

# 1η Διδακτική Ενότητα,

## Μια εισαγωγή στον τουρισμό. Βασικές έννοιες και σύγχρονες εξελίξεις

Δρ. Δημήτρης Μπελιάς  
Επίκουρος Καθηγητής  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων,  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας  
[dbelias@pe.uth.gr](mailto:dbelias@pe.uth.gr)

Το σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο και οι κυριότερες τάσεις και εξελίξεις που επηρεάζουν το περιβάλλον λειτουργίας του ελληνικού τουρισμού και των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων.



## Η οικονομική σημασία του τουρισμού συνίσταται (μεταξύ άλλων):

- στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας
- στη δημιουργία εισοδήματος - εσόδων
- στην πραγματοποίηση επενδύσεων για ανάπτυξη υποδομών (τουριστικών και μη)
- στη συμμετοχή της τουριστικής παραγωγής στο Α.Ε.Π. και
- στη συνεισφορά της τουριστικής δραστηριότητας στους εθνικούς φόρους.

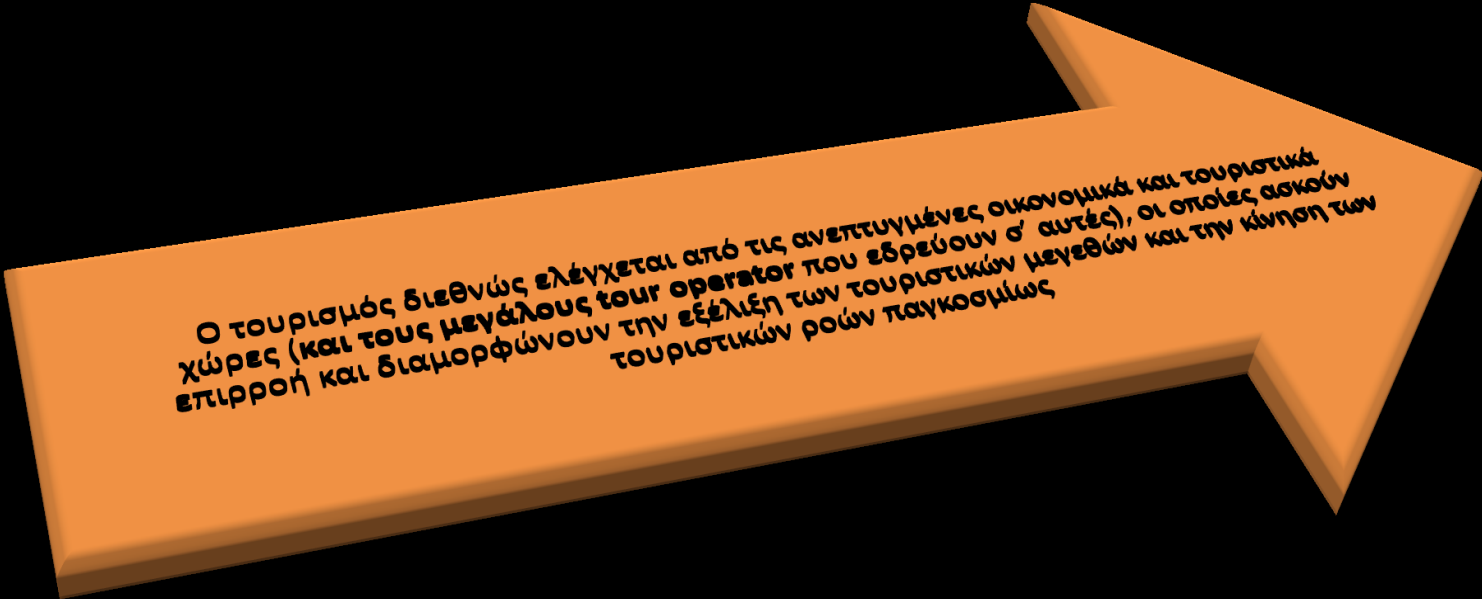
Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις παρουσίασαν ραγδαία αύξηση τις τελευταίες δεκαετίες, ως αποτέλεσμα κυρίως :

- της οικονομικής ανάπτυξης
- της αύξησης του ελεύθερου χρόνου
- της βελτίωσης των μέσων μεταφοράς
- κ ά οικονομικών και κοινωνικών παραμέτρων.

