



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΘΕΜΑ: ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΡΩΣΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Φοιτήτρια: Alekseeva Tatiana με Α.Μ 5188
Επιβλέπων Καθηγητής: Απλαδάς Γεώργιος

Ηράκλειο
Ιανουάριος 2015

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	2
Κατάσταση πινάκων και διαγραμμάτων	4
Εισαγωγή	6
Κεφάλαιο I Τουρισμός και η σημασία του στην Οικονομία της Ελλάδας	9
1.1.Ιστορία και εξέλιξη ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα	9
1.2.Τουρισμός και παγκόσμια Οικονομία	21
1.3.Τουρισμός και η Οικονομία της Ελλάδας	26
Κεφάλαιο II Λειτουργία σύγχρονης ρώσικης αγοράς και οι ιδιαιτερότητες της	33
2.1 Πολιτισμός, γλώσσα, ιστορία της Ρωσίας ως βασικοί παράγοντες εξέλιξης ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού	33
2.2 Η Ρωσία ως χώρα προέλευσης τουριστών πολυτελείας	42
2.3. Κοινωνική δικτύωση ως παράγοντας εξέλιξης ρώσικου εξερχόμενου τουρισμού	45
2.4 Μεσογειακές χώρες και Ρώσικος εισερχόμενος τουρισμός	49
2.5 Παράγοντες που έχουν επηρεάσει τον ρώσικο εισερχόμενο τουρισμό το έτος 2014: ζήτημα της Κριμαίας, πόλεμος στην Ουκρανία υποτίμηση του Ρούβλι	53
Κεφάλαιο II Προοπτικές εξέλιξης εξερχόμενου τουρισμού της Ρωσίας στην σύγχρονη εποχή	57
3.1. Ανάπτυξη Ρώσικης οικονομίας ως βασικός παράγοντας αύξησης τουριστικής ζήτησης	57
3.2 Δημιουργία συνθηκών Προώθησης του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην Ρώσικη αγορά.....	62
3.3 Ανταγωνισμός και προοπτικές εξέλιξης ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού στην ελληνική αγορά..	69
3.4 Ανάλυση προβλέψεων ανάπτυξης Ρώσικης τουριστικής αγοράς το 2015	79
Συμπεράσματα	85
Βιβλιογραφία	91

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στο σύγχρονο χρηματοοικονομικό περιβάλλον, οι διακυμάνσεις στις οικονομίες των κρατών παγκοσμίως είναι πολύ μεγάλες με αποτέλεσμα να προκύπτουν και συνεχώς διαφορετικά πεδία για έρευνα και μελέτη. Ένα από τα θέματα παγκόσμιου ενδιαφέροντος είναι ο τουρισμός και αυτό θα μας απασχολήσει στη συγκεκριμένη εργασία. Στην περίοδο που ζούμε που χαρακτηρίζεται από τη μεγάλη οικονομική κρίση που ξέσπασε το 2008 στις ΗΠΑ και συνεχίζει και σήμερα, τα κράτη, εναποθέτουν τις ελπίδες τους στον τουρισμό, καθώς τα οφέλη του είναι τεράστια και αποτελεί έναν από τους βασικούς άξονες στήριξης των κρατών στις δύσκολες εποχές που ζούμε. Η παρούσα διπλωματική εργασία σκοπό έχει να παρουσιάσει την εξέλιξη του ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, όπως και την σημασία τουρισμού στην ελληνική και παγκόσμια οικονομία επίσης γίνεται η ανάλυση της μελλοντικής εξέλιξης ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Ο τουρισμός για την ελληνική οικονομία αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της και από αυτόν παράγεται ένα πολύ σημαντικό ποσοστό του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος, ενώ προσφέρει θέσεις εργασίας στις μέρες που η ανεργία έχει φτάσει σε πολύ υψηλά νούμερα. Ο τουρισμός είναι ένας από τους λίγους, αν όχι ο δυναμικότερος, αναπτυσσόμενος τομέας της οικονομίας. Μετά από συγκέντρωση και παρουσίαση ποσοτικών δεδομένων ιστορικής εξέλιξης ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα διαπιστώνουμε ότι η εξέλιξη του τα τελευταία χρόνια είναι τεράστια, και έχει φτάσει σε μια μορφή που η ρώσικη τουριστική αγορά στην Ελλάδα, είναι η πιο δυναμική τουριστική αγορά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Ακόμη διαπιστώνουμε τα οφέλη του ρώσικου τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο και εξετάζοντας τον και τις επιδράσεις του στην ελληνική οικονομία καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως ο ρώσικος εισερχόμενος τουρισμός σαφώς και επηρεάστηκε εν μέσω οικονομικής κρίσης, και η μελλοντική του εξέλιξη εξαρτάται από την οικονομική παγκόσμια εξέλιξη.

ABSTRACT

In the contemporary financial environment, fluctuations in the economies of the member countries are remarkable worldwide, as a consequence different fields of research and study are constantly being generated. This study will focus on tourism which is one of the topics of global interest. Since the period we are living is characterized by a great economic crisis that appeared in the U.S. in 2008, that continue in present time the member countries are pinning their hopes on tourism, as its benefits are huge and it is one of the main pillars supporting the countries in the difficult times we live. This study aims to present Russian incoming tourism and its effects on public finances and in Greek economy as in worldwide plan also.

Tourism for the Greek economy is one of the most important sectors, and produces a very significant proportion of the Gross National Product. At the same time it offers job opportunities, which is very important especially nowadays that unemployment has reached very high numbers. Russian incoming tourism in Greece is one of the few, if not the most dynamic, growing sectors of economy. After compiling and presenting quantitative data we found that the evolution of Russian incoming tourism is huge, and has reached its present form which is one of the biggest tourism markets in Greece. Furthermore, taking into account the benefits of Russian incoming tourism in Greece globally and examining tourism and its effects on the Greek economy, we concluded that Russian tourism market is clearly affected by the economic crisis that depends of future global economic situation in the world.

Κατάσταση πινάκων και διαγραμμάτων

Πίνακας 1: Αναχωρήσεις Ρώσων προς το εξωτερικό (2007-2010)

Πίνακας 2: Εισερχόμενος Ρωσικός Τουρισμός (2003- 2010)

Πίνακας 3: Συνολική και Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη Ρώσων Τουριστών στην Ελλάδα (2003- 2010)

Πίνακας 4: Διεθνείς Αφίξεις Παγκοσμίως (2000-2010)

Πίνακας 5 Τουριστικές εισπράξεις παγκοσμίως (2000-2010)

Πίνακας 6: Οι 10 Πρώτες Αγορές εξερχόμενου τουρισμού για το 2010

Πίνακας 7: Τουρισμός και ΑΕΠ 2000-2010

Πίνακας 8: Τουρισμός και απασχόληση 2000-2009

Πίνακας 9: Οι Πάμπλουτοι (‘SV) σε αριθμούς

Πίνακα 10: παρουσιάζεται το ρωσικό τουριστικό ρεύμα προς τις μεσογειακές χώρες, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας, για τα έτη 1999-2001

Πίνακας 11: Αφίξεις Ρώσων Τουριστών στην Ελλάδα (1999- 2002)

Πίνακας 12: Το κόστος του Ευρώ προς το Ρούβλι, από τις πηγές της Κεντρικής Τράπεζας Ρώσικης ομοσπονδίας.

Πίνακας 13: Αναλυτικά μέσος μισθός στην Ρωσία 2012- Μάρτιος 2014 σύμφωνα με Στατιστική Υπηρεσία της Ομοσπονδίας Kostas

Διάγραμμα 1: Εξέλιξη των εισοδημάτων στη Ρωσία

Διάγραμμα 2: Εξέλιξη της τουριστικής δαπάνης των Ρώσων

Διάγραμμα 3: Εξέλιξη του παγκόσμιου, ευρωπαϊκού και ρωσικού εξερχόμενου τουρισμού για τα έτη 2000-2005 (2000=100)

Διάγραμμα 4: Ο ρωσικός εξερχόμενος τουρισμός κατά ηλικία για το έτος 2013

Διάγραμμα 5 Διεθνές Τουριστικές Αφίξεις ανεπτυγμένων οικονομιών (σε εκατομμύρια)

Διάγραμμα 6 : Διαχρονική εξέλιξη ταξιδιωτικών εισπράξεων Ελλάδας, εισερχόμενης κίνησης τουριστών στην Ελλάδα και παγκόσμιας τουριστικής κίνησης

Διάγραμμα 7: Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων (2010)

Διάγραμμα 8: Χρήστες του Internet και του Mobile Internet στη Ρωσία κατά ηλικία (Ιούλιος-Αύγουστος 2011)

Σημαντικοί Όροι- Λέξεις Κλειδιά

Ρωσία, Ελλάδα, τουρισμός, Ελληνο-ρωσικές σχέσεις, αφίξεις, προβλέψεις

Εισαγωγή

Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί σε κυρίαρχη δύναμη για τα περισσότερα ανεπτυγμένα κράτη, με σημαντικές οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικό-πολιτικές επιδράσεις, γεγονός που τον έχει καταστήσει ύψιστο πολιτικό φαινόμενο. Αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες, αν αναλογιστεί κανείς τον αριθμό των τουριστών που μετακινούνται, τις συναλλαγματικές εισπράξεις και τα άτομα που απασχολεί, ενώ γίνεται κατανοητό το μέγεθος της αλλά και το πόσο σημαντική είναι. Στην παρούσα διπλωματική εργασία θα προσπαθήσουμε να αποδείξουμε, σε τί επίπεδο ανάπτυξης έχει φτάσει ρώσικη τουριστική αγορά τελευταία δεκαετία και ποιές είναι θετικές αλλά και αρνητικές προβλέψεις για την εξέλιξη της επόμενη πενταετία, τόσο σε εθνικό ελληνικό επίπεδο, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο.

Παρατηρείτε μια ραγδαία αύξηση ρώσικης τουριστικής αγοράς στην Ελλάδα όπως και σε άλλα κράτη τα τελευταία 15 χρόνια παρά τα μεγάλα προβλήματα της εποχής (τρομοκρατικές επιθέσεις στο Λονδίνο και Η.Π.Α, οικονομική κρίση, γρίπη χοίρων-πτηνών και τρελών αγελάδων, ιός H1N1, κ.α.). Με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου στην Ρωσία και τις χώρες πρώην Σοβιετικής Ένωσης, την ανάπτυξη στον κλάδο των αερομεταφορών και την ανάγκη των ανθρώπων για φυγή από τα καθημερινά τους προβλήματα, παρατηρείται μια άνθηση στη ζήτηση και προσφορά για την ρώσικη τουριστική αγορά.

Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους παγκόσμιους τουριστικούς προορισμούς. Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους στην ελληνική οικονομία. Συνέχεια γίνεται λόγος για τον τουρισμό και πως αυτός αποτελεί ένα από τα κυριότερα κλειδιά για την άνθιση της οικονομίας της Ελλάδας. Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι να δούμε πώς κινείται ο ρώσικος εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, και τι προβλέψεις μπορούμε να κάνουμε για την εξέλιξη του τα επόμενα χρόνια. Τι αντίκτυπο έχει στην οικονομία της Ελλάδας το κεφάλαιο από τον ρώσικο εισερχόμενος τουρισμό. Έτσι, στην παρούσα εργασία θα επιχειρήσουμε να αναδείξουμε τη συμβολή του ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού στα δημοσιονομικά μεγέθη της Ελλάδας.

Για τη συγγραφή της παρούσας διπλωματικής εργασίας πραγματοποιήσαμε μια βιβλιογραφική και αρθρογραφική ανασκόπηση ενώ παράλληλα πραγματοποιήσαμε συγκέντρωση των ποσοτικών

στοιχείων από έγκυρες και αναγνωρισμένες πηγές (ΠΟΤ, ΣΕΤΕ, IOBE, ΤτΕ, ΕΟΤ κ.α.) και κάναμε παρουσίαση αυτών των στοιχείων τα οποία προέρχονται από το εγχώριο και το διεθνές περιβάλλον. Στα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που μας απασχόλησαν στη συγκεκριμένη εργασία ήταν η σχέση ανάμεσα στον τουρισμό και στα δημοσιονομικά μεγέθη, κατά πόσο επηρεάζει ο τουρισμός ρώσικης αγοράς αυτά τα μεγέθη αλλά και πώς μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη τοπικών οικονομιών.

Στη σημερινή εποχή με την οικονομική κρίση, κρίνεται απαραίτητη η ανάλυση και εύρεση τρόπους εξέλιξης ρώσικης τουριστικής αγοράς με σκοπό την λειτουργία και ανάπτυξη της και την στροφή της στις επενδύσεις. Ο τομέας του τουρισμού αναμένεται να αποκτήσει πιο ενεργό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας, για αυτόν τον λόγο ο ρώσικος εισερχόμενος τουρισμός θα συμβάλει στην εξέλιξη τουριστικού κλάδους της χώρας.

Η αναγκαιότητα και ταυτόχρονα η σπουδαιότητα της συγκεκριμένης εργασίας βρίσκεται στο γεγονός πως το συγκεκριμένο θέμα είναι ιδιαίτερα χρήσιμο και επίκαιρο αν αναλογιστεί κανείς πως εν μέσω οικονομικής κρίσης ο ρώσικος εισερχόμενος τουρισμός αποτελεί έναν από τους κυριότερους άξονες τόνωσης του τουριστικού κλάδους της Ελλάδας.

Στις μέρες μας, στην πιο δύσκολη, αναμφίβολα, φάση της ελληνικής οικονομίας, ο ρώσικος εισερχόμενος τουρισμός αποτελεί ένα βασικό κομμάτι στην προσπάθεια ανάπτυξής της. Συνεισφέρει σημαντικά στο ακαθάριστο εθνικό προϊόν, στην απασχόληση και τις επενδύσεις, αλλά ταυτόχρονα έχει και σημαντική προσφορά στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών. Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για την ρώσικη τουριστική αγορά όπως και παγκοσμίως λόγω του κλίματος, της θέσης, της πλούσιας αρχαιολογικής, πολιτιστικής και καλλιτεχνικής κληρονομιάς, της κατάλληλης υποδομής, και της φυσικής της ομορφιάς, τα οποία είναι και μερικά μόνο από τα πλεονεκτήματα έναντι άλλων χωρών. Για την Ελλάδα ο τουρισμός αποτελεί την ταχύτερη αναπτυσσόμενη δραστηριότητά της, με πολλές ανεκμετάλλευτες δυνατότητες. Οι επιπτώσεις εξέλιξης ειδικά ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού στην ελληνική οικονομία, την κοινωνία, όπως και στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον είναι πολλές.

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η ανάλυση και η πρόβλεψη εξέλιξης ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα από την οπτική των διαχρονικών σχέσεων των δύο χωρών και της πατροπαράδοτης φιλίας των δύο ομόδοξων λαών, οι οποίες συμβάλλουν στην ανάπτυξη και ισχυροποίηση των δεσμών που συνδέουν την Ελλάδα και τη Ρωσία.

Το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας ασχολείται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τη σημασία του παγκόσμιου και του ελληνικού τουρισμού, ειδικότερα με τις επιδόσεις και την ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Επίσης, ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις λεγόμενες

αναδυόμενες οικονομίες, γνωστές και ως χώρες BRIC, στις οποίες περιλαμβάνεται και η Ρωσία, και οι οποίες αποτελούν επιθυμητές αγορές- στόχους τόσο από την Ελλάδα όσο και από άλλους τουριστικούς προορισμούς λόγω του μεγάλου πληθυσμού τους και της συνεχούς και ταχείας οικονομικής τους ανάπτυξης.

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζονται στοιχεία του πολιτικού, κοινωνικού και οικονομικού πλαισίου της Ρωσίας, προκειμένου να αποδοθεί μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για τη χώρα η οποία, κατά την τελευταία δεκαετία, αποτελεί δυναμική αναδυόμενη τουριστική αγορά, ειδικότερα για την ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου. Επίσης γίνεται αναφορά στις σχέσεις της Ελλάδας με τη Ρωσία, οι οποίες έχουν τις ρίζες τους στον 9ο αιώνα και οι οποίες, μετά τις σχετικά πρόσφατες πολιτικές και οικονομικές εξελίξεις στη Ρωσία, συνέβαλλαν στη δημιουργία και ανάπτυξη διμερών οικονομικών σχέσεων με την Ελλάδα σε τομείς αμοιβαίου ενδιαφέροντος, μεταξύ αυτών και του τουρισμού. Το κεφάλαιο αυτό κλείνει με μια αναφορά στα κοινωνικά δίκτυα (social media) και την κινητή τεχνολογία (mobile technology) τα οποία αποτελούν σύγχρονη και εξελισσόμενη τάση και έχουν ήδη, αν και σε πρώιμο ακόμα στάδιο, αρχίσει να «εισβάλλουν» και στον τουριστικό τομέα.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στον ρωσικό εξερχόμενο τουρισμό γενικά, περιγράφει εξέλιξη ρώσικης τουριστικής αγοράς και στη συνέχεια παρουσιάζει την ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας σε σχέση με άλλους μεσογειακούς προορισμούς στις προτιμήσεις των Ρώσων. Επίσης, γίνεται ανάλυση των αφίξεων και της δαπάνης των Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα και σε άλλες μεσογειακές χώρες τα επόμενα χρόνια και ιδιαίτερα μετά την υποτίμηση του εθνικού νομίσματος της Ρωσίας και παγκόσμιας οικονομικής κρίσης.

Η διπλωματική εργασία κλείνει με την παράθεση συμπερασμάτων και προτάσεων για την βελτίωση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, σε σχέση με την τουριστική ζήτηση από τη Ρωσία οποία μπορεί να αυξηθεί με την αλλαγή παγκόσμιας οικονομικής καταστάσεις.

Κεφάλαιο I Τουρισμός και η σημασία του στην Οικονομία της Ελλάδας

1.1 Ιστορία και εξέλιξη ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα

Η κατάρρευση της Σοβιετικής Ένωσης το 1991 απελευθέρωσε μια τεράστια συσσωρευμένη ζήτηση για ταξίδια σε χώρες του εξωτερικού. Ωστόσο, αυτό δε σημαίνει ότι οι Ρώσοι δεν είχαν ταξιδέψει ποτέ στο εξωτερικό. Ήταν αρκετά σύννητες, υπό το σοβιετικό καθεστώς, για το μέσο Ρώσο να απολαμβάνει διακοπές επιδοτούμενες από το κράτος είτε σε άλλη Κομμουνιστική χώρα είτε στη Μαύρη Θάλασσα. Οι περισσότεροι προνομιούχοι είχαν τη δυνατότητα να απολαύσουν τις διακοπές τους σε προορισμούς μέσα στην Ινδία ή το Βιετνάμ, καθώς και στις συντροφικές ανατολικοευρωπαϊκές χώρες. Ωστόσο, όνειρο των Ρώσων ήταν να επισκεφτούν πόλεις όπως η Ρώμη, το Παρίσι, το Λονδίνο, η Νέα Υόρκη ή και άλλα εξωτικά μέρη.

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90 οι ρυθμοί ανάπτυξης του ρωσικού τουρισμού ήταν αρκετά ακανόνιστοι. Στη διάρκεια των τελευταίων ετών, και ειδικότερα κατά την προπαρασκευαστική περίοδο της οικονομικής κρίσης της χώρας το 1998, η ζήτηση για ταξίδια στο εξωτερικό παρουσίασε μια σταθερή, ισχυρή αύξηση. Από το 2000 και μετά η Ρωσία αποτελεί μια από τις δυναμικότερες αγορές στην Ευρώπη αναφορικά με τον όγκο εξερχόμενων τουριστών και ταξιδιωτικών δαπανών στο εξωτερικό.

Από το τέλος της δεκαετίας του 1990 η πολιτική κατάσταση της χώρας λίγο πολύ σταθεροποιήθηκε και το ΑΕΠ σημείωσε εκ νέου ισχυρή ανάπτυξη, ωθούμενο από την άνοδο των τιμών του πετρελαίου. Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι οι Ρώσοι καταναλωτές έχουν να διανύσουν ακόμα αρκετή απόσταση προκειμένου να φτάσουν στο επίπεδο των εισοδημάτων των Δυτικοευρωπαίων, κατά τα τελευταία χρόνια, λόγω της μεγάλης ανάπτυξης της ρωσικής οικονομίας, και αυτά έχουν αυξηθεί. Εκτιμάται, μάλιστα, ότι το διαθέσιμο εισόδημα, ακόμη και μετά τον αποπληθωρισμό, έχει αυξηθεί κατά περίπου 9% ετησίως κατά τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 2000. Έτσι, σύμφωνα με στοιχεία της Παγκόσμιας Τράπεζας, ο αριθμός των Ρώσων που ζουν στη φτώχεια, με λιγότερο από 1 USD ημερησίως, έχει παρουσιάσει αισθητή μείωση- στα 13 εκατομμύρια Ρώσων το 2002 σε σύγκριση με τα πλέον των 30 εκατομμυρίων Ρώσων το 1999. Νεώτερες εκτιμήσεις προσδιορίζουν ότι το 2009 το ποσοστό των Ρώσων που ζούσε στα όρια της φτώχειας ανερχόταν περίπου στο 13%.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Workshop, σχετικά με το Ρωσικό εξερχόμενο τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε τον Ιούλιο του 2006 στο Βερολίνο, η Ρωσία είναι μια χώρα στην οποία η αγορά του εξερχόμενου τουρισμού συνεχίζει να αναπτύσσεται με ταχείς ρυθμούς σε όλο τον κόσμο. Τεράστιες είναι, επίσης, οι προοπτικές περαιτέρω αύξησης του εξερχόμενου τουρισμού από τις χώρες των

λεγόμενων BRIC, στις οποίες περιλαμβάνεται και η Ρωσία, αφού αναμένεται να γίνουν σημαντική οικονομική δύναμη σε διεθνές επίπεδο, υποκινώντας τη ζήτηση για ταξίδια.

Ειδικότερα, στην περίπτωση της Ρωσίας τα μέτρα της κυβέρνησης για την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του μέσου Ρώσου πολίτη σε συνδυασμό με την ανοδική πορεία της οικονομίας της χώρας αύξησαν τον ενθουσιασμό της μεσαίας τάξης των κατοίκων των μεγαλουπόλεων της Ρωσίας για περισσότερα ταξίδια στο εξωτερικό.

Η Ρωσία, σήμερα, κατέχει την 9η θέση παγκοσμίως όσον αφορά στους τουρίστες που επισκέπτονται το εξωτερικό, με περίπου 8 εκατομμύρια τουρίστες ετησίως. Κύριοι προορισμοί των Ρώσων τουριστών αποτελούν η Τουρκία, η Αίγυπτος, οι χώρες της Βαλτικής, η Ουκρανία η Κύπρος, η Νορβηγία η Ισπανία κ.α.. Ο Πίνακας 1, που ακολουθεί, παρουσιάζει τις αναχωρήσεις των Ρώσων προς το εξωτερικό για τουριστικούς και υπηρεσιακούς λόγους για τα έτη 2007-2010:

Πίνακας 1: Αναχωρήσεις Ρώσων προς το εξωτερικό (2007-2010)¹

ΧΩΡΕΣ	ΣΚΟΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ	2007	2008	2009	2010	% ΜΕΤΑΒΟΛΗ
ΑΥΣΤΡΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	150.641	188.895	172.802	222.418	29,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	76.972	102.124	96.589	135.536	40,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	25.943	23.920	16.934	17.880	6,0
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	217.584	254.235	246.960	332.015	34,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	173.101	207.540	207.381	263.225	27,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	6.574	6.023	4.567	4.022	-12,0
Μ. ΒΡΕΤΑΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	238.164	230.024	217.965	241.610	10,8
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	79.231	87.302	96.373	119.783	24,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	57.733	43.413	29.511	27.756	-6,0
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	46.047	53.408	42.140	48.543	15,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	21.978	31.161	27.027	31.721	17,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	8.541	6.499	4.455	4.097	-8,0
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	862.305	971.478	887.891	1.002.038	13,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	231.318	330.274	363.344	470.730	30,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	184.881	161.209	107.260	104.636	-2,0
ΕΛΛΑΔΑ	ΣΥΝΟΛΟ	306.294	418.840	353.900	484.715	37,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	243.958	349.152	282.271	386.700	37,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	6.317	5.523	3.874	3.031	-22,0
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ	1.409.561	1.609.917	1.811.022	2.539.771	40,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1.255.399	1.426.742	1.615.398	2.198.320	36,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	6.543	5.554	6.155	6.999	14,0
ΙΣΡΑΗΛ	ΣΥΝΟΛΟ	151.809	215.402	226.414	283.140	25,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	45.314	98.708	134.684	184.776	37,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	7.104	5.908	3.675	5.095	39,0
ΙΟΡΔΑΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	21.657	23.884	14.139	17.378	23,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	9.874	16.413	10.073	10.204	1,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	1.424	1.199	651	638	-2,0
ΙΣΠΑΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	399.043	452.733	369.816	517.748	40,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	318.639	365.436	296.278	411.438	39,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	16.036	13.960	8.575	8.793	3,0
ΙΤΑΛΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	482.101	547.801	448.600	583.308	30,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	334.113	398.067	336.111	451.452	34,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	46.388	37.527	23.617	21.254	-10,0
ΚΑΝΑΔΑΣ	ΣΥΝΟΛΟ	20.309	22.721	9.183	11.102	21,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4.318	6.724	3.819	4.898	28,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	2.553	2.556	415	760	83,0

¹ «Ετήσια Έκθεση Οικονομίας Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2010», Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μόσχα-Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων, Ιούνιος 2011, σελ.: 30-31

ΚΥΠΡΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ	183.851	208.038	186.134	272.956	47,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	150.520	172.352	155.136	234.312	51,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	5.267	4.622	3.167	3.504	11,0
ΚΙΝΑ	ΣΥΝΟΛΟ	2.880.806	3.167.219	1.679.209	2.283.913	36,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1.651.715	2.059.326	999.202	1.440.364	44,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	500.497	527.405	286.322	353.110	23,0
ΚΟΡΕΑ	ΣΥΝΟΛΟ	119.595	124.716	133.742	151.433	13,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	32.573	49.414	58.704	74.233	26,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	21.072	17.584	18.432	19.735	7,0
ΚΟΥΒΑ	ΣΥΝΟΛΟ	20.375	28.319	28.000	46.508	66,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	15.726	22.212	21.675	37.796	74,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	1.266	1.461	969	946	-2,0
ΛΕΤΟΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	196.401	209.632	206.121	248.063	20,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	31.951	46.333	48.671	72.644	49,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	37.144	35.264	27.941	36.534	31,0
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	877.648	744.534	658.248	713.928	8,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	63.769	77.787	44.200	58.142	32,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	41.302	42.870	28.654	41.003	43,0
ΜΑΛΤΑ	ΣΥΝΟΛΟ	22.126	22.543	14.505	20.487	41,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	17.725	18.840	12.444	17.929	44,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	413	402	305	285	-7,0
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	97.332	114.498	117.636	146.447	24,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	32.965	48.630	56.013	72.774	30,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	27.702	27.121	21.442	22.636	6,0
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	76.693	79.243	74.209	90.714	22,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	18.912	20.707	14.015	12.805	-9,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	18.854	19.784	17.096	20.872	22,0
ΗΑΕ	ΣΥΝΟΛΟ	271.090	290.577	264.540	341.101	29,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	207.205	228.102	214.343	286.856	34,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	15.691	11.091	9.025	10.761	19,0
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	737.929	399.535	349.462	456.511	31,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	109.046	45.681	37.984	43.018	13,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	17.969	28.167	18.247	17.671	-3,0
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	14.787	11.258	5.761	5.960	3,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3.430	3.694	2.281	2.018	-12,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	1.730	1.863	758	677	-11,0
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	4.942	5.592	4.494	1.850	-59,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3.690	3.187	2.639	755	-71,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	335	538	596	220	-63,0
ΗΠΑ	ΣΥΝΟΛΟ	139.648	172.060	181.032	206.081	14,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	32.800	56.192	72.419	85.829	19,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	31.277	30.372	19.604	19.804	1,0
ΤΑΙΛΑΝΔΗ	ΣΥΝΟΛΟ	263.426	300.610	265.701	527.174	98,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	232.247	258.765	233.113	264.046	13,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	8.133	7.115	2.237	2.438	9,0

ΤΙΝΗΣΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	140.220	161.968	130.802	190.659	46,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	129.749	149.001	123.157	180.080	46,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	690	842	504	670	33,0
ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	2.394.982	2.717.742	2.444.476	3.011.678	23,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1.923.363	2.212.792	1.964.949	2.367.560	20,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	71.765	62.690	31.056	37.065	19,0
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	2.797.934	3.182.194	2.965.756	3.388.712	14,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	657.138	666.892	556.311	709.009	27,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	279.799	236.797	170.859	160.676	-6,0
ΓΑΛΛΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	308.955	373.394	317.604	348.284	10,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	170.665	229.234	200.087	222.718	11,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	58.391	52.111	35.668	33.250	-7,0
ΚΡΟΑΤΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	116.365	140.017	92.923	119.638	29,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	100.051	119.349	75.412	99.198	32,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	2.584	2.754	1.661	1.462	-12,0
ΤΣΕΧΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	244.703	304.230	291.737	376.648	29,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	177.955	226.988	213.916	267.494	25,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	23.047	20.685	15.084	16.854	12,0
ΕΛΒΕΤΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	147.052	172.974	191.701	203.907	6,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	57.639	82.968	106.350	121.338	14,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	34.000	30.136	22.291	22.216	-0,3
ΣΟΥΗΔΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	49.379	54.420	46.346	53.437	15,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	14.563	20.847	19.524	25.323	30,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	12.321	10.956	7.395	6.861	-7,0
ΕΣΘΟΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	1.378.284	1.494.636	1.611.695	1.495.247	-7,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	27.002	76.760	8.206	11.509	40,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	32.523	41.599	28.474	25.267	-11,0
ΙΑΠΩΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	161.064	139.215	86.317	87.129	1,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	25.294	31.857	23.894	26.124	9,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	19.213	14.424	8.286	9.733	17,0
ΣΥΝΟΛΟ ΡΩΣΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ ΠΡΟΣ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΧΩΡΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ	34.285.465	36.537.521	34.276.264	39.323.033	15,0
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	9.368.968	11.313.697	9.542.107	12.605.053	32,0
	ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΑ	2.162.305	1.967.736	1.294.439	1.344.361	4,0

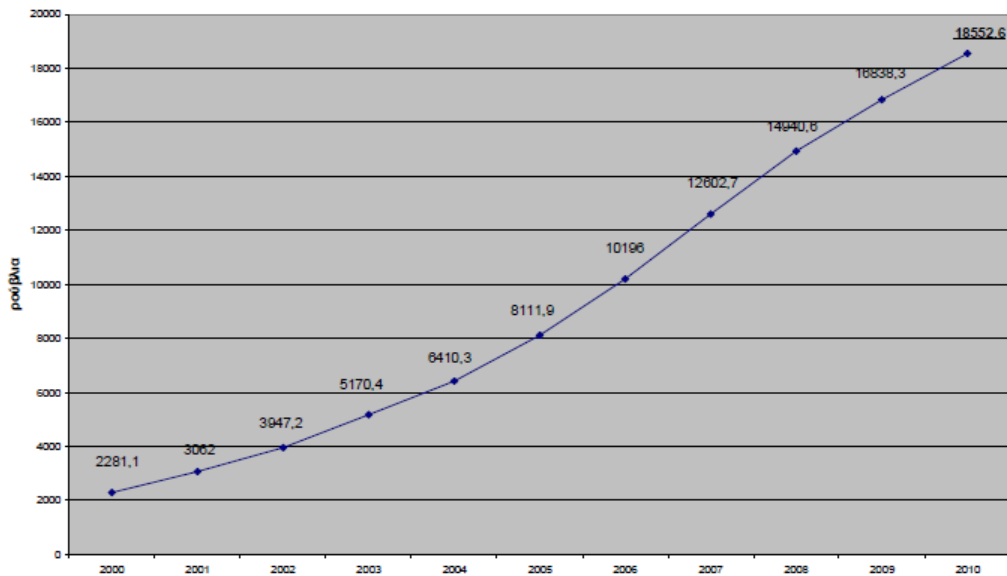
Πηγή: Ομοσπονδιακή Υπηρεσία Τουρισμού (www.russiatourism.ru)

Στο μέλλον, εκτιμάται ότι θα συνεχίσουν να υπάρχουν πολλοί Ρώσοι που θα ταξιδεύουν για πρώτη φορά στο εξωτερικό και που θα αναζητούν επιλογές μαζικού και φθηνού τουρισμού– κυρίως

ήλιου και θάλασσας- αλλά, οι πιο έμπειροι ταξιδιώτες θα είναι πιο απαιτητικοί στις επαναλαμβανόμενες επισκέψεις τους και θα αναζητούν διαφορετικές εμπειρίες και καλύτερη ποιότητα.

Οι Ρώσοι είχαν, μέχρι σχετικά πρόσφατα, συνηθίσει στον εσωτερικό τουρισμό (domestic tourism). Στερούμενοι την έξοδο από τη χώρα για τουριστικούς σκοπούς και με δεδομένη, πλέον, την αύξηση των εισοδημάτων τους κατά την τελευταία δεκαετία (βλ. Διάγραμμα 1), η αναβεβλημένη ζήτηση για ταξίδια στο εξωτερικό των προηγούμενων ετών εκδηλώνεται συνεχώς αυξανόμενη. Επίσης, η αύξηση αυτή στα εισοδήματά τους αποτελεί και έναν από τους βασικούς λόγους που πλέον οι Ρώσοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών στον τόπο που επισκέπτονται και λιγότερο για την τιμή που θα πληρώσουν.

