



ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΝΤΥΠΟΥ 210115

## Φάκελος Τουρισμός



- Έλενα Κουντουρά
- Όλγα Κεφαλογιάννη
- Δημήτριος Τρυφωνόπουλος
- Ανδρέας Ανδρεάδης
- Γεώργιος Τσακίρης
- Γιώργος Βερνίκος
- Μιχαήλ Σφακιανάκης
- Χρήστος Βασιλειάδης
- Ευάγγελος Πούτος- Θεόδωρος Κουναδέας



Στηρίζουμε τις  
τουριστικές  
επιχειρήσεις  
με εξειδικευμένες  
λύσεις.

Η Alpha Bank με το νέο πρόγραμμα **Alpha Τουριστική Επιχειρηματικότητα** στηρίζει τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο του τουρισμού, προσφέροντας μοναδικά προνόμια και επιβράβευση με Bonus πόντους, ενώ παράλληλα, εξασφαλίζει:

- Ανάπτυξη της επιχειρησεώς σας με καινοτόμες χρηματοδοτικές λύσεις
- Αποδοχή συναλλαγών με όλες τις κάρτες από τα μεγαλύτερα Διεθνή Συστήματα Πληρωμών (American Express®, Diners Club, Visa, MasterCard®, Union Pay) και Υπηρεσία Άμεσης Μετατροπής Νομίσματος
- Διαχείριση των καθημερινών συναλλαγών μέσα από σύγχρονες ηλεκτρονικές υπηρεσίες
- Άμεση διεκπεραίωση εισερχόμενων και εξερχόμενων εμβασμάτων με προνομιακή τμολόγηση
- Μέριμνα για το ανθρώπινο δυναμικό σας, με μία σειρά σύγχρονων τραπεζικών προϊόντων.

Ελάτε σε ένα Κατάστημα Alpha Bank για να διαμορφώσουμε μαζί τη δική σας Alpha Τουριστική Επιχειρηματικότητα.

Alpha Bank, Βλέπουμε τα πράγματα αλλιώς. Δίνουμε νέες λύσεις.



Μάθετε περισσότερα στο  
[www.alpha.gr](http://www.alpha.gr)



ALPHA BANK



Κωνσταντίνος Β. Κόλλιας  
Πρόεδρος Ο.Ε.Ε.

## Οφείλουμε να επενδύσουμε στον τουρισμό

Ο τουρισμός είναι και πρέπει να παραμείνει η ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας. Είναι το συγκριτικό μας πλεονέκτημα, στο οποίο οφείλουμε να επενδύσουμε.

Οργανωμένα και συντεταγμένα.

Μακριά από τη λογική της αρπαχτής.

Με μακροπρόθεσμο σχέδιο, που θα περιλαμβάνει επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, ταχύτερες διαδικασίες αδειοδότησης των επενδύσεων, εκπαίδευσης και μετεκπαίδευσης των εργαζομένων στον κλάδο, και –πάνω απ' όλα– παροχή υπηρεσιών υψηλότερου επιπέδου.

Η περίπτωση της φετινής χρονιάς, όπου σε αφίξεις πάμε καλά, αλλά σε επίπεδο εσόδων όχι –λόγω της εισροής μαζικού τουρισμού χαμηλής οικονομικής δυνατότητας και ταυτόχρονα της επιλογής άλλων ανταγωνιστικών προορισμών από ευπορότερους– δείχνει ότι απαιτείται ακόμα πάρα πολλή δουλειά να γίνει.

Ο ήλιος και η θάλασσα είναι δυνατά asset, αλλά δεν αρκούν από μόνα τους για να πουλήσουν όσο πρέπει.

Οφείλουμε να δράσουμε άμεσα στις κατευθύνσεις, που περιέγραψα.

Να μην αφήσουμε ακόμα μια χρυσή ευκαιρία να πάει χαμένη.

Το χρωστάμε στη χώρα, στους εαυτούς μας, και –πάνω απ' όλα– στα παιδιά μας.



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ  
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Ψηφιακή Επικοινωνία



- Η νέα ψηφιακή πύλη του ΟΕΕ

- Το ΟΕΕ στο Facebook

Οικονομικό Επιμελητήριο της Ελλάδας -  
Economic Chamber of Greece



- Το Ενημερωτικό Δελτίο

- Το ΟΕΕ στο Twitter

[twitter.com/oikonepim](https://twitter.com/oikonepim)





ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ



## Ο ΓΥΡΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ ΑΠΑΙΤΕΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΚΥΡΟΥΣ, ΟΑΕΠ

Η ελληνική οικονομία, σήμερα περισσότερο από ποτέ, έχει ανάγκη από σύγχρονες, εξωστρεφείς επιχειρήσεις, που δρουν δυναμικά στο παγκόσμιο γίγνεσθαι. Οι επιχειρηματίες, διαθέτουν τις ιδέες και το επιχειρηματικό πνεύμα που χρειάζεται, για να επεκταθούν εκτός συνόρων.

Για τον ασφαλή όμως «γύρο» στις αγορές του κόσμου, χρειάζονται πολύτιμοι και αξιόπιστοι σύμμαχοι.

Ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (ΟΑΕΠ) που εποπτεύεται από το Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού, είναι ο μόνος ελληνικός ασφαλιστικός οργανισμός, που προσφέρει ασφάλιση σε όλο τον κόσμο, ακόμα και σε χώρες «κινητού ρίσκου». Καλύπτει το εμπορικό και πολιτικό κίνδυνο - σε ποσοστό έως και 95% - για εξαγωγές, επενδύσεις και εκτέλεση τεχνικών έργων, με ανταγωνιστικό ασφαλιστρο και την εγγύηση του Ελληνικού Δημοσίου.

Γ' αυτό, σχεδιάζοντας τα επόμενα επιχειρηματικά σχέδια στο εξωτερικό, επικοινωνήστε με τον ΟΑΕΠ και ενημερωθείτε για τα προγράμματα ασφάλισης που ελαχιστοποιούν το δικό σας ρίσκο.

Μάθετε περισσότερα για τα προγράμματα Ασφάλισης Εξαγωγών, Επενδύσεων και Τεχνικών έργων του ΟΑΕΠ στο [www.oaep.gr](http://www.oaep.gr) και στο τηλ.: 210 3310017, 2310 548718

ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΑΘΗΝΩΝ: Πανεπιστημίου 57, 10564 Αθήνα  
ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ: Πολυτεχνείου 51 & Β.Ουγκώ, 546 25 Θεσσαλονίκη



## Εκδότης:

Κωνσταντίνος Β. Κόλλιας, Πρόεδρος του  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ

## Ιδιοκτησία – Έκδοση:

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

## Υπεύθυνος Εκδόσεων Ο.Ε.Ε.

Κωνσταντίνος (Γιάννης) Σμυρνής

## Συντακτική Επιτροπή

Μαρία Βουργάνα  
Νεκτάριος Νώτης

Επικοινωνία: τηλ. 213 2141800

e-mail: [press@oe-e.gr](mailto:press@oe-e.gr)

site: [www.oe-e.gr](http://www.oe-e.gr)

Διαφήμιση: 213 2141867

## ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Μητροπόλεως 12 - 14, 10563

Τηλ.: 213 2141800, FAX: 210 5227300

[www.oe-e.gr](http://www.oe-e.gr)

## ECONOMIC CHAMBER OF GREECE

12 - 14 Mitropoleos Str., 10563 ATHENS

Tel: 213 2141800

site: [www.oe-e.gr](http://www.oe-e.gr)

## Παραγωγή - Εκτύπωση

ΓΡΑΦΟΠΡΙΝΤ ΑΒΕΕ

Αίμωνος 71 & Κρέοντος, Ακαδημία Πλάτωνος

Τηλ.: 210 5144160, FAX: 210 5142366



- 1 Οφείλουμε να επενδύσουμε στον τουρισμό**  
Κωνσταντίνος Β. Κόλλιας, Πρόεδρος Ο.Ε.Ε.
- 6 Σημείωμα σύνταξης**
- 8 Προτεραιότητά μας η προσέλκυση νέων τουριστικών επενδύσεων,**  
Έλενα Κουντουρά, Αναπληρώτρια υπουργός Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού
- 13 Ο αναπτυξιακός ρόλος του Τουρισμού**  
Όλγα Κεφαλογιάννη, Βουλευτής Ν.Δ., πρώην υπουργός Τουρισμού
- 18 «Πυλώνας» κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης ο Τουρισμός**  
Δημήτριος Τρυφωνόπουλος, Γενικός Γραμματέας ΕΟΤ
- 24 Ο ελληνικός τουρισμός η μόνη ελπίδα για την έξοδο της χώρας από την κρίση**  
Γεώργιος Τσακίρης, Πρόεδρος Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος
- 30 Ελληνικός Τουρισμός, ο εν Ενεργεία Τομέας της Ελληνικής Επιχειρηματικότητας**  
Ανδρέας Α. Ανδρεάδης, Πρόεδρος Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ



**34 Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι το κυριότερο συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας**

Γιώργος Βερνίκος,  
Πρόεδρος της Ο.Κ.Ε.,  
Γενικός Γραμματέας ΣΕΤΕ

**38 Τουριστική ανάπτυξη μέσω επιπρόσθετης βιοματικής εμπειρίας και αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών**

Μιχαήλ Σφακιανάκης, Πρόεδρος Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Πειραιώς

**44 Η Εικόνα ενός τουριστικού προορισμού ως προσδιοριστικός παράγοντας της ανάδειξής του**

Χρήστος Βασιλειάδης, Αναπληρωτής Καθηγητής τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Μακεδονίας

**51 Εγχώριος Τουρισμός, ΑΕΠ και ΦΠΑ**

Δρ. Ευάγγελος Πούτος,  
ΣΕΠ Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου  
Θεόδωρος Κουναδές,  
Υποψήφιος Διδάκτορας ΕΚΠΑ



**60 Η ελληνική οικονομία σε αριθμούς**



Τα άρθρα που φιλοξενούνται στο περιοδικό εκφράζουν αποκλειστικά την άποψη των αρθρογράφων τους.

## Τουρισμός: Η ατμομηχανή της ανάπτυξης της χώρας

Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες, αν όχι την σημαντικότερη, οικονομική δραστηριότητα σε παγκόσμιο επίπεδο. Ειδικά για την Ελλάδα, θεωρείται η ατμομηχανή της ανάπτυξης της χώρας, δεδομένου ότι ο κλάδος κατέγραψε αξιοσημείωτη αντοχή ακόμα και μέσα στην κρίση.

Πάνω από 25 εκατ. τουρίστες επισκέφθηκαν τη χώρα μας το 2015, με άμεσο εισαγόμενο τουριστικό συνάλλαγμα 14,2 δισ. ευρώ, συνολική συμμετοχή στο ΑΕΠ, άμεση και έμμεση, πάνω από 20% και συμμετοχή στην απασχόληση 23%. Για το 2016, ήδη σημειώνεται αύξηση περίπου 7% (897.000 αφίξεις) το πρώτο 4μηνιο.

Τα «Οικονομικά Χρονικά» του Ο.Ε.Ε. ανοίγουν το φάκελο «Τουρισμός» και μέσα από τα άρθρα που φιλοξενούν από ανθρώπους που γνωρίζουν καλά το τουριστικό προϊόν παρουσιάζουν τα προβλήματα, τις δυσλειουργίες αλλά και τις προοπτικές του κλάδου.

Σύμφωνα με τους αρθρογράφους:

- Ο ελληνικός τουρισμός παραμένει ο εν ενεργεία τομέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, που μπορεί άμεσα να δώσει απτά αποτελέσματα για την ανάταση της ελληνικής οικονομίας. Μέσα από κατάλληλες ενέργειες και διασυνδέσεις με τους υπόλοιπους τομείς, ο τουρισμός μπορεί να γίνει ο βασικός πυλώνας μιας ολοκληρωμένης αναπτυξιακής πολιτικής.
- Ο νέος αναπτυξιακός νόμος χρειάζεται σημαντικές βελτιώσεις. Θα πρέπει να αποκτήσει μεγαλύτερη απλότητα και σαφήνεια προς τους επενδυτές, με ξεκάθαρες οδηγίες και σαφείς χρονικές προθεσμίες, ενώ προβληματική είναι η ανάγκη έκδοσης άνω των 25 υπουργικών αποφάσεων για την ουσιαστική έναρξη της εφαρμογής του.
- Είναι επιβεβλημένη η τροποποίηση του νόμου για τις στρατηγικές επενδύσεις, λαμβάνοντας υπόψη την έως σήμερα εμπειρία από την εφαρμογή του. Ειδικότερα, προτείνεται η τροποποίηση των ορίων των επενδύσεων που θεωρούνται στρατηγικές, όσο και η έμφαση σε τομείς της οικονομίας από τους οποίους προσδοκείται προστιθέμενη αξία, όπως ο τουρισμός, ενώ προτείνεται να τεθεί ειδικό όριο ύψους 20 εκατ. ευρώ για τις τουριστικές επενδύσεις.
- Θα πρέπει να θεσμοθετηθεί η ταχεία διαδικασία αδειοδότησης για το σύνολο των επενδύσεων συνοδευόμενη από τις απαραίτητες αλλαγές στις δομές υπηρεσιών, προκειμένου να επιτευχθεί ευελιξία, ταχύτητα και αξιοπιστία.
- Η κυβέρνηση θα πρέπει να διεκδικήσει περισσότερους πόρους για το ΕΣΠΑ και να φροντίσει να κατευθυνθούν στη μακροχρόνια και βιώσιμη αντιμετώπιση της ανεργίας και στη δημιουργία δημόσιων και ιδιωτικών υποδομών, με στόχο την ποιοτική αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Τα κίνητρα αυτά είναι απαραίτητα, για να αντισταθμιστούν τα φορολογικά αντικίνητρα και το υψηλότερο χρηματοοικονομικό κόστος που αναμετωπίζουν οι επενδυτές στην Ελλάδα σε σχέση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες.



Επενδύουμε και πιστεύουμε  
στην Ελλάδα πάνω από

# 50 χρόνια

## 440 εκατ. ευρώ

επενδύσεις τα τελευταία 15 χρόνια

### 20 εκατ. ευρώ

επενδύσεις κατά μέσο όρο την τριετία 2014-2016

4 μονάδες σε Πάτρα, Θεσσαλονίκη,  
Λαμία και Αθήνα



# 0,7%

συμβολή στο ΑΕΠ  
της Ελλάδας



## 28.000 οικογένειες

έχουν εισόδημα από τις δραστηριότητές μας, εκ των οποίων:



# 1.000

εργαζόμενοι



# 2.000

αγρότες



# 4.500

τοπικοί προμηθευτές

40 ΧΡΟΝΙΑ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ / 30 ΕΚΑΤ. ΕΥΡΩ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΔΙΕΤΙΑ

### Highlights:

1€ δαπάνης στα  
προϊόντα της Αθηναϊκής  
Ζυθοποιίας δημιουργεί  
περίπου 7€ στην  
ευρύτερη οικονομία.

830 νέες θέσεις εργασίας  
στον αγροτικό τομέα  
μέσα από το Πρόγραμμα  
Συμβολαιακής  
Καλλιέργειας κριθαριού.

Επενδύουμε  
στην καινοτομία:  
7 νέα προϊόντα σε  
3 χρόνια και ίδρυση  
του ΑΘΗΝΕΟ.

1η εταιρεία με  
την κορυφαία διάκριση  
**DIAMOND** στον  
εθνικό δείκτη ΕΚΕ  
(CR Index).





Έλενα Κουντουρά  
Αναπληρώτρια υπουργός  
Οικονομίας, Ανάπτυξης και  
Τουρισμού

# Προτεραιότητά μας η προσέλκυση νέων τουριστικών επενδύσεων

**Η** ολοκλήρωση της αξιολόγησης και η επίτευξη της συμφωνίας από τον πρωθυπουργό μας κ. Αλέξη Τσίπρα είναι μεγάλη επιτυχία για τη χώρα, που μπαίνει πλέον σε δρόμο σταθερότητας, οικονομικής ανάταξης και προόδου. Ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί προτεραιότητα της κυβέρνησής μας και βρίσκεται στην πρώτη γραμμή της ανάπτυξης.

Το 2015 αντιμετωπίσαμε πρωτόγνωρες πολιτικοοικονομικές συνθήκες, που κληρονομήσαμε από τα συσσωρευμένα προβλήματα του παρελθόντος. Υπό το βάρος σκληρών πολιτικών διαπραγματεύσεων και οικονομικής ασφυξίας, με δύο εκλογικές αναμετρήσεις και δημοψήφισμα, με την επιβολή των capital controls και με την απειλή του Grexit από τους εταίρους, αλλά και με μία πρωτοφανή επίθεση εγχώριας και διεθνούς αρνητικής δημοσιότητας στην εικόνα της χώρας, ο τουρισμός δέχθηκε ισχυρές

πιέσεις. Αναλάβαμε άμεσες πολιτικές πρωτοβουλίες και συνεργαστήκαμε με τα συναρμόδια υπουργεία, τους φορείς και τον ιδιωτικό τομέα, και μέσα από μία δυναμική καμπάνια ενίσχυσης των κρατήσεων της τελευταίας στιγμής καταφέραμε ο ελληνικός τουρισμός όχι μόνο να αποφύγει την κατάρρευση, αλλά και να καταγράψει τις υψηλότερες ιστορικά επιδόσεις με το ρεκόρ των 26 και πλέον εκατομμυρίων διεθνών αφίξεων και εσόδων άνω των 14,1 δισ. ευρώ.

Το 2015 θέσαμε τις βάσεις, για να αποκτήσει η χώρα για πρώτη φορά εθνική τουριστική πολιτική, με συγκροτημένο σχέδιο, που ξεκίνησε ήδη να αποδίδει. Κάναμε πράξη το πάγιο αίτημα του τουριστικού κλάδου για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Για πρώτη φορά και μέσα από τις συμφωνίες που διεκδικήσαμε και κλείσαμε με τους tour operators του εξωτερικού οι πρώτες πτήσεις της τουριστικής περιόδου ξεκίνησαν στις αρχές Απριλίου και ολοκληρώνονται στα τέλη Νοεμβρίου. Ανοίξαμε νέες αγορές, όπως η Μέση Ανατολή και η Κίνα. Ενισχύσαμε αγορές όπως την Αμερική αλλά και τις παραδοσιακές μας αγορές στην Ευρώπη. Διεκδικήσαμε νέες απευθείας πτήσεις και αναδείξαμε νέους ελληνικούς προορισμούς. Δίνουμε έμφαση στην ανάπτυξη και προώθηση του θεματικού τουρισμού και στην ενθάρρυνση των επενδύσεων για την παροχή υποδομών και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.

Εργαστήκαμε στοχευμένα και εντατικά όλο το προηγούμενο διάστημα, ώστε το 2016 να

**“Μετά από την 100% απορρόφηση των πόρων του ΕΣΠΑ για την περίοδο 2007-2013 που πετύχαμε πέρυσι, προχωρήσαμε μέσω του νέου ΕΣΠΑ για την περίοδο 2014-2020 στην προκήρυξη του προγράμματος για την ενίσχυση των υφιστάμενων τουριστικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων.”**

αποτελέσει μία ακόμη εξαιρετική χρονιά. Κλείσαμε καλύτερες συμφωνίες με τους tour operators σε όλες τις μεγάλες αγορές, για να αυξήσουμε τις τουριστικές ροές, ενισχύσαμε τα προγράμματα συνδιαφήμισης και συμμετείχαμε μέσω του ΕΟΤ σε 22 Διεθνείς και εξειδικευμένες τουριστικές εκθέσεις στο πρώτο εξάμηνο του έτους. Ταυτόχρονα, υπογράψαμε τουριστικές συμφωνίες με χώρες όπως η Ρωσία, η Αίγυπτος, η Τουρκία και το Ισραήλ και χτίζουμε σταθερές και μακροχρόνιες διμερείς σχέσεις για την ενίσχυση των τουριστικών ροών.

Με τα δεδομένα όπως έχουν διαμορφωθεί στον τουριστικό χάρτη της ευρύτερης περιοχής, το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι το πιο ανταγωνιστικό, σε ελκυστικότητα, ασφάλεια και σιγουριά, σχέση ποιότητας-τιμής και σε αυθεντικότητα.

Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και η προσέλκυση νέων τουριστικών επενδύσεων είναι τομέας απόλυτης προτεραιότητας.

Δημιουργούμε το έδαφος και τις πιο κατάλληλες προϋποθέσεις, για να αναπτυχθούν νέες συνεργασίες και συμφωνίες στον ιδιωτικό τομέα. Δώσαμε τη δυνατότητα να πραγματοποιηθούν Β2Β συναντήσεις των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων με επιχειρήσεις των αγορών στις οποίες στοχεύουμε, στο πλαίσιο κοινών δράσεων που υλοποιούμε, όπως πρόσφατα το Ελληνορωσικό Φόρουμ για τον Τουρισμό, τη Διάσκεψη για τον Θρησκευτικό και Προσκυνηματικό Τουρισμό Ελλάδας-Ρωσίας και το Ελληνοαιγυπτιακό Φόρουμ για τον Τουρισμό στο Κάιρο.

Μετά από την 100% απορρόφηση των πόρων του ΕΣΠΑ για την περίοδο 2007-2013 που πετύχαμε





πέρυσι, προχωρήσαμε μέσω του νέου ΕΣΠΑ για την περίοδο 2014-2020 στην προκήρυξη του προγράμματος για την ενίσχυση των υφιστάμενων τουριστικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Εξασφαλίσαμε σχεδόν τον διπλασιασμό του προϋπολογισμού του προγράμματος από τα 50 εκατ. ευρώ που προβλεπόταν αρχικά στα 90 εκατ. ευρώ, με στόχο να ωφεληθούν όσο το δυνατόν περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις για τον εκσυγχρονισμό και την ποιοτική αναβάθμισή τους. Επίσης, σχεδιάζουμε και την προκήρυξη νέου προγράμματος για την ενίσχυση μέσω του ΕΣΠΑ της ίδρυσης νέων τουριστικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Επιπλέον, συμμετέχουμε σε εταιρικά σχήματα μαζί με άλλους φορείς τουρισμού για την υποβολή προτάσεων σε διασυνοριακά προγράμματα INTERREG, που αφορούν μεταξύ άλλων τη δημιουργία δικτύων καταδυτικών πάρκων, δράσεις εξοικονόμησης ενέργειας στα μικρά τουριστικά καταλύματα και την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Πρωθούμε μέσω του πακέτου Γιούνκερ σημαντικές επενδύσεις που αφορούν χιονοδρομικά κέντρα, ιαματικές εγκαταστάσεις και μεγάλες συνεδριακές υποδομές.

Στόχος μας, επίσης, είναι η προσέλκυση και υλοποίηση νέων μεγάλων επενδύσεων στον τουρισμό.

Ο αναπτυξιακός νόμος που παρουσίασε η κυβέρνηση ενθαρρύνει και τις τουριστικές επενδύσεις, παρέχοντας σταθερότητα και ισχυρά φορολογικά κίνητρα.

Πρωθούνται μεταξύ άλλων επενδυτικά σχέδια που αφορούν σύνθετα τουριστικά καταλύματα, ξενοδοχεία τριών αστέρων και πάνω για έργα ίδρυσης, επέκτασης και εκσυγχρονισμού, αλλά και την επαναλειτουργία ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών κατηγοριών που είχαν παύσει τη λειτουργία τους. Επίσης, ενισχύονται η ίδρυση και ο εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορ-

φής σε παραδοσιακά ή διατηρητέα κτήρια τα οποία ανήκουν ή αναβαθμίζονται σε κατηγορία τουλάχιστον 2 αστέρων, οι υποδομές ειδικών μορφών τουρισμού, όπως τα συνεδριακά κέντρα, τα θεματικά πάρκα, τα γήπεδα γκολφ και οι τουριστικοί λιμένες, καθώς και τα clusters για εγκαταστάσεις αγροτουρισμού και οινοτουρισμού.

Επιδιώκουμε να ενισχύσουμε τη μεγάλη δυναμική που αποτυπώθηκε και το 2015, οπότε και υποβλήθηκαν στο υπουργείο περισσότερες από 160 προτάσεις για τη δημιουργία νέων ξενοδοχείων 4 και 5 αστέρων και άνω των 300 κλινών, την αναβάθμιση υπάρχουσών μονάδων άνω των 300 κλινών και τη δημιουργία σύνθετων τουριστικών καταλυμάτων σε Κυκλάδες, Κρήτη, Πελοπόννησο και σε άλλες περιοχές της χώρας.

Στις προτεραιότητές μας είναι η κωδικοποίηση της τουριστικής νομοθεσίας με στόχο να ολοκληρωθεί στα τέλη της χρονιάς, προκειμένου να έχουμε για πρώτη φορά ένα συνολικό πλαίσιο ρυθμιστικών κα-

νόνων λειτουργίας της τουριστικής αγοράς. Από πέρυσι ξεκινήσαμε σταδιακά την επίλυση σημαντικών εκκρεμοτήτων που αφορούν επιμέρους κλάδους της αγοράς. Καθορίσαμε τις τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές των οργανωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων και των ορειβατικών καταφυγίων, καθώς και τις προδιαγραφές αδειοδότησης των αυτοεξυπηρετούμενων καταλυμάτων. Καθορίσαμε επίσης το πλαίσιο σύστασης και λειτουργίας των επιχειρήσεων εκμίσθωσης επιβατηγών αυτοκινήτων ιδιωτικής χρήσης, χωρίς οδηγό. Με Κοινές Υπουργικές Αποφάσεις ρυθμίσαμε καίρια ζητήματα για τις προδιαγραφές και την αδειοδότηση των χιονοδρομικών κέντρων και των ιαματικών εγκαταστάσεων για τα οποία δεν υπήρχε θεσμικό πλαίσιο.

Τώρα πλέον λύνουμε οριστικά το πολυετές πρόβλημα της αδειοδότησης των επιχειρήσεων που λειτουργούν εγκαταστάσεις ιαματικών πηγών με σχετική διάταξη που προωθούμε, ενώ παράλληλα προχωράμε



με ταχείς ρυθμούς στην επίσημη αναγνώριση ιαματικών πηγών σε όλη την Ελλάδα, επιδιώκοντας τη δημιουργία νέων προορισμών και την προσέλκυση σημαντικών εσόδων για τις τοπικές κοινωνίες όλο το χρόνο. Εργαζόμαστε με τα συναρμόδια υπουργεία για την ανάπτυξη του θεσμικού πλαισίου του ιατρικού τουρισμού και την προώθηση και προβολή των ιατρικών τουριστικών προϊόντων, στοχεύοντας στις αγορές τουριστών υψηλού εισοδηματικού επιπέδου.

Βρισκόμαστε επίσης σε συνεργασία με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης για τον καθορισμό των προδιαγραφών των εγκαταστάσεων των αγροτουριστικών επιχειρήσεων, πάγιο αίτημα της αγοράς που δεν είχε προχωρήσει τα προηγούμενα χρόνια. Συνεργαζόμαστε με το Υπουργείο Οικονομικών για την αποτελεσματική αντιμετώπιση της παράνομης εκμίσθωσης των καταλυμάτων μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού, γνωστή ως *sharing economy*, στην κατεύθυνση να δημιουργήσουμε ένα σαφές πλαίσιο ξεκάθαρων κανόνων και να διασφαλίσουμε τον υγιή

ανταγωνισμό στην ελληνική τουριστική αγορά.

Επεξεργαζόμαστε το νέο πλαίσιο της δημόσιας τουριστικής εκπαίδευσης για την επαναλειτουργία των σχολών ξεναγών, την αναβάθμιση των ανωτέρων σχολών τουριστικής εκπαίδευσης ΑΣΤΕΡ και ΑΣΤΕΚ και συνολικά την άριστη κατάρτιση του ανθρωπίνου δυναμικού. Το Υπουργείο με τις Υπηρεσίες του βρίσκεται στο πλευρό των δραστηριοποιούμενων στον τουριστικό τομέα για την αντιμετώπιση των προβλημάτων τους, την επιτάχυνση της αδειοδότησης, τη στήριξη των επιχειρήσεων και την υλοποίηση των αναπτυξιακών εκείνων παρεμβάσεων στο πλαίσιο ενός συνεκτικού στρατηγικού σχεδίου δράσης.

Στόχος μας είναι η επίτευξη υψηλών ρυθμών ανάπτυξης για τον τουρισμό ως τη βασική πηγή εσόδων για την ελληνική οικονομία και η συνεχής ενδυνάμωση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ώστε η Ελλάδα να καταστεί ένας από τους δέκα πιο δημοφιλείς και ελκυστικούς παγκόσμιους προορισμούς τα επόμενα χρόνια. ●





Όλγα Κεφαλογιάννη  
Βουλευτής Ν.Δ.,  
πρώην υπουργός Τουρισμού

# Ο αναπτυξιακός ρόλος του Τουρισμού

**Ε**ίναι πλέον κοινός τόπος ο σημαίνων ρόλος του Τουρισμού σε σχέση με τα έσοδα που αποφέρει και τις θέσεις εργασίας που δημιουργεί. Παρ' όλα αυτά, η Κυβέρνηση κάνει το ίδιο λάθος και υπεραπλουστεύει τον αναπτυξιακό του ρόλο, υποτιμώντας τα χαρακτηριστικά του κλάδου.

Ο Τουρισμός αποτελεί ίσως έναν από τους πλέον ανταγωνιστικούς κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας.

Υπόκειται σε σημαντικές πιέσεις από εξωγενείς παράγοντες, όπως η πολιτική αστάθεια μίας χώρας, οι κοινωνικές αναταραχές, οι φυσικές καταστροφές, το περιβάλλον, ακόμη και γεωλογικά φαινόμενα. Σημαντικό στοιχείο επιβάρυνσης που έρχεται να προστεθεί στους παραπάνω εξωγενείς παράγοντες αποτελεί κατά μείζονα λόγο ο άυλος χαρακτήρας των τουριστικών υπηρεσιών που συνθέτουν το τουριστικό πακέτο, η σχέση τιμής-αξίας (value for money) που επηρεάζει τα μέγιστα τόσο τους μεγάλους τουριστικούς οργανισμούς όσο και τον δυνητικό τουρίστα, ο βαθμός κόπωσης ενός προορισμού και πολλές άλλες συναρτήσεις.

Κατά τα έτη 2012 έως 2015 το Υπουργείο Τουρισμού σε συνεργασία με τους επιχειρηματίες της Χώρας νομοθέτησε μία σειρά ρηξικέλευθων ρυθμίσεων, με στόχο την προετοιμασία του τομέα για την υποδοχή αναπτυξιακών επενδύσεων, προσβλέποντας στη θωράκισή του απέναντι σε ενδεχόμενες «απειλές».

Με τη συνδρομή του ΣΕΤΕ, που εκείνη την περίοδο θεσμοθετήθηκε ως κοινωνικός

εταίρος, θέσαμε τα πρώτα θεμέλια για την υγιή επιχειρηματικότητα στον τομέα του Τουρισμού και για τον εμπλουτισμό της εθνικής τουριστικής προσφοράς με νέες προστιθέμενες αξίες και προϊόντα.

Παράλληλα, προστατεύθηκε με στιβαρές παρεμβάσεις ο κλάδος από πάσης φύσεως κλυδωνισμούς, ενώ με την καθήλωση των άμεσων και έμμεσων φόρων διατηρήθηκε το κόστος των διακοπών στην Ελλάδα σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικά επίπεδα.

Το αποτέλεσμα, όπως κατεγράφη, ήταν σημαντικό.

Σε συνδυασμό με μία συμπαγή στρατηγική επικοινωνίας, στηριζόμενη στο μεγαλύτερο ποσοστό στην ψηφιακή τεχνολογία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, που κατεξοχήν λειτουργούν ως καταλύτες στο τουριστικό οικοσύστημα, καταφέραμε το ακατόρθωτο: Το αρνητικό αφήγημα για την Ελλάδα ανετράπη. Το brand Ελληνικός Τουρισμός, απεδείχθη ισχυρό.

**“Ο Τουρισμός τα τελευταία χρόνια απετέλεσε την έξωθεν καλή μαρτυρία της χώρας και έκαμψε όλη την αρνητική δημοσιότητα, όταν άλλες χώρες ξοδεύουν απεριόριστα κονδύλια για lobbying και έμμεση επικοινωνία.”**



Η απλούστευση των διαδικασιών αδειοδότησης τουριστικών επιχειρήσεων, ο περιορισμός της γραφειοκρατίας, η θέσπιση διαδικασιών fast-track για την υποδοχή και εξυπηρέτηση μεσαίων και μεγάλων επενδύσεων, αποτελούν τομή στον νομικό μας πολιτισμό και στη χαοτική τουριστική νομοθεσία που ίσχυε μέχρι τότε.

Εάν η Ελλάδα και ο Ελληνικός Τουρισμός στοχεύουν να συνοδοιπορήσουν με τους εταίρους τους, το βασικό εργαλείο είναι ένα σύγχρονο νομοθετικό πλαίσιο, χωρίς συντεχνιακούς περιορισμούς, χωρίς εσωστρέφεια και πλήρως συμμορφωμένο με τις προδιαγραφές της Ε.Ε.

Εκτός από το προφανές, δηλαδή την προσέλκυση και εξυπηρέτηση αναπτυξιακών επενδύσεων, αυτό το σύγχρονο νομοθετικό πλαίσιο θέτει τις βάσεις προκειμένου οι Ελληνικές Τουριστικές Επιχειρήσεις να τολμήσουν μία υπέρβαση σε ό,τι αφορά το επίπεδο των προσφερόμενων μέχρι σήμερα τουριστικών υπηρεσιών.

Να προχωρήσουν σε σύνθεση καινοτόμας τουριστικής προσφοράς με σφραγίδα ελληνική. Με αυτό τον τρόπο θα αξιολογηθούν όλες οι δεξιότητες που διαθέτουν οι νέοι Έλληνες, θα αποφύγουμε το drain brain και, επιτέλους, κατά το στάδιο σχεδιασμού των νέων μορφών τουρισμού, θα εμπλακούν και άλλοι παραγωγικοί κλάδοι της οικονομίας.

Κατά το διάστημα 2012 έως 2015 το Υπουργείο Τουρισμού και οι εποπτευόμενοι φορείς του έκαναν μία συστηματική προσπάθεια σύνδεσης του τομέα του Τουρισμού με τον πρωτογενή τομέα αλλά και τον πολιτισμό, τη σημαντικότερη εξαγωγίμη αξία της Ελλάδας και πρωταρχικό τουριστικό πόρο.

Αυτή η επιλογή δεν ήταν τυχαία. Μελετώντας τις τάσεις της διεθνούς ζήτησης, κατεγράφη η ισχυρή ανάγκη των τουριστών-καταναλωτών για αυθεντικά προϊόντα με ονομασία προέλευσης, η ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου για ποιότητα ζωής και μακροζωία, η σύνδεση του τουρισμού με τα βιολογικά προϊόντα, στοιχεία δηλαδή που στην Ελλάδα υπάρχουν άφθονα και στην καλύτερη δυνατή εκδοχή τους.

Κατά το ίδιο χρονικό διάστημα, μία κρίσιμη μάζα νέων ανθρώπων με εξειδικευμένες γνώ-



σεις και πείσμα άρχισαν να υλοποιούν καινοτόμες ιδέες και εφαρμογές που εφάπτονται πλήρως στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού κλάδου. Οι καινοτόμες αυτές επιχειρήσεις, τα start-ups, που ουσιαστικά διαμεσολαβούν προσωποποιημένες τουριστικές υπηρεσίες στην παγκοσμιοποιημένη

τουριστική αγορά, διακρίθηκαν για το έργο τους. Παρεμφερής ήταν και η ανάπτυξη των spin-offs, που μπορούν να αποκολλήσουν επιχειρήσεις από τη στασιμότητα και να μεταβάλουν την αναπτυξιακή τους κατεύθυνση.

Η Κυβέρνηση θα έπρεπε να επωφεληθεί από το γόνιμο έδαφος που παρέλαβε τον Ιανουάριο του 2015 στον Τουρισμό και να οικοδομήσει νέες αξίες. Ο Τουρισμός είναι καταλύτης και συνδετικός κρίκος

**“ Κάθε ημέρα απραξίας προκαλεί μήνες καθυστερήσεων στην κερδοφορία του Τουρισμού και στην ανάδειξη και άλλων κλάδων της ελληνικής οικονομίας. ”**

μεταξύ των τομέων της εθνικής οικονομίας. Η αδιαφορία και η απαξίωσή του από την παρούσα Κυβέρνηση είναι ένα είδος αυτοχειρίας για την εθνική οικονομία, που θα συμπαρασύρει και όλους τους άλλους τομείς.

Ο Τουρισμός τα τελευταία χρόνια απετέλεσε την έξωθεν καλή μαρτυρία της χώρας και έκαμψε όλη την αρ-

νητική δημοσιότητα, όταν άλλες χώρες ξοδεύουν απεριόριστα κονδύλια για lobbying και έμμεση επικοινωνία.

Κάθε ημέρα απραξίας προκαλεί μήνες καθυστερήσεων στην κερδοφορία του Τουρισμού και στην ανάδειξη και άλλων κλάδων της ελληνικής οικονομίας.

Η υπερ-φορολόγηση των τουριστικών επιχειρήσεων αλλά και η καθυστέρηση της ανανέωσης του





εθνικού σχεδίου για τον Τουρισμό θα οδηγήσουν σε απώλεια θέσεων εργασίας και στην οικονομική ασφυξία των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τις τοπικές οικονομίες.

Η έλλειψη σχεδίου για τη συντεταγμένη αντιμετώπιση ζητημάτων όπως η οικονομία διαμοίρασης (sharing economy), η εξισορρόπηση του τουριστικού πολλαπλασιαστή, καθώς και η διασύνδεση του τουριστικού τομέα με άλλους κλάδους της εθνικής οικονομίας, είναι θέματα που χρήζουν συνεχούς με-

λέτης και παραγωγής θετικών συνθηκών για την περαιτέρω εξέλιξή τους.

Το ερώτημα στο οποίο οφείλει να ανταποκριθεί η Κυβέρνηση είναι το πότε και με ποιον τρόπο θα δημιουργήσει το κατάλληλο περιβάλλον ανάπτυξης για τις καινοτόμες επιχειρήσεις, αλλά και ευρύτερα όσων επιχειρήσεων ασφυκτιούν μέσα στη διάχυτη ατμόσφαιρα παραίτησης και εγκατάλειψης.

Μέσα στη διάχυτη ατμόσφαιρα ερασιτεχνισμού και πολιτικής φορο-καταδίωξης που στραγγαλίζει κάθε υγιή ή ανερχόμενη επιχείρηση. ●

## ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΛΟΓΙΣΤΩΝ

ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ  
ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ GENERALI AIG ΚΑΙ INTERASCO,  
ΠΑΡΕΧΕΙ ΤΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΣΕ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΛΟΓΙΣΤΕΣ, ΕΝΕΡΓΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ Ο.Ε.Ε.,  
ΝΑ ΑΣΦΑΛΙΣΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΤΟΥΣ ΕΥΘΥΝΗ.

ΜΑΘΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

## Προγράμματα ασφάλισης αστικής ευθύνης σε προνομιακές τιμές για τους λογιστές φοροτεχνικούς

Το Οικονομικό Επιμελητήριο της Ελλάδας (ΟΕΕ), κατανοώντας την ανάγκη των λογιστών φοροτεχνικών για ασφάλιση επαγγελματικής ευθύνης κατά την άσκηση της επαγγελματικής τους δραστηριότητας, ειδικά στην περίοδο οικονομικής ύφεσης που διανύει η χώρα μας, εξασφάλισε προνομιακές τιμές σε Προγράμματα τριών Ασφαλιστικών Εταιρειών για την ασφάλισή τους σε θέματα αστικής ευθύνης.

Σύμφωνα με το ισχύον θεσμικό πλαίσιο, ο κάθε λογιστής φοροτεχνικός που παρέχει υπηρεσίες έναντι αμοιβής έχει επαγγελματική ευθύνη να λειτουργεί αξιόπιστα με βάση τους νόμους και τους κανόνες της δεοντολογίας οι οποίοι διέπουν την επαγγελματική του δραστηριότητα.

Η πρωτοβουλία του Οικονομικού Επιμελητηρίου Ελλάδας για προσφορά προνομιακών

πακέτων ασφάλισης εντάσσεται στο γενικότερο πλαίσιο των ενεργειών του για στήριξη των λογιστών φοροτεχνικών, ειδικά σήμερα με τις αυξημένες επαγγελματικές υποχρεώσεις και ευθύνες που αντιμετωπίζουν από τις συνεχείς παρεμβάσεις της Φορολογικής Διοίκησης.

**Ασφάλιση  
Επαγγελματικής  
Ευθύνης**  
*με μεγάλη έκπτωση  
στα ισχύοντα τιμολόγια*

μια προσφορά του ΟΕΕ  
στα μέλη του

Το Οικονομικό Επιμελητήριο Ελλάδας δεν έχει καμία ανάμειξη ή διαμεσολάβηση μεταξύ της ασφαλιστικής εταιρείας και του λογιστή φοροτεχνικού και επισημαίνεται ότι η επιλογή της ασφαλιστικής εταιρείας εναπόκειται στη διακριτική ευχέρεια και επιλογή του λογιστή φοροτεχνικού. Για την ενημέρωση των λογιστών φοροτεχνικών σχετικά με την ασφάλιση επαγγελματικής ευθύνης και τις προτάσεις των ασφαλιστικών εταιρειών προϋπόθεση είναι η εγγραφή στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες (απόκτηση κλειδαριθμού) του ΟΕΕ.



Δημήτριος Τρυφονόπουλος  
Γενικός Γραμματέας ΕΟΤ

# «Πυλώνας» κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης ο Τουρισμός

**Α**ν και η έννοια του ταξιδιού απαντά στα πρώτα χρόνια οργάνωσης των κοινωνικών συνόλων, η εξέλιξή του με τη μορφή του Τουρισμού καταγράφεται ως αυτοδύναμο φαινόμενο, που εμφανίζεται τον δέκατο ένατο αιώνα και εντατικοποιείται από τα μέσα του εικοστού (Βαρβαρέσος, 2000). Αρχικά, ως συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου, ο Τουρισμός επιδρά πολυπαραγοντικά σε τομείς της δημόσιας σφαίρας· η δραστηριότητα που αναπτύσσεται στο πλαίσιο του αποκτά συνεχώς αυξανόμενη σημασία, τόσο ώστε σταδιακά να εμφανίζεται και ως αγορά και ως βιομηχανία. Στις έξι τελευταίες δεκαετίες, η συνεχής διεύρυνση και διαποίκιση τον αναδεικνύουν ως έναν από τους μεγαλύτερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους της οικονομίας παγκοσμίως. Μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως κλι-

μακώνονται από 25 εκατ. το 1950 σε 278 εκατ. το 1980, 527 εκατ. το 1995 και 1133 εκατ. το 2014 (UNWTO, 2015). Κατά το Παγκόσμιο Συμβούλιο για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό (World Travel and Tourism Council), ο κλάδος Ταξιδιών και Τουρισμού για πέμπτη συνεχόμενη χρονιά ξεπέρασε το 2015 σε ρυθμούς ανάπτυξης (2,8%) τον ρυθμό ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας (2,3%), συμβάλλοντας στο 9,8% του παγκόσμιου ΑΕΠ και προσφέροντας 284 εκατ. θέσεις εργασίας (WTTC, 2016). Οι εκτιμήσεις για το μέλλον, σταθερά θετικές. Μέχρι το 2030 προβλέπεται ετήσια μεσοσταθμική αύξηση 3,3% στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις· σε απόλυτους αριθμούς, περίπου 43 εκατ., αγγίζοντας το 1.4 δισ. το 2020 και 1.8 δισ. το 2030 (UNWTO, όπ. π.). Για την Ελλάδα, η απευθείας συνεισφορά του κλάδου στο ΑΕΠ εκτιμάται ότι στο διάστημα 2016-2026 θα καταγράψει ετήσια μεσοσταθμική αύξηση 4%, για να ανέλθει στο 9,3% του συνολικού ΑΕΠ το 2026 (WTTC, όπ. π.). Πέρα από το ρευστό δημοσιονομικό, συναλλαγματικό περιβάλλον και τα ζητήματα ασφάλειας που αναδύθηκαν πρόσφατα, ο Τουρισμός εξακολουθεί την ανοδική πορεία σε παγκόσμιο και εθνικό επίπεδο.

Ανάμεσα στο χτες και το μέλλον, η τωρινή περίοδος αποτελεί ευκαιρία να οικοδομηθούν γέφυρες για τη διασφάλιση της κοινωνικής και οικονομικής προόδου μέσω του Τουρισμού. Κατά τον Edgell (1990), δεν υπάρχει άλλη βιομηχανία στην οικονομία που να συν-

**“ Η Ελλάδα καταγράφεται ως μία από τις πρώτες επιλογές τουριστών για διακοπές. Η φυσική, κοινωνικοπεριβαλλοντική ιδιαιτερότητα της ταυτότητάς της και η μακραίωνη ιστορική της εξέλιξη αποτελούν τα βασικά συγκριτικά της πλεονεκτήματα ως τουριστικός προορισμός. ”**

δέεται με τόσο διαφορετικά είδη προϊόντων και υπηρεσιών, όπως η «τουριστική βιομηχανία». Με στόχο την εξάπλωση των επενδύσεων, τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, άνθισης υπαρχουσών και αναφύησης περισσότερων επιχειρήσεων, καθώς και την επίτευξη υψηλής ποιότητας υποδομών και παρεχομένων υπηρεσιών με την αξιοποίηση των ταχύρυθμα εξελισσόμενων Τεχνολογιών Πληροφοριών και Επικοινωνίας, ο ρόλος των δημόσιων φορέων αναδεικνύεται καίριος για τη διασφάλιση υγιούς πλαισίου ανάπτυξης σε περιβάλλον αειφορίας και κερδοφορίας.

### Ελληνικός Τουρισμός και επενδύσεις

Η Ελλάδα καταγράφεται ως μία από τις πρώτες επιλογές τουριστών για διακοπές. Η φυσική, κοινωνικοπεριβαλλοντική ιδιαιτερότητα της ταυτότητάς της και η μακρά ιστορική της εξέλιξη αποτελούν

τα βασικά συγκριτικά της πλεονεκτήματα ως τουριστικός προορισμός. Ενδεικτικά, τα πιο πρόσφατα μακροοικονομικά μεγέθη σε υπερεθνικό και εθνικό επίπεδο: ως τμήμα της Ανατολικής Μεσογειακής Ευρώπης, το 2015 συνέβαλε στην αύξηση κατά 5% των τουριστικών αφίξεων στη Γηραιά Ήπειρο, η οποία προήλθε ως επί το πλείστον από τις ώριμες αγορές προέλευσης (UNWTO World Barometer, 2015). Το 2015, έτος δυσκολιών για τη χώρα, καταγράφηκε αύξηση σε ετήσια κλίμακα στα έσοδα (ανήλθαν σε 14.125.800.000 δισ. ευρώ), στις αφίξεις (26.114.200 εκατ., αριθμός στον οποίο συμπεριλαμβάνονται τα 2.5 εκατ. ταξιδιωτών κρουαζιέρας) και τις διανυκτερεύσεις (188.000.120 εκατ.) (Τράπεζα Ελλάδος, 2015α, 2015β, 2015γ). Για το 2016, ήδη σημειώνεται αύξηση περίπου 7% (897.000 αφίξεις το πρώτο 4μηνο. Ο αριθμός αφορά αποκλειστικά τις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις) (ΔΑΑ passenger survey & ΥΠΑ, 2016).







Μέσα στα αυστηρά δημοσιονομικά όρια και τα συμπτώματα πολυσχιδούς κρίσης της τελευταίας επταετίας, η Ελλάδα παραμένει ισχυρό διεθνές τουριστικό brand, με κλαδικά έσοδα που συνεισφέρουν σε ποσοστό 20% στο ΑΕΠ της χώρας, 60% στο ισοζύγιο εμπορικών συναλλαγών και 40 δισ. ευρώ στη συνολική ζήτηση, δίνοντας απασχόληση στους κατοίκους με αναλογία 1:5. Το 2015 το σύνολο των απασχολούμενων στον τουρισμό ανήλθε σε 820 χιλιάδες, ποσοστό περίπου στο 23% του συνόλου των απασχολούμενων στην Ελλάδα. Από αυτούς, οι 400 χιλιάδες είναι άμεσα απασχολούμενοι και οι 420 χιλιάδες έμμεσα (WTTC, όπ.π).

Με δεδομένα τα πολλαπλασιαστικά οφέλη και με γνώμονα τη φέρουσα τουριστική ικανότητα (carrying capacity) της Ελλάδας, βασική προτεραιότητα του Υπουργείου Οικονομίας Ανάπτυξης και Τουρισμού και του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) αποτελεί η προσέλκυση κοινών-στόχων ανά χώρα με υψηλά εισοδηματικά κριτήρια και τα οποία μπορούν να ανταποκριθούν στο ζητούμενο της βιώσιμης ανάπτυξης, ώστε να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής τουριστικής προσφοράς. Η παραδοχή αυτή συνιστά ευθύνη και ταυτόχρονα δέσμευση για τους δρώντες στο πεδίο του Τουρισμού: δημόσιοι φορείς, ιδιωτικός τομέας, κοινωνικοί εταίροι, συλλογικότητες αυτοδιοίκησης και αυτοκυβέρνησης.

Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η ανάδειξη της ενδοχώρας και τα λιγότερο δημοφιλή νησιά σε προτάσεις εμπειριών για τουρίστες που επιζητούν αυθεντικούς προσορισμούς, η προσέγγιση νέων αγορών και η σύνθεση προϊόντων και υπηρεσιών για τη δημιουργία ειδικής ζήτησης, η αγορά τουριστικής κατοικίας, η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού που συνοδεύεται από τα ανάλογα έργα υποδομής, η εκπαίδευση του κλάδου μέσω της δια βίου μάθησης, η χρήση και ενσωμάτωση των εργαλείων ψηφιακής τεχνολογίας, αποτελούν τις κύριες συνθήκες που πρέπει να διασφαλισθούν, προκειμένου η Ελλάδα να αναδείξει τις πραγματικές της δυνατότητες στη διεθνή τουριστική αγορά. Αυτές οι παράμετροι συνδέονται άμεσα με το μέλλον του Τουρισμού στην Ελλάδα, συνιστούν, δε, δυνητικό πεδίο δράσης και ιδανικές περιπτώσεις επένδυσης. Χαρακτηριστικά παραδείγματα, η αναβάθμιση των περιφερειακών αε-



ροδρομιών της Ελλάδας, οι μαρίνες και οι λιμένες, η ακτοπλοΐα και η ανάδειξη των προϊόντων με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ) μέσω της διασύνδεσής τους με τους επιμέρους τουριστικούς προορισμούς.

Προς την κατεύθυνση αυτή και σύμφωνα με τον στρατηγικό προγραμματισμό του, ο ΕΟΤ αξιοποιεί έμπυχους και υλικούς πόρους και διαμορφώνει το κατάλληλο μείγμα προβολής και προώθησης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που εκφράζονται με την τουριστική ταυτότητα της Χώρας. Από την πρώτη στιγμή ανάληψης της ηγεσίας του ΕΟΤ, με τους συνεργάτες μου **εργαζόμαστε** με σταθερά βήματα· ήδη από φέτος, κορυφαίοι tour-operators της παγκόσμιας αγοράς επεκτείνουν την ενεργή τους περίοδο από τις 180 στις 215 ημέρες. Στόχος μας είναι ο «τουρισμός όλο το χρόνο». **Συνεργαζόμαστε** στενά με τις Περιφέρειες, τους Δήμους, τις τοπικές ενώσεις και τα Επιμελητήρια, για τη δημιουργία νέων τουριστικών προορισμών επαναπροσδιορίζοντας το νέο μοντέλο επικοινωνιακής μας προβολής (νέο design, look and feel καμπάνιας, marketing και στρατηγικής ενεργοποίησης global social media action plan). **Πετύχαμε** τη στρατηγική

διείσδυση σε νέες αγορές του εξωτερικού και την καθιέρωση απευθείας πτήσεων, ενώ **οικοδομούμε σταθερά σχέσεις εμπιστοσύνης με τους ξένους tour-operators** αλλά και τις αεροπορικές εταιρείες που έθεσαν σε λειτουργία νέες απευθείας πτήσεις στη χώρα μας. **Καταφέραμε** να ενισχύσουμε το ενδιαφέρον από νέες αγορές όπως το Ιράν, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, τη Μέση Ανατολή και τον Καναδά· με τη δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων **συνδέουμε** τον Πολυθεματικό Τουρισμό με τον Πολιτισμό και την Ιστορία και θα συνεχίσουμε στοχευμένα την προσπάθεια αυτή, **δίνοντας έμφαση** στην ανάδειξη των ελληνικών θαλασσών ως ιδανικών για Τουρισμό Κρουαζιέρας και yachting και της ελληνικής (μεσογειακής) διατροφής ως ελιξίριο μακροζωίας και ευζωίας. Ταυτόχρονα, **προβάλλουμε** το ελληνικό τουριστικό προϊόν με συμμετοχή σε επιλεγμένες στρατηγικά **διεθνείς εκθέσεις**, στα διεθνή ηλεκτρονικά και έντυπα ΜΜΕ αλλά και με κατάλληλες ψηφιακές δράσεις στο Διαδίκτυο.

**Η Ελλάδα διαθέτει πολύτιμους τουριστικούς χώρους, οι οποίοι, όμως, μόνο μέσα από την εδραίωση της κουλτούρας fine tuning θ' ανταποκρίνονται στις προσδοκίες του σύγχρονου τουρίστα.**



Κάθε πρωτοβουλία που κινείται προς αυτό τον στόχο είναι ευπρόσδεκτη. Η Ελλάδα δεν είναι οιονεί τουριστικός προορισμός. Είναι προορισμός με πρωταγωνιστική θέση στην παγκόσμια αγορά.

## Παραπομπές

### Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία

Βαρβαρέσος, Στ. (2000). *Τουρισμός- Έννοιες, μεγέθη, δομές, η ελληνική πραγματικότητα*, β' έκδοση. Αθήνα: εκδόσεις Προπομπός.

ΔΑΑ & ΥΠΑ (2016). Πρωτογενής έρευνα στοιχείων passenger survey.

### Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Edgell, D. (1990). *International Tourism Policy*, New York: Van Nostrand Reinhold

### Ηλεκτρονικές πηγές

Τράπεζα της Ελλάδας (2015α). *Έρευνα Συνόρων*,

*Εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση μη κατοίκων στην Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης*, <http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

Τράπεζα της Ελλάδας (2015β). *Έρευνα Συνόρων, Εισπράξεις ανά χώρα προέλευσης*, <http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

Τράπεζα της Ελλάδας (2015γ). *Έρευνα Συνόρων, Διανυκτερεύσεις μη κατοίκων στην Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης*, <http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>

UNWTO (2015). *Tourism Highlights*, (<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>)

WTTC (2016). *Travel & Tourism ECONOMIC IMPACT 2016 GREECE*, (<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202016/greece2016.pdf>) ●





Γεώργιος Τσακίρης  
Πρόεδρος Ξενοδοχειακού  
Επιμελητηρίου Ελλάδος

# Ο ελληνικός τουρισμός η μόνη ελπίδα για την έξοδο της χώρας από την κρίση

**Ό**πως είναι γνωστό σε όλους, η χώρα μας τα τελευταία χρόνια βρίσκεται αντιμέτωπη με τη μεγαλύτερη δημοσιονομική κρίση της σύγχρονης ιστορίας της. Μέσα σε ένα τέτοιο περιβάλλον ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί αναμφισβήτητη τη μόνη ελπίδα για την έξοδο της χώρας από την κρίση και, παράλληλα, έναν ανθεκτικό και δυναμικό τομέα απασχόλησης της εθνικής οικονομίας.

Εξελιξείς όπως ο υπερδιπλασιασμός των συντελεστών ΦΠΑ για το 2016 σε όλα τα επίπεδα, τόσο τοπικά όσο και εθνικά, επιβαρύνει αφενός τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και αφετέρου υπέρμετρα την ανταγωνιστικότητα της χώρας. Είναι ένα μεγάλο ερώτημα ποια θα είναι τελικά η αντίδραση των πελατών μας

το 2016 σε αυτή την αύξηση αλλά και ποιες θα είναι οι επιπτώσεις στη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων, συνεκτιμώντας και τις σωρευτικές φορολογικές επιβαρύνσεις των επιχειρήσεων τα τελευταία χρόνια.

Παράλληλα, μια παθογένεια που χαρακτηρίζει, επηρεάζει και επιβαρύνει τον ελληνικό τουρισμό και η οποία επανειλημμένως έχει επισημανθεί από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος είναι η υψηλή εποχικότητα. Το πρόβλημα και οι επιπτώσεις της υψηλής εποχικότητας είναι διαχρονικά γνωστές σε όλους και συμπεριλαμβάνονταν πάντοτε στη ρητορική μας, ως φορείς, για τα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού.

Όμως η προσέγγιση της αντιμετώπισής της ως προβλήματος ήταν πάντοτε προς την κατεύθυνση της προσέλκυσης επισκεπτών, αντί να προσπαθούμε να οργανώσουμε πρώτα το προϊόν μας και, παράλληλα, να κυνηγήσουμε τους επισκέπτες.

Το Ξ.Ε.Ε. θεώρησε ως Λυδία λίθο αντιμετώπισης της εποχικότητας την ανάπτυξη και προσέλκυση μορφών τουρισμού, όπως ο ιατρικός τουρισμός και ο τουρισμός τρίτης ηλικίας. Μάλιστα, με τις πρωτοβουλίες μας ως Ξ.Ε.Ε. η Ελλάδα μπήκε στον παγκόσμιο χάρτη ιατρικού τουρισμού.

Επιπλέον, με μελέτη μας, το 2014 καταδείξαμε την ανάγκη, καταρχάς, διαμόρφωσης του προϊόντος και –στη συνέχεια– προσέλκυσης των επισκεπτών.

Και εδώ πρέπει να έχουμε στο μυαλό μας

**“Μεγάλο μέρος των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός και φαινόμενο το οποίο έχει παγκόσμιες διαστάσεις αποτελεί το *sharing economy*, η «οικονομία του διαμοιρασμού». Το *sharing economy* βασίζεται στη λειτουργία και δραστηριότητα σε ένα εκτός νόμου και άνευ υποχρεώσεων επιχειρησιακό περιβάλλον.”**

ότι κάθε προσπάθεια άμβλυνσης της εποχικότητας πρέπει να είναι οργανωμένη, αλλιώς ελλοχεύει ο κίνδυνος, εάν δεν πετύχει, η επόμενη μέρα να βρει τον προορισμό σε μια χειρότερη θέση.

Συνεπώς, κάθε προσπάθεια επιβάλλεται να είναι στρατηγικά προετοιμασμένη, κοινωνικά και επιχειρηματικά συνεννοημένη και σε κάθε περίπτωση να έχουν εξετασθεί όλες οι παράμετροί της. Απαιτείται, δηλαδή, πριν από κάθε προσπάθεια να υπάρξει μια «κοινωνική συμφωνία» όλων των εμπλεκόμενων.

Μεγάλο μέρος των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός και φαινόμενο το οποίο έχει παγκόσμιες διαστάσεις αποτελεί το sharing economy. Καταρχάς πρέπει να τονιστεί ότι ο όρος **«οικονομία του διαμοιρασμού»** είναι απόλυτα παραπλανητικός, διότι αφορά αποκλειστικά την ενοικίαση άνευ αδείας διαμερισμάτων και κατοικιών χωρίς καμία θεσμική ή φορολογική υποχρέωση. Το sharing economy βασίζεται στη λειτουργία και δρα-

στηριότητα σε ένα εκτός νόμου και άνευ υποχρεώσεων επιχειρησιακό περιβάλλον.

Είναι μια οικονομική δραστηριότητα που ανθεί σε μία γκρίζα ζώνη, στερώντας σημαντικά έσοδα από το κράτος και δουλειές από τους σκληρά δοκιμαζόμενους από την κρίση Έλληνες, ενώ οδηγεί τις νόμιμες επιχειρήσεις σε οικονομικό αδιέξοδο. Μια δραστηριότητα εστιασμένη πάνω στην ενοικίαση ιδιωτικών κατοικιών, με ανεξέλεγκτες υπηρεσίες, καμία πρόβλεψη ασφάλειας, πυρασφάλειας, ασφάλισης επισκεπτών και φυσικά καμία φορολογική ή εργασιακή υποχρέωση των ιδιοκτητών.

Ουσιαστικά, πρόκειται για παραοικονομία, ενθαρρυνόμενη, δυστυχώς, από την ανυπαρξία θεσμικών, ασφαλιστικών και άλλων προδιαγραφών και κυρίως από την αδυναμία της πολιτείας μέχρι σήμερα να αναγνωρίσει και να αντιμετωπίσει το φαινόμενο.

Οι προτάσεις του Ξ.Ε.Ε. για αυτό το φαινόμενο



αφορούν αφενός τη δημιουργία ενός θεσμικού πλαισίου αδειοδότησης των παράνομα λειτουργούντων καταλυμάτων ως τουριστικά και αφετέρου στη θεσμοθέτηση της υποχρέωσης καταβολής φόρων και τελών αναλόγων αυτών που καταβάλλουν οι νομίμως αδειοδοτημένες τουριστικές επιχειρήσεις.

Επιπροσθέτως, με σκοπό την αποτελεσματικότερη προβολή και προώθηση των τουριστικών προϊόντων και υπη-

ρεσιών αλλά και την ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, προκειμένου να επιβιώσουν στο νέο έντονο παγκόσμιο ανταγωνιστικό τοπίο, το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος έχει παρουσιάσει την πλατφόρμα ΑΘΗΝΑ, συμμετέχοντας ενεργά στο e-tourism.

Το συγκεκριμένο πρόγραμμα κινείται στους εξής βασικούς άξονες:



1. Την επιτάχυνση της καθολικής μετάβασης του τουριστικού κλάδου της Αθήνας στην πρώτη γραμμή της ψηφιακής οικονομίας.

2. Τη μετεξέλιξη και ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής τεχνολογικής αξίας που θα διατίθενται στους δυνητικούς επισκέπτες της Αθήνας και τους τουρίστες στα πλαίσια του: dream-plan-book-visit-share experience.

3. Την επίτευξη συνεργιών μεταξύ διαφορετικών παρόχων τουριστικών υπηρεσιών.

Ευελπιστούμε ότι η πλατφόρμα αυτή θα δώσει τη δυνατότητα στους ξενοδόχους να αποκτήσουν ένα εργαλείο κρατήσεων, στους ιδιοκτήτες τουριστικών καταστημάτων να προβάλουν τα προϊόντα

**“ Εμείς, οι ξενοδόχοι, γνωρίζουμε καλά ότι η μόνη επένδυση με διασφαλισμένη απόδοση είναι η επένδυση στην ποιότητα και σε αυτή την προσπάθεια σημαντικό ρόλο θα παίξει και η αντιμετώπιση της νέας διαδικασίας εκ μέρους των ελεγκτικών εταιρειών. ”**

τους, στα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος να προβάλουν τις υπηρεσίες τους, στα τουριστικά γραφεία και rent a car να βοηθήσουν στην οργάνωση του ταξιδιού των επισκεπτών μας και όλα αυτά συνδυαστικά με δυνατότητες δημιουργίας κινήτρων για τους επισκέπτες.

Επιπλέον, το Ξ.Ε.Ε. κινείται προς την κατεύθυνση ανάδειξης της ποιότητας του καταλυματικού και τουριστικού προϊόντος της χώρας,

με τη νέα διαδικασία κατάταξης που ξεκίνησε φέτος. Η διαδικασία που εφαρμόζεται είναι αποτέλεσμα ενδελεχούς μελέτης των καλών διεθνών πρακτικών και εμπειρίας, καθώς και εξαντλητικού διαλόγου με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.



Στόχος μας είναι η διενέργεια των ελέγχων με ενιαίο τρόπο για όλους, στη βάση ενός υψηλότερης αξιοπιστίας προτύπου πιστοποίησης του ISO17065, μέσα από ενιαίες διαδικασίες, ηλεκτρονικά διεκπεραιωμένες, με σημαντικές δικλείδες ελέγχου των ιδιωτικών ελεγκτικών εταιρειών.

Με πληθώρα επιβεβαιωτικών ελέγχων αλλά και εκμετάλλευση των διαδικτυακών σχολίων των πελατών ως βασικού κριτηρίου επικινδυνότητας για τους επανελέγχους, φιλοδοξούμε να επιτύχουμε μια ολιστική αναβάθμιση του ελληνικού καταλυματικού προϊόντος, προς όφελος της πλεονεκτικής συγκρισιμότητάς του αλλά και της διεθνούς αναγνωσιμότητάς του.

Εμείς, οι ξενοδόχοι, γνωρίζουμε καλά ότι η μόνη

επένδυση με διασφαλισμένη απόδοση είναι η επένδυση στην ποιότητα και σε αυτή την προσπάθεια σημαντικό ρόλο θα παίξει και η αντιμετώπιση της νέας διαδικασίας εκ μέρους των ελεγκτικών εταιρειών.

Τέλος, μέσα σε όλες αυτές τις δραστηριότητες και ενέργειες του Ξ.Ε.Ε., σημαντική θέση κατέχει και η μετεξέλιξή του σε Τουριστικό Επιμελητήριο. Όλη η εν λόγω διαδικασία, η οποία και ξεκίνησε με πρωτοβουλία του Ξ.Ε.Ε., ευρίσκεται σε μια φάση συνειδητοποίησης της ανάγκης ολοκλήρωσής της από τους ενδιαφερόμενους κλάδους. Το πλαίσιο «συμπόρευσης» των εν δυνάμει ενδιαφερομένων κλάδων έχει ήδη εκπονηθεί και ελπίζω το 2016 να έχουμε εξελίξεις στο θέμα αυτό. ●



A close-up photograph of a hand in a suit sleeve moving a wooden chess king piece. The background is a blurred chessboard with other pieces.

**Διαφημίστε**  
τις υπηρεσίες σας  
& τα προϊόντα σας

μέσα από  
τις σελίδες των  
**Οικονομικών**  
**Χρονικών**

Κάντε τη  
σωστή κίνηση

A row of various wooden chess pieces (king, queen, rook, knight, pawns) on a reflective chessboard. A large blue diagonal bar cuts across the image from the bottom left to the top right.

Απευθύνονται  
σε **45.000**  
οικονομολόγους

που απασχολούνται  
στον δημόσιο & ιδιωτικό τομέα



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ  
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ  
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Τηλ.: 210 5203922



Ανδρέας Α. Ανδρεάδης  
Πρόεδρος Συνδέσμου  
Ελληνικών Τουριστικών  
Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)

# Ελληνικός Τουρισμός, ο εν Ενεργεια Τομέας της Ελληνικής Επιχειρηματικότητας

**Ο** ελληνικός τουρισμός από το 2010, μέσα σε συνθήκες πρωτόγνωρης ύφεσης, αύξησε κατά 40% τα έσοδα που έφερε στη χώρα, έναντι πτώσης του ΑΕΠ κατά 25%. Η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ είναι πλέον 10% και η συνολική 25%. Πολύ σημαντικό είναι ότι όλα τα χρόνια της κρίσης πέτυχε έναν από τους βασικότερους εθνικούς στόχους, αυτόν της εξωστρέφειας. Είναι ο κατεξοχήν εξαγωγικός τομέας, αφού τα έσοδά του προέρχονται κατά 90% από το εξωτερικό, καλύπτοντας τουλάχιστον το 90% του ελλείμματος ισοζυγίου αγαθών της χώρας. Παράλληλα, σύμφωνα με τη μελέτη του ΚΕΠΕ (Ιούλιος 2015) σχετικά με την Εκτίμηση της Κατανομής του Εισοδήματος από τον Εισερχόμενο Τουρισμό, μόνο 12,9% των εσόδων από εισερχόμενο τουρισμό επανεξάγεται. Επίσης, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του ΙΚΑ, από το 2012 έως το 2015 ο τουρισμός

προσέθεσε 43% σε όγκο απασχόλησης και 17% σε αμοιβές, όταν τα αντίστοιχα μεγέθη για όλους τους άλλους κλάδους είναι +6% και -6% αντίστοιχα. Επίσης, σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία Απριλίου του συστήματος ΕΡΓΑΝΗ, δημιουργήθηκαν επιπλέον 90 χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας.

Μόνο το 2015, μια χρονιά κατά την οποία είχαμε συνεχείς ανατροπές, μεγάλες και πρωτόγνωρες για τη χώρα μας «εκπλήξεις» σε επίπεδο πολιτικών εξελίξεων και οικονομίας, ο τουρισμός συνέβαλε περισσότερο από το 50% της οικονομικής δραστηριότητας και του προϊόντος σε περιοχές όπως η Κρήτη, το Νότιο Αιγαίο και τα Ιόνια νησιά.

Η επίτευξη των αναπτυξιακών στόχων 2016-2018 που έχει θέσει η κυβέρνηση, η δυνατότητα

**“Ο τουρισμός είναι ο κατεξοχήν εξαγωγικός τομέας, αφού τα έσοδά του προέρχονται κατά 90% από το εξωτερικό, καλύπτοντας τουλάχιστον το 90% του ελλείμματος ισοζυγίου αγαθών της χώρας.”**





των τουριστικών επενδυτικών πλάνων να αποδώσουν στην εθνική οικονομία, καθώς και η ύπαρξη σειράς ώριμων επενδυτικών σχεδίων, καθιστούν αναγκαία την εμπροσθοβαρή ενίσχυση του τουρισμού, χωρίς να αμφισβητείται η ανάγκη βιομηχανικής και αγροτικής ανασυγκρότησης της χώρας. Η θεώρηση πως ο τουρισμός αποδίδει στην εθνική οικονομία σε κάθε περίπτωση και δεν έχει ανάγκη ειδικής στήριξης από κρατικές ενισχύσεις είναι εσφαλμένη. Έχει πλέον επέλθει κορεσμός στην ποιοτική ξενοδοχειακή υποδομή της χώρας, ενώ η πρόβλεψη για δυνητική επιπλέον ζήτηση, όπως δείχνουν σχετικές μελέτες, είναι πολύ μεγάλη. Συνεπώς, η ενίσχυση σημαντικών τουριστικών επενδυτικών πλάνων για την μεγάλης κλίμακας ποιοτική αναβάθμιση υφιστάμενων μονάδων ή τη δημιουργία νέων μπορεί να συμβάλει άμεσα στη δημιουργία νέου ΑΕΠ και στη στήριξη της απασχόλησης.

Ο νέος αναπτυξιακός νόμος χρειάζεται σημαντικές

βελτιώσεις. Ορθώς, έχει προσανατολισμό παροχής φοροαπαλλαγών και κινήτρων στη μικρή και μεσαία επιχειρηματικότητα, καθώς και σε ειδικές κατηγορίες επιχειρήσεων και επενδυτικών σχεδίων. Θα πρέπει όμως να αξιοποιηθούν πλήρως και οι προβλέψεις και οι δυνατότητες που παρέχονται για κάθε μέγεθος επιλέξιμης επένδυσης, μικρής ή μεγάλης. Παράλληλα, ο νόμος πρέπει να αποκτήσει μεγαλύτερη απλότητα και σαφήνεια προς τους επενδυτές, με ξεκάθαρες οδηγίες και σαφείς χρονικές προθεσμίες, ενώ προβληματική είναι η ανάγκη έκδοσης άνω των 25 Υπουργικών αποφάσεων για την ουσιαστική έναρξη της εφαρμογής του.

Ταυτόχρονα, είναι επιβεβλημένη η τροποποίηση του νόμου για τις στρατηγικές επενδύσεις, λαμβάνοντας υπόψη την έως σήμερα εμπειρία από την εφαρμογή του. Ειδικότερα, προτείνεται η τροποποίηση των ορίων των επενδύσεων που θεωρούνται στρατηγικές, όσο και η έμφαση σε τομείς της οικο-



νομίας από τους οποίους προσδοκείται προστιθέμενη αξία, όπως ο τουρισμός, ενώ προτείνεται να τεθεί ειδικό όριο ύψους 20 εκατ. ευρώ για τις τουριστικές επενδύσεις. Εξαιρετικής σημασίας είναι η πρόβλεψη κινήτρου, τουλάχιστον σταθερότητας, ως προς τη φορολογική αντιμετώπιση του φορέα της επένδυσης, υπό την προϋπόθεση τήρησης του ενωσιακού δικαίου. Παράλληλα όμως, θα πρέπει να θεσμοθετηθεί η ταχεία διαδικασία αδειοδότησης για το σύνολο των επενδύσεων και όχι μόνο για τις στρατηγικές ή μεγάλες επενδύσεις, συνοδευόμενη από τις απαραίτητες αλλαγές στις δομές υπηρεσιών, προκειμένου να επιτευχθεί ευελιξία, ταχύτητα και αξιοπιστία.

Η κυβέρνηση θα πρέπει να αξιοποιήσει τις δυνατότητες που υπάρχουν και να έρθει σε συμφωνία με την Ε.Ε. σχετικά με την επανακατάταξη των Περιφερειών σε Νέο Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων που θα αντικατοπτρίζει τη νέα πραγματικότητα που έχει δημιουργηθεί μετά από 6 χρόνια ύφεσης. Θα πρέπει δε να διεκδικήσει τροποποίηση του Κανονισμού 651, ώστε να διευκολυνθούν τα επιχειρηματικά σχέδια μεγαλύτερων επιχειρήσεων, στο πλαίσιο μιας ενιαίας αναπτυξιακής στρατηγικής για τη χώρα.

Ταυτόχρονα, με βάση τα νέα δεδομένα, η κυβέρνηση θα πρέπει να διεκδικήσει περισσότερους πόρους για το ΕΣΠΑ και να



φροντίσει να κατευθυνθούν στη μακροχρόνια και βιώσιμη αντιμετώπιση της ανεργίας και στη δημιουργία δημόσιων και ιδιωτικών υποδομών, με στόχο την ποιοτική αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Τα κίνητρα αυτά είναι απαραίτητα, για να αντισταθμιστούν τα φορολογικά αντικίνητρα και το υψηλότερο χρηματοοικονομικό κόστος που αντιμετωπίζουν οι επενδυτές στην Ελλάδα σε σχέση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες.

Ο ελληνικός τουρισμός παραμένει ο εν ενεργεία

**“ Ο νέος αναπτυξιακός νόμος πρέπει να αποκτήσει μεγαλύτερη απλότητα και σαφήνεια προς τους επενδυτές, με ξεκάθαρους οδηγίες και σαφείς χρονικές προθεσμίες, ενώ προβληματική είναι η ανάγκη έκδοσης άνω των 25 Υπουργικών αποφάσεων για την ουσιαστική έναρξη της εφαρμογής του. ”**

τομέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα που μπορεί άμεσα να δώσει απτά αποτελέσματα για την ανάταξη της ελληνικής οικονομίας, υποστηρίζοντας τους στόχους ανάπτυξης που θέτει η Κυβέρνηση. Από τη πλευρά μας γνωρίζουμε ότι, μέσα από κατάλληλες συνέργειες και διασυνδέσεις με τους υπόλοιπους τομείς, ο τουρισμός μπορεί να λειτουργήσει ως παράδειγμα και ως ελατήριο ανάταξης της πραγματικής οικονομίας της χώρας. Μπορεί, δηλαδή, να γίνει ο βασικός πυλώνας μιας ολοκληρωμένης αναπτυξιακής πολιτικής. ●





Γιώργος Βερνίκος  
Πρόεδρος της Ο.Κ.Ε.,  
Γενικός Γραμματέας ΣΕΤΕ

# Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι το κυριότερο συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας

**Α**ποτελεί ιδιαίτερη χαρά για μένα το συγκεκριμένο κείμενο που μου ζητήθηκε να γράψω για τον τουρισμό και τον θαλάσσιο τουρισμό για το περιοδικό «Οικονομικά Χρονικά» του Οικονομικού Επιμελητηρίου της Ελλάδας, το οποίο απευθύνεται κυρίως σε συναδέλφους μου οικονομολόγους.

Είναι γνωστό ότι η Ελλάδα αντιμετωπίζει πολλές δυσκολίες, αλλά δεν παύει η χώρα μας να παραμένει το ωραιότερο σημείο στον κόσμο για τουρισμό. Ιδιαίτερα η ελληνική πολυνησία, το ελληνικό αρχιπέλαγος, και το μοναδικό μας φως είναι διεθνώς αναγνωρισμένα και, όπως κάθε χρόνο, περιμένουμε και φέτος να υποδεχθούμε τους πελάτες μας και τους φίλους

της θάλασσας, προσφέροντας μοναδικές εμπειρίες και προσεγμένες υπηρεσίες.

Η κρίση ανέδειξε τον ελληνικό τουρισμό ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας. Πάνω από 25 εκατ. τουρίστες επισκέφτηκαν τη χώρα μας το 2015, με άμεσο εισαγόμενο τουριστικό συνάλλαγμα 14,2 δισ. ευρώ, συνολική συμμετοχή στο ΑΕΠ, άμεση και έμμεση, πάνω από 20% και συμμετοχή στην απασχόληση 23%, που τους μήνες αιχμής ανέρχεται στους 821.900 εργαζόμενους και αυτοαπασχολούμενους.

Για κάθε ένα ευρώ τουριστικής δραστηριότητας δημιουργείται πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα 1,2 ευρώ (ΙΟΒΕ) έως 1,65 (ΚΕΠΕ). Σύμφωνα με μελέτη του ΚΕΠΕ σχετικά με την εκτίμηση της κατανομής του εισοδήματος από τον εισερχόμενο τουρισμό, μόνο 12,9% των εσόδων από εισερχόμενο τουρισμό επανεξάγεται και το κατά κεφαλήν έσοδο που αναλογεί σε κάθε κάτοικο της χώρας από τον εισερχόμενο τουρισμό είναι 1.265 ευρώ, από τα υψηλότερα στον κόσμο. Σε Νότιο Αιγαίο, Κρήτη και Ιόνιο ο τουρισμός δημιουργεί άμεσα περισσότερο από το 50% του ΑΕΠ των Περιφερειών αυτών. Ο τουρισμός συμβάλλει στην κάλυψη του ελλείμματος εμπορικού ισοζυγίου με το 91% του ελλείμματος ισοζυγίου αγαθών, που ισούται με το 88% των εισπράξεων από εξαγωγές, πλην πλοίων και καυσίμων.

Σημειώνω ότι οι τουριστικές αφίξεις ανά χώρα προέλευσης για τις πέντε πρώτες αγορές ήταν: η Γερμανία με 2.810.000 αφίξεις (+11,9% σε σχέση με το 2014), το Ηνωμένο Βασίλειο

**“Οι πρόσθετες φορολογικές επιβαρύνσεις του τελευταίου 12μήνου (ΦΠΑ, τέλη κ.λπ.) έχουν επιφέρει απώλεια ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μεγαλύτερη του 10%, εξανεμίζοντας ουσιαστικά το 50% της ανάκτησης της ανταγωνιστικότητας της χώρας, η οποία επιτεύχθηκε τα τελευταία χρόνια με την πολύ επίμονη, κοινωνικά και οικονομικά, εσωτερική υποτίμηση.”**

με 2.397.000 (+10,2%), η Γαλλία με 1.522.000 (+6,4%), η Ιταλία με 1.355.000 (+5,7%). Η Ρωσία παρουσίασε σημαντική πτώση, από 1.250.000 αφίξεις το 2014 σε 512.000 το 2015, περιμένουμε όμως μια σημαντική αύξηση το 2016.

Οι πρόσθετες φορολογικές επιβαρύνσεις του τελευταίου 12μήνου (ΦΠΑ, τέλη κ.λπ.) έχουν επιφέρει απώλεια ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μεγαλύτερη του 10%, εξανεμίζοντας ουσιαστικά το 50% της ανάκτησης της ανταγωνιστικότητας της χώρας, η οποία επιτεύχθηκε τα τελευταία χρόνια με την πολύ επίμονη, κοινωνικά και οικονομικά, εσωτερική υποτίμηση.

Σημαντικό τμήμα του ελληνικού τουρισμού είναι ο θαλάσσιος τουρισμός, που όλοι συμφωνούμε και επαναλαμβάνουμε ότι αποτελεί το κυριότερο συγκριτικό μας πλεονέκτημα, με μεγάλες δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης.

Θέλω να τονίσω ότι το επόμενο χρονικό διάστημα

–η περίοδος του καλοκαιριού 2016– είναι κρίσιμο για όλο τον ελληνικό τουρισμό, αλλά ιδιαίτερα κρίσιμο για το γιώτινγκ και τον θαλάσσιο τουρισμό. Πέρα από τις γνωστές δυσκολίες της ελληνικής οικονομίας, προστέθηκαν τα προβλήματα από την παγκόσμια οικονομία και τις μεγάλες ροές μεταναστών και προσφύγων. Ο κλάδος μας επιβαρύνθηκε από την αύξηση των συντελεστών ΦΠΑ και έχει μεγάλη σημασία η συζήτηση που διεξάγεται αυτό το διάστημα για τις κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σε θέματα που αφορούν τη φορολόγηση του κλάδου μας και της ναυτιλίας γενικότερα, όπου μπορούν να δημιουργηθούν συνθήκες αθέμιτου ανταγωνισμού για την ελληνική πλοιοκτησία.

Θέλω να υπενθυμίσω ότι στο Αιγαίο υπάρχει έντονος οικονομικός ανταγωνισμός με τη γείτονα χώρα Τουρκία. Παρόλο που παραδοσιακά οι Έλληνες είμαστε ναυτικός λαός, σε αντίθεση με τους Τούρκους που δεν είναι, τα τελευταία χρόνια έχει ανατραπεί



πλήρως ο συσχετισμός πλοίων. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα τελευταία δημοσιευμένα στοιχεία της ICOMIA για ιδιωτικά και επαγγελματικά σκάφη, στις ελληνικές θάλασσες υπάρχουν 3.860 ελληνικά ιστιοπλοϊκά σκάφη, έναντι 9.945 σκαφών της Τουρκίας και 13.418 ταχύπλοα σκάφη, έναντι 31.335 της Τουρκίας. Εμείς διαθέτουμε 22 μαρίνες με 8.100 θέσεις ελλιμενισμού και στην Τουρκία υπάρχουν 67 μαρίνες με 30.000 διαθέσιμες θέσεις ελλιμενισμού.

Όλοι όσοι ασχολούμαστε με το γιώτινγκ έχουμε μεγάλη ευθύνη ώστε με συνέπεια, γνώση και μαχητικότητα να προωθούμε τον κλάδο μας. Με σωστές υπηρεσίες, με εκπαίδευση, ιδιαίτερα σε νέους αν-

θρώπους ν' αποκτήσουν ναυτοσύνη, με τεκμηριωμένες απόψεις προς τη Δημόσια Διοίκηση και γενικότερα με υπευθυνότητα και πειστικότητα προς την κοινωνία για τα θετικά πλεονεκτήματα της χώρας μας ως ναυτικό κράτος, να εξασφαλίζουμε την αναγκαία στήριξη στις προσπάθειές μας.

Όσοι ασχολούμαστε με τον θαλάσσιο τουρισμό οραματιζόμαστε τη Μεσόγειο σαν μια θάλασσα ειρήνης, ελεύθερης ναυσιπλοΐας, με ενιαίους κανόνες σε θέματα όπως ασφάλεια, μετακίνηση ανθρώπων, προστασία θαλασσίων οικοσυστημάτων, τελωνειακών δασμών και φορολογικών επιβαρύνσεων. Οι Έλληνες μπορούμε ν' ανταπεξέλθουμε νικηφόρα, ιδιαίτερα



στη θάλασσα, σ' έναν έντιμο ελεύθερο ανταγωνισμό, αρκεί οι κανόνες του παιχνιδιού να μην είναι σηματοδεδεμένοι. Και είναι σημαντικό οι λεγόμενες ευρωπαϊκές πολιτικές να δεσμεύουν και τις πολιτικές άλλων περιοχών της Μεσογείου. Ειδικά, ο ανταγωνισμός θα είναι σε βάρος μας, ιδιαίτερα στο Αιγαίο.

Το τελευταίο χρονικό διάστημα ψηφίστηκαν κρίσιμα και επώδυνα νομοσχέδια. Η αποκατάσταση όμως της σταθερότητας στην οικονομία και της εμπιστοσύνης στην Ελλάδα είναι ένα μείζον διακύβευμα για τις επιχειρήσεις και στα πλαίσια αυτά είναι σημαντική η ολοκλήρωση της αναμενόμενης αξιολόγησης, που ελπίζω, όταν γράφονται αυτές οι γραμμές, να έχει

ολοκληρωθεί, και φυσικά η υλοποίηση των δεσμεύσεων που έχουμε αναλάβει. Εξίσου σημαντικό είναι η υλοποίηση άμεσων μέτρων για σταθερό και σταδιακά ελκυστικότερο φορολογικό πλαίσιο, καλύτερο επιχειρηματικό περιβάλλον και κίνητρα για την ανάπτυξη και τις επενδύσεις. Είναι προφανές ότι μέτρα που επιβαρύνουν υπέρμετρα τις ελληνικές επιχειρήσεις και τους εργαζόμενους του ιδιωτικού τομέα αναχαιτίζουν κάθε επενδυτικό ενδιαφέρον και την πιθανότητα ανάκαμψης της οικονομίας. Το περιβάλλον αυτό δημιουργεί αυξημένες ευθύνες από την Κυβέρνηση ν' αποδείξει έμπρακτα το ενδιαφέρον για την ανάπτυξη και την προσέλκυση επενδύσεων. ●





Μιχαήλ Σφακιανάκης  
Πρόεδρος Τμήματος  
Οργάνωσης & Διοίκησης  
Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου  
Πειραιώς

# Τουριστική ανάπτυξη μέσω επιπρόσθετης βιωματικής εμπειρίας και αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών

**Ο** τουρισμός αναμφίβολα αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες ανάπτυξης της χώρας μας, ίσως τον σημαντικότερο. Στο ευρύτερο πλαίσιο της εθνικής οικονομίας δημιουργεί μια σειρά από παραγωγικές δραστηριότητες, επηρεάζει τις διεθνείς συναλλαγές και το ισοζύγιο πληρωμών και δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας. Μακροοικονομικά, οι βασικές επιπτώσεις του τουρισμού συνδέονται με τα συναλλαγματικά έσοδα, συμβάλλοντας καθοριστικά στα έσοδα του κράτους. Μικροοικονομικά, ο τουρισμός συμβάλλει καίρια στην ανάπτυξη, ιδίως της περιφέρειας, με τη δημιουργία ευκαιριών απα-

**“Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η δημιουργία επιπρόσθετης βιωματικής εμπειρίας (evidential experience) για τον τουρίστα, με αξιοποίηση της μοναδικότητας που έχει η χώρα μας ως προς την ελληνική μυθολογία αλλά και την αρχαία ελληνική ιστορία και σκέψη. Αρκεί να σκεφτούμε πόσους τουρίστες θα προσέλκυε μια *Odysseyland* (αντίστοιχη της *Disneyland*).”**





σχόλησης και εισοδήματος. Σε περιφερειακό επίπεδο, η ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας αξιοποιεί ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους και φυσικά τοπία. Συχνά αποτελεί το έναυσμα για την υλοποίηση έργων υποδομής, όπως δρόμους, λιμάνια και αεροδρόμια και συντελεί στην προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης της κάθε περιφέρειας, γεγονός σημαντικό, ιδιαίτερα για περιοχές με λίγες εναλλακτικές δυνατότητες οικονομικής ανάπτυξης. Για τους παραπάνω λόγους και δεδομένης της οικονομικής κατάστασης της χώρας, είναι επιτακτική η περαιτέρω ανάπτυξη του τουριστικού τομέα της. Απαιτείται, ωστόσο, προσεκτικός, συνολικός και μακροπρόθεσμος σχεδιασμός.

Στην επίτευξη του στόχου αυτού σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η δημιουργία επιπρόσθετης βιωματικής εμπειρίας (evidential experience) για τον τουρίστα, με αξιοποίηση της μοναδικότητας που έχει η χώρα μας ως προς την ελληνική μυθολογία αλλά και την αρχαία ελληνική ιστορία και σκέψη. Αρκεί να σκεφτούμε πόσους τουρίστες θα προσέλκυε μια Odysseyland (αντίστοιχη της Disneyland), όπου θα παρουσιαζόταν η παγκοσμίως γνωστή Οδύσσεια σε όλο της το μεγαλείο με τη μάγισσα Κίρκη, τον Κύκλωπα Πολύφημο, τη Σκύλα και τη Χάρυβδη, τις Σειρήνες, τους Λωτοφάγους και τόσα άλλα, που θα προσέφεραν μια μοναδική βιωματική εμπειρία σε κάθε επισκέπτη. Αντίστοιχα, η δημιουργία μιας Filoxenialand στην



Κρήτη με κεντρικό θέμα τον Ξένιο Δία, η αναπαράσταση των άθλων του Ηρακλή στα διάφορα μέρη της Ελλάδας, που θα περιελάμβαναν από την Πελοπόννησο μέχρι και την Ήπειρο, αντίστοιχα του Θησέα, του Ιάσονα και τόσων άλλων. Αλλά και η αναβίωση της Ακαδημίας του Πλάτωνα και η αξιοποίηση μιας σειράς από τα μεγάλα και παγκοσμίως γνωστά πνεύ-

ματα της αρχαίας ελληνικής σκέψης θα μπορούσαν να προσδώσουν στο «Ζήσε την εμπειρία στην Ελλάδα» μια μοναδική χροιά και να δώσουν μια τεράστια ώθηση στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Παράλληλα, ιδιαίτερα σημαντική για την αποτελεσματική προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού είναι πλέον, στην εποχή μας, η εκτεταμένη



αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών. Ειδικότερα, η προβολή της χώρας συμβάλλει στη διατήρηση του μεριδίου της στην παγκόσμια αγορά και στην ανάδειξη της υπεροχής της έναντι των ανταγωνιστικών, τουριστικά, χωρών, ενισχύοντας την εικόνα της, προβάλλοντας τα θέληγτρά της και προσφέροντας πλείστες εναλλακτικές επιλογές στους υποψήφιους επισκέπτες



της. Προς την κατεύθυνση αυτή, ιδιαίτερη σημασία θα πρέπει να δοθεί στον σχεδιασμό και στη διαμόρφωση της ιστοσελίδας του ελληνικού τουρισμού, προκειμένου να είναι λειτουργική, εύχρηστη, με στόχευση την εξυπηρέτηση των αναγκών των χρηστών. Παράλληλα, το περιεχόμενό της θα πρέπει να επιτυγχάνει την προβολή της χώρας και την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος της, με στόχο την προσέλκυση τουριστών. Η δομή της ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι ευέλικτη και λειτουργική, προβάλλοντας τα πολλαπλά είδη τουρισμού που έχει τη δυνατότητα να προσφέρει η χώρα μας συνολικά αλλά και κάθε περιφέρειά της χωριστά (οριζόντια και κάθετη δομή). Πιο συγκεκριμένα, εφόσον οι τουρίστες διεξάγουν τη διαδικτυακή αναζήτηση με κριτήριο ορισμένο είδος τουρισμού, να μπορούν να ενημερωθούν για τις περιοχές στις οποίες αυτό προσφέρεται. Εάν δε η αναζήτηση γίνεται με την επιλογή συγκεκριμένης περιοχής στην οποία επικεντρώνεται το ενδιαφέρον τους, να μπορούν οι τουρίστες να ενημερωθούν για τα είδη τουρισμού που προσφέρονται σε αυτήν.

Προκειμένου η προσπάθεια αυτή να επιτύχει, είναι σημαντικό να συγκεντρωθεί από κάθε περιφέρεια, σε ηλεκτρονική μορφή, το υπάρχον υλικό σχετικά με τα χαρακτηριστικά τουριστικού ενδιαφέροντος (αρχαιολογικοί χώροι, ιστορικά μνημεία, φυσικά τοπία, εκδηλώσεις και μέρη θρησκευτικού ενδιαφέροντος, ιαματικές πηγές, συνεδριακοί χώροι, τοπικές εκδηλώσεις, τοπικά ήθη κι έθιμα, γαστρονομικές ιδιαιτερότητες κ.λπ.), το οποίο εν συνεχεία να αναδειχθεί με τον κατάλληλο τρόπο και να αξιοποιηθεί αποτελεσματικά για την προβολή της. Παράλληλα, η συγκέντρωση του υπάρχοντος υλικού θα βοηθήσει στην εύρεση των πιθανών ελλείψεων ή ακόμη και στη διατύπωση προτάσεων βελτίωσης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, η κάλυψη των οποίων θα μπορούσε να υλοποιηθεί μέσω προκήρυξης έργου, έτσι ώστε η προβολή των περιφερειών στο διαδίκτυο να είναι ισότιμη. Αρκετές προσπάθειες για τη συγκέντρωση του υπάρχοντος υλικού έγιναν στο παρελθόν, οι οποίες όμως δεν έφεραν τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Η ενεργός συμμετοχή τόσο των περιφερειάρχων όσο και των δημάρχων και λοιπών τοπικών παραγόντων στο εν λόγω εγχείρημα είναι ιδιαίτερα σημαντική, μιας και έτσι θα συμβάλλουν όχι μόνο στην τουριστική προβολή του τόπου τους αλλά και

στη δημιουργία του περιεχομένου της ιστοσελίδας με τρόπο που να δίνει στη χώρα μας σοβαρό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες τουριστικά ανταγωνίστριες χώρες.

Στην προσπάθεια αυτή καθοριστική είναι η αξιοποίηση του Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού και η ενεργοποίηση του Παρατηρητηρίου Τουρισμού, που θα προσδώσουν μια γενναία ώθηση στη στρατηγική ανάπτυξης του Τουρισμού της χώρας μας. Ο Δορυφόρος

**“  
Ιδιαίτερα σημαντική για την  
αποτελεσματική προβολή της Ελλάδας ως  
τουριστικού προορισμού είναι πλέον, στην  
εποχή μας, η εκτεταμένη αξιοποίηση των  
νέων τεχνολογιών. Ειδικότερα, η προβολή  
της χώρας συμβάλλει στη διατήρηση του  
μεριδίου της στην παγκόσμια αγορά και στην  
ανάδειξη της υπεροχής της έναντι των  
ανταγωνιστικών, τουριστικά, χωρών,  
ενισχύοντας την εικόνα της, προβάλλοντας  
τα θέλγηträ της και προσφέροντας πλείστες  
εναλλακτικές επιλογές στους υποψήφιους  
επισκέπτες της.”**

Λογαριασμός Τουρισμού είναι ένα στατιστικό σύστημα μέτρησης του οικονομικού και παραγωγικού αποτελέσματος του τουρισμού κάθε χώρας, που στη διεθνή μεθοδολογία και πρακτική έχει επικρατήσει με την κωδική ονομασία «Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού» (Δ.Λ.Τ. – Tourism Satellite Account, TSA). Η δημιουργία του προέκυψε από την ανάγκη να ποσοτικοποιηθούν οι επιπτώσεις του τουρισμού στις οικονομίες των χωρών. Με απλά



λόγια, ο Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού είναι ένα σύστημα στο οποίο τηρούνται ενιαία και αξιόπιστα κρίσιμα στοιχεία για τον Τουρισμό, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα στον φορέα (Παρατηρητήριο Τουρισμού) που είναι υπεύθυνος για τη διαχείρισή του, να υλοποιήσει αποτελεσματικά τις αρμοδιότητές του.

Το Παρατηρητήριο Τουρισμού ιδρύθηκε ως θεσμικό εισηγητικό όργανο που παρέχει ουσιαστική υποστήριξη στο Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης στη χάραξη αποτελεσματικής στρατηγικής στον τομέα του Τουρισμού. Παράλληλα, το Παρατηρητήριο, με τα στοιχεία που συγκεντρώνει και επεξεργάζεται μπορεί να αποτελέσει πηγή αξιόπιστων και κρίσιμων πληροφοριών για τους φορείς και επιχειρηματίες του κλάδου του Τουρισμού. Στο πλαίσιο αυτό, το Παρατηρητήριο είναι και ο φορέας διαχείρισης του Δορυφόρου Λογαριασμού Τουρισμού αλλά και άλλων κρίσιμων στοιχείων που επιδρούν καθοριστικά στη διαμόρφωση μιας μακροπρόθεσμης ολοκληρωμένης στρατηγικής

ανάπτυξης του Τουρισμού στη χώρα μας, όπως είναι οι κλιματικές αλλαγές. Η σημασία και η επίδραση του κλίματος στον τουρισμό είναι προφανής, ιδίως για τη χώρα μας, το κλίμα της οποίας αποτελεί βασικό όπλο για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η οποία πρέπει να αποτελεί κρίσιμο εθνικό στόχο στον τομέα αυτό. Μια σοβαρή προσπάθεια στην κατεύθυνση αυτή συνδέεται με το γκολφ. Άλλα κράτη με πολύ χειρότερο κλίμα έχουν επιτύχει, προσελκύοντας τους λάτρεις του αθλήματος –και, μάλιστα, συνήθως υψηλού εισοδήματος–, να έχουν τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Αξιοποιώντας το μοναδικό μας κλίμα που επιτρέπει τη διεξαγωγή γκολφ 12 μήνες τον χρόνο και ενισχύοντας θεσμικά την προσπάθεια που έχουν ήδη αρχίσει επιτυχημένοι επιχειρηματίες (το Aegean Airlines Pro-Am έχει ήδη καθιερωθεί ως ένα από τα πιο σημαντικά ετήσια τουρνουά γκολφ της Ευρώπης), θα μπορούσαμε να καταστήσουμε την Ελλάδα ένα παγκόσμιο κέντρο γκολφ. ●





Χρήστος Βασιλειάδης  
Αναπληρωτής Καθηγητής  
τμήματος Οργάνωσης και  
Διοίκησης Επιχειρήσεων  
Πανεπιστημίου Μακεδονίας

# Η Εικόνα ενός τουριστικού προορισμού ως προσδιοριστικός παράγοντας της ανάπτυξής του

**Η** ανάπτυξη της Εικόνας ενός προορισμού έχει συχνά αναφερθεί στη διεθνή βιβλιογραφία ως ένα σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει μια περιοχή ανάπτυξης των τουριστικών δραστηριοτήτων αλλά και οι επιχειρήσεις και τα προϊόντα που τις αφορούν. Η χώρα μας κατά τη διάρκεια των δεκαετιών εμφανίζει διαφορετικές αποχρώσεις επιπτώσεων των γεγονότων που την επηρεάζουν και που δημιουργούν μια θετική, ουδέτερη και αρνητική χροιά στην Εικόνα της. Θα επισημαίναμε λοιπόν ότι ένα στρατηγικό σχέδιο αναβάθμισης και χτισίματος της Εικόνας ενός τουριστικού προορισμού θα πρέπει να ορίζει και να περιλαμβάνει όλους εκείνους τους παράγοντες που επιδρούν σημαντικά στην Εικόνα της.

**“ Η χώρα μας και άλλες γεωγραφικές περιοχές της Ε.Ε. θα χρειαστεί να ενισχύσουν τις ενέργειες για μια καλύτερη προσέγγιση των παραγόντων που μπορεί να επηρεάσουν τις ροές επισκεπτών και την απόδοση των τουριστικών δραστηριοτήτων. ”**

Μελετώντας τη σχετική βιβλιογραφία καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η στρατηγική προσέγγιση ενός τουριστικού προορισμού μπορεί να κατανεμηθεί σε βραχυπρόθεσμες και μεσομακροπρόθεσμες ενέργειες. Οι ενέργειες αυτές προσαρμόζονται σε ιεραρχικούς στόχους που ορίζουν το τι θα πρέπει να επιτευχθεί εντός δύο και τριών ετών ή και σε περισσότερα έτη αναφοράς. Η ανάπτυξη της Εικόνας ως στοιχείου επιχειρησιακής δραστηριότητας συγκαταλέγεται στις δραστηριότητες που εκτελούνται από το τμήμα Μάρκετινγκ (ΜΚΤ). Η στρατηγική του ΜΚΤ των τουριστικών προορισμών θα πρέπει να ακολουθεί τις επιδιώξεις του ευρύτερου επιχειρησιακού σχεδίου (Business Plan) στο οποίο έχουν οριστεί και οι ευρύτεροι στόχοι που αφορούν τις επιδιώξεις των ενδιαφερόμενων διοικητικών φορέων. Πιο συγκεκριμένα, ένας τουριστικός προορισμός μέσα από τους υπευθύνους του θα πρέπει να ορίσει τα ακόλουθα: α) Όραμα προορισμού, β) Όραμα του Οργανισμού Τουριστικής Διαχείρισης του Προορισμού, γ) Σκοπό των δραστηριοτήτων ΜΚΤ και δ) Στόχους ΜΚΤ.

## Το όραμα για έναν προορισμό

Το όραμα αποτελεί μια διατύπωση επιθυμίας που εκφράζει το τι θα έπρεπε ο προορισμός να είναι μετά την πάροδο των ετών αναφοράς, δηλαδή σε κάποια χρονική στιγμή

στο μέλλον. Η διαδικασία προσδιορισμού του οράματος για έναν προορισμό συχνά ακολουθεί μια διαδικασία ανάπτυξης Εικόνας κοινής αντίληψης μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών και συμμετεχόντων φορέων. Ιδιαίτερη σημασία έχει η υποστήριξη της δημιουργίας Εικόνας και στο εσωτερικό της ομάδας ενδιαφερόντων που περικλείει και τους κατοίκους που διαμένουν σε έναν τουριστικό προορισμό (Karavatzis & Hatch, 2013). Οι κάτοικοι μπορούν να πιστέψουν αρχικά και να υποστηρίξουν στη συνέχεια (με προφορική επικοινωνία, με τη φιλόξενη συμπεριφορά τους, αλλά και ως πολίτες που εκλέγουν τα μέλη των ΟΤΑ και τις κυβερνήσεις) την Εικόνα που τα συμβαλλόμενα μέρη θα ήθελαν να αναδείξουν (Braun et al., 2010· Braun, 2011·

Freire, 2009· Anderson & Ekman, 2009). Σύμφωνα με τον Ritchie (2000), η διαδικασία ανάπτυξης ενός κοινού οράματος και επομένως και μιας κοινά αποδεκτής συνείδησης σχετικά με την Εικόνα που θα πρέπει να αναδειχθεί είναι:

- Πολύπλοκη και πολυσύνθετη απ' ό,τι συνήθως συμβαίνει σε έναν οικονομικό οργανισμό, λόγω της ανάμειξης και των φορέων, ιδιωτών και κατόικων.
- Ευαίσθητη στην ισορροπία της και αντιφατική συχνά, μια και τα ενδιαφέροντα των συμμετεχόντων διαφοροποιούνται και οι αναμενόμενες αξίες τους και τα οφέλη διαφέρουν.
- Επιλεκτική και εστιάζει συχνά σε μακροπρόθεσμες παρεμβάσεις (σε υποδομές, διευκολύνσεις,





υπηρεσίες, εκδηλώσεις και προγράμματα) που αφορούν το μέλλον, με αποτέλεσμα να μην έχουμε άμεσα επιδιωκόμενα οφέλη, όπως θα συνέβαινε σε μια επιχείρηση.

### **Η Εικόνα ενός προορισμού**

Οι Echtner & Ritchie (2003) ορίζουν την Εικόνα προορισμού ως μια διαδικασία διαμόρφωσης συμπλέγματος, κατά την οποία οι τουρίστες αναπτύσσουν μια διανοητική κατασκευή που χτίζεται βάσει μερικών επιλεγμένων εντυπώσεων που συλλέγονται εκ νέου από μια πληθώρα εντυπώσεων. Οι Bigne, Sanchez & Sanz (2001) ορίζουν την Εικόνα προορισμού ως το νοητικό κατασκεύασμα που περιλαμβάνει όλες τις επικλήσεις του προορισμού που συμβαίνουν στο άτομο, όπως κάθε ιδέα, πίστη, αίσθημα ή στάση που οι τουρίστες συνδέουν με το μέρος. Η

Εικόνα Προορισμού αποτελεί αντικείμενο έρευνας σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, χρησιμοποιείται σε έρευνες ανάλυσης εικόνας χωρών, πόλεων και χώρων των ελκυστικότητων που επιδιώκουν να (Dolnicar & Grun, 2013):

- αξιολογήσουν το πώς βλέπουν σήμερα οι τουρίστες τον προορισμό,
- ορίσουν το πώς θα ήθελαν να αντιλαμβάνονται οι τουρίστες τον προορισμό,
- αναπτύξουν και εφαρμόσουν τα προγράμματα MKT (4 P's, 7 P's), με σκοπό τη μετατροπή ή αλλαγή της Εικόνας των προορισμών,
- ελέγξουν εάν έχει επέλθει η επιθυμητή αλλαγή στην Εικόνα του προορισμού.

Στον τουρισμό και ειδικότερα στην προώθηση της Εικόνας ενός προορισμού η βιβλιογραφία στηρίζεται σε μια σειρά από σημαντικά άρθρα που



σκιαγράφησαν την εξέλιξη της Έρευνας κατά τα πρόσφατα έτη. Σύμφωνα με την Έρευνα MKT που αφορά την Εικόνα των Τουριστικών Προορισμών που δημιουργείται στο μυαλό των εν δυνάμει και ενεργών επισκεπτών των προορισμών,

- Οι Ashworth & Goodall (1988) και Bigne et al. (2001) σημειώνουν ότι η επίδραση της Εικόνας Προορισμού επιδρά σε όλα τα επίπεδα που χαρακτηρίζουν τη συμπεριφορά των τουριστών (Gunn, 1988) π.χ. η Εικόνα και η χρονική φάση πριν την επίσκεψη και δοκιμή του προϊόντος, η Εικόνα και η φάση κατά την επίσκεψη και δημιουργία του βιώματος και της εμπειρίας του επισκέπτη ως προς το συνολικό προϊόν του τουριστικού προορισμού και τέλος η Εικόνα και η φάση μετά την αγορά-επίσκεψη στον τουριστικό προορισμό.
- Οι Agarito et al. (2013), White (2004), Gartner (1993) και Echtner & Ritchie (2003) σημειώνουν τρεις βασικές διαστάσεις τις: 1) γνωστική (cognitive), 2) συναισθηματική (affective) και αυτή της 3) διάθεσης (conative) που συνθέτουν την Εικόνα των προορισμών.

- Η Εικόνα Προορισμού δημιουργείται (Beerli & Martin, 2004· Baloglu & McCleary, 1999) από παράγοντες κινήτρων (stimulus) και προσωπικούς παράγοντες (personal).
- Οι κάτοικοι και διαμείνοντες επιδρούν στη διαμόρφωση της Εικόνας ενός προορισμού (Gallarza et al., 2002).





- Η Εικόνα προορισμών περιλαμβάνει και την Εικόνα της χώρας προορισμού που επιδρά στη συμπεριφορά των τουριστών, μια και πρόκειται για ένα σύνολο από πιστεύω, ιδέες και εντυπώσεις που ένα άτομο διαθέτει σχετικά με τα προϊόντα μιας χώρας (Country of Origin) (Pickton & Boderick, 2005).
- Η διαδικασία στρατηγικού σχεδιασμού της Εικόνας (Strategic Image Management) αποτελεί μια συνεχή διαδικασία διερεύνησης της Εικόνας των τόπων και γεωγραφικών σημείων που έχει δημιουργηθεί σε διαφορετικά κοινά, τμηματοποιώντας και στοχοποιώντας τα συγκεκριμένα κοινά, τοποθετώντας τις ελκυστικότητες του γεωγραφικού σημείου, με σκοπό την υποστήριξη της επιθυμητής Εικόνας και επικοινωνώντας αυτές τις ελκυστικότητες στις ομάδες στόχους. Οι Εικόνες των επισκεπτών επηρεάζονται από τις στρατηγικές ΜΚΤ που υιοθετεί ο υπεύθυνος σχεδιασμού των προορισμών (Kotler et al., 1999).

