



**ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ  
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ  
ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ  
ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ:  
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ  
ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ENTREPRENEURSHIP IN GREECE IN A PERIOD  
OF CRISIS:  
THE CASE OF TOURISM FIRMS**

**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:  
ΜΑΛΛΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ  
Α.Μ. 5880**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ  
ΚΑΛΑΝΤΩΝΗΣ ΠΕΤΡΟΣ  
Επίκουρος Καθηγητής**

**ΑΘΗΝΑ 2014**



ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ  
Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ  
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ  
ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ  
ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ:  
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ  
ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ENTREPRENEURSHIP IN GREECE IN A PERIOD OF CRISIS:  
THE CASE OF TOURISM FIRMS

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:  
ΜΑΛΛΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ  
Α.Μ. 5880

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ  
ΚΑΛΑΝΤΩΝΗΣ ΠΕΤΡΟΣ

Επίκουρος Καθηγητής

ΑΘΗΝΑ 2014



## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Ελλάδα, επί αρκετές δεκαετίες, αποτελεί πόλο έλξης για χιλιάδες τουρίστες από το εξωτερικό, ενώ τις τελευταίες δεκαετίες, παράλληλα με την οικονομική ευημερία, είχε γνωρίσει άνθιση και ο εσωτερικός τουρισμός. Μεγάλος αριθμός γηγενών, ως επί το πλείστον, ασχολήθηκαν με τις τουριστικές επιχειρήσεις. Ωστόσο, την ευημερία ακολούθησαν τα δύσκολα χρόνια της οικονομικής κρίσης που διανύουμε. Στην παρούσα εργασία μελετήθηκε η κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα μετά την εμφάνιση της κρίσης ως προς την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα εστιάζοντας στην κατάσταση που επικρατεί στον τουρισμό και ειδικότερα στην ελληνική ξενοδοχία. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η Ελλάδα είναι μία χώρα που παρόλο που η συνολική επιχειρηματικότητα είναι σε υψηλό βαθμό, υστερεί σε ποιοτικά σημεία σε σχέση με τις υπόλοιπες ανεπτυγμένες χώρες και θεωρείται ως μία «μέτρια καινοτόμος» χώρα. Για την κατάσταση στον τουρισμό και τα ξενοδοχεία η εργασία βασίστηκε στα ευρήματα της έρευνας του ΙΤΕΠ: «Εξελίξεις στον Τουρισμό και στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας το 2012». Στην έρευνα αυτή περιλαμβάνονταν όλες οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις όλων των αστέρων που λειτουργούν σε όλη την περιφέρεια της χώρας. Από τα αποτελέσματα της έρευνας διαφαίνεται ότι ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Ελλάδα εμφανίζει ιδιαιτερότητες, αφού παρουσιάζεται μεγάλη ανισότητα στα ευρήματα, τα οποία διαφοροποιούνται αναλόγως με την περιοχή, το μέγεθος και την προέλευση των πελατών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, και ιδιαίτερα οι υψηλής κατηγορίας μονάδες, οι οποίες δραστηριοποιούνται στη νησιωτική Ελλάδα και απευθύνονται κυρίως σε αλλοδαπούς, εμφάνισαν αύξηση σε έσοδα και πληρότητα καθώς και στην απορρόφηση εργατικού δυναμικού, σε αντίθεση με εκείνες της ηπειρωτικής χώρας, οι οποίες βασίζονταν κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό. Ωστόσο, η τελική εικόνα που εμφανίζει η ελληνική ξενοδοχία, είναι θετική, αφού ο τουρισμός είναι ο μόνος τομέας, που παρά την οικονομική κρίση κατάφερε να προβάλει αντίσταση και να συνεισφέρει σημαντικά στην εθνική οικονομία.



## **ABSTRACT**

Greece constitutes for many decades an attraction to thousands of foreign tourists, while the last decades, in addition to the economical welfare, there has been a thrive for internal tourism as well. A great number of natives have been occupied mostly with tourism enterprises. However, this welfare has been followed by the tough years of the economic crisis that we live through. In the preset study/paper we have been studied about the condition that Greece has been after the appearance of the economic crisis as for innovation and entrepreneurship and we have made a focus on the condition in the tourism sector and especially in the Greek hospitality sector. The results showed that Greece is a country in which, although total entrepreneurship levels are high, lags in many quality factors far behind the rest of the developed countries and is considered as a “moderate innovator” country. For the situation involving the tourism and hospitality industry in Greece this study has been based on the findings of the annual research of the Greek Research Institute for Tourism: ”Review for the Tourism and Basic Sizes of the Greek Hospitality Industry in 2012”. In this research there have been included all the hotel businesses of all star categories running in Greece. The results showed that the hospitality industry in our country has much specificity, since there has been a valuable indifference between the results of different areas of the country, different size of the hotels and the different origin of the hotel clients. In specific, the hotel enterprises, especially those of high star’s categories, that are located in the islands and have mostly foreign tourists as clients, have showed an increase in their income and sales as well in the absorption of manpower, unlike the hotel enterprises located in the mainland that have had mostly local tourists as clients. However, the final impact of the Green Hospitality industry is that it has showed positive results and that the tourism sector is the only sector in Greece, that despite the economic crisis had been managed to stay strong and to contribute with importance to the national economy.





# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	5
ABSTRACT.....	7
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ .....	9
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ:ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	13
1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	13
1.2 ΚΙΝΗΤΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	14
1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	15
1.4 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΡΙΣΗ .....	17
1.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ .....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ .....	25
2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ .....	25
2.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ .....	25
2.3 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	28
3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	28
3.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	29
3.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	31
3.4 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	32
3.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	38
3.6 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ .....	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ:ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.....	41
4.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	41
4.1.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	41
4.1.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	42
4.2 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	43
4.2.1 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ .....	44
4.2.2 ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	45
4.2.3 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΚΑΙ ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	45
4.2.4 ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ.....	46
4.3 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....	48

4.3.1 ΕΣΟΔΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ .....	49
4.3.2 ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ .....	50
4.3.3 ΤΙΜΕΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ .....	52
4.3.4 ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΠΟΥ ΦΙΛΟΞΕΝΟΥΝ ΚΥΡΙΩΣ ΑΛΛΟΔΑΠΟΥΣ .....	55
4.3.5 ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ .....	56
4.3.6 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ .....	58
ΕΠΙΛΟΓΟΣ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	61
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	65

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ελλάδα είναι μία χώρα απείρου φυσικού κάλους, με ήπιο κλίμα και φιλόξενο λαό. Δεν είναι καθόλου παράξενο, λοιπόν, ότι εδώ και πολλά χρόνια θεωρείται ένας παραδοσιακός τόπος διακοπών και ο τουρισμός αποτελεί ένα ισχυρό τομέα της ελληνικής οικονομίας. Δυστυχώς, από τα τέλη του έτους 2009 η οικονομία της χώρας άρχισε να μπαίνει σε μία δύσκολη περίοδο ύφεσης και η Ελλάδα βρέθηκε στο επίκεντρο του ξένου Τύπου ως η πηγή της ευρωπαϊκής οικονομικής κρίσης. Ωστόσο, ποια είναι η επίδραση αυτής της οικονομικής συγκυρίας στις τουριστικές επιχειρήσεις; Στην παρούσα εργασία θα επιχειρήσουμε να εξετάσουμε την κατάσταση που επικρατεί στη χώρα μας, όσον αφορά την επιχειρηματικότητα στον τουριστικό τομέα, και ειδικότερα στον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, όπως αυτή διαμορφώνεται υπό την επίδραση της οικονομικής κρίσης των τελευταίων ετών στον τουρισμό.

Στο **πρώτο κεφάλαιο** ορίζουμε την έννοια της επιχειρηματικότητας, σύμφωνα με τους ορισμούς που συλλέξαμε από την αντίστοιχη βιβλιογραφία. Κατόπιν, αφού περιγράψουμε και τον ορισμό της οικονομικής ανάπτυξης, εξετάζουμε τη σύνδεση της επιχειρηματικότητας με την οικονομική ανάπτυξη. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την περιγραφή της οικονομικής κρίσης της χώρας μας και του τρόπου με τον οποίο επηρέασε τους δείκτες της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Στο **δεύτερο κεφάλαιο** εξετάζουμε τον όρο καινοτομία, τη σύνδεση της καινοτομίας με την επιχειρηματικότητα και παρουσιάζουμε τη θέση της χώρας μας όσον αφορά την καινοτομία.

Στο **τρίτο κεφάλαιο** εστιάζουμε στον τουρισμό. Αφού ορίσουμε τι εννοούμε ως τουρισμό και δούμε την ιστορική εξέλιξη του, αναφέρουμε τις κατηγορίες των τουριστικών επιχειρήσεων, παρουσιάζουμε τον εναλλακτικό τουρισμό με τις μορφές του και αναλύουμε τη συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, και ειδικότερα στα ελληνικά δεδομένα.

Στο **τέταρτο κεφάλαιο** αναφερόμαστε στον ελληνικό τουρισμό, στα θετικά και στα αρνητικά σημεία, εξετάζουμε τα στοιχεία του ελληνικού τουρισμού και τέλος επικεντρωνόμαστε στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της χώρας κατά τα οικονομικά έτη 2011 και 2012, με κάποιες συγκρίσεις και αναφορές σε προηγούμενα έτη,

προκειμένου να διαπιστώσουμε την επίδραση της κρίσης στον τουρισμό και την ελληνική ξενοδοχία και να εξάγουμε τα συμπεράσματα μας.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ:ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

## 1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Διάφοροι ορισμοί για την έννοια της επιχειρηματικότητας έχουν διατυπωθεί από τους θεωρητικούς κατά καιρούς. Ένας από τους πρώτους θεωρητικούς ορισμούς προέρχεται από τον Cantillon το 1755, ο οποίος υποστηρίζει ότι οι επιχειρηματίες είναι μία τάξη από οικονομικούς συντελεστές, οι οποίοι λαμβάνουν αποφάσεις για συναλλαγές που γίνονται σε μία αγορά, κάτω από κλίμα αβεβαιότητας. Ο Alfred Marshall το 1890 προσπάθησε να την ορίσει ως την κινητήρια δύναμη πίσω από την οργάνωση, όπου μαζί με τη γη, την εργασία και το κεφάλαιο αποτελεί έναν από τους τέσσερις παράγοντες της παραγωγικής διαδικασίας. Ο Knight το 1921 ορίζει την επιχειρηματικότητα ως κάτι που σχετίζεται με την αβεβαιότητα, κάνοντας μία διάκριση μεταξύ του ρίσκου που μπορεί να υπολογιστεί και της αβεβαιότητας, η οποία δεν μπορεί να υπολογιστεί. Ο Schumpeter το 1934 περιγράφει την επιχειρηματικότητα ως την εκτέλεση νέων συνδυασμών των συντελεστών παραγωγής. Περιγράφει τον επιχειρηματία ως τον εκφραστή του μηχανισμού της αλλαγής και της οικονομικής ανάπτυξης και την επιχειρηματικότητα ως την ανάληψη νέων ιδεών και συνδυασμών, π.χ. καινοτομιών. Σύμφωνα με τον Peter Drucker (1985) επιχειρηματικότητα ορίζεται η συστηματική καινοτομία η οποία συνιστάται στη σκόπιμη και οργανωμένη αναζήτηση για την αλλαγή, καθώς και στη συστηματική ανάλυση των ευκαιριών που μπορεί να παρουσιαστούν σαν αποτέλεσμα αυτής της αλλαγής για οικονομική και κοινωνική καινοτομία.

Οι Wennekers & Thurik (1999) συνθέτουν τις προηγούμενες ερμηνείες και ορίζουν ότι *«επιχειρηματικότητα είναι η φανερή ικανότητα και θέληση των ατόμων, είτε μόνα τους είτε σε ομάδες, εντός και εκτός υπαρχόντων οργανισμών, να αντιλαμβάνονται και να δημιουργούν νέες οικονομικές ευκαιρίες (νέα προϊόντα, νέες μεθόδους παραγωγής, νέα οργανωτικά σχέδια και νέους συνδυασμούς προϊόντων-αγοράς) και να παρουσιάζουν αυτές τις ιδέες στην αγορά, κάτω από συνθήκες αβεβαιότητας και άλλων κωλυμάτων, αποφασίζοντας για την τοποθεσία, τη μορφή και τη χρήση των πηγών»*. Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο της Επιχειρηματικότητας (GEM 2012), με τον όρο επιχειρηματικότητα, ορίζεται η

προσπάθεια ενός ιδιώτη ή μιας ομάδας ιδιωτών ή επιχειρήσεων, να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση/δραστηριότητα ή να επεκτείνουν μια ήδη υφιστάμενη.

Η επιχειρηματικότητα συνδέεται άμεσα με την ποιότητα ζωής μας, με το περιβάλλον μας, με την κουλτούρα καθώς και με την τεχνολογική εξέλιξη. Είναι μια δράση που προέρχεται από τον ίδιο τον άνθρωπο, άρα συνδέεται άμεσα με τις αρετές του. Δεν επηρεάζει μόνο την ίδια την επιχείρηση και δεν συνδέεται μόνο με οικονομικά μεγέθη.

Οι αναλυτές, αρχικά, θεωρούσαν την επιχειρηματικότητα ως συνδεδεμένη αποκλειστικά με την καινοτομία και τη δημιουργία επιχείρησης, ωστόσο, έχει επεκταθεί πλέον η άποψη ότι η επιχειρηματικότητα συνδέεται και με την κοινωνία. Είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο αντανακλά τα θεσμικά χαρακτηριστικά μιας κοινωνίας. Δεν συνδέεται μόνο με την επιχειρηματική επιτυχία, μετρημένη με κέρδη, αλλά και με την μη οικονομική ευημερία. Είναι ένας καταλυτικός παράγοντας για θεσμικές και επαναστατικές αλλαγές στην δομή της κοινωνίας.

Συνοψίζοντας, στην παρούσα εργασία, ως *επιχειρηματικότητα* θεωρούμε το αποτέλεσμα ενός πολύπλοκου συμπλέγματος κοινωνικού, οικονομικού, ψυχολογικού, τεχνολογικού και νομικού. Είναι μια δυναμική και ριψοκίνδυνη διαδικασία. Περιλαμβάνει ένα συνδυασμό από κεφάλαιο, τεχνολογία και ανθρώπινο ταλέντο. Είναι το ίδιο εφαρμόσιμη σε μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις, σε κερδοσκοπικές και μη δραστηριότητες.

## 1.2 ΚΙΝΗΤΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Υπάρχουν ορισμένοι παράγοντες που μπορούν να ωθήσουν ένα άτομο να ασκήσει επιχειρηματικότητα. Αυτοί περιλαμβάνουν κοινωνικούς και πολιτιστικούς παράγοντες, όπως η κοινωνία, στην οποία μεγάλωσε το άτομο ή ζει τώρα, οι αξίες αυτής της κοινωνίας ή η κοινωνική του θέση, που κατέχει μέσα σε αυτήν. Επίσης, έχουν εκφραστεί διάφορες απόψεις σχετικά με την επίδραση της μόρφωσης και εκπαίδευσης, ως παραγόντων που ωθούν κάποιον στην επιχειρηματικότητα. Δηλαδή, άτομα, τα οποία έχουν σπουδάσει σε τομείς που διδάχθηκαν το επιχειρείν, τείνουν να τολμήσουν κάτι ανάλογο. Η απώλεια μιας δουλειάς ή η δυσκολία/αποτυχία να βρεθεί μία νέα, ενεργούν σαν εφαλτήριο, ώστε να λάμψει το επιχειρηματικό τους πνεύμα.

Αυτοί οι επιχειρηματίες, όμως, θεωρούνται επιχειρηματίες από ανάγκη και όχι ευκαιρίας, δηλαδή επιχειρηματίες που στράφηκαν σε αυτό, επειδή είδαν μία ευκαιρία στην αγορά για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία και την εκμεταλλεύτηκαν. Δεδομένου ότι η επιχειρηματικότητα, όπως προαναφέρθηκε, έχει να κάνει σε μεγάλο βαθμό με ικανότητες, που βασίζονται σε στοιχεία του ατόμου που την αναλαμβάνει, οι ερευνητές έχουν στραφεί και μελετήσει εκτενώς τα ψυχολογικά και προσωπικά χαρακτηριστικά των φιλόδοξων και υφιστάμενων επιχειρηματιών: η επιχειρηματικότητα βασίζεται στην προσωπικότητα του επιχειρηματία. Σύμφωνα με τον Brockhaus (1982), τα κίνητρα που ωθούν ένα άτομο στην ανάληψη της επιχειρηματικής δράσης είναι τα εξής:

1. Η προσωπικότητα του
2. Οι καταστάσεις και εμπειρίες που έχει ήδη βιώσει
3. Οι ψυχολογικές επιδράσεις που δέχεται από το περιβάλλον του.

Τα άτομα αυτά έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά, όπως την ανάγκη για επιτυχία, την ανάληψη ρίσκου, την ανάγκη για ανεξαρτησία και αποτελεσματική ηγεσία.

### 1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Σε κάθε κοινωνία, ο άνθρωπος αναζητά το μέγιστο της ικανοποίησης των αναγκών του, το μέγιστο όφελος που μπορεί να αποκομίσει, κατευθύνοντας σύμφωνα με αυτό τις πράξεις του. Ο καταναλωτής επιδιώκει ένα συνδυασμό αγαθών, που μεγιστοποιεί τη χρησιμότητα του και ο παραγωγός τη μεγιστοποίηση του κέρδους του. Με τον όρο **οικονομική ανάπτυξη**, εννοούμε την εκμετάλλευση και το άνοιγμα των οικονομικών δυνατοτήτων μιας κοινωνίας. Είναι η διαδικασία εκείνη, που βοηθάει την ικανότητα της οικονομίας να καλύπτει τις ανάγκες των καταναλωτών. Η οικονομική ανάπτυξη είναι η διαδικασία της δομικής αλλαγής μιας οικονομίας σε μια πιο μοντέρνα, τεχνολογικά εξελιγμένη, οικονομία βασιζόμενη σε παραγωγικά αγαθά και υπηρεσίες. Αυτή η διαδικασία δεν περιλαμβάνει μόνο ποιοτικές αλλαγές στη φύση της οικονομίας, αλλά επίσης, και ποσοτικές, όσον αφορά την παραγωγικότητα κατά άτομο. Αν αυτές οι αλλαγές έχουν σαν αποτέλεσμα ξεκάθαρη βελτίωση στο ευ ζην των ανθρώπων, τότε αναφερόμαστε σε μια οικονομική ανάπτυξη. Ανάπτυξη

δηλαδή συντελείται, όταν αυξάνει η παραγωγή αγαθών, δηλαδή το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν μιας χώρας

Οι θεωρητικές και εμπειρικές υποθέσεις για την κατανόηση του ρόλου της επιχειρηματικότητας δεν είναι ακόμη ξεκάθαρες, όπως και δεν υπάρχουν ακριβή στοιχεία, που να αποδεικνύουν εάν η επιχειρηματικότητα είναι υπεύθυνη για την οικονομική ανάπτυξη. Το πρόβλημα έγκειται στη δυσκολία να οριστούν και να μετρηθούν ξεκάθαρα οι επιχειρηματικοί παράγοντες, και αυτό έχει οδηγήσει στην πολυπλοκότητα της ακριβούς σύνδεσης της επιχειρηματικότητας με την οικονομική ανάπτυξη. Οι North και Thomas (1973) συνδέουν άμεσα την επιχειρηματικότητα με την οικονομική ανάπτυξη, αναφέροντας ότι παράγοντες, όπως η καινοτομία, η εκπαίδευση και το κεφάλαιο, δεν μπορούν να προκαλέσουν αύξηση στην ανάπτυξη, επειδή στην ουσία αυτοί οι παράγοντες είναι η ανάπτυξη. Τα άτομα πρέπει να κινητοποιηθούν μέσω της ανάγκης τους να πετύχουν τους κοινωνικούς στόχους τους και να οργανώσουν αποτελεσματικά οικονομικές οργανώσεις, οι οποίες, συλλογικά, θα συμβάλλουν στο τέλος στην οικονομική ανάπτυξη. Ο Porter (1990) θεωρεί την επιχειρηματικότητα ως βασικό παράγοντα και μας εξηγεί ότι η ανταγωνιστικότητα σε εθνικό επίπεδο συνδέεται με τη γενικότερη επίδοση της οικονομίας στα μακροοικονομικά μεγέθη, που διασφαλίζουν υψηλό βιοτικό επίπεδο, όπως την οικονομική ανάπτυξη, την απασχόληση και τη διανομή του εισοδήματος. Ο Holcombe (1998) υποστηρίζει ξεκάθαρα, ότι «η κινητήριος μηχανή για την οικονομική ανάπτυξη είναι η επιχειρηματικότητα». Σύμφωνα με τους Carree & Thurik (2002), η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι πολυδιάστατη και αρκετά συχνά ορίζεται ανεπαρκώς. Βασισμένοι σε εμπειρικά στοιχεία, οι ερευνητές εμφάνισαν επιχειρήματα για να αποδείξουν τη συμμετοχή της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη. Πιστεύουν ότι η αλλαγή στο μέγεθος διανομής και οι συνέπειες αυτής της αλλαγής μπορεί να έχουν ένα σημαντικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη της οικονομίας. Επίσης, ο ανταγωνισμός ανάμεσα στις εταιρίες, γεγονός πολύ συνηθισμένο για τους επιχειρηματίες, έχει αποδειχθεί ότι επιδρά θετικά στην οικονομική ανάπτυξη. Επιπλέον, ο αριθμός των συμμετεχόντων σε μια βιομηχανία έχει σημαντική επίδραση στην οικονομική ανάπτυξη. Για παράδειγμα, ο τοπικός ανταγωνισμός, που μετριέται βάσει του αριθμού των αντίστοιχων επιχειρήσεων του συγκεκριμένου τόπου ανά εργαζόμενο, βοηθάει στην ανάπτυξη της απασχόλησης, η οποία με τη σειρά της βοηθάει στην ανάπτυξη της οικονομίας (Chell & Ozkan, 2010).



