάνω παράγοντες, οι δύο πρώτοι μπορούν να επηρεαστούν από μέτρα πολιτικής, ενώ ο τρίτος είναι καθαρά εξωγενής, καθώς σχετίζεται με διεθνείς εξελίξεις.

### 3 ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σημαντική για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος θεωρείται η από τον Ιούνιο του 2012 ίδρυση Υπουργείου Τουρισμού με διευρυμένες δικαιοδοσίες (OECD, 2014). Το Φεβρουάριο

<sup>7</sup> Για παράδειγμα στην Αθήνα, που κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό αφίξεων πανελληνίως, η μέση ξενοδοχειακή τιμή παρουσίασε πτώση της τάξεως του 16% την περίοδο 2009-2014 (στοιχεία Trivago για τις 50 πιο δημοφιλείς πόλεις της Ευρώπης). Επιπλέον, η μείωση αυτή κατέστησε την Αθήνα περισσότερο ανταγωνιστική ως ευρωπαϊκό προορισμό, καθώς την ίδια περίοδο η μέση ξενοδοχειακή τιμή των 50 δημοφιλέστερων ευρωπαϊκών πόλεων αυξήθηκε κατά 6%. Σύμφωνα με στοιχεία της Trivago για το έτος 2014, από τις 50 πιο δημοφιλείς πόλεις της Ευρώπης η Αθήνα καταλαμβάνει τη 14η θέση ως προς τη χαμηλότερη μέση ξενοδοχειακή τιμή, από 24η το 2009.

<sup>8</sup> Βέβαια, η Gazdopoulou (2012) δείχνει ότι οι αφίξεις των τουριστών δεν είναι τόσο ευαίσθητες στις αλλαγές των τιμών, αλλά κυρίως επηρεάζονται από τη βελτίωση των διαρθρωτικών υποδομών.

του 2015 το Υπουργείο υπήχθη στο ενιαίο Υπουργείο Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού (το οποίο το Σεπτέμβριο του 2015 μετονομάστηκε σε Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού), συνεχίζοντας όμως να έχει διευρυμένες δικαιοδοσίες.

Κατά τη διάρκεια των ετών 2010-2013, υιοθετήθηκε μια σειρά από νομοθετικές πρωτοβουλίες που βελτίωσαν το πλαίσιο λειτουργίας της τουριστικής αγοράς και οι οποίες περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τα εξής:

**(1)** Απλοποίηση της διαδικασίας έκδοσης τουριστικής βίζας από αναδυόμενες αγορές, όπως η Ρωσία, η Τουρκία και η Κίνα, με στόχο να μειωθεί ο χρόνος έκδοσης της βίζας, αφού μεγάλες χρονικές καθυστερήσεις για την έκδοση αυτής στο παρελθόν οδηγούσαν, σύμφωνα με τους φορείς του τουρισμού, σε απώλεια τουριστών.

**(2)** Ρυθμίσεις που ενθαρρύνουν την ανάπτυξη του τουρισμού κρουαζιέρας και την άρση των δασμών καμποτάζ. Η άρση του καμποτάζ αναφέρεται στην άρση του καθεστώτος προστατευτισμού της εγχώριας ναυτιλίας, την άρση των περιοριστικών διατάξεων που επιβάλλουν τη ναυτολόγηση ελληνικών πληρωμάτων προκειμένου ένα πλοίο να εκτελέσει εσωτερικό δρομολόγιο εντός Ελλάδος, καθώς και στη χορήγηση του δικαιώματος σε ξένες εταιρίες ακτοπλοΐας να οργανώνουν κρουαζιέρες που θα ξεκινούν από ελληνικά λιμάνια και θα κάνουν στάσεις πιθανόν και σε λιμάνια γειτονικών χωρών.

**(3)** Ίδρυση ειδικής υπηρεσίας του ΕΟΤ για την προώθηση και αδειοδότηση μεγάλων τουριστικών επενδύσεων, που αποτελεί ένα “one-stop-shop” κέντρο για την ίδρυση τουριστικών επιχειρήσεων.<sup>9</sup>

**(4)** Απλοποίηση της διαδικασίας αδειοδότησης των τουριστικών επιχειρήσεων,<sup>10</sup> με στόχο τη μείωση των διοικητικών δαπανών και του χρόνου αδειοδότησης και την επίτευξη των διαδικασιών για την έναρξη τουριστικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (αφορά κάθε τύπο

άδειας όπως εγκατάσταση, λειτουργίας, ίδρυσης επιχείρησης και περιβαλλοντικές άδειες) και τη διεκπεραίωση αυτών ηλεκτρονικά και σε ορισμένες περιπτώσεις αυθημερόν.

**(5)** Δημιουργία νέας μορφής ολοκληρωμένων τουριστικών επιχειρήσεων, των σύνθετων τουριστικών καταλυμάτων.<sup>11</sup> Ως σύνθετα τουριστικά καταλύματα χαρακτηρίζονται τα ξενοδοχειακά καταλύματα πέντε αστέρων που ανεγείρονται σε γήπεδα ίσα ή μεγαλύτερα των 150.000 τ.μ., σε συνδυασμό με α) τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες, οι οποίες έχουν ελάχιστη επιφάνεια 100 τ.μ. και μπορούν να αποτελούν αυτοτελείς ιδιοκτησίες, να μεταβιβάζονται κατά κυριότητα ή να αποτελούν αντικείμενο μακροχρόνιας εκμίσθωσης, και β) εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, όπως γήπεδα γκολφ, συνεδριακά κέντρα, μαρίνες, κέντρα θαλασσοθεραπείας, μονάδες ιαματικού τουρισμού και κέντρα αναζωογόνησης.

**(6)** Απελευθέρωση του επαγγέλματος των τουριστικών ξεναγών,<sup>12</sup> όπου δίνεται η δυνατότητα σε αρχαιολόγους και ιστορικούς να γίνουν ξεναγοί, κάτι το οποίο δεν ίσχυε στο παρελθόν.

**(7)** Απλοποίηση των διαδικασιών και κατάργηση των περιορισμών στη λειτουργία των τουριστικών πρακτορείων και των εταιριών ενοικίασης αυτοκινήτων.<sup>13</sup>

**(8)** Καθιέρωση διευρυμένου ωραρίου επισκέψεων μουσείων και αρχαιολογικών χώρων κατά τη διάρκεια της εαρινής περιόδου.

Οι παραπάνω διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις αποσκοπούν στο να καταστήσουν περισσότερο ευέλικτη την τουριστική αγορά και να ενισχύσουν τη μακροχρόνια δυνητική ανά-

<sup>9</sup> Προβλέπεται με το άρθρο 12 του Ν. 4002/2011 και το άρθρο 148 του Ν. 4070/2012.

<sup>10</sup> Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 155/Α/30.07.2014).

<sup>11</sup> Προβλέπεται με τους Ν. 4179/2013 (ΦΕΚ 175/Α/8.8.2013) και Ν. 4002/2011 (ΦΕΚ 180/Α/22.08.2011), καθώς και τις ΥΑ 177 (ΦΕΚ 319/Β/2012), ΚΥΑ Γ.Γ.Τ.Π.Υ. 278 (ΦΕΚ 615/Β/2012) και ΥΑ 125 (ΦΕΚ 195/Β/2012).

<sup>12</sup> Ν. 4093/2012 (ΦΕΚ 222/Α/12.11.2012) “Έγκριση Μεσοπρόθεσμου Πλαισίου Δημοσιονομικής Στρατηγικής 2013-2016 – Επείγοντα Μέτρα Εφαρμογής του Ν. 4046/2012 και του Μεσοπρόθεσμου Πλαισίου Δημοσιονομικής Στρατηγικής 2013-2016”.

<sup>13</sup> Ν. 4093/2012 (ΦΕΚ 222/Α/12.11.2012) και Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 155/Α/30.07.2014).



πτυξη μέσα από την άρση υπαρχόντων περιορισμών και την αύξηση του ανταγωνισμού που θα οδηγήσει σε μείωση των τιμών των τουριστικών υπηρεσιών. Επιπλέον, αποσκοπούν σε επέκταση της τουριστικής ζήτησης σε όλη τη διάρκεια του έτους με την καλύτερη προβολή και προώθηση του τουριστικού προϊόντος.

Βασικοί στόχοι για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού αποτελούν: α) η αύξηση του αριθμού των αγορών-στόχων μέσα από πρωτοβουλίες πολιτικών μάρεκτινγκ σε κάθε αγορά με εξειδικευμένη διαφημιστική καμπάνια (OECD, 2014) και β) η επέκταση της τουριστικής ζήτησης σε όλη τη διάρκεια του έτους, μέσω της ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος και πέραν του παραδοσιακού προτύπου “ήλιος και θάλασσα”, με τη δημιουργία διαφοροποιημένων προϊόντων που θα επικεντρώνονται σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός και ο ιατρικός τουρισμός.

Οι μέθοδοι που εφαρμόζονται για την επίτευξη αυτών των στόχων τείνουν να αξιοποιούν τα σύγχρονα εργαλεία πληροφορικής και επικοινωνιών καθώς και τα κοινωνικά δίκτυα. Πράγματι, έρευνες ικανοποίησης τουριστών (Ίγκος, 2009 και 2013) έδειξαν ότι το 2013 το 65% των ξενοδοχειακών κρατήσεων στην Αττική, που αφορούσαν ξενοδοχεία από δύο έως πέντε αστέρων, έγινε μέσω διαδικτύου, σε αντίθεση με το 2009 που οι αντίστοιχες κρατήσεις αποτελούσαν το 40%. Η χρήση και υιοθέτηση νέων τεχνολογιών που σχετίζονται με τη χρήση του διαδικτύου αναμένεται να συμβάλει στην αύξηση της παραγωγικότητας και την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου.<sup>14</sup>

## 4 ΠΡΟΣ ΜΙΑ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

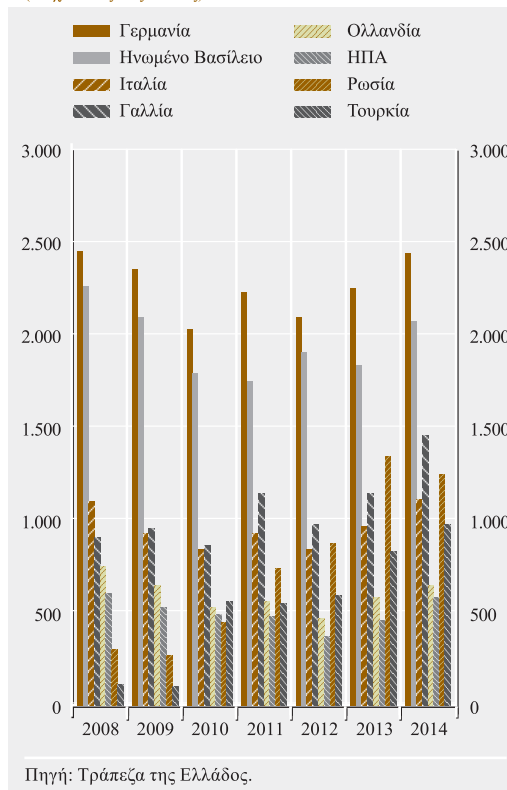
### 4.1 ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

#### Άνοιγμα σε νέες αγορές (Ρωσία, Τουρκία)

Η ζήτηση για το ελληνικό τουριστικό προϊόν προέρχεται κυρίως από την ευρωπαϊκή

Διάγραμμα 3 Αφίξεις ταξιδιωτών ανά χώρα προέλευσης (2008-2014)

(σε χιλιάδες ταξιδιώτες)



ήπειρο, με το μερίδιο των τουριστών από την Ευρώπη να έχει αυξηθεί την τελευταία δεκαετία (2005: 81%, 2014: 85%).<sup>15</sup> Το 2014 οι αφίξεις από τις ευρωπαϊκές χώρες ανήλθαν σε 18,8 εκατομμύρια (μερίδιο 85%), εκ των οποίων το 74% προήλθε από χώρες της ΕΕ-28, ενώ το 44% αφορούσε επισκέπτες από χώρες-μέλη της ευρωζώνης.

Όμως, σε επίπεδο χωρών παρατηρείται διαφοροποίηση των μεριδίων, ειδικά την περίοδο μετά την απλοποίηση των διαδικασιών έκδοσης τουριστικής βίζας. Η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο (ΗΒ) αποτελούν διαχρονικά τις παραδοσιακές αγορές από τις οποίες προέρχεται ο μεγαλύτερος αριθμός ξένων επισκεπτών. Την τελευταία πενταετία ωστόσο αναδείχθηκαν νέες χώρες-αγορές, από τις οποίες

<sup>14</sup> Η χρήση του διαδικτύου έχει εκτιμηθεί ότι έχει θετικές επιπτώσεις στην παραγωγικότητα των υπηρεσιών (Duarte and Restuccia, 2010).  
<sup>15</sup> Στοιχεία της Έρευνας Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος.



η Ελλάδα προσελκύει σημαντικό αριθμό επισκεπτών. Οι χώρες αυτές είναι κυρίως η Ρωσία, η Τουρκία και οι γειτονικές βαλκανικές χώρες, με τις αφίξεις να υπεραντισταθμίζουν την κάμψη από κάποιες άλλες χώρες (π.χ. Ισπανία, Αυστρία, Κύπρος). Ιδιαίτερα οι αφίξεις από τη Ρωσία και την Τουρκία εμφανίζουν σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια (μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης 32,3% για τη Ρωσία και 15,7% για την Τουρκία την περίοδο 2011-2014). Οι εξελίξεις αυτές διαφοροποίησαν την κατάταξη των αγορών από τις οποίες προέρχεται η ζήτηση για τον ελληνικό τουρισμό. Έτσι, ενώ οι έξι κύριες αγορές μέχρι και το 2009 (που αποτελούσαν και περίπου το 50% των αφίξεων) ήταν αυτές της Γερμανίας, του ΗΒ, της Γαλλίας, της Ιταλίας, της Ολλανδίας και των ΗΠΑ, για το 2014 οι βασικές αγορές είναι αυτές της Γερμανίας, του ΗΒ, της Γαλλίας, της Ρωσίας, της Ιταλίας και της Τουρκίας (βλ. Διάγραμμα 3). Ουσιαστικά, στην ομάδα των βασικών τουριστικών αγορών για την Ελλάδα εντάσσονται η Ρωσία και η Τουρκία. Η εξέλιξη αυτή συνδέεται με τη βελτίωση της οικονομικής δραστηριότητας και την αύξηση της ζήτησης στις χώρες αυτές, αλλά πιθανόν να ενισχύθηκε και από την απλοποίηση στις διαδικασίες έκδοσης τουριστικής βίζας μετά το 2010.

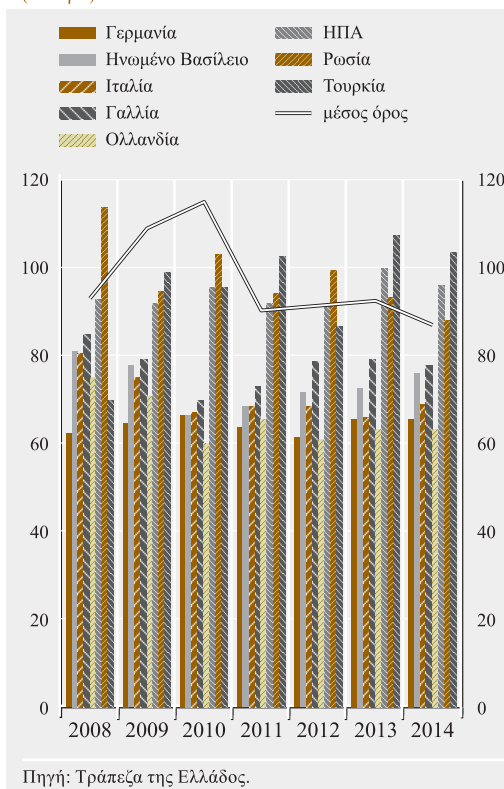
Επιπλέον, διψήφιοι ρυθμοί αύξησης της ζήτησης παρατηρούνται την τελευταία πενταετία και σε τουρίστες προερχόμενους από άλλες αναπτυσσόμενες αγορές, όπως η Ιαπωνία, η Κίνα, το Ισραήλ αλλά και από κάποιες αραβικές χώρες (Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Μπαχρέιν, Κατάρ), τα μερίδια των οποίων στις αφίξεις παραμένουν ακόμη χαμηλά. Το γεγονός αυτό αναδεικνύει την ύπαρξη και εναλλακτικών αγορών, από τις οποίες η Ελλάδα θα μπορούσε να επωφεληθεί και να εξισορροπεί τις διακυμάνσεις της τουριστικής ζήτησης από την Ευρώπη.

#### Άνοιγμα σε νέες αγορές με υψηλό εισοδηματικό επίπεδο τουριστών

Εκτενέστερη ανάλυση των στοιχείων δαπανών από την Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος αναδεικνύει το γεγονός ότι οι ταξι-

**Διάγραμμα 4 Δαπάνη ανά διανυκτέρευση (2008-2014)**

(σε ευρώ)

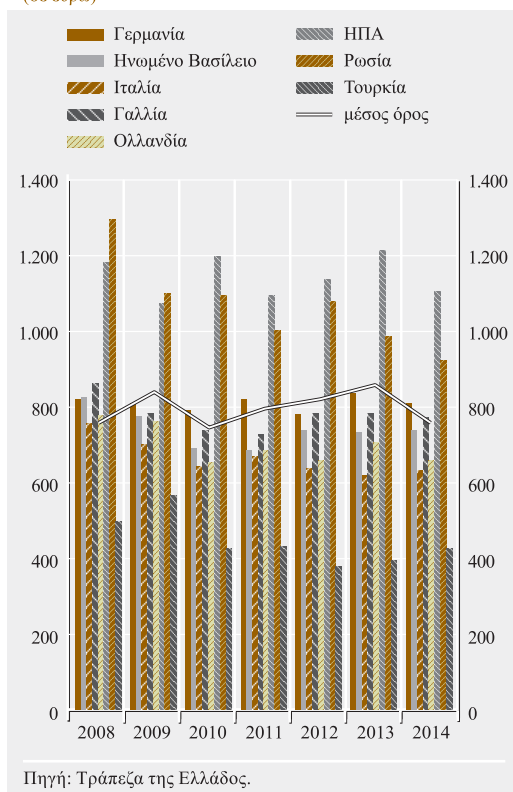


διώτες από τις δύο σημαντικές νέες αγορές (τη Ρωσία και την Τουρκία) αποτελούν ιδιαίτερα προσοδοφόρες πηγές τουριστικών εσόδων. Οι ταξιδιώτες από αυτές τις χώρες και τις ΗΠΑ παρουσιάζουν τις υψηλότερες δαπάνες ανά διανυκτέρευση (βλ. Διάγραμμα 4). Τα στοιχεία πιθανώς δείχνουν ότι οι ταξιδιώτες από τη Ρωσία και την Τουρκία ανήκουν σε υψηλές εισοδηματικές ομάδες.

Η εικόνα δεν αλλάζει σημαντικά εάν εξεταστούν η δαπάνη ανά ταξίδι (βλ. Διάγραμμα 5) και η μέση διάρκεια παραμονής/ταξιδιού (βλ. Διάγραμμα 6) των ταξιδιωτών από τις οκτώ βασικές χώρες προέλευσης, καθώς στις δύο πρώτες θέσεις παραμένουν οι ταξιδιώτες από τη Ρωσία και τις ΗΠΑ. Η χαμηλή δαπάνη ανά ταξίδι για τους Τούρκους ταξιδιώτες οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στο γεγονός ότι έχουν χαμηλά κόστη μεταφοράς και μικρή διάρκεια παραμονής. Οι δαπάνες ανά ταξίδι και ανά

**Διάγραμμα 5 Δαπάνη ανά ταξίδι (2008-2014)**

(σε ευρώ)



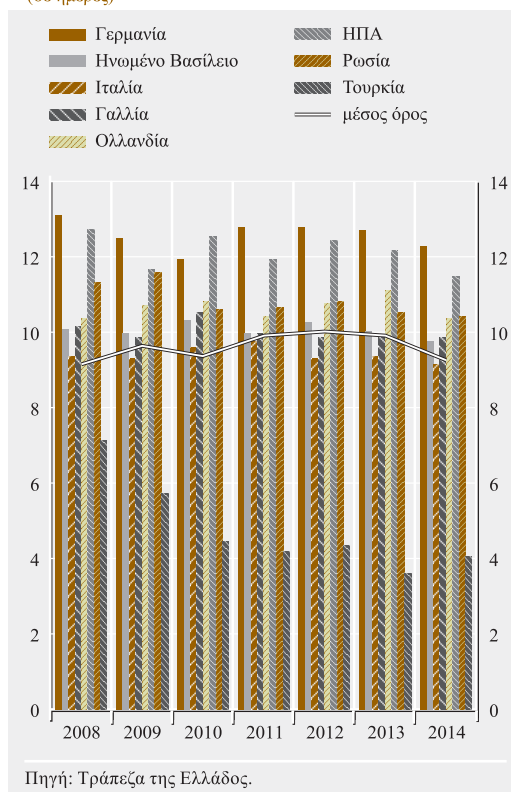
διανυκτέρευση των ταξιδιωτών από τη Ρωσία δείχνουν σημαντική πτώση σε σχέση με το 2008, ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης στη Ρωσία τα τελευταία έτη. Όμως, συνεχίζουν να κατέχουν τη δεύτερη θέση από πλευράς δαπανών ανά διανυκτέρευση και ανά ταξίδι το 2014. Αυτό πιθανόν καταδεικνύει ότι οι ταξιδιώτες από τη Ρωσία ανήκουν σε υψηλή εισοδηματική ομάδα, υψηλότερη σε σχέση με τους ταξιδιώτες άλλων χωρών.

Η ελαφρά μείωση των δαπανών ανά ταξίδι και ανά διανυκτέρευση που παρατηρείται στην εξεταζόμενη περίοδο ερμηνεύεται σε μεγάλο βαθμό από την πτώση των τιμών του τουριστικού ελληνικού προϊόντος (των διανυκτερεύσεων και των υπηρεσιών που συνδέονται με τον τουρισμό στην Ελλάδα).

Όσον αφορά τη διάρκεια παραμονής, οι ταξιδιώτες από τη Γερμανία και τις ΗΠΑ παρου-

**Διάγραμμα 6 Μέση διάρκεια παραμονής (2008-2014)**

(σε ημέρες)



σιάζουν τις περισσότερες διανυκτερεύσεις. Αντίθετα, οι γειτονικές χώρες – η Τουρκία και σε μικρότερο βαθμό η Ιταλία – καταγράφουν τη μικρότερη μέση διάρκεια παραμονής (βλ. Διάγραμμα 6). Αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι το χαμηλό κόστος μεταφοράς από τα γειτονικά παράλια της Τουρκίας αλλά και η δυνατότητα χρήσης της σχετικά φθηνότερης ακτοπλοΐας από την Ιταλία καθιστούν εφικτή τη συντομότερη παραμονή τους. Επίσης, η μεγάλη διάρκεια του ταξιδιού και το υψηλότερο αεροπορικό κόστος (π.χ. από τις ΗΠΑ) δικαιολογεί μεγαλύτερης διάρκειας παραμονή στον τουριστικό προορισμό και όχι λίγων μόνο ημερών. Σε γενικές γραμμές, η μέση διάρκεια παραμονής δείχνει να είναι σταθερή στο διάστημα που εξετάζεται, με εξαίρεση την Τουρκία. Η μείωση της διάρκειας παραμονής των Τούρκων ταξιδιωτών από το 2010 και μετά πιθανόν να σχετίζεται με την απλοποίηση της έκδοσης τουριστικής βίζας, καθώς οι Τούρκοι

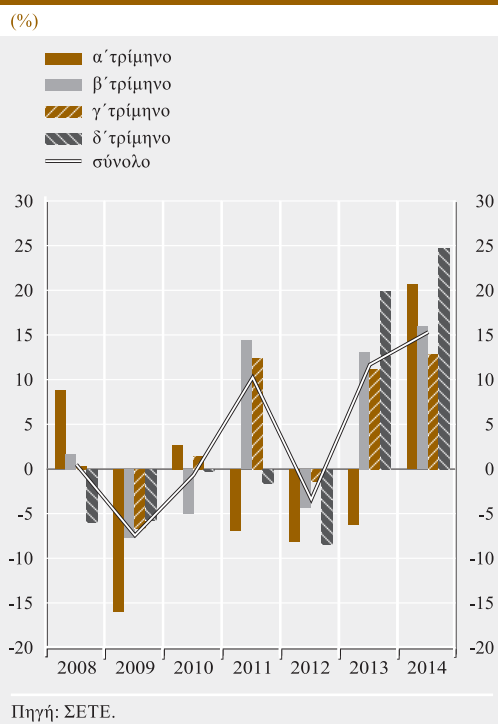
ταξιδιώτες μπορούν πλέον να επισκέπτονται την Ελλάδα και για 1-2 ημέρες.

#### 4.2 ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ

Η ανάλυση της κατανομής των αεροπορικών αφίξεων δίνει επιπλέον πληροφόρηση για την ποιοτική εξέλιξη του τουρισμού κατά την πρόσφατη περίοδο.<sup>16</sup> Οι αεροπορικές συγκοινωνίες παραδοσιακά αποτελούν τον κύριο τρόπο μεταφοράς των τουριστών στην Ελλάδα. Από το σύνολο των 22 εκατ. μόνιμων κατοίκων άλλων χωρών που υποδέχθηκε η Ελλάδα το 2014, το 64% ήρθε αεροπορικώς, το 33% οδικώς και το 3% διά θαλάσσης, ενώ αμελητέα ήταν η χρήση των σιδηροδρόμων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία, οι αεροπορικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 12% και 15% το 2013 και το 2014 αντίστοιχα (βλ. Διάγραμμα 7). Οι αυξήσεις αυτές για τα δύο τελευταία έτη στηρίζονται στις αυξήσεις στα τρίμηνα εκτός αιχμής (το α' και το δ' τρίμηνο). Το γεγονός υποδηλώνει επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου ή και αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες λειτουργούν συμπληρωματικά του υφιστάμενου προτύπου γύρω από "τον ήλιο και τη θάλασσα". Σημειώνεται ότι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου συντελεί στην αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας χωρίς να απαιτεί σημαντικές κεφαλαιακές επενδύσεις σε νέες κλίνες. Όμως, για μονιμότερη μετάβαση σε τουριστική περίοδο τεσσάρων τριμήνων, απαιτείται σημαντική επένδυση σε οργάνωση και εκπαίδευση του εργατικού δυναμικού, καθώς στην ποιότητα του τουριστικού προϊόντος συμβάλλουν οι προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες, το ανθρώπινο δυναμικό που εργάζεται στο συγκεκριμένο τομέα αλλά και η συνολική τουριστική συνείδηση της κοινωνίας και ιδιαίτερα των εμπλεκόμενων στις διάφορες τουριστικές δραστηριότητες ατόμων. Επομένως, η οργάνωση και εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί σημαντική συνιστώσα της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, καθώς οι τουριστικές υπηρεσίες βασίζονται πρωτίστως στον επαγγελματισμό και στην ανθρώπινη συμπεριφορά.

Διάγραμμα 7 Μεταβολή αφίξεων ταξιδιωτών ανά τρίμηνο (2008-2014)



#### 4.3 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

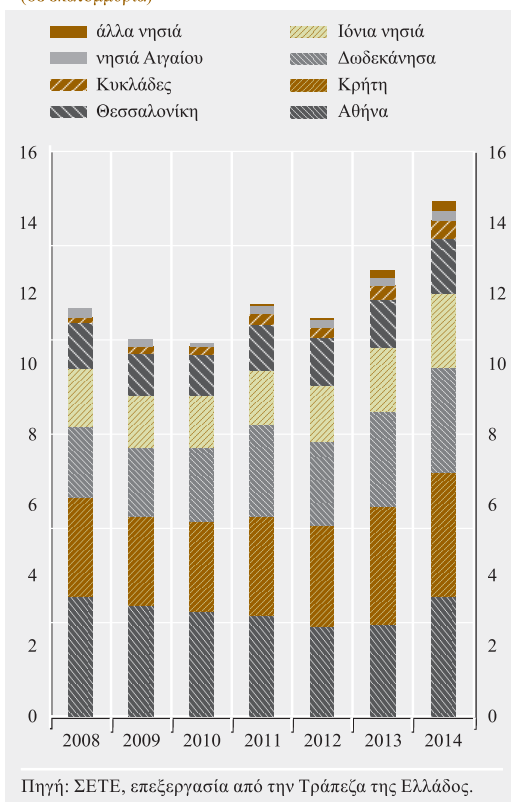
Η ανάλυση των αφίξεων κατά προορισμό δείχνει μικρές διαφοροποιήσεις στη γεωγραφική κατανομή του τουριστικού προϊόντος διαχρονικά (βλ. Διαγράμματα 8 και 9). Τη μερίδα του λέοντος, για την περίοδο 2008-2014, κατέχουν η Κρήτη και η Αθήνα, με την τελευταία όμως να μην αποτελεί απαραίτητα τελικό τουριστικό προορισμό. Ακολουθούν τα Δωδεκάνησα, τα Ιόνια νησιά και η Θεσσαλονίκη. Για το 2014, το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσε η Κρήτη (24%) και έπεται η Αθήνα (23%).

Όμως, η ανάλυση της εξέλιξης των αφίξεων των πέντε βασικότερων τουριστικών προορισμών προσφέρει μια διαφορετική εικόνα για την πρόσφατη αύξηση του τουρισμού (βλ. Διά-

<sup>16</sup> Στοιχεία από το Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ).

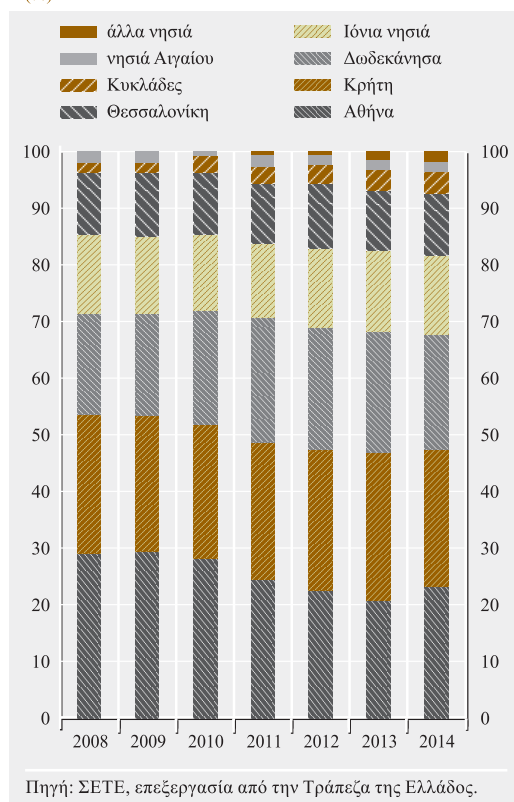
**Διάγραμμα 8** Αριθμός ταξιδιωτών ανά προορισμό (2008-2014)

(σε εκατομμύρια)



**Διάγραμμα 9** Μεριδία αφίξεων ταξιδιωτών ανά προορισμό (2008-2014)

(%)



γραμμά 10): παρατηρείται σημαντική αύξηση του τουρισμού πόλεων (city break). Η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα για το 2014 (27% και 16% αντίστοιχα), σε αντίθεση με το 2013, κατά το οποίο παρουσιάζουν τις χαμηλότερες αυξήσεις. Επιπλέον, έρευνες ικανοποίησης πελατών (Ίκκος, 2009 και 2013) έδειξαν ότι η μέση διάρκεια παραμονής στην Αθήνα αυξήθηκε από 3,92 ημέρες το 2009 σε 4,5 ημέρες το 2013. Βέβαια, τα πέντε προηγούμενα έτη (2008-2012) η Αθήνα είχε καταγράψει σταθερά πωτική πορεία στις τουριστικές αφίξεις, σε μεγάλο βαθμό και λόγω της κρίσης το 2008-2009 και της πολιτικής αβεβαιότητας που χαρακτήρισαν τα έτη 2010 και 2012.

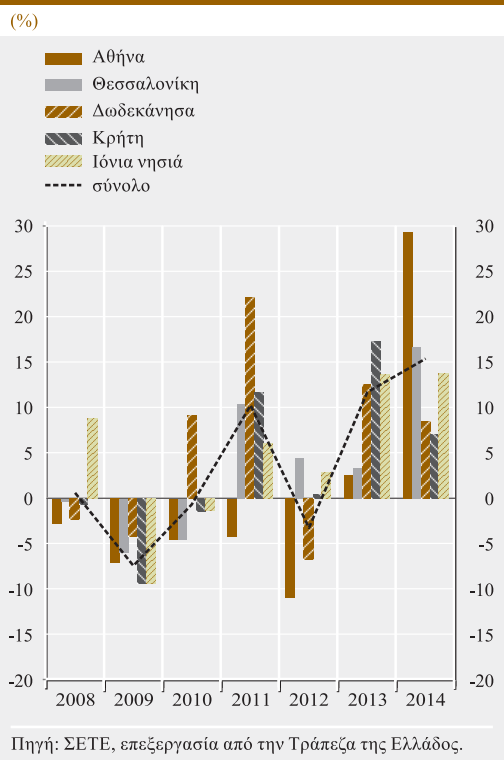
Σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της αύξησης του τουρισμού πόλεων πιθανόν να διαδραμά-

τισαν και οι διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις που συντελέστηκαν πρόσφατα, όπως η λειτουργία των καταστημάτων τις Κυριακές και η απελευθέρωση επαγγελματιών σχετικών με τον τουρισμό (π.χ. ξεναγοί). Η αύξηση των αφίξεων μπορεί επίσης να συνδέεται με την πιο ανταγωνιστική τιμολογιακή πολιτική στην Αθήνα (βλ. υποσημείωση 7), αλλά και με την προβολή σημαντικών στοιχείων (οθωμανικών και εβραϊκών) της πολιτιστικής κληρονομιάς της Θεσσαλονίκης.

#### 4.4 ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Αρχικά, εξετάζοντας τις ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού, προκύπτει ότι το μερίδιο των εισπράξεων από τα ταξίδια αναψυχής αυξάνεται σε 84% το 2014, από 80% το 2008 (βλ. Διάγραμμα 11). Η αύξηση του μεριδίου

**Διάγραμμα 10 Μεταβολή αφίξεων ταξιδιωτών ανά προορισμό (2008-2014)**

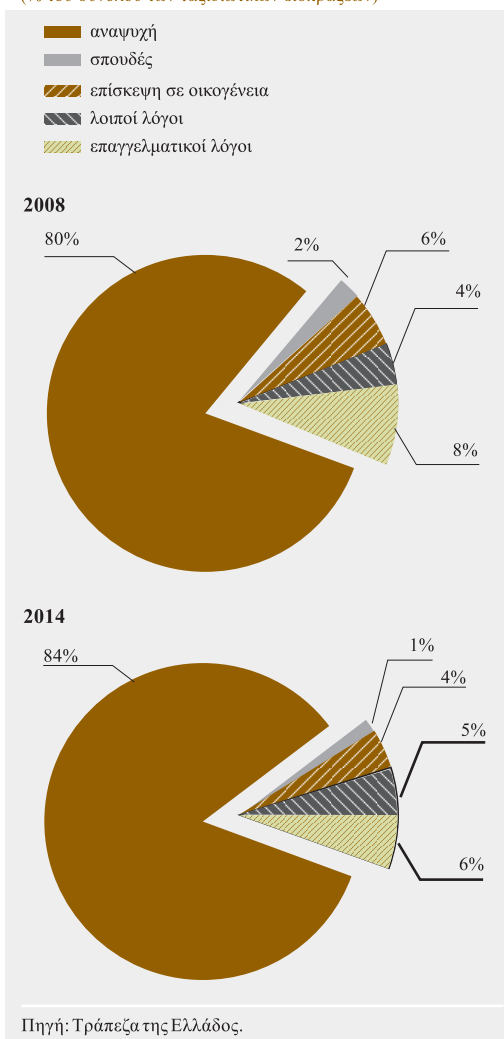


των εισπράξεων από τα ταξίδια αναψυχής αποτελεί ακόμη ένα δείκτη για την άνοδο του τουριστικού τομέα.

Από τους ταξιδιώτες οι οποίοι επισκέπτονται την Ελλάδα για αναψυχή, μεγάλο μερίδιο αναζητά τα στοιχεία της πολιτιστικής και ιστορικής της ταυτότητας. Με βάση πρόσφατη έρευνα (Ίγκος, 2013), οι αρχαιολογικοί χώροι και το πολιτιστικό ενδιαφέρον αποτελούν πρώτη προτεραιότητα επίσκεψης των ταξιδιωτών αναψυχής.<sup>17</sup> Κατά την περίοδο 2008-2014 οι επισκέψεις στους αρχαιολογικούς χώρους παρουσίασαν αύξηση κατά 60% (από 6.217.302 επισκέπτες το 2008 σε 9.953.161 το 2014) με τη σημαντικότερη αύξηση να παρατηρείται την περίοδο 2010-2014, μετά την πραγματοποίηση των διαρθρωτικών μεταβολών στον τομέα του τουρισμού (βλ. Διάγραμμα 12). Ανάλογη αύξηση δεν αποτυπώθηκε όμως στις εισπράξεις, καθώς οι τελευταίες αυξήθηκαν κατά 6%. Αυτό είναι πιθανόν να αντα-

**Διάγραμμα 11 Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού**

(% του συνόλου των ταξιδιωτικών εισπράξεων)



νακλά μεταβολές στην τιμολογιακή πολιτική των αρχαιολογικών χώρων (μειωμένες τιμές εισιτηρίων για ειδικές ομάδες, δωρεάν εισιτήρια κ.λπ.).

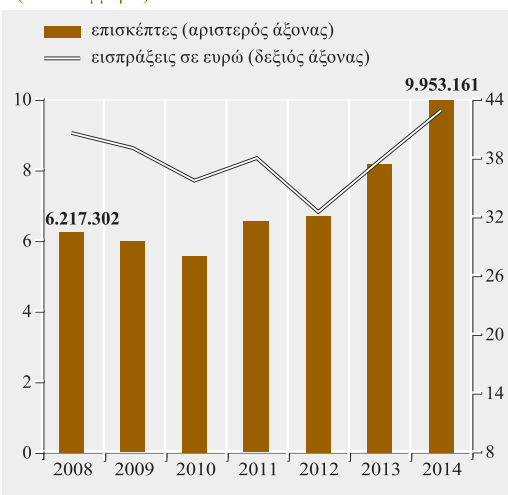
Η σημαντική αύξηση του τουρισμού πόλεων (city break) δικαιολογείται και από τις ροές επισκεπτών στους αρχαιολογικούς χώρους της

<sup>17</sup> Έρευνα ικανοποίησης πελατών που πραγματοποιήθηκε σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη το 2013 (Ίγκος, 2013). Με βάση την έρευνα, οι αρχαιολογικοί χώροι και το πολιτιστικό ενδιαφέρον αποτελούν πρώτη προτεραιότητα επίσκεψης για το 70% των ταξιδιωτών αναψυχής στην Αθήνα και το 36% στη Θεσσαλονίκη.



**Διάγραμμα 12 Επισκέπτες και εισπράξεις στους αρχαιολογικούς χώρους (2008-2014)**

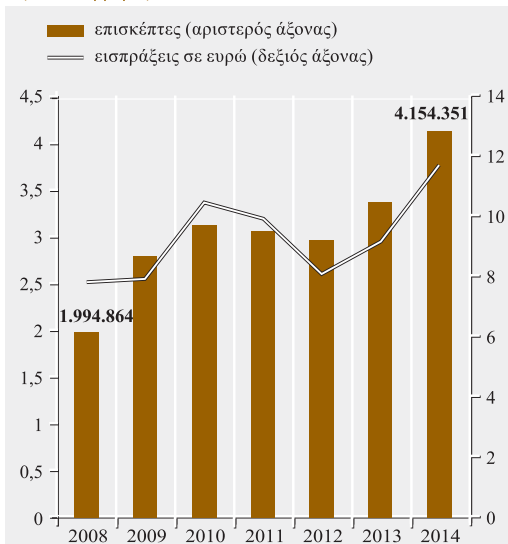
(σε εκατομμύρια)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

**Διάγραμμα 13 Επισκέπτες και εισπράξεις στα μουσεία (2008-2014)**

(σε εκατομμύρια)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

Αθήνας και της Θεσσαλονίκης. Η αύξηση φθάνει στο 89% για την Αθήνα την περίοδο 2008-2014 και στο 51% για τη Θεσσαλονίκη την περίοδο 2013-2014 (δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία πριν από το 2013).

Αναφορικά με τα μουσεία της χώρας (βλ. Διάγραμμα 13), παρατηρείται υπερδιπλασιασμός στους επισκέπτες και πάνω από 50% αύξηση στις εισπράξεις. Σημαντικό ρόλο στην αύξηση των επισκεπτών των αρχαιολογικών χώρων και των μουσείων πιθανόν να διαδραμάτισαν και οι διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις που συντελέστηκαν από το 2010 και μετά, όπως η απελευθέρωση επαγγελματιών σχετικών με τον πολιτιστικό τουρισμό (π.χ. ξεναγοί) και το διευρυμένο ωράριο των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων.

## 5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική αύξηση των αφίξεων και των τουριστικών εσόδων. Ο τουρισμός αναδεικνύεται έτσι σε βασικό τομέα της οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, συμβάλλοντας στο ΑΕΠ και στην απασχόληση. Με βάση πρόσφατες εκτιμήσεις, η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ και στην απασχόληση στην Ελλάδα είναι η υψηλότερη ανάμεσα στις χώρες του ΟΟΣΑ. Η ανάπτυξη του τουρισμού την πρόσφατη περίοδο οφείλεται στους εξής παράγοντες: (1) στην πιο ανταγωνιστική τιμολόγηση των τουριστικών υπηρεσιών, (2) σε μεταβολές ποιοτικού χαρακτήρα του τουριστικού προϊόντος και (3) σε εξωγενείς παράγοντες που σχετίζονται με την πολιτική αστάθεια σε ανταγωνιστικούς προορισμούς της Ανατολικής Μεσογείου.

Αντικείμενο της παρούσας μελέτης αποτελεί η ανάλυση της ποιοτικής διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος. Η ανάλυση δείχνει ότι τα πρόσφατα χρόνια παρατηρούνται: (1) ανάπτυξη νέων αγορών ζήτησης για το ελληνικό τουριστικό προϊόν: βασικές νέες αγορές αναδεικνύονται η Ρωσία και η Τουρκία, με τους ταξιδιώτες από αυτές τις χώρες να παρουσιάζουν την υψηλότερη δαπάνη ανά διανυκτέρευση, (2) καλύτερη προβολή και αξιοποίηση του πολιτιστικού προϊόντος της Ελλάδος (η οποία οδήγησε στο διπλασιασμό του αριθμού των επισκεπτών μουσείων την εξεταζόμενη περίοδο), η οποία οδηγεί και στην (3) προβολή και αξιοποίηση των πόλεων ως

τουριστικών προορισμών, και κατά συνέπεια (4) στη χρονική επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Οι μεταβολές αυτές οφείλονται σε μεγάλο βαθμό στις διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις που έλαβαν χώρα τα τελευταία χρόνια στον τομέα του τουρισμού.

Η προσπάθεια για την αλλαγή του αναπτυξιακού προτύπου της ελληνικής οικονομίας εδράζεται κυρίως στην αύξηση της εξωστρεφούς επιχειρηματικής δραστηριότητας, σημαντικό μέρος της οποίας αποτελεί και η εξαγωγή τουριστικών υπηρεσιών. Το περιβάλλον μέσα στο οποίο εξελίσσεται το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικό (χώρες της Μεσογείου), συνεχώς μεταβαλλόμενο – καθώς ενσωματώνει νέους αναδυόμενους προορισμούς – αλλά και πολιτικά και κοινωνικά ευαίσθητο. Το γεγονός ότι η Ελλάδα συγκαταλέγεται μεταξύ των σημαντικότερων τουριστικών προορισμών παγκοσμίως είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό, αλλά θα πρέπει να υποστηριχθεί και με τις κατάλληλες δημόσιες και επιχειρηματικές δράσεις. Στο πλαίσιο αυτό, το “Νέο Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθήνας-Αττικής”, το “Νέο Ρυθμιστικό Σχέδιο Θεσσαλονίκης” καθώς και το ειδικό χωροταξικό σχέδιο για τον τουρισμό συγκαταλέγονται μεταξύ των δημόσιων δράσεων που στοχεύουν στην προώθηση και περαιτέρω στήριξη του τουρισμού. Από την άλλη πλευρά, συντονισμένες ενέργειες των τοπικών φορέων και επιχειρήσεων που εμπλέκονται στον τουρισμό για την προστασία και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, για τη βελτίωση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών μέσα από την εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού και,

τέλος, για το σεβασμό, την ανάδειξη και τη διάδοση του ελληνικού πολιτισμού μπορούν να εξασφαλίσουν τόσο τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων όσο και την αειφορία των τουριστικών προορισμών.

Το παρόν άρθρο καταδεικνύει ότι η προσήλωση στις διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις που εκσυγχρονίζουν την τουριστική αγορά, όπως π.χ. τα διευρυμένα ωράρια μουσείων και αρχαιολογικών χώρων, η προβολή του τουριστικού προϊόντος και σε νέες αγορές και το άνοιγμα των σχετικών με τον τουρισμό επαγγελματιών, μπορούν να τονώσουν την τουριστική ζήτηση στηρίζοντας ευρύτερα τις παραγωγικές δομές της οικονομίας και συμβάλλοντας στην περιφερειακή ανάπτυξη. Προς αυτή την κατεύθυνση κινείται και η πρόσφατη ιδιωτικοποίηση των 14 περιφερειακών αεροδρομίων, με στόχο την ενδυνάμωση της ανταγωνιστικής τους θέσης και κατ’επέκταση την αύξηση των διεθνών αφίξεων, δεδομένου ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου του εισερχόμενου τουρισμού έρχεται στην Ελλάδα αεροπορικώς. Επιπλέον, η αναβάθμιση και η αξιοποίηση υποδομών όπως οι μαρίνες μπορούν να συμβάλουν στην αύξηση του θαλάσσιου και ναυτικού τουρισμού, ενισχύοντας περαιτέρω την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα. Τέλος, οι ανεπαρκείς λιμενικές υποδομές, αρχής γενομένης από τον Πειραιά, και η απουσία συγκροτημένου εθνικού σχεδίου ανάπτυξης της κρουαζιέρας – ειδικά της κρουαζιέρας με αφετηρία ελληνικό λιμένα (home porting) – αποστερούν από την Ελλάδα σημαντικά δυνητικά οφέλη, όπως συνάλλαγμα, καταναλωτική δαπάνη και θέσεις εργασίας.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνική

- Ίγκκος, Α. (2009), “Έρευνα Ικανοποίησης Πελατών Ξενοδοχείων Αττικής και η Απόδοση των Ξενοδοχείων”, GBR Consulting, 27 Νοεμβρίου 2009.
- Ίγκκος, Α. (2013), “Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών και Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική”, GBR Consulting, Νοέμβριος 2013.
- Μαργάκη, Μ., Σ. Πανούση, Γ. Σώκλης, Α. Χριστίδου και Α. Ψάλτη (2014), “Εξελίξεις στον Τουρισμό και στην Ελληνική Ξενοδοχία 2013”, Αθήνα: ΙΤΕΠ.
- Παρατσιώκας, Ν. και S. Danchev (2012), “Η Επίδραση του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία”, Αθήνα: ΙΟΒΕ.
- Τσέκερης, Θ. και Σ. Σκούλτσος (2015), “Εκτίμηση της Κατανομής του Εισοδήματος από Εισερχόμενο Τουρισμό, ως προς το μέρος που παραμένει στη χώρα και σε αυτό που επανεξάγεται στο εξωτερικό”, Αθήνα: ΚΕΠΕ.

### Ξενόγλωσση

- Duarte, M. and D. Restuccia (2010), “The role of the structural transformation in aggregate productivity”, *Quarterly Journal of Economics*, 125 (1), 129-173.
- Gazopoulou, H. (2012), “A note on the effectiveness of price policy on tourist arrivals to Greece”, Working paper No. 144, Athens: Bank of Greece.
- OECD (2014), *OECD Tourism Trends and Policies 2014*, OECD Publishing.
- WEF (2015), *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*, World Economic Forum.
- WTO (2015), *UNWTO World Tourism Barometer*, World Tourism Organisation, October 2015.
- WTTC (2015), *Travel and Tourism Economic Impact 2015 Greece*, World Travel and Tourism Council.