

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

1.1 Το φαινόμενο του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο με θεαματική δυναμική, κυρίως, τα τελευταία πενήντα χρόνια. Στη χρονική αυτή διαδρομή ο τουρισμός άλλαξε μορφή και ένταση, ενώ συνεχώς εξελίσσεται και διαφοροποιείται σύμφωνα με τις εξελίξεις και τα εκάστοτε πρότυπα της οικονομίας και της κοινωνίας, στις οποίες δρα και αναπτύσσεται. Μπορεί, αναλογικά, ως μια πρώτη μορφή τουρισμού να αναγνωρίζεται η περιήγηση, με βάση μια ατομική αναζήτηση για τις ρίζες του παρελθόντος, την περιέργεια για άλλους πολιτισμούς και την περιπλάνηση σε άγνωστους τόπους, μια δραστηριότητα για τους λίγους (Lofgren, 1999). Όμως, στην κλίμακα και στην έκταση που έχει πάρει στη σύγχρονη εποχή, ο τουρισμός αναπτύχθηκε ως μαζικό φαινόμενο μετά τα μέσα του εικοστού αιώνα (Likorish και Jenkins, 2004). Με βάση την ατομική ανάγκη για ξεκούραση, εξελίχθηκε πλέον ως κοινωνική ανάγκη, ως «δικαίωμα» για αναψυχή, φαινόμενο με πολύ μεγάλη σημασία, από την πλευρά τόσο της παγκόσμιας οικονομίας όσο και της ανάπτυξης ενός τόπου.

Δεν υπάρχει πλέον γωνιά στον κόσμο που να μην έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον του σύγχρονου τουρίστα, από τη ζούγκλα του Αμαζονίου μέχρι την Αρκτική, από τα υπερσύγχρονα ξενοδοχεία στον Αραβικό κόλπο μέχρι τα πρώην «γκούλαγκ» στη Σιβηρία. Αντίστοιχα, δεν υπάρχει χώρα ή χωριό που να μην αναζητά να προσελκύσει το ενδιαφέρον του τουρισμού με τον έναν ή τον άλλο τρόπο προσδοκώντας στα σημαντικά πολλαπλασιαστικά του οφέλη (οικονομικά, πολιτισμικά και κοινωνικά). Για απόδειξη δεν χρειάζεται παρά να επισκεφτεί κανείς μία από τις διεθνείς (WTM,<sup>1</sup> ITB,<sup>2</sup> κ.λπ.) ή εθνικές (π.χ. Φιλοξένια) εκθέσεις τουρισμού για να διαπιστώσει έναν διαρκώς αυξανόμενο αριθμό συμμετεχόντων-εκθετών. Παράλληλα, θα διαπιστώσει τι συμβαίνει στον τουριστικό χώρο και πώς κυμαίνονται οι τάσεις της αγοράς, όχι μόνο από τους φορείς τουρισμού και τους διοργανωτές ταξιδιωτικών πακέτων, αλλά και από τους ίδιους τους τουρίστες, καθώς και τους έμμεσα εμπλεκόμενους με τον τουρισμό.

1. WTM: World Travel Market (ετήσια Παγκόσμια Έκθεση Ταξιδιών στο Λονδίνο)

2. ITB: International Tourism Berlin (ετήσια Διεθνής Έκθεση Τουρισμού στο Βερολίνο)

Πολλοί είναι οι λόγοι για τους οποίους παρουσιάζεται αυτό το αυξημένο ενδιαφέρον για την προσέλκυση τουριστών σε έναν τόπο:

- Πρώτον, διότι ο κάθε τόπος είναι διαφορετικός και μπορεί –εν δυνάμει– με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του να προσελκύσει το ενδιαφέρον κάποιων επισκεπτών.
- Δεύτερον, διότι με την παγκοσμιοποίηση, τις νέες τεχνολογίες και τη διάχυση της πληροφορίας ο κάθε τόπος μπορεί να προβάλλει τα τουριστικά θέληγητά του σε όλο τον κόσμο.
- Τρίτον, διότι υπάρχει ένα ευρύ φάσμα αναγκών (π.χ. αναψυχή, εκπαίδευση κ.λπ.) και κατά συνέπεια θέληγητων (ήλιος και θάλασσα, χιόνι, φυσικές ομορφιές, γαστρονομία, αρχαιότητες κ.λπ.) που αποζητά ο σύγχρονος άνθρωπος.
- Τέταρτον, διότι η ανάπτυξη του τουρισμού σε έναν τόπο συμβάλλει καταλυτικά στη στήριξη και την ανάπτυξη και άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων, δεδομένου ότι ο τουρισμός έχει πολλαπλές διασυνδέσεις με άλλους κλάδους (γεωργία, αλιεία, εμπόριο, κατασκευές, μεταφορές κ.λπ.) και σημαντικά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα στην οικονομία.
- Πέμπτον, διότι ο τουρισμός, εάν αναπτυχθεί σωστά, μπορεί να συμβάλει και στην ανάδειξη και την προστασία της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς σε έναν τόπο, να αναβαθμίσει τις υπηρεσίες και για τους κατοίκους, συμβάλλοντας στην κοινωνική ανάπτυξη γενικότερα.
- Έκτον, διότι ο τουρισμός συμβάλλει στην ευημερία ενός τόπου, στο σεβασμό στη διαφορετικότητα, στην αλληλοκατανόηση πολιτισμών και άρα στην ενίσχυση της αλληλεγγύης μεταξύ των λαών σε συνδυασμό με την ενίσχυση της δημοκρατίας και της ειρήνης.

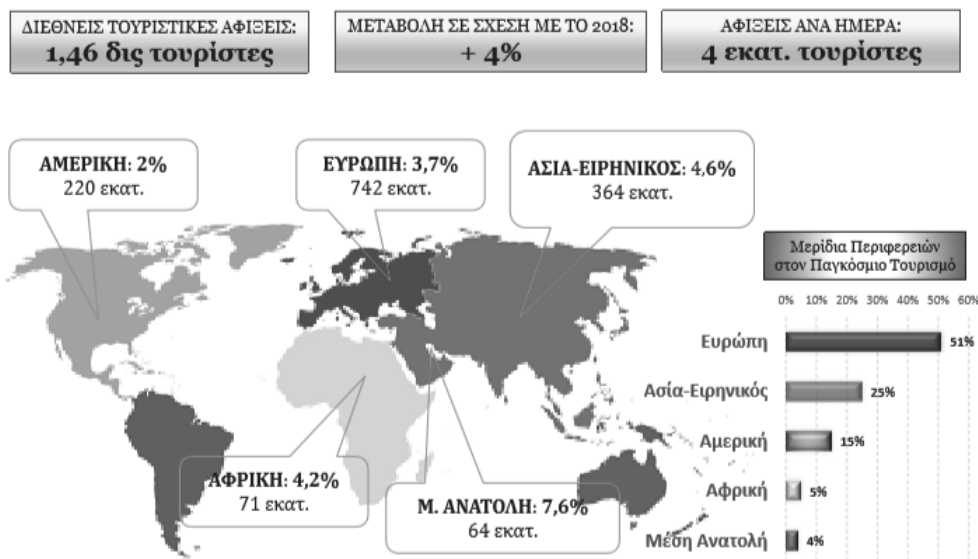
Υπάρχουν επίσης πολλοί άλλοι λόγοι που ανάγονται στους στόχους και τις επιδιώξεις του ατόμου και της σύγχρονης κοινωνίας. Όλοι αυτοί, μεμονωμένα ή και σε συνδυασμό, μπορούν να εξηγήσουν γιατί ο τουρισμός βρίσκεται στο επίκεντρο του παγκόσμιου ενδιαφέροντος και έχει αναδειχτεί σε σημαντική οικονομική δραστηριότητα με ιδιαίτερη δυναμική ανάπτυξης και βαρύτητα πλέον και στην παγκόσμια οικονομία.

