

Ελληνικός Τουρισμός 2010

Στρατηγική & Στόχοι

Τα 20,3 εκ. αφίξεις τουριστών και τα 15 δισ. δολ. έσοδα
πρέπει να στοχεύσει ο Ελληνικός Τουρισμός μέχρι το 2010

Υπεύθυνος μελέτης:

Γιώργος Δρακόπουλος, Γενικός Διευθυντής ΣΕΤΕ

Συνεργάτες:

Γιώργος Χαμάκος, Project Manager ΣΕΤΕ

Βασιλική Γιωρνά, Υπεύθυνη Δημοσίων Σχέσεων ΣΕΤΕ

Χορηγοί:

Golden Chemicals A.B.E.E.



Λεωφ. Αραλίας 34 • 105 58 Αθήνα • Τηλ: 210 3217165 • Fax: 210 3217177 • info@sete.gr

www.sete.gr

© ΣΕΤΕ 2003

Τα 20,3 εκ αφίξεις τουριστών και τα 15 δισ. δολ. έσοδα, πρέπει να στοχεύσει ο ελληνικός τουρισμός μέχρι το 2010. Αυτό σημαίνει ότι η Ελλάδα θα αυξήσει το μερίδιο αγοράς της για την Ευρώπη από 3,25% το 2000, στο 3,86% το 2010 και αντίστοιχα δε, στην παγκόσμια αγορά από 1,88% σε 2,02%.

Με ολοένα εντονότερη την τάση για ολιγοήμερες διακοπές και με δεδομένο το μειονέκτημα της χρονοαπόστασης της χώρας μας από τις κύριες χώρες - πηγές τουριστών, ο στόχος για τη μέση διάρκεια παραμονής θα πρέπει να παραμείνει στα σημερινά επίπεδα των 10 ημερών.

Για την υποστήριξη της επιδιωκόμενης αύξησης της ζήτησης μέχρι το 2010 θα απαιτηθεί η ενίσχυση του ξενοδοχειακού δυναμικού με 157.382 νέες κλίνες, οι οποίες όμως θα πρέπει να συμβάλλουν στην ανύψωση του ποιοτικού κέντρου βάρους της ελληνικής ξενοδοχίας.

Η προσέλκυση υψηλότερου του σημερινού επιπέδου τουριστών, αναμένεται να αυξήσει την κατά κεφαλή δαπάνη από 704 δολ ΗΠΑ που ήταν το 2000 σε 738 δολ ΗΠΑ το 2010.

Οι στόχοι αυτοί θα είναι εφικτοί μόνο στην περίπτωση που η χώρα μας προχωρήσει άμεσα στην ανάπτυξη μιας σειράς υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών που θα ευνοήσουν την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού και θα αμβλύνουν την έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τη ζήτηση για τη χώρα μας.

Μέχρι το 2010, η Ελλάδα πρέπει να στοχεύσει σε 46 γήπεδα golf, 15 αυτόνομα συνεδριακά κέντρα / εκθεσιακά κέντρα, 24 κέντρα θαλασσοθεραπείας και 42 μαρίνες. Στόχοι φιλόδοξοι αλλά όχι και ακατόρθωτοι.

Η βελτίωση του επενδυτικού κλίματος μέσω ουσιαστικών τροποποιήσεων και απλούστευσης των διαδικασιών του Αναπτυξιακού Νόμου, η προσέλκυση ξένων επενδύσεων, ο διαρκής εκσυγχρονισμός όλων των τουριστικών επιχειρήσεων, η ένταση της προβολής του ελληνικού τουρισμού και μάλιστα συνδεδεμένης με τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, αποτελούν τους κύριους άξονες στρατηγικής για την επίτευξη αυτών των στόχων, μαζί βέβαια με τη προσήλωση στη ποιότητα και την βελτιστοποίηση της σχέσης τιμής / ποιότητας.

Το 2002, ο ΣΕΤΕ προχώρησε στην έκδοση της μελέτης: "Ελληνικός Τουρισμός 2010: Στρατηγική & Στόχοι". Ο σκοπός ήταν να καταγράψει, με σύντομο και απλό τρόπο, τις τάσεις σε βασικές μεταβλητές του ελληνικού τουρισμού στο διάστημα 1990-2000, να θέσει στόχους και να προτείνει στρατηγικές κατευθύνσεις για το 2010.

Η ιδιαίτερα θετική υποδοχή της μελέτης από τους ασχολούμενους με τον τουρισμό στη χώρα μας, σε συνδυασμό με την ανάγκη επικαιροποίησης ορισμένων στοιχείων (είναι γνωστή η καθυστέρηση με την οποία ανακοινώνονται τα στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό στην Ελλάδα), μας οδήγησε στην Β' Έκδοση της μελέτης. Η παρούσα έκδοση είναι επίσης εμπλουτισμένη με υλικό από το 2ο Συνέδριο του ΣΕΤΕ, Τουρισμός & Ανάπτυξη, που έγινε τον Φεβρουάριο του 2003.

Η ανάγκη μακροχρόνιου σχεδιασμού με συγκεκριμένες ποσοτικές και ποιοτικές κατευθύνσεις είναι διαρκής. Διαρκής πρέπει να είναι και η προσπάθεια αναβάθμισης της ποιότητας και βελτίωσης της σχέσης τιμής / ποιότητας. Αναγκαία προϋπόθεση για ορθολογική δράση είναι η γνώση των ιστορικών δεδομένων του ελληνικού τουρισμού και η σαφής αποτύπωση των τάσεων των βασικών μεταβλητών του. Προς την κατεύθυνση αυτή πιστεύουμε ότι η έκδοση αυτή συμβάλει θετικά.

Σταύρος Ανδρεάδης
Πρόεδρος ΔΣ

Σεπτέμβριος 2003

Είναι γνωστό ότι ανάμεσα στα πολλά και χρονίζοντα προβλήματα του τουρισμού της χώρας μας, κυρίαρχη θέση έχει αυτό της έλλειψης τουριστικής πολιτικής. Το πρόβλημα αυτό καθίσταται εντονότερο, λόγω του ότι η σημασία του τουρισμού γίνεται ολοένα και σημαντικότερη για την ελληνική οικονομία και κοινωνία. Παρά τις βεβαιώσεις των εκάστοτε πολιτικών προϊσταμένων του τουρισμού, μέχρι σήμερα δεν έγινε δυνατό να χαράξουμε ως χώρα μια μακροχρόνια πολιτική για τον τουρισμό μας.

Θεωρώντας λοιπόν ότι είναι επιτακτική ανάγκη να επαναπροσδιοριστούν και εξεταστούν τα θέματα που απασχολούν τον τουριστικό τομέα, ο ΣΕΤΕ διοργάνωσε τον Φεβρουάριο 2002, συνέδριο με θέμα: «Τουρισμός & Ανάπτυξη: Μία στρατηγική προσέγγιση». Στο Συνέδριό μας αναπτύχθηκε ένας σε βάθος προβληματισμός για τον ελληνικό τουρισμό, στα πλαίσια του οποίου κατατέθηκαν προτάσεις που αποτέλεσαν αντικείμενο ενός άτυπου αλλά γόνιμου διαλόγου.

Η μελέτη : «Ελληνικός Τουρισμός 2010: Στρατηγική & Στόχοι» είναι ακόμα μια συνεισφορά του ΣΕΤΕ στο διάλογο αυτό. Εξετάζουμε τον Ελληνικό Τουρισμό κατά την περίοδο 1990-2000, θέτουμε στόχους και προτείνουμε στρατηγικές για το 2010, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην προσπάθεια του μακροχρόνιου σχεδιασμού του τουρισμού μας.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχή υλοποίηση πολιτικών και δράσεων, είναι η συνεργασία μεταξύ του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, όπου ο κάθε ένας οφείλει να παίξει τον δικό του ξεκάθαρο ρόλο. Η Πολιτεία έχει την ευθύνη των αποφάσεων, οφείλει να σχεδιάζει, να θέτει τους κανόνες και να ελέγχει. Ο ιδιωτικός τομέας έχει την ευθύνη της επιχειρηματικής δράσης, που θα υλοποιήσει την τουριστική πολιτική, επενδύοντας και μεγιστοποιώντας τα οφέλη για την Εθνική Οικονομία. Παράλληλα με αυτό, οφείλει με ενιαία φωνή, να μεταφέρει στην Πολιτεία την πολύτιμη επιχειρηματική άποψη.

Παραδίδοντας την μελέτη αυτή στην κρίση σας, θέλω να ευχαριστήσω τον Όμιλο Καλοφωλιά ΑΕ και ιδιαίτερα τον κ. Γιώργο Καλοφωλιά για την ευγενική χορηγία αυτής της έκδοσης.

Σταύρος Ανδρεάδης
Πρόεδρος ΔΣ

Μάϊος 2002

Κύρια σημεία	3
Πρόλογος 2ης έκδοσης.....	4
Πρόλογος (1ης έκδοσης)	5
Πίνακες	7
Διαγράμματα.....	7
Συνομογραφίες	8
Σκοπός	9
Μεθοδολογία και Ερευνητικοί Περιορισμοί	9
A. Ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού, 1950-2000	10
Αφίξεις και Έσοδα	11
Εξέλιξη Ξενοδοχειακών Κλινών	12
Χωρική Κατανομή Ξενοδοχειακής Προσφοράς	13
Εποχικότητα Τουριστικής Ζήτησης	15
B. Σύγκριση με Ανταγωνίστριες Χώρες.....	16
Αφίξεις και Έσοδα	16
Αφίξεις και Ξενοδοχειακές Κλίνες.....	18
Χωρική Συγκέντρωση Ξενοδοχειακής Προσφοράς.....	20
Εποχικότητα Τουριστικής Ζήτησης	21
Υποστηρικτική Τουριστική Υποδομή	22
Γ. Στρατηγική & Στόχοι για το 2010	23
Στρατηγικές κατευθύνσεις	23
Στόχοι	23
Αφίξεις και Έσοδα.....	23
Μέση Διάρκεια Παραμονής	25
Μοντέλο Εποχικότητας	25
Επενδύσεις	26
Ξενοδοχειακές Κλίνες	26
Ειδικές Υποδομές	27
Μίγμα Αγοράς.....	28
Βιβλιογραφία / Πηγές.....	33

Σελ.

1. Αφίξεις σε Ελλάδα, Ευρώπη, Παγκόσμια, 1950-2000	10
2. Εξέλιξη Αφίξεων, Εσόδων και ΜΚΔ, Ελλάδα, 1950-2000	11
3. Εξέλιξη Ξενοδοχειακών Κλινών, Ελλάδα, 1990-2000	13
4. Μέσο Μέγεθος Ξενοδοχειακών Μονάδων (κλίνες), ανά κατηγορία, Ελλάδα, 1990 & 2000 ..	13
5. Χωρική Κατανομή Ξενοδοχειακής Προσφοράς, Ελλάδα, 1990 & 2000	14
6. Μηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα, 1990-2000	15
7. Τριμηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα, 1990-2000	15
8. Εξέλιξη Αφίξεων, Εσόδων και ΜΚΔ, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 1990-2000	17
9. Εξέλιξη Αφίξεων & Κλινών, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 1990-2000	18
10. Μέσο Μέγεθος Ξενοδοχείων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000	19
11. Συγκέντρωση Ξενοδοχειακών Κλινών, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000	20
12. Μηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000	21
13. Τριμηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000	22
14. Ειδικές Τουριστικές Υποδομές, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000	22
15. Προβλέψεις και Στόχοι Αφίξεων & Εσόδων, Ελλάδα, 2010	24
16. Μεριδία αγοράς, Ελλάδα, 2000 & 2010	25
17. Αεροπορικές Συνδέσεις, 2003	32

Διαγράμματα

Σελ.

1. Ποσοστιαία Αύξηση Αφίξεων ανά δεκαετία, Ελλάδα, Ευρώπη & Παγκόσμια, 1950-2000.....	10
2. Εξέλιξη Αφίξεων & Εσόδων, Ελλάδα, 1950-2000	12
3. Εξέλιξη Αφίξεων & Εσόδων, Ελλάδα, 1990-2000	12
4α. Εξέλιξη Αφίξεων, Ελλάδα & Ισπανία, 1990-2000.....	18
4β. Εξέλιξη Αφίξεων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές (πλην Ισπανίας), 1990-2000	19
5. Μηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000	21
6. Μοντέλο Εποχικότητας 2000 και Στόχος 2010	25
7. Μεριδία Αγοράς σε Εισερχόμενο Τουρισμό Ευρώπης / Παγκόσμια, 2000	28
8. Μεριδία Αγοράς σε Εισερχόμενο Τουρισμό Ευρώπης, 1990-2000.....	28
9. Top-10 χωρών με Εξερχόμενο Τουρισμό, 2000	29
10. Κύριες Χώρες Προέλευσης Τουριστών από Ευρώπη, 2000	30
11. Στόχοι Διείσδυσης ανά Χώρα, 2010	30
12. Τουριστική Σημασία των Χωρών Προέλευσης Τουριστών, 2000	31
13. Κύριες Χώρες Προέλευσης Τουριστών εκτός Ευρώπης, 2000.....	31
14. Στρατηγικοί Στόχοι ανά Χώρα, 2010	32

- ΕΟΤ: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
- ΕΣΥΕ: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος
- ΙΟΒΕ: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
- ΙΤΕΠ: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων
- ΚΟΤ: Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού
- ΜΚΔ: Μέση Κατά Κεφαλή Δαπάνη
- ΞΕΕ: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
- ΤτΕ: Τράπεζα της Ελλάδος
- ΤΥΔ: Turkish Tourism Investors Association
- WTO: World Tourism Organization
- WTTC: World Travel & Tourism Council

Ο σκοπός της μελέτης "Ελληνικός Τουρισμός 2010: Στρατηγική & Στόχοι" είναι να καταγράψει, με σύντομο και απλό τρόπο, τις τάσεις σε βασικές μεταβλητές του ελληνικού τουρισμού στο διάστημα 1990-2000, να θέσει στόχους και να προτείνει στρατηγικές κατευθύνσεις για το 2010. Παράλληλα, φιλοδοξεί να εισαγάγει τη λογική του μακροπρόθεσμου σχεδιασμού σε όλους τους ασχολούμενους με τον τουρισμό στην Ελλάδα.