Διάγραμμα 1: Εξέλιξη των εισοδημάτων στη Ρωσία²

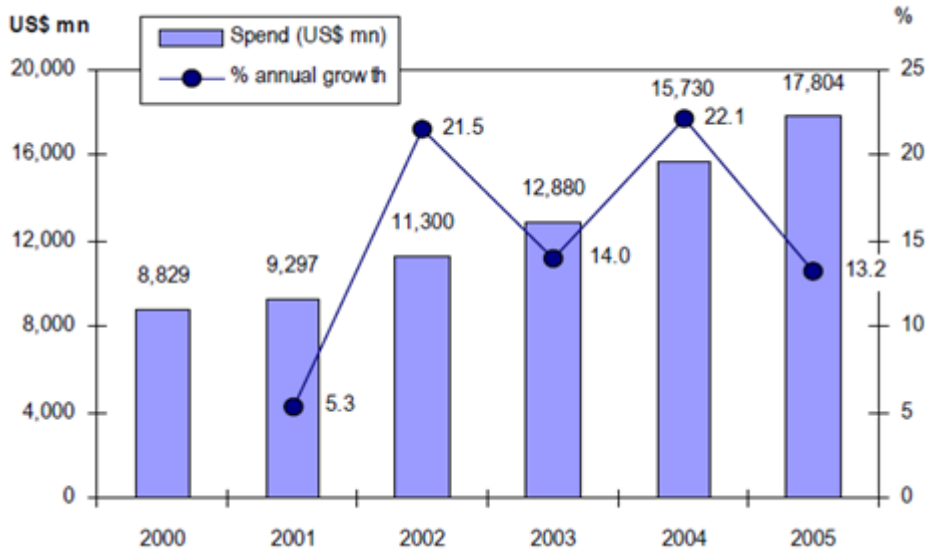


Πηγή- Στατιστική υπηρεσία της Ρωσίας

Η ταξιδιωτική δαπάνη των Ρώσων στο εξωτερικό αυξάνεται κατά 15,5% το χρόνο από το 2000, αντανακλώντας το αυξανόμενο διαθέσιμο εισόδημά τους. Οι Ρώσοι τουρίστες, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, είναι 6οι στην παγκόσμια κατάταξη των τουριστών με υψηλή δαπάνη. Κατά την περίοδο 2000-2005 η διεθνής δαπάνη των Ρώσων τουριστών αυξήθηκε κατά μέσο όρο 15% ετησίως, φθάνοντας περίπου 17,8 δισεκατομμύρια USD το 2005 (βλ. Διάγραμμα 2).

² «Η Οικονομία της Ρωσίας», Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μόσχα- Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων, Ιούνιος 2010, σελ.: 13

Διάγραμμα 2: Εξέλιξη της τουριστικής δαπάνης των Ρώσων³



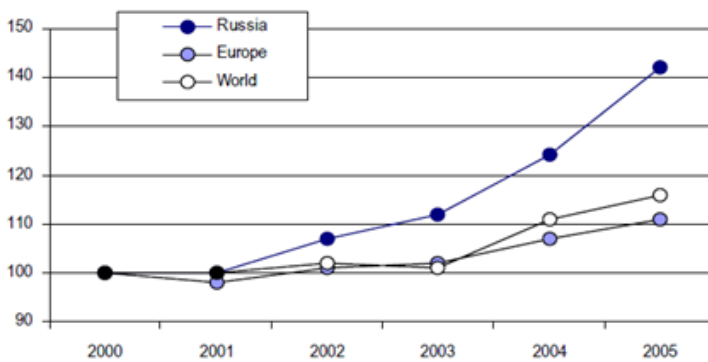
Πηγή: Goskomstat, World Tourism Organization (UNWTO)

Οι Ρώσοι τουρίστες, συνήθως, ταξιδεύουν μια ή δύο φορές το χρόνο σε προορισμούς με ήλιο και θάλασσα και αγοράζουν τα ταξίδια τους σε μικρό χρονικό διάστημα πριν την αναχώρηση (1-2 βδομάδες). Διαμένουν στον τόπο που επισκέπτονται για περίπου 10 έως 14 ημέρες, ενώ η εκτιμώμενη μέση δαπάνη ανά ταξίδι είναι περίπου €1000.

Από το 2000 έως το 2005, ο όγκος του ρωσικού εξερχόμενου τουρισμού αυξήθηκε κατά 42% συνολικά ή κατά μέσο όρο 7,3% ετησίως, έναντι αύξησης 16% ή 3% ετησίως του παγκόσμιου εξερχόμενου τουρισμού και αύξησης 11% συνολικά και 2,1% ετησίως του ευρωπαϊκού εξερχόμενου τουρισμού (βλ. Διάγραμμα 3).

³ «ITB Convention Workshop: Russian Outbound Travel», Messe Berlin GmbH, Germany, July 2006, σελ.: 3

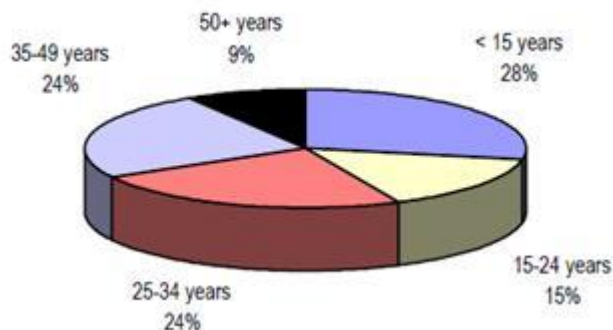
Διάγραμμα 3: Εξέλιξη του παγκόσμιου, ευρωπαϊκού και ρωσικού εξερχόμενου τουρισμού για τα έτη 2000-2005 (2000=100)⁴



Πηγή: IPK International's Russian Travel Monitor

Οι ηλικίες 25-49 ετών αποτελούν την πιο ενθουσιώδη ηλικιακή ομάδα εξερχόμενων Ρώσων τουριστών, ενώ για τις ηλικίες άνω των 50 η ζήτηση για ταξίδια στο εξωτερικό και, ειδικότερα για ταξίδια αναψυχής, φαίνεται να πέφτει απότομα (βλ.: Διάγραμμα 4).

Διάγραμμα 4: Ο ρωσικός εξερχόμενος τουρισμός κατά ηλικία για το έτος 2013⁵



Πηγή: Goskomsta- Ρώσικη Στατιστική Υπηρεσία

Οι διακοπές ήλιου & θάλασσας εκτιμάται ότι θα παραμείνουν το τουριστικό προϊόν που κυριαρχεί στην αγορά, με τα ταξίδια περιηγήσεων και ειδικών ενδιαφερόντων να γίνονται όλο

⁴ «ITB Convention Workshop: Russian Outbound Travel», Messe Berlin GmbH, Germany, July 2006, σελ.: 5

⁵ «ITB Convention Workshop: Russian Outbound Travel», Messe Berlin GmbH, Germany, July 2014, σελ.: 7

και πιο δημοφιλή. Συνήθως, οι Ρώσοι τουρίστες προτιμούν πολυτελή παραθαλάσσια ξενοδοχεία (4* και 5*), που διαθέτουν και πισίνα, τόσο για λόγους άνεσης όσο και για λόγους ασφάλειας.

Η Ελλάδα, μαζί με τις Ισπανία και Ιταλία, αποτελεί αγαπημένο ευρωπαϊκό προορισμό. Ο πολιτισμός κατέχει υψηλή θέση στις προτιμήσεις των Ρώσων, ωστόσο, όμως, έρχεται δεύτερος μετά τον ήλιο και θάλασσα και τις δραστηριότητες χαλάρωσης.

Όσοι επισκέπτονται την Ελλάδα, αρέσκονται πολύ στην ελληνική κουζίνα και τον ελληνικό τρόπο ζωής και διασκέδαση. Συμμετέχουν στα λεγόμενα Village Parties και επιθυμούν να επισκέπτονται τα αξιοθέατα. Μάλιστα, ένας Ρώσος μπορεί να «αγοράσει» ακόμη και τρεις εκδρομές, ενώ οι υπόλοιποι τουρίστες αγοράζουν συνήθως από μια έως και καμία. Επιθυμούν, επίσης, να συμμετέχουν σε πολιτιστικές εκδηλώσεις της ευρύτερης περιοχής που επισκέπτονται.

Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, ο αριθμός των Ρώσων τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό για τις διακοπές του παρουσιάζει μια σχεδόν συνεχή αυξητική τάση. Την περίοδο 2003-2010 οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά 450% περίπου, δηλαδή με μέσο ετήσιο ρυθμό περίπου 56%. Πιο συγκεκριμένα, η Ελλάδα το 2010 προσέλκυσε 451.238 Ρώσους τουρίστες, δηλαδή περίπου 60% περισσότερους συγκριτικά με το έτος 2009, στο οποίο ο εισερχόμενος από τη Ρωσία τουρισμός είχε παρουσιάζει μείωση μεγαλύτερη του 10% (βλ. Πίνακα 2). Ο αριθμός αυτός των αφίξεων αντιστοιχεί στο 3% επί του συνόλου και της δίνει την 8η θέση στο σύνολο των χωρών προορισμών των ρώσων τουριστών.

Προκειμένου να αποτυπωθεί το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό μιας χώρας, όπως η Ρωσία, γίνεται χρήση του δείκτη διείσδυσης/ penetration, ο οποίος και ισούται με το ποσοστό επί τοις χιλίοις των εξερχόμενων τουριστών από συνολικό πληθυσμό κάθε χώρα προέλευσης, που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό τους. Παρατηρώντας την εξέλιξη του δείκτη αυτού για την περίοδο 2003- 2010, γίνεται φανερό ότι το μερίδιο της Ελλάδας στο ρωσικό εξερχόμενο τουρισμό εμφανίζει συνεχή, σχεδόν, αυξητική πορεία. Για το 2011 έδειξε περαιτέρω αύξηση, δεδομένου ότι οι αφίξεις για την περίοδο Ιανουάριος- Σεπτέμβριος 2011 ανέρχονται σε 656.362, δηλαδή 58% περισσότερες αφίξεις σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2010 και 45% περισσότερες συγκρινόμενες με το σύνολο των αφίξεων του 2010.

Πίνακας 2: Εισερχόμενος Ρωσικός Τουρισμός (2003- 2010)

Έτος Αφίξεις Μεταβολή Penetration

2003	79.767		0,56
2004	129.926	63%	0,91
2005	107.302	-17%	0,75
2006	204.046	90%	1,43
2007	199.591	-2%	1,40
2008	309.071	55%	2,17
2009	276.023	-11%	1,94
2010	451.238	63%	3,17

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων που ελήφθησαν από την Τράπεζα της Ελλάδος

Η συνολική δαπάνη των Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα, όπως φαίνεται και στον Πίνακα 3, παρουσιάζει γενικά αυξητική τάση με εξαίρεση τα έτη 2005 και 2009, που εμφάνισε μείωση σε ποσοστό 13% και 25% αντίστοιχα. Την περίοδο 2003-2010, η συνολική δαπάνη των Ρώσων τουριστών υπερτετραπλασιάστηκε. Ωστόσο, η αύξηση αυτή δεν οφείλεται στην αύξηση της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης, η οποία διαχρονικά παρουσιάζει πτωτική τάση, αλλά στην αύξηση των αφίξεων των Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα. Η μέση κατά κεφαλήν δαπάνη για την περίοδο της παραμονής τους στην Ελλάδα ξεπερνάει τα 1000€, παρουσιάζοντας, όμως, ετήσιες διακυμάνσεις, με το έτος 2009 να εμφανίζει την μεγαλύτερη μείωση, σε ποσοστό 16% έναντι του 2008, και το 2010 να εμφανίζει μια μόνο μικρή αύξηση της τάξης του 1% (βλ. Πίνακα 3).

Πίνακας 3: Συνολική και Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη Ρώσων Τουριστών στην Ελλάδα (2003- 2010)

Έτος Δαπάνη Μεταβολή Μεσηδαπάνη ΜΚΚΔ Μεταβολή ΜΚΚΔ

2003	102.213.597,21		1.281,41 €	
2004	148.405.267,37 €	45%	1.142,23 €	-11%
2005	129.360.063,78 €	-13%	1.205,57 €	6%
2006	233.139.458,28 €	80%	1.142,58 €	-5%
2007	237.769.843,33 €	2%	1.191,29 €	4%
2008	400.460.698,73 €	68%	1.295,69 €	9%
2009	301.366.478,59 €	-25%	1.091,82 €	-16%
2010	495.941.847,25 €	65%	1.099,07 €	1%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων που ελήφθησαν από την Τράπεζα της Ελλάδος

Δημοφιλέστερους προορισμούς για τους Ρώσους στην Ελλάδα αποτελούν η Κρήτη, η οποία απορροφά ποσοστό 24,7% του συνόλου, η Ρόδος και η Χαλκιδική.⁶ Λόγω της θρησκευτικής ομοδοξίας και της πληθώρας των ιστορικών και πολιτιστικών στοιχείων της χώρας ευνοούνται μορφές τουρισμού όπως ο θρησκευτικός και ο πολιτιστικός. Επίσης, λόγω του εύκρατου κλίματος της Ελλάδας, ο τουρισμός παραχείμασης, που απευθύνεται κυρίως σε άτομα τρίτης ηλικίας, φαίνεται να δίνει στη χώρα συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλους μεσογειακούς προορισμούς.

⁶ «Ετήσια Έκθεση Οικονομίας Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2010», Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μόσχα-Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων, Ιούνιος 2011, σελ.: 31

1.2 Τουρισμός και Παγκόσμια Οικονομία

Ο τουρισμός είναι ένας από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους. Αποτελεί κυρίαρχη δραστηριότητα σε πολλές χώρες έχοντας αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στους άλλους τομείς της οικονομίας και συμβάλλοντας στην συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών.

Η εντεινόμενη παγκοσμιοποίηση έχει οδηγήσει σε δραματική αύξηση τόσο τις διασυνοριακές κινήσεις των αγαθών και των κεφαλαίων όσο και τις μετακινήσεις των ανθρώπων, ανεξαρτήτως αν ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής ή επαγγελματικούς. Στον Πίνακα 4 παρουσιάζεται η διαμόρφωση των διεθνών αφίξεων σε παγκόσμια κλίμακα για την περίοδο 2000-2010:

Πίνακας 4: Διεθνείς Αφίξεις Παγκοσμίως (2000-2010)

	Διεθνείς Αφίξεις (εκατ.)	Μεταβολές
2000	674,0	
2001	684,1	1,50%
2002	702,6	2,70%
2003	689,0	-1,94%
2004	764,0	10,89%
2005	797,0	4,32%
2006	842,0	5,65%
2007	898,0	6,65%
2008	916,0	2,00%
2009	882,0	-3,71%
2010	940,3	6,61%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του UNWTO

Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών ο παγκόσμιος τουρισμός σημείωσε αξιοσημείωτη μεγέθυνση, συνδεδεμένος άμεσα με την κοινωνικοοικονομική αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην άνοδο του επιπέδου διαβίωσης των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και, συνακόλουθα, στην ευημερία των πολιτών.

Ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα ενδεχομένως ξεπερνά αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινήτων, ενώ παράλληλα παραμένει η βασική πηγή εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες.

Ο τουρισμός ως οικονομικός τομέας συνδέεται άμεσα με πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας και της παραγωγής. Κατά συνέπεια, τα οφέλη που η αύξησή του επιφέρει είναι πολυποίκιλα και στον τομέα της απασχόλησης.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται η συμβολή του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία με αριθμούς:

- Από το 1952 ως το 2005 ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων αυξήθηκε με ρυθμό 6,5% ετησίως. Αποτέλεσμα ήταν ο συνολικός αριθμός των ταξιδιωτών να εκτιναχθεί από τα 25 στα 806 εκατομμύρια. Την περίοδο 2005-2010 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις παρουσίασαν περαιτέρω αύξηση 18%, δηλαδή ετήσιο ρυθμό αύξησης περίπου 3%.
- Ο ρυθμός αύξησης του εισοδήματος που προέκυψε από αυτές τις αφίξεις ήταν ιδιαίτερα μεγάλος, αγγίζοντας το 11,2% για την περίοδο 1952-2005, γιγαντώνοντας την παγκόσμια οικονομία και αγγίζοντας τα 680 δις USD το 2005 (βλ. Πίνακα 2). Εξαιρέση αποτελούν τα έτη 1998 (Ασιατική κρίση του 1997 και Ρωσική κρίση του 1998), και 2001 εξαιτίας των τρομοκρατικών επιθέσεων της 11^{ης} Σεπτεμβρίου. Την περίοδο 2005-2010 οι τουριστικές εισπράξεις παρουσίασαν συνολική αύξηση 36%. Το 2008 αποτελεί τη χρονιά με τις μεγαλύτερες τουριστικές εισπράξεις, 940 δις USD.
- Ως το 1950 οι 15 κορυφαίοι προορισμοί απορροφούσαν το 88% των παγκόσμιων αφίξεων, με το ποσοστό να μειώνεται στο 75% για το 1970 και στο 57% για το 2005, με αποτέλεσμα την πιο ομοιόμορφη κατανομή των οφελών του παγκόσμιου τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων πλέον και νέων προορισμών, πολλοί εκ των οποίων βρίσκονται στις αναπτυσσόμενες χώρες.
- Το 2008 η παγκόσμια οικονομική κρίση έπληξε σημαντικά τον παγκόσμιο τουρισμό και τον οδήγησε σε μια αντίστροφη πορεία που συνεχίστηκε και το πρώτο μισό του 2009. Πιο συγκεκριμένα, το 2009 οι διεθνείς τουριστικές εισπράξεις μειώθηκαν περισσότερο από 9% σε σχέση με το έτος 2008, σε επίπεδο χαμηλότερο και από εκείνο του έτους 2007.
- Το 2009 οι παγκόσμιες αφίξεις μειώθηκαν κατά 4,2% σε σχέση με το 2008, φτάνοντας τα 880 εκατομμύρια, ενώ το 2010 οι παγκόσμιες αφίξεις σημείωσαν αύξηση της τάξης του 6,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, αγγίζοντας τα
940 εκατομμύρια.
- Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO- United Nation World Travel Organization) προβλέπει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων της τάξης του 4,1% με ορίζοντα το 2020. Συνεπώς, οι διεθνείς αφίξεις αναμένεται ως τότε να ξεπεράσουν το 1,5 δις ταξιδιωτών.

Πίνακας 5 Τουριστικές εισπράξεις παγκοσμίως (2000-2010)

1 – Έτος\2-Τουριστικές εισπράξεις σε Δις.USD\3-Μεταβολές
(δισεκ. USD)

2000	475	
2001	464	-2,32%
2002	482	3,88%
2003	529	9,75%
2004	633	19,66%
2005	679	7,27%
2006	743	9,43%
2007	856	15,21%
2008	940	9,81%
2009	852	-9,36%
2010	926	8,69%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του UNWTO

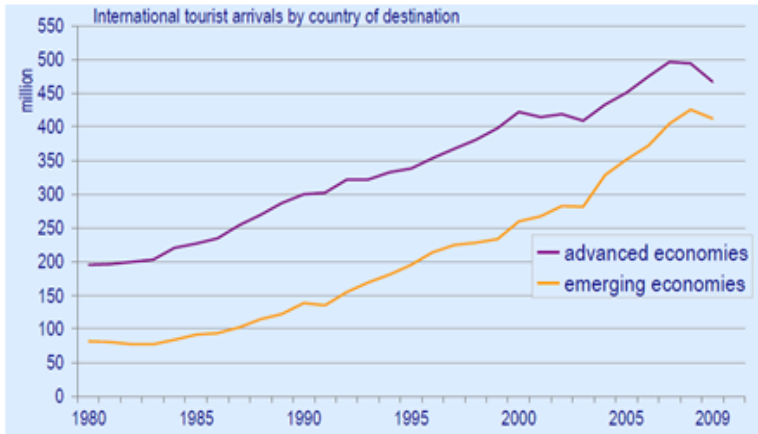
Στην σύγχρονη οικονομία οι αναδύομενες αγορές περισσότερο γνωστές με το ακρωνύμιο BRIC⁷, από τα αρχικά των χωρών Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία, Κίνα, ανέπτυξαν δυναμικά την οικονομία τους κατά την τελευταία δεκαετία και αναμένεται να αποτελέσουν στο μέλλον τέσσερις από τις μεγαλύτερες οικονομίες σε παγκόσμιο επίπεδο. Η αύξηση του ΑΕΠ των χωρών αυτών σε συνδυασμό με τον συνολικό πληθυσμό περίπου τριών δισεκατομμυρίων, δηλαδή το 40% περίπου του παγκόσμιου πληθυσμού, αναμένεται να συνεχίσουν να αναπτύσσονται με υψηλούς ετήσιους ρυθμούς. Κάθε μια από τις αγορές αυτές, λόγω της αυξανόμενης ευημερίας, έχει μια συνεχώς διευρυνόμενη μεσαία και ανώτερη εισοδηματική τάξη, η οποία θα αποτελέσει και τη μεγάλη ομάδα μελλοντικών καταναλωτών από τις χώρες αυτές.

Η αυξανόμενη ευημερία των χωρών BRIC συμβάλλει σημαντικά και στην αύξηση της ζήτησης των χωρών αυτών για ταξίδια στο εξωτερικό. Ειδικότερα, ο ρυθμός αύξησης των τουριστικών αφίξεων

⁷ Το αρκτικόλεξο BRIC, στην οικονομία, αναφέρεται στις χώρες της Βραζιλίας, της Ρωσίας, της Ινδίας και της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας, οι οποίες θεωρούνται πως βρίσκονται σε ένα παρόμοιο στάδιο πρόσφατα προηγμένης οικονομικής ανάπτυξης. Το όνομα προέρχεται από τα αρχικά γράμματα των ονομάτων των χωρών (Brazil, Russia, India, China). Το ακρωνύμιο επινοήθηκε από τον Τζιμ Ο'Νιλ (Jim O'Neill), πρόεδρο της Goldman Sachs Asset Management, σε ένα έγγραφο του 2001 με τίτλο «Building Better Global Economic BRICs»

από τις αναδυόμενες οικονομίες ήταν 6% για την περίοδο Ιανουάριος- Απρίλιος 2010, όταν για την ίδια χρονική περίοδο ο ρυθμός αύξησης των αφίξεων από τις ανεπτυγμένες οικονομίες ήταν 3%.

Διάγραμμα 5 Διεθνές Τουριστικές Αφίξεις ανεπτυγμένων οικονομιών (σε εκατομμύρια)



Πηγή: World Tourism Organization

Προς το παρόν, σύμφωνα με την έκθεση των παγκόσμιων τουριστικών τάσεων 2010/2011 (World Travel Trends Report 2010/2011), οι Κίνα, Βραζιλία και Ινδία αποτελούν μόνο μικρό ποσοστό του παγκόσμιου τουρισμού, ενώ η Ρωσία έχει ήδη, κατά την τελευταία δεκαετία, αναδειχθεί σε σημαντική αγορά για μεσογειακούς και άλλους προορισμούς. Η αντίστοιχη έκθεση για την περίοδο 2013/2014 αναφέρει, ότι η οικονομική ανάπτυξη και η ταχεία αύξηση των εισοδημάτων στις χώρες BRIC θα συνεχίσει και το 2015 να οδηγεί τη ζήτηση από τις χώρες αυτές για ταξίδια στο εξωτερικό.

Πίνακας 6: Οι 10 Πρώτες Αγορές εξερχόμενου τουρισμού για το 2010

Κατάταξη	Χώρα Προέλευσης	Ταξίδια (σε εκατ.)	Μερίδιο
1	Γερμανία	72,6	10%
2	ΗΠΑ	64,0	9%
3	Μεγάλη Βρετανία	54,9	8%
4	Γαλλία	31,7	5%
5	Καναδάς	27,3	4%
6	Ολλανδία	23,5	3%
7	Ιταλία	22,4	3%
8	Ρωσία	21,7	3%
9	Ιαπωνία	19,6	3%
10	Κίνα	16,1	2%

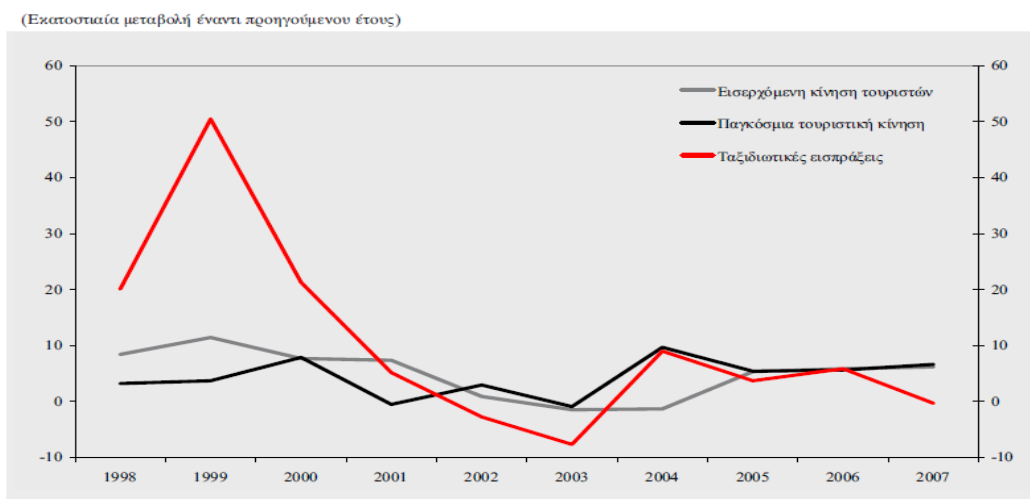
Πηγή: IPK International- Int'l Tourism Consulting Group- World Travel Monitor Company

Ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμετωπίζει, και θα συνεχίσει να αντιμετωπίζει, μεγάλες προκλήσεις στη διάρκεια του 21ου αιώνα, οι οποίες σχετίζονται με τη βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση των ανισοτήτων σε ζητήματα πλούτου και ευκαιριών αλλά και την ορθή κατανομή και διαχείριση των υπαρχόντων φυσικών πόρων, όπως ακριβώς συμβαίνει με κάθε ζωντανό κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας που έρχεται αντιμέτωπο με τη διαρκώς εξελισσόμενη διεθνή πραγματικότητα.

1.3 Τουρισμός και οικονομία της Ελλάδας

Η σημασία της τουριστικής βιομηχανίας για την οικονομική δραστηριότητα της Ελλάδας είναι ιδιαίτερα σημαντική και συμβάλλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη της χώρας. Κατά τη δεκαετία 1998-2008 οι εισπράξεις από την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών αυξήθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό 2-3% και αντιπροσώπευαν κατά μέσο όρο το 6% του ΑΕΠ (βλ. Διάγραμμα 6). Πέρα, όμως, από τον ίδιο τον τουριστικό κλάδο, πολλές δραστηριότητες, τοπικού επιπέδου, κυρίως, ενισχύονται από τη βιομηχανία του τουρισμού συμβάλλοντας και έμμεσα στη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδήματος.⁸⁹

Διάγραμμα 6: Διαχρονική εξέλιξη ταξιδιωτικών εισπράξεων Ελλάδα, εισερχόμενης κίνησης τουριστών στην Ελλάδα και παγκόσμιας τουριστικής κίνησης¹⁰



Πηγή: ΕΣΥΕ, Ταξιδιωτική Έρευνα Συνόρων, WTO

⁸ Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδας: αιτίες ανισορροπιών και προτάσεις πολιτικής, Τράπεζα της Ελλάδος, Ιούλιος 2010, σελ.: 205-208

⁹ Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδας: αιτίες ανισορροπιών και προτάσεις πολιτικής, Τράπεζα της Ελλάδος, Ιούλιος 2010, σελ.: 37-38

¹⁰ Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδας: αιτίες ανισορροπιών και προτάσεις πολιτικής, Τράπεζα της Ελλάδος, Ιούλιος 2010, σελ.: 205

Οι πίνακες 7 και 8, που ακολουθούν, παρουσιάζουν τη συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ και την απασχόληση για την δεκαετία 2000-2010.

Πίνακας 7: Τουρισμός και ΑΕΠ 2000-2010

	<i>% ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ</i>	<i>ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ</i>
2000	15.93%	10.061.2
2001	16.20%	10.579.9
2002	15.81%	10.284.7
2003	15.67%	9.495.3
2004	16.13%	10.347.8
2005	16.92%	10.729.5
2006	17.14%	11.356.7
2007	17.17%	11.319.2
2008	16.28%	11.635.9
2009	15.20%	10.369.1

Πηγή: ΣΕΤΕ, Ιούνιος 2010 (επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος και του World Travel & Tourism Council)

Πίνακας 8: Τουρισμός και απασχόληση 2000-2009

<i>ΕΤΟΣ</i>	<i>ΑΜΕΣΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ</i>	<i>ΣΥΝΟΛΙΚΗ</i>	<i>ΣΥΝΤΕΛΕΣΤ</i>
2000	410,1	781,0	1,904
2001	409,9	779,1	1,901
2002	419,2	787,7	1,879
2003	423,4	793,7	1,874
2004	424,8	801,3	1,886
2005	447,8	860,7	1,922
2006	473,2	906,9	1,916
2007	486,1	939,8	1,933
2008	440,4	833,2	1,892
2009	414,0	774,2	1,870

Πηγή: ΣΕΤΕ, Ιούνιος 2010 (επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος και του World Travel & Tourism Council)

Επιπροσθέτως, οι εισπράξεις από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών αποτελούν ένα από τα βασικά μεγέθη του ελληνικού ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, με θετική συμβολή στη διαμόρφωσή του. Πιο συγκεκριμένα, τη δεκαετία 1998-2008 οι καθαρές εισπράξεις από την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών αντιπροσώπευαν κατά μέσο όρο το 60% περίπου του συνόλου των καθαρών εισπράξεων από υπηρεσίες, ενώ κάλυπταν το 27% περίπου του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου.¹⁴

Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους 15 πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο, κατέχοντας για το 2010 μερίδιο αγοράς 1,7% παγκοσμίως και 3,2% ευρωπαϊκά. Το 2010 επισκέφτηκαν την Ελλάδα περίπου 15 εκατομμύρια τουριστών, οι οποίοι συνέβαλλαν στα έσοδα της χώρας κατά 10,4 δισεκατομμύρια €, δηλαδή το 15,2% του ΑΕΠ της Ελλάδας για το έτος αυτό.¹⁵

¹¹ Η Άμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις.

¹² Η Έμμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση που δημιουργείται από την παραγωγή ενδιάμεσων/ υποστηρικτικών της τουριστικής κατανάλωσης προϊόντων/ υπηρεσιών από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη τουριστική οικονομία.

¹³ Ο Συντελεστής Απασχόλησης αναφέρεται σε πόσες θέσεις έμμεσης απασχόλησης δημιουργούνται στην ευρύτερη τουριστική οικονομία από κάθε θέση άμεσης απασχόλησης.

¹⁴ Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδος: αιτίες ανισορροπιών και προτάσεις πολιτικής, Τράπεζα της Ελλάδος, Ιούλιος 2010, σελ.: 207-208

¹⁵ Ετήσια μελέτη της Xenia 2008, «Τουρισμός Πολυτελείας. Οι τάσεις παγκόσμια- Οι προοπτικές στην Ελλάδα», Νοέμβριος 2008, Xenia Εκθέσεις- Συνέδρια Α.Ε., σελ.: 207-208

Η θέση αυτή της Ελλάδας οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στα ισχυρά συγκριτικά πλεονεκτήματά της στον τομέα του τουρισμού, τα οποία συγκεντρώνονται πρωτίστως στην υπεροχή του φυσικού της περιβάλλοντος και στη μοναδική πολιτιστική και ιστορική της κληρονομιά.

Τα φυσικά πλεονεκτήματα της χώρας προσδιορίζονται από το εντυπωσιακό μεσογειακό της τοπίο και τις ήπιες κλιματολογικές συνθήκες, που συνδυάζονται ιδανικά και ενισχύονται από την πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά της, η οποία αποτελεί από μόνη της πόλο έλξης μεγάλου αριθμού τουριστών από όλο τον κόσμο. Τα πλεονεκτήματα αυτά παρέχουν τη δυνατότητα στις εγχώριες τουριστικές επιχειρήσεις να προσφέρουν ολοκληρωμένα, διαφοροποιημένα και ελκυστικά τουριστικά πακέτα σε ανταγωνιστικούς συνδυασμούς ποιότητας-τιμής έναντι άλλων χωρών.

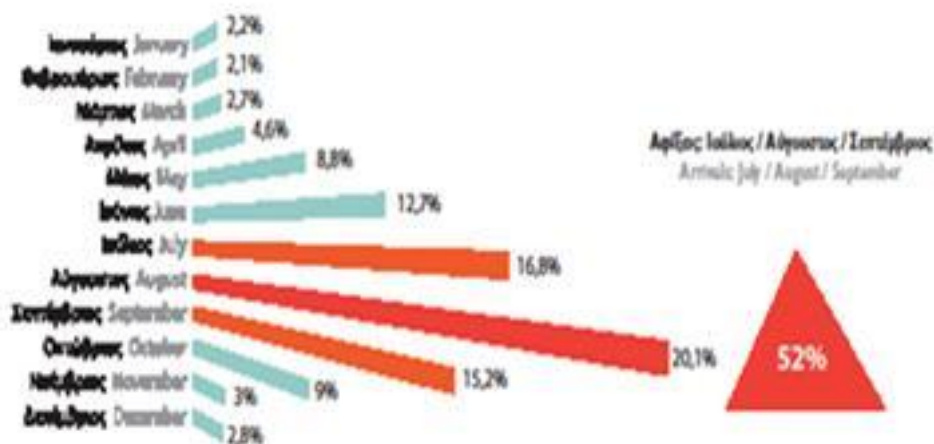
Επιπροσθέτως, τα πολυάριθμα νησιωτικά συμπλέγματα και οι τεράστιες σε μήκος και ποικιλομορφία πεντακάθαρες νησιωτικές και ηπειρωτικές ακτές καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό διακοπών, όχι μόνο κατά την θερινή περίοδο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου, αλλά και κατά την «ενδιάμεση περίοδο», δηλαδή κατά το τετράμηνο Απρίλιος-Ιούνιος και Οκτώβριος. Αυτός είναι ο κύριος λόγος που, στις δύο αυτές σημαντικές περιόδους, πραγματοποιείται, κατά μέσο όρο, το 80% των αφίξεων τουριστών σε ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα στην Ελλάδα.

Εκτός από τα νησιωτικά συμπλέγματα και τις θαλάσσιες ακτές, η Ελλάδα διαθέτει και αναρίθμητα ηπειρωτικά φυσικά συγκροτήματα, τουριστικά θέρετρα και καταφύγια εκπληκτικού κάλλους, τα οποία συνδυάζονται ιδανικά με τα πολυάριθμα ιστορικά της μνημεία και την πολιτιστική της κληρονομιά και τα οποία μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για περαιτέρω ανάπτυξη και του χειμερινού τουρισμού.

Ωστόσο, ο ελληνικός τουρισμός εμφανίζει σημαντικά προβλήματα και αδυναμίες, τα οποία δρουν ανασταλτικά στην περαιτέρω ανάπτυξη της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει η Ελλάδα.

Η σημαντικότερη, ίσως, αδυναμία του ελληνικού τουρισμού είναι η έντονη εποχικότητα που παρουσιάζει, αφού, όπως φαίνεται από το Διάγραμμα 7 που ακολουθεί, περισσότερο από το 50% των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα συγκεντρώνεται τους μήνες Ιούλιο- Σεπτέμβριο.

Διάγραμμα 7: Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων (2010)



Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής

Εξίσου σημαντικά προβλήματα αποτελούν η έλλειψη ειδικών τουριστικών υποδομών, όπως τα σύγχρονα αγκυροβόλια, τα εκθεσιακά και συνεδριακά κέντρα κ.λ.π., καθώς επίσης και οι υποβαθμισμένες βασικές υποδομές, όπως αεροδρόμια, μετρό και οδικές αρτηρίες.

Στα παραπάνω, λειτουργεί συμπληρωματικά η άναρχη οικιστική και τουριστική ανάπτυξη, η οποία προέρχεται από την απουσία εφαρμογής μιας γενικότερης αναπτυξιακής πολιτικής, και συμβάλλει σημαντικά στην υποβάθμιση της συνολικής ποιότητας διαμονής, αφού συμμετέχει σε μεγάλο βαθμό στην πρόκληση δυσλειτουργιών, όπως κυκλοφοριακή συμφόρηση και έλλειψη χώρων στάθμευσης, και στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος.

Η υποβάθμιση της συνολικής ποιότητας του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδος οφείλεται σε εξίσου μεγάλο βαθμό και στην απουσία αποτελεσματικών μηχανισμών ελέγχου και πιστοποίησης της ποιότητας καταλυμάτων και υπηρεσιών.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού ελάχιστα έχουν αξιοποιήσει ή έχουν δείξει ενδιαφέρον για την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών. Αυτό, κατά συνέπεια, τις κάνει λιγότερο ανταγωνιστικές σε σχέση με τις αντίστοιχες επιχειρήσεις ανταγωνιστριών χωρών.

Αρνητική επίδραση στην ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού έχει η επιβάρυνση του συνολικού πακέτου των τουριστικών υπηρεσιών από φόρους και τέλη. Συνεπώς, στην Ελλάδα

πουλιέται ακριβότερα το τουριστικό προϊόν, το οποίο βασίζεται στο ήδη παρηκμασμένο μοντέλο του μαζικού τουρισμού και των 4S (sun, sand, sea, sex).

Παρόλα, όμως, τα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού, η Ελλάδα εξακολουθεί να αποτελεί ελκυστικό τουριστικό προορισμό, και μπορεί να ενισχύσει τη θέση της έναντι των ανταγωνιστών της, κάνοντας ενέργειες προς αυτή την κατεύθυνση. Τέτοιες θα μπορούσαν να αποτελούν ο εκσυγχρονισμός των καταλυμάτων και ο εμπλουτισμός με νέα καταλύματα υψηλής ποιότητας και εξειδικευμένου χαρακτήρα, όπως τα design και boutique hotels. Επίσης, καίριας σημασίας είναι η αναβάθμιση των βασικών υποδομών, όπως μετρό, αεροδρόμιο, Εγνατία και Ιόνια Οδός κ.λ.π., και φυσικά και των υπηρεσιών, στις οποίες η χώρα μας υστερεί.

Σημαντικά, όμως, βήματα θα πρέπει να γίνουν και για την ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού, οι οποίες θα μπορούσαν αφενός να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες στη χώρα μας και αφετέρου να λειτουργήσουν ως κίνητρα προς τους διοργανωτές των ταξιδιών, ώστε να επιμηκύνουν τα θερινά τους προγράμματα ή και να συμπεριλάβουν την Ελλάδα στα χειμερινά τους. Τέτοιες μορφές θεματικού τουρισμού θα μπορούσαν να αποτελέσουν οι ακόλουθες:

- Ιστορικός-Πολιτιστικός-Θρησκευτικός τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Οικολογικός τουρισμός - Αγροτουρισμός
- Ιαματικός - Ιατρικός τουρισμός
- Τουρισμός υπαίθριων δραστηριοτήτων - Θερινά και χειμερινά σπορ
- Ειδικών ενδιαφερόντων

Πρέπει, επίσης, να τονιστεί ότι η ανάπτυξη του τουρισμού θα πρέπει να πραγματοποιηθεί σε ένα πλαίσιο γενικότερης αναπτυξιακής πολιτικής, η οποία θα περιλαμβάνει το χωροταξικό του τουρισμού και το κτηματολόγιο. Επιπροσθέτως, θα πρέπει να λειτουργήσει αποτελεσματικά ένας ευέλικτος επιτελικός μηχανισμός για επενδύσεις σύνθετου χαρακτήρα στον τουρισμό, να καταρτιστούν προγράμματα περιφερειακής ανάπτυξης με άξονα τον τουρισμό και γνώμονα τη διάχυση ευκαιριών στην περιφέρεια και να αναπτυχθούν ειδικές τουριστικές υποδομές (π.χ. τουριστικά αγκυροβόλια, αυτοκινητοδρόμια, συνεδριακά κέντρα, ιαματικές πηγές κ.λ.π.), οι οποίες θα πρέπει να ενισχυθούν και να συμπληρωθούν με δράσεις που διασφαλίζουν τη συμπληρωματικότητα και συνέργεια με δράσεις σε άλλους τομείς.

Ξεφεύγοντας από το μοντέλο του μαζικού τουρισμού και των 4S, η Ελλάδα θα μπορούσε να προσφέρει νέα τουριστικά πακέτα, πιο προσωποποιημένα, και να στραφεί στην υιοθέτηση του υποθετικού, προς το παρόν, μοντέλου των 4E, οποίο επικεντρώνεται στις ακόλουθες μεταβλητές:

- Environment and clean nature
- Educational tourism, culture and history
- Event and mega event
- Entertainment and fun

Κεφάλαιο II Λειτουργία σύγχρονης ρώσικης αγοράς και οι ιδιαιτερότητες της

2.1 Πολιτισμός, γλώσσα ιστορία της Ρωσίας ως βασικοί παράγοντες εξέλιξης ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού

Η Ρωσία είναι μια χώρα σλαβική και ορθόδοξη με πλούσιο και πολυσυλλεκτικό εθνικό - λαϊκό πολιτισμό, που αντανακλάται στις παραδοσιακές ηθικές αρχές, στις αξίες ζωής, στους θρύλους και τις παραδόσεις, στα ήθη και τα έθιμα καθώς και στις διάφορες εκδηλώσεις της λαϊκής καλλιτεχνικής έκφρασης. Ο πολιτισμός αυτός εμπεριέχει στοιχεία τόσο της ανατολικής αντίληψης ζωής και σκέψης, που χαρακτηρίζεται για την ευαισθησία, το βάθος και τη μεταφυσική της διάθεση, όσο και της δυτικής αντίληψης, η οποία χαρακτηρίζεται κυρίως για τον ορθολογισμό, τον ταχύ ρυθμό και την πρακτική της διάθεση. Χαρακτηριστικές εκφράσεις του εθνικού- λαϊκού ρωσικού πολιτισμού είναι η λαϊκή μουσική, με κυρίαρχο τον ήχο της μπαλαλάικας, ο λαϊκός χορός, με τις πολύχρωμες παραδοσιακές ανδρικές και γυναικείες φορεσιές, η λαϊκή ζωγραφική, και ειδικότερα η βυζαντινή αγιογραφία, η λαϊκή αρχιτεκτονική^{16 17} κ.α..

Ρωσία, επίσης, έχει συνεισφέρει σε σημαντικό βαθμό στον ευρωπαϊκό πολιτισμό και έχει αναδείξει κορυφαίες μορφές στους χώρους των Γραμμάτων, των Τεχνών και των Επιστημών. Οι Ρώσοι δημιουργοί πέτυχαν να αξιοποιήσουν τα δυτικά εκφραστικά μέσα και να απεικονίσουν, μέσα από αυτά, τη ρωσική αντίληψη και φιλοσοφία ζωής, η οποία χαρακτηρίζεται για την ευαισθησία, για το βάθος και για την ουμανιστική της διάθεση.

Η μεγάλη στροφή της ρωσικής σκέψης προς τη δύση έλαβε χώρα τον 18ο αιώνα, την εποχή των μεγάλων εκσυγχρονιστικών αλλαγών του αυτοκράτορα Πέτρου Α΄ του Μεγάλου. Τα νέα πολιτισμικά ρεύματα έγιναν ιδιαίτερα έκδηλα στο χώρο της φιλοσοφίας- λογοτεχνίας, η οποία ως τότε περιοριζόταν, κυρίως, στη συγγραφή θρησκοκεντρικών κειμένων, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για νέους εκφραστικούς ορίζοντες. Σπουδαίοι εκπρόσωποι της ρωσικής σκέψης, κατά την περίοδο αυτή, υπήρξαν: ο «πανεπιστήμονας» φυσικοχημικός Μιχαήλ Βασίλιεβιτς Λομονόσοφ (1711- 1765), ο Αλεξάντρ Σουμαρόκωφ- πρωτοπόρος της ρωσικής δραματογραφίας (1717-1774), ο επικός ποιητής και συγγραφέας της «Ρωσιάδας» Μιχαήλ Χεράσκωφ (1733-1807) κ.α.. Τους πνευματικούς αυτούς δημιουργούς, διαδέχθηκε μια άλλη γενιά πνευματικών δημιουργών, οι οποίοι

¹⁶ «Παγκόσμια Γεωγραφία Γ΄», Εκπαιδευτική Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, Εκδοτική Αθηνών (1994), σελ.:363

¹⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Russian_culture/index.php?Section=1&Part=3&Page=151
[index.php?Section=1&Part=3&Page=156](http://en.wikipedia.org/wiki/Russian_culture/index.php?Section=1&Part=3&Page=156) Ημερομηνία Ανάρτησης: 08/09/2014

χαρακτηρίστηκαν και ως «ιερά τέρατα» της παγκόσμιας λογοτεχνίας, όπως ο μεγάλος ποιητής Αλεξάντρ Πούσκιν (1799-1837), ο συγγραφέας και «πατέρας» του ρωσικού ρεαλισμού Νικολάι Γκόγκολ (1809- 1852), ο Βησσαρίων Μπελίνσκυ (1811- 1848), ο κορυφαίος πεζογράφος Φιοντόρ Μιχαήλοβιτς Ντοστογιέφσκι (1821- 1881), ο πεζογράφος και φιλόσοφος Λέον Τολστόι (1828-1910) και ο παγκοσμίου φήμης θεατρικός συγγραφέας Άντον Τσέχωφ (1860- 1904)¹⁸.

Η Ρωσία ανέδειξε πολλούς και σημαντικούς δημιουργούς στον ευρύτερο χώρο των τεχνών και ιδιαίτερα στον κόσμο της μουσικής, όπως οι: Άντον Ρουμπινστάιν (1829-1894), Αλεξάντρ Μποροντίν (1833- 1887), Πιοτρ Ίλιτς Τσαϊκόφσκι (1840- 1893), Σεργκέι Ραχμάνινωφ (1873- 1943), Ιγκόρ Στραβίνσκι (1882- 1971) και πολλοί άλλοι. Στο σημείο αυτό, θα ήταν παράλειψη να μη γίνει αναφορά στις επιδόσεις των Ρώσων στο χορό, όπως φανερόνεται από τις δραστηριότητες των διεθνώς αναγνωρισμένων μπαλέτων Μπολσόι και Κίρωφ και τη φήμη Ρώσων χορευτών, όπως ο Ρούντολφ Νουρέγιεφ¹⁹.

Επίσημη και κυρίαρχη γλώσσα της χώρας είναι η ρωσική, η οποία ανήκει στον ανατολικό κλάδο των σλαβικών γλωσσών και αποδίδεται στο γραπτό λόγο με το κυριλλικό αλφάβητο («άζμπουκα»), που αποτελείται από 33 γράμματα. Η ρωσική γλώσσα αποτελεί συνέχεια της παλαιοσλαβονικής, από την οποία προέκυψαν, κατά τους πρώτους μεταχριστιανικούς αιώνες, τρεις ομάδες γλωσσών: (α) οι ανατολικοσλαβικές, με κύρια γλώσσα την παλαιορωσική, (β) οι δυτικοσλαβικές, όπως η τσεχική και η πολωνική και (γ) οι νοτιοσλαβικές, όπως η σερβοκροατική.

Από την παλαιορωσική γλώσσα, η οποία απέκτησε από το 19ο αιώνα το προαναφερόμενο δικό της αλφάβητο, διαμορφώθηκαν τρία γλωσσικά ιδιώματα, τα οποία σταδιακά μετεξελίχθησαν σε ιδιαίτερες εθνικές γλώσσες, πολύ συγγενικές μεταξύ τους:

- Η μεγαλωρωσική γλώσσα ή απλώς ρωσική, η οποία αποτελεί επίσημη γλώσσα της Ρωσίας και αποδίδεται με αρκετές και εξαιρετικά διαφορετικές διαλέκτους
- Η μικρορωσική ή ουκρανική, η οποία ομιλείται στην Ουκρανία και
- Η λευκορωσική, η οποία ομιλείται στη Λευκορωσία.

Στη Ρωσική Ομοσπονδία, εκτός από τη ρωσική, ομιλούνται άλλες 100 περίπου γλώσσες των εθνικών μειονοτήτων. Χαρακτηριστικό δε είναι, ότι οι μισές τουλάχιστον από αυτές, χρησιμοποιούνται στο χώρο της εκπαίδευσης.

¹⁸ «Παγκόσμια Γεωγραφία Γ'», Εκπαιδευτική Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, Εκδοτική Αθηνών (1994), σελ.: 362-363

¹⁹ «Παγκόσμια Γεωγραφία Γ'», Εκπαιδευτική Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, Εκδοτική Αθηνών (1994), σελ.: 363

Ο εθνικός χώρος της Ρωσικής Ομοσπονδίας άρχισε να προσδιορίζεται από τον 9ο αιώνα, από τη σχηματοποίηση, δηλαδή, της ηγεμονίας του Κιέβου από τις βαραγκικής καταγωγής φυλές των Ρους ή Ρως. Οι Ασκόλντ και Ντιρ, οι οποίοι αναφέρονται και ως οι πρώτοι ηγέτες, επιχείρησαν το 860 μια ανεπιτυχή επίθεση κατά της Κωνσταντινούπολης. Η ηγεμονία του Κιέβου ισχυροποιήθηκε σημαντικά στα χρόνια των Όλεγκ (882-911) και Ιγκόρ (912-945). Οι σχέσεις της ηγεμονίας του Κιέβου και του Βυζαντίου ήταν πάντοτε σχέσεις αντιθέσεων αλλά και πολιτισμικής επιμιξίας, με τους Ρως να προσχωρούν τελικά στην «εισαγόμενη» από το Βυζάντιο Ορθοδοξία. Το έτος 988, με τη βάπτισή του ηγεμόνα Βλαδίμηρου Α΄ του επονομαζόμενου και Μέγα ή

Αγίου, αποτελεί χρονολογία ορόσημο για τον εκχριστιανισμό των Ρως.

Το 12ο αιώνα η ηγεμονία του Κιέβου περιέπεσε σε ολοκληρωτική παρακμή και τελικά τον 13ο αιώνα, με την εισβολή των Μογγόλων, οι οποίοι επέβαλλαν την κυριαρχία τους σε όλη τη χώρα, διαλύθηκε. Με την ανοχή των Μογγόλων, το 1276 τα εδάφη που ήλεγχε η Μόσχα, ένας άσημος έως τότε οικισμός με ένα ξύλινο φρούριο, που προσέφερε υπηρεσίες στο δίκτυο ποτάμιων μεταφορών και υπαγόταν στο Βλαντίμιρ, συγκροτήθηκαν σε πριγκιπάτο. Σταδιακά, το πριγκιπάτο της Μόσχας έγινε μεγαλύτερο και πλουσιότερο. Το 1327, μάλιστα, η Ορθόδοξη Αρχιεπισκοπή μετακινήθηκε από το Κίεβο, την πρώτη έδρα της από την εποχή των Ρως, στη Μόσχα, κάνοντάς την κέντρο του σλαβικού χριστιανισμού.

Η Ρωσία, μετά από περίπου τρεις αιώνες πολυδιασπάσεων, εμφυλίων πολέμων και ξένων παρεμβάσεων, απέκτησε ενιαία εθνική υπόσταση κατά τη διακυβέρνηση του Μεγάλου Δούκα της Μόσχας Ιβάν Δ΄, γνωστού και ως Ιβάν του Τρομερού. Ο Ιβάν Δ΄ το 1547 περιεβλήθη τον τίτλο του τσάρου, δηλαδή του αυτοκράτορα, σηματοδοτώντας και τυπικά το τέλος της ιστορίας του πριγκιπάτου της Μόσχας και την αρχή του Βασιλείου της Ρωσίας, το οποίο και κατόρθωσε μέσα σε λίγα χρόνια να καταστήσει ισχυρή δύναμη²⁰.

Τον Ιβάν Δ΄ διαδέχεται στο θρόνο ο πολιτικά ανεπαρκής Θεόδωρος Α΄ Ιβάνοβιτς, ο οποίος πεθαίνει νέος και άτεκνος το 1598. Με το θάνατό του χάνεται η δυναστεία των Ρουρικίδων και η Ρωσία μπαίνει σε μια μακρά περίοδο εσωτερικών αναστατώσεων, την Εποχή των Αναστατώσεων ή Εποχή της Αβεβαιότητας²¹.

Η ανάνηψη της αυτοκρατορίας άρχισε μετά την εγκαθίδρυση της δυναστείας των Ρομανόφ (1613), με πρώτο τσάρο τον Μιχαήλ Ρομανόφ (1613-1645)- γιο του πατριάρχη Φιλαρέτου. Τον Μιχαήλ Ρομανόφ διαδέχθηκε στο θρόνο ο γιος του Αλέξιος (1645-1676). Στα χρόνια της

²⁰ Παγκόσμια Γεωγραφία Γ΄», Εκπαιδευτική Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, Εκδοτική Αθηνών (1994), σελ.:360

²¹ <http://el.wikipedia.org/index.php?Section=1&Part=3&Page=156> Ημερομηνία Ανάρτησης: 09/09/2014

διακυβέρνησης αυτών επιβεβαιώθηκε και ο καθοριστικός ρόλος της Ορθόδοξης Εκκλησίας στις δημόσιες υποθέσεις²².

Η ανάδειξη της Ρωσίας σε μεγάλη ευρωπαϊκή δύναμη συντελέστηκε κατά τη βασιλεία του τσάρου Πέτρου Α΄ του Μεγάλου (1682-1725).

Κατά το 19ο αιώνα ο θεσμός της μοναρχίας παρακμάζει, ενώ η απουσία κάποιου δυναμικού ηγεμόνα, που θα οδηγούσε δυναμικά τη Ρωσική Αυτοκρατορία στον ανταγωνισμό της με τις άλλες Ευρωπαϊκές Δυνάμεις, επιταχύνει τις εξελίξεις. Την ίδια εποχή, συντελείται η κατάρρευση της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας, παραδοσιακού εχθρού της Ρωσικής Αυτοκρατορίας, αφού αποτελούσε εμπόδιο για την έξοδο της στη Μεσόγειο, και η διανομή των εδαφών της γίνεται το μήλο της έριδας για τις Ευρωπαϊκές Δυνάμεις²³.

Κατά την εποχή αυτή αυτοκράτορες διετέλεσαν ο Αλέξανδρος Α΄ (1801-1825), ο οποίος συνέδεσε το όνομά του με τους Ναπολεόντειους Πολέμους και την Ιερά Συμμαχία (επί των ημερών του ξέσπασε και η Ελληνική Επανάσταση), ο αυταρχικός Νικόλαος Α΄ (1825-1855), ο περισσότερο φιλελεύθερος Αλέξανδρος Β΄ (1855-1881), ο οποίος δολοφονήθηκε από αριστερούς επαναστάτες, ο ακραία συντηρητικός Αλέξανδρος Γ΄ (1881-1894) και τέλος ο Νικόλαος Β΄ (1894-1917), επί του οποίου τερματίστηκε με δραματικό τρόπο τόσο η δυναστεία των Ρομανώφ όσο και το ίδιο το μοναρχικό σύστημα εξουσίας²⁴.

Επί βασιλείας του Νικολάου Β΄ ιδρύεται το Σοσιαλδημοκρατικό Εργατικό Κόμμα της Ρωσίας (1898) και ακολουθεί το Σοσιαλιστικό-Επαναστατικό Κόμμα της Ρωσίας (1901). Επίσης, η βασιλεία του σημαδεύτηκε από την ταπεινωτική ήττα της Ρωσίας στο Ρωσοϊαπωνικό Πόλεμο (1904-1905), η οποία πυροδότησε λαϊκές αντιδράσεις και ευνόησε κοινωνικές εξεγέρσεις, που καταστάληκαν με ωμή βία. Ακολούθησαν η εμπλοκή της Ρωσίας στον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, στο πλευρό της Αντάντ²⁵, και μια σειρά από αποτυχίες σε στρατιωτικό επίπεδο, οι οποίες λειτούργησαν καταλυτικά για τα λαϊκά στρώματα και τελικά οδήγησαν στη δημοκρατική επανάσταση του 1917 και την ανατροπή της μοναρχίας. Το νέο καθεστώς ανατράπηκε τον ίδιο χρόνο από τους Μπολσεβίκους του Λένιν, με την Οκτωβριανή Επανάσταση, οι οποίοι εγκαθίδρυσαν σοσιαλιστικές- σοβιετικές δομές εξουσίας, με

²² «Παγκόσμια Γεωγραφία Γ΄», Εκπαιδευτική Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, Εκδοτική Αθηνών (1994), σελ.:360

²³ <http://www.livepedia.gr/index.php?Section=1&Part=4&Page=156> Ημερομηνία Ανάρτησης: 10/09/2014

²⁴ «Παγκόσμια Γεωγραφία Γ΄», Εκπαιδευτική Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, Εκδοτική Αθηνών (1994), σελ.:361

²⁵ Η Αντάντ ή Εγκάρδια Συνεννόηση ιδρύεται από τη Ρωσία, τη Γαλλία και την Αγγλία ως αντίποδας της συμμαχίας των Κεντρικών Δυνάμεων (Γερμανία, Αυστροουγγαρία)

κυρίαρχο το ρόλο των Κουμμουνιστών. Το 1918 δημιουργείται η Σοβιετική Ομοσπονδιακή Σοσιαλιστική Δημοκρατία της Ρωσίας.

Η ισχυροποίηση του Στάλιν στην εξουσία εγκαινιάζει τη σταλινική περίοδο (1924-1953). Ο Στάλιν συνέδεσε το όνομά του με εσωτερικά και διεθνή γεγονότα τεράστιας σημασίας. Ωστόσο, η ολοκληρωτική και αυταρχική εξουσία του αλλοίωσε τη μαρξική αρχή για «σταδιακή αποδυνάμωση του κράτους», διαμορφώνοντας μια ακραία κρατιστική φιλοσοφία, η οποία εκφράστηκε με ανελεύθερους θεσμούς, πράξεις βίας και με μια λατρευτική επένδυση της σοσιαλιστικής ιδεολογίας (προσωπολατρία, εκκαθαρίσεις αντιφρονούντων κ.α.). Επίσης, το σταλινικό καθεστώς δε μπόρεσε να ξεπεράσει την αυτοκρατορική νοοτροπία στην άσκηση εξωτερικής πολιτικής, ιδίως κατά τα μεταπολεμικά χρόνια του λεγόμενου «Ψυχρού Πολέμου».

Μετά το θάνατο του Στάλιν (1953) επιτεύχθηκε μια σχετική φιλελευθεροποίηση της δημόσιας ζωής. Κατά την ίδια περίοδο η ΕΣΣΔ πέτυχε μια σχετική βελτίωση των σχέσεών της με τη Δύση, χωρίς όμως να λείψουν και οι περίοδοι εντάσεων.

Την περίοδο 1985-87 ο Μιχαήλ Γκορμπατσόφ θέτει σε εφαρμογή την πολιτική της περεστρόικα (ανασυγκρότηση) και της γκλάσνοστ (διαφάνεια), με στόχο τη φιλελευθεροποίηση της οικονομίας, τον εκδημοκρατισμό της χώρας και την απομάκρυνση από τα σταλινικά πρότυπα. Στα πλαίσια της πολιτικής αυτής, προωθήθηκε η ανάπτυξη καλών σχέσεων με τις δυτικές χώρες και ανανεώθηκε ο διάλογος με τις ΗΠΑ, με διαδοχικές συναντήσεις με τον πρόεδρο Ρόναλντ Ρήγκαν. Το 1987 υπογράφηκε η Συμφωνία της Ουάσιγκτον, η οποία προέβλεπε τη μείωση των εξοπλισμών με πυραύλους μέσου βεληνεκούς. Παρά τη θετική υποδοχή που βρήκε η πολιτική της περεστρόικα στο εξωτερικό και τη βελτίωση της εικόνας της, η ρωσική κυβέρνηση αντιμετώπιζε στο εσωτερικό σοβαρά προβλήματα, καθώς τα εθνικιστικά κινήματα στις ομόσπονδες δημοκρατίες κέρδιζαν συνεχώς έδαφος. Το Μάρτιο του 1989 γίνονται οι πρώτες ελεύθερες εκλογές για την ανάδειξη των μελών του Συνεδρίου Λαϊκών Αντιπροσώπων. Το Μάρτιο του 1990 ο Γκορμπατσόφ προχωρεί σε πολιτικές μεταρρυθμίσεις, με σκοπό την κατάργηση του Ανώτατου Σοβιέτ, την αντικατάστασή του από Σοβιετικό Κοινοβούλιο και την αποκέντρωση εξουσιών. Ο Γκορμπατσόφ εκλέγεται στην προεδρία της χώρας από την Ολομέλεια της Κεντρικής Επιτροπής του ΚΚΣΕ.

Το 1991 εκδηλώνεται πραξικόπημα εναντίον του Γκορμπατσόφ με την υποστήριξη του Μπορίς Γιέλτσιν, το οποίο, όμως, αποτυγχάνει. Αποτέλεσμά της κρίσης αυτής ήταν ο τερματισμός της κυριαρχίας του κομμουνιστικού καθεστώτος και η αρχή της διάλυσης της Σοβιετικής Ένωσης. Τον Αύγουστο του 1991 ο Γκορμπατσόφ παραιτείται από τη Γενική Γραμματεία του Κόμματος. Στις 8 Δεκεμβρίου 1991 οι πρόεδροι της Ρωσίας, Ουκρανίας και Λευκορωσίας υπογράφουν κοινή συμφωνία για τη διάλυση της ΕΣΣΔ. Από την πρώην Σοβιετική Ένωση δημιουργούνται τα ανεξάρτητα κράτη της

Ρωσικής Ομοσπονδίας, της Ουκρανίας, της Λευκορωσίας, της Γεωργίας, της Εσθονίας, της Λετονίας, της Λιθουανίας, του Καζαχστάν, του Τουρκμενιστάν, του Ουζμπεκιστάν, του Τατζικιστάν, της Κιργιζίας, του Αζερμπαϊτζάν και της Αρμενίας, τα οποία συγκροτούν την Κοινοπολιτεία Ανεξάρτητων Χωρών (ΚΑΚ), με σκοπό την οικονομική και αμυντική συνεργασία των χωρών αυτών.

Αμέσως μετά την κατάρρευση του σοσιαλιστικού συστήματος (1991), ο πρόεδρος Γιέλτσιν ανακοίνωσε το 1992 μια σειρά οικονομικών μεταρρυθμίσεων, που στόχο είχαν το πέρασμα στην ελεύθερη αγορά, τη φιλελευθεροποίηση της οικονομίας και την προσέλκυση ξένων επενδυτών²⁶. Το 1993, οι σχέσεις του Γιέλτσιν με τη Δούμα χειροτερεύουν, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί πολιτική κρίση. Οι κυβερνήσεις των Βίκτωρ Τσιερνομίρντιν και Σεργκέι Κιριγιένκο ακολουθούν φιλελεύθερη πολιτική αλλά, τον Αύγουστο του 1998, σημειώνεται μεγάλη οικονομική κρίση. Μετά τον Γιεβγκένιου Πριμακόβ και τον Σεργκέι Στεπάσιν, την Πρωθυπουργία αναλαμβάνει ο Βλαντιμίρ Πούτιν. Την 31η Δεκεμβρίου 1999, ο Μπορίς Γιέλτσιν ανακοινώνει την παραίτησή του από την Προεδρία και ορίζει τον Πούτιν υπηρεσιακό Πρόεδρο.

Ο Βλαντιμίρ Πούτιν εκλέγεται Πρόεδρος της Ρωσικής Ομοσπονδίας το Μάρτιο του 2000. Μετά το 2000, η Ρωσία σταθεροποιείται και επωφελείται από τη μεγάλη οικονομική ανάπτυξη και την αύξηση των εσόδων της από τις εξαγωγές πετρελαϊκών προϊόντων. Η περίοδος της προεδρίας του χαρακτηρίζεται από την επιστροφή της ισχυρής κεντρικής εξουσίας, την κοινωνική και οικονομική σταθερότητα στο εσωτερικό και την άνοδο της ισχύος και του γοήτρου της Ρωσίας στο εξωτερικό²⁷.

Η Ρωσία συνδέεται με ιδιαίτερους ιστορικούς, θρησκευτικούς και πολιτιστικούς δεσμούς με την Ελλάδα και η παρουσία του Ελληνισμού σε αυτήν πάντα υπήρξε αξιόλογη. Η παρουσία αυτή ήταν έκδηλη από τα αρχαία χρόνια, με τις ελληνικές αποικίες του Πόντου, συνεχίστηκε κατά τη βυζαντινή περίοδο και παγιώθηκε κατά την περίοδο της Τουρκοκρατίας, οπότε συγκροτήθηκαν και άνθησαν, στον ευρύτερο χώρο της Ρωσικής Αυτοκρατορίας, μεγάλες και οικονομικά ακμαίες οικονομικές κοινότητες, που αποτέλεσαν και την εστία από την οποία ξεκίνησε η επανάσταση του 1821 (ίδρυση της Φιλικής Εταιρείας κ.α.).

Μετά τη συγκρότηση του ελληνικού κράτους σημαντικό τμήμα των Ελλήνων επιχειρηματιών επέλεξε να παλινοστήσει, ωστόσο, ο κύριος όγκος των ομογενών παρέμεινε στη Ρωσία, όπου επικρατούσε ένα μάλλον ευνοϊκό καθεστώς αντιμετώπισης του Ελληνισμού από την πλευρά του τσαρικού καθεστώτος.

²⁶ <http://www.livepedia.gr/index.php?Section=1&Part=3&Page=151> Ημερομηνία Ανάρτησης: 11/19/2014

²⁷ «Η Οικονομία της Ρωσίας», Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μόσχα- Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων, Ιούνιος 2010, σελ.:8-9

Το καθεστώς αυτό, δυστυχώς, δεν συνεχίστηκε μετά την επικράτηση των Μπολσεβίκων. Ο Ελληνισμός της Ρωσίας, ο οποίος ήταν ιδιαίτερα συμπαγής στην περιοχή του Εύξεινου Πόντου, δεν αναγνωρίστηκε ως ιδιαίτερη εθνική ομάδα και υπέστη διωγμούς. Η κατάσταση επιδεινώθηκε σοβαρά τις επόμενες δεκαετίες διακυβέρνησης του Στάλιν, οπότε και η συντριπτική πλειοψηφία των Ελλήνων της νότιας ΕΣΣΔ εκριζώθηκαν και σκόρπισαν σε όλη την χώρα, χάνοντας ταυτόχρονα τα δικαιώματα εθνικού προσδιορισμού τους, ειδικότερα σε θέματα γλώσσας και εκπαίδευσης.

Η παρουσία των Ελλήνων έγινε και πάλι έντονη μετά τον Εμφύλιο Πόλεμο (1946-1949), οπότε χιλιάδες αριστεροί πρόσφυγες αναζήτησαν πολιτικό άσυλο στην ΕΣΣΔ. Ωστόσο, μετά τα γεγονότα του 1991, η παρουσία αυτή αποδυναμώθηκε ξανά, όταν χιλιάδες Έλληνες της Ρωσίας και των άλλων πρώην σοβιετικών χωρών προτίμησαν να επιστρέψουν και να εγκατασταθούν πλέον μόνιμα στην Ελλάδα²⁸.

Στην σύγχρονη εποχή το θεσμικό πλαίσιο, που διέπει τις σχέσεις των δύο χωρών, περιλαμβάνει τις ακόλουθες συμφωνίες²⁹:

Συμφωνία Οικονομικής, Βιομηχανικής, Τεχνολογικής και Επιστημονικής Συνεργασίας

Συμφωνία για την Προώθηση και την Αμοιβαία Προστασία των Επενδύσεων

Συμφωνία για την Προμήθεια Φυσικού αερίου από την Ε.Σ.Σ.Δ.

Συμφωνία για Ανταγορές Ελληνικών Προϊόντων και Υπηρεσιών έναντι προμήθειας Φυσικού Αερίου.

Η Συμφωνία των Ανταγορών προβλέπει ότι το 70-75% του συναλλάγματος από τις εξαγωγές φυσικού αερίου στην Ελλάδα θα χρησιμοποιηθεί από τη Ρωσία για την αγορά ελληνικών προϊόντων και για την πληρωμή υπηρεσιών ελληνικών εταιρειών για την κατασκευή έργων στη Ρωσία.

Η Συμφωνία αυτή λειτουργεί μέχρι σήμερα μονομερώς, δεδομένου ότι, η Ελλάδα πραγματοποιεί από το 1997 κανονικά εισαγωγές φυσικού αερίου από τη Ρωσία, ενώ η ρωσική πλευρά δεν προβαίνει στην πραγματοποίηση ανταγορών ελληνικών προϊόντων. Στο πλαίσιο της 5ης ΜΔΕ (28-29/9/2005), αποφασίστηκε η σύσταση μικτής Ομάδας Εργασίας για τις Ανταγορές, απόφαση η οποία δεν έχει υλοποιηθεί μέχρι σήμερα, για διαφόρους ουσιαστικούς λόγους (π.χ. επιφυλακτικότητα ΔΕΠΑ).

Η υπογραφή της Διακρατικής Συμφωνίας για τον Αγωγό Μπουργκάς- Αλεξανδρούπολη στις 15/3/2007 μεταξύ της Κυβέρνησης της Ελληνικής Δημοκρατίας, της Κυβέρνησης της Ρωσικής

²⁸ «Παγκόσμια Γεωγραφία Γ'», Εκπαιδευτική Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, Εκδοτική Αθηνών (1994), σελ.:369

²⁹ «Ετήσια Έκθεση της Οικονομίας της Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2010», Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων, Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μόσχα, σελ.:57-58

Ομοσπονδίας και της Κυβέρνησης της Δημοκρατίας της Βουλγαρίας και η θέση της σε ισχύ στις 3/7/2007 δημιούργησαν τη βάση για μια επικερδή και για τις τρεις χώρες συνεργασία. Η συμφωνία για τη σύσταση της εταιρείας, η οποία θα υλοποιήσει το έργο, υπεγράφη στη Σόφια στις 18/1/2008. Η σύγκληση της 1ης συνόδου Μικτής Επιτροπής Τουρισμού έλαβε χώρα στη Μόσχα στις 20/3/2007. Η σύναψη Συμφωνίας Ευρωπαϊκής Κοινότητας-Ρωσίας, για την απλούστευση της έκδοσης θεωρήσεων εισόδου διαμονής, η οποία τέθηκε σε ισχύ από 1/6/2007, έχει συμβάλει στην αύξηση των επισκέψεων Ρώσων τουριστών στη χώρα μας.

Το παραγωγικό δυναμικό της Ρωσίας δεν είναι σε θέση να αξιοποιήσει το ίδιο τόσο τον φυσικό πλούτο που έχει άφθονο στη διάθεσή του όσο και την τεράστια σε μέγεθος και δυνατότητες ανάπτυξης εσωτερική αγορά, προκειμένου να υποστηρίξει την αυτόνομη ανάπτυξη του συνόλου της οικονομίας. Ενδεικτικό αυτού είναι η σταθερή παρουσία και αύξηση του μεριδίου των εισαγωγών από το εξωτερικό τα τελευταία έτη (πλην του έτους κρίσης 2009) σε όλες σχεδόν τις κατηγορίες πλην των πρώτων υλών.

Τα αντικειμενικά πλεονεκτήματα– ευκαιρίες της Ρωσικής οικονομίας συνοπτικά έχουν ως εξής:³⁰

Μεγάλη αγορά

Νέα αγορά

Μεγάλη ροπή προς κατανάλωση

Ενδιαφέρον για νέα προϊόντα, τρόπους ζωής, προσλαμβάνουσες παραστάσεις κλπ.

Οι ευκαιρίες της Ελλάδας να επωφεληθεί από τις παραπάνω δυνατότητες που προσφέρει η εσωτερική αγορά της Ρωσίας, εκτιμάται ότι θα πρέπει να επικεντρωθούν σε τομείς που υπάρχει ισχυρό πλεονέκτημα, όπως:

-Στον τομέα των επενδύσεων στην Ελλάδα.

Υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον για επενδύσεις στον τομέα ενέργειας, τουρισμού (ξενοδοχεία, αθλητικά κέντρα, ιαματικές πηγές), στον τομέα αγοράς ακινήτων, στον τραπεζικό τομέα, στον τομέα εναλλακτικών πηγών ενέργειας κ.λ.π.

-Στον τομέα των επενδύσεων στη Ρωσία.

Ιδιαίτερα στους τομείς όπως τραπεζικός, βιομηχανικός, υπηρεσιών, ναυπηγικός, μεταφορών, κ.λ.π.

³⁰ «Θεσμικό- Επενδυτικό Πλαίσιο στη Ρωσία. Κανόνες και Πρότυπα Εμπορίου», Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μόσχα- Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων, 2009-2010, σελ.: 61

-Στον τομέα των εξαγωγών Ελληνικών προϊόντων, όπως τροφίμων, οικοδομικών υλικών, ενδυμάτων κ.λ.π., όπου η εγχώρια παραγωγή- ειδικότερα, στον τομέα των τροφίμων- δεν είναι εν γένει σε θέση να καλύψει τις ανάγκες του εγχώριου καταναλωτικού κοινού τόσο σε ποσότητα όσο και (με τη σταδιακή βελτίωση του βιοτικού επιπέδου) σε ποιότητα.

2.2 Η Ρωσία ως χώρα προέλευσης τουριστών πολυτελείας

Οι διαφορετικές κατηγορίες των Ρώσων τουριστών- όπως περιγράφονται και στο Workshop σχετικά με το Ρωσικό εξερχόμενο τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε τον Ιούλιο του 2006 στο Βερολίνο- είναι:

Οι ραγδαία αναδυόμενες μεσαίες τάξεις (The rapidly emerging middle classes): Εκτιμάται ότι ο αριθμός των καταναλωτών σε αυτή την κατηγορία είναι περίπου 8 εκατομμύρια, η συντριπτική πλειοψηφία των οποίων ζει σε αστικές περιοχές, όπως η Μόσχα, η Αγία Πετρούπολη, το Αικατερίνμπουργκ, το Ιρκούτσκ και το Καζάν. Το μέσο μηνιαίο εισόδημα είναι περίπου 1000 USD. Το πιθανότερο για τους τουρίστες αυτής της κατηγορίας είναι να επιλέξουν για τις διακοπές τους προορισμούς οι οποίοι δεν απαιτούν visa ή που την προσφέρουν με την άφιξη, αφού έχουν την τάση να επιλέγουν το πού θα ταξιδέψουν την τελευταία στιγμή.

Οι νέοι funky επιχειρηματίες (The funky young professionals): Αποτελούν σημαντικό τμήμα των Ρώσων τουριστών. Αριθμούν περίπου 1-2 εκατομμύρια και είναι ηλικίας μεταξύ 20 και 30 ετών. Γενικά, ζουν στη Μόσχα και την Αγία Πετρούπολη και ο μέσος μηνιαίος μισθός τους κυμαίνεται από 1200 USD έως 3500 USD. Είναι πολύ πιθανό να είναι καλοί γνώστες της αγγλικής γλώσσας και να έχουν ήδη εμπειρίες από ταξίδια στο εξωτερικό. Η κατηγορία αυτή Ρώσων τουριστών είναι καλύτερος γνώστης του διαδικτύου συγκριτικά με τις υπόλοιπες κατηγορίες, και συχνά κάνουν κράτηση για τα ταξίδια τους μέσω διαδικτύου (online booking). Ωστόσο, είναι επιφυλακτικοί στη χρήση της πιστωτικής τους κάρτας στο διαδίκτυο και για το λόγο αυτό είναι πιθανότερο να το χρησιμοποιήσουν κυρίως για να πληροφορηθούν για τις τιμές στους προορισμούς που σκοπεύουν να επισκεφτούν.

Η ανώτερη εισοδηματική τάξη (The upper income group): Αποτελεί την πιο ελκυστική από τις πέντε ομάδες των Ρώσων καταναλωτών-τουριστών τόσο για τους προορισμούς όσο και για τους προμηθευτές. Περιλαμβάνει περίπου 1,5 εκατομμύρια ανθρώπους με μέσο μηνιαίο εισόδημα περίπου 4000 USD. Κατοικούν, κυρίως, στη Μόσχα και την Αγία Πετρούπολη και εργάζονται σε τομείς όπως ο τραπεζικός, οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, το πετρέλαιο και το φυσικό αέριο. Η σχέση ποιότητας-τιμής (value for money) αποτελεί το πιο σημαντικό κριτήριο της ομάδας αυτής για την επιλογή ενός προορισμού.

Η «χρυσή» νεολαία (The golden youth): Η κατηγορία αυτή αριθμεί 500.000 με 1 εκατομμύριο άτομα, ηλικίας 18 έως 25 ετών. Είναι πολύ πιθανό να έχουν σπουδάσει στο εξωτερικό, κυρίως στο Ην. Βασίλειο. Πρόκειται για παιδιά πλούσιων οικογενειών, τα οποία ταξιδεύουν συχνά, κυρίως στο Λονδίνο και το Παρίσι, για να δουν τους φίλους τους για ένα σαββατοκύριακο και είναι λιγότερο πιθανό να πραγματοποιήσουν μακρινά ταξίδια.

Οι πάμπλουτοι (Russia's filthy rich): Την ομάδα αυτή Ρώσων καταναλωτών- τουριστών συνιστούν περίπου 100.000 άτομα ηλικίας 32 έως 45 ετών. Η πλειοψηφία αυτών κατοικεί στη Μόσχα και ταξιδεύει στο εξωτερικό μερικές φορές ετησίως, δαπανώντας ημερησίως περίπου 2000 USD για τη διαμονή του. Προτιμούν ξενοδοχεία πολλών αστέρων ή ιδιωτικές βίλες και επιθυμούν αποκλειστικές υπηρεσίες. Επίσης, δαπανούν χρήματα για την απόκτηση επώνυμων αγαθών, για διασκέδαση και τζόγο, καθώς και για την παρακολούθηση αθλητικών εκδηλώσεων/ αγώνων.

Η έννοια της πολυτέλειας ερμηνεύεται διαφορετικά από κάθε ταξιδιώτη και για τον λόγο αυτό δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός του τουρισμού πολυτελείας. Ωστόσο, απαραίτητα συστατικά της πολυτέλειας αποτελούν η άριστη εξυπηρέτηση, η υψηλή ποιότητα και η εξατομίκευση. Ένας ορισμός που θα μπορούσε, λοιπόν, να δοθεί για τον τουρισμό πολυτελείας είναι:

«Ο Τουρισμός Πολυτελείας περιλαμβάνει ταξίδια, που πραγματοποιούνται με σκοπό την απόκτηση αυθεντικών εμπειριών, οι οποίες βασίζονται σε μεγάλο βαθμό σε εξατομικευμένες, αποκλειστικές και μοναδικές υπηρεσίες με σχετικά υψηλό κόστος σε σύγκριση με άλλα είδη τουρισμού³¹»

Σύμφωνα με έκθεση της International Luxury Travel Market, το 2006 ο τουρισμός πολυτελείας αντιπροσώπευε το 3% περίπου των συνολικών διεθνών τουριστικών αφίξεων. Το 2007 οι πάμπλουτοι (HNWI- High Net Worth Individuals)³² παρουσίασαν αυξητική τάση παγκοσμίως. Τη μεγαλύτερη αύξηση παρουσίασαν η Κίνα (+14%), η Ινδία (+9%), η Σιγκαπούρη (+8%) και η Ρωσία (+7%).

³¹ «Τουρισμός Πολυτελείας. Οι τάσεις παγκόσμια- Οι προοπτικές στην Ελλάδα», Ετήσια μελέτη της Xenia, Νοέμβριος 2008, σελ.: 13

³² **Πάμπλουτοι ή HNWI (High Net Worth Individuals)** χαρακτηρίζονται όσοι έχουν περιουσία τουλάχιστον 1 εκατομμύριο USD, μη συμπεριλαμβανομένων όμως σε αυτή των συλλογών, των διαρκών και καταναλωτικών αγαθών και της πρώτης τους κατοικίας

Πίνακας 9: Οι Πάμπλουτοι (HNWIs) σε αριθμούς³³

1	ΗΠΑ	3.114.000
2	Ιαπωνία	765.000
3	Ηνωμένο Βασίλειο	557.000
4	Γερμανία	375.000
5	Κίνα	373.000
6	Γαλλία	304.000
7	Ιταλία	280.000
8	Καναδάς	266.000
9	Βραζιλία	199.000
10	Ελβετία	189.000
11	Αυστραλία	180.000
12	Μεξικό	136.000
13	Ρωσία	131.000
14	Ολλανδία	125.000
15	Ισπανία	121.000
16	Ινδία	114.000
17	Νότια Κορέα	109.000
18	Νότια Αφρική	107.000
19	Σιγκαπούρη	74.000
20	Σαουδική Αραβία	62.000

Πηγή: Annual Wealth Report 2008: Citibank- Knight Frank

Η Ρωσία αποτελεί μια από τις αγορές με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη στον τουρισμό πολυτελείας. Το 2007 κατέλαβε την 9η θέση στην παγκόσμια κατάταξη αναφορικά με την τουριστική δαπάνη. Οι Ρώσοι τουρίστες πολυτελείας, που ξεπερνούν τα 100.000 άτομα, είναι συνήθως νέοι και δραστήριοι επιχειρηματίες με μέσο όρο ηλικίας τα 44 έτη. Η πλειονότητα αυτών ζει στη Μόσχα και ταξιδεύει στο εξωτερικό μερικές φορές το χρόνο με την οικογένεια και τους φίλους. Δαπανά κατά μέσο όρο 1000 στερλίνες για κατάλυμα και προτιμά αποκλειστικές υπηρεσίες³⁴.

³³ «Τουρισμός Πολυτελείας. Οι τάσεις παγκόσμια- Οι προοπτικές στην Ελλάδα», Ετήσια μελέτη της Χενία, Νοέμβριος 2008, σελ.:20

³⁴ «Τουρισμός Πολυτελείας. Οι τάσεις παγκόσμια- Οι προοπτικές στην Ελλάδα», Ετήσια μελέτη της Χενία, Νοέμβριος 2008, σελ.:33

2.3. Κοινωνική δικτύωση ως παράγοντας εξέλιξης ρώσικου εξερχόμενου τουρισμού

Τα κοινωνικά δίκτυα (social media) και η κινητή τεχνολογία (mobile technology) θα αλλάξουν δραματικά την τουριστική βιομηχανία στο μέλλον. Συμβουλές για τις διακοπές από φίλους παγκοσμίως, διαδραστικές (interactive) κρατήσεις και ταξιδιωτικοί οδηγοί, διαθέσιμοι για τα κινητά τηλέφωνα στους προορισμούς, σύμφωνα με εμπειρογνώμονες του World Travel Monitor Forum, θα αποτελέσουν τον κανόνα τα επόμενα χρόνια.

Όλο και περισσότεροι ταξιδιώτες, σε παγκόσμιο επίπεδο, χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα. Ωστόσο, τα κοινωνικά δίκτυα δε θεωρούνται, ακόμα, από αρκετούς χρήστες αξιόπιστα. Σύμφωνα με το ερευνητικό ινστιτούτο του ταξιδιωτικού κλάδου FUR (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen), σχεδόν ένας στους τέσσερεις χρήστες του διαδικτύου επωφελούνται από τις πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων, για να πληροφορηθούν για τις ταξιδιωτικές υπηρεσίες ή να αποφασίσουν για το ταξίδι. Σε σχέση με τα ταξίδια, τα κοινωνικά δίκτυα βρίσκονται ακόμα σε πρώιμο στάδιο, αφού οι προορισμοί δεν έχουν επενδύσει στο «κοινωνικό μάρκετινγκ» (social marketing) προκειμένου να αποκτήσουν την εμπιστοσύνη των χρηστών. Η ταξιδιωτική βιομηχανία, προς το παρόν, δαπανά μικρά ποσά για μάρκετινγκ μέσω των social media και διαθέτει λίγους τρόπους για την αποτελεσματική μέτρηση της επιτυχίας των ενεργειών της.

Η δραματική επιτυχία των έξυπνων τηλεφώνων κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών προσφέρει νέες ευκαιρίες για την ταξιδιωτική βιομηχανία. Σύμφωνα με στοιχεία του World Travel Monitor 2010/2011, τη χρονιά εκείνη, το 40% των διεθνών ταξιδιωτών ήδη διέθετε ένα έξυπνο τηλέφωνο με πρόσβαση στο διαδίκτυο, στα e-mail και σε άλλες λειτουργίες, το 57% είχε ένα συμβατικό κινητό τηλέφωνο ενώ το 2% εξακολουθούσε να μην έχει κινητό τηλέφωνο. Πάνω από το 40% των κατόχων έξυπνων κινητών τηλεφώνων ήδη χρησιμοποιούν τις συσκευές τους για να πληροφορηθούν για τον προορισμό· το 34% των ταξιδιωτών για επαγγελματικούς σκοπούς και το 26% των ταξιδιωτών αναψυχής τα χρησιμοποιεί για να πραγματοποιήσει αλλαγές κρατήσεων κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.

Σημαντικό είναι, επίσης, ότι όλο και περισσότεροι ταξιδιώτες κάνουν χρήση των κοινωνικών δικτύων κατά τη διάρκεια ταξιδιών τους μέσω των εφαρμογών των κινητών τους τηλεφώνων. Μέχρι και το 37% των διεθνών ταξιδιωτών αναψυχής, σύμφωνα με το World Travel Monitor, δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν κοινωνικά δίκτυα μέσω των έξυπνων κινητών τηλεφώνων. Αυτό σημαίνει ότι τόσο φωτογραφίες των διακοπών όσο και άλλα στοιχεία κοινοποιούνται στο διαδίκτυο, σε ιστοσελίδες

κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Flickr ή το Facebook, ενώ ο ταξιδιώτης είναι ακόμα στον τόπο προορισμού.³⁵

Στην Ευρώπη, πολλές χώρες ήδη δραστηριοποιούνται σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά αντιμετωπίζουν την πρόκληση της αποτελεσματικής μέτρησης της απόδοσης της επένδυσής τους σε αυτά. Η προσέγγιση είναι διαφορετική από χώρα σε χώρα. Η Ολλανδία, για παράδειγμα, έχει μια online υπηρεσία, η οποία δραστηριοποιείται σε ένα ευρύ φάσμα τομέων, συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικών δικτύων και της κινητής τεχνολογίας. Στον τομέα των social media, οι Ολλανδοί εστιάζουν, κυρίως, στους χρήστες από τις ΗΠΑ, την Ισπανία και την Ιταλία. Η Αυστρία παρέχει στους ειδικούς των κοινωνικών δικτύων αρκετή ελευθερία, γνωρίζοντας, ότι η τεχνολογία και οι απαιτήσεις της μεταβάλλονται γρήγορα και ότι οι ειδικοί είναι σε θέση να κατανοήσουν καλύτερα και διευθύνουν τις τάσεις της. Επιπροσθέτως, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι, οι ταχείς ρυθμοί των τεχνολογικών αλλαγών έχουν ως συνέπεια ότι στο χρόνο που απαιτείται για τη συζήτηση και έγκριση των στρατηγικών που πρέπει να ακολουθηθούν αυτές μπορεί να είναι ήδη παρωχημένες.

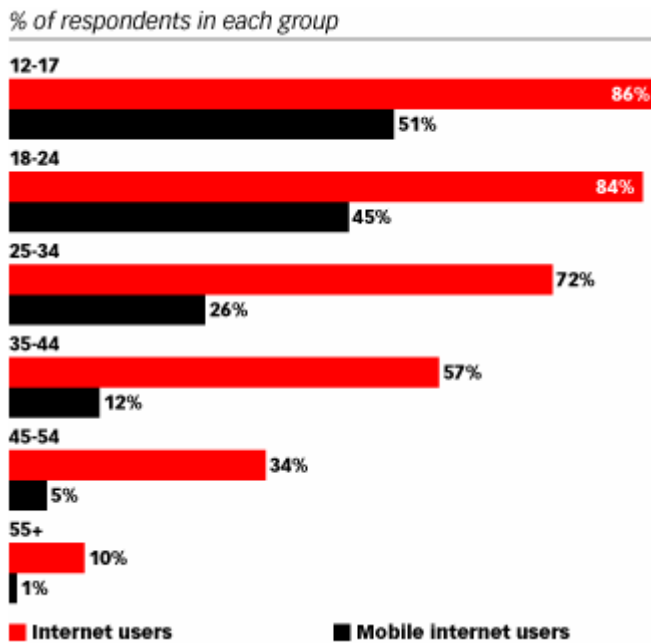
Σύμφωνα με το Internet World Stats, το Δεκέμβριο του 2011, οι χρήστες του διαδικτύου στη Ρωσία ανέρχονταν σε 61.472.011, αντιπροσωπεύοντας το 44,3% του πληθυσμού της χώρας, ενώ οι χρήστες του Facebook ανέρχονταν σε 5.237.420, δηλαδή ποσοστό διείσδυσης 3,8%.

Τον Αύγουστο 2011, το ίδρυμα Public Opinion Foundation (FOM) στη Ρωσία διαπίστωσε ότι η πρόσβαση στο διαδίκτυο από το σπίτι αυξήθηκε κατά 10%, αλλά δεδομένου ότι το ποσοστό διείσδυσης των νοικοκυριών στην ευρυζωνικότητα παρέμεινε σταθερό, η αύξηση αυτή αποδόθηκε στη χρήση του κινητού για πρόσβαση στο διαδίκτυο. Οι ηλικίες 12 έως 17 ετών και 18 έως 24, όπως φαίνεται και από το διάγραμμα 15, είναι χρήστες του διαδικτύου σε ποσοστά 86% και 84% αντίστοιχα, ενώ τα ποσοστά αυτά στην περίπτωση της πρόσβασης στο διαδίκτυο μέσω κινητού τηλεφώνου διαμορφώνονται σε 51% και 45% αντίστοιχα.³⁶

³⁵ «ITB World Travel Trend Report 2010/2011», IPK International & ITB 2010, Messe Berlin GmbH, σελ.:36

³⁶ «Τουρισμός Πολυτελείας. Οι τάσεις παγκόσμια- Οι προοπτικές στην Ελλάδα», Ετήσια μελέτη της Xenia, Νοέμβριος 2008, σελ.:34

Διάγραμμα 8: Χρήστες του Internet και του Mobile Internet στη Ρωσία κατά ηλικία (Ιούλιος-Αύγουστος 2011)



Πηγή: Public Opinion Foundation (FOM)- Russia, «Mobile Internet in Russia», Aug. 31,2011

Σύμφωνα με το ερευνητικό άρθρο «Social Media Impact on Holiday Travel Planning: The Case of the Russian and the FSU Markets», λόγοι χρήσης των κοινωνικών δικτύων κατά τον σχεδιασμό του ταξιδιού αποτελούν:³⁷

Χρήση των κοινωνικών δικτύων πριν το ταξίδι:

45% για αναζήτηση ιδεών για τον τόπο προορισμού των διακοπών,

42% για αναζήτηση ιδεών και πληροφοριών για εκδρομές και άλλες δραστηριότητες αναψυχής,

34% για αναζήτηση ιδεών και πληροφοριών για τις επιλογές καταλυμάτων

31% για την επιβεβαίωση της καλής επιλογής προορισμού

24% για τον περιορισμό των εναλλακτικών επιλογών προορισμών

Χρήση των κοινωνικών δικτύων κατά τη διάρκεια του ταξιδιού:

49% για τη διατήρηση επαφής με τους φίλους

30% για πληροφόρηση σχετικά με τα αξιοθέατα και τις ειδικές δραστηριότητες αναψυχής

³⁷ «Τουρισμός Πολυτελείας. Οι τάσεις παγκόσμια- Οι προοπτικές στην Ελλάδα», Ετήσια μελέτη της Xenia, Νοέμβριος 2008, σελ.:33

17% για υποβολή παρατηρήσεων και σχολίων σχετικών με την εμπειρία των διακοπών τους

15% για την επίσκεψη δικτυακών τόπων κοινωνικής δικτύωσης, το οποία δεν συνδέονται άμεσα με τις διακοπές τους

Χρήση των κοινωνικών δικτύων μετά το ταξίδι:

78% για να μοιραστούν τις εμπειρίες τους και φωτογραφίες με τους φίλους τους και / ή άλλους ταξιδιώτες

29% ως πηγή έμπνευσης για την απόκτηση ιδεών για τις επόμενες διακοπές τους

27% για παροχή αξιολόγησης και σχολίων σχετικών με τη διαμονή τους και / ή τους προορισμούς των διακοπών.

Στο ίδιο ερευνητικό άρθρο διαπιστώνεται ότι τα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούνται κατά κύριο λόγο μετά το ταξίδι. Επίσης, ένα μεγάλο ποσοστό (60%) των συμμετεχόντων στην έρευνα αυτή δήλωσε ότι πραγματοποίησε αλλαγές στα αρχικά του σχέδια, βασιζόμενο σε σχόλια άλλων χρηστών, καταδεικνύοντας την ισχυρή συσχέτιση μεταξύ της αντίληψης του επιπέδου της επιρροής των social media και των αλλαγών στον σχεδιασμό των διακοπών πριν από την τελική απόφαση.

Τα ευρήματα δείχνουν, επίσης, ότι οι φίλοι και συγγενείς αποτελούν την πιο αξιόπιστη πηγή πληροφοριών σχετικών με τις διακοπές, ακολουθούμενη από τις πληροφορίες από άλλα άτομα σε διάφορες ιστοσελίδες ενώ, οι επίσημες ιστοσελίδες του τουρισμού, των ταξιδιωτικών γραφείων και οι διαφημίσεις των μέσων ενημέρωσης αποτελούν λιγότερο αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης. Ειδικότερα, η κατάταξη των πηγών πληροφόρησης με βάση την αντιλαμβανόμενη αξιοπιστία τους έχει ως ακολούθως:

1. Φίλοι και συγγενείς
2. Οι πληροφορίες που παρέχονται από άλλα άτομα σε διάφορες ιστοσελίδες
3. Κοινωνικά δίκτυα (social media)
4. Επίσημες ιστοσελίδες τουρισμού
5. Εκπομπές ή ντοκιμαντέρ στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο, ή άρθρα σε εφημερίδες και περιοδικά
6. Ταξιδιωτικοί πράκτορες
7. Διαφημίσεις στην τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες και περιοδικά

2.4 Μεσογειακές χώρες και ρώσικος τουρισμός

Οι Μεσογειακές χώρες αποτελούν για τους Ρώσους μια περιοχή πολύ επιθυμητή για τουρισμό. Οι μεσογειακές χώρες-μέλη της ΕΕ είναι ακριβότερες ως προορισμός, λόγω του ισχυρού ευρώ, και ως εκ τούτου είναι προσιτές μόνο στους οικονομικά ευκατάστατους Ρώσους. Επίσης, οι ευρωπαϊκοί προορισμοί δε θεωρούνται εύκολα προσβάσιμοι εξαιτίας της ανάγκης έκδοσης visa. Αντίθετα, σε οικονομικότερους προορισμούς, όπως Τουρκία και Αίγυπτος, υπάρχει μεγαλύτερη ευκολία εισόδου και ως εκ τούτου είναι προσιτές και για τα χαμηλότερα ρωσικά εισοδήματα.

Στον Πίνακα 10, που ακολουθεί, παρουσιάζεται το ρωσικό τουριστικό ρεύμα προς τις μεσογειακές χώρες, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας, για τα έτη 1999-2001:

Η Μεσογειακή Αγορά Ρωσικού Τουρισμού- Αφίξεις Ρώσων Τουριστών στις Μεσογειακές Ανταγωνίστριες Χώρες (1999- 2001)³⁸

ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	1999	2000	2001	Σύνθεση (2001)	Ρυθμός Μεταβολής (%) 1999/2001
ΕΛΛΑΔΑ	104.910	102.071	133.140	7,0%	12,6
ΙΣΠΑΝΙΑ	NA	195.198	263.497	13,9%	(2000/01) 35
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ (πρώην USSR)	18.360	20.539	26.410	1,4%	20
ΓΑΛΙΑ	253.584	293.164	339.306	17,9%	15,6
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	10.414	12.071	15.514	0,8%	22
ΤΟΥΡΚΙΑ (εκτίμησή μας)	339.421	536.190	639.619	33,7%	37,2
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	NA	NA	210.212	11,1%	NA
ΜΑΡΟΚΟ	4.530	8.089	8.476	0,4%	36,7
ΤΥΝΗΣΙΑ	34.507	33.852	43.508	2,3%	12,3
ΓΕΡΑΝΑ	55.437	74.599	55.815	3,0%	0,3
ΚΡΟΑΤΙΑ	9.060	28.414	46.238	2,4%	125,9
ΚΥΠΡΟΣ	113.501	129.889	116.496	6,1%	1,3
Άθροισμα Μεσογειακών Χωρών (με Ισπανία και Αίγυπτο)	NA	NA	1.898.231	100%	
Συνολικός Εξερχόμενος Ρωσικός Τουρισμός	7.174 χιλ.	6.952 χιλ.	9.317 χιλ.		

Πηγή: WTO, Yearbook of Tourism Statistics

Σύμφωνα με μελέτη του ΙΤΕΠ του έτους 2005, σχετική με τον Ρωσικό Εξερχόμενο Τουρισμό, το 18,1% του συνόλου των Ρώσων τουριστών το 2001 κατευθύνθηκε στους ανωτέρω 12 μεσογειακούς προορισμούς. Στην Ελλάδα κατευθύνθηκε το 1,3% του συνολικού ρωσικού εξερχόμενου τουρισμού και το 7% των ρώσων τουριστών που είχαν ως προορισμό τις 12 μεσογειακές χώρες.

Όπως φαίνεται και στον παραπάνω πίνακα, το μεγαλύτερο ποσοστό του μεσογειακού ρωσικού τουρισμού για το 2001 απορροφήθηκε από την Τουρκία (33,7%) και ακολούθησαν η Ιταλία με ποσοστό 17,9%, η Ισπανία με 13,9%, η Αίγυπτος με 11,1% και η Ελλάδα με 7%.

³⁸ «Ρωσικός Εξερχόμενος Τουρισμός», Γεώργιος Χ. Κάτσος, Μελέτη ΙΤΕΠ, 2005, σελ.: 67

Ο ρυθμός αύξησης του ρωσικού τουρισμού στην Ελλάδα είναι σχετικά μικρός (9%) συγκριτικά με εκείνον που αφορά στις αναχωρήσεις Ρώσων τουριστών προς όλο τον κόσμο (14,3%) (βλ. Πίνακα 11).

Πίνακας 11: Αφίξεις Ρώσων Τουριστών στην Ελλάδα (1999- 2002)³⁹

Έτος	1999	2000	2001	2002	Ρυθμός Μεταβολής 1999/02
Σύνολο Αναχωρήσεων Ρώσων προς όλο τον κόσμο (1)	7.174.000	6.952.000	9.317.000	10.714.000	14,3%
Σύνολο Αφίξεων Ρώσων στην Ελλάδα (2)	104.910	102.071	133.140	135.978	9,0%
Αφίξεις Ρώσων με αεροπλάνο (3)	78.357	79.890	95.617	114.636	13,5%
% αφίξεων με αεροπλάνο (3)/(2)	74,7%	78,3%	71,8%	84,3%	

Πηγή: WTO, EOT και εκτιμήσεις ΙΤΕΠ. Επεξεργασία στοιχείων που ελήφθησαν από τον WTO (WTO, Yearbook of Tourism Statistics 2003)

Όπως φανερώνουν και τα στοιχεία του Πίνακα 12, στη συνέχεια, μεγαλύτερο ρυθμό αύξησης του ρωσικού τουρισμού παρουσιάζουν οι χώρες που δεν ανήκουν στην ΕΕ με ρυθμό 24,82%, αφού είναι απαλλαγμένες από τις υποχρεώσεις της Σύμβασης Schengen⁴⁰. Ακολουθούν μεσογειακές χώρες που ανήκουν στην ΕΕ, με ρυθμό αύξησης 18,67% και έπονται αυτών οι χώρες-μέλη της ΕΕ της δυτικής Ευρώπης με 13,58%.

Ο Ρώσος τουρίστας, σύμφωνα με τη μελέτη του ΙΤΕΠ για τον ρωσικό εξερχόμενο τουρισμό, προκειμένου να επιλέξει χώρα προορισμού λαμβάνει υπόψη παράγοντες όπως:

Η ασφάλεια και η υγεία

³⁹ «Ρωσικός Εξερχόμενος Τουρισμός», Γεώργιος Χ. Κάτσος, Μελέτη ΙΤΕΠ, 2005, σελ.: 66

⁴⁰ Συμφωνία Schengen ή Συνθήκη Schengen καλείται η συμφωνία που υπεγράφη στις 14 Ιουνίου 1985 και είχε ως στόχο την προοδευτική κατάργηση των ελέγχων στα κοινά σύνορα, την εγκατάσταση καθεστώτος ελεύθερης κυκλοφορίας για όλα τα πρόσωπα, υπηκόους των κρατών που υπέγραψαν τη Συμφωνία, καθώς και αστυνομική και δικαστική συνεργασία. Η Συνθήκη Schengen τέθηκε σε ισχύ τον Μάρτιο του 1995, δημιουργώντας τη ζώνη Schengen, και ενσωματώθηκε στο πλαίσιο της ΕΕ με την έναρξη ισχύος της συνθήκης του Άμστερνταμ το Μάιο του 1999. Με την εφαρμογή της οι έλεγχοι στα εσωτερικά χερσαία (στα χερσαία σύνορα συμπεριλαμβάνονται και τα αεροδρόμια) και θαλάσσια σύνορα μεταξύ αυτών των χωρών καταργήθηκαν.

Ένας πολίτης μιας χώρας εκτός ΕΕ και ζώνης Schengen μπορεί να ταξιδέψει σε ένα κράτος μέλος για μια διάρκεια τριών μηνών (90 ημερών) με την προϋπόθεση ότι πληροί τους όρους Schengen, δηλαδή, κάποιος πρέπει να έχει στην κατοχή του έγκυρο διαβατήριο, να έχει στην κατοχή του θεωρήσει διαβατηρίου σύντομης διαμονής, να μπορεί να αποδείξει το σκοπό του ταξιδιού του, να έχει στην κατοχή του επαρκείς πόρους συντήρησης για την περίοδο παραμονής και για την επιστροφή και τελικώς πρέπει να μην είναι καταχωρημένος στο σύστημα πληροφοριών Schengen για την άρνηση εισόδου και δεν πρέπει να θεωρείται επικίνδυνος για τη δημόσια πολιτική ή εθνική ασφάλεια όλων των κρατών Schengen.

Η καθαρότητα της θάλασσας και των ακτών

Η γενικότερη σχετική ποιότητα του τουριστικού προϊόντος και η τοποθεσία των διαθέσιμων τουριστικών καταλυμάτων στη χώρα που θα επισκεφθεί

Οι σχετικές τιμές των προϊόντων και υπηρεσιών (τιμή πακέτου) που θα πληρώσει κατά τη διάρκεια της παραμονής του στον προορισμό

Οι φυσικοί πόροι, το κλίμα και σχετικές με αυτά φυσικές ομορφιές (ακτές, νησιά κ.α.)

Ο πολιτιστικός πλούτος της χώρας (αρχαιότητες, μουσεία, πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.α.)

Η γεωγραφική θέση της χώρας και η υποδομή που προσδιορίζει τον χρόνο και το κόστος του ταξιδιού (κυρίως τη συχνότητα των αερομεταφορών), δεδομένου ότι οι Ρώσοι προκειμένου να φτάσουν σε διεθνούς εμβέλειας αεροδρόμια (πχ Μόσχα, Αγία Πετρούπολη), για να ταξιδέψουν στο εξωτερικό, χρειάζεται να διανύσουν μεγάλες αποστάσεις με χερσαία μέσα, τα οποία λόγω του ψυχρού κλίματος της χώρας κινούνται συνήθως με χαμηλές ταχύτητες.

Το φημολογούμενο πνεύμα φιλοξενίας του λαού της χώρας

Η σχετική δυνατότητα του τουρίστα να επικοινωνήσει με τους ντόπιους κατοίκους

Η επιθυμία ορισμένων τουριστών να περιηγηθούν σε τόπους θρησκευτικού ενδιαφέροντος και να συμμετάσχουν σε θρησκευτικές εκδηλώσεις

Ο Ρώσος τουρίστας λαμβάνει γνώση για τους παραπάνω παράγοντες μέσα από τις διαφημίσεις και τη γενικότερη προβολή –είτε από το δημόσιο είτε από τον ιδιωτικό τομέα– του τόπου προορισμού στη χώρα προέλευσης (Ρωσία). Επίσης, πληροφορίες αντλεί και από το διαδίκτυο, τον διεθνή τύπο ή και από συζητήσεις με προγενέστερους τουρίστες.

Η Ελλάδα θεωρείται σήμερα από τους Ρώσους ως ασφαλής σχετικά τόπος για διακοπές, συγκρινόμενη με άλλες μεσογειακές χώρες με φθηνότερο κόστος ζωής. Το αίσθημα ασφάλειας των Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα ενισχύεται και από το γεγονός της ορθόδοξης πίστης των Ελλήνων.

Δεδομένου ότι η Ελλάδα δε μπορεί να μεταβάλλει τη νομισματική της ισοτιμία, όπως η Τουρκία, η Αίγυπτος και άλλες ανταγωνίστριες χώρες, προκειμένου να διατηρήσει αλλά και να αυξήσει την ανταγωνιστικότητά της, θα πρέπει να βελτιώσει την ποιότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Η ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας έναντι άλλων μεσογειακών προορισμών επηρεάζεται, επίσης, και από παράγοντες όπως: οι φυσικές ομορφιές που διαθέτει η χώρα, οι δημόσιες υποδομές, ο πολιτισμικός πλούτος καθώς και οι φορολογικές επιβαρύνσεις.

Οι φυσικοί πόροι και ομορφιές της Ελλάδας, σε συνδυασμό με την ιστορία και τον πολιτισμό της, αποτελούν τα βασικά της ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Ωστόσο, σύμφωνα με στοιχεία ερευνών, η χώρα φαίνεται να υστερεί σε θέματα ποιότητας υπηρεσιών των ταξιδιωτικών πρακτορείων και των δυνατοτήτων ψυχαγωγίας για νέους και παιδιά. Στα αδύνατα σημεία της χώρας περιλαμβάνεται, επίσης, η σχέση ποιότητας-τιμής των προσφερόμενων υπηρεσιών, δεδομένου ότι, όπως προαναφέρθηκε, οι Ρώσοι τουρίστες, των οποίων τα εισοδήματα αυξάνονται συνεχώς, αναζητούν όλο και περισσότερο την υψηλή ποιότητα και λιγότερο το χαμηλό κόστος. Επιπροσθέτως, σημαντικός παράγοντας που χρήζει προσοχής, ιδιαίτερα από τους ξενοδόχους, είναι η ανάπτυξη στρατηγικών περισσότερο εστιασμένων στο Ρώσο τουρίστα.⁴¹

⁴¹ Case study: Russian Tourists to Halkidiki, Irina Asianov, Master in Leisure and Tourism Management to City College (Sheffield University) <http://www.jobtrust.gr/index.php?Section=1&Part=3&Page=151> Ημερομηνία Ανάρτησης: 20/09/2014

2.5 Παράγοντες που έχουν επηρεάσει τον ρώσικο εισερχόμενο τουρισμό το έτος 2014: ζήτημα της Κριμαίας, πόλεμος στην Ουκρανία υποτίμηση του Ρούβλι

Το 2014 ο ρώσικος εισερχόμενος τουρισμός έχει δείξει μείωση κατά 30-40% λόγω συγκεκριμένων συνθηκών που παρακολουθούμε όλο αυτό το διάστημα. Τουριστικοί παράγοντες θεωρούν σε μεγάλο βαθμό την κατάσταση μη αναστρέψιμη, εκτιμώντας τις πιθανές απώλειες εσόδων τουλάχιστον σε 250 εκατομμύρια ευρώ, οι οποίες μπορεί να φθάσουν τα 400-500 αν η μείωση κρατήσεων παραμείνει στα επίπεδα του 30-50%.

Είναι τέτοια η μείωση κρατήσεων σε σύγκριση με 2014 ώστε οι Ρώσοι tour operators τροποποιούν ή ακυρώνουν ανά εβδομάδα μεμονωμένα δρομολόγια ή ολόκληρα προγράμματα πτήσεων των αεροπλάνων τους σε μια προσπάθεια να μειώσουν τη χασούρα.

Τον Μάιο 2014 ακυρώθηκαν προγράμματα στη βόρεια Ελλάδα, ενώ σε δημοφιλείς προορισμούς, όπως η Σαντορίνη, ακυρώθηκε το 39% των δρομολογίων, καθώς αποχώρησε ένας από τους τρεις Ρώσους tour operators που είχαν συμπεριλάβει το νησί στο πρόγραμμά τους.

Ενδεικτικό της κατάστασης είναι το γεγονός ότι για τον Ιούνιο – Αύγουστο 2014 οι Ρώσοι tour operators είχαν τα πακέτα τους σε τιμές κάτω του κόστους σε μια προσπάθεια να μειώσουν όσο γίνεται τη χασούρα. Οι Ρώσοι tour operators εκτιμούσαν πως με βάση την εικόνα που έχει διαμορφωθεί θα αποτελούσε ικανοποιητική εξέλιξη αν στο τέλος της σεζόν η μείωση αφίξεων περιοριζόταν στα επίπεδα του 20%.

Έμπειρα στελέχη της αγοράς έχουν αναφέρει πως οι κρατήσεις από τη Ρωσία για το 2014 ήταν κυριολεκτικά της τελευταίας στιγμής (last minute). Έλεγαν, μάλιστα, χαρακτηριστικά πως αν δεν υπήρχε η διαδικασία έκδοσης βίζας που απαιτεί κάποιο χρονικό διάστημα πολλοί θα προτιμούσαν να κάνουν κράτηση ακόμα και την παραμονή της αναχώρησής τους.

Η μείωση κρατήσεων από τη Ρωσία το 2014 αποδίδεται από στελέχη Ρώσων tour operators σε έναν συνδυασμό παραγόντων.

Αφενός, εξηγούν, συνδέεται με την οικονομική κατάσταση στη Ρωσία η οποία δεν είναι καλή. Το ρούβλι μόλις το τελευταίο διάστημα ενισχύεται.

Οι κυρώσεις που επιβάλλει η Ε.Ε. σε Ρώσους εξαιτίας της κατάστασης στην Ουκρανία εκτιμάται ότι έχουν επηρεάσει τις κρατήσεις. Περισσότερο επηρεάζει τους Ρώσους που είναι στελέχη των σωμάτων ασφαλείας για τους οποίους απαιτείται, πλέον, ειδική άδεια από τις ρωσικές αρχές για να ταξιδέψουν στο εξωτερικό.

Το γεγονός κατάρρευσης τουριστικών πρακτορείων στην Ρωσία τον Ιούνιο-Αύγουστο αποδεικνύει την κρίσιμη κατάσταση ρώσικου εισερχόμενου τουρισμού. Οι εξελίξεις εντούτοις, με αποκορύφωμα την κατάρρευση του τέταρτου μεγαλύτερου tour operator της Ρωσίας, του Labirint, που άφησε «ορφανούς» 20 χιλιάδες τουρίστες στην Ελλάδα και οφειλές άνω των 10 εκατομμύρια στους ξενοδόχους σύμφωνα με τους πρώτους υπολογισμούς, μοιάζουν με εφιάλτη χωρίς τέλος.

Θεσμικοί φορείς του τουρισμού φοβόντουσαν εξ αρχής πως οι πολιτικές εξελίξεις στη Ρωσία, καθώς και η υποτίμηση του εθνικού νομίσματος, θα οδηγούσε αναγκαστικά σε λουκέτα πρακτορείων, τα οποία άνοιγαν σωρηδόν το τελευταίο διάστημα εξαιτίας της εκρηκτικής αύξησης της τουριστικής ζήτησης. Οι χειρότεροι φόβοι επαληθεύτηκαν, με τις πληρότητες δεκάδων ξενοδοχειακών μονάδων σε Δωδεκάνησα, Κρήτη και Χαλκιδική να βρίσκονται σήμερα στον αέρα.

Αρχές Αυγούστου ταξιδιωτική εταιρεία Intaer, η δεύτερη μεγαλύτερη του κλάδου στη Ρωσία, ανακοίνωσε ότι διακόπτει τις δραστηριότητές της εξαιτίας της μειωμένης ζήτησης και της χαμηλής αγοραστικής δύναμης των πελατών της, διαμηνύοντας ότι αδυνατεί να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις προς τους πελάτες της. Η ανακοίνωση αυτή έρχεται τρεις ημέρες μετά τη δημοσιοποίηση της πτώχευσης του Labirint που τίναξε στον αέρα το προγραμματισμό των εσόδων του 2014.

Μετά την περσινή έκρηξη της ζήτησης από τη Ρωσία, με 1,3 εκατομμύρια επισκέπτες και ισάριθμες τουριστικές εισπράξεις, λίγοι θα μπορούσαν να προβλέψουν την αντιστροφή του κλίματος το 2014. Στις 16 Ιουλίου είχε κηρύξει πτώχευση και ένας από τους παλαιότερους ρωσικούς ταξιδιωτικούς οργανισμούς, ο Neva. Στις 30 Ιουλίου επίσης η Expro-Tour της Αγίας Πετρούπολης ομολόγησε αντίστοιχα σοβαρά οικονομικά προβλήματα.

Ήδη ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων υπολογίζει τις απώλειες του ελληνικού τουρισμού εφέτος 2014, σε σχέση με πέρσι, από τις αγορές της Ρωσίας και της Ουκρανίας στα 300 εκατομμύρια ευρώ. Οι αφίξεις από τη Ρωσία το 2014 ήταν τελικά στα επίπεδα του 1,1-1,2 εκατομμύρια, έναντι 1,5 που ήταν η αρχική πρόβλεψη, ενώ από την Ουκρανία η μείωση θα φτάσει στο 50%.⁴²

Η βίζα παίζει σημαντικό ρόλο. Το κόστος (συμπεριλαμβανομένου του ποσού που χρεώνουν τα visa center) φθάνει τα 65-70 ευρώ ανά άτομο. Αντιστοιχεί, δηλαδή, σε 260-280 ευρώ για μια τετραμελή οικογένεια. Το ποσό αυτό δεν υπάρχει για τους Ρώσους που ταξιδεύουν σε χώρες εκτός Σένγκεν κι αυτός είναι ένας από τους λόγους που δείχνουν να στρέφονται φέτος προς Τουρκία και Αίγυπτο οι οποίες καταγράφουν αυξημένες κρατήσεις.

⁴² <http://capital.gr/index.php?Section=1&Part=3&Page=150> Ημερομηνία Ανάρτησης: 10/11/2014

Την ίδια στιγμή οι βίζες εκδίδονται αυστηρά για τις μέρες που διαρκεί το ταξίδι με αποτέλεσμα να προκαλούνται πολλά προβλήματα σε περίπτωση αλλαγής των ημερομηνιών αναχώρησης και επιστροφής ενός γκρουπ.

Υστέρηση, παράλληλα, σε σχέση με ανταγωνιστικούς προορισμούς όπως η Ισπανία, φαίνεται πως καταγράφεται και στην έκδοση βίζας πολλών εισόδων. Πρόκειται για τις βίζες οι οποίες διευκολύνουν τους τουρίστες από χώρες εκτός Σένγκεν να κάνουν επαναλαμβανόμενα ταξίδια σε χώρες όπως της Ε.Ε. Η συγκεκριμένη βίζα ισχύει για έναν χρόνο, δίνει τη δυνατότητα παραμονής σε χώρα Σένγκεν για 180 μέρες με την προϋπόθεση ότι η παραμονή δεν μπορεί να ξεπερνά τις 90 μέρες ανά εξάμηνο.

Το «σύνδρομο» της Κριμαίας

Η Κριμαία και το Σότσι αποτελούν τις δύο μεταβλητές που δεν υπήρχαν μέχρι πέρυσι στην εξίσωση του τουριστικού ρεύματος από τη Ρωσία προς την Ελλάδα.

Φαίνεται, όμως, πως η προσάρτηση της Κριμαίας στη Ρωσία και η επιθυμία των ρωσικών αρχών να ενισχύσουν τον εσωτερικό τουρισμό με επίκεντρο το «ολυμπιακό» Σότσι παίζουν σημαντικό ρόλο.

Ήδη, σύμφωνα με πληροφορίες, βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη ένα πρόγραμμα προβολής των δύο περιοχών με στόχο να αποτελέσουν κύρια κέντρα εσωτερικού τουρισμού.

Στην περίπτωση της Κριμαίας, μάλιστα, εντείνεται η φημολογία στη ρωσική αγορά πως εξετάζεται ακόμα και νομοθετική ρύθμιση με την οποία οι αεροπορικές εταιρείες της Ρωσίας θα υποχρεωθούν να συμπεριλάβουν την Κριμαία στους προορισμούς τους, αλλιώς δεν θα μπορούν να πραγματοποιούν διεθνή δρομολόγια.

Οι ρωσικές αρχές επιδιώκουν να συνδέσουν ταχύτατα και στενά την Κριμαία με τις άλλες περιοχές της Ρωσίας, αξιοποιώντας και τη συγκυρία σύμφωνα με την οποία πολλοί Ρώσοι θέλουν να επισκεφθούν -και για συναισθηματικούς λόγους- την περιοχή. Οι ρωσικές αρχές, μάλιστα, φέρονται να έχουν θέσει ως στόχο την αύξηση των Ρώσων επισκεπτών στην Κριμαία από 6 εκατομμύρια το 2013 σε 10 για το 2014.

Οι διαδοχικές πτωχεύσεις των ρωσικών tour operators δεν ήρθαν ως κεραυνός εν αιθρία στην τουριστική αγορά. Ήταν μια εξέλιξη που συζητούσαν ευρέως ως σοβαρή πιθανότητα για την σεζόν 2014 οι τουριστικοί επιχειρηματίες και οφείλεται σε μια σειρά συνδυαστικών γεγονότων. Η ανησυχία για κραδασμούς στη ρωσική αγορά ξεκίνησε με την πτώση της ισοτιμίας του ρουβλιού έναντι του ευρώ και των άλλων νομισμάτων. Στη συνέχεια όμως καθοριστικοί παράγοντες για την πτώση του εξερχόμενου τουρισμού που χτύπησαν την αγορά των ταξιδιωτικών γραφείων ήταν οι κατατρεγμένες

εξελίξεις με την Ουκρανία, οι κυρώσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η «στροφή» των Ρώσων σε εγγώριους προορισμούς διακοπών, η προτροπή του Κρεμλίνου σε ιδιωτικές εταιρείες να προαγοράσουν πακέτα διακοπών στην Κριμαία και η ταυτόχρονη απαγόρευση μετάβασης στο εξωτερικό προς το στρατιωτικό προσωπικό και τις υπηρεσίες ασφαλείας.

Κεφάλαιο III Προοπτικές εξέλιξης εξερχόμενου τουρισμού της Ρωσίας στην σύγχρονη εποχή

3.1. Ανάπτυξη Ρώσικης οικονομίας ως βασικός παράγοντας αύξησης τουριστικής ζήτησης

Η Ρωσική Ομοσπονδία είναι, ως γνωστό, μια μεγάλη σε έκταση χώρα (17 εκ. τετραγωνικά χιλιόμετρα). Υπάρχει μεγάλη κλιματολογική ποικιλία και η χώρα μπορεί να διακριθεί σε επτά γεωφυσικές περιοχές: την Τούντρα, τη δασώδη Τάιγκα (8 εκ. τ. χιλιόμετρα), την περιοχή των ανάμικτων δασών (κεντρική Ρωσία), τη στέπα (άδενδροι βοσκότοποι), τη ζώνη των ερήμων (Κεντρική Ασία), τις ορεινές περιοχές των Ουραλίων, του Καυκάσου και των ορέων Αλτάι και τις νότιες ακτές στη Μαύρη Θάλασσα.

Ο πληθυσμός της Ρωσίας, με βάση στοιχεία του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (2000), είχε συνεχή αυξητική τάση από το 1950 μέχρι και το 1990. Όμως, ο ρυθμός αύξησής του έβαινε συνεχώς μειούμενος και από 1,64% κατά την περίοδο 1950/55 κατήλθε σε 0,68% κατά την περίοδο 1985/90. Η παρατηρούμενη μείωση είναι σοβαρή αφού από το 1995 και εφεξής ο σχετικός ρυθμός γίνεται αρνητικός και ο πληθυσμός θα βαίνει συνεχώς μειούμενος έως το 2050. Το 1950 ο ρωσικός πληθυσμός ήταν 102,7 εκ., το 2000 έγινε 145,5 εκ. και το 2050 αναμένεται να μειωθεί και να προσεγγίσει τα 104,2 εκατομμύρια⁴³.

Το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της Ρωσίας άρχισε να εμφανίζει σημαντική και σταθερή ανοδική τάση μετά το 1998. Από το 1999 μέχρι το 2002, ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανόδου του ΑΕΠ της χώρας αυτής ανήλθε σε 6,5%, προβλέπεται δε να συνεχιστεί με ταχύτερο ρυθμό και ίσως πλησιάσει το 10%, ιδιαίτερα αν προχωρήσουν απρόσκοπτα οι προγραμματισμένες διαρθρωτικές παρεμβάσεις σε βασικούς τομείς, όπως π.χ. της ενέργειας και των τηλεπικοινωνιών και, αν, ταυτόχρονα προχωρήσει ο εκσυγχρονισμός του ρωσικού τραπεζικού συστήματος.

Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ ανήρχετο κατά το έτος 2001 σε \$ 1750⁴⁴ (ΗΠΑ: \$34280, Ελλάδα: \$11430, Τουρκία: \$2530, Κίνα \$890, Ινδία: \$ 460). Σε όρους ισοτιμίας αγοραστικών δυνάμεων του ρωσικού νομίσματος το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της Ρωσίας ανήρχετο σε \$6880 (ΗΠΑ: \$34280, Ελλάδα: \$17520, Τουρκία \$5830, Ινδία: \$2820, Ουκρανία: \$4270, Κίνα: \$ 3950).

Εάν η συναλλαγματική ισοτιμία αφεθεί ελεύθερη να διακυμαίνεται σύμφωνα με το νόμο της Προσφοράς και της Ζήτησης, οι μεγάλες συναλλαγματικές εισπράξεις που προέρχονται από τις

⁴³ Dmitri Peterski and Isolde Brade City Development in Contemporary Russia: Regional, Physical and Urban Planning under New Societal Conditions, <http://www.unimelb.edu.au/bulletin/99.htm>. Ημερομηνία Ανάρτησης: 10/10/2014

⁴⁴ D. Owen and O. Robinson, Russia Rebounds, IMF, 2003, σελ.: 66

εξαγωγές πετρελαίου, ενδέχεται να οδηγήσουν στην εμφάνιση της «ολλανδικής νόσου», όπου η πίεση της αγοράς για συνεχή ανατίμηση του νομίσματος (λόγω των σημαντικών εξαγωγών πετρελαίου) μπορεί να είναι ένας σημαντικός ανασταλτικός παράγοντας της ανάπτυξης των λοιπών τομέων της οικονομίας (βιομηχανία, γεωργία, υπηρεσίες), καθώς η διεθνής τους ανταγωνιστικότητα θα πλήττεται από την προκύπτουσα ανατίμηση.

Έτσι, η Ρωσία δεν μπορεί παρά να διατηρεί υπό έλεγχο τη συναλλαγματική της ισοτιμία (adjustable peg) και να εφαρμόζει ένα συνδυασμό πολιτικών, για να προωθήσει την ανάπτυξη όλων των τομέων της οικονομίας της. Όμως, για να μπορέσει να πραγματοποιήσει τις αναγκαίες αυτές αλλαγές η Ρωσία πρέπει να καταφέρει καίριο χτύπημα στην ευρύτατη αυτήν τη στιγμή φοροδιαφυγή, να αναδιρθώσει ακόμη περισσότερο την οικονομία της και να επινοήσει πολιτικές που θα συγκρατούν τα κεφάλαια μέσα στη χώρα, διότι σήμερα παρατηρείται μεγάλη φυγή κεφαλαίων προς το εξωτερικό.

Το ισοζύγιο εξωτερικών πληρωμών εμφανίζεται θετικό, βασικά λόγω πετρελαίου και βαίνει συνεχώς «βελτιούμενο». Οι εξελίξεις αυτές οδηγούν σε συνεχή αύξηση των συναλλαγματικών αποθεμάτων, επίσης σε μείωση του εξωτερικού χρέους της χώρας και, τέλος, δημιουργούν προϋποθέσεις για σημαντική μείωση της υποτίμησης του εγχωρίου νομίσματος.

Ο ιδιωτικός τομέας είναι ο κύριος αναπτυξιακός παράγοντας της Ρωσίας σήμερα. Η δημιουργημένη και συνεχώς αύξουσα οικονομική ολιγαρχία, όπως αποκαλείται, αν και αναγκαία σήμερα για να γίνουν μεγάλες επενδύσεις, συχνά συγκρούεται με το κράτος με κόστος την πολιτική σταθερότητα στη χώρα. Βέβαια, τελευταία, η πορεία των ιδιωτικοποιήσεων έχει παρουσιάσει στασιμότητα, κυρίως στις τηλεπικοινωνίες και στην ενέργεια.

Το επίπεδο διαβίωσης του λαού βελτιώνεται συνεχώς, η απασχόληση και οι μισθοί αυξάνονται, η ανεργία μειώνεται (ανέρχεται στο 5,6%). Ο μέσος μισθός σήμερα ανέρχεται σε \$410 το 2013 μηνιαίως.

Τα παραπάνω αποτελούν θετικές εξελίξεις για τη χώρα και θα επηρεάσουν θετικά το ρωσικό τουρισμό τόσο τον εισρέοντα στη χώρα-inbound, όσο και τον εξωτερικό τουρισμό-outbound. Όμως υπάρχουν πολλές ακόμη δυσκολίες που θα πρέπει να εξουδετερωθούν με θετικές ενέργειες για να βελτιωθεί περισσότερο το βιοτικό επίπεδο, να αμβλυνθούν οι περιορισμοί στη μετακίνηση (φυσικοί και τεχνητοί) και να μπορέσει (αλλά και να παρακινηθεί) ο Ρώσος τουρίστας να ταξιδέψει στο εξωτερικό.

Η αγοραστική δύναμη των Ρώσων συναρτάται με το ύψος του κατά κεφαλήν εισοδήματος, τη φορολογία, το βαθμό ισοκατανομής του εισοδήματος μεταξύ των κατοίκων, τη συναλλαγματική ισοτιμία και τις σχετικές τιμές.

Όσον αφορά την δυνατότητα πραγματοποίησης δαπανών με σκοπό τον τουρισμό στο εξωτερικό (εξερχόμενο τουρισμό), πρέπει να ληφθεί υπόψη, πέρα από τα παραπάνω και το λεγόμενο διακριτικό εισόδημα (discretionary income), δηλαδή το εισόδημα που απομένει αφού αφαιρεθούν οι δαπάνες για απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών που θεωρούνται αναγκαίες για την κανονική διαβίωση του ατόμου (δαπάνες συνήθους διατροφής, ενδυμασίας, υγείας, κατοικίας, μετακινήσεων, στοιχειώδους διασκέδασης και εκπαίδευσης). Τούτο σημαίνει ότι, πέραν από τους παραπάνω αναφερόμενους παράγοντες, πρέπει να ληφθεί υπόψη και η εξέλιξη των τιμών των αναγκαίων αυτών αγαθών και υπηρεσιών για τη διαβίωση του ατόμου.

Ως προς το βαθμό ισοκατανομής των εισοδημάτων, εξετάστηκε η εξέλιξη του λόγου δεκατημορίου (decile ratio)⁴⁵. Ο λόγος αυτός ήταν ίσος με 3,5 κατά το τέλος της παλαιάς σοβιετικής εποχής (1988), ανήλθε στο 4,5 το έτος 1991 και έφθασε στο 13,8 το 2001. Οι εξελίξεις αυτές φυσικά σημαίνουν σημαντική αύξηση της ανισοκατανομής του εθνικού εισοδήματος της Ρωσίας.

Ως συμπέρασμα μπορούμε να συγκρατήσουμε τα εξής:

Σημειώνεται σημαντική αύξηση στο εθνικό εισόδημα της Ρωσίας, από 4% έως 6% ετησίως με προοπτικές ακόμη μεγαλύτερου ρυθμού (έως και 10%). Δεν παρατηρείται όμως και ανάλογη βελτίωση του βαθμού ισοκατανομής του εισοδήματος. Αντίθετα παρατηρείται χειροτέρευση του βαθμού ισοκατανομής των εισοδημάτων. Τούτο σημαίνει ότι, σήμερα, στόχος της τουριστικής πολιτικής για το ρωσικό τουρισμό πρέπει να αποτελέσουν τα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα.

Ο εξερχόμενος ρωσικός τουρισμός προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης περιορίζεται από το πρόβλημα της βίζας Schengen και ως εκ τούτου έχει την τάση να εκτραπεί προς άλλες χώρες.

Σημειώνεται η παρουσία έντονης γραφειοκρατίας στη Ρωσία παρά τις προσπάθειες για αποκρατικοποίηση, με όλα τα επακόλουθα για προώθηση επενδύσεων και συνεργασιών σε όλους τους τομείς.

Τα γεγονότα που είχαν συμβεί σε διάρκεια το 2014 έχουν επηρεάσει την ρώσικη οικονομία, την έχουν οδηγήσει σε δύσκολη περίοδο λόγω μείωσης τιμής πετρελαίου, υποτίμησης του εθνικού νομίσματος. Η οικονομία της Ρωσίας αναμένεται να ολισθήσει σε ύφεση το 2015, υφιστάμενη τις συνέπειες των οικονομικών κυρώσεων που επέβαλαν στη χώρα τα κράτη της Δύσης και παράλληλα

⁴⁵ Πρόκειται για το λόγο των εισοδημάτων του 10% των κατοίκων που ανήκουν στα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα (στην εισοδηματική κατανομή) προς τα εισοδήματα του 10% των κατοίκων που ανήκουν στα κατώτερα εισοδηματικά στρώματα.

της πτώσης της τιμής του πετρελαίου στις διεθνείς αγορές, γεγονός που μειώνει τα δημόσια έσοδά της, αυξάνει τον πληθωρισμό και ρίχνει το ρούβλι, χωρίς να διαφαίνεται αυτή τη στιγμή στον ορίζοντα κάποια ελπίδα να αναστραφεί η κατάσταση στο πεδίο της οικονομίας για τη Μόσχα.

Έπειτα από χρόνια ανάπτυξης υπό την προεδρία του Βλαντίμιρ Πούτιν, εξαιρουμένης της περιόδου της κρίσης του 2008, η Ρωσία οδεύει προς ένα δύσκολο οικονομικό μέλλον, παρά τις καθησυχαστικές δηλώσεις από το Κρεμλίνο.

Την επομένη μιας ημέρας που το ρούβλι υπέστη μεγάλη πτώση της ισοτιμίας του στις αγορές συναλλάγματος έναντι του δολαρίου και του ευρώ, συνεχίζοντας την τάση που καταγράφεται από τις αρχές της χρονιάς, το ρωσικό υπουργείο Οικονομίας έδωσε στη δημοσιότητα τις προβλέψεις του για το 2015 — με όλους τους δείκτες να είναι πτωτικοί.

Ενώ η κυβέρνηση προέβλεπε προηγουμένως αύξηση του ΑΕΠ της χώρας έως και κατά 1,2%, πλέον αναμένει συρρίκνωση -0,8%.

Η ρωσική κυβέρνηση εξάλλου αναμένει ότι το 2014 η ανάπτυξη θα φθάσει το 0,6% (από 0,5%) προηγουμένως), καθώς ο ρυθμός της το τελευταίο τρίμηνο της χρονιάς, σύμφωνα με τον Αλεξέι Βέντεφ, τον υφυπουργό Οικονομικών, είτε θα είναι «μηδενικός, είτε σε μικρή πτώση».

Εξάλλου ο υπουργός Οικονομικών της Ρωσίας Αντόν Σιλουάνοφ δήλωσε σήμερα ότι το ρούβλι, το νόμισμα της χώρας, βρίσκεται σε πολύ κατώτερη θέση από αυτή που θα έπρεπε κανονικά σε ό,τι αφορά τη συναλλαγματική του ισοτιμία, υπολογίζοντας ότι αυτή αντιστοιχεί σήμερα σε μια τιμή του πετρελαίου διεθνώς πολύ κάτω από τα \$60 ανά βαρέλι.

Ο Σιλουάνοφ είπε στους δημοσιογράφους ότι ενδέχεται να σταθεροποιηθεί το επόμενο έτος σε μια ισοτιμία 45:1 έναντι του δολαρίου, εάν οι τιμές του αργού βρίσκονται περί τα \$80/βαρέλι και εάν η κεντρική τράπεζα της Ρωσίας συνεχίζει να κάνει παρεμβάσεις στις αγορές.⁴⁶

Η σχεδόν ελεύθερη πτώση του επιταχύνθηκε μετά την απόφαση του Οργανισμού Πετρελαιοεξαγωγικών Κρατών (ΟΠΕΚ) τα κράτη μέλη του να διατηρήσουν αμετάβλητο το επίπεδο της παραγωγής τους, παρά την υπεραφθονία της προσφοράς.

Η απόφαση αυτή πιθανόν θα σηματοδοτήσει νέα πτώση των τιμών του αργού διεθνώς — ήδη, η τιμή του έχει πέσει στο χαμηλότερο επίπεδο των τελευταίων πέντε ετών, πλήττοντας το ρούβλι όπως και τα ρωσικά δημόσια έσοδα σε πολύ σημαντικό βαθμό, δεδομένου ότι η Μόσχα εξασφαλίζει σχεδόν τα μισά της κρατικά έσοδα από τις πωλήσεις πετρελαίου.

⁴⁶ Πηγή: <http://www.kathimerini.gr/794216/article/oikonomia/die8nhs-oikonomia/klonizetai-h-rwsikh-oikonomia> Ημερομηνία Ανάρτησης: 10/11/2014

Η Μόσχα διεμήνυσε ότι θα μειώσει τις εξαγωγές αργού κατά 5 εκατ. βαρέλια την ημέρα σε μια προσπάθεια να μειώσει κάπως την προσφορά στις αγορές.

Παράλληλα οι Ρώσοι πολίτες καλούνται να αντιμετωπίσουν έναν πληθωρισμό που αναμένεται να ανέλθει στο 9% για φέτος και στο 10% το πρώτο εξάμηνο του 2015. Τα εισαγόμενα είδη είναι αυτά οι τιμές των οποίων αυξάνονται με τη μεγαλύτερη ταχύτητα, όπως για παράδειγμα τα προϊόντα της αμερικανικής εταιρείας τεχνολογίας Apple, οι τιμές των οποίων αυξήθηκαν αλματωδώς (ως και 25%). Εξάλλου, σύμφωνα με ρωσικά ΜΜΕ, οι τιμές των αεροπορικών εισιτηρίων αναμένεται να αυξηθούν κατά 12% και πλέον.

Η παρόν δύσκολη οικονομική κατάσταση θα επηρεάσει και την τουριστική τάση ρωσικής αγοράς. Οι βασικές αιτίες που επιδείνωσαν το κλίμα στην ταξιδιωτική αγορά εξερχόμενου τουρισμού στη Ρωσία είναι οι εξής: πτώση του ρουβλίου έναντι του ευρώ και των άλλων νομισμάτων, μία εξέλιξη που κατέστησε ακριβότερα τα ταξίδια των Ρώσων στο εξωτερικό. Οι κυρώσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης προς τη Ρωσία, λόγω του ουκρανικού ζητήματος, αποθάρρυνε ένα μέρος των Ρώσων να επιλέξουν ταξιδιωτικούς προορισμούς στο εξωτερικό. Παράλληλα, το Κρεμλίνο ενθάρρυνε τους Ρώσους να ταξιδέψουν φέτος στο εσωτερικό της χώρας, ενώ παρότρυνε επιχειρήσεις να αγοράσουν πακέτα διακοπών καλύπτοντας ακόμη και μέρος των δαπανών για τους υπαλλήλους τους στη Κριμαία, θυμίζοντας πρακτικές από την εποχή της Σοβιετικής Ένωσης. Από την άλλη, προχώρησε σε συστάσεις απαγόρευσης ταξιδιών στο εξωτερικό προς το στρατιωτικό προσωπικό και τις υπηρεσίες ασφαλείας.

Όλα τα παραπάνω, σε συνδυασμό με την πιστωτική ασφυξία, χτύπησαν την αγορά των ταξιδιωτικών επιχειρήσεων της χώρας. Επιπλέον, από τα τελευταία συμβάντα αναδείχθηκε και το ζήτημα του ελλιπούς συστήματος προστασίας σε ζητήματα επαναπατρισμού Ρώσων που βρίσκονται στο εξωτερικό τη στιγμή της πτώχευσης ταξιδιωτικών οργανισμών από τη χώρα τους αλλά και της οικονομικής διασφάλισης των ξενοδόχων που συνεργάζονται με αυτούς.

3.2 Δημιουργία συνθήκων Προώθησης του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην Ρώσικη αγορά

Η Ρωσία είναι μια νέα πηγή προέλευσης τουριστών για την Ελλάδα. Οι Ρώσοι πρέπει να γνωρίσουν ότι υπάρχει η Ελλάδα, ότι προσφέρει τουριστικό προϊόν και ότι αυτό το προϊόν συγκρινόμενο με εκείνο των μεσογειακών ανταγωνιστών της είναι τουλάχιστον εφάμιλλο σε ποιότητα και εξ ίσου ανταγωνιστικό σε τιμή. Έτσι, το κύριο βάρος της γνωριμίας των Ρώσων με την Ελλάδα ως τουριστικού προορισμού πέφτει στον ΕΟΤ. Σκοπός κάθε προωθητικής προσπάθειας στην περίπτωση του Ρωσικού Τουρισμού πρέπει να είναι: α) Η προσέλκυση νέων τουριστών που δεν έχουν επισκεφτεί στο παρελθόν την Ελλάδα, και β) η δημιουργία «τουριστών επανάληψης της εμπειρίας-repeaters».

