

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΕΙ Κρήτης



Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό
Ίδρυμα Κρήτης

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**<<Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΣΤΗΝ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ>>**

ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΔΟΤΣΙΟΣ ΠΕΡΙΚΛΗΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΜΟΥΔΑΤΣΟΥ ΑΡΓΥΡΩ

ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2019

Copyright© ΔΟΤΣΙΟΣ ΠΕΡΙΚΛΗΣ2019

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος, All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα
Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει
απαραιτήτως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους
του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΙΑ

Θεωρώ μεγάλη ανάγκη να ευχαριστήσω τους ανθρώπους που με βοήθησαν στην εκπόνηση της πτυχιακής μου εργασίας, παρέχοντας μου υλική και ψυχολογική υποστήριξη.

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέποντα καθηγήτρια μου κα Μουδάτσου Αργυρώ που με εμπιστεύτηκε και μου έδωσε την ευκαιρία να εντρυφήσω στο θέμα του εναλλακτικού τουρισμού και την επίδραση του στην ελληνική οικονομία και να αναπτύξω την πτυχιακή μου. Επίσης την ευχαριστώ για τις συμβουλές τις παρατηρήσεις και την υπομονή σε όλη την διάρκεια της πτυχιακής μου εργασίας

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου καθώς μου παρείχε αμέριστη υλική και ψυχολογική συμπαράσταση κατά την διάρκεια των σπουδών μου στο Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αποτυπωθεί η κατάσταση της Ελλάδος όσον αφορά την μορφή του εναλλακτικού τουρισμού και να συνδεθεί με τις επιπτώσεις στην ελληνική οικονομία και επίσης να συνδεθεί με το ΕΣΠΑ. Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος πρωτογενούς έρευνας (με ερωτηματολόγιο) και ανάλυση με τη μέθοδο Likert και σχολιάστηκαν τα αποτελέσματα. Από την ανάλυση του ερωτηματολογίου αναφορικά με τον εναλλακτικό τουρισμό προκύπτει ότι το ΕΣΠΑ βοηθά οικονομικά τις επιχειρήσεις του τομέα εναλλακτικού τουρισμού και επίσης ότι ο εναλλακτικός τουρισμός είναι παράγων για την οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδος.

Λέξεις κλειδιά: Τουρισμός, Εναλλακτικός τουρισμός, Οικονομική ανάπτυξη, Ερωτηματολόγιο.

ABSTRACT

In this thesis it is attempted to describe the field of Greek alternative tourism (as a type of Greek tourism), to analyze the impact of this type of tourism on the Greek economy and relate it with ESPA. A research based on questionnaire and an analysis using Likert method is applied. The results are discussed and conclusions are drawn. After having examined the questionnaire on companies in the sector of alternative tourism we conclude that ESPA helps financially the companies of the above sector as well as that alternative tourism is an economic growth driver for Greece.

Keywords: Tourism, Alternative tourism, Economic Growth, Questionnaire.

Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ABSTRACT	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΟΡΙΣΜΟΙ	9
1.1. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	9
1.2. Ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΣΤΗΝ ΕΕ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	14
2.1. ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΕ	14
Πίνακας 2.1. Αριθμός αφίξεων στις ανταγωνίστριες μεσογειακές Ευρωπαϊκές χώρες	15
Πίνακας 2.1α. Μεριδία αφίξεων στις ανταγωνίστριες μεσογειακές Ευρωπαϊκές χώρες	15
Διάγραμμα 2.1. Το μερίδιο των αφίξεων των τουριστών στις ανταγωνίστριες μεσογειακές Ευρωπαϊκές χώρες (2008)	16
Διάγραμμα 2.2. Το μερίδιο των αφίξεων των τουριστών στις ανταγωνίστριες μεσογειακές Ευρωπαϊκές χώρες (2016)	16
2.2. ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ (Η ΖΗΤΗΣΗ)	17
Πίνακας 2.2 Παρουσίαση τουριστικών κινήτρων	17
2.3. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ)	18
Πίνακας 2.3. Το ξενοδοχειακό δυναμικό	21
2.4. Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	21
2.5. ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	22
2.6. ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ - ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	23
2.7. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	24
2.7.1. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	24
Διάγραμμα 2.3. Η Απασχόληση Στα Ελληνικά Τουριστικά Καταλύματα	24
Πίνακας 2.4. Η απασχόληση στα Ελληνικά τουριστικά καταλύματα	25
Διάγραμμα 2.4. Η Απασχόληση Στην Εστίαση	25
Διάγραμμα 2.5. Η Απασχόληση Στα Γραφεία Ταξιδίων	26
Διάγραμμα 2.6. Εκτίμηση της τουριστικής απασχόλησης στην Ελλάδα (2011)	27
Πίνακας 2.5. Η Απασχόληση στον Κλάδο του Τουρισμού το 2011 (σε χιλιάδες άτομα)	28

2.7.2. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΑΕΠ	28
Πίνακας 2.6. Συνοπτικά Μεγέθη Ελληνικού Τουρισμού	29
2.8 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	31
2.8.1 ΚΑΤΑ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ	31
Πίνακας 2.7. Διανυκτερεύσεις (σε χιλιάδες) (όλα τα καταλύματα εκτός campings)	31
Διάγραμμα 2.7. Ποσοστιαία κατανομή διανυκτερεύσεων Ελλήνων και αλλοδαπών	31
2.8.2 ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΑ	32
Πίνακας 2.8. Συνολικές διανυκτερεύσεις (σε χιλιάδες)	32
Διάγραμμα 2.8. Ποσοστιαία κατανομή διανυκτερεύσεων κατά ηλικία	32
2.8.3 ΚΑΤΑ ΦΥΛΟ	33
Διάγραμμα 2.9. Ποσοστιαία κατανομή διανυκτερεύσεων κατά φύλο	33
2.8.4 ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	34
Διάγραμμα 2.10. Χώρες Προέλευσης τουριστών (2016)	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	35
3.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	35
3.1.1 Ο αγροτουρισμός	37
3.1.2 Πολιτιστικός τουρισμός	38
3.1.3 Τουρισμός υγείας	39
3.1.4 Θαλάσσιος τουρισμός	39
3.1.5 Οικοτουρισμός	39
3.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	40
3.3 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	41
3.4 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	41
3.4.1. Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	41
Πίνακας 3.1. Μουσεία και Αρχαιολογικοί χώροι της Ελλάδος	42
3.4.1.α Περιοχές φυσικού κάλλους	42
Εικόνα 3.1. Η Λίμνη Δόξα στον Φενεό Κορινθίας	43
Εικόνα 3.2. Η λίμνη Πλαστήρα	43
Εικόνα 3.3. Το γεφύρι της Κόνιτσας	44
Εικόνα 3.4. Οι καταρράκτες του ποταμού Κρικελιώτη στην Ευρυτανία	45
Εικόνα 3.5. Το φαράγγι της Σαμαριάς	46

Εικόνα 3.6. Τα επιβλητικά Μετέωρα έξω από την Καλαμπάκα	46
Εικόνα 3.7. Η ιδιαίτερη λίμνη Μελισσάνη της Κεφαλονιάς, που βρίσκεται 20 μέτρα κάτω από την επιφάνεια του εδάφους	47
3.4.1.β Σπήλαια	47
3.4.2. ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	50
3.4.3. ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΙ ΝΟΜΟΙ	54
4.1 ΓΕΝΙΚΑ	54
4.2 ΤΟ ΕΣΠΑ	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΕΣΠΑ	56
5.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	56
5.2 ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	61
6.1 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	61
Πίνακας 6.1. Κατανομή δείγματος αναφορικά με τα χρόνια που δραστηριοποιείται η επιχείρηση στον εναλλακτικό τουρισμό .	61
Διάγραμμα 6.1. Κατανομή δείγματος αναφορικά με τα χρόνια που δραστηριοποιείται η επιχείρηση στον εναλλακτικό τουρισμό	62
Πίνακας 6.2. Κατανομή δείγματος αναφορικά με τη μορφή της επιχείρησης	62
Διάγραμμα 6.2. Κατανομή δείγματος αναφορικά με τη μορφή της επιχείρησης	63
Πίνακας 6.3. Κατανομή δείγματος αναφορικά με τον αριθμό των απασχολούμενων	64
Διάγραμμα 6.3. Κατανομή δείγματος αναφορικά με τον αριθμό των απασχολούμενων	65
6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ	66
Πίνακας 6.4. Αύξηση ή μείωση του ενδιαφέροντος για εναλλακτικό τουρισμό με την αύξηση του τουρισμού	66
Πίνακας 6.5. Αν οι επιχειρήσεις έχουν δηλώσει ποτέ συμμετοχή σε κάποιο πρόγραμμα ΕΣΠΑ	66
Πίνακας 6.6. Αν οι επιχειρήσεις έχουν λάβει κάποια επιδότηση για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού	67
Πίνακας 6.7. Αν η επιλογή σας σε πρόγραμμα ΕΣΠΑ περί εναλλακτικού τουρισμού είχε αρνητικές συνέπειες από άποψη κερδοφορίας	67

Πίνακας 6.8. Τα προγράμματα ΕΣΠΑ που προσφέρονται από το κράτος, βοηθούν κατά την γνώμη σας την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι ελληνικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με βάση τον εναλλακτικό τουρισμό;	68
Διάγραμμα6.4. Τα προγράμματα ΕΣΠΑ που προσφέρονται από το κράτος, βοηθούν κατά την γνώμη σας την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι ελληνικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με βάση τον εναλλακτικό τουρισμό;	69
Πίνακας 6.9. Αναφορικά με το αν πιστεύει η επιχείρηση πως ο εναλλακτικός τουρισμός επηρεάζει αρνητικά ή θετικά την προς τα έξω εικόνα και φήμη της επιχείρησής σας;	69
Διάγραμμα6.5. Αναφορικά με το αν πιστεύει η επιχείρηση πως ο εναλλακτικός τουρισμός επηρεάζει αρνητικά ή θετικά την προς τα έξω εικόνα και φήμη της επιχείρησής σας;	70
Πίνακας 6.10. Πιστεύετε πως η ύπαρξη επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού δεν βοηθάει ιδιαίτερα την Ελληνική οικονομία;	71
Διάγραμμα6.6. Πιστεύετε πως η ύπαρξη επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού δεν βοηθάει ιδιαίτερα την Ελληνική οικονομία;	71
Πίνακας 6.11. Κατά την γνώμη σας θα μπορούσε να αναπτυχθεί περισσότερο η Ελληνική οικονομία αν υπήρχαν περισσότερες επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού;	72
Διάγραμμα6.7. Κατά την γνώμη σας θα μπορούσε να αναπτυχθεί περισσότερο η Ελληνική οικονομία αν υπήρχαν περισσότερες επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού;	72
Πίνακας 6.12. Τι ποσοστό πιστεύετε ότι καλύπτει ο εναλλακτικός τουρισμός στο σύνολο του τουρισμού στην Ελλάδα;	73
Διάγραμμα6.8. Τι ποσοστό πιστεύετε ότι καλύπτει ο εναλλακτικός τουρισμός στο σύνολο του τουρισμού στην Ελλάδα;	74
Πίνακας 6.13. Πιστεύετε στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας μέσω του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα στο μέλλον;	75
Διάγραμμα6.9. Πιστεύετε στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας μέσω του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα στο μέλλον;	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	76
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	78

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΟΡΙΣΜΟΙ

1.1. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός μπορεί να ταξινομηθεί σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με το κριτήριο ταξινόμησης. Με βάση το τουριστικό κατάλυμα (τουρισμός ξενοδοχείου, τουρισμός πανσιόν, τουρισμός μπανγκαλόου και επιπλωμένων διαμερισμάτων, τουρισμός κάμπινγκ, τουρισμός παραθεριστικής κατοικίας, τουρισμός τροχόσπιτου κλπ). Ανάλογα με τον προορισμό διακρίνεται σε ημεδαπό και αλλοδαπό. Επίσης μπορεί να διακριθεί σε τουρισμό αναψυχής, πολιτιστικό τουρισμό, αθλητικό τουρισμό, γαστρονομικό τουρισμό, κυνηγετικό τουρισμό, θρησκευτικό τουρισμό, εορταστικό τουρισμό, οικογενειακό τουρισμό, αγροτουρισμό κ.λπ. Επίσης, σε σχέση με το μέγεθος της ομάδας σε ατομικό τουρισμό, οικογενειακό και ομαδικό τουρισμό (γκρουπ). Σε σχέση με την ηλικία κατατάσσεται σε τουρισμό νέων και τουρισμό τρίτης ηλικίας. Ακόμα, σε σχέση με τον προϋπολογισμό του ταξιδιού σε τουρισμό πολυτελείας, κοινωνικό τουρισμό και μαζικό τουρισμό. Ανάλογα με την διάρκεια παραμονής μπορεί να διακριθεί σε τουρισμό μικρής διάρκειας, μεγάλης διάρκειας και τουρισμό του weekend. Υπάρχει επίσης και ο επαγγελματικός τουρισμός που υποδιαιρείται σε τεχνικό τουρισμό, επιστημονικό τουρισμό, συνεδριακό τουρισμό, εκθεσιακό τουρισμό, τουρισμό κινήτρων κ.ά. Τέλος, υπάρχει και ο τουρισμός για λόγους υγείας όπως ο τουρισμός ανάπαυσης, ο ιαματικός τουρισμός κ.λπ. (Βαρβαρέσσος, 2008: 114- 116).

Ο τουρισμός είναι μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα παγκοσμίως. Αυτό είναι ευρέως γνωστό. Αξίζει να αναφερθεί ότι τα τελευταία τριάντα χρόνια ο παγκόσμιος τουρισμός αυξάνεται με ταχύτερο ρυθμό από ότι το παγκόσμιο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (Α.Ε.Π.). Οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών το 2016 έφτασαν σε 1,235 εκατομμύρια συμβάλλοντας, μαζί με τις αερομεταφορές, στο 10% του παγκόσμιου ΑΕΠ (UNWTO TourismHighlights, 2017). Ο διεθνής τουρισμός σύμφωνα με πρόσφατες προβλέψεις (UNWTO TourismHighlights, 2017) αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνεται με υψηλούς ρυθμούς κατά 3.3% ετησίως. Οι προβλέψεις αυτές υπογραμμίζουν το δυναμισμό του τουρισμού, και ότι παρά την κρίση ο τουρισμός θα αναπτύσσεται μακροχρόνια, πιο γρήγορα από την παγκόσμια οικονομία. Αν και σε παγκόσμιο επίπεδο ο τουρισμός αναμένεται να συνεχίζει να αυξάνεται, οι διάφορες περιοχές του κόσμου έχουν διαφορετική συμπεριφορά, κάποιες δηλαδή αναπτύσσονται ταχύτερα τουριστικά (ιδίως οι νέοι μακρινοί προορισμοί) ενώ κάποιες άλλες πιο αργά. Ας

σημειωθεί ότι ο ρυθμός αύξησης των αφίξεων δεν είναι ο μοναδικός δείκτης δυναμισμού, αλλά θα πρέπει να εκτιμάται μαζί και με άλλους, ιδίως με το σχετικό μέγεθος βάσης καθώς και με τα έσοδα. Η Ευρώπη αποτελεί σημαντικό παγκόσμιο προορισμό, καθώς συγκεντρώνει την πλειοψηφία των διεθνών αφίξεων (UNWTO Tourism Highlights, 2017). Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού οι διεθνείς αφίξεις στην Ευρώπη αναμένεται να υπερβούν τα 717 εκατομμύρια το 2020. Παρά την άνοδο στους αναδυόμενους νέους προορισμούς ανά τον κόσμο, η Ευρώπη αναμένεται να συνεχίσει να αποτελεί τον κύριο τουριστικό προορισμό.

Ιδιαίτερης σημασίας για τη χώρα μας είναι η σχετική συμπεριφορά της μεσογειακής Ευρώπης, που δέχεται το 1/3 των τουριστών του συνόλου της Ευρώπης αλλά αυξάνεται ταχύτερα από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Επίσης, νέα θέματα και προτεραιότητες εμφανίζονται να απασχολούν τον σύγχρονο τουρίστα. Υπάρχει αυξανόμενη ανησυχία για θέματα ασφάλειας των τουριστών που επισκέπτονται μια χώρα και η πολιτική σταθερότητα σε έναν προορισμό. Τρομοκρατικές επιθέσεις ή παρεμφερείς κίνδυνοι, πανδημίες και επιδημίες, φυσικές καταστροφές όπως τσουνάμι, τυφώνες και σεισμοί), αλλά και η απειλή ενός πολέμου, λειτουργούν ανασταλτικά προς την τουριστική ζήτηση για μία αγορά (τουλάχιστον βραχυπρόθεσμα), κάτι που αντανακλά πόσο πολύ συνυφασμένο είναι το τουριστικό προϊόν όχι μόνο με την οικονομία, αλλά κυρίως και με την εν γένει κοινωνία. Αυτός ο προβληματισμός αυτός επηρεάζει τις τουριστικές και τις απαιτήσεις ως προς την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά του τοπικού τουριστικού προϊόντος (Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π., 2001). Ήδη στην τουριστική ζήτηση εμφανίζονται, όλο και περισσότερο, και περιβαλλοντικά κριτήρια στην επιλογή του τουριστικού καταλύματος, αλλά και του τόπου προορισμού των τουριστών, τουλάχιστον στις ευαισθητοποιημένες αγορές (π.χ. Γερμανία, Ολλανδία, Δανία κ.λπ.).

Από όλα τα πιο πάνω, είναι προφανές πόσο σημαντική είναι για την Ελλάδα η στροφή σε νέες, εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Οι διεθνείς συγκυρίες ευνοούν τον Ελληνικό τουρισμό. Η μειωμένη πολιτική σταθερότητα και οι διάφορες ένοπλες συγκρούσεις σε προορισμούς κατεχοχόν ανταγωνιστικούς για την Ελλάδα, όπως οι χώρες της Βόρειας Αφρικής και οι χώρες της μέσης Ανατολής, προβλέπεται ότι θα αυξήσουν το τουριστικό κύμα προς τη χώρα μας στο μέλλον. Σίγουρα σε αυτό τεράστιο ρόλο παίζει και το γεγονός πως η Ελλάδα είναι μέρος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχει κοινό νόμισμα με τις υπόλοιπες χώρες – μέλη, κάτι που δίνει και μεγαλύτερη ασφάλεια στον επισκέπτη, αλλά και ευκολία στις μετακινήσεις, ειδικά για αυτόν που η Ελλάδα δεν είναι ο τελικός του προορισμός, αλλά ένα μέρος από το συνολικό τουριστικό ταξίδι. Για το λόγο αυτό, η Ελλάδα και ο κάθε Έλληνας εμπλεκόμενος με την τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να εργαστεί σκληρά ώστε η ασφάλεια, η σωστή εξυπηρέτηση και η φροντίδα και αγάπη για το περιβάλλον να είναι πράγματα που

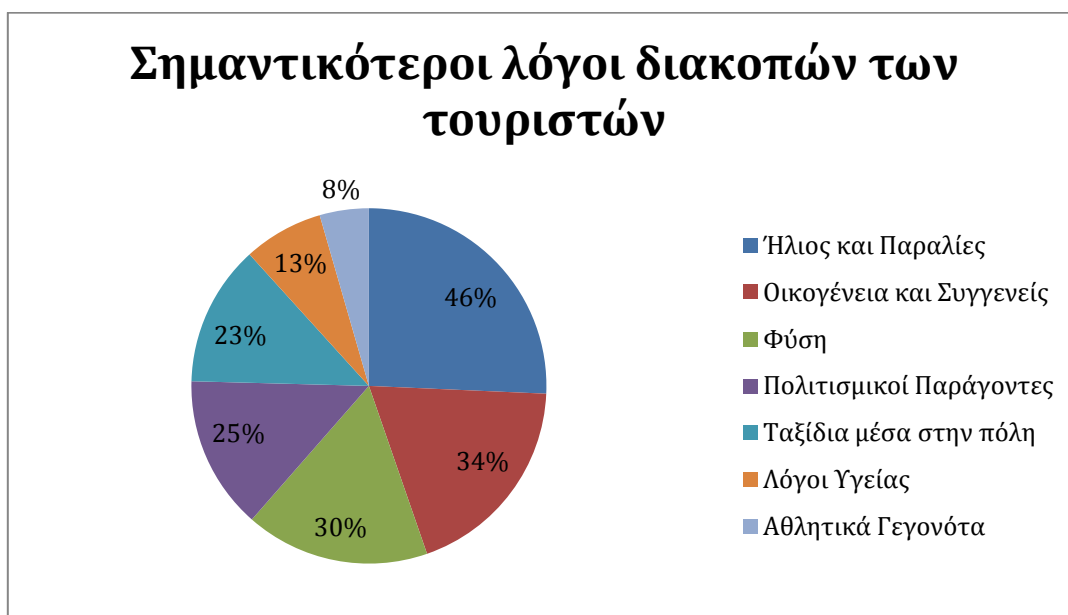
απολαμβάνει ο κάθε τουρίστας όταν επισκέπτεται τη χώρα μας, κάτι που θα λειτουργήσει ως η καλύτερη διαφήμισή μας στις αγορές του εξωτερικού.

Σύμφωνα με τη μελέτη του (EristimonikoMarketing, 2009) με βάση παγκόσμιες στατιστικές έρευνες, την τελευταία δεκαετία ο μέσος ετήσιος ρυθμός της τουριστικής ανάπτυξης σε παγκόσμιο επίπεδο κυμαίνεται στο 4,3% και στην Ανατολική Μεσόγειο στο 7,1%. Σήμερα (2009) το 33% των αφίξεων των τουριστών σε παγκόσμιο επίπεδο πραγματοποιείται σε Μεσογειακές χώρες. Παράγοντες όπως ο ήλιος, οι ήπιες κλιματολογικές συνθήκες, η πληθώρα διαφορετικών πολιτισμών, το υγιεινό φαγητό και ο πλούτος φυσικών περιοχών δημιουργούν συγκριτικά πλεονεκτήματα για την περιοχή της Μεσογείου. Στην μελέτη αυτή τέθηκαν τα πιο κάτω κριτήρια αξιολόγησης: (αφίξεις/πληθυσμό χώρας), (αριθμός ξενοδοχειακών μονάδων), (αριθμός διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία και camping), (ισοζύγιο τουριστικών πληρωμών/πληθυσμό χώρας), (αριθμός εργαζομένων στον τουριστικό κλάδο/ πληθυσμό χώρας), (ποσοστό πληρότητας δωματίων), (αριθμός camping), (αριθμός συνεδριακών κέντρων), (αριθμός μαρινών), (αριθμός γηπέδων γκολφ), (αριθμός ξενοδοχείων – spa), (αριθμός καζίνων), (αριθμός τουριστών που έλαβαν μέρος σε κρουαζιέρες). Με βάση τα κριτήρια αυτά πρώτη κατατάσσεται η Ισπανία, και ακολουθούν η Ιταλία και η Ελλάδα.