Παρότι οι συνολικές αφίξεις παρουσιάζουν συνεχή αύξηση σε απόλυτους αριθμούς, υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις:

- Η Ευρώπη εξακολουθεί να είναι η κυρίαρχη περιοχή στις αφίξεις τουριστών αλλά μετά τη δεκαετία του '60 χάνει σταδιακά σημαντικό μερίδιο της αγοράς.
- Μείωση των μεριδίων παρουσιάζει και η Αμερικανική Ήπειρος, γεγονός που υποδηλώνει την αλλαγή των προτιμήσεων των τουριστών και των τουριστικών επιχειρηματιών.
- Σημαντική είναι η ανάπτυξη των χωρών της Α. Ασίας και του Ειρηνικού Ωκεανού, όπου τα τελευταία χρόνια συνιστούν νέες αγορές, ανταγωνιστικές, με ελκυστικό τουριστικό προϊόν.
- Μικρότερα ποσοστά αύξησης των μεριδίων τους καταγράφουν οι χώρες της Αφρικής και της Μ. Ανατολής.

Τα περισσότερα έσοδα από τον τουρισμό καταγράφονται στις ανεπτυγμένες οικονομικά και τουριστικά περιοχές (Ευρώπη και Αμερική), όπου βρίσκονται οι κυρίαρχες χώρες αποστολής και υποδοχής τουριστών.



Ο τουρισμός διεθνώς ελέγχεται από τις ανεπτυγμένες οικονομικά και τουριστικά χώρες (και τους μεγάλους tour operator που εδρεύουν σ' αυτές), οι οποίες ασκούν επιρροή και διαμορφώνουν την εξέλιξη των τουριστικών μεγεθών και την κίνηση των τουριστικών ροών παγκοσμίως

Οι διεθνείς οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές εξελίξεις που επιδρούν καταλυτικά στο τουριστικό φαινόμενο

- Διεθνής οικονομική κρίση και οικονομική αστάθεια στην Ευρώπη και σε παγκόσμιο επίπεδο
- Μείωση παραγωγής, ρυθμού οικονομικής ανάπτυξης και φαινόμενα ύφεσης, με άμεση επίπτωση στα οικονομικά των νοικοκυριών
- Αύξηση της ανασφάλειας και της οικονομικής αβεβαιότητας των πολιτών και προσαρμογή της καταναλωτικής τους συμπεριφοράς



- Αύξηση των χρεών χωρών, επιχειρήσεων και πολιτών
- Κοινωνικές συγκρούσεις και αναταραχές στην περιοχή της Μεσογείου
- Φυσικές καταστροφές και οι παγκόσμιες συνέπειές τους
- Διαρκής ενίσχυση της παρουσίας στη διεθνή τουριστική αγορά νέων προορισμών

Σημαντικές διαφοροποιήσεις στα ποιοτικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης

Οι κυριότερες αλλαγές στη ζήτηση συνοψίζονται:

- στις μεταβολές στο χώρο και στον τρόπο εργασίας, λόγω των νέων τεχνολογιών
- στην αυξημένη ανάγκη για κατανάλωση εμπλουτισμένων, περισσότερο διαφοροποιημένων και ποιοτικών τουριστικών προϊόντων
- στη δυναμική ανάπτυξη του προτύπου των ολιγοήμερων διακοπών
- στην αύξηση της συχνότητας των διακοπών, ως αποτέλεσμα της μείωσης της διάρκειάς τους

- στη σταδιακή ενίσχυση της ζήτησης για τους μήνες εκτός αιχμής
- στη διαρκή αύξηση των απαιτήσεων του σύγχρονου τουρίστα
- στην αύξηση του αριθμού των ατόμων τρίτης ηλικίας που κάνουν διακοπές
- στη συνειδητοποίηση της μεγάλης σημασίας που έχει η προστασία του περιβάλλοντος
- στη στροφή των τουριστών από τις «ενεργητικές» διακοπές σε διακοπές εμπειρίας
- στη διαρκή αύξηση της χρήσης των νέων τεχνολογιών από τους τουρίστες κατά τον προγραμματισμό και αγορά των διακοπών τους.