## 1.2 Η ανάπτυξη του τουρισμού – τάσεις και προοπτικές για το μέλλον

Ο τουρισμός έχει αναδειχτεί σε μείζονα οικονομική δραστηριότητα παγκοσμίως. Τα τελευταία τριάντα χρόνια ο παγκόσμιος τουρισμός αυξάνεται με ταχύτερο ρυθμό από το παγκόσμιο ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν). Το 2019 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις (διανυκτερεύοντες επισκέπτες) παγκοσμίως, έφτασαν περίπου τα 1,5 δισεκατομμύρια τουρίστες (ρυθμός μεταβολής +4% σε σχέση με το 2018), ενώ οι αφίξεις ανά ημέρα να κυμαίνονται στα 4 εκατομμύρια τουρίστες

## ΣΧΗΜΑ 1

Παγκόσμιος τουρισμός: 2019 μία ακόμα χρονιά αύξησης



Πηγή: επεξεργασία ΙΤΕΠ & ΞΕΕ από World Tourism Barometer, Vol 18, Jan 2020.

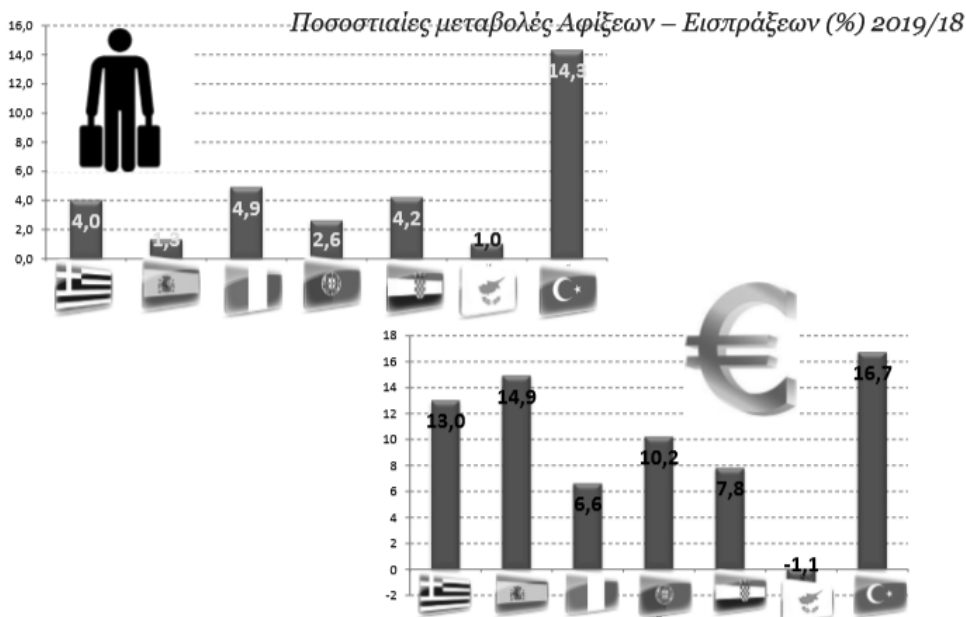
(Σχήμα 1, World Tourism Barometer, Vol. 18, Jan 2020). Το 2019 ήταν ένα ακόμη έτος έντονης ανάπτυξης, αν και βραδύτερο σε σύγκριση με τους εξαιρετικούς ρυθμούς του 2017 (+7%) και του 2018 (+6%) με τη ζήτηση να είναι βραδύτερη, κυρίως στις προηγμένες οικονομίες και ιδιαίτερα στην Ευρώπη (UNWTO, 2020).

Ο διεθνής τουρισμός τριπλασιάστηκε μέσα σε είκοσι πέντε χρόνια (1975-2000) και αυξήθηκε αλλη μιαιμισή φορά την επόμενη εικοσαετία σύμφωνα με τα στοιχεία του ΠΟΤ, ενώ αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνεται με υψηλούς ρυθμούς σύμφωνα με τις προσφάτες προβλέψεις του ίδιου Οργανισμού (2020). Έτσι, σύμφωνα με τον ΠΟΤ το 2030 θα έχουμε περίπου 1,8 δις διεθνείς τουρίστες (έναντι 950 εκ. το 2010, 1,2 δις το 2015 και 1,6 δις το 2020), υπολογίζοντας ρυθμούς ανάπτυξης 3,3% το χρόνο, ενώ το σύνολο των διεθνών τουριστικών αφίξεων στις αναδυόμενες οικονομίες (Ασία, Ειρηνικός, Αφρική) θα υπερβεί σταδιακά το αντίστοιχο των αναπτυγμένων οικονομιών. Μάλιστα, η Νότια Ευρώπη αναμένεται (μαζί με την βορειοανατολική Ασία) να είναι η περιοχή που θα προσελκύσει το μεγαλύτερο αριθμό ξένων τουριστών το 2030 (περίπου 290 εκ. τουρίστες).

Οι προβλέψεις αυτές υπογραμμίζουν, αφενός, το δυναμισμό του τουρισμού, και αφετέρου, μια εδραιωμένη πίστη ότι, παρά τα ενδεχόμενα βραχυχρόνια προβλήματα, ο τουρισμός θα αναπτύσσεται μακροχρόνια, πιο γρήγορα από την παγκόσμια οικονομία.

## ΣΧΗΜΑ 2

Ευρωπαϊκός τουρισμός: εξελίξεις σε επιλεγμένες ανταγωνίστριες χώρες



Πηγή: επεξεργασία ΙΤΕΠ & ΞΕΕ από Εθνικές Στατιστικές Υπηρεσίες και Κεντρικές Τράπεζες Χωρών.

Αν και σε παγκόσμιο επίπεδο ο τουρισμός αναμένεται να συνεχίζει να αυξάνεται, οι διάφορες περιοχές του κόσμου αναμένεται να έχουν διαφορετική συμπεριφορά, κάποιες να αναπτύσσονται ταχύτερα τουριστικά (ιδίως οι νέοι μακρινοί προορισμοί) και κάποιες πιο αργά. Ας σημειωθεί ότι ο ρυθμός αύξησης των αφίξεων δεν είναι ο μοναδικός δείκτης δυναμισμού, αλλά θα πρέπει να συνεκτιμάται και με άλλους, ιδίως με το σχετικό μέγεθος (βάσης), καθώς και με τα έσοδα.

Η Ευρώπη αποτελεί μείζονα παγκόσμιο προορισμό, καθώς συγκεντρώνει το 51% των διεθνών αφίξεων (742 εκατομμύρια το 2019), έναντι του 53,6% των διεθνών αφίξεων (484,4 εκατομμύρια το 2007). Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού οι διεθνείς αφίξεις στην Ευρώπη αναμένεται να ξεπεράσουν τα 717 εκατομμύρια το 2020. Παρά την άνοδο στους αναδυόμενους νέους προορισμούς ανά τον κόσμο, η Ευρώπη προβλέπεται να συνεχίσει να αποτελεί τον πρωταρχικό τουριστικό προορισμό, ταυτόχρονα όμως, για πολλούς προορισμούς, αντιπροσωπεύει και τη μεγαλύτερη τουριστική αγορά προέλευσης. Ιδιαίτερης σημασίας για τη χώρα μας είναι η σχετική συμπεριφορά της μεσογειακής Ευρώπης, που σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία δέχεται το 1/3 των τουριστών του συνόλου της Ευρώπης, αλλά αυξάνεται ταχύτερα από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.

### *Τουρισμός και παγκόσμια οικονομία*

Ο τουρισμός επηρεάζεται σημαντικά από τη γενικότερη κατάσταση στην παγκόσμια οικονομία, καθώς η εξέλιξή του συναρτάται με το διαθέσιμο εισόδημα (και την ψυχολογική διάθεση) για αναψυχή όσο και με τις δαπάνες για επαγγελματικά ταξίδια.