Μεθοδολογία & Ερευνητικοί Περιορισμοί

Η προσπάθεια στοχοθέτησης και η στρατηγική προσέγγιση για τον ελληνικό τουρισμό με ορίζοντα το 2010, βασίσθηκε κατά κύριο λόγο στις επιδόσεις της δεκαετίας 1990-2000 σε συνδυασμό με τη σημερινή κατάσταση και τις άμεσες προοπτικές (Γ΄ ΚΠΣ, Ολυμπιακοί Αγώνες 2004).

Η μελέτη καταγράφει και αναλύει βασικά μεγέθη και τάσεις του ελληνικού τουρισμού. Στη συνέχεια προχωρά σε συγκρίσεις με ανταγωνίστριες χώρες. Η ανάλυση και η σύγκριση αναφέρονται στο διάστημα 1990 –2000. Οι στρατηγικές κατευθύνσεις που προτείνονται για τον ελληνικό τουρισμό προς το 2010, είναι τα κύρια αποτελέσματα του 1ου Συνεδρίου του ΣΕΤΕ «Τουρισμός και Ανάπτυξη: Μια Στρατηγική Προσέγγιση», Φεβρουάριος 2002. Ακόμη η παρούσα έκδοση εμπλουτίστηκε με υλικό από το 2ο Συνέδριο του ΣΕΤΕ «Τουρισμός και Ανάπτυξη», Φεβρουάριος 2003 και στατιστικά στοιχεία τα οποία δεν ήταν διαθέσιμα κατά την εκπόνηση της αρχικής μελέτης. Η στοχοθέτηση για το 2010 έγινε με βάση παραδοχές και υποθέσεις που παρατίθενται στα αντίστοιχα κεφάλαια.

Η επιλογή των μεταβλητών έγινε με κριτήριο, αφ΄ ενός μεν, τη διαθεσιμότητα των στοιχείων, αφ΄ ετέρου δε, ότι για τις επιλεγείσες μεταβλητές χρησιμοποιούνται από όλες τις χώρες, διεθνώς αποδεκτοί ορισμοί (με εξαίρεση τα έσοδα). Ως βασική μονάδα μέτρησης της ζήτησης επελέγη η μεταβλητή «αφίξεις» και σε ολόκληρο το κείμενο εννοούνται «διεθνείς αφίξεις». Οι αφίξεις για την Ελλάδα περιλαμβάνουν και τους οικονομικούς μετανάστες. Προσπάθεια «απαλβανοποίησης» των αριθμών θα έπρεπε να ακολουθηθεί από αντίστοιχη προσπάθεια «απομαροκινοποίησης» για την Ισπανία, «αποσουδανοποίησης» για την Αίγυπτο, κλπ. Στο βωμό λοιπόν της συγκρισιμότητας, χρησιμοποιούνται τα στατιστικά ακριβώς όπως εμφανίζονται επίσημα.

Για τη μέτρηση της προσφοράς χρησιμοποιείται η μεταβλητή «ξενοδοχειακή κλίνη». Αυτό δεν σημαίνει, σε καμία περίπτωση, ότι υποτιμούνται ή αγνοούνται τα στοιχεία της προσφοράς άλλων, πλην του ξενοδοχειακού, κλάδων. Είναι απλώς θέμα στατιστικής υποστήριξης και δυνατότητας συγκρίσεων.

Η επιλογή των ανταγωνιστριών χωρών έγινε είτε με το κριτήριο «προϊόν» (ίδιο ή παρεμφερές) είτε/ και με το κριτήριο «αγορά» (από ποια αγορά αντλεί τους επισκέπτες της η κάθε χώρα).

Είναι προφανές ότι η πλήρης ανάλυση της τουριστικής δραστηριότητας απαιτεί πολύ περισσότερες μεταβλητές και μεγέθη από αυτά που εξετάζει η παρούσα μελέτη. Τα γενικότερα προβλήματα όμως της έλλειψης και κυρίως της μη συγκρισιμότητας των στατιστικών στοιχείων, καθιστούν πολύ δύσκολη έως αδύνατη την πλήρη και απόλυτα συγκρίσιμη καταγραφή.

Α. Ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού, 1950 - 2000

Μέχρι και το 1990 η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα ήταν ταχύτερη από ότι στην Ευρώπη και στο κόσμο. Όμως, στη δεκαετία 1990-2000 παρατηρούμε ότι η μείωση του ρυθμού αύξησης των αφίξεων είναι μεγαλύτερη στην Ελλάδα από την αντίστοιχη ευρωπαϊκή και παγκόσμια.

Αυτό σηματοδοτεί το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι πλέον ένας «ώριμος» - με την έννοια του κύκλου ζωής προϊόντος - τουριστικός προορισμός, ο οποίος κινδυνεύει να εισέλθει σε περίοδο στασιμότητας που φυσικά θα ακολουθηθεί από πτωτική περίοδο, άγνωστης διάρκειας, εκτός και αν αντιδράσει δυναμικά.

Πίνακας 1

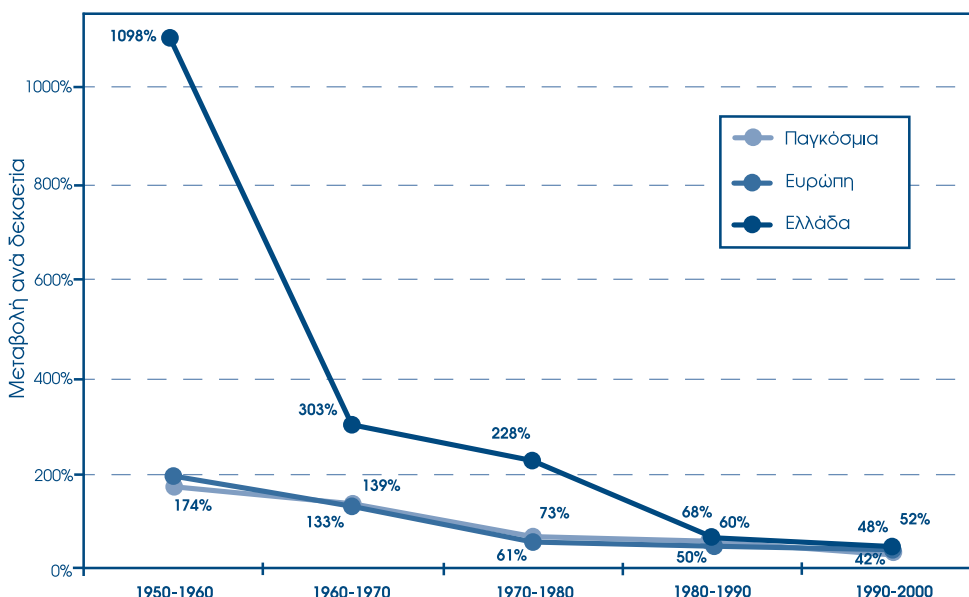
Αφίξεις σε Ελλάδα, Ευρώπη, Παγκόσμια, 1950-2000

	Παγκόσμια	Μεταβολή ανά δεκαετία	Ευρώπη (σε εκ)	Μεταβολή ανά δεκαετία	Ελλάδα (σε χιλ)	Μεταβολή ανά δεκαετία
1950	25,3		16,8		33,30	
1960	69,3	174,11%	50,4	199,70%	399,40	1.098,33%
1970	15,8	139,25%	117,3	133,01%	1.609,20	302,87%
1980	286,0	72,50%	188,3	60,50%	5.271,10	227,56%
1990	457,2	59,86%	282,7	50,13%	8.873,00	68,33%
2000	696,8	52,41%	402,5	42,38%	13.095,55	47,59%

Πηγές: WTO (2002), ΕΟΤ (2003).

Διάγραμμα 1

Ποσοστιαία Αύξηση Αφίξεων ανά δεκαετία, Ελλάδα, Ευρώπη & Παγκόσμια, 1950-2000



Η μέση ετήσια μεταβολή των αφίξεων στο διάστημα 1990-2000 είναι 3,97% ενώ η αντίστοιχη των εσόδων για το ίδιο διάστημα είναι περίπου 14%. Η διαφορά των ρυθμών μεταβολής δεν οφείλεται στο γεγονός ότι βελτιώθηκε πραγματικά η κατά κεφαλήν δαπάνη (και βέβαια σε καμία περίπτωση ότι μεγάλωσε η μέση διάρκεια παραμονής) αλλά κυρίως στο ότι άλλαξε ο τρόπος υπολογισμού του τουριστικού συναλλάγματος. Αυτό είναι φανερό μεταξύ των ετών 1996-1997, όπου, ενώ έχουμε αύξηση κατά 9% στις αφίξεις, η αντίστοιχη αύξηση των εσόδων είναι 38%. Για το 1998 τα έσοδα από τον τουρισμό σύμφωνα με στοιχεία του WTO, δηλαδή σύμφωνα με τα στοιχεία που δήλωσε η χώρα μας, ανήλθαν σε 5.182 εκ. USD μετά το αρχικό δηλωθέν ποσό των 3.925 εκ. USD και στη συνέχεια διόρθωση σε 4.050 εκ. USD για να καταλήξουμε στα 6,18 δισ. USD (βλ. Οικονομικός Ταχυδρόμος 15/09/2001, σελ.40). Για το 2000, αν δεχτούμε ως ακριβή τα έσοδα, καταλήγουμε σε ΜΚΔ της τάξεως των 704 USD. Με μέση διάρκεια παραμονής 10 περίπου ημέρες, έχουμε μέση ημερήσια κατά κεφαλή δαπάνη περίπου 70 USD.

Εξέλιξη Αφίξεων, Εσόδων & ΜΚΔ, Ελλάδα, 1950-2000

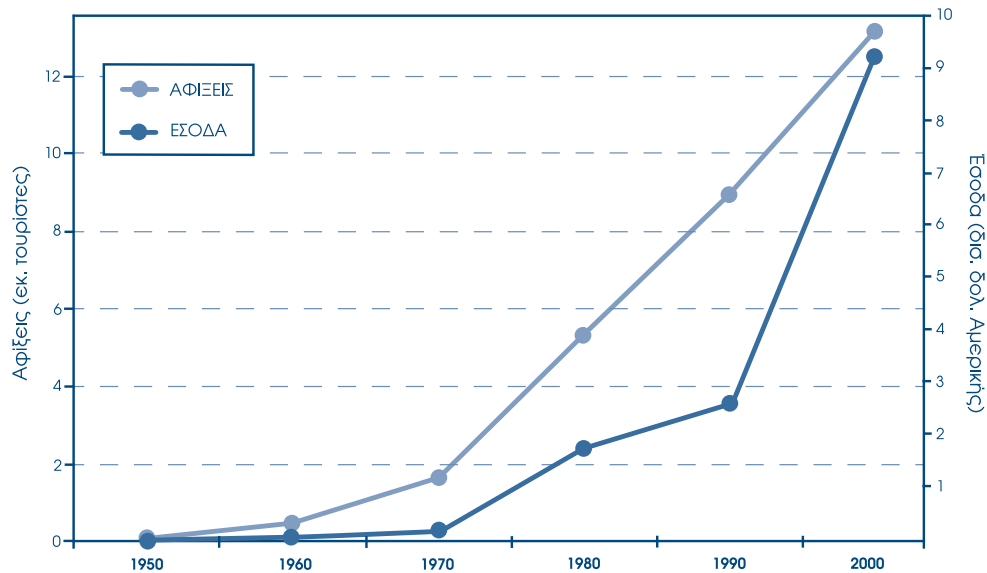
Πίνακας 2

ΕΤΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ (σε εκ. δολ)	ΜΚΔ (δολ)
1950	33.000	4,70	141
1960	399.000	49,30	141
1970	1.609.000	193,60	155
1980	5.271.000	1.733,50	361
1990	8.873.000	2.586,80	292
1991	8.036.000	2.567,40	319
1992	9.331.000	3.271,80	351
1993	9.413.000	3.335,10	354
1994	10.642.000	3.904,90	367
1995	10.130.000	4.136,30	408
1996	9.233.000	3.723,10	403
1997	10.070.000	5.151,30	512
1998	10.916.000	6.188,20	567
1999	12.164.000	8.781,90	722
2000	13.095.545	9.221,10	704

Πηγές: ΕΟΤ/ΕΣΥΕ (2003), ΤτΕ (2002).

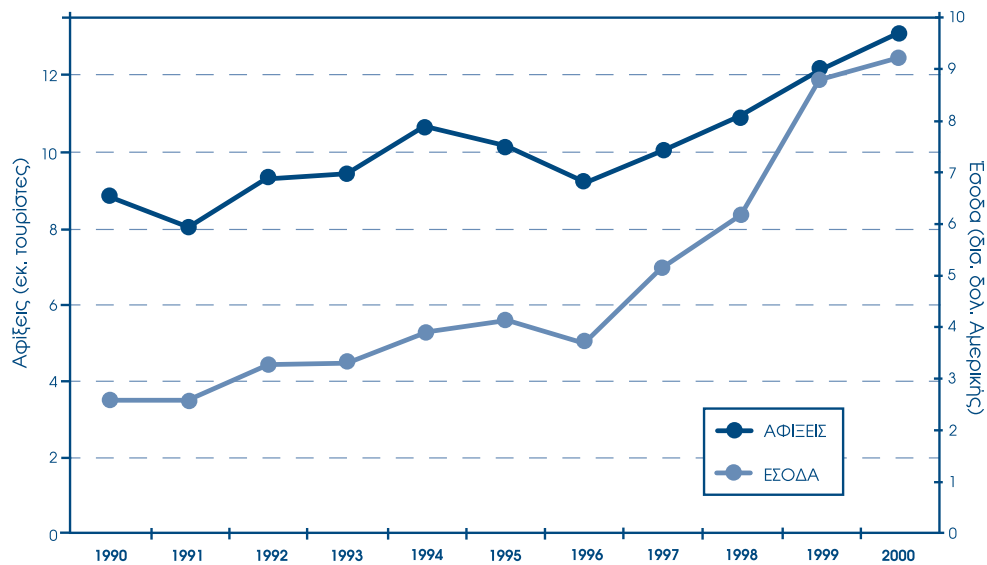
Διάγραμμα 2

Εξέλιξη Αφίξεων & Εσόδων, Ελλάδα, 1950-2000



Διάγραμμα 3

Εξέλιξη Αφίξεων & Εσόδων, Ελλάδα, 1990-2000



Εξέλιξη Ξενοδοχειακών Κλινών

Η ξενοδοχειακή προσφορά από 423.660 κλίνες το 1990, αυξήθηκε στις 593.990 το 2000, (170.330 νέες κλίνες - αύξηση 40%). Όμως η πλειονότητα των κλινών που προστέθηκαν έως το 2000 ήταν Β και Γ τάξεως ($22.828 + 68.752 = 91.580$, έναντι $15.886 + 55.489 = 71.375$ των ΑΑ και Α τάξεως).

Ποσοστιαία όμως, έχουμε βελτίωση στις ΑΑ και Α τάξεις, από 27,04% του συνόλου των κλινών το 1990, σε 31,30% το 2000. Η εικόνα αυτή είναι πλασματική σε ότι αφορά την ποιότητα, δεδομένου ότι τα μέχρι πρόσφατα ισχύοντα κριτήρια κατάταξης σε τάξεις, δεν περιελάμβαναν ποιοτικές μεταβλητές. Η πιθανή μετάβαση σε σύστημα κατάταξης με αστέρια, θα αποτυπώσει επί το ορθολογικότερο τις ποιοτικές διαστάσεις της ελληνικής ξενοδοχίας (υπό την προϋπόθεση ότι θα έχει σαφή αναπτυξιακό προσανατολισμό και δεν θα επηρεασθεί από οπισθοδρομικές αντιλήψεις), και θα συμβάλει μακροχρόνια στην ποιοτική αναβάθμιση, η οποία πρέπει να αποτελεί συνεχή στόχο για τον Ελληνικό Τουρισμό.

1990						
ΚΑΤ.	ΜΟΝΑΔΕΣ	%	ΔΩΜΑΤΙΑ	%	ΚΛΙΝΕΣ	%
AA	45	0,70%	10.718	4,77%	20.231	4,78%
A	470	7,32%	50.163	22,31%	94.293	22,26%
B	1.571	24,46%	64.591	28,72%	122.269	28,86%
Γ	2.722	42,38%	75.511	33,58%	140.662	33,20%
Δ	948	14,76%	15.742	7,00%	29.998	7,08%
E	667	10,38%	8.157	3,63%	16.207	3,83%
ΣΥΝΟΛΟ	6.423	100,00%	224.882	100,00%	423.660	100,00%
2000						
ΚΑΤ.	ΜΟΝΑΔΕΣ	%	ΔΩΜΑΤΙΑ	%	ΚΛΙΝΕΣ	%
AA	83	1,03%	18.686	5,97%	36.117	6,08%
A	792	9,81%	78.816	25,18%	149.782	25,22%
B	1.499	18,57%	76.207	24,35%	145.097	24,43%
Γ	4.027	49,88%	111.501	35,62%	209.414	35,26%
Δ	1.080	13,38%	19.386	6,19%	36.882	6,21%
E	592	7,33%	8.397	2,68%	16.698	2,81%
ΣΥΝΟΛΟ	8.073	100,00%	312.993	100,00%	593.990	100,00%

Πηγή: ΙΕΕ (2002)

Ως προς τα μέσα μεγέθη, παρά τη μικρή αύξηση, η συντριπτική πλειοψηφία των μονάδων παραμένουν πολύ μικρές επιχειρήσεις, με ότι αυτό συνεπάγεται.

Μέσο Μέγεθος Ξενοδοχειακών Μονάδων (κλίνες), ανά κατηγορία, Ελλάδα, 1990 & 2000

Κατηγορία Ξενοδοχείου	1990	2000
AA	450	435
A	201	189
B	78	97
Γ	52	52
Δ	32	34
E	24	28
ΣΥΝΟΛΟ	66	74

Πηγή: ΙΕΕ (2002)

Χωρική Κατανομή Ξενοδοχειακής Προσφοράς

Το 1990 τρεις περιοχές, Στερεά Ελλάδα, Κρήτη και Δωδεκάνησα συγκέντρωναν το 57% της συνολικής προσφοράς σε ξενοδοχειακές κλίνες. Το ποσοστό αυτό μειώθηκε στο 54% το 2000. Η μείωση αυτή οφείλεται αποκλειστικά στην απαξίωση της Αθήνας / Αττικής ως τουριστικού προορισμού. Αντίθετα η Κρήτη και τα Δωδεκάνησα συνέχισαν να προσθέτουν κλίνες. Έως το 2000, η Κρήτη σημείωσε αύξηση 53% (από 76.095 σε 116.513 κλίνες) και τα Δωδεκάνησα 50% (από 69.829 σε 105.036 κλίνες). Πελοπόννησος, Θεσσαλία / Σποράδες και Θράκη μείωσαν την ποσοστιαία συμμετοχή τους, ενώ οι υπόλοιπες περιοχές σημείωσαν πολύ μικρές αυξήσεις. Γενικά, η εξέλιξη της χωρικής κατανομής των ξενοδοχειακών κλινών δεν συμβάλλει ακόμη, στο μέγιστο βαθμό που θα μπορούσε, στην σύμμετρη ανάπτυξη της περιφέρειας. Ο κύριος λόγος γι αυτό είναι η έλλειψη μακροπρόθεσμου σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης.

1990	Σύνολα περιοχής			Σύνολα περιοχής		
	Περιοχή	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια
Στερεά Ελλάδα	1.321	50.995	95.509	20,57%	22,68%	22,54%
Πελοπόννησος	623	19.217	36.335	9,70%	8,55%	8,58%
Ιόνια Νησιά	513	21.375	40.403	7,99%	9,50%	9,54%
Ηπειρος	137	3.604	6.818	2,13%	1,60%	1,61%
Νησιά Αιγαίου	283	6.708	12.679	4,41%	2,98%	2,99%
Κρήτη	1.093	40.601	76.095	17,02%	18,05%	17,96%
Δωδεκάνησα	732	37.066	69.829	11,40%	16,48%	16,48%
Κυκλάδες	598	11.400	21.845	9,31%	5,07%	5,16%
Θεσσαλία-Σποράδες	406	9.314	17.700	6,32%	4,14%	4,18%
Μακεδονία	655	22.538	42.596	10,20%	10,02%	10,05%
Θράκη	62	2.064	3.851	0,97%	0,92%	0,91%
ΣΥΝΟΛΟ	6.423	224.882	423.660	100,00%	100,00%	100,00%

2000	Σύνολα περιοχής			Σύνολα περιοχής		
	Περιοχή	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες	Μονάδες	Δωμάτια
Στερεά Ελλάδα	1.260	49.626	93.325	15,61%	15,86%	15,71%
Πελοπόννησος	612	21.757	41.524	7,58%	6,95%	6,99%
Ιόνια Νησιά	738	34.658	66.488	9,14%	11,07%	11,19%
Ηπειρος	192	4.992	9.643	2,38%	1,59%	1,62%
Νησιά Αιγαίου	390	10.935	20.948	4,83%	3,49%	3,53%
Κρήτη	1.306	61.887	116.513	16,18%	19,77%	19,62%
Δωδεκάνησα	975	55.368	105.036	12,08%	17,69%	17,68%
Κυκλάδες	841	18.992	36.397	10,42%	6,07%	6,13%
Θεσσαλία-Σποράδες	489	12.413	23.730	6,06%	3,97%	4,00%
Μακεδονία	1.196	39.857	75.637	14,81%	12,73%	12,73%
Θράκη	74	2.508	4.749	0,92%	0,80%	0,80%
ΣΥΝΟΛΟ	8.073	312.993	593.990	100,00%	100,00%	100,00%

Πηγή: ΊΕΕ (2002)

Είναι εντυπωσιακό ότι σε ολόκληρη την περασμένη δεκαετία, στο τρίμηνο Ιούλιος, Αύγουστος και Σεπτέμβριος, πραγματοποιείται σταθερά περισσότερο από το 50% των ετήσιων αφίξεων. Οι όποιες προσπάθειες άμβλυσης της εποχικότητας δεν είχαν αποτέλεσμα, είτε διότι δεν είχαν συνέπεια και συνέχεια, είτε - και κυρίως αυτό - διότι δεν βασίσθηκαν στη διαφοροποίηση / εμπλουτισμό του προϊόντος.

Η συνέχεια αυτής της κατάστασης επιτείνει το πρόβλημα των αντοχών των υποδομών στην υψηλή περίοδο και περιορίζει την αποδοτικότητα των επενδύσεων.

Μηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα, 1990-2000

Πίνακας 6

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998*	1999*	2000*
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	1,27%	1,12%	1,07%	1,15%	1,34%	1,32%	1,47%	1,65%	1,48%	1,50%	1,52%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1,31%	1,08%	1,12%	1,13%	1,18%	1,23%	1,27%	1,55%	1,31%	1,46%	1,42%
ΜΑΡΤΙΟΣ	3,40%	3,19%	2,15%	2,05%	2,20%	2,30%	2,84%	2,67%	2,20%	2,85%	2,62%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	7,18%	4,23%	5,81%	5,54%	5,47%	6,45%	5,82%	5,22%	5,31%	5,24%	5,58%
ΜΑΪΟΣ	12,02%	10,74%	12,17%	11,79%	12,56%	12,06%	11,21%	11,31%	10,83%	11,08%	11,19%
ΙΟΥΝΙΟΣ	13,38%	12,92%	14,29%	13,12%	13,91%	13,78%	13,38%	13,91%	13,78%	13,72%	13,86%
ΙΟΥΛΙΟΣ	18,46%	19,87%	19,18%	19,07%	18,61%	17,64%	17,60%	18,37%	19,25%	18,67%	18,63%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	18,83%	20,27%	19,77%	19,78%	18,84%	18,26%	18,70%	18,57%	18,87%	18,81%	17,87%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	13,35%	14,31%	14,11%	14,60%	14,45%	14,87%	15,43%	14,41%	14,61%	14,06%	14,69%
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	6,88%	7,73%	6,83%	8,12%	8,05%	8,41%	8,52%	8,29%	8,42%	8,48%	8,15%
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	2,25%	2,61%	1,89%	1,96%	1,83%	1,94%	2,18%	2,31%	2,13%	2,17%	2,47%
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	1,66%	1,93%	1,60%	1,69%	1,55%	1,75%	1,60%	1,74%	1,80%	1,97%	2,00%
ΣΥΝΟΛΟ	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Τριμηνιαία (%) Κατανομή Αφίξεων, Ελλάδα, 1990-2000

Πίνακας 7

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998*	1999*	2000*
ΙΑΝ-ΜΑΡ	5,99%	5,38%	4,35%	4,33%	4,72%	4,85%	5,58%	5,87%	4,99%	5,81%	5,56%
ΑΠΡ-ΙΟΥΝ	32,59%	27,89%	32,27%	30,45%	31,94%	32,29%	30,40%	30,44%	29,93%	30,05%	30,64%
ΙΟΥΛ-ΣΕΠ	50,64%	54,45%	53,06%	53,44%	51,91%	50,77%	51,72%	51,35%	52,73%	51,54%	51,19%
ΟΚΤ-ΔΕΚ	10,78%	12,27%	10,32%	11,78%	11,43%	12,10%	12,30%	12,33%	12,36%	12,61%	12,62%
ΣΥΝΟΛΟ	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Πηγή: ΕΟΤ/ΕΣΥΕ (2003), (*: προσωρινά στοιχεία)

Β. Σύγκριση με Ανταγωνίστριες Χώρες

Στο κεφάλαιο αυτό επιχειρείται μια σύγκριση μεταξύ της Ελλάδας και μερικών ανταγωνιστριών χωρών. Παρά τα γενικά προβλήματα στατιστικής συγκρισιμότητας, επιλεκτικές συγκρίσεις και κυρίως η καταγραφή των τάσεων, βοηθούν στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων.

Στη συνέχεια, εξετάζονται συγκριτικά, μερικά βασικά τουριστικά μεγέθη των εξής χωρών: Ισπανία, Τουρκία, Κύπρος, Πορτογαλία, Αίγυπτος, και φυσικά Ελλάδα.

Αφίξεις & Έσοδα

- Η Ελλάδα και η Ισπανία, έχουν περίπου ίδιο ρυθμό ανάπτυξης (και χαμηλότερο των υπολοίπων), γεγονός που εξηγείται από το ότι και οι δύο προορισμοί έχουν εισέλθει σε φάση ωριμότητας.
- Η Τουρκία και η Αίγυπτος αναπτύσσονται ταχύτερα, αφού ως προορισμοί βρίσκονται ακόμη σε σχετικά νεαρή ηλικία.
- Η Κύπρος λόγω μεγέθους τουλάχιστον αποτελεί ειδική περίπτωση, και τέλος
- Η Πορτογαλία που παρουσιάζει ταχύτερους ρυθμούς ανάπτυξης ως τουριστικός προορισμός «νεαρότερης ηλικίας».

Στον πίνακα που ακολουθεί καταγράφονται για κάθε χώρα μαζί με τις αφίξεις και τα έσοδα από τον τουρισμό. Όμως οι διαφορετικές μεθοδολογίες που χρησιμοποιούνται –ως προς τα έσοδα- δεν επιτρέπουν την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων, τόσο για τη διαχρονική μεταβολή τους όσο και για την ΜΚΔ των τουριστών. Εκτός από την ελληνική περίπτωση που προαναφέρθηκε, περίεργες διακυμάνσεις παρουσιάζει και η Τουρκία : Το 1997 η ΜΚΔ ήταν 894 USD, ενώ το 2000, 732 USD. Ανεξάρτητα από τη μείωση, η Τουρκία είναι μια χώρα με χαμηλότερο κόστος ζωής από τις υπόλοιπες -πλην Αιγύπτου- προς σύγκριση χώρες και με σημαντικά χαμηλότερες τιμές στα πακέτα μαζικού τουρισμού. Πως εξηγείται λοιπόν η σχετικά υψηλή ΜΚΔ;

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ			ΤΟΥΡΚΙΑ			ΚΥΠΡΟΣ		
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ
1990	37.441	18.593	497	4.799	3.225	672	1.561	1.258	806
1991	38.539	19.004	493	5.158	2.654	515	1.385	1.026	741
1992	39.638	22.181	560	6.549	3.639	556	1.991	1.539	773
1993	40.085	19.425	485	5.904	3.959	671	1.841	1.396	758
1994	43.232	21.853	505	6.034	4.321	716	2.069	1.700	822
1995	34.920	25.388	727	7.083	4.957	700	2.100	1.788	851
1996	36.221	26.690	737	7.966	5.962	748	1.950	1.669	856
1997	39.553	26.651	674	9.040	8.088	895	2.088	1.639	785
1998	43.396	29.839	688	8.960	7.809	872	2.223	1.696	763
1999	46.776	32.497	695	6.893	5.203	755	2.434	1.878	772
2000	48.200	31.197	647	10.428	7.636	732	2.686	1.819	677
Δ(00/90)	28,70%			117,30%			72,10%		
ΕΕΑ	3,50%			8,10%			5,60%		

ΕΤΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ			ΑΙΓΥΠΤΟΣ			ΕΛΛΑΔΑ		
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΕΣΟΔΑ	ΜΚΔ
1990	8.020	3.555	443	2.411	1.994	827	8.873	2.587	292
1991	8.657	3.710	429	2.112	2.029	961	8.036	2.567	319
1992	8.884	3.721	419	2.944	2.730	927	9.331	3.272	351
1993	8.434	4.102	486	2.291	1.332	581	9.413	3.335	354
1994	9.132	4.087	448	2.356	1.384	587	10.642	3.905	367
1995	9.511	4.339	456	2.871	2.684	935	10.130	4.136	408
1996	9.730	4.265	438	3.528	3.204	908	9.233	3.723	403
1997	10.172	4.619	454	3.656	3.727	1.019	10.070	5.151	512
1998	11.295	5.302	469	3.213	2.565	798	10.916	6.188	567
1999	11.632	5.131	441	4.490	3.903	869	12.164	8.782	722
2000	12.096	6.204	513	5.506	4.300	781	13.096	9.221	704
Δ(00/90)	50,80%			128,40%			47,59%		
ΕΕΑ	4,20%			8,60%			3,97%		

Πηγές: ΕΟΤ/ΕΣΥΕ (2003), ΤτΕ (2002), WTO (2002), ΚΟΤ (2002), ΤΥΔ (2002), Γενική Διεύθυνση Τουρισμού της Πορτογαλίας (DGT) (2002), Andersen (2002)
ΕΕΑ: Ενιαία Ετήσια Αύξηση

Αφίξεις & Ξενοδοχειακές Κλίνες

Η συσχέτιση των ποσοσטיαίων αυξήσεων κλινών και αφίξεων, δείχνει διαφορές από χώρα σε χώρα. Κύπρος, Πορτογαλία Αίγυπτος και Ελλάδα σημείωσαν μεγαλύτερη μεταβολή στις αφίξεις σε σχέση με τις κλίνες, η Ισπανία σχεδόν τα ίδια ποσοστά και μόνο η Τουρκία επέτυχε μεγαλύτερη ποσοσטיαία αύξηση κλινών σε σχέση με τη μεταβολή των αφίξεων της.

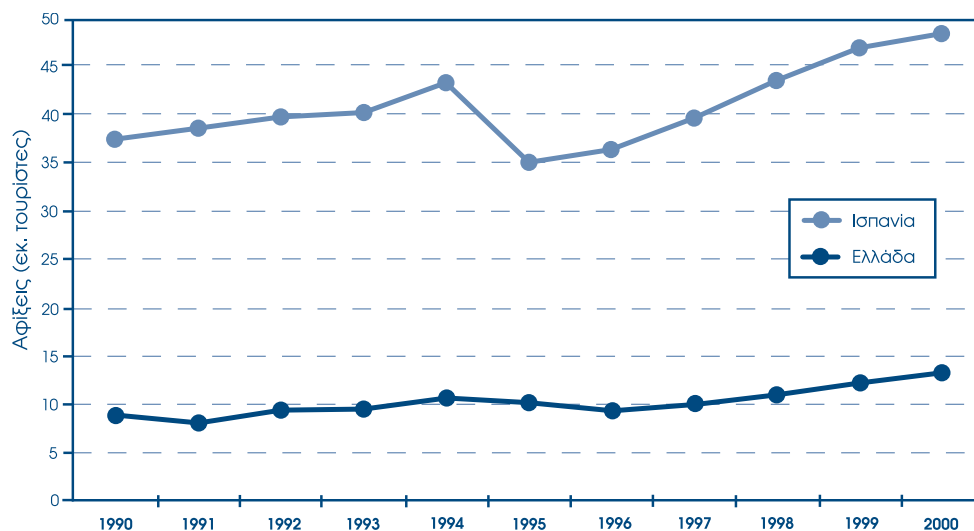
Πίνακας 9

Εξέλιξη Αφίξεων & Κλινών, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 1990-2000 (Αφίξεις σε '000)

	ΙΣΠΑΝΙΑ		ΤΟΥΡΚΙΑ		ΚΥΠΡΟΣ		ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ		ΑΙΓΥΠΤΟΣ		ΕΛΛΑΔΑ	
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΚΛΙΝΕΣ
1990	37.441	929.533	4.799	164.980	1.561	51.774	8.020	179.337	2.411	101.469	8.873	438.355
1991	38.539	972.808	5.158	192.386	1.385	56.859	8.657	188.501	2.112	105.690	8.036	459.297
1992	39.638	998.816	6.549	212.902	1.991	62.986	8.884	190.892	2.944	109.820	9.331	475.799
1993	40.085	1.009.241	5.904	228.641	1.841	67.494	8.434	198.862	2.291	116.531	9.413	486.439
1994	43.232	1.132.350	6.033	258.580	2.069	74.846	9.169	202.442	2.356	120.854	10.642	508.505
1995	34.920	1.074.017	7.083	280.463	2.100	77.259	9.511	204.051	2.871	128.957	10.130	533.812
1996	36.221	1.087.529	7.966	301.524	1.950	83.537	9.730	208.205	3.528	140.741	9.233	548.785
1997	39.553	1.102.424	9.040	313.298	2.088	83.288	10.172	211.315	3.656	150.986	10.070	561.068
1998	43.396	1.121.217	8.960	314.215	2.223	85.161	11.295	215.572	3.213	166.817	10.916	576.876
1999	46.776	1.282.013	6.893	319.313	2.434	84.173	11.632	216.828	4.490	187.284	12.164	584.973
2000	48.201	1.215.290	10.428	404.300	2.686	85.303	12.096	222.958	5.506	213.898	13.096	593.990
Δ 00/90	29%	31%	117%	145%	72%	65%	51%	24%	128%	111%	48%	36%

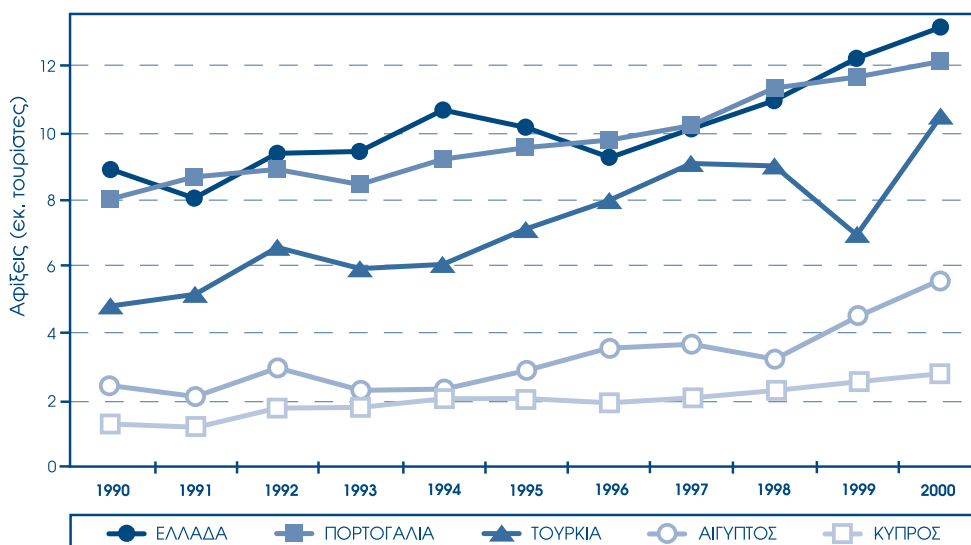
Πηγές: Andersen (2002), ΕΣΥΕ/ΕΟΤ (2003), WTO (2002), Ένωση Ξενοδόχων Ισπανίας (2002), TYD (2002), ΚΟΤ (2002), Γενική Διεύθυνση Τουρισμού Πορτογαλίας (2002), Ένωση Ξενοδόχων Αιγύπτου (2002), ΪΕΕ (2002).

Διάγραμμα 4α. Εξέλιξη Αφίξεων, Ελλάδα & Ισπανία, 1990-2000



Εξέλιξη Αφίξεων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές (πλην Ισπανίας), 1990-2000

Διάγραμμα 4β.



Η Ελλάδα έχει -με διαφορά- το μικρότερο μέσο μέγεθος ξενοδοχειακών μονάδων σε όλες τις κατηγορίες, πλην αυτής της πολυτελείας.

Μέσο Μέγεθος Ξενοδοχείων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000

Πίνακας 10

	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΥΠΡΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ		ΕΛΛΑΔΑ
5*	355	607	456	482	347	ΑΑ	435
4*	318	283	239	277	301	Α	189
3*	218	170	116	155	187	Β	97
2*	77	86	66	108	102	Γ	52
1*	49	88	47	78	73	Δ	34
						Ε	28
ΣΥΝΟΛΟ	156	185	146	204	217		74

Πηγές: Ένωση Ξενοδόχων Ισπανίας (2002), ΤΥΔ (2002), ΚΟ Τ (2002), Γενική Διεύθυνση Τουρισμού Πορτογαλίας (2002), Ένωση Ξενοδόχων Αιγύπτου (2002), ΞΕΕ (2002).

Χωρική Συγκέντρωση Ξενοδοχειακής Προσφοράς

Κοινό χαρακτηριστικό για όλες τις χώρες, είναι το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής δραστηριότητας, όπως αυτή εκφράζεται με τη συγκέντρωση ξενοδοχειακών κλινών, βρίσκεται σε τρεις περιοχές. Η Κύπρος λόγω μεγέθους πρέπει να αποκλεισθεί από τη σύγκριση. Τα ποσοστά συγκέντρωσης φανερώνουν για όλες τις χώρες: μεγάλη εξάρτηση ορισμένων περιοχών από το τουρισμό αλλά παράλληλα δυνατότητες ανάπτυξης για τις υπόλοιπες.

Πίνακας 11

Συγκέντρωση ξενοδοχειακών κλινών, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000

	% κλινών επί του συνόλου σε τρεις περιοχές	Σύνολο τριών περιοχών	Υπόλοιπες περιοχές
Ισπανία			
Βαλεαρίδες νήσοι	24%	56%	44%
Καταλονία	18%		
Ανδαλουσία	14%		
Τουρκία			
Αττάλεια	41%	70%	30%
Μούγκλα	15%		
Κωνσταντινούπολη	14%		
Πορτογαλία			
Αλγκάρβε	39%	73%	27%
Λισσαβόνα	24%		
Μαδέρα	10%		
Αίγυπτος*			
Ακτές Ερυθράς Θάλασσας	29%	65%	35%
Νότιος Σινά	22%		
Κάιρο	14%		
Ελλάδα			
Κρήτη	20%	54%	46%
Δωδεκάνησα	18%		
Στερεά Ελλάδα	16%		

* Η χωρική συγκέντρωση της Αιγύπτου αφορά δωμάτια.

Πηγές: Egyptian Federation of Tourist Chambers (2003), ΪΕΕ (2002), Instituto de Estudios Turísticos (Ισπανία) (2002), TYD (2002), ΚΟΤ (2002), Εθνικό Ινστιτούτο Στατιστικών (Πορτογαλία) (2002).

Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού είναι η έντονη εποχικότητα της ζήτησης. Το πρόβλημα αυτό, αν μη τι άλλο, σηματοδοτεί τις δυνατότητες ανάπτυξης που υπάρχουν. Προϋπόθεση βέβαια να σταματήσουν τα διάφορα ευκολόγια περί 12μήνου τουρισμού με την ανάπτυξη κάθε είδους και μορφής τουρισμού και παράλληλα να στοχεύσουμε αρχικά στην επέκταση της περιόδου με την ανάπτυξη υποδομών για συνέδρια / εκθέσεις, golf, θαλασσοθεραπεία και μαρίνες.

Ας παρακολουθήσουμε τώρα την εποχικότητα στον ευρύτερο χώρο μας.

Μηνιαία (%) Κατανομή Αφιξεων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000

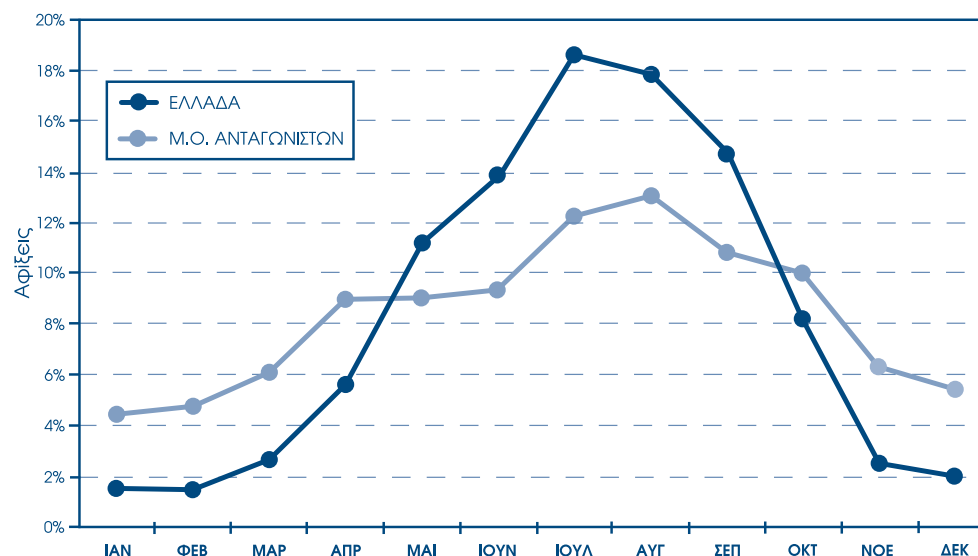
Πίνακας 12

	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΥΠΡΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ
Ετος	2000	2000	2000	2000	2000	2000
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	4,35%	3,20%	2,37%	5,31%	6,78%	1,52%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	4,75%	3,40%	3,25%	4,79%	7,35%	1,42%
ΜΑΡΤΙΟΣ	6,15%	4,18%	5,04%	5,30%	9,61%	2,62%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	9,07%	6,92%	8,26%	10,50%	9,89%	5,58%
ΜΑΙΟΣ	8,41%	9,47%	11,14%	8,34%	7,49%	11,19%
ΙΟΥΝΙΟΣ	9,75%	10,36%	11,24%	7,82%	7,38%	13,86%
ΙΟΥΛΙΟΣ	13,31%	14,64%	13,49%	10,49%	9,19%	18,63%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	13,19%	13,62%	13,28%	15,75%	9,38%	17,87%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	10,92%	13,13%	12,28%	9,35%	8,20%	14,69%
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	9,51%	11,31%	11,19%	8,80%	9,04%	8,15%
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	5,52%	5,71%	4,97%	6,25%	8,76%	2,47%
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	5,07%	4,05%	3,49%	7,30%	6,92%	2,00%

Πηγές: Instituto Nacional de Estadistica, Ισπανία (2002), ΤΥΔ (2002), ΚΟΤ (2002), Γενική Διεύθυνση Τουρισμού Πορτογαλίας (2002), Ένωση Ξενοδόχων Αιγύπτου (2002), ΕΟΤ (2003).

Μηνιαία (%) Κατανομή Αφιξεων, Ελλάδα & Ανταγωνιστές, 2000

Διάγραμμα 5



	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΥΠΡΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ
ΙΑΝ-ΜΑΡ	15,25%	10,78%	10,66%	15,40%	23,74%	5,56%
ΑΠΡ-ΙΟΥΝ	27,24%	26,74%	30,64%	26,66%	24,76%	30,64%
ΙΟΥΛ-ΣΕΠ	37,42%	41,39%	39,05%	35,59%	26,77%	51,19%
ΟΚΤ-ΔΕΚ	20,10%	21,07%	19,65%	22,35%	24,73%	12,62%

Πηγές : Instituto Nacional de Estadística, Ισπανία (2002), ΤΥΔ (2002), ΚΟΤ (2002), Γενική Διεύθυνση Τουρισμού της Πορτογαλίας (2002), Ένωση Ξενοδόχων Αιγύπτου (2002), ΕΟΤ (2003).

Υποστηρικτική τουριστική υποδομή

Σημαντικές διαφορές, ποσοτικές και ποιοτικές, παρατηρούνται επίσης στο επίπεδο της υποστηρικτικής τουριστικής υποδομής δηλαδή στα συνεδριακά κέντρα, στις μαρίνες, στα γήπεδα γκολφ, στα κέντρα θαλασσοθεραπείας κλπ. Τα στοιχεία αυτά διαφοροποιούν ποιοτικά τη σύνθεση του τουριστικού προϊόντος, συμβάλλουν στην άμβλυση της εποχικότητας και έχουν σαφέστερα καλύτερες αποδόσεις.

	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΥΠΡΟΣ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ
Γήπεδα Γκολφ	254	10	2	55	12	4
Συνεδριακά κέντρα (αποκλειστικά συνεδριακοί χώροι)	46	6	2	44	1	9
Κέντρα θαλασσοθεραπείας	89	31	5	42	2	5
Μαρίνες	260	15	2	17	2	15

Πηγή: Andersen (2002).

Έχοντας όλα τα παραπάνω υπόψη, θεωρούμε απαραίτητο να προχωρήσουμε με μια αναπτυξιακή προσέγγιση, να θέσουμε στόχους και να χαράξουμε στρατηγικές για τον ελληνικό τουρισμό για το διάστημα μέχρι το 2010.

Ο ελληνικός τουρισμός, ως ο κινητήριο μοχλός ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, οφείλει να μεγιστοποιήσει τα έσοδα και το επίπεδο απασχόλησης, εντός βέβαια ενός πλαισίου προστασίας και ανάδειξης του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Οραματιζόμαστε μία ελεγχόμενη τουριστική ανάπτυξη, η οποία θα στοχεύει στη βελτίωση των αποδόσεων, με παράλληλη αύξηση του αριθμού των αφίξεων και διανυκτερεύσεων, με καλύτερη χωρική και χρονική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας.

Η βελτίωση του επενδυτικού κλίματος μέσω ουσιαστικών τροποποιήσεων και απλούστευσης των διαδικασιών του Αναπτυξιακού Νόμου, η προσέλκυση ξένων επενδύσεων, ο διαρκής εκσυγχρονισμός όλων των τουριστικών επιχειρήσεων, η ένταση της προβολής του ελληνικού τουρισμού και μάλιστα συνδεδεμένης με τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, αποτελούν τους κύριους άξονες στρατηγικής για την επίτευξη αυτών των στόχων, μαζί βέβαια με τη προσήλωση στη ποιότητα και την βελτιστοποίηση της σχέσης τιμής / ποιότητας.

Αφίξεις – Έσοδα

Στην προσπάθεια να θέσουμε στόχο αφίξεων για το 2010, ας εξετάσουμε πρώτα διάφορες προσεγγίσεις που έχουν γίνει μέχρι σήμερα.

Από πλευράς διεθνών οργανισμών: το WTTC (2001) προέβλεψε ρυθμό ανάπτυξης 2,3%, τον οποίο αναθεώρησε σε 4,7% (2002). Ο WTO προβλέπει ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 2%. Αυτό σημαίνει ότι για το 2010 προσδοκούμε από 15,9 έως 20,7 εκ αφίξεις.

Αν όμως, για το ίδιο πάντα διάστημα 2000-2010, υποθέσουμε ετήσιο ρυθμό αύξησης των αφίξεων 3,97% (όσο δηλαδή είχαμε και την τελευταία δεκαετία) τότε το 2010 θα έχουμε 19,3 εκ τουρίστες. Το ΙΤΕΠ στη μελέτη του για τις επιπτώσεις των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στον ελληνικό τουρισμό, συμπεραίνει ότι: "τα σενάρια που αφορούν την αναμενόμενη αύξηση στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών προσδιορίζουν ένα εύρος εκτιμήσεων που στην καλύτερη περίπτωση θα είναι γύρω στις 500 χιλ. επιπρόσθετες αφίξεις κάθε χρόνο από το 1998 έως το 2011". Αυτό σημαίνει περίπου 18,1 εκατ. αφίξεις το 2010.

Το ΙΟΒΕ ακολουθώντας διαφορετική προσέγγιση υπολογίζει μεταξύ 2003-2009 ρυθμό αύξησης αφίξεων 6,7%.

Ένα συντηρητικά αισιόδοξο σενάριο επιτρέπει την υπόθεση / στοχοθέτηση για ρυθμό ανάπτυξης 4,5%, προεξοφλώντας την επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 και ελπίζοντας σε μια ελάχιστη επενδυτική δραστηριότητα. Αν δεχόμαστε δε, την στρατηγική επιλογή για ποιοτική βελτίωση του εισερχόμενου τουρισμού, τότε θα πρέπει ο ρυθμός αύξησης των εσόδων να είναι κατά τι μεγαλύτερος αυτού των αφίξεων, ας στοχεύσουμε λοιπόν στο 5%.

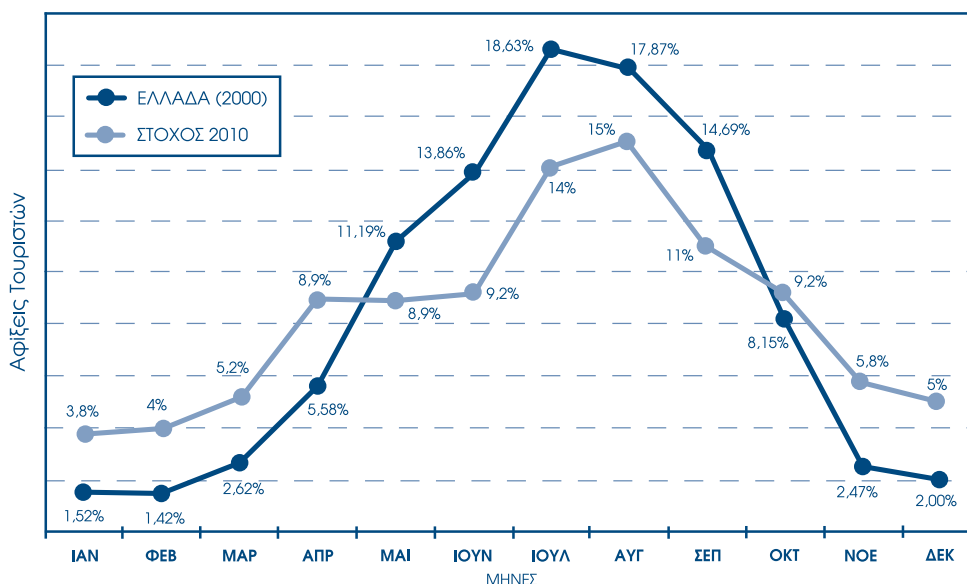
Έτσι, οι στόχοι για το 2010 διαμορφώνονται στις 20,3 εκ αφίξεις και 15 εκ USD έσοδα.

Πίνακας 15

Προβλέψεις & Στόχοι Αφίξεων & Εσόδων, Ελλάδα, 2010

	WTTC 2001	WTTC 2002	WTO	ΣΤΑΘΕΡΟ*	ΣΤΟΧΟΣ ΑΦΙΞΕΩΝ	ΣΤΟΧΟΣ ΕΣΟΔΩΝ (σε εκ. USD)
Ετήσια Μεταβολή	2,30%	4,70%	2%	3,97%	4,50%	5,00%
2000	13.095.545	13.095.545	13.095.545	13.095.545	13.095.545	9.221
2001	13.396.743	13.711.036	13.357.456	13.615.438	13.684.845	9.682
2002	13.704.868	14.355.454	13.624.605	14.155.971	14.300.663	10.166
2003	14.020.080	15.030.161	13.897.097	14.717.963	14.944.192	10.674
2004	14.342.541	15.736.578	14.175.039	15.302.266	15.616.681	11.208
2005	14.672.420	16.476.197	14.458.540	15.909.766	16.319.432	11.769
2006	15.009.886	17.250.579	14.747.711	16.541.384	17.053.806	12.357
2007	15.355.113	18.061.356	15.042.665	17.198.077	17.821.227	12.975
2008	15.708.280	18.910.240	15.343.518	17.880.840	18.623.183	13.624
2009	16.069.571	19.799.021	15.650.389	18.590.710	19.461.226	14.305
2010	16.439.171	20.729.575	15.963.396	19.328.761	20.336.981	15.020

*Σταθερό και ίσο με το ρυθμό μεταβολής 3,97% της περιόδου 1990-2000



Ας κάνουμε ένα έλεγχο του στόχου αφίξεων, εξετάζοντας τα μερίδια αγοράς της Ελλάδας στην Ευρώπη και παγκόσμια:

Μερίδια Αγοράς, Ελλάδα, 2000 & 2010

	ΕΥΡΩΠΗ	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	
	σε εκατομύρια αφίξεις			ευρωπαϊκό	παγκόσμιο
2000	402,50	696,80	13,10	3,25%	1,88%
2010	527,00	1.006,00	20,34	3,86%	2,02%

Πηγή: WTO (2002).

Στοχεύουμε λοιπόν στο 2,02% της παγκόσμιας αγοράς (από 1,88% το 2000) και στο 3,86% της ευρωπαϊκής (από 3,25% το 2000), στόχοι απόλυτα ρεαλιστικοί για έναν κλάδο, ο οποίος είναι ο δυναμικότερος και ανταγωνιστικότερος της ελληνικής οικονομίας σε διεθνές επίπεδο.

Μέση Διάρκεια Παραμονής

Με ολοένα και εντονότερη την τάση για ολιγοήμερες διακοπές και με δεδομένο το μειονέκτημα της χρονοαπόστασης της χώρας μας από τις κύριες χώρες πηγές τουριστών, θεωρούμε ρεαλιστικό στόχο (για τους αλλοδαπούς τουρίστες πάντα) τις 10 ημέρες .

Μοντέλο Εποχικότητας

Στο συλλογισμό για στοχοθέτηση της εποχικότητας των αφίξεων, θεωρούμε ότι η οποιαδήποτε επιδιωκόμενη άμβλυνση της εποχικότητας διατηρεί τα υψηλά ποσοστά πληρότητας της υψηλής περιόδου και στοχεύει στη βελτίωση των άλλων περιόδων.

Στο διάστημα Ιούλιος - Σεπτέμβριος πραγματοποιείται στην Ελλάδα το 51% περίπου των ετήσιων αφίξεων.

Παρατηρώντας τα μοντέλα εποχικότητας των ανταγωνιστών, που αν μη τι άλλο δείχνουν ότι και στις εκτός αιχμής περιόδους υπάρχει ικανή ζήτηση, μπορούμε να κρατήσουμε σταθερό τον απόλυτο αριθμό αφίξεων της περιόδου Ιουλίου-Σεπτεμβρίου και να στοχεύσουμε σε ποσοστά του συνόλου, ανάλογα με των ανταγωνιστών μας – για τις υπόλοιπες περιόδους.

Για τον υπολογισμό του ανάλογου ποσοστού, αφαιρούμε την μεγαλύτερη και τη μικρότερη τιμή και υπολογίζουμε τον αριθμητικό μέσο για κάθε περίοδο. (Βλ. Πίνακας 13, σελ. 22)

Ελλάδα, ποσοστό αφίξεων περιόδου Ιουλίου-Σεπτεμβρίου: 51%

Υπόλοιπες περιόδους

		Ελλάδα	Ανταγωνιστές (Μέσος αριθμητικός χωρίς ακραίες τιμές)
Ιανουάριος	- Μάρτιος	5,8%	13%
Απρίλιος	- Ιούνιος	30,0%	27%
Οκτώβριος	- Δεκέμβριος	12,6%	20%

Αυτό σημαίνει ότι το μοντέλο της εποχικότητας για την Ελλάδα πρέπει να γίνει ως εξής:

Ιανουάριος-Μάρτιος	13%
Απρίλιος-Ιούνιος	27%
Ιούλιος-Σεπτέμβριος	40%
Οκτώβριος-Δεκέμβριος	20%

Η έντονη εποχικότητα του τουρισμού μας, που οφείλεται κατά μεγάλο μέρος στην υστέρηση της χώρας μας σε ειδικές τουριστικές υποδομές, δείχνει τις μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης που έχουμε, υπό την προϋπόθεση ότι θα προχωρήσουμε στις αναγκαίες επενδύσεις και θα βελτιώσουμε την ανταγωνιστικότητα μας.

Επενδύσεις

Το σύνολο των αναγκών για τον ελληνικό τουρισμό επενδύσεων εκτείνεται από τις γενικές / ειδικές υποδομές και τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων μέχρι τις νέες τεχνολογίες και την εκπαίδευση. Για τις ανάγκες αυτής της εργασίας όμως, περιοριζόμαστε στις αναγκαίες επενδύσεις σε ξενοδοχειακές κλίνες και σε ειδική τουριστική υποδομή.

Ξενοδοχειακές Κλίνες

Έχουμε λοιπόν στόχο για το 2010 τις 20,3 εκ αφίξεις με ζητούμενο μοντέλο εποχικότητας:

Ιανουάριος-Μάρτιος: 13%, Απρίλιος-Ιούνιος: 27%,
Ιούλιος-Σεπτέμβριος: 40%, Οκτώβριος-Δεκέμβριος: 20%

Στο σημερινό μοντέλο, Ιούλιο - Σεπτέμβριο έχουμε 51%, με:

Ιούλιο 18%, Αύγουστο 19% και Σεπτέμβριο 14%.

Για να πάμε στο ζητούμενο, πρέπει το 51% να γίνει 40% με την εξής κατανομή:

Ιούλιος: από 18% σε 14%, Αύγουστος: από 19% σε 15%, Σεπτέμβριος: από 14% σε 11%

Για τον Αύγουστο λοιπόν, έχουμε:

$20.336.981$ επίσεις αφίξεις \times 15% (το ποσοστό του Αυγούστου) = $3.050.547$ αφίξεις.

Από τις μηνιαίες αφίξεις αλλοδαπών τουριστών υπολογίζουμε τον συνολικό αριθμό διανυκτερεύσεων αλλοδαπών τουριστών:

$3.050.547$ αφίξεις \times 6 μέρες μέση διάρκεια παραμονής σε ξενοδοχεία = $18.303.283$ διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών.

Προσθέτοντας τις διανυκτερεύσεις των ημεδαπών (τις οποίες θεωρούμε σταθερές στα επίπεδα του 2000, δηλαδή $2.660.000$, συντηρητική προσέγγιση), έχουμε για τον Αύγουστο 2010, σύνολο διανυκτερεύσεων: $20.963.283$

Η πληρότητα τον Αύγουστο είναι 90%, και με αναγωγή στο 100% προκύπτει ότι ο μέγιστος αριθμός διανυκτερεύσεων που μπορούν να πραγματοποιηθούν τον Αύγουστο 2010 θα είναι $23.292.537$. Αυτό διαιρούμενο δια 31 δίνει τον απαιτούμενο αριθμό κλινών, δηλ 751.372 κλίνες.

Το 2000 είχαμε 593.990 , άρα μέχρι το 2010 χρειαζόμαστε 157.382 νέες κλίνες.

Ειδικές Υποδομές

Με βάση τον Πίνακα 14 (σελ 22), με αναγωγή ανά εκατομμύριο αφίξεων και αναλογικά με τους ανταγωνιστικούς προορισμούς, η Ελλάδα έπρεπε να έχει σήμερα:

Γήπεδα Γκολφ	46
Συνεδριακά κέντρα	15
Κέντρα θαλασσοθεραπείας	24
Μαρίνες	42

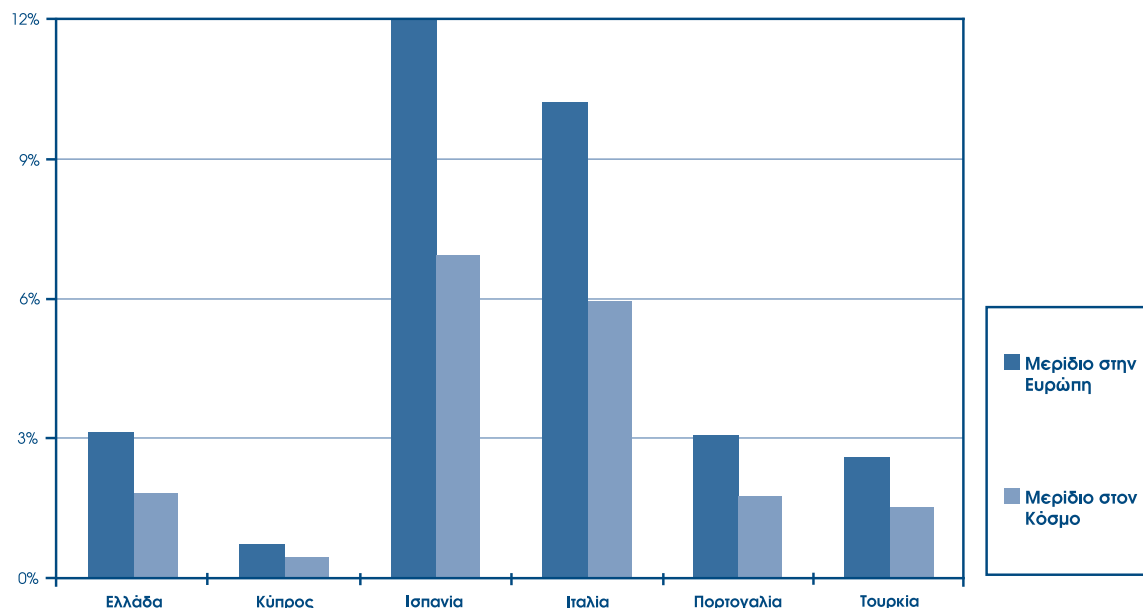
Ο στόχος αυτός είναι φιλόδοξος ακόμα και σε επίπεδο δεκαετίας, κυρίως για τα γήπεδα γκολφ. Όμως τίποτε δεν είναι ακατόρθωτο. Για να πραγματοποιηθούν βέβαια οι επενδύσεις αυτές καθώς και οι απαραίτητες για τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση του συνόλου της τουριστικής προσφοράς μας, **χρειάζεται ένα ξεκάθαρο, σταθερό και ελκυστικό θεσμικό επενδυτικό πλαίσιο, προσαρμοσμένο στις συνθήκες της αγοράς.**

Μίγμα Αγοράς

Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εισερχόμενο τουρισμό στην Ευρώπη κυμαίνεται περίπου στο 3%, στα ίδια επίπεδα με την Πορτογαλία και την Τουρκία. Αντίθετα, η Ισπανία και η Ιταλία έχουν πολύ μεγαλύτερα μερίδια, 12% και 10% αντίστοιχα. Αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζεται και στο μερίδιο εισερχόμενου τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα, όπου το μερίδιο της Ελλάδας, της Πορτογαλίας και της Τουρκίας είναι στο επίπεδο του 2% ενώ της Ισπανίας και της Ιταλίας 7% και 6% αντίστοιχα.

Διάγραμμα 7

Μερίδια Αγοράς σε Εισερχόμενο Τουρισμό Ευρώπης / Παγκόσμια 2000

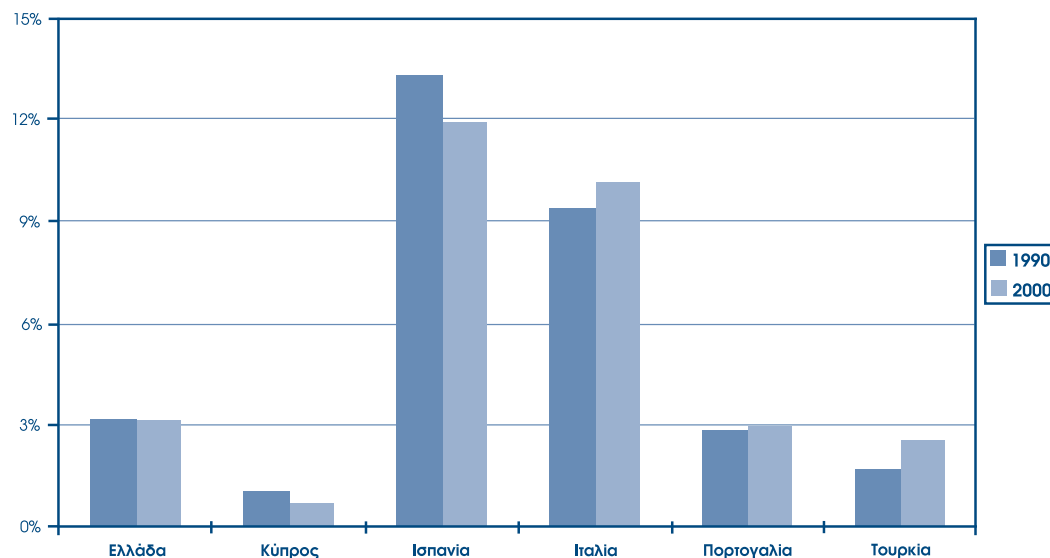


Πηγή: JBR Hellas (2003)

Εκτός βέβαια από τα επίπεδα στα οποία κυμαίνεται το μερίδιο αγοράς της κάθε χώρας, σημασία έχει και η εξέλιξη του μεριδίου αυτού διαχρονικά. Μεταξύ 1990 και 2000, το μερίδιο της Ελλάδας στον εισερχόμενο τουρισμό ευρωπαϊκής προέλευσης έχει παραμείνει σταθερό, ενώ έχει αυξηθεί το μερίδιο όλων των άλλων ανταγωνιστριών χωρών, πλην της Ισπανίας. Η εξέλιξη αυτή είναι ιδιαίτερα αρνητική για την Ελλάδα, καθώς σημαίνει ότι δεν μπόρεσε να προσελκύσει κάποιους από τους τουρίστες που επέλεξαν τελικά ανταγωνιστικούς προορισμούς.

Διάγραμμα 8

Μερίδια Αγοράς σε Εισερχόμενο Τουρισμό Ευρώπης 1990-2000



Πηγή: JBR Hellas (2003)

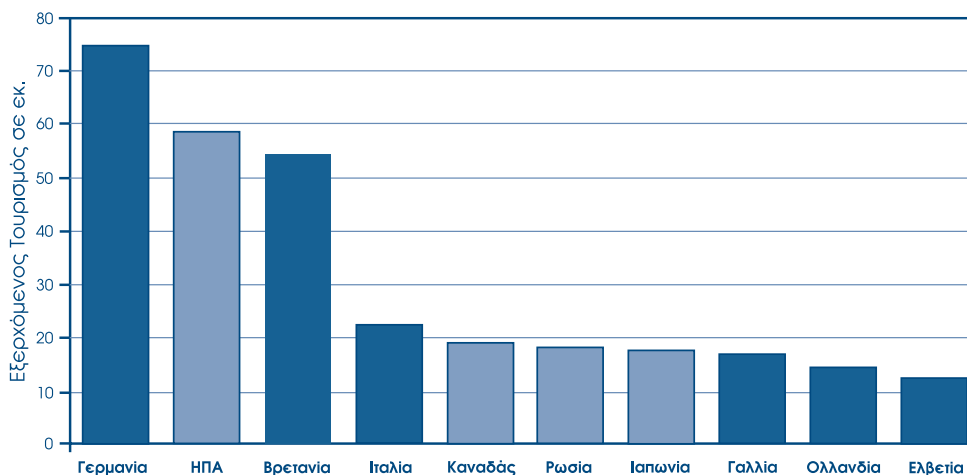
Χώρες προέλευσης

Οι χώρες – πηγές τουριστών που πρέπει να τίθενται ως στόχοι και να διαμορφώνουν το μίγμα αγοράς για τον ελληνικό τουρισμό, πρέπει να είναι εκείνες που διαθέτουν σχετικά μεγάλο αριθμό εξερχόμενων τουριστών, με σημαντική αγοραστική δύναμη.

Στο διάγραμμα 9 παρουσιάζονται οι 10 χώρες – απ’ όλον τον κόσμο – με τον μεγαλύτερο αριθμό εξερχόμενων τουριστών.

Top – 10 χωρών με εξερχόμενο τουρισμό, 2000

Διάγραμμα 9



Πηγή: JBR Hellas (2003)

Αν και όλες οι κύριες Ευρωπαϊκές χώρες εξερχόμενου τουρισμού (σκούρο μπλε) περιλαμβάνονται στις 10 κυριότερες αγορές εισερχόμενου τουρισμού (“top 10”) της Ελλάδας, καμία από τις χώρες long haul (ανοικτό μπλέ) δεν περιλαμβάνεται αντιστοίχως στο top 10 της Ελλάδας. Φαίνεται λοιπόν ότι η Ελλάδα υστερεί σημαντικά στην προσέλκυση τουριστών από χώρες long haul με σημαντικό αριθμό εξερχόμενων τουριστών.

Οι Ευρωπαϊκές χώρες αποτελούν πλέον του 90% των χωρών προέλευσης των τουριστών στην Ελλάδα και δημιουργούν μεγάλη εξάρτηση της Ελλάδας από συγκεκριμένες χώρες - αγορές. Το διάγραμμα 10 παρουσιάζει τη σχέση εξάρτησης - διείσδυσης της Ελλάδας σε σχέση με τις κύριες χώρες προέλευσης τουριστών από την Ευρώπη. Προκειμένου να γίνει αντιληπτή η ανάλυση που ακολουθεί, είναι σημαντικό να διευκρινιστούν οι έννοιες «Εξάρτηση» και «Διείσδυση».

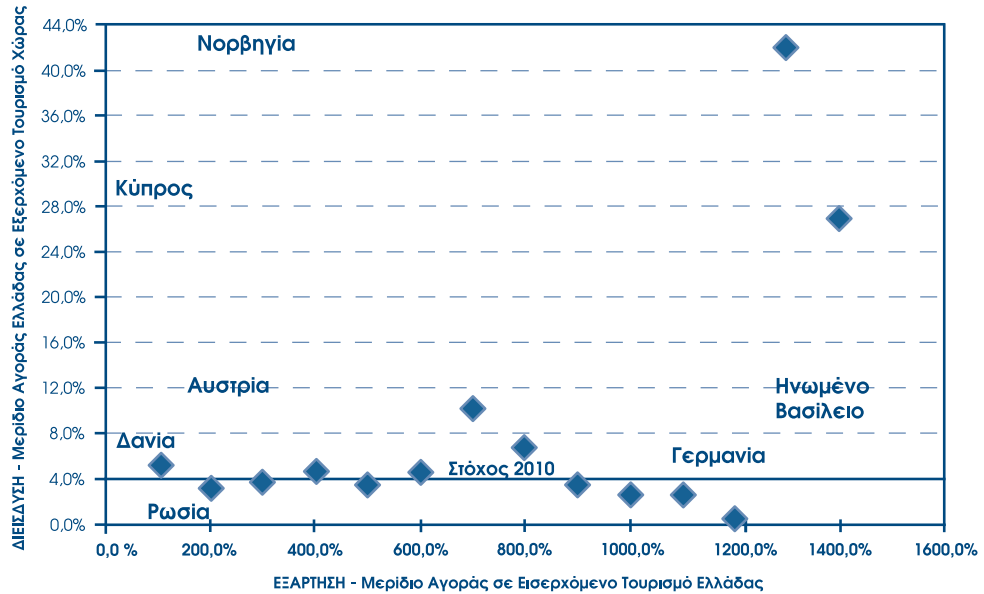
Η «**Διείσδυση**» εκφράζει το ποσοστό των εξερχόμενου τουρισμού μιας χώρας που επιλέγει συγκεκριμένη χώρα-προορισμό. Με άλλα λόγια, αποτυπώνει το μερίδιο αγοράς της χώρας-προορισμού στον εξερχόμενο τουρισμό μιας χώρας. Για παράδειγμα, η Ελλάδα έχει μεγάλη διείσδυση στη Νορβηγία, καθώς το 42% όλων των εξερχόμενων τουριστών από τη Νορβηγία επιλέγουν την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό.

Η «**Εξάρτηση**» εκφράζει το ποσοστό του εισερχόμενου τουρισμού μιας χώρας-προορισμού που προέρχεται από μια συγκεκριμένη χώρα-πηγή τουριστών. Δείχνει το βαθμό εξάρτησης της χώρας – προορισμού από τη χώρα- πηγή. Για παράδειγμα, η Ελλάδα έχει μεγάλη εξάρτηση από τη Μεγάλη Βρετανία, καθώς το 21% όλων των τουριστών στην Ελλάδα προέρχονται από τη χώρα αυτή.

Στο επόμενο διάγραμμα, παρατηρούμε την ιδιαίτερα υψηλή διείσδυση που έχει η Ελλάδα σε δυο μικρές χώρες, την Κύπρο και τη Νορβηγία, και την πολύ χαμηλή διείσδυση της χώρας μας στη Ρωσία. Οι υπόλοιπες χώρες - που αποτελούν τον κορμό της ζήτησης και αντιπροσωπεύουν περίπου το 80% του εισερχόμενου τουρισμού της Ελλάδας - κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα Διείσδυσης και αναλύονται στη συνέχεια.

Διάγραμμα 10

Κυριότερες χώρες Προέλευσης Τουριστών από Ευρώπη, 2000

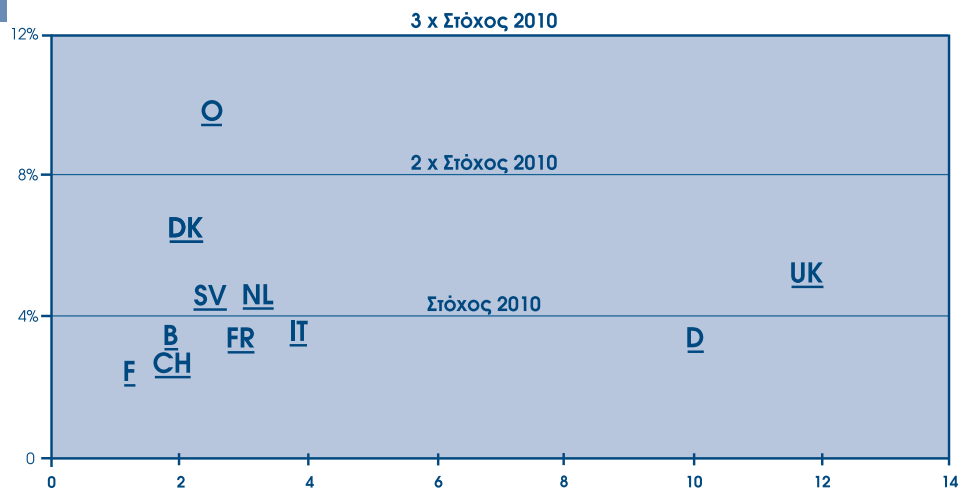


Πηγή: JBR Hellas (2003)

Με βάση τη στοχοθέτηση της σελ. 24, ο στόχος διείσδυσης της Ελλάδας στην Ευρώπη για το 2010 είναι περίπου 4%. Φαίνεται συνεπώς από το επόμενο διάγραμμα ότι ο στόχος αυτός έχει ήδη επιτευχθεί για την Ολλανδία, τη Σουηδία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Δανία, και την Αυστρία, ενώ υπολείπεται ακόμα για τη Γερμανία, την Ιταλία, τη Γαλλία, το Βέλγιο, τη Φινλανδία και την Ελβετία.

Διάγραμμα 11

Στόχοι Διείσδυσης ανα χώρα, 2010

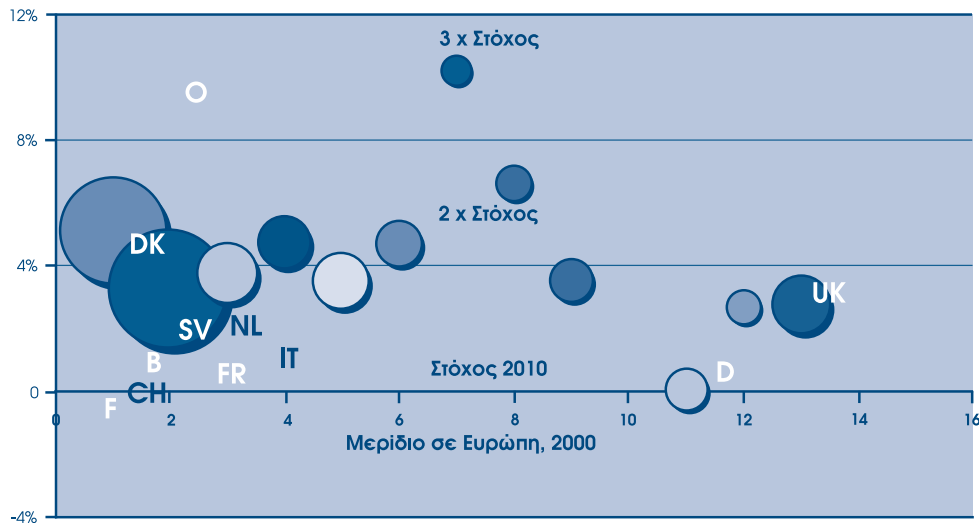


Πηγή: JBR Hellas (2003)

Ο καθορισμός προτεραιοτήτων στην προσέλκυση τουριστών ανά χώρα, προϋποθέτει τον προσδιορισμό της τουριστικής σημασίας κάθε χώρας-πηγής. Ιδανικά, η τουριστική σημασία αποτυπώνεται από το μέγεθος «τουριστική δαπάνη». Η δαπάνη αυτή αφορά τα χρήματα που ξοδεύουν οι εξερχόμενοι τουρίστες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Όμως, η κάθε χώρα προσδιορίζει την τουριστική δαπάνη με διαφορετικό τρόπο, καθιστώντας έτσι τα στοιχεία μη συγκρίσιμα. Για το λόγο αυτό, η προσέγγιση της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης θα γίνει με το κατά κεφαλήν ΑΕΠ. Συνεπώς, προσεγγίζουμε την **Τουριστική Σημασία** κάθε χώρας με το γινόμενο:

$$\text{Αριθμό Εξερχόμενων Τουριστών Χώρας} \times \text{Κατά Κεφαλήν ΑΕΠ}$$

Απεικονίζουμε το μέγεθος Τουριστική Σημασία στο επόμενο διάγραμμα με το μέγεθος του κύκλου που περιβάλλει τα διακριτικά της κάθε χώρας, αποτυπώνοντας με τον τρόπο αυτό τη σχετική σημασία της κάθε χώρας ως πηγής προέλευσης τουριστών για την Ελλάδα.



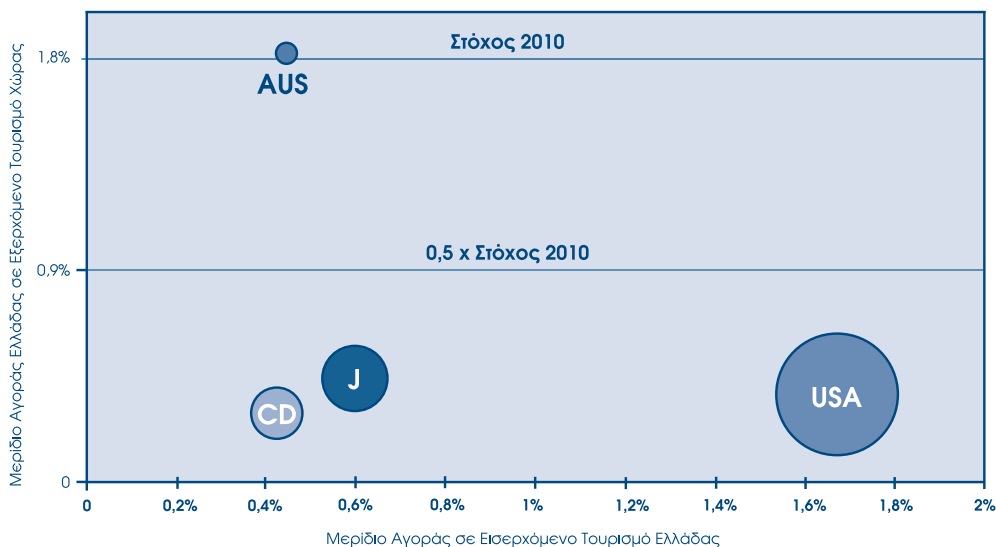
Πηγή: JBR Hellas (2003)

Παρατηρούμε ότι για κάποιες χώρες με σημαντικό μέγεθος σε επίπεδο δαπάνης και εξερχόμενων τουριστών, όπως η Ελβετία, το Βέλγιο και η Γαλλία, η Ελλάδα βρίσκεται σε χαμηλότερα επίπεδα από το στόχο για το 2010, και άρα διαφαίνεται ότι υπάρχουν περιθώρια αύξησης της διείσδυσής μας στις σημαντικές αυτές αγορές.

Επίσης, η εξάρτηση από ορισμένες χώρες όπως η Μεγάλη Βρετανία και η Γερμανία δεν είναι τυχαία, και οφείλεται στο μέγεθός τους και τον μεγάλο αριθμό εξερχόμενων τουριστών από αυτές. Οι αγορές αυτές όμως δεν είναι απαραίτητα κορεσμένες, καθώς υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης με ειδικά προϊόντα, ενώ στη Γερμανία η διείσδυσή μας είναι χαμηλότερη του γενικού στόχου του 4%.

Σε αντίθεση με τις κύριες χώρες προέλευσης τουριστών εντός της Ευρώπης, όπου η Ελλάδα είναι αρκετά κοντά στο στόχο για το 2010, στις κύριες χώρες προέλευσης εκτός Ευρώπης υπολείπεται σημαντικά. Εξαιρέση αποτελεί η Αυστραλία, από την οποία η Ελλάδα δέχεται αναλογικά μεγαλύτερο αριθμό τουριστών, λόγω της μεγάλης ομογένειας που επισκέπτεται φίλους και συγγενείς σε τακτική βάση.

Κύριες Χώρες Προέλευσης Τουριστών εκτός Ευρώπης, 2000



Πηγή: jbr Hellas

Η μειονεκτική θέση της Ελλάδας στις χώρες αυτές οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην έλλειψη απευθείας ή επαρκών αεροπορικών συνδέσεων.

Πίνακας 17

Αεροπορικές Συνδέσεις, 2003 (απευθείας πτήσεις, εβδομαδιαία βάση, Φεβρουάριος 2003)

	USA	JAP	AUS	CAN	CHINA ¹
Αθήνα	8	-	-	3	-
Μαδρίτη	64	-	-	5	2
Ρώμη	51	6	4	7	11
Κων/πολη	13	4	-	-	6
Κάιρο	4	3	-	1	2

Πηγή: Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών (2003)

Με δεδομένη την τουριστική σημασία που έχουν συγκεκριμένες χώρες, προκύπτουν συμπεράσματα που υποδεικνύουν την στρατηγική που πρέπει να ακολουθηθεί, προκειμένου η Ελλάδα να μεγιστοποιήσει τα οφέλη της από την προσέλκυση τουριστών από κάθε χώρα.

Οι στρατηγικές επιλογές αφορούν την διατήρηση του μεριδίου της Ελλάδας σε χώρες όπου το σημερινό μερίδιο τους είναι πάνω από το στόχο του 4%, και σε επέκταση του μεριδίου της Ελλάδας σε χώρες όπου το σημερινό τους μερίδιο είναι κάτω από το 4% και που ταυτόχρονα διαθέτουν αξιοσημείωτο εξερχόμενο τουρισμό και τουριστική δαπάνη.

Το μέγεθος των γραμμμάτων με το οποίο εμφανίζεται η κάθε χώρα αποτυπώνει και την προτεραιότητα που πρέπει να της δοθεί με βάση την παράμετρο Τουριστική Σημασία.

Διάγραμμα 14

Στρατηγικοί Στόχοι ανά χώρα, 2010



Η διατήρηση του μεριδίου της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό μιας χώρας δεν σημαίνει αδράνεια, αλλά εξειδίκευση των ενεργειών προκειμένου να είναι δυνατή αυτή η διατήρηση. Στην Μεγάλη Βρετανία για παράδειγμα, το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο Βρετανικό τουρισμό είναι 8,4%, στον τουρισμό μέσω Tour Operators και μόνο 1,7% στους ανεξάρτητους επισκέπτες (FITs). Σε αυτή την περίπτωση φαίνεται ότι υπάρχουν περιθώρια προσέλκυσης περισσότερων FITs.

Στην περίπτωση αύξησης του μεριδίου, η προσέλκυση και ικανοποίηση των τουριστών απαιτεί την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και εξειδικευμένων προϊόντων για την κάθε χώρα ξεχωριστά. Χώρες όπως η Ελβετία, η Γαλλία και η Ιταλία έχουν ανεπτυγμένο εσωτερικό τουρισμό και συγκριτικά μικρή διείσδυση των Tour Operators, ενώ όλο και περισσότερο στρέφονται σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Μεγάλη σημασία πρέπει να δοθεί στην σκιαγράφηση του προφίλ των τουριστών κάθε χώρας, προκειμένου να μπορεί να γίνει στόχευση της κάθε αγοράς με το προϊόν και τις ενέργειες marketing που θα έχουν τη μεγαλύτερη απήχηση.

Όσον αφορά την επέκταση σε χώρες long haul, οι ενέργειες στρέφονται κυρίως στην δημιουργία κατάλληλων προϋποθέσεων (βασικό στοιχείο οι αεροπορικές συνδέσεις) και μακροχρόνιας πολιτικής προσέλκυσης τουριστών από αυτές τις χώρες στην Ελλάδα. Σε κάποιες περιπτώσεις είναι σκόπιμο να διευκολυνθεί το «άνοιγμα» της αγοράς, χωρίς όμως να αναμένουμε άμεσα αποτελέσματα (πχ. Κίνα).

¹ Η Κίνα έχει περιληφθεί σε αυτόν τον πίνακα λόγω των συζητήσεων και προσπαθειών που γίνονται για προσέλκυση τουριστών από τη χώρα αυτή.

- Andersen (2002), Συμβουλευτική μελέτη για την διαμόρφωση προτάσεων στρατηγικής ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού.
- Federation Espanola de Hoteles (2000), El Sector Hotelero en Espana.
- Instituto Nacional de Estadistica-Spain (2002), Boletin Mensual de Estadistica, <http://www.ine.es/inebase/cgi/um>
- Instituto Nacional de Estadistica-Spain (2002), Espana en Cifras, <http://www.ine.es/escif/escif/escif01.htm>
- Instituto Nacional de Estadistica Portugal (2002), Infoline Statistical Data, <http://www.ine.pt/temas.asp?ver=por&temas=H>
- Instituto de Estudios Turisticos (2002), Spanish tourism in figures 2000, Secretaria General de Turismo, Ministerio de Economia.
- Loufir R., Παπαναστασίου Μ. (1999), Στρατηγικός Σχεδιασμός για τον Τουρισμό στην ευρύτερη περιοχή της πρωτεύουσας και στην Ελλάδα εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, IOBE.
- Turkish Tourism Investors Association (2000), Selected Data on Turkish Tourism.
- World Tourism Organisation (2000), Tourism Vision 2020 - Vol: 1 - 6.
- World Tourism Organisation (2001), Compendium of Tourism Statistics - 2001 Edition.
- World Tourism Organisation (2002), Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics - 2002 Edition.
- World Tourism Organisation (2003), Compendium of Tourism Statistics - 2003 Edition.
- World Travel & Tourism Council (2001), TSA Research Year 2001.
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία (2002), Μηνιαία Στατιστικά Δελτία.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2002), Πίνακες στατιστικών στοιχείων. <http://www.gnto.gr/2/01/gb10001.html>
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2002). Υποσύστημα Στατιστικής Ανάλυσης. Διεύθυνση Μελετών & Επενδύσεων.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2003), Πίνακες στατιστικών στοιχείων. <http://www.gnto.gr/2/01/gb10000.html>
- Ίκκος, Α. JBR Hellas (2003), Προσανατολισμός της Αναπτυξιακής Πορείας του Ελληνικού Τουρισμού, Εισήγηση στο 2ο Συνέδριο ΣΕΤΕ "Τουρισμός & Ανάπτυξη".
- Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού (2002), Πίνακες Στατιστικών Στοιχείων.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2002), Στατιστική - Ξενοδοχειακό Δυναμικό.
- Παπανίκος Γ. (1999), Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 και οι επιπτώσεις στον Ελληνικό Τουρισμό, ΙΤΕΠ.
- Τράπεζα της Ελλάδος (2002), Στατιστικά δελτία.

2003

- Τουρισμός & Απασχόληση

2002

- Ελληνικός Τουρισμός 2010: Στρατηγική & Στόχοι, Α΄ Έκδοση

2001

- Συνεργασία Δημοσίου & Ιδιωτικού τομέα (Ελληνική Έκδοση σε συνεργασία με το Επιχειρηματικό Συμβούλιο του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού)
- 10 χρόνια ΣΕΤΕ (Ειδική Επετειακή έκδοση στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα)

2000

- Αθήνα-Κωνσταντινούπολη: Συγκριτική Μελέτη Τουριστικής Κίνησης
- Η Φορολογική Επιβάρυνση του Τουρισμού

1999

- Ο Τουρισμός στα Κοινωνικά Πλαίσια Στήριξης
- Στρατηγικός σχεδιασμός για τον Τουρισμό εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 (Μελέτη του ΙΟΒΕ για τον ΣΕΤΕ)

1998

- Έρευνα για την Τουριστική Ανάπτυξη της Τουρκίας

1997

- Η Χρηματοοικονομική Κατάσταση των Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Μελέτη του ΙΟΒΕ για τον ΣΕΤΕ)
- Έρευνα για τον χειμερινό τουρισμό στην Κύπρο

1996

- Έρευνα για την φοροδιαφυγή από τις παράνομα λειτουργούσες τουριστικές επιχειρήσεις

1995

- Σχέδιο Δράσης για την Ποιοτική Αναβάθμιση του Ελληνικού Τουρισμού
- Η κατάσταση των Ελληνικών Αερολιμένων & οι Επιπτώσεις της στην Τουριστική Κίνηση
- Εγχειρίδιο εφαρμογής ISO 9001 στις Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις
- Εκτίμηση των Αναγκών του Τουριστικού Τομέα σε Ειδικευμένο Προσωπικό
- Μελέτες Πιλοτικών Περιοχών του Έτους Ποιότητας 1994

1994

- Ανταγωνιστικότητα των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων - Ο ρόλος της ποιότητας (Πρακτικά Ημερίδας)
- Ποιότητα και Εκπαίδευση στον Τουρισμό (Πρακτικά Συνεδρίου)
- Συστάσεις προς Ξενοδοχεία και Τουριστικές Εγκαταστάσεις για την Προστασία του Περιβάλλοντος (σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Γερμανικών Τουριστικών Γραφείων)

1993

- Τουρισμός και Ισοζύγιο Πληρωμών
- Για την ανάπτυξη του Τουρισμού με το Β΄ ΚΠΣ
- Τουρισμός και Περιφερειακή ανάπτυξη

1992

- Η θέση του Τουρισμού και η συμβολή του στην Εθνική Οικονομία
- Συμπληρωματικά στοιχεία επί της εξέλιξης του Ελληνικού Τουρισμού
- Ανταγωνιστική ανάλυση του ισπανικού τουριστικού προϊόντος