



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Διοίκηση

Master in Business Administration

Επιχειρήσεων



Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

**«Οι επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19 στον ελληνικό τουρισμό
και το νέο τοπίο.»**

Ψαράκη Μαρία

Χανιά, 2024

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε για την απόκτηση του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων - Master in Business Administration» (ειδίκευση «MARKETING»), που απονέμει η Σχολή Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης.

Εγκρίθηκε την 18-09-2024 από την εξεταστική επιτροπή:

1. Στέλιος Τσαφάρκης- αναπληρωτής καθηγητής
2. Μιχαήλ Δούμπος- καθηγητής
3. Γεώργιος Ατσαλάκης- αναπληρωτής καθηγητής

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την συγκεκριμένη μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία αφενός ολοκληρώνονται οι σπουδές μου στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα με τίτλο «Διοίκηση Επιχειρήσεων- Master in Business Administration (MBA)» του Πολυτεχνείου Κρήτης και με ειδίκευση στο Μάρκετινγκ και αφετέρου φτάνει στο τέλος του το ταξίδι των γνώσεων και των εμπειριών που αποκόμισα μέσα από το συγκεκριμένο πρόγραμμα.

Σε όλο αυτό το ταξίδι είχα συνοδοιπόρους μου, τους καθηγητές του προγράμματος που παρόλη τη δυσκολία των διαδικτυακών μαθημάτων, εκείνοι έδωσαν τον καλύτερο τους εαυτό τους, ώστε σήμερα να λεγόμαστε επιστήμονες και να κατέχουμε έναν τέτοιο τίτλο. Ευχαριστώ λοιπόν όλους τους καθηγητές για τις συμβουλές τους, τις γνώσεις τους και την συμπαράσταση τους καθ' όλη τη διάρκεια του προγράμματος.

Ιδιαίτερα θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Στέλιο Τσαφαράκη καθηγητή του Πολυτεχνείου Κρήτης και επιβλέποντα της συγκεκριμένης εργασίας για την καθοδήγηση του και τις συμβουλές του, ώστε να εκπονηθεί με επιτυχία η διπλωματική μου εργασία.

Τέλος, ευχαριστώ την οικογένεια μου για την έμπρακτη συμπαράσταση τους και την ενθάρρυνση τους στη διάρκεια του μεταπτυχιακού μου προγράμματος.

Περίληψη

Στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας αφενός είναι η ανάλυση των επιπτώσεων στην τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας την περίοδο της υγειονομικής κρίσης COVID-19 και αφετέρου η νέα κατάσταση πραγμάτων, με την οποία καλείται να συνεχίσει να επιβιώσει το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Αρχικά θα μελετηθεί η έννοια της πανδημίας και θα παρουσιαστούν ορισμένες έννοιες, ώστε να αντιληφθεί - ακόμη περισσότερο- ο αναγνώστης τι σημαίνει πανδημία. Στη συνέχεια, θα αναλυθεί πώς το μέτρο αντιμετώπισης της πανδημίας, δηλαδή η καραντίνα, αλλά και ο τεράστιος οικονομικός αντίκτυπος που είχε η πανδημία στον Έλληνα αλλά και στον ξένο επισκέπτη, επηρέασαν τις μετακινήσεις και γενικότερα τα ταξίδια στην Ελλάδα, αφού ένα από τα κυριότερα φαινόμενα της πανδημίας ήταν η πρωτόγνωρη μείωση των ταξιδιών σε παγκόσμιο επίπεδο. Ακόμη, θα μελετηθούν ποιες είναι οι επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου που πλήγηκαν περισσότερο αυτήν την περίοδο, με αποτέλεσμα να επέλθει το φαινόμενο της ύφεσης του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα. Τέλος θα αναλυθεί η νέα πραγματικότητα που δημιουργήθηκε μετά το πέρας της πανδημίας COVID-19 στην οποία καλείται να ανταπεξέλθει ο ελληνικός τουρισμός, αλλά και πώς αντέδρασε και αντιδράει η τουριστική βιομηχανία σε αυτήν την κατάσταση.

Η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία, παρουσιάζει ενδιαφέρον, καθώς ο τουρισμός είναι ένας από τους βασικότερους οικονομικούς τομείς και πηγή εσόδων στη χώρα μας και στόχο έχει κυρίως την κατανόηση και ενημέρωση του αναγνώστη για τις συνέπειες που κλήθηκε και θα κληθεί να αντιμετωπίσει η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα.

Λέξεις κλειδιά: τουριστικό προϊόν, ελληνικός τουρισμός, οικονομική κρίση, υγειονομική κρίση, πανδημία COVID-19, οικονομικές επιπτώσεις, μετακινήσεις, καραντίνα, νέα κατάσταση.

Abstract

The aim of this dissertation is, on the one hand, the analysis of the effects on the tourism industry of Greece during the period of the health crisis COVID-19 and on the other hand the new state of affairs, with which the Greek tourism product is called upon to continue to survive. First, the concept of pandemic will be studied, and certain concepts will be presented, so that the reader can understand - even more - what a pandemic means. Then, it will be analyzed how the measure to deal with the pandemic, i.e. the quarantine, but also the huge economic impact that the pandemic had on the Greek as well as on the foreign visitor, affected travel in Greece in general, since one of the main phenomena of the pandemic was the unprecedented reduction in travel worldwide. Furthermore, it will be studied which are the businesses in the tourism sector that were most affected during this period, resulting in the phenomenon of the recession of the tourism product in Greece. Finally, the new reality created after the end of the COVID-19 pandemic that Greek tourism has to cope with will be analyzed, but also how the tourism industry reacted and is reacting to this situation.

This particular thesis is of interest, as tourism is one of the main economic sectors and a source of income in our country and its main goal is to understand and inform the reader about the consequences that the tourism industry in Greece has been and will be faced with.

Key words: tourist product, Greek tourism, economic crisis, health crisis, COVID-19 pandemic, economic impact, travel, quarantine, new situation.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη.....	4
Abstract	5
Πίνακας περιεχομένων.....	6
Κατάλογος Εικόνων.....	8
1. Εισαγωγή - ο τουρισμός.....	9
2. Ο τουρισμός στην Ελλάδα και οι μορφές του	13
2.1. Ιστορική Αναδρομή – Στοιχεία	13
2.2. Μορφές τουρισμού	16
3. Η πανδημία	19
3.1. Μέτρα προστασίας.....	19
3.2. Μέτρα στήριξης του κλάδου.....	20
3.3. Επίδραση στον Τουρισμό	23
4. Ο τουρισμός μετά την πανδημία	27
4.1. Στοιχεία τουριστικής δραστηριότητας σε παγκόσμια κλίμακα.....	27
4.2. Στοιχεία τουριστικής δραστηριότητα στην Ελλάδα	30
5. Ειδική επίδραση σε μορφές τουρισμού.....	35
5.1. Μαζικός τουρισμός.....	35
5.1.1. Θερινός και Χειμερινός τουρισμός.....	35
5.1.2. Μορφές με βάση το κατάλυμα	37
5.1.3. Περιηγητικός τουρισμός	40
5.1.4. Πολιτιστικός τουρισμός	41
5.1.5. Συνεδριακός τουρισμός	43
5.1.6. Τουρισμός των πόλεων (city breaks).....	44
5.2. Οι μορφές του τουρισμού που αναδείχθηκαν περισσότερο μετά την πανδημία	47

5.2.1.	Αγροτικός τουρισμός.....	47
5.2.2.	Βιώσιμος τουρισμός	49
5.2.3.	Τουρισμός ευεξίας	50
6.	Συμπεράσματα	53
6.1.	Περίληψη κύριων ευρημάτων	53
6.2.	Συγκριτική ανάλυση με τη βιβλιογραφία.....	54
6.3.	Συνεισφορά της έρευνας	55
6.4.	Μελλοντικές προκλήσεις	55
6.5.	Τελική ανακεφαλαίωση	58
	Αναφορές.....	59
	Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία.....	59
	Ελληνική Βιβλιογραφία.....	64

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1 - Πληρότητα κλινών 2019 – 2020	26
Εικόνα 2 - Μείωση τουριστικής δραστηριότητας.....	28
Εικόνα 3 - Σύγκριση τουρισμού 2019-2022 (κρατήσεις).....	31
Εικόνα 4 - Σύγκριση τουρισμού 2019-2022 (κέρδη)	31
Εικόνα 5 - Εξέλιξη απασχόλησης 2019-2022.....	33
Εικόνα 6 - Χώρες προέλευσης με τις περισσότερες αφίξεις	34
Εικόνα 7 - Χώρες προέλευσης με τις περισσότερες εισπράξεις	34
Εικόνα 8 - Επισκέπτες & Εισπράξεις Μουσείων-Αρχαιολογικών χώρων	42
Εικόνα 9 - Δίκτυο παραδοσιακών οικισμών	48

1. Εισαγωγή - ο τουρισμός

Ο τουρισμός είναι μια κατάσταση κατά την οποία οι πολίτες μετακινούνται μόνοι τους ή σε ομάδες σε διαφορετικούς προορισμούς για να ικανοποιήσουν τις ψυχαγωγικές τους ανάγκες. Ο προορισμός αυτός μπορεί να βρίσκεται τόσο εντός της χώρας που μένει, όσο και στο εξωτερικό. Επίσης λαμβάνει διάφορες μορφές που καθορίζονται από τους λόγους που πραγματοποιείται, την χρονική διάρκεια του ταξιδιού, την περίοδο του ταξιδιού, τα χαρακτηριστικά του προορισμού, κ.α. Αυτές οι διαφορετικές μορφές θα παρουσιαστούν σε επόμενο κεφάλαιο της εργασίας.

Ως προς την οικονομία μιας χώρας, τουρισμός είναι μια πολύπλευρη βιομηχανία που επηρεάζεται από ένα ευρύ φάσμα παραγόντων. Αυτοί οι παράγοντες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε οικονομικούς, κοινωνικο-πολιτιστικούς, περιβαλλοντικούς, πολιτικούς, τεχνολογικούς και άλλους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση ενός ή μιας ομάδας ατόμων να μετακινηθούν σε κάποιον προορισμό.

Για τους οικονομικούς παράγοντες, η οικονομική ευημερία τόσο των χωρών προέλευσης όσο και των χωρών προορισμού επηρεάζει σημαντικά τον τουρισμό. Τα υψηλότερα επίπεδα εισοδήματος αυξάνουν το διαθέσιμο εισόδημα προς τέτοιες δαπάνες, επιτρέποντας σε περισσότερους ανθρώπους να ταξιδεύουν και να διαθέσουν περισσότερο εισόδημα. Επίσης για τις χώρες προορισμού, η οικονομική ευημερία συνδέεται κατά κάποιον τρόπο με τις υποδομές της που όσο καλύτερες είναι, τόσο πιο θελκτικός είναι ο προορισμός. Η οικονομική ανάπτυξη στις αναπτυσσόμενες χώρες έχει ιδιαίτερη επιρροή στην επέκταση της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς (World Tourism Organization, 2018). Οι διακυμάνσεις στις συναλλαγματικές ισοτιμίες μπορούν να κάνουν τα ταξίδια σε ορισμένους προορισμούς περισσότερο ή λιγότερο προσιτά, επηρεάζοντας έτσι τις τουριστικές ροές. Για παράδειγμα, ένα ισχυρότερο νόμισμα στη χώρα προορισμού μπορεί να αποτρέψει τους επισκέπτες, ενώ ένα πιο αδύναμο νόμισμα μπορεί να τους προσελκύσει (Song, Dwyer, Li, & Cao, 2012). Η διαθεσιμότητα και η ποιότητα της τουριστικής υποδομής, συμπεριλαμβανομένων των αεροδρομίων, των ξενοδοχείων και των αξιοθέατων, είναι ιδιαίτερης σημασίας για την προσέλκυση τουριστών. Η δημιουργία υποδομών μπορεί επίσης να ενισχύσει σημαντικά την ελκυστικότητα ενός προορισμού (Seetanah, 2011).

Τον τουρισμό επηρεάζουν επίσης και διάφοροι κοινωνικοί παράγοντες. Η παρουσία ιστορικών τοποθεσιών, μουσείων, γενικότερων σημείων ενδιαφέροντος, πολιτιστικών φεστιβάλ και μοναδικών παραδόσεων μπορεί να προσελκύσει τουρίστες. Προορισμοί με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, όπως η Ιταλία και η Ελλάδα, παρουσιάζουν υψηλές τουριστικές εισροές λόγω της ιστορικής τους σημασίας όπως αναφέρει ο Richards (2018). Οι αντιλήψεις για την ασφάλεια είναι ζωτικής και ιδιαίτερης σημασίας για τον τουρισμό. Οι περιοχές που αντιμετωπίζουν πολιτική αστάθεια, υψηλά ποσοστά εγκληματικότητας ή τρομοκρατικές απειλές παρατηρούν μείωση του αριθμού των τουριστών (Neumayer, 2004). Αυτό ισχύει και για συγκεκριμένες περιοχές εντός χώρας ή ακόμη και εντός πόλεων που δημιουργεί έντονες αντιθέσεις εντός αυτών των περιοχών. Ακόμη, η άνοδος των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης έχει σημαντικό αντίκτυπο στον τουρισμό. Οι πλατφόρμες αυτές έχουν ενσωματωμένο ένα ισχυρό και διαδεδомένο σύστημα κριτικών, προτάσεων, διαμοιρασμού των εμπειριών των χρηστών με οπτικοακουστικό υλικό. Οι θετικές κριτικές, τα ταξιδιωτικά ιστολόγια και οι προτάσεις από influencers μπορούν να ενισχύσουν τη δημοτικότητα ενός προορισμού (Leung et al., 2013).

Κάποιοι περιβαλλοντικοί παράγοντες είναι επίσης σημαντικοί. Τα φυσικά χαρακτηριστικά όπως οι παραλίες, τα βουνά και η άγρια ζωή είναι σημαντικά τουριστικά αξιοθέατα. Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι ιδιαίτερα σημαντικά για κάποιους τύπους τουρισμού. Η βιώσιμη διαχείριση αυτών των πόρων είναι απαραίτητη για τη διατήρηση της ελκυστικότητάς τους (Buckley, 2012). Η κλιματική αλλαγή επηρεάζει επίσης τον τουρισμό μέσω αλλαγών καιρικών συνθηκών, ανόδου της στάθμης της θάλασσας και αυξημένης συχνότητας φυσικών καταστροφών. Οι προορισμοί που εξαρτώνται από συγκεκριμένα κλίματα, όπως τα χιονοδρομικά κέντρα, είναι ιδιαίτερα ευάλωτοι (Gössling et al., 2012). Οι πολιτικές διατήρησης του περιβάλλοντος και οι πρακτικές αειφόρου τουρισμού μπορούν να ενισχύσουν την ελκυστικότητα ενός προορισμού για ταξιδιώτες με οικολογική συνείδηση (Dodds, et al., 2010).

Οι πολιτικοί παράγοντες είναι επίσης σημαντικοί για την απόφαση για τουρισμό. Η κρατική υποστήριξη και δημιουργία υποδομών ή με τη μορφή πολιτικών και κανονισμών μπορεί να επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τον τουρισμό. Οι πολιτικές θεωρήσεων, η φορολογία και οι επενδύσεις στην τουριστική προώθηση είναι βασικοί παράγοντες (Hall, 2005). Η πολιτική σταθερότητα είναι θεμελιώδης προϋπόθεση για

την προσέλκυση τουριστών. Οι χώρες που βιώνουν πολιτική αναταραχή ή αστάθεια βλέπουν συχνά μια απότομη μείωση στις αφίξεις τουριστών (Neumayer, 2004). Οι διπλωματικές σχέσεις μεταξύ των χωρών μπορούν να επηρεάσουν τις τουριστικές ροές. Ακόμη οι θετικές διμερείς σχέσεις μπορούν να οδηγήσουν σε συμφωνίες που διευκολύνουν τα ταξίδια (Gössling & Hall, 2006).

Τέλος, οι τεχνολογικοί παράγοντες είναι επίσης σημαντικοί και έχουν χαρακτηρίσει τον τουρισμό σε διαφορετικές του όψεις ιδιαίτερα στη σύγχρονη περίοδο. Η έλευση των τεχνολογικών εφαρμογών έχει μεταμορφώσει την τουριστική βιομηχανία. Οι διαδικτυακές πλατφόρμες κρατήσεων, οι εικονικές περιηγήσεις και οι εφαρμογές για κινητά βελτιώνουν την ταξιδιωτική εμπειρία και την προσβασιμότητα (Buhalis & Law, 2008). Η πρόοδος στην τεχνολογία των μεταφορών, που περιλαμβάνει και την ανάπτυξη αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους και τρένων υψηλής ταχύτητας, έχουν κάνει τα ταξίδια πιο προσιτά και προσβάσιμα στο ευρύ κοινό, ενισχύοντας έτσι τον τουρισμό (Lohmann & Duval, 2011). Η συνεχής καινοτομία στις τουριστικές υπηρεσίες, όπως εξατομικευμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες και έξυπνος τουρισμός, μπορεί να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες προσφέροντας μοναδικές και εξατομικευμένες εμπειρίες (Neuhofner, et al., 2015). Σε γενικές γραμμές, οι παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό είναι διαφορετικοί και αλληλένδετοι, καλύπτοντας οικονομικές, κοινωνικο-πολιτιστικές, περιβαλλοντικές, πολιτικές και τεχνολογικές διαστάσεις. Η κατανόηση αυτών των παραγόντων είναι απαραίτητη για τα ενδιαφερόμενα μέρη της τουριστικής βιομηχανίας ώστε να αναπτύξουν αποτελεσματικές στρατηγικές και πολιτικές για την προσέλκυση και διατήρηση τουριστικών εισροών.

Ο βασικός στόχος της παρούσας εργασίας είναι η καταγραφή των επιπτώσεων της πανδημίας στον τουρισμό. Επίσης θα αναδείξει ποιες μορφές τουρισμού επηρεάστηκαν περισσότερο από άλλες και για ποιους λόγους. Επιδιώκει να αναλύσει τις αλλαγές στην τουριστική συμπεριφορά, τις αλλαγές στις ιεραρχήσεις των τουριστών αλλά και τις αλλαγές στο οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον στη χώρα μας.

Η εργασία ξεκινάει με το εισαγωγικό κεφάλαιο που περιλαμβάνει μια εισαγωγή στο θέμα της εργασίας, τους βασικούς στόχους της και τη δομή που θα ακολουθηθεί για τη διεκπεραίωσή της. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η σημαντικότητα του

τουρισμού στη χώρα μας, μια ιστορική αναδρομή και οι μορφές που λαμβάνει σήμερα ο τουρισμός. Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στην πανδημία που ήταν σημείο – σταθμός για τον τουρισμό στη χώρα μας αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Η πανδημία αναφέρεται σαν σημείο που άλλαξε τον τουρισμό σε μεγάλο βαθμό. Το τέταρτο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στον τουρισμό μετά την πανδημία και τα στοιχεία για την τουριστική δραστηριότητα σε ελληνικό και σε διεθνές επίπεδο. Το πέμπτο κεφάλαιο αφορά την ειδική επίδραση της πανδημίας στην κάθε μορφή του τουρισμού στη χώρα μας. Τέλος, το έκτο κεφάλαιο είναι τα συμπεράσματα της εργασίας, η σύγκριση με άλλες μελέτες και οι προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

2. Ο τουρισμός στην Ελλάδα και οι μορφές του

2.1.Ιστορική Αναδρομή – Στοιχεία

Η χώρα μας είναι γνωστή για την πλούσια φυσική και ιστορική της κληρονομιά, τα εκπληκτικά τοπία χειμώνα-καλοκαίρι και τη ζωντανή κουλτούρα της και άρα έχει έναν ισχυρό τουριστικό τομέα που διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην οικονομία της. Ο τουρισμός συχνά θεωρείται η βαριά βιομηχανία της χώρας, αφού ιδιαίτερα ο θερινός τουρισμός αποτέλεσε για πολλά χρόνια ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα της Ελλάδας.

Η Ελλάδα φιλοξενεί πολλά Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO, όπως η Ακρόπολη της Αθήνας, η αρχαία πόλη των Δελφών και η μεσαιωνική πόλη της Ρόδου. Αυτοί οι ιστορικοί τόποι, μαζί με μουσεία και πολιτιστικά φεστιβάλ, αποτελούν σημαντικά αξιοθέατα για τους τουρίστες. Επίσης, η ποικιλόμορφη γεωγραφία της, με τα όμορφα νησιά της όπως η Σαντορίνη, η Κρήτη και η Μύκονος, και οι γραφικές ηπειρωτικές περιοχές της όπως η Πελοπόννησος και η Θεσσαλία, την καθιστούν κορυφαίο προορισμό για παραλιακό τουρισμό, οικοτουρισμό και τουρισμό περιπέτειας. Όλα τα παραπάνω όμως δεν θα μπορούσαν να αποτελούν πόλο έλξης χωρίς τη διόγκωση του τομέα των υπηρεσιών και συγκεκριμένα του κλάδου φιλοξενίας. Πρόκειται για έναν τομέα ο οποίος είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος, με μεγάλη γκάμα καταλυμάτων από πολυτελή θέρετρα έως οικονομικά ξενοδοχεία, καθώς και πολλές επιλογές για φαγητό που αναδεικνύουν την ελληνική κουζίνα. Αυτός ο τομέας είναι ζωτικής σημασίας για την παροχή μιας ολοκληρωμένης και ικανοποιητικής τουριστικής εμπειρίας. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας διαδραματίζει και η εποχικότητα. Ο ελληνικός τουρισμός είναι άκρως εποχιακός, με περιόδους αιχμής κατά τους καλοκαιρινούς μήνες (Ιούνιος έως Αύγουστος) όταν οι τουρίστες συρρέουν στις παραλίες και τα νησιά. Αυτή η εποχικότητα επηρεάζει τα πρότυπα απασχόλησης και εσόδων στον τουριστικό τομέα. Όμως, παρά την έντονη εποχικότητα της θερινής περιόδου κατά την οποία η χώρα

μας είναι διαχρονικά ένας δημοφιλής προορισμός και από το εξωτερικό, ο χειμερινός τουρισμός είναι επίσης ακμάζων κατά τις τελευταίες δεκαετίες.

Ο τουρισμός είναι ζωτικός πυλώνας της ελληνικής οικονομίας όπως δείχνουν και τα οικονομικά στοιχεία διαχρονικά. Το 2019, ο τουρισμός συνεισέφερε περίπου 20,8% στο ΑΕΠ της Ελλάδας, αντικατοπτρίζοντας τη σημασία του στις οικονομικές δραστηριότητες (World Travel & Tourism Council, 2020). Αυτή η ουσιαστική συνεισφορά είναι αποτέλεσμα τόσο άμεσων όσο και έμμεσων επιπτώσεων, συμπεριλαμβανομένων των δαπανών για διαμονή, τρόφιμα και ποτά, μεταφορές και ψυχαγωγία, μεγέθη τα οποία σχετίζονται κατά την τουριστική περίοδο και συμπεριφορά. Οι επιχειρήσεις του κλάδου του τουρισμού είναι σημαντικός εργοδότης στην Ελλάδα, παρέχοντας θέσεις εργασίας σε σημαντικό μέρος του εργατικού δυναμικού. Το 2019, ο κλάδος αντιπροσώπευε περίπου το 21,7% της συνολικής απασχόλησης, αναδεικνύοντας τον ρόλο του στη δημιουργία θέσεων εργασίας και την οικονομική σταθερότητα (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2020). Ακόμη μια ένδειξη σημαντικότητας του κλάδου είναι το γεγονός ότι ο τουρισμός παράγει σημαντικά κέρδη σε ξένο συνάλλαγμα για την Ελλάδα. Η εισροή διεθνών τουριστών φέρνει πολύτιμο ξένο νόμισμα, το οποίο συμβάλλει στην εξισορρόπηση του εμπορικού ελλείμματος της χώρας και υποστηρίζει την οικονομική σταθερότητα (ΟΟΣΑ, 2020). Οι συνεχείς επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές, όπως αεροδρόμια, λιμάνια, δρόμοι και εγκαταστάσεις φιλοξενίας, είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση και την ενίσχυση της ελκυστικότητας της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Αυτές οι επενδύσεις όχι μόνο ενισχύουν τον τουριστικό τομέα αλλά συμβάλλουν και στη συνολική οικονομική ανάπτυξη (UNWTO, 2018). Τέλος, πρόκειται για έναν κλάδο ο οποίος είναι διαχρονικός και ανθεκτικός. Ο ελληνικός τουριστικός κλάδος έχει δείξει ανθεκτικότητα απέναντι στις οικονομικές κρίσεις. Κατά τη διάρκεια της ελληνικής χρηματοπιστωτικής κρίσης που άρχισε το 2009 και τυπικά τελείωσε το 2018, ο τουρισμός ήταν ένα κρίσιμο σωσίβιο που συνέβαλε στη διατήρηση της οικονομίας, παρέχοντας τα τόσο αναγκαία έσοδα και απασχόληση σε περιόδους προκλήσεων (Τράπεζα της Ελλάδος, 2019).

Κοιτώντας το μέλλον της χώρας, σε ότι αφορά τον τουρισμό, μία από τις κύριες προκλήσεις για τον κλάδο είναι η διασφάλιση βιώσιμων τουριστικών πρακτικών που προστατεύουν τη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά προάγοντας παράλληλα την οικονομική ανάπτυξη. Τέτοιες πρακτικές μπορούν να διατηρήσουν την τουριστική

αύξηση σε βιώσιμα επίπεδα και παράλληλα να συνεισφέρουν στην διατήρηση και αειφορία του φυσικού περιβάλλοντος, στο οποίο είναι βασισμένος ο τουρισμός σε μεγάλο βαθμό. Ο υπερτουρισμός, ιδιαίτερα σε δημοφιλείς προορισμούς όπως Ελληνικά νησιά (π.χ. Μύκονος – Σαντορίνη - Κρήτη), αποτελεί κίνδυνο για τη βιωσιμότητα του τουρισμού αλλά και των ίδιων των περιοχών αυτών (Dodds, Graci, & Holmes, 2010). Ακόμη ένα στοιχείο που αποτελεί πρόκληση για τον τουρισμό στη χώρα μας είναι η προσπάθεια διαφοροποίησης των τουριστικών προσφορών πέρα από το παραδοσιακό μοντέλο «ήλιου και θάλασσας», προσπάθεια που είναι απαραίτητη για τη μείωση της εποχικότητας και την προσέλκυση τουριστών όλο το χρόνο. Η προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός και ο τουρισμός ευεξίας μπορεί να βοηθήσει στην επίτευξη αυτού του στόχου (Gössling, Scott, Hall, Ceron, & Dubois, 2012). Για το λόγο αυτό, τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται διάφορα είδη τουρισμού στην Ελλάδα που διαφέρουν από το βασικό – κυρίαρχο μοντέλο τουρισμού. Αυτές οι μορφές στοχεύουν είτε τις ίδιες καταναλωτικές ομάδες είτε κάποιες συγκεκριμένες από αυτές. Αναλυτικά, θα παρουσιαστούν στη συνέχεια της διπλωματικής εργασίας. Μια τρίτη πρόκληση ήταν και εξακολουθεί να είναι στο βαθμό που κάποιες συνήθειες δεν άλλαξαν, η πανδημία. Η πανδημία COVID-19 επηρέασε σοβαρά τον παγκόσμιο τουρισμό, συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας. Η ανάκαμψη και η μελλοντική ανάπτυξη του κλάδου εξαρτώνται από το πόσο καλά μπορεί η χώρα μας να προσαρμοστεί στα νέα υγειονομικά πρωτόκολλα, τον ψηφιακό μετασχηματισμό και τις μεταβαλλόμενες τουριστικές προτιμήσεις (UNWTO, 2021).

Σε γενικές γραμμές τουριστικός τομέας στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από την πλούσια πολιτιστική του κληρονομιά, τα εκπληκτικά φυσικά τοπία και την καλά ανεπτυγμένη βιομηχανία φιλοξενίας. Από οικονομική άποψη, αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο της ελληνικής οικονομίας, συμβάλλοντας σημαντικά στο ΑΕΠ, την απασχόληση και τα έσοδα από συνάλλαγμα. Παρά τις προκλήσεις όπως η εποχικότητα και η ανάγκη για βιώσιμες πρακτικές, ο κλάδος έχει ελπιδοφόρες προοπτικές ανάπτυξης και διαφοροποίησης.

2.2.Μορφές τουρισμού

Η Ελλάδα προσφέρει μια ποικιλία μορφών τουρισμού που προσελκύουν εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Οι πιο σημαντικές μορφές τουρισμού στη χώρα μας είναι μεταξύ άλλων ο πολιτιστικός τουρισμός, ο θερινός και θαλάσσιος τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο τουρισμός υπαίθρου, ο βιώσιμος τουρισμός, ο ορειβατικός και πεζοπορικός τουρισμός, ο ιατρικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο τουρισμός ευεξίας, ο αγροτουρισμός, ο τουρισμός τρίτης ηλικίας και ο γαστρονομικός τουρισμός. Κάθε μία από αυτές τις μορφές αξιοποιεί την πλούσια φυσική και πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας, συμβάλλοντας σημαντικά στον τουριστικό τομέα της χώρας.

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ίσως η πιο σημαντική μορφή τουρισμού στην Ελλάδα, δεδομένης της πλούσιας ιστορίας της χώρας και της πληθώρας αρχαίων χώρων. Οι επισκέπτες συρρέουν στην Ελλάδα για να εξερευνήσουν τους πολυάριθμους αρχαιολογικούς της χώρους, μουσεία και πολιτιστικά ορόσημα. Τα βασικά αξιοθέατα περιλαμβάνουν την Ακρόπολη της Αθήνας, την αρχαία πόλη των Δελφών και τα ερείπια της Κνωσού στην Κρήτη. Φεστιβάλ, όπως το Φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου, που προβάλλει το ελληνικό δράμα και τη μουσική, ενισχύουν περαιτέρω την εμπειρία του πολιτιστικού τουρισμού (Richards, 2018). Λόγω του ότι πολλές από αυτές τις τοποθεσίες βρίσκονται σε μεγάλες πόλεις και κυρίως στην Αθήνα, αυτό ενισχύει και τον τουρισμό των πόλεων (city break), μια μορφή που έχει αρχίσει να αναδύεται το τελευταίο διάστημα και αφορά τον τουρισμό εντός μεγάλων πόλεων. Στα παραπάνω επίσης βοηθούν και διάφορες πλατφόρμες που έχουν αναπτυχθεί και προωθούν τον τουρισμό εντός των πόλεων με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Είτε προσφέροντας τουριστικά πακέτα για τη μετάβαση στον προορισμό, για ξεναγήσεις και για τα καταλύματά του.

Ο τουρισμός κατά τη θερινή περίοδο αποτελεί ακόμη έναν ακόμη σημαντικό πόλο έλξης για την Ελλάδα, με την εκτεταμένη ακτογραμμή της και τα πολυάριθμα νησιά που προσφέρουν εξαιρετικές παραλίες και κρυστάλλινα νερά. Δημοφιλείς προορισμοί είναι τα νησιά του Ιονίου, η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Ρόδος, καθώς και ηπειρωτικές τοποθεσίες όπως η Χαλκιδική και η Πελοπόννησος. Το μεσογειακό κλίμα εξασφαλίζει ζεστό καιρό και ηλιόλουστες μέρες, καθιστώντας την Ελλάδα μια

προνομιακή τοποθεσία για όσους αναζητούν τον ήλιο και τους λάτρεις των θαλάσσιων σπορ (Παπαγεωργίου, 2016).

Άλλη μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια είναι ο οικοτουρισμός που κερδίζει έδαφος στην Ελλάδα, καθώς περισσότεροι ταξιδιώτες αναζητούν βιώσιμες και βασισμένες στη φύση εμπειρίες. Τα ποικίλα τοπία της Ελλάδας, από ορεινές περιοχές έως καταπράσινα δάση και θαλάσσια περιβάλλοντα, παρέχουν άφθονες ευκαιρίες για οικοτουρισμό. Οι δραστηριότητες περιλαμβάνουν πεζοπορία στο φαράγγι του Βίκου, παρατήρηση πουλιών στους υγροτόπους της λίμνης Κερκίνης και εξερεύνηση στα θαλάσσια πάρκα της Αλοννήσου και της Ζακύνθου. Αυτές οι δραστηριότητες προωθούν την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και τις προσπάθειες διατήρησης (Buckley, 2012).

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι σημαντικός στην Ελλάδα λόγω της βαθιάς ρίζας της ορθόδοξης χριστιανικής κληρονομιάς. Προσκυνητές και θρησκευτικοί τουρίστες επισκέπτονται πολυάριθμα μοναστήρια, εκκλησίες και θρησκευτικούς χώρους. Το Άγιο Όρος, μια αυτόνομη μοναστική πολιτεία στη χερσόνησο της Χαλκιδικής, είναι σημαντικός τόπος προσκυνήματος, αν και η πρόσβαση είναι περιορισμένη στους άνδρες επισκέπτες. Άλλοι σημαντικοί θρησκευτικοί χώροι περιλαμβάνουν τα μοναστήρια των Μετεώρων, την Πάτμο (όπου ο Άγιος Ιωάννης έγραψε το Βιβλίο της Αποκάλυψης) και το νησί της Τήνου, γνωστό για την εκκλησία της Παναγίας της Ευαγγελίστριας (Vukonić, 1996).

Ο γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα προσελκύει λάτρεις του φαγητού που επιθυμούν να γνωρίσουν την παραδοσιακή ελληνική κουζίνα και τις τοπικές γαστρονομικές πρακτικές. Η ελληνική γαστρονομία φημίζεται για τη χρήση φρέσκων, τοπικών υλικών και την έμφαση που δίνει στις μεσογειακές γεύσεις. Οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν τοπικές σπεσιαλιτέ, να συμμετάσχουν σε μαθήματα μαγειρικής και να επισκεφθούν τοπικές αγορές και οινοποιεία. Ο γαστρονομικός τουρισμός όχι μόνο προσφέρει μια γεύση του ελληνικού πολιτισμού, αλλά υποστηρίζει επίσης την τοπική γεωργία και τους παραγωγούς τροφίμων (UNWTO, 2018).

Τέλος, ο τουρισμός all inclusive είναι μια μορφή που παρουσιάζει ιδιαίτερη ανάπτυξη τελευταία και αναφέρεται σε ταξιδιωτικά πακέτα που συνδυάζουν διαμονή, γεύματα, ποτά και διάφορες δραστηριότητες και ανέσεις για τα οποία ο ταξιδιώτης

πληρώνει μία ενιαία τιμή. Αυτός ο τύπος τουρισμού είναι ολοένα και πιο δημοφιλής και στην Ελλάδα, ιδιαίτερα σε οικογένειες, ζευγάρια και ταξιδιώτες που αναζητούν μια εμπειρία διακοπών χωρίς προβλήματα. Τα πακέτα all-inclusive παρέχουν μια βολική επιλογή για τους ταξιδιώτες, καθώς καλύπτουν τα περισσότερα έξοδα εκ των προτέρων, μειώνοντας την ανάγκη για ημερήσιο προϋπολογισμό και λήψη αποφάσεων κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Αυτό μπορεί να είναι ιδιαίτερα ελκυστικό για οικογένειες με παιδιά ή ομάδες που θέλουν να εξορθολογίσουν τον προγραμματισμό των διακοπών τους (Ανδριώτης, 2002). Η τάση προς τον τουρισμό all inclusive στην Ελλάδα αυξάνεται σταθερά, καθοδηγούμενη από διάφορους παράγοντες. Σημαντικές επενδύσεις έχουν γίνει για την ανάπτυξη υψηλής ποιότητας all-inclusive θέρετρων, ιδιαίτερα σε δημοφιλείς τουριστικές περιοχές. Αυτά τα θέρετρα εξυπηρετούν διάφορα τμήματα της αγοράς, από την πολυτέλεια έως τους ταξιδιώτες που γνωρίζουν τον προϋπολογισμό, συμβάλλοντας στην ελκυστικότητα των πακέτων all-inclusive (Παπαγεωργίου, 2016). Οι αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών προς εμπειρίες διακοπών με περισσότερες και χωρίς ανησυχίες έχουν τροφοδοτήσει τη ζήτηση για all inclusive τουρισμό. Η προβλέψιμη δομή κόστους και το ευρύ φάσμα των υπηρεσιών που περιλαμβάνονται καθιστούν αυτά τα πακέτα ιδιαίτερα ελκυστικά για τους σύγχρονους ταξιδιώτες (Ανδριώτης, 2002).

3. Η πανδημία

3.1. Μέτρα προστασίας

Η πανδημία COVID-19, που προκλήθηκε από τον κορονοϊό SARS-CoV-2, ήταν μια σημαντική παγκόσμια κρίση υγείας από την εμφάνισή της στα τέλη του 2019. Με καταγωγή από τη Γουχάν της Κίνας, η COVID-19 εξαπλώθηκε γρήγορα σε όλο τον κόσμο, οδηγώντας σε εκτεταμένες ασθένειες, θανάτους και βαθιές διαταραχές στην καθημερινή ζωή, τις οικονομίες και τα συστήματα υγείας. Στη χώρα μας ο ιός ήρθε στις αρχές του 2020. Ο ιός εξαπλώθηκε γρήγορα σε άλλες χώρες και μέχρι τον Μάρτιο του 2020, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (ΠΟΥ) κήρυξε το COVID-19 παγκόσμια πανδημία (WHO, 2020). Ο COVID-19 μεταδίδεται κυρίως μέσω των αναπνευστικών σταγονιδίων όταν ένα μολυσμένο άτομο βήχει, φτερνίζεται ή μιλάει. Μπορεί επίσης να εξαπλωθεί αγγίζοντας επιφάνειες που έχουν μολυνθεί με τον ιό και στη συνέχεια αγγίζοντας το πρόσωπο. Τα συμπτώματα της μόλυνσης κυμαίνονται από ήπια (πυρετός, βήχας, κόπωση) έως σοβαρά (δυσκολία στην αναπνοή, πόνος στο στήθος). Οι σοβαρές περιπτώσεις μπορεί να οδηγήσουν σε σύνδρομο οξείας αναπνευστικής δυσχέρειας, πολυοργανική ανεπάρκεια και θάνατο. Οι ηλικιωμένοι και εκείνοι με υποκείμενες παθήσεις διατρέχουν υψηλότερο κίνδυνο σοβαρής ασθένειας (Guan et al., 2020). Στην αρχή της πανδημίας, τα συμπτώματα ήταν ιδιαίτερα σοβαρά για την υγεία του πληθυσμού καθώς τα συστήματα υγείας αλλά και οι χώρες γενικότερα ήταν απροετοίμαστες για την αντιμετώπιση μιας τέτοιας έκτασης – έντασης πανδημίας. Η θνησιμότητα από την πανδημία ήταν ένας σημαντικός κίνδυνος.

Ως απάντηση στην ταχεία εξάπλωση του COVID-19, χώρες σε όλο τον κόσμο εφάρμοσαν μια σειρά μέτρων για τον έλεγχο και τον μετριασμό των επιπτώσεων του ιού. Πολλές χώρες επέβαλαν lockdown και εντολές παραμονής στο σπίτι για να περιορίσουν τις μετακινήσεις και να μειώσουν τη μετάδοση. Οι μη βασικές επιχειρήσεις έκλεισαν και οι κάτοικοι έλαβαν οδηγίες να παραμείνουν σε εσωτερικούς χώρους εκτός από τις βασικές δραστηριότητες (Hale et al., 2021). Τέτοια

μέτρα πάρθηκαν και στη χώρα μας αμέσως μετά το χαρακτηρισμό της ως πανδημία και την εξάπλωση των πρώτων κρουσμάτων στην Ελλάδα. Επίσης εισήχθησαν μέτρα κοινωνικής απόστασης, τα οποία απαιτούσαν από τους ανθρώπους να τηρούν απόσταση ασφαλείας για την πρόληψη της εξάπλωσης του ιού. Αυτό αφορούσε και περιορισμούς σε μεγάλες συγκεντρώσεις, εκδηλώσεις και προσωπικές συναντήσεις (CDC, 2020). Ακόμη ένα μέτρο ήταν το γεγονός ότι επιβλήθηκαν διεθνείς και εσωτερικοί ταξιδιωτικοί περιορισμοί για να αποτραπεί η διασπορά του ιού πέρα από τα σύνορα. Αυτό αφορούσε την αναστολή των πτήσεων, το κλείσιμο των συνόρων και τις απαιτήσεις καραντίνας για τους ταξιδιώτες (IATA, 2020). Το μέτρο αυτό – περισσότερο από τα προηγούμενα – ήταν ζωτικής σημασίας για τον τουρισμό αφού τον έπληξε σε μεγάλο βαθμό. Κάποια επιπλέον μέτρα ήταν η υποχρεωτική χρήση μάσκας προσώπου σε δημόσιους χώρους, η ιχνηλάτηση επαφών των κρουσμάτων για τον περιορισμό εστιών και πρόληψη μετάδοσης, εκστρατείες εμβολιασμού του ευρύ πληθυσμού, ενημερωτικές καμπάνιες για την ενημέρωση για τη δημόσια υγεία και τις πρακτικές υγιεινής, μέτρα οικονομικής στήριξης των επιχειρήσεων που επλήγησαν από τις αποφάσεις της κυβέρνησης για το lockdown και τους περιορισμούς, κ.α.

3.2.Μέτρα στήριξης του κλάδου

Μια σειρά από μέτρα που πάρθηκαν για την στήριξη επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, η κυβέρνηση ανακοίνωσε τα παρακάτω μέτρα που νοούνται ως οικονομικές διευκολύνσεις επιχειρήσεων και του κλάδου:

- Παράταση καταβολής μέχρι και 31.8.2020 οφειλών από δηλώσεις ΦΠΑ και λοιπών δόσεων βεβαιωμένων οφειλών, πληρωτέων από 11.3.2020 έως 30.4.2020, χωρίς επιβολή προστίμων ή/και προσαυξήσεων.
- Δυνατότητα έκπτωσης 25% για δόσεις βεβαιωμένων οφειλών.
- Δυνατότητα συμψηφισμού 25% της αξίας του ΦΠΑ, που προκύπτει από τις δηλώσεις του πρώτου τριμήνου του και του μήνα Μαρτίου 2020 , εφόσον εξοφληθεί ολοσχερώς και εμπρόθεσμα μέχρι και 30.4.2020, με οφειλές που είναι

βεβαιωμένες ή πρόκειται να βεβαιωθούν και οι οποίες είναι πληρωτέες από την 1.5.2020 και μετά.

- Διατήρηση των θέσεων εργασίας όλων των εργαζομένων
- Επιτάχυνση επιστροφών φόρου εισοδήματος και ΦΠΑ σε εκκρεμείς υποθέσεις ελέγχου επιστροφής φόρου εισοδήματος ή ΦΠΑ επιχειρήσεων εφόσον το συνολικώς αιτηθέν ποσό των εκκρεμών αιτήσεων ανέρχεται μέχρι του ύψους των Ευρώ 30 000, ανά φορολογία και ανά δικαιούχο.
- Ο συντελεστής ΦΠΑ μειώνεται σε 6% (από 24%) σε συγκεκριμένα ειδικώς κατονομαζόμενα προϊόντα ατομικής υγιεινής και αντισηπτικά προϊόντα.
- Η παράδοση αγαθών και η παροχή υπηρεσιών από προμηθευτές προς φυσικά και νομικά πρόσωπα, τα οποία στη συνέχεια δωρίζουν τα εν λόγω αγαθά/τις εν λόγω υπηρεσίες στο Δημόσιο για την καταπολέμηση της διασποράς του κορωνοϊού COVID-19, απαλλάσσεται από ΦΠΑ με μόνη προϋπόθεση την αποδοχή και έγκριση της σχετικής δωρεάς από τον Υπουργό Υγείας, χωρίς να απαιτείται η ταυτόχρονη έγκρισή της και από τον Υπουργό Οικονομικών.
- Λήψη ενίσχυσης με τη μορφή ακατάσχετης και αφορολόγητης επιστρεπτέας προκαταβολής (για εταιρίες με 1-500 εργαζομένους), με εκτεταμένο χρονικό ορίζοντα αποπληρωμής, χαμηλό επιτόκιο και περίοδο χάριτος ενός έτους.
- Αναστολή της υποχρέωσης πληρωμής των χρεολυσίων μέχρι την 30.9.2020 των δανείων και πιστώσεων που ήταν ενήμερα μέχρι την 31.12.2019. [Σημειώνεται ότι κάθε μια από τις συστημικές τράπεζες έχει ανακοινώσει συγκεκριμένα μέτρα διευκόλυνσης και τα κριτήρια ένταξης των δανειοληπτών σε αυτά].
- Κάλυψη τόκων των υφιστάμενων ενήμερων δανείων μικρομεσαίων επιχειρήσεων για τους μήνες Απρίλιο, Μάιο και Ιούνιο, καθώς και πρόβλεψη δυνατότητας παράτασης του χρονικού διαστήματος για επιπλέον δύο μήνες εφόσον αυτό κριθεί απαραίτητο.
- Η ημερομηνία πληρωμής αξιογράφων επιχειρήσεων, τα οποία ήταν πληρωτέα στο χρονικό διάστημα από 30.3.2020 μέχρι 31.5.2020 αναστάλθηκαν κατά 75 ημέρες.

- Απαλλαγή πληττόμενων επιχειρήσεων από την υποχρέωση καταβολής του 40% του συνολικού μισθώματος μηνός Απριλίου για το επαγγελματικό ακίνητο που μισθώνουν και για χρηματοδοτικές μισθώσεις
- Η παραπάνω μείωση ισχύει και για χρηματοδοτικές μισθώσεις πραγμάτων που προορίζονται αποκλειστικά για επαγγελματική χρήση από τις παραπάνω επιχειρήσεις.
- Δυνατότητα έκπτωσης 25% για δόσεις βεβαιωμένων οφειλών πληρωτέων από 30.3.2020 έως 30.4.2020, εφόσον καταβληθούν εμπρόθεσμα
- Παράταση της λήγουσας στις 31.3.2020 και 30.4.2020 προθεσμίας καταβολής ασφαλιστικών εισφορών περιόδου απασχόλησης Φεβρουαρίου και Μαρτίου 2020.
- Παράταση της προθεσμίας καταβολής δόσεων ρυθμίσεων ασφαλιστικών εισφορών απαιτητών και της προθεσμίας όλων των επόμενων μηνιαίων δόσεων.
- Παράταση για 3 μήνες της λήγουσας στις 31.3.2020 προθεσμίας καταβολής των πάσης φύσεως οφειλών δόσεων ή ρυθμίσεων κλπ. από εργαζομένους σε επιχειρήσεις που έχουν κλείσει ή πληττόμενες επιχειρήσεις.
- Πληρωμή των ασφαλιστικών εισφορών ελευθέρων επαγγελματιών του Φεβρουαρίου και Μαρτίου 2020 και των δόσεων οφειλής από συμπληρωματική εκκαθάριση ασφαλιστικών εισφορών προηγούμενων ετών καταβλητέων στις 31.3.2020 και 30.4.2020 αντίστοιχα σε 4 ισόποσες μηνιαίες δόσεις με προθεσμία καταβολής της πρώτης δόσης έως 30.9.2020.
- Παράταση της προθεσμίας καταβολής δόσεων ενεργών ρυθμίσεων ελεύθερων επαγγελματιών απαιτητών έως 31.3.2020 και εφεξής κατά 3 μήνες.
- Αναστολή μέχρι και 31.8.2020 της είσπραξης ληξιπρόθεσμων οφειλών προς φορείς κοινωνικής ασφάλισης.
- Μείωση κατά 25% των ασφαλιστικών εισφορών ελευθέρων επαγγελματιών που αντιστοιχούν στον Φεβρουάριο και Μάρτιο 2020 σε περίπτωση εμπρόθεσμης καταβολής

- Προσωρινή αναστολή συμβάσεων εργασίας έναντι αποζημίωσης ειδικού σκοπού ευρώ 800 καταβλητέας από τον κρατικό προϋπολογισμό και πλήρους ασφαλιστικής κάλυψης από τον κρατικό προϋπολογισμό.
- Συμμετοχή ελεύθερων επαγγελματιών και επιστημόνων σε πρόγραμμα τηλεκατάρτισης του Υπουργείου Εργασίας
- Παράταση της προθεσμίας καταβολής του επιδόματος Πάσχα έως 30.6.2020
- Ορισμός προσωπικού ασφαλούς λειτουργίας, ένταξη τουλάχιστον του 50% του προσωπικού της επιχείρησης και κάθε εργαζόμενος μπορεί να απασχολείται κατ' ελάχιστο 2 εβδομάδες σε μηνιαία βάση, συνεχόμενα ή διακεκομμένα

3.3.Επίδραση στον Τουρισμό

Η πανδημία είχε άμεσο και βαθύ αντίκτυπο στον τουριστικό τομέα σε παγκόσμιο επίπεδο, οδηγώντας σε άνευ προηγουμένου διαταραχές και μακροπρόθεσμες αλλαγές. Αντίστοιχα με το υγειονομικό επίπεδο η ετοιμότητα απουσίαζε και σε επίπεδο αγοράς. Ένας χαρακτηριστικός τομέας είναι ο τουρισμός. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) ανέφερε ότι υπήρχε μια ιδιαίτερα σημαντική μείωση της τάξης του 74% στις διεθνείς αφίξεις τουριστών το 2020 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, που αντιπροσωπεύει απώλεια 1,3 τρισεκατομμυρίων δολαρίων σε έσοδα από εξαγωγές από τον τουρισμό. Αυτή η πτώση ξεπέρασε τον αντίκτυπο της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης στον τομέα του τουρισμού (UNWTO, 2021). Αντίστοιχα, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) εκτίμησε ότι η πανδημία είχε ως αποτέλεσμα την απώλεια 62 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας στον τομέα των ταξιδιών και του τουρισμού, πέφτοντας από 334 εκατομμύρια το 2019 σε 272 εκατομμύρια το 2020 (WTTC, 2021). Η μελέτη των Gössling, Scott και Hall (2021) έδειξε επίσης τον οικονομικό αντίκτυπο της πανδημίας στον τουρισμό. Η μελέτη εκτίμησε ότι ο παγκόσμιος τουριστικός τομέας έχασε περίπου 4,5 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2020, που ισοδυναμεί με περίπου το 49% της συνεισφοράς του κλάδου στο παγκόσμιο ΑΕΠ το 2019. Αυτή η δραματική μείωση των εσόδων από τον τουρισμό επηρέασε τόσο τις ανεπτυγμένες όσο και τις αναπτυσσόμενες χώρες, με πολλές οικονομίες να εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την τουριστική εμπειρία και

δέχοντας σοβαρή οικονομική πίεση. Επίσης, η μελέτη των Zenker και Kock (2020) εξέτασε τις περιφερειακές επιπτώσεις της πανδημίας, διαπιστώνοντας ότι η Ασία και ο Ειρηνικός ήταν οι περιοχές που επλήγησαν περισσότερο με μείωση 84% στις διεθνείς αφίξεις. Η Ευρώπη, η περιοχή με τις περισσότερες επισκέψεις στον κόσμο, παρουσίασε μείωση 70% στις αφίξεις τουριστών. Η Αμερική, η Αφρική και η Μέση Ανατολή ανέφεραν επίσης σημαντικές μειώσεις, αποδεικνύοντας την ευρεία φύση των επιπτώσεων της πανδημίας στον τουρισμό.

Ακόμη, ο κλάδος των αερομεταφορών αντιμετώπισε σοβαρές προκλήσεις κατά τη διάρκεια της πανδημίας, με πολλές αεροπορικές εταιρείες να μειώνουν τα προγράμματα πτήσεων τους ή να διακόπτουν εντελώς τις δραστηριότητές τους. Σύμφωνα με την IATA (International Air Transport Association, 2021), η παγκόσμια επιβατική κίνηση μειώθηκε κατά 66% το 2020 και η αεροπορική βιομηχανία υπέστη καθαρή ζημία 118 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Ο τομέας της φιλοξενίας όπως συχνά αναφέρεται, αντιμετώπισε επίσης σημαντικά προβλήματα, με πολλά ξενοδοχεία και εστιατόρια να κλείνουν προσωρινά ή οριστικά λόγω έλλειψης τουριστών και ταξιδιωτών.

Εκτός από τα οικονομικά μεγέθη, οι αλλαγές εντοπίζονται και στην καταναλωτική συμπεριφορά. Η αβεβαιότητα οδήγησε τους καταναλωτές να στραφούν προς τον εσωτερικό τουρισμό. Αυτό ήταν εμφανές σε χώρες όπως η Κίνα και οι Ηνωμένες Πολιτείες, όπου τα εγχώρια ταξίδια ανέκαμψαν πιο γρήγορα από τα διεθνή ταξίδια (Gössling, Scott, & Hall, 2021). Επίσης, οι προτιμήσεις των τουριστών μετατοπίστηκαν προς προορισμούς και υπηρεσίες που θα μπορούσαν να εγγυηθούν την υγεία και την ασφάλεια. Αυτό οδήγησε σε αύξηση της ζήτησης για ιδιωτικά καταλύματα και μεταφορές, καθώς και προορισμούς που θα μπορούσαν να προσφέρουν κοινωνική απόσταση, όπως αγροτικές τοποθεσίες και τοποθεσίες που βασίζονται στη φύση (Zenker & Kock, 2020). Οι Bae and Chang (2021) διαπίστωσαν ότι η πανδημία αύξησε την ευαισθητοποίηση και την ανησυχία για την υγεία και την ασφάλεια, οδηγώντας σε προτίμηση στα ταξίδια εσωτερικού έναντι των διεθνών ταξιδιών και για προορισμούς που θεωρούνται ασφαλείς και λιγότερο γεμάτοι. Αυτή η μετατόπιση υποδηλώνει μια μακροπρόθεσμη αλλαγή στα ταξιδιωτικά πρότυπα που μπορεί να επιμείνουν ακόμη και μετά την πανδημία.

Ένα στοιχείο που συνδέεται με την πανδημία και την οικονομία είναι ο ψηφιακός μετασχηματισμός στον τουριστικό τομέα. Εντός της συγκεκριμένης περιόδου παρατηρείται αυξημένη χρήση ψηφιακών διαβατηρίων υγείας, ανέπαφων πληρωμών, εικονικές περιηγήσεις και διαδικτυακές πλατφόρμες κρατήσεων. Τεχνολογίες όπως η τεχνητή νοημοσύνη και η ανάλυση μεγάλων δεδομένων έγιναν πιο ολοκληρωμένες στη διαχείριση τουριστικών υπηρεσιών και στην κατανόηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών (Sigala, 2020).

Τα στοιχεία που δίνει στη δημοσιότητα ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού μαζί με το Υπουργείο Τουρισμού και την ΕΛΣΤΑΤ (2020) της χώρας μας δείχνουν ότι η πληρότητα των ξενοδοχείων στην Ελλάδα από το 2019 στο 2020 έπεσε σημαντικά . Συνολικά η μείωση της πληρότητας φτάνει το -19,1% στο σύνολο της χώρας. Όμως η μείωση αυτή δεν έπληξε το ίδιο όλες τις περιοχές. Η βασική μείωση της πληρότητας εντοπίζεται στην Αττική (-25,7%) και στην Κρήτη (-20,9%). Οι περιοχές που η πανδημία έπληξε λιγότερο σε σχέση με την πληρότητα ήταν η Ήπειρος που γνώρισε πτώση -9,2% και η Δυτική Μακεδονία με μόλις -2,5%. Τα στοιχεία παρατίθενται αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα. Τα στοιχεία του πίνακα δείχνουν ότι το 2020 η πληρότητα των περιοχών της Ελλάδας είναι σε παρόμοια επίπεδα στις διάφορες περιοχές, ενώ το 2019 εμφανίζονται έντονες αποκλίσεις. Θα μπορούσαμε δηλαδή να πούμε ότι η πανδημία κατά κάποιον τρόπο εξισορρόπησε για το 2020 τις ανισότητες σε ότι αφορά την πληρότητα μεταξύ περιοχών στη χώρα.

Εικόνα 1 - Πληρότητα κλινών 2019 – 2020

Περιφέρειες	Πληρότητα κλινών (%)		
	2019	2020	Μεταβ.%
Σύνολο Ελλάδας	48,7	29,6	-19,1
Ανατολική Μακεδονία, Θράκη	34,2	19,3	-14,9
Κεντρική Μακεδονία	43,9	22,8	-21,1
Δυτική Μακεδονία	15,3	12,8	-2,5
Ήπειρος	29,8	20,6	-9,2
Θεσσαλία	31,9	20,6	-11,3
Στερεά Ελλάδα	26,8	18,4	-8,4
Ιόνια Νησιά	57,3	41,5	-15,8
Δυτική Ελλάδα	33,0	22,7	-10,3
Πελοπόννησος	31,8	21,8	-10
Αττική	48,5	22,8	-25,7
Βόρειο Αιγαίο	35,0	20,1	-14,9
Νότιο Αιγαίο	57,7	40,1	-17,6
Κρήτη	57,2	36,3	-20,9

Τέλος, υπήρξαν επιπτώσεις που αναφέρονται ως πιο μακροπρόθεσμες. Πολλές επιχειρήσεις στον τουριστικό τομέα έπρεπε να προσαρμόσουν τα επιχειρηματικά τους μοντέλα για να επιβιώσουν. Αυτό περιλάμβανε τη διαφοροποίηση των προσφορών, όπως την προσθήκη υπηρεσιών παράδοσης για εστιατόρια ή την προσφορά εικονικών εμπειριών για μουσεία και πολιτιστικούς χώρους (Gretzel et al., 2020). Οι κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο εφάρμοσαν διάφορα μέτρα υποστήριξης, συμπεριλαμβανομένων πακέτων οικονομικής βοήθειας, φορολογικών ελαφρύνσεων και εκστρατειών μάρκετινγκ για την αναζωογόνηση του τουρισμού. Οι μακροπρόθεσμες πολιτικές επικεντρώνονται πλέον στη δημιουργία πιο ανθεκτικών και βιώσιμων τουριστικών τομέων (ΟΟΣΑ, 2020).

Σε γενικές γραμμές φαίνεται ότι η πανδημία αναδιαμόρφωσε πλήρως τον τουριστικό τομέα, φέρνοντας προκλήσεις και ευκαιρίες. Ενώ ο άμεσος οικονομικός αντίκτυπος ήταν σοβαρός, η κρίση έχει επιταχύνει τάσεις όπως η ψηφιοποίηση και η

βιωσιμότητα, που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε μια πιο ανθεκτική και καινοτόμο τουριστική βιομηχανία στο μέλλον.

4. Ο τουρισμός μετά την πανδημία

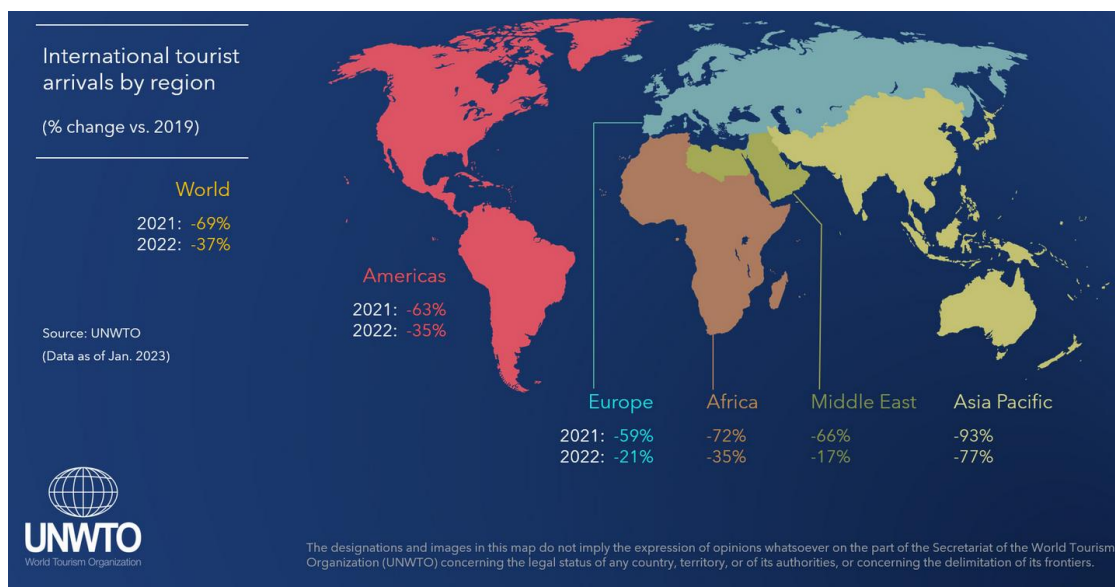
4.1.Στοιχεία τουριστικής δραστηριότητας σε παγκόσμια κλίμακα

Η πανδημία επηρέασε τις αγορές σε παγκόσμια κλίμακα αλλά με διαφορετικό τρόπο. Ο βαθμός που βίωνε η κάθε περιοχή, η κάθε χώρα, η κάθε ήπειρος ή γεωγραφική ζώνη την πανδημία εξαρτήθηκε από διάφορους κοινωνικούς, οικονομικούς και πολιτικούς παράγοντες. Τέτοιοι παράγοντες ήταν ο βαθμός εφαρμογής περιοριστικών μέτρων και γενικότερα οι αντιδράσεις των κρατών, το κατά πόσο τα κράτη είχαν επενδύσει σε παροχές προς την οικονομία τους όπως η στήριξη επιχειρήσεων ή κλάδων, οι πολιτικές αποφάσεις, ο βαθμός εξάπλωσης της πανδημίας, η εικόνα που είχαν οι τουρίστες για τη χώρα, το βαθμό ετοιμότητας και τα συστήματα υγειονομικής περίθαλψης κ.α. Η παρακάτω εικόνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού¹ δείχνει τη μείωση του τουρισμού σε διάφορες ηπείρους και περιοχές. Οι τουριστικές αφίξεις μειώθηκαν σε διαφορετικό βαθμό. Το μεγαλύτερο ποσοστό καταγράφεται στην Asia Pasific, στην οποία καταγράφεται μείωση κατά 93% το 2021 και μείωση κατά 77% το 2022. Οι μέσοι όροι της μείωσης σε παγκόσμιο επίπεδο ήταν το 2021 κατά 69% και το 2022 κατά 37%. Στην Ευρώπη οι αφίξεις μειώθηκαν το 2021 κατά 59% και το 2022 κατά 21%. Αναλυτικότερα τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στην παρακάτω εικόνα.

Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι η πανδημία προκάλεσε μια άνευ προηγουμένου αναστάτωση στον τουρισμό, με μαζική πτώση της διεθνούς ζήτησης εν μέσω εκτεταμένων lockdown και ταξιδιωτικών περιορισμών που έχουν τεθεί σε ισχύ από χώρες προκειμένου να περιοριστεί η εξάπλωση του ιού. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τεράστιες οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις, θέτοντας σε κίνδυνο περισσότερες από 100 εκατομμύρια θέσεις εργασίας στον άμεσο τουρισμό, ειδικά σε πολύ μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) που αντιπροσωπεύουν το 80% του κλάδου και απασχολούν υψηλό ποσοστό γυναικών και νέων. Τα διεθνή ταξίδια μειώθηκαν κατά

¹ <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

72% το 2020, τη χειρότερη χρονιά που έχει καταγραφεί για τον τουρισμό, με αποτέλεσμα 1,1 δισεκατομμύρια λιγότερους διεθνείς τουρίστες παγκοσμίως, επαναφέροντας τον αριθμό των ταξιδιωτών στα επίπεδα πριν από 30 χρόνια.



Εικόνα 2 - Μείωση τουριστικής δραστηριότητας

Η έντονη διαφορά μεταξύ 2021 και 2022 δείχνει ότι ο διεθνής τουρισμός άρχισε να ανακάμπτει κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2021. Η άνοδος της ζήτησης οφείλεται στην αύξηση της εμπιστοσύνης των ταξιδιωτών εν μέσω της ταχείας προόδου στους εμβολιασμούς και της χαλάρωσης των περιορισμών εισόδου σε πολλούς προορισμούς. Ωστόσο, ο ρυθμός ανάκαμψης παρέμεινε αργός και άνισος σε όλες τις περιοχές του κόσμου λόγω διαφορετικών βαθμών περιορισμών κινητικότητας, ποσοστών εμβολιασμού και εμπιστοσύνης των ταξιδιωτών. Η Ευρώπη και η Αμερική κατέγραψαν τα ισχυρότερα αποτελέσματα το 2021 σε σύγκριση με το 2020 (+19% και +17% αντίστοιχα), αλλά εξακολουθούν να είναι και οι δύο 63% κάτω από τα προ πανδημίας επίπεδα.

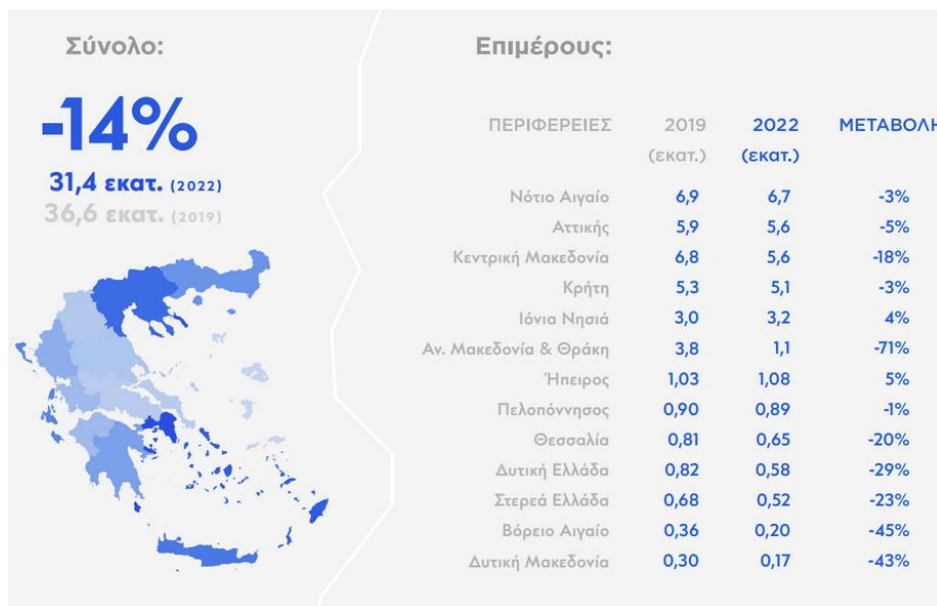
Σε παγκόσμιο επίπεδο ο τουρισμός θεωρείται ως ένας από τους μεγάλους πληγέντες της πανδημίας, όμως σε σημαντικό βαθμό επιτεύχθηκε ανάκαμψη. Εντός της ανάκαμψης περιλαμβάνεται το γεγονός ότι το τουριστικό προϊόν δεν είναι ακριβώς ίδιο με πριν. Η βελτίωση του προϊόντος από την περίοδο της πανδημίας είναι

ένα χαρακτηριστικό του τουριστικού μάρκετινγκ που συχνά αναφέρεται σε ακαδημαϊκές μελέτες (Abbas et al., 2021; Pashkus et al., 2021). Η προσπάθεια να ισχυροποιηθεί το τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει και την ισχυροποίηση του τουριστικού brand, το brandname της τοποθεσίας, κ.α. Μετά την περίοδο της πανδημίας, οι καταναλωτές έδειξαν ότι στρέφουν την προσοχή τους ιδιαίτερα στα ζητήματα διασφάλισης της προσωπικής υγιεινής και ασφάλειας στα καταλύματα που επιλέγουν. Αυτό εντάσσεται στο γενικότερο επανασχεδιασμό του τουριστικού προϊόντος καθώς το μάρκετινγκ πλέον εστιάζει και σε αυτό το χαρακτηριστικό. Οι Chang και Wu (2021) αναφέρουν ότι η τακτική απολύμανση των χώρων ήταν σημαντικό χαρακτηριστικό για την επιλογή καταλύματος. Ως σήμερα, τέτοια χαρακτηριστικά έχουν συνεχίσει να αποτελούν όψεις της τουριστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών κατά την επιλογή καταλύματος. Στο ίδιο περίπου πλαίσιο οι Ahmad et al. (2021) αναφέρουν πως η εικόνα του τουριστικού προορισμού επηρεάζει σημαντικά την πρόθεση επίσκεψης. Οι Pachucki et al. (2022) ανέλυσαν τον τρόπο με τον οποίο η πανδημία έχει τροποποιήσει το μάρκετινγκ προορισμών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ). Τα ευρήματά τους δείχνουν ότι αυξάνονται τα χαρακτηριστικά κειμένου στο περιεχόμενο των ΜΚΔ (περισσότερες εκφράσεις αβεβαιότητας, εμπιστοσύνης, συναισθηματισμού, περισσότερες αφηγήσεις σε πρώτο πρόσωπο, μεγαλύτερη έκταση κειμένου και λιγότερη εξειδίκευση). Διαπίστωσαν επίσης αυξημένη εμπλοκή των καταναλωτών στα ΜΚΔ.

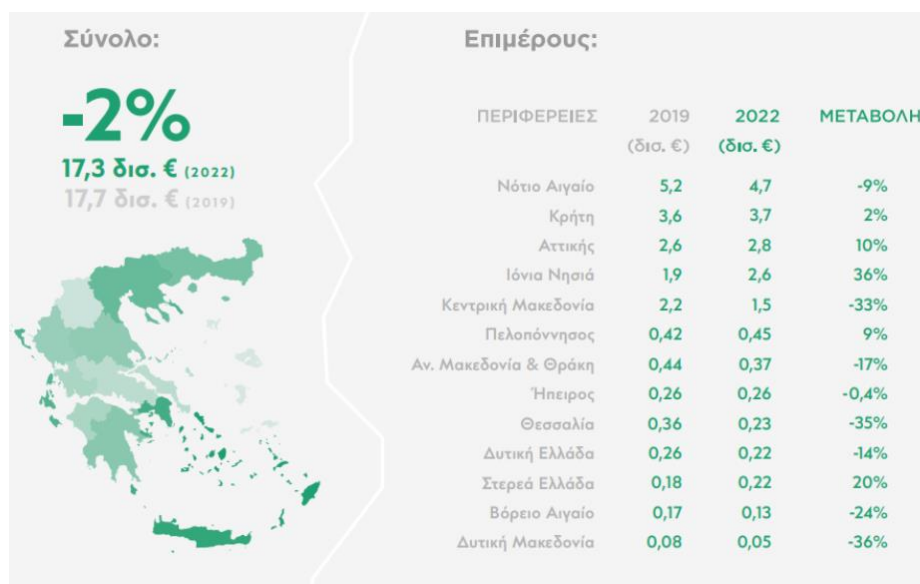
4.2. Στοιχεία τουριστικής δραστηριότητα στην Ελλάδα

Η κατάσταση στην Ελλάδα έχει αλλάξει σημαντικά μετά την πανδημία και αυτό εντοπίζεται σε διάφορα επίπεδα, σύμφωνα με το επιχειρησιακό πλαίσιο που παρουσιάστηκε το 2023 και μετά την ψήφιση του Νόμου για τον Τουρισμό της σύστασης οργανισμών διαχείρισης και μάρκετινγκ προορισμών. Το πλαίσιο λειτουργίας στοχεύει να υποστηρίξει τις τοπικές και περιφερειακές αρχές για την ανάπτυξη και διαχείριση του τουρισμού με βιώσιμο τρόπο, στην οποία εντάσσεται η δημιουργία τουριστικών παρατηρητηρίων για την ενίσχυση των πολιτικών που βασίζονται σε στοιχεία. Τα βασικά ζητήματα περιλαμβάνουν την ανάγκη ενίσχυσης της ενισχυμένης συνεργασίας, διασφάλισης προτύπων ποιότητας και προώθησης της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Στις επόμενες εικόνες παρουσιάζονται δύο συγκρίσεις της κατάστασης πριν και μετά την πανδημία στον τουριστικό κλάδο. Η πρώτη αφορά την προσέλευση των τουριστών και η δεύτερη τις εισπράξεις. Συνολικά, σε σχέση με τη χρονιά προ πανδημίας, φαίνεται ότι το 2022 ο τουρισμός δεν είχε επανέλθει πλήρως. Συγκεκριμένα, ο κλάδος γνώρισε πτώση στις κρατήσεις κατά 14% και πτώση στα κέρδη κατά 2% σύμφωνα με στοιχεία του INΣΕΤΕ (2023).



Εικόνα 3 - Σύγκριση τουρισμού 2019-2022 (κρατήσεις)



Εικόνα 4 - Σύγκριση τουρισμού 2019-2022 (κέρδη)

Τα στοιχεία δείχνουν ότι τα επιμέρους ποσοστά διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό μεταξύ τους. Συγκεκριμένα, στις περιφέρειες που φαίνεται ότι υπάρχουν υποδομές όπως Αιγαίο, Ιόνιο, Αττική, η κατάσταση έχει επανέλθει στα επίπεδα πριν την πανδημία. Σε μερικές περιπτώσεις ιδιαίτερα παρατηρείται και σημαντική αύξηση σε σχέση με την πρότερη κατάσταση. Για παράδειγμα, στην Περιφέρεια Αττικής σημειώνεται αύξηση κατά 10%. Αντίστοιχα, στα νησιά του Ιονίου υπάρχει μια ισχυρή

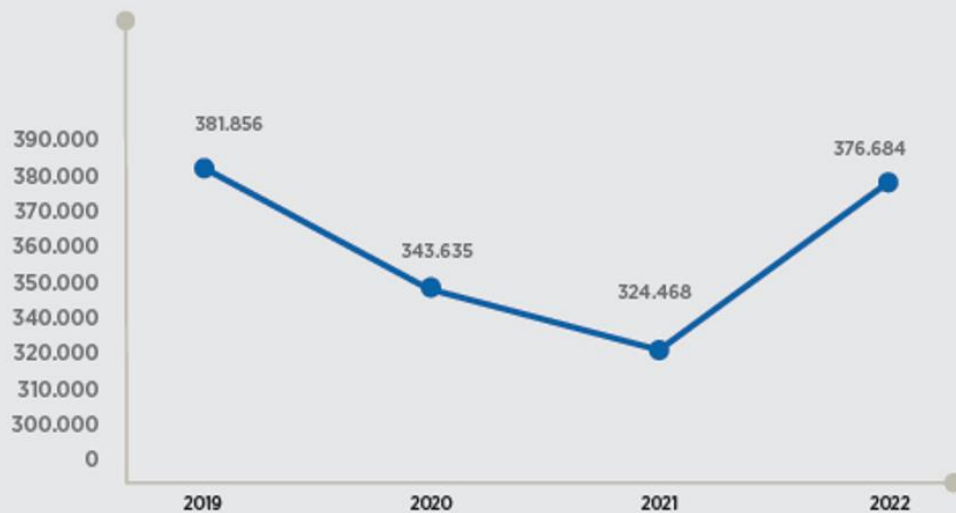
αύξηση της τάξης του 34%. Το γεγονός αυτό σχετίζεται ενδεχομένως με τον τόπο κατοικίας των τουριστών των περιοχών αυτών. Τα νησιά του Ιονίου προτιμώνται ιδιαίτερα από τουρίστες του Ηνωμένου Βασιλείου οι οποίοι δεν μπορούσαν να έρθουν εύκολα στη χώρα μας κατά τη διάρκεια των περιοριστικών μέτρων και της πανδημίας. Τα διαφορετικά ποσοστά ανά περιφέρεια σχετίζονται με ιδιαίτερες μορφές τουρισμού που υπάρχουν σε συγκεκριμένες περιοχές και περιφέρειες, οι οποίες εμφανίζουν τάση αύξησης ενδιαφέροντος μετά την πανδημία. Για να κατανοηθούν οι επιδράσεις αυτές θα εξεταστούν οι διάφορες μορφές τουρισμού στο επόμενο κεφάλαιο.

Επίσης, στοιχεία που παραθέτει το INSETE (2023) δείχνουν πτώση και στις διανυκτερεύσεις της τάξης του 7% από το 2019 στο 2023. Όμως, επιμερίζοντας τα στοιχεία των παραπάνω ετών σε κατά κεφαλήν δαπάνη, δαπάνη ανά διανυκτέρευση και μέση διάρκεια παραμονής, φαίνεται ότι υπάρχει μια σημαντική αύξηση σε σχέση με το 2019. Συγκεκριμένα, η Μέση Κατά Κεφαλήν Δαπάνη από το 2019 αυξήθηκε κατά 10%, η Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση αυξήθηκε κατά 5% και η Μέση Διάρκεια Παραμονής σε Διανυκτερεύσεις αυξήθηκε κατά 5%.