Τα τελευταία τριάντα πέντε χρόνια ο μέσος ρυθμός αύξησης του τουρισμού ήταν σε γενικές γραμμές περίπου 1,3 φορές μεγαλύτερος από τον μέσο ρυθμό αύξησης του ΑΕΠ. Σε περιόδους κρίσης βέβαια επηρεάζεται αρνητικά και ο τουρισμός. Η χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 επηρέασε, όπως ήταν φυσικό, και τον τουρισμό, που έκλεισε με μικρή αύξηση (+2%) χάρη στην εξαιρετική εξέλιξη το πρώτο εξάμηνο του έτους. Οι βραχυχρόνιες προοπτικές για τον τουρισμό συναρτώνται με τις προοπτικές της παγκόσμιας ανάκαμψης (ή ύφεσης) αλλά μακροχρόνια οι προοπτικές εμφανίζονται αισιόδοξες

Παράλληλα, η αβεβαιότητα γύρω από τις εντάσεις του Brexit, του γεωπολιτικού και του εμπορίου, καθώς και η παγκόσμια οικονομική επιβράδυνση, επιβάρυναν την ανάπτυξη. Το 2019 ήταν επίσης έτος σημαντικών μετατοπίσεων στον τομέα με την κατάρρευση του Thomas Cook και αρκετών αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη. Όλες οι περιφέρειες παρουσίασαν αύξηση στις αφίξεις. Η Μέση Ανατολή (+8%) οδήγησε στην ανάπτυξη, ακολουθούμενη από την Ασία και τον Ειρηνικό (+5%). Οι διεθνείς αφίξεις στην Ευρώπη και την Αφρική (+4%) αυξήθηκαν σύμφωνα με τον παγκόσμιο μέσο όρο, ενώ η Αμερική παρουσίασε αύξηση 2%. Σύμφωνα με τις κύριες αγορές πηγών, η Γαλλία ανέφερε τη μεγαλύτερη αύξηση των διεθνών δαπανών στον τομέα του τουρισμού μεταξύ των δέκα πρώτων αγορών, ενώ οι Ηνωμένες Πολιτείες οδήγησαν την ανάπτυξη σε απόλυτους όρους. Με βάση τις τρέχουσες τάσεις και τις οικονομικές προοπτικές, ο UNWTO προέβλεπε αύξηση της τάξης του 3%-4% στις διεθνείς αφίξεις τουριστών, ανά τον κόσμο, το 2020 (UNWTO, 2020). Ωστόσο, η πανδημία του κορωνοϊού (COVID-19 Coronavirus), στις αρχές του 2020, αποτέλεσε ένα ισχυρό πλήγμα στην παγκόσμια τουριστική οικονομία και απασχόληση, ενώ προβλέπεται ότι θα επηρεάσει αφίξεις και εισπράξεις, στο σύνολο των τουριστικών προορισμών του κόσμου, πιθανότατα και το 2021.

Σε κάθε περίπτωση, η προηγούμενη εμπειρία από παρόμοια (όχι όμως τόσο ισχυρά) προβλήματα, σε παγκόσμιο επίπεδο (Φυσικές Καταστροφές, θέματα Δημόσιας Υγείας, Ύφεση, Τρομοκρατία) δείχνουν ότι ο παγκόσμιος τουρισμός πλήττεται, αλλά ανακάμπτει, συνήθως, νωρίτερα από τις προβλέψεις.

### *1.3 Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού*

Ο τουρισμός συνεχώς αλλάζει, ως αποτέλεσμα ευρύτερων σύνθετων κοινωνικών, πολιτισμικών, τεχνολογικών και οικονομικών αλλαγών. Η αύξηση των εισοδημάτων αλλά και η αυξανόμενη διαθεσιμότητα ελεύθερου χρόνου αποτέλεσαν τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης τα τελευταία πενήντα χρόνια. Παράλληλα, η τε-

χνολογική πρόοδος, ιδιαίτερα στις αεροπορικές μεταφορές, ήδη από τη δεκαετία του 1960, έδωσε τη δυνατότητα μετάβασης σε εύλογο χρονικό διάστημα σε μακρινούς τόπους με ελκυστικά χαρακτηριστικά για ξεκούραση και αναψυχή (Vellas F., 2007). Αυτή η προοπτική οδήγησε σε οργανωτικές αλλαγές στην προσφορά υπηρεσιών με την ανάπτυξη των οργανωμένων ταξιδιών, οι οποίες μείωσαν το ταξιδιωτικό κόστος και έδωσαν τη δυνατότητα σε περισσότερο κόσμο να ταξιδέψει, οδηγώντας στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού και σε μια έκρηξη της ζήτησης για ταξίδια αναψυχής.

Στην πιο πρόσφατη περίοδο, τις τελευταίες δύο δεκαετίες, νέες σαρωτικές κοινωνικές, πολιτικές, τεχνολογικές και οικονομικές αλλαγές επηρέασαν σημαντικά και άλλαξαν τη μέχρι τώρα πορεία του τουρισμού (Biederman P. κ.ά., 2008). Η αναδιάρθρωση της παγκόσμιας οικονομίας με το άνοιγμα των αγορών, ένα φαινόμενο που συχνά αποκαλείται «παγκοσμιοποίηση», οι αλλαγές στον παγκόσμιο γεωπολιτικό χάρτη με την ουσιαστική άρση των πολιτικών εμποδίων στις μετακινήσεις κεφαλαίων, αγαθών και προσώπων, σε συνδυασμό με την «επανάσταση στην τεχνολογία της πληροφορίας», δημιούργησαν συνθήκες διάχυσης και ανάπτυξης του τουρισμού παγκοσμίως. Νέες αγορές αποκτούν σταδιακά δυναμική παρουσία στη διεθνή τουριστική σκηνή και καταλαμβάνουν σημαντικό τμήμα της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς, προσφέροντας τη δυνατότητα επίσκεψης σε νέους, «παρθένους» και «ελκυστικότερους» προορισμούς. Νέες περιοχές εμφανίζονται ως δυνητικές πηγές, αγορές-στόχοι (Κίνα και Ινδία) ή ως νέοι προορισμοί (Εμιράτα του Περσικού Κόλπου, Κίνα, Βιετνάμ κ.ά.) προσφέροντας το «νέο» και «εξωτικό», συναγωνιζόμενες τους καθιερωμένους τουριστικούς τόπους. Επιπλέον, το άνοιγμα νέων αγορών (Ρωσία, Ινδία, Κίνα) και η άνοδος του εισοδήματος έχουν δημιουργήσει νέους εν δυνάμει τουρίστες-καταναλωτές.

Η «δημοκρατικοποίηση» της πληροφόρησης επέφερε βελτιώσεις στην προσέγγιση δυνητικών πελατών-επισκεπτών, φέρνοντας καινοτομία και επανάσταση στη δομή της τουριστικής προσφοράς, οδηγώντας έτσι σε ακόμα μεγαλύτερο ανταγωνισμό μεταξύ των προμηθευτών (tour operators, αεροπορικών εταιρειών, ξενοδοχειακής βιομηχανίας, ταξιδιωτικών πρακτορείων κ.λπ.). Ήδη στην αγορά αναπτύχθηκαν αποκεντρωμένες δομές, που ανατρέπουν παραδοσιακές ισορροπίες και σχέσεις. Για παράδειγμα, οι εταιρείες ηλεκτρονικού εμπορίου τουριστικών υπηρεσιών (π.χ. Expedia) ή οι αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους (charter) που διεκδικούν ένα αυξανόμενο μερίδιο από παραδοσιακούς κύριους «δρώντες» όπως οι διεθνείς tour operators, οι οποίοι είναι οι βασικοί πρωταγωνιστές σε μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση των τιμών και της τουριστικής ζήτησης (Vellas F., 2007). Με τον αυξανόμενο ανταγωνισμό προσαρμόζονται και εκείνοι αλλάζοντας άρδην το επιχειρηματικό τοπίο της τουριστικής αγοράς.

Η ανάπτυξη των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους, με τη χρήση περιφερειακών αερολιμένων, διαμορφώνουν νέα γεωγραφική κατανομή στις μεταφορές που θα ενισχύσει προορισμούς οι οποίοι επωφελούνται από αυτές.

Το Διαδίκτυο έχει ήδη εξελιχτεί σε ισχυρό μέσο ενημέρωσης και διαχείρισης