Οι σημαντικότερες αλλαγές που καταγράφονται τα τελευταία χρόνια σε επίπεδο τουριστικής προσφοράς περιλαμβάνουν:

- την προσπάθεια αποτελεσματικής τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς
- την ανάπτυξη εξειδικευμένων - πιο σύνθετων τουριστικών δραστηριοτήτων, μέσα από την ενίσχυση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού
- την επιδίωξη κάθετης - ολοκληρωμένης προσφοράς του τουριστικού προϊόντος στους τουρίστες

- την επέκταση εφαρμογής του all-inclusive με τα οφέλη αλλά και τους κινδύνους αυτού
- την επέκταση των συνεργασιών, συγχωνεύσεων και εξαγορών τουριστικών επιχειρήσεων
- την ενίσχυση της τάσης για συνεργασία μεταξύ μικρών τουριστικών επιχειρήσεων (clusters)
- τη διαρκώς αυξανόμενη χρήση των νέων τεχνολογιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις

- τη «στροφή» των τουριστικών επαγγελματιών σε νέες ανερχόμενες–αναδυόμενες χώρες–αγορές
- την ενίσχυση της ανάπτυξης Συνεργασιών Δημοσίου Ιδιωτικού Τομέα
- την αξιοποίηση των ευκαιριών από την απελευθέρωση των αερομεταφορών και την επέκταση των εταιριών χαμηλού κόστους
- την έμφαση στην κοινωνική ευθύνη των τουριστικών επιχειρήσεων

Οι κυριότερες παράμετροι που διαμορφώνουν - επηρεάζουν τη σύγχρονη τουριστική προσφορά

## Τουριστική προσφορά

- Το σύνολο των επιχειρήσεων που, σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, συμμετέχουν στην παραγωγή και διάθεση του τουριστικού προϊόντος σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Το προϊόν που παράγουν και πωλούν οι τουριστικές επιχειρήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, και ιδιαίτερα στη χώρας μας, χαρακτηρίζεται από:

- ❑ Έντονη εποχικότητα και αδυναμία ακριβούς πρόβλεψης της ζήτησης,
- ❑ Αδυναμία αποθήκευσης
- ❑ Ανάγκη φυσικής παρουσίας του τουρίστα στον τόπο παραγωγής
- ❑ Εξάρτηση από πολυεθνικές επιχειρήσεις (tour operator)
- ❑ Εποχική λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων
- ❑ Φθαρτότητα και Μόδα



## Η τουριστική βιομηχανία χαρακτηρίζεται από:

- την ύπαρξη και δραστηριοποίηση μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων
- που ενεργοποιούνται σε διαφορετικούς τομείς της οικονομίας
- προσφέροντας μεγάλη ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών
- καθιστώντας συχνά δύσκολη έως αδύνατη την οριοθέτηση του τουριστικού κλάδου και των επιχειρήσεων που ανήκουν σε αυτόν.

# Χαρακτηριστικό των τουριστικών επιχειρήσεων

- η ύπαρξη μεγάλου αριθμού μικρών σε μέγεθος επιχειρήσεων (π.χ. ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία)
- με μεγάλη γεωγραφική διασπορά και
- μικρή συμμετοχή στο παραγόμενο τουριστικό προϊόν.

## Τα τελευταία χρόνια στο εσωτερικό της τουριστικής αγοράς:

Είναι σε εξέλιξη προσπάθειες καθετοποίησης της παραγωγής και προσφοράς του προϊόντος, μέσα από συγχωνεύσεις, εξαγορές και συνεργασίες μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων σε επίπεδο διοίκησης, μάρκετινγκ, προμηθειών κ.λπ.

Διευρύνεται η εξάπλωση της χρήσης των νέων τεχνολογιών προσφέροντας στις τουριστικές επιχειρήσεις σημαντικές ευκαιρίες, κυρίως σε επίπεδο προβολής και προώθησης του παραγόμενου προϊόντος και μερικής απεξάρτησης από τις ενδιάμεσες επιχειρήσεις.

Βέβαια, η αυξανόμενη χρήση των νέων τεχνολογιών και από τους υποψήφιους τουρίστες σταδιακά μειώνει την ανάγκη ύπαρξης συγκεκριμένων κατηγοριών επιχειρήσεων στην αγορά, ενώ απαιτεί την προσαρμογή όλων των τουριστικών επιχειρήσεων στις νέες αγοραστικές συνήθειες των τουριστών.

Η τουριστική αγορά και οι τουριστικές επιχειρήσεις διακρίνονται σε 4 κύριες ομάδες

Προμηθευτές

επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών (π.χ. ξενοδοχεία, εστιατόρια, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων)

Μεταφορείς

επιχειρήσεις με αντικείμενο τη μετακίνηση των τουριστών (π.χ. αεροπορικές εταιρείες)

## Μεσάζοντες

επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή ή πώληση των τουριστικών πακέτων (π.χ. tour operator, τουριστικά γραφεία)

Οργανισμοί προώθησης και μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών

# Τα τουριστικά καταλύματα (βάσει U.N.W.T.O.)

«ξενοδοχεία και συναφείς εγκαταστάσεις»

περιλαμβάνει τον επίσημο ξενοδοχειακό κλάδο (ξενοδοχεία, μοτέλ, οικοτροφεία, κ.ά.)

«συμπληρωματικά καταλύματα»

περιλαμβάνουν τα ιδιωτικά ενοικιαζόμενα δωμάτια, τα κάμπινγκ και άλλα συναφή καταλύματα



## Ποσοστιαία κατανομή των ελληνικών ξενοδοχείων (μονάδες) με κριτήριο την κατηγορία τους

Κατηγορία / Category	Μονάδες / Units
5*	3,5%
4*	12,8%
3*	23,7%
2*	44,3%
1*	15,7%

# Τα τουριστικά γραφεία

Εμπορικές επιχειρήσεις που μεσολαβούν ανάμεσα στον πελάτη και στον παρέχοντα τουριστικές υπηρεσίες, με προμήθεια επί των πωλήσεων που πραγματοποιούν.

# Τα τμήματα ενός τουριστικού γραφείου

- ❖ Μεταφορών,
- ❖ Έκδοσης εισιτηρίων
- ❖ Προγραμματισμού
- ❖ Υλοποίησης δραστηριοτήτων
- ❖ Λογιστηρίου
- ❖ Επικοινωνίας
- ❖ Μάρκετινγκ

# Εξελίξεις στον κλάδο των τουριστικών γραφείων:

- Τα διεθνή και τα ελληνικά τουριστικά γραφεία βρίσκονται σε κρίσιμη συγκυρία.
- Σημαντική απειλή συνιστά η επέκταση της χρήσης του Internet από όλο και μεγαλύτερα τμήματα του πληθυσμού.
- Η απελευθέρωση των αερομεταφορών και κυρίως η δραστηριοποίηση σε Ευρωπαϊκό επίπεδο των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους και ο αυξανόμενος αριθμός επιβατών που σταδιακά τις επιλέγει ως μέσο μετακίνησης οδηγεί σε δραματική μείωση της ζήτησης συναφών υπηρεσιών, που παραδοσιακά προσέφεραν τα τουριστικά γραφεία,
- Η δυναμική δραστηριοποίηση των tour operator στην απευθείας λιανική - ηλεκτρονική πώληση πακέτων διακοπών στους τουρίστες μέσα από τις ιστοσελίδες τους.

Ο βαθμός στον οποίο τα ελληνικά τουριστικά γραφεία θα καταφέρουν να εξειδικευθούν σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς θα κρίνει και τη δυνατότητα παραμονής τους στην αγορά και φυσικά την εξέλιξή τους.

# Οι tour operator

“Ο tour operator είναι ένας “κατασκευαστής” οργανωμένων ταξιδιών (πακέτων διακοπών), ο οποίος αγοράζει κυρίως στις ζώνες υποδοχής των τουριστών μια σειρά από τουριστικά προϊόντα, από τους διάφορους τουριστικούς παραγωγούς, τα συνδυάζει μεταξύ τους και τα οργανώνει σε πακέτα, τα οποία καλούνται στη διεθνή ορολογία ως I.T. (Inclusive Tours)”

Διακρίνονται σε:

- Εξειδικευμένους tour operator
- Άλλους τύπους tour operator

# Εξειδικευμένοι tour operator

- Ειδικεύονται σε συγκεκριμένους προορισμούς
- Ειδικεύονται στην χώρα προέλευσης
- Ειδικεύονται σε συγκεκριμένο μέσο μεταφοράς
- Ειδικεύονται στην οργάνωση διακοπών σε συγκεκριμένο τύπο καταλύματος
- Ειδικεύονται στο είδος του τουριστικού ταξιδιού που προσφέρουν (π.χ. περιήγηση , σαφάρι κ.α)



# Άλλοι τύποι tour operator

- ✓ Ασχολούνται με τον μαζικό τουρισμό, προσφέροντας φτηνά πακέτα σε δημοφιλείς προορισμούς
- ✓ Προσφέρουν εξειδικευμένα πακέτα και απευθύνονται σε μικρή αγορά με δικές της προτιμήσεις και ιδιαιτερότητες
- ✓ Εγχώριους tour operator που οργανώνουν διακοπές και πωλούν πακέτα στο εσωτερικό της χώρας τους
- ✓ tour operator εισερχόμενου τουρισμού οι οποίοι ασχολούνται με την πώληση πακέτων σε ξένους για να επισκεφτούν την χώρα στην οποία εδρεύουν
- ✓ tour operator που ασχολούνται με την παροχή υποστήριξης σε άλλους

Τα τελευταία χρόνια έχει λάβει χώρα στην Ευρώπη μια δυναμική γιγάντωση των tour operator που εδρεύουν στις κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών.

Αυτή η εξέλιξη πήρε τη μορφή:

- ❖ της αύξησης του μεριδίου των tour operator στη διαρκώς αναπτυσσόμενη αγορά των οργανωμένων ταξιδιών,
- ❖ της οριζόντιας επέκτασης με την εξαγορά tour operator στο εσωτερικό καθώς και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες και
- ❖ της κάθετης επέκτασης τόσο στο πεδίο των τουριστικών παραγωγών (αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχειακές αλυσίδες) όσο και στο λιανικό εμπόριο με την απόκτηση αλυσίδων τουριστικών γραφείων.

# Βιβλιογραφία

- Buhalis, D., & Costa, C. (Eds.). (2006). Tourism management dynamics: trends, management and tools. Routledge.
- Elliott, J. (2002). Tourism: Politics and public sector management. Routledge.
- Leslie, D., & Sigala, M. (2005). International cultural tourism: Management, implications and cases. Routledge.
- Moutinho, L., & Vargas-Sanchez, A. (Eds.). (2018). Strategic Management in Tourism, CABI Tourism Texts. Cabi.
- Page, S. (2011). Tourism management. Routledge.
- Raj, R., & Griffin, K. A. (Eds.). (2015). Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective. Cabi.

Ευχαριστώ για την προσοχή σας !!