Ακόμη ένα μέγεθος που δείχνει την αυξητική τάση σε σχέση με την περίοδο της πανδημίας αλλά και την πρότερη της κατάσταση, είναι τα επίπεδα απασχόλησης στον τουρισμό. Σύμφωνα με στοιχεία του INSETE (2023) τα επίπεδα απασχόλησης έχουν ανακάμψει σημαντικά. Το 2019 στον τουριστικό κλάδο εργάζονταν 381.856 άνθρωποι. Τα χρόνια της πανδημίας ο αριθμός μειώθηκε στους 343.35 εργαζόμενους το 2020 και περεταίρω στους 324.468 εργαζόμενους το 2021. Το 2022 αυξήθηκε στους 376.684 εργαζόμενους, προσεγγίζοντας έτσι τα μεγέθη προ πανδημίας.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΣΗΣ, 2019-2022






Δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών καταλύματος και εστίασης



Εικόνα 5 - Εξέλιξη απασχόλησης 2019-2022

Η χώρα μας δέχεται τουρισμό από όλο τον κόσμο. Οι πέντε πιο συχνοί τόποι κατοικίας των τουριστών είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, η Ιταλία, η Γαλλία και η Ολλανδία. Μετά την πανδημία, οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο αυξήθηκαν κατά 11%. Αύξηση παρουσίασαν επίσης και οι ταξιδιώτες από Γερμανία, Ιταλία και Γαλλία. Αντίστοιχα, αύξηση στις εισπράξεις εντοπίζεται σε Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία και ΗΠΑ. Τα στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ (2023) παρουσιάζονται στις δύο επόμενες εικόνες. Στην πρώτη στήλη παρατηρείται η κατάσταση το 2019, στη δεύτερη στήλη το 2022 και στην τρίτη στήλη η διαφορά – μείωση ή αύξηση.

TOP-5 ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ

	2019	2022	%Δ 2019-2022
 Ην. Βασίλειο	4.026.432	4.455.758	11%
 Γερμανία	4.059.241	4.305.743	6%
 Ιταλία	1.890.931	1.923.350	2%
 Γαλλία	1.385.437	1.545.776	12%
 Ολλανδία	1.148.212	1.094.634	-5%

Εικόνα 6 - Χώρες προέλευσης με τις περισσότερες αφίξεις

TOP-5 ΑΓΟΡΕΣ ΒΑΣΕΙ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ (ΣΕ ΕΚΑΤ. €)

	2019	2022	%Δ 2019-2022
 Γερμανία	2.959	3.256	10%
 Ην. Βασίλειο	2.564	3.127	22%
 Γαλλία	1.090	1.277	17%
 ΗΠΑ	1.189	1.200	1%
 Ιταλία	1.009	927	-8%

Εικόνα 7 - Χώρες προέλευσης με τις περισσότερες εισπράξεις

5. Ειδική επίδραση σε μορφές τουρισμού

Σε αυτό το τμήμα της εργασίας παρουσιάζονται οι επιδράσεις της πανδημίας σε ειδικά είδη τουρισμού. Το κεφάλαιο δομείται σε δύο τμήματα. Σε τύπους μαζικού τουρισμού και σε τύπους αναδυόμενου – εναλλακτικού τουρισμού που έχει αρχίσει να γίνεται ολοένα και πιο διάσημος – ειδικά μετά την πανδημία.

5.1.Μαζικός τουρισμός

Η φετινή έκθεση του ΟΟΣΑ (2024) αναφέρει ότι στις χώρες όπου ο τουριστικός κλάδος ήταν ιδιαίτερα δυναμικός και διαδραματίζει σημαντικό ρόλο για την οικονομική δραστηριότητα της χώρας, όπως ισχύει και στην Ελλάδα, ο τουρισμός ανέκαμψε γρήγορα μετά την πανδημία. Στον μαζικό τουρισμό εντάσσονται διάφοροι τύποι που απευθύνονται σε μεγάλες μάζες κόσμου. Ο τουρισμός που θα επιλέξει ένας τουρίστας ενδέχεται να κατηγοριοποιείται σε πάνω από μια κατηγορία από τις παρακάτω. Για παράδειγμα μπορεί να είναι θερινός και all-inclusive, χειμερινός και περιηγητικός, κ.α.

5.1.1. Θερινός και Χειμερινός τουρισμός

Οι δύο αυτές κατηγορίες αποτελούν τη βασική διάκριση του τουρισμού στη χώρα μας. Αν και η Ελλάδα παραδοσιακά είναι μια χώρα στην οποία η τουριστική δραστηριότητα είναι περισσότερο συνδεδεμένη με τη θερινή περίοδο διακοπών, τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί και ο χειμερινός τουρισμός. Ο θερινός τουρισμός είναι περισσότερο συνυφασμένος με τον θαλάσσιο τουρισμό ενώ ο χειμερινός τουρισμός είναι περισσότερο συνυφασμένος με τον ορεινό. Όμως σε αντίθεση με τον θαλάσσιο ή παραθαλάσσιο τουρισμό, ο ορεινός τουρισμός μπορεί να πραγματοποιηθεί όλο το

χρόνο καθώς όλο και περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν ορεινούς προορισμούς για τις θερινές διακοπές τους.

Σε ότι αφορά τις διακοπές τους θερινούς μήνες, η Ελλάδα διαθέτει μια μοναδική ακτογραμμή η οποία την κάνει μοναδική για παραθαλάσσιες διακοπές. Ιδιαίτεροι λάτρες αυτού του είδους διακοπών είναι οι τουρίστες της αλλοδαπής που προέρχονται από χώρες που δεν διαθέτουν θάλασσα. Στη χώρα μας υπάρχουν 564 συνολικά παραλίες με γαλάζιες σημαίες, δηλαδή τις ενδείξεις για την καταλληλότητα των θαλασσών. Από αυτές, οι 128 βρίσκονται στην Κρήτη, οι 113 στην Κεντρική Μακεδονία, οι 50 στην Πελοπόννησο, οι 41 στο Ιόνιο, οι 39 στο Βόρειο Αιγαίο και οι 67 στο Νότιο Αιγαίο (ΙΝΣΕΤΕ, 2023).

Το 2019, η Ελλάδα υποδέχτηκε ρεκόρ 34 εκατομμυρίων τουριστών, με την πλειοψηφία να επισκέπτεται τους καλοκαιρινούς μήνες σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (2020). Ο χειμερινός τουρισμός, αν και λιγότερο εμφανής, αυξανόταν σταθερά, ειδικά σε ορεινές περιοχές όπως ο Πάρνασσος και η Ήπειρος, που προσφέρουν σκι και άλλα χειμερινά σπορ (ΣΕΤΕ, 2020).

Η έναρξη της πανδημίας COVID-19 στις αρχές του 2020 οδήγησε σε μια άνευ προηγουμένου διακοπή των παγκόσμιων ταξιδιών. Η Ελλάδα εφάρμοσε αυστηρά μέτρα καραντίνας και ταξιδιωτικούς περιορισμούς, που επηρέασαν σοβαρά τον τουριστικό της τομέα. Το 2020, οι διεθνείς αφίξεις μειώθηκαν στα 7,4 εκατομμύρια, σημειώνοντας δραστική μείωση 78% σε σύγκριση με το 2019 (Τράπεζα της Ελλάδος, 2021). Αυτή η απότομη μείωση ήταν εμφανής τόσο στον θερινό όσο και στον χειμερινό τουρισμό, με τους περισσότερους τουρίστες να ακυρώνουν τα σχέδιά τους λόγω ανησυχιών για την υγεία και ταξιδιωτικών απαγορεύσεων.

Το καλοκαίρι του 2021 σηματοδότησε την αρχή της ανάκαμψης για τον ελληνικό τουρισμό, αν και με επιφυλακτικούς ρυθμούς. Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος (2022), οι διεθνείς αφίξεις τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούνιο έως Αύγουστο έφτασαν τα 12 εκατομμύρια, σημειώνοντας σημαντική βελτίωση από το 2020 αλλά ακόμα κάτω από τα προ πανδημίας επίπεδα. Διάφοροι παράγοντες συνέβαλαν σε αυτή τη μερική ανάκαμψη όπως οι εκστρατείες εμβολιασμού, ταξιδιωτικές διμερείς συμφωνίες με βασικές αγορές, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία και οι ΗΠΑ και προωθητικές εκστρατείες.

Ο χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα, αν και λιγότερο επηρεασμένος από τον θερινό, αντιμετώπισε σημαντικές προκλήσεις κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Η χειμερινή περίοδος 2020-2021 σημείωσε σχεδόν πλήρη διακοπή λειτουργίας των χιονοδρομικών κέντρων και των χειμερινών δραστηριοτήτων λόγω αποκλεισμών και ταξιδιωτικών περιορισμών (ΣΕΤΕ, 2021). Ωστόσο, η σεζόν 2021-2022 έδειξε σημάδια ανάκαμψης, με τον εσωτερικό τουρισμό να παίζει καθοριστικό ρόλο.

Η Ελληνική Στατιστική Αρχή (2022) ανέφερε αύξηση 35% στον εσωτερικό χειμερινό τουρισμό σε σύγκριση με την προηγούμενη σεζόν, λόγω της επιλογής των Ελλήνων για τοπικά ταξίδια εν μέσω διεθνών ταξιδιωτικών αβεβαιοτήτων. Επιπρόσθετα, οι διεθνείς αφίξεις σε χειμερινούς προορισμούς όπως ο Παρνασσός και τα Καλάβρυτα αυξήθηκαν κατά 20% τη σεζόν 2021-2022 σε σύγκριση με το 2020-2021, αν και εξακολουθούν να είναι χαμηλότερες από τα προ-πανδημικά στοιχεία.

5.1.2. Μορφές με βάση το κατάλυμα

Ακόμη μια διάκριση του τουρισμού είναι με βάση το κατάλυμα που επιλέγει ο κάθε τουρίστας. Έτσι υπάρχει ο ξενοδοχειακός τουρισμός, τα λοιπά καταλύματα, τα all-inclusive ξενοδοχεία και τα camping. Σε αυτό το τμήμα θα εστιάσουμε σε κάποιες από αυτές τις μορφές.

Τα all-inclusive θέρετρα, τα οποία προσφέρουν πακέτα που περιλαμβάνουν διαμονή, γεύματα, ποτά και δραστηριότητες, είναι μια δημοφιλής επιλογή μεταξύ των τουριστών που αναζητούν διακοπές χωρίς προβλήματα και χωρίς να ψάχνει το που θα πραγματοποιήσει τις υπόλοιπες δραστηριότητες των διακοπών (φαγητό, ποτό, διασκέδαση, μπάνιο, κ.α.). Πριν από την πανδημία, η τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας ευημερούσε με τις ποικίλες προσφορές της, με τα πακέτα all-inclusive να παίζουν κεντρικό ρόλο. Το 2019, ο τουρισμός all-inclusive αντιπροσώπευε περίπου το 30% των συνολικών εσόδων από τον τουρισμό στην Ελλάδα, προσελκύοντας εκατομμύρια επισκέπτες κυρίως από την Ευρώπη, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (2020). Η ελκυστικότητα αυτών των πακέτων έγκειται στην ευκολία τους, την αντιληπτή σχέση ποιότητας/τιμής και την ποικιλία των υπηρεσιών που παρέχονται με μία μόνο πληρωμή. Η εμφάνιση της πανδημίας οδήγησε σε απότομη πτώση των

παγκόσμιων ταξιδιών. Η τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας επλήγη σκληρά όπως παρουσιάστηκε παραπάνω. Τα all-inclusive θέρετρα αντιμετώπισαν μοναδικές προκλήσεις, συμπεριλαμβανομένων των ανησυχιών για την υγεία και την ασφάλεια, τα αυστηρά μέτρα καραντίνας και τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς. Τα ποσοστά πληρότητας έπεσαν κατακόρυφα και πολλά θέρετρα είτε έκλεισαν προσωρινά είτε λειτουργούσαν με σημαντικά μειωμένη χωρητικότητα. Παρά τις προκλήσεις, ο τομέας all-inclusive άρχισε να προσαρμόζεται. Μέχρι το καλοκαίρι του 2021, η Ελλάδα γνώρισε μερική ανάκαμψη στον τουρισμό, με έμφαση στα πρωτόκολλα υγείας και στις ευέλικτες πολιτικές κρατήσεων. Τα all-inclusive θέρετρα εφάρμοσαν αυστηρά μέτρα υγιεινής, ανέπαφες υπηρεσίες και πρωτόκολλα κοινωνικής απόστασης για να εξασφαλίσουν την ασφάλεια των επισκεπτών. Αυτές οι προσπάθειες ήταν κρίσιμες για την ανάκτηση της τουριστικής εμπιστοσύνης. Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2022), το ποσοστό πληρότητας για all-inclusive θέρετρα στην Ελλάδα το καλοκαίρι του 2021 έφτασε το 65%, μια σημαντική βελτίωση από το 30% που καταγράφηκε το 2020. Αυτή η ανάκαμψη οφείλεται σε διάφορους παράγοντες. Ο πιο βασικός ήταν οι εκστρατείες εμβολιασμού της κυβέρνησης. Επίσης, σημαντικό ρόλο έπαιξαν και οι Ευέλικτες Πολιτικές Κρατήσεων καθώς πολλά θέρετρα προσέφεραν ευέλικτες πολιτικές ακύρωσης και επιλογές επαναπρογραμματισμού, μειώνοντας τον οικονομικό κίνδυνο για τους ταξιδιώτες. Επίσης, ο ΕΟΤ ξεκίνησε στοχευμένες εκστρατείες για την προώθηση της Ελλάδας ως ασφαλούς και επιθυμητού προορισμού, δίνοντας έμφαση στα μέτρα ασφαλείας που ισχύουν σε θέρετρα all-inclusive. Σε στοιχεία που παραθέτει το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, η μέση πληρότητα την περίοδο αιχμής κυμάνθηκε από 85% (2019) σε 30% (2020) και σε 65% (2021). Η πανδημία επίσης επιτάχυνε τον ψηφιακό μετασχηματισμό της τουριστικής βιομηχανίας. Τα all-inclusive θέρετρα στην Ελλάδα υιοθετούν όλο και περισσότερο ψηφιακές λύσεις για να βελτιώσουν τις εμπειρίες των επισκεπτών και να διασφαλίσουν την ασφάλεια. Από το ανέπαφο check-in έως τις εφαρμογές για κινητά για παραγγελίες υπηρεσιών, η τεχνολογία έχει γίνει αναπόσπαστο μέρος του μοντέλου all-inclusive. Αυτή η τάση αναμένεται να συνεχιστεί, με τα θέρετρα να επενδύουν σε καινοτόμες λύσεις για να ανταποκριθούν στις εξελισσόμενες προσδοκίες των επισκεπτών. Τέλος, για να προσελκύσουν ένα ευρύτερο κοινό, πολλά all-inclusive θέρετρα στην Ελλάδα διαφοροποιούν τις προσφορές τους. Αυτό περιλαμβάνει την εισαγωγή προγραμμάτων ευεξίας, δραστηριοτήτων περιπέτειας και πολιτιστικών εμπειριών που ξεπερνούν το

παραδοσιακό μοντέλο ήλιου και παραλίας. Παρέχοντας μοναδικές και καθηλωτικές εμπειρίες, τα θέρετρα στοχεύουν να προσελκύσουν εξειδικευμένες αγορές και να ενισχύσουν τη συνολική πρόταση αξίας των all-inclusive πακέτων.

Μια άλλη μορφή τουρισμού, περισσότερο εναλλακτική με την έννοια ότι ο τουρίστας ξεφεύγει από το κυρίαρχο μοντέλο που αφορά το κατάλυμα, είναι το κάμπινγκ. Το κάμπινγκ, που χαρακτηρίζεται από υπαίθρια ζωή και στενότερη σύνδεση με τη φύση, έχει κερδίσει δημοτικότητα καθώς οι ταξιδιώτες αναζητούν ασφαλέστερες, υπαίθριες εναλλακτικές λύσεις σε σχέση με τα παραδοσιακά καταλύματα. Πριν από την πανδημία, το κάμπινγκ στην Ελλάδα ήταν ένα εξειδικευμένο αλλά αναπτυσσόμενο τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας. Το 2019, το κάμπινγκ αντιπροσώπευε περίπου το 5% των συνολικών εσόδων από τον τουρισμό, με πολυάριθμους χώρους κατασκήνωσης διάσπαρτους στα γραφικά τοπία της χώρας, από παράκτιες περιοχές έως ορεινά εδάφη (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2020). Οι δημοφιλείς προορισμοί για κάμπινγκ ήταν η Πελοπόννησος, η Κρήτη και η χερσόνησος της Χαλκιδικής. Όπως όλα τα είδη και οι μορφές τουρισμού, έτσι και το κάμπινγκ επηρεάστηκε σε κάποιο βαθμό από τα περιοριστικά μέτρα και την πτώση των αφίξεων. Παρά την αρχική ύφεση, ο τουρισμός κατασκήνωσης έδειξε ανθεκτικότητα και προσαρμοστικότητα. Μέχρι το καλοκαίρι του 2021, υπήρξε μια αξιοσημείωτη αλλαγή καθώς οι ταξιδιώτες άρχισαν να προτιμούν το κάμπινγκ σε σχέση με τα παραδοσιακά καταλύματα λόγω των εγγενών πλεονεκτημάτων του στο πλαίσιο της πανδημίας. Τα υπαίθρια περιβάλλοντα και η δυνατότητα διατήρησης της κοινωνικής απόστασης έκαναν το κάμπινγκ ελκυστική επιλογή για όσους αναζητούν ασφαλέστερες εναλλακτικές λύσεις ταξιδιού. Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ (2022), το ποσοστό πληρότητας των κατασκηνώσεων στην Ελλάδα το καλοκαίρι του 2021 αυξήθηκε κατά 40% σε σύγκριση με το 2020, ανάκαμψη που δύσκολα εντοπίζεται σε άλλα είδη τουρισμού. Συγκεκριμένα, η πληρότητα το 2019 ήταν στο 70%, το 2020 στο 35% και το 2021 στο 55%. Αυτή η ανάκαμψη οφείλεται σε διάφορους παράγοντες. Ένας από αυτούς είναι η αντίληψη της ασφάλειας. Το κάμπινγκ προσέφερε μια αντιληπτή ασφαλέστερη επιλογή ταξιδιού, επιτρέποντας στους τουρίστες να αποφύγουν τα πολυσύχναστα ξενοδοχεία και να απολαύσουν την υπαίθρο. Πλέον η υγιεινή ήταν θέμα των κατασκηνωτών και όχι των ξενοδοχειακών μονάδων, οπότε οι τουρίστες μπορούσαν να την ελέγξουν στο έπακρο. Επίσης, στο σκηνικό οικονομικής και ευρύτερης αβεβαιότητας που διαγραφόταν παγκόσμια, το

κάμπινγκ παρείχε μια οικονομικά αποδοτική εναλλακτική λύση, ελκυστική για ταξιδιώτες που γνωρίζουν τον προϋπολογισμό τους. Ακόμη, με τους ισχύοντες διεθνείς ταξιδιωτικούς περιορισμούς, ο εσωτερικός τουρισμός εκτινάχθηκε, με πολλούς Έλληνες να επιλέγουν τοπικές εκδρομές κάμπινγκ. Η πανδημία έχει αυξήσει την ευαισθητοποίηση για τον τουρισμό που βασίζεται στη φύση, με την κατασκήνωση στην πρώτη γραμμή. Οι ταξιδιώτες αναζητούν ολοένα και περισσότερο εμπειρίες που τους επιτρέπουν να συνδεθούν με τη φύση, κάτι που ευθυγραμμίζεται καλά με την κύρια απήχηση του κάμπινγκ. Αυτή η τάση αναμένεται να συνεχιστεί, με τους χώρους κατασκήνωσης να παρουσιάζουν διαρκές ενδιαφέρον ακόμη και όταν ανακάμπτουν άλλες μορφές τουρισμού.

5.1.3. Περιηγητικός τουρισμός

Ο περιηγητικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που περιλαμβάνει διάφορες όψεις. Ο περιηγητικός τουρισμός μπορεί να είναι θρησκευτικός, περιβαλλοντικός, εκπαιδευτικός, πολιτιστικός, κ.α. Μπορεί να περιλαμβάνει επισκέψεις σε πόλεις ή στη φύση. Ο περιηγητικός τουρισμός στη χώρα μας είναι περισσότερο διαδεδομένος σε περιηγήσεις στην ύπαιθρο. Αφορά περισσότερο τον ορεινό τουρισμό ο οποίος προτιμάται από ντόπιους και αλλοδαπούς τουρίστες, χειμώνα και καλοκαίρι. Αυτή η μορφή τουρισμού είναι περισσότερο συνυφασμένη με πεζοπορίες σε διάφορες ορεινές διαδρομές. Για αυτήν τη μορφή τουρισμού επισκέπτονται τη χώρα μας τουρίστες από διάφορα μέρη του κόσμου για να γνωρίσουν τις φυσικές ομορφιές και τις ορεινές διαδρομές της χώρας. Σύμφωνα με μελέτη των Dologlou and Kotsios (2015), αυτή η μορφή προτιμάται από μέτριας ηλικίας καταναλωτές (30-45 ετών) οι οποίοι είναι κάτοικοι πόλεων κατά 72% και θέλουν να γνωρίσουν έναν νέο τόπο. Οι περισσότερες περιηγήσεις διεξάγονται κατά την περίοδο του καλοκαιριού (79%). Οι βασικοί λόγοι που προτιμώνται το καλοκαίρι αυτοί οι προορισμοί είναι για να έρθουν σε επαφή με τη φύση (28%), η ησυχία και οι καλές θερμοκρασίες (26%), οι αθλητικές δραστηριότητες (17%). Επίσης, ένας στους τρεις συμμετέχοντες δήλωσε ότι προτιμάει το καλοκαίρι για λόγους κόστους. Οι πιο δημοφιλείς δραστηριότητες κατά τον περιηγητικό τουρισμό είναι η πεζοπορία (27%), η ορειβάσια (15%), το κάμπινγκ (14%), το ράφτινγκ (13%). Το 68% φαίνεται ότι

επισκέπτεται χιονοδρομικά κέντρα και τις γύρω περιοχές κατά τη διάρκεια των μηνών της άνοιξης και του φθινοπώρου.

Ο περιηγητικός τουρισμός μετά την πανδημία παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον. Στην Ελλάδα, η Διεύθυνση Έρευνας του Υπουργείου Τουρισμού (2023) διαπιστώνει ελλείψεις σε υποδομές οι οποίες αφορούν είτε εγκαταστάσεις, είτε σημάνσεις σε μονοπάτια, χώρους περιήγησης, κ.α. Οι ελλειπείς υποδομές δεν φαίνεται να αποτελούν περιορισμό διότι η βασική υποδομή είναι το φυσικό περιβάλλον και οι εγκαταστάσεις λειτουργούν συμπληρωματικά. Πρόκειται για έναν τομέα που δεν έχει αναπραχθεί ιδιαίτερα καθώς οι επαγγελματίες του κλάδου εστιάζουν περισσότερο στον τουρισμό κατά τη θερινή περίοδο. Αυτό προς το παρόν δεν φαίνεται να δημιουργεί πρόβλημα στον περιηγητικό τουρισμό καθώς οι εγκαταστάσεις και οι υποδομές επαρκούν αριθμητικά. Αν όμως αυτός ο τομέας αναπτυχθεί ιδιαίτερα θα διαπιστωθούν ισχυρές ελλείψεις στις υποδομές.

5.1.4. Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι αναπόσπαστο κομμάτι του κλάδου στην Ελλάδα. Σημαντικό τμήμα των αλλοδαπών τουριστών έρχονται στην Ελλάδα για την πολιτιστική κληρονομιά της, για χώρους όπως μουσεία, εκθέσεις, αρχαιολογικές τοποθεσίες, κ.α. Η εικόνα που έχουν οι τουρίστες για τον πολιτιστικό τουρισμό της χώρας μας σχετίζεται και με την εικόνα της χώρας μας σε σχέση με την υγειονομική ασφάλεια.

Τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ δείχνουν ότι σε σχέση με το 2022, υπήρχε μια σημαντική αύξηση το 2023 κατά 11% στα έσοδα από μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους και αύξηση το 2024 σε σχέση με το 2023 κατά 34,4%. Το σύνολο των επισκεπτών το 2023 ανέρχεται σε 19.189.540 έναντι 15.583.552 το 2022, 16.524.557 το 2019 και 18.603.282 το 2018. Συνεπώς παρατηρούμε ότι ο πολιτιστικός τουρισμός σε σχέση με τις επισκέψεις σε σημεία ενδιαφέροντος (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, κ.α.) έχει επανέλθει και ξεπεράσει τα επίπεδα προ πανδημίας στην Ελλάδα. Αναλυτικά, τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (2024) για τα παραπάνω, παρατίθενται στον πίνακα που ακολουθεί.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ – ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ
(ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2023 ΚΑΙ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2024)**

I. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ			
Μουσεία - Αρχαιολογικοί Χώροι	2023	2024	Μεταβολή 2024/2023
Γενικό σύνολο επισκεπτών (Α+Β)	539.611	725.362	34,4%
A. Μουσεία (Γ+Ε)	240.137	293.848	22,4%
Μουσείο Ακρόπολης	87.722	100.099	14,1%
Εθνικό Αρχαιολογικό	28.760	36.868	28,2%
Αρχαία Ολυμπία	1.293	1.690	30,7%
Παλάτι Ιπποτών (Ρόδου)	2.923	3.153	7,9%
Ηρακλείου (Κρήτης)	4.161	6.674	60,4%
Λευκού Πύργου	6.487	15.364	136,8%
Δελφών	8.787	11.533	31,3%
Λουτών μουσείων	100.004	118.467	18,5%
B. Αρχαιολογικοί χώροι (Δ+Ζ)	299.474	431.514	44,1%
Επιδαύρου ⁽¹⁾	13.500	22.351	65,6%
Ακροπόλεως Μυκηνών και Θησαυρού Ατρέα	15.264	22.371	46,6%
Ακροπόλεως Αθηνών	121.543	181.710	49,5%
Σουνίου	13.814	19.983	44,7%
Ακροπόλεως Λίνδου	794	2.045	157,6%
Βασιλικοί Τάφοι Βεργίνας	10.702	15.141	41,5%
Αρχαία Ολυμπία	6.013	8.644	43,8%
Κνωσού (Κρήτης)	4.185	8.220	96,4%
Φαιστού (Κρήτης)	444	499	12,4%
Αρχαία Κορίνθου ⁽¹⁾	5.126	8.209	60,1%
Μυστρά ⁽¹⁾	3.343	3.353	0,3%
Δελφών	16.378	22.468	37,2%
Λουτών αρχαιολογικών χώρων	88.368	116.520	31,9%
II. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΜΕ ΕΙΣΤΗΡΙΟ			
	2023	2024	Μεταβολή 2024/2023
Σύνολο Επισκεπτών Με Εισιτήριο (Γ+Δ)	292.892	368.967	26,0%
Γ. Μουσεία	115.173	131.709	14,4%
Δ. Αρχαιολογικοί χώροι	177.719	237.258	33,5%
III. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ			
	2023	2024	Μεταβολή 2024/2023
Σύνολο Επισκεπτών Ελεύθερης Εισόδου (Ε+Ζ)	246.719	356.395	44,5%
Ε. Μουσεία	124.964	162.139	29,7%
Ζ. Αρχαιολογικοί χώροι	121.755	194.256	59,5%
IV. ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (σε ευρώ)			
	2023	2024	Μεταβολή 2024/2023
Σύνολο Εισπράξεων (Η+Θ)	2.411.191	3.027.843	25,6%
Η. Μουσεία	820.482	911.477	11,1%
Θ. Αρχαιολογικοί χώροι	1.590.709	2.116.366	33,0%

Εικόνα 8 - Επισκέπτες & Εισπράξεις Μουσείων-Αρχαιολογικών χώρων (ΕΛΣΤΑΤ, 2024)

5.1.5. Συνεδριακός τουρισμός

Πρόκειται για μια νέα σχετικά μορφή τουρισμού όπου οι τουρίστες έρχονται σε μια χώρα για την παρακολούθηση επιστημονικών και ακαδημαϊκών κυρίως συνεδρίων και στα πλαίσια αυτών βρίσκουν την ευκαιρία να κάνουν διακοπές. Ο συνεδριακός τουρισμός αποδίδει κάθε χρόνο στη χώρα μας περισσότερα από 2,5 δις ευρώ (Καραντζαβέλου, 2024). Η διοργάνωση συνεδρίων έχει επιστρέψει μετά την πανδημία όπου πολλά συνέδρια πραγματοποιήθηκαν διαδικτυακά. Στην ανάκαμψη μετά την πανδημία έχουν συμβάλει οι προσπάθειες εξωστρέφειας όπως η ενεργοποίηση των συνεδριακών γραφείων σε διάφορες πόλεις της χώρας (convention bureaux).

Στη χώρα μας αυτός ο τύπος τουρισμού δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος κυρίως λόγω της έλλειψης υποδομών. Η έλλειψη υποδομών εντοπίζεται κυρίως στην περιφέρεια σε αντίθεση με την Αθήνα η οποία βρίσκεται στις δέκα κορυφαίες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης. Αντιθέτως, η Ελλάδα συνολικά ως χώρα βρίσκεται στην 47^η θέση. Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Εκδηλώσεων και Οργανωτών Συνεδρίων (HAPCO & DES), αναφέρει ότι λόγω των ελλείπων υποδομών η χώρα μας έχει απώλειες περισσότερων από 150.000 συνεδριακών επισκεπτών το χρόνο (Κουρλιμπίνη, 2024). Παρά την κατάσταση αυτή, ο συνεδριακός τουρισμός αποδίδει στη χώρα περισσότερα από 2,5 δις ανά χρόνο ενώ η εκτίμηση για τις δυνατότητες είναι ότι θα μπορούσε να είναι σχεδόν ο τριπλάσιος με τις κατάλληλες υποδομές (Λυγνού, 2023). Συνεπώς, αν η χώρα μας θέλει να γίνει πιο ισχυρή σε ότι αφορά τον συνεδριακό τουρισμό και να προσελκύσει περισσότερες εκδηλώσεις θα πρέπει να δημιουργήσει εγκαταστάσεις τόσο στην περιφέρεια όσο και στις μεγάλες πόλεις. Εδώ θα πρέπει να υπογραμμιστεί επίσης η ανάγκη να συμβαδίσει η χώρα μας με τις περιβαλλοντικές πολιτικές με στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη και τη χρήση νέων τεχνολογιών. Μια τέτοια στρατηγική θα μπορούσε να ισχυροποιήσει την ποιότητα και την εμπειρία των τουριστών, παρέχοντας ταυτόχρονα ένα ισχυρότερο δίκτυο φιλοξενίας. Ο συνεδριακός τουρισμός είναι ιδιαίτερα σημαντικός καθώς ο συνεδριακός τουρίστας εκτιμάται ότι έχει σημαντικά υψηλότερα επίπεδα εισοδήματος και άρα έχει περιθώρια να ξοδέψει περισσότερο. Σύμφωνα με τη Λυγνού (2024), η

οποία είναι πρόεδρος του Συνδέσμου Ελλήνων Επαγγελματιών Εκδηλώσεων και Οργανωτών Συνεδρίων, ο συνεδριακός τουρισμός στη χώρα μας είναι ιδιαίτερα σημαντικός για μια σειρά από λόγους:

- Αποτελεί πηγή εσόδων από άμεσους και έμμεσους φόρους για το κράτος, για Δήμους και Περιφέρειες.
- Συμβάλλει στην οικονομία με την κατασκευή ή/και ανακαίνιση συνεδριακών χώρων και ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, ενισχύει την απασχόληση και διαφημίζει την χώρα διεθνώς.
- Συμβάλλει στη δημιουργία εισοδήματος, που πολλές φορές είναι πολλαπλάσιο 7 φορές από τον μαζικό τουρισμό.
- Προσελκύει προσωπικότητες υψηλού επιπέδου που μπορούν αντίστοιχα να είναι πρεσβευτές της χώρας μας στο εξωτερικό.
- Συμβάλλει στην αύξηση θέσεων εργασίας, αφού στην οργάνωση συνεδρίων εμπλέκονται 50 τουλάχιστον επαγγέλματα.
- Δημιουργεί και αυξάνει την ζήτηση ταξιδιωτικών και τουριστικών υπηρεσιών (διαμονές, διακινήσεις, ξεναγήσεις, εκδρομές, δείπνα, γεύματα κ.λπ.), ενισχύοντας την εθνική οικονομία.
- Συμβάλλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου και στην καταπολέμηση της εποχικότητας του Ελληνικού Τουρισμού.
- Προβάλλει την φήμη της χώρας σε ένα υψηλού επιπέδου κοινό και κατακτά σημαντική θέση στον παγκόσμιο τουριστικό και συνεδριακό χάρτη.

5.1.6. Τουρισμός των πόλεων (city breaks)

Οι διακοπές στην πόλη, τα σύντομα ταξίδια σε αστικούς προορισμούς με επίκεντρο τις πολιτιστικές εμπειρίες, τα ψώνια, το φαγητό και τις περιηγήσεις στα αξιοθέατα, αποτελούν ένα κρίσιμο τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας της Ελλάδας. Αυτή η μορφή τουρισμού μεγαλώνει ολοένα και περισσότερο. Έχει αποκτήσει την κωδική ονομασία City Break που σημαίνει Απόδραση στην Πόλη, για να δείξει ότι ο τουρίστας δεν ενδιαφέρεται τόσο για τα μέρη φυσικής ομορφιάς αλλά επικεντρώνεται σε εμπειρίες που αποκτάει ζώντας ως ντόπιος σε ένα αστικό κέντρο. Πριν από την

πανδημία, οι μεγάλες πόλεις της Ελλάδας όπως η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και το Ηράκλειο ήταν δημοφιλείς προορισμοί για διακοπές στην πόλη. Το 2019, ο τουρισμός city break αντιπροσώπευε περίπου το 25% των συνολικών εσόδων από τον τουρισμό, προσελκύοντας εκατομμύρια διεθνείς και εγχώριους τουρίστες (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2020). Η Αθήνα, ειδικότερα, είδε μια σημαντική εισροή τουριστών που προσελκύονται από τα ιστορικά ορόσημα, τα μουσεία και τη ζωντανή αστική κουλτούρα της. Όπως ήταν φυσικό, ο τουρισμός αυτός γνώρισε μείωση λόγω της πτώσεις στις διεθνείς αφίξεις το 2020, από τα περιοριστικά μέτρα για την πανδημία. Παρά την αρχική πτώση, ο τουρισμός πόλης άρχισε να ανακάμπτει από τα μέσα του 2021. Βασικοί παράγοντες που συνέβαλαν σε αυτήν την ανάκαμψη περιελάμβαναν την κυκλοφορία των εμβολίων κατά του COVID-19, την εφαρμογή υγειονομικών πρωτοκόλλων και τη χαλάρωση των ταξιδιωτικών περιορισμών. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (2020, 2021, 2022, 2023), ενώ το 2019 η μέση πληρότητα των ξενοδοχείων σε μεγάλες πόλεις της χώρας άγγιζε το 80%, το 2020 έπεσε στο 25%, το 2021 αυξήθηκε στο 50%, το 2022 στο 70% και το 2023 στο 85%. Συνεπώς φαίνεται ότι ο τουρισμός σε μεγάλες πόλεις ανέκαμψε πλήρως και ξεπέρασε την πρότερη κατάσταση. Με τους διεθνείς ταξιδιωτικούς περιορισμούς, ο εγχώριος τουρισμός έπαιξε ζωτικό ρόλο στην ανάκαμψη του τουρισμού κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Οι Έλληνες, που δεν μπορούσαν να ταξιδέψουν στο εξωτερικό, επέλεξαν όλο και περισσότερο σύντομα ταξίδια εντός της χώρας, ενισχύοντας τις τοπικές οικονομίες. Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (2022), ο εσωτερικός τουρισμός στις αστικές περιοχές αυξήθηκε κατά 40% το 2021 σε σύγκριση με το 2020. Η Αθήνα και άλλες μεγάλες πόλεις αξιοποίησαν την πλούσια πολιτιστική και ιστορική τους κληρονομιά για να προσελκύσουν τουρίστες. Μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι και πολιτιστικά φεστιβάλ προσαρμόστηκαν στα νέα πρότυπα, προσφέροντας εικονικές εμπειρίες και περιορισμένες επισκέψεις, διασφαλίζοντας τη συνεχή επαφή με τους τουρίστες. Μετά την πανδημία, η ανοδική τάση του τουρισμού city break συνεχίστηκε μέχρι το 2022 και το 2023. Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος (2023), οι διεθνείς αφίξεις έφτασαν τα 22 εκατομμύρια το 2022, σημειώνοντας αύξηση 46,7% από το 2021. Το 2023, εκτιμήθηκε ότι οι διεθνείς αφίξεις θα έφταναν τα 30 εκατομμύρια, πλησιάζοντας τα προ πανδημίας επίπεδα. Συνεπώς, η αυξανόμενη προτίμηση για τον εσωτερικό τουρισμό και η σταδιακή επιστροφή ξένων τουριστών οδήγησαν την ανάκαμψη. Από το 2022 και το 2023, ο τουρισμός city break στην Ελλάδα βρίσκεται σε μια εύρωστη πορεία για να ανακτήσει τη ζωντάνια του πριν από

την πανδημία, υποστηριζόμενος από τα ισχυρά ποσοστά πληρότητας και τις αυξημένες τουριστικές δαπάνες. Οι συνεχείς προσπάθειες για τη βελτίωση της ασφάλειας, την υιοθέτηση ψηφιακών λύσεων και την προώθηση πολιτιστικών αξιοθέατων θα είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση αυτής της θετικής τάσης.

5.2.Οι μορφές του τουρισμού που αναδείχθηκαν περισσότερο μετά την πανδημία.

Η δεύτερη κατηγορία τουρισμού είναι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Πρόκειται για μορφές που δεν απευθύνονται σε μεγάλες μάζες τουριστών και έρχονται σε αντίθεση με τον υπερτουρισμό. Επιλέγονται ακριβώς για τα αυτά τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά τους από ντόπιους ή αλλοδαπούς τουρίστες. Πολλές από αυτές τις μορφές τουρισμού γνώρισαν ιδιαίτερη ανάπτυξη μετά την πανδημία. Αυτό διότι η πανδημία αποτέλεσε αφορμή για να σκεφτούμε συνολικά το μοντέλο της τουριστικής δραστηριότητας και την προοπτική εναλλακτικών μορφών τουρισμού, πιο βιώσιμων για το περιβάλλον, τις τοπικές κοινότητες ενώ ταυτόχρονα θα παραμένουν και οικονομικά βιώσιμες. Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται παραδείγματα τέτοιων τύπων τουρισμού όπως ο αγροτικός τουρισμός, ο βιώσιμος τουρισμός και ο τουρισμός ευεξίας.

5.2.1. Αγροτικός τουρισμός

Μια από τις μορφές που έχουν αναδειχθεί περισσότερο μετά την πανδημία είναι ο αγροτικός και υπαίθριος τουρισμός καθώς οι καταναλωτές έχουν αρχίσει και αναζητούν ολοένα και λιγότερο πολυσύχναστα μέρη. Καθώς ο μαζικός τουρισμός επανέρχεται, μια μερίδα καταναλωτών αναζητούν λύσεις μακριά από τα δημοφιλή μέρη που προτιμώνται από την πλειοψηφία των τουριστών. Αυτή η μερίδα καταναλωτών αναζητά μια τουριστική εμπειρία που είναι σε ισορροπία με το περιβάλλον κάθε τόπου και αυτός ακριβώς είναι ο λόγος που ταξιδεύει για να αποκτήσει την εμπειρία. Ο κάθε τόπος έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τα οποία είναι ενδεχομένως άγνωστα στους κατοίκους άλλων χωρών και ιδιαίτερα στους κατοίκους μεγάλων μητροπολιτικών και αστικών κέντρων. Για τη διαμονή τους, οι αγροτουρίστες επιλέγουν συνήθως να διανυκτερεύσουν σε παραδοσιακούς οικισμούς που συνάδουν με το είδος των διακοπών που θέλουν να πραγματοποιήσουν. Αυτοί οι παραδοσιακοί οικισμοί έχουν διατηρήσει διαχρονικά χαρακτηριστικά με το πέρασμα

του χρόνου και αποτελούν τμήμα της παράδοσης του κάθε τόπου. Στη χώρα μας υπάρχει ένα μεγάλο δίκτυο παραδοσιακών οικισμών σε κάθε γωνιά της. Η επόμενη εικόνα μας δίνει μια άποψη του που βρίσκονται αυτοί οι οικισμοί σύμφωνα με στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ (2023). Η πληθώρα οικισμών σε μια περιοχή σημαίνει ότι αυτή η περιοχή έχει περισσότερες υποδομές για αγροτουρισμό και ενδέχεται να επιλεγεί από τους τουρίστες – ντόπιους και αλλοδαπούς. Η εικόνα δείχνει ότι μεγάλο πλήθος παραδοσιακών οικισμών βρίσκονται στα νησιά του Αιγαίου, στην Νότια Πελοπόννησο και την Κρήτη ενώ ακολουθούν Ήπειρος, Θεσσαλία και Ιόνια νησιά.



Εικόνα 9 - Δίκτυο παραδοσιακών οικισμών

5.2.2. Βιώσιμος τουρισμός

Ο αειφόρος τουρισμός είναι μια έννοια που καλύπτει την πλήρη τουριστική εμπειρία, συμπεριλαμβανομένου του ενδιαφέροντος για οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα καθώς και προσοχή στη βελτίωση των εμπειριών των τουριστών και την αντιμετώπιση των αναγκών των κοινοτήτων υποδοχής των τουριστών. Η πανδημία COVID-19 έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές και στον βιώσιμο - αειφόρο τουρισμό. Στην Ελλάδα, γνωστή για την πλούσια πολιτιστική της κληρονομιά, τη φυσική ομορφιά και τα ποικίλα οικοσυστήματα, ο βιώσιμος τουρισμός έχει αποκτήσει δυναμική μετά την πανδημία. Πριν από την πανδημία, ο βιώσιμος τουρισμός στην Ελλάδα κέρδιζε έλξη, αλλά παρέμενε ένα εξειδικευμένο τμήμα. Οι προσπάθειες επικεντρώθηκαν στην προώθηση πρακτικών φιλικών προς το περιβάλλον, στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην υποστήριξη των τοπικών κοινοτήτων. Το 2019, ο αειφόρος τουρισμός αντιπροσώπευε περίπου το 10% της συνολικής τουριστικής αγοράς στην Ελλάδα, με πρωτοβουλίες που επικεντρώνονται στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των τουριστικών δραστηριοτήτων (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2020).

Παρά την αρχική ύφεση, η πανδημία υπογράμμισε τη σημασία των βιώσιμων πρακτικών, οδηγώντας σε μια ανανεωμένη εστίαση στον αειφόρο τουρισμό ως μέρος της στρατηγικής ανάκαμψης. Μέχρι τα μέσα του 2021, υπήρξε μια αξιοσημείωτη στροφή προς τα ταξίδια με περισσότερη οικολογική συνείδηση, λόγω των αλλαγών στις τουριστικές προτιμήσεις και της αυξημένης ευαισθητοποίησης για περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα. Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ (2023), οι πρωτοβουλίες αειφόρου τουρισμού αντιπροσώπευαν το 2022 το 15% της αγοράς, λόγω της αυξημένης ζήτησης για ταξίδια με οικολογική συνείδηση με εκτιμώμενη αύξηση το 2023 στο 18%. Η πανδημία έχει αυξήσει την ευαισθητοποίηση για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού, οδηγώντας σε αυξημένη ζήτηση για φιλικές προς το περιβάλλον ταξιδιωτικές επιλογές. Σύμφωνα με έρευνα του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ), το 70% των ταξιδιωτών εξέφρασε την προτίμηση για βιώσιμες ταξιδιωτικές επιλογές το 2021, από 50% το 2019.

Η ελληνική κυβέρνηση έχει διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην προώθηση του βιώσιμου τουρισμού. Πρωτοβουλίες όπως το πρόγραμμα «Πράσινοι Προορισμοί» και η εκστρατεία «Αειφόρος Ελλάδα» έχουν επικεντρωθεί στην ενίσχυση της βιωσιμότητας των τουριστικών δραστηριοτήτων. Αυτά τα προγράμματα στοχεύουν στη διατήρηση των φυσικών πόρων, στη μείωση των αποτυπωμάτων άνθρακα και στην προώθηση των τοπικών πολιτισμών και οικονομιών. Ο ιδιωτικός τομέας έχει επίσης αγκαλιάσει τη βιωσιμότητα, με πολλές επιχειρήσεις να υιοθετούν πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον. Τα ξενοδοχεία και τα θέρετρα έχουν εφαρμόσει μέτρα όπως ενεργειακά αποδοτικές τεχνολογίες, προγράμματα μείωσης των απορριμμάτων και χρήση τοπικών προϊόντων. Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2022), το 40% των ξενοδοχείων στην Ελλάδα είχε υιοθετήσει βιώσιμες πρακτικές μέχρι το τέλος του 2021, σημειώνοντας σημαντική αύξηση από 25% το 2019. Σύμφωνα με την TTE, οι τουριστικές δαπάνες για τον αειφόρο τουρισμό αυξήθηκαν το 2022 κατά 25% σε σύγκριση με το 2021, αντανακλώντας υψηλότερο όγκο ταξιδιών και μεγαλύτερη προθυμία για επενδύσεις σε φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές (Τράπεζα Ελλάδος, 2023). Αντίστοιχα, το 2023, υπάρχει πρόβλεψη για περεταίρω αύξηση κατά 20%, υποστηριζόμενες από την έντονη ζήτηση για βιώσιμες ταξιδιωτικές εμπειρίες (Τράπεζα της Ελλάδος, 2023).

5.2.3. Τουρισμός ευεξίας

Η πανδημία COVID-19 έχει επηρεάσει δραματικά την παγκόσμια τουριστική βιομηχανία, με τον τουρισμό ευεξίας στην Ελλάδα να βιώνει σημαντικούς μετασχηματισμούς. Ο τουρισμός ευεξίας (wellness ή retreat tourism), ο οποίος περιλαμβάνει δραστηριότητες που στοχεύουν στην ενίσχυση της προσωπικής υγείας και ευεξίας, έχει κερδίσει μεγάλη προσοχή καθώς οι ταξιδιώτες αναζητούν πιο υγιεινές και πιο προσεκτικές ταξιδιωτικές εμπειρίες.

Πριν από την περίοδο της πανδημίας, ο τουρισμός ευεξίας στην Ελλάδα βρισκόταν σε ανοδική τροχιά, συνδυάζοντας τα φυσικά πλεονεκτήματα της χώρας, όπως ιαματικές πηγές, γαλήνια τοπία και μια πλούσια παράδοση πρακτικών υγείας. Το 2019, ο τουρισμός ευεξίας αντιπροσώπευε περίπου το 8% των συνολικών εσόδων από τον τουρισμό στην Ελλάδα, προσελκύοντας επισκέπτες κυρίως από την Ευρώπη

και τις Ηνωμένες Πολιτείες (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2020). Μετά την πανδημία παρατηρήθηκε μια σημαντική στροφή στον τουρισμό ευεξίας καθώς οι άνθρωποι ολοένα και περισσότερο έδωσαν προτεραιότητα στην υγεία και την ευεξία τους με παράλληλα ταξιδιωτικές εμπειρίες και αναψυχή. Αυτός ο τρόπος διακοπών προτιμάται κυρίως από μεγαλύτερης ηλικίας ταξιδιώτες αλλά έχει αρχίσει και γίνεται ολοένα και πιο διάσημος και στους νεότερους – ειδικά στις νέες οικογένειες με παιδιά και γενικότερα σε οικογένειες με πολυάσχολο τρόπο ζωής (Παραβάντη, 2024).

Παρά την αρχική πτώση του, η πανδημία τόνισε τη σημασία της υγείας και της ευημερίας, οδηγώντας σε αναζωπύρωση του τουρισμού ευεξίας ως μέρος της στρατηγικής ανάκαμψης. Μέχρι τα μέσα του 2021, υπήρξε μια αξιοσημείωτη στροφή καθώς οι ταξιδιώτες αναζητούσαν προορισμούς που προσφέρουν οφέλη για την υγεία και την ευεξία. Το μερίδιο αγοράς του τουρισμού ευεξίας ήταν 8% των συνολικών εσόδων από τον τουρισμό το 2019, 10% το 2021, 12% το 2022 σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ. Αυτό δεν είναι μονάχα Ελληνικό φαινόμενο καθώς η πανδημία έχει αυξήσει την ευαισθητοποίηση για την υγεία και την ευημερία, αυξάνοντας τη ζήτηση για τουρισμό ευεξίας σε όλο τον κόσμο. Σύμφωνα με το Global Wellness Institute (2021), η αγορά του τουρισμού ευεξίας παγκοσμίως αναμένεται να αυξάνεται ετησίως κατά 7,5% από το 2021 έως το 2025. Η Ελλάδα, με τις πλούσιες προσφορές ευεξίας της, βρίσκεται σε καλή θέση για να επωφεληθεί από αυτήν την τάση. Ο τουρισμός ευεξίας με βάση την κοινότητα, ο οποίος εμπλέκει τις τοπικές κοινότητες στην παροχή υπηρεσιών ευεξίας, έχει κερδίσει έλξη. Αυτό το μοντέλο όχι μόνο υποστηρίζει τις τοπικές οικονομίες αλλά εξασφαλίζει επίσης αυθεντικές και πολιτιστικά πλούσιες εμπειρίες ευεξίας. Το 2022, ο τουρισμός ευεξίας με βάση την κοινότητα αντιπροσώπευε το 25% των δραστηριοτήτων τουρισμού ευεξίας στην Ελλάδα (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2023).

Σε ότι αφορά τις τουριστικές δαπάνες για τον τουρισμό ευεξίας, το 2022 αυξήθηκαν κατά 30% σε σύγκριση με το 2021, αντανakλώντας υψηλότερους όγκους ταξιδιών και μεγαλύτερη προθυμία για επένδυση σε εμπειρίες ευεξίας (Τράπεζα της Ελλάδος, 2023). Η TTE προέβλεψε ότι θα υπάρξει και περαιτέρω αύξηση στο μέλλον. Μια ακόμη διάκριση ήρθε την περσινή χρονιά, καθώς 23 ξενοδοχεία στην Ελλάδα με την υπογραφή της Aegeo Spas αναδείχθηκαν ως τα καλύτερα Spa σε διεθνές επίπεδο, κερδίζοντας τα βραβεία στο θεσμό αριστείας των World Luxury Spa

Awards². Το δίκτυο των βραβευμένων ξενοδοχείων ευεξίας εκτείνεται σε όλη τη χώρα με εγκαταστάσεις στην Κρήτη, στη Ρόδο, στην Αθήνα, στη Ζάκυνθο, στην Κέρκυρα, στη Σαντορίνη, στην Κω, στη Χαλκιδική και στη Θεσσαλονίκη ενώ η επιχείρηση έχει εγκαταστάσεις και στην Κύπρο.

Σε γενικές γραμμές φαίνεται ότι η πανδημία COVID-19 επηρέασε σημαντικά τον τουρισμό ευεξίας στην Ελλάδα, οδηγώντας σε αρχική πτώση που ακολουθήθηκε από ισχυρή ανάκαμψη. Ο τομέας έχει επιδείξει ανθεκτικότητα με την υιοθέτηση στρατηγικών που εστιάζονται στην υγεία και την ευεξία, την υποστήριξη του κράτους και του ιδιωτικού τομέα και τις τεχνολογικές καινοτομίες. Η αυξανόμενη προτίμηση για ταξίδια ευεξίας και η ισχυρή υποστήριξη από διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς έχουν οδηγήσει στην ανάκαμψη. Από το 2022 και το 2023, ο τουρισμός ευεξίας στην Ελλάδα βρίσκεται σε μια εύρωστη πορεία προς την ανάπτυξη, αντικατοπτρίζοντας μια ισχυρή δέσμευση για την ενίσχυση της προσωπικής υγείας και ευημερίας.

² <https://www.clickatlife.gr/taksidi/story/200538/i-ellada-stin-korufi-tou-tourismou-eueksias>

6. Συμπεράσματα

6.1. Περίληψη κύριων ευρημάτων

Η ανάλυση που πραγματοποιήθηκε έδειξε την επίδραση της πανδημίας στον Ελληνικό τουρισμό. Η πανδημία αποτέλεσε μια περίοδο σημαντικής καμπής για την λεγόμενη «βαριά βιομηχανία» της χώρας, όπως έγινε άλλωστε και σε ολόκληρο τον κόσμο, σε διάφορους κλάδους. Λόγω των περιοριστικών μέτρων, ο τομέας του τουρισμού και γενικότερα ο τριτογενής τομέας ήταν ίσως ο κλάδος που υπέφερε περισσότερο από τις έμμεσες και τις άμεσες επιπτώσεις της πανδημίας. Η επίδραση αυτών στην οικονομία ήταν σημαντική και διαφαίνεται σε όλη την εργασία ότι το αντίκτυπο σε αφίξεις, κρατήσεις, έσοδα και κέρδη ήταν ιδιαίτερα σημαντικό.

Στην Ελλάδα έχουν αναπτυχθεί διάφορες μορφές τουρισμού που διαφέρουν μεταξύ τους και ταιριάζουν στο μεγάλο εύρος των τουριστών που έρχονται κάθε χρόνο στη χώρα μας. Η πανδημία επηρέασε όλες τις μορφές του τουρισμού, αλλά όχι με τον ίδιο τρόπο. Η ομοιότητα μεταξύ τους έγκειται στο γεγονός ότι όλες οι μορφές τουρισμού εμφάνισαν δραματική πτώση από το 2019 ως το 2020. Το 2021 τα ποσοστά άρχισαν να ανακάμπτουν και το 2022 η κατάσταση είχε σχεδόν επανέλθει πλήρως ενώ το 2023 φαίνεται ότι τα επίπεδα ξεπέρασαν την πρότερη κατάσταση.

Η πανδημία ήταν ευκαιρία για να ανθίσουν και άλλες μορφές τουρισμού που διαφοροποιούνται από το κυρίαρχο μοντέλο «ήλιος και θάλασσα» που είναι συνυφασμένο με τον Ελληνικό τουρισμό. Αυτές οι μορφές τουρισμού περιλαμβάνουν ένα μεγάλο εύρος επιλογών, είτε τις πιο παραδοσιακές μορφές μαζικού τουρισμού είτε τις εναλλακτικές μορφές που γίνονται ολοένα και πιο διαδεδομένες και στην Ελλάδα. Αυτό τροφοδοτείται βασικά από τις κοινωνικές συνθήκες και τους ολοένα και πιο γρήγορους ρυθμούς ζωής. Εντός της νέας πραγματικότητας, οι τουρίστες βρίσκουν ευκαιρίες να γνωρίσουν έναν τόπο με διαφορετικούς τρόπους, είτε για παράδειγμα ένα city break – ολιγοήμερες διακοπές στην πόλη, είτε μια περιήγηση,

είτε μέσω του αγροτουρισμού, με αφορμή ένα συνέδριο ή για πολιτιστικούς λόγους. Όλες οι μορφές τουρισμού γνωρίζουν σημαντική ανάπτυξη στη χώρα μας μέσω ενός μεγάλου δικτύου διαθέσιμων επιλογών.

Η πανδημία ήταν επίσης αφορμή για την επανεκτίμηση των κριτηρίων για τις διακοπές των τουριστών. Τα αποτελέσματα σχετικών μελετών και της σχετικής βιβλιογραφίας σε διεθνές επίπεδο δείχνουν ότι η υγεία των καταναλωτών, η ασφάλεια των εγκαταστάσεων και άλλα συναφή ζητήματα ανέβηκαν στις ιεραρχήσεις του τουριστικού κοινού σε σχέση με την προ-πανδημίας περίοδο. Αυτή η επίδραση ίσως κρατήσει για αρκετό διάστημα.

6.2.Συγκριτική ανάλυση με τη βιβλιογραφία.

Η εργασία έδειξε ότι η επίδραση της πανδημίας στον τουρισμό ήταν πολύπλευρη και σε αρκετές περιπτώσεις εμφανίστηκαν ιδιαίτερες διαφορές. Το αντίκτυπο σε κάποιες μορφές τουρισμού ήταν αρκετά διαφορετικό από άλλες. Η βιβλιογραφία έχει σε μεγάλο βαθμό εστιάσει στο ενιαίο αντίκτυπο της πανδημίας στον τουρισμό. Η μείωση που αναφέρει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού της τάξης του 74% στις διεθνείς αφίξεις τουριστών το 2020 είναι μια ιδιαίτερα μεγάλη μείωση για τη χώρα μας που σε καμία από τις περιπτώσεις που αναφέρθηκαν δεν έφτασε σε αυτά τα επίπεδα. Σε ότι αφορά στην απασχόληση, στην Ελλάδα τα μέτρα που έθεσε η κυβέρνηση ανέστειλαν σημαντικά την απώλεια θέσεων εργασίας. Ενώ τα στοιχεία για την παγκόσμια τουριστική δραστηριότητα δείχνουν πτώση κατά 20% της απασχόλησης το 2020 σε σχέση με το 2019 (WTTC, 2021), τα στοιχεία του INSETE (2023) δείχνουν πτώση 11% για την ίδια χρονιά. Σε ότι αφορά τις αφίξεις, σύμφωνα με στοιχεία της IATA(2021), η παγκόσμια επιβατική κίνηση μειώθηκε κατά 66% ενώ στην Ελλάδα η μείωση ήταν της τάξης του 14%. Τέλος, σε σχέση με τα κέρδη της τουριστικής βιομηχανίας, η μελέτη των Gössling, Scott και Hall (2021) έδειξε μια σημαντική πτώση του κύκλου εργασιών κατά 4,5 τρις που στην Ελλάδα σημαίνει μια πτώση κατά 17,3 δις ευρώ. Τέλος, η τουριστική συμπεριφορά στην Ελλάδα εμφάνισε αλλαγές που εντοπίζονται σε διεθνές επίπεδο. Η αυξημένη χρήση συγκεκριμένων ειδών τουρισμού που αναφέρθηκαν προηγουμένως, η χρήση ψηφιακών διαβατηρίων

υγείας, ανέπαφων πληρωμών, εικονικές περιηγήσεις και διαδικτυακές πλατφόρμες κρατήσεων είναι κάποια από τα στοιχεία που εντοπίζονται σε διεθνές επίπεδο.

6.3. Συνεισφορά της έρευνας.

Η συνεισφορά της συγκεκριμένης μελέτης είναι σημαντική για μια χώρα όπως η Ελλάδα που στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό στην ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου. Αναμφισβήτητα, η πανδημία ήταν ένα σημαντικό διάστημα στις ζωές όλων αλλά και στην επιχειρηματική δραστηριότητα κατά την οποία υπήρξε σημαντική πτώση στην τουριστική ανάπτυξη. Όμως η πανδημία δεν επηρέασε με τον ίδιο τρόπο όλο τον κλάδο. Εδώ έγκειται η συνεισφορά της έρευνας, η οποία δείχνει τις διαφορετικές επιδράσεις της πανδημίας σε διαφορετικές μορφές τουρισμού. Η έρευνα είναι σημαντική γιατί με βάση τα ευρήματά της, οι επιχειρήσεις μπορούν να αντιδράσουν με βιώσιμο τρόπο και να ανακόψουν στο μέτρο του δυνατού τις αρνητικές επιδράσεις. Συνεπώς, η έρευνα είναι σημαντική για τον σχεδιασμό της τουριστικής δραστηριότητας σε πιθανές περιόδους κρίσεων, είτε είναι οικονομικές είτε υγειονομικές, κ.α.

6.4. Μελλοντικές προκλήσεις

Ο ελληνικός τουρισμός έχει επιδείξει αξιοσημείωτη ανθεκτικότητα και προσαρμοστικότητα ενόψει των πρόσφατων παγκόσμιων αναταραχών της πανδημίας COVID-19. Ωστόσο, καθώς ο κλάδος συνεχίζει να ανακάμπτει και να εξελίσσεται, αντιμετωπίζει μια σειρά μελλοντικών προκλήσεων.

Μία από τις πιο πιεστικές προκλήσεις για τον ελληνικό τουρισμό είναι η κλιματική αλλαγή. Η άνοδος της θερμοκρασίας, τα απρόβλεπτα καιρικά μοτίβα και τα ακραία καιρικά φαινόμενα μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τον τουρισμό. Για παράδειγμα, η αυξανόμενη συχνότητα και η ένταση των κυμάτων καύσωνα μπορεί να αποτρέψει τους τουρίστες από την επίσκεψη κατά τους καλοκαιρινούς μήνες αιχμής, ενώ η διάβρωση των ακτών και η άνοδος της στάθμης της θάλασσας απειλούν τους

παραλιακούς προορισμούς. Η φυσική ομορφιά της Ελλάδας αποτελεί βασικό πόλο έλξης για τους τουρίστες, αλλά η υποβάθμιση του περιβάλλοντος αποτελεί σημαντική απειλή. Ο υπερτουρισμός σε δημοφιλείς προορισμούς όπως η Σαντορίνη και η Μύκονος οδηγεί σε ζητήματα όπως η ρύπανση, τα προβλήματα διαχείρισης απορριμμάτων και η καταστροφή των φυσικών οικοτόπων. Οι πρακτικές αειφόρου τουρισμού είναι απαραίτητες για τον μετριασμό αυτών των επιπτώσεων, αλλά η εφαρμογή και η επιβολή τέτοιων μέτρων μπορεί να είναι προκλητική.

Ο υπερτουρισμός παραμένει μια σημαντική πρόκληση για την Ελλάδα. Ενώ ο τουρισμός αποφέρει οικονομικά οφέλη, καταπονεί επίσης τις τοπικές υποδομές και πόρους. Οι δημοφιλείς προορισμοί μπορεί να γίνουν υπερπλήρεις, οδηγώντας σε μειωμένη εμπειρία επισκεπτών και αυξημένη πίεση στις τοπικές κοινωνίες. Η διαχείριση των τουριστικών ροών και η προώθηση λιγότερο γνωστών προορισμών είναι κρίσιμες στρατηγικές για την αντιμετώπιση του υπερτουρισμού.

Οι υποδομές είναι ένα κρίσιμο συστατικό μιας ακμάζουσας τουριστικής βιομηχανίας. Στην Ελλάδα υπάρχει ανάγκη για συνεχή βελτίωση και εκσυγχρονισμό των συγκοινωνιακών δικτύων, των εγκαταστάσεων διαμονής και των τουριστικών υπηρεσιών. Η ανεπαρκής υποδομή μπορεί να εμποδίσει την ανάπτυξη του τουρισμού, ειδικά σε λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές που έχουν τη δυνατότητα να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες.

Η ελληνική οικονομία έχει αντιμετωπίσει σημαντικές προκλήσεις την τελευταία δεκαετία, συμπεριλαμβανομένης μιας σοβαρής χρηματοπιστωτικής κρίσης. Η οικονομική αστάθεια μπορεί να επηρεάσει τον τουρισμό με διάφορους τρόπους, όπως μειωμένες κρατικές επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές και μάρκετινγκ, διακυμάνσεις στις συναλλαγματικές ισοτιμίες και μειωμένη καταναλωτική δύναμη. Η διασφάλιση της οικονομικής σταθερότητας είναι απαραίτητη για τη βιώσιμη ανάπτυξη στον τουριστικό τομέα.

Ο ελληνικός τουρισμός είναι άκρως εποχιακός, με την πλειοψηφία των επισκεπτών να φθάνουν κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Αυτή η εποχικότητα θέτει οικονομικές προκλήσεις, συμπεριλαμβανομένων των διακυμάνσεων της απασχόλησης και της άνισης κατανομής του εισοδήματος. Η ανάπτυξη τουριστικών προσφορών όλο το χρόνο, όπως η προώθηση του χειμερινού τουρισμού και των

πολιτιστικών εκδηλώσεων, μπορεί να βοηθήσει στον μετριασμό των επιπτώσεων της εποχικότητας.

Η πολιτική σταθερότητα είναι ζωτικής σημασίας για την τουριστική βιομηχανία. Η πολιτική αναταραχή ή αστάθεια μπορεί να αποτρέψει τους τουρίστες, επηρεάζοντας την αντίληψη της Ελλάδας ως ασφαλούς και αξιόπιστου προορισμού. Η διατήρηση ενός σταθερού πολιτικού περιβάλλοντος και η αντιμετώπιση πιθανών πηγών συγκρούσεων είναι ουσιαστικής σημασίας για τη συνεχή ανάπτυξη του τουρισμού.

Ακόμη, το ρυθμιστικό περιβάλλον για τον τουρισμό πρέπει να ευνοεί την ανάπτυξη, διασφαλίζοντας παράλληλα τη βιωσιμότητα και τα ποιοτικά πρότυπα. Αυτό περιλαμβάνει κανονισμούς που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος, τη χρήση γης και τις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ο εξορθολογισμός των κανονισμών και η μείωση των γραφειοκρατικών εμποδίων μπορούν να διευκολύνουν τις επενδύσεις και την ανάπτυξη στον τουριστικό τομέα.

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας παρουσιάζει ευκαιρίες και προκλήσεις για τον ελληνικό τουρισμό. Ενώ τα ψηφιακά εργαλεία μπορούν να βελτιώσουν τις εμπειρίες μάρκετινγκ, κρατήσεων και πελατών, ο τομέας πρέπει επίσης να αντιμετωπίσει ζητήματα όπως η ασφάλεια δεδομένων και ο ψηφιακός προγραμματισμός. Η διασφάλιση ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις και οι προορισμοί μπορούν να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά την τεχνολογία είναι απαραίτητη για να παραμείνουν ανταγωνιστικοί στην παγκόσμια αγορά.

Τέλος, η καινοτομία είναι το κλειδί για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας στον τουριστικό κλάδο. Ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να εξελίσσεται συνεχώς ώστε να ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις και προσδοκίες των καταναλωτών. Αυτό περιλαμβάνει την προσφορά μοναδικών και εξατομικευμένων εμπειριών, την υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών και την ανάδυση νέων τεχνολογιών για τη βελτίωση των υπηρεσιών.

Το μέλλον του ελληνικού τουρισμού εξαρτάται από την αντιμετώπιση μιας σύνθετης σειράς προκλήσεων. Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα, η ανάπτυξη υποδομών, η οικονομική σταθερότητα, τα πολιτικά και κανονιστικά ζητήματα, η τεχνολογική προσαρμογή και η υγεία και ασφάλεια είναι όλα κρίσιμοι τομείς που απαιτούν προσοχή και στρατηγική δράση. Αντιμετωπίζοντας προληπτικά αυτές τις

προκλήσεις, η Ελλάδα μπορεί να διασφαλίσει τη συνεχή ανάπτυξη και ανθεκτικότητα του τουριστικού της τομέα, διατηρώντας την ιδιότητά της ως κορυφαίου παγκόσμιου προορισμού.

6.5. Τελική ανακεφαλαίωση

Σε γενικές γραμμές, η έρευνα δείχνει ότι η πανδημία αποτέλεσε ευκαιρία να αλλάξει σε κάποιο βαθμό το βασικό τουριστικό υπόδειγμα στη χώρα μας που ήταν το μοντέλο «ήλιος και θάλασσα», δηλαδή οι θερινές, νησιωτικές κατά βάση διακοπές. Η έρευνα δείχνει ότι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναδείχθηκαν περισσότερο μετά την πανδημία, για διάφορους λόγους που αναλύθηκαν εντός της εργασίας. Τέτοιες μορφές είναι ο χειμερινός – ορεινός, ο αγροτικός, ο βιώσιμος ή ο τουρισμός ευεξίας. Σε ότι αφορά το βασικό μοντέλο τουρισμού, η έρευνα έδειξε ότι ο Ελληνικός τουρισμός ανέκαμψε γρήγορα μετά την πανδημία και ως σήμερα αποτελεί βασικό πυλώνα της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας. Οι επιχειρήσεις του κλάδου από εδώ και στο εξής θα πρέπει να δώσουν ιδιαίτερο βάρος στην εξυπηρέτηση διαφορετικών ομάδων καταναλωτών με διαφορετικές προτιμήσεις και συμπεριφορές. Αυτή η πρόκληση θα κάνει τον τουρισμό της χώρας περισσότερο βιώσιμο και ανθεκτικό στις διάφορες κρισιακές περιόδους.

Αναφορές.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Abbas, J., Mubeen, R., Terhemba Iorember, P., Raza, S., & Mamirkulova, G. (2021). Exploring the impact of Covid-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2(100033), 1-11.

Ahmad, A., Jamaludin, A., Zuraimi, N. S. M., & Valeri, M. (2021). Visit intention and destination image in post-Covid-19 crisis recovery. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2392–2397. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1842342>

Andriotis, K. (2002). Scale of hospitality firms and local economic development: Evidence from Crete. *Tourism Management*, 23(4), 333-341.

Bae, S. Y., & Chang, P.-J. (2021). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioral intention towards “untact” tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1017-1035. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>

Bank of Greece. (2019). Annual Report 2019. *Bank of Greece*.

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.

Chang, D.S., & Wu, W.D. (2021). Impact of the Covid -19 pandemic on the tourism industry: applying TRIZ and DEMATEL to construct a decision- making model. *Sustainability*, 13(7610), 1-28.

Centers for Disease Control and Prevention (CDC). (2020). Social distancing.

Dodds, R., Graci, S. R., & Holmes, M. (2010). Does the tourist care? A comparison of tourists in Koh Phi Phi, Thailand and Gili Trawangan, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 207-222.

Dologlou N., Kotsios V. (2015). "The Views of Greek Mountain Travelers on Mountain Tourism During Summertime: A Questionnaire Web-Based Analysis". At V. Katsoni (ed.), *Cultural Tourism in a Digital Era*, Springer Proceedings in Business and Economics

Global Wellness Institute. (2021). Global Wellness Tourism Economy.

Gössling, S., & Hall, C. M. (2006). *Tourism and global environmental change: Ecological, social, economic and political interrelationships*. Routledge.

Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., Ceron, J. P., & Dubois, G. (2012). Consumer behaviour and demand response of tourists to climate change. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 36-58.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.

Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., ... & Xiang, Z. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: A call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, 22(2), 187-203.

Guan, W. J., Ni, Z. Y., Hu, Y., Liang, W. H., Ou, C. Q., He, J. X., ... & Zhong, N. S. (2020). Clinical characteristics of coronavirus disease 2019 in China. *New England Journal of Medicine*, 382(18), 1708-1720.

Hale, T., Angrist, N., Goldszmidt, R., Kira, B., Petherick, A., Phillips, T., ... & Webster, S. (2021). A global panel database of pandemic policies (Oxford COVID-19 Government Response Tracker). *Nature Human Behaviour*, 5(4), 529-538.

Hall, C. M. (2005). *Tourism: Rethinking the social science of mobility*. Pearson Education.

Hellenic Statistical Authority. (2020). *Labour Force Survey*. Retrieved from Hellenic Statistical Authority.

International Air Transport Association. (2021). COVID-19 Impact on Global Passenger Traffic. Retrieved from IATA.

International Air Transport Association (IATA). (2020). COVID-19 Travel Regulations Map. Retrieved from IATA website

Leung, D., Law, R., van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 3-22.

Lohmann, G., & Duval, D. T. (2011). Critical aspects of the aviation–tourism interface. *Current Issues in Tourism*, 14(4), 333-351.

Neumayer, E. (2004). The impact of political violence on tourism: Dynamic cross-national estimation. *Journal of Conflict Resolution*, 48(2), 259-281.

Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: A case study in the hospitality domain. *Electronic Markets*, 25, 243-254.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2020). COVID-19 and the global economy: Immediate impacts and policy responses. Retrieved from OECD website

OECD (2024) OECD Tourism Trends and Policies 2024 *OECD Publishing*.
<https://www.powergame.gr/wp-content/uploads/2024/07/oosa-tourismos.pdf>

OECD. (2020). OECD Tourism Trends and Policies 2020. *OECD Publishing*.

OECD. (2020). Tourism policy responses to the coronavirus (COVID-19).
<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/>

Pachucki, C., Grohs, R., & Scholl-Grissemann, U. (2022). Is nothing like before? COVID-19–evoked changes to tourism destination social media communication.

Journal of Destination Marketing & Management, 23, 100692.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100692>

Papageorgiou, M. (2016). Coastal and marine tourism: A challenging factor in Marine Spatial Planning. *Ocean & Coastal Management*, 129, 44-48.

Pashkus, V., Pashkus, N., & Asadulaev, A. (2021). Impact of Covid-19 on the global tourism industry and ways to ensure high competitiveness of the territory in the global tourism market after pandemic. SHS Web Conference 'Globalization and its Socio-Economic Consequences', 92(01041), 1-10.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.

Seetanah, B. (2011). Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 291-308.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.

Song, H., Dwyer, L., Li, G., & Cao, Z. (2012). Tourism economics research: A review and assessment. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1653-1682.

UNWTO. (2018). Tourism Highlights, 2018 Edition. *World Tourism Organization*.

UNWTO. (2021). International Tourism Highlights, 2021 Edition. United Nations World Tourism Organization.

UNWTO. (2021). Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. *World Tourism Organization*.

UNWTO. (2021). International tourism and COVID-19. Retrieved from <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

Vukonić, B. (1996). *Tourism and Religion*. Pergamon.

World Health Organization (WHO). (2020). Coronavirus disease (COVID-19) pandemic.

World Travel & Tourism Council. (2020). Economic Impact Reports. *WTTC*.

World Tourism Organization. (2018). UNWTO tourism highlights, 2018 edition. *UNWTO*.

World Tourism Organization. (2023). Impact assessment of the Covid-19 outbreak on international tourism. Retrieved from, <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

WTTC. (2021). Economic impact reports. <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517720300881?via%3Dihub>

Ελληνική Βιβλιογραφία

Διεύθυνση Έρευνας του Υπουργείου Τουρισμού (2023) Έρευνα για τον ορεινό τουρισμό: προκλήσεις και προοπτικές <https://mintour.gov.gr/oreinos-toyrismos-prokliseis-kai-prooptikes/>

ΕΛΣΤΑΤ (2024) Κίνηση Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SCI21/2024-M02>

ΙΝΣΕΤΕ (2023) Τα τουριστικά μεγέθη και η δυναμική των 13 Περιφερειών <https://www.ot.gr/2024/01/18/tourismos/insete-ta-touristika-megethi-kai-i-dynamiki-ton-13-perifereion/>

ΕΛΣΤΑΤ. (2023). Στατιστικά Τουρισμού 2022.

ΕΛΣΤΑΤ. (2022). Στατιστικά Τουρισμού 2021.

ΕΛΣΤΑΤ. (2021). Στατιστικά Τουρισμού 2020.

ΕΛΣΤΑΤ. (2020). Στατιστικά Τουρισμού 2019.

ΕΛΣΤΑΤ (2020) Ελλάδα: Διευκόλυνση της τουριστικής ανάκαμψης μετά την COVID-19 <https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2023/08/667.-UNWTO-EBRD-oAAEAoE-2022-aecaaea-CieAeAeaaeae-AEui-aAeAAEuaeui-AEaae-COVID-19-aeAEAi-AEAoEeaeiA-GR.pdf>

Καραντζαβέλου, Β. (2024) Συνεδριακός Τουρισμός: Υψηλό το ενδιαφέρον της βρετανικής MICE αγοράς για την Ελλάδα <https://www.traveldailynews.gr/ektheseis/synedriakos-toyrismos-ypsilo-to-entiaferon-tis-vretanikis-mice-agoras-gia-tin-ellada/>

Κουρλιμπίνη, Β. (2024) Γιατί η Ελλάδα χάνει τη μεγάλη ευκαιρία της διοργάνωσης συνεδρίων <https://www.capital.gr/oikonomia/3819708/giati-i-ellada-xanei-ti-megali-eukairia-tis-diorganosis-sunedrion/>

Λυγνού, Σ. (2023) Συνεδριακός Τουρισμός: Η Ελλάδα χάνει κάθε χρόνο 500 εκατ.
<https://www.powergame.gr/ikonomia/561732/synedriakos-tourismos-i-athina-chanei-kathe-chrono-500-ekat/>

Λυγνού, Σ. (2024) Συνεδριακός τουρισμός: Η έλλειψη που κοστίζει στη χώρα 500 εκατ. Ευρώ
<https://www.euro2day.gr/specials/interviews/article/2230740/synedriakos-toyrismos-h-elleipsh-poy-kostizei-sth.html>

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (2023). Ετήσια Έκθεση 2022.

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (2022). Ετήσια Έκθεση 2021.

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (2021). Ετήσια Έκθεση 2020.

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (2020). Ετήσια Έκθεση 2019.

Παγκόσμια Τράπεζα. (2020). Ελληνική Οικονομική Ενημέρωση.

Παραβάντη, Μ. (2024) Ο τουρισμός των retreat καθιερώνει την Ελλάδα ως κορυφαίο προορισμό ευεξίας <https://www.tovima.gr/2024/06/08/diakopes/o-tourismos-ton-retreat-kathieronei-tin-ellada-os-koryfaio-proorismo-eyeksias/>

ΣΕΤΕ (Ελληνική Τουριστική Συνομοσπονδία). (2020). Ετήσια Έκθεση 2019.

ΣΕΤΕ. (2021). Ετήσια Έκθεση 2020.

Τράπεζα της Ελλάδος. (2023). Ετήσια Έκθεση 2022

Τράπεζα της Ελλάδος. (2022). Ετήσια Έκθεση 2021

Τράπεζα της Ελλάδος. (2021). Ετήσια Έκθεση 2020

Τράπεζα της Ελλάδος. (2020). Ετήσια Έκθεση 2019