### Η διαχείριση κρίσεων και η βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών

Οι οικονομικές και πολιτικές κρίσεις και κυρίως η τρομοκρατία αποτελούν στοιχεία αστάθειας των κοινωνιών που επηρεάζουν και την Εικόνα των προορισμών. Είναι εύκολο να αποτυπώσει κανείς αυτή την κατάσταση και να τη βιώσει εμπειρικά, εάν ρωτήσει κάποιο τρίτο άτομο σχετικά με μια πιθανή επίσκεψη στο άμεσο μέλλον σε προορισμούς που παρουσιάζουν διαμάχες, συγκρούσεις και οικονομική ανασφάλεια. Στην έρευνα, η βιβλιογραφική επισκόπηση μπορεί να αναδείξει τους παράγοντες και τις αρνητικές επιπτώσεις των συγκεκριμένων καταστάσεων και συμβάντων στην ανάπτυξη τουριστικών ροών και επενδυτικών πρωτοβουλιών που αφορούν τις τουριστικές δραστηριότητες στον προορισμό αναφοράς. Η Söhmez (1998) σε άρθρο της επισημαίνει ότι η τρομοκρατία, οι πολιτικές αναταραχές και ο πόλεμος δεν ενισχύουν τον τουρισμό. Η βιβλιογραφική προσέγγιση που έγινε από την παραπάνω, ανέδειξε ότι η έρευνα εστιάζει στα:

- στοιχεία αυτά που συνηγορούν στο να έχουμε επιδράσεις της πολιτικής αστάθειας και της τρομοκρατίας στην τάση ζήτησης που παρατηρείται στις ροές των τουριστών,
- στα κίνητρα των τρομοκρατών που επιλέγουν

στοχευμένες ομάδες επισκεπτών και τις χρησιμοποιούν ως όπλο πολιτικής διαπραγμάτευσης,

- στα στοιχεία επιδράσεων που εκπορεύονται από την πολιτική βία και επηρεάζουν αρνητικά την Εικόνα του προορισμού,
- στα διαχειριστικά εργαλεία του γνωστικού αντικείμενου της διαχείρισης κρίσεων και τις στρατηγικές που αμβλύνουν το φαινόμενο αυτό,
- στα μέσα και τις πρακτικές επαναφοράς της ομαλότητας με τη χρήση των εργαλείων του Μάρκετινγκ.

Οι Maditinou και Vassiliadis (2008), λαμβάνοντας υπόψη τη σχετική βιβλιογραφία του χώρου, κατηγοριοποιούν τις κρίσεις και τις καταστροφές που επηρεάζουν την τουριστική βιομηχανία σε τέσσερις κατηγορίες. Οι κατηγορίες αυτές είναι οι ακόλουθες:

- Τρομοκρατία (Terrorism)
- Φυσικές καταστροφές (Natural Disasters)
- Πολιτικές αναταραχές και πόλεμοι (Political instability and War)
- Επιδημίες και νοσήματα (Epidemics – Diseases).

Η δημιουργία εικόνων αποτελεί μια διαδικασία που αναφέρεται στην αποτύπωση της Εικόνας που διαμορφώνουν συνήθως οι τουρίστες για τον προορισμό. Σε εσωτερικό επίπεδο, η ενδυνάμωση της διαδικασίας ανάδειξης της ταυτότητας του προορισμού, καθώς και ο προσδιορισμός των πιθανών δυναμικών και αδυναμιών του προορισμού μπορεί να ενισχυθούν από την αποτύπωση των οραμάτων των κατοίκων αλλά και των κληρονόμων ενός προορισμού. Η διαδικασία καταλήγει μετά από χρήση της τεχνικής ανάλυσης περιεχομένου εικόνων και ζωγραφικών παραστάσεων σε μια κωδικοποίηση





και καταγραφή των θεματικών καθώς και των συχνοτήτων αναφοράς τους από παιδιά νεαρής ηλικίας (Βασιλειάδης, 2009; Pearce et al., 1996). Το υλικό μπορεί να υποστηρίξει τον σχεδιασμό των μελλοντικών ενεργειών που αφορούν την ανάλυση στάσεων και τον συντονισμό δράσεων για την ενίσχυσή τους (θετικές στάσεις ως προς τον σκοπό και την έλξη των προτεινόμενων χαρακτηριστικών) ή και τη βελτίωσή τους (αρνητικές στάσεις ως προς τον σκοπό και την έλξη των χαρακτηριστικών). Η ανάγκη για διαχείριση Εικόνων αποτελεί μια διαδικασία

απαραίτητη για τη διαμόρφωση, ολοκλήρωση και αναβάθμιση της Εικόνας των τουριστικών προορισμών. Η χώρα μας και άλλες γεωγραφικές περιοχές της Ε.Ε. θα χρειαστεί να ενισχύσουν τις συνέργειες για μια καλύτερη προσέγγιση των παραγόντων που μπορεί να επηρεάσουν τις ροές επισκεπτών και την απόδοση των τουριστικών δραστηριοτήτων. Το στοίχημα αυτό θα κριθεί μελλοντικά, επηρεάζοντας τις νέες γενεές που θα κληρονομήσουν τις όποιες αντιλήψεις που δημιουργήθηκαν από ενέργειες των παλαιότερων. ●



Δρ. Ευάγγελος Πούτος  
ΣΕΠ Ελληνικού Ανοικτού  
Πανεπιστημίου



Θεόδωρος Κουμαδέας  
Υποψήφιος Διδάκτορας ΕΚΠΑ

# Εγχώριος Τουρισμός, ΑΕΠ και ΦΠΑ

**Π**ολύ ορθά, η οικονομική θεωρία εξηγεί πως οι δυνάμεις της προσφοράς και της ζήτησης δημιουργούν ισορροπία σε μια οικονομία, εκφράζοντας τις συναθροιστικές προτιμήσεις όλων των μελών της οικονομίας. Είναι, επίσης, γνωστό ότι αυτές οι συναθροιστικές δυνάμεις δημιουργούνται από την προσπάθεια κάθε μέλους της οικονομίας να μεγιστοποιήσει την ωφέλειά του. Η μεγιστοποίηση αυτή επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες που δρουν, κατά το πλείστον, περιοριστικά. Πολύ ορθά, λοιπόν, ο John Tribe το 1997<sup>1</sup> αναφέρει ότι το οικονομικό περιβάλλον επηρεάζει την τελική ζήτηση για προϊόντα και υπηρεσίες. Στην ανάλυσή μας επικεντρωνόμαστε στην επίδραση του οικονομικού περιβάλλοντος πάνω στη δαπάνη μιας μέσης Ελληνικής Οικογένειας στον εγχώριο τουρισμό, όπως αυτή καταγράφεται από την «Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών»<sup>2</sup> (ΕΟΠ) κάτω από το πρίσμα της οικονομικής ύφεσης και των συνεχών μεταβολών του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ), που αναμφίβολα επηρέασαν την κατανάλωση των εγχώριων νοικοκυριών.

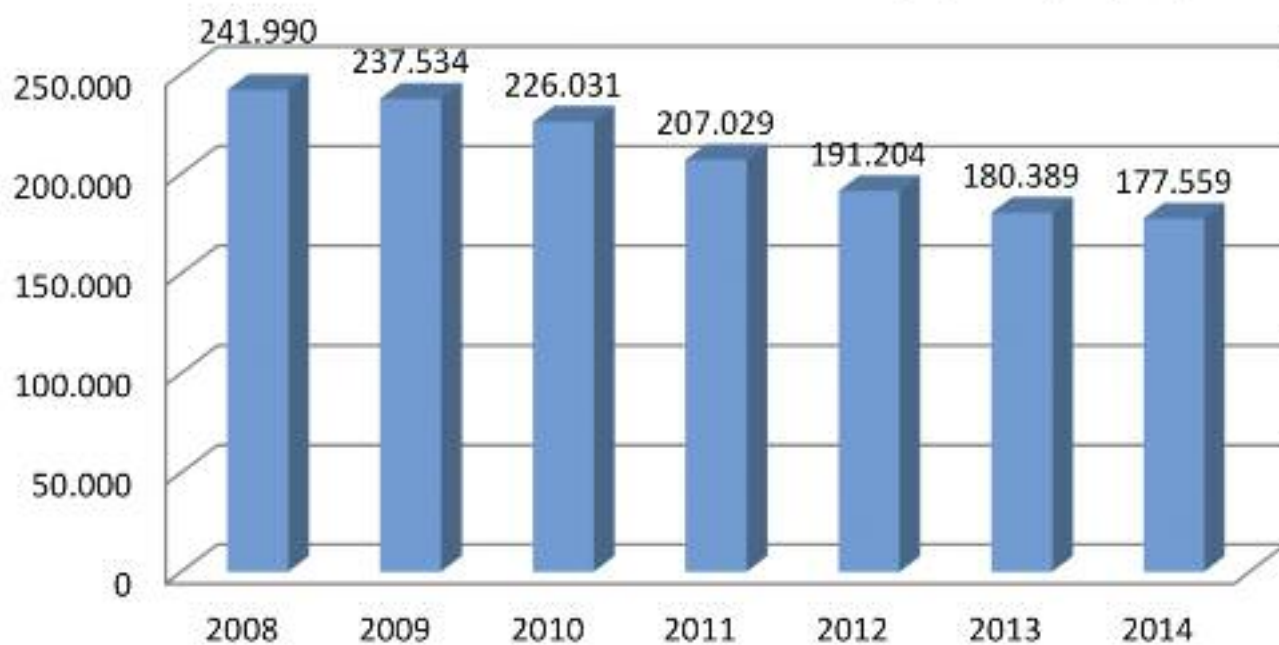
Ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, με μεγάλη συνεισφορά στο ΑΕΠ, καθώς σύμφωνα με μελέτη του ΣΕΤΕ το 2014 η άμεση συμβολή του ανήλθε στο 9% του ΑΕΠ, ενώ αναφέρεται ότι η συνολική συνεισφορά του



**“ Η οικονομική αβεβαιότητα που αντιμετωπίζει το μέσο ελληνικό νοικοκυριό αποθαρρύνει τη δαπάνη σε ξενοδοχειακές υπηρεσίες και εστίαση. Ο εσωτερικός τουρισμός βρίσκεται σε συρρίκνωση και θα πρέπει να εξευρεθούν κατάλληλα μέτρα, ώστε να υπάρξει αναστροφή αυτής της εικόνας. ”**

Διάγραμμα 1

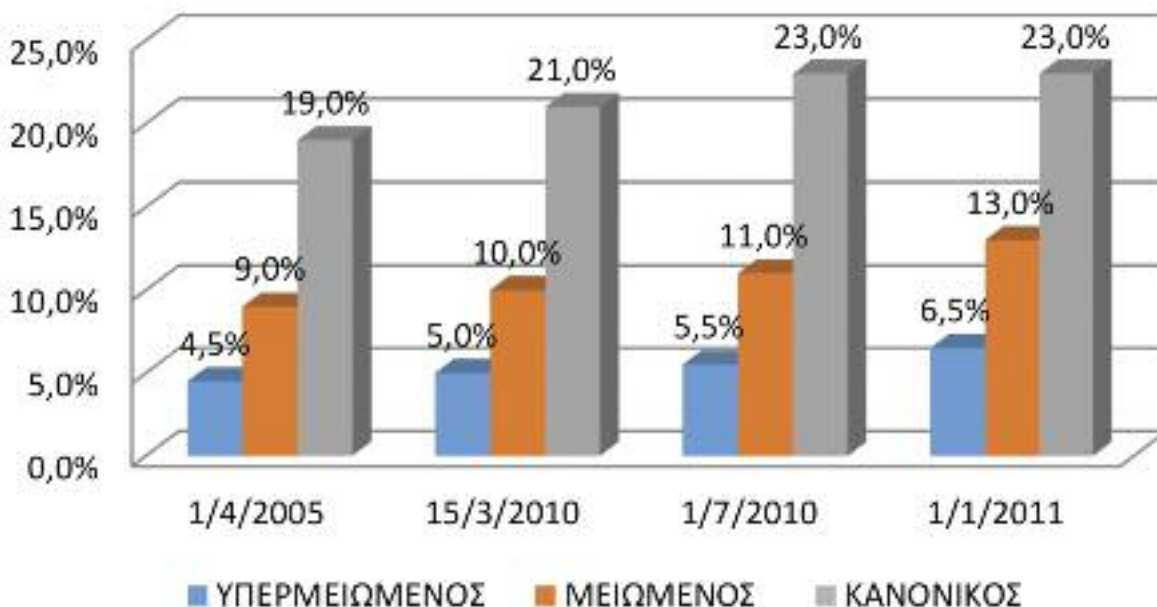
## ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΠΡΟΙΟΝ σε αγοραίες τιμές



(Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, \*τα ποσά είναι σε εκατ. ευρώ)



## ΦΠΑ Διαχρονική Εξέλιξη



(Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών)

Πίνακας 1

| Αλλαγές στον ΦΠΑ                              |            | 01.04.2005 | 15.3.2010 | 01.07.2010 | 01.01.2011 | 2012  | 2013<br>(ως 31/7) | 2013<br>(από 1/8) | 2014  |
|-----------------------------------------------|------------|------------|-----------|------------|------------|-------|-------------------|-------------------|-------|
| ΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ<br>ΕΚΤΟΣ ΝΗΣΙΩΝ                  | Εστίαση    | 9%         | 10%       | 11%        | 13%        | 23%   | 23%               | 13%               | 13%   |
|                                               | Ξενοδοχεία | 4,50%      | 5%        | 5,50%      | 6,50%      | 6,50% | 6,50%             | 6,50%             | 6,50% |
|                                               | Κανονικός  | 19%        | 21%       | 23%        | 23%        | 23%   | 23%               | 23%               | 23%   |
| ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ<br>ΥΠΕΡΜΕΙΩΜΕΝΟΣ<br>ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ | Εστίαση    | 6%         | 7%        | 8%         | 9%         | 16%   | 16%               | 9%                | 9%    |
|                                               | Ξενοδοχεία | 3%         | 4%        | 4%         | 5%         | 5%    | 5%                | 5%                | 5%    |
|                                               | Κανονικός  | 13%        | 15%       | 16%        | 16%        | 16%   | 16%               | 16%               | 16%   |

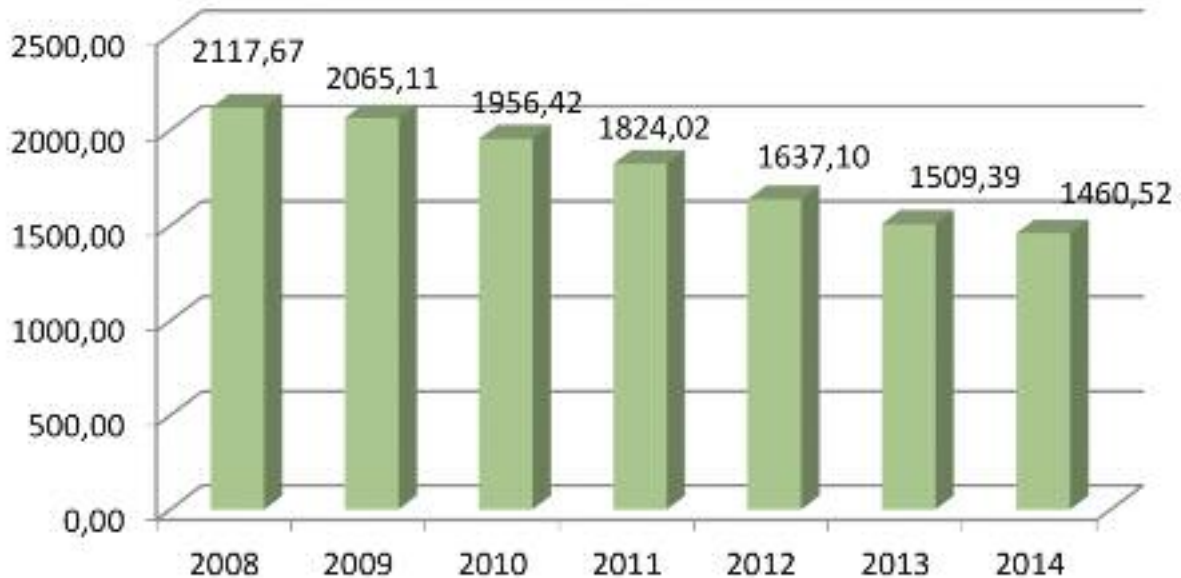
(Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών)

(άμεση και έμμεση) έφτασε έως και το 25% του ΑΕΠ. Στο παραπάνω Διάγραμμα παρατηρούμε τις μεταβολές του ΑΕΠ από το 2008, όπου έγιναν αισθητά τα πρώτα σημάδια της κρίσης έως το 2014<sup>2</sup>. Συνολικά το ΑΕΠ από το 2008 έως το 2014 έχει μειωθεί κατά 26,63%.

Σε μια οικονομία όπου βρίσκεται σε ύφεση, με προβληματικό κρατικό ισοζύγιο, είναι συχνό το φαινόμενο να επιλέγεται υψηλή φορολόγηση στον κλάδο του τουρισμού στην προσπάθεια άντλησης περισσότερων εσόδων. Οι Forsyth και Dwyer (2002) ανα-

“ Σε μια οικονομία όπου βρίσκεται σε ύφεση, με προβληματικό κρατικό ισοζύγιο, είναι συχνό το φαινόμενο να επιλέγεται υψηλή φορολόγηση στον κλάδο του τουρισμού στην προσπάθεια άντλησης περισσότερων εσόδων. ”

## Μηνιαία Κατανάλωση Νοικοκυριού σε €



(Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ)



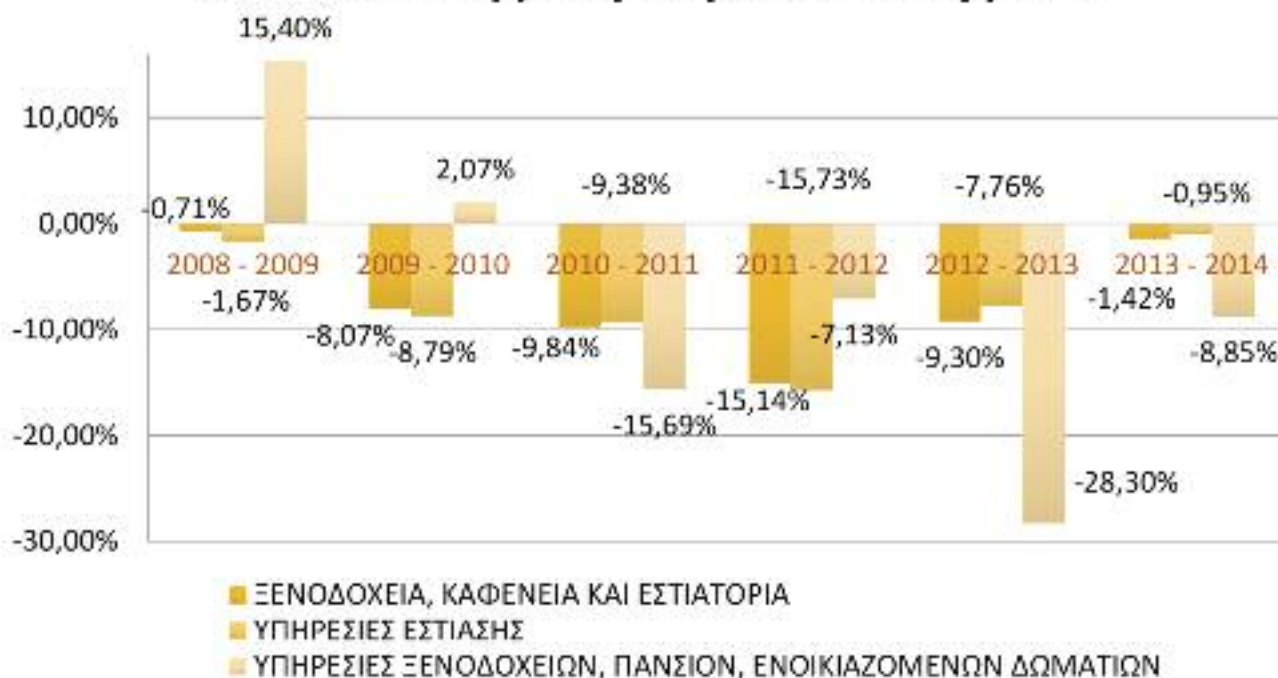
λύουν εις βάθος το φαινόμενο αυτό και εξηγούν ότι δεν υπάρχουν ισχυρά στοιχεία που να αποδεικνύουν πως οι υπηρεσίες που αφορούν τον τουρισμό πρέπει να φορολογούνται τελικά υψηλότερα από αλλά αγαθά και υπηρεσίες<sup>3</sup>. Το γεγονός αυτό αναπόφευκτα επιδρά στην τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας, ενώ οι επιπτώσεις είναι πιο σημαντικές στον εσωτερικό τουρισμό, καθώς σε επίπεδο εξωτερικού τουρισμού υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση, όπως η πολιτισμική και ιστορική κληρονομιά μιας περιοχής<sup>4</sup>.

### Ο Φόρος Προστιθέμενης Αξίας στον Τουρισμό και την Εστίαση

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι στην Ελλάδα έχουν πραγματοποιηθεί τα τελευταία χρόνια πολλές αλλαγές στον ΦΠΑ διαμονής και εστίασης από το 2008 έως και σήμερα (ΣΕΤΕ, 2016). Συγκεκριμένα, για τη διαμονή σε ξενοδοχειακά καταλύματα από 4,5%, που ήταν ο συντελεστής στο τέλος του 2008, έφτασε στο 6,5% μέχρι το 2014. Παράλληλα, για τις υπηρεσίες εστίασης από 9% έπειτα από διαδοχικές



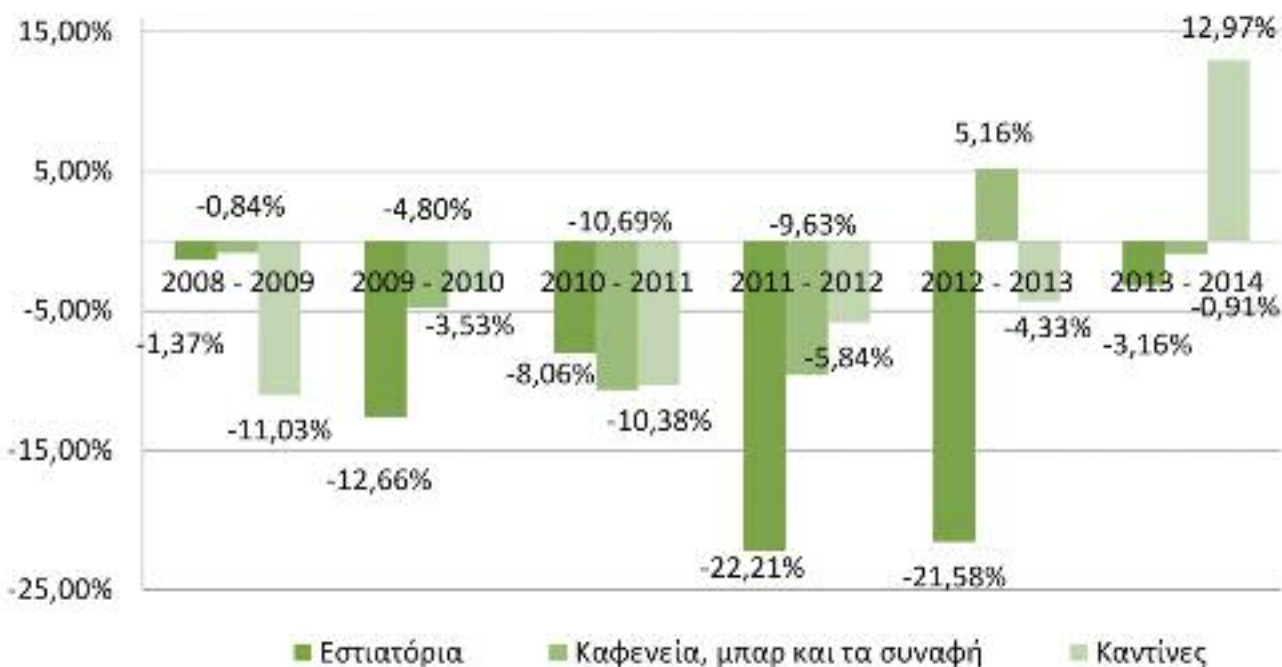
## Ετήσια Ποσοστιαία Μεταβολή Κατανάλωσης στην Ομάδα 11 της ΕΟΠ



(Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛΣΤΑΤ)



## Ετήσια Ποσοστιαία Μεταβολή Κατανάλωσης σε Υπηρεσίες Εστίασης



(Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛΣΤΑΤ)

αυξήσεις έφτασε 23% μέχρι τον Ιούλιο του 2013. Από τον Αύγουστο του 2013 μέχρι και τον Ιούλιο του 2014 έπεσε στο 13% (Διάγραμμα 2 και Πίνακας 1). Όπως ήταν αναμενόμενο, οι μεταβολές αυτές είχαν σημαντικό αντίκτυπο στις δαπάνες που πραγματοποίησαν τα νοικοκυριά για υπηρεσίες που αφορούν τον τουρισμό και αναλύονται παρακάτω μέσα από την έρευνα σχετικά με τον οικογενειακό προϋπολογισμό.

### Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών – Εσωτερικός Τουρισμός

Η «Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών» (ΕΟΠ) αποτελεί μία εθνική έρευνα με την οποία συγκεντρώνονται πληροφορίες από αντιπροσωπευτικό δείγμα νοικοκυριών όλης της χώρας, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τα οποιαδήποτε οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά τους και αφορά τη διάρθρωση των δαπανών των νοικοκυριών σε



δώδεκα μεγάλες κατηγορίες κατανάλωσης (Διάγραμμα 3). Στην ανάλυσή μας εστιάζουμε στην ομάδα έντεκα της ΕΟΠ που αφορά τα «Ξενοδοχεία, Καφενεία και Εστιατόρια», η οποία περιγράφει το μέσο μηνιαίο εισόδημα που αφιερώνουν τα νοικοκυριά σε ξενοδοχεία και υπηρεσίες εστίασης (Διαγράμματα 4 και 5).

Κατά το έτος 2009 ο μέσος όρος της μηνιαίας συνολικής αξίας αγορών ανά νοικοκυριό ανερχόταν στο ποσό των 2.065,11 ευρώ, εμφανίζοντας μείωση κατά 2,48% σε σύγκριση με το 2008, όπου είχε ανέλθει στα 2.117,67 ευρώ. Ειδικότερα, ο τομέας της εστίασης εμφάνισε μείωση της τάξεως του 1,67%, δηλαδή μικρότερη από τη μέση συνολική μείωση, ενώ αντίθετα στον κλάδο των ξενοδοχείων (διαμονή εξαιρουμένης της διατροφής) επήλθε αύξηση κατά 15,40% σε σχέση με το 2008.

Κατά το έτος 2010 η μέση μηνιαία συνολική με-

**“ Το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, που ενισχύεται με τις αυξήσεις των συντελεστών ΦΠΑ, επηρέασε αρνητικά την εγχώρια κατανάλωση σε υπηρεσίες ξενοδοχείων και εστίασης. ”**

ταβολή (συγκριτικά με το προηγούμενο έτος) της κατανάλωσης ήταν -5,26%, με τη μείωση στον τομέα της εστίασης να ανέρχεται σε 8,79%, δηλαδή σε ποσοστό μεγαλύτερο του μέσου όρου. Παρόλη τη μείωση που παρατηρείται στη μέση μηνιαία κατανάλωση ο τομέας των ξενοδοχείων (δια-

μονή εξαιρουμένης της διατροφής) είχε και πάλι θετική μεταβολή κατά 2,07%.

Το έτος 2011 εμφανίζεται και πάλι μείωση της μέσης μηνιαίας κατανάλωσης ανά νοικοκυριό σε ποσοστό 6,77% (συγκριτικά με το προηγούμενο έτος). Όσον αφορά τον κλάδο της εστίασης, η αρνητική μεταβολή εξακολουθεί να υπερβαίνει τη μέση μείωση καθότι ανήλθε σε 9,38%. Στον ξενοδοχειακό κλάδο το ίδιο έτος παρατηρήθηκε μια αισθητή μείωση ύψους 15,69% σε σχέση με το 2010, δηλαδή υπερδιπλάσια από τον μέσο όρο.

Κατά το έτος 2012 η μέση μηνιαία κατανάλωση





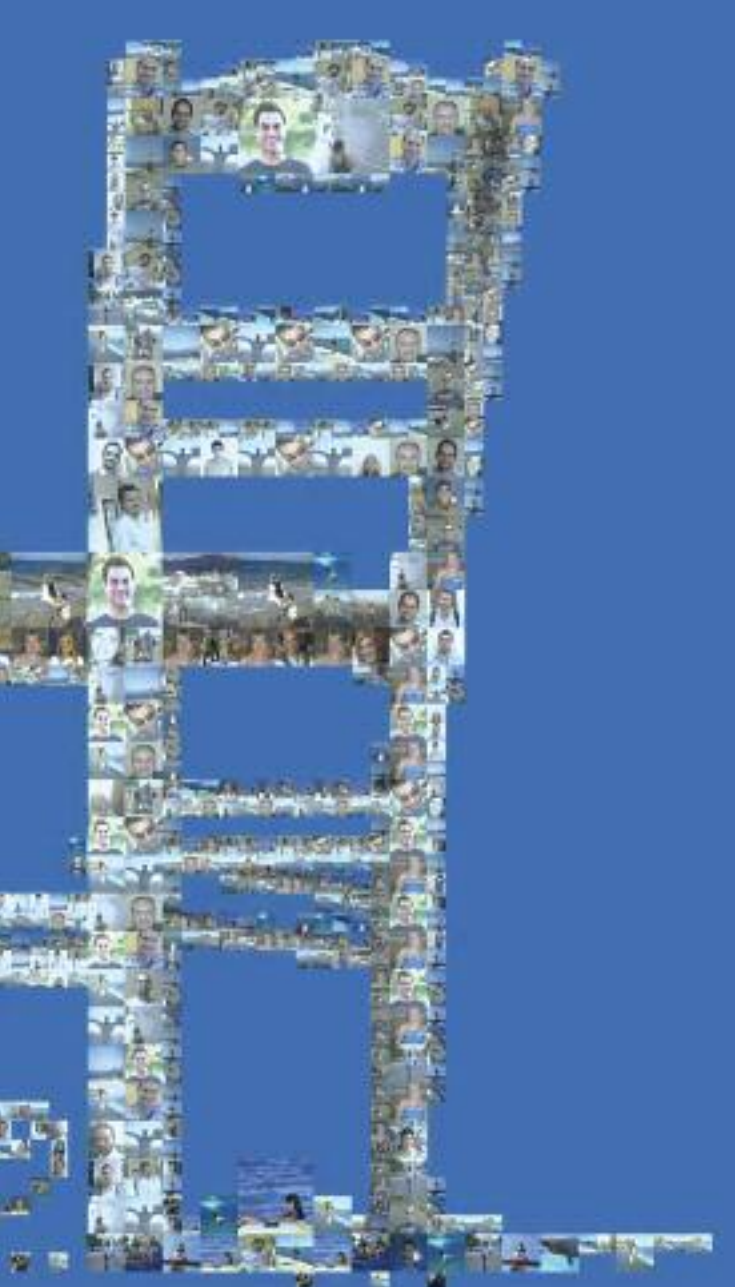
ανήλθε σε 1.637,10 ευρώ έναντι 1.824,02 ευρώ το 2011, εμφανίζοντας μείωση κατά 10,25%. Στο έτος αυτό παρατηρείται και η μεγαλύτερη ετήσια μείωση στον κλάδο της εστίασης (15,73%) για όλα τα έτη που εξετάζονται (2008-2014). Αρνητική μεταβολή επήλθε επίσης και στον τομέα των ξενοδοχείων<sup>5</sup> κατά 7,13%.

Το έτος 2013 η μέση συνολική μηνιαία κατανάλωση μεταβλήθηκε (συγκριτικά με το προηγούμενο έτος) αρνητικά με ποσοστό μεταβολής 7,80%. Την ίδια χρονιά οι δαπάνες εστίασης μειώθηκαν κατά 7,76%. Κατά το έτος 2013 στον τομέα των ξενοδοχείων (διαμονή εξαιρουμένης της διατροφής) πραγματοποιήθηκε δραματική μείωση της τάξεως του 28,30%, δηλαδή

μια μείωση σχεδόν 4 φορές μεγαλύτερη από τη μείωση της μέσης συνολικής μηνιαίας κατανάλωσης.

Το έτος 2014 η μείωση στον μέσο όρο της συνολικής μηνιαίας κατανάλωσης συνεχίστηκε και ανήλθε σε 3,24% (συγκριτικά με το προηγούμενο έτος). Σχετικά με την εστίαση υπήρξε και πάλι αρνητική μεταβολή, με μειούμενο όμως ρυθμό σε σχέση με τον μέσο όρο, κατά 0,95%. Ο ξενοδοχειακός τομέας (διαμονή εξαιρουμένης της διατροφής) εμφάνισε επίσης σημαντική μείωση κατά 8,85%, δηλαδή η μεταβολή σε αυτό τον κλάδο ήταν περίπου 3 φορές μεγαλύτερη από τη μεταβολή στη μέση μηνιαία κατανάλωση.

Συγκεντρωτικά η μείωση στη μέση κατανάλωση



τανάλωση σε υπηρεσίες ξενοδοχείων και εστίασης. Αναμενόμενο είναι και το γεγονός ότι η μείωση της κατανάλωσης υπηρεσιών τουρισμού ήταν μεγαλύτερη από τη μείωση της μέσης κατανάλωσης ανά νοικοκυριό, καθώς η οικονομική στενότητα, αλλά ως επί το πλείστον και η οικονομική αβεβαιότητα που αντιμετωπίζει το μέσο ελληνικό νοικοκυριό αποθαρρύνει τη δαπάνη σε ξενοδοχειακές υπηρεσίες και εστίαση. Δεδομένων των συνθηκών που περιγράφηκαν και της συμβολής του τουρισμού και της εστίασης στο ΑΕΠ, συμπεραίνουμε ότι ο εσωτερικός τουρισμός βρίσκεται σε συρρίκνωση και θα πρέπει να εξευρεθούν κατάλληλα μέτρα, ώστε να υπάρξει αναστροφή αυτής της εικόνας. ●

### Υποσημειώσεις

<sup>1</sup> Tribe J. (1997) 'The indiscipline of tourism'. PERGAMON-ELSEVIER SCIENCE LTD *ANNALS OF TOURISM RESEARCH*, 24 (3), pp. 638-657. doi: [10.1016/S0160-7383\(97\)00020-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00020-0)

<sup>2</sup> Στο σημείο αυτό πρέπει να τονίσουμε ότι η μελέτη μας έχει βασιστεί στις ΕΟΠ που δημοσιεύει η ΕΛΣΤΑΤ, με την τελευταία που έχει δημοσιευτεί το 2015 να αφορά στοιχεία του 2014. Δυστυχώς, δεν μπορέσαμε να έχουμε στη διάθεσή μας στοιχεία για το 2015, καθώς η ΕΟΠ για το 2015 δεν έχει ακόμα δημοσιευτεί. Για αυτό το λόγο η μελέτη πραγματοποιείται μέχρι το 2014.

<sup>3</sup> P. Forsyth, and L. Dwyer (2002), "Market power and the taxation of domestic and international tourism", *Tourism Economics*, 2002, 8 (4), 377-399

<sup>4</sup> G.N. Ismagilova, L.N. Safiullin and N.G. Bagautdinova (2014), "Tourism development in the region based on historical heritage", *Life Science Journal* 2014;11(6s)

το 2014 έναντι του 2008 ήταν 31,03%, δεδομένου ότι η μέση κατανάλωση από 2.117,67 ευρώ το 2008 έπεσε στα 1.460,52 ευρώ το 2014. Ανάλογες μειώσεις, σχετικά υψηλότερες του μέσου όρου εμφανίζουν και οι κλάδοι εστίασης (37,43%) και ο ξενοδοχειακός κλάδος (39,72%).

### Συμπεράσματα

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω στοιχεία που αφορούν τόσο το ΑΕΠ όσο και τον Φόρο Προστιθέμενης Αξίας και τις δαπάνες των νοικοκυριών, καταλαβαίνουμε ότι το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, που ενισχύεται με τις αυξήσεις των συντελεστών ΦΠΑ, επηρέασε αρνητικά την εγχώρια κα-



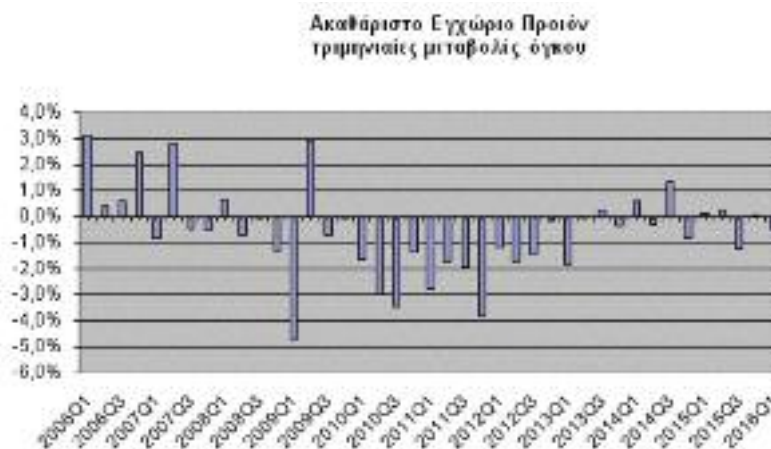
# Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ σε αριθμούς

## ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΟΙ ΕΘΝΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ

Με βάση τα διαθέσιμα εποχικά διορθωμένα στοιχεία, το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) σε όρους όγκου, κατά το 1<sup>ο</sup> τρίμηνο 2016, παρουσίασε μείωση κατά 0,5% σε σχέση με το 4<sup>ο</sup> τρίμηνο 2015 έναντι της μείωσης 0,4% που είχε υπολογιστεί στην πρώτη εκτίμηση του 1<sup>ου</sup> τριμήνου και είχε ανακοινωθεί στις 13-05-2016. Σε σύγκριση με το 1<sup>ο</sup> τρίμηνο 2015, παρουσίασε μείωση 1,4% έναντι της μείωσης 1,3% που είχε υπολογιστεί στην πρώτη εκτίμηση του 1<sup>ου</sup> τριμήνου και είχε ανακοινωθεί στις 13-05-2016.

Με βάση τα μη εποχικά διορθωμένα στοιχεία το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) σε όρους όγκου, κατά το 1<sup>ο</sup> τρίμηνο 2016, παρουσίασε μείωση κατά 1,3% σε σχέση με το 1<sup>ο</sup> τρίμηνο 2015 έναντι της μείωσης 1,2% που είχε υπολογιστεί στην πρώτη εκτίμηση του 1<sup>ου</sup> τριμήνου και είχε ανακοινωθεί στις 13-05-2016.

Γράφημα 1



Γράφημα 2

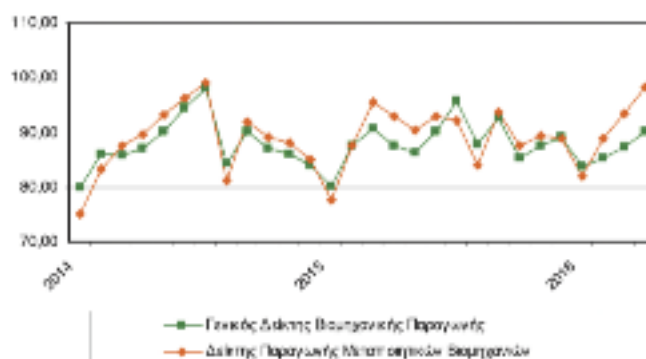


## ΔΕΙΚΤΗΣ ΤΙΜΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Ο Γενικός Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής του μηνός Απριλίου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη του Απριλίου 2015, παρουσίασε αύξηση κατά 2,8%, έναντι αύξησης 0,5% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014.

Ο μέσος Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής της περιόδου Ιανουαρίου - Απριλίου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη της περιόδου Ιανουαρίου - Απριλίου 2015, παρουσίασε αύξηση κατά 0,2%, έναντι αύξησης 2,0% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014.

Εξέλιξη του Γενικού Δείκτη Βιομηχανικής Παραγωγής και του Δείκτη Παραγωγής Μεταποιητικών Βιομηχανιών (2010=100,0)

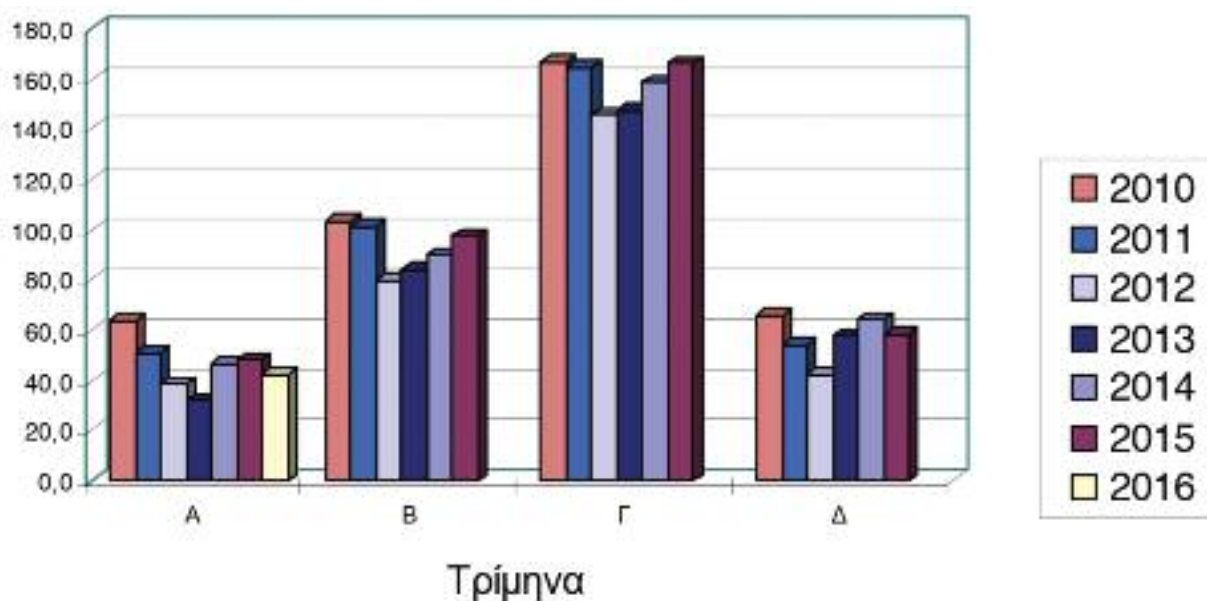


## ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΑΡΟΧΗΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης του Α' τριμήνου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη του Α' τριμήνου 2015, παρουσίασε μείωση 11,7% έναντι αύξησης 3,5% που σημειώθηκε κατά τη σύγκριση της αντίστοιχης περιόδου του έτους 2015 προς το 2014.

Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης του Δ' τριμήνου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη του Δ' τριμήνου 2015, παρουσίασε μείωση 27,0% έναντι μείωσης 24,9% που σημειώθηκε κατά τη σύγκριση της αντίστοιχης περιόδου του έτους 2015, καταδεικνύοντας την έντονη εποχικότητα του κλάδου.

### Εξέλιξη του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης (2010=100,0)

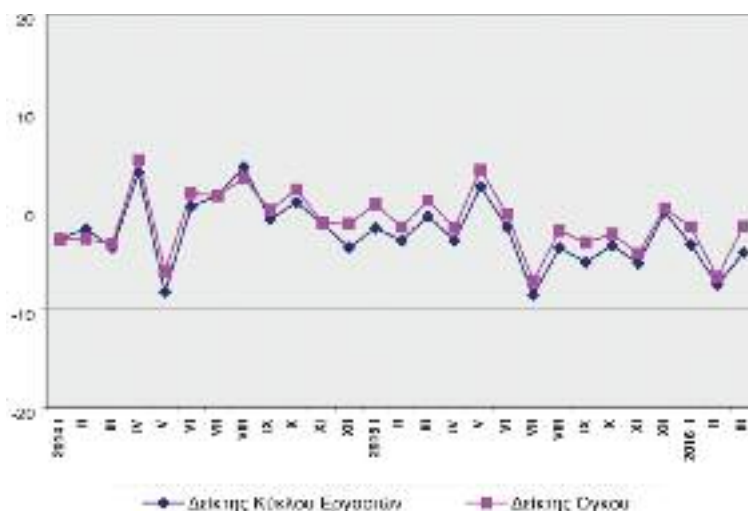


## ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Ο Γενικός Δείκτης Κύκλου Εργασιών, κατά το μήνα Μάρτιο 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Μαρτίου 2015, σημείωσε μείωση κατά 4,3% και σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Φεβρουαρίου 2016 σημείωσε αύξηση κατά 6,8%.

Ο Γενικός Δείκτης Όγκου, κατά το μήνα Μάρτιο 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Μαρτίου 2015, σημείωσε μείωση κατά 1,6% και σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Φεβρουαρίου 2016 σημείωσε αύξηση κατά 4,0%.

### Εξέλιξη Ετήσιων Μεταβολών του Δείκτη Κύκλου Εργασιών και Όγκου στο Λιανικό Εμπόριο (2010=100,0)



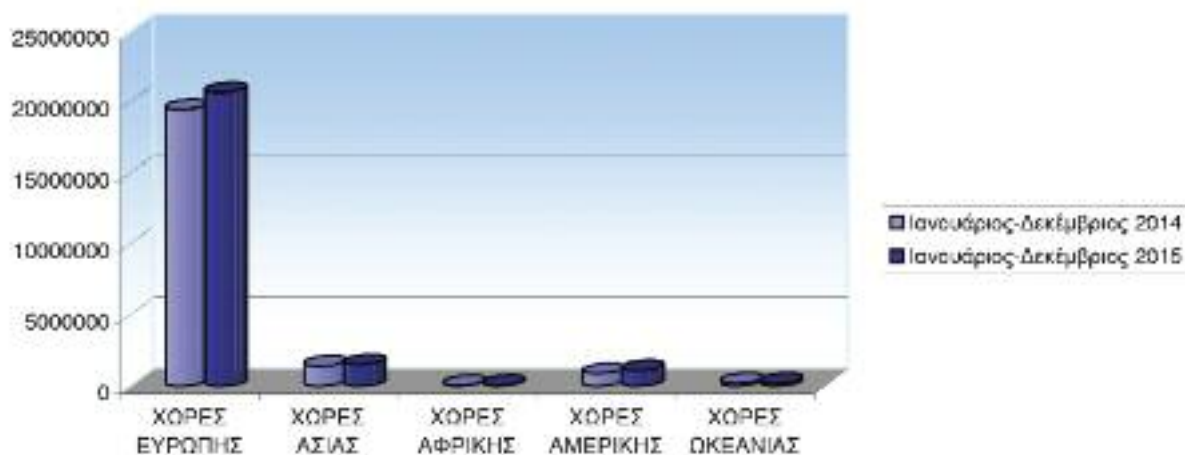
## ΑΦΙΞΕΙΣ ΜΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Από τα στοιχεία της Έρευνας Συνόρων που διενεργεί η ΤτΕ προκύπτει ότι, κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2015, οι αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό αυξήθηκαν κατά 7,1%, σε σύγκριση με αυτές της αντίστοιχης περιόδου Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2014.

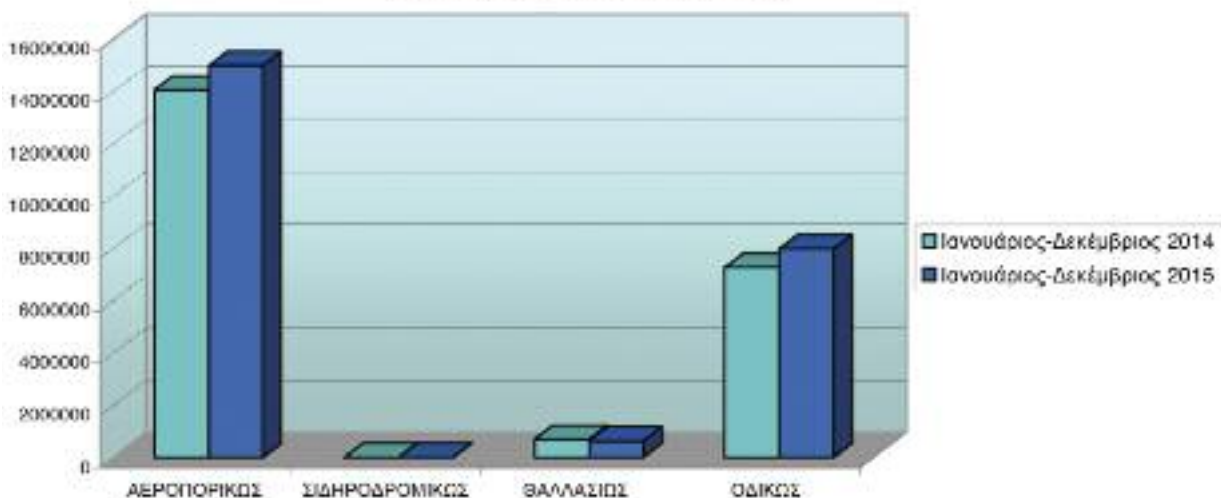
Αναλυτικότερα, οι αφίξεις από την Ευρώπη, στην οποία αναλογεί το μεγαλύτερο μερίδιο των αφίξεων (87,8%), παρουσίασαν την περίοδο Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2015 αύξηση 6,4%, έναντι της αντίστοιχης περιόδου Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2014, ενώ από τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, κατεγράφη αύξηση 13,0%. Σημαντική αύξηση των αφίξεων από τις

χώρες της Ευρώπης, σε απόλυτες τιμές, παρατηρείται από την Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας (ΠΓΔΜ) (28,8%), τη Βουλγαρία (23,9%), τη Γερμανία (14,3%), το Ηνωμένο Βασίλειο (14,7%), την Ιταλία (21,3%) και την Πολωνία (28,1%), ενώ σημαντική μείωση σε απόλυτες τιμές, παρατηρείται από τη Ρωσία (-59,0%) και τη Σερβία (-26,2%). Αύξηση των αφίξεων παρατηρείται και από τις υπόλοιπες ηπείρους. Σημαντική αύξηση των αφίξεων, σε απόλυτες τιμές, παρατηρείται από την Αμερική με μεγάλη συμβολή από τις ΗΠΑ (3,2%) και από την Ασία με μεγάλη συμβολή αφίξεων από την Τουρκία (4,9%).

Αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα από το Εξωτερικό:  
Ιανουάριος - Δεκέμβριος 2014-2015



Αφίξεις μη κατοίκων κατά μέσο μεταφοράς  
Ιανουάριος - Δεκέμβριος 2014- 2015



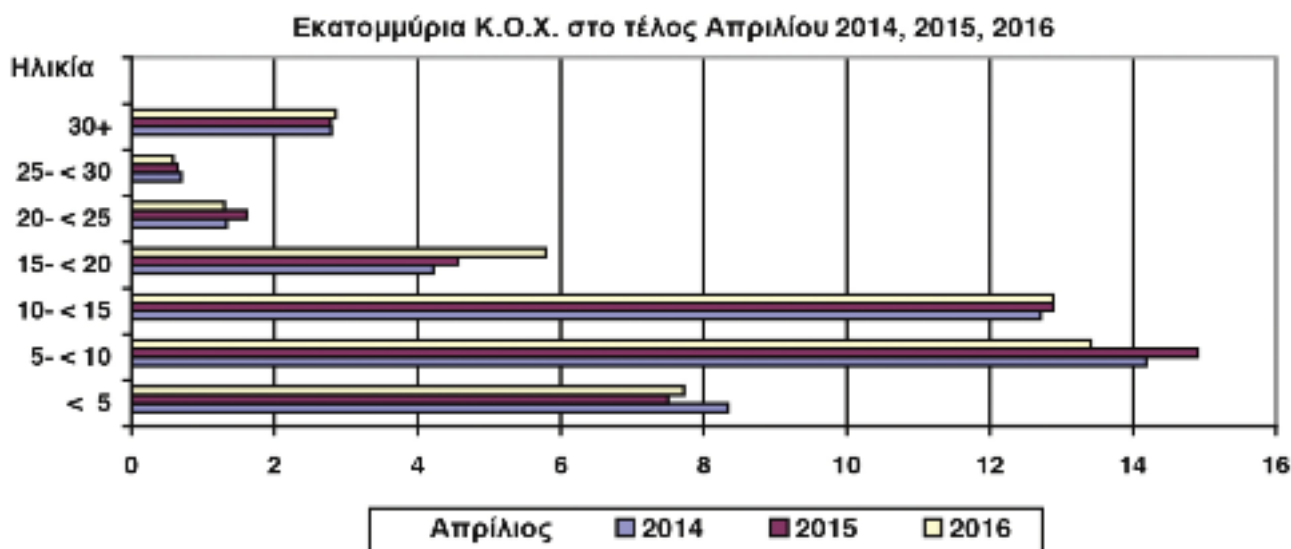


## ΔΥΝΑΜΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΣΤΟΛΟΥ

Η Δύναμη του Ελληνικού Εμπορικού Στόλου, από πλοία 100 ΚΟΧ και άνω, το μήνα Απρίλιο 2016 σε σύγκριση με την αντίστοιχη Δύναμη του Απριλίου 2015, παρουσίασε αύξηση κατά 0,2% έναντι μείωσης 2,2% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014.

Η Ολική Χωρητικότητα του Ελληνικού Εμπορικού Στόλου, από πλοία 100 ΚΟΧ και άνω, το μήνα Απρίλιο 2016 σε σύγκριση με την αντίστοιχη χωρητικότητα του Απριλίου 2015, παρουσίασε μείωση 0,7%, έναντι αύξησης 1,4% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014.

### Κατανομή των ελληνικών εμπορικών πλοίων 100 Κ.Ο.Χ και άνω, κατά ομάδες ηλικιών



# Περιφερειακά Τμήματα Ο.Ε.Ε.

## 1<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΘΡΑΚΗΣ

Διεύθυνση: Μ. Βασιλείου 3,  
69100, Κομοτηνή  
Τηλέφωνα: 25310 -23035  
Fax: 25310 - 82992  
Email: oee1pt@oe-e.gr

## 2<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Διεύθυνση: Μεραρχίας 14, 62100 - Σέρρες  
Τηλέφωνα: 23210 - 67970 / 98127  
Fax: 23210 - 52062  
Email: oee2pt@oe-e.gr

Γραφείο του Περιφερειακού Τμήματος λειτουργεί και στην  
Καβάλα (Βενιζέλου 34, 65403, Καβάλα -  
τηλ.: 2510-232966)

## 3<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Διεύθυνση: Αριστοτέλους 26,  
54623, Θεσσαλονίκη  
Τηλέφωνα: 2310 - 275727 / 275728  
Fax: 2310 - 275728  
Email: oee3pt@oe-e.gr

## 4<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΚΕΝΤΡΟΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Διεύθυνση: Μαλακούση 10, 59131, Βέροια  
Τηλέφωνα: 23310 - 29111  
Fax: 23310 - 72033  
Email: oee4pt@oe-e.gr

## 5<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Διεύθυνση: Κωστή Παλαμά 6, 50132, Κοζάνη  
Τηλέφωνα: 24610 - 27783 / 37462  
Fax: 24610 37462  
Email: oee5pt@oe-e.gr

## 6<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΗΠΕΙΡΟΥ

Διεύθυνση: Ν Ζέρβα 28-30, 45332, Ιωάννινα  
Τηλέφωνα: 26510 - 70400  
Fax: 26510 - 72194  
Email: oee6pt@oe-e.gr / www.oee-epirus.gr

## 7<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Διεύθυνση: Παπαναστασίου 21,  
41222, Λάρισα  
Τηλέφωνα: 2410 - 531422  
Fax: 2410 - 533123  
Email: oee7pt@oe-e.gr

## 8<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Διεύθυνση: Διάκου και Ανιάνων 2,  
35131, Λαμία  
Τηλέφωνα: 22310 - 42511  
Fax: 22310 - 38882  
Email: oee8pt@oe-e.gr

## 9<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Διεύθυνση: Λ. Χαΐνα 75 & 25ης Μαρτίου, 34132, Χαλκίδα  
Τηλέφωνα: 22210 - 60669  
Fax: 22210 - 80710 / 80894  
Email: oee9pt@oe-e.gr

## 10<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΒΟΡΕΙΟΔΥΤΙΚΗΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ & ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Διεύθυνση: Ζαΐμη 21, 26223, Πάτρα  
Τηλέφωνα: 2610 - 221645, 241183  
Fax: 2610 - 273767  
Email: oee10pt@oe-e.gr

## 11<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΝΟΤΙΟΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Διεύθυνση: Πλ. Κολοκοτρώνη 8,  
22100, Τρίπολη  
Τηλέφωνα: 2710 - 233582  
Fax: 2710 - 225048  
Email: oee11pt@oe-e.gr

## 12<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ

Διεύθυνση: Γ. Σεφέρη 80, Εμπορικό Κέντρο ΜΗΔΙΑ, 85100,  
Ρόδος  
Τηλέφωνα: 22410 - 66660 / 22410 - 60193  
Fax: 22410 - 60197  
Email: oee12pt@oe-e.gr

## 13<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

Διεύθυνση: Ελ. Βενιζέλου 6B,  
81100, Μυτιλήνη  
Τηλέφωνα: 22510 - 37367  
Fax: 22510 - 25634  
Email: oee13pt@oe-e.gr

## 14<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Διεύθυνση: Εθν. Αντίστασης 105,  
71306, Ηράκλειο  
Τηλέφωνα: 2810 - 223997 / 2810 - 332837 / 2810 301935  
Fax: 2810 - 224595  
Email: oee14pt@oe-e.gr

## 15<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Διεύθυνση: Μυλωνογιάννη 15 Α και Κριάρη 2ος όροφος,  
73100, Χανιά  
Τηλέφωνα: 28210 - 94505 / 28210 - 95001  
Fax: 28210 - 76186  
Email: oee15pt@oe-e.gr

## 16<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

Διεύθυνση: Σπύρου Σαμαρά 2,  
49132, Κέρκυρα  
Τηλέφωνα: 26610 - 41148  
Fax: 26610 - 42388  
Email: oee16pt@oe-e.gr



# Άνοιξε την αγκαλιά σου

## γίνε και συ **Νονός** της Unicef

### Αγκάλιασε τα παιδιά που έχουν ανάγκη

Το πρόγραμμα «Νονός» είναι ένα από τα πιο σημαντικά προγράμματα της UNICEF. Δεν είναι υιοθεσία ενός ή περισσότερων παιδιών! Ούτε παρακολούθηση ενός παιδιού κατά τη διάρκεια της ζωής του. Η UNICEF θα φροντίσει για την υγεία και την ανάπτυξη πολλών παιδιών.

«Νονός» της UNICEF σημαίνει περισσότερη βοήθεια για όλα τα παιδιά που τη χρειάζονται. Συμμετέχοντας στο πρόγραμμα αυτό μας δίνετε τη δυνατότητα για πιο μακροχρόνιο και σωστότερο σχεδιασμό δράσης προς όφελος των παιδιών αυτών.

Με 20€ το μήνα μπορείτε να γίνετε «Νονός» και να αγκαλιάσετε τα παιδιά που σας έχουν τόσο ανάγκη. Να τους εξασφαλίσουμε μαζί φαγητό, σχολείο, ζεστασιά.

Είναι εύκολο να συμμετάσχετε στο πρόγραμμα. Απλά συμπληρώστε το κουπόνι που ακολουθεί με τα πλήρη στοιχεία σας και στείλτε το στη UNICEF. Εμείς θα σας στείλουμε τις απαραίτητες πληροφορίες για να σας εξυπηρετήσουμε στη συμμετοχή σας.

**Άνοιξε λοιπόν τώρα και συ την αγκαλιά σου στα παιδιά που σε χρειάζονται περισσότερο και γίνε και συ Νονός της UNICEF.**

Επιθυμώ να συμμετέχω στο πρόγραμμα «Νονός» της UNICEF

Επώνυμο: \_\_\_\_\_

Όνομα: \_\_\_\_\_ Επάγγελμα: \_\_\_\_\_

Διεύθυνση: \_\_\_\_\_ Πόλη: \_\_\_\_\_

Τ.Κ.: \_\_\_\_\_ Τηλ. Οικίας: \_\_\_\_\_ Τηλ. Εργασίας: \_\_\_\_\_



Ανδρέα Δημητρίου 8 & Τζων Κέννεντυ 37, 161 21 Καισαριανή  
Τηλ. 210 72 55 555, [www.unicef.gr](http://www.unicef.gr)

Ημερομηνία: \_\_\_\_\_ Υπογραφή: \_\_\_\_\_

Συμπληρώστε το κουπόνι και ταχυδρομήστε το στη UNICEF, Ανδρέα Δημητρίου 8 & Τζων Κέννεντυ 37, 161 21 Καισαριανή ή στείλτε το στο Fax 210 72 52 555

Η UNICEF ελπίζει να ενισχυθεί η αλληλεγγύη σου.



ΤΟ ΣΩΜΑ ΟΡΚΩΤΩΝ ΕΛΕΓΚΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΩΝ  
ΚΑΙ ΤΟ ΣΩΜΑ ΟΡΚΩΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΩΝ ΕΧΟΥΝ ΙΔΡΥΣΕΙ ΤΟ

# ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΩΜΑΤΟΣ ΟΡΚΩΤΩΝ ΕΛΕΓΚΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΩΝ

## Μ Ε Τ Κ Ε Λ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΕΛΕΓΚΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΩΝ

ΤΟ ΔΙΕΤΕΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ που εξασφαλίζει

- Επαγγελματική Μεταπτυχιακή Κατάρτιση
- Επιμόρφωση των μελών του ΣΟΕΛ και
- Επιμόρφωση στελεχών επιχειρήσεων  
στο αντικείμενο της Εφαρμοσμένης Ελεγκτικής και Λογιστικής

**Οι απόφοιτοί του, έχοντας και την κατάλληλη ελεγκτική προϋπηρεσία, αποκτούν την άδεια ασκήσεως επαγγέλματος του Ορκωτού Ελεγκτή Λογιστή (ΟΕΛ).**

- Συνεργασία με το **Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ)**: για 10<sup>η</sup> χρονιά συνεχίζεται με επιτυχία η λειτουργία του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (MSc) στην Εφαρμοσμένη Ελεγκτική και Λογιστική. Σπουδαστές του Προγράμματος, μπορούν να συμμετέχουν στις επαγγελματικές εξετάσεις του **ΣΟΕΛ** και, μετά την απαραίτητη προϋπηρεσία, να αποκτούν την άδεια ασκήσεως επαγγέλματος **ΟΕΛ**. Αντιστοίχως, και κατόπιν εξετάσεων σε ορισμένα αντικείμενα, το **ΕΚΠΑ** παρέχει τον τίτλο MSc στην Εφαρμοσμένη Ελεγκτική και Λογιστική στους αποφοίτους του **ΙΕΣΟΕΛ**.
- Συνεργασία με το **Πανεπιστήμιο Μακεδονίας** στο ίδιο πλαίσιο αρχών συνεργασίας με το **ΕΚΠΑ** από το 2013.
- Συνεργασία με το **ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας** στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών στην Εφαρμοσμένη Λογιστική και Ελεγκτική.
- Συνεργασία με την **Ένωση Ορκωτών Λογιστών Αγγλίας – Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)**: οι απόφοιτοι του **ΙΕΣΟΕΛ**, εξεταζόμενοι στα πέντε (5) μαθήματα του Επαγγελματικού Επιπέδου, μπορούν να αποκτήσουν τον επαγγελματικό τίτλο του **ACCA**. Επίσης, όσοι ενδιαφέρονται, μπορούν να συμμετέχουν στο Κοινό Σχήμα Εξετάσεων **JES**, που παρέχει τη δυνατότητα κατοχής των επαγγελματικών τίτλων και των δύο φορέων, **ΣΟΕΛ** και **ACCA**.
- Συνεργασία με το **Ινστιτούτο Ορκωτών Λογιστών Αγγλίας και Ουαλίας – The Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW)**: οι απόφοιτοι του **ΙΕΣΟΕΛ**, εξεταζόμενοι μόνο σε τέσσερα (4) μαθήματα του Ανώτερου Επιπέδου, μπορούν να αποκτήσουν τον επαγγελματικό τίτλο του **ICAEW**. Ταυτόχρονα, λειτουργεί Πρόγραμμα Πιστοποίησης Μελών (**AMP**) που επιτρέπει την απόκτηση της ιδιότητας του μέλους και των δύο Ινστιτούτων, **ΣΟΕΛ** και **ICAEW**.
- Το **ΙΕΣΟΕΛ** ως επίσημος εκπαιδευτικός φορέας στην Ελλάδα, έχει αναλάβει από το 2009 τη διαρκή επιμόρφωση των Ορκωτών Ελεγκτών Λογιστών, όπως προβλέπεται από τις διατάξεις του άρθρου 11 του Ν. 3693/2008, με την οργάνωση ειδικών σεμιναρίων.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε την ιστοσελίδα του ΣΟΕΛ

[www.soel.gr](http://www.soel.gr) - [www.iesoel.gr](http://www.iesoel.gr) - email: [info@soel.gr](mailto:info@soel.gr)

ΑΘΗΝΑ: Καποδιστρίου 28, 10682 - τηλ 210 3891400 - φαξ 210 3825159

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: Γιαννιτσών 31 & ΚARIOΦΥΛΛΗ, 54627 - τηλ 2310 502980 - φαξ 2310 566387