1.2. Ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΣΤΗΝ ΕΕ

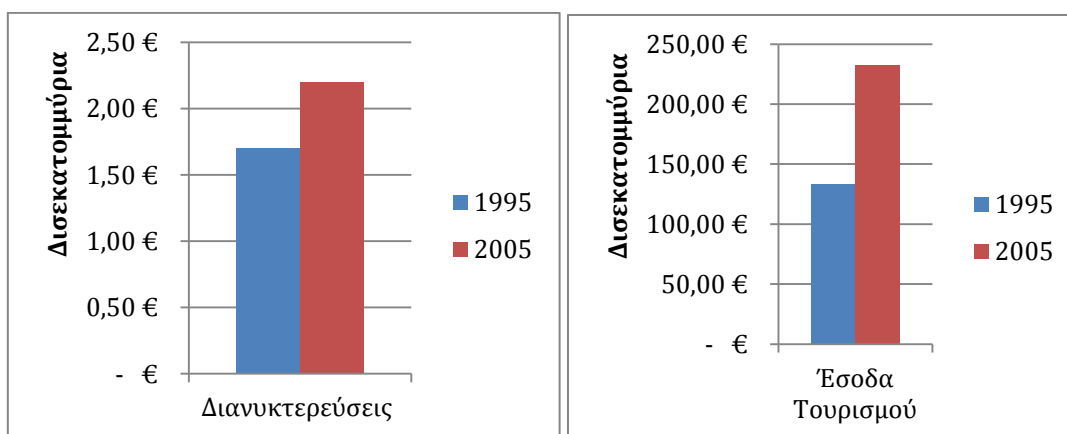
Σύμφωνα με το (Flash Eurobarometer 392, 2014) ο σημαντικότερος λόγος που πηγαίνουν για διακοπές οι Ευρωπαίοι για το 2014 είναι ο ήλιος και οι παραλίες (46%) και ακολουθούν οι λόγοι: επίσκεψη σε οικογένεια και συγγενείς (34%), φύση (βουνά, λίμνες, κλπ) (30%), πολιτισμικοί λόγοι (θρησκεία, τέχνες, κλπ) (25%), ταξίδια μέσα στην πόλη (23%), για σπορ (ποδήλατο, καταδύσεις, κλπ) (14%), λόγοι υγείας (spa, ιατρικοί λόγοι) (13%) και αθλητικά γεγονότα (8%).

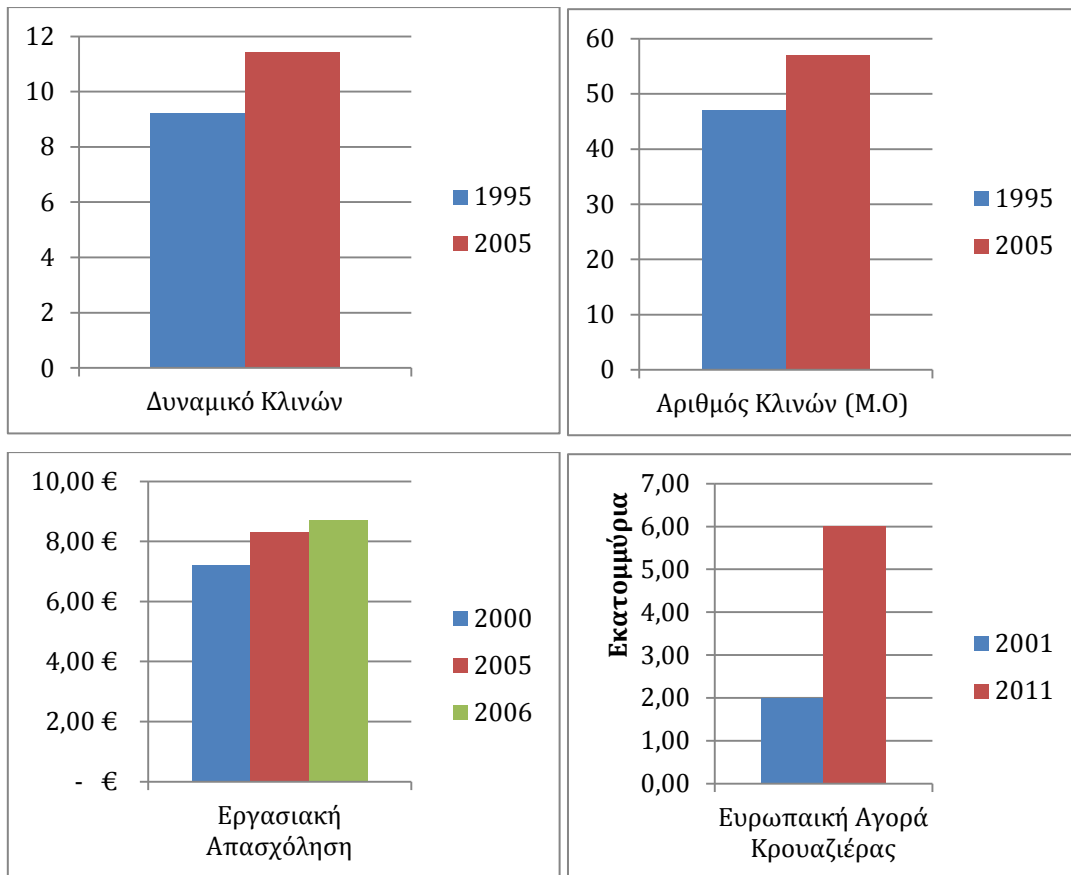
Πίνακας 1.2.1



Στην ΕΕ25 ο τουριστικός κλάδος είχε την πιο κάτω εικόνα. Ο συνολικός αριθμός των διανυκτερεύσεων από 1,7 δις. (1995) έφθασε τις 2,2 δις. (2005). Αντίστοιχα, τα συνολικά έσοδα από τον τουρισμό από 133,7 δις. ευρώ (1995) ανήλθαν σε 232,2 δις. ευρώ (2005). Επίσης, το δυναμικό των κλινών από 9,2 εκατ. (1995) έφθασε σε 11,4 εκατ. (2005). Τέλος, το μέσο μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδος (κλίνες/μονάδα) από 47 κλίνες (1995) ανήλθε σε 57 κλίνες (2005) (European Commission, 2007). Η δε απασχόληση στην ΕΕ25 (αφορά ξενοδοχεία και εστιατόρια) από 7,2 εκατ. (2000) ανήλθε σε 8,3 εκατ. (2005) και 8,7 εκατ. (2006) (European Commission, 2008). Συμπληρωματικά αναφέρεται ότι η κρουαζιέρα έχει σημαντική άνοδο. Συγκεκριμένα με βάση (ΤΑ ΝΕΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, 2012) η Ευρωπαϊκή αγορά κρουαζιέρας αυξάνεται σημαντικά και από 2 εκατ. επιβάτες (2001) ανήλθε σε 6 εκατ. επιβάτες (2011).

Πίνακας 1.2.2.





Θα πρέπει όμως και να σημειωθεί ότι λόγω της οικονομικής κρίσης περισσότερο από 33% του πληθυσμού της ΕΕ δεν έχει την οικονομική δυνατότητα να κάνει διακοπές για μια βδομάδα το χρόνο (αφορά στατιστικά στοιχεία του 2007). Το ποσοστό για την Ελλάδα είναι 47% (2007) (European Commission, 2010).

Σύμφωνα με (Lanquar, 2011) ο τουρισμός στη Μεσόγειο θα συνεχίσει να έχει θετικές προοπτικές στο απώτερο μέλλον (μέχρι το 2030 σύμφωνα με την μελέτη αυτή) εφόσον υπάρχει ασφάλεια και ηρεμία στην περιοχή και φυσικά όταν οι χώρες της Μεσογείου λάβουν τα κατάλληλα μέτρα για την αντιμετώπιση της επερχόμενης κλιματικής αλλαγής (δηλαδή: άνοδο του επιπέδου της θάλασσας, ακραία καιρικά φαινόμενα, κλπ). Θα πρέπει όμως να σημειωθεί ότι χρειάζεται να προβλεφτεί η ζήτηση για τα τουριστικά προϊόντα σε όλο τον τουριστικό κλάδο, έτσι ώστε να ανταποκριθεί ανάλογα και η προσφορά (Καραφλού, 2006).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1. ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΕ

Σύμφωνα με (European Commission, 2008) η Ελλάδα σε σχέση με την ΕΕ27 έχει τα εξής μερίδια στον τουριστικό κλάδο. Αναφορικά με τον αριθμό των τουριστικών μονάδων πάσης φύσεως διατηρεί το μερίδιο 2,3% (2000) και το (2006). Αναφορικά με τον αριθμό των κλινών κατέχει το 2,9% (2000) και το (2006). Το μερίδιο των απασχολουμένων σε ξενοδοχεία και εστιατόρια από 3,7% (2000) κατήλθε στο 3,4% (2006). Τέλος, σχετικά με τον αριθμό των διανυκτερεύσεων από 2,9% (2000) μειώθηκε στο 2,5% (2006).

Η Ελλάδα διατηρεί σε γενικές γραμμές τη θέση της ανάμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, μετά την Ισπανία και την Ιταλία, και την Τουρκία. Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας αντιμετωπίζει ήδη σημαντικές προκλήσεις, τόσο λόγω των διαρθρωτικών χαρακτηριστικών της και των εγγενών αδυναμιών της, όσο και εξαιτίας του ισχυρού διεθνούς ανταγωνισμού. Η

ανάδειξη νέων και δυναμικών τουριστικών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου (Τουρκία, Κροατία, Βουλγαρία, Μαυροβούνιο), αλλά και αλλού, οι οποίοι προβάλλουν παρόμοιο τουριστικό προϊόν, καθώς η ισχυρή ισοτιμία του ευρώ έναντι του δολαρίου, η άνοδος της τιμής του πετρελαίου, η παρατεινόμενη δημοσιονομική και χρηματοοικονομική κρίση, επιβάλλουν στην ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική. Με άλλα λόγια, είναι απόλυτα αναγκαίο να ενταθούν οι προσπάθειες για διατήρηση και βελτίωση της θέσης της χώρας μας στη διεθνή τουριστική αγορά (Χατζηδάκης, 2011). Η Ελλάδα έχει ανάμεσα στις Ευρωπαϊκές μεσογειακές χώρες υψηλό μερίδιο τουριστικών αφίξεων που από 8,2% (2008) ανέρχεται σε 11,6% (2016). Το 2016 την πρώτη θέση από άποψη μεριδίου αφίξεων έχει η Ισπανία (47,8%) και ακολουθεί η Ιταλία (35,1%), Ελλάδα (11,6%), Πορτογαλία (4,4%) και Μάλτα (1%). Η διαχρονική εξέλιξη των μεριδίων στην περίοδο 2008-2016 έχει ως εξής. Η Μάλτα διατηρεί σταθερό μερίδιο 1%, η Πορτογαλία αυξάνει το μερίδιο της από 3,7% (2008) σε 4,4% (2016). Η Ιταλία και η Ισπανία παρουσιάζουν μια μικρή πτώση στα μερίδιά τους. Συγκεκριμένα η Ιταλία κατέρχεται από 36,6% (2008) σε 35,1% (2016) και η Ισπανία από 50,5% (2008) κατέρχεται σε 47,8% (2016).

Πίνακας 2.1.

Αριθμός αφίξεων στις ανταγωνίστριες μεσογειακές Ευρωπαϊκές χώρες

	Μάλτα	Πορτογαλία	Ελλάδα	Ιταλία	Ισπανία	ΣΥΝΟΛΟ
2008	1.818,0	7.109,7	15.938,8	70.718,9	97.669,8	193.255,2
2009	1.593,8	6.478,7	14.914,5	71.692,2	91.899,2	186.578,4
2010	1.800,4	6.831,6	15.007,5	73.225,2	93.744,2	190.608,8
2011	1.859,8	7.412,2	16.427,2	75.866,0	99.187,1	200.752,5
2012	1.959,8	7.684,7	16.946,5	76.292,8	98.128,1	201.012,0
2013	1.962,4	8.301,2	20.111,4	76.762,3	103.230,8	210.368,2
2014	2.114,9	9.277,2	24.272,4	77.694,0	107.614,3	220.972,9
2015	2.313,2	9.447,8	26.114,2	81.067,6	109.833,7	228.776,5
2016	2.533,8	10.621,6	28.070,8	84.924,5	115.561,1	241.711,9

Πηγή: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/tourism-statistics.htm>

Παρατήρηση. Σύμφωνα με τον ΟΕCD από το 2012 υπάρχει μια ασυνέχεια στην χρονολογική σειρά και τούτο διότι στον ΟΕCD στις αφίξεις συμπεριλαμβάνονται και τα κρουαζιερόπλοια. Για αυτό το λόγο οι αφίξεις στην Ελλάδα που εμφανίζονται στον πίνακα 2.6 (με βάση τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος είναι διαφορετικά από το 2013 και μετά) διότι η Τράπεζα της Ελλάδος δεν συνυπολογίζει τις αφίξεις από τα κρουαζιερόπλοια.

Πίνακας 2.2.

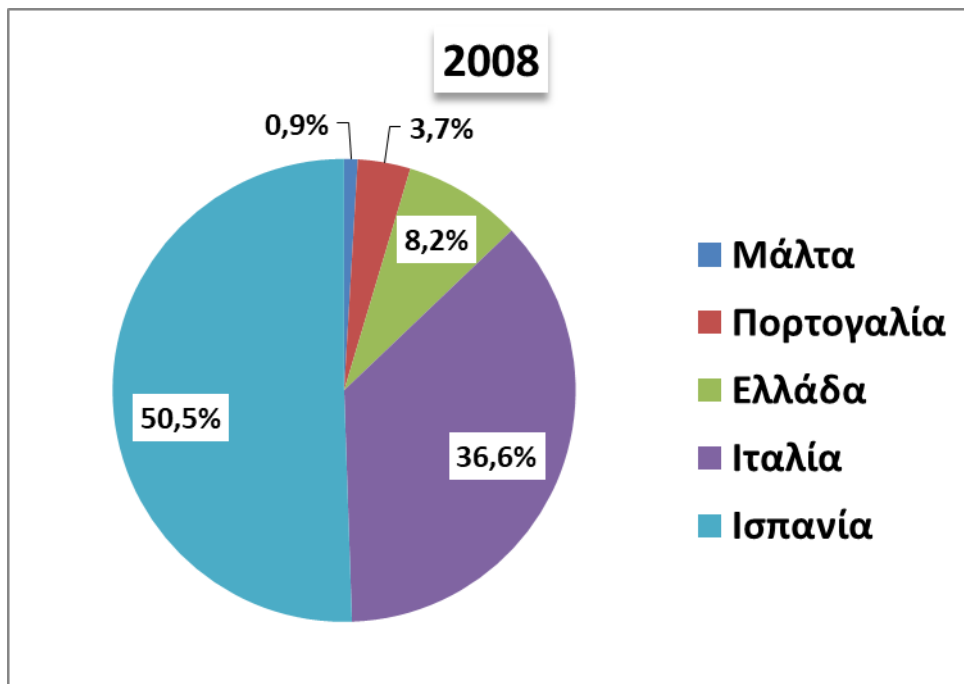
Μερίδια αφίξεων στις ανταγωνίστριες μεσογειακές Ευρωπαϊκές χώρες

	Μάλτα	Πορτογαλία	Ελλάδα	Ιταλία	Ισπανία	ΣΥΝΟΛΟ
2008	0,9%	3,7%	8,2%	36,6%	50,5%	100,0%
2009	0,9%	3,5%	8,0%	38,4%	49,3%	100,0%
2010	0,9%	3,6%	7,9%	38,4%	49,2%	100,0%
2011	0,9%	3,7%	8,2%	37,8%	49,4%	100,0%
2012	1,0%	3,8%	8,4%	38,0%	48,8%	100,0%
2013	0,9%	3,9%	9,6%	36,5%	49,1%	100,0%
2014	1,0%	4,2%	11,0%	35,2%	48,7%	100,0%
2015	1,0%	4,1%	11,4%	35,4%	48,0%	100,0%
2016	1,0%	4,4%	11,6%	35,1%	47,8%	100,0%

Πηγή πίνακας 2.1.

Διάγραμμα 2.1.

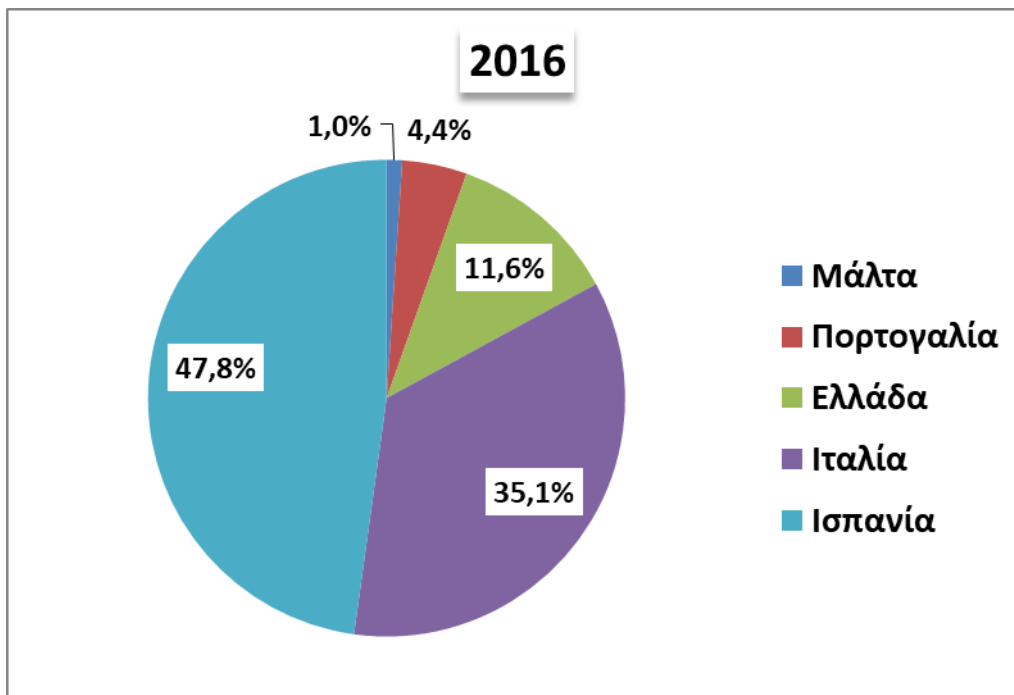
Το μερίδιο των αφίξεων των τουριστών στις ανταγωνίστριες μεσογειακές Ευρωπαϊκές χώρες (2008)



Πηγή OECD (Πίνακας 2.1.)

Διάγραμμα 2.2.

Το μερίδιο των αφίξεων των τουριστών στις ανταγωνίστριες μεσογειακές Ευρωπαϊκές χώρες (2016)



Πηγή OECD (Πίνακας 2.1.)

2.2. ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ (Η ΖΗΤΗΣΗ)

Η ζήτηση για την τουριστική υπηρεσία (με άλλα λόγια τα τουριστικά κίνητρα) αναφέρεται σε όλες εκείνες τις ψυχοπνευματικές τάσεις που παρακινούν τους ανθρώπους να επισκεφτούν έναν τόπο για τουριστικούς σκοπούς. Τα κίνητρα (αν και διαφέρουν ανάμεσα στους τουρίστες) έχουν αρκετές ομοιότητες (Καλφιώτης, 1976). Έτσι, οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης για τουριστικές υπηρεσίες (δηλαδή τα τουριστικά κίνητρα) μπορούν να ταξινομηθούν σε διάφορες κατηγορίες (βλέπε πίνακα 2.2).

Πίνακας 2.3.

Παρουσίαση τουριστικών κινήτρων

Κίνητρο	Μελέτη
Λόγοι υγείας, άθληση, φύση	(Τσάρτας, 1996), (McIntosh και Goeldner, 1986), Middleton (1988), (Ηγουμενάκης, 1991)
Εκπαίδευση-πολιτισμός	Τσάρτας, 1996), (McIntosh και Goeldner, 1986), Middleton (1988), (Ηγουμενάκης, 1991)
Διάθεση φυγής του ανθρώπου	Τσάρτας, 1996), (McIntosh και Goeldner, 1986), (Ηγουμενάκης, 1991)
Το θρησκευτικό συναίσθημα	(Τσάρτας, 1996), , Middleton (1988)
Το γόητρο και η κοινωνική άνοδος	(Τσάρτας, 1996), Middleton (1988)
Επαγγελματικοί λόγοι	(Τσάρτας, 1996), Middleton (1988)
Οικονομικοί λόγοι	(Ηγουμενάκης, 1991)
Χειμερινός τουρισμός	(Φιωτοδημητράκη, 2007)

Ως προς τον χειμερινό τουρισμό, σύμφωνα με τη (Φιωτοδημητράκη, 2007) τα καταφύγια αποτελούν μια βασική κτιριακή υποδομή για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Συγκεκριμένα, στον ελλαδικό γεωγραφικό χώρο υπάρχουν 68 καταφύγια, τα οποία είναι όλα αναγνωρισμένα απ' τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ). Από αυτά 30 βρίσκονται στην Μακεδονία, 2 στην Ήπειρο και 9 στην Στερεά Ελλάδα. Στον νομό Αττικής υπάρχουν 3 μόλις καταφύγια και 7 αντίστοιχα στην Πελοπόννησο και στην Θεσσαλία. Όσον αφορά τα νησιά, μονάχα η Κρήτη διαθέτει 6 καταφύγια. Σύμφωνα με το τουριστικό περιοδικό GTP (Greek TravelPages), σήμερα στο ηπειρωτικό τμήμα της χώρας λειτουργούν συνολικά

22 χιονοδρομικά κέντρα. Τα περισσότερα από αυτά βρίσκονται στη Μακεδονία και σε 18 συνολικά νομούς σε ολόκληρη την χώρα. Είναι κατασκευασμένα με τις πιο σύγχρονες προδιαγραφές και αποτελούν πόλο έλξης τόσο για τους Έλληνες όσο και τους ξένους τουρίστες . Αλλά, 19 μόνο από αυτά είναι αναγνωρισμένα από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ) (Φιωτοδημητράκη, 2007).

2.3. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ)

Σύμφωνα με (Ηγουμενάκης, 1991), οι τουριστικές επιχειρήσεις, σαν παραγωγικές μονάδες, μπορούν να διακριθούν σε διάφορες κατηγορίες:

α) Ανάλογα με τους οικονομικούς στόχους που προσπαθούν να πετύχουν μπορούν να διακριθούν σε κερδοσκοπικές και σε μη κερδοσκοπικές¹: Στην κατηγορία των κερδοσκοπικών περιλαμβάνονται όλες εκείνες οι επιχειρήσεις που μέσω των τουριστικών υπηρεσιών (προϊόντων) που παράγουν επιδιώκουν με κάθε τρόπο την ικανοποίηση όσο το δυνατόν περισσότερων τουριστικών αναγκών και αποσκοπούν ταυτόχρονα στην μεγιστοποίηση των κερδών τους. Στις μη κερδοσκοπικές υπάγονται οι τουριστικές εκείνες επιχειρήσεις των οποίων η παραγωγική δραστηριότητα αποβλέπει μεν στην ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών αλλά όχι στο κέρδος παρά μόνο στην κάλυψη των λειτουργικών τους δαπανών και στη διατήρηση της βιωσιμότητας τους.

β) Ανάλογα με το φορέα τους, οι τουριστικές επιχειρήσεις, μπορούν να ταξινομηθούν σε δημόσιες, ιδιωτικές και σε μικτές: Ως δημόσιες χαρακτηρίζονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις των οποίων φορέας είναι το κράτος, η τοπική αυτοδιοίκηση καθώς και τα διάφορα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, ανεξάρτητα αν αυτά έχουν πλήρη ή μερική αυτοτέλεια. Ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται εκείνες που αναλαμβάνουν επιχειρηματικούς κινδύνους στην προσπάθειά τους να τα κέρδη τους, εφαρμόζοντας τις αρχές της οικονομικής επιστήμης. Στην κατηγορία των μικτών τουριστικών επιχειρήσεων περιλαμβάνονται τόσο οι τουριστικές επιχειρήσεις των οποίων φορείς είναι τόσο το κράτος με την ευρύτερη έννοια του όρου, όσο και οι φορείς της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και η

¹ Στην Ελλάδα τα τουριστικά καταλύματα διακρίνονται, με βάση την απόφαση 530992/1987 του Γενικού Γραμματέα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) με θέμα τις τεχνικές προδιαγραφές όλων των υπαρχόντων τουριστικών εγκαταστάσεων (βλέπε ΦΕΚ 557B') στις πιο κάτω δύο μεγάλες κατηγορίες: α) Τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα και β) τα μη-κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα (δηλαδή χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης με ή χωρίς οικίσκους (camping)) Τα camping επιτρέπουν την παραμονή ατόμων σε μια σκηνή ή και σε ένα τροχόσπιτο, μετά απο τη σύμφωνη γνώμη του ιδιοκτήτη του εδάφους. Η διαχείριση του camping μπορεί να εξασφαλίζεται από ιδιώτες, ή από κοινότητες καθώς και από μη κερδοσκοπικούς αλλά κοινωνικού χαρακτήρα οργανισμούς.

λειτουργία τους βασίζεται σε καθαρά ιδιωτικό –οικονομικά κριτήρια ενώ η αποστολή τους σε δημόσιο-οικονομικά κριτήρια.

γ) Ανάλογα με το αντικείμενο της παραγωγικής τους δραστηριότητας, οι τουριστικές επιχειρήσεις, μπορούν να ταξινομηθούν σε παραγωγής τουριστικών προϊόντων ή/ και υπηρεσιών.

δ) Ανάλογα με τις τουριστικές ανάγκες που ικανοποιούν, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διαχωριστούν σε μεταφοράς, στέγασης, εστίασης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης και προμήθειας. Οι τουριστικές επιχειρήσεις μεταφοράς αποσκοπούν στην εξυπηρέτηση των ανθρώπων σε ό,τι αφορά στην τουριστική τους μετακίνηση είτε από τη χώρα της μόνιμης διαμονής τους προς τη χώρα του τουριστικού τους προορισμού, είτε μέσα στη χώρα του τουριστικού προορισμού. Οι τουριστικές επιχειρήσεις στέγασης έχουν σαν στόχο την ικανοποίηση της ανάγκης στέγασης των ανθρώπων κατά την μετακίνηση τους στην χώρα του τουριστικού τους προορισμού. Οι τουριστικές επιχειρήσεις εστίασης ασχολούνται με την ικανοποίηση των αναγκών διατροφής των ανθρώπων τόσο κατά την τουριστική τους μετακίνηση όσο και κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στον τουριστικό τους προορισμό. Οι τουριστικές επιχειρήσεις ψυχαγωγίας ή διασκέδασης επικεντρώνονται στην ικανοποίηση της ανάγκης για ψυχαγωγία και για διασκέδαση του τουρίστα. Τέλος, στις τουριστικές επιχειρήσεις προμηθειών ανήκουν όλες εκείνες οι επιχειρήσεις οι οποίες ασχολούνται με την ικανοποίηση των αναγκών των ανθρώπων για κάθε είδους ψώνια κατά τη διάρκεια της τουριστικής τους μετακίνησης και της διαμονής τους στη χώρα του τουριστικού τους προορισμού.

ε) Ανάλογα με το μέγεθός τους, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν σε μικρές, μεσαίες και μεγάλες ανάλογα με το φορέα τους, τον αριθμό των απασχολούμενων σε αυτές, το ύψος των κεφαλαίων τους, τον κύκλο εργασιών τους, καθώς και την έκταση της παραγωγικής δραστηριότητάς τους.

στ) Ανάλογα με την έκταση της παραγωγικής τους δραστηριότητας μπορούν να διακριθούν σε απλής δραστηριότητας, όταν παράγουν ή/ και προσφέρουν ένα μόνο είδος τουριστικών προϊόντων (υπηρεσιών) και σε σύνθετης παραγωγικής δραστηριότητας, όταν προσφέρουν περισσότερα από ένα είδος τουριστικά προϊόντα (υπηρεσίες).

ζ) Ανάλογα με την οργανωτική τους δομή μπορούν να διακριθούν σε αυτοτελείς, εξαρτημένες και θυγατρικές. Ως αυτοτελείς χαρακτηρίζονται εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που διατηρούν την πλήρη νομική, οικονομική και διοικητική τους αυτοτέλεια. Ως εξαρτημένες χαρακτηρίζονται εκείνες που ναι μεν διατηρούν τη νομική και οικονομική τους υπόσταση αλλά όχι και τη διοικητική τους αυτοτέλεια. Τέλος, στις θυγατρικές τουριστικές επιχειρήσεις υπάγονται εκείνες οι οποίες ιδρύονται με πρωτοβουλία της μητρικής τουριστικής εταιρίας και έχουν συνήθως την ίδια ή παραπλήσια φήμα, όπως επίσης και ίδια

νομική υπόσταση. Αυτό που δεν έχουν κοινό είναι διοικητική και οικονομική αυτοτέλεια, που σημαίνει διοικητική και οικονομική εξάρτηση από την μητρική τουριστική εταιρία.

η) Ανάλογα με τη χρονική διάρκεια λειτουργίας τους, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν σε εποχικής λειτουργίας, λειτουργούν δηλαδή ορισμένους μόνο μήνες το χρόνο και σε τουριστικές επιχειρήσεις συνεχούς λειτουργίας, δηλαδή λειτουργούν όλο το χρόνο χωρίς διακοπή, ανεξάρτητα από την ένταση και την έκταση της παραγωγικής τους διαδικασίας (Ηγουμενάκης, 1997: 70-80).

Σύμφωνα με την έρευνα των (Σαρτζετάκης και Καρατζόγλου, 2011) στην Ελλάδα κατά το χρονικό διάστημα 1990-2008, αυξήθηκε ο συνολικός των ξενοδοχείων από 6423 σε 9835. Είναι εμφανής η αύξηση ξενοδοχείων ανώτερης κατηγορίας (4 και 5 αστέρων) τα τελευταία χρόνια. Συγκεκριμένα από το 1990 μέχρι το 2008 ο αριθμός των ξενοδοχείων 5 αστέρων αυξήθηκε κατά 411%, των 4 αστέρων αυξήθηκε κατά 134%, των 3 αστέρων κατά 31%, των 2 αστέρων κατά 61% και τέλος του ενός αστέρος κατά -0,4%. Έτσι, με βάση την μελέτη των (Σαρτζετάκης και Καρατζόγλου, 2011) σε σύγκριση με τους κύριους ανταγωνιστές της, καταγράφεται σημαντική υστέρηση της Ελλάδας όσον αφορά το «μέσο μέγεθος σε κλίνες ανά μονάδα» και το μερίδιο κλινών των τριών υψηλών κατηγοριών, το οποίο μέσο μέγεθος είναι το έτος 2008 στην Ελλάδα (31 κλίνες / μονάδα) ενώ αντίστοιχα στην Τουρκία είναι (200 κλίνες / μονάδα), στην Πορτογαλία (138 κλίνες / μονάδα), στην Κύπρο (101 κλίνες / μονάδα), στην Ισπανία (90 κλίνες / μονάδα) και στην Ιταλία (47 κλίνες / μονάδα). Πράγματι, το μικρό “μέσο μέγεθος” ξενοδοχειακού καταλύματος είναι μειονέκτημα για την Ελλάδα, διότι στα μεγάλα ξενοδοχειακά καταλύματα έρχονται πλούσιοι τουρίστες, οι οποίοι είναι σημαντική πηγή τουριστικού συναλλάγματος, για να απολαύσουν την πληθώρα των παρεχομένων υπηρεσιών, τις οποίες μόνο ένα μεγάλο ξενοδοχείο είναι σε θέση να προσφέρει.

Στην Ελλάδα με βάση το (ICAP, 2009), το 2008 λειτουργούν 403 camping που έχουν 34.640 θέσεις και 1550 οικίσκους. Η πλειοψηφία τους (76% του αριθμού και 60% των θέσεων) ανήκει στην Γ' τάξη. Ουσιαστικά πέντε παραθαλάσσιοι νομοί (Χαλκιδική, Πιερία, Κυκλάδες, Μεσσηνία και Αργολίδα) καλύπτουν σχεδόν το 50% της συνολικής δυναμικότητας σε camping για την Ελλάδα. Το σύνολο των διανυκτερεύσεων σε camping για το 2007 ανήλθε σε 1.334.712, ποσό ελάχιστο σε σχέση με τις 64 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις που έλαβαν χώρα στα ξενοδοχεία. Είναι χαρακτηριστικό ότι μόλις το 0,1% των συνολικών τουριστικών εσόδων στην Ελλάδα προέρχεται από εισπράξεις camping. Δηλαδή τα camping έχουν μια ασήμαντη συνεισφορά στο σύνολο των τουριστικών εσόδων της Ελλάδος. Η πραγματικότητα αυτή, δεν επιδρά όμως στην συνολική αύξηση του ΑΕΠ. Με άλλα λόγια τα camping έχουν ασήμαντη επίδραση στην οικονομική ανάπτυξη. Επιπλέον, το ήμισυ των

πελατών των camping προέρχεται από εσωτερικό τουρισμό και το υπόλοιπο από διεθνείς αφίξεις οι οποίες παρέμειναν στάσιμες την πενταετία 2003-2008 (μέση ετήσια αύξηση 0,9%) σε αντίθεση με σημαντική άνοδο των Ελλήνων (15,1%). Τέλος, θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι περισσότερες μονάδες camping, ιδίως Γ' και Δ' κατηγορίας, είναι μικρές οικογενειακές μονάδες που έχουν την μορφή ατομικών επιχειρήσεων καθιστώντας πρακτικά αδύνατη την συλλογή ελεγμένων στοιχείων για την παρουσία, τις υποχρεώσεις, και τις οικονομικές επιδόσεις τους.

Πίνακας 2.3.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό

	2012	2013	2014	2015	2016
Μονάδες	9.661	9.677	9.745	9.757	9.730
Δωμάτια	399.037	401.332	404.779	406.200	407.146
Κλίνες	767.756	773.445	780.721	784.315	788.553

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ

Από τον πίνακα 2.4 φαίνεται ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες όλων των κατηγοριών από 9661 (2012) έφτασαν 9730 (2016). Την ίδια περίοδο ο αριθμός των δωματίων ανήλθε από 399037 σε 407146 και οι κλίνες από 767756 σε 788553.

2.4. Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στην εποχή μας παρατηρούνται ραγδαίες μεταβολές στις τουριστικές αγορές, καθώς και στις στρατηγικές και οικονομικές επιδιώξεις των «Touroperator». Οι τουριστικές επιχειρήσεις αδυνατούν να προσαρμοστούν επαρκώς στις αλλαγές αυτές αναφορικά με τον ζητούμενο τύπο παρεχομένης τουριστικής υπηρεσίας. Αυτό αποδίδεται στην εύθραυστη ισορροπία μεταξύ της τουριστικής ζήτησης και της τουριστικής προσφοράς λόγω της μη σωστής χρήσης των νέων τεχνολογιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι συνύπαρξη ενός μεγάλου αριθμού ετερογενών επιχειρήσεων βιομηχανικής ή βιοτεχνικής μορφής στις κύριες χώρες υποδοχής των τουριστών καθιστά προβληματικό τον ταυτόχρονο εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων έναντι των απαιτήσεων της διεθνούς αγοράς. Μια άλλη αιτία αφορά στην αύξηση των οργανωμένων ταξιδιών και την απελευθέρωση των αερομεταφορών σε συνδυασμό με την δημιουργία συνθηκών άκρατου ανταγωνισμού, αφού οι επιχειρήσεις λειτουργούν μέσα σε συνθήκες υπερπροσφοράς και εμπορευματοποίησης του παραγόμενου τουριστικού προϊόντος, από ισχυρούς Touroperators των χωρών προσέλευσης των τουριστών. Ύστερα από αυτά καθίσταται απαραίτητη η

προσαρμοστικότητα των μεταβλητών της τουριστικής προσφοράς στις εξελίξεις της ζήτησης. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία τάση από τις τουριστικές επιχειρήσεις να εξειδικευτούν σε σχέση με το προϊόν που παράγουν και το τεχνικό – οικονομικό τους περιβάλλον, έτσι ώστε να προσεγγίσουν τις υπάρχουσες τάσεις.

Η εξειδίκευση των τουριστικών επιχειρήσεων επιβάλλει τη νέα διάκριση τους σε μεγάλες κατηγορίες, ανάλογα με την οργανωτική τους δομή και τις συγκεντρωτικές τάσεις που παρουσιάζει η παραγωγική τους λειτουργία σε ανεξάρτητες αλυσίδες, σε εξαρτημένες αλυσίδες και σε τεχνικό- εμπορικές ενώσεις:

α) οι ανεξάρτητες αλυσίδες συγκροτούνται με σκοπό την αύξηση του μεριδίου τους στην αγορά, την βελτίωση της προβολής τους και τη καλύτερη διαχείριση των προϊόντων τους, σε συνδυασμό με την μείωση του κόστους των αγορών τους. Από τα βασικά πλεονεκτήματα που επωφελούνται οι αλυσίδες αυτές των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι η εγκατάσταση κεντρικού συστήματος κρατήσεων καθώς και η αυξημένη διαπραγματευτική ισχύς τους απέναντι στους Tour- operators.

β) οι εξαρτημένες αλυσίδες μπορούν να σχηματιστούν μέσω συνεργασιών που παίρνουν την μορφή είτε συμβολαίων διαχείρισης, είτε τεχνικής βοήθειας, είτε συστημάτων franchise και δεν επιβαρύνονται με κεφαλαιουχικό ρίσκο (κίνδυνο). Τα βασικά πλεονεκτήματα που επωφελούνται αυτού του είδους συνεργασιών αφορούν στις κεντρική οργάνωση της διαχείρισης των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, την ομοιογένεια των τιμών και τις επιτυγχανόμενες οικονομίες κλίμακας.

2.5. ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα πλεονεκτήματα του Ελληνικού τουρισμού οφείλονται σε φυσικούς, κλιματολογικούς και πολιτιστικούς όρους ταυτόχρονα που αναμφισβήτητα αποτελούν ισχυρή έλξη στα τουριστικά ρεύματα. Πιο συγκεκριμένα, τα στοιχεία της Ελλάδας που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού είναι (Βενετσανοπούλου, 2006:40): α) Το φυσικό της περιβάλλον, η ομορφιά του ελληνικού τοπίου, ο μεγάλος αριθμός νησιών και καταπληκτικών της παραλιών, β) Οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες που την διακρίνουν καθιστούν την Ελλάδα ιδεώδη τόπο διαμονής σε όλη τη διάρκεια του έτους και γ) Τα μνημεία πολιτισμού της σε συνδυασμό με την πνευματική καλλιέργεια και το ανεπτυγμένο αίσθημα φιλοξενίας των κατοίκων της.

2.6. ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ - ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με (Βενετσανοπούλου, 2006:41) ο Ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει και κάποια μειονεκτήματα:

1. Ο ελληνικός τουρισμός, αποτελεί και αυτός ένα μέρος της διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας και θα μπορούσε να χαρακτηριστεί σαν εξωστρεφής μια που απευθύνεται σχεδόν αποκλειστικά στην διεθνή πελατεία και είναι εξαρτημένος από τη διεθνή πελατεία διότι επηρεάζεται από την οικονομική πίεση που εξασκούν οι ξένοι πράκτορες ταξιδιών στους ντόπιους.
2. Η Ελλάδα σαν τουριστικός προορισμός θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ακριβός σε σχέση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, και τούτο διότι οι επιχειρήσεις, μέσα στο καλοκαίρι, επιχειρούν να βγάλουν τα έσοδα ενός ολόκληρου χρόνου.
3. Η τουριστική κίνηση επικεντρώνεται κυρίως σε συγκεκριμένες περιοχές της Ελληνικής επικράτειας π.χ. Κρήτη, νησιά του Αιγαίου, επειδή διαθέτουν θέλγητρα που προσελκύουν τους τουρίστες.
4. Η Ελλάδα υστερεί στο θέμα της προβολής και διαφήμισης της και της προώθησης του τουριστικού της προϊόντος.
5. Τέλος, παρατηρείται έντονη έλλειψη κατάλληλα εκπαιδευμένου και με επαγγελματική κατάρτιση εργατικού δυναμικού στους τομείς της διοίκησης και παροχής υπηρεσιών των τουριστικών επιχειρήσεων.

Το αδύνατο σημείο (μειονέκτημα) της Ελλάδος είναι ο μικρός αριθμός πολυτελών μονάδων (EristimonikoMarketing, 2009). Πράγματι, η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών (η οποία εξασφαλίζεται από τις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες) είναι επίσης ένας σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία των ξενοδοχείων να προσελκύουν πελατεία και να έχουν κέρδη (Kariki, 2012).

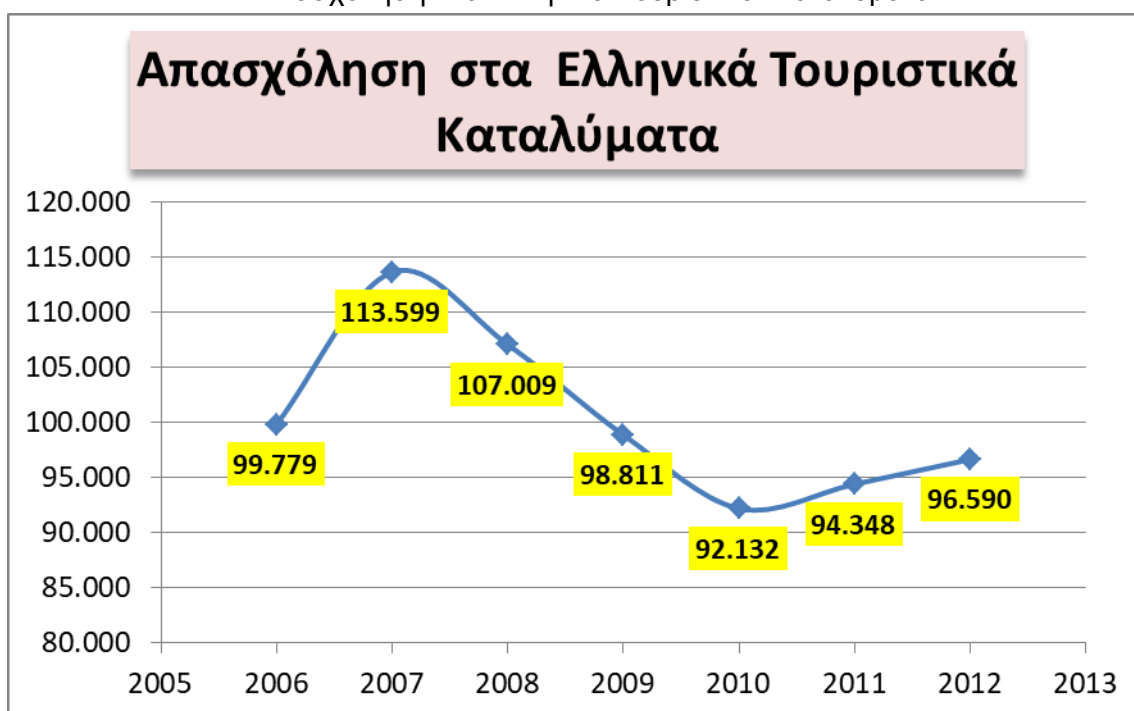
2.7. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

2.7.1. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Η απασχόληση στα Ελληνικά Ξενοδοχειακά καταλύματα κάθε τύπου κυμαίνεται στις 100000 και έχει κάποια σχετική σταθερότητα. (Διάγραμμα2.3). Παρόμοια τάση εμφανίζεται και στην απασχόληση της εστίασης (γύρω στις 120000, Διάγραμμα 2.4). Αντίθετα με τα πιο πάνω, η απασχόληση στα γραφεία ταξιδιών εμφάνισε κάμψη από17479 (2006) σε 9043 (2012). Αυτό αποδίδεται στην οικονομική κρίση, που έπληξε κυρίως τους Έλληνες τουρίστες, λόγω μνημονίου (Οικονομική Καθημερινή, 2014, 15/8).

Διάγραμμα2.3.

Η Απασχόληση Στα Ελληνικά Τουριστικά Καταλύματα



Πηγή: OECD (2105) πίνακας 2.4

Παρατήρηση.

Ως τουριστικά καταλύματα λαμβάνονται τα ξενοδοχεία και τα μπανγκαλούς.

Πίνακας 2.4.

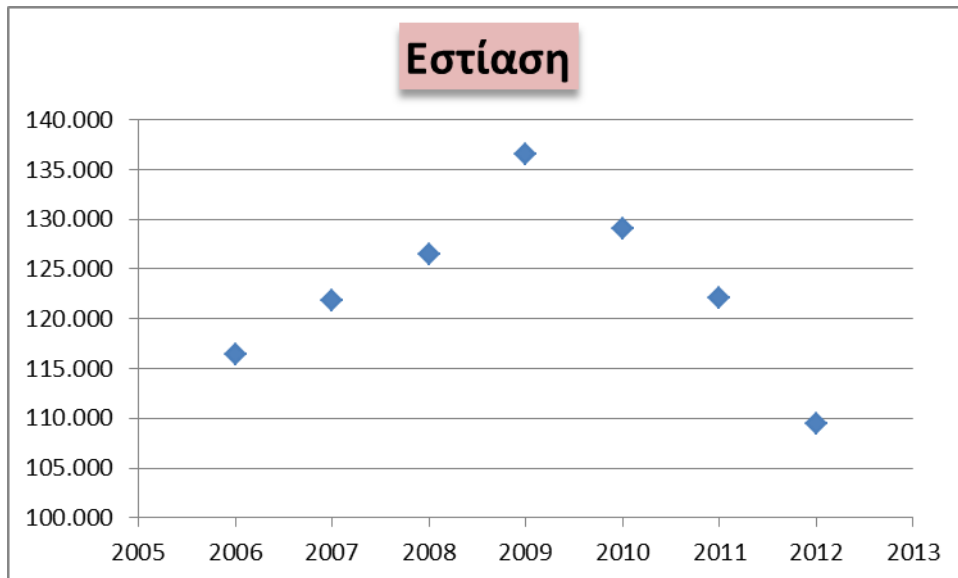
Η απασχόληση στα Ελληνικά τουριστικά καταλύματα

Έτος	Καταλύματα	Εστίαση	Γραφεία Ταξιδιών
2006	99.779	116.374	17.479
2007	113.599	121.830	14.837
2008	107.009	126.429	14.010
2009	98.811	136.535	11.825
2010	92.132	129.108	10.889
2011	94.348	122.133	9.547
2012	96.590	109.409	9.043

Πηγή: OECD (2105)

Διάγραμμα 2.4.

Η Απασχόληση Στην Εστίαση



Πηγή: OECD (2105) πίνακας 2.4

Σύμφωνα με (Μαυροκώστας, 2012) ο κλάδος εστίασης το έτος 2009 αριθμούσε 121654 επιχειρήσεις, ο δε κύκλος εργασιών στο έτος 2008 ήταν 6,4 δις. Ευρώ. Ο όρος εστίαση περιλαμβάνει τα εστιατόρια, τα οποία δεν αφορούν μόνο τον τουρισμό, αλλά συνεργάζονται με τα τουριστικά καταλύματα.

Διάγραμμα2.5.

Η Απασχόληση Στα Γραφεία Ταξιδιών



Πηγή: OECD (2105) πίνακας 2.4

Με βάση τις εκτιμήσεις του (IOBE, 2013) η άμεση απασχόληση στον τουριστικό κλάδο για το 2011 εκτιμάται στις 311 χιλ. απασχολούμενους, με βάση τα στοιχεία της έρευνας Εργατικού δυναμικού της ΕΛΣΤΑΤ ως προς την κύρια θέση εργασίας. Η εκτίμηση αυτή αντιστοιχεί στο 8% της συνολικής απασχόλησης της χώρας. Με βάση εκτίμηση του δείκτη «Απασχολούμενοι ανά κλίνη» οι συνολικές θέσεις εργασίας που μπορεί να προσφέρει ο ξενοδοχειακός κλάδος τη θερινή περίοδο προσεγγίζουν τις 208 χιλ.

Διάγραμμα 2.6.

Εκτίμηση της τουριστικής απασχόλησης στην Ελλάδα (2011)



Πηγή: (IOBE, 2013), ELSTAT (βλέπε πίνακα 2.5).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα μελέτης του IOBE για την επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, για κάθε 100 θέσεις άμεσης απασχόλησης που είναι αποτέλεσμα της τουριστικής δαπάνης και των επενδύσεων, υποστηρίζονται άλλες 130 θέσεις απασχόλησης συνολικά στους κλάδους που αποτελούν τους κυριότερους προμηθευτές των τουριστικών επιχειρήσεων, αλλά και σε εκείνους όπου κατευθύνεται, ως καταναλωτική δαπάνη, το εισόδημα των απασχολουμένων (στον τουριστικό τομέα και στους κύριους κλάδους-προμηθευτές).

Πίνακας 2.5.

Η Απασχόληση στον Κλάδο του Τουρισμού το 2011 (σε χιλιάδες άτομα)

Εστίαση	94,7
Καταλύματα	64,0
Οδικές Μεταφορές	57,0
Εμπόριο	27,5
Θαλάσσιες Μεταφορές	26,2
Ψυχαγωγία/Πολιτισμός	12,7
Ταξιδιωτικά Γραφεία	12,1
Αεροπορικές Μεταφορές	8,1
Σιδηροδρομικές Μεταφορές	4,9
Ενοικιάσεις Αυτοκινήτων	3,1
Συνέδρια	0,6
ΣΥΝΟΛΟ	310,9

Πηγή IOBE (2013)

2.7.2. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΑΕΠ

Η συνολική ακαθάριστη προστιθέμενη αξία του τομέα εκτιμάται στα 30,3 δισ. ευρώ, ήτοι, 16,4% του ΑΕΠ (το 2012). Σύμφωνα με Capital.gr (2014) τη συμβολή του ελληνικού τουρισμού στα μεγέθη της ελληνικής οικονομίας υπογραμμίζουν στις ανακοινώσεις τους με αφορμή την αυριανή Παγκόσμια Ημέρα Τουρισμού οι φορείς του κλάδου, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΞΕΕ), Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων και Σύνδεσμος Ελληνικών τουριστικών Επιχειρήσεων. Σε μια δύσκολη συγκυρία για την Ελλάδα, ο τουρισμός αποδεικνύεται, σύμφωνα με τη γλώσσα των αριθμών, ότι αποτελεί τη βασική ανάσα για την ελληνική οικονομία και την ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών, αναφέρει στην ανακοίνωση του το ΞΕΕ και επισημαίνει ότι οι τουριστικές χρονιές του 2013 και του 2014 ήταν εξαιρετικές για τον τουρισμό, τόσο για τους επαγγελματίες όσο και τους απασχολούμενους στον κλάδο. Από την πλευρά του το ΞΕΕ σημειώνει ότι «τα ελληνικά ξενοδοχεία -μικρομεσαίες οικογενειακές επιχειρήσεις, στη συντριπτική τους πλειονότητα- αποτελούν ζωτικά "κύτταρα" των οικονομικών και κοινωνικών ιστών της χώρας μας. Είναι εστίες ανάπτυξης, απασχόλησης, κοινωνικής συνοχής και εξωστρέφειας. Ιδίως στις λιγότερο ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές της Περιφέρειας, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις βοηθούν την τοπική/περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη μέσω του τουρισμού. Αυτό το διάστημα, ο επιχειρηματικός κόσμος του ξενοδοχειακού κλάδου αξιολογεί τα πρώτα

μηνύματα και τις νέες εξελίξεις για την επόμενη τουριστική περίοδο τονίζοντας, ότι οι γεωπολιτικές εντάσεις στην ευρύτερη περιοχή, οι ρυθμοί ανάπτυξης των μεγάλων οικονομιών, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, κυρίως του ευρώ, η ανασφάλεια λόγω της αναβίωσης τρομοκρατικών απειλών, είναι παράγοντες που δεν επιτρέπουν ασφαλείς εκτιμήσεις για τη ροή των εξελίξεων.

Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος και την ΕΛΣΤΑΤ ο τουρισμός συμβάλλει πολύ στην Ελληνική Οικονομία. Εξετάζοντας το ισοζύγιο υπηρεσιών προκύπτει ότι οι καθαρές εισπράξεις από ταξιδιωτικές υπηρεσίες ήταν το 2009 το 3,45% του ΑΕΠ και έφτασαν το 2013 στο 5,67% του ΑΕΠ. Εκτός από αυτό, και οι μεταφορικές υπηρεσίες (που σχετίζονται με τον κλάδο του τουρισμού) συμβάλλου επίσης πολύ στην Ελληνική Οικονομία. Πράγματι από το ισοζύγιο υπηρεσιών προκύπτει ότι οι καθαρές εισπράξεις από μεταφορικές υπηρεσίες το 2009 ήταν το 2,80% του ΑΕΠ και το 2013 ανήλθαν στο 3,59% του ΑΕΠ.

Σύμφωνα με την έρευνα του (Βαγιονής, 2014) η οικονομική δραστηριότητα στον Τουρισμό είναι σημαντική και απεδείχθη ανθεκτική στην κρίση και πρωτοπόρος στην ανάκαμψη της οικονομικής δραστηριότητας στη χώρα μας. Με βάση την μελέτη του (IOBE, 2012) ο τουριστικός κλάδος είναι σημαντικός πυλώνας για την οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Συνεισφέρει στο ΑΕΠ κατά 15,1%, δημιουργεί ένα μεγάλο αριθμό θέσεων απασχόλησης, καθώς και είναι σημαντική πηγή φορολογικών εσόδων (5% των εσόδων από την έμμεση φορολογία).

Τα συνοπτικά μεγέθη του Ελληνικού τουριστικού κλάδου παρουσιάζονται στον πίνακα 2.6.

Πίνακας 2.6.

Συνοπτικά Μεγέθη Ελληνικού Τουρισμού

Έτος	Συμβολή στο ΑΕΠ (%)	Αφίξεις (σε χιλιάδ.)	Διανυκτερεύσεις (σε χιλιάδ.)	Κύκλος Εργασιών (Καταλύματα + Εστίαση) (2010=100)	Διανυκτερεύσεις /άφιξη (αριθμός)
2008	5,5	15.939	65.014	90,6	4,1
2009	4,7	14.915	64.292	93,9	4,3
2010	4,9	15.007	65.059	100,0	4,3
2011	4,7	16.427	69.138	92,6	4,2
2012	4,9	15.518	63.055	76,7	4,1
2013	5,9	17.920	70.066	80,3	3,9
2014	6,3	22.033	73.952	89,8	3,4
2015	6,5	23.599	76.772	92,6	3,3
2016	6,4	24.799	79.885	92,8	3,2

Πηγή: Συμβολή στο ΑΕΠ (από OECD), λοιπά από Τράπεζα της Ελλάδος, ΕΛΣΤΑΤ.

Από τα στοιχεία του πίνακα 2.6 φαίνεται ότι η συμβολή του Ελληνικού τουριστικού κλάδου στο Ελληνικό ΑΕΠ από 5,5% (2008) ανέρχεται σε 6,4% (2016). Οι αφίξεις τουριστών από 15939 χιλιάδ. (2008) έφτασαν σε 24799 χιλιάδ. (2016). Ομοίως και οι διανυκτερεύσεις από 65014 χιλιάδ. (2008) έφτασαν σε 79885 χιλιάδ. (2016). Ο συνολικός κύκλος εργασιών του τουριστικού κλάδου (καταλύματα και συνεργαζόμενα εστιατόρια (εστίαση)) παρουσίασε μια αύξηση (με βάση το έτος 2010=100) από 90,6 (2008) σε 92,8 (2016). Πάντως, λόγω της διεθνούς ύφεσης, οι διανυκτερεύσεις ανά άφιξη μειώθηκαν από 4,1 (2008) σε 3,2 (2016).

Ο Τουρισμός πάντα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη και αύξηση της απασχόλησης. Πράγματι, με βάση την μελέτη (ΣΕΤΕ, 2003) την τελευταία εικοσαετία η αύξηση της απασχόλησης στον τουριστικό κλάδο (τομέα) ήταν της τάξεως του 87% έναντι της αντίστοιχης μείωσης κατά 15% στον μεταποίηση. Σε αυτό συμφωνεί και η έρευνα του (Georgiou, 2015β). Σύμφωνα με (Ikκος, 2015) ο τουρισμός συμβάλλει σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό στη οικονομική ανάπτυξη. Επιπλέον, λόγω της διασποράς των τουριστικών προορισμών ανά τη χώρα, ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει και καταλυτικό ρόλο στην κατανομή του ΑΕΠ ανάμεσα στις περιφέρειες της χώρας. Από την άλλη πλευρά όμως, ο τουρισμός αποτελεί εποχική δραστηριότητα με επακόλουθο την έντονη χρήση φυσικών και ανθρωπογενών πόρων μόνο κατά τους μήνες αιχμής και αχρηστίας τους κατά τους χειμερινούς μήνες. Επιπλέον, η εποχική δραστηριότητα αναγκαστικά οδηγεί και στην εποχική απασχόληση με επακόλουθο την μη απασχόληση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα για μεγάλες χρονικές περιόδους, με αποτέλεσμα την αστάθεια τους. Ειδικά για το 2014 σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του (Ikκος, 2015), ο τουρισμός για 3 νησιωτικές Περιφέρειες (Κρήτη, Νότιο Αιγαίο, Ιόνιο) συνεισφέρει άμεσα στη δημιουργία τουλάχιστον 50% του ΑΕΠ των Περιφερειών αυτών. Οι περιφέρειες αυτές έχουν από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη χώρα, υποστηρίζοντας την άποψη ότι ο τουρισμός οδηγεί σε βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται. Ο τουρισμός είναι ένα από τα μέτρα αυτά ώστε να βοηθήσει την οικονομική ανάπτυξη και την μείωση της ανεργίας (Petralias *et al.*, 2013).

Προσθέτως αναφέρεται ότι η Ελλάδα σαν μεσογειακή χώρα πρέπει να βασιστεί περισσότερο στον τουρισμό σε αντίθεση με τις βόρειες χώρες διότι με βάση (Georgiou, 2015) στις νότιες χώρες της ΕΕ ο τουρισμός (λόγω του καλού κλίματος) συμβάλλει πολύ περισσότερο στην οικονομική ανάπτυξη.

2.8 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

2.8.1 ΚΑΤΑ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ

Πίνακας 2.7.

Διανυκτερεύσεις (σε χιλιάδες) (όλα τα καταλύματα εκτός campings)

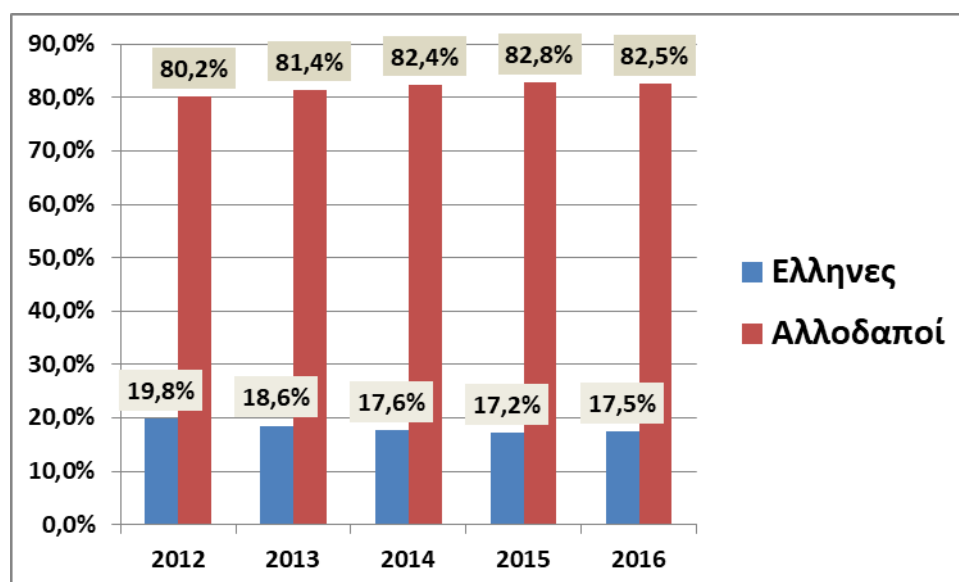
	2012	2013	2014	2015	2016
Έλληνες	12.515	13.007	13.050	13.201	13.944
Αλλοδαποί	50.539	57.058	60.902	63.571	65.941
ΣΥΝΟΛΟ	63.054	70.065	73.952	76.772	79.885

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ

Από τα στοιχεία του πίνακα 2.7 προκύπτει ότι σε όλα τα τουριστικά καταλύματα εκτός από τα campings οι συνολικές διανυκτερεύσεις και των Ελλήνων και των αλλοδαπών ανέρχονται και από 63054 (2012) έφτασαν σε 79885 (2016).

Διάγραμμα 2.7.

Ποσοστιαία κατανομή διανυκτερεύσεων Ελλήνων και αλλοδαπών



Πηγή ΕΛΣΤΑΤ

Οι αλλοδαποί κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο διανυκτερεύσεων που με βάση το Διάγραμμα 2.7 από 80,2% (2012) έφτασε το 82,5% (2016).

2.8.2 ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΙΑ

Αναφορικά με τις διανυκτερεύσεις από 4 νύχτες τουλάχιστον και άνω η κατάσταση φαίνεται στον πίνακα 2.8.

Πίνακας 2.8.

Συνολικές διανυκτερεύσεις (σε χιλιάδες)

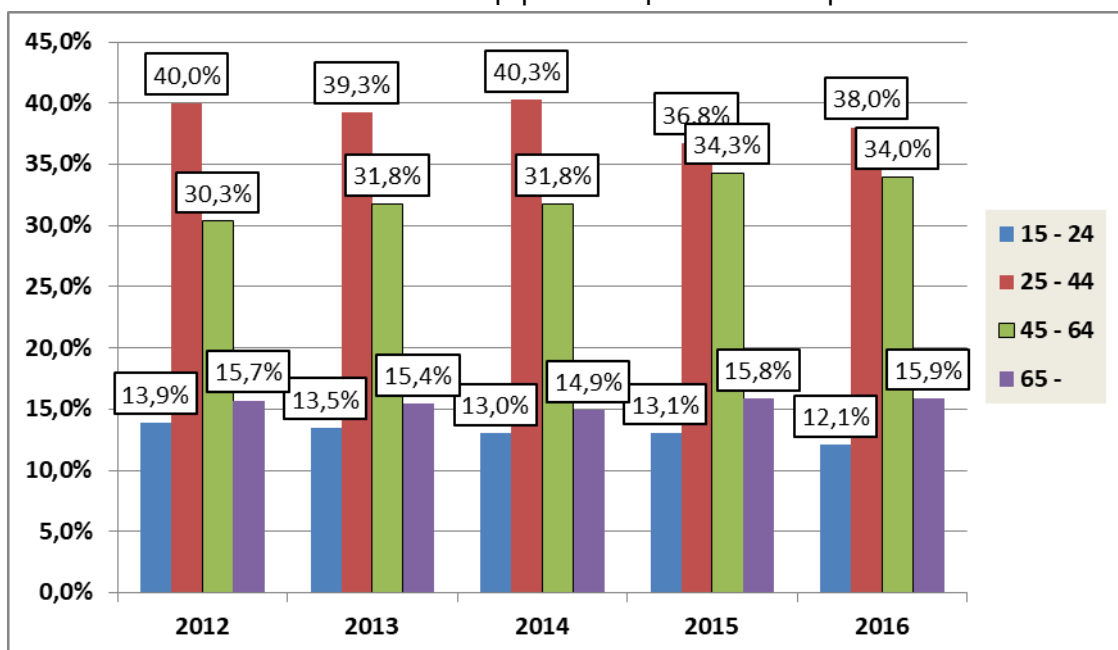
	2012	2013	2014	2015	2016
ΣΥΝΟΛΟ	2.720,4	2.609,2	3.041,1	2.780,6	2.668,3

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ

Από τον πίνακα 2.8 προκύπτει ότι οι συνολικές διανυκτερεύσεις (από 4 νύχτες τουλάχιστον και άνω) αυξηθήκαν από 2720,4 χιλ. (2012) σε 3041,1 χιλ. (2014) και στη συνέχεια έπεσαν σε 2668,3 χιλ. (2016). Αυτό το φαινόμενο αποδίδεται στην γενική οικονομική κρίση. Η διάθρωση (ποσοστιαία κατανομή) των πιο πάνω διανυκτερεύσεων κατά ηλικιακό επίπεδο παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 2.8.

Διάγραμμα 2.8.

Ποσοστιαία κατανομή διανυκτερεύσεων κατά ηλικία



Πηγή ΕΛΣΤΑΤ

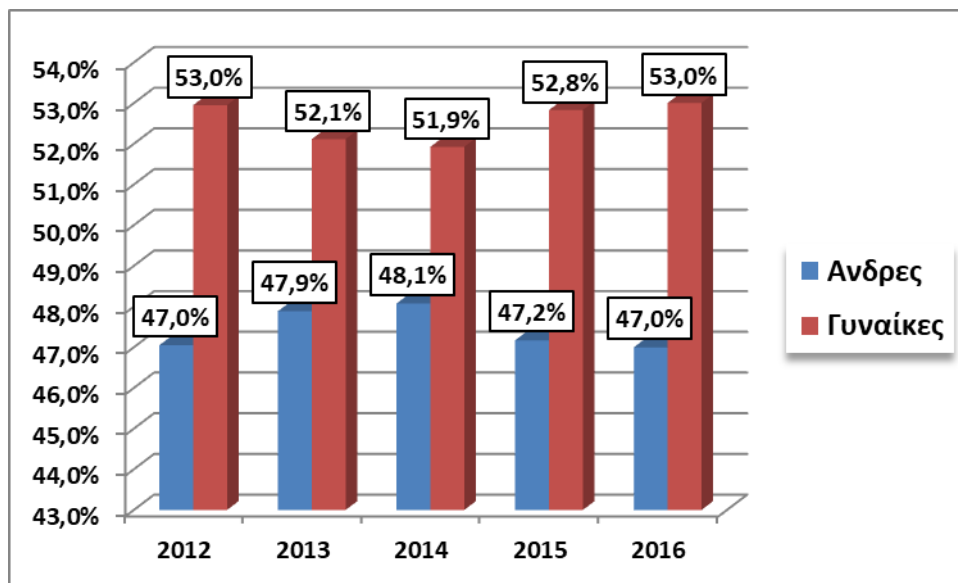
Από το διάγραμμα 2.8 φαίνεται ότι στο ηλικιακό κλιμάκιο (15-24) το ποσοστό διανυκτερεύσεων διατηρείται σε χαμηλά επίπεδα και είναι 12,1% (2016). Επίσης χαμηλό ποσοστό κατέχει και το ηλικιακό επίπεδο (65-) και είναι 15,9% (2016). Αντίθετα τα μεσαία ηλικιακά κλιμάκια κατέχουν το υψηλότερα ποσοστά. Και συγκεκριμένα το ηλικιακό κλιμάκιο (25-44) είναι στο 38% (2016) ενώ το κλιμάκιο (45-64) στο 34% (2016).

2.8.3 ΚΑΤΑ ΦΥΛΟ

Από τις διανυκτερεύσεις (από 4 νύχτες τουλάχιστον και άνω) που φαίνεται στον πίνακα 2.8 ακολουθεί στο Διάγραμμα 2.9 και η κατά φύλο ποσοστιαία κατανομή.

Διάγραμμα 2.9.

Ποσοστιαία κατανομή διανυκτερεύσεων κατά φύλο



Πηγή ΕΛΣΤΑΤ

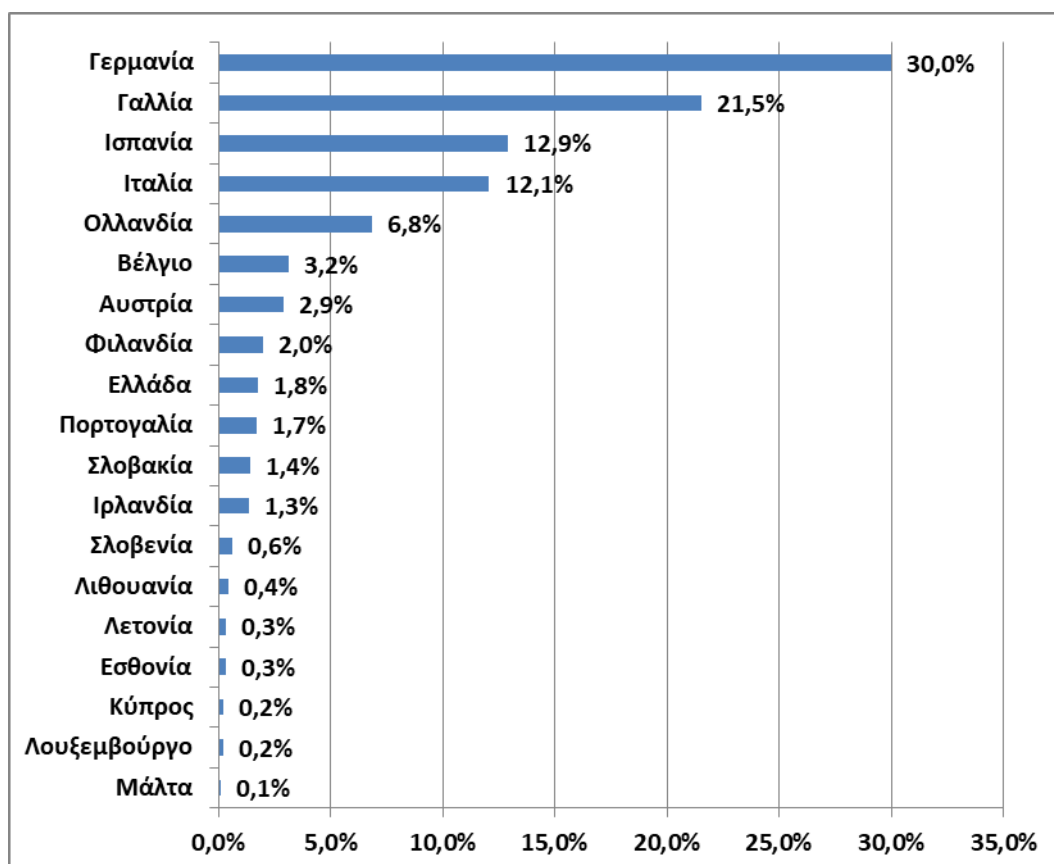
Από το διάγραμμα 2.9 φαίνεται ότι οι γυναίκες κατέχουν το υψηλότερο ποσοστό διανυκτερεύσεων σε όλη την περίοδο 2012-2016 και συγκεκριμένα κατέχουν το 53% (2016) έναντι των ανδρών (47%) (2016).

2.8.4 ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

Η πλειονότητα των τουριστών προέρχεται από χώρες της ΕΕ. Αυτό παρουσιάζεται για το 2016 στο Διάγραμμα 8.

Διάγραμμα 2.10.

Χώρες Προέλευσης τουριστών (2016)



Πηγή ΕΛΣΤΑΤ

Το παραπάνω διάγραμμα 2.10 αφορά τους τουρίστες άνω των 15 των με τουλάχιστο τέσσερις διανυκτερεύσεις. Η Γερμανία έρχεται πρώτη με (30%) και ακολουθούν: Γαλλία (21,5%), Ισπανία (12,9%), Ιταλία (12,1%), και οι λοιπές χώρες με ποσοστά κάτω του 10%.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Ο Εναλλακτικός Τουρισμός² αποτελεί μια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης η οποία γίνεται στο ύπαιθρο ή σε αγροτικές περιοχές (Βαρβαρέσος, 2005). Είναι η μορφή εκείνου του τουρισμού η οποία έχει σαν στόχο την αναβάθμιση των περιοχών αυτών καθώς και την οικονομική στήριξη αυτών (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2005).

Ο εναλλακτικός τουρισμός παρουσιάζει ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον στις μέρες μας διότι απευθύνεται σε επιχειρήσεις οι οποίες έχουν την έδρα τους μέσα στην ύπαιθρο και συχνά σε αγροτικές περιοχές. Στις επιχειρήσεις αυτές υπάρχουν παραδοσιακού τύπου εστιατόρια, καφενεία, παραγωγοί και έμποροι τοπικών προϊόντων. Επίσης υπάρχουν μουσεία κάθε είδους και διάφοροι πολιτιστικοί σύλλογοι όπως ορειβατικοί, φυσιολατρικοί, γυναικείοι, αγροτικοί, τοπική αυτοδιοίκηση και σχολεία. Με αυτό τον τρόπο και σύμφωνα με τις προσδοκίες των επιχειρηματιών, αναπτύσσεται μια αγροτουριστική δραστηριότητα η οποία φέρνει οφέλη οικονομικά και προσωπικά (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 2008).

Έτσι είναι πολύ σημαντικό, κάθε τουρίστας να βρεθεί σε επαφή με τη φύση, να μυηθεί στην καλλιέργεια της γης, στην περισυλλογή των καρπών και να έρθει σε επαφή με τους ντόπιους κατοίκους. Με τον τρόπο αυτό γίνονται γνωστά πολλά από τα τοπικά ήθη και έθιμα.

Ένας άλλος σκοπός του εναλλακτικού τουρισμού είναι και ο τρόπος με τον οποίο ο κάθε επισκέπτης θα γνωρίσει τα φυσικά τοπία του τουριστικού προορισμού. Η δυνατότητα επίσης που δίνεται για αθλητικές δραστηριότητες στη φύση, είναι επίσης σημαντική. Η ξενάγηση ακόμα και σε εκκλησίες και μοναστήρια μοναδική, τα αρχαιολογικά ευρήματα σημαντικά και ο καθημερινός τρόπος ζωής ή η συμμετοχή σε πανηγύρια και εκδηλώσεις μοναδική εμπειρία.

² Πηγή: <http://www.gnto.gov.gr/el>

και

<http://www.greektourismexpo.gr/el/enallaktikos-tourismos/>

Η εθελοντική εργασία μπορεί να γίνει κομμάτι των διακοπών και ταυτόχρονα δίνει την δυνατότητα να προστατεύεται το περιβάλλον και να γίνεται τρόπος ζωής. Βάσει των ανωτέρω λοιπόν, ορισμένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που εντοπίζονται στις μέρες μας, είναι οι εξής (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2005):

- Αγροτουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός
- Ορειβατικός και περιπατητικός
- Τουρισμός υγείας
- Αθλητικός τουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Παράκτιος τουρισμός, παραποτάμιος, θαλάσσιος τουρισμός και τουρισμός των υδροβιότοπων
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Αστικός τουρισμός
- Ιαματικός Τουρισμός
- Χρήσης Αθλητικών Κέντρων
- Τουρισμός σε Κέντρα Αναζωογόνησης
- Τουρισμός για Αθλητικές Διοργανώσεις Γκολφ
- Τουρισμός Ψυχαγωγικών Θεματικών Πάρκων.

Σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ. ο πιο αναλυτικός και εύστοχος ορισμός για το εναλλακτικό τουριστικό προϊόν δόθηκε το 1980 και περιλαμβάνει 7 τύπους στοιχείων:

- Τη φυσική κληρονομιά.
- Την ενεργητική κληρονομιά.
- Την ανθρώπινη κληρονομιά δηλαδή, τα δημογραφικά στοιχεία και πολιτιστικά δεδομένα, διάφορες απόψεις του πληθυσμού σχετικά με το τουριστικό φαινόμενο και τις συνθήκες διαβίωσης σε εναλλακτική βάση.
- Τις θεσμικές, πολιτικές, νομικές και διοικητικές δομές στον εναλλακτικό τουρισμό.
- Τις κοινωνικές δομές της χώρας όπως είναι η συμμετοχή των ατόμων στο δημοκρατικό σύστημα της χώρας.
- Τα αγαθά και τις υπηρεσίες, τα μεταφορικά μέσα και τους εξοπλισμούς, την ειδική υποδομή των διακοπών.
- Τις οικονομικές και χρηματοδοτικές δραστηριότητες στον εναλλακτικό τουρισμό.

Τα είδη των διαφορετικών μορφών εναλλακτικού τουρισμού, διαμορφώνονται ως εξής (Σφακιανάκης, 2000)

- Συνεδριακός Τουρισμός
- Γήπεδα Γκολφ
- Αυτοκινητοδρόμια
- Ιαματικός Τουρισμός – Σχετικές Εγκαταστάσεις Ιαματικού Τουρισμού και Υδροθεραπείας
- Χειμερινός Τουρισμός – Χειμερινά Κέντρα
- Κέντρα θαλασσοθεραπείας
- Κέντρα αναζωογόνησης
- Κέντρα προπονητικού αθλητικού τουρισμού
- Ψυχαγωγικά θεματικά πάρκα

3.1.1 Ο αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός έχει συνδέσει το όνομά του με την φύση, την ηρεμία, την ησυχία και την απλότητα. Οι τουρίστες αναζητώντας την χαλάρωση διαλέγουν αυτό το είδος των διακοπών, επειδή πέρα από την ομορφιά του φυσικού τοπίου του οποίου θα ζήσουν, μπορούν να πάρουν μέρος και σε πολλές δραστηριότητες όπως είναι η πεζοπορία, η ποδηλασία, το κολύμπι, η ιππασία κ.λπ. Επιπλέον, τους δίνεται η δυνατότητα να γνωρίσουν την τοπική κουζίνα και να δοκιμάσουν τα παραδοσιακά υγιεινά προϊόντα. Επίσης, μπορούν να δουν και να έρθουν σε επαφή με τα ήθη και τα έθιμα των αγροτικών πληθυσμών, τα οποία είναι ξεχασμένα από τους ανθρώπους της πόλης. Γενικότερα, αναζητούν την επαφή με την φύση και την επαρχιακή φιλοξενία. Επίσης, θέλουν να απολαύσουν και να γνωρίσουν την αυθεντική επαρχιακή ζωή, την καθαρότητα του τοπίου (Σφακιανάκης, 2000). Ο αγροτουρισμός έχει αρνητικές συνέπειες στο φυσικό και στο κοινωνικό περιβάλλον όταν αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό και χωρίς τάξη, οπότε θα υπάρξει υποβάθμιση του περιβάλλοντος των τόπων.

3.1.2 Πολιτιστικός τουρισμός

Πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται ως ο τουρισμός που γίνεται με σκοπό οι επισκέπτες να γνωρίσουν τα πολιτιστικά μνημεία και την πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου (τα παραδοσιακά κτίσματα, τους αρχαιολογικούς χώρους, τα ιστορικά και τα θρησκευτικά μνημεία, τα παλιά κέντρα των πόλεων). Σύμφωνα με την μελέτη (Τσερωτά, 2008) ο Θρησκευτικός Τουρισμός παρουσιάζει σταθερή ζήτηση στο πέρασμα του χρόνου και το μέγεθος αυτής είναι διόλου ευκαταφρόνητο. Στην Ελλάδα πραγματοποιούνται κυρίως ταξίδια θρησκευτικού τουρισμού από Έλληνες και Ρώσους Ορθόδοξους Χριστιανούς ή από καθολικούς Άγγλους, Γάλλους, Αμερικανούς που επισκέπτονται μνημεία, τα οποία αντιπροσωπεύουν το δόγμα τους (το Σπήλαιο της Αποκάλυψης στην Πάτμο όπου ήταν ο Ευαγγελιστής Ιωάννης και από όπου πέρασε και δίδαξε ο Απόστολος Παύλος). Επίσης, η ζήτηση προέρχεται από όλα τα δόγματα και όλες τις θρησκείες, τόσο από τον απλό λαό όσο και από θεολογικές ή εκκλησιαστικές σχολές και πανεπιστήμια με θεολογική κατεύθυνση και κληρικούς, μοναχούς, καλόγριες και γενικά όσους έχουν ταχθεί στην υπηρεσία αυτού στον οποίον πιστεύουν.

Επίσης, η πλειοψηφία των τουριστών που πραγματοποιούν θρησκευτικά ταξίδια έχουν μεσαία ή υψηλά εισοδήματα ενώ τις περισσότερες φορές έχουν και υψηλό εκπαιδευτικό και μορφωτικό επίπεδο. Επίσης στην μελέτη (Τσερωτά, 2008) αναφέρονται και τα μοναστήρια τα οποία έχουν ξενώνες. Ο Θρησκευτικός Τουρισμός απασχολεί και την Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία ενίσχυσε την ανάπτυξη του Ελληνικού Θρησκευτικού Τουρισμού με τις εξής δραστηριότητες : α) από το Β Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης και συγκεκριμένα από το επιχειρησιακό πρόγραμμα «Τουρισμός Πολιτισμός», χρηματοδοτήθηκε μελέτη αγοράς που πραγματοποιήθηκε από τον Ε.Ο.Τ. Μέσα στους στόχους της έρευνας αυτής ήταν η καταγραφή οργανώσεων, που σημειώνουν υψηλούς δείκτες μετακίνησης ανά τον κόσμο, με μεγάλη έμφαση στις εκκλησιαστικές οργανώσεις, β) από το Γ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης ο Ε.Ο.Τ διέθεσε κονδύλια για την δημιουργία ξενώνων και την βελτίωση της κατάστασης των ήδη υπαρχόντων σε μοναστήρια της Ελλάδας καθώς και για παράλληλες ιδιωτικές επενδύσεις. Επίσης, προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προώθηση του Θρησκευτικού Τουρισμού στην Ελλάδα είναι : α) το πρόγραμμα «Αμφιπρίτη », ένα ολοκληρωμένο σχέδιο δράσεων και ενεργειών για την γυναικεία απασχόληση στον τουρισμό και ιδιαίτερα στις σύγχρονες εναλλακτικές μορφές του, όπως ο Θρησκευτικός Τουρισμός και β) το πρόγραμμα «Πολιτιστικές Διαδρομές – Δρόμοι του Μοναχισμού», πρόγραμμα του συμβουλίου της Ευρώπης, που περιλαμβάνει την διοργάνωση ειδικών διαδρομών, την πραγματοποίηση επιστημονικών συναντήσεων, συμποσίων και ειδικές ενημερωτικές

εκδόσεις. Η ελληνική συμμετοχή στο πρόγραμμα αυτό είναι οι «Δρόμοι του Ορθόδοξου Μοναχισμού» και οι αντίστοιχες δραστηριότητές του είναι το Διεθνές Συμπόσιο με θέμα «Τάσεις του Ορθόδοξου Μοναχισμού», η έκδοση του πολιτιστικού – τουριστικού οδηγού «Μοναστήρια της Εγνατίας Οδού – των νησιών του Αιγαίου». Η έκδοση του πολιτιστικού – τουριστικού οδηγού ήταν η αφορμή για την ανάπτυξη διακρατικής συνεργασίας της Ελλάδας με τις χώρες των Βαλκανίων, Βουλγαρία, Αλβανία και της Πρώην Γιουγκοσλαβικής Δημοκρατίας των Σκοπίων (Τσερωτά, 2008).

3.1.3 Τουρισμός υγείας

Αλλιώς και θεραπευτικός τουρισμός, είναι ο τουρισμός που συνδυάζει μια μορφή διακοπών με την παροχή ιατρικών και θεραπευτικών υπηρεσιών, στις οποίες συγκαταλέγονται και υπηρεσίες που βοηθούν στην διατήρηση ή ακόμα και στη βελτίωση της υγείας τους. Αναφορικά με τον ιατρικό τουρισμό, στην εργασία (Τζανέτη, 2009) υπάρχει εκτενής κατάλογος με μονάδες υγείας, ιαματικές πηγές/καθώς και κέντρα φυσιοθεραπείας και spa σε όλη την Ελλάδα. Σύμφωνα με τον (Τούντας, 2014) η Ελλάδα είναι βασική χώρα προορισμού Ιατρικού Τουρισμού και εκτιμά ότι στα επόμενα 5 χρόνια θα έλθουν στην Ελλάδα 100.000 ασθενείς. Υπάρχουν όμως προβλήματα που επιβάλλεται να επιλυθούν αναφορικά με την οργάνωση, θεσμικό καθεστώς, προβολή-διαφήμιση καθώς και γραφειοκρατία.

3.1.4 Θαλάσσιος τουρισμός

Είναι οι τουριστικές δραστηριότητες που γίνονται στις ακτές ενός τόπου καθώς και στον θαλάσσιο χώρο του. Επιπλέον, στον θαλάσσιο τουρισμό ανήκουν και οι κρουαζιέρες καθώς και οι περιηγήσεις που γίνονται με σκάφη αναψυχής σε θαλάσσιο χώρο. Τέλος, στην κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνονται και όλα τα θαλάσσια σπορ και δραστηριότητες.

3.1.5 Οικοτουρισμός

Αυτή η μορφή τουρισμού συνδυάζεται με πολλές μορφές τουριστικής δραστηριότητας στη φύση. Αναφέρεται σε θέματα περιβαλλοντικής προστασίας και περιλαμβάνει εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Επίσης, ο οικοτουρισμός περιλαμβάνει και άλλες μορφές (πεζοπορίας, υπαίθριος τουρισμός) με στόχο την προστασία του περιβάλλοντος.

3.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί ένα διαδεδομένο τρόπο ψυχαγωγίας τον οποίο διαλέγουν οι περισσότεροι άνθρωποι για να ξεφύγουν από το άγχος. Οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον εναλλακτικό τουρισμό δεν έχουν καταφέρει μέχρι και τις μέρες μας να δώσουν ένα ακριβή και πλήρη ορισμό για το τι ακριβώς είναι ο συγκεκριμένος τουρισμός και πως αυτός περιγράφεται. Παρ' όλα αυτά έχουν καταφέρει να τον διαχωρίσουν σε διάφορες κατηγορίες και εναλλακτικές μορφές (Πατσουράτης, 2002). Τα δε πλεονεκτήματα που σχετίζονται με τον εναλλακτικό τουρισμό στην Ελλάδα, είναι τα: (Ζαχαράτος, Τσάρτας, 2008):

- I. Παρακολούθηση-συμμετοχή σε αγροτικές ασχολίες
- II. Μαθήματα κεραμικής
- III. Μαθήματα Ελληνικών χορών
- IV. Περιβαλλοντική εκπαίδευση
- V. Παρακολούθηση / συμμετοχή σε λαϊκά πανηγύρια
- VI. Οικολογικές περιηγήσεις
- VII. Επισκέψεις σε ιστορικά αξιοθέατα
- VIII. Μαθήματα ύφανσης
- IX. Μαθήματα Ελληνικής κουζίνας
- X. Μαθήματα Ελληνικής μυθολογίας

Ως εκ τούτου, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει κατάλληλη στρατηγική για την τοπική ανάπτυξη και να συμβάλλει στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη (Ζαχαράτος, Τσάρτας, 2008).

Ο εναλλακτικός τουρισμός επειδή μπορεί να γίνεται όλο το χρόνο, βοηθά στην μείωση της εποχικότητας (η οποία διακρίνει τον τουρισμό και η οποία έχει σαν αποτέλεσμα την εποχική λειτουργία του τουριστικού κλάδου και την δημιουργία της εποχικής ανεργίας). Έτσι, μια μελέτη της εποχικότητας σε συνδυασμό με το κατάλληλο marketing και την διαφήμιση των πλεονεκτημάτων της Ελλάδος σε θέματα εναλλακτικού τουρισμού θα έχει σαν αποτέλεσμα την τόνωση των τοπικών τουριστικών μονάδων και την μείωση της εποχικής ανεργίας.

Υπάρχει για την Βρετανία η ενδιαφέρουσα μελέτη (Fernández-Morales, Cisneros-Martínez, & McCabe, 2016).

3.3 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Από την έρευνα του Hollier, προκύπτει ότι τα κύρια μειονεκτήματα του ελληνικού εναλλακτικού τουριστικού προϊόντος σε σχέση με τις άλλες χώρες της Ε.Ε. είναι τα εξής (Βελισσαρίου, 2002):

- Ο μικρός βαθμός αλλαγής που χαρακτηρίζει τις μετακινήσεις του διεθνούς τουρίστα εντός της χώρας. Αυτός ο παράγοντας σχετίζεται με τις εναλλακτικές κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτιστικές αλλοιώσεις του τόπου υποδοχής.
- Ο χαμηλός βαθμός εναλλακτικής ξενοδοχειακής άνεσης.
- Η αλλοίωση των φυσικών τοπίων ως απόρροια της έλλειψης περιβαλλοντικής προστασίας.
- Ο μικρός βαθμός ανάπτυξης των αθλητικών κέντρων και δραστηριοτήτων.

3.4 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

3.4.1. Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Δεν υπάρχει επίσημος κατάλογος για τα καταλύματα εναλλακτικού τουρισμού της Ελλάδος. Υπάρχει όμως ενδεικτικός κατάλογος στην ηλεκτρονική διεύθυνση: http://www.entertv.gr/well-being/315412_katalymata-enallaktikoy-toyrismoy

Επίσης, στην επόμενη ηλεκτρονική διεύθυνση παρέχονται πληροφορίες για καταλύματα εναλλακτικού τουρισμού και για άλλες χώρες.

<https://www.discoveroom.com/greece/2013/11/10/enallaktika-katalymata/>

Οι φίλοι του εναλλακτικού τουρισμού και ιδιαίτερα αυτοί που ενδιαφέρονται για τον αρχαίο πολιτισμό μας και την ιστορία μας έχουν στην διάθεσή τους τα πολλά μουσεία μας, αρχαιολογικούς χώρους, περιοχές φυσικού κάλλους, σπήλαια, δρυμούς, φαράγγια, κλπ.

Πίνακας 3.1.

Μουσεία και Αρχαιολογικοί χώροι της Ελλάδος

	2011	2012	2013	2014	2015
Μουσεία	156	165	150	153	161
Επισκέπτες (σε χιλιάδ.)	3.061,5	2.975,7	3.376,9	4.154,4	4.405,8
Επισκέπτες (σε χιλιάδ.) / μουσείο	19,6	18,0	22,5	27,2	27,4
Αρχαιολογικοί χώροι	94	97	117	123	136
Επισκέπτες (σε χιλιάδ.)	6.517,6	6.693,8	8.167,9	9.953,2	10.319,7
Επισκέπτες (σε χιλιάδ.) / Αρχ. Χώρο	69,3	69,0	69,8	80,9	75,9

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ

Από τον πίνακα 3.1 διαπιστώνεται ότι ο αριθμός των μουσείων της Ελλάδος από 156 (2011) ανήλθε σε 161 (2015). Επίσης, και ο αριθμός των επισκεπτών των μουσείων αυτών αυξάνεται από 3061,5 χιλ. (2011) σε 4405,8 χιλ. (2015). Έτσι, ο αριθμός των επισκεπτών ανά μουσείο από 19,6 χιλ. (2011) έφτασε σε 27,4 χιλ. (2015). Παρόμοια εικόνα παρουσιάζουν και οι αρχαιολογικοί μας χώροι στους οποίους ο αριθμός των επισκεπτών ανά αρχαιολογικό χώρο ανέρχεται από 69,3 χιλ. (2011) σε 75,9 χιλ. (2015). Επομένως, η Ελλάδα έχει πολλά μουσεία και αρχαιότητες να προσφέρει για τον αρχαιολογικό (πολιτιστικό) τουρισμό.

3.4.1.α Περιοχές φυσικού κάλλους³

Υπάρχουν πολλές φυσικές καλλονές στην Ελλάδα κατάλληλες για τον εναλλακτικό τουρισμό. Ενδεικτικά παρουσιάζονται μερικές πιο κάτω.

³πηγή: <http://www.clickatlife.gr/taksidi/story/95989>

Εικόνα 3.1. Η Λίμνη Δόξα στον Φενεό Κορινθίας



Εικόνα 3.2. Η λίμνη Πλαστήρα



Εικόνα 3.3. Το γεφύρι της Κόνιτσας



Εικόνα 3.4.Οι καταρράκτες του ποταμού Κρικελιώτη στην Ευρυτανία



Εικόνα 3.5. Το φαράγγι της Σαμαριάς



Εικόνα 3.6. Τα επιβλητικά Μετέωρα έξω από την Καλαμπάκα



Εικόνα 3.7. Η ιδιαίτερη λίμνη Μελισσάνη της Κεφαλονιάς, που βρίσκεται 20 μέτρα κάτω από την επιφάνεια του εδάφους



3.4.1.β Σπήλαια⁴

Υπάρχουν επίσης πολλά αξιοθέατα σπήλαια στην Ελλάδα κατάλληλα για εναλλακτικό τουρισμό.

ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ

[Σπήλαιο του Κύκλωπα](#)

ΑΤΤΙΚΗΣ

[Σπήλαιο Ευριπίδη](#)

ΑΧΑΙΑΣ

[Σπήλαιο των Λιμνών](#)

ΔΡΑΜΑΣ

[Σπήλαιο Πηγών Αγγίτη](#)

⁴ Πηγή: <http://www.visitgreece.gr/el/nature/caves>

ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ

[Σπήλαιο Ελληνοκαμάρα](#), [Σπήλαιο της Αποκάλυψης](#), [Σπήλαιο Χαρκαδιό](#)

ΕΥΒΟΙΑΣ

[Οι Σπηλιές \(Ευβοίας\)](#)

ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ

[Μαύρη Σπηλιά](#)

ΖΑΚΥΝΘΟΥ

[Γαλάζιες Σπηλιές](#), [Οι θαλασσοσπηλιές του Ιονίου πελάγους](#)

ΗΜΑΘΙΑΣ

[Σπήλαια της Ημαθίας](#)

ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

[Σπήλαιο Ειλειθείας](#), [Σπήλαιο Καμάρες](#), [Σπήλαιο Καμάρων](#), [Σπήλαιο της Αγίας Παρασκευής](#), [Σπηλιές στο νομό Ηρακλείου](#)

ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

[Σπήλαιο Πραμάντων](#), [Σπήλαιο του Περάματος](#)

ΚΑΒΑΛΑΣ

[Σπηλιά Δρακότρυπα](#)

ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ

[Σπήλαιο](#)

ΚΕΡΚΥΡΑΣ

[ΓράβαΓαρδικίου](#), [Θαλασσινή Σπηλιά της Υπαπαντής](#), [Οι θαλασσοσπηλιές του Ιονίου πελάγους](#)

ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ

[Σπήλαιο της Δρογκαράτης](#), [Σπήλαιο της Μελισσάνης](#)

ΚΙΛΚΙΣ

[Διώροφο Σπήλαιο στο λόφο του Αϊ- Γιώργη](#), [Σπήλαιο του Αγίου Γεωργίου](#)

ΚΟΖΑΝΗΣ

[Σπήλαιο Σκοτεινό](#)

ΚΥΚΛΑΔΩΝ

[Θαλάσσιες σπηλιές στα Κουφονήσια](#), [Σίκινος - Μαύρη Σπηλιά](#), [Σπήλαιο Κουτάλας](#), [Σπήλαιο της Βρωμολίμνης](#), [Σπήλαιο του Γεωργίτη](#), [Σπήλαιο του Ζα](#), [Σπήλαιο Χιβαδολίμνη](#), [Χρυσοσπηλιά](#)

ΛΑΚΩΝΙΑΣ

[Το σπήλαιο της Καστανιάς](#), [Σπήλαια Διρού](#)

ΛΑΣΙΘΙΟΥ

[Δικταίον Άντρον](#), [Σπήλαιο Μιλάτου](#), [Σπήλαιο της Τράπεζας](#)

ΛΕΥΚΑΔΑΣ

[Οι θαλασσοσπηλιές του Ιονίου πελάγους](#)

ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ

[Σπήλαιο της Τρυπητής](#), [Σπήλαιο του Κένταυρου Χείρωνα](#), [Τεράστιες Σπηλιές](#)

ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

[Σπήλαιο Καταφύγιο](#)

ΠΡΕΒΕΖΑΣ

[Οι Σπηλιές \(Πάρνα\)](#)

ΡΕΘΥΜΝΗΣ

[Ιδαίον Άντρο](#), [Σπήλαιο Γερανίου](#), [Σπήλαιο Κουρνά](#), [Σπήλαιο Μελιδονίου](#), [Σπήλαιο Σφενδόνη](#)

ΣΕΡΡΩΝ

[Σπήλαιο Αλιστράτης](#)

ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ

[Σπήλαιο Πετραλώνων ή αλλιώς «Κόκκινες Πέτρες»](#)

ΧΑΝΙΩΝ

[Σπήλαιο Αρκουδιώτισσα, Σπηλιές Ζούρες και Χάρακας](#)

ΧΙΟΥ

[Σπήλαιο Αγίου Γάλακτος στη Χίου, Σπήλαιο Ολύμπων στη Χίο](#)

3.4.2. ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το δίκτυο AlterTourism⁵ παρέχει τις υπηρεσίες σε όλους τους φορείς που σχετίζονται, άμεσα ή έμμεσα, με την τουριστική ανάπτυξη καθώς και προώθηση και ειδικότερα με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Πιο αναλυτικά απευθύνεται:

- Σε **αρχές τοπικής και περιφερειακής αυτοδιοίκησης** (Δήμοι, Περιφέρειες) που επιθυμούν να αναδείξουν το εναλλακτικό τουριστικό προϊόν της περιοχής τους.
- Σε **αναπτυξιακούς φορείς και εταιρείες** που υλοποιούν προγράμματα τουριστικού σχεδιασμού και ανάπτυξης.
- Σε **τουριστικές επιχειρήσεις** (καταλύματα, ταξιδιωτικά γραφεία κλπ.) που ήδη δραστηριοποιούνται ή θέλουν να επεκταθούν στο χώρο του εναλλακτικού και θεματικού τουρισμού.

Υπάρχουν επίσης και άλλα γραφεία εναλλακτικού τουρισμού όπως:

- <http://www.explosivo.gr/>
- <http://www.pezoporia.gr/pez/praktoria.asp>
- <https://fairworld.gr/>

Απαραίτητη ενέργεια είναι η ταυτόχρονη έρευνα των τμημάτων της τουριστικής αγοράς. Με άλλα λόγια εκτός από την διαφημιστική παρουσίαση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, θα πρέπει να καταγραφεί και η διάθρωση του πελατολογίου. Δηλαδή θα πρέπει να γνωρίζει ο τουριστικός επιχειρηματίας τα διάφορα τμήματα (είδη) των πελατών του οι οποίοι θα επιζητήσουν τον εναλλακτικό τουρισμό. Τα είδη των πελατών αυτών δημιουργούνται με βάση διάφορα κριτήρια όπως: την ηλικία, το εισοδηματικό επίπεδο, το μορφωτικό επίπεδο, την οικογενειακή κατάσταση κλπ.. Σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον εκείνος ο επιχειρηματίας ο οποίος κατέχει τις περισσότερες πληροφορίες

⁵<http://altertourism.gr/to-diktyo/se-poiou-s-apefthinetai>

αναφορικά με τους πελάτες του και που ακόμα μπορεί να τις εκμεταλλευθεί κατά τον καλλίτερο τρόπο, έχει τότε την πλεονεκτική θέση στην αγορά (Porter, 1980) και (Porter & Millar, 1985).

3.4.3. ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Οι θετικές επιπτώσεις των διαφόρων μορφών του εναλλακτικού τουρισμού στην χώρα μας μπορούν να εντοπιστούν σε κάθε επίπεδο, οικονομικό, κοινωνικό ή πολιτισμικό. Ακόμη, σε επιχειρηματικό επίπεδο, η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, κάτι που είναι σημαντικό, ιδιαίτερα στις μέρες μας, κυρίως για τις ευαίσθητες, από άποψη ποσοστού ανεργίας, κοινωνικές ομάδες των νέων καθώς και των γυναικών. Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να δημιουργήσει άμεσα νέες θέσεις εργασίας μέσω ξενοδοχείων, λοιπών τουριστικών μονάδων, εστιατορίων, καταστημάτων πωλήσεων αναμνηστικών αντικειμένων αλλά και έμμεσα, μέσω της παροχής υπηρεσιών που προέρχονται από τις επιχειρήσεις που συνεργάζονται με τον εναλλακτικό τουρισμό.

Επίσης, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναπτύσσονται συνήθως από τον τοπικό πληθυσμό δημιουργώντας συμπληρωματικά εισοδήματα για τους τοπικούς κατοίκους και διατηρώντας τους νέους στον τόπο της καταγωγής τους. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για τις περιοχές που αντιμετωπίζουν σημαντική μείωση πληθυσμού, καθώς και δημογραφική γήρανση, αύξηση δηλαδή του ποσοστού των ηλικιωμένων στον πληθυσμό της περιοχής. Επί πλέον, η συμπληρωματικότητα αυτή του εισοδήματος είναι πολύ σημαντική για τις απομακρυσμένες και ευαίσθητες περιοχές και τονίζει την αναπτυξιακή και κοινωνική διάσταση που ασφαλώς έχει ο εναλλακτικός τουρισμός. Η απασχόληση στον τουρισμό δεν αντικαθιστά την ήδη υπάρχουσα απασχόληση του ντόπιου πληθυσμού, αλλά την στηρίζει και την ενισχύσει περισσότερο. Αυτό σημαίνει μεγαλύτερο εισόδημα και βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης για τις διάφορες τοπικές πληθυσμιακές και κοινωνικές ομάδες.

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού συμβάλλει επίσης στην κατά τόπους ανάπτυξη, αφού η ύπαρξη του συντελεί στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων, μέσω της δημιουργίας της απαραίτητης τουριστικής υποδομής, η οποία είναι ήπιας κλίμακας και φιλικά προς το γενικό περιβάλλον. Τέτοια αναπτυξιακά έργα υποδομής, τα οποία πολύ πιθανό να καθυστερούσαν για μεγάλο χρονικό διάστημα, υλοποιούνται άμεσα λόγω της τουριστικής ανάπτυξης. Σαν τέτοια έργα μπορούν να θεωρηθούν οι διάφορες βελτιώσεις στο δίκτυο συγκοινωνιών, η δημιουργία και βελτίωση δικτύων παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, νερού, ή τηλεπικοινωνιών, η δημιουργία καινούργιων αθλητικών εγκαταστάσεων και οι

διάφορες εγκαταστάσεις αναψυχής, δημιουργία μαρίνων ή λιμανιών καθώς και μία μαζική εισροή ποιοτικότερων καταναλωτικών αγαθών.

Με τον τρόπο αυτό, μέσω της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού, η περιφερειακή ανάπτυξη διαφόρων εν δυνάμει τουριστικών περιοχών συνδυάζεται αρμονικά με την προστασία και την ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, ενώ δεν βλάπτει τους φυσικούς πόρους και το περιβάλλον. Επίσης, συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση τόσο των ντόπιων όσο και των διαφόρων επισκεπτών στην αγάπη και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της σημαντικής πολιτιστικής μας κληρονομιάς. Η επαφή του επισκέπτη με τα φύση της περιοχής εντείνει την οικολογική του συνείδηση και ευαισθητοποίηση, κάτι που τελικά έχει ως αποτέλεσμα την ενεργό συμμετοχή του στην γενικότερη προστασία της φύσης.

Η εκμετάλλευση των πόρων και του πλούτου της εκάστοτε περιοχής γίνεται από τοπικούς επιχειρηματίες, οι οποίοι λαμβάνουν υπ' όψιν την πολιτιστική κληρονομιά. Έτσι η τοπική κοινωνία έχει την ευκαιρία να αναπτύξει και να διατηρήσει καθώς και να μεταφέρει στις επόμενες γενεές τη λαογραφία μας, την τοπική μας αρχιτεκτονική, να αναβιώσει τέχνες οι οποίες έχουν από καιρό ξεχαστεί για να παράγει παραδοσιακά προϊόντα, να αναβιώσει τοπικά έθιμα διοργανώνοντας πολιτιστικές εκδηλώσεις. Όλα αυτά διατηρούν και δεν αλλοιώνουν το χαρακτήρα της περιοχής, αναδεικνύοντας μέσω της παράδοσης τη διαφορετικότητα και την μοναδικότητα του κάθε τόπου.

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι το είδος του τουρισμού που στην ιδανική περίπτωση κατανέμει πιο ομαλά τους το σύνολο της τουριστικής δραστηριότητας ενός τόπου σε όλους τους μήνες ενός έτους, μειώνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας.

Δεν πρέπει ακόμα να παραβλέψουμε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μια σπουδαία πηγή εσόδων για την Ελληνική οικονομία. Οι κύριες οικονομικές του επιδράσεις σχετίζονται με εισροή συναλλάγματος και μεγάλη συνεισφορά στα κρατικά έσοδα. Τα έσοδα του κράτους που προκύπτουν από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σαν άμεσες και έμμεσες εισφορές. Στις άμεσες εισφορές ονομάζουμε τους διάφορους φόρους σε εισοδήματα ατόμων ή επιχειρήσεων που σχετίζονται με την τουριστική απασχόληση, τις τουριστικές επιχειρήσεις και από άμεσες χρεώσεις φόρων σε τουρίστες, όπως ο οικολογικός φόρος ή οι φόροι αναχώρησης. Οι έμμεσες εισφορές προέρχονται από φόρους και δασμούς που επιβάλλει το κράτος σε αγαθά και υπηρεσίες που προορίζονται για τον τουρίστα, όπως φόρους για αναμνηστικά αντικείμενα, εστιατόρια, νυχτερινά κέντρα κ.λπ.

Τα ταξίδια έχουν την τάση να φέρνουν ανθρώπους διαφορετικών κρατών και κουλτούρας σε επαφή μεταξύ τους. Λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα του εναλλακτικού

τουρισμού, θα μπορούσαμε να πούμε πως δημιουργεί ένα κλίμα κατανόησης και φιλίας ανάμεσα σε ανθρώπους διαφορετικών πολιτισμών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΙ ΝΟΜΟΙ

4.1 ΓΕΝΙΚΑ

Τα σημαντικότερα κίνητρα που δόθηκαν στον τουριστικό τομέα από το κράτος από το 1950 έως σήμερα, υποδιαιρούνται σε τρεις μεγάλες περιόδους, (1950-1966), (1967-1989), και (1990-σήμερα). Αναφορικά με την Ευρωπαϊκή Ένωση, τα κίνητρα που δόθηκαν μέσω των διαρθρωτικών ταμείων την Ελλάδα για την τουριστική Ανάπτυξη, κατατάσσονται σε τέσσερις μεγάλες περιόδους, ΜΟΠ (1986-1989), Α΄ΚΠΣ (1989-1993), Β΄ΚΠΣ (1994-1999), Γ΄ΚΠΣ (2000- 2006) και ΕΣΠΑ (2007-2013) και (2014-2020)^{6,7,8} και αποτελούν και αυτά επιχορηγήσεις, διότι παρέχονται εξειδικευμένα κατά επιχείρηση, σε αντίθεση με τα φορολογικά και λοιπά αναπτυξιακά κίνητρα που έχουν γενική εφαρμογή.

Ο ιστορικός απολογισμός των επενδυτικών νόμων που εφαρμόστηκαν στην Ελλάδα τα τελευταία τριάντα χρόνια είναι: πολλά διαθέσιμα κεφάλαια, λίγες επενδύσεις και λίγες θέσεις εργασίας, οι οποίες δεν κατάφεραν να αναπτύξουν στον αναμενόμενο βαθμό την ελληνική περιφέρεια (Λούσκα, 2012). Παρατηρείται «αδυναμία αντιμετώπισης περιφερειακών ανισοτήτων και περιορισμένη επίδραση στο ρυθμό ανάπτυξης της οικονομίας» (Λούσκα, 2012). Πράγματι, στην περίοδο 2000-2011 όχι μόνο δεν υφίσταται σύγκλιση στο κατά κεφαλήν ΑΕΠ ανάμεσα στις περιφέρειες της Ελλάδος, αλλά αντίθετα αυξάνεται η απόκλιση. Επίσης, κατά τους (Γεροθανάσης, Κωστούλας, 2001) υπήρξαν προβλήματα τα οποία λειτούργησαν ως οι κύριοι ανασταλτικοί παράγοντες, προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι αντίστοιχες επενδύσεις, ήταν τα εξής: α) η ανεπαρκής υποδομή β) η εμπλοκή των τραπεζών στο σύστημα αξιολόγησης, με αποτέλεσμα η όλη διαδικασία να γίνει αρκετά χρονοβόρα γ) διάφορες καθυστερήσεις στην υποβολή των σωστών δικαιολογητικών.

Παρόλα αυτά όμως, με βάση τα κριτήρια «μέσο μέγεθος μονάδος» (δηλαδή: κλίνες/μονάδα) προέκυψε ότι δημιουργήθηκαν μεγαλύτερου μεγέθους μονάδες, οι οποίες μπορούν να προσφέρουν τα πάντα. Έτσι, προσελκύουν περισσότερους τουρίστες και μάλιστα υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, οι οποίοι αποφέρουν περισσότερα έσοδα. Με αυτό τον τρόπο επήλθε και η οικονομική ανάπτυξη. Δηλαδή, επήλθε οικονομική ανάπτυξη στην Ελλάδα, παρά το γεγονός ότι αυξήθηκε η περιφερειακή ανισότητα (με κριτήριο το κατά κεφαλήν ΑΕΠ)

⁶<http://www.antagonistikotita.gr/greek/prokResultsFull.asp?id=238>

⁷<http://www.mintour.gov.gr/Investments/Espa/Administrationservice/enalaktikostourismos>

⁸<https://www.espa.gr/el/pages/staticESPA2014-2020.aspx>

Αντίθετα με βάση την μελέτη (Georgiou, 2015γ), που αφορά πολλές Ευρωπαϊκές χώρες, η ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου επιφέρει βελτίωση της κατανομής του εισοδήματος και ιδιαίτερα στις νότιες χώρες της Ευρώπης.

4.2 ΤΟ ΕΣΠΑ

Το 61,6% των ξενοδοχείων που θεωρούνται από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, απασχολεί λιγότερους από 5 εργαζόμενους και μόνο το 2,4% απασχολεί πάνω από 100 άτομα. Λόγω του μικρού τους μεγέθους, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι στενά συνδεδεμένες με τον υπόλοιπο οικονομικό ιστό της περιοχής που δραστηριοποιούνται. Εξαιτίας αυτού, συμβάλλουν στην ευρύτερη δυνατή διάχυση των ωφελειών της τουριστικής ανάπτυξης στις τοπικές κοινωνίες, λειτουργώντας ως βασικός μοχλός περιφερειακής ανάπτυξης (Ρερρές, 2012). Ο προϋπολογισμός του νέου ΕΣΠΑ 2014-2020⁹ προβλέπει τη διάθεση σημαντικότερων κοινοτικών πόρων ύψους 20,8 δισ. ευρώ (περίπου 87% της εκτιμώμενης συνολικής δημόσιας δαπάνης) για τη χρηματοδότηση αναπτυξιακών δράσεων στην Ελλάδα, που θα βοηθήσουν και την περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη.

⁹<https://www.espa.gr/el/Pages/staticCohesionPolicy.aspx>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΕΣΠΑ

5.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε κατά κύριο λόγο από ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αλλά και τουριστικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με την βοήθεια του εναλλακτικού τουρισμού σε ένα μικρό ποσοστό καθώς δεν υπάρχει τουριστική επιχείρηση που να αποσκοπεί κέρδος μόνο από τον εναλλακτικό τουρισμό. Απήντησαν συνολικά 51 επιχειρήσεις. Η έρευνα έγινε την χρονική περίοδο από 1/5/18 μέχρι και 1/7/18 και οι ερωτηθέντες απάντησαν με email, με επίσκεψη κατ'ίδιαν από έμμενα καθώς και τηλεφωνικά. Η έρευνα εξελίχθηκε στην περιοχή της Κρήτης, Σάμου, Κέρκυρας, και στα περισσότερα μέρη της Ελλάδος όπου έχει πιο μεγάλη απήχηση ο εναλλακτικός τουρισμός. Τις περισσότερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις τις βρήκαμε μέσω του ιντερνέτ.

5.2 ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το πιο κάτω ερωτηματολόγιο βασίζεται στην μέθοδο Likert. Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος με την κλίμακα Likert, δηλαδή οι ερωτήσεις έχουν πολλές κλιμακούμενες απαντήσεις. Οι αγκύλες [] περιέχουν την αντίστοιχη μεταβλητή. Οι απαντήσεις από το ερωτηματολόγιο ευρίσκονται στο αρχείο replies.xlsx.

1. Πόσα χρόνια δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας στον εναλλακτικό τουρισμό; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x1]¹⁰

- 0-5 (σημειώστε 1)
- 6-10 (σημειώστε 2)
- 11-15 (σημειώστε 3)
- 16-20 (σημειώστε 4)
- 20 + (σημειώστε 5)

2. Τι μορφή έχει η επιχείρησή σας; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x2]¹¹

- Ατομική Επιχ. (σημειώστε 1)

¹⁰ Η μεταβλητή [x1] λαμβάνει τις τιμές 1, 2, 3, 4 και 5.

¹¹ Η μεταβλητή [x2] λαμβάνει τις τιμές 1, 2, 3, και 4. Αναλόγως και οι λοιπές μεταβλητές.

- Εταιρική Επιχ. (σημειώστε 2)
- Νεοφυής Επιχ. (Startup) (σημειώστε 3)
- Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχ. (σημειώστε 4)

3. Ποιός είναι ο αριθμός των εργαζομένων που δραστηριοποιούνται στην επιχείρησή σας (συμπεριλαμβανομένων των αυτοαπασχολούμενων: ιδιοκτήτες κτλ.); Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x3]

- 1-20(σημειώστε 1)
- 21-40 (σημειώστε 2)
- 41-60 (σημειώστε 3)
- 61-100 (σημειώστε 4)
- 101-200 (σημειώστε 5)
- 201+ (σημειώστε 6)

4. Υπάρχει κατά την γνώμη σας αύξηση ή μείωση του ενδιαφέροντος για εναλλακτικό τουρισμό με την αύξηση του τουρισμού; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x4]

- Αύξηση(σημειώστε 1)
- Μείωση (σημειώστε 2)

5. Έχετε δηλώσει ποτέ συμμετοχή σε κάποιο πρόγραμμα ΕΣΠΑ; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x5]

- ΝΑΙ(σημειώστε 1)
- ΟΧΙ (σημειώστε 2)

6. Η επιχείρησή σας έχει λάβει κάποια επιδότηση ΕΣΠΑ για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x6]

- ΝΑΙ (σημειώστε 1)
- ΟΧΙ (σημειώστε 2)

7. Η επιλογή σας σε πρόγραμμα ΕΣΠΑ περί εναλλακτικού τουρισμού είχε αρνητικές συνέπειες στην επιχείρησή σας από άποψη κερδοφορίας; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x7]

- ΝΑΙ (σημειώστε 1)
- ΟΧΙ (σημειώστε 2)

8. Τα προγράμματα ΕΣΠΑ που προσφέρονται από το κράτος, βοηθούν κατά την γνώμη σας την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι ελληνικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με βάση τον εναλλακτικό τουρισμό; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x8]

- Καθόλου (σημειώστε 1)
- Λίγο (σημειώστε 2)
- Ούτε λίγο, ούτε πολύ (σημειώστε 3)
- Πολύ (σημειώστε 4)
- Πάρα πολύ (σημειώστε 5)

9. Πιστεύετε πως ο εναλλακτικός τουρισμός επηρεάζει αρνητικά η θετικά την προς τα έξω εικόνα και φήμη της επιχείρησής σας; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x9]

- Θετικά(σημειώστε 1)
- Αρνητικά(σημειώστε 2)

10. Πιστεύετε πως η ύπαρξη επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού δεν βοηθάει ιδιαίτερα την Ελληνική οικονομία από άποψη ανάπτυξης; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x10]

- Διαφωνώ απόλυτα (σημειώστε 1)
- Διαφωνώ (σημειώστε 2)
- Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ (σημειώστε 3)
- Συμφωνώ (σημειώστε 4)
- Συμφωνώ απόλυτα (σημειώστε 5)

11. Κατά την γνώμη σας θα μπορούσε να αναπτυχθεί περισσότερο η Ελληνική οικονομία αν υπήρχαν περισσότερες επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x11]

- ΝΑΙ (σημειώστε 1)
- ΟΧΙ (σημειώστε 2)

12. Τι ποσοστό πιστεύετε ότι καλύπτει ο εναλλακτικός τουρισμός στο σύνολο του τουρισμού στην Ελλάδα; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x12]

- 0-20%(σημειώστε 1)

- 21-40%(σημειώστε 2)
- 41-60%(σημειώστε 3)
- 61-80%(σημειώστε 4)
- 81-100%(σημειώστε 5)

13. Πιστεύετε στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας μέσω του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα στο μέλλον; Η ερώτηση αυτή εκφράζεται αριθμητικά από την μεταβλητή [x13]

- Καθόλου (σημειώστε 1)
- Λίγο (σημειώστε 2)
- Ούτε λίγο, ούτε πολύ (σημειώστε 3)
- Πολύ (σημειώστε 4)
- Πάρα πολύ (σημειώστε 5)

Με βάση τα πιο πάνω παρουσιάζεται ο πίνακας των μεταβλητών

Μεταβλητή	Ερμηνεία
x1	Πόσα χρόνια δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας στον εναλλακτικό τουρισμό;
x2	Τι μορφή έχει η επιχείρησή σας;
x3	Ποιός είναι ο αριθμός των εργαζομένων που δραστηριοποιούνται στην επιχείρησή σας (συμπεριλαμβανομένων των αυτοαπασχολούμενων: ιδιοκτήτες κτλ.);
x4	Υπάρχει κατά την γνώμη σας αύξηση ή μείωση του ενδιαφέροντος για εναλλακτικό τουρισμό με την αύξηση του τουρισμού;
x5	Έχετε δηλώσει ποτέ συμμετοχή σε κάποιο πρόγραμμα ΕΣΠΑ;
x6	Η επιχείρησή σας έχει λάβει κάποια επιδότηση ΕΣΠΑ για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού;
x7	Η επιλογή σας σε πρόγραμμα ΕΣΠΑ περί εναλλακτικού τουρισμού είχε αρνητικές συνέπειες από άποψη κερδοφορίας;
x8	Τα προγράμματα ΕΣΠΑ που προσφέρονται από το κράτος, βοηθούν κατά την γνώμη σας την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι ελληνικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με βάση τον εναλλακτικό τουρισμό;
x9	Πιστεύετε πως ο εναλλακτικός τουρισμός επηρεάζει αρνητικά ή θετικά την προς τα έξω εικόνα και φήμη της επιχείρησής σας;
x10	Πιστεύετε πως η ύπαρξη επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού δεν βοηθάει ιδιαίτερα την Ελληνική οικονομία από άποψη ανάπτυξης;

x11	Κατά την γνώμη σας θα μπορούσε να αναπτυχθεί περισσότερο η Ελληνική οικονομία αν υπήρχαν περισσότερες επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού;
x12	Τι ποσοστό πιστεύετε ότι καλύπτει ο εναλλακτικός τουρισμός στο σύνολο του τουρισμού στην Ελλάδα;
x13	Πιστεύετε στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας μέσω του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα στο μέλλον;

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

6.1 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Στο παράρτημα αναλύεται η περιγραφική στατιστική για κάθε μία μεταβλητή των απαντήσεων του ερωτηματολογίου.

Αναφορικά με τα χρόνια που δραστηριοποιείται η επιχείρηση στον εναλλακτικό τουρισμό

Πίνακας 6.1.

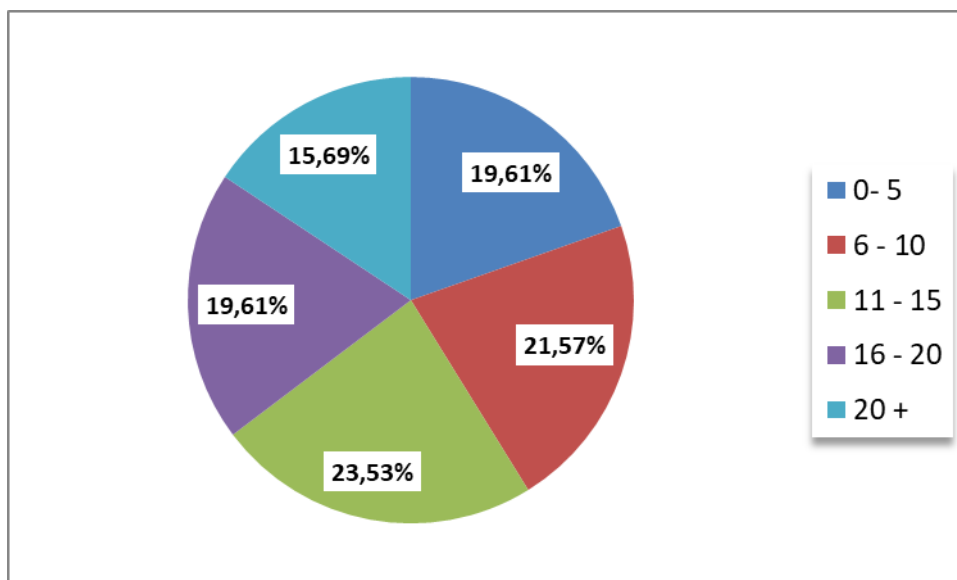
Κατανομή δείγματος αναφορικά με τα χρόνια που δραστηριοποιείται η επιχείρηση στον εναλλακτικό τουρισμό .

Έτη	Ποσοστό	Πλήθος
0- 5	19,61%	10
6 - 10	21,57%	11
11 - 15	23,53%	12
16 - 20	19,61%	10
20 +	15,69%	8
Σύνολο	100,00%	51

Από τον πίνακα 6.1 συμπεραίνεται ότι το δείγμα είναι σχεδόν ισομερώς κατανομημένο από άποψη μεγέθους ηλικίας (έτη λειτουργίας της επιχείρησης). Το υψηλότερο ποσοστό ανήκει στις επιχειρήσεις (11-15 ετών) και το κατώτερο σε επιχειρήσεις άνω των 20 ετών λειτουργίας. Η ίδια εικόνα παρέχεται και στο Διάγραμμα 6.1.

Διάγραμμα6.1.

Κατανομή δείγματος αναφορικά με τα χρόνια που δραστηριοποιείται η επιχείρηση στον εναλλακτικό τουρισμό



Πηγή: Πίνακας 6.1

Αναφορικά με τη μορφή της επιχείρησης:

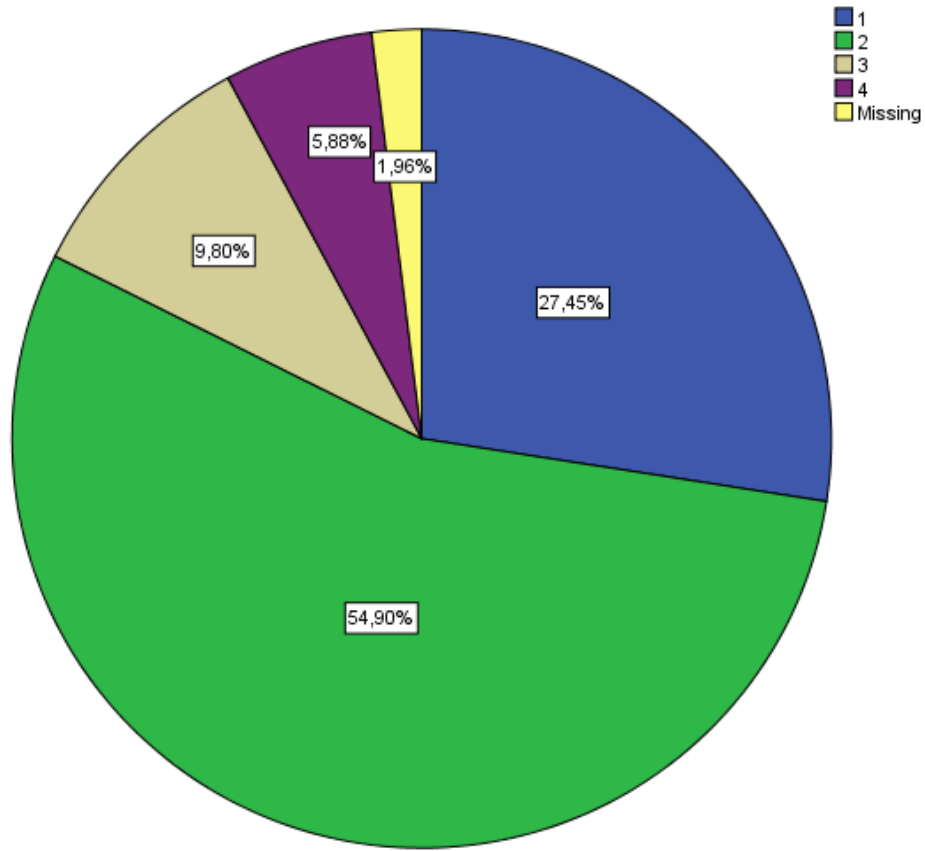
Πίνακας6.2.

Κατανομή δείγματος αναφορικά με τη μορφή της επιχείρησης

Μορφή	Ποσοστό	Πλήθος
Ατομική	27,5%	14
Εταιρική	54,9%	28
Νεοφυής	9,8%	5
Κοινωνική Συνεταιριστική	5,9%	3
Missing (δεν υπάρχει απάντηση)	2,0%	1
Σύνολο	100,00%	51

Διάγραμμα 6.2.

Κατανομή δείγματος αναφορικά με τη μορφή της επιχείρησης



Πηγή: Πίνακας 6.2

Αναφορικά με τον αριθμό των απασχολουμένων:

Πίνακας 6.3.

Κατανομή δείγματος αναφορικά με τον αριθμό των απασχολουμένων

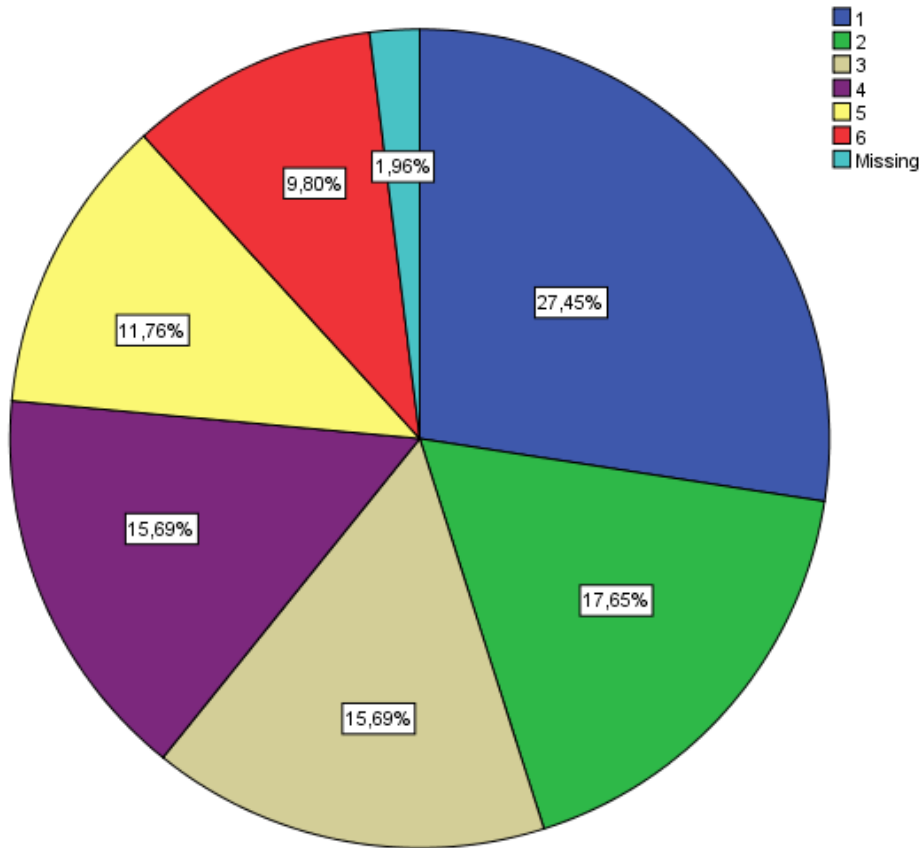
Απασχόληση	Ποσοστό	Πλήθος
1 - 20	27,5%	14
21 - 40	17,6%	9
41 - 60	15,7%	8
61 - 100	15,7%	8
101 - 200	11,8%	6
201 +	9,8%	5
Missing (δεν υπάρχει απάντηση)	2,0%	1
Σύνολο	100,00%	51

Από τον πίνακα 6.3 φαίνεται ότι η πλειοψηφία του δείγματος των ερωτηθέντων (27,5%) δηλαδή 14 επιχειρήσεις απασχολούν (1-20) άτομα. Ακολουθούν κατά 17,6% δηλαδή 9 επιχειρήσεις που απασχολούν (21-40) άτομα, κατά 15,7% δηλαδή 8 επιχειρήσεις που απασχολούν (41-60) άτομα, κατά 15,7% δηλαδή 8 επιχειρήσεις που απασχολούν (61-100) άτομα, επιχειρήσεις που απασχολούν (101-200) άτομα (11,8%) και τέλος επιχειρήσεις που απασχολούν (200 και άνω) άτομα (9,8%). Παρατηρείται δηλαδή η πλειοψηφία του δείγματος (45,1%) μας ανήκει στην κατηγορία των *micro* (πολύ μικρών) και *small* (μικρών) επιχειρήσεων¹². Παρόμοια εικόνα παρέχεται και στο Διάγραμμα 6.3.

¹² Βλέπε: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Statistics_on_small_and_medium-sized_enterprises

Διάγραμμα 6.3.

Κατανομή δείγματος αναφορικά με τον αριθμό των απασχολουμένων



1 - 20	1
21 - 40	2
41 - 60	3
61 - 100	4
101 - 200	5
201 +	6
Missing (δεν υπάρχει απάντηση)	missing

Πηγή: Πίνακας 6.3

6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ

Αναφορικά με τα αν υπάρχει αύξηση ή μείωση του ενδιαφέροντος για εναλλακτικό τουρισμό με την αύξηση του τουρισμού [x4] :

Πίνακας 6.4.

Αύξηση ή μείωση του ενδιαφέροντος για εναλλακτικό τουρισμό με την αύξηση του τουρισμού

	Ποσοστό	Πλήθος
Αύξηση	86,3%	44
Μείωση	13,7%	7
Σύνολο	100,00%	51

Από τα στοιχεία του πίνακα 6.4 προκύπτει ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων (86,3%) πιστεύει ότι με την αύξηση του τουρισμού επέρχεται και αύξηση του ενδιαφέροντος για εναλλακτικό τουρισμό.

Αναφορικά με τα αν οι επιχειρήσεις έχουν δηλώσει ποτέ συμμετοχή σε κάποιο πρόγραμμα ΕΣΠΑ [x5]:

Πίνακας 6.5.

Αν οι επιχειρήσεις έχουν δηλώσει ποτέ συμμετοχή σε κάποιο πρόγραμμα ΕΣΠΑ

	Ποσοστό	Πλήθος
Ναί	66,7%	34
Όχι	33,3%	17
Σύνολο	100,00%	51

Από τα στοιχεία του πίνακα 6.5 προκύπτει ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων (66,7%) έχει δηλώσει συμμετοχή σε κάποιο πρόγραμμα ΕΣΠΑ.

Αναφορικά με το αν η επιχείρηση έχει λάβει κάποια επιδότηση ΕΣΠΑ για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού [x6]:

Πίνακας 6.6.

Αν οι επιχειρήσεις έχουν λάβει κάποια επιδότηση για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού

	Ποσοστό	Πλήθος
Ναί	64,7%	33
Όχι	35,3%	18
Σύνολο	100,00%	51

Από τα στοιχεία του πίνακα 6.6 προκύπτει ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων (64,7%) έχει λάβει κάποια επιδότηση ΕΣΠΑ για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.

Αναφορικά με το αν η επιλογή σας σε πρόγραμμα ΕΣΠΑ περί εναλλακτικού τουρισμού είχε αρνητικές συνέπειες από άποψη κερδοφορίας [x7]:

Πίνακας 6.7.

Αν η επιλογή σας σε πρόγραμμα ΕΣΠΑ περί εναλλακτικού τουρισμού είχε αρνητικές συνέπειες από άποψη κερδοφορίας

	Ποσοστό	Πλήθος
Ναί	25,5%	13
Όχι	74,5%	38
Σύνολο	100,00%	51

Από τα στοιχεία του πίνακα 6.7 συμπεραίνεται η πλειοψηφία των επιχειρήσεων (74,5%) που επέλεξαν να συμμετάσχουν σε ένα πρόγραμμα ΕΣΠΑ δεν είχε αντιμετωπίσει αρνητικές συνέπειες από άποψη κερδοφορίας.

Αναφορικά με την ερώτηση: «Τα προγράμματα ΕΣΠΑ που προσφέρονται από το κράτος, βοηθούν κατά την γνώμη σας την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι ελληνικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με βάση τον εναλλακτικό τουρισμό;» [x8]:

Πίνακας 6.8.

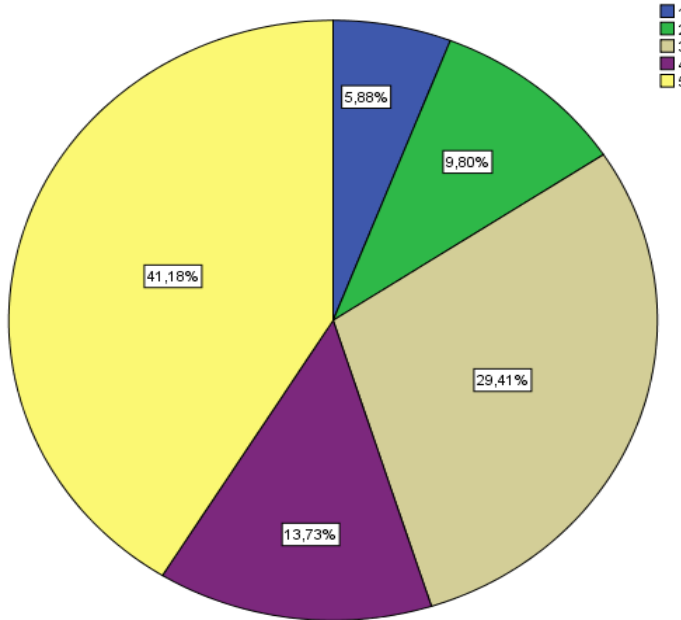
Τα προγράμματα ΕΣΠΑ που προσφέρονται από το κράτος, βοηθούν κατά την γνώμη σας την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι ελληνικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με βάση τον εναλλακτικό τουρισμό;

	Ποσοστό	Πλήθος
Πάρα πολύ	41,2%	21
Πολύ	13,7%	7
Ούτε λίγο ούτε πολύ	29,4%	15
Λίγο	9,8%	5
Καθόλου	5,9%	3
Σύνολο	100,00%	51

Από τα αποτελέσματα του πίνακα 6.8 προκύπτει ότι το υψηλότερο ποσοστό (41,2%) των ερωτηθέντων επιχειρήσεων συμφωνεί πάρα πολύ ότι τα προγράμματα ΕΣΠΑ βοηθούν οικονομικά τις Ελληνικές επιχειρήσεις που ασχολούνται στον εναλλακτικό τουρισμό. Το 13,7% απάντησαν ότι συμφωνούν πολύ. Δηλαδή το ποσοστό (54,9%) συμφωνεί στο ότι τα προγράμματα ΕΣΠΑ βοηθούν οικονομικά τις Ελληνικές επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον εναλλακτικό τουρισμό. Παρόμοια εικόνα παρέχεται και στο Διάγραμμα 6.4.

Διάγραμμα 6.4.

Τα προγράμματα ΕΣΠΑ που προσφέρονται από το κράτος, βοηθούν κατά την γνώμη σας την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι ελληνικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με βάση τον εναλλακτικό τουρισμό;



Πάρα πολύ	1
Πολύ	2
Ούτε λίγο ούτε πολύ	3
Λίγο	4
Καθόλου	5

Πηγή Πίνακας 6.8

Αναφορικά με το αν πιστεύει η επιχείρηση πως ο εναλλακτικός τουρισμός επηρεάζει αρνητικά ή θετικά την προς τα έξω εικόνα και φήμη της επιχείρησης[9] :

Πίνακας 6.9.

Αναφορικά με το αν πιστεύει η επιχείρηση πως ο εναλλακτικός τουρισμός επηρεάζει αρνητικά ή θετικά την προς τα έξω εικόνα και φήμη της επιχείρησης σας;

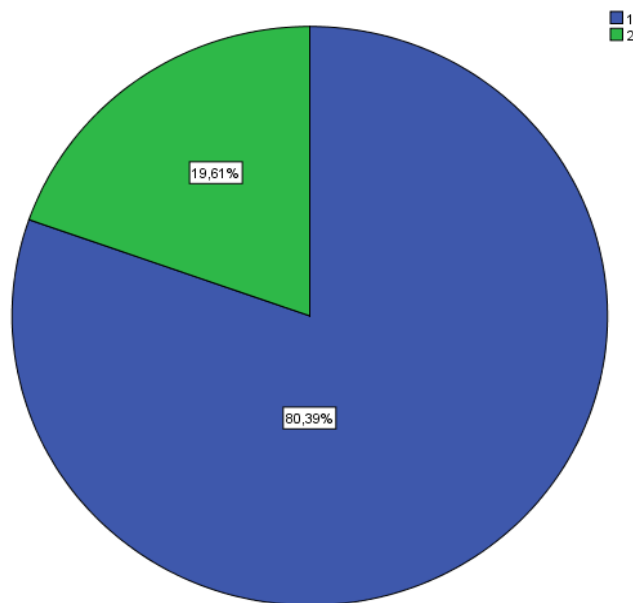
	Ποσοστό	Πλήθος
Θετικά	80,4%	41
Αρνητικά	19,6%	10
Σύνολο	100,00%	51

Από τα στοιχεία του πίνακα 6.9 φαίνεται ότι η συντριπτική πλειοψηφία (80,4%) από τις επιχειρήσεις που ρωτηθήκαν απάντησε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός επηρεάζει θετικά την

προς τα έξω εικόνα και φήμη της επιχείρησης. Παρόμοια εικόνα παρέχεται και στο Διάγραμμα 6.5.

Διάγραμμα 6.5.

Αναφορικά με το αν πιστεύει η επιχείρηση πως ο εναλλακτικός τουρισμός επηρεάζει αρνητικά ή θετικά την προς τα έξω εικόνα και φήμη της επιχείρησής σας;



Θετικά	1
Αρνητικά	2

Πηγή Πίνακας 6.9

Αναφορικά με την ερώτηση: «Πιστεύετε πως η ύπαρξη επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού δεν βοηθάει ιδιαίτερα την Ελληνική οικονομία;» [x10] :

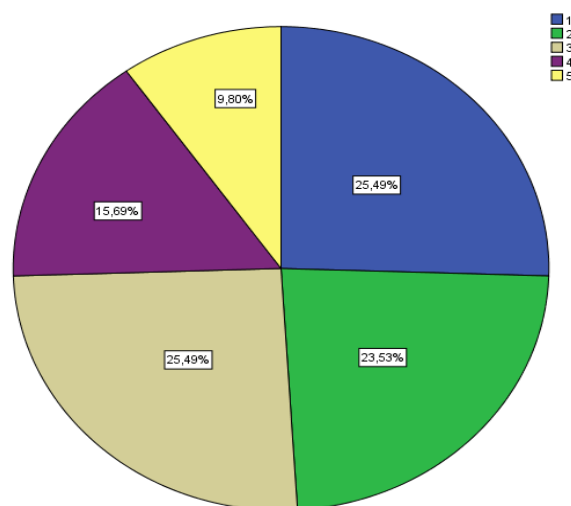
Πίνακας 6.10.

Πιστεύετε πως η ύπαρξη επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού δεν βοηθάει ιδιαίτερα την Ελληνική οικονομία;

	Ποσοστό	Πλήθος
Διαφωνώ απόλυτα	25,5%	13
Διαφωνώ	23,5%	12
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	25,5%	13
Συμφωνώ	15,7%	8
Συμφωνώ απόλυτα	9,8%	5
Σύνολο	100,00%	51

Η πλειοψηφία, δηλαδή το ποσοστό ($25,5\% + 23,5\% = 49\%$) συμφωνεί στο η ύπαρξη επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού βοηθάει ιδιαίτερα την Ελληνική οικονομία. Αντίθετη άποψη (η ύπαρξη επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού δεν βοηθάει ιδιαίτερα την Ελληνική οικονομία) έχει το ($15,7\% + 9,8\% = 25,5\%$). Αδιάφορο είναι το 25,5%. Παρόμοια εικόνα παρέχεται και στο Διάγραμμα 6.6.

Διάγραμμα 6.6. Πιστεύετε πως η ύπαρξη επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού δεν βοηθάει ιδιαίτερα την Ελληνική οικονομία;



Διαφωνώ απόλυτα	1
Διαφωνώ	2
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	3
Συμφωνώ	4
Συμφωνώ απόλυτα	5

Πηγή Πίνακας 6.10

Αναφορικά με την ερώτηση: Κατά την γνώμη σας θα μπορούσε να αναπτυχθεί περισσότερο η Ελληνική οικονομία αν υπήρχαν περισσότερες επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού;» [x11] :

Πίνακας 6.11.

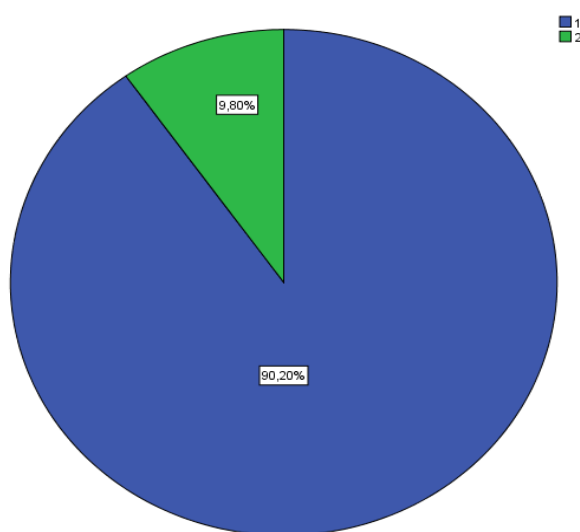
Κατά την γνώμη σας θα μπορούσε να αναπτυχθεί περισσότερο η Ελληνική οικονομία αν υπήρχαν περισσότερες επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού;

	Ποσοστό	Πλήθος
Ναι	90,2%	46
Όχι	9,8%	5
Σύνολο	100,00%	51

Από τα στοιχεία του πίνακα 18 προκύπτει ότι η συντριπτική πλειοψηφία (90,20%) των ερωτηθέντων ισχυρίζεται ότι η Ελληνική οικονομία θα μπορούσε να αναπτυχθεί περισσότερο αν υπήρχαν περισσότερες επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού. Παρόμοια εικόνα παρέχεται και στο Διάγραμμα 6.7.

Διάγραμμα 6.7.

Κατά την γνώμη σας θα μπορούσε να αναπτυχθεί περισσότερο η Ελληνική οικονομία αν υπήρχαν περισσότερες επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού;



Ναί	1
Όχι	2

Πηγή Πίνακας 6.11

Σχετικά με την ερώτηση: «Τι ποσοστό πιστεύετε ότι καλύπτει ο εναλλακτικός τουρισμός στο σύνολο του τουρισμού στην Ελλάδα;» [x12] :

Πίνακας 6.12.

Τι ποσοστό πιστεύετε ότι καλύπτει ο εναλλακτικός τουρισμός στο σύνολο του τουρισμού στην Ελλάδα;

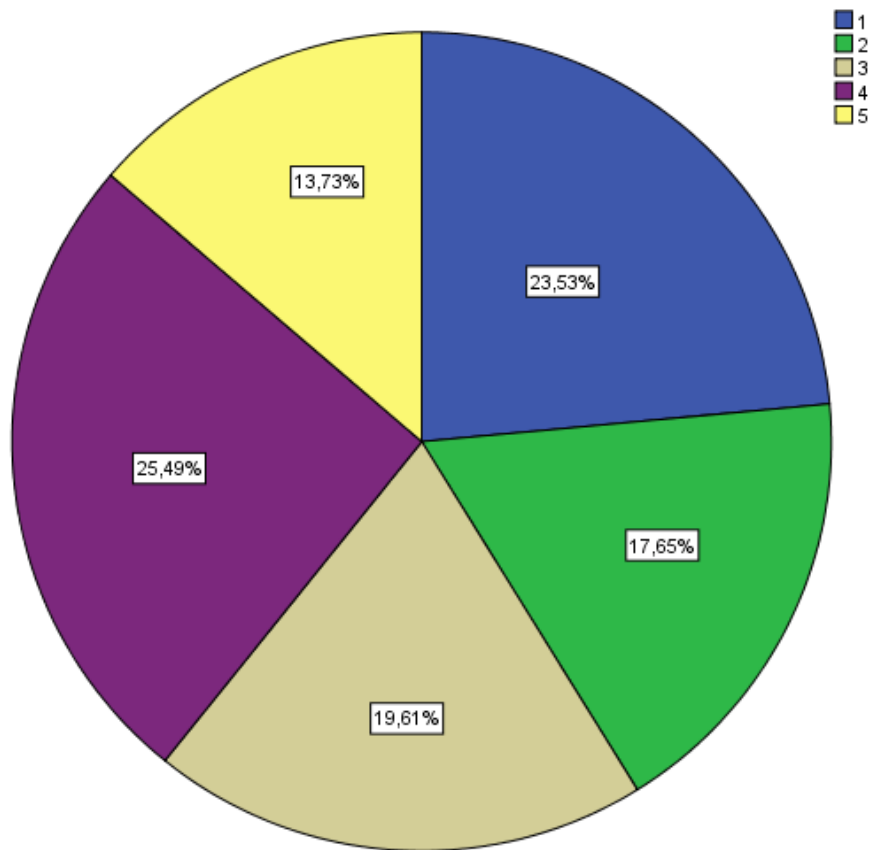
Ποσοστό εναλλακτικού τουρισμού στον Ελληνικό τουρισμό	Ποσοστό	Πλήθος
0-20%	23,5%	12
21-40%	17,6%	9
41-60%	19,6%	10
61-80%	25,5%	13
81-100%	13,7%	7
Σύνολο	100,00%	51

Η δεύτερη στήλη δείχνει το ποσοστό των ερωτηθέντων το οποίο πιστεύει σε τι διάστημα τάξεως ευρίσκεται ο εναλλακτικός τουρισμός σε σχέση με τον συνολικό τουρισμό (το οποίο φαίνεται στην πρώτη στήλη). Για παράδειγμα, το 23,5% των ερωτηθέντων (δηλαδή 12 άτομα που φαίνεται στη τρίτη στήλη) απάντησε ότι πιστεύει πως ο εναλλακτικός τουρισμός κατέχει ένα ποσοστό στο σύνολο του τουρισμού το οποίο ευρίσκεται στο διάστημα 0-20% .

Από τα στοιχεία του πίνακα 6.12 δεν υπάρχει πολύ σαφής εικόνα αναφορικά με το τι πιστεύεται σχετικά με το ποσοστό που καλύπτει ο εναλλακτικός τουρισμός στο σύνολο του Ελληνικού τουρισμού. Πάντως, το υψηλότερο ποσοστό των ερωτηθέντων (25,5%) πιστεύει ότι στο σύνολο του Ελληνικού τουρισμού ο εναλλακτικός τουρισμός κυμαίνεται στο 61-80%. Παρόμοια εικόνα παρέχεται και στο Διάγραμμα 6.8.

Διάγραμμα 6.8.

Τι ποσοστό πιστεύετε ότι καλύπτει ο εναλλακτικός τουρισμός στο σύνολο του τουρισμού στην Ελλάδα;



0-20%	1
21-40%	2
41-60%	3
61-80%	4
81-100%	5

Πηγή Πίνακας 6.12

Τέλος, σχετικά με την ερώτηση: «Πιστεύετε στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας μέσω του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα στο μέλλον;» [x13] :

Πίνακας 6.13.

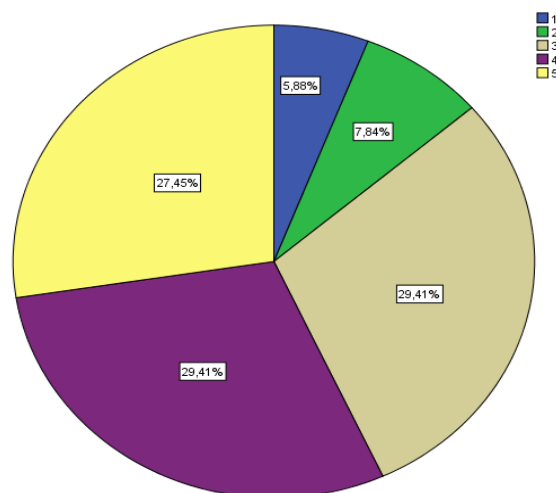
Πιστεύετε στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας μέσω του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα στο μέλλον;

	Ποσοστό	Πλήθος
Καθόλου	5,9%	3
Λίγο	7,8%	4
Ούτε λίγο ούτε πολύ	29,4%	15
Πολύ	29,4%	15
Πάρα πολύ	27,5%	14
Σύνολο	100,00%	51

Από τα αποτελέσματα του πίνακα 20 προκύπτει ότι το συντριπτικό ποσοστό (29,4% + 27,5% = 56,9%) συμφωνεί στο ότι ο εναλλακτικός τουρισμός στο μέλλον θα δημιουργήσει οικονομική ανάπτυξη στην Ελλάδα. Παρόμοια εικόνα παρέχεται και στο Διάγραμμα 6.9.

Διάγραμμα 6.9.

Πιστεύετε στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας μέσω του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα στο μέλλον;



Καθόλου	1
Λίγο	2
Ούτε λίγο ούτε πολύ	3
Πολύ	4
Πάρα πολύ	5

Πηγή Πίνακας 6.13

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε κατά κύριο λόγο από ξενοδοχειακές επιχειρήσεις καθώς και τουριστικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με εναλλακτικό τουρισμό σε ένα μικρό ποσοστό καθώς δεν υπάρχει τουριστική επιχείρηση που να αποσκοπεί κέρδος αποκλειστικά και μόνο από τον εναλλακτικό τουρισμό. Απήντησαν συνολικά 51 επιχειρήσεις. Η έρευνα έγινε την χρονική περίοδο από 1/5/18 μέχρι και 1/7/18 και οι ερωτηθέντες απάντησαν με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email), με επίσκεψη κατ'ίδιαν από εμένα καθώς και τηλεφωνικά. Η έρευνα έγινε στην περιοχή της Κρήτης, Σάμου, Κέρκυρας, και στα περισσότερα μέρη της Ελλάδος όπου έχει πιο μεγάλη απήχηση ο εναλλακτικός τουρισμός. Τις περισσότερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις τις βρήκα μέσω του ιντερνέτ.

Από την ανάλυση του ερωτηματολογίου αναφορικά με τον εναλλακτικό τουρισμό προκύπτουν τα ακόλουθα:

1. Το δείγμα μας αφορά κυρίως επιχειρήσεις με την εταιρική μορφή που ανήκουν στην κατηγορία μικρών επιχειρήσεων.
2. Προκύπτει από την ανάλυσή μας ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων έχει δηλώσει συμμετοχή σε κάποιο πρόγραμμα ΕΣΠΑ.
3. Επίσης, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων πιστεύει ότι με την αύξηση του τουρισμού επέρχεται και αύξηση του ενδιαφέροντος για εναλλακτικό τουρισμό.
4. Ακόμα προκύπτει ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων έχει λάβει κάποια επιδότηση ΕΣΠΑ για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.
5. Εκτός από τα πιο πάνω συνεπάγεται ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που επέλεξαν να συμμετάσχουν σε ένα πρόγραμμα ΕΣΠΑ δεν είχε αντιμετωπίσει αρνητικές συνέπειες από άποψη κερδοφορίας.
6. Προσθέτως, το ποσοστό (54,9%) συμφωνεί ότι τα προγράμματα ΕΣΠΑ βοηθούν οικονομικά τις Ελληνικές επιχειρήσεις που ασχολούνται στον εναλλακτικό τουρισμό.
7. Ακόμα, η συντριπτική πλειοψηφία (80,4%) από τις επιχειρήσεις που ρωτηθήκαν απάντησε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός επηρεάζει θετικά την εικόνα της επιχείρησης.
8. Εκτός από τα πιο πάνω, το ανώτερο ποσοστό (49%) συμφωνεί στο η ύπαρξη επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού βοηθάει ιδιαίτερα την Ελληνική οικονομία.
9. Επίσης, η συντριπτική πλειοψηφία (90,2%) των ερωτηθέντων ισχυρίζεται ότι η Ελληνική οικονομία θα μπορούσε να αναπτυχτεί περισσότερο αν υπήρχαν περισσότερες επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού.

10. Ακόμα, το υψηλότερο ποσοστό των ερωτηθέντων (25,5%) πιστεύει ότι στο σύνολο του Ελληνικού τουρισμού ο εναλλακτικός τουρισμός κυμαίνεται στο 61-80%.

11. Επίσης, το συντριπτικό ποσοστό (56,9%) συμφωνεί στο ότι ο εναλλακτικός τουρισμός στο μέλλον θα δημιουργήσει οικονομική ανάπτυξη στην Ελλάδα.

Υπενθυμίζεται επίσης ότι με βάση την μελέτη (Georgiou, 2015γ), που αφορά πολλές Ευρωπαϊκές χώρες, η ανάπτυξη του συνολικού τουριστικού κλάδου επιφέρει βελτίωση της κατανομής του εισοδήματος και ιδιαίτερα στις νότιες χώρες της Ευρώπης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξένη

1. Capital.gr (2014) “ΣΕΤΕ: Στο 20% η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ του 2014”. <http://www.capital.gr/News.asp?id=2118439>
2. EpistimonikoMarketing.gr (2009) “Η Ανταγωνιστικότητα της χώρας μας στον Τουριστικό Τομέα”. <http://www.epistimonikomarketing.gr/H-antagonistikotita-tis-horas-mas-ston-touristiko-tomea/>
3. European Commission (2007) “Panorama on Tourism” <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/KS-30-08-550>
4. European Commission (2008) “Tourism Statistics” *Eurostat Pocketbooks*. <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-pocketbooks/-/KS-DS-08-001>
5. European Commission (2010) “Tourism Statistics in the European Statistical System (2008 data)” *Eurostat*. <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-working-papers/-/KS-RA-10-010>
6. Fernández-Morales, A., Cisneros-Martínez, J. D., & McCabe, S. (2016). “Seasonal concentration of tourism demand: Decomposition analysis and marketing implications”. *Tourism Management*, 56, 172-190. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517716300541>
7. Flash Eurobarometer 392 (2014) “Preferences of Europeans Towards Tourism” *European Commission*. http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_392_en.pdf
8. Georgiou, M. N. (2015) “Hotel Size and Economic Growth. A Panel Data Analysis in Northern and Southern EU. A Note” (February 16). SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2565861>
9. Georgiou, M. N. (2015β) Tourism on Economic Growth. A European Panel Data Analysis. (January 29, 2015). <https://ssrn.com/abstract=2557424> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2557424>
10. Georgiou, M.N. (2015γ) “Income Distribution, Tourism, Crisis and Southern European Countries” (April 19). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2596174>
11. ICAP (2009) “Κλαδική Μελέτη: Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις”. Αθήνα.
12. Kapiki, S. T. (2012) “Quality Management in Tourism and Hospitality: An Exploratory Study among Tourism Stakeholders (2012)”. *International Journal of Economic Practices and Theories*, Vol. 2, No. 2, April 2012. SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2150570>
13. Lanquar, R. (2011) “Tourism in the Mediterranean: Scenarios Up to 2030” (July 25, 2011). *MEDPRO Report No. 1/July 2011*. SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2000717> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2000717>

14. McIntosh R. και C. Goeldner, (1986), *Tourism principles, practice, philosophies*, εκδόσεις John Wiley and Sons
15. Middleton V. T. C. (2001), *Marketing in travel and tourism*, Butterworth-Heinemann. 3rd Edition.
16. Petralias, A. Petros, S και Prodromidis, P (2013) "Greece in Recession: Economic predictions, mispredictions and policy implications". *GreeSE Paper No.75, Hellenic Observatory Papers on Greece and Southeast Europe. London School of Economics.* <http://www.lse.ac.uk/europeanInstitute/research/hellenicObservatory/CMS%20pdf/Publications/GreeSE/GreeSE-No75.pdf>
17. Porter M E & Millar V E, (1985), "How Information gives you Competitive Advantage", *Harvard Business Review*, July/Aug
18. Porter M, (1980), *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, The Free Press
19. UNWTO Tourism Highlights: (2017) <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029>

Ελληνική

1. Βαγιονής Ν. (2014) «Ανάλυση των τάσεων του Τουρισμού στην Ελλάδα». *ΚΕΠΕ, Οικονομικές Εξελίξεις*, Τεύχος 25, Οκτώβριος.
2. Βαρβαρέσος, Σ. 2000, *Τουρισμός*. Εκδόσεις Προπομπός
3. Βαρβαρέσος, Σ., (2008) *Τουρισμός- οικονομικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: εκδόσεις Προπομπός
4. Βελισσαρίου Ε., 2002, *Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*, από το πρόγραμμα σπουδών Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων (τόμος Δ'), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα
5. Βενετσανοπούλου, Μ., (2006) *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό εναλλακτικές μορφές τουρισμού Ιστορική εξέλιξη- θεσμικό πλαίσιο*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
6. Γεροθανάσης, Α., Κωστούλας, Δ. (Μάρτιος, 2001), «Θεσμικό Πλαίσιο Κινήτρων Ανάπτυξης στην Ελλάδα», Διπλωματική εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Πολιτικών Μηχανικών, Τομέας Μεταφορών, Συγκοινωνιακής Υποδομής, Διαχείρισης Έργων και Ανάπτυξης.
7. Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ', *Τουριστικός Τομέας*, Έκδοση για Ε.Α.Π.
8. Ηγουμενάκης Ν. (1991), *"Τουριστική οικονομία"*, Αθήνα: εκδόσεις Προπομπός,

9. Ικκος, Α. (2015) «Η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία το 2014. Συνοπτική Απεικόνιση Βασικών Μεγεθών». *Ινστιτούτο ΣΕΤΕ*, Φεβρουάριος 2015. http://sete.gr/media/2005/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf
10. IOBE (2012) «*Η Επίδραση του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία*». <http://sete.gr/fileuploads/entries/Online%20library/GR/tous12.pdf>
11. IOBE (2013) «*Η Απασχόληση στον Τουριστικό Τομέα*». http://www.iobe.gr/docs/research/RES_05_E_07012013REP_GR.pdf
12. Καλιφιώτης, Σ. (1976) *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Εκδόσεις Τυροβολάς.
13. Καραφλού, Α. Δ. (2006) «Τεχνικές Προβλέψεων στην Τουριστική Ζήτηση-Σύγκριση Μεθόδων για την Πρόβλεψη της Ολυμπιακής Ζήτησης», *Διπλωματική Εργασία, Ε.Μ.Π.* http://scholar.google.gr/scholar?as_q=%CE%A3%CF%8D%CE%B3%CE%BA%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7+%CE%9C%CE%B5%CE%B8%CF%8C%CE%B4%CF%89%CE%BD+%CE%B3%CE%B9%CE%B1+%CF%84%CE%B7%CE%BD+%CE%A0%CF%81%CF%8C%CE%B2%CE%BB%CE%B5%CF%88%CE%B7+%CF%84%CE%B7%CF%82+%CE%9F%CE%BB%CF%85%CE%BC%CF%80%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE%CF%82+%CE%96%CE%AE%CF%84%CE%B7%CF%83%CE%B7%CF%82&as_erq=&as_oq=&as_eq=&as_occt=title&as_sauthors=%CE%BA%CE%B1%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%BB%CE%BF%CF%8D&as_publication=&as_ylo=&as_yhi=&btnG=&hl=el&as_sdt=0%2C5
14. Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π. (2001) “Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον”, Κριτική, Αθήνα
15. Λούσκα, Χ. (2012) «Αναπτυξιακά Κίνητρα: Η Περίπτωση του Κλάδου των Τουριστικών Επιχειρήσεων». *Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς*. <http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/5597/1/Louska.pdf>
16. Μαυροκώστας, Ε. (2012) «Ποιότητα Υπηρεσιών στον Επισιτιστικό Κλάδο: Μελέτη Περίπτωσης των Καφέ στο Ηράκλειο Κρήτης». *Διπλωματική Εργασία. Πανεπιστήμιο Πειραιώς*. <http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/5315/1/Maurokostas.pdf>
17. Οικονομική Καθημερινή, (2014, 15/8) “Λιτότητα και Φόροι Τορπιλίζουν την Ανάπτυξη”. <http://www.kathimerini.gr/780058/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/litothta-kai-foroi-torpilizoyn-thn-anapty3h>
18. Πατσουράτης Β., 2002. *Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος*. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων Αθήνα.
19. Ρερρές Κ. (2012), *Η Απασχόληση στον Τουριστικό Τομέα*, ΙΤΕΠ, Αθήνα 2012.
20. Σαρτζετάκης, Ε. και Καρατζόγλου, Β. (2011) «Οικονομικές και Φυσικές Επιπτώσεις της Κλιματικής Αλλαγής στον Κλάδο του Τουρισμού». *Τράπεζα της Ελλάδος*.

21. ΣΕΤΕ (2003) «Τουρισμός και Απασχόληση». <http://sete.gr/fileuploads/entries/Studies%20&%20Publications/GR/Tourismos%20kai%20A pasxolisi.pdf>
22. Σφακιανάκης Μ., 2004, *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
23. ΤΑ ΝΕΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, (2012) «Πρόσω Ολοταχώς η Ευρωπαϊκή Κρουαζιέρα» 5/Απριλίου/2012, σελ. 7.
24. Τζανέτη, Δ. (2009) «Ο Τουρισμός Υγείας ως Εναλλακτική Μορφή στην Ελλάδα». Πτυχιακή Εργασία. ΤΕΙ Κρήτης. <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2009/TzanetiDespina/attached-document-1260515496-144025-18717/tzaneti.pdf>
25. Τούντας, Γ. (2014) «Ιατρικός Τουρισμός στην Ελλάδα» *Κέντρο Μελετών Υπηρεσιών Υγείας*. <http://geomed.gr/wp-content/uploads/2014/01/%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%9D%CE%A4%CE%91%CE%A3-%CE%99.pdf>
26. Τσάρτας, Π. (1996), «*Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*», Αθήνα: εκδόσεις Εξάντας.
27. Τσερωτά, Γ. (2008) «Ο Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα». Πτυχιακή Εργασία ΤΕΙ Κρήτης. <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2008/TserotaGeorgia/attached-document/tserota.pdf>
28. Φιωτοδημητράκη, Χ. (2007) «Ο Χειμερινός Τουρισμός στην Ελλάδα», Πτυχιακή Εργασία, ΤΕΙ Κρήτης. http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2007/FiotodimitrakiChristina/attached-document/Fiotodimitraki_Christina_2007.pdf
29. Χατζηδάκης, Α. (2011) “Ανάλυση της Πορείας της Τουριστικής Κίνησης 2001 – 2010”. ΕΟΤ.