Η επιχειρηματικότητα μπορεί, ακόμη, να οριστεί από τα αποτελέσματα, που έχουν διαφορετικοί τύποι επιχειρηματικότητας στην οικονομία. Αυτοί οι ορισμοί έχουν βασιστεί στη συνειδητοποίηση ότι δεν έχουν όλες οι μορφές επιχειρηματικότητας καλή επίδραση στην οικονομική ανάπτυξη. Σύμφωνα με τον Baumol (1990), η επιχειρηματικότητα μπορεί να είναι παραγωγική, μη παραγωγική ή ακόμα και καταστρεπτική (π.χ. παράνομες δραστηριότητες). Διακρίνει τους επιχειρηματίες ως άτομα ευφυή και δημιουργικά, στο να βρίσκουν τρόπους να προσθέτουν δύναμη και κύρος στην περιουσία τους. Βασισμένοι στα στοιχεία που συνέλλεξε από 37 χώρες η GEM, οι Wong et al. (2005) βρήκαν ότι στο δείγμα αυτό, μόνο η υψηλών δυνατοτήτων επιχειρηματική δραστηριότητα σχετίζεται θετικά με την οικονομική ανάπτυξη, καθώς και ότι το κίνητρο της ευκαιρίας μπορεί να επιδρά θετικά στην ανάπτυξη, αλλά δεν αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα για υψηλή ανάπτυξη. Σύμφωνα με τους Coyne & Leeson (2004), η υπο-ανάπτυξη δεν υφίσταται λόγω ελλιπούς αριθμού επιχειρηματιών, αλλά λόγω έλλειψης κερδοφόρων ευκαιριών συνδεδεμένων με δραστηριότητες που συντελούν στην οικονομική ανάπτυξη. Σε γενικά πλαίσια, θα υπάρξουν διαφορετικές ευκαιρίες για κάθε επιχειρηματία, αλλά δεν θα είναι όλες αυτές οι ευκαιρίες συνδεδεμένες με δραστηριότητες, που θα αποφέρουν οικονομική ανάπτυξη. Η βιομηχανική ευρωστία μιας κοινωνίας εξαρτάται από το επίπεδο, στο οποίο βρίσκεται η επιχειρηματικότητα που την αποτελεί. Μια χώρα μπορεί να βρίσκεται σε χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης όχι λόγω της έλλειψης φυσικών πηγών παραγωγής ή κεφαλαίου, αλλά εξαιτίας της έλλειψης του επιχειρηματικού ταλέντου ή εξαιτίας των δυσκολιών εκμετάλλευσής του.

## **1.4 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΡΙΣΗ**

Σήμερα, η ελληνική οικονομία έχει προσελκύσει τη διεθνή προσοχή ως το επίκεντρο της κρίσης στην Ευρωζώνη. Η ελληνική κρίση χρέους θεωρείται η κυρίαρχη κρίση που απειλεί τα θεμέλια του φιλόδοξου ευρωπαϊκού σχεδίου, εκφραζόμενου από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) και ειδικότερα από την Οικονομική και Νομισματική Ένωση (Ο.Ν.Ε.). Η οικονομία της Ελλάδας υποφέρει από ένα τεράστιο δημοσιονομικό έλλειμμα, που οδήγησε σε ένα γιγάντιο εξωτερικό χρέος. Το έλλειμμα αποδίδεται στην καταχρηστική φύση του δημόσιου τομέα της χώρας, γεγονός που καλυπτόταν όλα αυτά τα χρόνια μέσω εξωτερικού δανεισμού. Επιπλέον,

η ανταγωνιστικότητα είχε καθοδική πορεία, γεγονός που αποδίδεται κυρίως στην ακαμψία της αγοράς εργασίας και σε θεσμούς που δεν βοηθούσαν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Όλα αυτά δυσχέραιναν όλο και περισσότερο την κατάσταση της χώρας. Η ελληνική κρίση μπορούμε να πούμε ότι ξεκίνησε επίσημα στο τέλος του 2009. Τα προηγούμενα έτη, η Ελλάδα είχε μεν υψηλά δημοσιονομικά ελλείμματα και δημόσιο χρέος για αρκετά μεγάλες περιόδους, αλλά μπορούσε να το χρηματοδοτήσει μέσω εσωτερικού ή/και εξωτερικού δανεισμού, χωρίς σημαντικά προβλήματα. Η είσοδος της Ελλάδας στην Ο.Ν.Ε. τοποθέτησε το δημοσιονομικό της έλλειμμα και το δημόσιο χρέος της κάτω από τους όρους της συνθήκης του Μάαστριχτ. Όμως, οι όροι αυτοί τελικά παραβιάστηκαν από την Ελλάδα - και όχι μόνο-, καθώς αποδείχτηκαν ότι ήταν μη βιώσιμοι. Η εκτίναξη της ελληνικής κρίσης έγινε, όταν η νεοεκλεγμένη κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ αναθεώρησε τα ελλείμματα των τελευταίων ετών προς τα πάνω. Αυτό οδήγησε στην έλλειψη εμπιστοσύνης των διεθνών αγορών, γεγονός που οδήγησε στην υποβάθμιση της από τους οίκους αξιολόγησης και στην εκτόξευση των spreads του ελληνικού Δημοσίου. Τον Απρίλιο του 2010, η χώρα υποβαθμίστηκε στην κατηγορία των «σκουπιδιών», γεγονός που απέτρεπε το δανεισμό της Ελλάδας. Η ελληνική κυβέρνηση, μη μπορώντας να ανακτήσει την αξιοπιστία της χώρας, κατέφυγε στην βοήθεια του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, που συγκρότησαν από κοινού μηχανισμό βοήθειας για την Ελλάδα και η χώρα οδηγήθηκε στην υπογραφή Μνημονίου, με συνέπεια η κυβέρνηση να παρουσιάζει συνεχώς νέα πακέτα λιτότητας<sup>1</sup>. Οι ηγέτες των κρατών-μελών του Ευρώ συμφώνησαν να βοηθήσουν την Ελλάδα με διμερή δάνεια και τη συμμετοχή του Δ.Ν.Τ., ώστε να διαφυλάξουν τη σταθερότητα του ευρώ. Η Ελλάδα έλαβε την πρώτη δόση από τον μηχανισμό στήριξης. Το καλοκαίρι του ίδιου έτους, έγινε η ολοκλήρωση της πρώτης αξιολόγησης του ελληνικού προγράμματος προσαρμογής από την Τρόικα. Διαπιστώθηκε συμμόρφωση με τις απαιτήσεις και «δυνατό ξεκίνημα». Κατά τη δεύτερη αξιολόγηση του ελληνικού Προγράμματος Οικονομικής Προσαρμογής από την Τρόικα, διαπιστώθηκε πρόοδος στο δημοσιονομικό μέτωπο και σχετική υστέρηση στο διαρθρωτικό σκέλος του Μνημονίου. Διατυπώθηκε η πρόβλεψη ότι η οικονομία θα άρχιζε να ανακάμπτει από το 2011. Αρχές του 2011 έγινε η τρίτη αξιολόγηση του

---

<sup>1</sup> Mavroudeas S. & Paitaridis D. (2013), 'The Greek saga: competing explanations of the Greek crisis – A Marxist Alternative', 1st World Keynes Conference 'Attacking the Citadel: Making Economics Fit for Purpose', Izmir University of Economics, Izmir/Turkey, 26-29 June 2013.

ελληνικού Προγράμματος Οικονομικής Προσαρμογής από την Τρόικα. Για πρώτη φορά έγινε ρητή αναφορά σε καθυστερήσεις στην εφαρμογή των συμφωνηθέντων. Λίγο αργότερα, εγκρίθηκε από τη Σύνοδο Κορυφής της Ευρωζώνης το «Σύμφωνο για το Ευρώ», το οποίο αποσκοπούσε στην ενίσχυση του συντονισμού της οικονομικής πολιτικής των κρατών-μελών της Ευρωζώνης. Τα επιτόκια που καλούνταν να πληρώσει η Ελλάδα για τα διμερή δάνεια που είχε λάβει από τους εταίρους της μειώθηκαν κατά 100 μονάδες βάσης, ενώ επεκτάθηκαν οι ωριμάσεις τους στα 7,5 χρόνια. Συμφωνήθηκε η δομή του νέου μόνιμου Ευρωπαϊκού Μηχανισμού Σταθερότητας (Ε.Μ.Σ.). Η Ελλάδα παρουσίασε πακέτο μέτρων λιτότητας για τα επόμενα δύο χρόνια και συμφώνησε στην πώληση δημόσιας περιουσίας, με στόχο να μειώσει το έλλειμμα μέχρι το 2015. Κατά την τέταρτη αξιολόγηση του ελληνικού Προγράμματος Οικονομικής Προσαρμογής από την Τρόικα, η χώρα δέχθηκε υποδείξεις για την επιτάχυνση των μεταρρυθμίσεων και των ιδιωτικοποιήσεων. Πραγματοποιήθηκε συμφωνία για νέο Πρόγραμμα για την Ελλάδα, με συμμετοχή και του ιδιωτικού τομέα στην χρηματοδότησή του. Αρχές Σεπτεμβρίου ανακοινώθηκε η επιβολή «Ειδικού Τέλους Ηλεκτροδοτούμενων Επιφανειών» και νέα έκτακτα μέτρα λιτότητας. Η ελληνική κυβέρνηση παρουσίασε ένα προσχέδιο προϋπολογισμού με στόχο τη μείωση του ελλείμματος σε 8,5% του ΑΕΠ το 2012. Στο προσχέδιο αναγνωρίστηκε η αποτυχία επίτευξης του δημοσιονομικού στόχου για το 2011. Τον Οκτώβριο, συντάχθηκε η πέμπτη αξιολόγηση του ελληνικού Προγράμματος Οικονομικής Προσαρμογής από την Τρόικα. Διαπιστώθηκε χρηματοδοτικό κενό, το οποίο μπορούσε να καλυφθεί μόνο με συμμετοχή του Ιδιωτικού Τομέα σε Αναδιάρθρωση του Χρέους (P.S.I.). Εγκρίθηκε, τελικά, η εκταμίευση της επόμενης δόσης και το ελληνικό κοινοβούλιο ψήφισε νέα δέσμη μέτρων λιτότητας και πρόγραμμα για την απομάκρυνση 30.000 δημοσίων υπαλλήλων. Το 2012, ύστερα από διαφωνία μεταξύ Δ.Ν.Τ. και των Ευρωπαίων εταίρων που αφορούσε τη βιωσιμότητα του ελληνικού χρέους, το Eurogroup αποφασίζει την αποκατάσταση της ομαλής ροής χρηματοδότησης, από το μηχανισμό στήριξης προς την Ελλάδα. Για το έτος 2013, σε ανακοίνωσή του, το Eurogroup αποφάνθηκε «με ικανοποίηση», ότι η Ελλάδα ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις της. Σύμφωνα με τα στοιχεία που δημοσίευσε η Eurostat, η Ελλάδα είναι η μοναδική χώρα στην Ευρωπαϊκή Ένωση με αρνητικό πληθωρισμό (-0.2%) για το Μάρτιο 2013. Τρία χρόνια μετά την είσοδο της χώρας στο

μνημόνιο, αρχές Μαΐου του 2013, το ΔΝΤ δημοσίευσε τα πρώτα θετικά σχόλια στην έκθεση του για την Ελλάδα.<sup>2</sup>

## 1.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Με γνώμονα την Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, που δημοσίευσε το Ινστιτούτο Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), με τίτλο «*Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2011-12: Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ*»<sup>3</sup> και η οποία αναφέρεται στην περίοδο 2011-2012, θα εξετάσουμε την κατάσταση της χώρας μας στα χρόνια της κρίσης, όσον αφορά την επιχειρηματικότητα. Η έκθεση αυτή απορρέει από τη συμμετοχή του IOBE στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (GEM). Το GEM αποτελεί μία κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια, στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται εμπειρικά δεδομένα από ένα ευρύ σύνολο χωρών. Το 2011 ήταν το 13<sup>ο</sup> έτος διεξαγωγής της ετήσιας έρευνας του GEM και το όγδοο συνεχόμενο έτος με ελληνική συμμετοχή.

Ο πρώτος δείκτης μέτρησης της επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο της έρευνας του GEM είναι η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Στην Ελλάδα, το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64, που βρισκόταν σε αρχικό στάδιο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης το καλοκαίρι του 2011 ήταν 8%, επίδοση με την οποία η χώρα μας κατατάσσεται στην 4η υψηλότερη θέση ανάμεσα στις πλούσιες χώρες του πλανήτη. Κατά την περίοδο 2003-2007, την περίοδο δηλαδή πριν από την εκδήλωση της κρίσης, παρατηρείται μια σταθερότητα στο δείκτη και η διακύμανση του κινείται ελάχιστα ανάμεσα στο 6%-8%. Στην περίοδο μετά την εμφάνιση της κρίσης, οι Έλληνες αντέδρασαν στην αβεβαιότητα που αυτή προκάλεσε, με την ίδρυση μικρών επιχειρήσεων, προκαλώντας μεγάλη διακύμανση στις τιμές του δείκτη σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Στην Ελλάδα, ο αριθμός των ατόμων που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα ανέρχεται σε 1,5 εκατομμύρια. Το ποσοστό των

---

<sup>2</sup><https://crisisobs.gr>

<sup>3</sup> [http://www.iobe.gr/docs/research/RES\\_02\\_31012013REP\\_GR.pdf](http://www.iobe.gr/docs/research/RES_02_31012013REP_GR.pdf)

επιχειρηματιών, όπου η επιχείρησή τους έχει κλείσει τα 3,5 χρόνια λειτουργίας, δηλαδή το ποσοστό καθιερωμένης επιχειρηματικότητας, είναι 15,8% και είναι το υψηλότερο παγκοσμίως. Έτσι τα τελευταία 5 χρόνια, όπου η οικονομία βρίσκεται σε ύφεση, το ποσοστό της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας δεν έχει σημαντικές μεταβολές. Το ποσοστό του δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας βρίσκεται στο 23,4%, γεγονός που φέρνει τη χώρα μας στην ψηλότερη θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας και σε μία από τις υψηλότερες θέσεις παγκοσμίως. Κατά την περίοδο λοιπόν 2008-2012, παρατηρούμε πως η διακύμανση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι αρκετά μικρότερη από τη διακύμανση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (από 12,6% για το 2008 μέχρι 15,8% για το 2011). Αυτό προκαλεί και μικρή διακύμανση του δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας (από 18,7% για το 2007 μέχρι 23,6% για το 2009). Δηλαδή, η κρίση δεν δείχνει να έχει επηρεάσει σημαντικά τον συνολικό αριθμό των ατόμων που ασκούν κάποια μορφή επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα κατέχει όμως και μία από τις υψηλότερες θέσεις όσον αφορά το ποσοστό εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αυτό ανέρχεται στο 3%, και 1 στους 7 Έλληνες δηλώνουν ότι ο λόγος που τους οδήγησε να εγκαταλείψουν την επιχειρηματική δραστηριότητα τους, ήταν η έλλειψη κέρδους. Αξίζει, ακόμα, να αναφερθούν δύο ακόμα λόγοι εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας: η πώληση της επιχείρησης και η εύρεση άλλης εργασίας. Και για τα δύο, παρατηρείται μεγάλη πτώση των σχετικών ποσοστών. Πρόκειται βεβαίως για ένα ακόμα σημάδι της ύφεσης υπό την οποία διέρχεται η ελληνική οικονομία τα τελευταία χρόνια.

Σε όλη την περίοδο της ελληνικής συμμετοχής στο GEM, το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων απευθυνόταν στον τελικό καταναλωτή. Από το 70% που βρισκόταν το 2005, τα τρία τελευταία χρόνια της κρίσης κινείται σταθερά κάτω από το 50%. Αλλά το ενδιαφέρον έγκειται στο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων, με κατεύθυνση την προσφορά υπηρεσιών προς επιχειρήσεις. Όσον αφορά αυτό τον δείκτη, εμφανίζει μια ανοδική πορεία. Άρα το εύρημα αυτό αποτελεί μια σοβαρή ένδειξη ότι η κρίση φαίνεται να έχει θέσει σε κίνηση διαδικασίες αναδιάρθρωσης.

Όσον αφορά τις προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης, στην Ελλάδα συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας καταγράφεται ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά επιχειρήσεων «υψηλής ανάπτυξης». Μόνο το 2,8% των

επιχειρηματιών αρχικών σταδίων είχαν προσδοκίες το 2011 ότι στην επιχείρησή τους θα δημιουργούνταν πάνω από 20 νέες θέσεις εργασίας μετά την πάροδο πέντε ετών, ενώ τρεις στους τέσσερις προσδοκούσαν να απασχολήσουν το πολύ έως πέντε νέους εργαζόμενους. Τα δεδομένα αυτά παραμένουν ουσιαστικά ίδια από την αρχή της ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Σύμφωνα με αυτό, παρατηρούμε ότι η κυριαρχία της μικρής επιχείρησης στην ελληνική οικονομία όχι απλά δείχνει να διατηρείται, αλλά και να αναπαράγεται.

Κατά το έτος 2011, ένα στα τρία νέα εγχειρήματα κατέγραφε κάποια καινοτομικότητα, μια χαμηλή ένταση ανταγωνισμού ή και τα δύο. Με αυτή την επίδοση, η χώρα μας βρισκόταν στην 8<sup>η</sup> θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Είναι γεγονός ότι, όσο η ύφεση συρρικνώνει τις παραδοσιακές δραστηριότητες, είναι λογικό να περιμένει κανείς ότι τα νέα εγχειρήματα θα στρέφονται σε κατευθύνσεις, που δεν είναι υπερφορτωμένες, είτε προσφέροντας καινοτομικά προϊόντα και υπηρεσίες, είτε μπαίνοντας σε νέες νησίδες αγοράς. Η Ελλάδα, αν και συγκαταλέγεται στις χώρες που βασίζονται, ή θα έπρεπε θεωρητικά να βασίζονται, την ανάπτυξή τους στην καινοτομία (δηλαδή στις αναπτυγμένες οικονομίες), φέρει χαρακτηριστικά των λιγότερο αναπτυγμένων οικονομικά χωρών. Έτσι, μπορεί το ποσοστό του ενεργού πληθυσμού που ενεργοποιείται στα διάφορα στάδια επιχειρηματικής δραστηριότητας να είναι με την πάροδο του χρόνου εξαιρετικά υψηλό, αλλά οι εγχώριες επιχειρήσεις υστερούν σε σύγκριση με αυτές των υπόλοιπων αναπτυγμένων οικονομιών, ως προς τα ποιοτικά χαρακτηριστικά και τη βιωσιμότητά τους.

Όσον αφορά το βαθμό εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων, τα ποσοστά εξωστρέφειας δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται σημαντικά από τις άλλες χώρες καινοτομίας. Δεδομένου, όμως, ότι ο τουρισμός, ένας δηλαδή κλάδος από τη φύση του εξωστρεφής, αποτελεί από τις πιο σημαντικές δραστηριότητες για την ελληνική οικονομία, το επίπεδο της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα πρέπει να θεωρηθεί χαμηλό, όπως άλλωστε έχει καταγραφεί σε όλες τις Εκθέσεις του GEM και στα προηγούμενα χρόνια.

Στην έρευνα αυτή, οι ίδιοι οι Έλληνες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, εκτίμησαν το αν η κρίση έχει επηρεάσει αρνητικά ή θετικά την επιχειρηματικότητα στη χώρα. Πιο συγκεκριμένα, εξετάστηκαν τρία ζητήματα:

α) Το κατά πόσον η ίδρυση μιας επιχείρησης ήταν δυσκολότερη λόγω της κρίσης το 2011 σε σύγκριση με το 2010, όπου τα αποτελέσματα έδειξαν ότι τρεις στους

τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων έκριναν ότι οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης είχαν αυξηθεί σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

β) Η επίδραση της κρίσης στην ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Εδώ, οι νέοι επιχειρηματίες θεωρούσαν ότι η κατάσταση είναι εξίσου πολύ δύσκολη, ότι οι δυνατότητες ανάπτυξης μιας νέας επιχείρησης χειροτερεύουν συνεχώς κάθε χρόνο. Συγκεκριμένα, εμφανίστηκε μια πολύ έντονη αύξηση αυτής της αρνητικής αξιολόγησης ανάμεσα στα έτη 2009 και 2010.

γ) Η επίδραση της κρίσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών. Σε αυτό το ζήτημα προκαλεί εντύπωση η μεγάλη αύξηση του αριθμού όσων απάντησαν ότι υπάρχουν περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες σε σύγκριση με τον προηγούμενο χρόνο. Μάλιστα, το σχετικό ποσοστό φαίνεται ότι αυξάνει σταθερά τα τρία τελευταία χρόνια. Εκ πρώτης όψεως, φαίνεται να υπάρχει μια αντίφαση ανάμεσα σε αυτό το εύρημα και τη διαπίστωση ότι οι Έλληνες βλέπουν λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες στον περίγυρό τους τα τελευταία χρόνια. Ωστόσο, η αντίφαση είναι απλώς επιφανειακή. Όσοι δηλώνουν ότι υπάρχουν σήμερα περισσότερες ευκαιρίες σε σχέση με το προηγούμενο έτος δεν εννοούν ότι υπάρχουν πολλές επιχειρηματικές ευκαιρίες, αλλά ότι απλώς διαπιστώνουν ότι, καθώς προχωράει η ύφεση, δημιουργούνται «κενά» στην αγορά, τα οποία θα μπορούσαν να κινητοποιήσουν την επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Πρόκειται, ίσως, για μια ένδειξη ότι υπάρχουν μεν ακόμα περιθώρια για εκμετάλλευση των επιχειρηματικών ευκαιριών, και μάλιστα τα ίδια τα άτομα έχουν αντιληφθεί αυτό το γεγονός, αλλά ενδεχομένως λόγω των τωρινών συνθηκών να περιμένουν να τα εκμεταλλευθούν μόλις οι συνθήκες το επιτρέψουν.





## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

### 2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Όπως προαναφέραμε στο προηγούμενο κεφάλαιο για την επιχειρηματικότητα, είναι αδύνατον να ξεχωρίσουμε την καινοτομία από την επιχειρηματικότητα. Η καινοτομία είναι ένα απαραίτητο στοιχείο της επιχειρηματικότητας. Ο πληρέστερος ορισμός για τον όρο της καινοτομίας δίνεται από τον Freeman (1982): *«η βιομηχανική καινοτομία περιλαμβάνει τις δραστηριότητες τεχνικού σχεδιασμού, παραγωγής, διοίκησης και εμπορίας που σχετίζονται με την εισαγωγή ενός νέου (ή βελτιωμένου) προϊόντος ή με την πρώτη εμπορική εφαρμογή μιας νέας (ή βελτιωμένης) διαδικασίας ή εξοπλισμού»*. Ο Porter (1990) υποστηρίζει πως η καινοτομία είναι ο τρόπος που οι εταιρείες αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

### 2.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας συνδέονται πολύ στενά. Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία καινοτόμου οικονομικής οργάνωσης με σκοπό το κέρδος ή την ανάπτυξη σε περιβάλλον ρίσκου και αβεβαιότητας. Επιχειρηματικότητα είναι μία διαδικασία, με την οποία τα άτομα αναζητούν ευκαιρίες και καινοτόμες ιδέες, ανεξάρτητα από τους πόρους που ελέγχουν. Για να γίνει ένα άτομο επιχειρηματίας δεν προϋποθέτει να ήταν η οικογένεια του επιχειρηματίας ή να ξεκινήσει έχοντας ένα μεγάλο κεφάλαιο. Σύμφωνα με πολλές μελέτες, παρατηρείται πως αρκετά συχνά οι επιχειρηματίες προέρχονται από εισοδηματικά ή κοινωνικά στρώματα χαμηλής και μέτριας βαθμίδας. Οι ίδιες αυτές μελέτες ανέφεραν επίσης τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των επιχειρηματιών και τα οποία αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για μια επιτυχημένη επιχειρηματική καριέρα, και που, αν και σπάνια, μπορούν όλα να βρεθούν συγκεντρωμένα στο ίδιο άτομο. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι η θέληση για επιτυχία, η διάθεση για ανάληψη κινδύνου, η εργατικότητα και η επιμονή, οι ηγετικές και ομαδικές ικανότητες, η ικανότητα ρεαλιστικού προγραμματισμού, ικανότητα προώθησης προϊόντων ή υπηρεσιών, η υπευθυνότητα και η εντιμότητα, η προσαρμοστικότητα, η οργανωτική και διοικητική ικανότητα, η ικανότητα επικοινωνίας και η δημιουργική σκέψη. Ορισμένα από τα

ανωτέρω χαρακτηριστικά, για παράδειγμα οι ηγετικές ικανότητες και η θέληση για επιτυχία, θεωρούνται χαρακτηριστικά της ίδιας της προσωπικότητας του ατόμου, τα οποία διαμορφώνονται, κατά την επίδραση του οικογενειακού και κοινωνικού περιβάλλοντος, κατά τα πρώτα χρόνια της ζωής του. Άλλα πάλι χαρακτηριστικά, για παράδειγμα η ικανότητα προγραμματισμού, η οργανωτική και επικοινωνιακή ικανότητα και η εργατικότητα, είναι κυρίως αποτελέσματα του εκπαιδευτικού συστήματος που ακολούθησε ο επιχειρηματίας. Τέλος τα χαρακτηριστικά όπως η ικανότητα για δημιουργική σκέψη και καινοτομία, θεωρείται ως το απόγειο της προσωπικής ανάπτυξης του επιχειρηματία και της συστηματικής προσπάθειας, καθώς επίσης και ένα ιδιαίτερα σπάνιο και σημαντικό ταλέντο. (Καραγιάννης, 1996)

## 2.3 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σύμφωνα με το Δείκτη Καινοτομίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Innovation Union Scoreboard, IUS) η χώρα μας κατατάσσεται στην τρίτη, από τέσσερις, κατηγορίες παραγωγής και χρήσης καινοτομίας. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα χαρακτηρίζεται ως «μέτρια καινοτόμος» σε σύγκριση με τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σύμφωνα με τον IUS. Η χώρα μας κατατάσσεται στην 20η θέση με συνολική βαθμολογία 0,37, όταν ο ευρωπαϊκός μέσος όρος βρίσκεται στο 0,5 και η πρώτη χώρα της κατάταξης, η Σουηδία, βαθμολογείται με 0,74. Την Ελλάδα ακολουθούν η Μάλτα, η Σλοβακία και η Πολωνία, ενώ η Ρουμανία, η Λιθουανία, η Βουλγαρία και η Λετονία βρίσκονται στο τέλος της λίστας. Ο δείκτης IUS αποτελεί σύνθεση 25 παραγόντων σε 3 βασικές κατηγορίες που αποτυπώνουν στοιχεία, όπως το ποσοστό νέων διδακτορικών, οι διεθνείς δημοσιεύσεις των επιστημόνων της χώρας, οι δημόσιες και ιδιωτικές επενδύσεις στην Έρευνα και Ανάπτυξη, ο αριθμός θέσεων εργασίας που σχετίζονται με τη γνώση κ.ά. Κοιτάζοντας τους επιμέρους δείκτες, η Ελλάδα φαίνεται να υστερεί, ιδιαίτερα σε ζητήματα κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capital), αλλά και στα πνευματικά περιουσιακά της στοιχεία, όπως αιτήσεις για ευρεσιτεχνίες, εισοδήματα από αυτές, εμπορικά σήματα κλπ. Ωστόσο, δεν είναι όλα τα στοιχεία της χώρας μας απογοητευτικά: η Ελλάδα κατατάσσεται πιο ψηλά από τον κοινοτικό μέσο όρο, σε τομείς όπως η εισαγωγή καινοτομίας στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η διασύνδεση καινοτομικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων μεταξύ τους, οι πωλήσεις καινοτομίας σε

επιχειρήσεις και στην αγορά, αλλά και σε δείκτες που αποτυπώνουν την ποιότητα του επιστημονικού δυναμικού της χώρας, όπως οι διεθνείς δημοσιεύσεις. Επιπλέον, η χώρα σημειώνει θετικούς ρυθμούς αύξησης της βαθμολογίας της στους περισσότερους από τους τομείς που συνθέτουν τον δείκτη IUS, με εντυπωσιακότερες αυξήσεις στα βιομηχανικά σχέδια (+31,6%), στις πατέντες (+18,9%) και στις πωλήσεις καινοτομίας σε επιχειρήσεις και στην αγορά (+15,1%).<sup>4</sup>

Σε έρευνα του Ιδρύματος Κόκκαλη με τίτλο «*Η καινοτομία στην Ελλάδα. Συγκριτική αξιολόγηση με διεθνείς δείκτες, πολιτικές, προτάσεις στρατηγικής*», αξιολογούνται τα διάφορα στοιχεία με σκοπό να εντοπιστεί η θέση της χώρας μας όσον αφορά την καινοτομικότητα της σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε. και την καινοτομική της πορεία με την πάροδο των ετών. Το γενικό συμπέρασμα της συγκριτικής αυτής αξιολόγησης είναι ότι «*οι συγκρίσεις δείχνουν ότι η Ελλάδα, γενικά, υστερεί στις περισσότερες πτυχές καινοτομίας, με κατατάξεις σημαντικά κάτω από τις ηγέτιδες μικρές χώρες. Αυτό κάνει ιδιαίτερα δύσκολη την προσπάθεια για βελτίωση, διότι πρέπει να γίνουν αλλαγές ταυτόχρονα σε πολλούς τομείς και επίπεδα. Στην πλειοψηφία δεικτών, οι κατατάξεις της Ελλάδας είναι κάτω του μέσου όρου της Ε.Ε. Ιδιαίτερα χαμηλές είναι οι επιδόσεις της σε καινοτομική δυνατότητα των επιχειρήσεων, εμπορικά σήματα και πατέντες. Αισθητή είναι, επίσης, η υστέρηση σε ποιότητα εκπαιδευτικού συστήματος, σύνδεση πανεπιστημίου-βιομηχανίας, ευκολία ίδρυσης επιχειρήσεων και υποδομές τεχνολογίας. Ιδιαίτερα ανησυχητικό είναι το γεγονός ότι δε φαίνεται να υπάρχει δυναμική σύγκλιση προς το μέσο κοινοτικό επίπεδο όταν, αντίθετα από την Ελλάδα, άλλες μικρές χώρες έχουν κάνει σημαντικά βήματα βελτίωσης της θέσης τους τα τελευταία χρόνια*»<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> [http://www.startupgreece.gov.gr/sites/default/files/ius-2010\\_en.pdf](http://www.startupgreece.gov.gr/sites/default/files/ius-2010_en.pdf)

<sup>5</sup> [http://www.kokkalisfoundation.gr/uploads/pdf/events/lectures\\_events/Report\\_on\\_Innovation\\_gr.pdf](http://www.kokkalisfoundation.gr/uploads/pdf/events/lectures_events/Report_on_Innovation_gr.pdf)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ετυμολογικά η λέξη **τουρισμός** όπως αναφέρει ο Βαρβαρέσος (2013) προέρχεται από τα Γαλλικά, όπου *tour* σημαίνει *περιήγηση*, με ρίζες στη λατινική λέξη *turnus*. Το 1800 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά στην Αγγλία η λέξη «tourist», για να υποδηλώσει αυτούς που συμμετείχαν στην «grand tour». Το 1811 η λέξη «tourism» σήμαινε τη θεωρητική σύλληψη, την υπόσταση και την πραγματοποίηση του ταξιδιού για λόγους αναψυχής. Η αναψυχή αποτελούσε το κατεξοχήν κίνητρο. Το 1841 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά στη Γαλλία η λέξη «touriste», ενώ το 1930 το επίθετο «touristique» από τον Rodolphe Topffer. Το ταξίδι του 19ου αιώνα εκλαμβάνονταν σαν ένα είδος εργασίας (travail) ή τουλάχιστον σαν ένα εργαλείο κατανόησης και αντιμετώπισης της ίδιας της ζωής. Σήμερα, μέσα από την αλληλοδιαδοχή των εξελικτικών σταδίων της ιστορίας, το ταξίδι εκφράζει μάλλον το αντίθετο, δηλαδή την ξεκούραση και την αναψυχή. Ο τουρισμός έχει καθιερωθεί ως μια παγκόσμια δραστηριότητα αναψυχής. Ωστόσο, η τουριστική δραστηριότητα δεν αντιπροσωπεύει ένα νέο φαινόμενο, εφόσον το ταξίδι και οι μετακινήσεις των ατόμων αποτέλεσαν έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες εξέλιξης στην ιστορία της ανθρωπότητας (αρχαιότητα, ρωμαϊκή περίοδος, Μεσαίωνας, Αναγέννηση). Η ουσιαστική, όμως, ανάπτυξη του διεθνούς τουριστικού φαινομένου πραγματοποιείται μετά το πέρας του Β Παγκοσμίου πολέμου και ιδίως το τελευταίο τέταρτο το 20ου αιώνα και στις αρχές του 21ου, όπου φαίνεται να αποκτά πραγματικές βιομηχανικές δομές.<sup>6</sup>

Σύμφωνα με το Βαρβαρέσο (1998) από τις αρχές του 20ου αιώνα, πολλοί διεθνείς οργανισμοί και ειδικοί του τουρισμού επιδίωξαν να ορίσουν την έννοια του τουρισμού. Από τις πρώτες προσπάθειες που έγιναν για να οριστεί ο τουρισμός, ο καθηγητής W.Hunziker μαζί με τον διευθυντή του Ινστιτούτου Ερευνών Βέρνης για τον Τουρισμό, K. Krapf, στη Βέρνη το 1942, όρισαν ότι ο τουρισμός «είναι το σύνολο των ενεργοποιημένων σχέσεων και γεγονότων κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και παραμονής των ατόμων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας

---

<sup>6</sup> Βαρβαρέσος Σ., (2013) «Οικονομική του Τουρισμού», Β' ανανεωμένη έκδοση, εκδ. Προπομπός, Αθήνα

τους, υπό τον περιορισμό, ότι τόσο η μετακίνηση όσο και η παραμονή τους δεν έχουν ως κίνητρο την άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας». Η Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων και Συγγραφέων Τουρισμού (F.I.J.E.T) ορίζει ότι «Τουρίστας είναι το άτομο που πραγματοποιεί μια μετακίνηση, για οποιαδήποτε αιτία, πέραν του συνήθους περιβάλλοντός του και το οποίο χρησιμοποιεί το χρόνο της απασχόλησής του για την ικανοποίηση της περιέργειάς του, σε όλες τις μορφές της, καθώς και της ανάγκης του για ανάπαυση και ψυχαγωγία». Στη Ρώμη τον Αύγουστο του 1963, πραγματοποιήθηκε η Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τον Τουρισμό και τα διεθνή Ταξίδια, η οποία όρισε ως «επισκέπτη, κάθε άτομο που μετακινείται σε μια άλλη χώρα, διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του, για οποιονδήποτε άλλο λόγο εκτός από εκείνον της άσκησης αμειβόμενου επαγγέλματος». Με τον ορισμό αυτός καλύπτονται δύο κατηγορίες επισκεπτών, οι τουρίστες και οι εκδρομείς. Οι ορισμοί τους είναι οι ακόλουθοι:

**Τουρίστες:** Ορίζονται οι προσωρινοί επισκέπτες, η παραμονή των οποίων υπερβαίνει τις 24 ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα. Τα κίνητρό τους μπορεί να είναι τα ακόλουθα:

- α. Διακοπές, ανάπαυση, σπουδές, υγεία, θεραπεία και σπορ.
- β. Επαγγελματικοί και οικογενειακοί λόγοι, συνέδρια.

**Εκδρομείς:** Ορίζονται οι προσωρινοί επισκέπτες, η παραμονή των οποίων δεν υπερβαίνει τις 24 ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα.<sup>7</sup>

### 3.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός στη χώρα μας απαριθμεί αρκετά χρόνια ζωής. Αυτό που εμείς ορίζουμε ως «Τουρισμός» έχει μια ιστορία η οποία ξεκινάει από την αρχαία εποχή και συνεχίζει να υπάρχει μέχρι και στις μέρες μας. Ιστορικά όπως αναφέρει ο Βαρβαρέσος (1997) μπορούμε να διαχωρίσουμε την εξέλιξη του Τουρισμού, σε τρεις διαφορετικές χρονικά περιόδους.

---

<sup>7</sup> Βαρβαρέσος, Σ. (1998), «Τουρισμός: Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, η Ελληνική Πραγματικότητα», εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα, σελ. 26

- Η πρώτη χρονική περίοδος ξεκινάει από την αρχαία εποχή και φτάνει μέχρι την εποχή της βιομηχανικής επανάστασης. Σε αυτή την περίοδο οι άνθρωποι πραγματοποιούσαν μακρινά ταξίδια με τα καράβια. Για τα πιο μικρά ταξίδια χρησιμοποιούσαν τις άμαξες και τα άλογα. Λόγω των κακών συνθηκών που είχαν να αντιμετωπίσουν, καθώς και λόγω των κινδύνων από την παρουσία κλεφτών, αυτού του είδους τα ταξίδια ήταν αρκετά περιορισμένα σε αριθμό.
- Η δεύτερη περίοδος εντοπίζεται στην εποχή του 19ου αιώνα, κατά την οποία εμφανίζονται πια οι πρώτες ομάδες τουριστών. Μετά τη βιομηχανική επανάσταση δημιουργήθηκε η βάση των τεχνολογικών και οικονομικών πεδίων, όπως και οι διαφορετικές κουλτούρες της κάθε χώρας. Όλα αυτά συντέλεσαν στην ανάπτυξη των πρώτων οργανωμένων ταξιδιών που, σύμφωνα πάντα με τις συνθήκες της εποχής, θεωρούνταν προχωρημένα από άποψη οργάνωσης.
- Η τρίτη και τελευταία περίοδος του ελληνικού τουρισμού, ξεκινάει από τον 20<sup>ο</sup> αιώνα και συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της περιόδου, τα οποία αφορούν στον τουρισμό, είναι ότι εξελίχτηκε σε παγκόσμιο, πιο επιλεκτικό και ποικίλο. Οι άνθρωποι κάνουν πια τις διακοπές τους με σκοπό να γνωρίσουν νέες διαφορετικές χώρες, να επισκεφτούν νέους τόπους, να γνωρίσουν νέες κουλτούρες και νέους ανθρώπους και διαφορετικές ποιότητες της καθημερινότητας και της ζωής. Η χώρα μας σήμερα θεωρείται ως ένας παραδοσιακός προορισμός διακοπών και ως εκ τούτου δεν ανήκει στην κατηγορία των «Νέων Τουριστικών Κρατών». Η δυναμικότητα της σε κλίνες (κύρια και συμπληρωματικά καταλύματα, νόμιμα και παράνομα) αριθμεί περισσότερες του ενός εκατομμυρίου. Έτσι βλέπουμε ότι υπάρχει υπερπροσφορά τουριστικών κλινών, ενώ παράλληλα οι σχέσεις προσφοράς και ζήτησης πλέον στις μέρες μας είναι εντελώς διαφορετικές σε σχέση με αυτές που υπήρχαν επί δεκαετίες. Ο τουρισμός σήμερα στην Ελλάδα από τον τρόπο οργάνωσης και διακίνησης χαρακτηρίζεται ως μαζικός, οργανωμένος και παραθεριστικός τουρισμός. Η εικόνα της τουριστικής Ελλάδας έχει συνδεθεί στο μυαλό των ξένων αγορών με το διάσημο σλόγκαν με τα τέσσερα S (Sun, Sand, Sea, Sex). (Βαρβαρέσος, 1997)

### 3.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός διακρίνεται σε έξι βασικές κατηγορίες, σύμφωνα με τους Ηγουμενάκη κ. άλ. (1998). Αυτές είναι<sup>8</sup>:

1. **Μαζικός τουρισμός.** Ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ομαδικότητα της οργάνωσης και συμμετοχής των τουριστών στις τουριστικές δραστηριότητες. Συμπεριλαμβάνει, επίσης, και την οργάνωση και εκτέλεση της μετακίνησης των τουριστών, καθώς και τη συγκέντρωσή τους στους τόπους προορισμού. Σήμερα, ο μαζικός τουρισμός αναπτύσσεται μέσω του συστήματος GIT (group inclusive tours), όπου παρέχονται πακέτα στον τουρίστα, που περιλαμβάνουν τον τόπο προορισμού, το μεταφορικό μέσο, τη διαμονή και τη μετακίνηση. Η ένταση και ο όγκος των τουριστών επηρεάζεται από το κόστος και την απόσταση ανάμεσα στη χώρα προέλευσης και προορισμού, στα επίπεδα τιμών της χώρας προορισμού και στην ύπαρξη διάφορων φυσικών πόρων στη χώρα προορισμού, όπως είναι ο ήλιος, οι καθαρές ακτές κλπ.
2. **Ατομικός τουρισμός.** Ο ατομικός τουρισμός, σε αντίθεση με το μαζικό, χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού από το άτομο. Ο χαρακτήρας αυτής της κατηγορίας τουρισμού είναι κυρίως περιηγητικός και το μέγεθος του επηρεάζεται από την απόσταση ανάμεσα στη χώρα διαμονής και τη χώρα υποδοχής, από την οικονομική κατάσταση της χώρας υποδοχής, από το βαθμό ανάπτυξης των συγκοινωνιακών δικτύων και μέσω της χώρας υποδοχής και από το βαθμό ποιότητας και ποσότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών στη χώρα φιλοξενίας τους. Ο ατομικός τουρισμός αναπτύσσεται μέσω του συστήματος ΙΤ (individual inclusive tours), όπου παρέχονται τουριστικά πακέτα σε μεμονωμένα άτομα. Η διαφορά του συστήματος αυτού με το σύστημα GIT, που προαναφέρθηκε, είναι στον τρόπο που ο τουρίστας ταξιδεύει στον προορισμό του, όπου στη μία περίπτωση ταξιδεύει ομαδικά ενώ στη δεύτερη ατομικά.
3. **Εσωτερικός τουρισμός.** Ο εσωτερικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που πραγματοποιείται μέσα στα φυσικά όρια της χώρας από κατοίκους της χώρας αυτής.

---

<sup>8</sup> Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., & Λύτρας Π., (1998) «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Εκδ. Interbooks, Αθήνα

4. **Εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός.** Ο εξωτερικός ή αλλιώς διεθνής τουρισμός πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μία χώρα και επισκέπτονται κάποια άλλη χώρα για σκοπούς τουριστικούς. Εξωτερικό τουρισμό θεωρείται ότι έχει μία χώρα, όταν μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται ή όταν δικοί της μόνιμοι κάτοικοι επισκέπτονται άλλες χώρες, πάντα με κίνητρο την εκπλήρωση τουριστικών σκοπών.
5. **Συνεχής τουρισμός.** Ο συνεχής τουρισμός έχει σαν κύριο χαρακτηριστικό ότι διαρκεί όλο το χρόνο και δεν επηρεάζεται από τυχόν κλιματολογικές συνθήκες, που επικρατούν σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Χαρακτηριστικές μορφές αυτής της κατηγορίας τουρισμού είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων, ο μορφωτικός τουρισμός και ο τουρισμός πόλης.
6. **Εποχιακός τουρισμός.** Ο εποχιακός τουρισμός έχει σαν κύριο χαρακτηριστικό ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο και, σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό, επηρεάζεται και διακόπτεται προσωρινά από τις τυχόν δυσμενείς για τους τουρίστες κλιματολογικές συνθήκες σε ορισμένες εποχές του χρόνου. Χαρακτηριστικές μορφές του είναι ο γενικός τουρισμός κατά τους καλοκαιρινούς μήνες και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

### 3.4 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Είναι γεγονός ότι ο τουρισμός αντιμετωπίζει κάποια σημαντικά προβλήματα, ένα από αυτά το πρόβλημα της εποχικότητας. Για αυτό το λόγο οι αρμόδιοι κρατικοί φορείς για τον τουρισμό σε αρκετές χώρες φιλοξενίας και υποδοχής των τουριστών, οδηγήθηκαν στην ανάπτυξη διαφόρων νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες σε πολλές περιπτώσεις και κάτω πάντα από σωστές προϋποθέσεις μπορούν να δώσουν λύση στα προβλήματα αυτά. Οι πλέον ευρέως γνωστές εναλλακτικές μορφές τουρισμού, σύμφωνα με τους Ηγουμενάκη κ. άλ. (1998) εμφανίζονται ακολούθως<sup>9</sup>:

1. **Γενικός τουρισμός.** Αποτελεί την πλέον κερδοφόρο μορφή τουρισμού και συνδέεται με την ανάπαυση και την αναψυχή.
2. **Μορφωτικός τουρισμός.** Αυτή η μορφή τουρισμού αφορά στη συμμετοχή των τουριστών σε πολιτιστικές εκδηλώσεις και σε επισκέψεις τους σε

---

<sup>9</sup>Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., & Λύτρας Π.,(1998) «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Εκδ. Interbooks, Αθήνα



ιστορικά μνημεία, χώρους αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, μουσεία, πινακοθήκες, επίσης σε παρακολουθήσεις συναυλιών, παραστάσεων θεάτρου και όπερας, όπως επίσης και σε συμμετοχές σε πολιτιστικές εκδηλώσεις ή σεμινάρια γλωσσολογίας, φιλοσοφίας, ψυχολογίας κοινωνιολογίας, ανθρωπολογίας και άλλων. Προϋποθέτει βέβαια την ύπαρξη αντίστοιχα διεθνούς φήμης θεάτρων, μουσείων, πινακοθηκών, ιστορικών χώρων, βιβλιοθηκών, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων όλων των βαθμίδων κλπ.

3. **Τουρισμός Εκθέσεων.** Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού παρουσιάζει μία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και προσφέρει στους τουρίστες που απευθύνεται την οργάνωση και την παρακολούθηση εκθέσεων, οργανωμένων συνήθως σε μεγάλα αστικά κέντρα, συνδυαζόμενα με κάποια άλλη μορφή τουρισμού όπως ο μορφωτικός τουρισμός. Φυσικά εκτός των άλλων προϋποθέτει την ύπαρξη σύγχρονων εκθεσιακών χώρων.
4. **Τουρισμός Υγείας.** Έχει ως σκοπό τη διατήρηση και αποκατάσταση της υγείας των τουριστών, τη θεραπεία και ανάρρωση από διάφορες ασθένειες, τη διατήρηση της νεότητας και της ευεξίας τους κλπ. Απευθύνεται συνήθως σε εύπορα άτομα της δεύτερης και τρίτης ηλικίας. Εκτός από τους φυσικούς πόρους του τόπου επίσκεψης η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού απαιτεί ειδικές εγκαταστάσεις και ειδικευμένες ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες προς τους τουρίστες.
5. **Τουρισμός Άθλησης.** Σκοπός αυτής της μορφής τουρισμού είναι η εξάσκηση ενός αθλήματος όπως το γκολφ, η ιππασία κτλ. Μαζί με την άσκηση του αθλήματος οι τουρίστες μπορούν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με εκδρομές και περιηγήσεις στην περιοχή. Προϋποθέτει την ύπαρξη σύγχρονων αθλητικών εγκαταστάσεων.
6. **Τουρισμός Πόλης.** Χαρακτηριστικό αυτής της μορφής είναι η περιήγηση σε μία συγκεκριμένη πόλη, με σκοπό διασκέδαση, ψώνια, πολιτιστικές εκδηλώσεις κτλ. Συνήθως διαρκεί 3-4 ημέρες και διοργανώνεται από τουρ οπερέιτορς, τουριστικά γραφεία και εταιρίες αεροπορικές.
7. **Συνεδριακός τουρισμός.** Σε αυτή τη μορφή συναντάμε κάθε είδους εκδηλώσεις, όπως συνέδρια, συναντήσεις με μεγάλο ή μέτριο αριθμό συμμετοχών και όλων των επιπέδων, τοπικό, εθνικό, περιφερειακό και διεθνές. Συνήθως διαρκεί 2 -4 ημέρες, για αυτό και συνδυάζεται με κάποια άλλη μορφή τουρισμού, όπως τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό κλπ.

8. **Τουρισμός περιπέτειας.** Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του άγνωστου και της έκπληξης. Απευθύνεται συνήθως σε νέους ανθρώπους, κυρίως ελεύθερους επαγγελματίες και στελέχη επιχειρήσεων.
9. **Οικογενειακός τουρισμός.** Προσφέρει τουριστικά πακέτα που είναι προσιτά στις οικογένειες που ταξιδεύουν συνήθως με τα παιδιά τους. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του οικογενειακού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής όπως παιδικές χαρές, παιδικούς σταθμούς κλπ. και ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό για να προσέχει μικρά κυρίως παιδιά.
10. **Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας.** Η τρίτη ηλικία αποτελεί σημαντικό τμήμα του τουριστικού δυναμικού κάθε χώρας. Συνήθως μετακινούνται με τρένα, αυτοκίνητα ιδιωτικά, λεωφορεία και αεροπλάνα.
11. **Τουρισμός Χειμερινών Σπορ.** Η ύπαρξη αυτής της μορφής οφείλεται στην προσπάθεια των χωρών φιλοξενίας να διαφοροποιήσουν το τουριστικό τους προϊόν και να εκμεταλλευτούν την περίοδο του έτους που είναι αδρανείς τουριστικά. Συνήθως, απευθύνεται σε τουρίστες υψηλής εισοδηματικής κατηγορίας, οι οποίοι ασχολούνται με τα ανάλογα χειμερινά σπορ. Αυτού του είδους τον τουρισμό συναντάμε σε συγκεκριμένους γεωγραφικούς χώρους που συνδυάζουν και τις κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες, συνήθως σε ορεινές περιοχές κατά τη χειμερινή περίοδο.
12. **Τουρισμός Παραχείμασης.** Ο τουρισμός παραχείμασης απευθύνεται σε χειμερινούς τουρίστες, οι οποίοι λόγω των αντίξοων καιρικών συνθηκών, που επικρατούν στον τόπο διαμονής τους, επισκέπτονται χώρες με ηπιότερο κλίμα. Η διάρκεια των διακοπών τους, δεν φαίνεται να είναι συγκεκριμένη, αφού μπορεί να διαρκέσει λίγες ημέρες ή ακόμη και λίγους μήνες. Συνήθως οι τουρίστες αυτοί είναι άτομα με θέματα υγείας, τρίτης ηλικίας, με ελεύθερο χρόνο και το εισοδήματός τους θεωρείται σταθερό.
13. **Ορεινός τουρισμός.** Αυτή η μορφή τουρισμού, παρουσιάζει αρκετά κοινά στοιχεία με τον τουρισμό χειμερινών σπορ. Οι διαφορές τους εντοπίζονται στο ότι ο ορεινός τουρισμός μπορεί να λάβει χώρο σε οποιαδήποτε στιγμή του έτους. Περιλαμβάνει δραστηριότητες αναψυχής αποκλειστικά σε ορεινές περιοχές. Πέραν της δημιουργίας καταλυμάτων, εστιατορίων, μπαρ κλπ, να

δοθεί η αναγκαία σημασία στην εξυπηρέτηση της μετακίνησης των τουριστών με τα κατάλληλα συγκοινωνιακά μέσα.

14. **Αγροτικός τουρισμός.** Η μορφή αυτή τουρισμού, όπου συχνά ονομάζεται και αγροτουρισμός, περιλαμβάνει τουριστικές δραστηριότητες που συντελούνται σε αγροτικό χώρο κάτω από πρότυπα ενός αγροτικού τρόπου ζωής.
15. **Θαλάσσιος τουρισμός.** Περιλαμβάνει τις συνολικές δραστηριότητες των τουριστών που συντελούνται στο θαλάσσιο χώρο της χώρας φιλοξενίας των τουριστών. Η πιο κερδοφόρα από αυτές τις δραστηριότητες θεωρείται αυτή της ναύλωσης σκαφών αναψυχής από τους τουρίστες. Επίσης άνθηση διεθνώς γνωρίζει και η κρουαζιέρα και θεωρείται επίσης μία πολύ κερδοφόρα δραστηριότητα. Οι τουρίστες αυτής της μορφής είναι κατά το πλείστον άτομα που ανήκουν σε υψηλές εισοδηματικά βαθμίδες.
16. **Χρονομεριστικός τουρισμός.** Αυτή η μορφή τουρισμού θεωρείται από τις ταχέως αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού. Ο ρυθμός ανάπτυξης της υπολογίζεται να αγγίζει το 30% το χρόνο. Ο τρόπος που λειτουργεί έρχεται να αντικαταστήσει τον ξεπερασμένο τρόπο του τουριστικού πακέτου. Απευθύνεται σε υψηλότερες εισοδηματικά βαθμίδες τουριστών. Βασίζεται απλά στο δικαίωμα παραχώρησης χρήσης για ορισμένο διάστημα και για συγκεκριμένη περίοδο του κάθε έτους ενός δωματίου ξενοδοχείου ή διαμερίσματος σε συγκροτήματα ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων. Σε περίπτωση μάλιστα, που ο αγοραστής αυτού του δικαιώματος δεν επιθυμεί να επιστρέφει κάθε χρόνο στο ίδιο μέρος, μπορεί να ανταλλάξει αυτό το δικαίωμα του με παρόμοιο δικαίωμα άλλου αγοραστή σε άλλη περιοχή ή και σε άλλη χώρα. Επιπλέον, έχει τη δυνατότητα να προβεί στην πώληση του δικαιώματος του, την ενοικίαση ή ακόμα και την κληρονομιά τους, όπως αν είχε κάποιο ακίνητο.
17. **Θρησκευτικός τουρισμός.** Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού απευθύνεται σε κατηγορίες τουριστών που επισκέπτονται θρησκευτικές περιοχές είτε της χώρας διαμονής είτε κάποιας άλλης ξένης χώρας, για λόγους που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τη θρησκεία. Συνήθως οι επισκέψεις τους δεν υπερβαίνουν τις 3 ημέρες. Τα τουριστικά πακέτα θρησκευτικού τουρισμού είναι οικονομικότερα από τα υπόλοιπα τουριστικά πακέτα, καθώς συνήθως χαρακτηρίζονται από λιτότητα.

18. **Επιλεκτικός τουρισμός.** Η ιδέα της δημιουργίας αυτής της μορφής τουρισμού ήρθε ύστερα από τη διαπίστωση των επιχειρήσεων στον τουρισμό και της πολιτικής εξουσίας των χωρών φιλοξενίας, ότι η απόδοση των επενδυμένων κεφαλαίων στον τουρισμό είναι λιγότερο ικανοποιητική, όταν βασίζονται μόνο στα κλασσικά τουριστικά πακέτα και τους τουρ οπερέιτορ, οι οποίοι διεκδικούν συνέχεια μειωμένες τιμές. Έτσι, λοιπόν, τα κλασσικά τουριστικά πακέτα αλλάζουν μορφή και απευθυνόμενα σε πελάτες με υψηλά εισοδήματα, ωθούνται στην αγορά ατομικών τουριστικών πακέτων ΠΤ (individual inclusive tours) ή πακέτων που οι ίδιοι διαμορφώνουν, είτε επίσης δεν αγοράζουν πακέτα αλλά αγοράζουν μεμονωμένα
19. **Τουρισμός κινήτρων.** Η μορφή αυτή του τουρισμού είναι σχετικά νέα, αναπτύσσεται ολοένα και περισσότερο και προέρχεται από την εξάσκηση ενός αποτελεσματικού τρόπου μάνατζμεντ. Εντοπίζεται στις μεγάλες βιομηχανίες και επιχειρήσεις εμπορικές και παροχής υπηρεσιών, οι οποίες μέσω ταξιδιωτικών κινήτρων προσπαθούν να βελτιώσουν την απόδοση των εργαζόμενων τους, η οποία με τη σειρά της θα βελτιώσει την παραγωγικότητα και ανταγωνιστικότητα τους στις αγορές του εσωτερικού και του εξωτερικού. Για να επιτύχουν, λοιπόν, αυτούς τους σκοπούς, οι επιχειρήσεις προσφέρουν διάφορα κίνητρα στους εργαζόμενους, μεταξύ των οποίων και ομαδικά τουριστικά πακέτα GIT (group inclusive tours), τα οποία αφορούν συνήθως σε τουριστικούς προορισμούς του εξωτερικού. Αυτή η μέθοδος υποκίνησης των εργαζόμενων εκ μέρους των επιχειρήσεων αποδείχτηκε στην εφαρμογή της ιδιαίτερα αποτελεσματική, γι' αυτό και παρουσίασε μια σημαντική εξάπλωση τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα στην Αμερική, χώρα όπου άρχισε να εφαρμόζεται για πρώτη φορά κατά το μέσον της δεκαετίας του 1960. Ο τουρισμός κινήτρων έχει πάντοτε περιορισμένη διάρκεια χρόνου, συνήθως τρεις με τέσσερις μέρες. Σκοπός των αρμόδιων τουρ οπερέιτορ, οι οποίοι έχουν αναλάβει για λογαριασμό της επιχείρησης να φτιάξουν το αντίστοιχο τουριστικό πακέτο, είναι να δώσουν στον παραλήπτη του, στο σύντομο αυτό χρονικά διάστημα την ευκαιρία να απολαύσει κάτι το ξεχωριστό, κάτι το οποίο δεν θα είχε ο ίδιος τη δυνατότητα να ζήσει, αν έπρεπε να αποκτήσει με τα δικά του χρήματα το τουριστικό αυτό πακέτο. Για την ανάπτυξη του τουρισμού των κινήτρων, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να προσφέρεται ένας τουριστικός προορισμός, που να ξεχωρίζει από αυτούς που έχει συνηθίσει ο

εργαζόμενος. Σε αντίθεση με τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού, ο τουρισμός κινήτρων δεν δίνει έμφαση στις πολυσύχναστες μεγαλουπόλεις, αλλά στην ωραία ατμόσφαιρα που προκαλεί το περιβάλλον του ξεχωριστού τουριστικού αυτού προορισμού, καθώς επίσης και στην άνεση και την πολυτέλεια που προσφέρουν κατά πρώτο λόγο τα ξενοδοχεία του αλλά και οι άλλες παράπλευρες εγκαταστάσεις.

20. **Οικολογικός τουρισμός.** Σε αυτή τη μορφή τουρισμού χαρακτηριστικό γνώρισμα είναι ο σεβασμός για τη φύση και το περιβάλλον που επισκέπτεται ο τουρίστας. Οι όποιες κατασκευές τείνουν να είναι όσο πιο απλές και φιλικές στο περιβάλλον γίνεται. Ο οικολογικός τουρισμός βοηθάει στο να εξισορροπηθεί κάπως το περιβαλλοντικό πρόβλημα που δημιουργείται σε μία χώρα εξαιτίας του μαζικού τουρισμού.
21. **Λαϊκός τουρισμός.** Η μορφή αυτή τουρισμού χαρακτηρίζεται από την κατηγορία των τουριστών που την επιλέγουν, η οποία είναι χαμηλής εισοδηματικής βαθμίδας. Πρόκειται για άτομα που ταξιδεύουν συνήθως με την οικογένειά τους, όσο πιο οικονομικά γίνεται για αυτούς. Για αυτό το λόγο, προτιμούν για την μετακίνησή τους ιδιόκτητα μέσα μεταφοράς και συνήθως προτιμούν τη διανυκτέρευση σε τροχόσπιτα και κάμπινγκ, τα οποία είναι αρκετά οικονομικότερα από τη διανυκτέρευση σε τουριστικά καταλύματα. Αυτή η μορφή τουρισμού δεν θεωρείται ιδιαίτερα κερδοφόρα για τις χώρες υποδοχής.
22. **Κοσμοπολίτικος τουρισμός.** Οι τουρίστες αυτής της μορφής προέρχονται κυρίως από τον αριστοκρατικό και πολύ πλούσιο κόσμο, και συνήθως ταξιδεύουν από το ένα κοσμοπολίτικο κέντρο στο άλλο. Ξοδεύουν μεγάλα χρηματικά ποσά κατά την μετακίνησή τους και τη διαμονή τους στον κοσμοπολίτικο τουριστικό προορισμό τους. Μετακινούνται συνήθως με ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα.
23. **Τουρισμός αναπήρων.** Ο τουρισμός αναπήρων ή ατόμων με ειδικές ανάγκες περιλαμβάνει την ύπαρξη τουριστικών εγκαταστάσεων, που να διαθέτουν εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση αυτής της κατηγορίας τουριστών και η προσφορά τουριστικών πακέτων που θα ικανοποιεί τις τουριστικές τους ανάγκες και επιθυμίες.

### 3.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Ως *τουριστική επιχείρηση*, σύμφωνα με τον Κολτσιδόπουλο (2005), ορίζεται η οικονομική μονάδα που δραστηριοποιείται στην παραγωγή, προώθηση και παροχή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, με σκοπό την κερδοφορία μέσω της κάλυψης των αναγκών των τουριστών. Οι βασικές τουριστικές επιχειρήσεις είναι τα τουριστικά καταλύματα, οι ξενώνες νεότητας, τα τουριστικά γραφεία, οι εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων και τα τουριστικά καταστήματα. Οι τουριστικές επιχειρήσεις διακρίνονται ανάλογα με<sup>10</sup>:

#### 1.το φορέα τους σε:

A. ατομικές, με φορέα ένα άτομο

B. εταιρικές τουριστικές επιχειρήσεις, με φορέα άτομα περισσότερα του ενός.

#### 2.το αντικείμενο δράσης τους. Σύμφωνα με αυτό διακρίνονται σε

A. επιχειρήσεις παραγωγής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, με σκοπό την κατανάλωση τους από τους τουρίστες, όπως τα ξενοδοχεία, οι βιοτεχνίες ή βιομηχανίες ειδών ταξιδιού και σουβενίρ, οι οργανωτές ταξιδιών, τα εστιατόρια κ.α. )

B. επιχειρήσεις διάθεσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, με σκοπό την εμπορία τους, όπως για παράδειγμα γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων, καταστήματα με σουβενίρ, τουριστικά γραφεία κ.α.

#### 3.την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών. Εδώ διακρίνονται σε:

A. επιχειρήσεις μεταφοράς που εξυπηρετούν την τουριστική μετακίνηση(αεροπορικές και ακτοπλοϊκές εταιρίες, σιδηροδρομικοί οργανισμοί, ΚΤΕΛ κ.α.)

B. σε επιχειρήσεις διαμονής, που καλύπτουν την ανάγκη στέγασης των τουριστών(ξενοδοχεία, ξενώνες, ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα, κάμπινγκ),σε επιχειρήσεις εστίασης όπου καλύπτουν την ανάγκη της διατροφής των τουριστών(εστιατόρια, καντίνες, ταβέρνες, μπαρ, καφετέριες κ.α.)

Γ. σε επιχειρήσεις παροχής ψυχαγωγίας, που καλύπτουν την ανάγκη των τουριστών για διασκέδαση(καζίνο, θέατρα, κινηματογράφοι, κέντρα διασκέδασης κ.α.),

Δ. σε επιχειρήσεις αποκατάστασης της υγείας(ιαματικές πηγές και λουτρά)

Ε. σε επιχειρήσεις εξειδικευμένων υπηρεσιών(ξενάγηση, οδηγοί ορειβασίας κ.α.)

#### 4.το μέγεθος τους. Σύμφωνα με αυτό διακρίνονται σε:

A. μικρές,

---

<sup>10</sup>Κολτσιδόπουλος Γ. (2005), «Τουρισμός:Θεωρητική Προσέγγιση», εκδ. Έλλην, Αθήνα

B. μεσαίες,

Γ. μεγάλες

Δ. πολύ μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις.

5. **την πολλαπλότητα της δράσης τους.** Διακρίνονται σε:

A. επιχειρήσεις απλής δράσης, όπου έχουν σαν μοναδικό αντικείμενο δράσης την κάλυψη μίας μόνο τουριστικής ανάγκης

B. σε πολλαπλής δράσης, όπου έχουν σαν αντικείμενο δράσης την κάλυψη περισσοτέρων του ενός τουριστικών αναγκών(για παράδειγμα ένα ξενοδοχείο, όπου εκτός από την κάλυψη της ανάγκης για διανυκτέρευση, καλύπτει και ανάγκες εστίασης, διασκέδασης κ.α.).

### **3.6 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Ο τουρισμός, στα πλαίσια της εθνικής οικονομίας μιας χώρας, δημιουργεί μια σειρά από έσοδα και έξοδα σε ένα μεγάλο αριθμό οικονομικών κλάδων. Συμβάλλει στην οικονομία αντιπροσωπεύοντας ένα σημαντικό κομμάτι της διενεργούμενης κατανάλωσης, δημιουργώντας μια σειρά από παραγωγικές δραστηριότητες, επηρεάζοντας τις διεθνείς συναλλαγές και το ισοζύγιο πληρωμών και δημιουργώντας θέσεις εργασίας.

Ο τουρισμός χρησιμοποιείται από πολλές εθνικές και τοπικές κυβερνήσεις ως μηχανισμός υποβοήθησης της ανάπτυξης και αναζωογόνησης των οικονομιών. Αυτό, όπως εξηγούν οι Ηγουμενάκη κ. άλ. (1998), συμβαίνει επειδή πολιτικοί και υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων βλέπουν ότι προσφέρει νέες ευκαιρίες εργασίας, εισοδήματος και εσόδων για την τοπική οικονομία, καθώς οι συγκεκριμένοι τόποι επηρεάζονται από την παγκόσμια, εθνική και τοπική οικονομική αναδιάρθρωση. Ανάμεσα σε εθνικές και τοπικές κυβερνήσεις επικρατεί η αντίληψη ότι οι τόποι προορισμού συσσωρεύουν οικονομικά οφέλη, που στη συνέχεια δημιουργούν ευκαιρίες απασχόλησης και προωθούν την αναπτυξιακή διαδικασία στα τουριστικά κέντρα και τις τοπικές κοινωνίες. Οι υποστηρικτές της τουριστικής ανάπτυξης, συχνά, υποστηρίζουν ότι η επένδυση σε υποδομές τουρισμού και αναψυχής αποτελεί θετική συμβολή στην τοπική οικονομία. Η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια χώρα εξασφαλίζει σε αυτή συναλλαγματικά έσοδα που προέρχονται από τις δαπάνες που

πραγματοποιούν ξένοι τουρίστες για να αποκτήσουν τουριστικά και όχι μόνο προϊόντα τα οποία καταναλώνοντας τα ή κάνοντας χρήσεις τους επιχειρούν να ικανοποιήσουν τις τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες τους. Με την αποτίμηση των δαπανών αυτών σε τρέχουσες τιμές μπορεί να υπολογιστεί η συμβολή του τουρισμού στη διαμόρφωση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος μιας χώρας και να αξιολογηθεί η οικονομική σημασία του. Η εισροή συναλλαγματικών εσόδων σε μια χώρα υποδοχής μπορεί μεταξύ άλλων να συμβάλλει στην αντιμετώπιση του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών τους. Η ανάπτυξη του τουρισμού δημιουργεί θέσεις μερικής και πλήρους απασχόλησης στην τουριστική -και όχι μόνο- βιομηχανία, που συμβάλλει στην τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας. Πολλές αναπτυσσόμενες χώρες αναγκάστηκαν να στραφούν στον τουρισμό για να εξασφαλίσουν τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους για την εκβιομηχάνιση τους<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup>Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., & Λύτρας Π.,(1998) «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Εκδ. Interbooks, Αθήνα



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ:ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

### 4.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα λόγω του πολιτισμικού της πλούτου, της φυσικής ομορφιάς της, του κλίματος και της μεγάλης ακτογραμμής της συγκαταλέγεται ανάμεσα στους κυριότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Ο τρόπος οργάνωσης και διακίνησης του τουρισμού χαρακτηρίζεται κυρίως ως μαζικός, οργανωμένος και παραθεριστικός. Τα τελευταία χρόνια, γίνεται μια προσπάθεια να μπει και ο εναλλακτικός τουρισμός στην χώρα, όπου το βάρος θα επικεντρώνεται στην κοινωνία, στον πολιτισμό και το φυσικό περιβάλλον. Οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι οι εξής: πολιτιστικός, χειμερινός, ορεινός και ορειβατικός τουρισμός, αγροτουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός και τουρισμός περιπέτειας. Τέλος, υπάρχουν και κάποιες ειδικές μορφές τουρισμού, που είναι πιο εξειδικευμένες, οι οποίες δεν υποκαθιστούν τον μαζικό τουρισμό αλλά λειτουργούν συμπληρωτικά.. Τέτοιες μορφές είναι ο κοινωνικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο θρησκευτικός, ο επαγγελματικός, ο συνεδριακός και ο εκθεσιακός τουρισμός (Βενετσανοπούλου Μ., 2006).

#### 4.1.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός στην Ελλάδα, όπως και όλοι οι άλλοι κλάδοι της οικονομίας, χαρακτηρίζεται από κάποια πλεονεκτήματα, τα οποία ενισχύουν την θέση του έναντι των ανταγωνιστών μας. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα του τουρισμού στην Ελλάδα, που συντελούν στην προσέλκυση τουριστών στη χώρα μας, είναι κυρίως τα παρακάτω<sup>12</sup>:

---

<sup>12</sup> Βενετσανοπούλου Μ., (2006), «Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

- Το φυσικό περιβάλλον της χώρας μας, με την πλούσια ελληνική φύση και την ομορφιά των ελληνικών τοπίων μας.
- Οι καλές κλιματολογικές συνθήκες και το μεσογειακό κλίμα κατάλληλο για διακοπές.
- Ο μεγάλος αριθμός νησιών που υπάρχει, με την ιδιαίτερη μορφολογία του εδάφους και της νησιώτικης συγκρότησης, τις αμέτρητες παραλίες, ιδανικές για να απολαύσει κάποιος τον ήλιο και τη θάλασσα τους καλοκαιρινούς μήνες.
- Τα εκατοντάδες μνημεία του πολιτισμού μας, η Ελλάδα τείνει να χαρακτηριστεί ως μουσείο της ιστορίας του πολιτισμού, διότι εδώ βρίσκει ο επισκέπτης μνημεία από όλες της εποχές.
- Επίσης, η πνευματική καλλιέργεια και το ανεπτυγμένο αίσθημα φιλοξενίας των Ελλήνων επιδρούν θετικά στην τουριστική εικόνα της χώρας.

#### 4.1.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το τουριστικό προϊόν της χώρας μας, εκτός από τα θετικά στοιχεία, παρουσιάζει και κάποια μειονεκτήματα, τα οποία δρουν αρνητικά στην εικόνα της. Οι κυριότερες αδυναμίες οφείλονται σε όρους γεωγραφικούς, οικονομικούς και οργανωτικούς και είναι οι εξής<sup>13</sup>:

- Προβλήματα στις συγκοινωνίες και στα μέσα υποδοχής των τουριστών, αεροδρόμια, λιμάνια κτλ.
- Η Ελλάδα αποτελεί έναν ακριβό τουριστικό προορισμό, σε σχέση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες. Οι επιχειρήσεις προσπαθούν μέσα σε δύο μήνες (Ιούλιο-Αύγουστο) να βγάλουν τα έσοδα όλου του χρόνου.
- Ο Ελληνικός τουρισμός είναι εξωστρεφής, διότι απευθύνεται σχεδόν αποκλειστικά στη διεθνή πελατεία.
- Είναι εξαρτημένος, διότι η τουριστική αγορά διαμορφώνεται κυρίως στα μητροπολιτικά κέντρα και στην πίεση των πρακτόρων προς τους ξενοδόχους.

<sup>13</sup> Βενετσανοπούλου Μ., (2006), «Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

- Υπάρχει έντονη εποχικότητα, η οποία επηρεάζει το κόστος και την ποιότητα του προϊόντος.
- Η μάζα των τουριστών επισκέπτεται συγκεκριμένες περιοχές όπως την Κρήτη, την Αττική, τα νησιά του Αιγαίου και του Ιόνιου πελάγους.
- Η προώθηση της χώρας είναι ανεπαρκής ή χρονικά καθυστερημένη.
- Η έλλειψη μιας ρεαλιστικής πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη. Από την άλλη πλευρά, δεν έχει καταρτιστεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα, με βάση το οποίο θα επιχειρείται η τουριστική ανάπτυξη

## 4.2 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Όπως είδαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη μίας χώρας. Συμβάλλει στη μείωση της ανεργίας και στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος. Είναι ένας σημαντικός κλάδος που μπορεί να βοηθήσει τη χώρα σε μία δύσκολη περίοδο οικονομικής ύφεσης. Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΤΕ για το 2012, η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας μας άγγιξε το 16,4% και η απασχόληση στον τουριστικό κλάδο συνολικά άγγιξε το 18,3% του απασχολούμενου δυναμικού της χώρας με 688.800 θέσεις εργασίας. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), για το 2012 η χώρα μας βρισκόταν στη 17<sup>η</sup> θέση ως προς τις διεθνείς αφίξεις και στην 23<sup>η</sup> θέση σε έσοδα.

Προκειμένου να συμπεράνουμε την επίδραση της κρίσης στον ελληνικό τουρισμό γενικά, και σε επόμενα κεφάλαια, στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις συγκεκριμένα, θα αναλύσουμε από εδώ και στο εξής σε όλα τα επόμενα κεφάλαια τα ευρήματα της ετήσιας έρευνας του ΙΤΕΠ: «Εξελίξεις στον Τουρισμό και στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας το 2012»<sup>14</sup>.

Ξεκινώντας γενικά, το 2012 ήταν ένα έτος ανάκαμψης του παγκόσμιου τουρισμού. Η συμβολή του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία έφτασε το 9% του παγκόσμιου ΑΕΠ και 10% της συνολικής απασχόλησης. Οι μετακινήσεις των τουριστών παγκοσμίως αυξήθηκαν 3,8% ανάμεσα στα έτη 2011 και 2012. Στην

<sup>14</sup>[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)

Ευρώπη οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά 3,3% και στη Νότια Ευρώπη πιο συγκεκριμένα κατά 2%. Η Ελλάδα παρουσίασε μείωση αφίξεων 5,5% σε σχέση με το 2011, ενώ όλοι οι άλλοι προορισμοί της Ευρώπης παρουσίασαν αύξηση των αφίξεων. Όσον αφορά τα έσοδα από τον τουρισμό, το 2012 τα έσοδα της Ελλάδας ήταν μειωμένα κατά 4,6% συγκριτικά με το 2011. Οι αεροπορικές αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών κατέγραψαν μείωση 3,1%, γεγονός που οφείλεται κυρίως στις αφίξεις στο αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος» της Αθήνας, όπου σημείωσαν μείωση 14,6%. Η πολιτική κατάσταση της χώρας επηρέασε την πρωτεύουσα καθώς με τις απεργίες, τις πορείες και διαμαρτυρίες και την αύξηση της εγκληματικότητας έδειξε ένα αφιλόξενο τοπίο για τους τουρίστες. Η αρνητική πορεία των αφίξεων επηρέασε φυσικά και τις εισπράξεις με μείωση κατά 4,6% σε σχέση με το 2011. Παρά τη μείωση αυτή όμως, οι καθαρές εισπράξεις από τις παροχές ταξιδιωτικών υπηρεσιών είχαν συμβάλει τη χρονιά αυτή στο 55,7% του συνόλου καθαρών εισπράξεων στην αλλοδαπή αντισταθμίζοντας το έλλειμμα της τάξης του 41,9% στο εμπορικό ισοζύγιο της Ελλάδας.

#### 4.2.1 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Στη χώρα μας η κρίση επηρέασε αρνητικά την απασχόληση και τα ποσοστά ανεργίας εκτινάχθηκαν στα ύψη. Όπως παρατηρήσαμε στην έρευνα του ΙΤΕΠ<sup>15</sup> μέχρι την εμφάνιση της κρίσης οι περισσότερες νέες θέσεις εργασίας αφορούσαν στο Δημόσιο Τομέα, το εμπόριο και τις κατασκευές. Από την εμφάνιση της κρίσης και έπειτα επλήγησαν όλοι οι τομείς της οικονομίας και χάθηκαν συνολικά 815.000 θέσεις εργασίας. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ανέργων αυτών ανήκει στον κλάδο των κατασκευών όπου σύμφωνα με τα στοιχεία από το 2008 έως το α' τρίμηνο του 2012 χάθηκαν 182.000 θέσεις εργασίας και ακολουθεί ο κλάδος της μεταποίησης, από όπου χάθηκαν στην αντίστοιχη περίοδο 177.000 θέσεις εργασίας. Τα στοιχεία όμως είναι διαφορετικά για τον τομέα του τουρισμού σε σχέση με τους υπόλοιπους τομείς. Συγκεκριμένα, στον τομέα που αφορά τα Ξενοδοχεία και την Εστίαση στο προ κρίσης διάστημα 2000 έως 2008 δημιουργήθηκαν 52.700 νέες θέσεις εργασίας και στο μετά

---

<sup>15</sup>[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)

κρίσης διάστημα σύμφωνα με εκτιμήσεις της ΕΛΣΤΑΤ η απασχόληση εμφάνιση οριακή μείωση (-3,6%,) μεταφραζόμενη σε μόλις 11.100 χαμένες θέσεις εργασίας. Μάλιστα σύμφωνα με αναφορές των συνδικαλιστικών φορέων του κλάδου, οι θέσεις αυτές αφορούν συγκεκριμένα στον τομέα της εστίασης, αποτέλεσμα της παύσης λειτουργίας στην ηπειρωτική Ελλάδα 4.500 μικρών επιχειρήσεων εστίασης. Σύμφωνα με τα στοιχεία λοιπόν, μπορούμε να αντιληφθούμε ότι ο τουρισμός είναι ο μόνος κλάδος της χώρας μας που αντιστέκεται στην ανεργία επηρεαζόμενος ελάχιστα σε σχέση με τους υπόλοιπους κλάδους

#### **4.2.2 ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η χώρα μας θεωρείται ένας κλασικός τόπος προορισμού για διακοπές. Οι λόγοι επίσκεψης των αλλοδαπών τουριστών είναι κατά κανόνα αναψυχής και κατά πολύ λιγότερο επαγγελματικοί. Υπολογίζεται ότι το 80% των επισκεπτών έρχονται για αναψυχή ενώ μόλις το 6,8% για επαγγελματικούς σκοπούς. Μάλιστα η δυσμενής οικονομική κατάσταση της χώρας τα τελευταία χρόνια τείνει να αυξήσει τον εισερχόμενο αριθμό τουριστών που έχουν λόγους αναψυχής και να μειώσει αντίστοιχα τον αριθμό αυτών που την επισκέπτονται για επαγγελματικούς, εκπαιδευτικούς και λόγους υγείας. Συγκεκριμένα, φαίνεται πως στο β' τρίμηνο του 2012 ως προς το β' τρίμηνο του 2011 η μείωση αυτή έφτασε στο 19,2%<sup>16</sup>.

#### **4.2.3 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΚΑΙ ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Τα ευρήματα της έρευνας του ΙΤΕΠ<sup>17</sup> είναι ενδιαφέροντα και για την παραμονή και ταξιδιωτική δαπάνη των τουριστών στη χώρα μας. Οι ταξιδιωτικές δαπάνες των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας είναι κατά μέσο όρο πολύ διαφορετικές κατά τη διάρκεια του έτους. Ενδεικτικά, το Δεκέμβριο του 2012 από τα

<sup>16</sup>[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)

<sup>17</sup>[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)

420€ που ήταν ο μέσος όρος δαπάνης ανά επίσκεψη, τον Αύγουστο του ίδιου έτους εκτινάχτηκε στα 750€ ανά επίσκεψη, σημειώνοντας αύξηση 45%. Γενικότερα, την καλοκαιρινή περίοδο οι ταξιδιωτικές δαπάνες ανά επίσκεψη είναι υψηλότερες, γεγονός που οφείλεται αποκλειστικά στη μεγαλύτερη διάρκεια των ταξιδιών κατά τους θερινούς μήνες. Σε ετήσια κλίμακα, σύμφωνα με τα στοιχεία που συνέλλεξε η Τράπεζα της Ελλάδας, η κρίση βλέπουμε πως επηρέασε την μέση ταξιδιωτική δαπάνη ανά επίσκεψη καθώς το 2008 από τα 730€ μειώθηκε στα 639,50€ το 2011 και αντίστοιχα για τα ίδια έτη η μέση δαπάνη ανά ημέρα επίσκεψης από τα 76,3€ το 2008 μειώθηκε στα 69,6€ το 2011. Από τα ίδια στοιχεία εντοπίζουμε επίσης μείωση και στη μέση διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών επισκεπτών στη χώρα μας καθώς για το 2008 ήταν 9,6 ημέρες, ενώ για το 2011 ήταν 8 ημέρες. Όσον αφορά την ταξιδιωτική δαπάνη και προέλευση των επισκεπτών, οι μόνες διαφορές εντοπίζονται στους Αμερικανούς και Ρώσους επισκέπτες και οι οποίοι τείνουν να έχουν υψηλότερες δαπάνες κατά την παραμονή τους στην Ελλάδα σε σχέση με τις άλλες εθνικότητες των τουριστών.

#### **4.2.4 ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ**

Οι αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μας το 2012 επηρεάστηκε αντίστοιχα από τις αρνητικές συνθήκες που επικρατούσαν. Συγκεκριμένα όπως είδαμε στην έρευνα<sup>18</sup>, σε σύγκριση με το αμέσως προηγούμενο έτος, οι αφίξεις από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρουσίασαν μείωση της τάξεως του 8,5%. Αναλυτικότερα, οι σημαντικότερες μειώσεις προέρχονταν από την Πολωνία με μείωση 43,5%, την Ελβετία με μείωση 17,1%, τη Γαλλία με μείωση 15%, την Ολλανδία με μείωση 14% και τη Φινλανδία με μείωση 8,1%. Όσον αφορά τη μεγαλύτερη παραδοσιακή χώρα προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα, τη Γερμανία, η μείωση έφτασε το 5,9% που αντιστοιχεί σε 150.000 λιγότερους τουρίστες σε σχέση με το 2011. Τη μείωση αυτή των χωρών αυτών της Ευρωζώνης, οι οποίες θεωρούνται ως χώρες που όλα αυτά τα χρόνια στηρίζουν με την προτίμησή τους τον ελληνικό τουρισμό, μπορούμε να την ερμηνεύσουμε ως το αποτέλεσμα της αρνητικής κοινωνικο-οικονομικής κατάστασης που επικρατούσε στη χώρα μας, τον κίνδυνο εξόδου της χώρας από την ευρωζώνη και την αβεβαιότητα που επικρατούσε.

<sup>18</sup>[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)

Επιπρόσθετα, την κατάσταση επιδεινώσαν τα ξένα ΜΜΕ με τη δημιουργία ενός έντονου αρνητικού και δυσφημιστικού κλίματος για τη χώρα μας. Το αποκορύφωμα της αρνητικής αυτής κατάστασης ήταν η αβεβαιότητα που προήλθε από τις εκλογές της 6<sup>ης</sup> Μαΐου, χρονική στιγμή, όπου οι «υποψήφιοι» επισκέπτες της χώρας μας καλούνταν να επιλέξουν τόπο για τις καλοκαιρινές τους διακοπές. Ακόμα και μετά τις εκλογές της 17<sup>ης</sup> Ιουνίου, όπου σταθεροποιήθηκε πια η κατάσταση στην τουριστική αγορά, η πτωτική αυτή πορεία ήταν αργά να αντιστραφεί. Μείωση καταγράφηκε, επίσης, και από τις χώρες της Νότιας Ευρώπης, η οποία αποδίδεται στην αρνητική οικονομική κατάσταση που βρίσκονταν αντίστοιχα οι συγκεκριμένες χώρες.

Σε αντίθεση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, η Μεγάλη Βρετανία ως χώρα προέλευσης τουριστών παρουσίασε αύξηση 9,3% στις αφίξεις των υπηκόων της στην Ελλάδα κατά το 2012, μία αύξηση που μεταφράζεται σε 150.000 περισσότερους Βρετανούς τουρίστες από το 2011. Ακόμα και με αυτή την αύξηση όμως, προ κρίσης και συγκεκριμένα το 2008, οι αφίξεις των τουριστών που προέρχονταν από τη Μεγάλη Βρετανία ήταν αυξημένες κατά 350.000 άτομα. Εκτός ΕΕ, δύο χώρες συνέχισαν την αυξημένη προσέλευση των κατοίκων τους στη χώρα μας. Συγκεκριμένα, η μία από αυτές τις χώρες είναι η Ρωσία, όπου το έτος 2011 είχε σημειωθεί αύξηση 63% στις αφίξεις Ρώσων τουριστών, εμφάνισε το 2012 αύξηση 18,4% και υπολογίζεται ότι ο αριθμός των επισκεπτών ανέρχεται στους 875.000 Ρώσους πολίτες, γεγονός που την κατατάσσει 4<sup>η</sup> στη λίστα με τις χώρες προέλευσης των αλλοδαπών τουριστών. Η άλλη χώρα είναι η Νορβηγία, η οποία παρουσίασε αύξηση στους επισκέπτες της τάξεως του 29,8% για το έτος 2012. Από τις ασιατικές αγορές, η Τουρκία αποτελεί τη μεγαλύτερη αγορά και παρουσίασε επίσης αύξηση 9,1% ακολουθούμενη από το Ισραήλ, αγορά που παρουσίασε μείωση 8,1% για το 2012 σε σχέση με το 2011 όπου είχε παρουσίαση αύξηση 139%. Λόγω της μείωσης του επιχειρηματικού τουρισμού, όπως αναφέραμε νωρίτερα, παρατηρήθηκε μείωση στις χώρες της Άπω Ανατολής. Όσον αφορά την αμερικανική αγορά, οι αφίξεις παρουσιάζουν σημαντική μείωση και συγκεκριμένα από Αμερική η μείωση ανέρχεται στο 22,9% και από Καναδά 27,8% για το 2012. Τέλος, πτώση εμφανίζουν και οι αφίξεις από Κίνα και Ιαπωνία, γεγονός που οφείλεται στο ότι η Ελλάδα δεν έχει καταφέρει ακόμα να εδραιωθεί στις αγορές αυτές ως σημαντικός προορισμός για αναψυχή και περιήγηση, παρά ως προορισμός για να συνδυάσουν επαγγελματικούς σκοπούς.

Συνοψίζοντας, για το 2012 τα μερίδια των αγορών έχουν συρρικνωθεί σημαντικά από την Αμερική και τις χώρες της ΕΕ, ενώ αντίθετα υπάρχει βελτίωση από Ασία (κυρίως λόγω της τουρκικής αγοράς), Ρωσία και Νορβηγία. Στην κατάταξη, οι χώρες με την μεγαλύτερη πηγή προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα αποτελείται παραδοσιακά από πρώτη τη Γερμανία, δεύτερη τη Μεγάλη Βρετανία και τρίτη τη Γαλλία.

### **4.3 ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Στην Ελλάδα οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις παίζουν σημαντικότατο ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη, αν αναλογιστούμε ότι χωρίς την ύπαρξη των ξενοδοχείων δεν μπορεί να υπάρξει φιλοξενία των τουριστών. Εκτός αυτού, ο ελληνικός ξενοδοχειακός τομέας προσφέρει ένα σημαντικό αριθμό θέσεων εργασίας με αποτέλεσμα να επιδρά ευεργετικά στη μείωση της ανεργίας. Συγκεκριμένα υπολογίζεται ότι περισσότερα από 10.000 ξενοδοχεία στην Ελλάδα απασχολούν ένα πολύ σημαντικό ποσοστό εργαζομένων. Η απασχόληση που προσφέρεται από αυτά τα ξενοδοχεία έχει το πλεονέκτημα της αποκέντρωσης, καθώς τα ξενοδοχεία είναι διάσπαρτα σε όλο τον ελλαδικό χώρο και αρκετά από αυτά τοποθετούνται σε ακριτικές περιοχές. Επιπλέον, ο ξενοδοχειακός τομέας της χώρας μας επιδρά σημαντικά στην περιφερειακή ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας καθώς και στη μείωση φαινομένων όπως η μετανάστευση και η αστυφιλία. Ωστόσο, παραμένει έντονο το πρόβλημα της εποχικότητας, καθώς τα περισσότερα από αυτά τα ξενοδοχεία λειτουργούν μόνο κατά τους καλοκαιρινούς μήνες <sup>19</sup>.

Παρακάτω, θα παραθέσουμε τα ευρήματα της ετήσιας έρευνας του ΙΤΕΠ: «Εξελίξεις στον Τουρισμό και στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας το 2012», κατά την οποία παρουσιάζονται τα στοιχεία για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της χώρας κατά τα έτη 2011 και 2012 με αναφορές και συγκρίσεις των αμέσως προηγούμενων ετών.

---

<sup>19</sup> Ρούπας, Β. & Λαλούμης, Δ. (1998) «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων». Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης



### 4.3.1 ΕΣΟΔΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Σύμφωνα με την έρευνα του ΙΤΕΠ<sup>20</sup>, συγκρίνοντας τα έτη 2010 και 2011, μπορούμε να πούμε ότι το 2011 η ελληνική ξενοδοχία φάνηκε να ανακάμπτει. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας το 2010 οι εισπράξεις το 2010 είχαν εμφανίσει μείωση 13,4% σε σχέση με το 2009. Οι μεγαλύτερες απώλειες εξαιτίας της κρίσης είχαν εμφανισθεί κυρίως στις κατηγορίες ξενοδοχείων 3 και 4 αστέρων ενώ οι μικρότερες απώλειες στις κατηγορίες λιγότερων αστέρων. Τα μέσα έσοδα των ξενοδοχείων ανά δωμάτιο για το 2011 παρουσίασαν μία ανάκαμψη της τάξεως του 9,2% σε σχέση με το προηγούμενο έτος και ανήλθαν στα 14.490€. Οι εισπράξεις των ξενοδοχείων 5 αστέρων παρουσίασαν αύξηση κατά 12,3%, των 4 αστέρων 11,3% και των 3 αστέρων 7,5%. Στις μικρότερες κατηγορίες αστέρων παρουσιάστηκε μείωση των εσόδων κατά 3,4% για τα ξενοδοχεία 2 αστέρων και 5,6% για τα ξενοδοχεία 1 αστέρος, τα οποία εξαιρουμένων αυτών που λειτουργούν στο Νότιο Αιγαίο, παρουσιάζουν ετήσια έσοδα ανά δωμάτιο κάτω των 3.000€. Έτσι λοιπόν φαίνεται ότι αυτά τα μικρά οικογενειακής μορφής ξενοδοχεία, τα οποία απευθύνονταν κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό, υστερούν σε ποιότητα και έτσι δυσκολεύονται να απορροφήσουν τον απαιτητικό εξωτερικό τουρισμό.

Συγκρινόμενα σε περιφερειακό επίπεδο, τα ξενοδοχεία που λειτουργούν σε Μακεδονία και Θράκη εμφάνισαν για το 2011 τις καλύτερες οικονομικές επιδόσεις, επωφελούμενα την αυξημένη ροή τουριστών από Τουρκία και Ρωσία στις περιοχές αυτές.

Εξίσου καλές επιδόσεις εμφάνισαν και οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που λειτουργούν στην Κρήτη και στο Νότιο Αιγαίο. Συγκεκριμένα οι εισπράξεις εμφάνισαν αύξηση 17,7% στην Κρήτη και 12% στο Νότιο Αιγαίο. Αντίθετα, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που λειτουργούν στην ηπειρωτική Ελλάδα και συγκεκριμένα στην Αττική, Ήπειρο, Θεσσαλία και Πελοπόννησο, εμφάνισαν τις μεγαλύτερες μειώσεις στις εισπράξεις τους.

Τέλος, συγκρινόμενα σε απόλυτα μεγέθη, τα μεγαλύτερα έσοδα και για το 2011 εμφάνισαν τα ξενοδοχεία υψηλών κατηγοριών που λειτουργούν στην Αττική και τη Θεσσαλονίκη, καθώς μεγάλο κομμάτι από τα έσοδα τους αυτά προέρχεται από

20

[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)

την εκμετάλλευση των αιθουσών των χώρων μαζικής εστίασης. Αντίθετα, τα λιγότερα έσοδα ανά εμφάνισαν τα ξενοδοχεία που λειτουργούν στην Κεντρική Ελλάδα και το Βόρειο Αιγαίο. Αυτό είναι χαρακτηριστικό και προηγούμενων ετών και οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι στην πρώτη περίπτωση, τα ξενοδοχεία της Κεντρικής Ελλάδας, απευθύνονται κυρίως στην χαμηλή εισοδηματική τάξη του ελληνικού εσωτερικού τουρισμού είτε στο γεγονός ότι λειτουργούν μόνο κατά τους χειμερινούς μήνες. Στην περίπτωση των ξενοδοχείων του Βορείου Αιγαίου, τα μειωμένα έσοδα αποδίδονται στο γεγονός της έντονης εποχικότητας της περιοχής, η οποία είναι μάλιστα η υψηλότερη της χώρας.

#### 4.3.2 ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Το 2012 όπως προαναφέραμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, η χώρα μας βρισκόταν σε δύσκολη πολιτική και οικονομική, γεγονός που επηρέασε την τουριστική αγορά αρνητικά. Ειδικότερα σύμφωνα με την έρευνα του ΙΤΕΠ<sup>21</sup>, κατά τους πρώτους 7 μήνες του 2012 το κλίμα στη χώρα μας χαρακτηριζόταν από μία έντονη πολιτική αβεβαιότητα συνοδευόμενη από μία επίσης έντονη οικονομική ύφεση. Λίγο πριν την έναρξη της τουριστικής σεζόν το κλίμα αυτό εντάθηκε με τις διπλές εκλογές. Το αποτέλεσμα αυτού ήταν να μειωθεί δραματικά το ενδιαφέρον για τον εσωτερικό τουρισμό και παράλληλα με τη δυσφήμιση της πολιτικο-οικονομικής κατάστασης χώρας και της φημολογίας περί εξόδου από το Ευρώ από τα διεθνή ΜΜΕ, να μειωθεί επίσης το ενδιαφέρον και από τους αλλοδαπούς τουρίστες. Ενδεικτικό είναι ότι για το Μάιο του 2012 η πληρότητα των ελληνικών ξενοδοχείων που λειτουργούσαν έφτασε μετά βίας το 45,29% και παρουσίασε πτώση της τάξεως του 6,2% σε σχέση με τον ίδιο μήνα του προηγούμενου έτους. Οφείλουμε όμως να διευκρινίσουμε ότι πέραν αυτού, παρουσιάστηκε ένα νέο φαινόμενο όπου ένα σημαντικό ποσοστό ξενοδοχείων χαμηλών αστεριών δεν λειτούργησε παρά μετά τα τέλη Μαΐου. Αναλυτικότερα, δεν λειτούργησε καθόλου το 6,9% των ξενοδοχείων 3 αστερών, το 10,3% των 2 αστερών και το 12,8% του ενός αστερός. Τα ξενοδοχεία αυτά υποφέρουν ολοένα και περισσότερο από την τάση συρρίκνωσης της τουριστικής

---

<sup>21</sup>[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)

σεζόν σε αντίθεση με τα μεγαλύτερης κατηγορίας 4 και 5 αστέρων που δείχνουν να μην επηρεάζονται σε λειτουργία εποχιακά. Μετά το αποτέλεσμα των εκλογών του Ιουνίου, όπου και το κλίμα εμπιστοσύνης άρχισε να αποκαθίσταται, η μέση πληρότητα άρχισε να ομαλοποιείται ξανά και τον Αύγουστο παρουσίασε οριακή αύξηση 0,1% σε σύγκριση με τον Αύγουστο του προηγούμενου έτους και έφτασε το 77,86% στο σύνολο των ελληνικών ξενοδοχείων. Παρατηρώντας την εξέλιξη της πορείας των τουριστικών προορισμών της χώρας για τα έτη 2011 και 2012, διαπιστώνουμε ότι υπάρχει έντονη ανισότητα σε διαφορετικές περιφέρειες της χώρας. Οι ηπειρωτικοί τουριστικοί προορισμοί ακολουθούν καθοδική πορεία, ενώ οι νησιωτικοί τουριστικοί προορισμοί ακολουθούν μία ανοδική πορεία. Αυτό δικαιολογείται από το γεγονός, ότι οι ηπειρωτικοί προορισμοί ήταν προορισμοί προτίμησης Ελλήνων χαμηλής εισοδηματικής τάξης, οι οποίοι επλήγησαν πρώτοι από την κατάσταση στη χώρα, ενώ οι νησιωτικοί προορισμοί επιλέγονται κυρίως από αλλοδαπούς τουρίστες. Για τις χρονιές 2011 και 2012 τα αποτελέσματα δείχνουν μειώσεις στην πληρότητα για τις περιφέρειες Αττικής (-23,38%), Ηπείρου-Θεσσαλίας (-18,6%), Πελοποννήσου (-14,34%) και κεντρικής Ελλάδας (-10,76%) και αυξήσεις στις περιφέρειες Κρήτης, Μακεδονίας- Θράκης και Ιονίων νησιών. Συγκεκριμένα, η περιφέρεια Μακεδονίας- Θράκης κατάφερε να αλλάξει το 2012 την αρνητική πορεία που είχε το 2011. Σε αυτό συνέβαλαν δύο θετικές συγκυρίες: α) η αυξημένη επίσκεψη στην περιφέρεια μέσω του οδικού δικτύου από Τουρκία, Ρωσία και Βαλκάνια και β) η φιλοξενία Λίβυων τραυματιών και συνοδών τους στα ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης, με κάλυψη των δαπανών αυτών από πλούσιες χώρες τις Μέσης Ανατολής. Ασχέτως όμως των συγκυριών κάθε έτους, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η νησιωτική Ελλάδα αποτελεί διαχρονικά τον μεγαλύτερο πόλο έλξης τουριστών αποτελώντας τον πυρήνα της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας.

Η πληρότητα των ξενοδοχείων αυτών επηρεάζεται επίσης από το μέγεθος τους αλλά και από την κατηγορία αστεριών τους. Αυτό είναι ένα συμπέρασμα που έχουν καταλήξει διάφορες έρευνες προηγούμενων ετών και το οποίο διαπιστώνεται και σε αυτή την έρευνα του ΙΤΕΠ που μελετήσαμε για το έτος 2012. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία αυτής της έρευνας όσον αφορά τη σύγκριση των μηνών Μαΐου και Αυγούστου ανάμεσα σε διαφορετικά μεγέθη ξενοδοχειακών μονάδων, για το μήνα Μάιο οι μικρές οικογενειακές μονάδες (<20 δωματίων) εμφάνισαν μέση πληρότητα 24,76%, οι μικρές μονάδες (20 – 50 δωματίων) 34,3%, οι μεσαίες μονάδες (50 – 100 δωματίων) 41% και οι μεγάλες (>100 δωματίων) 53,5%. Διαπιστώνουμε λοιπόν πως

η μέση πληρότητα είναι καλύτερη όσο μεγαλώνει το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας. Το ίδιο συμβαίνει και για το μήνα Αύγουστο, όπου στις μικρομεσαίες μονάδες η πληρότητα αγγίζει το 75% και στις μεγάλες το 85%. Όσον αφορά την κατηγορία αστεριών και πάλι τα στοιχεία δείχνουν ότι οι μεγαλύτερες σε αστέρια μονάδες επιτυγχάνουν μεγαλύτερη πληρότητα. Συγκεκριμένα για τους μήνες Μάιο και Αύγουστο, τα στοιχεία δείχνουν ότι οι κατηγορίες 1, 2 και 3 αστερών εμφάνισαν πληρότητα για το Μάιο μικρότερη του 40% και τον Αύγουστο 72,5%, ενώ οι κατηγορίες 4 και 5 αστερών εμφάνισαν πληρότητα 55% το Μάιο και 82% τον Αύγουστο. Μάλιστα σε σχέση με το 2011, τα υψηλής κατηγορίας ξενοδοχεία ήταν τα μόνα που αύξησαν τη μέση πληρότητά τους, κατά 6,1%. Όλες οι άλλες κατηγορίες εμφάνισαν μείωση. Αυτό πιθανώς να οφείλεται στο γεγονός ότι τα υψηλών αστερών ξενοδοχεία μπορούν να προβούν αρκετά πιο ευέλικτα σε μία πιθανή μείωση τιμών με σκοπό να προσελκύσουν πελάτες και στο ότι οι πελάτες τους ήταν κυρίως αλλοδαποί τουρίστες που δεν επηρεάζονται από την ύφεση της χώρας όπως οι εγχώριοι πελάτες. Συνοπτικά, βλέπουμε πως τον Μάιο οι ξενοδοχειακές μονάδες πρόβαλαν αντίσταση στις δυσμενείς τουριστικά συνθήκες που επικρατήσουν ενώ τον Αύγουστο εμφάνισαν στο σύνολο τους αρκετά υψηλές πληρότητες, γεγονός που δείχνει ότι ο ξενοδοχειακός κλάδος της χώρας άντεξε και αντέχει παρά τις όποιες αρνητικές συνθήκες.

### 4.3.3 ΤΙΜΕΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Από τα στοιχεία της έρευνας του ΙΤΕΠ<sup>22</sup> για το 2012, οι τιμές διάθεσης του ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με των αμέσως προηγούμενων ετών μέχρι και το 2009. Από το 2000 έως το 2008 οι τιμές εμφανίζονταν κάθε χρόνο αυξημένες, όπου το 2008 εμφάνισαν και το υψηλότερο επίπεδο. Από το 2009 εμφανίστηκε μία πτώση της τάξεως του 5% και τα επόμενα έτη συνέχισαν να διαμορφώνονται στα επίπεδα εκείνης της χρονιάς. Για το 2012 οι τιμές παρουσίασαν μία σχεδόν ασήμαντη αύξηση 1,14% και 1,97% για το Μάιο και τον

---

22

[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)

Αύγουστο αντίστοιχα σε σχέση με το 2011. Ο μέσος όρος της τιμής διάθεσης ενός δωματίου σε όλη την Ελλάδα ήταν από 65,3€ το Μάιο του 2011 στα 66€ το Μάιο του 2012 και από 100€ τον Αύγουστο του 2011 στα 102,13€ τον ίδιο μήνα του 2012. Όπως συνέβη και στην πληρότητα των ξενοδοχείων, παρομοίως και στην τιμολογιακή πολιτική οι τιμές εμφανίζουν μεγάλες διαφορές αναλόγως με την επικράτεια που λειτουργούν τα ξενοδοχεία. Στην ηπειρωτική Ελλάδα οι τιμές εμφανίζουν τις μεγαλύτερες υποχωρήσεις, ενώ αντίθετα στην νησιωτική χώρα εμφανίζουν μία αισθητή άνοδο τιμών. Η μεγαλύτερη υποχώρηση τιμών καταγράφηκε στην Αττική όπου το Μάιο οι τιμές υποχώρησαν 11,6% και τον Αύγουστο 16,1%. Σημαντική υποχώρηση τιμών καταγράφηκε και στα ξενοδοχεία της Πελοποννήσου με -9,5% το Μάιο και -3,6% τον Αύγουστο. Λόγω της οικονομικής ύφεσης που χαρακτήριζε την Ελλάδα και την Ιταλία, σοβαρό πρόβλημα αντιμετώπισαν και οι ξενοδοχειακές μονάδες στα Ιόνια νησιά αφού το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών τους τον Αύγουστο προερχόταν από αυτές τις δύο χώρες. Έτσι τα ξενοδοχεία αναγκάστηκαν να προσελκύσουν επισκέπτες από την Αγγλία μέσω των τουρ οπερέιτορ σε ελκυστικές για αυτούς τιμές, αρκετά χαμηλότερες από αυτές που διέθεταν τα δωμάτια τους στους Έλληνες και Ιταλούς επισκέπτες. Το Μάιο λοιπόν οι τιμές παρουσίασαν μεν μία αύξηση 5% αλλά τον Αύγουστο υποχώρησαν σημαντικά κατά 10% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Με εξαίρεση το Ιόνιο, όλοι οι υπόλοιποι νησιωτικοί τουριστικοί προορισμοί εμφάνισαν άνοδο στις τιμές τους. Η μεγαλύτερη άνοδος τιμών εντοπίστηκε στην Κρήτη, γεγονός που αποδίδεται στην αύξηση των αριθμών δωματίων των ξενοδοχείων υψηλής κατηγορίας από το 2010 τα οποία διαθέτουν τα δωμάτια αυτά σε αρκετά υψηλές τιμές επηρεάζοντας το μέσο όρο της τιμής διάθεσης στην περιοχή. Το ίδιο συμβαίνει και με τα ξενοδοχεία του Νοτίου Αιγαίου, όπου και εκεί καταγράφεται αύξηση τιμών και συγκεκριμένα κατά 1,7% σε σχέση με το 2011, όπου το συγκεκριμένο έτος οι τιμές είχαν ήδη 12% άνοδο από το 2010. Η μικρότερη άνοδος τιμών καταγράφηκε στα ξενοδοχεία του Βορείου Αιγαίου και ήταν αθροιστικά για τα έτη 2011 και 2012 της τάξεως του 3%. Μία σημαντική παρατήρηση από τα στοιχεία της έρευνας ήταν ότι τα ξενοδοχεία της Κρήτης, του Νοτίου Αιγαίου και του Ιονίου εμφάνισαν τις υψηλότερες τιμές για το μήνα Αύγουστο, ενώ τα συγκεκριμένα πρωτεία κατείχαν τόσα χρόνια τα ξενοδοχεία των μεγάλων πόλεων της Αττικής και της Κεντρικής Μακεδονίας. Έτσι λοιπόν τα ξενοδοχεία αυτά, που απευθύνονταν κυρίως στον εγχώριο τουρισμό, ακολουθώντας μία πτωτική πορεία τιμών από το 2010 παραγκωνίστηκαν από τα ξενοδοχεία των

μεγάλων τουριστικών παραθεριστικών περιοχών, που απευθύνονται κυρίως στον εισερχόμενο τουρισμό.

Οι μεγαλύτερες μειώσεις τιμών κατά την περίοδο της κρίσης παρατηρούμε ότι συνέβησαν στις μικρότερες ξενοδοχειακές μονάδες. Στις πολύ μικρές οικογενειακές το Μάιο είχαμε μία μείωση 6,6% ενώ τον Αύγουστο μία όχι τόσο σημαντική μείωση 1,4%. Τα μικρά ξενοδοχεία εμφάνισαν και αυτά μείωση το Μάιο και τον Αύγουστο 4% ενώ τα μεσαία ξενοδοχεία για το Μάιο -6% αλλά τον Αύγουστο καταφέρνουν και αντιστρέφουν το τοπίο με αύξηση 2,9% στις τιμές τους. Εκτός από το μέγεθος τους, παρατηρούμε ότι και η κατηγορία ποιότητας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων επηρεάζει την τιμολογιακή πολιτική τους. Τα ξενοδοχεία χαμηλών κατηγοριών κατέγραψαν μειώσεις τιμών σε σύγκριση με τα ξενοδοχεία 4 και 5 αστερών που κατέγραψαν αύξηση στις τιμές τους. Ενδεικτικά, αναφέρουμε ότι κατά το μήνα Αύγουστο τα ξενοδοχεία 2 και 3 αστεριών διέθεσαν τα δωμάτια τους χαμηλότερα κατά 7,8% και 3,7% αντίστοιχα σε σχέση με τον Αύγουστο του 2011 ενώ τα ξενοδοχεία 4 και 5 αστερών την ίδια περίοδο εμφάνισαν άνοδο τιμών 2,5% και 9% αντίστοιχα. Οι τιμές στα ξενοδοχεία 5 αστερών κυμάνθηκαν στα 100€ το Μάιο και στα 170€ τον Αύγουστο, ενώ αντίστοιχα στα ξενοδοχεία 2 αστερών κυμάνθηκαν στα 40€ το Μάιο και στα 60€ τον Αύγουστο. Μάλιστα, αναφέρεται ότι το Μάιο το 42% των ξενοδοχειακών μονάδων διαθέτει τα δωμάτια του στους πελάτες με λιγότερα από 40€ ημερησίως, το 73,4% με λιγότερα από 60€ και μόνο το 7,3% τα διαθέτει πάνω από 100€. Τον Αύγουστο το σκηνικό αλλάζει και το ποσοστό των ξενοδοχείων που διαθέτει τα δωμάτια τους στους πελάτες κάτω από 40€ αγγίζει μόλις το 7%. Ένα μεγάλο ποσοστό όμως 37,9% διαθέτει τα δωμάτια σε τιμές ανάμεσα από 40€ έως 60€ ενώ την υψηλή τουριστική περίοδο του μήνα μόνο το 17% διαθέτει δωμάτια σε τιμές άνω των 100€. Να τονίσουμε ότι τα μικρά ξενοδοχεία χαμηλότερης κατηγορίας αποτελούν το μεγαλύτερο κομμάτι της ελληνικής ξενοδοχίας και οι προηγούμενες παρατηρήσεις είναι άκρως ανησυχητικές για την πορεία των ξενοδοχείων αυτών στο μέλλον καθώς μπορεί να οδηγηθούμε σε μία τεράστια αλλαγή της μορφής της ελληνικής ξενοδοχίας σε περίπτωση μη επιβίωσης τους. Εκτός από τα προηγούμενα αρνητικά στατιστικά οι μικρές οικογενειακές μονάδες έχουν να αντιμετωπίσουν και τα νέα αποθαρρυντικά μέτρα της κυβέρνησης που τους αναγκάζουν σε υπερφορολόγηση των ακινήτων τους και σε υποχρεωτικές εισφορές στο αρμόδιο ασφαλιστικό ταμείο.

#### 4.3.4 ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΠΟΥ ΦΙΛΟΞΕΝΟΥΝ ΚΥΡΙΩΣ ΑΛΛΟΔΑΠΟΥΣ

Όπως αναφερθήκαμε και σε προηγούμενα κεφάλαια, ο εσωτερικός τουρισμός είναι αυτός που παρουσίασε το μεγαλύτερο πρόβλημα λόγω της οικονομικής ύφεσης που εισήλθε η χώρα μας τα τελευταία έτη. Έτσι λοιπόν είναι λογικό να πληγούν ακολούθως οι επιχειρήσεις που απευθύνονταν κατά κύριο λόγο σε Έλληνες πελάτες. Πράγματι, σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας<sup>23</sup>, παρατηρούμε ότι οι επιδόσεις των ξενοδοχειακών μονάδων που απευθύνονται κυρίως σε αλλοδαπούς πελάτες εμφανίζονται σημαντικά καλύτερες από αυτές που απευθύνονται κυρίως σε εγχώριους πελάτες. Τις καλές αυτές επιδόσεις των ξενοδοχείων που απευθύνονται κυρίως στους ξένους τουρίστες δείχνει να μην επηρεάζουν το μέγεθος και η κατηγορία αστεριών τους, όπως παρατηρήσαμε να επηρεάζουν στην μέση πληρότητα και τιμή διάθεσης του προϊόντος τους. Η διαφορά στις επιδόσεις φαίνεται όταν στην περίπτωση των ξενοδοχείων που πάνω από το 70% των πελατών τους είναι αλλοδαποί το μέσο ετήσιο εισόδημα τους είναι 16.290€ ανά δωμάτιο, ενώ στην περίπτωση των ξενοδοχείων που λιγότερο από το 20% των πελατών τους είναι αλλοδαποί το μέσο ετήσιο εισόδημα ανά δωμάτιο πέφτει κατακόρυφα στα 9.885€. Από άποψη πληρότητας, στην πρώτη περίπτωση το Μάιο η μέση πληρότητα άγγιξε το 51,6% για τα ξενοδοχεία που στρέφονται κυρίως στην διεθνή τουριστική αγορά, ενώ για τα ξενοδοχεία της άλλης περίπτωσης το ποσοστό είναι κατά πολύ χαμηλότερο της τάξεως του 30,5%. Τα ποσοστά κυμάνθηκαν σε αντίστοιχη απόκλιση και κατά τον Αύγουστο. Σε σύγκριση για όλη τη διάρκεια του έτους, τα ξενοδοχεία που απευθύνονται κυρίως σε αλλοδαπούς πελάτες καταγράφουν μέση πληρότητα 85,7% ενώ αυτά που απευθύνονται κυρίως σε Έλληνες πελάτες παρουσιάζουν μεγάλη απόσταση καταγράφοντας μέση πληρότητα 67,1%. Μεγάλο ενδιαφέρον παρατηρείται και στη διαφορά στην τιμολογιακή πολιτική των ξενοδοχείων αυτών. Συγκρίνοντας τα στοιχεία της έρευνας για τους μήνες Μάιο και Αύγουστο, παρατηρήσαμε ότι τα

---

<sup>23</sup>[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)

ξενοδοχεία που φιλοξενούν κυρίως αλλοδαπούς τουρίστες πέτυχαν υψηλότερες αυξήσεις των τιμών τους σε σχέση με τα ξενοδοχεία που φιλοξενούν έως 20% αλλοδαπούς τουρίστες. Αναλυτικότερα, στην πρώτη περίπτωση το Μάιο η μέση τιμή διάθεσης ενός δωματίου από 71,5€ εκτοξεύτηκε στα 119,7€ ημερησίως επιτυγχάνοντας αύξηση 67,4%. Στη δεύτερη περίπτωση από τα 53€ που ήταν η μέση τιμή πώλησης ενός δωματίου ημερησίως το Μάιο, τον Αύγουστο, η αύξηση ήταν 24,3% και έφτασε στα 70€. Σύμφωνα λοιπόν με όλα τα παραπάνω, καταλήγουμε αναμφίβολα στο συμπέρασμα ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες που απευθύνονται κατά κύριο λόγο σε αλλοδαπούς πελάτες εμφανίζουν πολύ καλύτερες επιδόσεις σε σχέση με αυτές που απευθύνονται κυρίως σε Έλληνες πελάτες.

#### **4.3.5 ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ**

Σύμφωνα με τα στοιχεία του μητρώου του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας (ΞΕΕ)<sup>24</sup>, παρατηρούμε πως για έτη 2009 και 2010, που ακολούθησαν την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης στη χώρα μας και παρά την μείωση της τουριστικής ζήτησης, η μεταβολή του ξενοδοχειακού δυναμικού ήταν αυξημένη κατά 4,4%. Θα πρέπει όμως να αναφέρουμε πως οι νέες επενδύσεις στον κλάδο των ξενοδοχείων που είχαν υπαχθεί στον Αναπτυξιακό Νόμο είχαν μέσο όρο τα 5 έτη ολοκλήρωσης τους από τη στιγμή της υποβολής τους μέχρι την έναρξη των εργασιών τους. Έτσι, ένα ποσοστό από τις νέες ξενοδοχειακές μονάδες που εμφανίζονται στα έτη 2009 και 2010 προέρχονταν από αυτές τις επενδύσεις που έγιναν κατά την περίοδο που δεν είχε ακόμα εμφανιστεί η οικονομική κρίση στη χώρα. Το 2011 ήταν η χρονιά όπου για πρώτη φορά οι επιχειρήσεις που έκλεισαν ήταν περισσότερες από αυτές που ξεκίνησαν. Αναλυτικότερα για το 2011 λειτούργησαν 2.000 κλίνες και 80 λιγότερες ξενοδοχειακές μονάδες. Για το πρωτόγνωρο αυτό φαινόμενο δεν μπορούμε να αποδώσουμε όλη την ευθύνη στην οικονομική ύφεση της χώρας και τη μείωση του τουρισμού, καθώς όπως είδαμε και για τα αμέσως προηγούμενα έτη 2009 και 2010 δεν συνέβη αρνητική μεταβολή στο ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας. Σημαντικό ρόλο όμως έπαιξε το 2011 η δυσμενής πολιτική για τον ξενοδοχειακό κλάδο, όπου

<sup>24</sup>[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)



ανάγκασε τις ήδη επιβαρυνμένες μικρές οικογενειακές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε δύο νέα μέτρα, την υποχρεωτική ασφάλιση τους στον ΟΑΕΕ και την υπερφορολόγηση των ακινήτων τους. Οι μικρές αυτές μονάδες απευθύνονταν κυρίως σε Έλληνες χαμηλού εισοδήματος και είχαν ήδη πρόβλημα, προσθέτοντας σε αυτή την κατάσταση και τα νέα αυτά μέτρα πολλές από αυτές, ιδίως αυτές που λειτουργούσαν στην ηπειρωτική χώρα, αναγκάστηκαν να παύσουν μόνιμα τη λειτουργία τους. Το 2012 η κατάσταση άλλαξε και τα νέα ξενοδοχεία και τα επενδυτικά σχέδια παλαιότερων ετών που ολοκληρώθηκαν μέσα στο 2012 ήταν περισσότερα από αυτά που έκλεισαν κατά 22 μονάδες και 3.110 δωμάτια. Τα περισσότερα νέα ξενοδοχεία λειτούργησαν στην Πελοπόννησο και τις Κυκλάδες ενώ τα περισσότερα από αυτά που έκλεισαν εντοπίστηκαν στην Κεντρική Ελλάδα, τη Θεσσαλία, τη Δυτική Μακεδονία και Θράκη. Όσον αφορά το μέσο μέγεθος των ξενοδοχείων στη χώρα μας, υπήρξε μία μικρή αύξηση ανάμεσα στα έτη 2011 και 2012 και συγκεκριμένα από το μέσο όρο 41 δωματίων το 2011, το 2012 ο μέσος όρος ήταν 41,3 δωμάτια. Είναι γεγονός, ότι διαχρονικά στην Ελλάδα τείνει να αυξάνεται με την πάροδο τον χρόνο το μέγεθος των ξενοδοχειακών μονάδων. Ενδεικτικά, αναφέρουμε ότι το 1990 μία ξενοδοχειακή μονάδα αποτελούνταν κατά μέσο όρο από 35 δωμάτια ενώ είδαμε προηγουμένως ότι το 2012 ο μέσος όρος ανέρχεται στα 41,3 δωμάτια. Εκτός όμως από την διαχρονική αύξηση του μεγέθους των ξενοδοχείων από το 1990, παρατηρούμε ότι υπάρχει επίσης και μία διαχρονική εξέλιξη στην ποιότητα του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας. Το 1990 το ποσοστό των ξενοδοχείων 5 αστέρων ήταν 4,77% επί του συνόλου, το 2005 ήταν 8,1%, το 2010 ήταν 12,9% και το 2012 ήταν 13,98%. Τα ξενοδοχεία 1 αστέρος ακολούθησαν όμως αντίθετη πορεία. Το 1990 αποτελούσαν το 10,6% του συνόλου του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας, το 2000 έπεσαν στο 8,9%, το 2010 στο 7,4% και το 2012 αποτελούσαν μόλις το 7,1%. Γενικά παρατηρούμε ότι, ιδίως μετά το 2005, λόγω των κινήτρων που δόθηκαν μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας των επιχειρήσεων αυτών, υπάρχει μια ποιοτική βελτίωση του ξενοδοχειακού δυναμικού και μία αύξηση στις μεγάλες κατηγορίες αστέρων. Οι περιφέρειες της χώρας που έδωσαν τη μεγαλύτερη βάση στη βελτίωση αυτή ήταν οι περιφέρειες Πελοποννήσου και Νοτίου Αιγαίου.

#### 4.3.6 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας πεδίου του ΙΤΕΠ<sup>25</sup>, το Μάιο του 2012 ο ξενοδοχειακός κλάδος της χώρας απασχολούσε 94.360 άτομα και 119.920 άτομα τον Αύγουστο του ίδιου έτους. Σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, η απασχόληση το μήνα Μάιο, εμφανίζει μειωμένη 2,3% ενώ τον Αύγουστο αύξηση 0,8%. Η μείωση της απασχόλησης εμφανίζεται πιο έντονη στις περιοχές της χώρας που φιλοξενούν κυρίως Έλληνες τουρίστες ενώ αύξηση παρατηρείται στις περιοχές που φιλοξενούν κατά κύριο λόγο αλλοδαπούς τουρίστες. Οι περιοχές με τη μεγαλύτερη μείωση ήταν η Ήπειρος και η Θεσσαλία κατά 31,5% για το μήνα Μάιο και 21,3% για το μήνα Αύγουστο, η Πελοπόννησος, στην οποία η απασχόληση στον ξενοδοχειακό τομέα εμφάνισε μείωση 16% και η Αττική, με μείωση της τάξης του 8,2% κατά τον Αύγουστο. Όπως αναφέραμε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, παρατηρείται μία συνεχόμενη μείωση της απασχόληση στα ξενοδοχεία της Αττικής από το έτος 2008. Η μείωση αυτή των απασχολούμενων ατόμων για το 2012 προστίθεται σε μια ιδιαίτερα υψηλή μείωση της απασχόλησης 19,4% του 2011 που είχε ερμηνευθεί ως αποτέλεσμα της διακοπής της λειτουργίας αρκετών ξενοδοχειακών μονάδων που λειτουργούσαν στο κέντρο της Αθήνας. Η σημαντικότερη αύξηση της απασχόλησης ανάμεσα στα έτη 2011 και 2012 παρατηρείται στην περιφέρεια της Μακεδονίας – Θράκης με ποσοστό 11,4%. Το έτος 2011 σημειώνεται πως είχε παρατηρηθεί μείωση της απασχόλησης κατά 8,56% στη συγκεκριμένη περιφέρεια, εξαιτίας των αρνητικών επιδόσεων που είχαν εμφανίσει τα ξενοδοχεία της πόλης της Θεσσαλονίκης εκείνη τη χρονιά. Έτσι ουσιαστικά, το 2012 η απασχόληση στη συγκεκριμένη περιφέρεια ξαναβρέθηκε σχεδόν στα ίδια επίπεδα με του 2010. Στις περιφέρειες Κρήτης και Νοτίου Αιγαίου η απασχόληση παρουσίασε για μία ακόμη φορά αύξηση Μάλιστα στην περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου η απασχόληση αυξάνεται διαρκώς από το 2008. Αυτό εξηγείται από την μεγάλη και συνεχή ίδρυση ξενοδοχείων υψηλής κατηγορίας καθώς και στην επέκταση της δυναμικότητας των ήδη υφιστάμενων στο Νότιο Αιγαίο. Για το 2012 τα στοιχεία εμφανίζουν σε απόλυτα νούμερα πως το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας αυξήθηκε κατά 3.000 δωμάτια και τα περισσότερα αυτά αφορούσαν σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με έδρα το Νότιο

---

25

[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf)

Αιγαίο, την Κρήτη και τη Μακεδονία- Θράκη. Έτσι λοιπόν ο μεγαλύτερος αριθμός απασχολουμένων εμφανίζεται στην περιοχή του Νοτίου Αιγαίου, με τα ξενοδοχεία να απασχολούν τον Αύγουστο πάνω από 30.850 εργαζόμενους. Δεύτερη έρχεται η Κρήτη με 27.570 εργαζόμενους .Σε σύγκριση με το προ κρίσης έτος 2008, η πρώτη περιφέρεια σε απασχόληση ήταν η Κρήτη, ενώ το 2012 το Νότιο Αιγαίο.



## ΕΠΙΛΟΓΟΣ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η κρίση που έπληξε τη χώρα μας επηρέασε αδιαμφισβήτητα όλους τους τομείς της ελληνικής οικονομίας. Στην εποχή μας ο τουρισμός έχει γίνει μια από τις πιο υποσχόμενες βιομηχανίες παγκοσμίως, καθώς αποτελεί έναν βασικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και απασχόλησης, αλλά και πηγής εισοδήματος. Για την Ελλάδα, ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό τομέα οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας που η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι αδιαμφισβήτητη. Η πολιτιστική κληρονομιά σε συνδυασμό με το φυσικό περιβάλλον, είναι μερικά από τα πιο κρίσιμα πλεονεκτήματα, τα οποία και καθιστούν την Ελλάδα έναν από τους πλέον δημοφιλείς προορισμούς διεθνώς. Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους πιο εξωστρεφείς τομείς της Ελληνικής οικονομίας με μεγάλη συνεισφορά στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, έχει δε πολύ μεγάλη επίδραση στην αγορά εργασίας, καθώς επηρεάζει άμεσα ή έμμεσα μια σειρά επαγγελμάτων σε διαφορετικούς τομείς της οικονομίας. Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ μιας οικονομίας, αντανακλάται από την κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών που συντελείται στα γεωγραφικά όρια μιας χώρας, από κατοίκους ή επισκέπτες από το εξωτερικό, για επιχειρηματικούς ή ψυχαγωγικούς σκοπούς.

Στην Ελλάδα για το 2012, σε σχέση με το προηγούμενο έτος, οι αφίξεις μειώθηκαν κατά 5,5%. Τα έσοδα μειώθηκαν κατά 4,6%, ενώ όλες οι ανταγωνίστριες χώρες παρουσίασαν αύξηση. Κατά τη διάρκεια της ύφεσης, που πλήττει τη χώρα από το 2008 και μετά και μέχρι και το τέλος του 2012, όλοι οι κλάδοι που συνεισφέρουν στην αύξηση της απασχόλησης επηρεάστηκαν, πλην όμως του τουρισμού, λόγω των ανειλημμένων υποχρεώσεων της χώρας, οι οποίες απορρέουν από την εφαρμογή του οικονομικού προγράμματος, που έχει υπογραφεί με τους δανειστές μας. Η μείωση των θέσεων εργασίας στον τομέα του τουρισμού είναι οριακή (-3,6%). Στην Αθήνα επικρατεί μείωση σταθερά από το 2008. Η χώρα μας είδαμε ότι αντιμετωπίζει έντονα πρόβλημα εποχικότητας, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών την επισκέπτεται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι και η μέση παραμονή στη χώρα μας μειώνεται διαρκώς από το 2008. Το αρνητικό κλίμα που επικρατούσε για τη χώρα μας επηρέασε με μείωση τις αφίξεις από την Ευρώπη.

Παράλληλα, όμως, αυξήθηκαν οι αφίξεις από τη Ρωσία, τη Νορβηγία και την Τουρκία. Η χαμηλότερη θέση της χώρας μας όσον αφορά στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού της προϊόντος, αποτελεί και αυτή αντίκτυπο των μειωμένων πόρων, που διαθέτει η χώρα για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα λόγω των μεγάλων δημοσιονομικών της προβλημάτων.

Όσον αφορά στις τουριστικές επιχειρήσεις, και συγκεκριμένα στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις τις χώρας μας, σύμφωνα με τα στοιχεία που εξετάσαμε από την έρευνα του ΙΤΕΠ το 2012, είδαμε ότι το έτος 2011 παρουσίασαν μειώσεις στα έσοδα τους σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Επίσης συμπεραίνουμε ότι από την κρίση πλήττονται, κυρίως, οι μικρομεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Μεγάλο ρόλο, επίσης, παίζει και η γεωγραφική περιοχή των επιχειρήσεων αυτών, ιδίως οι επιχειρήσεις που βρίσκονται στο βόρειο Αιγαίο και στην ηπειρωτική χώρα, οι οποίες εξαιτίας της έντονης εποχικότητας που παρουσιάζουν, αντιμετώπισαν σημαντικό πρόβλημα στα έσοδα τους. Η πληρότητα των ξενοδοχείων για το 2012 παρουσίασε μείωση κατά το πρώτο 7μηνο του έτους, γεγονός που οφείλεται στην πολιτική αβεβαιότητα και την ύφεση της χώρας. Ωστόσο, λόγω κυρίως της αύξησης του τουρισμού από Ρωσία και Τουρκία, παρουσιάστηκε αύξηση στις επιχειρήσεις της Μακεδονίας και της Θράκης. Γενικά, συμπεραίνουμε ότι ο ελληνικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από μεγάλη ανομοιομορφία ανά περιφέρεια. Σταθερά, οι νησιωτικές περιφέρειες αποτελούν πόλο έλξης τουριστών παρόλη τη δυσμενή κατάσταση της οικονομίας της χώρας. Οι μεγαλύτερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις πετυχαίνουν μεγαλύτερα ποσοστά πληρότητας σε σχέση με τις μικρές. Στην τιμολογιακή πολιτική των επιχειρήσεων αυτών, οι τιμές κατά το 2012 παραμένουν σχεδόν αμετάβλητες από το 2009, όπου είχαν σημειώσει μείωση σε σχέση με το 2008, που ήταν και το έτος με τις υψηλότερες τιμές της δεκαετίας. Και πάλι όμως, συναντάμε διαφορά ανά περιφέρεια, καθώς στη νησιωτική Ελλάδα παρουσιάζεται αύξηση ενώ στην ηπειρωτική μείωση των τιμών. Επίσης, παρατηρούμε ότι τα μικρότερα ξενοδοχεία προχωράνε ολοένα και σε μεγαλύτερες μειώσεις τιμών. Άρα, μπορούμε να πούμε ότι υπάρχει κίνδυνος για την επιβίωση των μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων, ιδίως αν προσθέσουμε και την φορολόγηση των ακινήτων και την υποχρεωτική ασφάλιση τους στον ΟΑΕΕ από το 2011. Εξαιτίας αυτών, μπορούμε να δικαιολογήσουμε την αρνητική διαφορά ανάμεσα στον αριθμό των επιχειρήσεων που ιδρύθηκαν και σε αυτών που έπαψαν να λειτουργούν, καθώς δεν δικαιολογείται μόνο από την οικονομική κρίση, καθώς κατά το 2009, που θεωρείται ως η χειρότερη τουριστική

χρονιά, η διαφορά ήταν υπέρ των νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Μία άλλη διαφορά που παρατηρήσαμε είναι ανάμεσα στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που απευθύνονται κυρίως σε αλλοδαπούς τουρίστες και σε αυτές που απευθύνονται σε εγχώριους τουρίστες. Οι πρώτες παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις και σε επίπεδο πληρότητας αλλά και σε ύψος τιμών από τις δεύτερες.

Γενικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι σε μία χώρα όπως η Ελλάδα, η οποία πέρα από τα πολλά προβλήματα που αντιμετωπίζει σε σχέση με άλλες ανεπτυγμένες χώρες, βρίσκεται σε περίοδο μίας σημαντικής οικονομικής κρίσης, οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν επηρεαστεί αρνητικά σε μικρότερο βαθμό από άλλες επιχειρήσεις άλλων τομέων. Φυσικά, όπως παραθέσαμε και παραπάνω, υπάρχει μεγάλη ανισότητα αναλόγως με την περιοχή, το μέγεθος και την προέλευση των πελατών τους. Παρά τις αντιξοότητες, για τα έτη που αναφέραμε οι τουρισμός της χώρας μας προβάλλει αντίσταση και είναι από τους λίγους τομείς της οικονομίας μας, που μπορούμε να πούμε ότι επιβιώνει εν μέσω κρίσης. Τα στοιχεία αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.





## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Acs and David B. Audretsch (2003), «*International Handbook of Entrepreneurship Research*», Kluwer Academic Publishers, Boston/Dordrecht

Baumol, W. (1990). «*Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive*», *Journal of Political Economy* 98 (5), σελ. 893-921

Brockhaus, R. H., (1982), «*The Psychology of the Entrepreneur*», *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Vol. ,σελ. 39-57

Cantillon R. (1755), «*Essai sur la n]Nature du Commerce en Général* ». (μεταφρ. H.Higgs), Kelley, New York

Carree, M. and Thurik, R. (2002), «*The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth*», in Zoltan

Chell E., & Ozkan, K. M (2010), «*Nascent Entrepreneurship and Learning*», Northampton: Edward Elgar

Coyne, C.J.& Leeson, D.T. (2004), «*The Plight of Underdeveloped Countries*», *Cato Journal* 24, σελ. 235-250

Drucker, P., (1985), «*Innovation and Entrepreneurship*», Harper Perennial, New York

Freeman, C., (1982), «*The Economics of Industrial Innovation*», The MIT Press

Holcombe, R.G. (1998), «*Entrepreneurship and Economic Growth*», *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, 12, σελ. 45-62

Knight, F. A. (1921), «*Risk, Uncertainty and Profit*», Hart, Schaffner & Marx; Houghton Mifflin Co, Boston, MA

Marshall, A. (1890) [1997], «*Principles of Economics*», Prometheus Books

Mavroudeas S. & Paitaridis D. (2013), «*The Greek Saga: Competing Explanations of the Greek Crisis – A Marxist Alternative*», 1st World Keynes Conference 'Attacking the Citadel: Making Economics Fit for Purpose', Izmir University of Economics, Izmir/Turkey, 26-29 June 2013

North, D.C., & Thomas R.P., (1973) «*The Rise of the Western World: A New Economic History*», Cambridge University Press, Cambridge

Porter, M.E., (1990), «*The Competitive Advantage of Nations*», The Free Press, New York

Schumpeter, J.A. (1961) [1934], «*The Theory of Economic Development: An Enquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*», New York University Press, New York

Wennekers, S. & Thurik, R. (1999), «*Linking Entrepreneurship and Economic Growth*», Small Business Economics

Wong, P.K., Y.P. Ho & E. Autio, (2005) «*Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth: Evidence from GEM Data*», Small Business Economics

## ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Βαρβαρέσος, Σ., (1997), «*Τουρισμός, Οικονομικές Προσεγγίσεις*», εκδ. Προπομπός, Αθήνα

Βαρβαρέσος, Σ., (1998), «*Τουρισμός: Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, Η Ελληνική Πραγματικότητα*», εκδ. Προπομπός, Αθήνα

Βαρβαρέσος Σ., (2013), «*Οικονομική του Τουρισμού*», Β' ανανεωμένη έκδοση, εκδ. Προπομπός, Αθήνα

Βενετσανοπούλου, Μ., (2006), «*Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*», Εκδ. Interbooks, Αθήνα

Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., & Λύτρας Π.,(1998) «Εισαγωγή στον Τουρισμό», Εκδ. Interbooks, Αθήνα

Καραγιάννης, Α.,(1996), «Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες», Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Κολτσιδόπουλος, Γ., (2005), «Τουρισμός: Θεωρητική Προσέγγιση», εκδ. Ελλην, Αθήνα

Ρούπας, Β. & Λαλούμης, Δ. (1998) «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων». Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης

### ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ: <http://crisisobs.gr> , προσπελάστηκε την 23/12/2013

ΕΚΘΕΣΗ ΙΟΒΕ «Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2011-12:Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ»: [http://www.iobe.gr/docs/research/RES\\_02\\_31012013REP\\_GR.pdf](http://www.iobe.gr/docs/research/RES_02_31012013REP_GR.pdf) προσπελάστηκε την 09/12/2013

«INNOVATION UNION SCOREBOARD 2010. The Innovation Union's performance scoreboard for Research and Innovation»:  
[http://www.startupgreece.gov.gr/sites/default/files/ius-2010\\_en.pdf](http://www.startupgreece.gov.gr/sites/default/files/ius-2010_en.pdf) , προσπελάστηκε την 17/12/2013

«Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. Συγκριτική αξιολόγηση με διεθνείς δείκτες, πολιτικές, προτάσεις στρατηγικής»:  
[http://www.kokkalisfoundation.gr/uploads/pdf/events/lectures\\_events/Report\\_on Innovation\\_gr.pdf](http://www.kokkalisfoundation.gr/uploads/pdf/events/lectures_events/Report_on_Innovation_gr.pdf) , προσπελάστηκε την 17/12/2013

ΕΡΕΥΝΑ ΙΤΕΠ, ΞΕΕ: «Εξελίξεις στον Τουρισμό και στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας το 2012» :  
[http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR\\_GreekTourismHotels2013.pdf](http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/408/GR_GreekTourismHotels2013.pdf) , προσπελάστηκε την 03/01/2014

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ:

<http://www.sete.gr>

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ:

<http://www.gemconsortium.org/>

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: <http://www2.unwto.org/>

«Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1986 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι δε πηγές που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον».