Η τουριστική οικονομία της Κρήτης: Επικοινωνία και προοπτικές

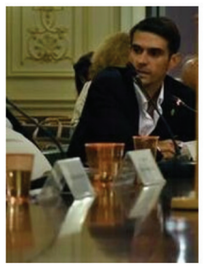
Η επικαιροποίηση όλων των παραμέτρων που αφορούν τον κλάδο του τουρισμού στην Ελλάδα και την Περ. Κρήτης, η επικοινωνιακή πολιτική που ακολουθείτε για την προβολή του και η προοπτικές που διαμορφώνονται γύρω από αυτόν. Οι εξελίξεις στον τομέα των νέων τεχνολογιών καθώς και οι νέες τάσεις και μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην Κρήτη.

Σκοπός της παρακάτω μελέτης, είναι μέσω βιβλιογραφικής ανασκόπησης να παρατεθούν κι αναλύουμε την τουριστική οικονομία στην Περ. Κρήτης, τις προοπτικές που υπάρχουν και πως μπορούμε να επικοινωνήσουμε, να προβάλουμε και να εμπλουτίσουμε το προϊόν μας στην νέα εποχή και στις νέες τάσεις που διαμορφώνονται στον παγκόσμιο τουρισμό.

Παραθέτει βασικά μεγέθη του παγκόσμιου τουρισμού, του ελληνικού τουρισμού και της τουριστικής δραστηριότητας στην Περ. Κρήτης.

Στα πλαίσια της μελέτης γίνετε και μια παρουσίαση των εξελίξεων στον παγκόσμιο τουρισμό για το 2020 καθώς και ιστορική αναδρομή του τουρισμού.

Ανάλυση των οικονομικών μεγεθών και των τουριστικών υποδομών που διαθέτη η Κρήτη, την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα και την Περ. Κρήτης.



Spokos Vasileios: MSc in service management at hospitality industry and tourism economy from Athens University of Economics and Business, Bachelor at Local Government from Univercity of Peloponnese.

9 786200 615688

Globe EDIT

FOR AUTHOR USE ONLY

Βασίλειος Σπόκος

Globe EDIT



Βασίλειος Σπόκος

Η τουριστική οικονομία της Κρήτης: Επικοινωνία και προοπτικές

Διπλωματική διατριβή
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Master in Service Management (MSM)

Βασίλειος Σπόκος

Η τουριστική οικονομία της Κρήτης: Επικοινωνία και προοπτικές

FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY

Βασίλειος Σπόκος

Η τουριστική οικονομία της Κρήτης: Επικοινωνία και προοπτικές

Διπλωματική διατριβή Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών Master in Service Management (MSM)

FOR AUTHOR USE ONLY

GlobeEdit

Imprint
Any brand names and product names mentioned in this book are subject to trademark, brand or patent protection and are trademarks or registered trademarks of their respective holders. The use of brand names, product names, common names, trade names, product descriptions etc. even without a particular marking in this work is in no way to be construed to mean that such names may be regarded as unrestricted in respect of trademark and brand protection legislation and could thus be used by anyone.

Cover image: www.ingimage.com

Publisher:
GlobeEdit
is a trademark of
International Book Market Service Ltd., member of OmniScriptum Publishing Group
17 Meldrum Street, Beau Bassin 71504, Mauritius
Printed at: see last page
ISBN: 978-620-0-61568-8

Zugl. / Approved by: Master Thesis: The Tourism Economy of Crete: Communication and Prospects

Copyright © Βασίλειος Σπόκος
Copyright © 2020 International Book Market Service Ltd., member of OmniScriptum Publishing Group

FOR AUTHOR USE ONLY

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
SCHOOL OF BUSINESS
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ στη ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
MSc in SERVICES MANAGEMENT

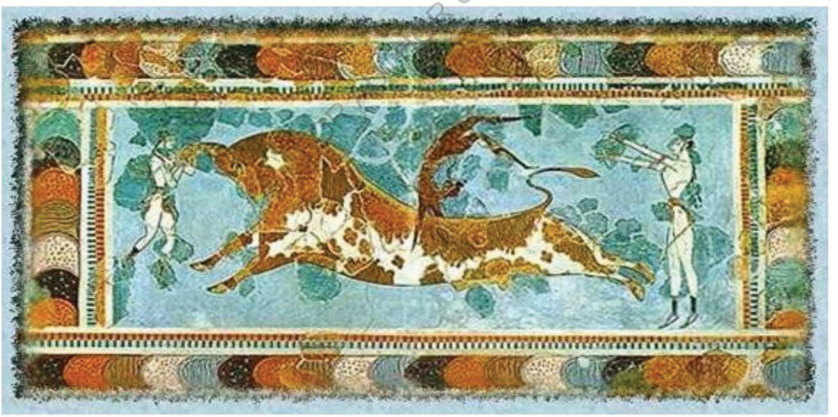
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ: Τουριστική οικονομία στην Κρήτη: Επικοινωνία και προοπτικές

FOR USE ONLY

Επιβλέπων Καθηγητής : Γεώργιος Βάμβουκας

Διευθυντής του ΠΜΣ : Γεώργιος Σιώμκος



ΑΘΗΝΑ

ΑΚΑΔ. ΕΤΟΣ: 2019-2020

Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων

Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Υπηρεσιών

Τουριστική οικονομία στην Κρήτη: Επικοινωνία και προοπτικές

Ακαδημαϊκό Έτος: 2019-2020

Επιβλέποντας Καθηγητής: ΒΑΜΒΟΥΚΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Διευθυντής ΠΜΣ: ΣΙΩΜΚΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η συγκεκριμένη **Διπλωματική Εργασία** για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών του ΠΜΣ στη Διοίκηση Υπηρεσιών του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών «MSc in Services Management» έχει συγγραφεί από εμένα προσωπικά και δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό.

FOR AUTHOR USE ONLY

Η εργασία αυτή έχοντας εκπονηθεί από εμένα, αντιπροσωπεύει τις προσωπικές μου απόψεις επί του θέματος. Οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης διπλωματικής αναφέρονται στο σύνολό τους, δίνοντας πλήρεις αναφορές στους συγγραφείς, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το Διαδίκτυο.

Σε κάθε περίπτωση, αναληθούς ή ανακριβούς δηλώσεως, υπόκειμαι στις συνέπειες που προβλέπονται στο **άρθρο 2 παράγραφος β'** του **Κανονισμού Σπουδών** του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στη Διοίκηση Υπηρεσιών καθώς και στις διατάξεις που προβλέπει η Ελληνική και Κοινοτική Νομοθεσία περί πνευματικής ιδιοκτησίας.

Ο ΔΗΛΩΝ

Ονοματεπώνυμο: Σπόκος Βασίλειος

Αριθμός Μητρώου: 2171503

Υπογραφή:

Σύνοψη

Η επικαιροποίηση όλων των παραμέτρων που αφορούν τον κλάδο του τουρισμού στην Ελλάδα και την Περ. Κρήτης, η επικοινωνιακή πολιτική που ακολουθείτε για την προβολή του και η προοπτικές που διαμορφώνονται γύρω από αυτόν. Οι εξελίξεις στον τομέα των νέων τεχνολογιών καθώς και οι νέες τάσεις και μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην Κρήτη.

Σκοπός της παρακάτω μελέτης, είναι μέσω βιβλιογραφικής ανασκόπησης να παρατεθούν κι αναλύουμε την τουριστική οικονομία στην Περ. Κρήτης, τις προοπτικές που υπάρχουν και πως μπορούμε να επικοινωνήσουμε, να προβάλουμε και να εμπλουτίσουμε το προϊόν μας στην νέα εποχή και στις νέες τάσεις που διαμορφώνονται στον παγκόσμιο τουρισμό. Παραθέτει βασικά μεγέθη του παγκόσμιου τουρισμού, του ελληνικού τουρισμού και της τουριστικής δραστηριότητας στην Περ. Κρήτης.

Στα πλαίσια της μελέτης γίνετε και μια παρουσίαση των εξελίξεων στον παγκόσμιο τουρισμό για το 2020 καθώς και ιστορική αναδρομή του τουρισμού. Ανάλυση των οικονομικών μεγεθών και των τουριστικών υποδομών που διαθέτουμε, η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα και στην Περ. Κρήτης.

Για την ανάγκη εξαγωγής πρωτογενών συμπερασμάτων σχετικά με την επικοινωνιακή πολιτική και τις προοπτικές της τουριστικής οικονομίας στην Περ. Κρήτης θα εκπονηθεί έρευνα μέσω αυτοσυμπληρούμενων ερωτηματολογίων που διανεμήθηκαν ηλεκτρονικά σε στελέχη του τουρισμού απ' ολοι την περιφέρεια Κρήτης.

Διαπιστώθηκε ότι η Κρήτη είναι σε μια μετατουριστική φάση καθώς η έντονη απήχηση του τουρισμού σε όλους τους τομείς της οικονομίας του νησιού είναι τέτοια που καλείτε να παρεκκλίνει από το μονοδιάστατο μοντέλο τουρισμού που επικρατεί σήμερα και γεννάει πολλές παθογένειες εμπλουτίζοντας το με το πολιτιστικό κεφάλαιο που έχουμε ώστε να δημιουργήσει τον τουρισμό 'πρωταγωνιστή' στην Ελλάδα.

FOR AUTHOR USE ONLY

ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΙΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κύριο Γεώργιο Βάμβουκα, για την εμπιστοσύνη και το ενδιαφέρον που μου έδειξε κατά την ανάθεση της εργασίας, την πολύτιμη βοήθεια και συνεργασία αλλά και την δυνατότητα που μου έδωσε να ασχοληθώ με ένα τόσο ενδιαφέρον θέμα με προεκτάσεις στην επιχειρηματική ζωή που παίζει κυρίαρχο ρόλο στον επαγγελματικό κλάδο που επέλεξα. Τον ευχαριστώ καθώς με την συγκεκριμένη ανάθεση, πιστεύω ότι θα με βοηθήσει στην μετέπειτα πορεία μου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την υποστήριξη καθ' όλη τη διάρκεια τον ακαδημαϊκών μου σπουδών.

FOR AUTHOR USE ONLY

«Στου γονείς οφείλουμε το ζην.

Και στους διδασκάλους μας το ευ ζην.»

Αλέξανδρος ο Μέγας

356 – 323 π.Χ.

Περιεχόμενα

Σύνοψη 3

ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΙΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ 4

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^{Ο} : ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ 8

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^{Ο} : Ο ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^{ο} : Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^{Ο}: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ 55

Κεφάλαιο 5^{ο} : Η επικοινωνία και η προοπτική της τουριστικής οικονομίας στην Κρήτη – Μελέτη περίπτωσης. 81

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ 90

Γράφημα 1: Ηλικία 91

Γράφημα 2: Χρόνια εργασίας 92

Γράφημα 3: Προωθητικές καμπάνιες ΕΟΤ 92

Γράφημα 4: Οι προωθητικές καμπάνιες της Περ. Κρήτης 93

Γράφημα 5: Πιστεύετε ότι η Περιφέρεια Κρήτης μπορεί να συμβάλλει περισσότερο στην προώθηση του τουρισμού; 93

Γράφημα 6: Πιστεύετε ότι ο τοπικός Δήμος που δραστηριοποιήστε μπορεί να συμβάλλει περισσότερο στην προώθηση του τουρισμού στην περιοχή σας ; 94

Γράφημα 7: Πιστεύετε ότι γίνετε προσπάθεια απ' όλους τους τοπικούς φορείς της Κρήτης για να έχουμε τουρισμό όλο το χρόνο; 94

Γράφημα 8: Πιστεύετε ότι οι φορείς του τουρισμού (ΕΟΤ, Υπ. Τουρισμού κτλ.) θα πρέπει να δημιουργήσουν μια νέα στρατηγική μάρκετινγκ για τον τουρισμό; 95

Συμπεράσματα 95

Γράφημα 9: Πιστεύετε ότι μπορούμε να έχουμε τουρισμό όλο το χρόνο 96

Γράφημα 10: Πιστεύετε ότι η κρητική διατροφή μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για να προσελκύσουμε περισσότερους επισκέπτες αν την αναδείξουμε; 96

Γράφημα 11: Κατά πόσο πιστεύετε ότι τα αρχαιολογικά κ' ιστορικά μνημεία μας είναι κίνητρο για να επισκεφτεί κάποιος την Κρήτη; 97

Γράφημα 12: Πιστεύετε ότι έχουμε προβάλει σωστά την πολιτιστική μας κληρονομία ώστε να γίνει πόλος έλξης για περισσότερους επισκέπτες; 97

Γράφημα 13: Κατά πόσο πιστεύετε ότι η Κρήτη θα πρέπει να επένδυση στον τουρισμό κρουαζιέρας; 98

Γράφημα 14: Κατά πόσο πιστεύετε ότι το νέο αεροδρόμιο στο Ηράκλειο θα επιδράσει θετικά στον τουρισμό της Κρήτης όταν αυτό ξεκινήσει την λειτουργία του; 99

....99

Γράφημα 15: Τέλος ποια πιστεύετε ότι είναι τα μεγαλύτερα προβλήματα που αντιμετωπίζουμε στην Κρήτη σε σχέση με τον τουρισμό ; (1 ή περισσότερες απαντήσεις). 100

FOR AUTHOR USE ONLY

Συμπεράσματα 100
Προτάσεις πολιτικής για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Κρήτη 101
1. Προτάσεις επικοινωνιακής προώθησης και προβολής 101
2. Προτάσεις για την προοπτική του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης 104
Πίνακες Παρατηρήσεών 106
Βιβλιογραφία.....113

FOR AUTHOR USE ONLY

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο Τουρισμός αδιαμφισβήτητα αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς οικονομική δραστηριότητα στην Ελλάδα με παγκόσμια απήχηση και ενδιαφέρον, ενώ ως κοινωνικό φαινόμενο έχει σημαντικές επιδράσεις στην κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική ζωή της χώρας.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. και της Τράπεζας της Ελλάδος το 2019 η Ελλάδα φιλοξένησε περίπου 34 εκατομμύρια τουρίστες οπού δαπάνησαν περί τα 18,5 δις ευρώ. Συνεπώς η δραστηριότητα του τουρισμού στην χώρα μας συντέλεσε στην παραγωγή περίπου του 17% του ΑΕΠ της ελληνικής οικονομίας, ενώ παράλληλα συμβάλει -κατά προσέγγιση- στο 15% στην διαμόρφωση της συνολικής απασχόλησης.

Η Ελλάδα είναι κατεξοχήν ένας τουριστικός προορισμός, ένα σημείο αναφοράς για τον παγκόσμιο τουρισμό. Ένα μεγάλο μέρος των περιοχών της χώρας μας ζει από τον τουρισμό. Η δυναμική και η συνεισφορά του στην οικονομία μας είναι τεράστια.

Τα τελευταία χρόνια μιλάμε για ένα νέο στρατηγικό σχέδιο για τον Ελληνικό τουρισμό κάτι που θα πρέπει να δημιουργήσουμε αν θέλουμε να μπούμε στον τουρισμό του μέλλοντος, καθώς ο τρόπος που αναπτύχθηκε το τουριστικό μας προϊόν έχει ξεπεραστεί. Η μονοδιάστατή εκδοχή του «ήλιου & θάλασσάς» μόνο δεν αρκεί. Είναι πολύ περιοριστική για τον ελληνικό τουρισμό.

Η αξιοποίηση του πολιτιστικού και ιστορικού μας πλούτου (Παρθενώνας, Κνωσός, Ολυμπία κ.τ.λ.) σε σχέση με την ανάδειξη της διατροφικής μας κουλτούρας «Μεσογειακή διατροφή » αλλά και την προστασία και ανάδειξη του Ελληνικού τοπίου είναι τα μέσα ελκυστικότητας και προοπτικής της τουριστικής μας βιομηχανίας και του τουριστικού μας προϊόντος.

Η εξέλιξη των νεών τεχνολογιών όπως το Internet of Things, η A.I., τα Social Media & το Digital Marketing που διαμορφώνουν την αγορά και αλλάζουν τις τάσεις και τις συνήθειες της.

Είναι ορισμένοι βασικοί παράγοντες που θα πρέπει να εντάξουμε ώστε να εμπλουτίσουμε το μονοδιάστατο μοντέλο που κυριαρχεί του «Ηλιός & θάλασσα» αν θέλουμε να μπούμε σοβαρά στην νέα τουριστική εποχή.

FOR AUTHOR USE ONLY

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^{Ο} : ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τουρισμός, μια από τις σπουδαιότερες, αν όχι η σπουδαιότερη πλουτοπαραγωγική δραστηριότητα στην χώρα μας.

Ως έννοια έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί κατά καιρούς.

Ως επικρατέστερος ορισμός για τον τουρισμό είναι : το φαινόμενο που προκύπτει από προσωρινές επισκέψεις ή παραμονές, εκτός του τόπου της συνήθους διαμονής για οποιοδήποτε λόγο εκτός από απασχόληση που αμείβεται από τη χώρα υποδοχής.

Ο ορισμός αυτός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

- Τους *τουρίστες*: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.

- Τους *εκδρομείς*: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κλπ.

  (Ρώμη 1963, Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό) .

FOR AUTHOR USE ONLY

1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η λέξη «τουρισμός - tourism» εμφανίζεται πρώτη φορά τον 18ο -19^{ο} αιώνα και προέρχεται από την αγγλική και γαλλική λέξη tour. Η δραστηριότητα του όμως έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα.

1.2.1 Ο τουρισμός στην Ελλάδα κατά την αρχαιότητα

Στην Αρχαία Ελλάδα, η έννοια της φιλοξενίας υπήρξε αναπόσπαστο τμήμα της τουριστικής μετακίνησης, και θεωρούταν ως μια πράξη αρετής. Ο Ξένιος Δίας και η Αθηνά η Ξένια, καθώς και οι Διόσκουροι Κάστωρ και Πολυδεύκης όπου αντιπροσώπευαν τον προστάτη των φιλοξενουμένων και οικοδεσποτών. Την εποχή αυτή οι αρχαίοι Έλληνες φιλοξενούσαν τους ξένους στα σπίτια τους. Η φιλοξενία ακολουθούσε μια ιεροτελεστία και παρεχόταν σε κάθε ξένο, ο οποίος μπορούσε να μείνει στο ειδικό δωμάτιο του σπιτιού τον «Ξενώνα». Με την πάροδο όμως του χρόνου αυτό δεν ήταν πια εφικτό, λόγω του αυξημένου κύματος επισκεπτών.

Στην Κρήτη έχουν ανακαλυφθεί οικήματα οπού λειτουργούσαν ως μία μορφή «πανδοχείου» που χρονολογούνται περί το 1500 π.Χ..

Ως πρώτος «ταξιδιώτης» αναφέρεται ο Ηρόδοτος (480- 427 π.Χ.). Ο οποίος ως γεωγράφος και ως ιστορικός κατά την διάρκεια των περιηγήσεων του μελετούσε την κουλτούρα και τον τρόπο ζωής καθώς και το πολιτικό σύστημα των πόλεων – κρατών που επισκεπτόταν.

Έτσι λοιπόν κάνει την εμφάνιση της η πρώτη μορφή ξενοδοχείου, το «καταγώγιο» το οποίο κτίστηκε από τη διοίκηση του ιερού ναού της Επιδαύρου, τον τέταρτο π.χ. αιώνα. Ήταν διώροφο κτίριο με 100 δωμάτια, δυναμικότητας διακοσίων κλινών, στο οποίο έμεναν οι προσκυνητές του ιερού ναού του Ασκληπιού.

Όταν όμως η ιδιωτική φιλοξενία μειώθηκε και τα «καταγώγια» που λειτουργούσαν δεν κάλυπταν τις ανάγκες, τότε για πρώτη φορά, έγινε η σκέψη για κερδοσκοπική εκμετάλλευση της φιλοξενίας. Έτσι εμφανίστηκαν τα πρώτα πανδοχεία, τα οποία ήταν πρόχειροι σταθμοί χωρίς έπιπλα. Ο Πλούταρχος αναφέρθηκε στην αισχροκέρδεια των ιδιοκτητών και την άσχημη εμφάνιση των πανδοχείων. Μια εναλλακτική μορφή επαγγελματικής εκμετάλλευσης της φιλοξενίας ήταν τα «καπηλεία». Είχαν την ίδια εμφάνιση με τα πανδοχεία ενώ ο Παυσανίας, όντας μεγάλος ιστορικός εκδίδει το 170 π.Χ. τον οδηγό με θέμα « Περιηγήσεις στην Ελλάδα ».

Κατά την αρχαιότητα η φιλοξενία ήταν σε ισχύ βάσει νόμου και γινόταν αφιλοκερδώς όταν στις πόλεις διεξαγόταν κάποιο θρησκευτικό ή αθλητικό γεγονός π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες, Παναθήναϊα κτλ.

Όταν όμως η δημόσια φιλοξενία παρακμάζει, η ιδιωτική πρωτοβουλία άρχισε να κτίζει ειδικά οικήματα που πληρούσαν τους στοιχειώδεις όρους του ξενοδοχείου. Στην Αθήνα, τον Πειραιά και την Κόρινθο υπήρξαν ξενοδοχεία τα οποία λειτουργούσαν ικανοποιητικά κατά τις γιορτές των Διονυσίων.

FOR AUTHOR USE ONLY

Κατά τον μεσαίωνα κυριαρχεί ο θρησκευτικός και ο εμπορικός τουρισμός κυρίως προς τους Αγίους Τόπους, την Ιερουσαλήμ και την Κωνσταντινούπολη.

Με την πτώση όμως του Βυζαντίου καταρρέει και ο τουρισμός την εποχή εκείνη. Λειτουργούν μόνο τα επονομαζόμενα ‘’Χάνια’’ (π.χ. το χάνι της Γραβιάς) όπου αποτελούσαν σταθμούς και πρόσφεραν τροφή και στέγη στους ταξιδιώτες για λίγες ώρες.

Μετά την επανάσταση του 1821, και την απελευθέρωση από τον οθωμανικό ζυγό υπήρξε μεγάλο ενδιαφέρον από διάφορους περιηγητές να επισκεφτούν την Ελλάδα καθώς

αποτελούσε από τότε έναν υψηλό αρχαιολογικό και ιστορικό προορισμό. Έτσι επί βασιλείας Όθωνα, κτίστηκε στο Ναύπλιο, το 1828, το πρώτο ξενοδοχείο για τη φιλοξενία των ξένων επισήμων με την επωνυμία «Ξενοδοχείο του Λονδίνου». Το 1842 ιδρύθηκε το παλαιότερο από τα μέχρι σήμερα λειτουργούντα ξενοδοχεία, το ξενοδοχείο της «Μεγάλης Βρετανίας», το οποίο αρχικά χρησιμοποιήθηκε σαν κατοικία του ιδρυτή του και μετά λειτούργησε σαν ξενοδοχείο. Σιγά-σιγά άρχισαν να δημιουργούνται ξενοδοχεία διαφόρων τάξεων, από τα οποία όμως λίγα πληρούσαν τους όρους της ξενοδοχειακής επιχείρησης.

1.2.2 Από την αρχαιότητα στο σήμερα

Περί τα τέλη του Μεσαίωνα τα ταξίδια και το εμπόριο γνώρισαν μεγάλη άνθηση όταν δημιουργήθηκε η ανάγκη για ξενοδοχειακά καταλύματα. Η αυξημένη ζήτηση αυτή οδήγησε ορισμένους να φιλοξενούν ταξιδιώτες στα σπίτια τους επί πληρωμή. Με τον τρόπο αυτό δημιουργήθηκαν τα πρώτα πανδοχεία την εποχή εκείνη. (Keiser, 2000)

Ένα από τα πλέον γνωστά πανδοχεία της εποχής ήταν το « Inn» στο Nottinghamshire της Αγγλίας, κατασκευάστηκε το 1189, το οποίο σώζεται μεχρι σήμερα. Διέθετε σίτιση και στάβλο για τα ζώα. Φιλοξενούσε τους σταυροφόρους ιππότες πριν το ταξίδι τους προς τους Αγίους Τόπους.

Το πρώτο «ξενοδοχείο» θεωρείται ότι πρωτοεμφανίστηκε στην Γαλλία το 1302 και ονομαζόταν «Αετός», το οποίο διέθετε τις υποτυπώδεις ανέσεις του 14^{ου} αιώνα όπως π.χ. παντελή έλλειψη χώρων υγιεινής, στοιχειώδης επίπλωση ενώ τα στρώματα τα γέμιζαν με ξερά φύλλα. (Βαγιονής, et al, 2011)

Από το 1830 και μετά και εξαιτίας της ανάπτυξης των σιδηροδρόμων οι μετακινήσεις αλλάξαν καθώς έγιναν πιο γρήγορες. Έτσι και τα πανδοχεία πήραν μια άλλη μορφή, με καταλύματα στους συγκοινωνιακούς κόμβους. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να μπουν και τα πρώτα θεμέλια για την ανάπτυξη του τουρισμού όπως τον γνωρίζουμε σήμερα.

Ως έτος γέννησης του σύγχρονου τουρισμού θεωρείται το 1855 όταν ο Tomas Cook οργάνωσε την πρώτη περιοδεία στην Ευρώπη με δύο γκρουπ. Ο Tomas Cook ήταν ο πρώτος που πρόσφερε στους πελάτες του ολοκληρωμένο πακέτο διακοπών. Που εκτός από τις μετακινήσεις τους περιελάβανε και διαμονή – σίτιση καθώς και υπηρεσίες ανταλλακτήριού συναλλάγματος, ενώ το 1865 εγκαινίασε και το πρώτο του γραφείο στη Fleet street του Λονδίνου, από τότε και μεχρι τον Σεπτέμβριο του 2019 οπού ο όμιλος Tomas Cook χρεωκόπησε θεωρείται ο πατέρας του σύγχρονου τουρισμού

FOR AUTHOR USE ONLY

Στην Ελλάδα το 1887 ο καθηγητής Γιάννης Σαρρής ίδρυσε τον «Περιπατητικός Σύλλογο» με μέλη του κυρίως μαθητές του τότε γυμνασίου Πλάκας καθώς και ο « Ο Άνευ Ρεκλάμας Πεζοπορικός Σύλλογος» με μέλη του δημοσιογράφους και λόγιους της εποχής το 1889.

Το 1895 ιδρύεται στην Ελλάδα η «Ποδηλατική Εταιρία» η οποία το 1909 μετονομάζεται με τροποποίηση του καταστατικού της σε «Ελληνική Εταιρία Περιηγήσεων – Touring Club» .

Ο περιηγητισμός αποτελεί την κύρια δραστηριότητα του σωματείου πλέον ενώ διατηρεί και το ποδηλατικό τμήμα.

(Β. Κωνσταντινόπουλος, στοιχεία από την ιστορία, του Ελληνικού εκδρομισμού, Αθήνα 1959).

Το 1914 συστήνεται η πρώτη κρατική υπηρεσία για την τουριστική οργάνωση της Ελλάδος στο υπουργείο Εθνικής Οικονομίας με την ονομασία « Γραφείον Ξένων και Εκθέσεων ».

Ακολουθεί η ίδρυση του Ε.Ο.Τ. (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού) το 1929 από τον Ελ. Βενιζέλο με το νόμο 4377/1929 στον οποίο οφείλονται και τα πρώτα τεχνικά έργα υποδομής, όπως τουριστικά περίπτερα στους αρχαιολογικούς χώρους,

ενώ στις 27 Σεπτεμβρίου 1970 ιδρύεται ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UN-WTO) με έδρα την Μαδρίτη της Ισπανίας και αποτελεί ειδική υπηρεσία των Ηνωμένων Εθνών και είναι η εξέλιξη παλαιότερων οργανισμών που προϋπήρχαν από το 1934.

Η Ελλάδα έχει αρχίσει να κάνει τα πρώτα ανοίγματα της στον τουρισμό. Όλες αυτές οι προσπάθειες της όμως σταμάτησαν με το ξέσπασμα του 2ου Παγκοσμίου Πολέμου και την είσοδο της Ελλάδας σ' αυτόν το 1940.

Μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο το ενδιαφέρον για τον τουρισμό άρχισε να γίνεται όλο και πιο έντονο. Έτσι άρχισε να υπάρχει μια συνεχώς αυξανόμενη ανάπτυξη του τομέα αυτού παγκοσμίως, έτσι ο αριθμός και η οργάνωση ταξιδιών αλλά και η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών βελτιώθηκαν, οι υποδομές, η τεχνολογία αλλά και η τρομακτική εξέλιξη των μέσων μεταφοράς ιδιαιτέρως των αεροπορικών μεταφορών, οπού αντικατέστησαν τα παραδοσιακά μέσα λόγω της μείωσης της χρόνοαπόστασης αλλά και οι κοινωνικές αλλαγές (εργασιακά δικαιώματα, μείωση του χρόνου εργασίας, κοινωνικά δικαιώματα κτλ.) κατέστησαν τα «ταξίδια διακοπών» πιο προσιτά στο ευρύ κοινό και σε όλα τα κοινωνικά στρώματα.

Έτσι από προνόμιο των λίγων είναι πλέον προνόμιο των πολλών.

Έγινε ανθρώπινο δικαίωμα!

«Το δικαίωμα χρησιμοποίησης του ελεύθερου χρόνου και ειδικότερα το δικαίωμα για διακοπές και ελευθερία για ταξίδια και τουρισμό, ως φυσική απόρροια του δικαιώματος εργασίας, αναγνωρίζεται ως μια μορφή της ολοκλήρωσης του ανθρώπινου όντος από την Παγκόσμια Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων καθώς και από τη νομοθεσία πολλών κρατών. Επίσης συνεπάγεται για τη κοινωνία την υποχρέωση να προσφέρει στους πολίτες της την πλέον πρακτική, αποτελεσματική και χωρίς διακρίσεις πρόσβαση σε αυτό το είδος της δραστηριότητας. Μια παρόμοια προσπάθεια πρέπει να εναρμονίζεται με τις προτεραιότητες, τους θεσμούς και τις παραδόσεις της κάθε επιμέρους χώρας. »

(Η ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ ΤΗΣ ΜΑΝΙΛΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

21 Σεπτεμβρίου – 10 Οκτωβρίου 1980, άρθρο 3)

FOR AUTHOR USE ONLY

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^{Ο} : Ο ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός αποτελεί οικονομική δραστηριότητα με παγκόσμια απήχηση και ενδιαφέρον, ενώ ως κοινωνικό φαινόμενο έχει σημαντικές επιδράσεις στην κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική ζωή των διαφόρων χωρών ή περιφερειών. Η πολυδιάστατη φύση του τουρισμού και η αύξηση των τουριστικών «ροών» έχει ως αποτέλεσμα τη διαχρονική μετεξέλιξη του σε δυναμικό παραγωγικό κλάδο στην σύγχρονη οικονομία.
(Γερ. Ζαχαράτος, 2000)

Στην παγκόσμια βιβλιογραφία η δραστηριότητα του τουρισμού απεικονίζεται με τους όρους «τουριστική οικονομία» (tourist economy) και «τουριστική βιομηχανία» (tourism industry).

Ο παγκόσμιος τουρισμός γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη μετά το τέλος του 2^{ου} παγκοσμίου πολέμου, ειδικά κατά την διάρκεια των δεκαετιών του 1950 και 1960 κυρίως στις ανεπτυγμένες χώρες εκείνης της περιόδου στις οποίες τότε ανήκαν η Β. Αμερική και η δυτική Ευρώπη. Τις επόμενες δεκαετίες εμφανίστηκε ενδιαφέρον και για νέους τουριστικούς προορισμούς σε χώρες τις Ασίας, της Αφρικής, της Λατινικής Αμερικής και του Ειρηνικού.

FOR AUTHOR USE ONLY

2.1 Οι παγκόσμιες εξελίξεις στον τουρισμό

Η τουριστική βιομηχανία διαχρονικά δέχεται επιρροή από αρνητικές διεθνείς συγκυρίες και μεταβολές από φυσικές, πολιτικές και οικονομικές συνθήκες, δείχνει όμως «αντοχή» στις κρίσεις αυτές που προκαλούν και διαταράσσουν την παγκόσμια οικονομία και την πολιτική ισορροπία και μακροπρόθεσμα ανακάμπτει.

Ορισμένα αρνητικά συμβάντα που επηρέασαν τον τουρισμό και της παγκόσμιες τουριστικές ροές αλλά και καθόρισαν την παγκόσμια οικονομία και τις πολιτικές ισορροπίες μπορούμε να αναφέρουμε την παγκόσμια οικονομική ύφεση, το τρομοκρατικό χτύπημά στους δίδυμους πύργους το 2001 (9/11), τα τρομοκρατικά χτυπήματα στην Ευρώπη, οι πόλεμοι σε Αραβικές χώρες (Ιράκ, Αφγανιστάν, Συρία, Λιβύη κτλ.) η εμφάνιση εξτρεμιστικών οργανώσεων όπως το Ισλαμικό κράτος (ISIS), το τσουνάμι στην Ασία, ο ιός SARS καθώς και η επιδημία του Κορονοιού (COVID - 19) το 2019 – 20.

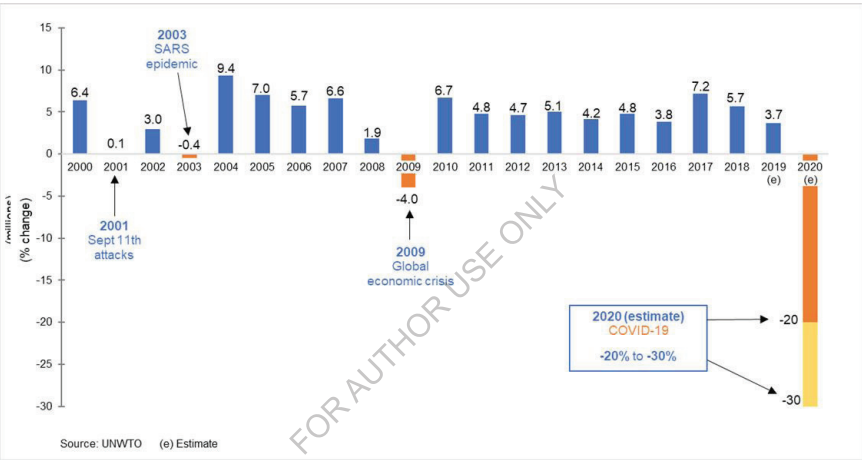
Ο αντίκτυπος των παραπάνω αρνητικών εξελίξεων στον τουρισμό και τα ταξίδια δεν θα μπορούσε παρά να είναι τεράστιος, πόσο μάλλον όταν σε αυτές προστεθούν και ταξιδιωτικοί περιορισμοί.

Συμπεριλαμβανομένης και της παγκόσμιας υγειονομικής κρίσης που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα από την αρχή του 2020 (COVID – 19), όπου συμφώνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού το αντίκτυπός της στον διεθνή τουρισμό θα είναι – με διαφορά – η

χειρότερη μείωση που έχει παρατηρηθεί ποτέ εν καιρό ειρήνης. Αν το συγκρίνουμε με τις προηγούμενες διεθνείς κρίσεις θα δούμε ότι :

το 2009 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις με την παγκόσμια οικονομική κρίση έπεσαν κατά 4%, το 2003 η επιδημία SARS οδήγησε σε μείωση μόλις 0,4% και κατά 0,1% με την τρομοκρατική επίθεση στην Αμερική τον Σεπτέμβριο του 2001 (Διάγραμμα 1).

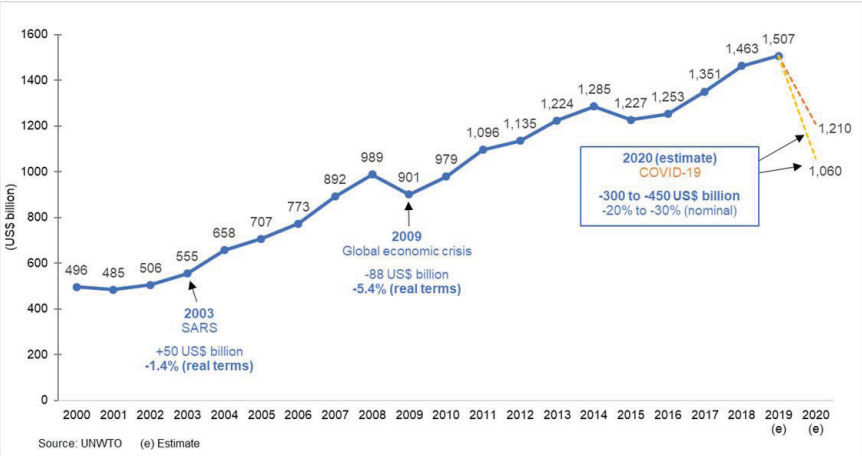
Διάγραμμα 1 : Ποσοστιαία μεταβολή (%) των διεθνών αφίξεων τουριστών



Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO)

Η πιο αισιόδοξη εκτίμηση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για την υγειονομική κρίση που διανύουμε είναι ότι οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις θα μειωθούν κατά 20% έως 30% το 2020 (Διάγραμμά 1) ενώ αντίστοιχη μείωση θα έχουν και τα παγκόσμια έσοδα από τον τουρισμό 300 – 450 δις δολάρια (US $), περίπου το ένα τρίτο των εισπράξεων του 2019 (Διάγραμμα 2).

Διάγραμμα 2 : Παγκόσμια έσοδα απο τον τουρισμό σε δις δολάρια (USD)



Πηγή : Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO)

FOR AUTHOR USE ONLY

Στην Ευρώπη αντίστοιχα αναμένεται η μείωση των εσόδων και των αφίξεων να είναι μεγαλύτερη από τον παγκόσμιο μέσο όρο. Επίσης μεγάλο πλήγμα αναμένεται να δεχτεί ο κλάδος των ξενοδοχείων, ενώ παράλληλα αναμένεται και μεγάλη απώλεια θέσεων εργασίας σε όλον τον κόσμο καθώς η παγκόσμια οικονομία μπαίνει και πάλι σε τροχιά ύφεσης.

Να σημειωθεί εδώ ότι αυτές είναι εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και πιθανό να αναθεωρηθούν.

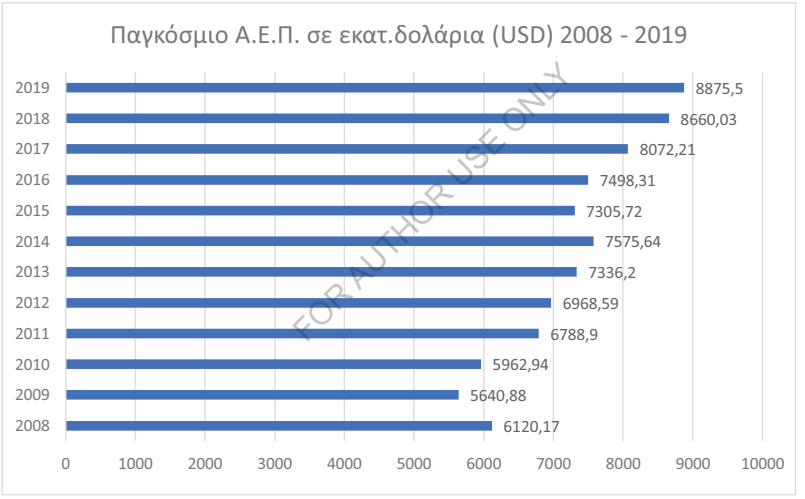
2.2 Η συμβολή του τουρισμού στο παγκόσμιο Α.Ε.Π.

Το παγκόσμιο Α.Ε.Π. (GDP) ανέρχεται περίπου σε **88.5** τρις δολάρια (USD) σύμφωνα με την Παγκόσμια τράπεζα για το 2019, το 2018 σε **86.03** τρις δολάρια και το 2017 σε **80,21** τρις δολάρια (σε κανονικές τιμές).

Παρατηρούμε επίσης μια συνεχόμενη αυξητική τάση του παγκόσμιού Α.Ε.Π. αμέσως μετά την παγκόσμια οικονομική κρίση το 2009 και την κατάρρευση της παγκόσμιας οικονομίας όταν το Α.Ε.Π. μειώθηκε κατά 4,3% και στα **56.88** τρις δολάρια σύμφωνα με τα στοιχεία της Παγκόσμιας Τράπεζας (Γράφημα 1).

Το παγκόσμιο Α.Ε.Π. σε κανονικές τιμές δολαρίων (USD):

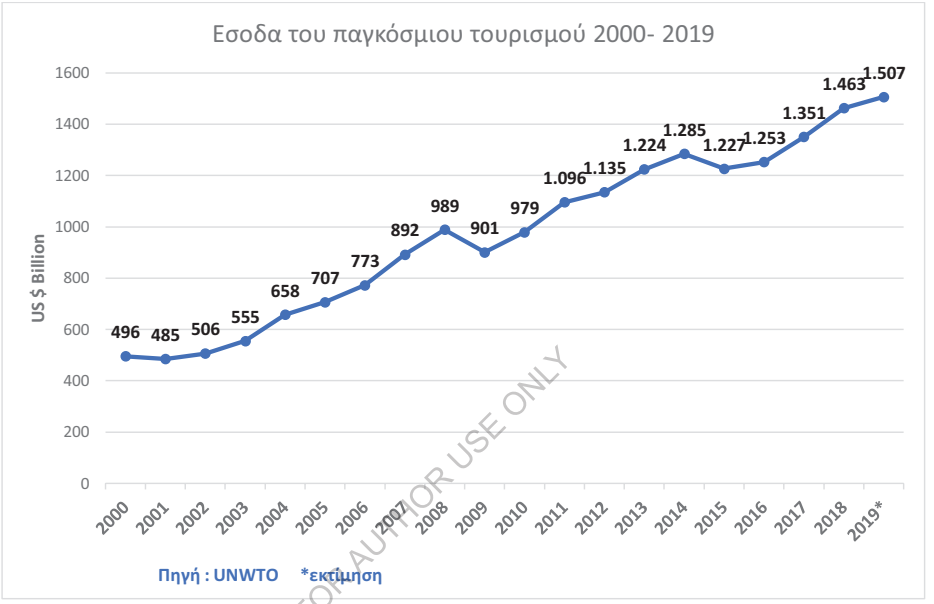
Γράφημα 1: World GDP 2008 – 2019 (USD $) σε κανονικές τιμές



ΠΗΓΗ: Παγκόσμια Τράπεζα & WTTC

Η συμβολή του τουρισμού στο παγκόσμιο Α.Ε.Π. σήμερα συμφώνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) υπολογίζεται (USD $) σε **1.507** δις δολάρια το 2019*, **1.463** δις δολάρια το 2018, το 2017 σε **1.351** δις δολάρια ενώ το 2016 σε **1.253** δις δολάρια (Γράφημα 2).

Γράφημα 2: Έσοδα παγκόσμιου τουρισμού



Πηγή: UNWTO, *προσωρινά στοιχεία UNWTO.

Παρατηρούμε την γρήγορη ανάκαμψη των τουριστικών εσόδων μετά την παγκόσμια οικονομική κρίση του 2009 καθώς παρά το γεγονός ότι τα έσοδα μειώθηκαν το 2010 αρχίζουν να ανακάμπτουν με αποτέλεσμα το 2011 να ξεπερνούν το ένα τρις δολάρια ($), ενώ οι διεθνείς τουριστικές εξαγωγές (I. T. E.) για το 2018 ανήλθαν στα 1.717 δις δολάρια και το 2018 σε 1.589 δις δολάρια καθώς τα έσοδα από τις διεθνείς μεταφορές επιβατών για το 2018 ήταν 256 δις (USD). *

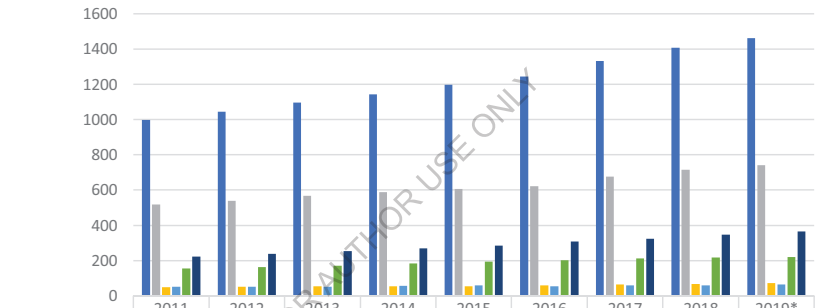
Η συνεχείς αυξητική τάση του τουρισμού τον κατατάσσει στους πιο προσοδοφόρους και πιο αναπτυσσόμενους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας ανάμεσα στους κλάδους των τραπεζών, της βιομηχανίας, της υγείας και του λιανεμπορίου καθώς και στους κλάδους με την μεγαλύτερη άμεση επιρροή σε κλάδους της οικονομίας όπως του αγροτικού κλάδου, του κατασκευαστικού, του τραπεζικού κλάδου και κυρίως στον κλάδο των μεταφορών, ενώ υπολογίζεται ότι το 2018 απασχόλησε δυναμικό σε 123 εκατ. θέσεις εργασίας .

*International Tourism Exports = International tourism receipts + Passenger transports

2.3 Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών

Συνολικά το 2019 οι διεθνείς αφίξεις τουριστών ανήλθαν στα **1.461** εκατ.* κατά 4% αυξημένες σε σχέση με το 2018 οπού ανήλθαν σε **1.407** εκατ. διεθνών αφίξεων και **1.332** εκατ. το 2017. Με το μεγαλύτερο μέρος των αφίξεων να τις υποδέχεται για άλλη μια φόρα η Ευρώπη με 50,8% το 2019* και 742 εκατ. και 51% το 2018 με 716 εκατ. αφίξεις και ακολουθεί η Ασία - Ωκεανία με 25% με 364 εκατ. το 2019* η Αμερικάνικη ήπειρος με 15% και 220 εκατ. αφίξεις και η Αφρική με 5% και 72 εκατ. αφίξεις και τέλος η Μέση Ανατολή με 4% και 64 εκατ. αφίξεις (πίνακας 1).

Πίνακας 1 : Παγκόσμιες αφίξεις & η κατανομή του 2011- 2019



FOR AUTHOR USE ONLY

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ	997	1.044	1.097	1.142	1.197	1.243	1.332	1.407	1.461
Ευρώπη	519	539	567	587	607	622	677	716	742
Αφρική	50	52	55	55	54	58	63	68	72
Μέση Ανατολή	51	52	51	56	58	55	58	59	64
Αμερική	156	163	170	183	194	201	211	216	220
Ασία - Ωκεανία	222	238	254	270	285	307	324	348	364

Πηγή: UNWTO *Προσωρινά στοιχεία

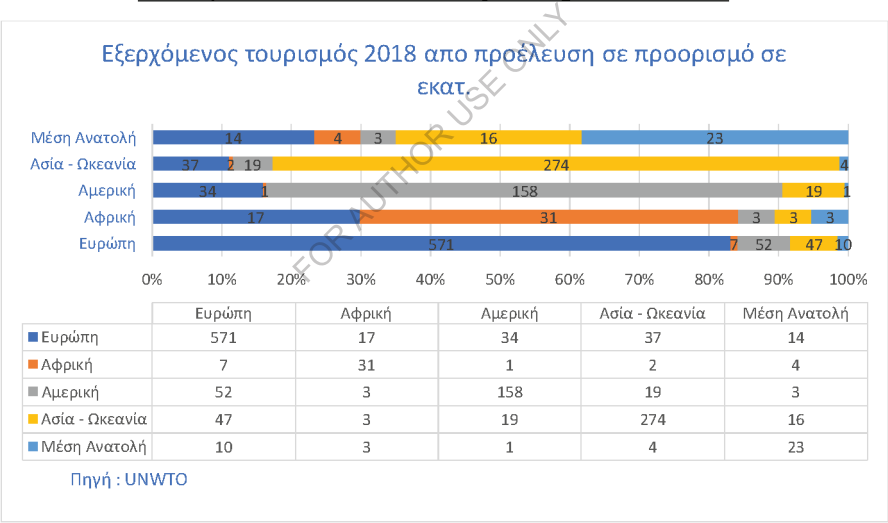
Σύμφωνα με τα στοιχεία παρατηρούμε ότι η Ευρώπη δέχεται το μεγαλύτερο μέρος των διεθνών αφίξεων, με συνεχή ανοδική τάση την τελευταία δεκαετία μαζί με την αγορά της Ασίας - Ωκεανίας. Την Μέση Ανατολή ως μία νέα αναδυόμενη αγορά (τον μεγαλύτερο όγκο αφίξεων των δέχονται τα Η. Α. Ε. περίπου 16 εκατ. το 2018) με μια σταθερή άνοδο από το 2016 και μετά λόγω των αρνητικών εξελίξεων στην ευρύτερη περιοχή τα προηγούμενα χρόνια καθώς και την αγορά της Αφρικής να ανεβαίνει σταθερά στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη ακολουθώντας την Μέση Ανατολή, ενώ σύμφωνα με τα στοιχεία του 2018 η επιρροή της τουριστικής βιομηχανίας στον κλάδο τον μεταφορών και η συμβολή της σε αυτόν είναι τεράστια καθώς το 58% επιλέξαν ως μέσο μεταφοράς για να ταξιδέψουν τις αεροπορικές μεταφορές, το 37% οδικώς, το 4% μέσω θαλάσσης και το 2% σιδηροδρομικώς.

Το 56% των διεθνών αφίξεων σύμφωνα με τον παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού ταξίδεψε για αναψυχή και διακοπές, το 27% για να επισκεφτεί φίλους ή συγγενείς του (VFR), για θρησκευτικό τουρισμό ή τουρισμό υγείας, το 12% για επαγγελματικούς λόγους και το 5% για μη προσδιορίσιμο λόγο.

Η κατά κεφαλή δαπάνη το 2018 ανήλθε σε 1.040 δολάρια (USD) ανά άφιξη παγκοσμίως και ανά διεθνή προορισμό στην Ευρώπη ανήλθε στα 800 δολάρια, στην Αμερική στα 1.570 δολάρια, στην Ασία – Ωκεανία στα 1.270 δολάρια, στην Αφρική 560 δολάρια και στην Μέση Ανατολή στα 1.220 δολάρια ανά άφιξη.

Είναι σημαντικό να επισημάνουμε ότι η Ευρώπη υποδέχεται διαχρονικά το μεγαλύτερο όγκο των διεθνών αφίξεων σε σχέση με τις υπόλοιπες τουριστικές αγορές με κύρια αγορά εισερχόμενου τουρισμού την ίδια. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Τουριστικού Οργανισμού το 2018, 571 εκατ. των ευρωπαίων πολιτών ταξίδεψαν εντός της Ευρωπαϊκής ήπειρού, όπου ανέρχεται στο 85% των διεθνών αφίξεων στην Ευρώπη και ακολουθεί αμέσως μετά η Αμερική με 52 εκατ. αφίξεις και το 22% και τρίτη η Ασία – Ωκεανία με 47 εκατ. αφίξεις και το 13% εισερχόμενου τουρισμού στην Ευρώπη (Πίνακας 2).

Πίνακας 2 : Outbound Tourism 2018 from origin to destination



	Ευρώπη	Αφρική	Αμερική	Ασία - Ωκεανία	Μέση Ανατολή
Ευρώπη	571	17	34	37	14
Αφρική	7	31	1	2	4
Αμερική	52	3	158	19	3
Ασία - Ωκεανία	47	3	19	274	16
Μέση Ανατολή	10	3	1	4	23

Πηγή : UNWTO

Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο : Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. και της Τράπεζας της Ελλάδος το 2019 η Ελλάδα φιλοξένησε περίπου **34 εκατομμύρια** τουρίστες οπού δαπάνησαν περί τα **18,5 δις** ευρώ. Συνεπώς η δραστηριότητα του τουρισμού στην χώρα μας συντέλεσε στην παραγωγή περίπου του 17% του ΑΕΠ της ελληνικής οικονομίας, ενώ παράλληλα συμβάλλει -κατά προσέγγιση- στο 15% στην διαμόρφωση της συνολικής απασχόλησης.

3.1 Η ιστορία του τουρισμού στην Ελλάδα

Η Ελλάδα ήταν ένας δημοφιλής ταξιδιωτικός προορισμός για τους Ευρωπαίους πολύ πριν ο τουρισμός αποκτήσει την σημερινή του μορφή. Το να επισκεφτείς την Ελλάδα ήταν κάτι το επιβεβλημένο για την αστική τάξη της Ευρώπης την εποχή της Αναγέννησης και το κύμα του φιλελληνισμού που αναπτύχθηκε όταν ανακάλυψαν ξανά την αρχαία ελληνική γραμματεία και την ελληνική κλασσική παιδεία. Το ταξίδι στην Ελλάδα είχε πολλές φόρες χαρακτήρα εκπαιδευτικό, ταξιδιώτες κυρίως από την Ευρώπη που ασχολούνταν με κλασσικές σπουδές και οι οποίοι βασισμένοι σε γραπτά αρχαίων ιστορικών και φιλοσόφων, ήθελαν να επισκεφτούν τις περιοχές και τις πόλεις όπου έζησαν οι μεγάλοι αυτοί Έλληνες αλλά και να επισκεφτούν περιοχές με μεγάλο ιστορικό και αρχαιολογικό ενδιαφέρον (Αθήνα, Σπάρτη, Δελφοί, Μυκήνες, Αρκαδία, Ολυμπία κτλ.), ειδικά Βρετανοί επιστήμονες και περιηγητές, οι οποίοι ήταν μέρος του Grand Tour όπως το ονόμαζαν, ιδιαίτερα όταν τα περισσότερα μέρη της Ευρώπης ήταν κλειστά και απροσπέλαστα κατά την διάρκεια των Ναπολεόντειων πόλεμων.

FOR AUTHOR USE ONLY

Μετά την εθνική παλιγγενεσία του 1821 – 1830 και την ανεξαρτησία του πρώτου Ελληνικού κράτους ο φιλελληνισμός και η ιδέα του ρομαντισμού για την αρχαία Ελλάδα προσέλκυσαν πολλούς Ευρωπαίους που ήθελαν να επισκεφτούν την Ελλάδα. Έτσι άρχισαν να εμφανίζονται και τα πρώτα ξενοδοχεία στο Ναύπλιο το 1828 με την επωνυμία « Ξενοδοχείον του Λονδίνου » και το 1845 στην Αθήνα η « Μεγάλη Βρετανία » που είναι το παλαιότερο σε λειτουργία ξενοδοχείο μεχρι σήμερα στην Ελλάδα.

Έτος ορόσημο για τον ελληνικό τουρισμό θεωρείται το 1896 καθώς ο Γάλλος βαρόνος Πιερ ντε Κουμπερτέν και ο Δημήτρης Βικέλας αναβίωσαν τους Ολυμπιακούς αγώνες. Κάτι που σηματοδότησε την αρχή της προόδου για τον ελληνικό τουρισμό καθώς προσέλκυσε πολλούς τουρίστες και δημιουργήθηκαν πολλά ξενοδοχεία στην Αθήνα, στο Ναύπλιο, στην Κέρκυρα αλλά και σε άλλες πόλεις της Ελλάδας.

Επιπρόσθετά αρχίσαν να κάνουν την εμφάνιση τους κι άλλα επαγγέλματα που σχετίζονται με τον τουρισμό όπως ταξιδιωτικά γραφεία και ταξιδιωτικοί πράκτορες. Διάφοροι Έλληνες επιχειρηματίες της διασποράς άρχισαν να επενδύουν στον τουρισμό χτίζοντας ξενοδοχεία σε διάφορα μέρη της Ελλάδας άλλα κυρίως όμως στην Αθήνα. Έτσι ο ελληνικός τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται σιγά – σιγά με πρωτοβουλία του ιδιωτικού τομέα και χωρίς την επίσημη κρατική συμμέτοχή.

Σταθμός για τον ελληνικό τουρισμό αποτέλεσε το έτος 1929, όταν ο τότε πρωθυπουργός Ελευθέριος Βενιζέλος με τον νόμο 4377/1929 ιδρύει τον Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού γνωστό και ως Ε.Ο.Τ. θέτοντας έτσι τις βάσεις του σύγχρονου τουρισμού στην Ελλάδα.

Οργάνωσε τα πρώτα διαφημιστικά προγράμματα, εξέδωσε τα πρώτα τουριστικά έντυπα και τις πρώτες διαφημιστικές αφίσες σε δύο γλώσσες (Αγγλική και Γαλλική).

Επίσης θέσπισε τις πρώτες τεχνικές προδιάγραφες λειτουργίας για τα ξενοδοχεία και κατασκεύασε περίπτερα δίπλα από τους αρχαιολογικούς χώρους.

Ενδεικτικά να αναφέρουμε ότι η τουριστική κίνηση κατά την διάρκεια του μεσοπολέμου ήταν 22.500 αφίξεις το 1925 ενώ το 1938 σημειώθηκε ρεκόρ αφίξεων καθώς καταγράφηκαν 153.632 αφίξεις ή ετήσιο ποσοστό 50% (μέση ετήσια αύξησή 10.000 άτομα).

3.1.1 : Η περίοδος από το 1950 και μετά

Μετά το τέλος του 2ου Παγκοσμίου πολέμου και του εμφυλίου που ακολούθησε ο τουρισμός στην Ελλάδα άρχισε αργά αλλά σταθερά να ανασυγκροτείται. Επανιδρύθηκε ο Ε.Ο.Τ. το 1950 – ’51, ως μια μόνιμη δημόσια υπηρεσία και τέθηκε ως βασικός στόχος η προσέλκυση αλλοδαπών τουριστών καθώς αντιλήφθηκαν ότι ο τουρισμός μπορεί να συντελέσει στην ανασυγκρότηση της ελληνικής οικονομίας που είχε καταστραφεί εντελώς.

Έτσι από το 1951 όπου καταγράφηκαν 68.000 αφίξεις το 1966 καταγράφηκαν 1.130.000 αφίξεις αριθμός ρεκόρ για τον ελληνικό τουρισμό την εποχή εκείνη ενώ το 1962 καταγράφονται 57.000 κλίνες όλων των τάξεων.

Η ανοδική πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα συνεχίστηκε και την δεκαετία του 1970 – ’80, όπου και αυξήθηκε και η ξενοδοχειακή υποδομή της χώρας με την δημιουργία πολλών μονάδων και στα νησιά. Έτσι το 1980 καταγράφονται 286.000 κλίνες στα ξενοδοχεία όλων των τάξεων.

Η δεκαετία του 1980 – ’90 ήταν η δεκαετία ραγδαίας ανάπτυξης του τουρισμού καθώς η ανέγερση νέων ξενοδοχειακών μονάδων συνεχίστηκε με επιδοτήσεις μέσω αναπτυξιακού νόμου. Έτσι την περίοδο 1985 – ’87 εξαγγέλλεται τουριστική πολίτική για την βελτίωση και ανάδειξη του τουριστικού μας προϊόντος ενώ έγινε προσπάθεια για απεξάρτηση από τον μαζικό τουρισμό και ανάδειξη όλων των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που διαθέτουμε έναντι των ανταγωνιστών μας και την ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού και τέλος τέθηκαν οι βάσεις για την προστασία του περιβάλλοντος, της επιμήκυνσης της τουριστικής περίοδού και της καλύτερης κατανομής των τουριστικών μονάδων – δραστηριοτήτων.

Η δεκαετία του ’90 χαρακτηρίζεται από πολλές αλλαγές για τον δημόσιο φορέα τουρισμού το 1991 καταργείτε το Υπουργείο Τουρισμού που είχε συσταθεί το 1988, για να επανιδρυθεί το 1993 και να καταργηθεί πάλι το 1996 και να ιδρυθεί εκ νέου το 2004 έτσι ο Ε.Ο.Τ. παραμένει έως σήμερα αλλά με μειωμένες αρμοδιότητες σε σχέση με το παρελθόν.

FOR AUTHOR USE ONLY

3.2 Η τουριστική ανάπτυξη την περίοδο 2000 – 2019

Η αυγή της νέας χιλιετίας βρίσκει την Ελλάδα με θετικό για τον τουρισμο πρόσημο καθώς το 2000 καταγράφεται αύξηση των εισπράξεων της τάξεως του 21,1% σε σχέση με το προηγούμενο έτος (1999). Σύμφωνα με τον **πίνακα 3.1** το 2002 όμως σημειώθηκε μείωση -2,5% σε σχέση με το 2001, ενώ το 2003 συνεχίστηκε η μείωση κατά -7,7% των εισπράξεων σε σχέση με το 2002.

Το 2004, χρονιά διοργάνωσης τον Ολυμπιακών Αγώνων από την Αθήνα ο τουρισμός γνώρισε τρομερή αύξηση με αποτέλεσμα να γνωρίσει ανάκαμψή σε σχέση με τις προηγούμενες χρόνιες που έκλεινε με μείωση, σημειώνοντας αύξηση των εισπράξεων της τάξεως του 9% σε σχέση με το προηγούμενο έτος μία τροχιά ανάκαμψης που θα συνεχιστεί και της επόμενες χρόνιες. Το 2005 σημειώνεται αύξηση 6,7% στις εισπράξεις και 7,2% στις αφίξεις, ενώ το 2006 5,3% αύξηση στις εισπράξεις και 7,9% στις αφίξεις.

Όσον αφορά την μέση ετήσια αύξηση της προστιθέμενης αξίας στον κλάδο των ξενοδοχείων –εστιατορίων στην Ελλάδα, αυξήθηκε την περίοδο 2000-2006 με μέσο ετήσιο ρυθμό 8,0%, ελαφρά υψηλότερο από τον ρυθμό αυξήσεως του ονομαστικού ΑΕΠ και επίσης υψηλότερο από τον ρυθμό αυξήσεως των εισπράξεων από τον εξωτερικό τουρισμό. Έτσι, ο κλάδος αυτός αποτελούσε το 2007 το 7,7% της συνολικής προστιθέμενης αξίας στη χώρα, έναντι 7,5% το 2000. Τα συνολικά έσοδα της χώρας από τον εισερχόμενο τουρισμό ανήλθαν το 2008 στα € 11,64 δισ..

Το 2009 παρόλο την διεθνή οικονομική κρίση η τουριστική οικονομία συμβάλει στο Α.Ε.Π. της Ελλάδας κατά 15,9%, ενώ η συνολική απασχόληση φτάνει τις 798.600 περίπου θέσεις εργασίας και αντιστοιχεί στο 17,7% της συνολικής απασχόλησης της χώρας.

FOR AUTHOR USE ONLY

Πίνακας 3.1: Διεθνής τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις της Ελλάδας 2000 - 2019

Έτος	Αφίξεις (σε χιλ.)	Ετήσια μεταβολή (%)	Εισπράξεις σε δις (Ευρώ)	Ετήσια μεταβολή εισπράξεων (%)
2000	13.096	7,7	9.981	21,1
2001	14.057	7,3	10.548	5,7
2002	14.180	0,9	10.285	-2,5
2003	13.969	-1,5	9.495	-7,7
2004	13.313	-4,7	10.348	9,0
2005	14.427	7,2	11.037	6,7
2006	15.400	7,9	11.600	5,3
2007	16.200	9,5	11.300	-1,0
2008	15.900	-1,05	11.600	1,0
2009	14.900	-10,6	10.400	-9
2010	15.000	0,9	9.600	-9,2
2011	16.400	9,1	10.500	1,10
2012	15.520	-2,46	10.020	-0,9
2013	17.900	8,7	11.700	1,15
2014	22.000	8,15	13.000	11,0
2015	23.600	9,3	13.600	1,0
2016	24.700	9,5	12.700	-0,9
2017	27.200	9,1	14.200	11,1
2018	30.100	9,1	15.600	10,9
2019*	34.000	9,0	18.500	11,85

*Εκτίμηση, **Παρατηρήσεις**: Δεν συμπεριλαμβάνονται τα έσοδα από την κρουαζιέρα.

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία, Τράπεζα της Ελλάδος και W.T.O.

Το 2013 ο τουρισμός στην Ελλάδα μπαίνει σε τροχιά ανόδου καθώς οι αφίξεις είναι 17.9 εκ. και 11,7 δις ευρώ, το 2015 στις 23,6 εκατομμύρια και 13,6 δις ευρώ, το 2018 ξεπερνάει για πρώτη φορά 30 εκατομμύρια αφίξεις και τα έσοδα ανέρχονται στα 18,5 δις ευρώ ενώ το 2019 οι αφίξεις ήταν 34 εκατομμύρια και οι εισπράξεις 18,5 δις ευρώ.

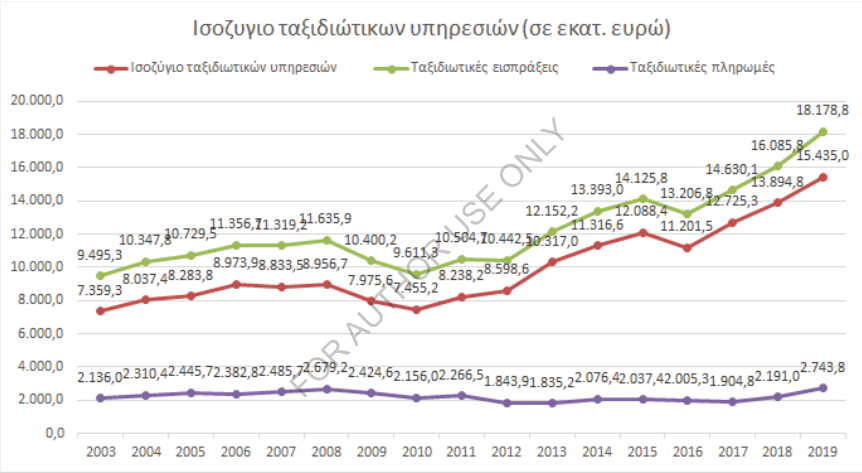
FOR AUTHOR USE ONLY

3.3. Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών

Σύμφωνα με την έρευνα συνόρων της Τράπεζας Ελλάδος το *Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών το 2019 διαμορφώθηκε στα 15.435 εκατ. ευρώ, όταν το 2010 ήταν 7.455,2 εκατ. (Διάγραμμα 3.1).

Η συνεχής αύξηση του ταξιδιωτικού ισοζυγίου υποδεικνύει την επιρροή του τουρισμού στην οικονομία και την συνεισφορά του στην εισροή τουριστικού συναλλάγματος.

Διάγραμμα 3.1: Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών 2003 – 2019



Πηγή : Τ.τ.Ε.

---

*Ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών = Ταξιδιωτικές εισπράξεις – Ταξιδιωτικές πληρωμές

Ταξιδιωτικές εισπράξεις: εκτίμηση της δαπάνης την οποία πραγματοποιούν στην Ελλάδα οι ταξιδιώτες-κάτοικοι εξωτερικού- κατά τη διάρκεια της επίσκεψής της στη χώρα.

Ταξιδιωτικές πληρωμές: εκτίμηση της δαπάνης την οποία πραγματοποιούν στο εξωτερικό οι ταξιδιώτες-κάτοικοι Ελλάδος- κατά τη διάρκεια της επίσκεψής της σε χώρα εκτός Ελλάδος.

3.4 Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά χώρα προέλευσης

Ο τουρισμός είναι από της κλάδους της ελληνικής οικονομίας που συμβάλει στην εισροή συναλλάγματος στην χώρα. Το τουριστικό συνάλλαγμα για το 2019 σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος συνολικά ανήλθε στις 18.178,8 εκατ. ευρώ, ενώ το 2018 στα 16.085,8 εκατ. ευρώ.

Οι κυριότερες εισπράξεις τουριστικού συναλλάγματος στην Ελλάδα προέρχονται από μεμονωμένους ταξιδιώτες καθώς το 2019 το τουριστικό συνάλλαγμα ήταν 11.657,5 εκατ. Ευρώ ενώ από οργανωμένα ταξίδια (Group) ήταν 6.521,3 εκατ. Ευρώ. Αντίστοιχα η χώρα της αρχίζει να γνωρίζει άνθιση στον τομέα της κρουαζιέρας βλέποντας τα έσοδα της να αυξάνονται κάθε χρόνο (**Πίνακας 3.2**).

Πίνακας 3.2: Τουριστικές εισπράξεις ανά είδος ταξιδιού (σε εκατ. Ευρώ)

ΕΙΔΟΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΗ	2015	2016	2017	2018	2019
Μεμονωμένοι ταξιδιώτες	9.805,5	8.979,3	9.536,6	10.742,6	11.657,5
*Οργανωμένα ταξίδια**	4.320,3	4.227,5	5.093,6	5.343,3	6.521,3
Κρουαζιέρες	446,6	457,5	427,7	432,6	498,9
ΣΥΝΟΛΟ**	**14.125,8**	**13.206,8**	**14.630,1**	**16.085,8**	**18.178,8**

Πηγή: Τ. τ. Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Σύμφωνα με τα στοιχεία οι 5 σημαντικότερες χώρες τουριστικών εισπράξεων είναι η Γερμανία οπού κατέχει διαχρονικά την πρώτη θέση με 2.958,6 εκατ. ευρώ το 2019, το Ην. Βασίλειο με 2.564,2 εκατ. ευρώ και ακολουθούν οι Η.Π.Α., η Γαλλία και η Ιταλία. Το σύνολο των τουριστικών εισπράξεων από αυτές τις χώρες μονο το 2019 ξεπέρασε τα 8.800 εκατ. ευρώ (**Πίνακας 3.3**).

Πίνακας 3.3 : Οι 5 κυριότερες χώρες τουριστικών εισπράξεων (σε εκατ. ευρώ)

	2015	2016	2017	2018	2019
Χώρα Προέλευσης					
Γερμανία	2.244,6	2.127,9	2.552,7	2.961,6	2.958,6
Ηνωμένο Βασίλειο	2.019,5	1.944,2	2.064,7	1.937,2	2.564,2
Η.Π.Α.	943,3	727,9	813,9	1.040,1	1.188,6
Γαλλία	1.194,3	888,8	993,9	954,1	1.089,7
Ιταλία	832,7	722,2	753,3	938,9	1.008,6
Σύνολο	**7.234,4**	**6.411,0**	**7.178,5**	**7.831,9**	**8.809,7**

Πηγή: Τ.τ.Ε

*Από τον Ιανουάριο 2010 η κατηγορία 'οργανωμένα ταξίδια' περιλαμβάνει οποιονδήποτε συνδυασμό των ταξιδιωτικών υπηρεσιών για εισιτήρια, διαμονή και λοιπές υπηρεσίες, που αγοράζονται μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων. Περιλαμβάνει επίσης και τα πακέτα κρουαζιέρας.

Η μεγαλύτερη εισροή τουριστικού συναλλάγματος προς την Ελλάδα είναι από τις χώρες της Ευρώπης, η οπού αποτελεί και την κύρια αγορά εισερχόμενου τουρισμού στην χώρα μας.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του **πίνακα 3.4** οι εισπράξεις από τις χώρες της Ευρωπαϊκής ένωσης των 28 χωρών ανήλθαν στα 12.294,7 εκατ. ευρώ το 2019 με την Γερμανία να είναι διαχρονικά η χώρα με την μεγαλύτερη εισροή τουριστικού συναλλάγματος στην Ελλάδα με δεύτερη την Γαλλία και τρίτη την Ιταλία.

Πίνακας 3.4 : ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΝΑ ΧΩΡΕΣ της Ε.Ε. ΣΤΗΝ ΖΩΝΗΣ ΤΟΥ ΕΥΡΩ (σε εκατ. ευρώ)

Χώρα Προέλευσης	2015	2016	2017	2018	2019
Χώρες ζώνης ευρώ εκ των οποίων (σύνολο)	**6.008,5**	**5.580,4**	**6.296,0**	**7.102,2**	**7.731,9**
Αυστρία	300,5	251,4	256,9	363,5	461,5
Βέλγιο	373,1	317,6	341,4	399,3	453,3
Γαλλία	1.194,3	888,8	993,9	954,1	1.089,7
Γερμανία	2.244,6	2.127,9	2.552,7	2.961,6	2.958,6
Ισπανία	66,4	129,3	87,8	123,0	203,0
Ιταλία	832,7	722,2	753,3	938,9	1.008,6
Κύπρος	249,2	310,5	333,8	361,1	465,1
Ολλανδία	438,8	480,7	640,0	615,4	533,8
Χώρες ΕΕ – 28	**9.403,3**	**9.097,4**	**9.872,0**	**11.008,7**	**12.294,7**
ΣΥΝΟΛΟ Εισπράξεων	**14.125,8**	**13.206,8**	**14.630,1**	**16.085,8**	**18.178,8**

Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Από τις χώρες που βρίσκονται εκτός της ζώνης του ευρώ το 2019 οι τουριστικές εισπράξεις διαμορφώθηκαν στα 4.562,8 εκατ. ευρώ με το Ην. Βασίλειο να είναι αυτό με την μεγαλύτερη εισροή τουριστικού συναλλάγματος προς την Ελλάδα και το 2019 με 2.564,2 εκατ. ευρώ (**Πίνακας 3.5**).

Πίνακας 3.5 : Εισπράξεις από χώρες της Ε.Ε. εκτός ζώνης του Ευρώ (σε εκατ. Ευρώ)

Χώρα Προέλευσης	2015	2016	2017	2018	2019
Χώρες ΕΕ εκτός ζώνης ευρώ εκ των οποίων	**3.394,8**	**3.517,1**	**3.576,0**	**3.906,5**	**4.562,8**
Χώρες ΕΕ - 28	**9.403,3**	**9.097,4**	**9.872,0**	**11.008,7**	**12.294,7**
Δανία	142,2	132,8	146,6	213,2	190,7
Ηνωμένο Βασίλειο	2.019,5	1.944,2	2.064,7	1.937,2	2.564,2
Ρουμανία	179,0	391,3	374,4	450,0	482,7
Σουηδία	220,7	221,3	271,7	278,6	258,3
Τσεχία	201,6	123,1	132,2	161,8	186,4

Πηγή: Τ.τ.Ε.

Τέλος από τις χώρες εκτός Ευρωπαϊκής ένωσης η χώρα με την μεγαλύτερη εισροή τουριστικού προς την Ελλάδα είναι οι Η.Π.Α. με 1.188,6 εκατ. ευρώ το 2019 με την Ελβετία να ακολουθεί δεύτερή με 462,4 εκατ. ευρώ (**Πίνακας 3.6**).

Πίνακας 3.6: Εισπράξεις από χώρες εκτός Ε.Ε. (σε εκατ. Ευρώ)

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	2015	2016	2017	2018	2019
Αλβανία	146,9	170,2	190,0	236,3	212,4
Αυστραλία	237,2	182,0	394,9	362,4	370,9
Ελβετία	374,8	336,1	341,3	399,5	462,4
ΗΠΑ	943,3	727,9	813,9	1.040,1	1.188,6
Καναδάς	222,7	141,4	178,8	364,6	342,8
Ρωσία	421,3	436,1	418,1	340,6	433,4
Λοιπές Χώρες	**4.275,9**	**3.651,8**	**4.330,4**	**4.644,5**	**5.385,2**

Πηγή Τ.τ.Ε.

3.5: Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού

Οι λόγοι ταξιδιού ποικίλουν ανά ταξιδιώτη. Οι κυριότεροι λόγοι όμως ταξιδιού ομως είναι οι προσωπικοί και ακολουθούν οι λόγοι αναψυχής.

Σύμφωνα με τον **Πίνακα 3.7** το 2019 ταξίδεψαν για προσωπικούς λόγους στην Ελλάδα 17.283,8 χιλ. επισκέπτες όταν το 2018 ταξίδεψαν για τον ίδιο λόγο 15.216,8 χιλ.. Υπήρξε μια μεταβολή της τάξεως του +13,6%.

Ο αμέσως επόμενος λόγος είναι η αναψυχή όπου το 2019 ταξίδεψαν 15.878,9 χιλ. επισκέπτες προς την Ελλάδα αυξήθηκαν κατά 15,7% σε σχέση με το 2018. Επίσης θα πρέπει να παρατηρήσουμε ότι η Ελλάδα υποδέχεται πολλούς επισκέπτες που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους τα τελευταία χρόνια, το 2019 αυξήθηκε κατά 3% (895 χιλ. το 2019 σε σχέση με το 2018 (869 χιλ.).

FOR AUTHOR USE ONLY

		Ιανουάριος-Δεκεμβριος					
	2016	2017	%Μεταβολή	2018	(%)Μεταβολή	2019	(%)Μεταβολή
Προσωπικοί λόγοι	**12.406,00**	**13.794,50**	**11,2**	**15.216,80**	**10,3**	**17.283,80**	**13,6**
Αναψυχή	11.225,90	12.558,10	11,9	13.727,50	9,3	15.878,9	15,7
Σπουδές	175,9	226,9	29	194,1	-14,4	264,6	36,3
Λόγοι υγείας	35,4	55	55,4	48,7	-11,3	58,6	20,2
Επίσκψη σε οικογένεια	696,7	719,3	3,3	991,1	37,8	806,8	-18,6
Λοιποι λόγοι	272,2	235,2	-13,6	255,4	8,6	274,9	7,7
Επαγγελματικοί λόγοι	**800,8**	**835,6**	**4,3**	**869**	**4**	**895**	**3,0**
ΣΥΝΟΛΟ	**13.206,80**	**14.630,10**	**10,8**	**16085,8**	**10**	**18.178,8**	**13**

Πηγή: Τ.τ.Ε.

3.6: Η Μέση Κατά Κεφαλήν Δαπάνη ανά Τουρίστα

Μέση κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη ορίζουμε την δαπάνη που αναλογεί κατά μέσο όρο σε κάθε τουρίστα που ξοδεύει κατά την διάρκεια της παραμονής του στην χώρα που επισκέπτεται.

Υπολογίζετε ακολούθως :

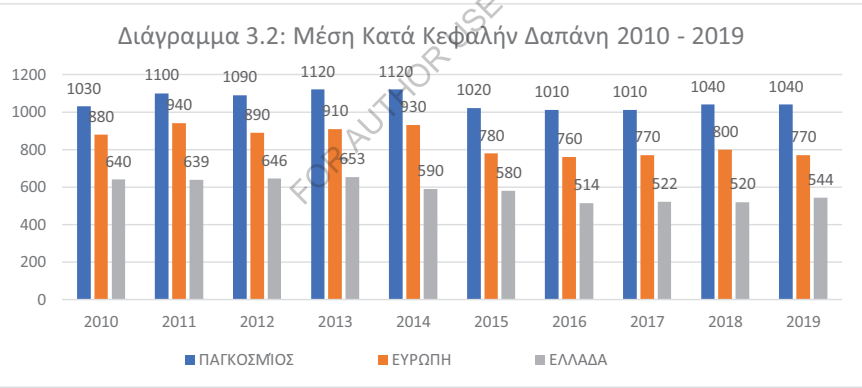
Μέση Κατά Κεφαλήν Δαπάνη = Έσοδα από τον τουρισμό / Το πλήθος των επισκεπτών

Έτσι το 2019 η μέση κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη αυξήθηκε στα 544 ευρώ (18,5 δις /34 εκατ.= 544,1 ευρώ) ενώ το 2018 ήταν στα 520 ευρώ.

Όταν σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού η μέση κατά κεφαλήν δαπάνη ανά τουρίστα προσδιορίζεται στα 950 ευρώ (1040 USD) και για την Ευρώπη περίπου στα 700 ευρώ (770 USD) για το 2019.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του **διαγράμματος 3.2** παρατηρείται μια συνεχή πτώση της μέσης κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία καθώς το 2010 ήταν στα 640 εύρω, το 2013 ανήλθε στα 653 ευρώ και από το 2014 και έπειτα ακολουθεί μια φθίνουσα πορεία σε σχέση με τον μέσο όρο στην Ευρώπη.

FOR AUTHOR USE ONLY



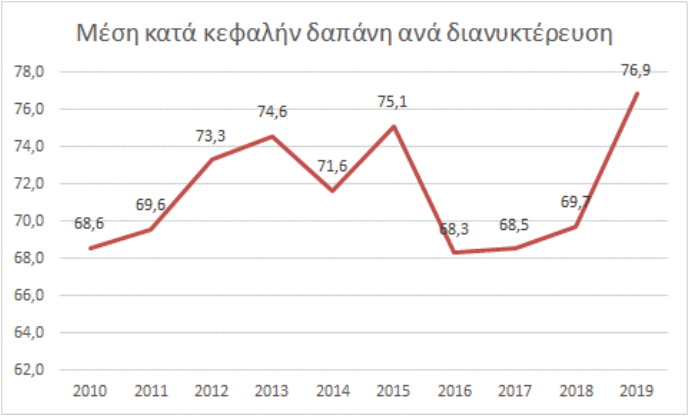
Πηγή : W.T.O., T.τ.E.

Αξιοσημείωτο επίσης είναι το γεγονός ότι η κατά κεφαλήν δαπάνη ανά διανυκτέρευση ακολουθεί την ίδια ακριβώς τάση, δηλαδή ενώ οι αφίξεις αυξάνονται η κατά κεφαλήν δαπάνη ανά τουρίστα και ανά διανυκτέρευση ακολουθεί από το 2013 μία πτωτική πορεία με εξαίρεση το 2019 όπου βλέπουμε να ανεβαίνει.

Το 2018 πραγματοποιήθηκαν 30.100 χιλ. αφίξεις και 227.012 χιλιάδες διανυκτερεύσεις, ενώ το 2019 34.000 χιλ. αφίξεις και 232.463,7 χιλ. διανυκτερεύσεις.

Έτσι η μέση κατά κεφαλήν δαπάνη ανά διανυκτέρευση διαμορφώθηκε για το 2018 στα 69,7 ευρώ και το 2019 αυξήθηκε στα 76,9 ευρώ **(Διάγραμμα 3.3).**

Διάγραμμα 3.3: Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη ανά διανυκτέρευση



Πηγή: Τ.τ.Ε.

Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Υπηρεσιών, 2019-2020 «Η τουριστική οικονομία στην Κρήτη: Επικοινωνία και Προοπτικές», Σχολή Δ.Ε., Τμήμα Ο.Δ.Ε., Σπόκος Βασίλειος

FOR AUTHOR USE ONLY

Επίσης η στατιστική διαπίστωση ότι η κατά κεφαλήν δαπάνη ανά τουρίστα στην Ελλάδα εκτιμάται σχεδόν στο ήμισυ απ' ότι παγκοσμίως, καταδεικνύει το μεγάλο εύρος των έκνομων παραοικονομικών δραστηριοτήτων σε μία πλειάδα οικονομικών κλάδων, που άμεσα ή έμμεσα σχετίζονται με την τουριστική βιομηχανία στην χώρα μας.

3.7: Οι Διεθνείς τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος και του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού η Ελλάδα είναι ένας ισχυρός τουριστικός προορισμός με συνεχείς αυξητικές ρυθμούς στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις κάτι που αναδεικνύει την υψηλή συνεισφορά του στην ελληνική οικονομία.

Οι θετικές επιδράσεις της τουριστικής δραστηριότητας είναι ισχυρότατες σε καίριους οικονομικούς κλάδους όπως στον κλάδο των μεταφορών, των τροφίμων, του πολιτισμού κ.τ.λ.. η γεωγραφική θέση της Ελλάδας σε συνδυασμό με το τεράστιο απόθεμα κληρονομιάς, συνθέτουν το κράμα των αιτιωδών παραγόντων που έχουν καταστήσει τον τουρισμό την κυριότερη δραστηριότητα της ελληνικής οικονομίας.

Σύμφωνα με τον **πίνακα 3.7** το 2019 η χώρα μας υποδέχτηκε περί τα 34 εκατ. τουρίστες και πραγματοποιήθηκαν 232.463 χιλ. διανυκτερεύσεις και 18,5 δις ευρώ συνάλλαγμα όταν το 2015 ήταν 23,6 εκατ. με 78.332 χιλ. διανυκτερεύσεις και 13,6 δις συνάλλαγμα, δηλαδή υπάρχει μία αύξησή περίπου 10% τα 5 τελευταία χρόνια στις αφίξεις και 300% στις διανυκτερεύσεις και περί τα 5 δις ευρώ στις τουριστικές εισπράξεις.

Πίνακας 3.7: Οι αφίξεις σε σχέση με τις διανυκτερεύσεις και το συνάλλαγμα

Ετος	αφιξεις	διανυκτέρευσεις	συναλλαγμα
2015	23.600 χιλ.	78.332 χιλ.	13,600 σε εκατ.
2016	24.700 χιλ.	190.401 χιλ.	12.700 σε εκατ.
2017	27.200 χιλ.	209.855 χιλ.	14.200 σε εκατ.
2018	30.100 χιλ.	227.012 χιλ.	15.600 σε εκατ.
2019	34.000 χιλ.	232.463 χιλ.	18.500 σε εκατ.

Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

3.7.1: Οι αφίξεις ανά περιφέρεια

Οι αφίξεις στις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας το 2018 παρουσίασαν αύξηση της τάξεως του 14,3% σε σχέση με το 2017 (**Πίνακας 3.8**). Οι 12 από της 13 περιφέρειες παρουσίασαν αύξηση στον αριθμό των αφίξεων. Εξαίρεση αποτελεί η Περιφέρεια της Θεσσαλίας που σημείωσε μειώσει κατά -2,7%.

Πίνακας 3.8: Αφίξεις & Διανυκτερεύσεις 2016 - 2018 ανά Περιφέρεια (σε χιλ.)

	ΑΦΙΞΕΙΣ		ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ			%Διαφορά		
Περιφέρεια	**2016**	**2017**	**2018**	**2016**	**2017**	**2018**	**2018-2017**	**2017-2016**
Κεντρική Μακεδο	6.395	7.262	7.830	36.329,8	40.782,5	44.690,4	7,80%	13,60%
Νότιο Αιγαίο	5.277	5.841	6.629	39.996,1	46.210,0	51.084,2	13,50%	11,80%
Αττική	4.543	5.137	5.681	24.768,6	29.436,9	31.385,5	10,60%	13,10%
Κρήτη	4.537	4.806	5.228	39.377,5	40.270,7	43.819,0	8,80%	5,90%
Ιόνια Νησιά	2.457	2.966	3.162	21.493,2	24.943,6	24.761,8	6,60%	20,70%
Ανατολική Μακεδονία-Θράκη	1.363	1.349	1.930	5.413,8	5.420,5	6.466,6	43%	-1,00%
Πελοπόννησος	843	727	886	5.760,2	5.213,7	6.614,1	21,90%	-13,85%
Ηπειρος	717	713	823	3.621,9	3.643,2	3.362,3	15,40%	-0,40%
Δυτική Ελλάδα	513	563	699	2.741,7	2.818,6	3.183,5	24,10%	9,80%
Θεσσαλία	714	694	675	5.120,7	5.026,5	4.217,1	-2,70%	-2,90%
Στερεά Ελλάδα	409	376	549	1.845,0	2.012,7	2.998,5	46,10%	-8,00%
Βόρειο Αιγαίο	328	364	389	2.458,2	3.217,2	3.113,2	6,70%	11,00%
Δυτική Μακεδονία	330	222	349	1.475,2	858,8	1.315,9	57,50%	-32,90%
Σύνολο	**28.426**	**31.020**	**34.830**	**190.401,8**	**209.855,0**	**227.012,0**	**14,29%**	**10,99%**

Πηγή: Τ.τ.Ε., Σ.Ε.Τ.Ε., Επεξεργασία - Ανάλυση: συγγραφέας

Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας σημείωσε αύξηση +7,8% την περίοδο 2018 – 2017 με 7.830 χιλ. αφίξεις και 44.690,4 χιλ. διανυκτερεύσεις έναντι +13,6% την περίοδο 2017 – 2016 και διατήρησε την πρώτη θέση ανάμεσα στις 13 Περιφέρειες. Στη δεύτερη θέση βρίσκεται η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου με αύξηση +13,5% την περίοδο 2018 – 2017 με 6.629 χιλ. αφίξεις και 51.084,2 διανυκτερεύσεις έναντι 11,8% την περίοδο 2017- 2016 και την τρίτη θέση η Περιφέρεια Αττικής με 10,6% αύξησή την περίοδο 2018 – 2017 έναντί +13,1% την περίοδο 2017 – 2016.

Στην τέταρτη θέση διατηρήθηκε η Περιφέρεια Κρήτης την περίοδο 2018 – 2017 με αύξηση +8,8% με 5.228 χιλ. αφίξεις και 43.819 χιλ. διανυκτερεύσεις έναντι της περιόδου 2017 – 2016 που η αύξηση ήταν +5,9% και την 5η θέση η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων παρουσιάζοντας αύξηση +6,6% την περίοδο 2018 – 2017 όταν την περίοδο 2017 – 2016 παρουσίασε αύξηση της τάξεως του +20,7%.

Οι 5 πρώτες Περιφέρειες σε αφίξεις παρέμειναν αμετάβλητες και την περίοδο 2018 – 2017 καθώς οι ίδιες Περιφέρειες κατάφεραν να διατήρησαν την θέση στην κατάταξη την περίοδο 2017 – 2016. Στην 6η θέση η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης με αύξηση + 43% και 1.930 χιλ. αφίξεις όταν την περίοδο 2017 – 2016 γνώρισε μειώσει -1,0%, ενώ στην 7η θέση η Περιφέρεια Πελοποννήσου με +21,9% αύξηση και 886 χιλ. αφίξεις όταν την περίοδο 2017 – 2016 γνώρισε μείωση -13,8%. Στην 8η θέση παρέμεινε η Περιφέρεια Ηπείρου με 15,4% αύξηση την περίοδο 2018 – 2017 ενώ την περίοδο 2017 – 2016 γνώρισε μια οριακή μείωση -0,4% . Στην ένατη θέση κατατάσσεται η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας με

FOR AUTHOR USE ONLY

+24,1% αύξηση έναντι +9,8% που γνώρισε την περίοδο 2017 – 2016. Αντίθετα η Περιφέρεια Θεσσαλίας υποχώρησε στην 10η θέση καθώς γνώρισε και το 2018 μειώση της τάξεως του -2,7% (-2,9% το 2017 – 2016). 11η καταγράφοντας αύξηση +46,1% η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας όταν την περίοδο 2017 – 2016 σημείωσε μειώση -8%.

Τέλος στην 12η και 13η θέση οι Περιφέρειες Βορείου Αιγαίου και Δυτικής Μακεδονίας με αύξηση +6,7% και +57,5% αντίστοιχα την περίοδο 2018 – 2017 έναντι 11,% και -32,9% που γνώρισε η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας την περίοδο 2017 – 2016.

Θα πρέπει να πούμε ότι σύμφωνα με τα στοιχεία του **πίνακα 3.8** στις πέντε πρώτες σε κατανομή Περιφέρειες πραγματοποιήθηκε περίπου το 82% των τουριστικών αφίξεων το 2018 (Διάγραμμα 3.4 Πίνακας Παρατηρήσεών):

- Κεντρικής Μακεδονίας 7.830 χιλ./ 22,5%
- Νοτίου Αιγαίου 6.629 χιλ./ 19%
- Αττικής 5.681 χιλ./16,3%
- Κρήτης 5.228/ 15%
- Ιονίων Νήσων 3.162 χιλ./ 9,1%

Με βάση της διανυκτερεύσεις η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου διατήρησε την πρώτη θέση και την περίοδο 2018 – 2017 με αύξησή +10,5% έναντι 15,5% την περίοδο 2017 – 2016.στην 2η θέση η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με +9,6% έναντι +112,3% και 3η η Περιφέρεια Κρήτης με αύξηση +8,8% έναντι +2,3% την περίοδο 2017 – 2016. Η Περιφέρεια Αττικής διατηρήθηκε στην 4η θέση με +6,6% και στην 5η θέση η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων με μια οριακή πτώση που γνώρισαν σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο του -0,7% το 2018 σε σχέση με την περίοδο 2017 – 2016.

Έτσι το περίπου 86% των διανυκτερεύσεων στις 13 Περιφέρειες της χώρας έγιναν στις εξής 5 Περιφέρειες (Διάγραμμα 3.5 Πίνακας Παρατηρήσεών) :

- Νοτίου Αιγαίου 51.084 χιλ. / 22,5%
- Κεντρικής Μακεδονίας 44.690 χιλ. / 19,7%
- Κρήτης 43.819 χιλ. / 19,3%
- Αττικής 31.386 χιλ. / 13,8%
- Ιονίων Νήσων 24.762 χιλ. / 10,9%

FOR AUTHOR USE ONLY

Το 2019 σύμφωνα με τα στοιχεία του **Πίνακα 3.9** οι αφίξεις παρουσίασαν αύξηση της τάξεως του 7,4% με 4 Περιφέρειες να καταγράφουν μείωση αυτή την χρονιά, η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων και η Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου.

Πίνακας 3.9: Οι αφίξεις ανά Περιφέρεια 2019 – 2018 (σε χιλ.)*

Περιφέρεια	2019	2018	2019	2018	%Διαφορά Αφίξεων
	ΑΦΙΞΕΙΣ		ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ		
ΑΤΤΙΚΗ	5.923,30	5.680,80	34.028,0	31.385,5	10,40%
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	359,3	388,9	2.902,1	3.113,2	-9,20%
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	6.893,40	6.629,40	53.168,7	51.084,2	10,40%
ΚΡΗΤΗ	5.287,60	5.228,40	43.256,2	43.819,0	10,10%
ΑΝΑΤΟΛ. ΜΑΚ. & ΘΡΑΚΗΣ	3.833,10	1.929,90	10.170,6	6.466,6	19,90%
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	6.760,80	7.830,20	40.808,3	44.690,4	-8,60%
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	304,4	348,9	1.519,7	1.315,9	-8,70%
ΗΠΕΙΡΟΣ	1.033,20	823,2	4.002,5	3.362,3	12,60%
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	806,3	675	4.888,7	4.217,1	11,90%
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	3.047,80	3.162,30	23.744,4	24.761,8	-9,60%
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	817	699,2	4.530,4	3.183,5	11,70%
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	678,6	548,9	2.978,0	2.998,5	12,40%
ΠΕΛΛ/ΝΗΣΟΣ	898,5	886	6.466,3	6.614,1	10,10%
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	36.643,10	34.831,10	232.463,7	227.012,0	7,40%

FOR AUTHOR USE ONLY

Πηγή: Τ.τ.Ε., INSETE, ΕΛΣΤΑΤ

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου σημείωσε αύξηση 10,4% με 6.893,4 χιλ. αφίξεις και 53.168,7 χιλ. διανυκτερεύσεις και κατατάσσεται στην πρώτη θέση το 2019. Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατατάσσεται δεύτερη με 6.760,80 χιλ. αφίξεις και 40.808,3 διανυκτερεύσεις αλλά με μειώσει -8,6% σε σχέση με το 2018 (7.830,20 χιλ. αφίξεις και 44.690,4 χιλ. διανυκτερεύσεις), τρίτη κατατάσσεται η Περιφέρεια Αττικής με 10,4% αύξηση (5.923,3 χιλ. αφίξεις και 34.028 χιλ. διανυκτερεύσεις.

*Στον πίνακα παρουσιάζονται οι επισκέψεις, όχι η ταξιδιωτική κίνηση διότι ένας ταξιδιώτης μπορεί να επισκεφτεί περισσότερες από μια περιφέρειες στην διάρκεια ενός ταξιδιού

Στην 4η και την 5η θέση κατατάσσονται οι Περιφέρειες Κρήτης με 10,1% αύξηση και 5.287,6 χιλ. αφίξεις και η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης με αύξηση 19,9% σε σχέση το 2018 (3.833,10 χιλ. αφίξεις και 10.170,6 χιλ. διανυκτερεύσεις).

Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων έπεσε το 2019 στην έκτη θέση καθώς κατέγραψε μείωση -9,6% σε σχέση με το 2018, ενώ η Περιφέρεια Ηπείρου ανέβηκε στην 7η θέση με 12,6% αύξηση και 1.033,2 χιλ. αφίξεις, στην 8η η Περιφέρεια Πελοποννήσου με 10,1% αύξηση στην 9η η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας με 11,7% (817 χιλ. αφίξεις), η Περιφέρεια Θεσσαλίας με 11,9%. Στην 11η θέση η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας με 12,4% και 678,6 χιλ. αφίξεις. Τέλος την 12η και 13η θέση οι Περιφέρειες Βορείου Αιγαίου με μείωση -9,2% και η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας με μείωση -8,7%.

Οι πρώτες 5 Περιφέρειες σε αφίξεις το 2019 οπού και πραγματοποιήθηκε το 84% σε αυτές, είναι:

- Νοτίου Αιγαίου 53.168,7 χιλ.
- Κεντρικής Μακεδονίας 6.670,80 χιλ.
- Αττικής 5.923,3 χιλ.
- Κρήτης 5.287,6 χιλ.
- Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης 3.3833,10 χιλ.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ενώ οι 5 πρώτες Περιφέρειες σε διανυκτερεύσεις το 2019 οπού και πραγματοποιήθηκε το 84% των διανυκτερεύσεων είναι :

- Νοτίου Αιγαίου 53.167,7 χιλ.
- Κρήτης 43.256,2 χιλ.
- Κεντρικής Μακεδονίας 40.808,3 χιλ.
- Αττικής 34.208 χιλ.
- Ιονίων Νήσων 23.744,4 χιλ.

Το 2019 υπάρχει ανακατάταξη καθώς η Περιφέρεια Κρήτης κατατάσσεται στην 2η θέση από την 3η που ήταν το 2018. Ενώ η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων παρέμεινε στην 5η θέση το 2019 στις διανυκτερεύσεις παρόλο που στις αφίξεις έπεσε στην 6η.

Επιπλέον η μέση δαπάνη ανά περιφέρεια διαμορφώθηκε στα 482,5 ευρώ από 449 ευρώ το 2018.

3.8: Η κρουαζιέρα στην Ελλάδα

Η κρουαζιέρα αποτελεί μια από της αναξιοποίητες τουριστικές δραστηριότητες στην Ελλάδα εδώ και δεκαετίες. Η χώρα μας διαθέτει 6000 νησιά και νησίδες διάσπαρτα σε Αιγαίο και Ιόνιο πέλαγος εκ των οποίων τα 227 είναι κατοικημένα.

Η ζήτηση της κρουαζιέρας στην Ελλάδα συνεχώς αυξάνεται τα τελευταία χρόνια, αλλά δυστυχώς τα νησιά μας στερούνται υποδομής που να μπορούν να φιλοξενούν πλοία κρουαζιέρας.

Το 2019 σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος **(Πίνακας 7)** οι συνολικές εισπράξεις από την κρουαζιέρα ήταν 555,5 εκατ. Ευρώ (αυξήθηκε κατά 14,3% σε σχέση με το 2018 αλλά σημείωσε μειώσει στους συνολικούς επιβάτες κατά -9,4%).

Οι αφίξεις ανήλθαν σε 3.914 κρουαζιερόπλοια 700 περισσότερα σε σχέση με το 2018 (3.214 κρουαζιερόπλοια) ή +21,8% και συνολικές επισκέψεις επιβατών 5.566,4 χιλ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7: Βασικά μεγέθη Έρευνας Κρουαζιέρας

	2018	2019	(%) Μεταβολή
Συνολικές εισπράξεις (σε εκατ. ευρώ)	485,8	555,5	14,3
Συνολικοί επιβάτες (σε χιλιάδες)	3.059,0	2.771,3	-9,4
Συνολικές διανυκτερεύσεις εκτός κρουαζιερόπλοιων (σε χιλιάδες)	4.803,8	5.288,1	10,1
Αφίξεις κρουαζιερόπλοιων	3.214	3.914,0	21,8
Συνολικές επισκέψεις επιβατών (σε χιλιάδες)	4.733,5	5.566,4	17,6
Διερχόμενοι επισκέπτες (σε χιλιάδες)	4.261,9	5.044,5	18,4

αυξημένες κατά 17,6% από το 2018.

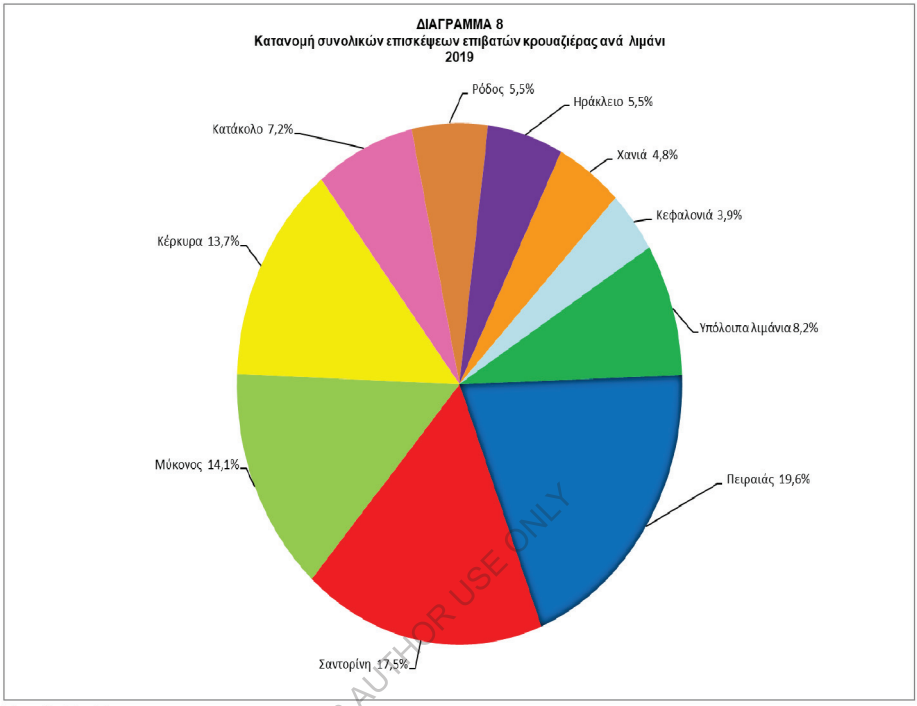
FOR AUTHORISE ONLY

Πηγή: Τ.τ.Ε.

Το λιμάνι που υποδέχεται το μεγαλύτερο ποσοστό επισκέψεών επιβατών κρουαζιέρας σύμφωνα με τα στοιχεία του 2019 είναι το λιμάνι του Πειραιά με 19,6% του συνόλου των επισκεπτών, το λιμάνι της Σαντορίνης είναι δεύτερο με 17,5%, η Μύκονος τρίτη με 14,1% και ακολουθεί το λιμάνι της Κέρκυρας με 13,7% του συνόλου, ενώ στην 5η θέση είναι το λιμάνι του Κατάκολου με 7,2%.

Ενδιαφέρον έχει ότι λιμάνια μεγάλων νησιών όπως της Ρόδου(5,5%), του Ηρακλείου(5,5%), των Χανίων (4,8%), της Κεφαλλονιάς (3,9%) έχουν το 19,7% μόνο του συνόλου των επισκέψεων και το 8,2% συμπληρώνουν τα υπόλοιπα λιμάνια της χώρας **(Διάγραμμα 8).**

Η κρουαζιέρα αποτελεί υψηλής ποιότητας τουρισμό με μεγάλα οφέλη για τον τουρισμό και την οικονομία μας. Δυστυχώς ομως η Ελλάδα στερείται υποδομών στα νησιά της για την κρουαζιέρα με αποτέλεσμα ενώ να υπάρχει αυξημένη ζήτηση στην Ελλάδα, εμείς να μην μπορούμε να ανταποκριθούμε κάτι που είναι πολύ εμφανές από την κατανομή τον επισκέψεων επιβατών κρουαζιέρας ανά λιμάνι.



Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

3.9: Η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ ανά Περιφέρεια το 2018

Σύμφωνα με τα στοιχεία ο τουρισμός διαχρονικά αποτελεί έναν βασικό πυλώνα της Ελληνικής οικονομίας με συνεχή αύξηση του όγκου εργασιών του. Η άμεση συνεισφορά του στο Α.Ε.Π. της χώρας σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος για το 2018 ήταν περίπου 11.7% ή περίπου 21,6 δις ευρώ.

Πίνακας 3.10: Η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ ανά Περιφέρεια το 2018

Περιφέρεια	Κατανομή εσόδων εισερχόμενου τουρισμού (%)	Αναλογία άμεσης τουριστικής δαπάνης σε εκατ. ευρώ	ΑΕΠ Περιφέρειας 2018* σε εκατ. ευρώ	Άμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ Της Περιφέρειας (%)
Νότιο Αιγαίο	28%	6.080	6.260	**97%**
Κρήτη	20%	4.317	9.139	**47%**
Αττική	15%	3.139	87.782	**4%**
Κεντρική Μακεδονία	15%	3.134	25.367	**12%**
Ιόνια Νησιά	15%	2.329	3.270	**71%**
Πελοπόννησος	11%	572	8.245	**7%**
Αν. Μακεδονία & Θράκη	3%	443	7.223	**6%**
Θεσσαλία	2%	373	9.643	**4%**
Ηπείρου	2%	306	4.145	**7%**
Δυτ. Ελλάδας	1%	292	8.406	**3%**
Στερεά Ελλάδα	1%	267	8.567	**3%**
Β. Αιγαίο	1%	226	2.570	**9%**
Δυτ. Μακεδονία	0%	83	4.098	**2%**
Σύνολο Χώρας	**100%**	**21.562**	**184.714**	**12%**

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Τ.τ.Ε. **σημ.: τα ποσά υπόκεινται σε στρογγυλοποίηση.**

*Το ΑΕΠ των Περιφερειών είναι προσωρινό και υπόκειται σε αλλαγή.

FOR AUTHOR USE ONLY

Η Περιφέρεια Ν. Αιγαίου με το 28% της κατανομής των εσόδων και ΑΕΠ (6.260 εκατ. ευρώ) η άμεση συμβολή του τουρισμού είναι 97% όπου εντοπίζεται και η μεγαλύτερη συμβολή του τουρισμού στο Περιφερειακό ΑΕΠ κάτι το οποίο είναι φυσικό στις νησιωτικές περιοχές όπου ο τουρισμός είναι κύρια οικονομική δραστηριότητα.

Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων με το 15% των εσόδων (2.329 εκατ. Ευρώ) η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της είναι 71% και στην Περιφέρεια Κρήτης με το 20% των εσόδων από τον εισερχόμενο τουρισμό και 9.139 εκατ. Περιφερειακό ΑΕΠ η συμβολή του τουρισμού είναι 4.317 εκατ. δηλαδή 47%.

3.10: Οι κύριες αγορές εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα

FOR AUTHOR USE ONLY

Η Ελλάδα αποτελεί έναν διαδεδομένο τουριστικό προορισμό που υποδέχεται εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο. Οι κυριότερες αγορές εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος (**Πίνακας 3.11**) είναι:

Πίνακας 3.11: Εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση & Διανυκτέρευση ανά χώρα προέλευσης

	Εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνησή (σε χιλ.)			Διανυκτερεύσεις ανά χώρα προέλευσης (σε χιλ.)		
Χώρα Προέλευσης	**2017**	**2018**	**2019**	**2017**	**2018**	**2019**
Χώρες ΕΕ - 28	**18.583,0**	**21.397,5**	**22.053,1**	**149.126,3**	**164.218,8**	**163.112,5**
Χώρες ζώνης ευρώ εκ των οποιών	**9.863,4**	**11.436,4**	**11.071,4**	**92.050,9**	**103.278,2**	**97.573,3**
Αυστρία	395,9	520,8	583,0	3.506,1	4.547,0	5.131,6
Βέλγιο	526,6	586,7	587,7	4.704,0	5.309,5	5.136,3
Γαλλία	**1.419,8**	**1.524,0**	**1.541,8**	**12.267,6**	**13.747,4**	**12.946,3**
Γερμανία	**3.706,0**	**4.381,4**	**4.026,3**	**37.637,0**	**42.595,9**	**37.313,0**
Ισπανία	164,0	225,7	282,9	1.447,2	1.890,2	2.434,7
Ιταλία	**1.441,3**	**1.667,1**	**1.553,2**	**12.041,7**	**13.944,0**	**12.609,3**
Κύπρος	631,8	698,0	800,7	6.682,3	5.472,8	7.230,3
Ολλανδία	947,2	1.015,0	817,8	8.517,4	9.111,4	7.572,5
Χώρες ΕΕ εκτός ζώνης ευρώ	**8.719,7**	**9.961,1**	**10.981,7**	**57.075,4**	**60.940,6**	**65.539,3**
Δανία	279,1	384,5	307,6	2.558,7	3.155,2	2.560,7
Ηνωμένο Βασίλειο	**3.002,0**	**2.942,8**	**3.499,3**	**26.551,5**	**25.716,0**	**30.349,1**
Ρουμανία	1.148,9	1.389,4	1.378,1	7.571,2	8.506,1	8.873,3
Σουηδία	493,4	508,8	412,4	4.340,0	4.094,6	3.675,3
Τσεχία	339,4	368,1	402,1	2.790,5	2.838,6	3.238,3
Λοιπές Χώρες	**8.611,2**	**8.725,3**	**9.295,3**	**60.728,9**	**62.793,2**	**69.351,2**
εκ των οποίων						
Αλβανία	828,8	986,6	944,5	3.234,8	3.429,5	3.311,2
Αυστραλία	324,1	322,5	338,6	4.148,4	4.300,0	4.581,8
Ελβετία	448,9	520,8	540,5	3.961,1	4.696,5	4.851,1
ΗΠΑ	**864,9**	**1.097,4**	**1.179,0**	**9.548,6**	**11.668,5**	**12.456,7**
Καναδάς	198,0	345,8	321,0	2.454,3	4.853,4	4.048,2
Ρωσία	588,7	520,2	582,9	5.885,5	5.164,4	6.087,1
ΣΥΝΟΛΟ	**30.161,0**	**33.072,2**	**34.004,6**	**213.516,4**	**230.726,5**	**236.547,4**

Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Γερμανία: Η αγορά της Γερμανίας όπως καταγράφεται και στα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος (Πίνακας 3.11), αποτελεί διαχρονικά την κύρια αγορά εισερχόμενου τουρισμού στην χώρα μας. Το 2019 παρόλο που σημείωσε μείωση περίπου -0,9% (5.283 χιλ. διανυκτερεύσεις λιγότερες) σε σχέση με το 2018, παρέμεινε η κύρια χώρα εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα με 4.026,3 χιλ. αφίξεις και **37.313 χιλ**. διανυκτερεύσεις.

Ην. Βασίλειο: Η 2η κύρια αγορά εισερχόμενου τουρισμού για την Ελλάδα είναι το Ην. Βασίλειο. Η Βρετανική αγορά κατάγραψε το 2019 αύξηση +11,8% περίπου που αναλογούν σε 4.633,1 χιλ. διανυκτερεύσεις περισσότερες σε σχέση με το 2018 (**30.349,1 χιλ.** συνολικά το 2019) και 3.499,3 χιλ. αφίξεις 556,5 χιλ. περισσότερες το 2019. Το Βρετανικό ενδιαφέρον για τουρισμό στην Ελλάδα το 2019 βρέθηκε στο υψηλότερο ιστορικά ρεκόρ του.

Γαλλία: Η 3η κατά σειρά κύρια αγορά εισερχόμενου τουρισμού είναι η Γαλλία. Μια χώρα της Μεσογείου παραδοσιακά φίλια προσκείμενη στην χώρα μας. Το 2019 η αγορά της Γαλλίας υπέστη μια μείωση περίπου 801 χιλ. διανυκτερεύσεις (**12.946,3 χιλ**.) σε σχέση με το 2018 που είχε αύξηση 1.480 χιλ. διανυκτερεύσεις (**13.747,4 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 1.524 χιλ. αφίξεις το 2018), ενώ γνώρισε αύξηση στις αφίξεις το ’19 κατά 18 χιλ. (1.541,8 χιλ.).

Ιταλία: Η αγορά της Ιταλίας είναι μία από της ανερχόμενες κύριες αγορές για τον Ελληνικό τουρισμό. Ιστορικά συνδεδεμένη με την Ελλάδα αλλά και μια κύρια ανταγωνιστική τουριστική χώρα.

Το 2019 η αγορά της Ιταλίας κατέγραψε **12.609,3 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 1.553,2 αφίξεις, η οποία υπέστη μειώσει σε σχέση με το 2018 κατά -9,6% (**13.944 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 1.667,1 χιλ. αφίξεις το 2018).

FOR AUTHOR USE ONLY

ΗΠΑ: Η των ΗΠΑ είναι η 5η κύρια αγορά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, με συνεχόμενο ρυθμό ανάπτυξης, όμως η υψηλή ανταγωνιστική εγχώρια αγορά τουρισμού είναι μια από τις κύριες αιτίες χαμηλού ποσοστού εισερχόμενου τουρισμού.

Το 2019 κατέγραψε **12.456,7 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 1.179 χιλ. αφίξεις όταν το 2018 κατέγραψε **11.668,5 χιλ.** και 1.097,4 αφίξεις.

***Σημ.:** Η σύγκρισή γίνεται με βάση τις διανυκτερεύσεις ανά χώρα.

Βλ. παράρτημα

3.10.1: Δυνητικές Αγορές

Ενδεικτικά, οι αγορές που μπορούν να αποτελέσουν εν δυνάμει επισκέπτες της Ελλάδας:

Ρουμάνια: Η αγορά της Ρουμανίας σημειώνει συνεχώς αύξηση στις διανυκτερεύσεις και τις αφίξεις. Μόνο το 2019 καταγράφηκαν **8.873,3 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 1.378,1 χιλ. αφίξεις, 4,7% αύξηση σε σχέση με το 2018. Είναι μια γειτονική σε εμάς χώρα με οδική πρόσβαση προς την Ελλάδα και βασικό τουριστικό ενδιαφέρον στην περιφέρεια Μακεδονίας & Θεσσαλίας. Η Ρουμανία είναι μια αναδυόμενη τουριστική αγορά τόσο εξερχόμενου αλλά και εισερχόμενου τουρισμού καθώς εχει φτηνή κατά κεφαλήν δαπάνη και είναι μια χώρα με πλούσια ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία.

Ολλανδία: Η αγορά της Ολλανδίας γνώρισε μεγάλη μείωση το 2019 στο 17% με **7.572,5 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 817,8 αφίξεις όταν το 2018 κατέγραψε **9.111,4 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 1.015 χιλ. αφίξεις, εξαιτίας των συνθηκών του διεθνούς περιβάλλοντος που επηρέασαν τον ρυθμό ανάπτυξής της.

Κύπρος: Η Κυπριακή αγορά μετά την πτώση του 2018 οπού κατέγραψε **5.472,8 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 698 χιλ. αφίξεις, το 2019 σημείωσε **7.230,3 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 800,7 χιλ. αφίξεις. Η Κύπρος είναι μία ανταγωνιστική τουριστική αγορά για την Ελλάδα, παρόλα αυτά οι εθνικοί δεσμοί με τον ελληνισμό της Κύπρο αποτελούν και οικονομικό δεσμό που μπορεί να αξιοποιηθεί και στον τουριστικό τομέα.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ρωσία: Η αγορά της Ρωσίας δυνητικά μπορεί να αποτελέσει μια κύρια αγορά εισερχόμενου τουρισμού για την Ελλάδα. Η σταθερή οικονομική ανάπτυξη της τελευταίας δεκαετίας δημιούργησε δυνατότητες για εξερχόμενο τουρισμό. Υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα προς την χώρα μας όπως η κοινή θρησκεία καθώς οι Ρώσσοι ενδιαφέρονται για θρησκευτικό τουρισμό, το περιβάλλον και το κλίμα της Ελλάδας, την ελληνική διατροφή και κουζίνα. Οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί όμως που επιβλήθηκαν από την Ευρώπη μετά τα γεγονότα στην Κριμαία καθώς και η νομισματική πολιτική απέναντι στο ρούβλι κατέστησαν δυσκολότερο την έκδοση VISA για την χώρα μας. Παρόλο αυτά το 2019 δείχνει να ανακάμπτει και καταγράφει **6.087,1 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 582,9 χιλ. αφίξεις +17,8% αύξηση σε σχέση με το 2018.

Αυστρία: Η Αυστριακή αγορά είναι μια διαχρονικά αυξανόμενη αγορά για τον ελληνικό τουρισμό σε σχέση με τον πληθυσμό της μπορεί να αποτελέσει μια αγορά με υψηλής ποιότητας επισκέπτες καθώς το 2019 κατέγραψε **5.131,6 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 583 χιλ. αφίξεις, όταν το 2017 κατέγραψε **3.506,1 χιλ.** διανυκτερεύσεις και 395,5 χιλ. αφίξεις.

Οι Αυστριακοί ενδιαφέρονται πάρα πολύ για το κλίμα της Ελλάδας (ήλιος και θάλασσα) καθώς και για την ελληνική διατροφή.

3.11: Οι ανταγωνίστριές χώρες

Η Ελλάδα είναι η κύρια ανταγωνιστική χώρα στην Νότια Ευρώπη και την Μεσόγειο. Βασικοί ανταγωνιστές της είναι η Ισπανία, η Ιταλία, η Τουρκία, η Κροατία και η Πορτογαλία.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (**Πίνακας 3.12**) όλοι οι προορισμοί της Νότιας Ευρώπης σημείωσαν αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού το 2018. Ο μεγαλύτερος αριθμός αφίξεων κατέγραψε η Ισπανία το '18 όπου οι αφίξεις έφτασαν τα 82,8 εκατ. και τα 81,5 εκατ. δολάρια (USD) εισπράξεις, ακολουθεί η Ιταλία με 60,1 εκατ. αφίξεις και 49,3 εκατ. εισπράξεις.

Οι 2 αυτές χώρες δέχονται τον περισσότερο εισερχόμενο τουρισμό από τις ανταγωνίστριες χώρες και εχουν το 50% της αγοράς (28,7% και 21,3% αντίστοιχα) το 2018 (**Διάγραμμα 3.4**).

Πίνακας 3.12: Οι αφίξεις και οι εισπράξεις των κύριών ανταγωνιστών της Ελλάδας

ΧΩΡΑ	ΑΦΙΞΕΙΣ (σε εκατ.)		ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΣΕ ΕΚΑΤ. (USD)	
	2017	**2018**	**2017**	**2018**
ΕΛΛΑΔΑ	27,2	30,1	16,5	18,5
ΤΟΥΡΚΙΑ	37,6	45,8	22,5	25,2
ΙΣΠΑΝΙΑ	81,9	82,8	75,3	81,5
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	21,7	22,8	17,6	19,9
ΚΡΟΑΤΙΑ	15,6	16,8	10,9	11,8
ΙΤΑΛΙΑ	58,3	60,1	44,2	49,3
Λοιπές χώρες*	25,7	29	21,6	23,6
Σύν. Ν. Ευρώπης	268	287,4	208,6	229,8
Σύνολο Ευρώπης	**676,6**	**716,1**	**520,3**	**570,5**

FOR AUTHOR USE ONLY

Πηγή: UNWTO

Η αγορά της Τουρκίας δείχνει να ανακάμπτει και να καταγράφει 45,8 εκατ. αφίξεις το 2018 και 25,2 εκατ. εισπράξεις, ενώ η Πορτογαλία το '18 κατέγραψε 22,8 εκατ. αφίξεις και 19,9 εκατ. εισπράξεις (USD).

Η Ελλάδα είναι στην 5η θέση και κατέχει το 10,4% της αγοράς με 30,1 εκατ. στις αφίξεις και το 8,2% με 18,5 εκατ. δολάρια εισπράξεις, με την Κροατία να είναι 6η με 5,7% στις αφίξεις και 5,2% στις εισπράξεις (16,8 εκατ. αφίξεις και 11,8 εκατ. εισπράξεις) και τέλος οι λοιπές χώρες με 10,1% (29 εκατ.) στο μερίδιο των αφίξεών και 9,1% (23,6 εκατ. δολ.) στις εισπράξεις.

***Σημ.:** Η κατηγορία λοιπές χώρες περιλαμβάνει τις: Αλβανία, Π.Γ.Δ.Μ., Βοσνία & Ερζεγοβίνη, Κύπρος, Ισραήλ, Μάλτα, Μαυροβούνιο, Σερβία και Σλοβενία.

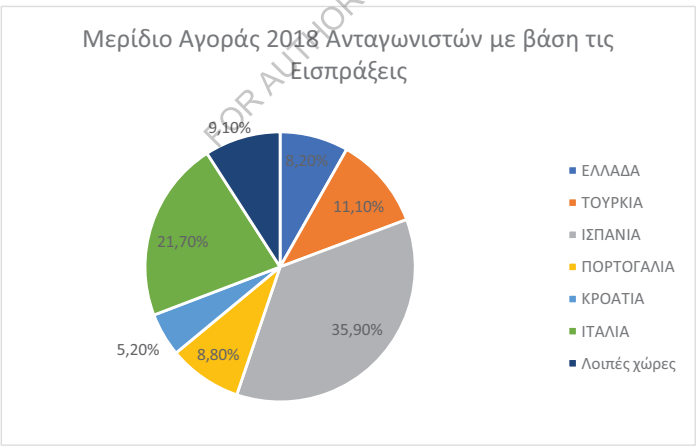
Διάγραμμα 3.4: μερίδιο αγοράς της Ευρωπαϊκής αγοράς 2018 με βάση τις Αφίξεις



Πηγή: UNWTO

FOR AUTHOR USE ONLY

Διάγραμμα 3.5: μερίδιο αγοράς της Ευρωπαϊκής αγοράς 2018 με βάση τις Εισπράξεις



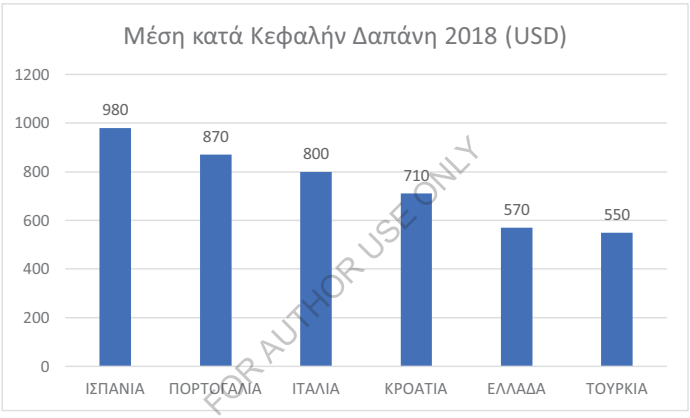
Πηγή: UNWTO

Η κατά κεφαλήν δαπάνη ανά χώρα το 2018 διαμορφώθηκε ως εξής (**Διάγραμμα 3.6**):

Την υψηλότερη κατά κεφαλήν δαπάνη την κατέχει η Ισπανία με 980 δολάρια ανά επισκέπτη ενώ τη χαμηλότερη η Τουρκία με 550 δολάρια. Η Ελλάδα βρίσκεται στην προτελευταία θέση (5η) με 570 δολάρια, η Πορτογαλία είναι 2η με 870 δολάρια, η Ιταλία 3η με 800 δολάρια ανά επισκέπτη και η Κροατία με 710 δολάρια στην 4η θέση.

Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι η χώρες Ισπανία, Κύπρος, Πορτογαλία και Ιταλία ξεπερνούν τα 800 δολάρια που είναι και ο μέσος όρος κατά Κεφαλήν Δαπάνης της Ευρώπης, ενώ η Κροατία είναι πολύ κοντά στον μέσο όρο. Αντίθετος η Ελλάδα και η Τουρκία απέχουν κατά πολύ απ' αυτόν.

Διάγραμμα 3.6: Μέση κατά Κεφαλήν δαπάνη ανά ανταγωνίστρια χώρα 2018



FOR AUTHOR USE ONLY

Πηγή: UNWTO

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η Ελλάδα, η Τουρκία και η Κροατία εμφανίζουν χαμηλά μερίδια εισπράξεων σε σχέση με τις υπόλοιπες ανταγωνίστριές χώρες και αυτό ενδεχόμενος οφείλετε αφενός και στην χαμηλή Κατά Κεφαλήν Δαπάνη (ΜΚΔ) που είναι κατά πολύ μικρότερη των χωρών Ισπανίας, Πορτογαλίας και Ιταλίας, αφετέρου και στην διαφορετική κατά Κεφαλήν Δαπάνη ανά προορισμό αλλά και σε διαφορετικές μεθόδους εκτίμησης των εισπράξεων.

3.12: Οι τουριστικές υποδομές

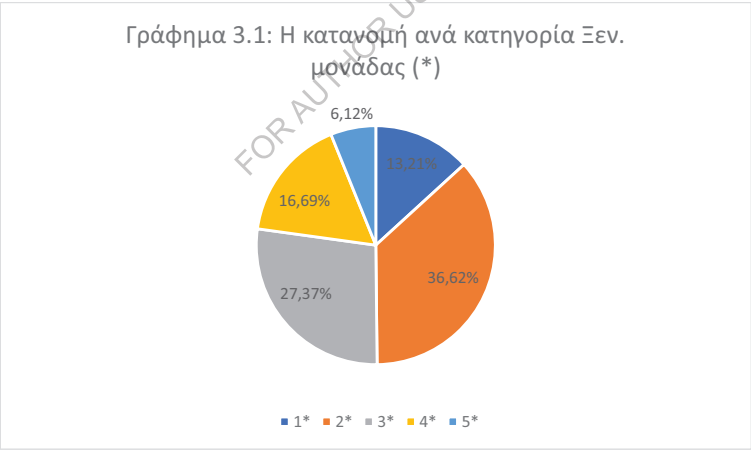
Η Ελλάδα διέθετε 9.971 μονάδες με 433.689 δωμάτια και 856.347 κλίνες το 2019, ενώ λειτουργούν και 297 κάμπινγκ (βλ. Παράρτημα) σε όλη την επικράτεια (**Πίνακας 3.12**). Οι Περιφέρειες του Νοτίου Αιγαίου, της Κρήτης, της Αττικής, της Κεντρικής Μακεδονίας και της Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης που δέχονται τον μεγαλύτερο αριθμό τουριστικών αφίξεων, αντιπροσωπεύουν και το 60,3% του ξενοδοχειακού δυναμικού της Ελλάδας το 2019 (6.009 ξενοδοχειακές μονάδες).

Στις κατηγορίες αστεριών παρατηρούμε ότι υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση στα 2* οπού αντιπροσωπεύουν το 36,6% (3,651 Ξεν. Μονάδες) και στα 3* με 27,36% (2.729 Ξεν. Μονάδες), ενώ υπάρχει χαμηλή στα 5* οπού αντιπροσωπεύουν μόλις το 6,1% (610 Ξεν. Μονάδες).

Οι υπόλοιπες κατηγορίες των 4* και 1* αντιπροσωπεύουν το 16,7% (1.664 Ξεν. Μονάδες) και 13,2% (1.317 Ξεν. Μονάδες).

FOR AUTHOR USE ONLY

Γράφημα 3.1: Η κατανομή ανά κατηγορία Ξεν. Μονάδας (*)



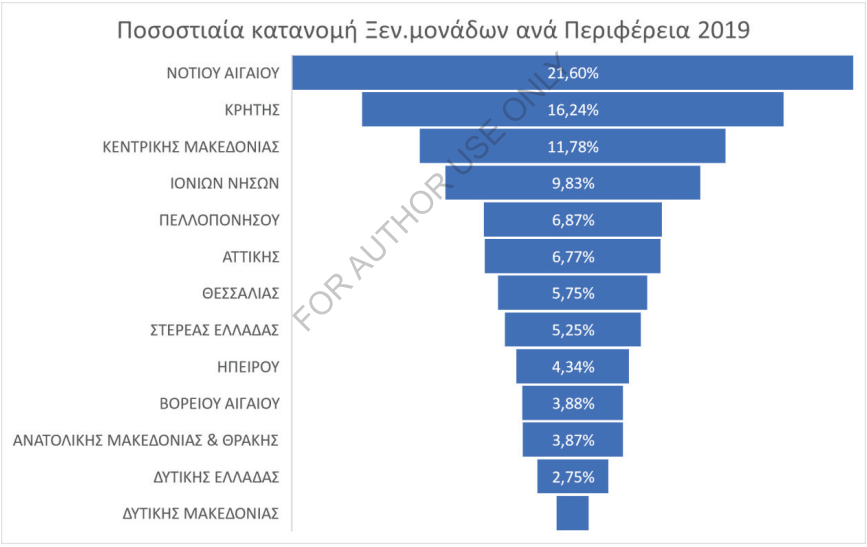
Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.)

		5*	4*	3*	2*	1*	Άθροισμά

Αναφορικά με την κατανομή των Ξενοδοχειακών μονάδων ανά Περιφέρεια βλέπουμε ότι η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου είναι η Περιφέρεια με τις περισσότερες μονάδες (2.154 Ξεν. Μονάδες) και κατέχει το 21,6%, η Περιφέρεια Κρήτης το 16,24% (1.619 Ξεν. Μονάδες), η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με 11,78% (1.175 Ξεν. Μονάδες), ενώ τελευταία είναι η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας με 5,25% (125 Ξεν. Μονάδες).

Τέλος θα πρέπει να πούμε ότι το 60% τον Ξεν. μονάδων συγκεντρώνεται σε 4 μόλις Περιφέρειες: Νοτίου Αιγαίου, Κρήτης, Κεντρικής Μακεδονίας και Ιονίων Νήσων (**Διάγραμμα 3.7**).

Διάγραμμα 3.7: Ποσοστιαία κατανομή Ξεν. Μονάδων ανά Περιφέρεια



Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.)

Πίνακας 3.12: Το ξενοδοχειακό δυναμικό στην Ελλάδα το 2019

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ							
ΑΝ. ΜΑΚ. & ΘΡΑΚΗΣ	Μονάδες	12	31	115	156	72	386
	Δωμάτια	1.185	2.038	3.577	3.361	1.100	11.261
	Κλίνες	2.463	4.191	7.045	6.521	2.144	22.364
ΑΤΤΙΚΗΣ	Μονάδες	38	127	157	241	112	675
	Δωμάτια	6.594	9.962	7.063	7.327	2.181	33.127
	Κλίνες	12.640	19.238	13.118	13.518	4.385	62.899
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	Μονάδες	8	35	134	170	40	387
	Δωμάτια	939	1.839	4.677	3.937	614	12.006
	Κλίνες	1.909	3.515	9.029	7.386	1.167	23.006
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	Μονάδες	4	44	105	97	24	274
	Δωμάτια	1.461	2.604	3.188	2.426	295	9.974
	Κλίνες	3.127	5.183	6.036	4.639	578	19.563
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Μονάδες	3	16	58	37	11	125
	Δωμάτια	61	373	1.439	732	233	2.838
	Κλίνες	137	807	3.157	1.582	783	6.466
ΗΠΕΙΡΟΥ	Μονάδες	14	103	165	128	23	433
	Δωμάτια	1.052	2.096	3.237	2.189	373	8.947
	Κλίνες	2.184	4.435	6.564	4.261	727	18.171
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	Μονάδες	29	116	141	195	74	555
	Δωμάτια	1.487	3.582	3.983	4.350	1.351	14.753
	Κλίνες	3.038	7.187	7.865	8.352	2.751	29.193
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	Μονάδες	62	157	251	437	73	980
	Δωμάτια	9.156	13.133	14.076	13.624	1.456	51.445
	Κλίνες	18.924	25.890	27.658	26.090	2.843	101.405
Κεντρ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Μονάδες	55	130	282	332	376	1.175
	Δωμάτια	9.307	10.332	10.079	8.638	7.865	46.221
	Κλίνες	19.497	20.710	20.367	17.047	15.415	93.036
ΚΡΗΤΗΣ	Μονάδες	128	330	392	589	180	1.619
	Δωμάτια	23.027	31.936	17.395	19.461	4.548	96.367
	Κλίνες	48.061	63.189	32.838	34.899	8.612	187.599
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	Μονάδες	220	394	534	802	204	2.154
	Δωμάτια	31.949	34.893	20.532	20.941	3.197	111.512
	Κλίνες	66.412	70.705	40.151	40.130	6.283	223.681
ΠΕΛΛΟΠΟΝΗΣΟΥ	Μονάδες	29	134	238	218	66	685
	Δωμάτια	2.949	4.746	6.406	4.902	850	19.853
	Κλίνες	6.287	9.403	12.733	9.311	1.650	39.384
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	Μονάδες	8	47	157	249	62	523
	Δωμάτια	685	3.008	4.982	5.622	1.088	15.385
	Κλίνες	1.511	5.933	9.460	10.630	2.046	29.580
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ	**Μονάδες**	**610**	**1.664**	**2.729**	**3.651**	**1.317**	**9.971**
	Δωμάτια	**89.852**	**120.542**	**100.634**	**97.510**	**25.151**	**433.689**
	Κλίνες	**186.190**	**240.386**	**196.021**	**184.366**	**49.384**	**856.347**

FOR AUTHOR USE ONLY

3.12.1: Οι βραχυχρόνιες μισθώσεις στην Ελλάδα (Airbnb & HomeAway)

Κατά την περίοδο Ιούνιος 2018 - Μάιο του 2019 (12μηνό), υπήρξαν στην Ελλάδα διαθέσιμα από της πλατφόρμες του Airbnb και HomeAway -οι δύο μεγαλύτερες πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης στον κόσμο – συνολικά 170.542 καταλύματα προς μίσθωση (**Πίνακας 3.13**). Ενεργά δηλαδή αυτά που μισθώθηκαν τουλάχιστον μια φορά ήταν τα 137.484. Τα συνολικά έσοδα ανήλθαν στα 1.15 δις ευρώ.

Τα οικονομικά στοιχεία της πλατφόρμας AirDNA είναι σε δολάρια (USD), ωστόσο παρατίθενται σε ευρώ (EUR), με συναλλαγματική ισοτιμία 1 USD = 0.868872 EUR βάσει των στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος (Α/Α 170 7/9/2019).

Πίνακας 3.13: Βασικά μεγέθη βραχυπρόθεσμών μισθώσεων μέσω Airbnb & HomeAway

Ιούνιος 2018 - Μάιος 2019					
	Καταλύματα		**Διανυκτερεύσεις**		**Έσοδα (EUR)**
	Διαθέσιμα	Ενεργά *	Προσφορά	Ζήτηση	
Ελλάδα	170.542	137.484	15.893.060	8.239.678	1.145.715.927
Ελλάδα (αυτόνομα)**	151.082	121.287	14.089.003	7.397.691	1.080.964.132

Πηγή: AirDNA, Τ.τ.Ε.

Τέλος θα πρέπει να αναφέρουμε ότι η προσφορά στις πλατφόρμες είναι μεταβαλλόμενη συνεχώς, ανάλογα με τη ζήτηση. Αυτό συμβαίνει κυρίως γιατί υπάρχει προσαρμογή στην ζήτηση σε περιόδους με μεγάλη ζήτηση όπως αγώνες, εκθέσεις, συναυλίες κτλ. ή προσπαθεί να το εκμισθώσει σε περίοδο απουσίας του ιδιοκτήτη πού κατοικεί για ενα επιπλέον εισόδημα χωρίς να ενδιαφέρεται για περαιτέρω μίσθωση.

***Ενεργό Κατάλυμα:** διαθέσιμο κατάλυμα που έχει μισθωθεί τουλάχιστον μια φορά την περίοδο αυτή

****Αυτόνομο κατάλυμα για μίσθωμα:** κατάλυμα που προσφέρεται ολόκληρο για μίσθωση, χωρίς να υπάρχουν κοινόχρηστοι χώροι.

FOR AUTHOR USE ONLY

3.13: Η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα (Αεροδρόμια, Λιμένες, Μουσεία & Αρχαιολογικοί χώροι)

Κατά την περίοδο 2013 – 2018 η Ελλάδα γνώρισε αύξηση στις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις κατά 62%. Το 2018 οι διεθνής αεροπορικές αφίξεις ανήλθαν περίπου σε 20,8 εκατ. όταν το 2013 ήταν 12,8 εκατ. (**Πίνακας 3.14**). Όλες οι Περιφέρειες σημείωσαν αύξηση κατά την περίοδο αυτή στον αριθμό των αφίξεων τους, συγκεκριμένα η Περιφέρεια Πελοποννήσου γνώρισε την μεγαλύτερη αύξηση με +119% (58 χιλ. αφίξεις το 2013 το 2018 ανήλθαν σε 127 χιλ.), η Περιφέρεια Αττικής με +118% (από 2,6 εκατ. το 2013 σε 5,7 εκατ. το 2018), η Περιφέρεια Αν. Μακεδονίας & Θράκης με 112% (από 75.814 χιλ. το 2013 σε 160.370 χιλ. το 2018) και η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας με 65% αύξηση την περίοδο αυτή (224.495 χιλ. το 2013 σε 371.429 χιλ. το 2018).

Πίνακας 3.14: Οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια 2013 - 2018

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**%Δ 13-18**
ΑΤΤΙΚΗΣ	2.622.609	3.394.561	4.159.014	4.524.944	4.799.157	5.729.403	118%
ΚΡΗΤΗΣ	3.323.978	3.533.754	3.483.319	3.900.169	4.250.971	4.555.421	37%
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	3.194.216	3.568.374	3.571.426	3.667.218	4.065.867	4.546.194	42%
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	1.630.111	1.859.023	1.916.497	2.139.491	2.347.704	2.675.700	64%
ΚΕΝΤΡ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	1.351.378	1.569.814	1.556.788	1.710.606	1.928.874	2.165.736	60%
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	224.495	249.772	263.269	290.010	347.635	371.429	65%
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	175.906	215.563	221.796	141.055	168.999	215.088	22%
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	154.056	173.955	171.373	186.868	197.706	205.926	34%
ΑΝ. ΜΑΚ. & ΘΡΑΚΗΣ	75.814	75.818	85.993	88.509	129.739	160.370	112%
ΠΕΛΛΟΠΟΝΗΣΟΥ	57.947	108.623	86.508	106.921	121.609	126.746	119%
ΗΠΕΙΡΟΥ	0	0	0	0	3.232	9.845	Δ/Υ
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	0	0	3.256	1.085	1.129	1.985	Δ/Υ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	0	0	0	0	0	125	Δ/Υ
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ	**12.810.510**	**14.749.257**	**15.519.239**	**16.756.876**	**18.362.622**	**20.763.968**	**62%**

Πηγή: ΥΠΑ, ΔΑΑ, Fraport

FOR AUTHOR USE ONLY

Αναφορικά θα πρέπει να πούμε ότι την μεγαλύτερη κίνηση σε διεθνείς αφίξεις την δέχεται η Περιφέρεια Αττικής με τον Διεθνές Αερολιμένα Αθηνών «Ελ. Βενιζέλος» οπού κατέγραψε 5.729.403 εκατ. αφίξεις το 2018 , με δεύτερη την Περιφέρεια Κρήτης (με τον διεθνές Αερολιμένα Ηρακλείου «Ν. Καζαντζάκης») όπου κατέγραψε 4.555.421 εκατ. το 2018, 3η η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (με τον Κρατικό Αερολιμένα Ρόδου « Διαγόρας») πού κατέγραψε 4.546.194 το 2018, 4η η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων (με τον Κρατικό Αερολιμένα Κέρκυρας « Ι. Καποδίστριας») με 2.675.700 εκατ. το 2018 και 5η η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (με τον Κρατικό Αερολιμένα Θεσσαλονίκης « Μακεδονία») με 2.165.736 εκατ. αφίξεις το 2018.

Αυτές οι 5 Περιφέρειες υποδέχτηκαν και το 95% των διεθνών αφίξεων το 2018.

3.13.1: Η ακτοπλοϊκή κίνηση εξωτερικού

Η ακτοπλοϊκή κίνηση στην Ελλάδα το 2018 αυξήθηκε κατά 6%, 1.807.658 εκατ. αφίξεις από 1.699.947 εκατ. αφίξεις το 2017. Με κύριο λιμάνι διακίνησης εξωτερικού το λιμάνι της Ηγουμενίτσας με 955.379 χιλ. και αύξηση 3,8%, το λιμάνι της Κέρκυρας με 349.764 χιλ. το 2018 και 25% αύξηση σε σχέση με το 2017 (**Πίνακας 3.15**).

FOR AUTHOR USE ONLY

Πίνακας 3.15: Η ακτοπλοϊκή κίνηση εξωτερικού 2017 - 2018

Περιφέρεια	2017	2018	Δ 2017 - 2018	%Δ
Ηπείρου	918.972	955.379	36.407	3,8%
Δυτικής Ελλάδας	500.725	489.583	-11.142	-2,3%
Ιονίων Νήσων	262.103	349.764	87.661	25,0%
Λοιποί	18.147	12.932	-5.215	-40,3%
Σύνολο	**1.699.947**	**1.807.658**	**107.711**	**6,0%**

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Ένωση Λιμένων Ελλάδος

Ενώ μείωση γνώρισαν το 2018 η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας (λιμάνι Πάτρας) κατά -2,3% καθώς και τα λοιπά λιμάνια κατά -40,3% στην διακίνηση εξωτερικού.

3.13.2: Μουσεία & Αρχαιολογικοί χώροι

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ) η κίνηση στα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους το 2019 γνώρισε αύξηση επισκέψεων κατά 3,4%. Συνολικά επισκέφτηκαν τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους 19.231.445 εκατ. επισκέπτες εκ των οποίων οι 5.894.470 εκατ. ήταν στα μουσεία και οι 13.336.975 εκατ. ήταν στους αρχαιολογικούς χώρους.

Το μουσείο με την μεγαλύτερο αριθμό επισκέψεων παρόλο που το 2019 γνώρισε μια μικρή μειώση του -1,1% ήταν το Μουσείο Ακρόπολης με 1.755.435 εκατ. επισκέψεις (1.774.304 επισκέψεις το 2018), δεύτερο το Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου με 660.533 χιλ. επισκέψεις και 19% αύξηση σε σχέση με το 2018 και το Εθνικό Αρχαιολογικό με 608.876 χιλ. επισκέψεις και 2,5% αύξηση (**Πίνακας 3.16**).

Οι αρχαιολογικοί Χώροι με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα κατά το έτος 2019 ήταν η Ακρόπολη Αθηνών με 3.466.075 εκατ. επισκέπτες και 10% αύξηση σε σχέση με το 2018, το παλάτι της Κνωσσού στο Ηράκλειο με 930.813 χιλ. επισκέψεις και 8,8% αύξηση το 2019 και ο Αρχαιολογικός χώρος της Επιδαύρου με 525.530 χιλ. επισκέψεις αλλά με μείωση -4,3% σε σχέση με το 2018 (548.890 χιλ. επισκέψεις).

Οι συνολικές εισπράξεις ανήλθαν σε 130.932.948 εκατ. ευρώ και σημείωσαν αύξηση 13,1% σε σχέση με το 2018, εκ των οποίων τα 23.342.078 εκατ. προήλθαν από τα μουσεία κατά 27,9% αυξημένα και τα 107.590.870 εκατ. από τους αρχαιολογικούς χώρους με 10,3% αύξηση το 2019.

FOR AUTHOR USE ONLY

Πίνακας 3.16: Επισκέπτες Μουσείων & Αρχαιολογικών Χώρων – Εισπράξεις 2018-19

Μουσεία - Αρχαιολογικοί Χώροι	2018	2019	%Δ 2019/ 2018
Γενικό σύνολο (Α+Β)	**18.603.282**	**19.231.445**	**3,40%**
Α. Μουσεία (Γ+Ε)	**5.702.211**	**5.894.470**	**3,40%**
Μουσείο Ακρόπολης	1.774.304	1.755.435	-1,10%
Εθνικό Αρχαιολογικό	594.219	608.876	2,50%
Αρχαίας Ολυμπίας	156.658	159.348	1,70%
Παλάτι Ιπποτών (Ρόδου)	242.759	263.958	8,70%
Ηρακλείου (Κρήτης)	555.031	660.533	19%
Λευκού Πύργου	225.944	251.760	11,40%
Δελφών	249.754	275.993	10,50%
Λοιπών Μουσείων	1.903.542	1.918.567	0,80%
Β. Αρχαιολογικοί Χώροι (Δ+Ζ)	**12.901.071**	**13.336.975**	**3,40%**
Επιδαύρου	548.890	525.530	-4,30%
Ακροπόλεώς Μυκηνών & θησαυρού Ατρέα	495.993	491.780	-0,80%
Ακροπόλεως Αθηνών	3.150.604	3.466.075	10%
Σουνίου	306.665	326.907	6,60%
Ακροπόλεως Λίνδου	489.137	523.508	7%
Βασιλικοί Τάφοι Βεργίνας	222.503	207.811	-6,60%
Αρχαία Ολυμπία	484.238	451.044	-6,90%
Κνωσσού (Κρήτης)	855.663	930.813	8,80%
Φαιστού (Κρήτης)	134.538	118.253	-12,1%
Αρχαία Κορίνθου	196.944	209.397	6,30%
Μυστράς	145.939	144.983	-0,70%
Δελφών	405.947	392.197	-3,40%
Λοιπών Αρχαιολογικών Χώρων	5.464.010	5.548.677	1,50%
Επισκέπτες με εισιτήριο (Γ+Δ)	**11.574.110**	**12.233.477**	**5,70%**
Γ. Μουσεία	3.155.269	3.344.217	6%
Ζ. Αρχαιολογική Χώροι	8.420.841	8.889.260	5,60%
Επισκέπτες με ελεύθερη είσοδο (Ε+Ζ)	**7.027.172**	**6.997.968**	**-0,40%**
Ε. Μουσεία	2.546.942	2.550.253	0,10%
Ζ. Αρχαιολογική Χώροι	4.480.230	4.447.715	-0,70%
Σύνολο εισπράξεων (Η+Θ) σε ευρώ	**115.772.341**	**130.932.948**	**13,10%**
Η. Μουσεία	18.251.493	23.342.078	27,90%
Θ. Αρχαιολογικοί Χώροι	97.520.848	107.590.870	10,30%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

FOR AUTHOR USE ONLY

3.14: Εσωτερικώς τουρισμός

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ το 2018 ότι 4,8 εκατ. άτομα (όλων των ηλικιών) πραγματοποίησαν τουλάχιστον ένα ταξίδι κατά την διάρκεια του έτους, ενώ συνολικά πραγματοποιήθηκαν 7,9 εκατ. ταξίδια. Αυξήθηκε δηλαδή κατά 7,6% στα άτομα οπού ταξιδέψαν και 6% στα ταξίδια σε σχέση με τα στοιχεία του 2017, ενώ πραγματοποιήθηκαν 79,1 εκατ. διανυκτερεύσεις 10,4% περισσότερες σε σχέση με το προηγούμενο έτος και οι δαπάνες ανήλθαν σε 2.491,2 εκατ. ευρώ, σημείωσαν αύξηση δηλαδή κατά 19,9% (**Πίνακας 3.17 & Πίνακας παραρτήματος**). ενώ οι περισσότεροι ταξίδεψαν για προσωπικούς λόγους.

Πίνακας 3.17: Ταξίδια Ημεδαπών κατά λόγο ταξιδιού 2017 – 2018

	Άτομα			Ταξίδια			Διαν/ρεύσεις			Δαπάνες (σε χιλ. ευρώ)		
	2017	2018	%Μ 2017/ 2018	2017	2018	%Μ 2017/ 2018	2017	2018	%Μ 2017/ 2018	2017	2018	%Μ 2017/ 2018
Σύνολο (όλες οι ηλικίες)	**4.463**	**4.805**	**7,60%**	**7.475**	**7.920**	**6%**	**71.678**	**79.106**	**10,40%**	**2.077.226**	**2.491.166**	**19,9%**
Σύνολο (άνω των 15)	**3.664**	**3.984**	**8,70%**	**6.210**	**6.565**	**5,70%**	**61.514**	**68.001**	**10,50%**	**1.916.725**	**2.299.564**	**20%**
Επαγγ/κοί λόγοι	**177**	**173**	**-2%**	**293**	**247**	**-15,7%**	**2.145**	**1.436**	**-33%**	**153.965**	**132.572**	**-13,9%**
Προσωπικοί λόγοι	**3.593**	**3.916**	**9%**	**5.917**	**6.318**	**6,80%**	**59.368**	**66.565**	**12,10%**	**1.762.760**	**2.166.992**	**22,9%**
Αναψυχή, διακοπές	2.731	3.036	12,20%	4.145	4.580	10,5%	46.196	52.762	14,2%	1.318.145	1.688.709	28,1%
Επίσκεψη σε συγγενείς, φίλους	935	1.011	8,20%	1.325	1.389	4,80%	10.669	11.603	8,8%	326.934	368.362	12,7%
Λοιποί λόγοι	327	279	-15%	447	350	-21,8%	2.503	2.200	-12,1%	117.681	109.921	-6,6%

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑ.

FOR AUTHOR USE ONLY

Συμπεράσματα

Η Ελλάδα είναι ένας κατεξοχήν τουριστικός προορισμός, ένα σημείο αναφοράς για τον παγκόσμιο τουρισμό. Ένα μεγάλο μέρος των περιοχών της χώρας μας βιοπορίζεται από τον τουρισμό. Η δυναμική και η συνεισφορά του στην οικονομία μας είναι τεράστια. Όμως η Ελλάδα δέχεται πολύ λιγότερους αλλά και χαμηλότερους εισοδηματικά επισκέπτες από όσους δύναται όταν η Ελλάδα θα μπορούσε να κυριαρχεί στην παγκόσμια τουριστική σκακιέρα.

*«Όλες οι μελέτες δείχνουν ότι η Ελλάδα έχει αξιοποιήσει ένα περιορισμένο ποσοστό των δυνατοτήτων της στον τουριστικό τομέα. Όλες οι Περιφέρειες της χώρας έχουν κλίση προς την τουριστική οικονομική ανάπτυξη. Οι περισσότερες εδαφικές περιφερειακές οικονομίες συγκροτούνται επάνω σε τουριστικές δραστηριότητες. Κάτι που το διαθέτουν λίγες χώρες σε αυτό τον Κόσμο, να διαθέτουν δηλαδή όλους τους πόρους επάνω στους οποίους θεμελιώνεται και αναπτύσσεται μια τουριστική οικονομία. Το Ελληνικό πλεονέκτημα έχει επιπλέον την δυνατότητα σύνθεσής και ενιαίας αξιοποίησης αυτών των πόρων. Οι γαλάζιες θάλασσές, τα τρία μεγάλα πελάγη, οι ακροθαλασσιές, τα 15 χιλ. χιλιόμετρα ακτών, ο ουρανός, ο ήλιος, τα βουνά, η πανσέληνος, τα μοναστήρια, οι θεοί, οι Άγιοι, οι Ναοί, οι Εκκλησίες, τα κλασσικά και Βυζαντινά πολιτισμικά κοιτάσματά, οι μουσικές, οι εκκλησιαστικοί ύμνοι, οι χοροί τα γαστρονομικά βασίλεια είναι μερικά από τα ονόματα που έχουν αυτοί οι πόροι». (*Μ. Χαραλαμπίδης, ‘’ΑΝΑΣΤΗΛΩΣΗ: Ο Τουρισμός ως Πολιτιστική Οικονομία’’, σελ. 49 -50, Εκδόσεις: ΣΤΡΑΒΩΝ, 2015).

Τα τελευταία χρόνια μιλάμε για ένα νέο στρατηγικό σχέδιο όσον αφορά τον τουρισμό στην Ελλάδα και αυτό θα πρέπει να δημιουργήσουμε αν θέλουμε να προλάβουμε τις εξελίξεις διότι ο τρόπος που όλες αυτές τις δεκαετίες αναπτύχθηκε το τουριστικό προϊόν μας έχει ξεπεραστεί. Η μονοδιάστατή εκδοχή του ήλιου, της άμμου και της θάλασσας μόνο δεν επαρκεί. Είναι πολύ περιοριστική για τον ελληνικό τουρισμό και τις δυνατότητες του.

Η Ελλάδα διαθέτει το ισχυρότερο Brand Name στον κόσμο και εμείς οφείλουμε να το αξιοποιήσουμε και να το προστατεύσουμε.

Αν θέλουμε να σχεδιάσουμε τον τουρισμό του μέλλοντος στην Ελλάδα τότε οφείλουμε να δούμε αυτά που τόσα χρόνια δεν αναδείξαμε με αποτέλεσμα να έχουμε έναν τουρισμό Part-time ενώ θα μπορούσαμε να έχουμε τουρισμό όλο το χρόνο και μάλιστα υψηλού επιπέδου.

Η αξιοποίηση του πολιτιστικού και ιστορικού μας πλούτου (Παρθενώνας, Κνωσός, Ολυμπία κ.τ.λ.) σε συνδυασμό με την ανάδειξη της διατροφικής μας κουλτούρας "Ελληνική διατροφή" αλλά και την προστασία και ανάδειξη του ελληνικού τοπίου είναι τα μέσα ελκυστικότητας και προοπτικής της τουριστικής μας βιομηχανίας και του τουριστικού μας προϊόντος.

Η τάση προς την υγιεινή διατροφή μπορεί να αναδείξει την ελληνική γαστρονομία σε παγκόσμιο πρωταγωνιστή στην νέα εποχή αυτή που διαμορφώνεται. Η «Ελληνική διατροφή» μπορεί να γίνει πρότυπο παγκόσμιας διατροφής και κουλτούρας.

Οι αρχαίοι Θαλάσσιοι δρόμοι του κρασιού που αρχίζουν να αναδεικνύονται πάλι στον τόπο που γεννήθηκε.

Όλοι οι λαοί του κόσμου επισκέπτονται την χώρα μας για να δουν και να θαυμάσουν το Ελληνικό τοπίο .

Η δυναμική τάση που εμφανίζεται στις τοπικές κοινωνίες για μεγαλύτερη συμμετοχή στην τουριστική αγορά μπορεί να δημιουργήσει ένα νέο τουριστικό προϊόν – υπηρεσίας στον τουρισμό πόλεων όπου η ζήτηση παγκοσμίως έχει αυξηθεί.

Θα πρέπει να προσφέρουμε μια ολιστική εμπειρία στον επισκέπτη αναδεικνύοντας τις κοινωνίες ως μέρος του τουριστικού προϊόντος κάνοντας τον συμμέτοχο της μέσα από τα μνημεία της, τα μουσεία της, την γαστρονομική της παράδοση, την κουλτούρα και τις παραδόσεις καθώς και την εξέλιξη των νεών τεχνολογιών όπως το Internet of Things, η A.I., τα Social Media & το Digital Marketing που διαμορφώνουν την αγορά και αλλάζουν τις τάσεις και τις συνήθειες της.

''*Ο Ελληνικός τουρισμός έχει κάνει δεκαετίες τώρα ορισμένους κύκλους ζωής. Η κοινωνιολογία και οι τουριστικές επιστήμες εντοπίζουν όλες εκείνες τις φάσεις εξέλιξης που καταγράφουν στα αναλυτικά πρότυπα τους. Μια φάση πρωτοτουριστική, προδρομική, μια φάση απογείωσης, μια περίοδο ωριμότητας και αυτή που διανύει τώρα του κορεσμού.*

Είναι πολλοί οι τόποι της χώρας τόσο στην Νησιώτικη όσο και την Ηπειρωτική Ελλάδα που απαιτούν παρεμβάσεις ώστε να αποτρέψουμε τις φάσεις του κορεσμού των περιοχών με αρνητικές επιδράσεις στις τοπικές κοινωνίες και οικονομίες.'' (Μ. Χαραλαμπίδης, ''ΑΝΑΣΤΗΛΩΣΗ: Ο Τουρισμός ως Πολιτιστική Οικονομία'', σελ. 50, Εκδόσεις: ΣΤΡΑΒΩΝ, 2015)

FOR AUTHOR USE ONLY

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^{Ο}: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Η Περιφέρεια Κρήτης βρίσκεται στο νότιο άκρο του Αιγαίου πελάγους περίπου 160 χλμ. από την ηπειρωτική χώρα. Βόρεια βρέχεται από το Κρητικό και νότια από το Λιβυκό πέλαγος, ενώ περιβάλλεται από πλήθος μικρών νησιών (Γαύδος, Ντία, Χρυσή, Κουφονήσι, Γαυδοπούλα κ.α.). έχει συνολική έκταση 8.336 k.m.^{2}, και καλύπτει το 6,3% της συνολικής ελληνικής επικράτειας. Χωρίζεται σε 4 Περιφερειακές ενότητες, την Π. Ε. Χανίων, Π. Ε. Ρεθύμνου, Π. Ε. Λασιθίου και την Π.Ε. Ηρακλείου, πού είναι και η πρωτεύουσα πόλη του νησιού.

4.1: Η Γεωμορφολογία της Περιφέρειας Κρήτης

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο νησί στην Ελλάδα και το 2^ο μεγαλύτερο στην ανατολική Μεσόγειο μετά την Κύπρο. Είναι εξαιρετικά ορεινό με 3 κύριες οροσειρές, την Ίδη (Ψηλορείτης) 2.456 μ., τα Λευκά Όρη με 2.454 μ. και τη Δίκτη με 2.148 μ. (Λασιθιώτικα Όρη). Επιπλέον υπάρχουν ορεινοί όγκοι όπως αυτοί της Θρυπτής στα ανατολικά του νησιού με 1.476 μ. και στα νότια τα Αστερούσια Όρη με 1.231 μ., ενώ στα βόρεια του Ρεθύμνου υψώνονται τα Ταλαία Όρη με 1.088 μ. καθώς και το όρος Κέντρος με 1. 777 μ. υψόμετρο.

Σε αυτά τα βουνά οφείλουν την ύπαρξη τους τα εύφορα οροπέδια όπως του Ομαλού στα Λευκά Όρη, της Νίδας, του Καθαρού στην Δίκτη και του Λασιθίου στην Ίδης καθώς και τα σημαντικά σπήλαια που υπάρχουν στο νησί όπως το σπήλαιο του Ιδαίον άντρο (το σπήλαιο του Δία) και το σπήλαιο του Δικταίον.

FOR AUTHOR USE ONLY

Η γεωμορφολογία της Κρήτης είναι έντονη καθώς το 41% του εδάφους της είναι ορεινοί όγκοι, το 33% είναι πεδιάδες και το 26% ημιορεινοί όγκοι. Η μεγαλύτερη πεδινή έκταση βρίσκεται στο νότιο – κεντρικό τμήμα του νησιού με την πεδιάδα της Μεσαράς και στο νότιο – ανατολικό με την πεδιάδα της Ιεράπετρας. Ένα κύριο μορφολογικό χαρακτηριστικό του νησιού είναι τα επιβλητικά φαράγγια του με το διάσημο φαράγγι της Σαμαριάς, το Κουρταλίωτικο φαράγγι, το φαράγγι της Ιμπρού κ.α..

Το κλίμα της Κρήτης χαρακτηρίζεται ως μεσογειακό, αν και η έντονη γεωμορφολογία του νησιού προκαλεί διαφοροποιήσεις από τον βορρά μέχρι τον νότο και από την ανατολή μέχρι τη δύση. Ο χειμώνας συνήθως είναι ήπιος αλλά με αρκετές χιονοπτώσεις στα ορεινά.

Η χλωρίδα της Κρήτης είναι αρκετά πλούσια, καθώς λόγω της απομόνωσης του νησιού αλλά και της γεωγραφικής του θέσης εχει τον υψηλότερο ενδημισμό στην Ελλάδα με 1.828 αυτόχθονα είδη εκ των οποίων τα 189 είναι ενδημικά της Κρήτης. Το ίδιο και η πανίδα της Κρήτης, κυρίως στα είδη ασπόνδυλων, εκτιμάται ότι τα είδη ασπόνδυλων είναι περί τα 1000 είδη.

Η Κρήτη λόγω του μικρού πλάτους της έχει λίγα ποτάμια που ξεκινούν από τους ορεινούς όγκους του νησιού και καταλήγουν στο Κρητικό και στο Λιβυκό πέλαγος. Η μεγαλύτερη φυσική λίμνη βρίσκεται στον Κουρνά Αποκορώνου, ενώ υπάρχουν τεχνητές λίμνες και φράγματα.

Στην Περιφέρεια Κρήτης υπάρχουν αρκετές περιοχές προστατευμένες με βάση την εθνική αλλά και την διεθνή νομοθεσία. Οι προστατευόμενες περιοχές αυτές περιλαμβάνουν:

- 1 Εθνικός δρυμός (Σαμαριάς),
- 1 Αισθητικό Δάσος (Φοινικόδασος Βάι, Λασιθίου),
- 2 Ειδικά προστατευμένες Περιοχές σύμφωνα με την σύμβαση της Βαρκελώνης (Εθνικός Δρυμός της Σαμαριάς και το Φοινικόδασος του Βάι),
- 53 περιοχές οι οποίες περιλαμβάνονται στο Ευρωπαϊκό οικολογικό δίκτυο Natura 2000 (Οδηγίες 92/43/ΕΚ και 2009/147/ΕΚ (79/409/ΕΟΚ)),
- 1 Ελεγχόμενη Κυνηγετική Περιοχή (Νήσος Δίας Ηρακλείου)
- 54 Καταφύγια Άγριας Ζωής
- 5 Διατηρητέα Μνημεία της Φύσης (το Κρητικό Κεφαλάνθηρο στις Καμάρες Ηρακλείου, ο αειθαλής Πλάτανος της Φαιστού, η Δρυς στις Κορφές Ηρακλείου, ο Πλάτανος Βλάτους Χανίων και ο αειθαλής Πλάτανος των Αζωγυρών Χανίων),
- Ο Εθνικός Δρυμός της Σαμαριάς έχει επίσης χαρακτηριστεί Απόθεμα Βιόσφαιρας ενώ του έχει απονεμηθεί το Ευρωδίπλωμα. Ο πυρήνας του θεωρείται και Βιογενετικό Απόθεμα
- 98 παραδοσιακοί οικισμοί

FOR AUTHOR USE ONLY

4.2: Διοικητικά στοιχεία

Η Περιφέρεια Κρήτης χωρίζεται σε 4 ενότητες :

Η **Π. Ε. Ηρακλείου** είναι η μεγαλύτερη ενότητα της Περιφέρειας Κρήτης και είναι η πρωτεύουσα του νησιού. Η συνολική έκταση της ενότητας είναι 2.641 km^2 και αντιστοιχεί στο 31,8% της Περιφέρειας.

Η **Π. Ε. Λασιθίου** βρίσκεται στα ανατολικά του νησιού και συνορεύει με την ενότητα του Ηρακλείου. Πρωτεύουσα του είναι ο Αγ. Νικόλαος. Η έκταση της ενότητας είναι 1.823 km^2 και καταλαμβάνει το 22% του συνόλου της Περιφέρειας.

Η **Π. Ε. Ρεθύμνου** συνορεύει δυτικά με την ενότητα Χανίων και ανατολικά με την ενότητα του Ηρακλείου. Πρωτεύουσα της ενότητας είναι η πόλη του Ρεθύμνου, ενώ η έκταση της είναι 1.496 km^2 που αντιστοιχεί στο 18% της Περιφέρειας.

FOR AUTHOR USE ONLY

Η **Π.Ε. Χανίων** είναι η δυτικότερη ενότητα της Περιφέρειας Κρήτης. Είναι η $2^η$ μεγαλύτερη ενότητα της Περιφέρειας και συνορεύει στα ανατολικά της με την ενότητα του Ρεθύμνου. Πρωτεύουσα της ενότητας είναι η πόλη των Χανίων και η συνολική της έκταση είναι 2.376 km^2 .

Ενώ σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ ο πληθυσμός της Κρήτης κατά την περίοδο 2013 – 2018 αυξήθηκε κατά +1% και αριθμεί 633.506 χιλ. κατοίκους.

4.4: Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας Κρήτης

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας Κρήτης αντιπροσωπεύει το 16,23% των μονάδων της επικράτειας το 2019. Διαθέτει 1.619 μονάδες με 96.367 χιλ. δωμάτια και 187.599 χιλ. κλίνες συνολικά σε όλες τις κατηγορίες, που αντιπροσωπεύουν το 20% και το 21% των δωματίων και των κλινών της χώρας αντίστοιχα (**Πίνακας 4.2**).

Πίνακας 4.2: Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Περ. Κρήτης το 2019

Περ. Ενότητα		**5***	**4***	**3***	**2***	**1***	**Σύνολο**
	Μονάδες	46	142	110	135	85	**518**
Ηρακλείου	Δωμάτια	11.007	16.476	5.039	4.404	2.594	**39.520**
	Κλίνες	23.138	32.716	9.632	8.176	4.980	**78.642**
Λασιθίου	Μονάδες	28	41	39	69	28	**205**
	Δωμάτια	5.326	3.912	1.782	1.935	424	**13.379**
	Κλίνες	10.974	7.728	3.342	3.493	808	**26.345**
Ρεθύμνου	Μονάδες	21	69	112	111	17	**330**
	Δωμάτια	2.874	5.846	5.014	3.494	351	**17.579**
	Κλίνες	5.880	11.542	9.781	6.356	657	**34.216**
Χανίων	Μονάδες	33	78	131	274	50	**566**
	Δωμάτια	3.820	5.702	5.560	9.628	1.179	**25.889**
	Κλίνες	8.069	11.203	10.083	16.874	2.167	**48.396**
	Μονάδες	**128**	**330**	**392**	**589**	**180**	**1.619**
Σύνολο ΚΡΗΤΗΣ	**Δωμάτια**	**23.027**	**31.936**	**17.395**	**19.461**	**4.548**	**96.367**
	Κλίνες	**48.061**	**63.189**	**32.838**	**34.899**	**8.612**	**187.599**

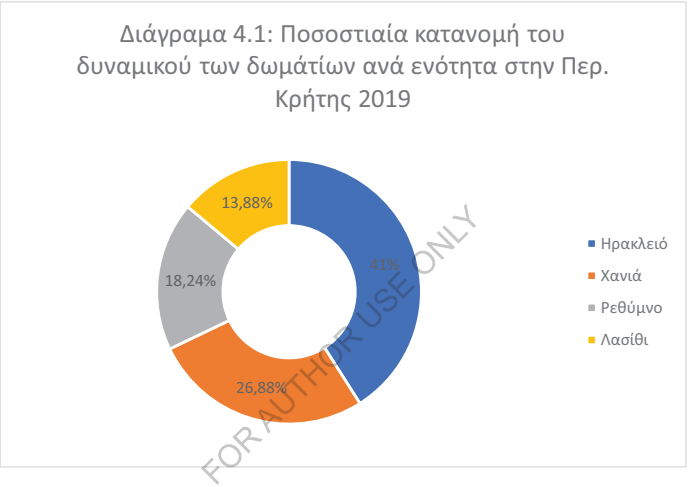
Πηγή: Ξ.Ε.Ε.

Τον μεγαλύτερο αριθμό ξενοδοχειακών μονάδων τις διαθέτει η ενότητα Χανίων με 566 μονάδες, η ενότητα του Ηράκλειου είναι 2^{η} καθώς διαθέτει 518 μονάδες, η ενότητα του Ρεθύμνου είναι 3^{η} με 330 μονάδες, ενώ η ενότητα του Λασιθίου είναι 4^{η} καθώς δραστηριοποιούνται 205 μονάδες.

FOR AUTHOR USE ONLY

Αναφορικά με το δυναμικό των διαθέσιμων δωματίων, παρατηρούμε ότι:

- Η ενότητα Ηρακλείου διαθέτει συνολικά 39.520 χιλ. δωμάτια και 78.642 κλίνες όπου αντιπροσωπεύουν το 41% του συνόλου της Περιφέρειας.
- Η ενότητα Χανίων διαθέτει 25.889 χιλ. δωμάτια και 48.396 χιλ. κλίνες και αντιπροσωπεύει το 26,9%.
- Η ενότητα του Ρεθύμνου το 18,25% με 17.579 χιλ. και 34.216 χιλ. κλίνες
- Η ενότητα Λασιθίου διαθέτει 13.379 χιλ. δωμάτια και 26.345 χιλ. κλίνες και αντιπροσωπεύει το 13,9% της Περιφέρειας.



FOR AUTHOR USE ONLY

Πηγή: ΜΗ.Τ.Ε, Ξ.Ε.Ε.

Στις επιμέρους κατηγορίες αστεριών παρατηρούμε ότι υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση στα 2* (589 μονάδες) και στα 3* (392 μονάδες) ξενοδοχεία και χαμηλή στα 4* (330 μονάδες), στα 1* (180 μονάδες) και στα 5* (128 μονάδες). Ενώ η εικόνα σε δυναμικό ξενοδοχειακών δωματίων τα 4* διαθέτουν τα περισσότερα με 31.936 χιλ. δωμάτια και 63.189 χιλ. κλίνες, τα 5* διαθέτουν 23.027 χιλ. δωμάτια και 48.061 χιλ. κλίνες, τα 2* διαθέτουν 19.461 χιλ. δωμάτια και 34.899 χιλ. κλίνες, τα 3* 17.395 χιλ. δωμάτια και 32.838 χιλ. κλίνες και τέλος τα 1* με 4.548 χιλ. δωμάτια και 8.612 χιλ. κλίνες.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι τα 4* και τα 5* παρόλο που αντιπροσωπεύουν το 28,3% των ξενοδοχειακών μονάδων (458 μονάδες) κατέχουν περίπου το 57% του ξενοδοχειακού δυναμικού των δωματίων και το 59,3% των κλινών.

4.5: Το δυναμικό των ενοικιαζόμενων δωματίων στην Περ. Κρήτης

Η Περιφέρεια Κρήτης συνολικά διαθέτει 3.409 μονάδες με 24.307χιλ. δωμάτια και 56.287 χιλ. κλίνες. Στις επιμέρους κατηγορίες κλειδιών έχουμε μεγάλη συγκέντρωση στην κατηγορία δωματίων 2Κ με 1.532 μονάδες με 10.548 δωμάτια και 23.903 κλίνες, στην κατηγορία 3Κ με 1.208 μονάδες με 9.374 δωμάτια και 22.344 κλίνες, ενώ η 4Κ διαθέτει 144 μονάδες με 1.254 δωμάτια και 3.025 κλίνες και τέλος στην 1Κ 525 μονάδες με 3.131 και 7.015 κλίνες (**Πίνακας 4.3**).

Πίνακας 4.3: Το δυναμικό των ενοικιαζόμενων δωματίων στην Περ. Κρήτης το 2019

Ενότητα		4Κ	3Κ	2Κ	1Κ	Σύνολο
Ηράκλειο	Μονάδες	67	350	362	106	**885**
	Δωμάτια	683	3.980	3.340	765	**8.768**
	Κλίνες	1.645	8.452	7.007	1.608	**18.712**
Ρέθυμνο	Μονάδες	38	525	616	174	**1.353**
	Δωμάτια	172	3.148	3.894	1.076	**8.290**
	Κλίνες	466	8.232	9.233	2.488	**20.419**
Χανιά	Μονάδες	17	218	330	114	**679**
	Δωμάτια	200	1.409	1.947	631	**4.187**
	Κλίνες	459	3.642	4.503	1.437	**10.041**
Λασίθι	Μονάδες	22	115	224	131	**492**
	Δωμάτια	199	837	1.367	659	**3.062**
	Κλίνες	455	2.018	3.160	1.482	**7.115**
Κρήτη	Μονάδες	**144**	**1.208**	**1.532**	**525**	**3.409**
	Δωμάτια	**1.254**	**9.374**	**10.548**	**3.131**	**24.307**
	Κλίνες	**3.025**	**22.344**	**23.903**	**7.015**	**56.287**

Πηγή: ΜΗ.Τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Αναφορικά με την κατανομή ανά ενότητα:

- Η ενότητα του Ηρακλείου διαθέτει 885 μονάδες με 8.768 δωμάτια και 18.712 κλίνες
- Η ενότητα Ρεθύμνου 1.353 μονάδες με 8.290 δωμάτια και 20.419 κλίνες
- Η ενότητα Χανίων 679 μονάδες με 4.187 δωμάτια και 10.041 κλίνες
- Η ενότητα Λασιθίου 492 μονάδες με 3.062 δωμάτια και 7.115 κλίνες

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι στις 2Κ και τα 3Κ μονάδες παρατηρείται πολύ υψηλή συγκέντρωση καθώς αντιπροσωπεύουν το 80,3% των μονάδων, το 81,9% των δωματίων και το 82,1% των κλινών.

Σημείωση: Η κατηγοριοποίηση των μονάδων ενοικιαζόμενων δωματίων γίνεται με κλειδιά (Κ).

4.6: Το δυναμικό του Κάμπινγκ στην περιφέρεια Κρήτης

Η Περιφέρεια Κρήτης συνολικά διαθέτει 15 μονάδες με 14 οικίσκους και 760 θέσεις, εκ των οποίων 1 μονάδα είναι κατηγορίας 4* με 90 θέσεις, 1 μονάδα με 18 θέσεις 3* κατηγορίας, 12 μονάδες με 14 οικίσκους και 552 θέσεις κατηγορίας 2* και 1 μονάδα με 100 θέσεις της κατηγορίας 1*.

Πίνακας 4.4: Το δυναμικό Κάμπινγκ στην Περ. Κρήτης το 2019

Ενότητα		4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Ηράκλειο	Μονάδες	0	0	6	0	**6**
	Οικίσκοι	0	0	0	0	**0**
	Θέσεις	0	0	259	0	**259**
Ρέθυμνο	Μονάδες	1	0	1	1	**3**
	Οικίσκοι	0	0	14	0	**14**
	Θέσεις	90	0	21	100	**211**
Χανιά	Μονάδες	0	1	3	0	**4**
	Οικίσκοι	0	0	0	0	**0**
	Θέσεις	0	18	166	0	**184**
Λασίθι	Μονάδες	0	0	2	0	**2**
	Οικίσκοι	0	0	0	0	**0**
	Θέσεις	0	0	106	0	**106**
	Μονάδες	**1**	**1**	**12**	**1**	**15**
Κρήτη	**Οικίσκοι**	**0**	**0**	**14**	**0**	**14**
	Θέσεις	**90**	**18**	**552**	**100**	**760**

Πηγή: Ξ.Ε.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Αναφορικά ανά επιμέρους ενότητα:

- Η ενότητα Ηρακλείου διαθέτει 6 μονάδες με 259 θέσεις και 0 οικίσκους όλες 2* κατηγορία.
- Η ενότητα Ρεθύμνου διαθέτει 3 μονάδες με 14 οικίσκους και 211 θέσεις εκ των οποίων μία της κατηγορίας 4*, μία 2* και μία της κατηγορίας 1*.
- Η ενότητα Χανίων διαθέτει 4 μονάδες με 184 θέσεις και 0 οικίσκους εκ των οποίων η κατηγορίας 3* και 3 της κατηγορίας 2*.
- Η ενότητα Λασιθίου διαθέτει 2 μονάδες με 106 θέσεις και 0 οικίσκους και οι 2 μονάδες είναι της κατηγορίας των 2*.

Αξιοσημείωτο είναι οτι το 80% των μονάδων και το 73% των θέσεων εντοπίζεται στην κατηγορία των 2*.

4.7: Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις στην Περιφέρεια Κρήτης

Η Περιφέρεια Κρήτης είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα και υποδέχεται κάθε χρόνο όλο και αυξανόμενο αριθμό επισκεπτών. Το 2019 την Περιφέρεια Κρήτης επισκέφτηκαν συνολικά 5.287,6 χιλ. τουρίστες (+15% διαφορά σε σχέση με το 2016), οπού αντιπροσωπεύουν το 15,5% του συνόλου της χώρας, πραγματοποίησαν 43.256,2 χιλ. διανυκτερεύσεις (+11% σε σχέση με το 2016) το 18,6% του συνόλου πανελλαδικά, ενώ οι εισπράξεις ανήλθαν συνολικά στα 3.600,9 εκατ. ευρώ (+1% σε σχέση με το 2016) και αντιπροσωπεύουν το 20,4% των συνολικών τουριστικών εισπράξεων της Ελλάδας (**Πίνακας 4.5**).

Πίνακας 4.5: Οι αφίξεις, οι διανυκτερεύσεις και οι εισπράξεις 2016 - 2019

ΕΤΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ (σε χιλ.)	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ (σε χιλ.)	ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (σε εκατ. ευρώ)
2016	4.537,0	39.377,5	3.095,0
2017	4.806,3	40.270,7	3.259,9
2018	5.228,4	43.819,0	3.133,9
2019	5.287,6	43.256,2	3.600,9

Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

4.7.1: Οι κύριες χώρες αφίξεων

Η Κρήτη αντιπροσωπεύει το 15,5% των αφίξεων στην Ελλάδα, σημειώνοντας αύξηση σε σχέση με το 2016 +15,5% (από 4.537 εκατ. το 2016 σε 5.287,6 εκατ. το 2019). Οι κυριότερες χώρες προελεύσεις της Περιφέρειας Κρήτης είναι: η Γερμανία, το Ην. Βασίλειο, η Γαλλία, η Ολλανδία, το Βέλγιο, η Ιταλία, η Ελβετία και η Ρωσία (**Πίνακας 4.6**).

Να σημειώσουμε εδώ ότι όλες οι χώρες σημείωσαν αύξηση σε σχέση με το 2016 εκτός από το Ην. Βασίλειο (-19%) και την Ρωσία (- 15%).

Πίνακας 4.6: Οι επισκέψεις ανά χώρα προελεύσεις στην Περ. Κρήτης (σε χιλ.)

ΧΩΡΑ	2016	2017	2018	2019	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2018
Γερμανία	1.059,1	1.296,2	1.411,9	1.322,9	**33%**	**-9%**
Ηνωμένο Βασίλειο	604,4	692,1	490,6	596,1	**-19%**	**12%**
Γαλλία	447,0	473,3	622,2	584,2	**39%**	**-9%**
Ολλανδία	261,1	330,7	323,3	294,8	**24%**	**-9%**
Βέλγιο	186,0	193,8	250,2	210,5	**35%**	**-8%**
Ελβετία	150,7	181,7	184,3	183,8	**22%**	**-1%**
Ιταλία	224,2	178,9	233,6	240,6	**4%**	**-1%**
Ρωσία	150,0	104,4	45,3	130,1	**-15%**	**29%**
Λοιπές	1.454,6	1.355,3	1.667,1	1.724,5	**15%**	**10%**
ΚΡΗΤΗ Σύνολο	**4.537,0**	**4.806,3**	**5.228,4**	**5.287,6**	**15%**	**10%**

Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Αναφορικά ανά χώρα το 2019:

Η Γερμανία κατέγραψε 1.322,9 χιλ. αφίξεις το 2019 όπου είναι και η κύρια αγορά για την Περ. Κρήτης με το 1/3 σχεδόν των αφίξεων σημειώνοντας +33% αύξηση σε σχέση με το 2016.

Το Ην. Βασίλειο είναι η 2η μεγαλύτερη αγορά της Κρήτης, το 2019 κατέγραψε 596,1 χιλ. αφίξεις (+12,1%) σε σχέση με το 2018 όπου είχε σημειώσει μείωση.

Η αγορά της Γαλλίας με 584,2 χιλ. αφίξεις το 2019 σημείωσε μείωση σε σχέση με το 2018 κατά 9,3% (622,2 χιλ. αφίξεις το 2018).

Η Ολλανδική αγορά αποτελεί την 4η μεγαλύτερη αγορά – σε όρους αφίξεων - της Κρήτης το 2019 σημείωσε μείωση 9,1% (294,8 χιλ. αφίξεις το 2019σε σχέση με 323,3 χιλ. το 2018).

Το Βέλγιο το 2019 κατέγραψε 210,5 χιλ. αφίξεις (-8% σε σχέση με το 2018) και αποτελεί την 5η μεγαλύτερη αγορά.

Η Ελβετία το 2019 κατέγραψε 183,8 χιλ. αφίξεις με -1% μειώση (184,3 χιλ. το 2018).

Η Ιταλία είναι η 7η μεγάλη αγορά για την Περ. Κρήτης με αύξηση 4% σε σχέση με το 2016, ενώ το 2019 κατέγραψε μειώση -1% σε σχέση με το 2018 (240,6 χιλ. αφίξεις το 2018).

Ενδιαφέρον έχει η αγορά της Ρωσίας όπου σε σχέση με το 2016 σημείωσε μείωση -15% ενώ δείχνει μια συνεχή πτώση της τουριστικής αγοράς προς την Περ. Κρήτης τα τελευταία χρόνια με εξαίρεση το 2019 όπου κατέγραψε +29% με 130,1 χιλ. αφίξεις όταν το 2018 είχε μόλις 45,3 χιλ. αφίξεις (-57% σε σχέση με το 2016).

4.7.2: Οι διανυκτερεύσεις στην Περ. Κρήτης

Στην Περιφέρεια Κρήτης σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας (**Πίνακας 4.7)** πραγματοποιήθηκαν συνολικά 43.256,2 χιλ. διανυκτερεύσεις που αντιπροσωπεύουν το 18,6% των διανυκτερεύσεων πανελλαδικά το 2019 (232.463,7 χιλ. πανελλαδικά). Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων σε σχέση με το 2016 αυξήθηκαν κατά +11% (39.377,5 χιλ. το 2016). Όλες οι κύριες χώρες προελεύσεις γνώρισαν αύξηση την περίοδο 2016 – 2019 εκτός από το Ην. Βασίλειο (-9%) και την Ρωσία (-8%).

Πίνακας 4.7: Διανυκτερεύσεις 2016-2019 ανά χώρα προέλευσης στην Περ. Κρήτης

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΠΕΡ. ΚΡΗΤΗΣ 2016-2019						
ΧΩΡΑ	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**%Δ 2019-2016**	**%Δ 2019-2018**
Γερμανία	9.908,0	11.049,8	12.593,8	11.591,2	**12%**	**-9%**
Ηνωμένο Βασίλειο	5.280,1	6.031,5	4.369,0	4.909,3	**-9%**	**11%**
Γαλλία	3.960,0	3.969,5	5.173,7	4.540,1	**11%**	**-9%**
Ολλανδία	2.460,2	2.769,6	2.782,1	2.602,5	**11%**	**-9%**
Βέλγιο	1.737,9	1.689,0	2.197,0	1.841,8	**11%**	**-8%**
Ελβετία	1.311,9	1.459,8	1.543,8	1.517,5	**12%**	**-10%**
Ιταλία	1.840,1	1.415,4	1.871,4	1.893,4	**10%**	**10%**
Ρωσία	1.433,4	986,0	368,2	1.213,2	**-8%**	**33%**
Λοιπές	11.446,0	10.900,2	12.919,8	13.147,1	**11%**	**10%**
ΚΡΗΤΗ	**39.377,5**	**40.270,7**	**43.819,0**	**43.256,2**	**11%**	**-10%**

FOR AUTHOR USE ONLY

Πηγή: Τ.τ.Ε.

Αναφορικά ανά χώρα η Γερμανία κατέχει το μεγαλύτερο αριθμό διανυκτερεύσεων το 2019 με 11.591,2 χιλ. παρόλο που σημείωσε μειώση -9% σε σχέση με το 2018 (12.593,8 χιλ.) και 12% αύξηση από το 2016. Το Ην. Βασίλειο 2^{ο} με 4.909,3 χιλ. διανυκτερεύσεις και +11% αύξηση το 2019 αλλά -9% μειώση σε σχέση με το 2016.

Η αγορά της Γαλλίας 3^{η} με 4.540,1 χιλ. διανυκτερεύσεις και +11% αύξησή σε σχέση με το 2016, ενώ το 2019 σημείωσε μειώση -9%, η Ολλανδία είναι η 3^{η} χώρα σε διανυκτερεύσεις, το 2019 όμως κατέγραψε μειώση κατά -9% σε σχέση με το 2018 (2.602,5 χιλ. το 2019) και +11% σε σχέση με το 2016, η αγορά του Βελγίου -8% με 1.841,8 χιλ. διανυκτερεύσεις το 2019 (1.871,4 χιλ. το 2018) και +11% σε σχέση με το 2016, η Ελβετία -10% με 1.517,5 χιλ., ενώ από το 2016 +12%.

Η αγορά της Ιταλίας είναι 7η με 1.93,4 χιλ. διανυκτερεύσεις το 2019 και +10% σε σχέση με το 2018, ενώ από το 2016 έχει αυξηθεί κατά +10%, η αγορά της Ρωσίας παρόλο την πτωτική της πορεία όλα αυτά τα χρόνια (-8% σε σχέση με το 2016, ενώ την περίοδο 2016- 2018 η πτώση ήταν -57%) το 2019 σημείωσε και πάλι άνοδο της τάξεως του +33% με 1.213,2 χιλ. διανυκτερεύσεις έναντι 368,2 χιλ. το 2018. Οι λοιπές χώρες κατέγραψαν 13.147,1 χιλ. διανυκτερεύσεις το 2019, +11% αύξηση σε σχέση με το 2016 και +10% σε σχέση με το 2018 (12.919,8 χιλ. διανυκτερεύσεις το 2018).

4.7.3: Οι δυνητικές αγορές της Περιφέρειας Κρήτης

Εν δυνάμει δυνητικές αγορές της Περιφέρειας Κρήτης μπορούν να αποτελέσουν:

Αυστρία: η αγορά της Αυστρίας είναι μια αγορά με υψηλό δείκτη ανάπτυξης, χαμηλή ανεργία και με υψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα, με αποτέλεσμα τα 3/4 των κατοίκων της να ταξιδεύουν κάτι που το θεωρούν απαραίτητη ανάγκη στον τρόπο ζωή τους. Το 2018 κατέγραψε 583 χιλ. αφίξεις από 395 χιλ. το 2017, είναι μια αγορά που μπορείς να έχεις επισκέπτες όλο τον χρόνο καθώς τον χειμώνα υπάρχει αυξημένη ζήτηση για χιονοδρομικό τουρισμό και το καλοκαίρι ενδιαφέρονται πάρα πολύ για το κλίμα της Ελλάδας (ήλιος και θάλασσα) καθώς και για την ελληνική διατροφή. Είναι μια αγορά που η Κρήτη μπορεί να υπερ καλύψει.

FOR AUTHOR USE ONLY

Η.Π.Α.: μια αγορά με υψηλής ποιότητας επισκέπτες που το 2018 ανήλθαν σε 1.097 χιλ. αφίξεις + 27% σε σχέση με το 2017. Η αμερικάνικη αγορά είναι μια προσοδοφόρα αλλά πολύ απαιτητική αγορά καθώς υπάρχει υψηλή ανταγωνιστικότητα από την εγχώρια αγορά. Ένα μεγάλο μέρος τους επισκέπτεται την Ελλάδα για εκπαιδευτικούς και ιστορικούς λόγους καθώς την θεωρούν την χώρα που ενέπνευσε το αμερικάνικο έθνος και την αμερικάνικη δημοκρατία και για να γνωρίσουν την κλασσική Ελλάδα. Επίσης ενδιαφέρονται για την ελληνική κουζίνα, το περιβάλλον και την κουλτούρα μας.

Καναδάς: η αγορά του Καναδά κατέγραψε +75% αύξηση το 2018. Οι Καναδοί ταξιδεύουν την περίοδο του καλοκαιριού και αναζητούν τον ήλιο και την θάλασσά κάτι που δεν το βρίσκουν στην πατρίδα τους πολύ λόγω του κλίματος τους. Είναι υψηλού επιπέδου επισκέπτες και ταξιδεύουν συχνά. Είναι μία αγορά που πρέπει να ενδιαφέρει την Κρήτη καθώς μπορεί να την καλύψει και να αυξήσει την ποιοτική της δυναμική.

Κίνα: σύμφωνα με τα στοιχεία του Euromonitor η αγορά της Κίνας κατέγραψε +13% αύξηση το 2018 (94 χιλ. το 2018 από 83 χιλ. το 2017). Οι κύριοι λόγοι που επισκέπτονται οι κινέζοι την Ελλάδα είναι ο πολιτισμός, η γαστρονομία, η τέχνη, shopping και ενδιαφέρονται πάρα πολύ για τον τουρισμό πόλης. Αντιθέτως, το μοντέλο ήλιος & θάλασσα στις προτιμήσεις τους βρίσκεται χαμηλά (New Chinese Tourists in Europe From 2017).

Θεωρούν την Ελλάδα έναν φιλικό προς αυτούς λαό καθώς και ότι μας συνδέουν ιστορικοί δεσμοί. Η κινέζικη αγορά είναι μια ανερχόμενη τουριστική αγορά. Μόλις την τελευταία δεκαετία άρχισαν οι κάτοικοι της να ταξιδεύουν μαζικά εκτός Κίνας και έχουν μεγάλο ενδιαφέρον προς την Ελλάδα. Οι κάτοικοι των μεγάλων πόλεων τους (Πεκίνο, Χονγκ Κονγκ) τους είναι η κύρια πηγή εισερχόμενου τουρισμού καθώς έχουν υψηλότερο επίπεδο διαβίωσης αν και οι συνεχιζόμενες εντάσεις με τις ΗΠΑ έχουν επηρεάσει τον ρυθμό ανάπτυξης της οικονομίας τους.

FOR AUTHOR USE ONLY

4.8: Οι τουριστικές εισπράξεις στην Περιφέρεια Κρήτης

Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις στην Περιφέρεια Κρήτης το 2019 ανήλθαν σε 3.600,9 χιλ. ευρώ και είναι η δεύτερη περιφέρεια στην Ελλάδα σε ταξιδιωτικές εισπράξεις μετά την Περ. Νοτίου Αιγαίου (5.174,8 χιλ. ευρώ το 2019, πίνακες παραρτήματος) και πάνω από την Περ. Αττικής και αντιπροσωπεύει το 20% των συνολικών ταξιδιωτικών εισπράξεων της Ελλάδας.

Πίνακας 4.8: Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις της Περ. Κρήτης ανά κύρια χώρα προελεύσεις 2016-2019 (σε χιλ. ευρώ)

ΧΩΡΑ	2016	2017	2018	2019	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2018
Γερμανία	860,0	959,9	944,9	972,3	**11%**	**10,20%**
Ηνωμένο Βασίλειο	407,8	503,8	326,5	420,1	**10%**	**12,80%**
Γαλλία	345,9	344,2	345,9	399,5	**12%**	**11,50%**
Ολλανδία	172,6	256,1	179,0	195,1	**11%**	**10,90%**
Βέλγιο	136,9	136,1	170,9	176,3	**13%**	**10,30%**
Ελβετία	130,2	155,3	165,6	161,4	**12%**	**-9,75%**
Ιταλία	125,0	95,8	116,7	141,5	**11%**	**12,10%**
Ρωσία	101,9	91,9	18,3	77,6	**-24%**	**42,50%**
Λοιπές	814,8	716,9	866,1	1.057,0	**13%**	**12,20%**
ΚΡΗΤΗ Σύνολο	**3.095,0**	**3.259,9**	**3.133,9**	**3.600,9**	**12%**	**11,50%**

Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Οι κύριες αγορές εισπράξεων στην Περ. Κρήτης προέρχονται από την αγορά της Γερμανίας, του Ην. Βασιλείου και της Γαλλίας όπου αντιπροσωπεύουν και το 50% των συνολικών εισπράξεων και αποτελούν τις κύριες χώρες αφίξεων και διανυκτερεύσεων στην Περιφέρεια. Θα πρέπει να πούμε ότι όλες οι αγορές σημείωσαν άνοδο το 2019 εκτός της Ελβετίας που σημείωσε πτώση κατά -9,75% στις εισπράξεις.

Αναφορικά ανά χώρα προέλευσης:

Η Γερμανία το 2019 κατέγραψε άνοδο +10,2% (972,3 χιλ. ευρώ) και +11% κατά την περίοδο 2016 – 2019,

Η αγορά του Ην. Βασίλειου το 2019 είχε +12,8% αύξηση μετά την σημαντική μείωση του 2017 - 2018 (420,1 χιλ. από 326,5 χιλ. το 2018) και είναι η 2^{η} αγορά σε εισπράξεις για την Περ. Κρήτης, ενώ κατά την περίοδο 2016 – 2019 κατέγραψε +10% άνοδο.

Η Γαλλία είναι η 3η κατά σειρά χώρα εισπράξεων της Περ. Κρήτης με +11,5% αύξηση το 2019 (399,5 χιλ. ευρώ από 345,9 χιλ. το 2018) και +12% κατά την περίοδο 2016 – 2019.

Η Ολλανδία κατέγραψε αύξηση + 10,9% το 2019 (195,1 χιλ. ευρώ) και 11% την περίοδο 2016 – 2019.

Η αγορά του Βελγίου είναι μία αγορά με συνεχή αύξηση κάθε χρόνο καθώς κατά την περίοδο 2016 – 2019 έχει +13% αύξηση που είναι και η μεγαλύτερη απ' όλες τις άλλες χώρες. Το 2019 είχε +10,3% με 176,3 χιλ. ευρώ τουριστικές εισπράξεις.

Η Ελβετία παρόλο που την περίοδο 2016 – 2019 σημείωσε αύξηση +12%, το 2019 είναι η μόνη αγορά που καταγράφει πτώση στις εισπράξεις κατά -9,75% (161,4 χιλ. από 165,6 χιλ. ευρώ το 2018).

Η αγορά της Ιταλίας είναι μία ανερχόμενη για την Κρήτη αγορά που από το 2016 έχει +11% αύξηση στις εισπράξεις και το 2019 καταγράφει +12,1% με 141,5 χιλ. ευρώ έναντι 116,7 χιλ. το 2018.

Η αγορά της Ρωσίας παρά την συνολική πτώση που έχει την περίοδο 2016 – 2019 -η πτώση κυμαίνεται στο -24% για το 2016 – 2019, ενώ την περίοδο 2016 – 2018 στο -47%- το 2019 οι εισπράξεις της Περ. Κρήτης ανήλθαν στα 77,6 χιλ. ευρώ από 18,3 χιλ. το 2018 αύξηση +42,5%.

Οι λοιπές χώρες κατέγραψαν και αυτές αύξηση 12,2% το 2019, ενώ την περίοδο 2016 – 2019 έχουν αύξηση +13%.

Συνολικά οι ταξιδιωτικές εισπράξεις της Περ. Κρήτης γνώρισαν +11,5% αύξηση σε σχέση με το 2018 (3.133,9 χιλ. ευρώ) και κατατάσσουν τον τουρισμό σε έναν σημαντικό πυλώνα της τοπικής οικονομίας με μεγάλη απήχηση και επιρροή σε όλους τους κλάδους της οικονομίας και την Κρήτη σ' έναν τουριστικό προορισμό με σημαντική συνεισφορά στην ελληνική οικονομία και το ΑΕΠ της χώρας.

FOR AUTHOR USE ONLY

4.9: Η μέση κατά κεφαλήν δαπάνη στην Περ. Κρήτης

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος η μέση κατά κεφαλήν δαπάνη στην Περ. Κρήτης για το 2019 ανήλθε στα 681 ευρώ ανά επισκέπτη και είναι κατά πολύ μεγαλύτερη από την συνολικό μέσο όρο Μ.Κ.Δ. της Ελλάδας (το 2019 είναι 544 ευρώ). Το 2019 γνώρισε αύξηση +11,3% σε σχέση με το 2018 όπου η Μ.Κ.Δ. ήταν 599,4 ευρώ (από τα 678,3 ευρώ το 2017). Θα πρέπει επίσης να επισημάνουμε ότι η Περ. Κρήτης κατέχει διαχρονικά την 2η υψηλότερη κατά κεφαλήν δαπάνη ανά επισκέπτη μετά την Περ. Νοτίου Αιγαίου όπου είναι 750,7 ευρώ για το 2019 (βλ. πίνακες παραρτήματος).



FOR AUTHOR USE ONLY

Πηγή: Τ.τ.Ε.

Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη το 2018 γνώρισε μια μεγάλη πτώση στα 599,4 ευρώ ανά επισκέπτη όταν το 2017 ήταν 678,3 ευρώ και το 2016 ήταν 682,2 ευρώ ανά επισκέπτη συντριπτικά μεγαλύτερη από τον εθνικό μέσο όρο (βλ. διάγραμμα 3.2 σελ. 26).

4.9.1: Η μέση κατά κεφαλήν δαπάνη ανά κύρια χώρα προέλευσης

Αξιοσημείωτο στην μελέτη για τον τουρισμό στην Περ. Κρήτης είναι το γεγονός ότι οι επισκέπτες που υποδέχεται είναι υψηλού επιπέδου καθώς σύμφωνα με όλα τα στοιχεία θεωρείται ένας από τους υψηλού κόστους προορισμούς στην Ελλάδα καθώς σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 4.9 η μέση κατά κεφαλή δαπάνη ανά χώρα προέλευσης είναι αρκετά υψηλή και ξεπερνάει κατά πολύ τον μέσο όρο. Αυτό μας καθορίζει τις δυνατότητες του τουριστικού προϊόντος – υπηρεσίας. Το 2019 όλες οι χώρες σημείωσαν αύξηση στην κατά κεφαλήν δαπάνη εκτός της Ελβετίας παρόλο που έχει την υψηλότερη Μ.Κ.Δ..

Πίνακας 4.9: Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη ανά κύρια χώρα προέλευσης

Χώρα	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Γερμανία	812,0	740,5	669,3	735,0
Ηνωμένο Βασίλειο	674,7	728,0	665,6	704,7
Γαλλία	773,7	727,3	555,9	683,8
Ολλανδία	661,3	774,4	553,7	661,8
Βέλγιο	736,3	702,3	683,0	837,5
Ελβετία	864,4	854,6	898,4	878,2
Ιταλία	557,6	535,2	499,3	588,2
Ρωσία	679,0	880,3	403,2	596,6
ΚΡΗΤΗ	**682,2**	**678,3**	**599,4**	**681,0**

FOR AUTHOR USE ONLY

Πηγή: Τ.τ.Ε.

Αναφορικά ανά χώρα:

Η Ελβετία έχει την υψηλότερη Μ.Κ.Δ. με 878,2 ευρώ ανά επισκέπτη το 2019 και είναι σταθερά η υψηλότερη διαχρονικά παρ' ότι γνώρισε πτώση σε σχέση με το 2018 (898,4 ευρώ).

Το Βέλγιο το 2019 είναι 2ο με 837,5 ευρώ όταν το 2018 ήταν 683 ευρώ. Υπήρξε μια θεαματική αύξηση σε σχέση με όλα τα άλλα έτη.

Το Ην. Βασίλειο 4ο με 704,7 ευρώ ανά επισκέπτη όταν το 2018 ήταν 665,6 ευρώ.

3η είναι η Γερμανία με 735 ευρώ ανά επισκέπτη και το 2019 γνώρισε αύξηση καθώς είχε πτωτική πορεία μέχρι το 2018.

Η Γαλλία είναι στην 5η θέση με 683,8 ευρώ, η Ολλανδία 6η με 661,8 ευρώ και η Ρωσία με 588,2 ευρώ στην 7η θέση και η Ιταλία που βρίσκεται στην 8η θέση με 588,2 ευρώ.

4.10: Η κρουαζιέρα στην Περ. Κρήτης

Η Περ. Κρήτης υποδέχεται συνολικά το 8,8% των αφίξεων και το 9,6% των εισπράξεων της κρουαζιέρας στην Ελλάδα στα δύο μεγαλύτερα λιμάνια που διαθέτει. Το λιμάνι του Ηρακλείου υποδέχεται το 5,2% των αφίξεων (204 κρουαζιερόπλοια με 307.043 χιλ. επιβάτες) και το 6,7% των εισπράξεων, το λιμάνι των Χανίων το 3,6% των αφίξεων (132 κρουαζιερόπλοια με 265.956 χιλ. επιβάτες) και το 2,9% των εισπράξεων πανελλαδικά (Διαγράμματα 4.3 & 4.4), ενώ το 2019 γνώρισε συνολική αύξηση σε αφίξεις +72% και +26,3% στο επιβατικό κοινό.

Πίνακας 4.10: Η κρουαζιέρα στην Περ. Κρήτης 2019 – 2018

Περ. Ενότητα (Λιμάνι)	2019		2018		%Δ 2019-2018	
	Αφίξεις	Επιβάτες	Αφίξεις	Επιβάτες	Αφίξεις	Επιβάτες
Ηρακλείου	204	307.043	187	297.929	**10,90%**	**9,0%**
Χανίων (Σούδα)	132	265.956	78	139.944	**59%**	**52,60%**
Λασιθίου (Αγ. Νικολάου)	37	32.500	24	13.616	**65%**	**41,90%**
Λασιθίου (Σητείας)	0	0	3	1.447	**-100%**	**-100%**
Ρέθυμνο	24	1.769	16	741	**33%**	**41,80%**
Σύνολο Κρήτης	**397**	**607.268**	**284**	**453.677**	**72%**	**26,30%**

Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος

FOR AUTHOR USE ONLY

Αναλυτικά ανά λιμάνι:

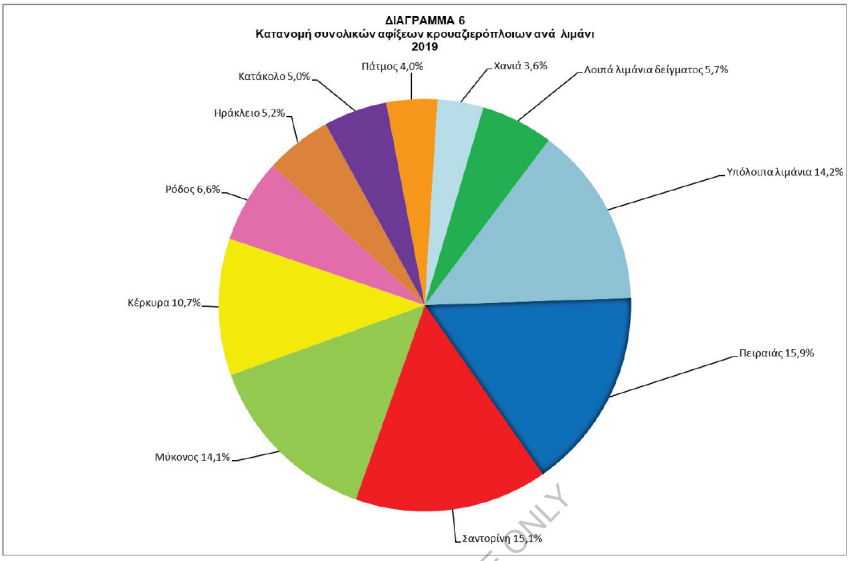
Το λιμάνι του Ηρακλείου είναι αυτό με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα με +10,9% αύξηση το 2019 σε αφίξεις και +9% αύξηση σε επιβάτες σε σχέση με το 2018(187 κρουαζιερόπλοια και 297.929 χιλ. επιβάτες).

Το λιμάνι της Σούδας στα Χανιά υποδέχτηκε 132 κρουαζιερόπλοια με 265.956 χιλ. επιβάτες και είχε +59% αύξηση στις αφίξεις και 52,6% στο επιβατικό κοινό.

Στην περιφερειακή ενότητα Λασιθίου υπάρχουν 2 λιμάνια υποδοχής το λιμάνι του Αγ. Νικολάου όπου το 2019 είχε αύξηση 65% στις αφίξεις και 41,9% στο επιβατικό κοινό σε σχέση με το 2018 και το λιμάνι της Σητείας που ενώ το 2018 υποδέχτηκε 3 κρουαζιερόπλοια με συνολικά 1.447 επιβάτες το 2019 οι αφίξεις ήταν 0.

Τέλος το λιμάνι του Ρεθύμνου το 2019 είχε αύξηση 67% στις αφίξεις με 24 κρουαζιερόπλοια και 41,8% στο επιβατικό κοινό με 1.769 επιβάτες σε σχέση με το 2018 (16 αφίξεις και 741 επιβάτες).

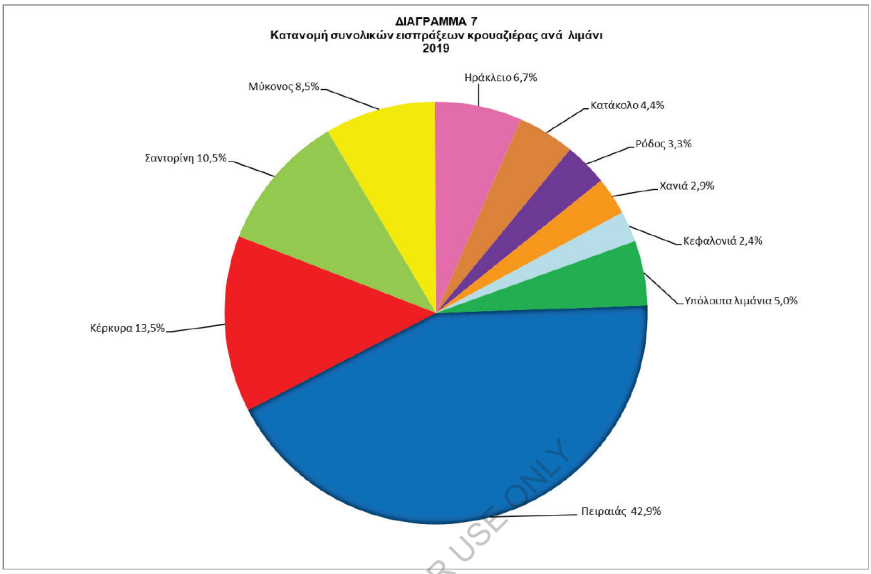
Διάγραμμα 4.3: Κατανομή αφίξεων κρουαζιερόπλοιων ανά λιμάνι



Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Διάγραμμα 4.4: Κατανομή εισπράξεων κρουαζιέρας ανά λιμάνι



Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Συμπερασματικά διαπιστώνουμε πρέπει να πούμε ότι η κρουαζιέρα στην Ελλάδα στερείται βασικών υποδομών καθώς θα μπορούσε να είναι μια από της βασικότερες πηγές εσόδων τουρισμού στην χώρα μας καθώς με τα νησιά που διαθέτει η Ελλάδα μπορεί να έχει κρουαζιέρα σε όλη την Μεσόγειο, αλλά δυστυχώς η έλλειψη ενδιαφέροντος εδώ και δεκαετίες μας έχουν στερήσει την δυνατότητα αυτή. Θα έπρεπε από την δεκαετία του ‘90 να είχαμε λύσει το πρόβλημα αυτό κατασκευάζοντας μαρίνες στα νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου ώστε να είναι προσβάσιμα σε κρουαζιερόπλοια και λοιπά πλοία τέτοιου τύπου καθώς και την προώθηση των ελληνικών νησιών ως έναν προορισμό κρουαζιέρας υψηλής ζήτησης.

4.11: Η τουριστική κίνηση στην Περ. Κρήτης σε Αεροδρόμια, Λιμένες, Μουσεία & Αρχαιολογικοί χώροι.

4.11.1: Η αεροπορική κίνηση στην Περ. Κρήτης

Η Περ. Κρήτης διαθέτει συνολικά 3 πολιτικά αεροδρόμια το διεθνές αεροδρόμιο Ηρακλείου «Ν. Καζαντζάκης», τον κρατικό αερολιμένα Χανίων «Ι. Δασκαλογιάννης» και τον δημοτικό αερολιμένα Σητείας «Βιτσέντζος Κορνάρος» στο Λασίθι.

Η διεθνείς αεροπορικές αφίξεις στην Περ. Κρήτης την περίοδο 2013 – 2018 σημείωσαν αύξηση +37%, ενώ σύμφωνα με τα στοιχεία του 2019 δείχνουν μια μικρή πτώση του -1% σε σχέση με το 2018 (4.413.134 εκατ. το 2019 έναντι 4.555.421 εκατ. το 2018).

Πίνακας 4.11: Η διεθνείς αεροπορική κίνηση στην Περ. Κρήτης 2013-2019

Περ. Ενότητα	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*	%Δ 2013 - 18	*%Δ 2019-2018
Ηρακλείου	2.472.775	2.595.702	2.542.914	2.895.931	3.151.795	3.371.797	3.256.490	**36%**	**-1,90%**
Χανίων	849.271	935.615	939.794	1.039.616	1.039.200	1.164.395	1.156.644	**37%**	**-1,90%**
Λασιθίου	1.932	2.437	611	622	5.976	19.229	Δ/Υ	**895%**	**Δ/Υ**
Σύνολο Κρήτης	**3.323.978**	**3.533.754**	**3.483.319**	**3.936.169**	**4.196.971**	**4.555.421**	**4.413.134**	**37%**	**-1%**

Πηγή: ΥΠΑ, ΔΑΑ, FRAPORT

FOR AUTHOR USE ONLY

Αναλυτικά σε σχέση με τα επιμέρους αεροδρόμια:

Το διεθνές αεροδρόμιο του Ηρακλείου την περίοδο 2013 – 2018 γνώρισε αύξηση +36% και είναι το αεροδρόμιο με το μεγαλύτερο αριθμό αφίξεων στην Περ. Κρήτης, ενώ το 2019 σημείωσε μια μικρή μείωση του -1,9% (3.256.490 εκατ. το 2019 από 3.371.797 εκατ. το 2018)

το αεροδρόμιο Χανίων την περίοδο 2013 – 2018 είχε αύξηση στις διεθνείς αφίξεις κατά +37%, ενώ το 2019 κατέγραψε -1,9% μείωση στις αφίξεις (από 1.164.395 εκατ. το 2018 στις 1.156.644 εκατ. το 2019).

Ο δημοτικός αερολιμένας Σητείας στην ενότητα Λασιθίου την περίοδο 2013 – 2018 κατέγραψε μια άνοδο της τάξεως του 895% με το 2018 να είναι η μεγαλύτερη χρονιά σε αφίξεις καθώς για πρώτη φορά έφτασαν τις 19.229 χιλ.. Για το 2019 δυστυχώς δεν έχουμε ακόμα επίσημα δημοσιευμένα στοιχεία.

Αναφορικά εδώ να πούμε ότι το αεροδρόμιο Ηρακλείου είναι το 2ο αεροδρόμιο στην Ελλάδα μετά το «Ελ. Βενιζέλος» της Αθήνας σε αφίξεις και πάνω από το αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης.

***Δεν εχουμε επίσημα δημοσιευμένα στοιχεία ακόμα για το 2019.**

4.11.2: Η ακτοπλοϊκή κίνηση στην Περ. Κρήτης

Η Περιφέρεια Κρήτης διαθέτει 6 λιμάνια εισόδου (2 κυριά & 4 τα λιμάνια μεικτής χρήσης) το λιμάνι του Ηρακλείου όπου είναι και ο κύριος εμπορικός λιμένας, το λιμάνι της Σούδας στα Χανιά, το λιμάνι του Ρεθύμνου, το λιμάνι της Σητείας στο Λασίθι, το λιμάνι του Κισσάμου (εκτελεί δρομολόγια μόνο προς Κύθηρα και Αντικύθηρα) και το λιμάνι του Αγ. Νικολάου (Λασίθι).

Το 2018 διακινήθηκαν συνολικά 2.958.291 εκατ. επιβάτες εσωτερικού που αντιπροσωπεύει το 4% των διακινηθέντων στην Ελλάδα, 12% περισσότεροι σε σχέση με το 2017.

Πίνακας 4.12: Η ακτοπλοϊκή κίνηση εσωτερικού στην Περ. Κρήτης 2017-2018

Περ. Ενότητα	2017	2018	%Δ 2017-2018
Ηρακλείου	1.542.244	1.582.474	**1%**
Χανίων (Σούδας)	854.087	1.296.435	**15%**
Λασιθίου (Σητείας)	10.500	11.050	**1%**
Ρεθύμνου	61.664	68.332	**11%**
Σύνολο Κρήτης	**2.468.495**	**2.958.291**	**12%**

Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος

FOR AUTHOR USE ONLY

Η επιμέρους εικόνα ανά λιμάνι :

Ο λιμένας Ηρακλείου υποδέχεται το μεγαλύτερο μέρος των επιβατών καθώς αποτελεί και τον κύριο λιμένα εισόδου αλλά και τον μεγαλύτερο διαμετακομιστικό λιμένα (Hub) της περιφέρειας. Το 2018 σημείωσε αύξηση +1% σε σχέση με το 2017 (1.542.244 εκατ. το 2017).

Το λιμάνι της Σούδας στα Χανιά είναι το 2ο μεγαλύτερο στην Κρήτη και το 2018 κατέγραψε +15% αύξηση στην διακίνηση επιβατών εσωτερικού σε σχέση με το 2017 (1.296.435 εκατ. το 2018 έναντι 854.087 χιλ. το 2017).

Το λιμάνι της Σητείας κατέγραψε +1% αύξηση με 68.332 χιλ. επιβάτες.

Το λιμάνι του Ρεθύμνου με +11% με 68.332 χιλ. επιβάτες, όταν το 2016 δεν είχε καθόλου επιβατική κίνηση.

Σημείωση: Δεν εχουμε επίσημα δημοσιευμένα στοιχεία ακόμα για το 2019.

4.11.3: Η κίνηση σε Μουσεία & Αρχαιολογικούς χώρους

Η Περ. Κρήτης κατέχει το 13% των επισκεπτών σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους στην Ελλάδα, σημειώνοντας αύξηση το 2019 κατά +11,3% στις επισκέψεις μουσείων και +10,4% στους αρχαιολογικούς χώρους (**Πίνακας 4.13**). Όλα τα μουσεία το 2019 κατέγραψαν αύξηση εκτός των μουσείων στην ενότητα Λασιθίου όπου κατέγραψε μειώση κατά -7,8%. Οι αρχαιολογικοί χώροι σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. το 2019 στο σύνολο τους κατέγραψαν αύξηση κατά +10,4%, αλλά αύξηση σημείωσε μόνο ο αρχαιολογικός χώρος της Κνωσού κατά +8,8% ενώ όλοι οι υπόλοιποι κατέγραψαν μειώση(**Πηγή:** ΕΛ.ΣΤΑ.)

Πίνακας 4.13: Κίνηση σε μουσεία & αρχαιολογικούς χώρους 2018 – 2019

Α. Μουσεία	**2018**	**2019**	**%Δ 2019/ 2018**
Ηρακλείου	555.031	660.533	**19%**
Ρεθύμνου	20.750	21.651	**1,04%**
Χανιών	73.483	71.553	**3%**
Λασιθίου	46.526	36.744	**-7,80%**
Μουσεία Σύνολο	**695.790**	**790.481**	**11,30%**
Β. Αρχαιολογικοί Χώροι			
Κνωσσού (Κρήτης)	855.663	930.813	**8,80%**
Φαιστού (Κρήτης)	134.538	118.253	**-12,1%**
Σπιναλόγκα	413.878	410.334	**-0,95%**
Αρχ. Χώρου Ελεύθερνας	71.517	54.996	**-7,70%**
Λοιποί	718.053	671.282	**-9,30%**
Αρχαιολογικοί Χώροι Σύνολο	1.475.596	1.514.396	**10,40%**
Γεν. Σύνολο Α+Β	**2.171.386**	**2.304.877**	**10,80%**
Γ. Εισπράξεις Μουσείων			
Ηρακλείου	1.877.366	1.915.613	**1%**
Ρεθύμνου	177.187	142.951	**-8%**
Χανιών	166.718	168.288	**1%**
Λασιθίου	57.150	50.988	**-8,90%**
Σύνολο Μουσείων	**2.278.421**	**2.277.840**	**-0,90%**
Δ. Εισπράξεις Αρχαιολογικών χώρων			
Κνωσσού (Κρήτης)	9.238.469	10.155.161	**11%**
Φαιστού (Κρήτης)	718.828	657.220	**-9%**
Σπιναλόγκα	2.593.144	2.564.400	**1,00%**
Αρχ. Χώρου Ελεύθερνας	7.191	6.867	**-9%**
Λοιποί	2.130.602	2.046.571	**-9,60%**
Αρχαιολογικοί Χώροι Σύνολο	**14.688.234**	**15.430.219**	**10,50%**
Σύνολο Γ+Δ	**16.966.655**	**17.708.059**	**10,40%**

FOR AUTHOR USE ONLY

Οι συνολικές εισπράξεις των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων στην Περ. Κρήτης ανήλθαν το 2019 στα 17.708.059 εκατ. ευρώ αυξημένες κατά +10,4% σε σχέση με το 2018. Θα πρέπει να αναφέρουμε οτι τα μουσεία του Ηρακλείου και των Χανίων είναι αυτά που κατέγραψαν αύξηση στις εισπράξεις κατά 1% και τα υπόλοιπα σημείωσαν μειώση το 2019, ενώ οι συνολικές εισπράξεις μουσείων κατέγραψαν μειώση -0,9%. Αντιθέτως οι αρχαιολογικοί χώροι στις συνολικές τους εισπράξεις κατέγραψαν αύξηση +10,5% το 2019, αλλά μόνο ο αρχαιολογικός χώρος της Κνωσσού κατέγραψε αύξηση εισπράξεων κατά +11%, όλοι οι υπόλοιποι το 2019 κατέγραψαν μειώση.

Αναφορικά με τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους της Περ. Κρήτης θα πρέπει να πούμε ότι το αρχαιολογικό μουσείο Ηρακλείου είναι το 2^{ο} σε επισκεψιμότητα μουσείο μετά το μουσείο της Ακρόπολης και ο αρχαιολογικός χώρος της Κνωσσού είναι επίσης 2^{ος} μετά την Ακρόπολη Αθηνών κάτι που αποδεικνύει το παγκόσμιο ενδιαφέρον για την ιστορία και τον πολιτισμό της Κρήτης.

FOR AUTHOR USE ONLY

4.12: Μαρίνες & Αγκυροβόλια σκαφών στην Περ. Κρήτης

Σύμφωνα με το Τμήμα Χωροθέτησης Υποδομών Θαλάσσιου Τουρισμού του Υπουργείου Τουρισμού, στην Ελλάδα λειτουργούν 58 μαρίνες που διαθέτουν 24.371 θέσεις ελλιμενισμού, με προσφορά υπηρεσιών υψηλού επιπέδου. Αρκετές από τις μαρίνες, είναι βραβευμένες από το πρόγραμμα «Γαλάζιες Σημαίες της Ευρώπης». Επίσης, καταγράφονται και 91 Καταφύγια ή Αγκυροβόλια τουριστικών σκαφών με 6.233 θέσεις ελλιμενισμού.

Στην Περιφέρεια Κρήτης λειτουργούν οχτώ μαρίνες με 1.973 θέσεις ελλιμενισμού. Συγκεκριμένα, οι καταγραφόμενες μαρίνες ανά Ενότητα είναι:

• Ηρακλείου: Γούβες (72 θέσεις), Μάλια (300 θέσεις) και Όρμος Δέρματα Ηρακλείου (416 θέσεις),

• Χανίων: Κίσσαμος (180 θέσεις) και Παλαιοχώρα (140 θέσεις),

• Ρεθύμνου: Αγία Γαλήνη (112 θέσεις) και Ρέθυμνο (500 θέσεις) και

• Λασιθίου: Άγιος Νικόλαος (253).

Επίσης, στην Περιφέρεια καταγράφονται και έξι Καταφύγια ή Αγκυροβόλια τουριστικών σκαφών (1 στο Ηράκλειο, 2 στα Χανιά, 1 στο Ρέθυμνο και 2 στο Λασίθι) με 356 θέσεις ελλιμενισμού.

FOR AUTHOR USE ONLY

4.14: Καταδυτικοί προορισμοί

Σε όλη την Περ. Κρήτης λειτουργούν πολλά καταδυτικά κέντρα που μπορούν να εξυπηρετήσουν δύτες όλων των κατηγοριών, κάθε χρονική περίοδο.

• Χανιά, ο κόλπος της Σούδας & οι βραχώδεις ακτές από τις Καλύβες ως και τη Γεωργιούπολη φιλοξενούν δεκάδες εντυπωσιακά σημεία κατάδυσης, με δεκάδες σπηλιές και βραχώδεις αβύσσους. Στην περιοχή ξεχωρίζει το υποθαλάσσιο σπήλαιο των Ελεφάντων, το οποίο πήρε το όνομα του από τα οστά ελεφάντων που υπάρχουν απολιθωμένα ακόμη στο βυθό,

• Ρέθυμνο, ο βυθός στα Σκινάρια είναι από τους εντυπωσιακότερους στο νησί, με πλούσια ζωή και ορατότητα που ξεπερνάει τα 40μ. Στο βορρά, οι βραχώδεις ακτές ανάμεσα στη Σκαλέτα και το Γεροπόταμο, γεμάτες σπηλιές, προσφέρονται για υποβρύχια εξερεύνηση,

• Ηράκλειο, Οι κύριες περιοχές κατάδυσης βρίσκονται στην περιοχή της Αχλάδας, δυτικά του Ηρακλείου. Καταδυτικά κέντρα βρίσκονται στις παραλίες της Λυγαριάς και του Μονοναύτη. Σχολές κατάδυσης βρίσκονται επίσης στη Χερσόνησο και στα Μάλια, προσφέροντας συνήθως καταδυτικές εκδρομές στο νησί της Ντίας.

• Λασίθι, η καταδυτική εμπειρία ξεκινάει συνήθως από την περιοχή του Αγίου Νικολάου, το νησί των Αγίων Πάντων και το Βούλισμα. Στις ακτές του Κάβο Σίδερο, ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει ίσως τον πλουσιότερο βυθό στο νησί. Στην Ιεράπετρα, καταδύσεις γίνονται στην παραλία του Περιστερά και στο νησάκι της Αγίας Φωτιάς. Στο Κουφονήσι, την Ίτανο & την Ελούντα υπάρχουν τμήματα βυθισμένων παλιών πόλεων, που μπορούν εξερευνηθούν με εξοπλισμό.

FOR AUTHOR USE ONLY

4.15: Πεζοπορικές διαδρομές- TREKKING

Το Ευρωπαϊκό μονοπάτι μεγάλων αποστάσεων Ε4 περιλαμβάνει ένα μεγάλο οδικό δίκτυο μονοπατιών με ιδιαίτερη πολιτιστική, φυσική και ιστορική αξία. Έχει σηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση Περιπατητών και ενώνει την Κίσσαμο με τη Ζάκρο αφού διασχίσει όλους τους μεγάλους ορεινούς όγκους της Κρήτης (Λευκά Όρη, Κρυονερίτης, Βρύσινας, Κέντρος, Ψηλορείτης, Γιούχτας, Δίκτη, Θρυπτή) με μερικές διακλαδώσεις. Εκτός από το δίκτυο μονοπατιών Ε4, υπάρχουν δεκάδες πεζοπορικές διαδρομές.

Οι κυριότερες από αυτές είναι:

- Στο Φαράγγι της Σαμαριάς,
- Στο Φαράγγι Αγίου Αντωνίου Πατσού,
- Στο Φαράγγι Ρίχτη,
- Στο Φαράγγι Σαρακίνας,
- Στο Φαράγγι Αράδαινας,
- Στο Φαράγγι Δικτάμου,
- Στο Φαράγγι Αλμυρού,
- Στο Φαράγγι Αποσελέμη,
- Στο Σφακιανό Φαράγγι,
- Στο Φαράγγι Μποριανών,
- Ανάβαση στον Ψηλορείτη,
- Ελαφονήσι – Σούγια,
- Δάσος του Ρούβα,
- Διάσχιση της Ορεινής Ερήμου στα Λευκά Όρη,
- Στο Φαράγγι των Νεκρών,
- Μονοπάτι της Δίκτης,
- Ανάβαση στο όρος Γκίγκιλος,
- Μονοπάτι του Κουδουμά,
- Στο Φαράγγι του Ιμπρού,
- Το Ιερό μονοπάτι του Γιούχτα,
- Στο Φαράγγι Αγίας Ειρήνης,
- Οροπέδιο Λασιθίου

FOR AUTHOR USE ONLY

Κεφάλαιο 5ο : Η επικοινωνία και η προοπτική της τουριστικής οικονομίας στην Κρήτη – Μελέτη περίπτωσης.

Η τουριστική οικονομία στην Περ. Κρήτης είναι ένας κλάδος οικονομίας που συμβάλλει σημαντικά στην διαμόρφωση της οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας στην Κρήτη, αλλά συμβάλλει και σε μεγάλο βαθμό στο ΑΕΠ της Ελλάδας. Θα μπορούσαμε να την χαρακτηρίσουμε ως έναν βασικό πυλώνα ανάπτυξης και μετασχηματισμού της τοπικής κοινωνίας.

Η μέχρι τώρα μελέτη καταδεικνύει ότι ένα μεγάλο μέρος της Κρήτης ζει από τον τουρισμό και ένα μεγάλο μέρος των περιοχών της Κρήτης αλλά και σε όλη την Ελλάδα είναι εγκλωβισμένες σ' αυτόν κάτι που δυστυχώς είναι μια αρνητική επίδραση και σχετίζεται με την μονοδιάστατη αντίληψη που επικρατεί εδώ και δεκαετίες για τον τουρισμό στην Ελλάδα. Η τουριστική βιομηχανία στην Κρήτη υποδέχεται όλο και αυξανόμενες ροές επισκεπτών. Είναι ένας τουριστικός προορισμός με υψηλή ζήτηση στην Ελλάδα με υψηλού εισοδηματικού επιπέδου επισκέπτες σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα.

Δυστυχώς όμως και εδώ κυριαρχεί ακόμα η μονοδιάστατη και κατά πολύ ξεπερασμένη αντίληψη του μοντέλου «ήλιος & θάλασσα» όταν η Κρήτη ως τουριστικός προορισμός θα μπορούσε να κυριαρχεί σε όλα τα είδη τουρισμού όλο τον χρόνο και να μην είναι εγκλωβισμένη σε έναν εποχιακό τουρισμό Part time λίγων μηνών καθώς και η ανισοκατανομή των τουριστικών υποδομών στην Περιφέρεια και η μεγάλη πλειοψηφία των ξενοδοχειακών υποδομών βρίσκεται στις παραθαλάσσιες περιοχές της Κρήτης, ενώ στην κεντρική και η ορεινή Κρήτη λειτουργούν κυρίως μικρά οικογενειακά ξενοδοχεία 12μηνης λειτουργίας, είναι κυρίως ζώνες ήπιας τουριστικής ανάπτυξης.

FOR AUTHOR USE ONLY

5.1: Η επικοινωνιακή προώθηση του τουρισμού στην Περ. Κρήτης

Η πρόοδος της τεχνολογίας και η προσθήκη νέων μεθόδων επικοινωνίας οδηγούν σε ολοένα και πιο σημαντικές αλλαγές στην συμπεριφορά του καταναλωτή. Οι συνθήκες αυτές έχουν προκαλέσει ιδιαίτερες αλλαγές στην προσέγγιση Marketing, την επικοινωνία και τις δημόσιες σχέσεις και στο πού αυτά εστιάζουν, γεγονός που συναντάται ακόμη εντονότερα στον τουριστικό κλάδο. Η διαδικασία της αγοραστικής απόφασης αποτελείται από αρκετές μεταβλητές, που επηρεάζουν την τελική επιλογή του χρήστη – καταναλωτή για συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά τους τουριστικούς προορισμούς διακοπών του ο καταναλωτής μπορεί να επιλέξει έναν προορισμό με βάση την τοποθεσία, το brand name του προορισμού που θέλει να επισκεφτεί, το κόστος (Value for Money), την ποιότητα του ξενοδοχείου, το πρόγραμμα επιβράβευσης και τις αξιολογήσεις των προηγούμενων πελατών – ταξιδιωτών είτε για την ξεν. μονάδα είτε για τον προορισμό, τι δραστηριότητες μπορεί να κάνει, τα ιστορικά & πολιτιστικά μνημεία που υπάρχουν στην περιοχή. Τέλος, στο παραπάνω σύνολο μεταβλητών, μπορούν να

προστεθούν και το περιβάλλον καθώς και ο σχεδιασμός των Ξεν. υποδομών - Hotel design- που πλέον είναι ένας σημαντικός παράγοντας στην λήψη αγοραστικής απόφασης για τουριστικές υπηρεσίες (π.χ. αν είναι Eco- friendly).

Ένας παράγοντας που παίζει σημαντικό ρόλο στην διαδικασία λήψης απόφασης του καταναλωτή είναι αυτός του Word of Mouth (WOM). Ο παράγοντας του WOM επηρεάζει – σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό – τον καταναλωτή στην επιλογή προϊόντων ή υπηρεσιών. Οι Yoon και Uysal αναφέρουν ότι το WOM είναι μία από τις πιο επιθυμητές πηγές πληροφοριών για τους ανθρώπους που ενδιαφέρονται να ταξιδέψουν. Ο τουριστικός κλάδος επηρεάζεται αρκετά από το eWOM και εντός της βιομηχανίας του τουρισμού, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι αυτές που επηρεάζονται περισσότερο (Yoon, Y. and Uysal, M. 2005).

Electronic Word of Mouth

Στην σημερινή εποχή, όπου το Internet καθιστά την πρόσβαση στην πληροφορία τόσο εύκολη, μερικά χαρακτηριστικά του παραδοσιακού W.O.M. έχουν εκλείψει. Η επικοινωνία μεταξύ πομπού και δέκτη δεν είναι πλέον αναγκαίο να γίνεται πρόσωπο με πρόσωπο, ούτε προφορικά. Οι Henning-Thurau, Gwinner, Walsh και Gremler (2004) ορίζουν το eWOM ως οποιαδήποτε θετική ή αρνητική δήλωση από έναν δυνητικό, υπάρχοντα ή πρώην πελάτη για ένα προϊόν ή μια εταιρεία, που γίνεται διαθέσιμη σε ένα πλήθος ανθρώπων και θεσμών, μέσω του διαδικτύου (Hennig-Thurau, T., Gwinner, K., Walsh, G. and Gremler, D. 2004).

FOR AUTHOR USE ONLY

5.1: Μείγμα Μάρκετινγκ (7 Ps)

Η θεωρία του μείγματος μάρκετινγκ (4P) ορίστηκε για πρώτη φορά το 1960 από το καθηγητή Jerome McCarthy, υποστηρίζοντας την εστίαση του μάρκετινγκ στο Προϊόν (Product), τη Τιμή (Price), την Προώθηση (Promotion) και την Διανομή (Place). Στην μελέτη μας όμως θα χρησιμοποιήσουμε εκτός από την παραδοσιακή εστίαση του μείγματος μάρκετινγκ και την σύγχρονη προσέγγιση του όπου προσθέτει και τους παράγοντες Άνθρωπος (People), το Περιβάλλον της επιχείρησης (Physical Environment) και οι Διαδικασίες (Process). Τα 3 επιπλέον στοιχεία στο μείγμα μάρκετινγκ αποτελούν σημαντικούς προσδιοριστικούς παράγοντες για την ποιότητα των υπηρεσιών (εικόνα 1).

Εικόνα 1



Το Προϊόν (Product)

Ξεκινώντας από το τουριστικό προϊόν - υπηρεσία, η Κρήτη διαθέτει ένα υψηλής ποιότητας τουριστικό προϊόν που καλύπτει όλα τα είδη πελατών – επισκεπτών και είναι προϊόν υψηλής ζήτησης. Μπορεί να καλύψει όλες τις μορφές τουρισμού και έχει την δυνατότητα να είναι διαθέσιμο 365 μέρες το χρόνο και συνδυάζει την παράδοση

Η Τιμή (Price)

Στην τιμή του τουριστικού – υπηρεσίας θα πρέπει να αναφέρουμε ότι η Κρήτη διαθέτει το 2^{ο} κατά σειρά υψηλότερη μέση κατά κεφαλήν δαπάνη στην Ελλάδα (681 ευρώ το 2019) αλλά και υψηλού επιπέδου υποδομές και καταλύματα (Ξεν. Μονάδες) χωρίς αυτό να αποκλείει τον πελάτη που θέλει να αγοράσει μια τουριστική υπηρεσία με χαμηλή αγοραστική δύναμη. Το Value for money είναι σε όλες τις κατηγορίες πάντα υψηλό.

Ενδιαφέρον επίσης έχει να δούμε στον παράγοντα τιμή τον γενικό δείκτη ικανοποίησης (GRI) σχετικά με την ικανοποίηση (Value for Money) των ξενοδοχείων της Κρήτης (Πίνακας 5.1).

Τέλος θα πρέπει να αναφέρουμε οτι βασικός παράγοντας της διαμόρφωσης τιμής είναι τα μέσα μεταφοράς (πλοία, αεροπλάνα) καθώς καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό το κόστος για έναν επισκέπτη και κυρίως οι αεροπορικές εταιρίες καθώς είναι το βασικό μέσο μεταφοράς από και προς το νησί.

Πίνακας 5.1: Δείκτης ποιότητας των Ξεν. Στην Περ. Κρήτης, ανά κατηγορία * 2017 - 2018

Κατηγορία *	2017	2018
5*	89,0%	89,2%
4*	85,3%	85,5%
3*	85,8%	86,0%
2*- 1*	83,0%	83,6%
GRI	**85,9%**	**86,2%**

Πηγή: Review Pro

FOR AUTHOR USE ONLY

Η Προώθηση (Promotion)

Η επικοινωνιακή προώθηση του τουριστικού προορισμού της Κρήτης είναι πολυδιάστατη και γίνεται μέσα από πολλα κανάλια προβολής και διανομής διαφορετικά μεταξύ τους. Δυστυχώς δεν υπάρχει ένα ενιαίο επικοινωνιακό πρόγραμμα προώθησης και τουριστικής προβολής της Κρήτης ή ένας ενιαίος φορέας που να καταρτίσει και να υλοποιήσει ένα σχέδιο μάρκετινγκ και τουριστικής πολιτικής για την προώθηση της. Η επικοινωνιακή προώθηση γίνεται είτε μέσα από τους μεμονωμένους φορείς (ξενοδοχειακούς ομίλους, Tour Operators κτλ.), είτε από τους δημόσιους και κρατικούς φορείς (Ε.Ο.Τ., Περ. Κρήτης κτλ.).

Πιο συγκεκριμένα θα μπορούσαμε να κατατάξουμε τα κανάλια προώθησης ως εξής:

1. **Μεμονωμένους διαφημιστές «Individuals»**
   Ως μεμονωμένους διαφημιστές εννοούμε τα ξενοδοχεία ή τους ξενοδοχειακούς ομίλους όπου κάνουν προωθητικές καμπάνιες στο εξωτερικό (ανάλογα την στόχευση που έχουν στην εκάστοτε αγορά) για τις μονάδες τους κυρίως μέσα από τα social media και από τις διεθνείς εκθέσεις τουρισμού που γίνονται με εκθεσιακά περίπτερα.

2. **Tour operators**
   Οι Tour operators είναι ένα βασικό κανάλι διανομής τουριστών ανά προορισμό και ανά ξεν. μονάδα. Οι εταιρίες Tour operator δημιουργούν

διαφημιστικές καμπάνιες ανά τουριστική αγορά για τον προορισμό που εκάστοτε ενδιαφέρονται να προωθήσουν.

3. **ΥΠ. Τουρισμού - Ε.Ο.Τ.**
   Γενικά το ΥΠ. Τουρισμού και ο ΕΟΤ δημιουργούν κρατικές καμπάνιες για την Ελλάδα αλλά και ειδικά για ισχυρά brand name όπως είναι η Κρήτη.
   Θα πρέπει να πουμε ότι διαθέτει μια εξαιρετική παρουσία στο διαδίκτυο με τις επιμέρους ιστοσελίδες : www.visitgreece.gr και το www.blogvisitgreece.gr οπού δίνει την ευκαιρία σε επαγγελματίες και σε ερασιτέχνες του τουρισμού αλλά και σε ταξιδιώτες να γράψουν την εμπειρία τους.
4. **Οι επιμέρους δήμοι**
   Μικρού βελεηνεκούς και χαμηλού προϋπολογισμού προώθηση. Δεν επεκτείνουν την διαφήμιση τους στο εξωτερικό πέρα από τουριστικές διεθνείς εκθέσεις.
5. **Η Περιφέρεια Κρήτης**

Η τουριστική προβολή από την Περ. Κρήτης είναι πολύ πετυχημένη με πολύ ισχυρό μείγμα μάρκετινγκ καθώς συμμετέχει σε όλες τις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις με περίπτερα της περιφέρειας. Σχεδιάζει και παράγει υψηλής ποιότητας οπτικοακουστικές διαφημιστικές online καμπάνιες με ισχυρό μήνυμα για την προσέλκυση επισκεπτών.

Θα πρέπει να πούμε ότι πολλές από τις διαφημιστικές online καμπάνιες έχουν βραβευτεί σε διεθνή φεστιβάλ. Μπορούμε να αναφέρουμε δυο παραδείγματα όπως:

η διαδικτυακή καμπάνια “Crete: see for yourself’’ του 2013 με:
GOLD βραβείο στην κατηγορία Διαφημιστική καμπάνια στα ελληνικά Tourism Awards 2014
Baku International Tourism Film Festival Azerbaijan 2014: Category: Country, Region, City – Golden Award
Zagreb Tourfilm Festival Croatia 2014: Best screenplay
6th International Festival of Tourism & Environmental Film “SILAFEST” Serbia 2014: Silver Wave Best Tourism Film
5th International Short Tourism Film Festival "YPERIA" Amorgos 2014: Third prize
Link: youtube.com/watch?v=s3jdQRbbwP
Και η διαδικτυακή καμπάνια του 2014 – 2015 με τίτλο “Crete the island inside you - Daydreaming” με:
International Tourism Film Festival Bulgaria "On the East Coast of Europe" 2015 - Category Nature & Ecotourism: Best advertising film
GOLD βραβείο στην κατηγορία Διαφημιστική καμπάνια στα ελληνικά Tourism Awards 2015
Jahorina Film Festival - "Golden Maple" for best international tourist film, Bosnia, and Herzegovina 2015

Tourfilm Riga 2015 - 3rd prize in the Category "Cultural Tourism"

6th International Short Tourism Film Festival "YPERIA" Amorgos 2015: Audience award

FOR AUTHOR USE ONLY

GOLD βραβείο στην κατηγορία Διαφημιστική καμπάνια στα ελληνικά Tourism Awards 2015 Link:https://www.YouTube.com/watch?v=90P0EKbCO9A&list=PL-XhMPcWDI3nAhe8XCdkHv27FRun8hfYD&index=5

Επίσης εκδίδει έντυπο υλικό όπως τουριστικά φυλλάδια, τουριστικούς χάρτες, οδηγούς πόλεων καθώς και φωτογραφικό υλικό. Το υλικό αυτό συμβάλλει στην ενίσχυση της τοποθέτησης (Positioning) της Κρήτης ως τουριστικός προορισμός προβάλλοντας ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών ώστε να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες. Τέλος διαθέτει την ιστοσελίδα https://www.incrediblecrete.gr/el/ , μια σύγχρονή διαδικτυακή παρουσία για την προώθηση του τουρισμού.

Η Διανομή (Place)

Η διανομή του τουριστικού προϊόντος μας γίνεται κυρίως μέσα από τους παραδοσιακούς Tour Operators οι οποίοι είναι και τα βασικά κανάλια διανομής. Μεγάλο κομμάτι της διανομής όμως αρχίζουν και παίρνουν και οι Online Tour Agents – διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία (Ο.Τ.Α's) όπως το Booking, το Trivago, το TripAdvisor κτλ.. αλλά και μεμονωμένα κανάλια διανομής (Individuals) δηλαδή πελάτης σε ξενοδοχείο κάτι πολύ σύνηθες καθώς Loyalty Club των Ξεν. Μονάδων προσθέτουν μια διαφορετική πολιτική που περιλαμβάνει από τις δημ. σχέσεις μέχρι το Customer experience.

Γενικά στο κομμάτι της διανομής δυστυχώς δεν υπάρχει ενιαία πολιτική διαχείρισης της επικοινωνίας και της προώθησης παρά στην συνεργασία της εκάστοτε Ξεν. Μονάδας ή Ξεν. Όμιλο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα που θα πρέπει να αναφέρουμε είναι η κατάρρευση της Thomas Cook το 2019 και οι συνέπειες που ακολούθησαν.

FOR AUTHOR USE ONLY

Οι Άνθρωποι (People)

Ο ανθρώπινος παράγοντας είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι ιδιαίτερα στον τομέα της παροχής υπηρεσιών και συμβάλλει καθοριστικά στον τουριστικό κλάδο καθώς διαμορφώνει την σχέση πελάτη – υπηρεσίας, δηλαδή στο να νιώσει ο πελάτης άνετα και να δημιουργήσει μια θετική προδιάθεση στην εμπειρία που καλείται να βιώσει.

Ο τουρισμός είναι συνυφασμένος με αυτό που ονομάζουμε σήμερα εμπειρία πελάτη. Αν θα μπορούσαμε να αναφέρουμε το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα για το τι είναι η εμπειρία πελάτη τότε ο τουρισμός είναι το παράδειγμα που θέλουμε. Αυτή η εμπειρία ο ανθρώπινος παράγοντας είναι ο πιο καθοριστικός.

Σε ό,τι έχει να κάνει λοιπόν με τους ανθρώπους που στελεχώνουν τον τουρισμό, θέλουμε όλοι οι εργαζόμενοι, ανεξαρτήτως θέσης, να διαθέτουν κριτική σκέψη και να αντιλαμβάνονται πλήρως τις ανάγκες των πελατών, προτείνοντας τους τις αντίστοιχες λύσεις και υπηρεσίες, είτε σε πιο γενικά πλαίσια, είτε με εντελώς customized και tailor-made προτάσεις. Με αυτόν τον τρόπο, η επιχείρηση δύναται να αποκομίσει ένα πολύ

σημαντικό κέρδος, αυτό του customer loyalty. Η πιστότητα του πελάτη είναι παράμετρος εξέχουσας σημασίας σε έναν κλάδο τόσο ανταγωνιστικό όσο ο κλάδος του τουρισμού.

Επίσης θα πρέπει να πούμε ότι η κοινωνία της Κρήτης είναι απόλυτα συνδεδεμένη με την λέξη φιλοξενία, με ιστορικούς δεσμούς που γυρνάνε αιώνες πίσω στον «Ξένιο Δία» και αυτό αντικατοπτρίζεται σε όλες τις εκφάνσεις της κοινωνικής ζωής του τόπου και αυτό το χαρακτηριστικό της γνώρισμα την κάνει να διαθέτει το μεγαλύτερο πλεονέκτημα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της στον κλάδο της φιλοξενίας.

Διαδικασίες (Process)

Με τον όρο διαδικασίες εννοούμε τις διαδικασίες και τα συστήματα ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης που επηρεάζουν την εκτέλεση μιας υπηρεσίας.

Ο βαθμός πολυπλοκότητας στο να επισκεφτεί κάποιος την Κρήτη για τουρισμό ή να κλείσει κάποια υπηρεσία(ξενοδοχείο, transfers κτλ.) και ο χρόνος που απαιτείται δεν αποτελούν εμπόδιο.

Περιβάλλον επιχείρησης (Physical Environment)

Περιβάλλον της επιχείρησης ή φυσικά στοιχεία εννοούμε το εξωτερικό και το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης καθώς και το μέρος που βρίσκεται. Είναι όλα αυτά τα στοιχεία που κάνουν τον πελάτη να αγοράσει το προϊόν – υπηρεσία μας.

Η Κρήτη είναι ένα από τα ωραιότερα νησιά της Μεσογείου, με απαράμιλλου κάλλους τοπία, με βουνά, φαράγγια, παραλίες (η Περ. Κρήτης είναι η $2^{η}$ περιφέρεια σε μπλε σημαίες στην Ελλάδα), μοναδικά ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία με μοναδική και σπάνια χλωρίδα και πανίδα.

Θα πρέπει να τονίσουμε εδώ ότι η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση για την προστασία του περιβάλλοντος και της κλιματικής αλλαγής δεν μπορεί να αφήσει τον κλάδο του τουρισμού ανεπηρέαστο.

Τα ξενοδοχεία βρίσκονται σε μερικά από τα ωραιότερα μέρη στον κόσμο με μοναδική ομορφιά σπάνια πανίδα και χλωρίδα που οφείλουν όχι μόνο να την προστατέψουν αλλά και να την αναδείξουν .

Όλοι οι λαοί του κόσμου επισκέπτονται την χώρα μας για να δουν και να θαυμάσουν το ελληνικό τοπίο .

FOR AUTHOR USE ONLY

5.2: Η προοπτική του τουρισμού στην Περ. Κρήτης

Η ελκυστικότητα του τουρισμού στην Περ. Κρήτης και οι προοπτικές του για κερδοφορία και στο μέλλον είναι συναφής με την αυξητική τάση του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα **καθώς** η χώρα μας είναι ένας από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο.

Η συνεχής αναβάθμιση των τουριστικών μονάδων, η αναβάθμιση του ελληνικού προϊόντος μέσα από την χρήση νέων τεχνολογιών, το ισχυρό brand name που διαθέτει, μια νέα στρατηγική επικοινωνίας που θα επαναπροσδιορίσει την θέση του ελληνικού τουρισμού συνολικά καθώς και το location είναι τα δυνατά σημεία απέναντι στον διεθνή ανταγωνισμό και στις νέες τάσεις όπως αυτές διαμορφώνονται.

Η ανάδειξη του πολιτιστικού και ιστορικού μας πλούτου σε σχέση με την ανάδειξη της **διατροφικής μας κουλτούρας** "Κρητική διατροφή " αλλά και την προστασία και ανάδειξη του ελληνικού τοπίου είναι τα μέσα ελκυστικότητας και προοπτικής της τουριστικής μας βιομηχανίας και του τουριστικού μας προϊόντος.

FOR AUTHOR USE ONLY

5.2.1: SWOT Analysis

Στην προσπάθεια μας να αναλύσουμε την προοπτική του τουρισμού και να παρουσιάσουμε μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για την Περ. Κρήτης από την μέχρι τώρα μελέτη μας, θα προβούμε στην ανάλυση SWOT. Θα αντιπαραθέσουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του τουρισμού καθώς και τις ευκαιρίες και τις απειλές που αναδεικνύονται από το εξωτερικό περιβάλλον.

Η μελέτη για τον τουρισμό στην Περ. Κρήτης αντικατοπτρίζει όλες τις δυνατότητες, τις αδυναμίες και τις απειλές που διατρέχουν την τουριστική βιομηχανία αλλά παράλληλα μας υποδεικνύει και τις ευκαιρίες που υπάρχουν και μπορούμε να αδράξουμε ώστε να δημιουργήσουμε ένα πιο ισχυρό τουριστικό προϊόν και μια ολιστική εμπειρία στον επισκέπτη.

Ο προσδιορισμός **γίνεται** με βάση την ανάλυση που προηγήθηκε αλλά και τους στόχους που θέσαμε στην αρχή της έρευνας μας καθώς και **τις** απαντήσεις που λάβαμε από το ερωτηματολόγιο μας (βλ. μελέτη περίπτωσης) σε ότι αφορά την τοπική διακυβέρνηση. Ανακεφαλαιώνοντας τα όσα έχουν αναλυθεί στα προηγούμενα κεφάλαια της μελέτης, επισημαίνουμε συμπερασματικά τα παρακάτω:

Πίνακας 5.2: SWOT Ανάλυση του τουρισμού στην Περ. Κρήτης

Πλεονεκτήματα	**Αδυναμίες**
• Φυσικό περιβάλλον • Ήπιο κλίμα • Φιλοξενία • Ανθρώπινο δυναμικό • Ξενοδοχειακές υποδομές • Ιστορικός & πολιτιστικός πλούτος • Συνδυάζει βουνό και Θάλασσα	• Οδικό δίκτυο • αεροδρόμια • Εξάρτηση από το μονοδιάστατο μοντέλο «**ήλιος & θάλασσα**» • Ανισοκατανομή των ξεν. Μονάδων • Εποχικότητα • **Έλλειψη** κεντρικού σχεδιασμού • Μη παρακολούθηση των αποτελεσμάτων και των επιπτώσεων του τουρισμού
Ευκαιρίες	**Απειλές**
• Δημιουργία του νέου αεροδρομίου στο Καστέλι • Ανάδειξη του φυσικού μας πλούτου • Γαστρονομικός προορισμός • Τουρισμός κρουαζιέρας • Δημιουργία Brand name • Εναλλακτικός τουρισμός • Πόλεις City Break	• Υψηλός ανταγωνισμός από προορισμούς με χαμηλότερο κόστος παραγωγής • Η αστάθεια στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου • Οικονομική κρίση

FOR AUTHOR USE ONLY

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τύπος έρευνας

Στα πλαίσια της μελέτης για τον τουρισμό στην Περ. Κρήτης **έχει διεξαχθεί** και **πρωτογενής** ποσοτική έρευνα που βασίστηκε στην περιγραφική ανάλυση των αποτελεσμάτων που αντλήθηκαν με την δειγματοληπτική μέθοδο της **αυτοσυμπλήρωσης** ενός ερωτηματολογίου. Οι ερωτήσεις είχαν ως στόχο την διερεύνηση των απόψεων στελεχών του τουρισμού και από τις 4 ενότητες της Περιφέρειας σχετικά με την επικοινωνιακή πολιτική και την προοπτική του τουρισμού στην Κρήτη. Το ερωτηματολόγιο, απεστάλη σε δείγμα 100 ατόμων στελεχών τουριστικών επιχειρήσεων (Προέδρους ομίλων, Διευθυντές, F&B Manager's κτλ.) αλλά και στελεχών της τοπικής αυτοδιοίκησης που στο χαρτοφυλάκιο τους υπάρχει και ο τομέας του τουρισμού **μέσα** από 16 ερωτήσεις εκ των οποίων 3 δημογραφικές και 13 σχετικά με τις απόψεις και την αντίληψη τους για τον τουρισμό στην Κρήτη.

Μέθοδος Δειγματοληψίας

Για την επιλογή του δείγματος ακολουθήθηκε δειγματοληπτική μέθοδος ευκολίας που περιείχε 3 ερωτήσεις δημογραφικού ενδιαφέροντος (**φύλο, ηλικία** και χρόνια εργασίας στον κλάδο του τουρισμού) και 13 σχετικά με τις απόψεις και την αντίληψη τους για τον τουρισμό στην Κρήτη εκ των οποίων οι 6 για την επικοινωνιακή προώθηση που **γίνεται** από τους κεντρικούς φορείς του τουρισμού αλλά και τους φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης καθώς και την συμβολή τους στον τουρισμό, 6 ερωτήσεις για την προοπτική και τις δυνατότητες του τουρισμού στην Κρήτη και 1 ερώτηση που ζητήσαμε να μας αναφέρουν τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουμε σε σχέση με τον τουρισμό.

FOR AUTHOR USE ONLY

Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου έγινε με βάση τους στόχους της έρευνας που προσδιορίσαμε εξ αρχής. Η έρευνα διεξήχθη με την προετοιμασία και την αποστολή του ερωτηματολογίου μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας Google forms και οι ερωτήσεις ήταν όλες υποχρεωτικές για τους ερωτώμενους. Το ερωτηματολόγιο χωρίζεται σε 3 τμήματα, το πρώτο τμήμα περιέχει δημογραφικές ερωτήσεις για το προφίλ του ερωτώμενου σχετικά με το φύλο την ηλικία και τα χρόνια που εργάζεται στον κλάδο του τουρισμού. Στο 2^{ο} τμήμα του ερωτηματολογίου περιέχει ερωτήσεις για την επικοινωνιακή προώθηση του τουρισμού στην Κρήτη και **αποτελείται** από 6 ερωτήσεις. **Το** 3^{ο} τμήμα του ερωτηματολογίου **αποτελείται** από 7 ερωτήσεις που αφορούν την προοπτική του τουρισμού στην Κρήτη και ζητάμε να μας απαντήσει σε ερωτήσεις όπου **είναι κομβικής σημασίας** για την έρευνα μας.

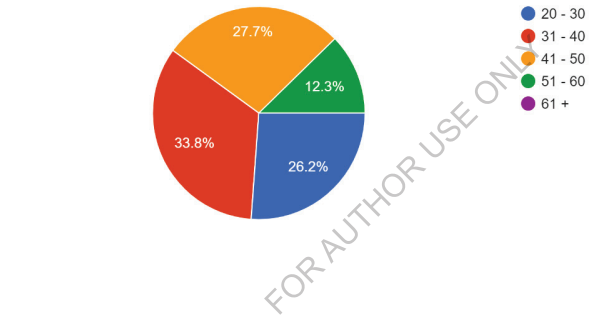
Θα πρέπει να πούμε ότι στην έρευνα η ηλικιακή κατηγοριοποίηση έγινε με τέτοιο τρόπο ώστε να αντιστοιχεί στην εργασιακή εμπειρία και ως αρχικό ηλικιακό έτος παίρνουμε τα 20 χρόνια, σύμφωνα πάντα και με την κείμενη εργατική νομοθεσία. Έτσι, το ερωτηματολόγιο προωθήθηκε ηλεκτρονικά σε συνολικά 100 στελέχη του τουρισμού **σε όλη** την Περ. Κρήτης εκ των οποίων ανταποκρίθηκαν οι 65 (ποσοστό **ανταπόκρισης** 65% του πληθυσμού).

5.3.1: Περιγραφικά αποτελέσματα

Το 55,4% των ερωτηθέντων ήταν άνδρες και το 44,6% γυναίκες.

Από τους 65 ερωτηθέντες το 26,2% ήταν από 20 – 30 χρονών, το 33,8% από 31 – 40, το 27,7% από 41 – 50 και το 12,3% από 51 – 60 χρονών ενώ στην ηλικιακή κατηγορία 61+ είχαμε 0 απαντήσεις.

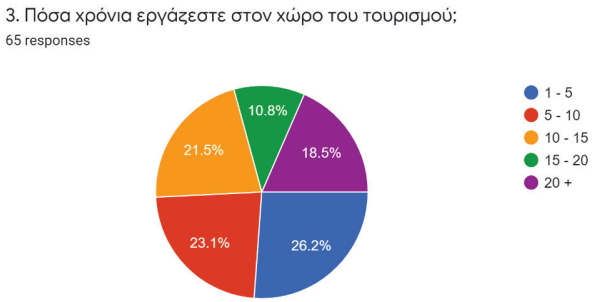
Γράφημα 1: Ηλικία



FOR AUTHOR USE ONLY

Στο γράφημα 3 ρωτήσαμε τα χρόνια εργασίας τους στον χώρο του τουρισμού, από τους 65 ερωτηθέντες το 26,2% είναι από 1 – 5 χρόνια, το 23,1% από 5 – 10, από 10 – 15 το 21,5%, το 10,8% από 15- 20 και το 18,5% από 20+.

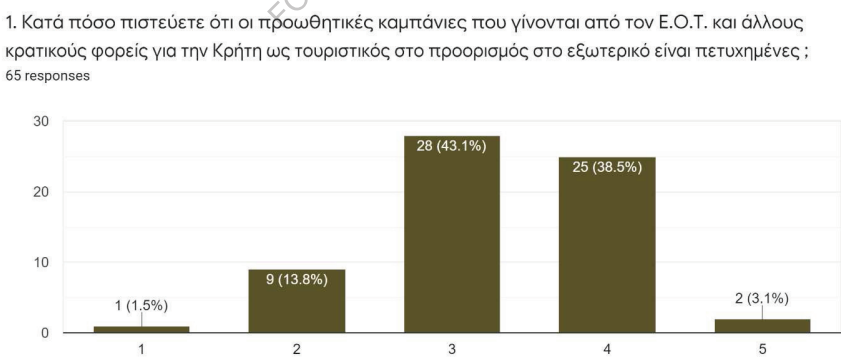
Γράφημα 2: Χρόνια εργασίας



Στην ερώτηση «Κατά πόσο πιστεύετε ότι οι προωθητικές καμπάνιες που γίνονται από τον Ε.Ο.Τ. και άλλους κρατικούς φορείς για την Κρήτη ως τουριστικός στο προορισμός στο εξωτερικό είναι πετυχημένες ;» η ερώτηση ήταν με κλίμακα Likert (καθόλου έως πάρα πολύ) και οι 65 ερωτηθέντες απάντησαν ως εξής, το 38,5% πολύ, το 43,1% αρκετά όπου αποτελεί και το 81,6% των **απαντήσεων,** ενώ το 3,1% απάντησε παρά πολύ και το 15,3% συνολικά λίγο και καθόλου.

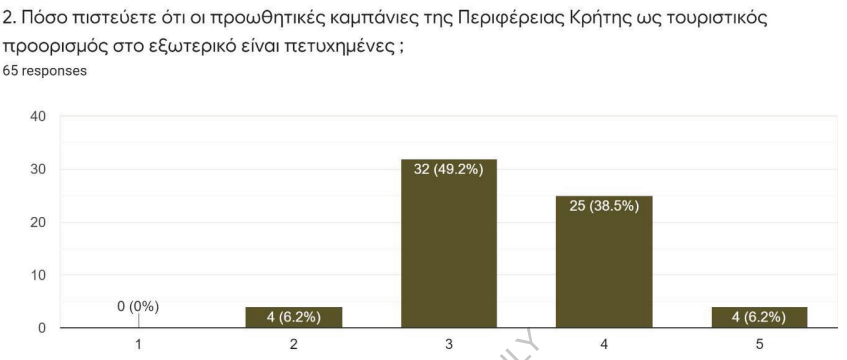
FOR AUTHOR USE ONLY

Γράφημα 3: Προωθητικές καμπάνιες ΕΟΤ



Στην ερώτηση για τις προωθητικές καμπάνιες που διεξάγει η Περ. Κρήτης 93,9% πιστεύει ότι είναι πετυχημένες καθώς το 49,2% απάντησε αρκετά επιτυχημένες, το 38,5% ότι είναι πολύ πετυχημένες και το 6,2% πάρα πολύ πετυχημένες και μόλις το 6,2% απάντησε ότι είναι λίγο επιτυχημένες.

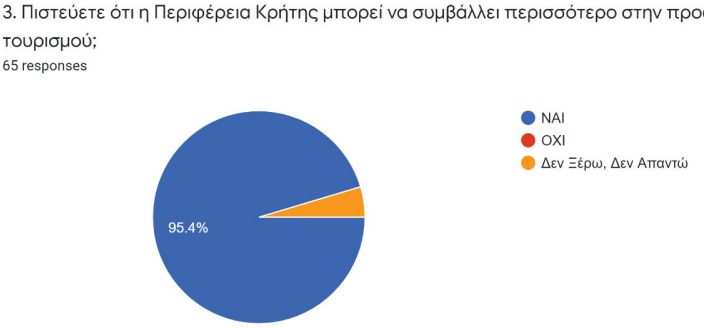
Γράφημα 4: Οι προωθητικές καμπάνιες της Περ. Κρήτης



FOR AUTHOR USE ONLY

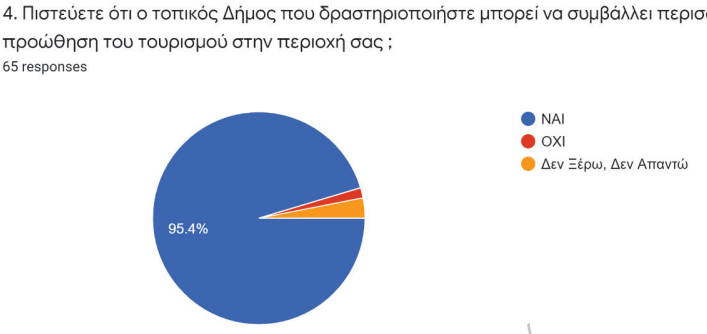
Στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι η Περιφέρεια Κρήτης μπορεί να βοηθήσει περισσότερο στην προώθηση του τουρισμού;», οι ερωτηθέντες απάντησαν ΝΑΙ με το συντριπτικό ποσοστό του 95,4%, ενώ το 4,6% απάντησαν «Δεν ξέρω, Δεν απαντώ».

Γράφημα 5: Πιστεύετε ότι η Περιφέρεια Κρήτης μπορεί να συμβάλλει περισσότερο στην προώθηση του τουρισμού;



Στο γράφημα 6 που αφορά την ερώτηση για την προώθηση του τουρισμού στον δήμο που δραστηριοποιούνται, το 95,4% απάντησε ότι ο δήμος τους μπορεί να βοηθήσει περισσότερο στην προώθηση του τουρισμού

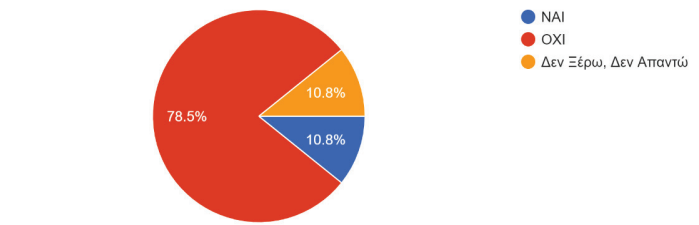
Γράφημα 6: Πιστεύετε ότι ο τοπικός Δήμος που δραστηριοποιήστε μπορεί να συμβάλλει περισσότερο στην προώθηση του τουρισμού στην περιοχή σας ;



FOR AUTHOR USE ONLY

Στα πλαίσια της έρευνας μας ρωτήσαμε τους συμμετέχοντες την άποψη τους για το αν οι τοπικοί φορείς κάνουν προσπάθειες για να έχει τουρισμό η Κρήτη όλο τον χρόνο, το 78,5% των ερωτηθέντων απάντησε ότι δεν πιστεύει ότι **γίνεται** προσπάθεια από τους τοπικούς φορείς για να έχουμε τουρισμό όλο τον χρόνο.

Γράφημα 7: Πιστεύετε ότι *γίνεται* προσπάθεια απ' όλους τους τοπικούς φορείς της Κρήτης για να έχουμε τουρισμό όλο το χρόνο;



Στο γράφημα 8 ερωτήθηκαν για το αν οι φορείς του τουρισμού θα πρέπει να δημιουργήσουν μια νέα στρατηγική μάρκετινγκ για τον τουρισμό το 87,7% απάντησε θετικά, ενώ το 10,8% αρνητικά .

Γράφημα 8: Πιστεύετε ότι οι φορείς του τουρισμού (ΕΟΤ, Υπ. Τουρισμού κτλ.) θα πρέπει να δημιουργήσουν μια νέα στρατηγική μάρκετινγκ για τον τουρισμό;



FOR AUTHOR USE ONLY

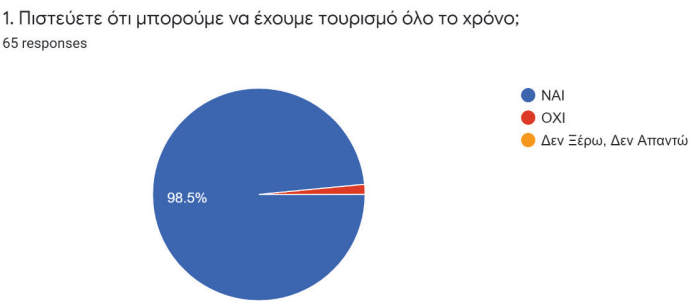
Συμπεράσματα

Οι ερωτήσεις αυτές αποτελούν το τμήμα της έρευνας σχετικά με την επικοινωνιακή προώθηση του τουρισμού στην Κρήτη σήμερα. Τα συμπεράσματα που εξάγονται από τα αποτελέσματα είναι ότι διακρίνεται η τάση για περισσότερες παρεμβάσεις από την πλευρά των τοπικών φορέων για τον τουρισμό. Οι προωθητικές καμπάνιες μέχρι σήμερα κρίνονται θετικές από την **τοπική αυτοδιοίκηση** αλλά και τον ΕΟΤ για την Κρήτη. **Πιστεύουν** ότι δεν έχουν αξιοποιηθεί όλες **οι** δυνατότητες που διαθέτει ώστε να πετύχει το μέγιστο αποτέλεσμα.

Είναι **εμφανές** ότι θα πρέπει να δοθεί περισσότερη βαρύτητα στον κλάδο του τουρισμού και στην επικοινωνιακή πολιτική **προώθησης** του κάτι που **καταγράφεται** και στο γράφημα 8 όπου το 78,5% απαντά αρνητικά για την προσπάθεια των τοπικών φορέων για τουρισμό όλο το χρόνο καθώς και στα γραφήματα 6 και 7 που θεωρούν ότι μπορούν να συμβάλλουν περισσότερο, ενώ το 87,7% πιστεύει ότι θα πρέπει να κινηθούμε σε νέους άξονες όσο αφορά το στρατηγικό μάρκετινγκ για τον τουρισμό.

Ρωτήσαμε τους συμμετέχοντες αν πιστεύουν ότι μπορούμε να έχουμε τουρισμό όλο τον χρόνο, το 98,5% απάντησε θετικά.

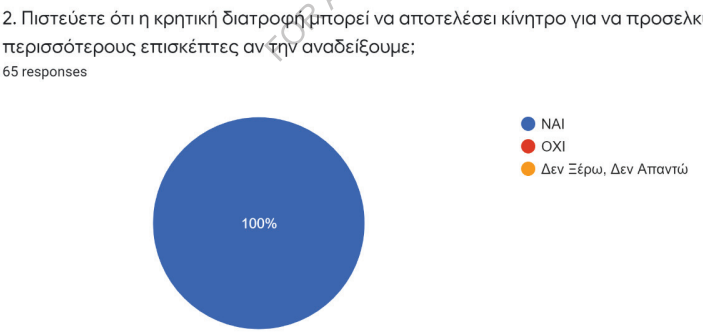
Γράφημα 9: Πιστεύετε ότι μπορούμε να έχουμε τουρισμό όλο το χρόνο;



Στην ερώτηση για το αν πιστεύετε ότι η κρητική διατροφή μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για περισσότερους επισκέπτες αν την αναδείξουμε, το σύνολο των ερωτηθέντων απάντησαν θετικά πως η κρητική διατροφή μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για τον τουρισμό στην Κρήτη.

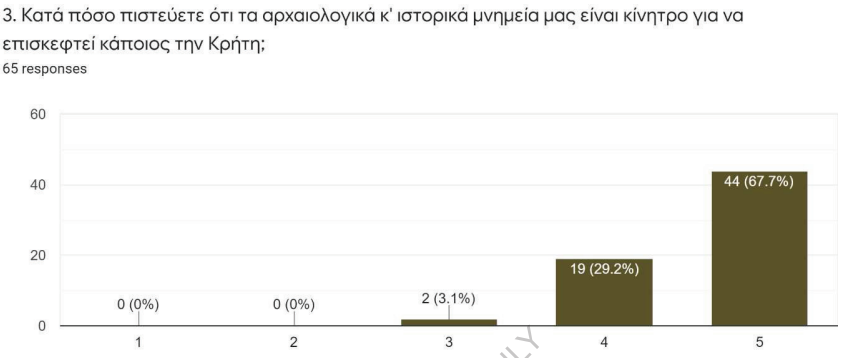
FOR AUTHOR USE ONLY

Γράφημα 10: Πιστεύετε ότι η κρητική διατροφή μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για να προσελκύσουμε περισσότερους επισκέπτες αν την αναδείξουμε;



Στην ερώτηση κατά πόσο τα αρχαιολογικά & ιστορικά μας μνημεία μπορούν να προσελκύσουν επισκέπτες το 97% απάντησε συνολικά πολύ και πάρα πολύ, ενώ το 3,1% απάντησε αρκετά.

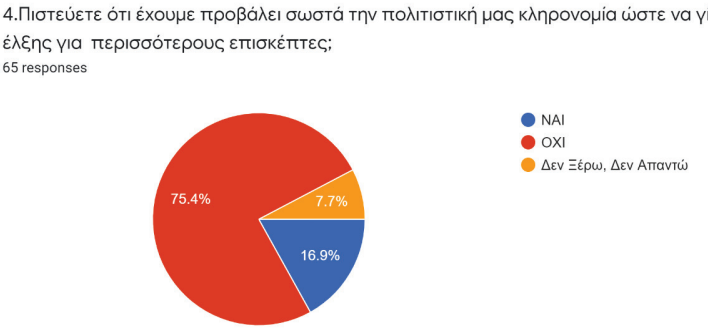
Γράφημα 11: Κατά πόσο πιστεύετε ότι τα αρχαιολογικά κ' ιστορικά μνημεία μας είναι κίνητρο για να επισκεφτεί κάποιος την Κρήτη;



FOR AUTHOR USE ONLY

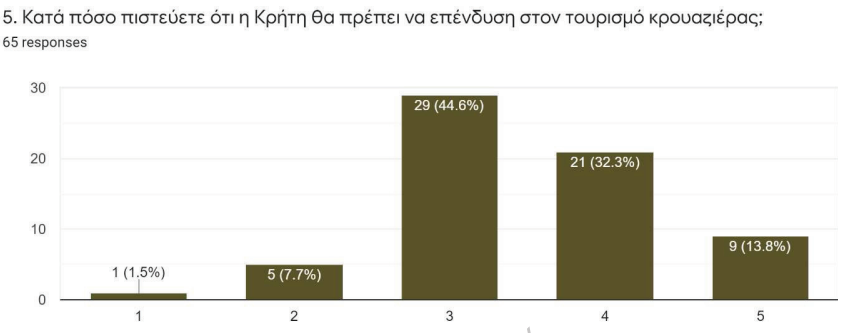
Στην ερώτηση αν έχει προβληθεί σωστά η πολιτιστική μας **κληρονομιά** το 75,4% των ερωτηθέντων απάντησαν αρνητικά και το 16,9% θετικά , ενώ το 7,7% **δεν ξέρω,δεν απαντώ.**

Γράφημα 12: Πιστεύετε ότι έχουμε προβάλει σωστά την πολιτιστική μας *κληρονομιά* ώστε να γίνει πόλος έλξης για περισσότερους επισκέπτες;



Στην ερώτηση για την κρουαζιέρα στην Κρήτη το 44,6% απάντησε αρκετά και το 46,1% πολύ και πάρα πολύ και μόλις το 9,2% αρνητικά στο να **επενδύσει** στον τουρισμό κρουαζιέρας η Κρήτη.

Γράφημα 13: Κατά πόσο πιστεύετε ότι η Κρήτη θα πρέπει να *επενδύσει* στον τουρισμό κρουαζιέρας;



FOR AUTHOR USE ONLY

Στην ερώτηση για το αν το νέο αεροδρόμιο του Ηρακλείου θα επιδράσει θετικά στον τουρισμό της Κρήτης, το 78,5% απάντησε θετικά (πολύ και πάρα πολύ) το 15,4% αρκετά ενώ το 6,2% λίγο.

Γράφημα 14: Κατά πόσο πιστεύετε ότι το νέο αεροδρόμιο στο Ηράκλειο θα επιδράσει θετικά στον τουρισμό της Κρήτης όταν αυτό ξεκινήσει την λειτουργία του;

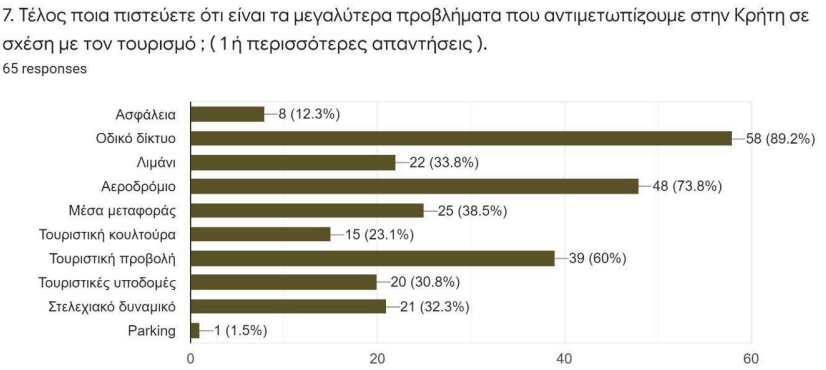


FOR AUTHOR USE ONLY

Τέλος στην ερώτηση για το ποια πιστεύετε ότι είναι τα μεγαλύτερα προβλήματα που αντιμετωπίζουμε στην Κρήτη σε σχέση με τον τουρισμό, ο ερωτώμενος κλήθηκε να επιλέξει ανάμεσα στις 9 επιλογές που του δόθηκαν. **Επίσης** μπορούσε να αναφέρει και κάποιες άλλες έχοντας το δικαίωμα να επιλέξει 1 ή περισσότερες απαντήσεις.

Οι απαντήσεις που δοθήκαν είναι οι εξής: το μεγαλύτερο πρόβλημα που θεωρούν ότι αντιμετωπίζουμε είναι το οδικό δίκτυο με 89,2%, το 2ο κατά σειρά είναι το αεροδρόμιο με 73,8%, 3ο με 60% η τουριστική προβολή της Κρήτης. Τα μέσα μεταφοράς **θεωρεί** το 38,5% ως πρόβλημα, το λιμάνι το 33,8%, το 32,3% το στελεχιακό δυναμικό, τις τουριστικές υποδομές το 30,8%, την έλλειψη τουριστικής κουλτούρας το 23,1% και την ασφάλεια στην Κρήτη το 12,3%, ενώ υπήρχε μία άλλη απάντηση που είναι το **«πάρκινγκ».**

Γράφημα 15: Τέλος ποια πιστεύετε ότι είναι τα μεγαλύτερα προβλήματα που αντιμετωπίζουμε στην Κρήτη σε σχέση με τον τουρισμό ; (1 ή περισσότερες απαντήσεις).



Συμπεράσματα

FOR PUBLIC USE ONLY

Οι ερωτήσεις αυτές αποτελούν το 3ο τμήμα του ερωτηματολογίου που αφορά την προοπτική της τουριστικής οικονομίας στην Περ. Κρήτης. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δοθήκαν από τους συμμετέχοντες μπορούμε να εξάγουμε το συμπέρασμα ότι η Κρήτη αποτελεί έναν τουριστικό προορισμό που δεν έχει **αξιοποιήσει** την δυναμική που διαθέτει. Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι η ανάδειξη της γαστρονομίας και η ανάδειξη του πολιτιστικού μας πλούτου μπορούν να γίνουν αγωγοί **αναζωογόνησης** του τουριστικού μας προϊόντος καθώς και άλλων τομέων της οικονομίας όπως της γεωργίας και πόλος έλξης νέων κοινών που θα μπορούμε να τους προσφέρουμε μια ολιστική εμπειρία καθώς και στο ότι ο τουρισμός κρουαζιέρας είναι ένας τομέας που θα πρέπει να επενδύσουμε σοβαρά στο μέλλον. Επικεντρώνονται στα κύρια προβλήματα που υπάρχουν με κυριότερο το οδικό δίκτυο του νησιού που υπάρχει εδώ και δεκαετίες, το υπάρχον διεθνές αεροδρόμιο όπου πλέον δεν καλύπτει τις αυξημένες ανάγκες που υπάρχουν και την τουριστική προβολή του νησιού όπου θεωρούν ότι είναι **ελλιπής** σε σχέση με την δυναμική που έχουμε.

Προτάσεις πολιτικής για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Κρήτη

Οι προτάσεις πολιτικής βασίζονται στις διαπιστώσεις της **έρευνας** που προηγήθηκε όπου και συνοψίζονται στο προηγούμενο κεφάλαιο της μελέτης καθώς και στις δυνατότητες που προσφέρονται από την αξιοποίηση των νέων τάσεων του τουρισμού. Για λόγους διευκόλυνσης της εκπόνησης των προτάσεων πολιτικής, οι προτάσεις κατατάσσονται σε 2 ενότητες που **αφορούν:**

1. Προτάσεις για την επικοινωνιακή προώθηση και **προβολή** του τουρισμού στην Κρήτη και
2. Προτάσεις για την προοπτική του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης με βάση τις δυνατότητες που διαθέτουμε και των παρεχόμενων υπηρεσιών (κράτος και αυτοδιοίκηση).

FOR AUTHOR USE ONLY

1. Προτάσεις επικοινωνιακής προώθησης και προβολής

Ως βασικό στόχο της επικοινωνίας θεωρούμε την δημιουργία μιας ισχυρής εικόνας για την Κρήτη που να αντικατοπτρίζει την εικόνα του τουρισμού του μέλλοντος που θέλουμε. Έναν τουρισμό αυθεντικό, κλασικό, ανθρωποκεντρικό, με ιστορία και παράδοση αλλά ταυτόχρονα σύγχρονο που διαθέτει πολιτιστικούς, ιστορικούς και φυσικούς πόρους και αποτελεί ένα μοναδικό τουριστικό προϊόν που να τονίζει την Κρητική φιλοξενία, **κάνει** τον επισκέπτη μέτοχο της και πρεσβευτή της **εκπέμποντας** το μήνυμα ενός ταξιδιωτικού προορισμού που **προσφέρει** μια μοναδική ολιστική εμπειρία.

Προτεινόμενες ενέργειες:

α) Δημιουργία διεύθυνσης τουριστικής προβολής από την Περ. Κρήτης με κύριους επιχειρησιακούς στόχους: τον σχεδιασμό, την κατάρτιση, την υλοποίηση προγραμμάτων στρατηγικής επικοινωνίας, δράσεων και ενεργειών για την τουριστική προβολή του νησιού ανά διοικητική ενότητα, τουριστική αγορά και τουριστικό προϊόν ετησίως.

β) Την κατάρτιση πλαισίου στρατηγικής προώθησης και προβολής της Κρήτης 5ετίας όπως *περιγράφεται* παρακάτω:

Επικοινωνιακή τοποθέτηση (Positioning)

Ανάδειξη της Κρήτης σε κορυφαίο τουριστικό προορισμό με πλούσια ενδοχώρα που προσφέρει μοναδικές εμπειρίες όλο τον χρόνο εμπλουτίζοντας το παραδοσιακό μοντέλο του **«ήλιος & θάλασσα».** Θα πρέπει να δοθεί έμφαση στην προβολή θεματικών εμπειριών (γαστρονομία, πολιτισμός, ιστορία, κτλ.) και στην πολυποίκιλη μορφολογία του νησιού που μπορεί να **εξερευνήσει** ο επισκέπτης.

Στόχοι Μάρκετινγκ

- Αύξηση της συμβολής που έχει ο τουρισμός στο ΑΕΠ.
- Αύξηση των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων.
- Αύξηση της κατά κεφαλήν δαπάνης των επισκεπτών στην Κρήτη.
- Επέκταση της τουριστικής περιόδου.
- Ενίσχυση των μεριδίων των τουριστικών αγορών που έχουμε.
- Ανάπτυξη και ανάδειξη των θεματικών μορφών τουρισμού.
- Ανάπτυξη στρατηγικής διείσδυσης νέων αγορών.
- Βελτίωση και εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων υποδομών.
- Προσέλκυση νέων επενδύσεων.
- Ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης ως μοναδικός ταξιδιωτικός προορισμός εμπειρίας.
- Ανάδειξη των πόλεων μας ως πόλης City Break.

FOR AUTHORISE ONLY

Το τουριστικό προϊόν

Οι κατηγορίες προϊόντος που θα πρέπει να δώσουμε έμφαση και να αναπτύξουμε:

- Τουρισμός City Break (τουρισμός Πόλεων)
- Γαστρονομικός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Τουρισμός υγείας και ευεξίας
- Τουρισμός Κρουαζιέρας, Yachting
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Περιηγητικός τουρισμός
- Τουρισμός υπαίθρου
- Τουρισμός πολυτελείας
- Οίνο - τουρισμός
- Τουρισμός Υγείας, Ευεξίας
- Συνεδριακός τουρισμός

Κοινό – Στόχος

Επισκέπτες κάθε ηλικίας και υψηλής ταξιδιωτικής δαπάνης.
Επίσης, **στόχος** των ενέργειων του πλάνου μάρκετινγκ μας είναι , όλες **τις** αγορές που θέλουμε να διεισδύσουμε άλλα και των αγορών που έχουμε, οι ακόλουθες κατηγορίες επισκεπτών:

Νέα άτομα ηλικίας 18 – 34 χρονών (οι λεγόμενοι Millenians) όπου ταξιδεύουν πολύ συχνά και χρησιμοποιούν σε κάθε τους βήμα την τεχνολογία
Οι Repeaters οι οποίοι προτιμούν να επισκέπτονται γνώριμους προορισμούς και συγκεκριμένα μέρη.
Οι First timers, (κυρίως στις νέες αγορές) ανήκουν συνήθως στην μέση και ανώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη, έχουν υψηλή μόρφωση, αγαπάνε την περιπέτεια και την επαφή με διαφορετικές κάθε φορά δραστηριότητες που σχετίζονται με την φύση.
Οι Opinion leaders (καθοδηγητές κοινής γνώμης), οι οποίοι διαδίδουν πληροφορίες που υιοθετούνται από τους υπόλοιπους ανθρώπους πιο εύκολα από τις πληροφορίες που αναφέρονται άμεσα από τα ΜΜΕ.
Οι Opinion Formers (διαμορφωτές κοινής γνώμης), οι οποίοι λόγο του κύρους, της μόρφωσης και της θέσης που διαθέτουν μπορούν να επηρεάσουν και να κατευθύνουν το αγοραστικό κοινό.

FOR AUTHOR USE ONLY

Προτεινόμενες ενέργειες προώθησης και προβολής (Marketing Mix)

Στον τομέα της επικοινωνίας θα πρέπει να **προβούμε στις** κατάλληλες ενέργειες τουριστικής προώθησης και προβολής της Κρήτης, ειδικότερα ανά αγορά στόχο άλλα και ανά κοινό. Ενέργειες που θα συνδυάζονται ανά προϊόν και ανά αγορά.
Ο σχεδιασμός θα πρέπει να περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενέργειες:

- **Συνεργασία με τους τουριστικούς οργανισμούς (Tour Op.)** για υλοποίηση κοινών προγραμμάτων διαφήμισης στις αγορές που μας ενδιαφέρουν.
- **Διαφημιστική εκστρατεία** που να προβάλλει την μοναδική ταξιδιωτική εμπειρία του νησιού μέσα από εικόνες, συναισθηματικά μηνύματα και διαφήμιση ανά προϊόν που να προβάλλουν τις μοναδικές αξίες της Κρήτης. Η καμπάνια θα πρέπει να γίνει ανάλογα με την αγορά -στόχο, κοινά – στόχους.
- **Online διαφήμιση** σε κορυφαίες εταιρίες παροχής διαδικτυακών υπηρεσιών του χώρου.
- **Έντυπο υλικό,** τουριστικά φυλλάδια**,** οδηγοί πόλεων και χάρτες
- **Φωτογραφικό υλικό** σύγχρονο που να παρουσιάζει την μοναδικότητα και την ποικιλομορφία του νησιού.
- **Οπτικοακουστικό υλικό** αναβάθμιση και επέκταση της ήδη **υπάρχουσας** προβολής οπτικοακουστικού υλικού.

- ***Διαδίκτυο:*** **https://www.incrediblecrete.gr/el/** τεχνική αναβάθμιση της σελίδας ώστε να αποτελεί κύριο **«βήμα»** προβολής και επικοινωνίας για τον τουρισμό.
- **Social Media,** δυναμική παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα.
- **Ενημερωτικά δελτία (Newsletters)**
- **Συμμετοχή σε *διεθνείς* εκθέσεις**

2. Προτάσεις για την προοπτική του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης

Η παρούσα ενότητα περιλαμβάνει προτάσεις για την αναπτυξιακή προοπτική του τουρισμού στην Περιφέρεια Κρήτης καθώς και βασικών κατευθύνσεων στρατηγικής σημασίας για την τουριστική ανάπτυξη. Μια σειρά προτάσεων με βάση την έρευνα που **έχει διεξαχθεί** στην παρούσα μελέτη για την τουριστική οικονομία της Περ. Κρήτης.

Σκοπός είναι η προώθηση καινοτόμων παρεμβάσεων στον τομέα του τουρισμού, για την μετάβαση σε έναν ποιοτικότερο τουρισμό, διαφοροποιημένο, που να αναδεικνύει την θεματική πολυμορφία του νησιού και να είναι οικονομικά αποδοτικός.

Η οργάνωση ενός καινοτόμου συστήματος τοπικής διακυβέρνησης στον τουρισμό παρόλο που είναι στοιχείο ολοκληρωμένης στρατηγικής για την βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού, δεν μπορεί να προδιαγραφεί με ενιαίο τρόπο σε όλες **τις** ενότητες και περιοχές της Περ. Κρήτης καθώς είναι εντελώς διαφορετικές οι δυνατότητες, οι ικανότητες και η ωριμότητα του κάθε τοπικού συστήματος και η εμπλοκή που έχει στην τουριστική δραστηριότητα. Θα πρέπει επίσης να επισημάνουμε και την δυναμική τάση που εμφανίζει **η τοπική κοινωνία** στο ζήτημα του τουρισμού.

FOR AUTHOR USE ONLY

Προτείνουμε:

α) Ίδρυση *παρατηρητηρίου* τουρισμού της Περ. Κρήτης, ενός μόνιμου φορέα παρακολούθησης και υποστήριξης, **που** να παρακολουθεί, να συγκεντρώνει, να αναλύει και να παρέχει ακριβή και επικαιροποιημένα στοιχεία και τεχνογνωσία στους Δήμους και την Περιφέρεια για την τουριστική δραστηριότητα στην Κρήτη.

β) Δημιουργία ινστιτούτου Κρητικής διατροφής και γεωργίας με σκοπό την διάσωση, την **διατήρηση,** την **ανάδειξη** και την προβολή της κρητικής διατροφής ως πολιτιστικό αγαθό και τρόπο ζωής.

γ) Προώθηση της προστασίας και *ανάδειξης* του φυσικού πλούτου και πολιτιστικής *κληρονομιάς* μέσα από ανάπτυξη εργαλείων με υποκείμενα επίπεδα σχεδιασμού και με εξειδικευμένο φυσικό σχεδιασμό, όρους και περιορισμούς στη δόμηση και έλεγχο της καταλληλόλητας και συμβατότητας των χρήσεων γης.

δ) Ανάπτυξη των θαλάσσιων αξόνων συνδέσεις με τον Πειραιά και να ενισχυθούν οι **θαλάσσιοι άξονες** με Καλαμάτα, Θεσσαλονίκη, **Βόρειο και Νότιο Αιγαίο.**

ε) ***Προτείνεται*** **η αναδιοργάνωση και η ενίσχυση** του λιμένα Ρέθυμνου ώστε να αποτελέσει μελλοντικά πύλη εισόδου, βασικός λιμένας και στάση κρουαζιέρας.

στ) Αναβάθμιση και ένταξη των λιμένων Αγ. Νικολάου και Σητείας ώστε να ενταχθούν στο δίκτυο μικρής κρουαζιέρας στην Μεσόγειο.

ζ) Ενίσχυση του αερολιμένα Ηρακλείου κατά την μεταβατική περίοδο της δημιουργίας του νέου **διεθνούς** αεροδρομίου στο Καστέλι.

η) Ενίσχυση των υποδομών του αερολιμένων Χανίων

θ) Ανάπτυξη, ενίσχυση και εκσυγχρονισμό του αερολιμένα Σητείας που μπορεί να παίξει και ρόλο διαπεριφερειακής πύλης.

ι) Επένδυση σε δομές για υδροπλάνα σε όλες *τις* ενότητες

ια) Προσδιορισμός του λειτουργικού χαρακτήρα και η αξιοποίηση του υλοποιημένου δικτύου των μαρίνων, που με τη σειρά τους συγκροτούν εν δυνάμει δίκτυο πυλών εισόδου στην Κρήτη, με κατά προτεραιότητα άξονες αναφοράς τα νησιά των Περιφερειών του Νότιου και του Βόρειου Αιγαίου και του Ιονίου.

ιβ) Την επέκταση, ανάπλαση του οδικού δικτύου *Βόρειου* Οδικού Άξονα Κρήτης (ΒΟΑΚ) Α90.

ιγ) Συμμετοχή των οικονομικών ωφελειών στην τοπική κοινωνία και ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων με:

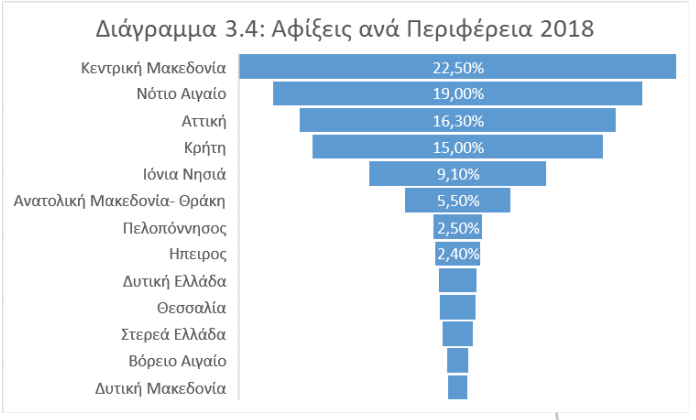
1. Παρακολούθηση των οικονομικών αποτελεσμάτων και επιπτώσεων της **τουριστικής** δραστηριότητας.
2. Ευκαιρίες για απασχόληση και καριέρα.
3. Εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού.
4. Ενίσχυση των τοπικών επιχειρήσεων.
5. **Να λαμβάνεται** υπόψιν η γνώμη της τοπικής κοινωνίας στα ζητήματα αυτά.

FOR AUTHOR USE ONLY

ιδ) Να οριστούν ως παράκτιες ζώνες αστικής - τουριστικής ανάπτυξης και ποιοτικής περιβαλλοντικής αναβάθμισης οι ζώνες:

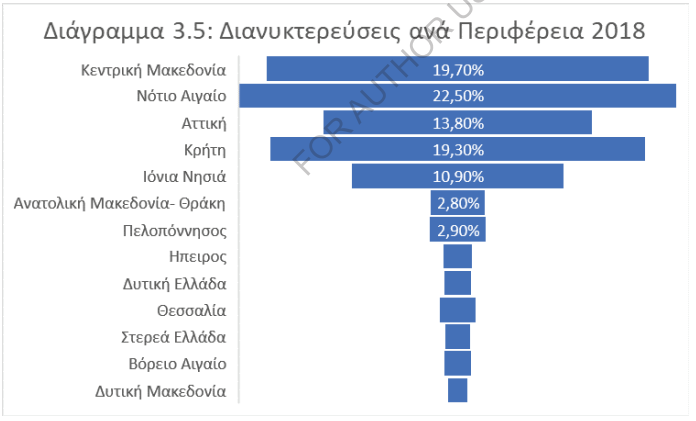
1. από Παχιά Άμμο έως Σέλλες περί τον Άγιο Νικόλαο,
2. από Ανώγεια Μιλάτου έως Φόδελε περί το Ηράκλειο - Χερσόνησο,
3. από Μπαλί έως Σέλια περί το Ρέθυμνο - Γεωργιούπολη και
4. από Αλμυρίδα έως Κολυμπάρι περί τα Χανιά.

Τέλος θα πρέπει να αναφέρουμε ότι έχουν θεσμοθετηθεί και προωθούνται στο πλαίσιο του **Περιφερειακού Χωροταξικού Πλαισίου (ΠΧΠ)** για την Περιφέρεια Κρήτης βασικές στρατηγικές κατευθύνσεις και προβλέψεις που έχουν σχέση και με την τουριστική ανάπτυξη (βλ. ΦΕΚ 260 ΑΑΠ/08.11.2017).



Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY



Πηγή: Τ.τ.Ε.

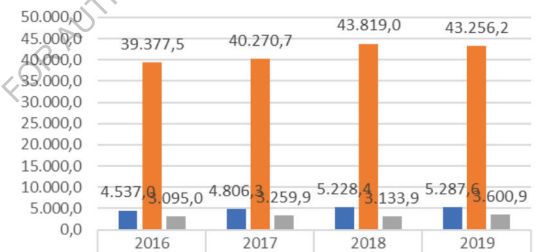
Αφίξεις 2019 ανά Περιφέρεια σε χιλ.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	2019
ΑΤΤΙΚΗ	5.923,3
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	359,3
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	6.893,4
ΚΡΗΤΗ	5.287,6
ΑΝΑΤΟΛ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ	3.833,1
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	6.760,8
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	304,4
ΗΠΕΙΡΟΣ	1.033,2
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	806,3
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	3.047,8
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	817,0
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	678,6
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	898,5
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	**36.643,1**

Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Διάγραμμα 4.2: Αφίξεις, Διανυκτερεύσεις, Εισπράξεις στην Περ. Κρήτης



	2016	2017	2018	2019
ΑΦΙΞΕΙΣ (σε χιλ.)	4.537,0	4.806,3	5.228,4	5.287,6
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ (σε χιλ.)	39.377,5	40.270,7	43.819,0	43.256,2
ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (σε εκατ. ευρω)	3.095,0	3.259,9	3.133,9	3.600,9

Πηγή: Τ.τ.Ε.

Εισπράξεις ανά Περιφέρεια 2019 σε εκατ.

Περιφέρεια	2016	2017	2018	2019
ΑΤΤΙΚΗ	1.734,1	2.083,2	2.278,9	2.591,8
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	130,8	166,8	164,2	165,3
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	3.136,1	3.653,5	4.414,1	5.174,8
ΚΡΗΤΗ	3.095,0	3.259,9	3.133,9	3.600,9
ΑΝΑΤΟΛ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ	288,4	282,0	321,6	439,8
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1.688,1	1.851,9	2.275,4	2.249,8
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	67,7	44,9	60,6	75,6
ΗΠΕΙΡΟΣ	217,8	216,4	221,9	261,3
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	1.503,6	1.774,9	1.691,1	1.911,2
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	145,5	158,8	211,8	257,4
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	117,1	113,2	193,8	180,1
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	323,5	307,3	415,5	416,9
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	12.749,3	14.202,5	15.653,2	17.679,9

Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

ΜΚΔ ανά Περιφέρεια με έτος κατάταξης το 2019

Περιφέρεια	2016	2017	2018	2019
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	600,0	625,5	665,8	750,7
ΚΡΗΤΗ	682,2	678,3	599,4	681,0
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	611,9	598,4	534,8	627,1
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	383,7	422,7	469,0	464,0
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	398,6	457,9	422,2	460,1
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	422,0	417,6	400,7	440,3
ΑΤΤΙΚΗ	381,7	405,5	401,2	437,6
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	264,0	255,0	290,6	332,8
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	283,5	281,9	302,9	315,0
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	286,7	301,1	353,1	265,4
ΗΠΕΙΡΟΣ	304,0	303,3	269,6	252,9
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	205,1	202,7	173,6	248,4
ΑΝΑΤΟΛ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ	211,5	209,0	166,7	114,7

Πηγή: Τ.τ.Ε.

Κάμπινγκ 2019

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ		5*	4*	3*	2*	1*	Άθροισμά
ΑΝ. ΜΑΚ. & ΘΡΑΚΗΣ	Μονάδες	0	5	2	6	3	16
	Οικίσκοι	0	0	0	1	0	1
	Θέσεις	0	879	266	557	392	2.094
ΑΤΤΙΚΗΣ	Μονάδες	0	2	1	5	1	9
	Οικίσκοι	0	0	0	6	0	6
	Θέσεις	0	222	78	356	60	716
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	Μονάδες	0	0	0	1	0	1
	Οικίσκοι	0	0	0	0	0	0
	Θέσεις	0	0	0	46	0	46
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	Μονάδες	0	1	5	17	0	23
	Οικίσκοι	0	41	15	12	0	68
	Θέσεις	0	120	408	1.129	0	1.657
ΗΠΕΙΡΟΥ	Μονάδες	0	0	3	13	0	16
	Οικίσκοι	0	0	0	21	0	21
	Θέσεις	0	0	204	864	0	1.068
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	Μονάδες	1	0	0	11	1	13
	Οικίσκοι	0	0	0	9	0	9
	Θέσεις	75	0	0	643	196	914
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	Μονάδες	0	1	3	20	0	24
	Οικίσκοι	0	26	0	143	0	169
	Θέσεις	0	101	259	1.506	0	1.866
ΚΕΝΤΡ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Μονάδες	0	11	8	45	4	68
	Οικίσκοι	0	38	83	204	26	351
	Θέσεις	0	2.505	881	2.531	236	6.153
ΚΡΗΤΗΣ	Μονάδες	0	1	1	12	1	15
	Οικίσκοι	0	0	0	14	0	14
	Θέσεις	0	90	18	552	100	760
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	Μονάδες	0	2	3	26	3	34
	Οικίσκοι	0	0	101	198	0	299
	Θέσεις	0	22	253	1.850	540	2.665
ΠΕΛΛΟΠΟΝΗΣΟΥ	Μονάδες	0	0	9	45	2	56
	Οικίσκοι	0	0	17	27	0	44
	Θέσεις	0	0	1.001	2.999	131	4.131
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	Μονάδες	0	2	8	11	1	22
	Οικίσκοι	0	50	52	14	0	116
	Θέσεις	0	360	463	703	30	1.556
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ	**Μονάδες**	**1**	**25**	**43**	**212**	**16**	**297**
	Οικίσκοι	**0**	**155**	**268**	**649**	**26**	**1.098**
	Θέσεις	**75**	**4.299**	**3.831**	**13.736**	**1.685**	**23.626**

Πηγή: ΜΗ.Τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Η αεροπορική κίνηση ανά αεροδρόμιο 2019

Αεροδρόμια	2018	2019*	Δ 2018/2019	%Διαφορά
Αθήνα	8.121.761	8.810.593	688.832	8,50%
Ηράκλειο	3.319.250	3.256.490	62.760	-1,90%
Ρόδος	2.361.355	2.365.520	4.165	0,20%
Θεσσαλονίκη	2.157.358	2.307.587	150.229	7,00%
Κέρκυρα	1.505.234	1.463.288	-41.946	-2,80%
Κως	1.195.007	1.196.217	1.210	0,10%
Χανιά	1.179.571	1.156.644	-22.927	-1,90%
Ζάκυνθος	853.302	858.059	4.757	0,60%
Σαντορίνη	523.388	529.658	6.270	1,20%
Μύκονος	437.471	493.209	55.738	12,70%
Κεφαλονιά	328.995	334.336	5.341	1,60%
Άκτιο	282.463	303.641	21.178	7,50%
Σκιάθος	192.860	192.791	-69	0,00%
Καλαμάτα	125.750	151.807	26.057	20,70%
Σάμος	144.633	147.591	2.958	2%
Καβάλα	166.503	128.247	-38.256	-23,00%
Κάρπαθος	90.554	97.805	7.251	8%
Άραξος	89.555	83.180	-6.375	-7,10%
Μυτιλήνη	65.814	66.563	749	1,10%
Αγχίαλος	20.736	23.742	3.006	14,50%
Σητεία	19.229	Δ/Υ	Δ/Υ	Δ/Υ
Ιωάννινα	9.779	14.699	4.920	50,30%
Λήμνος	8.447	9.587	1.140	13,50%
Σκύρος	1.975	3.075	1.100	55,70%
Χίος	2.449	797	-1.652	-67,50%
Αλεξανδρούπολης	1.156	39	-1.117	-96,60%
Σύνολο	**23.204.595**	**23.995.165**	**935.319**	**4%**

FOR AUTHOR USE ONLY

ΠΗΓΗ: ΥΠΑ, ΔΑΑ, Fraport Greece

***Προσωρινά στοιχεία για το 2019**



Πηγή: Τ.τ.Ε.

FOR AUTHOR USE ONLY

Η εξέλιξη του πληθυσμού στην περ. Κρήτης 2013 - 2018

Ενότητα	2013	2018	%Δ 2013 - 2018
Ηρακλείου	309.743	312.514	1%
Χανίων	158.096	159.272	1%
Ρεθύμνου	86.829	87.510	1%
Λασιθίου	75.417	74.210	-2%
Σύνολο Κρήτη	**630.085**	**633.506**	**1%**

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑ.

Ναβαρίνια: χρυσό βραβείο 2020 πολιτιστικός τουρισμός.



FOR AUTHOR USE ONLY

Βιβλιογραφία

Χαραλαμπίδης Μ.:

1. Αναστήλωση «Ο Τουρισμός ως Πολιτιστική Οικονομία» Μ. Χαραλαμπίδης, εκδόσεις Στράβων 2015.
2. Αγροφιλία 5η εκδ. 2010.
3. Πόλεων και Τόπου Παιδεία 2005
4. Ελληνική πολιτική Παιδεία 2012
5. Stamboulis Y. Skayannis P. (2003) Innovation strategies and Technology for experience – based tourism in "Tourism Management".
6. Δρ. Λεωνίδας Παπακωνσταντινίδης « Ευαισθητοποιημένη Τοπική Κοινωνία» εκδ. Τυπωθήτω Αθήνα. 2005.
7. REPORTS 108 COMMUNITIES AS A PART OF SUSTAINABLE RURAL TOURISM – SUCCESS FACTOR OR INEVITABLE BURDEN? PROCEEDINGS OF THE COMMUNITY TOURISM CONFERENCE, 10TH – 11TH SEPTEMBER 2013 IN KOTKA, FINLAND: INVOLVING COMMUNITIES IN RURAL TOURISM: A "WIN-WIN-WIN PAPAKONSTANTINIDIS MODEL" METHODOLOGICAL APPROACH σελ. 80 – 109.
8. Papakonstantinidis L. & Sandy AZIZ, "Social Barging: the win-win-win Papakonstantinidis model" Theory and Applications, Lambert 2020
9. Duan, W., Gu, B. and Whinston, A. (2008). Do online reviews matter? — An empirical investigation of panel data. Decision Support Systems, 45.
10. Yoon, Y. and Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. Tourism Management.
11. Στρατηγικό μάρκετινγκ, Σιώμκος Ι. Γιώργος, Αθήνα, 2015
12. Β. Κωνσταντινόπουλος, στοιχεία από την ιστορία, του Ελληνικού εκδρομισμού, Αθήνα 1959
13. Hennig-Thurau, T., Gwinner, K., Walsh, G. and Gremler, D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?. Journal of Interactive Marketing.
14. TUI & TUI Think Tank,, «NEW CHINESE TOURISTS IN EUROPE FROM 2017», online: https://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/GR/New_Chinese_Tourists_in_Europe_from_2017_en.pdf
15. Marketing. Research. Strategy. Generations xyz and the others. [online] available at : http://socialmarketing.org/archives/generations-xy-z-and-the-others/ Retrieved on 12 November 2019.
16. Ποιος πάει πού; Πόσο μένει; Πόσα ξοδεύει; ΣΕΤΕ, https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/%CE%95%CE%B9%CF%83%CE%B5%CF%81%CF%87%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B1%CE%BD%CE%AC-

FOR AUTHOR USE ONLY

%CE%A0%CE%B5%CF%81%CE%B9%CF%86%CE%AD%CF%81%CE%B5%CE%B9%CE%B1-2018.pdf

17. Υπ. Τουρισμού ΕΟΤ στρατηγική προώθησης και προβολής : http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/%CE%A4%CE%95%CE%9B%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%A4%CE%95%CE%9B%CE%95%CE%A3%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%A3%CE%A4%CE%A1%CE%91%CE%A4%CE%97%CE%93%CE%99%CE%9A%CE%97%CE%A3%202019-2020.pdf

Σελίδες:

1. **https://www.incrediblecrete.gr/el/**
2. **https://www.wto.org/**
3. **https://www.statistics.gr/el/home**
4. **https://www.bankofgreece.gr/**
5. **https://www.unwto.org/**
6. **https://insete.gr/**
7. **http://www.mintour.gov.gr/**
8. **http://gnto.gov.gr/**
9. **https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/**
10. **https://wttc.org/**
11. **https://el.wikipedia.org/**
12. **https://www.airdna.co/**
13. **https://www.reviewpro.com/**
14. **https;//www.mhte.gov**
15. **https://www.marketinggreece.com/**

Άρθρα

1. Βάμβουκας Γεώργιος, « Η τουριστική βιομηχανία στην εμπόλεμη ζώνη», εφημ. Ελεύθερη Ωρα, 4/01/2020.
2. Σπόκος Βασίλειος, «Ελλάδα, ένα ισχυρό τουριστικό Brand Name», Χρήμα και Τουρισμός, 10/01/2020. https://money-tourism.gr/gnomi-ellada-ischyro-toyristiko-brand-name/?fbclid=IwAR0cwBWAqv2yNsfxUC1sHvkktfRV6TzoZ8qBSTYygT9PoGwpobdYRS4r6AQ
3. Σπόκος Βασίλειος, «Ο τουρισμός στην εποχή του COVID-19», Χρήμα και Τουρισμός, 27/04/2020. https://money-tourism.gr/o-toyrismos-stin-epochi-covid-19/?fbclid=IwAR17WkZr6raYBazOtvfzVFZ0cDrdtMnaYMRKoptM6F7snPNL53_4750-Tcl

FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY



Buy your books fast and straightforward online - at one of world's fastest growing online book stores! Environmentally sound due to Print-on-Demand technologies.

Buy your books online at
www.morebooks.shop

Kaufen Sie Ihre Bücher schnell und unkompliziert online – auf einer der am schnellsten wachsenden Buchhandelsplattformen weltweit! Dank Print-On-Demand umwelt- und ressourcenschonend produzi ert.

Bücher schneller online kaufen
www.morebooks.shop

KS OmniScriptum Publishing
Brivibas gatve 197
LV-1039 Riga, Latvia
Telefax: +371 686 204 55

info@omniscriptum.com
www.omniscriptum.com

OMNIScriptum

FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY