

**ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ
RESEARCH INSTITUTE FOR TOURISM**



**Η ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ**

Βασίλειος Α. Πατσουράτης

Μελέτες: 12

Αθήνα, 2002



Εκδοτική Παραγωγή: ΕΠΤΑΛΟΦΟΣ ΑΒΕΕ – Αρδηττού 12-16 Μετς 116 36 Αθήνα

Τηλ.: 010-921.7513 – Fax: 010-923.7033 – www.eptalofos.com.gr – e-mail: info@eptalofos.com.gr

Το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) ιδρύθηκε το 1996 με πρωτοβουλία των επιχειρηματικών φορέων, που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού, και με συμπαράσταση προσωπικοτήτων της οικονομικής ζωής και του πνευματικού κόσμου της χώρας.

Βασικός καταστατικός σκοπός του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων είναι η εκπόνηση επιστημονικώς θεμελιωμένων μελετών, αναφερομένων στα προβλήματα της τουριστικής οικονομίας και γενικότερα της ελληνικής οικονομίας. Πρόκειται ουσιαστικώς για μελέτες εφαρμοσμένης έρευνας που έχουν επιδίωξη την διατύπωση προτάσεων, δυναμικώς χρήσιμων, για την διαμόρφωση πολιτικών προαγωγικών του τουρισμού και της οικονομίας.

Η εξασφάλιση διατηρήσιμης μακροπρόθεσμης αναπτύξεως της τουριστικής βιομηχανίας, δηλ. υγιούς αναπτύξεως που τείνει να μεγιστοποιεί μακροπροθέσμως τις ωφέλειες για το κοινωνικό σύνολο, προϋποθέτει προγραμματισμένη δράση, συνειδητές επιδιώξεις από πλευράς πολιτείας και καθορισμό τουριστικών προτύπων υποταγμένων στις αναπτυξιακές επιλογές. Με την σειρά της η προγραμματισμένη δράση, η ένταξη με άλλα λόγια των κρατικών και ιδιωτικών πρωτοβουλιών σε συγκεκριμένο, συνειδητά επιλεγμένο πλαίσιο πολιτικής, σε συγκεκριμένη εικόνα μέλλοντος για την τουριστική βιομηχανία, απαιτεί όχι μόνο φαντασία και οραματισμό, αλλά και γνώση, η οποία με την σειρά της προϋποθέτει συνεχή και σοβαρή μελέτη όλων των διαστάσεων του προβλήματος που συνοπτικώς ονομάζομε: τουριστική ανάπτυξη.

Ίσως να εμπεριέχει στοιχεία υπερβολής, αλλά εμπεριέχει και στοιχεία αληθείας, ο ισχυρισμός ότι η ήκιστα ικανοποιητική κατάσταση, που παρατηρείται στον κλάδο του τουρισμού, από όποια οπτική γωνία και αν τον θεωρήσομε, δεν είναι άσχετη με την απουσία επαρκών βασικών μελετών. Ο έγκαιρος εντοπισμός των προβλημάτων, η οριοθέτηση ενδεχομένων παθογενών καταστάσεων όχι μόνο θα είχε υποκινήσει το ενδιαφέρον της πολιτείας για την αντιμετώπισή τους, αλλά και την στάση και τις ενέργειες της ιδιωτικής πρωτοβουλίας θα είχε επηρεάσει θετικώς. Πιστεύομε, ότι τα συμπεράσματα από την μελέτη σοβαρών προβλημάτων, όπως είναι η απασχόληση του εργατικού δυναμικού, το ισοζύγιο εξωτερικών πληρωμών, η μακροχρόνια βιωσιμότητα του κλάδου και η διατήρηση αφθόρου του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος, μπορούν να παράσχουν επαρκώς ισχυρούς ερεθισμούς για έγκαιρη και ορθή ενεργοποίηση των φορέων ασκήσεως της οικονομικής πολιτικής.

Εν όψει των ανωτέρω και των καταστατικών προβλέψεων του ΙΤΕΠ, το πεδίο εντός του οποίου θα κινηθεί η ερευνητική προσπάθεια του Ινστιτούτου είναι

αρκετά ευρύ. Προβλήματα, όπως η ανάδειξη του τουριστικού πλούτου της χώρας, η γεωγραφική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, η άμβλυση της εποχικότητας, ο λειτουργικός προσδιορισμός των ορίων αρίστης σωρεύσεως τουριστικών δραστηριοτήτων στον χώρο κ.ο.κ., αλλά και η μελέτη προβλημάτων υποδομής, ανήκουν, εμπίπτουν στα ερευνητικά ενδιαφέροντα του Ινστιτούτου. Στο πεδίο ερευνητικού ενδιαφέροντος του Ινστιτούτου εμπίπτουν, επίσης, και προβλήματα που, ενώ φέρουν τον μανδύα του βραχυπροθέσμου, συνεπάγονται πολλάκις μακροπρόθεσμες επιπτώσεις απροσδιόριστου μεγέθους.

Εκφράζεται η αισιόδοξη πρόβλεψη, ότι η ίδρυση και λειτουργία του Ινστιτούτου θα αποδειχθεί εξόχως δημιουργική πρωτοβουλία όχι μόνο ένεκα της συμβολής του στην κατανόηση των προβλημάτων του τουριστικού τομέα, αλλά και ένεκα της γενικότερης ερευνητικής εμπλοκής του στα καίρια προβλήματα της ελληνικής οικονομίας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ.....	xiii
ΠΡΟΛΟΓΟΣ ΙΤΕΠ.....	xxiii
ΠΡΟΛΟΓΟΣ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ.....	xxvii
ΠΙΝΑΚΕΣ.....	xxviii
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....	xxxii
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Σημασία του τουρισμού για την οικονομία	1
1.1 Εισαγωγή.....	3
1.2 Εννοιολογική Οριοθέτηση.....	3
1.3 Ο Σύγχρονος Τουρισμός	3
1.4 Ο Τουρισμός ως Οικονομική Δραστηριότητα	6
1.4.1 Εισαγωγή.....	6
1.4.2 Συναλλαγματικά Έσοδα της Ελλάδος	6
1.4.3 Συνεισφορά του Τουρισμού στο ΑΕΠ.....	8
1.4.4 Επιδράσεις στην Απασχόληση.....	9
1.4.5 Επιπτώσεις στην Περιφερειακή Ανάπτυξη	11
1.5 Σύνοψη και Συμπεράσματα.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού	13
2.1 Αφίξεις, Διανυκτερεύσεις και Μέση Διάρκεια Παραμονής	15
2.2 Αφίξεις Τουριστών κατά Μέσο Ταξιδιού.....	17
2.3 Χώρες Προέλευσης Τουριστών.....	19
2.4 Εποχικότητα του Ελληνικού Τουρισμού.....	20
2.5 Γεωγραφική Κατανομή του Ελληνικού Τουρισμού	22
2.6 Εσωτερικός Τουρισμός	23
2.7 Η Εικόνα του Ελληνικού Τουρισμού	26
2.8 Σύνοψη και Συμπεράσματα.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ζήτηση για το τουριστικό προϊόν	33
3.1 Εισαγωγή.....	35
3.2 Χαρακτηριστικά της Ζήτησης του Τουριστικού Προϊόντος.....	35
3.3 Τμήματα της Αγοράς.....	33
3.4 Τα Χαρακτηριστικά των Αλλοδαπών Τουριστών.....	38
3.5 Εμπειρική Διερεύνηση της Ζήτησης για Τουρισμό.....	40

3.6	Ελαστικότητες Προσφοράς και Ζήτησης του Τουριστικού Προϊόντος	47
3.7	Τιμολογιακή Πολιτική	50
3.7.1	<i>Εισαγωγή</i>	50
3.7.2	<i>Μέθοδοι Κατάλληλες για Μικρά Ξενοδοχεία</i>	50
3.7.2.1	<i>Επιβολή Περιθωρίου επί του Κόστους</i>	50
3.7.2.2	<i>Μέθοδος Οριακής Τιμολόγησης</i>	51
3.7.2.3	<i>Διείσδυση της Αγοράς</i>	51
3.7.3	<i>Τιμολόγηση που Λαμβάνει υπόψη τη Ζήτηση</i>	51
3.7.3.1	<i>Ευέλικτη Τιμολόγηση</i>	51
3.7.3.2	<i>Τιμή Εκμετάλλευσης</i>	52
3.7.4	<i>Υπολογισμός της Μέγιστης Τιμής ανά Δωμάτιο (Rack-Rate)</i>	52
3.7.5	<i>Συμβόλαια και Τιμές</i>	52
3.8	Σύνοψη και Συμπεράσματα	55

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η προσφορά του τουριστικού προϊόντος -
Δομή του κλάδου**

4.1	Εισαγωγή.	59
4.2	Η Εικόνα της Τουριστικής Βιομηχανίας.	59
4.3	Η Δομή του Τουριστικού Κλάδου.	61
4.4	Ο Ξενοδοχειακός Κλάδος	62
4.4.1	<i>Εισαγωγή</i>	62
4.4.2	<i>Ο Κλάδος της Ελληνικής Ξενοδοχειακής Αγοράς</i>	62
4.4.2.1	<i>Γενικά</i>	62
4.4.2.2	<i>Δυναμικότητα του Κλάδου</i>	63
4.4.2.3	<i>Παράνομα Ενοικιαζόμενα Δωμάτια</i>	65
4.4.2.4	<i>Μέσο Μέγεθος των Ξενοδοχείων</i>	66
4.4.2.5	<i>Σύνθεση των Κλινών κατά Κατηγορία</i>	67
4.4.2.6	<i>Γεωγραφική Κατανομή των Ξενοδοχείων</i>	71
4.4.2.7	<i>Χρηματοοικονομική Ανάλυση των Επιχειρήσεων του Κλάδου</i>	72
4.5	Σύνοψη και Συμπεράσματα	82

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ανταγωνίστριες χώρες και τα χαρακτηριστικά
του τουρισμού τους**

5.1	Εισαγωγή.	87
5.2	Η Γενική Εικόνα των Ανταγωνιστριών Χωρών που Εξετάζονται ...	87
5.2.1	<i>Γαλλία</i>	87
5.2.2	<i>Ιταλία</i>	88

6.5.5 Έρευνα και Ανάπτυξη	168
6.6 Σύνοψη και Συμπεράσματα	168

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Λοιποί παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα 173

7.1 Εισαγωγή.	175
7.2 Οι Επιπτώσεις της Εισαγωγής του Ευρώ στον Τουρισμό.	175
7.2.1 Το Μακροοικονομικό Περιβάλλον.	175
7.2.2 Η Ανταγωνιστικότητα του Ευρωπαϊκού Τουρισμού.	176
7.2.3 Οφέλη για τους Καταναλωτές και τις Επιχειρήσεις	178
7.2.4 Αρνητικές Επιπτώσεις για τους Καταναλωτές και τις Επιχειρήσεις	179
7.2.5 Ελληνικές Επιχειρήσεις.	180
7.3 Η Ποιότητα ως Στοιχείο Ανταγωνισμού του Τουριστικού Προϊόντος	181
7.3.1 Εισαγωγή.	181
7.3.2 Κέντρα Υποδοχής και Διαμετακόμισης Τουριστών.	183
7.3.3 Καταλύματα.	184
7.4 Η Χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και οι Επιπτώσεις στον Τουρισμό	188
7.4.1 Καταναλωτές	189
7.4.2 Εξελιξίσεις στην Τεχνολογία της Πληροφορικής	190
7.4.3 Επιχειρήσεις	193
7.4.3.1 Στρατηγικές των Επιχειρήσεων.	194
7.4.3.2 Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις	194
7.4.4 Εθνικά Συστήματα Τουρισμού	195
7.5 Σύνοψη και Συμπεράσματα	196

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: Σύνοψη – Συμπεράσματα – Προτάσεις. 199

8.1 Εισαγωγή.	201
8.2 Οικονομικοί Παράγοντες που Επηρεάζουν την Ανταγωνιστικότητα του Τουριστικού Προϊόντος	202
8.2.1 Μέγεθος Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων	202
8.2.2 Συναλλαγματική Πολιτική.	203
8.2.3 Φορολογική Επιβάρυνση	203
8.2.4 Κόστος Χρήματος	203
8.2.5 Κόστος Ζωής.	204
8.2.6 Μοναδιαίο Κόστος Εργασίας	204
8.3 Ποιοτικοί Παράγοντες	204

5.2.3	<i>Ισπανία</i>	88
5.2.4	<i>Πορτογαλία</i>	88
5.2.5	<i>Τουρκία</i>	89
5.3	Τα Ελκυστικότερα Στοιχεία του Τουριστικού Προϊόντος	89
5.4	Οικονομική Σημασία του Τουρισμού στη Ν. Ευρώπη	91
5.5	Αφίξεις και Συναλλαγματικά Έσοδα	94
5.6	Μέγεθος Τουριστικών Καταλυμάτων	99
5.7	Αφίξεις κατά Χώρα Προέλευσης	101
5.8	Διάρκεια Παραμονής	103
5.9	Πληρότητα	107
5.10	Εποχικότητα	108
5.11	Σύνοψη και Συμπεράσματα	110
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Ανταγωνισμός		113
6.1	Εισαγωγή	115
6.2	Διεθνοποίηση και Τουρισμός	115
6.3	Η Δομή του Τουριστικού Κλάδου	118
6.4	Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Διεθνούς Ανταγωνιστικότητας	120
6.4.1	<i>Συνθήκες Συντελεστών Παραγωγής</i>	120
6.4.2	<i>Δομή και Ποιότητα των Φορέων που Προσφέρουν Τουριστικό Προϊόν</i>	121
6.4.3	<i>Η Αγορά και η Οργανωτική Δομή της</i>	121
6.4.4	<i>Συνθήκες Ζήτησης του Τουριστικού Προϊόντος</i>	125
6.4.5	<i>Περιστασιακά Γεγονότα</i>	125
6.4.6	<i>Το Μακροοικονομικό Περιβάλλον</i>	126
6.4.6.1	<i>Συναλλαγματική Πολιτική</i>	126
6.4.6.2	<i>Εργατικό Κόστος</i>	129
6.4.6.3	<i>Παραγωγικότητα της Εργασίας</i>	130
6.4.6.4	<i>Κόστος Ζωής</i>	133
6.4.6.5	<i>Το Χρηματοπιστωτικό Περιβάλλον</i>	135
6.4.6.6	<i>Η Φορολογική Επιβάρυνση του Τουριστικού Προϊόντος</i>	142
6.4.7	<i>Σύνθετοι Παράγοντες που Επηρεάζουν την Ανταγωνιστικότητα</i>	154
6.5	Στρατηγικές	154
6.5.1	<i>Το Μάρκετινγκ του Τουριστικού Προϊόντος</i>	155
6.5.2	<i>Εξαγορές – Συγχωνεύσεις – Συμμαχίες – Αλυσίδες</i>	159
6.5.3	<i>Αποδοτικό Management</i>	162
6.5.4	<i>Ανθρώπινοι Πόροι</i>	167

8.3.1	Φυσικοί Πόροι	204
8.3.2	Γεωγραφική Θέση	204
8.3.3	Εποχικότητα	205
8.3.4	Αρχαιολογική και Πολιτιστική Κληρονομιά	205
8.3.5	Δημόσια και Ιδιωτική Υποδομή	205
8.4	Συμπεράσματα	206
8.5	Δυναμική του Ανταγωνισμού στον Κλάδο	207
8.6	Στρατηγικοί Στόχοι – Μέτρα	209
8.6.1	Μέτρα για τη Βελτίωση της Ποιότητας	210
8.6.2	Νέες Μορφές Τουρισμού	212
8.6.3	Βελτίωση της Εικόνας της Χώρας ως Τόπος Προορισμού	214
8.6.4	Πολιτική Μάρκετινγκ	215
8.6.5	Μικρο- και Μακρο-Οικονομική Πολιτική	215
8.6.6	Συνεργασία με τους Tour Operators	216
8.6.7	Συντονισμός των Κρίκων της Τουριστικής Αλυσίδας	217
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	219
A.	Ξένη Βιβλιογραφία	219
B.	Ελληνική Βιβλιογραφία	220

ΣΥΝΟΨΗ

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα έναν από τους πλέον σημαντικούς κοινωνικοοικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Αναπτύχθηκε με σταθερό ετήσιο ρυθμό 4-5% το δεύτερο ήμισυ του εικοστού αιώνα, γεγονός που τον κατέστησε σημαντικό παράγοντα του εξωτερικού εμπορίου και κύρια πηγή συναλλάγματος, πρωτοπόρο στη δημιουργία θέσεων εργασίας και με σημαντικό μερίδιο στο ΑΕΠ μίας οικονομίας (WTO, 1998). Το 1999 πραγματοποιήθηκαν 664 εκατομμύρια αφίξεις διεθνών τουριστών που δημιούργησαν έσοδα 453 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ σε συνάλλαγμα. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο τουρισμός θα συνεχίσει και στο νέο αιώνα να αναπτύσσεται δυναμικά παρά τις περιοδικές υφέσεις, πολιτικές αναταραχές, πολέμους, κ.λπ., που σημειώνονται (WTO, 2000). Προβλέπεται ότι μέχρι το 2020 οι αφίξεις θα ανέλθουν σε 1,6 δισεκατομμύρια και τα συναλλαγματικά έσοδα θα φθάσουν τα 2 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.

Ο ελληνικός τουριστικός τομέας, αν και αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της ελληνικής οικονομίας με περισσότερο από 18% συμμετοχή στο ΑΕΠ, με εισαγωγή συναλλάγματος περισσότερο των 9 δισ. δολαρίων και σημαντική συμμετοχή στη δημιουργία θέσεων εργασίας, εξακολουθεί, παρά τα όποια βήματα έχουν γίνει, να αντιμετωπίζεται από την πολιτεία ως ένας δευτερεύων οικονομικός παράγοντας.

Οι αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα σημείωσαν, μακροχρόνια, ανοδική τάση. Η μεγαλύτερη αύξηση των αφίξεων σημειώθηκε τη δεκαετία του 1980, ενώ η αντίστοιχη της δεκαετίας του 1990 ήταν σημαντικά μικρότερη. Έτσι το μερίδιο του ελληνικού τουρισμού στον ευρωπαϊκό και γενικότερα το διεθνή τουρισμό σημείωσε καθοδική πορεία τα τελευταία χρόνια. Η εξήγηση της πορείας αυτής βρίσκεται στους παράγοντες που προσδιορίζουν το κόστος και γενικά την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος που προσφέρεται στη διεθνή αγορά. Οι περισσότεροι από αυτούς τους παράγοντες αναφέρονται στην πλευρά της παραγωγής (κόστος, παραγωγικότητα, κ.λπ.), άλλοι στην οργάνωση της παραγωγής και διανομής ως σύνολο, άλλοι στο μακροοικονομικό περιβάλλον (π.χ. συναλλαγματική πολιτική) μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται ο κλάδος, και ακόμη άλλοι στις πρακτικές και πολιτικές που ακολουθούνται από άλλους προορισμούς στην προσέλκυση τουριστών.

Αντικείμενο, λοιπόν, αυτής της μελέτης είναι να προσδιορίσει την ανταγωνιστική θέση της Ελλάδος μέσα στην ευρωπαϊκή τουριστική αγορά και ιδιαίτερα στην αγορά της Μεσογείου, με βάση τα ισχυρά και αδύνατα σημεία που διαθέτει, να μελετήσει τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που προσφέρονται για τον κλάδο με βάση τις νέες συνθήκες και τάσεις που επικρατούν στη διεθνή τουριστική αγορά και, τέλος, να κάνει προτάσεις οι οποίες, εφόσον υλοποιηθούν, θα βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Η χώρα μας απειλείται τουριστικά από τις άλλες μεσογειακές χώρες, τόσο από αυτές που ανήκουν στην ΕΕ (Ιταλία, Πορτογαλία και Ισπανία) όσο και τις εκτός ΕΕ (Τουρκία, Ισραήλ, Κροατία, Αίγυπτο, Κύπρο, κ.ά.). Οι τελευταίες προσφέρουν παρόμοιο προϊόν με το ελληνικό σε χαμηλότερες τιμές.

Οι μεσογειακές χώρες που εξετάζονται στην παρούσα μελέτη μπορούν να διακριθούν, ανάλογα με την έμφαση που δίδεται στο τουριστικό προϊόν που προσφέρουν, σε δύο κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία συγκαταλέγονται η χώρα μας, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Τουρκία και σε μικρότερο βαθμό η Ιταλία, οι οποίες προσφέρουν τουρισμό διακοπών και μεγάλη ποικιλία πολιτιστικής κληρονομιάς και κουλτούρας.*

Η εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήσαμε είχε ως στόχο την εκτίμηση συναρτήσεων ζήτησης αναφορικά με τέσσερις χώρες προέλευσης τουριστών: Αγγλία, Γερμανία, Ιταλία και Γαλλία. Η ύπαρξη ελαστικότητας ζήτησης για το ελληνικό τουριστικό προϊόν ως προς την τιμή, το συνάλλαγμα και το κόστος ζωής, μεγαλύτερης της μονάδας, σημαίνει ότι η χώρα μας αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό από τις ανταγωνίστριες χώρες, ιδιαίτερα την Ισπανία.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος διακρίνονται σε οικονομικούς, όπως είναι το κόστος παραγωγής, η φορολογία, η συναλλαγματική πολιτική, κ.ά., και σε ποιοτικούς, όπως είναι η δημόσια και ιδιωτική υποδομή, η ανωδομή, η αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας, κ.ά.

Η εξέταση των παραγόντων που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος σε σχέση με το αντίστοιχο προϊόν των ανταγωνιστριών χωρών έδειξε τα παρακάτω:

* Δυστυχώς η έλλειψη των απαραίτητων στοιχείων δεν μας επέτρεψε να συμπεριλάβουμε στο δείγμα των υπό εξέταση ανταγωνιστριών χωρών και τις υπόλοιπες που αναφέρονται παραπάνω.

- *Μέγεθος και κατηγορία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων*
 Το μέσο μέγεθος των καταλυμάτων, το οποίο επηρεάζει τόσο την απόδοση αυτών, όσο και την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών μεταξύ των ανταγωνιστριών χωρών, κυμαίνεται μεταξύ 53 κλινών στην Ιταλία και 130 κλινών στην Ισπανία και την Πορτογαλία. Η χώρα μας κατέχει ενδιάμεση θέση με 76 κλίνες ανά κατάλυμα. Η σύνθεση των κατηγοριών των ξενοδοχείων, που αποτελεί επίσης ένδειξη για την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν, ποικίλλει μεταξύ των εξεταζομένων χωρών. Η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία δίνουν έμφαση στα ξενοδοχεία Β' κατηγορίας, η χώρα μας και η Γαλλία στα ξενοδοχεία Γ' κατηγορίας, και στην Πορτογαλία το μεγαλύτερο μέρος ανήκει στα λοιπά καταλύματα. Επομένως τα ελληνικά ξενοδοχεία έχουν πιο μικρό μέγεθος και είναι συγκεντρωμένα στη Γ' κατηγορία.
- *Χρηματοδοτική διάρθρωση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων*
 Η χρηματοδοτική διάρθρωση του ελληνικού ξενοδοχειακού κλάδου χαρακτηρίζεται ως ανορθολογική. Το γεγονός αυτό οφείλεται τόσο στα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων του κλάδου (μικρό μέγεθος, οικογενειακός χαρακτήρας, κ.λπ.) όσο και στην κρατική και τραπεζική πολιτική που ακολουθήθηκε έναντι του κλάδου. Η ανεπάρκεια των ιδίων κεφαλαίων σε συνδυασμό με τα περιορισμένα κεφάλαια που κατευθύνθηκαν στον κλάδο από το κράτος και το τραπεζικό σύστημα αποτέλεσαν το βασικό εμπόδιο στην αναπτυξιακή πορεία του.
 Η απόδοση των ιδίων κεφαλαίων για ολόκληρο τον κλάδο είναι αρνητική. Ωστόσο, την καλύτερη απόδοση ιδίων κεφαλαίων παρουσιάζουν οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, γεγονός που φανερώνει ότι οι επιχειρήσεις αυτές επιτυγχάνουν αποτελεσματικότερη λειτουργία και διαχείριση.
- *Αποδοτικό μάνατζμεντ*
 Σε όλες τις χώρες, με εξαίρεση την Πορτογαλία, υψηλού επιπέδου μάνατζμεντ ασκείται μόνο από τις τοπικές θυγατρικές διεθνών αλυσίδων. Οι εγχώριες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, σε όλες τις χώρες, με εξαίρεση τη χώρα μας, ασκούν μετρίου επιπέδου μάνατζμεντ. Στη χώρα μας το επίπεδο του μάνατζμεντ είναι χαμηλό.
- *Ανθρώπινος παράγοντας*
 Ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει σημαντικό ρόλο στην προ-

σφορά του τουριστικού προϊόντος τόσο από πλευράς παραγωγικότητας όσο και από πλευράς ποιότητας αυτού. Η προσφορά του τουριστικού προϊόντος από πλευράς εργαζομένου πρέπει να χαρακτηρίζεται από επαγγελματική ευσυνειδησία, ειδίκευση και αξιοπρεπή επικοινωνία. Οι ιδιότητες αυτές δεν αναφύονται από μόνες τους, αλλά είναι αποτέλεσμα των επενδύσεων σε εκπαίδευση και επιμόρφωση του προσωπικού. Δυστυχώς, ένα σημαντικό τμήμα του εργατικού δυναμικού που απασχολείται στον ελληνικό τουριστικό κλάδο στερείται των παραπάνω χαρακτηριστικών. Το γεγονός αυτό θέτει τη χώρα μας σε μειονεκτική θέση έναντι των άλλων χωρών, αφού η χώρα μας στο θέμα αυτό υπερέρχει μόνο έναντι της Πορτογαλίας.

Το μακροοικονομικό περιβάλλον που υπήρξε στη χώρα μας τα τελευταία είκοσι χρόνια με κυρίαρχα στοιχεία τα μεγάλα ελλείμματα του κρατικού προϋπολογισμού, τους υψηλούς ρυθμούς πληθωρισμού και τα υψηλά επιτόκια, επέδρασε αρνητικά στην ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα:

➤ *Συναλλαγματική πολιτική*

Η συναλλαγματική πολιτική που ακολουθήθηκε στη χώρα μας από το 1986 λειτούργησε ανασχετικά στη ροή των τουριστών προς αυτή, επειδή κράτησε σε υψηλά επίπεδα την τιμή του τουριστικού προϊόντος. Αντίθετα, την ίδια περίοδο, οι ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδος προέβαιναν σε υποτιμήσεις των δικών τους νομισμάτων, ενισχύοντας έτσι το τουριστικό τους προϊόν.

Η εισαγωγή του ευρώ θεωρείται ότι θα επηρεάσει θετικά τον τουρισμό μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο, οι τρίτες χώρες θα συνεχίσουν να έχουν το πλεονέκτημα, έναντι των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, να χρησιμοποιούν τη συναλλαγματική τους πολιτική ως μέσο στήριξης της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού τους. Τέλος, η χώρα μας, σε σχέση με τις άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίες χρησιμοποίησαν τη συναλλαγματική τους πολιτική ως μέτρο στήριξης της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού τους, θα επηρεαστεί θετικά από την εισαγωγή του ευρώ, αφού, όπως σημειώθηκε παραπάνω, η συναλλαγματική πολιτική που ακολουθήθηκε τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα επηρέασε αρνητικά τον ελληνικό τουρισμό.

➤ *Φορολογική επιβάρυνση*

Η Αθήνα πριν την έναρξη λειτουργίας του νέου αεροδρομίου βρισκόταν στην 41 θέση μεταξύ 52 πόλεων, με κριτήριο το συνολικό φορολογικό βάρος που επιβάλλετο στο τυπικό καλάθι των τουριστικών υπηρεσιών, ενώ το αεροδρόμιο της Αθήνας κατατάσσετο όγδοο μεταξύ δέκα έξι (16) ευρωπαϊκών αεροδρομίων, με τον υψηλότερο δείκτη φορολογικών επιβαρύνσεων. Η χώρα μας επιβαρύνει την τιμή του δωματίου με συντελεστή ΦΠΑ 8% έναντι 7% της Ισπανίας και 5% της Πορτογαλίας. Τα παραπάνω χαρακτηριστικά του ελληνικού φορολογικού συστήματος το κατατάσσουν στην τελευταία θέση μεταξύ των συστημάτων των ανταγωνιστριών χωρών. Το νέο καθεστώς των επιβαρύνσεων που εισήχθη με τη λειτουργία του αεροδρομίου των Σπάτων ήρθε να επιδεινώσει σε σημαντικό βαθμό την παραπάνω κατάσταση. Για τις αεροπορικές εταιρείες το νέο αεροδρόμιο είναι περίπου 2,5 φορές ακριβότερο από το αεροδρόμιο της Ρώμης, 2 φορές από το αεροδρόμιο της Βαρκελώνης, κ.λπ. (ΙΤΕΠ, 2001). Είναι φανερό λοιπόν οι συνέπειες της αύξησης των επιβαρύνσεων σε μια αγορά, όπως η τουριστική, έντονα ανταγωνιστική, στην οποία η σχετική τιμή του προϊόντος επηρεάζει σημαντικά τη ζήτησή του (ελαστικότητα ζήτησης μεγαλύτερη της μονάδας).

➤ *Κόστος χρήματος*

Η ανορθολογική χρηματοοικονομική διάρθρωση των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε συνδυασμό με τα υψηλά επιτόκια που ίσχυαν στη χώρα μας οδήγησαν σε υψηλή χρηματοοικονομική επιβάρυνση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, με συνέπεια τη μείωση της ανταγωνιστικότητάς του. Πιο συγκεκριμένα, το επιτόκιο μακροπρόθεσμων δανείων για όλες τις χώρες που εξετάζονται κυμάνθηκε στα ίδια περίπου υψηλά επίπεδα τη δεκαετία του 1980 με σαφή τάση όμως υποχώρησης για όλες τις χώρες, με εξαίρεση τη χώρα μας, στην οποία η πορεία των επιτοκίων δεν ήταν προς μια κατεύθυνση αλλά σημειώθηκαν αυξομειώσεις στο ύψος των επιτοκίων. Τη δεκαετία του 1990 η τάση για όλες τις χώρες ήταν καθοδική, με αποτέλεσμα όλες οι χώρες, με εξαίρεση και πάλι τη χώρα μας, να επιτύχουν επιτόκιο μακροχρόνιου δανεισμού του δημοσίου κάτω του 5%, ενώ η χώρα μας στάθηκε στο 6,5%. Τα επιτόκια τραπεζικού δανεισμού για τις επιχειρήσεις είναι σήμερα στη χώρα μας υψηλότερα κατά 1,58-2,16 ποσοστιαίες μονάδες

του αντίστοιχου μέσου όρου που επικρατεί στην ευρωζώνη. Η σημειούμενη, μέσα στα πλαίσια της ΟΝΕ, πτώση των επιτοκίων, έστω και με χαμηλότερους ρυθμούς στη χώρα μας, αναμένεται να βελτιώσει το χρηματοδοτικό κόστος συγκριτικά περισσότερο για τις ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

➤ *Μοναδιαίο κόστος εργασίας*

Η χώρα μας μειονεκτεί σημαντικά έναντι της Ισπανίας, Πορτογαλίας και Γαλλίας ως προς το μοναδιαίο κόστος εργασίας, γεγονός που επηρεάζει αρνητικά την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Η Ιταλία παρά το γεγονός ότι είναι πιο ακριβή από τη χώρα μας δέχεται μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών εξαιτίας της εύκολης πρόσβασης σε αυτήν που έχουν οι κάτοικοι των χωρών της Κεντρικής Ευρώπης. Τα διαθέσιμα στοιχεία δεν μας επιτρέπουν να συγκρίνουμε το μοναδιαίο κόστος εργασίας της χώρας μας με το αντίστοιχο της Τουρκίας. Ωστόσο φαίνεται ότι η χώρα μας έχει υψηλότερη παραγωγικότητα εργασίας στον τουριστικό τομέα σε σχέση με την Τουρκία.

➤ *Κόστος ζωής*

Από πλευράς κόστους ζωής, η χώρα μας βρίσκεται περίπου στην ίδια θέση με την Πορτογαλία και οι δύο υπερέχουν ελαφρά έναντι της Ισπανίας και σημαντικά έναντι της Γαλλίας και Ιταλίας. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας σημειώθηκε η μεγαλύτερη αύξηση του δείκτη τιμών των υπηρεσιών ξενοδοχείου, καφέ και εστιατορίου, με αποτέλεσμα το 1999 ο δείκτης αυτός να βρίσκεται σε υψηλότερη θέση από τον αντίστοιχο δείκτη των άλλων χωρών που εξετάζονται.

Η σχέση τιμής-ποιότητας διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις διεθνείς συγκρίσεις, καθώς και στην επιλογή των προσφερομένων υπηρεσιών μεταξύ ανταγωνιστριών χωρών. Είναι αναγκαίο το στοιχείο της ποιότητας να υπάρχει σε όλο το φάσμα των τουριστικών υπηρεσιών. Σύμφωνα με τις διαθέσιμες ενδείξεις σχετικά με την ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, η γενική εικόνα δεν είναι θετική, αλλά διασώζεται από τα αρχαιολογικά και τα ιστορικά μνημεία που διαθέτει η χώρα μας, τα νησιωτικά συμπλέγματα, την περιβαλλοντική ποικιλία, κ.ά.

➤ *Δημόσια και ιδιωτική υποδομή*

Τα κέντρα υποδοχής και διαμετακόμισης τουριστών της χώρας μας (αεροδρόμια, λιμάνια, σιδηροδρομικοί σταθμοί, κ.ά.) προ-

σφέρουν χαμηλής ποιότητας υπηρεσίες. Είναι μικρά και ελλιπή σε σχέση με τον όγκο των διακινουμένων τουριστών. Οι καθυστερήσεις που σημειώνονται στα αεροδρόμια της χώρας αμβλύνουν σε σημαντικό βαθμό την όποια θετική εικόνα έχει σχηματίσει ο ξένος τουρίστας για τη χώρα μας. Στον τομέα της γενικής υποδομής, με άριστα το επτά (7), η χώρα μας βαθμολογείται με 2,86 έναντι 3,50 και 4,02 της Τουρκίας και Ισπανίας αντίστοιχα.

Από την άλλη πλευρά, αποτελεί γενική διαπίστωση ότι η ποιότητα των ελληνικών καταλυμάτων, των υψηλών τουλάχιστον κατηγοριών, θεωρείται ικανοποιητική, χωρίς βέβαια να λείπουν οι εξαιρέσεις είτε αυτές είναι θετικές είτε αρνητικές. Το ισχύον σύστημα κατηγοριοποίησης των ξενοδοχείων δεν ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της διεθνούς αγοράς αφού στηρίζεται μόνο σε κριτήρια που έχουν σχέση με το μέγεθος του ξενοδοχείου και όχι με την ποιότητα κατασκευής του.

➤ *Φυσικοί πόροι – Αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά*

Τα μοναδικά φυσικά χαρακτηριστικά της χώρας μας αποτελούν την αναγκαία συνθήκη για την τουριστική της ανάπτυξη. Το συγκριτικό όμως αυτό πλεονέκτημα της Ελλάδος δεν είναι και ικανό από μόνο του να δημιουργήσει το τουριστικό προϊόν, σε τιμή, ποιότητα και μορφή, που απαιτούν οι συνθήκες του διεθνούς ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Η χώρα μας περιορίστηκε στο δώρο της φύσης, χωρίς στηριζόμενη σε αυτό, να προχωρήσει στην προσφορά ενός βελτιωμένου και διαφοροποιημένου προϊόντος.

Η Ιστορία, από τη δική της πλευρά, δώρησε στη χώρα μας μοναδική αρχαιολογική, πολιτιστική και καλλιτεχνική κληρονομιά. Τα στοιχεία αυτά έρχονται να ικανοποιήσουν τα άτομα που έχουν ως κυρίαρχο στοιχείο επιλογής ενός τόπου προορισμού την κλασική κουλτούρα και την επιμόρφωση. Ο παράγοντας αυτός δεν έχει προβληθεί όσο και όπως θα έπρεπε, με αποτέλεσμα να μην αξιοποιείται ανάλογα. Η αξιοποίησή του θα έδινε ένα σοβαρό προβάδισμα στη χώρα μας έναντι των ανταγωνιστών της, οι οποίοι προσφέρουν και αυτοί «ήλιο και θάλασσα», υστερούν όμως στον πολιτιστικό τομέα.

➤ *Γεωγραφική θέση της Ελλάδας*

Η μεγάλη απόσταση που βρίσκεται η χώρα μας σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες, Ισπανία, Πορτογαλία και Ιταλία, από

τις πηγές προέλευσης των τουριστών, την θέτει σε μειονεκτική θέση έναντι αυτών. Η Ελλάδα είναι η χώρα του αεροπορικού τουρισμού αφού το 75-80% των επισκεπτών της χρησιμοποιούν το αεροπλάνο ως μεταφορικό μέσο. Το μεγαλύτερο μέρος αυτών έρχεται με πτήσεις τσάρτερ, γεγονός που δείχνει τη μεγάλη εξάρτηση της χώρας από τους tour operators.

➤ *Εποχικότητα*

Η φύση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, σε συνδυασμό με τη γεωγραφική θέση της χώρας μας οδηγούν στη μεγάλη εποχικότητα που το χαρακτηρίζει, με αρνητικές συνέπειες στο κόστος και την ποιότητα αυτού. Η χώρα μας παρουσιάζει τον υψηλότερο βαθμό εποχικότητας μεταξύ των χωρών που εξετάστηκαν, γεγονός που τη θέτει σε μειονεκτική θέση έναντι αυτών.

Το γενικό συμπέρασμα το οποίο εξάγεται από την παραπάνω ανάλυση είναι ότι η χώρα μας υστερεί έναντι όλων σχεδόν των ανταγωνιστριών χωρών με κριτήριο τις παραμέτρους που χρησιμοποιήθηκαν. Υπερτερεί μόνο ως προς τους φυσικούς πόρους και την αρχαιολογική πολιτιστική κληρονομιά.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο ευρωπαϊκός τουρισμός θα συνεχίσει να αναπτύσσεται, αλλά με μικρότερους ρυθμούς από αυτούς που πέτυχε μέχρι σήμερα, γεγονός που θα εντείνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των διαφόρων προορισμών. Προκειμένου η χώρα μας να αυξήσει το μερίδιο που κατέχει σήμερα στη διεθνή τουριστική αγορά θα πρέπει να θέσει ως στρατηγικούς στόχους:

- τη βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει
- την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς που κατέχει
- τη μείωση της εποχικότητας
- τη χάραξη και υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης αναπτυξιακής τουριστικής πολιτικής.

Τα μέσα τα οποία θεωρούνται αναγκαία για την επίτευξη των παραπάνω στόχων συνοψίζονται ως ακολούθως:

➤ *Μέτρα για τη βελτίωση της ποιότητας*

- Βελτίωση της δημόσιας υποδομής
- Εκπαίδευση-επιμόρφωση επιχειρηματιών και εργαζομένων

- Μεγαλύτερο μέγεθος καταλυμάτων
 - Κατηγοριοποίηση των καταλυμάτων με νέα κριτήρια που επιβάλλουν οι συνθήκες της αγοράς και αύξηση του μεριδίου των υψηλότερων κατηγοριών καταλυμάτων
 - Αυστηρότεροι έλεγχοι στα δημόσια και ιδιωτικά μέσα συγκοινωνίας
 - Νομική προστασία του τουρίστα.
- Πολιτική μάρκετινγκ η οποία θα στηρίζεται σε συνεχή έρευνα της αγοράς και προσαρμογή στις απαιτήσεις αυτής (νέες μορφές τουρισμού, κ.ά.).
 - Βελτίωση του μικροοικονομικού και μακροοικονομικού περιβάλλοντος.
 - Στενότερη συνεργασία με τους *tour operators*.
 - Στενότερη συνεργασία μεταξύ όλων των κρίκων της ξενοδοχειακής αλυσίδας.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ ΙΤΕΠ

Η διεθνής ανταγωνιστικότητα της εγχώριας παραγωγής, όπως αυτή εκφράζεται μέσα από την παραγωγική διάρθρωση, την ποιότητα και το κόστος παραγωγής, αποτελεί σήμερα, περισσότερο από ποτέ, τη λυδία λίθο για την επιβίωση της χώρας, πολλώ δε μάλλον για την οικονομική πρόοδο αυτής, στα πλαίσια του νέου υποδείγματος οργάνωσης και λειτουργίας της παγκόσμιας αγοράς. Για μια χώρα με μικρή σε μέγεθος εσωτερική αγορά, σε σχέση με τους κοστολογικούς περιορισμούς που θέτουν οι τεχνικές συνθήκες παραγωγής, το πρόβλημα της ανταγωνιστικότητας καθίσταται οξύτατο, διότι πρέπει να αναπτύξει ικανότητα εξαγωγής αγαθών και υπηρεσιών ικανής να ανταποκριθεί στις ανάγκες πληρωμής των εισαγωγών· εισαγωγών που θα είναι ιδιαιτέρως αυξημένες ως ποσοστό του ΑΕΠ, ακριβώς εξαιτίας του μικρού μεγέθους της εσωτερικής αγοράς και της φυσικής αδυναμίας εξειδικεύσεως στην παραγωγή του πλήθους των προϊόντων που απαιτεί η ικανοποίηση των σύγχρονων αναγκών.

Η πολυεξειδίκευση και οι βρίθουσες φαντασιώσεων απόψεις για την προώθηση αναπτύξεως κλάδων παραγωγής που απαιτούν τεχνολογική εγρήγορση, καινοτομικής φύσεως πρωτοποριακή δράση και οργάνωση είναι γνωστό, ευρύτατα πλέον, ότι έχουν καταδυναστεύσει τη χώρα σε όρους διαφεύγουσας αναπτύξεως και βελτιώσεων του βιοτικού επιπέδου. Κατεσπαταλήθησαν πολύτιμοι πόροι για την προώθηση κλαδικών επιλογών, οι οποίες εστερούντο καθ' ολοκληρίαν πραγματιστικού υποβάθρου, έχομε δε φθάσει σήμερα κυριολεκτικά σε φάση κρίσεως του ισοζυγίου εξωτερικών συναλλαγών. Και τούτο, εξαιτίας εφαρμογής στην πράξη αντιλήψεων περί βιομηχανικής αναπτύξεως, οι οποίες δεν είχαν καλές σχέσεις με την οικονομική λογική.

Οι ραγδαίες αλλαγές που χαρακτηρίζουν τη σύγχρονη τεχνολογία, τόσο αναφορικός προς τη δημιουργία νέων προϊόντων, όσο και αναφορικός με την τεχνική παραγωγή αυτών, απαξιώνουν καταξιωμένους ιστορικά κλάδους βιομηχανικής παραγωγής και δημιουργούν προϋποθέσεις για την εμφάνιση νέων. Παραλλήλως, η αλλαγή αυτή των προϋποθέσεων δημιουργίας νέων κλάδων, φέρνει στο προσκήνιο νέες παραγωγές χώρες με δυναμικές προοπτικές αλλαγών - οριακών πιθανώς - στη διεθνή κατανομή της εργασίας. Για το λόγο αυτό, οι πολιτικές που έχουν άκαμπτους προσανατολισμούς σε κλαδικές επιλογές, έξω και πέρα από τις απορρέουσες υποδείξεις της αγοράς, είναι θνησιγενείς καθ' εαυτές και κατα-

στροφικές, υπό το πρίσμα μιας μακροπροθέσμου θεωρήσεως της αναπτυξιακής δυναμικής της οικονομίας.

Στα πλαίσια του διεθνούς καταμερισμού της εργασίας ο ασφαλέστερος δρόμος για οικονομίες με μεγάλη εξάρτηση από το διεθνές εμπόριο, όπως είναι η Ελλάδα, είναι ο έμμονος προσανατολισμός στην παραγωγή προϊόντων ελαστικής εισοδηματικής ζήτησεως, η εγχώρια προσφορά των οποίων προσδιορίζεται από παράγοντες, η ισχύς των οποίων δεν αλλάζει μακροπροθέσμως ή αλλάζει ηπίως μόνο. Οι μεταβολές στην τεχνολογία, υπό την ευρύτατη έννοια, δεν επηρεάζουν ούτε τη ζήτηση του συγκεκριμένου προϊόντος - λόγω της μοναδικότητάς του - αλλ' ούτε εναλλακτική προσφορά δημιουργούν. Τα χαρακτηριστικά αυτά ο τομέας του τουρισμού δεν τα διαμοιράζεται με κανένα άλλο κλάδο παραγωγής, υπάρχοντα ή δυνητικό στη χώρα μας. Ο τουριστικός τομέας αβιάστως μπορεί να χαρακτηριστεί ως ο κατεξοχήν τομέας παραγωγής με συγκριτικό πλεονέκτημα απρόσβλητο από την τεχνολογική εξέλιξη.

Έχει δειχθεί από μελέτη του ΙΤΕΠ, αλλά και από αντίστοιχες προσπάθειες ξένων μελετητών, ότι ο τομέας του τουρισμού στη χώρα μας παράγει άμεσα ή έμμεσα περίπου το 20% του εγχώριου προϊόντος. Το προϊόν δε αυτό απευθύνεται στην πελώρια και συνεχώς μεγεθυνόμενη, αλλά και αυξανόμενη απαιτητική, διεθνή ζήτηση, παράγεται δε σε συνθήκες εντεινόμενου διεθνούς ανταγωνισμού. Τα χαρακτηριστικά αυτά υπαγορεύουν την ανάγκη εγρηγόρσεως αρχών οικονομικής πολιτικής και επιχειρηματικού κόσμου, ώστε να διατηρηθεί ζωντανό το φυσικό και ιστορικό-πολιτισμικό συγκριτικό πλεονέκτημα που διαθέτει, εν προκειμένω, η χώρα. Διότι το πλεονέκτημα αυτό πάντοτε θα είναι ικανό να προσελκύει επισκέπτες· το ζητούμενο, όμως, είναι να συμμετέχουμε στα διεθνώς δρώμενα με συνεχώς αυξανόμενο μερίδιο, αναβαθμίζοντας και εμπλουτίζοντας τα ανθρωπογενή στοιχεία του προϊόντος σε ποιότητα και τιμές, ανταποκρινόμενες σ' αυτήν την ποιότητα.

Προβληματισμοί, ως οι ανωτέρω, οδήγησαν στην εκπόνηση της ανά χειράς μελέτης. Θεωρούμε κρίσιμης σημασίας για το μέλλον της οικονομικής αναπτύξεως τη διατήρηση του τουριστικού τομέα σε δυναμική πορεία. Είναι δε τούτο δυνατό, διότι εξαρτάται από παράγοντες ανθρωπογενούς φύσεως. Εκφράζεται η ελπίδα ότι οι διαπιστώσεις και τα συμπεράσματα της μελέτης θα αποτελέσουν νέο έναυσμα για την εξ υπαρχής αναπτυξιακή θεώρηση του τουριστικού τομέα και ανάλογη προσαρμογή των πολιτικών που αφορούν στην οικονομική ανάπτυξη.

Η διάθεση αυξημένης ποσότητας πόρων σε τουριστικές υποδομές, αντίστοιχης προς το μέγεθος και τις δυνατότητες του τομέα να αναπτύσσεται, και θεσμική ανασυγκρότηση με πολλές διαστάσεις πιστεύουμε ότι θα αποτελέσουν αποτελεσματικά μέτρα για τη διατήρηση της δυναμικής του τομέα και, γενικότερα, της οικονομίας.

Η εκπόνηση της μελέτης χρηματοδοτήθηκε εν μέρει από την **Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος**, προς την Διοίκηση της οποίας εκφράζονται και από τις σελίδες αυτές θερμές ευχαριστίες. Ο Πρόεδρος της Τραπέζης κύριος Ιωάννης Στουρνάρας εκφράσθηκε θερμά και ενθαρρυντικά για το ερευνητικό έργο του Ινστιτούτου με αντίστοιχη πρακτική επιβεβαίωση.

Η ενθάρρυνση του ΙΤΕΠ από χειρονομίες, όπως αυτή της Εμπορικής Τραπέζης, αποτελεί πηγή αισιοδοξίας αλλά και ευθυνών, που πιστεύουμε ότι θα εξακολουθήσουν να λειτουργούν δημιουργικά.

*Παν. Γ. Παυλόπουλος
Αθήνα, Οκτώβριος 2001*

ΠΡΟΛΟΓΟΣ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ

Η διεθνής οικονομία οδηγείται στον 21^ο αιώνα από τρεις βιομηχανίες «υπερ-υπηρεσιών»: την τεχνολογία της πληροφορικής, τις επικοινωνίες και τον τουρισμό. Πράγματι, ο κλάδος του τουρισμού, ο νεώτερος σχετικά τομέας παραγωγής για όλες σχεδόν τις οικονομίες του κόσμου, σημείωσε τις δύο τελευταίες δεκαετίες τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης, μεταξύ των άλλων κλάδων, και συνέβαλε σημαντικά στην εισροή συναλλάγματος, στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στην περιφερειακή ανάπτυξη πολλών χωρών.

Ο ελληνικός τουριστικός τομέας, αν και αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της ελληνικής οικονομίας με περισσότερο από 18% συμμετοχή στο ΑΕΠ, με εισαγωγή συναλλάγματος περισσότερο των 9 δισ. δολαρίων και σημαντική συμμετοχή στη δημιουργία θέσεων εργασίας, εξακολουθεί, παρά τα όποια βήματα έχουν γίνει, να αντιμετωπίζεται από την πολιτεία ως ένας δευτερεύων οικονομικός παράγοντας.

Στόχος της παρούσης μελέτης είναι να εξετάσει την ανταγωνιστική θέση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μέσα στην ευρωπαϊκή αγορά και να προτείνει τρόπους με τους οποίους μπορεί να βελτιωθεί.

Αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω όλους όσους με βοήθησαν κατά την εκπόνηση αυτής της εργασίας. Πρώτα τον καθηγητή Π. Παυλόπουλο για τις εποικοδομητικές παρατηρήσεις του. Τον κ. Κ. Ρερρέ, ο οποίος μου μετέφερε την εμπειρία που διαθέτει για τον κλάδο, την συνεργάτιδά μου στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών κα Ζ. Φραγκούλη, η οποία ανέλαβε το οικονομικό μέρος της εργασίας, τον κ. Γ. Αποστολόπουλο της TUI Hellas για τις χρήσιμες πληροφορίες που μου έδωσε, τον φίλο Δ. Κατσίλα, ο οποίος με βοήθησε να υπολογίσω το φορολογικό βάρος που επιβάλλεται στο τουριστικό προϊόν, τη συνεργάτιδά μου κα Μ. Πουλακίδα για τη συλλογή και πινακοποίηση των στοιχείων, την κα Σ. Πανούση για την ευχάριστη και αποδοτική συνεργασία που είχαμε καθ' όλη τη διάρκεια της μελέτης, την κα Κ. Ανδρούτσου, η οποία με πολλή υπομονή και επιμέλεια ανέλαβε τη δακτυλογράφηση. Τέλος, όλους τους ανθρώπους του τουριστικού τομέα οι οποίοι συζήτησαν μαζί μου.

Είναι αυτονόητο ότι ως συγγραφέας έχω στο ακέραιο την ευθύνη για τυχόν αδυναμίες, παραλείψεις ή σφάλματα στην επιστημονική προσέγγιση του θέματος.

Αθήνα, Σεπτέμβριος 2001

*Βασίλειος Πατσουράτης
Αναπληρωτής Καθηγητής
Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών*

ΠΙΝΑΚΕΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

- Πίνακας 1.1: Συναλλαγματικά Έσοδα της Ελλάδος (εκατ. δολάρια)
Πίνακας 1.2: Η Σημασία του Τουρισμού στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (1998)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

- Πίνακας 2.1: Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών (σε χιλ. δρχ.)
Πίνακας 2.2: Διανυκτερεύσεις Ημεδαπών και Αλλοδαπών Τουριστών
Πίνακας 2.3: Αφίξεις Τουριστών Κατά Μέσο Ταξιδιού, 1990-1999
Πίνακας 2.4: Αφίξεις Τουριστών Αεροπορικώς, 1990-1999
Πίνακας 2.5: Ποσοστιαία Σύνθεση των Αφίξεων Τουριστών κατά Εθνικότητα
Πίνακας 2.6: Ποσοστιαία Σύνθεση των Αφίξεων Τουριστών κατά Χώρα Προέλευσης
Πίνακας 2.7: Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών και Ημεδαπών στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα ανά Μήνα
Πίνακας 2.8: Πληρότητα κατά Περιφέρεια
Πίνακας 2.9: Ποσοστιαία Συμμετοχή Ημεδαπών και Αλλοδαπών στο Σύνολο των Διανυκτερεύσεων σε κάθε είδους Καταλύματα
Πίνακας 2.10: Διανυκτέρευση Ημεδαπών Τουριστών
Πίνακας 2.11: Η Τουριστική Εικόνα της Ελλάδος
Πίνακας 2.12: Η Τουριστική Εικόνα της Ελλάδος σύμφωνα με τους Πωλητές Πρακτορείων Ταξιδίων (1983-1996)
Πίνακας 2.13: Καταγγελίες που έγιναν από Τουρίστες στο ΙΝΚΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

- Πίνακας 3.1: Εκτίμηση της Ζήτησης με Εναλλακτικό Τόπο Προορισμού την Ισπανία
Πίνακας 3.2: Εκτίμηση της Ζήτησης με Εναλλακτικό Τόπο Προορισμού την Πορτογαλία
Πίνακας 3.3: Εκτίμηση της Ζήτησης με Εναλλακτικό Τόπο Προορισμού την Ιταλία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

- Πίνακας 4.1: Εξέλιξη του Ξενοδοχειακού Δυναμικού της Ελλάδος (1988-1998)

- Πίνακας 4.2: Μέσο Μέγεθος Καταλυμάτων ανά Κατηγορία
- Πίνακας 4.3: Ποσοστιαία Σύνθεση των Κλινών κατά Κατηγορία Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων
- Πίνακας 4.4: Διαχρονική Εξέλιξη της Σύνθεσης των Κλινών
- Πίνακας 4.5: Ποσοστιαία Σύνθεση Κλινών
- Πίνακας 4.6: Ποσοστιαία Κατανομή Κλινών κατά Γεωγραφική Περιφέρεια
- Πίνακας 4.7: Κατανομή Επενδύσεων που Υπήχθησαν στο Νόμο 1892/90 την Περίοδο 1991-1998
- Πίνακας 4.8: Χρηματοδοτική Διάρθρωση των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων
- Πίνακας 4.9: Ρευστότητα των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων
- Πίνακας 4.10: Απόδοση και Αποδοτικότητα των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

- Πίνακας 5.1: Τα Ελκυστικότερα Στοιχεία του Τουριστικού Προϊόντος
- Πίνακας 5.2: Υποδομές σε Επιλεγμένες Χώρες
- Πίνακας 5.3: Οικονομική Σημασία του Τουρισμού στην Ευρώπη
- Πίνακας 5.4: Οικονομική Σημασία του Τουρισμού σε Επιλεγμένες Χώρες (1998)
- Πίνακας 5.5: Έσοδα από τον Τουρισμό σε Επιλεγμένες Χώρες (1997)
- Πίνακας 5.6: Μέση Ετήσια Αύξηση των Αφίξεων και των Εσόδων σε Επιλεγμένες Χώρες (1989-1998)
- Πίνακας 5.7: Οι Είκοσι Πρώτοι Τόποι Προορισμού στην Ευρώπη, Διεθνείς Αφίξεις Τουριστών (εξαιρούνται οι επισκέπτες της ίδιας μέρας)
- Πίνακας 5.8: Μερίδια Αγοράς Επιλεγμένων Χωρών ως προς τις Αφίξεις Τουριστών στην Ευρώπη
- Πίνακας 5.9: Οι Είκοσι πιο Κερδοφόρες Χώρες στην Ευρώπη λόγω Τουρισμού Έσοδα λόγω Τουρισμού (εξαιρείται η μεταφορά)
- Πίνακας 5.10: Μερίδιο Αγοράς ως προς τα Έσοδα (Ευρώπη)
- Πίνακας 5.11: Ταξιδιωτικό Συνάλλαγμα ανά Τουρίστα
- Πίνακας 5.12: Μέσος Αριθμός Κλινών ανά Ξενοδοχείο και Παρόμοιο Κατάλυμα
- Πίνακας 5.13: Ποσοστιαία Σύνθεση Κλινών ανά Κατηγορία
- Πίνακας 5.14: Μέγεθος Ξενοδοχείων ανά Κατηγορία (κλίνες/ξενοδοχείο)
- Πίνακας 5.15: Τουριστικές Ροές σε Ευρώπη, Αμερική και Αφρική (1988-1997)

- Πίνακας 5.16: Οι Κυριότερες Χώρες Προορισμού στην Ευρώπη (1997)
- Πίνακας 5.17: Διάρκεια Παραμονής Τουριστών *(σε διανυκτερεύσεις)*
- Πίνακας 5.18: Εισερχόμενος Τουρισμός
- Πίνακας 5.19: Αφίξεις ανάλογα με το Μέσο Μεταφοράς *(δεν περιλαμβάνονται οι επισκέπτες της ίδιας μέρας)*
- Πίνακας 5.20: Βαθμός Πληρότητας
- Πίνακας 5.21: Δείκτες Βαθμού Πληρότητας Ξενοδοχειακού Δυναμικού σε Επιλεγμένες Χώρες
- Πίνακας 5.22: Κατανομή των Αφίξεων και Διανυκτερεύσεων ανά Περίοδο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

- Πίνακας 6.1: Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Δομής της Αγοράς
- Πίνακας 6.2: Ωριαίο Κόστος Εργασίας στον Τομέα των Ξενοδοχείων και Εστιατορίων (1996) *(ECU)*
- Πίνακας 6.3: Παραγωγικότητα Εργασίας στα Ξενοδοχεία-Εστιατόρια *(χιλ.δολ./εργαζόμενο)*
- Πίνακας 6.4: Κόστος Εργασίας ανά Μονάδα Προϊόντος
- Πίνακας 6.5: Κόστος Ζωής σε Επιλεγμένες Χώρες (1998)
- Πίνακας 6.6: Εναρμονισμένος Δείκτης Τιμών Τουριστικών Υπηρεσιών *(1996 = 100)*
- Πίνακας 6.7: Κατανομή Συνολικής Τραπεζικής Χρηματοδότησης 1948-1997
- Πίνακας 6.8: Επενδύσεις του Ν.1262/82, 1982-1991 *(σε δις.δρχ.)*
- Πίνακας 6.9: Επενδύσεις του Ν.1262/82, 1991-1997 *(σε δις.δρχ.)*
- Πίνακας 6.10: Κλαδική Κατανομή Πόρων Κοινοτικών Πλαισίων Στήριξης
- Πίνακας 6.11: Επιτόκια Μακροπρόθεσμων Δανείων του Δημοσίου
- Πίνακας 6.12: Επιτόκια Τραπεζικού Δανεισμού *(Φεβρουάριος 2001)*
- Πίνακας 6.13: Χρηματοπιστωτικό Περιβάλλον
- Πίνακας 6.14: Φορολογική Επιβάρυνση ενός Τυπικού Καλαθιού Τουριστικών Αγαθών και Υπηρεσιών σε Επιλεγμένες Πόλεις
- Πίνακας 6.15: Μερίδιο του Φόρου στο Συνολικό Κόστος του Τουριστικού Πακέτου σε Επιλεγμένες Πόλεις της Μεσογείου
- Πίνακας 6.16: Δείκτης Αεροπορικών Επιβαρύνσεων (1998)
; *(διαβάθμιση 16 αεροδρομίων)*
- Πίνακας 6.17: Άμεση Επιβάρυνση Επιβάτη *(σε δραχμές)*
- Πίνακας 6.18: Συντελεστές Φόρου Προστιθέμενης Αξίας σε Επιλεγμένες Χώρες
- Πίνακας 6.19: Αξιολόγηση του Φορολογικού Συστήματος

- Πίνακας 6.20: Δαπάνες Διαφήμισης και Προώθησης του Τουρισμού από Εθνικές Κυβερνήσεις
- Πίνακας 6.21: Δαπάνες Προβολής και Προώθησης του Τουρισμού από τον ΕΟΤ (σε εκατ. δρχ.)
- Πίνακας 6.22: Διαφημιστική Δαπάνη Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων (1992-1998) (σε εκατ. δρχ.)
- Πίνακας 6.23: Βαθμός Χρησιμοποίησης του Αποδοτικού Μάνατζμεντ
- Πίνακας 6.24: Εμπόδια Χρησιμοποίησης του Αποδοτικού Μάνατζμεντ
- Πίνακας 6.25: Ανθρώπινο Δυναμικό

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

- Πίνακας 7.1: Βαθμός Ικανοποίησης Τουριστών
- Πίνακας 7.2: Πωλήσεις μέσω Παγκόσμιου Ιστού ανά Κλάδο (σε εκατομμύρια δολάρια)

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Διάγραμμα 1: Κατηγορίες Ταξιδιωτών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Διάγραμμα 5.1: Μέσος Ετήσιος Ρυθμός Αύξησης Αφίξεων στη Ν. Ευρώπη (1989-1998)

Διάγραμμα 5.2: Μέσος Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής των Εσόδων Ν. Ευρώπη (1982-1998)