

Τουριστικός τομέας: Η απάντηση στην οικονομική κρίση

Προκλήσεις και Προοπτικές

1. Η σημασία του Τουρισμού για την παγκόσμια οικονομία

Η τουριστική βιομηχανία αντιμετωπίζει τα τελευταία χρόνια μια σειρά σοβαρών και σε μεγάλο βαθμό πρωτοφανών προκλήσεων: από την έξαρση της παγκόσμιας τρομοκρατίας, το υψηλό κόστος των καυσίμων και των λοιπών πρώτων υλών και φυσικά τελευταία την παγκόσμια οικονομική κρίση, η οποία συνδέεται άμεσα με τη συμπίεση της καταναλωτικής δαπάνης. Παρόλ' αυτά ο κλάδος παραμένει ένας κρίσιμος οικονομικός τομέας παγκοσμίως και ένας τομέας που παρέχει σημαντικές δυνατότητες για την οικονομική ανάπτυξη και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας διεθνώς. Ιδιαίτερα στην Ελλάδα δίνει τη δυνατότητα να αναπτυχθούν οι περισσότερο απομακρυσμένες περιοχές και να τονώσει την οικονομία τους.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού του ΟΗΕ (UNWTO), οι αφίξεις τουριστών έφτασαν τα 924 εκατομμύρια το 2008 παγκοσμίως, παρουσιάζοντας αύξηση 2% σε σχέση με το 2007, παρά τη μείωση που εμφανίσθηκε στο δεύτερο εξάμηνο του προηγούμενου έτους. Από αυτούς τα 180 εκ. επισκέφτηκαν τη Μεσόγειο και τα 15 με 16 εκατ. Επισκέφτηκαν την Ελλάδα.

Το Διεθνές Συμβούλιο Παγκόσμιου Τουρισμού και Ταξιδιών (WTTC) εκτιμά ότι ο τουριστικός κλάδος αντιπροσωπεύει αμέσως ή εμμέσως περίπου το 10% του παγκόσμιου ΑΕΠ δηλαδή 5,5 τρισ. \$, το 11% των παγκόσμιων εξαγωγών, δηλαδή 2 τρισ. \$ και το 9,4% των διεθνών επενδύσεων 1,2 τρισ. \$.

Στον Τομέα απασχολούνται φέτος παγκοσμίως 220 εκ. εργαζόμενοι, ποσοστό 7,6% επί των συνολικά απασχολούμενων. Μέχρι το 2019 αναμένεται ο αριθμός αυτός να αυξηθεί στα 276 εκ.

Η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα σύμφωνα και με το Συμβούλιο επιδρά στην αύξηση της απασχόλησης, στην ανάπτυξη και μπορεί να βελτιώσει το ισοζύγιο πληρωμών μιας χώρας με το εισερχόμενο συνάλλαγμα.

Κατά συνέπεια ο τομέας είναι ιδιαίτερα σημαντικός για τη βελτίωση της ευημερίας, ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες και έτσι συμβάλει και στην καταπολέμηση της φτώχειας.

2. Τουριστική Ανταγωνιστικότητα. Ο Δείκτης του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ και η θέση της Ελλάδας

Η σημασία του τουριστικού τομέα οδήγησε και στη δημιουργία ενός ξεχωριστού Δείκτη και μιας σημαντικής Έκθεσης που εκπονείται κάθε χρόνο από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) και έχει ήδη λάβει μεγάλη δημοσιότητα. Από το 2007 και μετά το Φόρουμ εκδίδει και υπολογίζει τον **Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (Travel & Tourism Competitiveness Index - TTCI)**, ο οποίος και καταγράφει την «τουριστική» ανταγωνιστικότητα 133 χωρών για το 2009.

Η ανάλυση του Δείκτη εξυπηρετεί δύο σκοπούς: Κατ' αρχάς παρέχει στους ενδιαφερόμενους χρήσιμες συγκριτικές πληροφορίες για πολλές οικονομίες και ένα σημαντικό εργαλείο αξιολόγησης στις επιχειρήσεις και τους επενδυτές. Δεύτερον, η ανάλυση παρέχει μια ευκαιρία για τον κλάδο να προβάλλει στους εθνικούς σχεδιαστές πολιτικής τα εμπόδια στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του κλάδου και να δώσει λαβή για την έναρξη διαλόγου μεταξύ του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα για τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου.

Ο Δείκτης Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας - TTCI είναι βασισμένος σε **τρεις κατηγορίες μεταβλητών**.

Αυτές οι κατηγορίες συνοψίζονται ως εξής:

- (1)** Ρυθμιστικό πλαίσιο
- (2)** Επιχειρηματικό περιβάλλον και υποδομές
- (3)** Ανθρώπινοι, πολιτιστικοί και φυσικοί πόροι

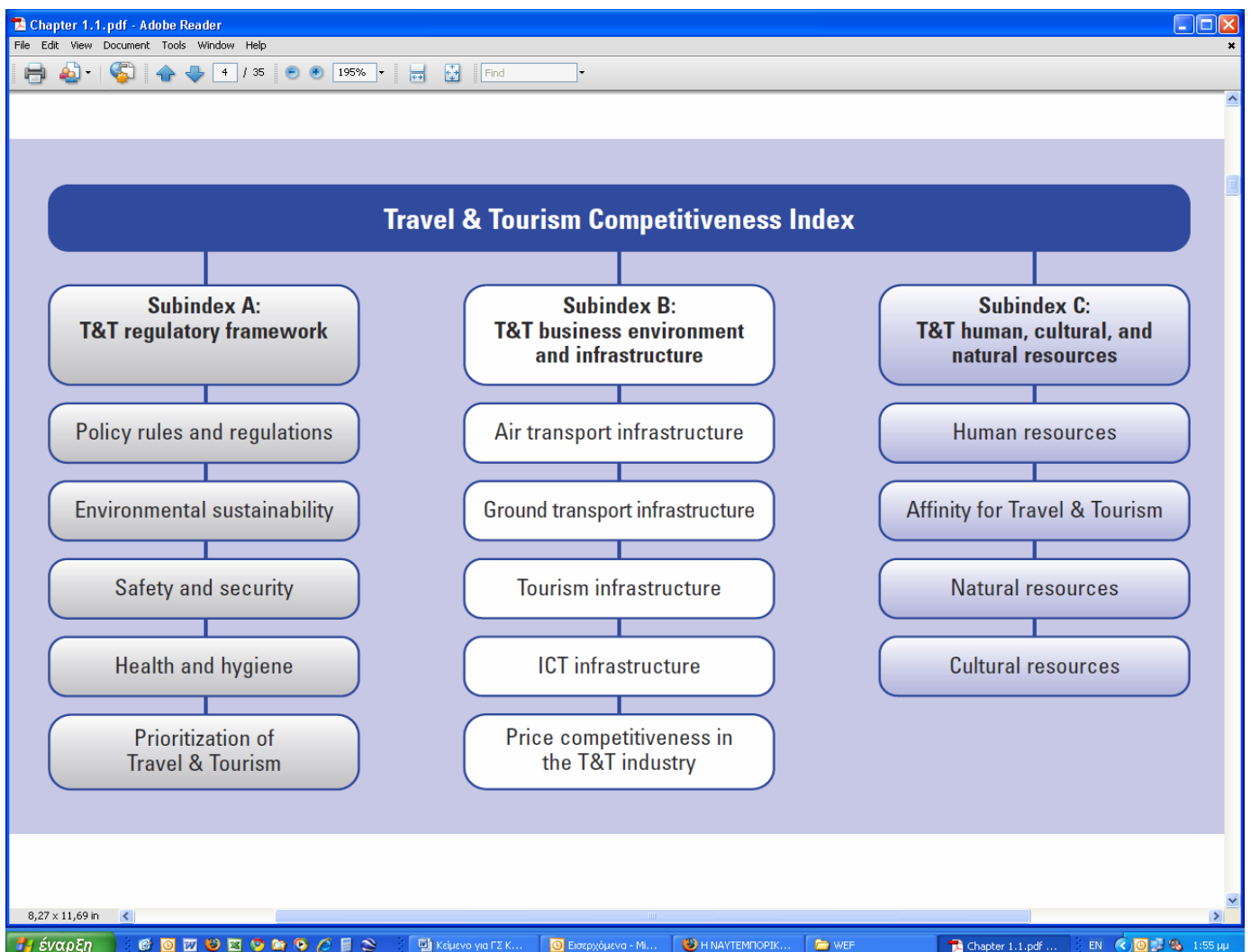
Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει εκείνα τα στοιχεία που σχετίζονται κυρίως με την κυβερνητική πολιτική, η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τα στοιχεία του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των υποδομών κάθε οικονομίας και η τρίτη κατηγορία τους ανθρώπινους, πολιτιστικούς, και φυσικούς πόρους κάθε χώρας.

Οι τρεις κατηγορίες στηρίζονται σε 14 Πυλώνες Δεικτών, οι οποίοι είναι οι εξής:

1. Νόμοι και κανονισμοί
2. Περιβαλλοντική αειφορία
3. Ασφάλεια
4. Υγεία και υγιεινή
5. Βαθμός προτεραιότητας στον κλάδο
6. Υποδομές αεροπορικών μεταφορών
7. Υποδομές επίγειων μεταφορών

8. Υποδομές τουρισμού
9. Υποδομές Τεχνολογιών και Πληροφορικής
10. Ανταγωνιστικότητα τιμών στον κλάδο
11. Ανθρώπινο δυναμικό
12. Στάση της κοινωνίας απέναντι στον τουρισμό
13. Φυσικοί πόροι
14. Πολιτιστικοί πόροι

Αναλυτικά η δομή του δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας φαίνεται στο παρακάτω Γράφημα:



Η θέση της Ελλάδας

Η Ελλάδα στην πρόσφατη Έκθεση που παρουσιάστηκε το Μάρτιο του 2009 βρίσκεται στην 24^η θέση μεταξύ των 133 οικονομιών με βαθμολογία 4,9 (με άριστα το 7). Σε σχέση με πέρυσι η Ελλάδα

υποχώρησε δύο θέσεις χωρίς να αλλάξει η συνολική της βαθμολογία, ωστόσο πέρυσι οι χώρες που διαγωνίζονταν ήταν 130.

Μεταξύ των 41 ευρωπαϊκών χωρών που συμμετέχουν στο Δείκτη η Ελλάδα καταλαμβάνει την 18^η θέση. Βρίσκεται έτσι χαμηλότερα από χώρες όπως η Ελβετία, η Γαλλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Κύπρος και ψηλότερα από χώρες όπως η Ιταλία, η Μάλτα, η Κροατία, η Σλοβενία, η Ουγγαρία, η Τουρκία και η Τσεχία.

Πιο αναλυτικά η Ελλάδα στις **τρεις κατηγορίες** του Γενικού Δείκτη καταλαμβάνει τις εξής θέσεις:

- Την **18^η θέση** στην Κατηγορία **Ρυθμιστικό Πλαίσιο** (με βαθμολογία 5,49)
- Την **27^η θέση** στην Κατηγορία **Επιχειρηματικό Περιβάλλον** και Υποδομές (με βαθμολογία 4,66)
- Την **27^η θέση** στην Κατηγορία **Ανθρώπινοι, Πολιτισμικοί και Φυσικοί Πόροι** (με βαθμολογία 4,58)

Στους **14 Πυλώνες** που συνθέτουν αυτές τις τρεις κατηγορίες Δεικτών η Ελλάδα έλαβε τις εξής θέσεις:

Κατηγορία Ρυθμιστικό Πλαίσιο

- Νόμοι και κανονισμοί – 57^η θέση
- Περιβαλλοντική αειφορία – 47^η θέση
- Ασφάλεια – 47^η θέση
- Υγεία και υγιεινή – 19^η θέση
- Βαθμός προτεραιότητας στον κλάδο - 3^η θέση

Κατηγορία Επιχειρηματικό Περιβάλλον και Υποδομές

- Υποδομές αεροπορικών μεταφορών – 19^η θέση
- Υποδομές επίγειων μεταφορών – 43^η θέση
- Υποδομές τουρισμού – 5^η θέση
- Υποδομές Τεχνολογιών και Πληροφορικής – 40^η θέση
- Ανταγωνιστικότητα τιμών στον κλάδο – 114^η θέση

Κατηγορία Ανθρώπινοι, Πολιτισμικοί και Φυσικοί Πόροι

- Ανθρώπινο δυναμικό – 44^η θέση
- Στάση απέναντι στον τουρισμό – 35^η θέση
- Φυσικοί πόροι - 74^η θέση
- Πολιτισμικοί πόροι - 23^η θέση

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ:

«Η θέση της Ελλάδας παραμένει σταθερή σε σχέση με πέρυσι. Ευνοείται κυρίως από τους πλούσιους πολιτιστικούς πόρους, την άριστη υγεία και υγιεινή και τις καλές τουριστικές υποδομές. Η Ελλάδα ταξινομείται πολύ υψηλό όσον αφορά το βαθμό προτεραιότητας που δίνει η Κυβέρνηση στον τουριστικό τομέα. Περαιτέρω, υπάρχει σημαντική σχέση της κοινωνίας με τον τουρισμό συγκριτικά με πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η οποία αντανακλάται σε μια γενικά ανοικτή και θετική στάση απέναντι στους τουρίστες. Ωστόσο η συνολική απόδοση της χώρας συγκρατείται από τους κανονισμούς που δεν είναι εξ ολοκλήρου ενθαρρυντικοί για την ανάπτυξη του τομέα, τους αυστηρούς κανόνες που υπάρχουν για τις άμεσες ξένες επενδύσεις (FDI), καθώς επίσης και το σημαντικό χρόνο και κόστος που απαιτείται για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης. Άλλο ένα αδύνατο σημείο είναι οι υποδομές των επίγειων μεταφορών της χώρας, οι οποίες είναι χειρότερες απ' ό,τι είναι σε πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες (κυρίως η ποιότητα των σιδηροδρόμων και των λιμένων).»

Τα δυνατά και αδύνατα σημεία της Ελλάδας σύμφωνα με την Έκθεση

Τα **δυνατά** σημεία της Ελλάδας σύμφωνα με την Έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ είναι:

- Η έμφαση που δίνεται από την Κυβέρνηση στον τομέα του Τουρισμού, η Ελλάδα σε αυτό τον Πυλώνα καταλαμβάνει την **3^η Θέση** μεταξύ των 133 οικονομιών.
- Δεύτερο δυνατό σημείο είναι οι Τουριστικές Υποδομές. Σε αυτό τον Πυλώνα η χώρα μας καταλαμβάνει την **5^η Θέση**.
- Τέλος, η Ελλάδα καταλαμβάνει την **19^η Θέση** στους πυλώνες των Αεροπορικών υποδομών και της Υγείας και Υγιεινής.

Αυτά είναι τα δυνατά σημεία, πάνω στα οποία η χώρα μας μπορεί να κτίσει. Και είναι πολύ σημαντικά γιατί αντανakλούν την εικόνα που έχουν οι άλλοι για εμάς, αλλά και την εικόνα που έχουμε εμείς για τη χώρα μας.

Τα **αδύνατα** σημεία σύμφωνα με τη συγκεκριμένη Έκθεση είναι:

- Η ανταγωνιστικότητα τιμών όπου η χώρα μας καταλαμβάνει την **114^η θέση**.
- Επίσης, στον Πυλώνα Φυσικοί πόροι η Ελλάδα καταλαμβάνει την **74^η θέση** και
- στους Νόμους και κανονισμούς καταλαμβάνει την **57^η θέση**.

Πιο αναλυτικά στους επιμέρους Δείκτες, στα **θετικά** καταγράφονται:

- Η πληθυσμιακή πυκνότητα των Ιατρών-Παθολόγων (**1^η θέση**)
- Η πρόσβαση σε πόσιμο νερό (**1^η θέση**)
- Η παρουσία στην αγορά μεγάλων εταιρειών ενοικιάσεως αυτοκινήτων (**1^η θέση**)
- Η επικύρωση των περιβαλλοντικών συνθηκών (**2^η θέση**)
- Η συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις (**3^η θέση**)
- Ο αριθμός των τουριστικών δωματίων (**4^η θέση**)
- Η συμμετοχή στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση (**7^η θέση**)
- Ο αριθμός των μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς (**9^η θέση**)

Στα **αρνητικά** σημεία της χώρας έχουμε:

- Το καθεστώς απολύσεων και προσλήψεων εργαζομένων (**113^η θέση**)
- Την επίδραση στην επιχειρηματικότητα των Κανονισμών για τις Ξένες Άμεσες Επενδύσεις (**107^η θέση**)
- Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε Ισοδύναμα Αγοραστικής Δύναμης (**107^η θέση**)
- Τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου (**99^η θέση**)

- Το εύρος της χρήσης του Διαδικτύου από τις επιχειρήσεις (**97^η θέση**)
- Τις τιμές των καυσίμων (**96^η θέση**)

Συνεπώς προκύπτει ένα **στρατηγικό συμπέρασμα**:

Η Ελλάδα χώρα με συγκριτικά καλές τουριστικές υποδομές θα πρέπει να βασιστεί στην ποιότητα του τουριστικού προϊόντος δίνοντας έμφαση στους φυσικούς και πολιτιστικούς της πόρους και να μην ανταγωνιστεί στο πεδίο των τιμών.

Ωστόσο το ποιοτικό τουριστικό προϊόν θα πρέπει να τιμολογηθεί ανταγωνιστικά ώστε να έχει την ανάλογη, υψηλή ζήτηση.

3. Η τουριστική κίνηση το 2008 διεθνώς

Οι Προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού του ΟΗΕ

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού του ΟΗΕ, το 2008, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών έφθασαν τα 924 εκατομμύρια (αύξηση 2% ή 16 εκατομμύρια σε σχέση με το 2007).

Η γενική αύξηση κατά 2% του διεθνούς τουρισμού για το 2008 στηρίζεται στα ισχυρά αποτελέσματα του πρώτου μισού του έτους, πριν την κατάρρευση των χρηματοοικονομικών αγορών.

Στο δεύτερο μισό παρουσιάστηκε απότομη αλλαγή στην τάση με τις διεθνείς αφίξεις τουριστών είτε να είναι σταθερές, είτε να κινούνται αρνητικά σε σχέση με το 2007, ανάλογα με τη χώρα. Συνολικά, σύμφωνα με τον Οργανισμό η αύξηση κατά 5% μεταξύ Ιανουαρίου και Ιουνίου ακολουθήθηκε από μια πτώση 1% στο δεύτερο εξάμηνο. Εν τούτοις, ο τουριστικός κλάδος δείχνει να αντιστέκεται σε σχέση με άλλους οικονομικούς τομείς.

Η αναστροφή των τάσεων κατά τη διάρκεια του δεύτερου εξαμήνου του 2008, οφείλεται κυρίως στην παγκόσμια οικονομική κρίση, την άνοδο των τιμών του πετρελαίου και των α' υλών και τις έντονες διακυμάνσεις συναλλαγματικής ισοτιμίας, γεγονότα που υπονόμισαν την καταναλωτική και την επιχειρηματική εμπιστοσύνη.

Έτσι, τους τελευταίους έξι μήνες του 2008 αρνητικά κινήθηκαν οι τουριστικές αγορές της Ευρώπης (- 3%) και της Ασίας (- 3%).

Αντιθέτως, η Αμερική (+1%), η Αφρική (+4%) και η Μέση Ανατολή (+5%) κινήθηκαν θετικά καθόλη τη διάρκεια του 2008.

Σύμφωνα με τον ΠΟΤ η πτώση του δεύτερου εξαμήνου του 2008 φαίνεται να συνεχίζεται και κατά το 2009. Η προβλεπόμενη οικονομική επιβράδυνση κατά το 2009 στις προηγμένες οικονομίες, για πρώτη φορά από το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, επεκτείνεται ήδη σε σημαντικές ανερχόμενες αγορές όπως η Κίνα, η Ινδία, και η Βραζιλία. Όσο θα συνεχίζεται η τρέχουσα οικονομική κρίση, ο Οργανισμός προβλέπει σταθερότητα ή ακόμη και μείωση για τον Τουριστικό Τομέα. Σύμφωνα με την πρόσφατη έκδοση του Παγκόσμιου Βαρομέτρου που εξέδωσε τον Ιανουάριο του 2009, ο διεθνής τουρισμός αναμένεται να κινηθεί μεταξύ 0 και -2% κατά τη διάρκεια του έτους. Ωστόσο, επισημαίνεται ότι υπάρχει ακόμα ένας υψηλός βαθμός αβεβαιότητας και πολλά θα εξαρτηθούν από τις εξελισσόμενες οικονομικές καταστάσεις.

Εάν η οικονομία αρχίσει να παρουσιάζει σημάδια ανάκαμψης, ο διεθνής τουρισμός μπορεί ακόμη και να αυξηθεί ελαφρώς το 2009 αλλά, εάν η οικονομία επιδεινωθεί περαιτέρω, τότε η τρέχουσα πρόβλεψη θα πρέπει να αναθεωρηθεί προς τα κάτω.

Με αυτά τα δεδομένα ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού αναμένει ότι η Αμερική και η Ευρώπη θα είναι οι πιο επηρεασθείσες περιοχές από την πτώση του τουρισμού, δεδομένου ότι οι περισσότερες από τις αγορές που είναι τουριστικοί πελάτες τους θα πληγούν από την κρίση.

Οι Προβλέψεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών

Στις 12 Μαρτίου παρουσιάσθηκαν στο Βερολίνο τα αποτελέσματα της έρευνας οικονομικού αντίκτυπου του Συμβουλίου για το 2009. Οι τάσεις και οι προβλέψεις για τον κλάδο είναι φέτος περισσότερο δύσκολες από ποτέ δεδομένης της οικονομικής κρίσης και των αβεβαιοτήτων.

Σύμφωνα με την έρευνα του Συμβουλίου η εικόνα είναι περισσότερο απαισιόδοξη για το 2009, μιας και προβλέπεται ότι ο κλάδος του Τουρισμού και των Ταξιδιών προβλέπεται να σημειώσει κάμψη κατά 3,6%. Επιπλέον για το 2010 αναμένεται οριακή αύξηση, λίγο πάνω από 0,3%. Εκτιμάται ότι η πτώση στις τιμές των καυσίμων και στον πληθωρισμό, θα δώσει μια ανάσα στα νοικοκυριά. Προβλέπεται λοιπόν μία πτώση του ΑΕΠ του κλάδου από 9,6% το 2008 σε 9% το 2010 και μία πτώση κατά 10 εκ. θέσεις στην απασχόληση στον κλάδο.

Οι τομείς που προβλέπονται από το Συμβούλιο να χτυπηθούν περισσότερο είναι αυτοί των τουριστικών επενδύσεων και του επαγγελματικού ταξιδιού. Συγκεκριμένα για το 2009 προβλέπεται μείωση επενδύσεων κατά 5% και περαιτέρω μείωση 1,25% το 2010.

Παρά την τρέχουσα οικονομική συγκυρία η οικονομία του τουρισμού προβλέπεται να αυξηθεί κατά μέσο όρο 4% το χρόνο κατά τη διάρκεια των επόμενων δέκα ετών. Μέχρι το 2019 προβλέπεται να απασχολεί 275 εκατομμύρια εργαζόμενους οι οποίοι θα αντιπροσωπεύουν το 8,4% της συνολικής απασχόλησης.

Ο ρόλος του Τουρισμού μετά την κρίση

Όσο διαρκεί η κρίση οι τάσεις που θα ενισχύονται σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού είναι οι εξής:

- Θα προτιμούνται τα κοντινότερα ταξίδια και τα ταξίδια εντός της χώρας.
- Θα προτιμούνται οι επισκέψεις σε γνωστούς και φίλους και θα «αντέξουν» περισσότερο οι μεμονωμένοι ταξιδιώτες και όσοι ταξιδεύουν για ειδικό σκοπό (ανελαστικά ταξίδια)
- Προβλέπεται η μείωση των ημερών διαμονής και των εξόδων και όχι τόσο η μείωση του συνολικού αριθμού των επισκεπτών
- Οι προορισμοί που προσφέρουν value for money θα έχουν ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Οι επισκέπτες θα «κλείνουν» πολύ αργά τις διακοπές τους σε σχέση με το παρελθόν
- Οι επιχειρήσεις θα αναγκαστούν να συγκρατήσουν τις τιμές
- Θα είναι πιο σημαντικό από ποτέ για τους επαγγελματίες του κλάδου να δουλεύουν όσο το δυνατόν πιο κοντά στην «αλυσίδα του τουριστικού προϊόντος»

Το σίγουρο είναι ότι η Τουριστική Βιομηχανία μπορεί να διαδραματίσει έναν πολύ σημαντικό ρόλο στην παγκόσμια ανάπτυξη μετά το πέρας της τρέχουσας οικονομικής κρίσης. Ο Τομέας έχει δεχθεί ήδη τις δυσμενείς επιπτώσεις από την κρίση και θα συνεχίσει να πιέζεται τα επόμενα δύο έτη. Ωστόσο, αυτό δεν συμβαίνει για πρώτη φορά και σύμφωνα με τα συμπεράσματα Ειδικής επιτροπής που σύστησε ο ΟΗΕ, αν αντιμετωπιστεί σωστά η κρίση από Κυβερνήσεις και επιχειρήσεις ο Τουριστικός Τομέας θα εξέλθει αυτής περισσότερο ισχυρός.

Η εν λόγω Επιτροπή κατέληξε επίσης σε άλλα ουσιαστικά συμπεράσματα για την αντιμετώπιση της κρίσης στον τουριστικό τομέα. Σύμφωνα με αυτά:

- Απαιτείται ένα άμεσο σχέδιο δράσης, λαμβάνοντας υπόψη τις διαφορές μεταξύ των συγκεκριμένων προορισμών τουρισμού.
- Χρειάζεται μεγαλύτερη συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων στον κλάδο του τουρισμού. Η ιστορία έχει δείξει ότι οι κρίσεις μπορούν επίσης να παρέχουν ακόμη και ευκαιρίες, αν υπάρξουν ουσιαστικές προσπάθειες για συνεργασίες μεταξύ των διαφορετικών κλάδων της τουριστικής βιομηχανίας.

- Απαιτούνται καινοτομίες στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, στο μάρκετινγκ, στο ανθρώπινο δυναμικό
- Βελτιωμένες και περισσότερο ουσιαστικές πληροφορίες για την αγορά και τις επιχειρήσεις.
- Συντονισμός βραχυπρόθεσμων ενεργειών με τις μακροπρόθεσμες προκλήσεις.

4. Η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα το 2008

Η παγκόσμια οικονομική κρίση επηρεάζει εξαιρετικά αρνητικά τόσο τα δημόσια οικονομικά όσο και την πραγματική οικονομία αρκετών χωρών. Αναπόφευκτα, η Ελλάδα υφίσταται τις συνέπειες αυτής της κρίσης.

Ο τομέας του τουρισμού, ως τομέας που απασχολεί άμεσα και έμμεσα το 1/5 περίπου του ενεργού πληθυσμού καθορίζει σε σημαντικό βαθμό την διαμόρφωση των κύριων δημοσιονομικών μεγεθών.

Σε αυτή τη δύσκολη οικονομική συγκυρία η ελληνική τουριστική βιομηχανία, βασικός διαμορφωτής του ελληνικού ΑΕΠ καλείται να ανταγωνιστεί το 2009 τους ποιοτικούς και φτηνότερους προορισμούς πολλών γειτονικών μας χωρών.

Η τουριστική πτώση το δεύτερο μισό του 2008, προμηνύει χειρότερες εξελίξεις για τον κλάδο το 2009. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με σχετική μελέτη της Eurobank τους τελευταίους έξι μήνες του 2008 παρατηρήθηκαν παγκοσμίως σημαντικές πτώσεις στις αφίξεις και ιδιαίτερα στην Νότια Ευρώπη. Σε αντίθεση στην Ανατολική και Κεντρική Ευρώπη παρατηρήθηκε πτώση μόνο τους τελευταίους τρεις μήνες, ενώ τουριστικοί προορισμοί στην Μέση Ανατολή και την Αφρική, δεν εμφάνισαν σημεία κάμψης της τουριστικής κίνησης το 2008. Οι πρόσφατες εξελίξεις οδηγούν τις εκτιμήσεις για το 2009 σε αρνητική πλέον περιοχή. Η επιβράδυνση στις τουριστικές αφίξεις αναμένεται να είναι εντονότερη στην Ευρώπη, ιδιαίτερα στη Νότια Ευρώπη και τις ΗΠΑ. Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις στην Ελλάδα αναμένονται να ακολουθήσουν την τάση των αφίξεων.

Σύμφωνα με τη μελέτη της Eurobank ο κίνδυνος για δυσμενέστερες προοπτικές για το 2009 στηρίζεται κυρίως στο γεγονός ότι οι καταναλωτές και οι οικονομίες στις κύριες τουριστικές αγορές μας πλήττονται καθημερινά. Οι ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, η Γαλλία και η Ιταλία χαρακτηρίζονται πλέον από αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Πίνακας 1

Χώρα	Μερίδιο (%) στις συνολικές αφίξεις	Ρυθμοί Ανάπτυξης (%)		
		2007	ΔΝΤ 2008*	ΔΝΤ 2009*
ΗΠΑ	8.3	2	1.4	-0.7
ΗΒ	12.8	3	0.8	-1.3
Γερμανία	14	2.5	1.7	-0.8
Γαλλία	7.6	2.2	0.8	-0.5
Ιταλία	7.8	1.5	-0.2	-0.6
Ρωσία	3.8	8.1	6.8	3.5

* Πρόβλεψη

Σύμφωνα με την Eurobank, από την ανάλυση των ιστορικών στοιχείων προκύπτει ότι οι περίοδοι παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης συμπίπτουν με αντίστοιχες περιόδους αύξησης των αφίξεων στην Ελλάδα, ιδίως στο διάστημα 1996-2000 και 2005-2007. Αντίθετα, σε περιόδους οικονομικής επιβράδυνσης, οι αφίξεις τουριστών στη χώρα μας επηρεάζονται αρνητικά.

- **Υπολογίζεται ότι για κάθε πτώση του ρυθμού μεταβολής του παγκόσμιου ΑΕΠ κατά μία ποσοστιαία μονάδα, οι ετήσιες τουριστικές εισπράξεις στην Ελλάδα μειώνονται κατά 10% περίπου.**

Έτσι, με βάση τις πρόσφατες προβλέψεις του ΟΟΣΑ για την παγκόσμια ανάπτυξη το 2009 και 2010, εκτιμάται από τη Eurobank ότι οι συνολικές αφίξεις ξένων τουριστών στην Ελλάδα ενδέχεται να συρρικνωθούν κατά 12% με 15% το 2009 και 3% με 4% το 2010. Με σημείο αναφοράς ένα τέτοιο δυσσιώνο σενάριο, η απώλεια στις τουριστικές εισπράξεις μπορεί να είναι της τάξης του 20% για το 2009. Με τα διαθέσιμα δεδομένα για τις τουριστικές εισπράξεις, η μείωση των αφίξεων πορεί να μεταφραστεί σε μια πτώση των τουριστικών εσόδων από τον ξένο τουρισμό της τάξης των €2 δισ. περίπου για το 2009 ή και παραπάνω, με προοπτικές για μείωση των εσόδων και το 2010.

Το θετικό στοιχείο των αναλύσεων είναι ότι τα νησιά του Αιγαίου και η Κρήτη, εμφανίζουν ιστορικά μεγαλύτερες αντοχές απέναντι στην πτώση ζήτησης και στις οικονομικές κρίσεις, σε αντιδιαστολή με την Αθήνα. Επιπλέον, πιο ισχυρός στις οικονομικές επιβραδύνσεις εμφανίζεται ο εγχώριος τουρισμός, ο οποίος μειώνεται αλλά με βραδύτερους ρυθμούς από ό,τι ο ξένος.

Κατά γενική εκτίμηση, η Ελλάδα χαίρει αρκετά καλής διαφοροποίησης στο τουριστικό της χαρτοφυλάκιο σε σχέση με άλλες Μεσογειακές χώρες. Ωστόσο πρέπει να διατηρήσει και να αυξήσει τα μερίδιά της στις παραδοσιακές της αγορές (ΗΠΑ, Γερμανία, ΗΒ, Ιταλία κ.ά.) καθώς

επεκτείνει το χαρτοφυλάκιό της στις νέες αγορές της Ρωσίας και της Ασίας.

Το τουριστικό χαρτοφυλάκιο της Ελλάδος σύμφωνα με τη Eurostat για το 2007, το 56% των αφίξεων στα ξενοδοχεία της χώρας μας οφείλεται σε τουρίστες από το εξωτερικό ενώ το 44% σε εγχώριο τουρισμό. Παράλληλα, το 44% του συνόλου των ξένων τουριστών για το 2007 προερχόταν από την Ευρωζώνη (14% από τη Γερμανία, 7,6% από τη Γαλλία, 7,8% από την Ιταλία, 4,4% από την Ολλανδία), το 12,7% από το ΗΒ, το 4,4% από την Ασία, το 3,8% από τη Ρωσία ενώ από τη Βόρειο Αμερική ήταν σχεδόν το 10% συνολικά (8,3% από τις ΗΠΑ). Παραδοσιακά, οι τρεις κύριες χώρες-αγορές για την ελληνική τουριστική βιομηχανία είναι η Γερμανία, το ΗΒ και η Ιταλία, μια σχέση που φαίνεται να αλλάζει τα τελευταία έτη, καθώς εμφανίζεται πιο ισχυρή ζήτηση από νέες αγορές όπως αυτές της Ανατολικής Ευρώπης και της Ασίας. Ωστόσο, βραχυχρόνια η Ελλάδα εξαρτάται τουριστικά εκτός από τον Έλληνα τουρίστα, από τον τουρίστα από την Ευρωζώνη (κυρίως Γερμανία, Ιταλία και Γαλλία), από το ΗΒ και τις ΗΠΑ. Το γεγονός αυτό αποτελεί κίνδυνο γιατί οι τουρίστες από τις ΗΠΑ, το ΗΒ και τη Γερμανία θα δυσκολευτούν να ταξιδέψουν στη χώρα μας φέτος λόγω της μεγάλης οικονομικής ύφεσης και πιστωτικής κρίσης στις χώρες τους. Η πτώση των αφίξεων από αυτές τις χώρες θα επηρεάσει και τα έσοδα.

Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ):

Με εξαίρεση την Τουρκία και την Κροατία, σε όλες τις ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών μειώθηκαν την περίοδο Ιανουαρίου –Οκτωβρίου 2008. Το ύψος της μείωσης είναι περίπου το ίδιο για Ελλάδα και Ισπανία (-1,4% και -1,3% αντίστοιχα), ενώ ελαφρά χαμηλότερα ήταν για την Ιταλία (-1%) και την Κύπρο (-0,6%). Θετικά κινήθηκαν οι συναλλαγματικές εισπράξεις στην Ελλάδα κατά 4%, αλλά και σε όλες τις ανταγωνίστριες χώρες με εξαίρεση την Κύπρο που σημείωσε μείωση κατά 4,1%.

Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι αποτελεί ιδιαίτερα ανησυχητικό φαινόμενο το γεγονός ότι η επίδοση των κατεξοχήν τουριστικών περιοχών της χώρας μας (Κρήτη, Δωδεκάνησα, Ιόνια Νησιά) ήταν επίσης αρνητική. Τη χειρότερη επίδοση μεταξύ των τριών παραπάνω περιοχών σημείωσαν τα Δωδεκάνησα (-2%) και ακολουθούν τα Ιόνια Νησιά (-1,4%) και η Κρήτη (-0,4%).

Ωστόσο, θετική πορεία σημείωσαν οι αφίξεις στην Κεφαλονιά (+15,1%), Μύκονο (+3,8%) και Χίο (+22,6%). Η αρνητική πορεία του τουρισμού στέλνει το μήνυμα ότι το 2009 θα είναι μια ακόμη πιο δύσκολη χρονιά. Το πόσο δύσκολη θα είναι θα εξαρτηθεί από το πόσο θα επηρεαστεί από την κρίση το εισόδημα των αλλοδαπών που θέλουν

να επισκεφτούν τη χώρα μας και κατά πόσο θα τους επηρεάσει σε αυτή τους την απόφαση.

Σύμφωνα με πρόσφατη ανακοίνωση (30 Μαρτίου 2009) του ΙΤΕΠ, η τουριστική κίνηση προς τη χώρα μας πρόκειται να **μειωθεί κατά τουλάχιστον 4,24% το 2009**, ενώ η μείωση της τουριστικής κίνησης από τις παραδοσιακές αγορές θα είναι ακόμη μεγαλύτερη, τουλάχιστον 4,58%.

Επίσης, η συρρίκνωση της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα μας θα έχει σημαντικά αρνητική επίδραση στον τομέα της απασχόλησης. **Ειδικότερα, μείωση των αφίξεων κατά 5%, 10% ή 15% θα οδηγήσει στην απώλεια θέσεων εργασίας για ολόκληρη την οικονομία της τάξης των 69.000, 96.000 και 144.000 ατόμων, αντίστοιχα.**

Αυτά είναι ορισμένα από τα συμπεράσματα της έκθεσης «**Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός**», την οποία κατάρτισε το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ).

Η εν λόγω προσέγγιση και εξαγωγή εκτιμήσεων - προβλέψεων βασίζεται στις εκτιμήσεις της Eurostat για την πορεία του ΑΕΠ (Ιανουάριος 2009) στις κύριες αγορές του ελληνικού τουρισμού και στη συμπεριφορά των δυνητικών τουριστών των αγορών αυτών, με βάση τις μεταβολές στο εισόδημά τους.

Πιο συγκεκριμένα, τα συνοπτικά **συμπεράσματα και οι προτάσεις** πολιτικής στις οποίες καταλήγει η έκθεση του ΙΤΕΠ έχουν ως εξής:

Κατά το 2009 ο ελληνικός τουρισμός θα βρεθεί υπό το καθεστώς διεθνούς οικονομικής ύφεσης και ισχυρού ανταγωνισμού, σε ένα συνεχώς επιδεινούμενο διεθνές πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον, αντιμετωπίζοντας τη μεταστροφή στην καταναλωτική συμπεριφορά και τις επιλογές των Ευρωπαίων τουριστών υπέρ του εσωτερικού τουρισμού, των κοντινών εξωχώριων προορισμών και κυρίως των τουριστικών αγορών χαμηλού κόστους, λόγω του υψηλού βαθμού χρέωσης των νοικοκυριών σε πολλές βασικές χώρες - πελάτες μας, της κάμψης της υπερτιμημένης αγοράς ακινήτων και της ανασφάλειας στην αγορά εργασίας (απολύσεις, μείωση πραγματικών μισθών), που συμπιέζουν το διαθέσιμο εισόδημα των εν δυνάμει τουριστών.

Για το 2009 και την τουριστική κίνηση της Ελλάδας προέκυψε πως τα πλέον αισιόδοξα σενάρια έχουν ως εξής:

- Ιδιαίτερα θα μεταβληθεί η τουριστική κίνηση από το Ηνωμένο Βασίλειο (-5,54%), τη Γερμανία (-5,29%) και την Ιταλία (-5,48%). Οι αγορές αυτές συνιστούν το 38% περίπου του εισερχόμενου τουρισμού μας, μερίδιο που ενδέχεται να μεταβληθεί αισθητά, δεδομένης της

σημαντικής μεταβολής του ΑΕΠ που προβλέπει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τις εν λόγω χώρες.

- Συνολικά, η τουριστική κίνηση προς τη χώρα μας θα μειωθεί κατά 4,24% το 2009, ενώ η μείωση της τουριστικής κίνησης από τις παραδοσιακές αγορές θα είναι ακόμη μεγαλύτερη (-4,58%).

Το τελικό αποτέλεσμα για την πορεία του τουριστικού κλάδου δεν εξαρτάται μόνο από την πορεία των αφίξεων, αλλά κυρίως από τον αριθμό των διανυκτερεύσεων και την πραγματοποιηθείσα δαπάνη. Εκτιμάται ότι η μείωση των εσόδων είναι μεγαλύτερη κατά **8-10 ποσοστιαίες μονάδες αυτής των αφίξεων**.

Τέλος, το ΙΤΕΠ τονίζει ιδιαίτερα ότι στην παρούσα φάση είναι αδύνατο και επικίνδυνο να προσπαθήσει κάποιος να εκτιμήσει το προς τα πάνω όριο των αρνητικών επιπτώσεων της κρίσης. Οι οποιεσδήποτε εξελίξεις στον τομέα των κρατήσεων σήμερα μπορούν να εκληφθούν μόνο ως ενδεικτικές της τάσης και όχι του μεγέθους των επιπτώσεων.

Παράλληλα σύμφωνα με τα αποτελέσματα Έρευνας Τουριστικής Συγκυρίας που διενήργησε το ΙΤΕΠ σε 289 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις συνολικής δυναμικότητας 57.937 κλινών, παρά την τρέχουσα οικονομική συγκυρία το 2008, η τουριστική κίνηση εμφάνισε σταθερότητα σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή.

Συγκεκριμένα, το ποσοστό των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων που απάντησαν στην έρευνα ότι είχαν αύξηση της **μέσης πληρότητας**, σε σχέση με πέρυσι, **συμπίπτει** με το ποσοστό των επιχειρήσεων που σημείωσαν μείωση.

Θετική είναι η εικόνα που δίνουν οι απαντήσεις των επιχειρήσεων ως προς τον **κύκλο εργασιών και τον αριθμό των απασχολουμένων**. Τα ποσοστά των επιχειρήσεων που δήλωσαν ότι αύξησαν τον κύκλο εργασιών και τον αριθμό των απασχολουμένων είναι σαφώς μεγαλύτερα από τα ποσοστά των ξενοδοχείων που δήλωσαν μείωση.

Αρνητική είναι η εικόνα όσον αφορά τη **μέση διάρκεια του αριθμού των διανυκτερεύσεων** των επισκεπτών. Το ποσοστό των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι η μέση διάρκεια παραμονής των πελατών μειώθηκε, σε σχέση με πέρυσι, είναι μεγαλύτερο από το ποσοστό των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι αυξήθηκε.

Στον τομέα των **επενδύσεων**, παρά την αβεβαιότητα που επικρατεί για το μέλλον της τουριστικής κίνησης, **πάνω από τις μισές επιχειρήσεις** (55%) δήλωσαν ότι προγραμματίζουν επενδύσεις κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου του 2009.

Εμπόδια και αρνητικοί παράγοντες για την Τουριστική Ανάπτυξη

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων, το 78,8%, απαντά ότι υπάρχουν ανασχετικοί παράγοντες στην ανάπτυξή τους και οι βασικότεροι είναι:

- η γενική οικονομική κρίση **(56,9%)**,
- ο έντονος διεθνής ανταγωνισμός **(40,4%)**,
- η μικρή περίοδος επαρκούς πληρότητας, λόγω εποχικότητας **(37,4%)**,
- η ανεπαρκής ζήτηση **(27,9%)**,
- ο έντονος τοπικός ανταγωνισμός **(26,7%)**,
- η ανεπαρκής κρατική υποστήριξη & γραφειοκρατία **(26,4%)**,
- η ανεπάρκεια εξειδικευμένου προσωπικού **(23%)**,
- η ανεπαρκής υποστήριξη ή εμπόδια από την τοπική αυτοδιοίκηση **(22,1%)** και
- η ανεπάρκεια συγκοινωνιών στην περιοχή τους **(21,7%)**.

Σύγκριση μεταξύ Μεσαίων και Μεγάλων Επιχειρήσεων

Συγκρίνοντας τα αποτελέσματα της έρευνας με κριτήριο το μέγεθος των επιχειρήσεων, προκύπτει εμφανής η υπεροχή των θετικών απαντήσεων (αύξηση κύκλου εργασιών) στις μεγάλες επιχειρήσεις:

Σε όλες σχεδόν τις ερωτήσεις και συγκεκριμένα σε εκείνες που αφορούν τη **μέση πληρότητα, τον κύκλο εργασιών, τις τιμές των υπηρεσιών και τον αριθμό των απασχολουμένων**, τα ποσοστά των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι «**αυξήθηκαν**», είναι σημαντικά **υψηλότερα στις μεγάλες επιχειρήσεις** σε σύγκριση με τις μεσαίες επιχειρήσεις.

Μόνο στην ερώτηση που αφορά τη **μέση διάρκεια του αριθμού των διανυκτερεύσεων των επισκεπτών**, το ποσοστό των θετικών απαντήσεων των μεγάλων επιχειρήσεων είναι μικρότερο από εκείνο των μεσαίων επιχειρήσεων.

Διαφορές, επίσης, παρατηρούνται μεταξύ των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων ως προς **τα εμπόδια που εμποδίζουν την ανάπτυξη τους**.

Για παράδειγμα, ο έντονος διεθνής ανταγωνισμός είναι ο δεύτερος σπουδαιότερος ανασταλτικός παράγοντας για την ανάπτυξη στις μεγάλες μονάδες (42,2%) και ο έκτος για τις μεσαίες επιχειρήσεις

(28,8%). Στις μικρές επιχειρήσεις η ανάπτυξη εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την κρατική υποστήριξη (42,1%), την τοπική αυτοδιοίκηση (38,4%) και την επάρκεια των συγκοινωνιών στην περιοχή τους (37,1%). Αντίθετα, στις μεγάλες επιχειρήσεις αυτοί οι παράγοντες έχουν μικρή βαρύτητα ως αποτρεπτικές αιτίες για την ανάπτυξη τους.

5. Η μεγάλη πρόκληση

Το έτος που διανύουμε, αλλά και το επόμενο πρόκειται να είναι δύο δύσκολα οικονομικά έτη για τις όλες τις χώρες. Σύμφωνα με το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, το παγκόσμιο ΑΕΠ πρόκειται να κινηθεί για πρώτη φορά μετά το 2^ο Παγκόσμιο Πόλεμο με αρνητικό ρυθμό ανάπτυξης. Αυτή η αρνητική συγκυρία θα έχει σαφώς αρνητικές πειπτώσεις και στον τουριστικό τομέα. Από τους αρμόδιους παγκόσμιους οργανισμούς προβλέπεται ο τουριστικός τομέας είτε να παραμείνει στάσιμος είτε να παρουσιάσει πτώση κοντά στο 3,6%. Αυτό συνεπάγεται και αντίστοιχη μείωση εσόδων για τις χώρες υποδοχής τουριστών. Η Ελλάδα, χώρα που βασίζεται στον τουρισμό με την οικονομία του κλάδου να αντανakλά το 16% του συνολικού ΑΕΠ και σχεδόν το 20% της συνολικής απασχόλησης, καλείται να αντιμετωπίσει μια μεγάλη πρόκληση. Σε αυτή την πρόκληση θα πρέπει να απαντήσει γρήγορα και άμεσα ώστε να αποτρέψει την απειλή της μείωσης του τουριστικού κύκλου εργασιών και να προσαρμοστεί στις νέες έκτακτες συνθήκες, επιταχύνοντας τις σχετικές διαρθρωτικές αλλαγές. Συγκεκριμένα απαιτείται:

- Η προσαρμογή των επιχειρήσεων του κλάδου στις νέες τάσεις που θα αναπτυχθούν τα δύο δύσκολα χρόνια: πιο σύντομα ταξίδια, πιο κοντινοί προορισμοί, έμφαση στην ποιότητα με χαμηλό κόστος (value for money), ενίσχυση του ποσοστού του εσωτερικού τουρισμού, μείωση προκρατήσεων.
- Στενή συνεργασία επιχειρήσεων, φορέων και κυβέρνησης για λήψη πρωτοβουλιών (π.χ. τέλος παρεπιδημούντων).
- Άμεση υλοποίηση κυβερνητικών μέτρων.
- Αξιοποίηση συγκριτικών πλεονεκτημάτων και δημιουργία και προώθηση νέων, ελκυστικών σε τιμή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Συνεργασία μεταξύ των μη ομοειδών επιχειρήσεων του κλάδου για την παροχή συνδυαστικών προϊόντων.
- Συγκράτηση τιμών.
- Έμφαση στην ποιότητα.

Η κρίση δημιουργεί και ευκαιρίες και έτσι θα πρέπει να την δουν οι υγιείς επιχειρήσεις του κλάδου. Είναι μια ευκαιρία να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί, να αποδείξουν ότι αντέχουν και να ενεργοποιηθούν σε νέες αγορές. Όσες χώρες έχουν φέτος και του χρόνου τις λιγότερες

«τουριστικές» απώλειες θα βγουν πολλαπλώς κερδισμένες μετά την κρίση.

Το κρίσιμο ζήτημα για την Ελλάδα είναι όχι μόνο το να μην πληγεί οικονομικά ο κλάδος, αλλά το ποια θα είναι η επόμενη ημέρα. Θα πρέπει η Ελλάδα να περιορίσει τις τυχόν απώλειες και να ικανοποιήσει πλήρως τους επισκέπτες που θα την έχουν επιλέξει φέτος σε μια δύσκολη οικονομική συγκυρία.

Τα φετινά έσοδα από τον Τουρισμό θα έχουν μεγαλύτερη αξία από αυτή που είχαν τα προηγούμενα, πιο «εύκολα» χρόνια.

Για την Ελλάδα χώρα με σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα σε πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους, με ισχυρά στηρίγματα στις υποδομές και τις συνθήκες υγιεινής και υγείας, με καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό και υψηλό κατά κεφαλήν ΑΕΠ, η έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην **ποιότητα του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος**.

Ποιότητα με δύο κυρίαρχα χαρακτηριστικά:

- προσωποποίηση παρεχόμενου προϊόντος και υπηρεσίας
- λογικό κόστος εν μέσω οικονομικής κρίσης.

Αυτό είναι το μεγάλο στοίχημα για τη χώρα μας.

6. Τα χαρακτηριστικά της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας

Ο δείκτης ποιότητας του τουριστικού προϊόντος μιας χώρας, γενικά προσδιορίζεται από τις υποδομές και τις υπηρεσίες. Ο δείκτης αυτός κατέχει βαρύνουσα σημασία στη χάραξη μακροπρόθεσμης τουριστικής στρατηγικής και επηρεάζεται δυναμικά από ένα σύνολο παραμέτρων.

Στο πλαίσιο αυτό, στόχος της παρούσας μελέτης είναι να αναδείξει, **ομαδοποιημένα**, το σύνολο των παραμέτρων εκείνων που προσδιορίζουν τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα. Και που κατ' επέκταση μπορούν να αποτελέσουν το συγκριτικό οικονομικό πλεονέκτημα της χώρας μας στον τουριστικό τομέα για τα χρόνια που έρχονται. Τα στοιχεία βασίζονται σε πλήθος ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί τα τελευταία δύο χρόνια.

Τουριστικές υποδομές

Για τη χώρα μας, διάχυτη είναι η εντύπωση πως οι **τουριστικές υποδομές** μας έχουν βελτιωθεί θεαματικά μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004. Μια αναβάθμιση που έχει γίνει αισθητή σε όλους τους τομείς που αφορούν με τον ένα ή τον άλλο τρόπο τις τουριστικές μας υπηρεσίες.

1. Μεταφορές

Αναφορικά με τις μεταφορές, έχουν γίνει βήματα βελτίωσης στις υπηρεσίες των Ελληνικών **αεροδρομίων**. Όμως απομένουν πολλά ακόμα να γίνουν –ειδικά στην περιφέρεια.

Θετικές κρίνονται οι προσπάθειες για τη βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών στα **λιμάνια** της χώρας μας. Και εδώ όμως ζητείται ενίσχυση των προσπαθειών που να είναι πελατοκεντρικές και να οδηγούν σε χειροπιαστά αποτελέσματα καλυτέρευσης. Πρόβλημα αποτελούν οι συχνές βλάβες που παρουσιάζουν τα πλοία κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου με αποτέλεσμα να ταλαιπωρούνται οι επιβάτες και να αναστατώνεται ο προγραμματισμός των διακοπών τους.

Το περιφερειακό **οδικό δίκτυο της χώρας και ειδικότερα ορισμένα μέσα μεταφοράς στον τόπο των διακοπών**, συγκεντρώνουν τις πιο αρνητικές κρίσεις. Ιδιαίτερα αρνητικά είναι τα στοιχεία για το οδικό δίκτυο των νησιών που σε κάποιες περιπτώσεις είναι απηρχαιωμένο, και στο οποίο αποδίδονται τα περισσότερα τροχαία ατυχήματα.

Συνολικά πάντως, σημαντική συμβολή στην ασφαλή και άνετη μεταφορά των τουριστών/ επισκεπτών στην Ελλάδα έχουν:

- Το διεθνές αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος
- Το κύριο οδικό δίκτυο (π.χ. Αττική οδός, Εγνατία)
- Οι συγκοινωνίες και η προσβασιμότητα (νέα λιμάνια σε νησιά και αναφορά στη γέφυρα Ρίου Αντιρρίου, ως έργο σύμβολο των βημάτων εξέλιξης που έχουν γίνει)

2. Υπηρεσίες

Η ίδια αίσθηση βελτίωσης της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών είναι εμφανής σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες όπου σημειώνονται σοβαρές επιχειρηματικές προσπάθειες για αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος στη χώρα μας. Αλλά και στις μικρότερες

ξενοδοχειακές μονάδες, όπου ο **επαγγελματισμός** και το **μεράκι** των ιδιοκτητών δημιουργεί **ζεστασιά και φιλικότητα** στον επισκέπτη.

Αναλυτικότερα:

(α).Τουριστικά καταλύματα

Ο **βαθμός ικανοποίησης** από όσους χρησιμοποιούν ξενοδοχείο για τις διακοπές τους συνδέεται άμεσα με την **εξυπηρέτηση**, τον **επαγγελματισμό**, την **ευγένεια** και την **προθυμία** του προσωπικού να αντιμετωπίσει τις ανάγκες των επισκεπτών και την **καθαριότητα** και τις ανέσεις του δωματίου. Προφανώς και η τοποθεσία του ξενοδοχείου παίζει το δικό της, σημαντικό ρόλο.

Όσοι προτιμούν τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, στα πλεονεκτήματά τους εντάσσουν την **αυτονομία – ανεξαρτησία**, το πιο «προσωπικό» περιβάλλον, την άνεση κινήσεων, το χαμηλότερο κόστος, τη μεγαλύτερη δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί ως «βάση» για εκδρομές.

Γενικά πάντως, οι δύο κυριότεροι λόγοι που κατευθύνουν την επιλογή δωματίου είναι η **τιμή** του και η **άνεση / εξοπλισμός** του.

(β) Χώροι Εστίασης

Στη σχετική κλίμακα αξιολόγησης, η βαθμολογία που συγκεντρώνουν οι χώροι εστίασης είναι χαμηλή. Ειδικότερα, όσον αφορά τα **εστιατόρια / ταβέρνες** σε τουριστικούς προορισμούς. Εδώ η **επαγγελματική εξυπηρέτηση** παραμένει το ζητούμενο, με πλήθος αναφορών σε αρνητικές συμπεριφορές / νοοτροπίες. Έντονη είναι η διαπίστωση πως σε πολλούς δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς το φαγητό είναι πλέον «βιομηχανοποιημένο», χωρίς να προσφέρει κάτι το παραδοσιακό ή το ιδιαίτερο. Την ίδια στιγμή όσοι επαγγελματίες διαφοροποιούνται από αυτή την κατεύθυνση φαίνεται να δημιουργούν ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που έχει απήχηση στους πελάτες.

(γ) Φύση, Μουσεία, Μνημεία, Αρχαιολογικοί χώροι

Η **ελληνική φύση, το φυσικό περιβάλλον, οι παραλίες** και γενικά οι φυσικές ομορφιές της χώρας, αποτελούν μεγάλο δέλεαρ για τους τουρίστες. Εξακολουθεί όμως μία πληγή να είναι ανοικτή και να επιβαρύνει τις αντιλήψεις για την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας. Αυτή η πληγή είναι το **έλλειμμα προστασίας του περιβάλλοντος**. Κυρίως εμφανίζεται μέσα από αρνητικές

συμπεριφορές, αυθαίρετη και ακαλαίσθητη δόμηση και την απουσία ευαισθησίας σε θέματα καθαριότητας δημοσίων χώρων, δρόμων, υπαίθρου κ.λ.π.

Θετικές κρίσεις συγκεντρώνουν τα **αξιοθέατα**, τα **Μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι**. Προβλήματα όμως προκύπτουν από τα ωράρια λειτουργίας και τη φροντίδα που λαμβάνουν κάποιοι από τους χώρους.

Ειδικότερα, η στρατηγική ποιότητας του ελληνικού τουρισμού με την αναφορά στο **περιβάλλον** λειτουργεί θετικά. Λόγω και των ευρύτερων κλιματικών αλλαγών, η κοινή γνώμη εμφανίζεται περισσότερο ευαισθητοποιημένη στα θέματα του περιβάλλοντος. Το να συμπεριληφθεί λοιπόν στη χάραξη επιμέρους τουριστικών δράσεων, η έννοια «περιβάλλον», αποτελεί κίνηση με θετικό αντίκτυπο. Η μόνη επιφύλαξη αφορά αν η διαπίστωση αυτή μπορεί να μετουσιωθεί στην πράξη σε χειροπιαστό αποτέλεσμα.

3. Θεματική Εξειδίκευση του Ελληνικού Τουρισμού

Υπέρ της ανάδειξης των ποιοτικών χαρακτηριστικών του Ελληνικού Τουρισμού τάσσεται και η νέα προσέγγιση που εστιάζει στη θεματική εξειδίκευσή του. Η **θεματική εξειδίκευση** πιστεύεται ότι θα βοηθήσει στη **βελτίωση της ποιότητας** του τουριστικού προϊόντος, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη του τουρισμού ανά τομέα (π.χ. θρησκευτικός – μοναστηριακός τουρισμός).

Ενώ δημιουργείται και η αίσθηση ότι ο σχεδιασμός που γίνεται είναι σύγχρονος και προσαρμοσμένος στις τάσεις και απαιτήσεις της εποχής με σαφώς πιο επαγγελματικό χαρακτήρα.

4. Επαγγελματισμός / Εξειδίκευση

Η **ποιότητα** των τουριστικών υπηρεσιών συνδέεται άμεσα με τον **επαγγελματισμό** και την **εξειδίκευση**. Στον τομέα βελτίωσης των υπηρεσιών κυριαρχούν οι αναφορές στο **ανθρώπινο δυναμικό**. Ειδικά η **εξειδίκευση** του προσωπικού και η **κατάρτιση** θεωρείται πως οδηγούν σε καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών.

Εδώ είναι σημαντικό να επισημανθεί πως βασική προϋπόθεση επιτυχίας είναι η θεματική εξειδίκευση ανά τομέα, να συνδυαστεί με την **επαγγελματική εξειδίκευση** του ανθρώπινου δυναμικού. Γιατί η

ποιότητα στο εγχώριο τουριστικό προϊόν προκύπτει ως συνισταμένη των **υποδομών**, της **συμπεριφοράς** και του **επαγγελματισμού**.

Αναλυτικότερα, είναι γενικά αποδεκτό ότι τα τελευταία χρόνια, έχουν γίνει βήματα προς μια καλύτερη συμπεριφορά και νοοτροπία των επαγγελματιών του τουρισμού. Ειδικά στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, γίνεται λόγος για μία **αλλαγή νοοτροπίας** στην αντιμετώπιση των επισκεπτών – τουριστών. Μια αλλαγή νοοτροπίας που παρατηρείται και στα **νέα στελέχη** που εργάζονται σε επιχειρήσεις του χώρου, και των οποίων η συνολική παρουσία αξιολογείται θετικά. Εδώ, η κυριότερη διαφορά σε σχέση με το παρελθόν είναι πως υπάρχει σε μεγαλύτερο βαθμό **σεβασμός του πελάτη**.

Επίσης αναγνωρίζεται πως η **ενίσχυση της εκπαίδευσης** των σχολών τουριστικών επαγγελματιών, αλλά και η προσαρμογή της εκπαίδευσης αυτής στις σύγχρονες απαιτήσεις (π.χ. **εξειδίκευση στελεχών**), συνολικά θα βοηθήσουν στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών.

Διάχυτη είναι η αίσθηση ότι η ενίσχυση της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στο χώρο του τουρισμού, αναμένεται να βοηθήσει σημαντικά στην κατεύθυνση ενός τουριστικού προϊόντος ποιότητας. Ζητούμενο συνολικά από το νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, είναι η **μεγαλύτερη ευελιξία** και ο **αποτελεσματικός συντονισμός** των εμπλεκόμενων υπηρεσιών.

Φυσικά και παρά τα όποια θετικά σχόλια, δε λείπουν και οι αρνητικές αναφορές κύρια ως προς φαινόμενα νοοτροπιών και συμπεριφορών που λειτουργούν δυσφημιστικά για τον τουρισμό μας. Γιατί τελικά η τουριστική υπηρεσία - και αυτό άλλωστε στοχεύει να αναδείξει η μελέτη - είναι η **δημιουργία μίας σχέσης** με τον πελάτη. Η ποιότητα της σχέσης αυτής εξαρτάται από τις παραμέτρους που την ορίζουν, δηλαδή την ευγένεια, τη φιλικότητα, τον επαγγελματισμό. Και βεβαίως από το αποτέλεσμα της: **Την εξυπηρέτηση του τελικού καταναλωτή – πελάτη**.

Κλείνοντας, πρέπει να επισημανθεί ότι παρά τα σημαντικά βήματα που έχουν γίνει στον τομέα αυτόν, εξακολουθεί να ισχύει η αντίληψη πως είναι διαφορετική (καλύτερη) η αντιμετώπιση των ξένων πελατών απ' ότι των Ελλήνων οι οποίοι θεωρούνται δεδομένοι, κύρια στις περιόδους αιχμής.

5. «Αστεροποίηση» των ξενοδοχείων

Η προσπάθεια απονομής, με αντικειμενικά κριτήρια, αστεριών στα ξενοδοχεία, συγκεντρώνει θετικά σχόλια. Το κυριότερο που

προσλαμβάνει η κοινή γνώμη είναι πως μέσω της «Αστεροποίησης» θα βελτιωθεί η ποιότητα των υπηρεσιών και ο επισκέπτης θα έχει αίσθηση του αναμενόμενου επιπέδου των υπηρεσιών.

Παράγοντες που «πλήττουν» την εικόνα του Ελληνικού Τουρισμού

(α) Διαφοροποίηση επιπέδου παροχής υπηρεσιών

Η επικρατούσα άποψη είναι πως η ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών εξαρτάται από το αν ο τουρίστας είναι Έλληνας ή ξένος. Αναγνωρίζεται πως η συμπεριφορά απέναντι στους Έλληνες έχει βελτιωθεί, εντούτοις όμως καταγράφονται παράπονα. Για τις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες υπάρχει η αντίληψη ότι ευνοούνται οι ξένοι, κάτι που αλλάζει στα μικρά ξενοδοχεία και στα δωμάτια – διαμερίσματα.

Τονίστηκε πάντως πως η συμπεριφορά πολλών επαγγελματιών του τουρισμού, δεν ακολουθεί κάποια πρότυπα και εξαρτάται άμεσα από την εποχή, τη ζήτηση και την τουριστική κίνηση.

(β) Υπερτιμημένες τουριστικές υπηρεσίες

Στην Ελλάδα, είναι διάχυτη η διαπίστωση ότι οι τουριστικές υπηρεσίες, αναφορικά με τον εσωτερικό τουρισμό, πλην λίγων εξαιρέσεων, δεν αξίζουν τα χρήματα που πληρώνει κανείς. Σε σχέση με το εξωτερικό οι υπηρεσίες που παρέχονται στην Ελλάδα θεωρούνται ακριβότερες.

Δεν είναι τυχαίο λοιπόν ότι αδυναμία του εσωτερικού τουρισμού είναι οι ακριβές υπηρεσίες που δεν είναι value for money. Επίσης το ότι οι υπηρεσίες υφίστανται σημαντικές διακυμάνσεις στο επίπεδό τους.