Ακολουθώντας ο ΕΟΤ τις σύγχρονες επιταγές του τουριστικού Management πρέπει να διαχωρίσει τις ενέργειές του (τη στρατηγική του) σε:

Γενικές Ενέργειες Προώθησης της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού (Promotional Strategy). Οι ενέργειες αυτές είναι γνωστές και ως ανάληψη μιας «Ολοκληρωμένης Καμπάνιας» (Umbrella Campaign).⁴⁷

Ενέργειες Διευκόλυνσης του ιδιωτικού Marketing των παντοίων τουριστικών επιχειρήσεων, δημιουργώντας γέφυρες επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ του Οργανισμού και των ως άνω ελληνικών επιχειρήσεων (Facilitation Strategy), αλλά και των τουριστικών επιχειρήσεων (Ταξιδιωτικών κυρίως Γραφείων) της Ρωσίας.

Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις πρέπει να γνωρίζουν ότι απαιτείται ιδιαίτερος τρόπος προσέγγισης του Ρώσου τουρίστα. Επηρεάζεται, βέβαια, ο μέλλον τουρίστας από τις ενέργειες γνωριμίας που προωθεί ο ΕΟΤ αλλά φαίνεται ότι συνεχίζει να διστάζει. Ο δισταγμός του είναι φυσικός και προκύπτει από δυο αιτίες. Η πρώτη έχει σχέση με την άγνοιά του για το προϊόν, τις χώρες στις οποίες θα το εύρει, την ποιότητά του και τέλος, την τιμή την οποία θα κληθεί να πληρώσει. Έτσι, παρουσιάζεται να είναι κατά κανόνα δύσπιστος στις γενικές διαφημίσεις που γίνονται από την τηλεόραση ή από άλλα μέσα προβολής. Είναι, κατά συνέπεια, αναγκαία η προσωπική επαφή και φαίνεται ότι ο Ρώσος τουρίστας αρέσκεται σε αυτήν. Θέλει να τον πλησιάσει κάποιος και να του δείξει, αν είναι δυνατόν βιντεοσκοπημένο το προϊόν.

Σημειώνεται ότι δεν υπάρχουν μεγάλα Γραφεία Tour Operators εγκαταστημένα σήμερα στη Ρωσία, που είναι το αποτέλεσμα κατάρρευσης πολλών πρακτόρων της Ρωσίας το 2014. Υπάρχουν

⁴⁷ Burkart A.J. and Medlik, S (1981) *Tourism: Past, Present and Future*, Heinemann σελ.: 31

όμως πολλοί μικρότεροι πράκτορες με τους οποίους μπορεί να έρθει κάποιος σε επαφή. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί:

Εάν η επιχείρηση επισκεφθεί τη Ρωσία και οργανώσει εκεί παρουσιάσεις σε κάποιο καλό ξενοδοχείο ή σε άλλο κατάλληλο χώρο. Εκφράζονται, σήμερα, παράπονα από τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις ότι το ελληνικό κράτος όχι μόνο δεν βοηθάει αυτές τις δραστηριότητες αλλά ότι επιπλέον τις αγνοεί. Οι παρουσιάσεις πρέπει να γίνονται με βιντεοσκοπημένο υλικό και μεταφρασμένο στη γλώσσα τους.

Με τη δημιουργία από τις επιχειρήσεις (σε συνεργασία με το ελληνικό κράτος και με την οικονομική του στήριξη) των λεγομένων Εκπαιδευτικών Ταξιδιών-Educational Trips. Υπάρχουν πολύ καλές προοπτικές για παιδικό (μαθητικό) ρωσικό τουρισμό (Κατασκηνώσεις) στη χώρα μας και ο οποίος μπορεί να προωθηθεί αποτελεσματικά.

Σύμφωνα με τις σύγχρονες Στρατηγικές του Marketing τις οποίες πρέπει σήμερα ένας Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού να ακολουθεί, προτείνεται η εξής στρατηγική για τον ΕΟΤ:⁴⁸

Γενική Στρατηγική Προώθησης:

Να δημιουργηθούν Γραφεία του ΕΟΤ στις μεγάλες πόλεις που μπορεί να αποτελέσουν κέντρα ενημέρωσης και συγκέντρωσης τουριστών και από όπου θα μπορούν να ταξιδέψουν αεροπορικώς για το εξωτερικό. Έτσι, πέραν από τη Μόσχα και την Αγία Πετρούπολη να δημιουργηθούν Γραφεία και στην Αικατερινούπολη, στο Νίζνι-Νοβγκορόντ και στο Ροστώβ.

Να συνεχιστεί με εντονότερο ρυθμό η γνωστή πολιτική των διαφημίσεων και λοιπών προωθητικών πρακτικών (συμμετοχή σε Εκθέσεις, κ.τ.λ.) που μέχρι σήμερα εφάρμοζε σε άλλες περιπτώσεις ο Οργανισμός και στην περίπτωση της Ρωσίας.

Όμως, προτού εκδιπλωθούν Συνθήματα (π.χ. του τύπου “I Love Greece”) για την Ελλάδα στη ρωσική αγορά, πρέπει πρώτα να γίνει έρευνα ως προς τα ενδιαφέροντα, τις τάσεις, τις προτιμήσεις και το χαρακτήρα των Ρώσων, ώστε το σχετικό Σύνθημα να είναι σταθερό και να μη χρειαστεί να αλλάξει στο άμεσο ή στο απώτερο μέλλον.

Στρατηγική Διευκόλυνσης των Τουριστικών Επιχειρήσεων (Facilitation Strategy)

Ο ΕΟΤ δια των εγκατεστημένων Γραφείων του στις μεγάλες πόλεις, πρέπει να παρέχει σε όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για τη ρωσική αγορά, στατιστικά στοιχεία κατάλληλα για τις επιχειρήσεις αυτές. Αυτά τα Γραφεία του ΕΟΤ μπορούν επίσης να λειτουργούν και ως

⁴⁸ Marketing in Travel and Tourism (chapter 20: Marketing Countries as Tourism Destinations), 2001, V. Middleton and J. Clarke, B/H. σελ.: 33

εμπορικοί σύνδεσμοι μεταξύ Ρώσων τουριστών (ή ρωσικών τουριστικών Γραφείων) και των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων. Η πρόταση αυτή γίνεται διότι στη Ρωσία δεν δραστηριοποιούνται σήμερα μεγάλα Γραφεία Tour Operators τα οποία θα είχαν τη δυνατότητα να επιτελέσουν το παραπάνω έργο και να εξυπηρετήσουν τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις στην προσέλκυση τουριστών.

Τα Γραφεία του ΕΟΤ στη Ρωσία μπορούν επίσης να προβαίνουν σε οργάνωση Συναντήσεων μεταξύ ρωσικών τουριστικών Γραφείων και ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, όπου οι τελευταίες θα παρουσιάζουν το ελληνικό τουριστικό προϊόν και ίσως να κλείνονται και οι αντίστοιχες συμφωνίες. Βέβαια, όλα αυτά μπορούν να γίνονται και μέσω Διαδικτύου.

Τα ίδια Γραφεία του ΕΟΤ στη Ρωσία, θα πρέπει σε περίπτωση που οι ξένοι πράκτορες είναι απρόθυμοι να έρθουν σε, εκ του μακρόθεν, επαφή με τις ελληνικές επιχειρήσεις, να οργανώνουν τις συναντήσεις στην Ελλάδα για να δουν οι ξένοι από κοντά το προσφερόμενο προϊόν. Μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν εδώ και διάφορες σύγχρονες μέθοδοι multimedia.

Ο ΕΟΤ μπορεί επίσης να συμμετέχει στα διαφημιστικά προγράμματα των επιχειρήσεων σε περιπτώσεις που κρίνει ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση θα προωθήσει προϊόν που προσφέρεται σε κάποια ελληνική τουριστική περιοχή την οποία ο Οργανισμός θεωρεί ως επιδεκτική ανάπτυξης.

Στις τυπωμένες διαφημιστικές μπροσούρες τους, τα Γραφεία του ΕΟΤ στη Ρωσία, μπορούν να περιλαμβάνουν και επιλεγμένα ελληνικά προϊόντα που θα διαφημίζονται κατ' αυτόν τον τρόπο στη ρωσική αγορά. Το θέμα όμως αυτό απαιτεί πολλή προσοχή για να μη λαμβάνει χώρα μεροληψία εις βάρος ορισμένων επιχειρήσεων.

Επίσης ο ΕΟΤ μπορεί μέσα από ένα σύστημα CRS να βοηθάει τις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις να προβάλλουν το προϊόν τους στη ρωσική αγορά αλλά ακόμη και να κλείνουν κρεβάτια των ξενοδοχείων τους.

Ο ΕΟΤ μπορεί επίσης να βοηθάει στην εγκατάσταση νέων καινοτομικών προϊόντων (προϊόντων που ανταποκρίνονται στις σημερινές απαιτήσεις των Ρώσων τουριστών) των ελληνικών επιχειρήσεων στη ρωσική αγορά για ένα χρονικό διάστημα. Μπορεί επίσης να υποστηρίζει Ομάδες επιχειρήσεων (Clusters), ιδιαίτερα μικρομεσαίες, στον τομέα του Marketing

Ο ΕΟΤ μπορεί, τέλος, να οργανώνει Σεμινάρια ή Διαλέξεις σε θέματα τουριστικού Marketing και να καλεί ιδιαίτερα τις ΜΜΕ που δεν έχουν από μόνες τους μεγάλες δυνατότητες για να κάνουν αυτό το έργο, να τα παρακολουθούν.

Είναι γεγονός που έχει διαπιστωθεί από πολλούς παράγοντες, ότι η απόκτηση βίζας εισόδου στην Ελλάδα των Ρώσων για τουρισμό, παρουσιάζει μεγάλες δυσκολίες, πολλές από τις οποίες ίσως είναι και αδικαιολόγητες. Τονίζεται ότι το πρόβλημα είναι υπαρκτό όσον αφορά όλες τις χώρες του παλαιού σοβιετικού καθεστώτος και όχι μόνο τη Ρωσία, η οποία πιέζει για ελεύθερη είσοδο των πολιτών της στις δυτικές χώρες χωρίς να εγγυάται τον επαναπατρισμό αυτών με το πρόσχημα του τουρισμού. Η Ρωσία είναι μια χώρα αχανής με σύνορα εύκολα προσπελάσιμα από ανεπιθύμητους επισκέπτες, λόγω των στενών σχέσεων των λαών της πρώην ΕΣΣΔ. Έχει σοβαρό πρόβλημα γραφειοκρατίας και δεν έχει καταργήσει τα προνόμια των παλαιών Ρώσων (π.χ. κάρτες ελευθέρως εισόδου, ή αγοράς σε προνομιακές τιμές αγαθών και υπηρεσιών) οι οποίοι ήταν συνδεδεμένοι με το παλαιό καθεστώς. Τα άτομα αυτά είναι εκείνα που πιέζουν τις δυτικές χώρες για ελεύθερη είσοδο.

Επισημαίνεται ότι η Ρωσία μετά την είσοδο των δέκα νέων μελών στην Ε.Ε. πιέζει την Ε.Ε ακόμη εντονότερα για να επιτύχει την χαλάρωση των περιορισμών εισόδου στις δυτικές χώρες.

Η Ε.Ε. με τη σειρά της προσπαθεί να διαπραγματευθεί το θέμα με σκοπό να είναι η είσοδος των κατοίκων των χωρών του πρώην ανατολικού συνασπισμού, περισσότερο ελεγχόμενη.

Πρέπει να τονιστεί ότι η Συνθήκη Schengen⁴⁹ θέτει απλές αλλά αποτελεσματικές προϋποθέσεις εισόδου στις 13 χώρες ΕΕ⁵⁰ που έχουν μέχρι σήμερα υπογράψει τη συνθήκη αυτή. Οι βασικές προϋποθέσεις είναι:

Το εισερχόμενο άτομο να διαθέτει, αποδεδειγμένα, το απαραίτητο εισόδημα και απασχόληση εντός της Ρωσικής Δημοκρατίας.

Το άτομο να έχει κλείσει ξενοδοχείο διαμονής και μεταφορά (μετ' επιστροφής).

Το άτομο να δηλώσει ότι θα επισκεφθεί την Ελλάδα με σκοπό μόνο τον τουρισμό ή και άλλες χώρες Schengen (π.χ. Ιταλία).

Αυτοπρόσωπη παρουσία του μέλλοντος να ταξιδέψει ατόμου στο Προξενείο ή στα Διαπιστευμένα Ιδιωτικά Γραφεία.

Τελευταία, η Ελλάδα, λόγω της εισόδου ατόμων που δήλωναν, μέσω των Διαπιστευμένων Γραφείων, ότι εισέρχονται για τουρισμό και θα επιστρέψουν πάλι στη Ρωσία, γεγονός που δεν πραγματοποιείτο πάντοτε, επανεξέτασε τη λειτουργία των ιδιωτικών Διαπιστευμένων Γραφείων και περιόρισε τα δικαιώματα πολλών εξ αυτών. Τούτο είχε ως αποτέλεσμα να δυσχερανθεί η έκδοση της

⁴⁹ Θεσπίστηκε από την Ε.Ε το 1997 και ισχύει για την Ελλάδα από την 01.01.2000. σελ.: 39

⁵⁰ Όλες οι χώρες Ε.Ε. πλην του Ην. Βασιλείου και της Ιρλανδίας, ενώ την έχουν υπογράψει και η Νορβηγία καθώς και η Ισλανδία.

βίζας των Ρώσων τουριστών προς την Ελλάδα. Ο λόγος είναι ότι τα μεσολαβούντα και Διαπιστευμένα τουριστικά Γραφεία, που μέχρι πρότινος εδικοιούντο να διαχειρίζονται τα της έκδοσης της βίζας, δεν λειτούργησαν κατά τρόπο που θα απέκλειε τους οικονομικούς και άλλου είδους (ανεπιθύμητους) μετανάστες στην Ελλάδα. Έτσι, το Ελληνικό Προξενείο στη Ρωσία, όπως προαναφέρθηκε, επανεξέτασε την κατάσταση και περιόρισε σημαντικά τον αριθμό των Γραφείων τα οποία δικαιούνται να επιμεληθούν τα της έκδοσης της βίζας. Όσον αφορά τη Μόσχα, το ελληνικό Προξενείο απαίτησε την αυτοπρόσωπη παρουσία του Ρώσου τουρίστα στο ίδιο το ελληνικό Προξενείο. Ο λόγος αυτός είναι εκείνος που έκανε χρονοβόρα την έκδοση βίζας και δημιούργησε και τη βασική δυσκολία εισόδου των Ρώσων τουριστών στη Ελλάδα. Τελευταίες διαθέσιμες πληροφορίες αναφέρουν ότι καταργήθηκε η αυτοπρόσωπη παρουσία και καθιερώθηκε και «βίζα πολλαπλών εισόδων 3-μηνιαίας διάρκειας» η οποία όμως δεν έχει σημαντικό τουριστικό ενδιαφέρον. Αρνητικό επί-σης στοιχείο αποτελεί το γεγονός ότι ζητείται από τον υποψήφιο του-ρίστα να δείχνει κατά την είσοδο στην Ελλάδα τί χρήματα έχει μαζί του χωρίς να λαμβάνεται υπόψη κατάθεση σε τράπεζα ή κάρτα αυτόματης ανάληψης. Έτσι, το πρόβλημα εξακολουθεί να είναι έντονο και αναφέ-ρεται κυρίως στις περιορισμένες δυνατότητες που έχει το Προξενείου μας στη Μόσχα στην έκδοση βίζας. Προτείνεται η απόκτηση μεγαλύτε-ρου χώρου (μεταστέγαση του Προξενείου) και αύξηση του αριθμού των υπαλλήλων για να μειωθεί ο χρόνος παραμονής των επισκεπτών και να ελαχιστοποιηθεί ο συνολικός χρόνος έκδοσης της βίζας.

Στη συνέχεια, πρέπει να εξεταστεί «τί κάνουν οι άλλες χώρες της ΕΕ που έχουν το ίδιο πρόβλημα;». Πρέπει να διδαχτεί η Ελλάδα από την πολιτική αυτών των χωρών.

Πρώτον, η Γαλλία έχει εγκαταστήσει σύστημα ηλεκτρονικής παρακολούθησης των εισερχομένων τουριστών και στα αεροδρόμιά της. Με το σύστημα αυτό μπορεί κι ελέγχει αποτελεσματικότερα η χώρα αυτή, την αυθεντικότητα των εγγράφων που παρουσιάζει ο εισερχόμενος Ρώσος τουρίστας και έτσι ο χρόνος εισόδου μειώνεται στο ελάχιστο. Επί πλέον, αυτήν τη στιγμή προσπαθεί η χώρα αυτή να επιτύχει ειδική διμερή συμφωνία (όπως επέτυχε η Γερμανία) με τη Ρωσία για παραπέρα διευκόλυνση των Ρώσων που σκοπεύουν να ταξιδέψουν στη Γαλλία για λόγους επαγγελματικών, επιστημονικών κ.τ.λ. Αποσαφηνίζεται ότι η συμφωνία αφορά τις μακροχρόνιες βίζες (άνω του 3-μήνου) που έχουν περιορισμένο τουριστικό ενδιαφέρον.

Η Ισπανία έχει αναγάγει σε εθνική υπόθεση την έκδοση βίζας Schengen και αναθέσει την προεργασία έκδοσης βίζας (συλλογή πληροφοριών, κ.τ.λ.), την οποία θα έπρεπε να κάνει το ισπανικό Προξενείο, σε ειδικό ιδιωτικό Γραφείο και με αυτόν τον τρόπο μειώνει σημαντικά το χρόνο που απαιτείται και την έκδοση βίζας.

Η Ιταλία εξακολουθεί να εμπιστεύεται τα διαπιστευμένα από αυτήν τουριστικά Γραφεία αλλά προσπαθεί να επιτύχει και αυτή ειδική διμερή συμφωνία με τη Ρωσία.

Η Γερμανία φαίνεται ότι είναι πιο ελαστική λόγω της ενσωμάτωσης της πρώην ανατολικής Γερμανίας όπου πολλοί Ρώσοι εισέρχονται για λόγους επαγγελματικούς, επιστημονικούς / τεχνολογικούς, για επίσκεψη συγγενών και φίλων καθώς οι τελευταίοι έχουν ήδη εγκατασταθεί στο ανατολικό τμήμα της Γερμανίας προ της επανένωσης. Η ιδιαιτερότητα αυτή ανάγκασε τη Γερμανία να επιζητήσει ειδική διμερή συμφωνία με τη Ρωσία την οποία και επέτυχε. Τονίζεται, όμως, ότι πρόκειται, ως επί το πλείστον, για μακροχρόνιες βίζες.

Οι άλλες χώρες της Ε.Ε. (μαζί τους και η Ελλάδα) που έχουν υπογράψει τη Συνθήκη Schengen (13 χώρες εκτός Ην. Βασιλείου και Ιρλανδίας), έχουν τελευταία προχωρήσει (αντί των διμερών συμφωνιών) σε μια κοινή ενέργεια η οποία συνίσταται στην προσπάθεια επίτευξης ειδικής κοινής συμφωνίας με τη Ρωσία. Τονίζεται, όμως, ότι και η συμφωνία αυτή θα αναφέρεται κυρίως σε μακροχρόνιες βίζες με μικρό τουριστικό ενδιαφέρον.

Συμπερασματικά συνάγεται ότι η Ελλάδα για να διευκολύνει την είσοδο Ρώσων τουριστών πρέπει:

Να απλοποιήσει τις σχετικές διαδικασίες και να προχωρήσει σε διαπίστευση νέων Γραφείων που θα λειτουργούν περισσότερο υπεύθυνα αλλά και ελαστικότερα με εξαίρεση ευαίσθητες περιοχές (π.χ. Τσετσενία και γειτονικές με αυτήν περιοχές).

Να διαθέσει περισσότερο προσωπικό και ανετότερους χώρους στα Γραφεία των Προξενείων μας στη Ρωσία, ιδιαίτερα κατά τους μήνες της τουριστικής αιχμής.

Να βελτιώσει το σύστημα των ελέγχων στα Αεροδρόμια

Να μειωθεί το κόστος απόκτησης visa το οποίο σήμερα για μια τετραμελή οικογένεια ανέρχεται σε 150 €.

Αν τα παραπάνω γίνουν πραγματικότητα, τότε εκτιμάται ότι, θα διευκολυνθεί σε πολύ σημαντικό βαθμό η είσοδος των Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα.

Οι θρησκευόμενοι Ρώσοι αλλά και εκείνοι που έχουν ευρύτερα φιλοσοφικά ενδιαφέροντα, μπορούν να προσελκυστούν στην Ελλάδα αν δημιουργηθούν προγράμματα συνδυασμού του θρησκευτικού συναισθήματος ή των φιλοσοφικών αναζητήσεων των σχετικών ατόμων με τον τουρισμό διακοπών ή αναψυχής, ή και τον πολιτιστικού περιεχομένου χειμερινό τουρισμό. Γι αυτόν το σκοπό απαιτούνται: α) συνεργασία της Εκκλησίας της Ελλάδας, της Ακαδημίας Αθηνών και του ΕΟΤ, β) σημαντική απλοποίηση των διαδικασιών έκδοσης βίζας για θρησκευτικό τουρισμό.

Ο μόνος τρόπος λειτουργίας και δραστηριοποίησης σήμερα στη Ρωσία και ιδιαίτερα πέραν της Μόσχας, είναι οι κοινοπραξίες (Join Ventures) με την τοπική αυτοδιοίκηση, διότι μόνο εκείνη γνωρίζει

καλύτερα από κάθε ξένο επενδυτή: τους τρόπους απεμπλοκής από τα γρανάζια της γιγαντιαίας και απαιτητικής γραφειοκρατίας και τις τοπικές αγορές και τις ιδιαιτερότητες των κατοίκων κάθε περιοχής.

Προτείνεται, λοιπόν, να αξιοποιηθεί αυτός ο τρόπος συνεργασίας και να δημιουργηθούν ελληνικά Γραφεία «tour operation» στη Ρωσία. Από πλευράς Ελλάδας οι οργανωτές αυτών των Γραφείων μπορεί να είναι ενώσεις επιχειρήσεων τουριστικών ενδιαφερόντων (π.χ. ενώσεις ξενοδόχων ή και ταξιδιωτικών Γραφείων, ή και ακόμη αεροπορικών εταιριών). Στο όλο εγχείρημα μπορεί και πρέπει να εμπλακεί και ο ΕΟΤ και να προσφέρει στήριξη στις επιχειρήσεις, ιδιαίτερα στις ΜΜΕ. Οι κοινοπραξίες αυτές θα είναι λειτουργικότερες από άλλους τρόπους δραστηριοποίησης, διότι η τοπική αυτοδιοίκηση μπορεί να ενεργοποιήσει αποτελεσματικότερα τα τοπικά ταξιδιωτικά Γραφεία και να μεγιστοποιήσει το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Οι ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να βοηθηθούν από τον ΕΟΤ στην οργάνωση Σεμιναρίων στην Ελλάδα, ή ακόμη και στη Ρωσία, που θα συμμετέχουν Ρώσοι ταξιδιωτικοί πράκτορες με σκοπό την ενημέρωσή τους για το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Ο ΕΟΤ πρέπει να φέρει το βάρος ενός ποσοστού του σχετικού κόστους.

Στο υποκεφάλαιο αυτό εξετάστηκαν γενικοί αλλά και ειδικότεροι τρόποι δημιουργίας συνθηκών προώθησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στη ρωσική αγορά.

Τονίστηκε ότι ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού επιβάλλεται να διαχωρίσει τις ενέργειές του σε δύο κατηγορίες. Η μια περιλαμβάνει τις Γενικές Ενέργειες Προώθησης (Promotional Strategy) και η άλλη τις Ενέργειες Διευκόλυνσης του ιδιωτικού Marketing (Facilitation Strategy). Στη συνέχεια έγινε μια λεπτομερής περιγραφή των δύο κατηγοριών Ενεργειών.

Ως βασική ενέργεια υποδομής τονίστηκε επίσης ότι ο ΕΟΤ πρέπει να δημιουργήσει Γραφεία σε τουλάχιστον 5 μεγάλες πόλεις (εκτός από τη Μόσχα και την Αγία Πετρούπολη και στο Νίζνι Νοβγκορόντ, στο Ροστόβ και στην Αικατερινούπολη. Πρέπει να συνεχίσει την πολιτική διαφημίσεων και λοιπών προωθητικών πρακτικών με τις οποίες ο Οργανισμός είναι ήδη ενήμερος, να ερευνήσει την αγορά και να εκδιπλώσει τα κατάλληλα διαφημιστικά συνθήματα (slogans) τα οποία πρέπει να είναι έτσι σχεδιασμένα ώστε να έχουν μακροχρόνια διάρκεια.

Το ελληνικό κράτος να μεριμνήσει για τη σχεδόν ολοκληρωτική διευθέτηση του προβλήματος της βίζας. Στο κεφάλαιο αυτό αναφέρθηκαν και οι κατάλληλες προς τούτο ενέργειες, μία από τις οποίες είναι και η αξιοποίηση της εμπειρίας των άλλων χωρών-μελών της ΕΕ.

Θεωρείται σημαντικό και εφικτό να δημιουργηθούν ελληνικά Γραφεία Tour Operation στη Ρωσία από ιδιωτικές επιχειρήσεις με τη στήριξη του κράτους.

Θεωρείται, επίσης, ως σημαντική ενέργεια η οργάνωση (εκ μέρους των επιχειρήσεων) Ενημερωτικών Σεμιναρίων και Παιδικών Κατασκηνώσεων για Ρώσους Μαθητές.

3.3 Ανταγωνισμός και προοπτικές εξέλιξης ρωσικού εισερχόμενου τουρισμού στην ελληνική αγορά

Οι Μεσογειακές χώρες αποτελούν για τους Ρώσους μια περιοχή λίαν επιθυμητή για τουρισμό. Οι ανήκουσες στην ΕΕ είναι ακριβότερες ως προορισμός και ως εκ τούτου προσιτές μόνο στους νεόπλουτους Ρώσους, ενώ στις φθηνότερες (Τουρκία, Αίγυπτος) υπάρχει μεγαλύτερη ευκολία εισόδου και ως εκ τούτου είναι κατάλληλες και για τα χαμηλότερα ρωσικά εισοδήματα.

Οι Ρώσοι τουρίστες, όπως αναφέρθηκε, στερούνται εμπειριών εξωτερικού τουρισμού και μένουν στον τόπο που επισκέπτονται, από μια έως τρεις εβδομάδες. Εκτιμάται ότι ένας νεόπλουτος Ρώσος από πλευράς δαπάνης ξοδεύει όσο τρεις Εγγλέζοι.

Προτιμούν τα πολυτελή παραθαλάσσια ξενοδοχεία (4* και 5*) που διαθέτουν και πισίνα, τόσο για λόγους άνεσης όσο και για λόγους ασφάλειας. Όσοι επισκέπτονται την Ελλάδα, τους αρέσει πολύ η ελληνική κουζίνα και ο ελληνικός τρόπος ζωής και διασκέδασης. Συμμετέχουν στα λεγόμενα Village Parties. Επιθυμούν να επισκέπτονται τα αξιοθέατα (ένας Ρώσος «αγοράζει» ακόμη και τρεις εκδρομές ενώ οι λοιποί τουρίστες από μια έως καμία). Επιθυμούν να συμμετέχουν σε πολιτιστικές εκδηλώσεις. Έχει παρατηρηθεί ότι επισκέπτονται όλες τις εκδηλώσεις της ευρύτερης περιοχής.

Ένα πρόβλημα που παρατηρείται έντονα στο Ρωσικό τουρισμό σε αντίθεση με τον τουρισμό άλλων χωρών, είναι ότι ελάχιστοι Ρώσοι γνωρίζουν αγγλικά. Έτσι, απαιτείται σχεδόν πάντοτε η ύπαρξη μεταφραστή. Τα πράγματα είναι ακόμη καλύτερα αν το οποιοδήποτε παρουσιαζόμενο υλικό διατίθεται μεταφρασμένο στη Ρωσική γλώσσα. Αυτό το γεγονός σηματοδοτεί και την κατεύθυνση προς την οποία πρέπει να στραφούν οι ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και το ελληνικό κράτος. Θα πρέπει τα εκθέματα στα Μουσεία και οι ενδείξεις στους διάφορους αρχαιολογικούς και λοιπούς χώρους που επισκέπτονται οι Ρώσοι τουρίστες να αναγράφονται και στη ρωσική γλώσσα.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του μεσογειακού ρωσικού τουρισμού απορροφάται (έτος 2010-2011) από την Τουρκία (33,7%). Ακολουθούν χώρες όπως η Ιταλία (17,9%), η Ισπανία (13,9%) και η Αίγυπτος (11,1%). Οι υπόλοιπες χώρες κατέχουν μικρά ποσοστά (Κύπρος: 6,1%, Ελλάδα 7%, Ισραήλ 3%, Κροατία 2,4%, Τυνησία 2,3%, Πορτογαλία 1,4%-από την πρώην ΕΣΣΔ, Σλοβενία 0,8% και Μαρόκο 0,4%).⁵¹

Ο ρυθμός αύξησης του ρωσικού τουρισμού στη Ελλάδα είναι μικρός (9,0%) συγκριτικά με εκείνον που αφορά τις αναχωρήσεις Ρώσων τουριστών προς όλον τον κόσμο (14,3%).

⁵¹ «ITB Convention Workshop: Russian Outbound Travel», Messe Berlin GmbH, Germany, July 2006, σελ.: 9

Από τα παραπάνω στοιχεία διευκρινίζεται ότι οι βασικοί μεσογειακοί ανταγωνιστές Ελλάδας (χώρες με μεγάλα ποσοστά Ρώσων τουριστών) στο ρωσικό τουρισμό είναι, σήμερα, η Τουρκία, η Ιταλία, η Ισπανία και η Αίγυπτος. Αν όμως αντί των ποσοστών συμμετοχής θεωρηθούν οι ρυθμοί αύξησης του ρωσικού τουρισμού σε αυτές τις χώρες θα προκύψει μια διαφορετική διαβάθμιση.

Όλες οι μεσογειακές χώρες πλην του Ισραήλ και της Κύπρου αναπτύσσουν δυναμισμό μεγαλύτερο από εκείνον της Ελλάδας στην προσέλκυση ρωσικού τουρισμού και η διαπίστωση αυτή είναι πολύ ανησυχητική για την Ελλάδα.

Ο Ρώσος τουρίστας που έχει επαρκές εισόδημα για ταξίδι στο εξωτερικό, επιλέγει τη χώρα του τουριστικού του προορισμού, έναντι μιας άλλης, συγκρίνοντας (μεταξύ χωρών) και παρακινούμενος από παράγοντες όπως είναι:

Η βεβαιότητα ότι θα επιστρέψει σώος και αβλαβής πάλι στη χώρα του (ασφάλεια-υγεία). Η Ελλάδα θεωρείται σήμερα από τους Ρώσους ως ασφαλής σχετικά τόπος για διακοπές συγκριτικά με άλλες μεσογειακές χώρες που παρουσιάζονται σχετικά φθηνότερες από πλευράς κόστους ζωής.

Η σχετική καθαρότητα της θάλασσας και των ακτών. Ο παράγοντας αυτός μαζί με τον προηγούμενο ενθαρρύνουν τους Ρώσους όχι μόνο να έρχονται οι ίδιοι στην Ελλάδα για διακοπές, αλλά να στέλνουν σε παιδικές κατασκηνώσεις και τα παιδιά τους, αποφεύγοντας άλλες μεσογειακές χώρες που θεωρούνται ως λιγότερο ασφαλείς και οι θάλασσές τους είναι λιγότερο καθαρές.

Η γενικότερη σχετική ποιότητα του τουριστικού προϊόντος και η τοποθεσία των διαθεσίμων τουριστικών καταλυμάτων στη χώρα την οποία θα επισκεφθεί. Εάν η διαμονή είναι κοντά στη θάλασσα είναι πλέον προτιμητέα από τους Ρώσους τουρίστες.

Οι σχετικές τιμές των προϊόντων και υπηρεσιών (τιμή πακέτου) που θα πληρώσει κατά τη διάρκεια των τουριστικών του δραστηριοτήτων στην Ελλάδα συγκριτικά με τις άλλες χώρες. Εξυπακούεται ότι ο παράγοντας αυτός, όπως ήδη αναφέρθηκε, έχει σήμερα μειωμένη βαρύτητα διότι υπερισχύει ο παράγοντας “εισόδημα”. Όμως, αργότερα όταν οι Ρώσοι τουρίστες αποκτήσουν επαρκείς τουριστικές εμπειρίες, οι σχετικές τιμές θα γίνουν ένας από τους πλέον σημαντικούς παράγοντες στον προσδιορισμό της επιλογής της χώρας προορισμού.

Οι φυσικοί πόροι, το κλίμα και οι σχετικές με αυτά φυσικές καλλονές (ακτές, νησιά, κ.τ.λ.) συγκριτικά με τις άλλες χώρες.

Ο σχετικός πολιτιστικός πλούτος της χώρας (αρχαιότητες, μουσεία, άλλα αξιοθέατα, εκδηλώσεις πολιτιστικού περιεχομένου, κ.τ.λ.).

Η γεωγραφική θέση της χώρας προορισμού και η υποδομή (κυρίως σε τακτικές αερομεταφορές), που προσδιορίζει τον χρόνο και το κόστος του ταξιδιού έναντι άλλων χωρών. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι οι Ρώσοι προκειμένου να φθάσουν σε ένα μεγάλο διεθνούς εμβέλειας αεροδρόμιο (π.χ. Μόσχα, Αγία Πετρούπολη) για να ταξιδέψουν στη συνέχεια στο εξωτερικό, πρέπει πρώτα να διανύσουν μεγάλες αποστάσεις με μέσα μεταφοράς. Έτσι, ο Ρώσος τουρίστας είναι ήδη επιβαρημένος από πλευράς χρόνου κυρίως μέσα στην ίδια τη Ρωσία. Άρα, πρέπει από εκεί και πέρα, να μην παρουσιαστούν εμπόδια στις μετακινήσεις του με υπαιτιότητα της χώρας προορισμού.

Το φημολογούμενο πνεύμα φιλοξενίας του λαού της χώρας συγκριτικά με άλλες χώρες.

Η σχετική δυνατότητά του τουρίστα να επικοινωνήσει με τους ντόπιους κατοίκους.

Ορισμένοι από τους Ρώσους τουρίστες που έχουν σκοπό τη θρησκευτική εμπειρία, λαμβάνουν υπόψη και τη δυνατότητα να επισκεφθούν τόπους θρησκευτικού ενδιαφέροντος (ονομαστούς ιερούς ναούς, Άγιον Όρος, Βυζαντινά Μουσεία, κ.τ.λ.) να περιηγηθούν σε αυτούς, ενώ κάποιοι από τους τουρίστες θέλουν να συμμετέχουν και στις τελούμενες θρησκευτικές δραστηριότητες. Η Ελλάδα, ως γνωστό, υπερτερεί έναντι των άλλων μεσογειακών χωρών λόγω των ιστορικών θρησκευτικών δεσμών μεταξύ των δύο χωρών.

Ο τουρίστας λαμβάνει γνώση όλων αυτών των παραγόντων, ή τουλάχιστον των πλέον σημαντικών για αυτόν, από τις διαφημίσεις και τη γενικότερη προβολή που κάνει ο δημόσιος τομέας της Ελλάδας (ΕΟΤ), ή τις μικροοικονομικού επιπέδου δράσεις του ιδιωτικού τομέα της χώρας υποδοχής (Ελλάδας) στη χώρα προέλευσης (Ρωσία). Επίσης, η πληροφόρηση αντλείται από συζητήσεις με προγενέστερους τουρίστες, και, τέλος, μέσα από το Διαδίκτυο, ή από το διεθνή τύπο.

Προτού ταξιδεύσει ο τουρίστας και στην προσπάθειά του να διευθετήσει τα του ταξιδιού του, σημαντικό ρόλο παίζει η ευκολία ή δυσκολία απόκτησης της περιπόθητης βίζας. Δεδομένου ότι η πλειονότητα των Ρώσων τουριστών λαμβάνει απόφαση για ταξίδι την τελευταία στιγμή⁵⁶, ο παράγοντας αυτός εξελίσσεται σε έναν πολύ σημαντικό περιορισμό και πρέπει να τύχει ιδιαίτερης προσοχής από την Ελλάδα.

Η επόμενη σε σημαντικότητα δυσκολία που συναντά προ του ταξιδιού, είναι η απόκτηση ξένου συναλλάγματος, καθώς το τραπεζικό σύστημα της Ρωσίας δεν έχει ακόμη προσαρμοστεί στη δυτικά πρότυπα και οι συνεργασίες των εγχωρίων (ρωσικών) τραπεζών με τις ξένες είναι ακόμη δυσχερείς.

Μετά την τουριστική εμπειρία, ο τουρίστας περιγράφει σε φίλους και γνωστούς τις εντυπώσεις του και πόσο πολύ ή λίγο ευχαριστημένος έμεινε. Αυτό αποτελεί την αποτελεσματικότερη διαφήμιση (ή δυσφήμιση) για τη χώρα υποδοχής. Σημαντική θέση, στις αξιολογήσεις του, πέραν του

καταλύματος και των άμεσων υπηρεσιών που έλαβε, κατέχουν και οι ήδη δημιουργημένες υποδομές (ιδίως τα αεροδρόμια, ως ο πρώτος και τελευταίος χώρος επαφής του τουρίστα με τη χώρα υποδοχής και αν πρόκειται για νησιά, η συνεχής παροχή νερού και ηλεκτρισμού, αλλά και η ύπαρξη ιατρικών κέντρων), οι οποίες συνέβαλαν ή όχι στην επιθυμητή άνεση, ευχέρεια μετακινήσεων, ασφάλεια και διατήρηση της υγείας του τουρίστα κατά το χρόνο που έκανε τις διακοπές του

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που παρακινεί τον τουρίστα να διαφημίσει τη χώρα υποδοχής, είναι και η «φιλοξενία» που τυχόν συνάντησε από τους ντόπιους κατοίκους και συλλογικούς φορείς.

Εάν ο Ρώσος τουρίστας μείνει ευχαριστημένος από τη διαμονή και τις λοιπές υπηρεσίες που έλαβε θα επαναλάβει την τουριστική εμπειρία, άλλως τον επόμενο χρόνο πιθανότατα θα επισκεφθεί άλλη χώρα.

Η πρόκληση που αντιμετωπίζει η ελληνική τουριστική αγορά είναι η διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς της. Η προσπάθεια διατήρησης υψηλών ρυθμών αύξησης της ζήτησης ή έστω διατήρησης του αριθμού των επισκεπτών σε υψηλά επίπεδα μπορεί να επιτευχθεί με την προσφορά χαμηλών τιμών. Το γεγονός αυτό βέβαια, δημιουργεί χαμηλά κέρδη και έτσι δυσκολεύει την πραγματοποίηση επενδύσεων και τη βελτίωση ή έστω διατήρηση του ποιοτικού επιπέδου των προσφερόμενων υπηρεσιών. Αν και ένας προορισμός οφείλει να διατηρεί την ανταγωνιστικότητά του στις τιμές, αυτή δεν είναι από μόνη της ικανή συνθήκη για τη βελτίωση ή διατήρηση της θέσης του. Άλλωστε, οι σχετικοί δείκτες για την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών ως προς το κόστος, αποδεικνύουν τη δυσκολία της ελληνικής τουριστικής αγοράς να ακολουθήσει έναν πόλεμο τιμών. Η ελληνική τουριστική αγορά υστερεί συγκριτικά με όλους τους ανερχόμενους μεσογειακούς προορισμούς στη σχετική κατάταξη.

Ένας άλλος τρόπος βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας είναι να αυξάνουμε την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών περισσότερο από το κόστος (value for money). Η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών παίζει σημαντικό ρόλο στη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ποιότητα άλλωστε είναι αυτή που μπορεί να διατηρήσει υψηλά επίπεδα ζήτησης για έναν προορισμό παρά τον εντεινόμενο ανταγωνισμό. Η ποιοτική αναβάθμιση και διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι πλέον επιτακτική ανάγκη.

Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος μπορεί να επιτευχθεί με την ανάπτυξη νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού και για να μπορέσει ο τουρισμός να αποκτήσει ακόμα μεγαλύτερη δυναμική και να συνεισφέρει περισσότερο στην οικονομία της χώρας μας θα πρέπει εκτός από τον

παραδοσιακό τουρισμό να αναπτυχθούν μορφές όπως ο συνεδριακός τουρισμός, ο θρησκευτικός, ο αγροτουρισμός κ.λ.π.

Συγκεκριμένα, ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα βρίσκεται σε πολύ χαμηλό επίπεδο παρόλο που οι δυνατότητες της Ελλάδας για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι πολύ μεγάλες. Μέχρι σήμερα, όσες ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις επένδυσαν σε μεγάλα σύγχρονα συνεδριακά κέντρα διαπίστωσαν ότι ο τζίρος των συνεδριακών πελατών τους ήταν διπλάσιος από αυτόν των άλλων πελατών τους. Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού απαιτείται η λήψη μιας σειράς μέτρων τα οποία σχετίζονται με την υποδομή αλλά και με την αλλαγή του θεσμικού πλαισίου για τους οργανωτές συνεδρίων και εκθέσεων καθώς πολλά μη ειδικευμένα άτομα οργανώνουν σήμερα συνέδρια με αποτέλεσμα να δυσφημίζεται η Ελλάδα στο εξωτερικό. Όσον αφορά την υποδομή, τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια έντονη κινητικότητα εκ μέρους της πολιτείας για να καλυφθούν οι ελλείψεις και οι παραλείψεις των προηγούμενων ετών.

Το είδος του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να συνδυαστεί με αθλητικά γεγονότα, προπονήσεις ή και ατομικό αθλητισμό π.χ. ιστιοπλοΐα, ποδηλασία κλπ. Αυτή η μορφή τουρισμού έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης. Οι αθλητικές εγκαταστάσεις που δημιουργήθηκαν για την οργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 μπορούν να αξιοποιηθούν στο πλαίσιο του αθλητικού τουρισμού καθώς επωφελούμενοι από το εύκρατο κλίμα, ξένοι αθλητές και αθλητικά σωματεία θα μπορούσαν να πραγματοποιούν τις προπονήσεις τους για μεγάλα αθλητικά γεγονότα στη χώρα μας.

Ο θρησκευτικός τουρισμός που περιλαμβάνει μοναστήρια, εκκλησίες και πανηγύρεις βρίσκεται σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης στη χώρα μας. Η Ελλάδα είναι από τις λίγες χώρες που μπορεί να αναπτύξει τέτοιου είδους τουρισμό καθώς τα ελληνικά μοναστήρια αποτελούν θαυμάσια τεκμήρια τέχνης. Χτισμένα από το 10ο αιώνα, συνδυάζουν την ελληνική ορθόδοξη παράδοση με την εξέλιξη της αρχιτεκτονικής και της ζωγραφικής στον ελληνικό χώρο. Ο ορθόδοξος μοναχισμός έχει προσφέρει σε κάθε γωνιά του τόπου μας θαυμάσια μνημεία, προσαρμοσμένα απόλυτα στη γεωγραφική θέση, το ανάγλυφο του εδάφους και το φυσικό τοπίο.

Επίσης, η Ελλάδα έχει μια πολύ μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά η οποία με την κατάλληλη εκμετάλλευση μπορεί να προσελκύσει ένα μεγάλο μέρος της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης. Η παραδοσιακή αρχιτεκτονική, οι παραδοσιακοί οικισμοί και τα ιστορικά κέντρα των πόλεων αποτελούν βασικά στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς και φυσιογνωμίας της χώρας. Ο πλούτος και η ποικιλομορφία της ελληνικής αρχιτεκτονικής κληρονομιάς αναδεικνύονται στους 653 διατηρητέους παραδοσιακούς οικισμούς, τα 8000 διατηρητέα κτίρια καθώς και τα αρχαία και βυζαντινά μνημεία. Η διατήρηση και ανάδειξη της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς αποτελεί συστατικό στοιχείο της τουριστικής ανάπτυξης και της προσφοράς εναλλακτικών δυνατοτήτων για κάθε είδους τουριστική δραστηριότητα.

Πολλά κτίρια παραδοσιακής αρχιτεκτονικής έχουν σήμερα αποκτήσει νέες χρήσεις και στεγάζουν διάφορες λειτουργίες όπως τουριστικά καταλύματα, μουσεία, εκθέσεις, εστιατόρια, δημόσιες και δημοτικές υπηρεσίες κλπ. Τα ιστορικά κέντρα των ελληνικών πόλεων αναζωογονούνται με ανακαινίσεις κτιρίων, πεζοδρομήσεις και διαμορφώσεις χώρων και αποτελούν ελκυστικούς τόπους επίσκεψης. Επιπλέον, σε ολόκληρο τον ελληνικό χώρο είναι διάσπαρτες οι οχυρώσεις θέσεων και οικισμών με φυλάκια, πύργους ή τείχη με επάλξεις και πύργους. Χτισμένα από τους Βυζαντινούς, συχνά επάνω σε θέσεις οχυρωμένες από τους αρχαίους χρόνους, δέχτηκαν αργότερα προσθήκες και επεκτάσεις από Φράγκους, Ενετούς ή Γενουάτες και Οθωμανούς. Τα κάστρα του ελληνικού χώρου σηματοδοτούν την ιστορική διαμόρφωση του τόπου μας και αποτυπώνουν τη διαδοχή ιστορικών εποχών, οικοδομικών τεχνικών και πολιτιστικών προτύπων.

Η Ελλάδα εκτός από σπάνια τοπία και ιδιαίτερες φυσικές ομορφιές έχει και πηγές με σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες. Τα ιαματικά λουτρά αποτελούν μέρος του εθνικού πλούτου της χώρας μας, ενώ οι θεραπευτικές τους ιδιότητες είναι γνωστές από τα αρχαία χρόνια. Οι ιαματικοί φυσικοί πόροι είναι διάσπαρτοι στην ελληνική επικράτεια, ενώ τα νερά των συγκεκριμένων πηγών διαφέρουν από τα συνηθισμένα, είτε λόγω της υψηλής τους θερμοκρασίας είτε λόγω της παρουσίας σπάνιων δραστικών συστατικών. Τα νερά αυτά χαρακτηρίζονται ως μεταλλικά εξαιτίας της θερμοκρασίας ή της γενικής χημικής τους σύστασης. Εκτός από τις ψυχρές μεταλλικές πηγές, υπάρχουν και οι θερμοπηγές με τις οποίες οικοδομήθηκε ένας κλάδος θεραπευτικής αγωγής, η ιαματική υδροθεραπεία (θερμαλισμός). Η γεωγραφική κατανομή των πηγών δεν είναι τυχαία καθώς συνδέεται είτε με τεκτονικά γεγονότα όπως για παράδειγμα στις περιπτώσεις των πηγών του Καϊάφα, της Κυλλήνης και του Λαγκαδά, είτε με ηφαιστειακές δραστηριότητες όπως για παράδειγμα στις περιπτώσεις των πηγών των Μεθάνων, της Μήλου, της Λέσβου, της Σαμοθράκης και της Λήμνου.

Ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση. Επίσης, η δραστηριότητα αυτή φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο στις οποίες μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης. Παράλληλα, κινητοποιεί τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις του τόπου συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου. Πολλές επιχειρήσεις σε όλη τη χώρα προσφέρουν τη δυνατότητα απόλαυσης των μοναδικών πλεονεκτημάτων της ελληνικής υπαίθρου, μέσω ειδικών προγραμμάτων αγροτουρισμού.

Τέτοιες επιχειρήσεις μπορεί να είναι πρατήρια/εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων, αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής, τουριστικά γραφεία που οργανώνουν προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, αγροκτήματα, επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων και εργαστήρια λαϊκής τέχνης.

Η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, καθώς παρά τη μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Χιλιάδες δαντελωτές ακτές, επιβλητικά βουνά, σπήλαια και φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, βιότοποι εξαιρετικής ομορφιάς και μοναδικά οικοσυστήματα τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της χώρας, την καθιστούν ιδανικό προορισμό για αυτούς που επιλέγουν τον οικολογικό – εναλλακτικό τουρισμό.

Η διαφήμιση είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Το διαδίκτυο αλλάζει δραματικά το σκηνικό της προβολής και προώθησης των τουριστικών υπηρεσιών σε παγκόσμιο επίπεδο. Είναι πλέον βασικό μέσο μετάδοσης πληροφορίας και επικοινωνίας. Παράλληλα, προσφέρει τη δυνατότητα για πωλήσεις με τη διάδοση των μέσων ηλεκτρονικών πληρωμών στον παγκόσμιο ιστό (ηλεκτρονικό εμπόριο).

Η διεθνής ακαδημαϊκή βιβλιογραφία αλλά και οι στατιστικές της Eurostat έχουν δείξει ότι η διείσδυση του διαδικτύου ξεκίνησε με αργούς ρυθμούς στη χώρα μας. Ιδιαίτερα σε θέματα ηλεκτρονικού εμπορίου, η Ελλάδα πρέπει να καλύψει γρήγορα το χαμένο έδαφος, κυρίως στον τουριστικό τομέα όπου παγκοσμίως πλέον, ένα μεγάλο μέρος των κρατήσεων από ιδιώτες γίνεται μέσω διαδικτύου. Παρά τη χρονοτριβή και τις όποιες δυσκολίες στην αφομοίωση του διαδικτύου από τις ελληνικές επιχειρήσεις, η εκπροσώπηση της Ελλάδας και της εγχώριας τουριστικής βιομηχανίας είναι αρκετά μεγάλη. Αυτό οφείλεται πρώτα από όλα στο σημαντικό ρόλο που διαδραματίζουν οι ξένες πρωτοβουλίες (tour operators, πολυεθνικές τουριστικές επιχειρήσεις, ιδιώτες κ.λ.π.) που διαφημίζουν στο διαδίκτυο, άμεσα ή έμμεσα, ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς. Επίσης, η ευρεία διάδοση του διαδικτύου στις χώρες που αποτελούν τις κύριες πηγές ροών τουριστών στην Ελλάδα, αντισταθμίζει τη μικρότερη διείσδυσή του στη χώρα μας. Για αυτό το λόγο, οι υπάρχουσες ιστοσελίδες τουριστικών υπηρεσιών που προωθούν την Ελλάδα, βρίσκουν ευρεία απήχηση στους χρήστες του διαδικτύου στο εξωτερικό. Ωστόσο, χρειάζονται εντατικότερες ενέργειες και ελληνικές πρωτοβουλίες για να επεκταθεί περισσότερο η εκπροσώπηση των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων στο διαδίκτυο.

Σύμφωνα με τη Eurostat, στην Ευρώπη των 25, το 27% των χρηστών που αναζητούν πληροφορίες για τις διακοπές τους ηλεκτρονικά είναι μεταξύ 25 και 54 ετών, ενώ το 26% είναι ακόμη πιο νέας ηλικίας. Το 90% των τουριστικών επιχειρήσεων στον τομέα της στέγασης, διαθέτει ιστοσελίδες, γεγονός που επιτρέπει την προβολή τους αλλά και την άντληση πελατείας μέσω

συστημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών στο διαδίκτυο. Μέσα σε αυτή την εξαιρετικά δυναμική αγορά που προβάλλεται στο διαδίκτυο, η Ελλάδα καλείται να αντιμετωπίσει ισχυρό ανταγωνισμό από παλιούς και νέους ανταγωνιστές.

Η Ελλάδα βρίσκεται στην 5η θέση ανάμεσα σε 20 χώρες της Μεσογείου σε αριθμό αναφορών τουριστικών υπηρεσιών, δηλαδή ιστοσελίδων που προωθούν τις τουριστικές υπηρεσίες της χώρας. Αυτό μεταφράζεται σε μια πιθανότητα 5% περίπου να συναντήσει κάποιος δυνητικός τουρίστας πληροφορίες για κάποιο τουριστικό προορισμό ή υπηρεσία στο διαδίκτυο ανάμεσα σε 40 εκατομμύρια ηλεκτρονικές αναφορές (ιστοσελίδες). Αν εξετάσουμε τη θέση της Ελλάδας ανάμεσα στους βασικούς ανταγωνιστές στην περιοχή (Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία και Τουρκία), η πιθανότητα αυτή είναι περίπου διπλάσια. Δηλαδή, μια στις δέκα ιστοσελίδες που αναφέρονται σε τουριστικές υπηρεσίες (και που συνήθως επιτρέπουν ηλεκτρονικές κρατήσεις ή πληρωμές) είναι αφιερωμένη σε κάποιο ελληνικό προορισμό. Αυτό είναι αρκετά θετικό και συμφωνεί με το μερίδιο της τουριστικής αγοράς που έχει η Ελλάδα στη Νότια Μεσόγειο (περίπου 9%, βάσει αφίξεων και σύμφωνα με τον WTO). Επίσης, η χώρα μας εμφανίζεται να προηγείται από πολλούς ανταγωνιστές της σε αριθμό πιστοποιημένων (από επίσημους φορείς της τουριστικής βιομηχανίας) ιστοσελίδων επιχειρήσεων. Βρίσκεται στην 3η θέση μετά την Ιταλία και την Ισπανία και ακολουθείται στενά από την Πορτογαλία, την Τουρκία και την Αίγυπτο. Επειδή όμως η διαφορά από τους μεγάλους ανταγωνιστές στην περιοχή δεν είναι αρκετά μεγάλη, μπορεί εύκολα να ανατραπεί.

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι η διαφήμιση αλλά και το διαδίκτυο είναι ιδιαίτερης σημασίας για τη σύγχρονη τουριστική βιομηχανία της χώρας. Επιπλέον, προβάλλεται μια ξεκάθαρη εικόνα των προκλήσεων που θέτει το διαδίκτυο στην ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών και είναι πλέον αναμφισβήτητο το γεγονός ότι στην εποχή του διαδικτύου, των ιστοσελίδων, των ιστολογίων και του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι επιτακτική ανάγκη για την Ελλάδα να εκμεταλλευτεί επιτυχώς τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες που προσφέρει η υψηλή τεχνολογία.

Σύμφωνα με το World Economic Forum η Ελλάδα βρίσκεται στην 22η θέση στη συνολική κατάταξη 130 χωρών σύμφωνα με το Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας 2012, ενώ το 2007 βρισκόταν στην 24η θέση ανάμεσα σε 124 χώρες. Ο δείκτης αυτός χρησιμοποιήθηκε πρώτη φορά το 2007 και διαμορφώνεται λαμβάνοντας υπόψη στατιστικά δεδομένα σε συνδυασμό με δεδομένα από την ετήσια έρευνα Executive Opinion Survey. Οι τρεις βασικοί υποδείκτες του Δείκτη Ταξιδιωτικής & Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας είναι:

1. το ρυθμιστικό πλαίσιο
2. το επιχειρηματικό περιβάλλον & οι τουριστικές υποδομές

3. οι ανθρώπινοι, φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι

Οι τρεις αυτοί υποδείκτες αναλύονται σε επιμέρους στοιχεία τα οποία περιλαμβάνονται με την κατάταξη της Ελλάδας σε κάθε ένα από αυτά στον πίνακα που ακολουθεί.

	Κατάταξη	Βαθμολογία
Δείκτης Ταξιδιωτικής & Τουριστικής	22	4,9
A. Ρυθμιστικό πλαίσιο	17	5,5
1. Κανόνες και ρυθμίσεις	61	4,4
2. Περιβαλλοντικοί κανονισμοί	40	4,9
3. Ασφάλεια	31	5,7
4. Υγεία και υγιεινή	16	6,4
5. Προτεραιότητα τουριστικού τομέα	1	6,0
B. Επιχειρηματικό περιβάλλον & τουριστικές υποδομές	30	4,6
6. Υποδομές εναέριων συγκοινωνιών	20	4,6
7. Υποδομές επίγειων συγκοινωνιών	46	4,4
8. Τουριστικές υποδομές	9	6,7
9. Υποδομές τεχνολογιών πληροφορίας &	39	3,6
10. Ανταγωνιστικότητα τιμών	120	3,8
Γ. Ανθρώπινοι, πολιτιστικοί και φυσικοί πόροι	18	4,7
11. Ανθρώπινοι πόροι	43	5,1
ο Εκπαίδευση & κατάρτιση	45	4,9
ο Διαθεσιμότητα ειδικευμένου εργατικού δυναμικού	62	5,3
12. Ελκυστικότητα για ταξίδια και τουρισμό	39	5,1
13. Φυσικοί πόροι	75	3,0
14. Πολιτιστικοί πόροι	16	5,4

Πηγή: WEF – The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008

Η βελτίωση της θέσης της Ελλάδας οφείλεται κυρίως στη μετατόπιση τριών χωρών, της Κύπρου, του Βελγίου και των Ενωμένων Αραβικών Εμιράτων σε χειρότερες θέσεις καθώς η συνολική βαθμολογία της Ελλάδας όχι μόνο δε βελτιώθηκε αλλά αντίθετα μειώθηκε από 4,99 σε 4,92 στην κλίμακα 1 έως 7. Επιπλέον, η βελτιωμένη θέση της χώρας οφείλεται και στη συγκέντρωση μεγαλύτερης βαθμολογίας σε παράγοντες σχετικά με την προτεραιότητα που έχει ο τομέας του τουρισμού στην κυβερνητική δράση. Πιο συγκεκριμένα, η βαθμολογία στο δείκτη «Προτεραιότητα τουριστικού τομέα» από 4,9 το 2007, αυξήθηκε σε 6,0 το 2012, γεγονός που είχε ως αποτέλεσμα τη μετατόπιση της χώρας από την 22η στην 1η θέση σε αυτόν τον τομέα. Παρόλα αυτά, η μεγαλύτερη προτεραιότητα της κυβέρνησης στον τουρισμό δε συνοδεύεται και από ανάλογη βελτίωση των τουριστικών υποδομών, του ανθρώπινου δυναμικού και του ρυθμιστικού πλαισίου.

Σε σχέση με τους άμεσους ανταγωνιστές της, η Ελλάδα υπερτερεί έναντι της Κύπρου (24η), της Κροατίας (34η), της Τουρκίας (54η) και της Αιγύπτου (66η) ενώ υστερεί έναντι της Ισπανίας (5η) και της Πορτογαλίας (15η). Από τις ανταγωνίστριες χώρες, η Ισπανία, η Πορτογαλία και η Κροατία βελτίωσαν τις θέσεις τους σε σχέση με το 2007, με πιο σημαντική βελτίωση εκείνη της Ισπανίας η οποία από τη 15η θέση πήγε στην 5η θέση. Αντίθετα, η Κύπρος, η Τουρκία και η Αίγυπτος το 2012 βρίσκονται σε χαμηλότερες θέσεις σε σχέση με το 2007.

Τα δυνατά σημεία της Ελλάδας είναι η προτεραιότητα του τουριστικού τομέα (1η θέση), οι τουριστικές υποδομές (9η θέση), οι πολιτιστικοί πόροι (16η θέση) και οι εξαιρετικές γενικές συνθήκες υγιεινής (16η θέση). Αντίθετα, η χώρα μας υστερεί σε μια σειρά από άλλους σημαντικούς παράγοντες όπως το επίπεδο τιμών (120η θέση), το πλαίσιο κανόνων και ρυθμίσεων (61η θέση). Παράλληλα, σημαντική υστέρηση παρατηρείται και στις υποδομές οδικών μεταφορών, όπου η χώρα μας χαρακτηρίζεται ελάχιστα αποτελεσματικά συγκριτικά με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, καθώς επίσης και στον τομέα των ανθρώπινων πόρων, κυρίως λόγω των πρακτικών πρόσληψης και απόλυσης και της ποιότητας του εκπαιδευτικού συστήματος.

3.4 Ανάλυση προβλέψεων ανάπτυξης Ρώσικης τουριστικής αγοράς το 2015

Η διάθεση για ταξίδια των Ευρωπαίων, παρά τις τοπικές κρίσεις και την αναιμική οικονομική ανάπτυξη, παραμένει σταθερά αυξητική, σύμφωνα με τα στοιχεία της έκθεσης ITB World Travel Trends Report, η οποία διεξήχθη από την IPK International.

Στους πρώτους 8 μήνες του 2014, σύμφωνα με την έκθεση, τα ταξίδια των Ευρωπαίων στο εξωτερικό αυξήθηκαν κατά 3% και οι δαπάνες ανά διανυκτέρευση κατά 4%, ενώ ανάλογη αύξηση 3% αναμένεται και το 2015.

Από την αύξηση των ταξιδιών σε αριθμούς ρεκόρ στην ιστορία του ευρωπαϊκού τουρισμού, όπως επισημαίνεται, επωφελήθηκαν περισσότερο η Ελλάδα, η Ισπανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Τα ταξίδια αναψυχής αυξήθηκαν κατά 5%, τα city breaks κατέγραψαν την υψηλότερη αύξηση κατά 10% (κάτι που, προφανώς, βοήθησε και την Αθήνα στην εντυπωσιακή ανάκαμψη), ενώ, αντίθετα, οι διακοπές στους προορισμούς με χιόνι και στην ύπαιθρο μειώθηκαν. Τα επαγγελματικά ταξίδια, τέλος, είχαν οριακή αύξηση κατά 1%.

Η ρωσική αγορά μειώθηκε κατά 1%, σύμφωνα με την έρευνα, επιβεβαιώνοντας τις εκτιμήσεις, που έχουν αναφερθεί και στη στήλη, ότι παραμένει ζωντανή, παρά το φοβερό ξεκαθάρισμα της αγοράς με το μαπαράζ πτωχεύσεων μεγάλων τουριστικών οργανισμών.

Η έρευνα εκτιμά ότι και το 2015 τα ταξίδια των Ευρωπαίων θα συνεχίσουν την σταθερά ανοδική τους πορεία, με υπολογιζόμενη νέα αύξηση 3%.

Η κατάσταση με την ρώσικη αγορά για το 2015 δεν δείχνει θετική πορεία. Εάν εξετάσουμε το κόστος του Ευρώ προ το Ρούβλι, που αναφέρεται παρακάτω από τις πηγές της Κεντρικής Τράπεζας Ρώσικης ομοσπονδίας, βλέπουμε πως υπάρχει υψηλή αυξητική τάση.

Πίνακας 12: Το κόστος του Ευρώ προς το Ρούβλι, από τις πηγές της Κεντρικής Τράπεζας Ρώσικης ομοσπονδίας. Ημερομηνία Ανάρτησης: 15/12/2014

Ημερομηνία	1 EUR προς 1 RUR
11.12.2014	67.1989
10.12.2014	66.8809
09.12.2014	65.4248

06.12.2014	65.7169
05.12.2014	64.8443
04.12.2014	67.2652
03.12.2014	63.2414
02.12.2014	64.4425
29.11.2014	61.4108
28.11.2014	59.6215
27.11.2014	57.9052
26.11.2014	55.8779
25.11.2014	55.5336
22.11.2014	57.4377
21.11.2014	58.5817
20.11.2014	58.909
19.11.2014	58.6448
18.11.2014	59.3081

Το γεγονός υποτίμησης εθνικού νομίσματος της Ρωσίας είναι φανερό, και επηρεάζει άμεσα την αγοραστική δύναμη του ρώσου πολίτη, που οι μισθοί εντός ρώσικης επικρατείας παραμένουν σταθεροί. Παρακάτω είναι τα στατιστικά στοιχεία εσόδων ρώσων πολιτών ανά έτος:⁵²



Πίνακας 13: Αναλυτικά μέσος μισθός στην Ρωσία 2012- Μάρτιος 2014 σύμφωνα με Στατιστική Υπηρεσία της Ομοσπονδίας Rosstat

Αναλυτικά μέσος μισθός στην Ρωσία 2012- Μάρτιος 2014 σύμφωνα με Στατιστική Υπηρεσία της Ομοσπονδίας Rosstat:⁵³

Έτος	1ος	2ος	3ος	4ος	5ος	6ος	7ος	8ος	9ος	10ος	11ος	12ος
2012	23 746	24 036	25 487	25 800	26 385	27 494	26 684	25 718	25 996	26 803	27 448	36 450
2013	26 840	26 620	28 693	30 026	29 723	30 986	30 229	29 226	29 346	30 069	30 290	39 648
2014	29 535	29 255	31 486	32 947	33 280							

Σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία – υψηλή τιμή του Ευρώ προς Ρούβλι (τελευταίο χρόνο), η τάση εσόδων ρώσων πολιτών δεν δείχνει μεγάλη αυξητική ροή, επιβαρύνει την επικρατούσα

⁵² <https://ru.wikipedia.org/wik/index.php?Section=1&Part=3&Page=15> Ημερομηνία Ανάρτησης: 10/12/2014

⁵³ <http://person-agency.ru/salary.html/index.php?Section=1&Part=3&Page=121> Ημερομηνία Ανάρτησης: 10/12/2014

κατάσταση υψηλό κόστος τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα. Πιο αναλυτικά μπορούμε να δούμε την τιμή ενός τουριστικού πακέτου οικογενειακό 2+1 παιδί (έως 12 χρονών) σε ξενοδοχεία 3-4* στην Ελλάδα:

- hotel availability
 - tickets
 ● - available
 ● - few
 ● - unavailable
 ● - on demand
 n/a - tickets are not included

Departure	Nights	Resort	Hotel	Rate	Meal	Accommodation	Touoperator				Price
12.06 Sat	6 (18.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB DBL + 1CHL (2-14)	Sunmar				93 685 RUR
13.06 Sun	6 (19.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB DBL + 1CHL (2-14)	Sunmar				93 685 RUR
14.06 Mon	6 (20.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB DBL + 1CHL (2-14)	Sunmar				93 685 RUR
12.06 Sat	6 (18.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB TRP (3+0)	Sunmar				94 938 RUR
13.06 Sun	6 (19.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB TRP (3+0)	Sunmar				94 938 RUR
14.06 Mon	6 (20.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB TRP (3+0)	Sunmar				94 938 RUR
09.06 Wed	7 (16.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB DBL + 1CHL (2-14)	Sunmar				96 608 RUR
09.06 Wed	7 (16.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB TRP (3+0)	Sunmar				97 940 RUR
11.06 Fri	7 (18.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB DBL + 1CHL (2-14)	Sunmar				99 404 RUR
11.06 Fri	7 (18.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB TRP (3+0)	Sunmar				100 735 RUR
12.06 Sat	7 (19.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB DBL + 1CHL (2-14)	Sunmar				100 802 RUR
13.06 Sun	7 (20.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB DBL + 1CHL (2-14)	Sunmar				100 802 RUR
14.06 Mon	7 (21.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB DBL + 1CHL (2-14)	Sunmar				100 802 RUR
12.06 Sat	7 (19.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB TRP (3+0)	Sunmar				102 134 RUR
13.06 Sun	7 (20.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB TRP (3+0)	Sunmar				102 134 RUR
14.06 Mon	7 (21.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB TRP (3+0)	Sunmar				102 134 RUR
08.06 Tue	7 (15.06)	Crete-Retimno		4*	8.7	BB TRP (2+1)	Pegas Tourist				103 664 RUR

- hotel availability
 - tickets
 ● - available
 ● - few
 ● - unavailable
 ● - on demand
 n/a - tickets are not included

Departure	Nights	Resort	Hotel	Rate	Meal	Accommodation	Touoperator				Price
11.06 Fri	6 (17.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				90 071 RUR
11.06 Fri	6 (17.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Biblio Globus				90 578 RUR
11.06 Fri	7 (18.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				92 742 RUR
10.06 Thu	7 (17.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				92 742 RUR
11.06 Fri	7 (18.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Biblio Globus				93 264 RUR
10.06 Thu	7 (17.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Biblio Globus				93 264 RUR
13.06 Sun	6 (19.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				98 769 RUR
12.06 Sat	6 (18.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				98 769 RUR
14.06 Mon	6 (20.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				98 769 RUR
13.06 Sun	6 (19.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Biblio Globus				99 325 RUR
12.06 Sat	6 (18.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Biblio Globus				99 325 RUR
14.06 Mon	6 (20.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Biblio Globus				99 325 RUR
11.06 Fri	8 (19.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				99 729 RUR
10.06 Thu	8 (18.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				99 729 RUR
11.06 Fri	8 (19.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Biblio Globus				100 290 RUR
10.06 Thu	8 (18.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Biblio Globus				100 290 RUR
13.06 Sun	7 (20.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				101 372 RUR
12.06 Sat	7 (19.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				101 372 RUR
14.06 Mon	7 (21.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Polar Tour				101 372 RUR
13.06 Sun	7 (20.06)	Crete-Retimno	Standard	3*	9.9	BB DBL + 1CHL (2+1)	Biblio Globus				101 943 RUR

<< prev **1** 2 next >>

Πηγή: <http://sletat.ru/> - συγκριτικά πακέτα των tour operators που δουλεύουν σε ρώσικη αγορά (21/12/2014)

Συνοψίζοντας όλα τα παραπάνω στοιχεία μπορούμε να σημειώσουμε εξής:

Λόγω υψηλής υποτίμησης του Ρούβλι, ένα τουριστικό πακέτο από Ρωσία για Ελλάδα αυξάνεται κατά 30-40% για το 2015. Το γεγονός αυτό αμέσως αποδεικνύει πως το ποσοστό τουριστών από την Ρωσία θα είναι μειωμένο κατά 30%. Επίσης διάφορα μέτρα που έχει αποφασίσει η ΕΕ κατά της Ρωσίας παίζουν σημαντικό ρόλο στην είσοδο ρώσων πολιτών στην Ελληνική επικράτεια. Η διαδικασία θεωρήσεις εισόδου το 2015 για ρώσους αλλάζει και γίνεται πιο περίπλοκη.

Νέα δεδομένα διαμορφώνουν στον ελληνικό τουρισμό οι εξελίξεις στο μέτωπο Ρωσίας - Τουρκίας, με τη Γερμανία να ενισχύει τη θέση της ως υψηλού «επόπτη» της αγοράς διακοπών στις δύο πλευρές του Αιγαίου.

Οι πρώτες ενδείξεις οδηγούν στην εκτίμηση πως το 2015 ίσως εξελιχθεί σε ελληνοτουρκική τουριστική κόντρα. Κι αυτό καθώς η Τουρκία επιχειρεί τουριστική αντιπίθεση σε όλα τα μέτωπα, ενώ την ίδια στιγμή ο ελληνικός τουρισμός επιχειρεί να διατηρηθεί σε ανοδική τροχιά, με ανοιχτό το ενδεχόμενο αύξησης του ΦΠΑ στα ξενοδοχεία.

Οι κινήσεις Ρωσίας - Τουρκίας στη γεωπολιτική σκακιέρα της περιοχής και η πρόσφατη συνάντηση Πούτιν - Ερντογάν επιβεβαίωσαν πως η Ρωσία «ψηφίζει» Τουρκία στο χώρο του τουρισμού. Τουλάχιστον για το 2015. Την ίδια στιγμή ο ελληνικός τουρισμός αντιμετωπίζει το ορατό ενδεχόμενο ενός ρωσικού «χειμώνα» στις κρατήσεις διακοπών.

Οι Ρώσοι tour operators δίνουν, πλέον, προτεραιότητα στην Τουρκία, ενώ την ίδια στιγμή στη συντριπτική τους πλειοψηφία εμφανίζονται αποφασισμένοι είτε να διατηρήσουν τα προγράμματά τους στα περυσινά επίπεδα (ελάχιστοι) είτε να τα μειώσουν (οι περισσότεροι). Στελέχη ρωσικών tour operators, μάλιστα, ανέφεραν πως ακόμα και μια μείωση των προγραμμάτων τους κατά 50% προς Ελλάδα το 2015 ίσως αποδειχθεί πως δεν είναι αρκετή να καλυφθεί η μείωση ζήτησης.

Στο εννεάμηνο φέτος η κάμψη της κίνησης προς την Ελλάδα συγκρατήθηκε σε ελεγχόμενα επίπεδα καθώς, σύμφωνα με στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας της Ρωσίας, διαμορφώθηκε στο -10% στο σύνολο των Ρώσων ταξιδιωτών και στο -11% για όσους ταξίδεψαν στην Ελλάδα για διακοπές. Οι φετινές απώλειες, όμως, από τη ρωσική αγορά εκτιμάται ότι θα ανέλθουν στα επίπεδα του 14%-15%, καθώς οι κρατήσεις κατέρρευσαν από τον Οκτώβριο εξαιτίας του ντόμινο πτωχεύσεων ρωσικών tour operators.

Συγκρίνοντας, ωστόσο, τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας και της Στατιστικής Υπηρεσίας της Ρωσίας για την Ελλάδα προκύπτει... θέμα. Κι αυτό καθώς στο εννεάμηνο φέτος, σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδας (ταξιδιωτικό ισοζύγιο), ήρθαν στη χώρα 1.163.700 Ρώσοι ταξιδιώτες. Για το ίδιο

διάστημα, ωστόσο, η Στατιστική Υπηρεσία της Ρωσίας αναφέρει πως οι Ρώσοι που ταξίδεψαν στην Ελλάδα έφθασαν τους 1.161.968 από τους οποίους οι 976.594 για τουρισμό.

Τα επίσημα ρωσικά στοιχεία, δηλαδή, αναφέρουν πως οι Ρώσοι που ήρθαν στην Ελλάδα για τουρισμό είναι περίπου 150.000 λιγότεροι απ' όσους εμφανίζονται στα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας. Θέμα που, αν μη τι άλλο, θα πρέπει να διερευνηθεί και εξηγηθεί.

Στελέχη της ρωσικής αγοράς εκτιμούν πως το μέγεθος των προγραμμάτων που θα διατηρήσουν τελικά για την Ελλάδα οι Ρώσοι tour operators θα οριστικοποιηθεί στα μέσα Φεβρουαρίου.

Μέχρι τότε εκτιμάται ότι θα δοθεί σκληρή μάχη μεταξύ Ελλήνων και Τούρκων ξενοδόχων για την προσέλκυση περισσότερων Ρώσων τουριστών. Μάχη, ωστόσο, στην οποία οι Τούρκοι επιχειρηματίες θα έχουν πλεονέκτημα, σύμφωνα με στελέχη Ρώσων tour operators, ιδιαίτερα αν επιβληθεί τελικά αύξηση του ΦΠΑ στα ελληνικά ξενοδοχεία.

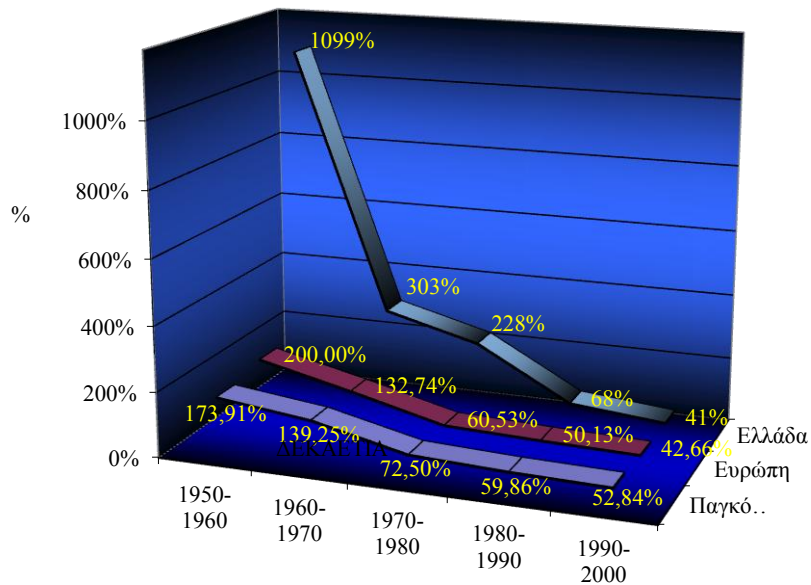
Οι Τούρκοι ξενοδόχοι εμφανίζονται ευέλικτοι και έτοιμοι για προσφορές που θα βοηθήσουν την αύξηση των κρατήσεων από τη Ρωσία, οι Έλληνες ξενοδόχοι είτε έχουν διατηρήσει τις τιμές τους σε σχέση με πέρυσι είτε τις έχουν αυξήσει κατά 3%-4% και σε κάποιες περιπτώσεις ακόμα περισσότερο.

Για να αλλάξει η κατάσταση με τον ρωσικό τουρισμό στην Ελλάδα το 2015 και για τα επόμενα χρόνια πρέπει να αλλάξουνε πολλά δεδομένα – στην παγκόσμια οικονομία, κόστος του ρούβλι, πολιτική σχέση ΕΕ και Ρωσίας και γενικός παγκόσμιος κλίμα πρέπει να διατηρηθεί σε πιο ειρηνικά επίπεδα.

Συμπεράσματα

Μέχρι και το 1990 η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα ήταν ταχύτερη από ότι στην Ευρώπη και στον κόσμο. Όμως, στη δεκαετία 1990-2000 παρατηρούμε ότι η μείωση του ρυθμού αύξησης των αφίξεων είναι μεγαλύτερη στην Ελλάδα από την αντίστοιχη ευρωπαϊκή και παγκόσμια. Αυτό σηματοδοτεί το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι πλέον ένας «ώριμος» -με την έννοια του κύκλου ζωής προϊόντος- τουριστικός προορισμός (βλ Γράφημα 1).

Ποσοστιαία Αύξηση Αφίξεων ανα δεκαετία 1950-2000



Ανακεφαλαιώνοντας όσα ειπώθηκαν για την εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης, η Ελλάδα είναι χώρα του αεροπορικού τουρισμού αφού το 75-80% περίπου των επισκεπτών της χρησιμοποιούν το αεροπλάνο ως μεταφορικό μέσο λόγω της γεωγραφικής απόστασης που την χωρίζει από τις πηγές του ευρωπαϊκού τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια το 55-59% του συνόλου των αφίξεων έρχεται με ναυλωμένες πτήσεις, γεγονός που δείχνει το σημαντικό βαθμό εξάρτησης του ελληνικού τουρισμού από τους tour operators.

Ένα από τα αδύνατα σημεία του ελληνικού τουρισμού είναι η έντονη εποχικότητα που παρουσιάζει, η οποία επηρεάζει αρνητικά το κόστος και την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών με αρνητικές συνέπειες στην ανταγωνιστικότητά του. Το 50% περίπου των επισκεπτών της χώρας μας έρχεται το τρίμηνο Ιουνίου-Αυγούστου. Το τουριστικό αυτό πρότυπο επηρεάζει αρνητικά την αξιοποίηση του παραγωγικού δυναμικού του κλάδου, που σε συνδυασμό με τον υποχρεωτικό

χαρακτήρα των αποσβέσεων των ενεργητικών στοιχείων και την κατανομή του κόστους σε επτά αντί για δώδεκα μήνες το χρόνο εξασθενεί την ανταγωνιστική θέση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, επηρεάζεται αρνητικά η απασχόληση και η εκπαίδευση του προσωπικού. Οι παράγοντες που δημιουργούν το τουριστικό αυτό πρότυπο είναι η φύση του προσφερόμενου προϊόντος (ήλιος-θάλασσα), η γεωγραφική θέση της χώρας και η δομή της αγοράς των tour operators στη χώρα προέλευσης.

Ο τουρισμός, για την Ελλάδα, αποτελεί μια από τις βασικότερες πηγές εισροής κεφαλαίων από το εξωτερικό ενώ, ταυτόχρονα, συμβάλλει και έμμεσα στη δημιουργία εισοδήματος μέσω των απασχολούμενων σε θέσεις εργασίας που σχετίζονται άμεσα και έμμεσα με τον τουρισμό. Η Ελλάδα, έχοντας τα ισχυρά πλεονεκτήματα της υπεροχής του φυσικού της περιβάλλοντος και της μοναδικής ιστορικής και πολιτιστικής της κληρονομιάς, αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς παγκοσμίως.

Ωστόσο, οι νεότερες τάσεις στον τουρισμό καθιστούν επιτακτική την ανάγκη εμπλουτισμού και διαφοροποίησης του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος. Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς και η βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών θα μπορούσαν να αποτελέσουν κρίσιμους παράγοντες τόσο για την περαιτέρω προσέλκυση τουριστών στη χώρα όσο και για την αύξηση της κατά κεφαλήν δαπάνης των τουριστών, αφού η παροχή ποιοτικότερων υπηρεσιών τείνει να προσελκύει τουρίστες υψηλότερων εισοδημάτων.

Ειδικότερα για την περίπτωση της Ρωσίας, η οποία αποτελεί μια σχετικά νέα πηγή προέλευσης τουριστών για την Ελλάδα, η γνωριμία των Ρώσων με το τουριστικό προϊόν που προσφέρει η χώρα, αποτελεί καθοριστικό παράγοντα. Για το σκοπό αυτό είναι αναγκαία η προώθηση του τουρισμού στη Ρωσία, τόσο από το κράτος όσο και από ιδιωτικούς φορείς. Στην κατεύθυνση αυτή, η ενδυνάμωση της διαφημιστικής καμπάνιας σε ρωσικούς τηλεοπτικούς σταθμούς θα μπορούσε να συμβάλλει στην προσέλκυση νέων τουριστών που δεν έχουν επισκεφτεί στο παρελθόν την Ελλάδα, αλλά και στη δημιουργία «τουριστών επανάληψης της εμπειρίας» (repeaters).

Η απόκτηση, διαχρονικά, τουριστικών εμπειριών από τους Ρώσους θα τους καταστήσει περισσότερο απαιτητικούς ως προς τη σχέση ποιότητας-τιμής του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, επηρεάζοντας την επιλογή των τουριστικών προορισμών. Για το λόγο αυτό, το ελληνικό τουριστικό προϊόν θα πρέπει να προσφέρει ποιότητα αλλά και τιμές ικανές να ανταγωνιστούν άλλους δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, και πιο συγκεκριμένα ανταγωνιστικούς μεσογειακούς προορισμούς.

Η απλούστευση των διαδικασιών έκδοσης θεωρήσεων εισόδου διαμονής, σε συνδυασμό με αύξηση των αεροπορικών συνδέσεων, μπορούν να συμβάλλουν στην αύξηση των αφίξεων Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα. Επίσης, δεδομένου ότι λίγοι Ρώσοι είναι γνώστες της αγγλικής γλώσσας, θα πρέπει να ληφθεί μέριμνα ώστε τα εκθέματα και οι ενδείξεις σε μουσεία και άλλους χώρους πολιτιστικού, ιστορικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος να είναι μεταφρασμένα και στη ρωσική γλώσσα.

Στα πλαίσια των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ο θρησκευτικός τουρισμός, καθώς και ο πολιτιστικός- ιστορικός τουρισμός αποτελούν είδη που μπορούν να προσφέρουν ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην Ελλάδα. Το κράτος με τους φορείς του, αλλά και σε συνεργασία με ιδιωτικούς φορείς, μπορεί να συμβάλλει στη διαμόρφωση στρατηγικής για ανάπτυξη και προβολή των εναλλακτικών αυτών μορφών τουρισμού, που μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης τουριστών από όλο τον κόσμο. Ειδικότερα για την περίπτωση της Ρωσίας, το ομόθρησκο, και πιο συγκεκριμένα το ομόδοξο, των δύο λαών μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα για την επιλογή της Ελλάδας ως προορισμού διακοπών. Αναγκαία είναι, λοιπόν, η ανάληψη δράσης τόσο από τους κρατικούς φορείς όσο και από την Εκκλησία για τη διευκόλυνση του ρωσικού θρησκευτικού τουρισμού.

Όσον αφορά προβλέψεις για την επόμενη τουριστική χρονιά το 2015 μπορούμε να σημειώσουμε κάποια γενικά συμπεράσματα, που έχουνε ανακοινώσει ήδη μεγάλα τουριστικά πρακτορεία της χώρας και άλλοι τουριστικοί φορείς.

Τα πρώτα μηνύματα για την πορεία των κρατήσεων το 2015 έχουν αρχίσει ήδη να φτάνουν από τους tour operators του εξωτερικού. Το ενδιαφέρον στρέφεται αρχικά στην αγορά της Γερμανίας, όπου τα ταξιδιωτικά γραφεία διαφημίζουν από τώρα τα προσφερόμενα πακέτα διακοπών της επόμενης χρονιάς με προορισμό την Ελλάδα. Αν και ακόμη είναι πολύ νωρίς για να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα αναφορικά με την εξέλιξη της ζήτησης, οι πρώτες μετρήσεις έδειξαν ότι τα έσοδα από τις πωλήσεις των tour operators τον Αύγουστο για το επόμενο καλοκαίρι ήταν αυξημένα κατά 7,8% έναντι 5,4% την ίδια περίοδο το 2014. Οι Γερμανοί, οι οποίοι φημίζονται για την προτίμησή τους στο «early booking», προχωρούν επίσης σε κρατήσεις πακέτων για τη χειμερινή σεζόν, δίνοντας ελπίδα όχι μόνο για επέκταση της τουριστικής περιόδου, αλλά για την προώθηση του city break.⁵⁴

Οι προοπτικές ανάκαμψης φαίνεται να είναι ακόμη μεγαλύτερες για τη γαλλική αγορά. Η ζήτηση μέχρι τώρα αφήνει πολλά περιθώρια αισιοδοξίας: ήδη οι Γάλλοι επισκέπτες εμφάνισαν αύξηση 19,4% τους πρώτους επτά μήνες και, όπως έδειξαν τα στοιχεία Τράπεζας της Ελλάδος, τα έσοδα άγγιξαν τα 510 εκατ. ευρώ (+25,3%). Σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς οι Γάλλοι ίσως φθάσουν φέτος 1,2 εκατ.

Οι προσπάθειες για προβολή της Ελλάδας και στη σκανδιναβική αγορά δείχνουν πλέον να

⁵⁴ Πηγή <http://www.capital.gr/news.asp?id=2116729> Ημερομηνία Ανάρτησης: 10/12/2014

αποδίδουν καρπούς. Οι tour operators που δραστηριοποιούνται στις αγορές της Σουηδίας και της Νορβηγίας κάνουν λόγο για αύξηση 8-10% στις αφίξεις της επόμενης χρονιάς. Αν και ακόμη απαιτούνται πολλές προσπάθειες για να προβληθεί σωστά η Ελλάδα στις σκανδιναβικές χώρες, είναι ενδεικτικό πως η TUI Nordic τριπλασίασε τα αεροπορικά της δρομολόγια προς τους προορισμούς της Κρήτης και της Ρόδου την τελευταία τριετία, ενώ η Ελλάδα συγκεντρώνει για το καλοκαίρι του 2014 τον υψηλότερο βαθμό ικανοποίησης μεταξύ των πελατών του γνωστού tour operators.

Αν και τα μηνύματα από τις αγορές του εξωτερικού είναι πολύ θετικά, η ρωσική «πληγή» παραμένει ακόμη ανοιχτή. Ο τουριστικός κλάδος της Ρωσίας δεν έχει ακόμη συνέλθει από τις απανωτές πτωχεύσεις τουριστικών πρακτορείων, απόρροια της έκρηξης της τουριστικής ζήτησης της τελευταίας διετίας, και εκτιμάται πως οι ισορροπίες θα αργήσουν να έρθουν. Ο τελικός απολογισμός για τις ρωσικές απώλειες δεν έχει ολοκληρωθεί, όμως φαίνεται πως τελικά δεν θα πιάσει το στόχο των 1,2 εκατ. αφίξεων. Τελευταίες εκτιμήσεις της Ρωσικής Ένωσης Ταξιδιωτικής Βιομηχανίας κάνουν λόγο για συνέχιση της πτώσης του εξερχόμενου τουρισμού, η οποία στο σύνολο του έτους θα κυμανθεί μεταξύ 20%-30%.

Η οικονομική κατάσταση της Ρωσίας εμφανίζεται να περνάει μια κρίση στις μέρες μας λόγω υποτίμηση του Ρούβλι, χαμηλής τιμής στο πετρέλαιο (η Ρωσία είναι μια χώρα οικονομία της οποίας εξαρτάται δυνατά από τα έσοδα εμπορίου ενεργητικών πηγών), τα μέτρα που έχει πάρει η Ευρωπαϊκή Ένωση έναντι της Ρωσίας για το 2014-2015. Παρόλα αυτά μπορούμε και πρέπει να προχωρήσουμε σε κάποιες προτάσεις πολιτικής που θα μπορούσε να ακολουθήσει η Ελλάδα για να βελτιωθεί η κατάσταση με τον ρώσικο τουρισμό.

Προτάσεις Πολιτικής

Λαμβανομένων υπόψη των δυνατοτήτων και ιδιαιτεροτήτων της Ρωσίας ως χώρας αλλά και των ιδιαιτεροτήτων των Ρώσων ως τουριστών, της ανταγωνιστικότητας που έχουν οι άλλες μεσογειακές χώρες συγκριτικά με την Ελλάδα και πιο πολύ εκείνων που δεν έχουν υπογράψει τη συνθήκη Schengen, μπορούν να εξειδικευτούν οι κατευθυντήριες γραμμές της πολιτικής προσέλκυσης Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα. Με βάση την ανάλυση που προηγήθηκε προτείνονται:

1. Πρώτο και κύριο μέλημα του Υπουργείου Εξωτερικών της Ελλάδας πρέπει να είναι η άμβλυση των περιορισμών που επιβάλλει η συνθήκη Schengen. Τονίστηκε ότι οι Ρώσοι αντιμετωπίζουν, λόγω κλίματος, σημαντική δυσκολία μετακινήσεων εντός της χώρας τους ακόμη και το καλοκαίρι. Πρέπει, ως εκ τούτου, οι μετακινούμενοι για τουριστικούς σκοπούς, να μην ταλαιπωρούνται κατά την έξοδό τους από τη Ρωσία για να έρθουν στην Ελλάδα για τουρισμό. Έχει παρατηρηθεί ότι, όσες χώρες επιτυγχάνουν να επιλύσουν αυτό το σημαντικό πρόβλημα, αυξάνουν σε σημαντικό βαθμό και την εισροή Ρώσων τουριστών. Όπως τονίστηκε, έχουν μέχρι σήμερα γίνει κάποιες σοβαρές προσπάθειες

(π.χ. κατάργηση της αυτοπρόσωπης παρουσίας στο Προξενείο) αλλά το πρόβλημα παραμένει με αποτέλεσμα να μην προχωρεί εύκολα η διεκπεραίωση των σχετικών εγγράφων και ως εκ τούτου να είναι ακόμη μεγάλος ο χρόνος που απαιτείται για την απόκτηση βίζας (περί τις 72 ώρες-3 ημέρες). Οι λύσεις που προτάθηκαν είναι επαρκείς για να αμβλυνθεί το πρόβλημα και να εισρεύσει από τη Ρωσία ένα μεγαλύτερο πλήθος τουριστών.

2. Δεδομένου ότι η Ρωσία έχει τουριστική αγορά που τώρα ανοίγει, είναι επιτακτική ανάγκη να επιταχυνθεί η γνωριμία των Ρώσων με το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Πρέπει κατά συνέπεια να προωθηθεί το Marketing αλλά και οι γενικότερες προωθητικές πρακτικές του ελληνικού προϊόντος στη ρωσική αγορά, πρωτίστως από τον ΕΟΤ και στη συνέχεια και από τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις. Για το σκοπό αυτό πρέπει να δημιουργηθούν Γραφεία του ΕΟΤ σε πολλές μεγάλες πόλεις και να εφαρμοστεί: α) η Γενική Στρατηγική Προώθησης, β) η Στρατηγική Διευκόλυνσης των τουριστικών επιχειρήσεων, όπως έχουν ήδη περιγραφεί στο έκτο κεφάλαιο. Προκειμένου να εκτιμήσει ο ΕΟΤ το τουριστικό δυναμικό μιας περιοχής, δεν πρέπει να εστιάζει την προσοχή του μόνο στις μεγάλες πόλεις αλλά και στον σχετικό περίγυρο διότι έχει δειχθεί ότι μικρότερες σχετικά πόλεις διαθέτουν περιφερειακά ένα πολύ μεγάλο πιθανό τουριστικό δυναμικό.

3. Καθώς πρέπει στο απώτερο μέλλον να εφαρμοστεί πολιτική προώθησης του τουρισμού ατόμων τρίτης ηλικίας.

4. Λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες των Ρώσων ως τουριστών προβλέπεται ότι μπορούν να παρουσιάσουν έντονη ανάπτυξη τομείς του τουρισμού όπως είναι ο θρησκευτικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο τουρισμός πόλεων και ο τουρισμός παραχείμασης. Πολύ καλές προοπτικές φαίνεται να έχει και ο παιδικός τουρισμός (παιδικές κατασκηνώσεις σε ιδιωτικές τουριστικές επιχειρήσεις), αλλά και ο τουρισμός φοιτητών, αν προβληθούν και οργανωθούν σωστά.

5. Δεδομένου ότι οι παράνομες δραστηριότητες «ανθούν» ακόμη στη Ρωσία και επιπλέον η Γραφειοκρατία είναι ισχυρή, «πανταχού παρούσα» και σχεδόν απροσπέλαστη μέσω των σχετικών νομίμων διαδικασιών θα ήταν πιο αποτελεσματικό αν οι όποιες δραστηριότητες των ελληνικών επιχειρήσεων στη Ρωσία ενέπλεκαν και τη ρωσική Τοπική Αυτοδιοίκηση, η οποία γνωρίζει πως να αντιμετωπίζει τα σχετικά προβλήματα με το ελάχιστο χρηματικό κόστος και στο μικρότερο δυνατό χρονικό διάστημα.

6. Επισημαίνεται ότι το μόνο αποτελεσματικό όπλο που έχει παραμείνει στην Ελλάδα, ως χώρα ΕΥΡΩ, είναι η συγκράτηση του πληθωρισμού και η βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος.

Προτείνεται, ως εκ τούτου, η συνεχής ενασχόληση με τα δύο αυτά σημαντικά θέματα, διότι πολλές χώρες μη-Schengen που διαθέτουν ήλιο-θάλασσα-αμμουδιές, ίσως να παρουσιάζονται περισσότερο

ελκυστικές και προσπελάσιμες από Ρώσους τουρίστες που κατά κανόνα επιδίδονται σε τουρισμό «τελευταίας στιγμής».

7. Καθώς ελάχιστοι Ρώσοι γνωρίζουν αγγλικά, πρέπει το Υπουργείο Πολιτισμού να ενδιαφερθεί ώστε τα εκθέματα και οι ενδείξεις στα Μουσεία, ή άλλους χώρους ιστορικού, θρησκευτικού και πολιτιστικού περιεχομένου να είναι γραμμένα και στη ρωσική γλώσσα.

8. Να προωθηθούν τα λεγόμενα Εκπαιδευτικά Ταξίδια (Educational Trips) από τις τουριστικές επιχειρήσεις με στήριξη από τον ΕΟΤ (επιδότηση τμήματος του σχετικού κόστους), διότι πρόκειται για ενέργειες υποδομής για την ανάπτυξη του μελλοντικού ρωσικού τουρισμού στην Ελλάδα.

9. Τονίζεται, επίσης, ότι πρέπει να διευκολυνθεί ο ρωσικός θρησκευτικός τουρισμός. Ο τρόπος θα βρεθεί αν συνεργαστεί το Υπουργείο Εξωτερικών με το Υπουργείο Πολιτισμού και τις εκκλησίες της Ελλάδας αλλά και της Ρωσίας

Βιβλιογραφία

Ελληνική

1. Γουλιέλμος Μ.Α., «Διοίκηση Παράκτιων και Θαλασσίων Βιομηχανιών», Εκδόσεις Α. ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ 1997
2. Δρ. Άρης Ίκκος, ISHC, ΜΑΕ - Διευθύνων Εταίρος, Κωνσταντίνος Πασχαλίδης, Β.Sc. - Σύμβουλος, Τομέας Τουρισμού, «Μερίδιο Αγοράς και Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουρισμού Διαχρονική Εξέλιξη, Διεθνείς Τάσεις και Προτεινόμενη Στρατηγική»
3. Εκπαιδευτική Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, «Παγκόσμια Γεωγραφία Γ'», Εκδοτική Αθηνών 1994
4. Ετήσια μελέτη της Xenia 2008, «Τουρισμός Πολυτελείας. Οι τάσεις παγκόσμια- Οι προοπτικές στην Ελλάδα», Νοέμβριος 2008, Xenia Εκθέσεις- Συνέδρια Α.Ε.
5. Ζαμπίδου Ισιδώρα, Σολκίδης Αλέξανδρος (πτυχιακή εργασία), «Η οικονομική κρίση στον τουρισμό», Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης-Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης, 2009 (<http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/2192/Solkidis%20-%20zimpidou%20%5BMain%5D.pdf?sequence=1>)
6. Κάτσος Χ. Γεώργιος, «Ρωσικός Εξερχόμενος Τουρισμός», Μελέτη ΙΤΕΠ 2005
7. Κέντρο Ευρωπαϊκών Μελετών & Σπουδών “Ιωάννης Καποδίστριας”, «175 χρόνια διπλωματικών σχέσεων Ελλάδα- Ρωσίας (1828-2003)», Εκδόσεις Ι. Σιδέρης, Αθήνα 2007
8. Μαργιά Γεωργία, «Ανάλυση και Πρόβλεψη Χρονοσειρών», διπλωματική εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης-Σχολή Θετικών Επιστημών, Τμήμα Φυσικής Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στην Υπολογιστική Φυσική, Θεσσαλονίκη 2009 (<http://invenio.lib.auth.gr/record/112902/files/%CE%9C%CE%91%CE%A1%CE%93%CE%99%CE%91.pdf>)
9. Μελέτη Εκπονηθείσα για Λογαριασμό του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία / κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη», Πανεπιστήμιο Αιγαίου-Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών, Φεβρουάριος 2010

http://www.greektourism2020.gr/fileadmin/GreekTourism2020/gt2020_documents/oreksi_diavasma/100201Meleth.pdf

10. Παπουλίδης Κ. Κωνσταντίνος, «Οι Έλληνες της Αγίας Πετρούπολης», Βιβλιοθήκη Κέντρου Ελληνο-Ρωσικών Ιστορικών Ερευνών (Κ.Ε.Ρ.Ι.Ε.), Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα 2011

11. Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μόσχα- Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων, «Ετήσια Έκθεση Οικονομίας Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2010», Ιούνιος 2011

12. Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μόσχα- Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων, «Η Οικονομία της Ρωσίας», Ιούνιος 2010

13. Πρεσβεία της Ελλάδος στη Μόσχα- Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων, «Θεσμικό- Επενδυτικό Πλαίσιο στη Ρωσία. Κανόνες και Πρότυπα Εμπορίου», 2009-2010

14. Τράπεζα της Ελλάδος, «[Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδος: αιτίες ανισορροπιών και προτάσεις πολιτικής](http://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/Isozygio_Trechoson_Sυναλλαγών.pdf)», Ιούλιος 2010 (http://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/Isozygio_Trechoson_Sυναλλαγών.pdf)

15. Alpha Bank, «Οικονομικό Δελτίο- Τουρισμός: μεγάλες δυνατότητες αναπτύξεως με αυτοδύναμη επιχειρηματικότητα», Οκτώβριος 2009, τεύχος 110, σελίδες: 3-18 (http://www.alpha.gr/files/infoanalyses/oikon_deltio_110.pdf)

16. Eurobank Research, «Οικονομία & Αγορές: Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία», 25 Οκτωβρίου 2006, τεύχος 8 (<http://photo.kathimerini.gr/xtra/files/Meletes/pdf/Mel241006.pdf>)

17. N. H. Bayens- H. ST. L. B. Moss, «Βυζάντιο: Εισαγωγή στο Βυζαντινό Πολιτισμό», Εκδόσεις Δημ. Ν. Παπαδήμα, Αθήνα 1983

18. Gee C.Y., Makens, J.C. and Choy, D.J.L. (2001), *Τουριστική Βιομηχανία*, Μαυροδόντης Θ. (επιμ.), Έλλην: Αθήνα.

19. Lickorish L.J. & Jenkins C.L. (2004) *Μια Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Τσάρτας Π. (επιμ.), Κριτική: Αθήνα.

Ξενόγλωσση

1. ETC, «Russia- Market Insight», Market Intelligence Group, April 2007
(http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2007/2007ETC_RUSSIA.pdf)
2. E-marketer, «High Mobile Usage in Russia, but Lagging Technology», November 8, 2011 (<http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1008678&ecid=a6506033675d47f881651943c21c5ed4&R=1008678>)
3. IPK International & ITB, «ITB World Travel Trend Report 2010/2011», Messe Berlin GmbH, Germany, December 2010 (http://www.itb-kongress.de/media/itb/itb_media/itb_pdf/worldttr_2010_2011.pdf)
4. IPK International & ITB, «ITB World Travel Trend Report 2011/2012», Messe Berlin GmbH, Germany, December 2011 (http://www.itb-kongress.de/media/itbk/itbk_media/itbk_pdf/WTTR_Report_komplett_web.pdf)
5. Irina Asianov, «Case study: Russian Tourists to Halkidiki», Master in Leisure and Tourism Management to City College (Sheffield University)
(<http://www.jobtrust.gr/index.php?Section=1&Part=3&Page=151>)
6. ITB Convention Workshop, «Russian Outbound Travel», Messe Berlin GmbH, Germany, July 2006
(<http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2006/58502-ITBRussia2006.pdf>)

ΗΛΕ ΚΤΡ ΟΝΙ ΚΕ Σ ΠΗΓΕ Σ

1. Υπουργείο Εξωτερικών- Γενική Γραμματεία Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Αναπτυξιακής Συνεργασίας: <http://www.agora.mfa.gr/>
2. ΣΕΤΕ: www.sete.gr
3. CIA- The World Factbook: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/rs.html>
4. ΣΕΒ: www.sev.org.gr
5. Τράπεζα της Ελλάδος: <http://www.bankofgreece.gr>
6. www.itb-berlin.com
7. <http://el.wikipedia.org/>
8. <http://en.wikipedia.org/>
9. <http://geografia.comxa.com/>
10. <http://www.tourismpress.gr/>
11. <http://www.internetworldstats.com/>
12. <http://www.newmediatrendwatch.com/markets-by-country/10-europe/81-russia?format=pdf>
13. <http://www.emarketer.com/>
14. <http://194.42.1.1/~fokianos/GreekRbook/timeseries.pdf>
15. <http://www.samos.aegean.gr/actuar/dlekkas/forecasting%20and%20sim/forecasting%20and%20simulation%208%20time%20series.pdf>
16. http://www.math.ntua.gr/~kokolakis/SEMF/TimeSeries_Ch_1.pdf
17. <http://users.auth.gr/dkugiu/Teach/TimeSeries/>
18. <http://androulakis.bma.upatras.gr/mediawiki/index.php>
19. <http://www.stats.uwo.ca/faculty/aim/vita/pdf/Advances2.pdf>
20. <http://www.samos.aegean.gr/actuar/dlekkas/forecasting>
21. <http://dSPACE.lib.uom.gr/bitstream/>

22. <http://www.itic.ie/fileadmin/docs/>
23. <http://person-agency.ru/salary.html>
24. <http://www.capital.gr/news.asp?id=2116729>
25. www.sletat.ru
26. <http://www.kathimerini.gr/794216/article/>