

**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΕΣ ΑΝΙΣΣΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ  
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ  
(REGIONAL INEQUALITIES IN GREEK TOURISM DEVELOPMENT)**

**ΛΑΓΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ**

Καθηγητής

Τουριστικής Οικονομικής και Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

Διευθυντής ΠΜΣ «Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική Τουρισμού» Πανεπιστημίου Αιγαίου

E-Mail: [d.lagos@aegean.gr](mailto:d.lagos@aegean.gr)

## Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- Η συνολική συμβολή αντιπροσωπεύει περίπου το 18,6 % του ΑΕΠ, (εκτίμηση WTTC, (2016)
- Μπορεί να δώσει ρυθμό αύξησης του ΑΕΠ της χώρας της τάξεως του 1,3% ετησίως.
- Δημιουργεί 860.315 θέσεις εργασίας, δηλ. το 23,4 % των θέσεων εργασίας (στατ. 2016).
- Η θέση της χώρας στην κατάταξη των 184 χωρών, βρίσκεται στην 29η θέση το 2015 όσον αφορά την απόλυτη συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της και στην 40η όσον αφορά τη σχετική συμβολή στο ΑΕΠ.

# Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- Τα τουριστικά έσοδα ανήλθαν σε 14.550 εκατ. ευρώ (στατ. 2016). Τα έσοδα προέρχονται κατά 90% από το εξωτερικό και καλύπτουν το 67,6% του ελλείμματος ισοζυγίου αγαθών της χώρας που ισούται με το 88% των εισπράξεων από εξαγωγές, πλην πλοίων και καυσίμων.
- Οι διεθνείς αφίξεις το 2016 ήταν 25.005.000 τουρίστες, αριθμός στον οποίο συμπεριλαμβάνονται και τα 2,5 εκατ. ταξιδιωτών κρουαζιέρας και οι συνολικές διανυκτερεύσεις ανήλθαν σε 88.000.120 (Τράπεζα Ελλάδος).
- Με βάση τις διεθνείς αφίξεις, η Ελλάδα κατέχει το 3,1% της ευρωπαϊκής αγοράς τουρισμού και το 2,0% της παγκόσμιας αγοράς το έτος 2016.
- Η τουριστική μας βιομηχανία παρουσιάζει τον δυσμενέστερο δείκτη εποχικότητας πανευρωπαϊκά συγκεντρώνοντας το 75% των επισκεπτών μας σε διάστημα τριών μηνών έναντι 60% για τους ανταγωνιστικούς προορισμούς.

# Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- Εγχώρια δυναμικότητα: 9.730 ξενοδοχεία, 47.713 μικρές επιχειρήσεις (στατ. 2016)
- Δυναμικότητα ξενοδοχείων (στατ. 2016): 788.553 κλίνες
- Δυναμικότητα των 300 κάμπινγκ (στατ. 2016): 81.101
- Συγκέντρωση τουριστικής προσφοράς (65,8 %) σε 4 περιοχές (Αττική, Κρήτη, Δωδεκάνησα, Χαλκιδική)
- Η τουριστική κατανάλωση επηρεάζει το 60% των κλάδων της εγχώριας οικονομίας.
- Μέση ετήσια πληρότητα ξενοδοχειακού κλάδου: 50,1% (έτος 2016)

## ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΜΙΚΡΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΥΠΑΡΧΟΥΝ: 47.713 μικρές επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων καταλυμάτων

Το 72% των ενοικιαζόμενων δωματίων - διαμερισμάτων, περίπου 34.354, είναι δυναμικότητας έως πέντε δωματίων που αντιστοιχούν σε 171.770 κλίνες (το μέγιστο)

Σημείωση: Κατά τον ΣΕΤΚΕ αμφισβητείται το στατιστικό στοιχείο των 47.713. εκτιμά ότι είναι περίπου 30.000 μικρές επιχειρήσεις.

## ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΛΙΝΩΝ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ 2016

ΕΙΔΟΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	788.553	74,78
ΕΝΟΙΚ. ΔΩΜΑΤΙΑ(*)	184.766	17,53
ΚΑΜΠΙΝΓΚ	81.101	7,69
ΣΥΝΟΛΟ	1.054.420	100

(\*)= εκτίμηση

Πίνακας 1: Ξενοδοχειακό δυναμικό περιφέρειας Πελοποννήσου για το έτος 2017.  
 Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.

		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
Περιφερειακή ενότητα Μεσσηνίας	Μονάδες	7	19	42	68	16	152
	Δωμάτια	1.301	963	1.084	1.543	210	5.101
	Κλίνες	3.013	1.894	2.015	2.945	394	10.261
Σύνολο περιφέρειας Πελοποννήσου	Μονάδες	22	122	212	231	72	659
	Δωμάτια	2.906	4.080	5.772	5.485	885	19.128
	Κλίνες	6.142	8.070	11.409	10.402	1.710	37.733

# ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 2010 - 2015

ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ, 2016

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Συμμετοχή στο ΑΕΠ</b>	16%	16,4%	16,4%	16,3%	17,3%	18,5%
<b>Συμμετοχή στη Συνολική Απασχόληση</b>	17,8%	18,3%	18,3%	18,2%	17,3%	23,1%
<b>Συνολική Απασχόληση (Άμεση &amp; Έμμεση)</b>	786.000	688.800	688.800	657.100	699.000	821.900
<b>Έσοδα</b>	9,6 δις €	10,4 δις €	10,4 δις €	11,7 δις €	13 δις €	13,6 δις €
<b>Αφίξεις Αλλοδαπών</b>	15 εκατ.	16,9 εκατ.	16,9 εκατ.	17,9 εκατ.	22 εκατ.	23,6 εκατ.
<b>Μέση Κατά Κεφαλή Δαπάνη</b>	640 €	616 €	616 €	653 €	590 €	580 €
<b>Μερίδιο Ευρωπαϊκής Αγοράς</b>	3,1%	2,9%	2,9%	2,9%	3,8%	3,1%
<b>Μερίδιο Παγκόσμιας Αγοράς</b>	1,6%	1,5%	1,5%	1,6%	1,8%	2%
<b>Εποχικότητα (% αφίξεων αλλοδαπών Ιούλιος – Σεπτέμβριος)</b>	55%	56%	56%	56%	56%	55%
<b>Συγκέντρωση Προσφοράς σε 4 περιοχές της Ελλάδας</b>	66%	66%	66%	66%	70%	69%
<b>Ξενοδοχειακή Υποδομή</b>						
<b>Μονάδες</b>	9.732	9.648	9.661	9.677	9.745	9.757
<b>Δωμάτια</b>	397.660	397.322	399.037	401.332	404.779	406.200
<b>Κλίνες</b>	763.407	763.668	767.756	773.445	780.721	784.315



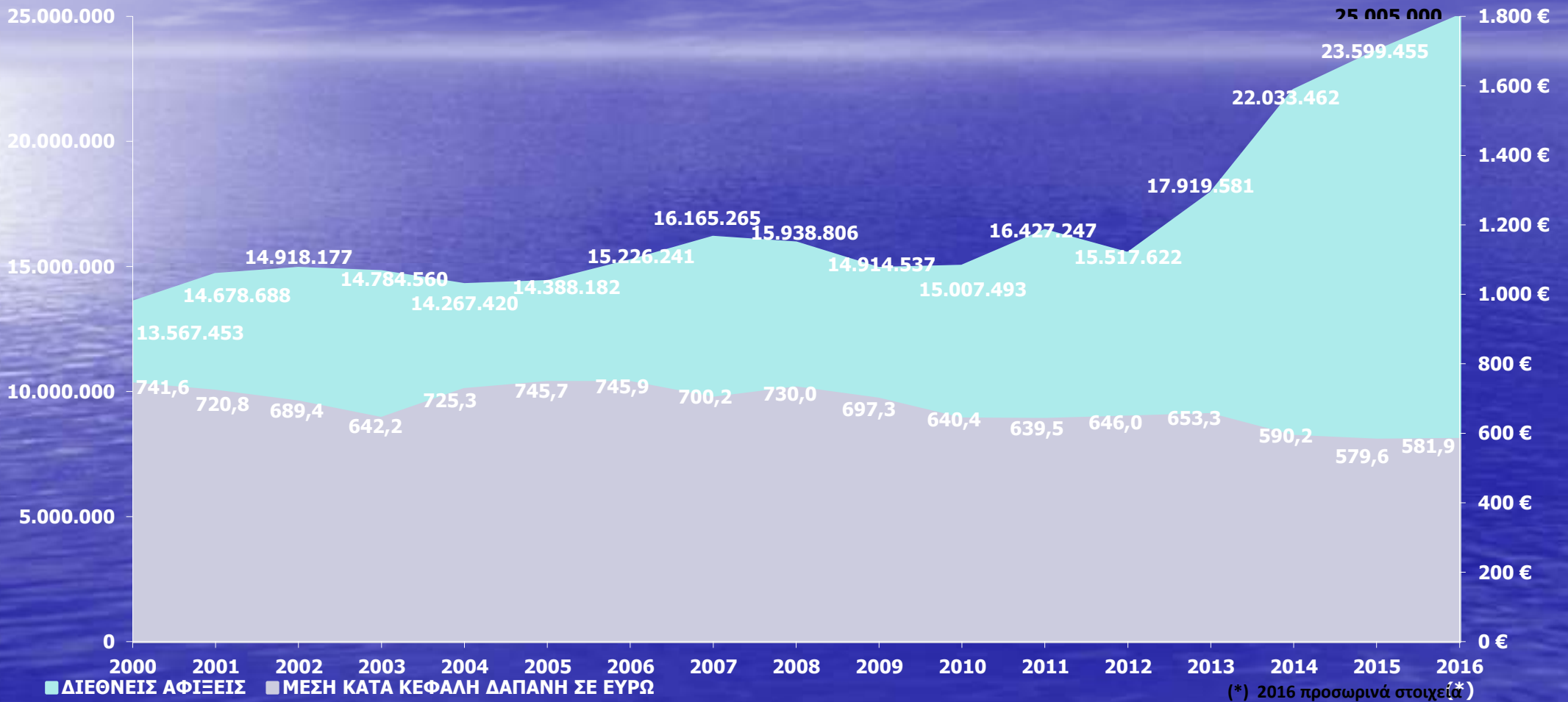
# ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών.
- Κυριαρχία μαζικού τουρισμού μεσαίου και χαμηλού εισοδήματος.
- Μείωση της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης σε σταθερές τιμές.
- Μικρή διάρκεια τουριστικής περιόδου.
- Μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: "Ήλιος - θάλασσα".
- Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι κυρίως κληρονομημένα (φυσικό περιβάλλον, πολιτισμική κληρονομιά).
- Ξενοδοχειακές μονάδες / καταλύματα:
  - Μικρού μεγέθους και ενδιάμεσης / χαμηλής ποιότητας
  - Μικρός βαθμός συγκέντρωσης και πολύ μικρή καθετοποίηση
  - Διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές (κορεσμός).

## ΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

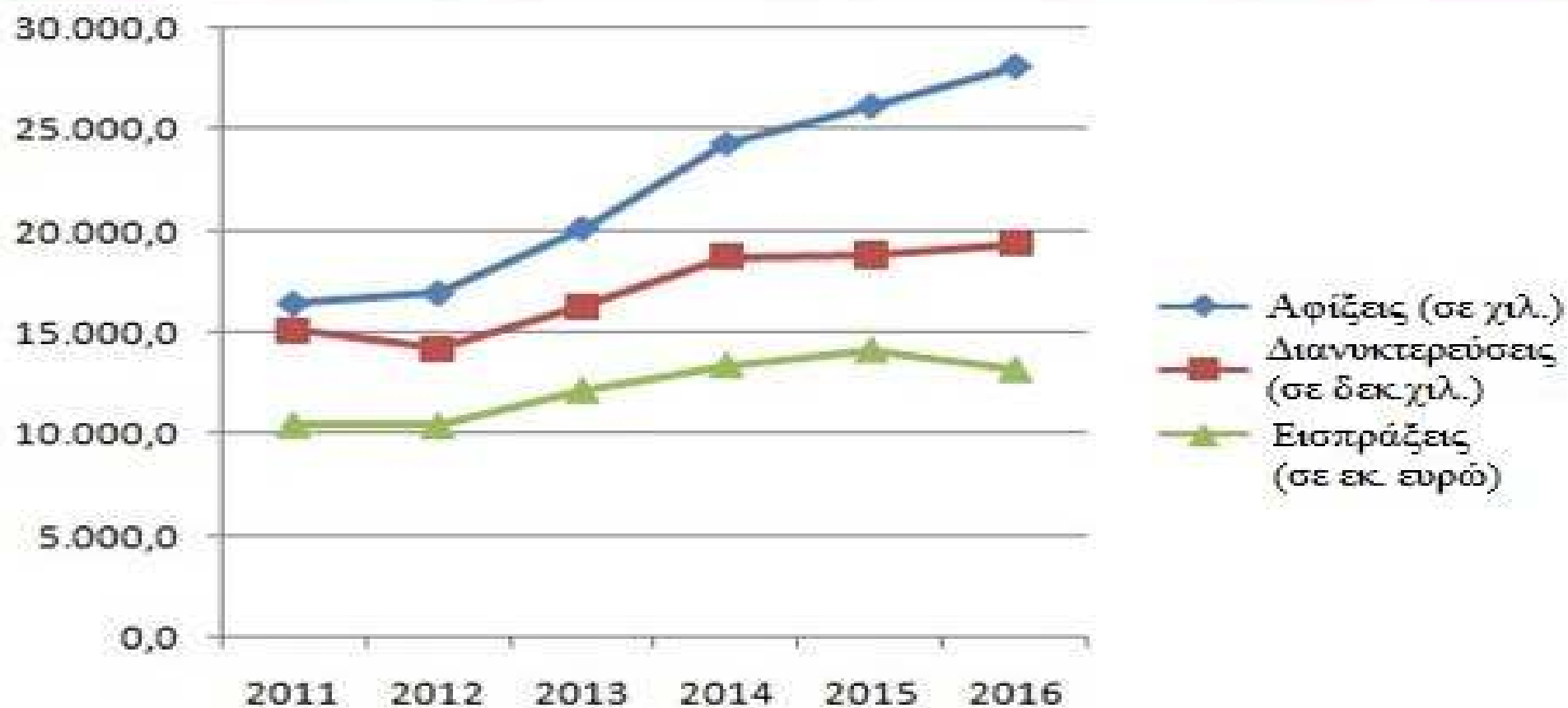
- Η **μεγάλη εξάρτηση** του ελληνικού τουρισμού από τους tour operators και κατά συνέπεια από τη βούληση και τα συμφέροντα τους.
- Η απώλεια από την Ελλάδα του **συγκριτικού πλεονεκτήματος** της χαμηλής τιμής του τουριστικού προϊόντος ως αποτέλεσμα της τουριστικής δραστηριοποίησης χωρών με χαμηλό εργατικό κόστος.
- Η **μη ύπαρξη** επαρκούς **ειδικής τουριστικής υποδομής**.
- Η έντονη **εποχικότητα** της τουριστικής δραστηριότητας.
- Η κυριαρχία των καταλυμάτων χαμηλών κατηγοριών και η **χωρική ανισοκατανομή** του ξενοδοχειακού δυναμικού στο εσωτερικό της χώρας.
- Τα **προβλήματα** μόλυνσης του **περιβάλλοντος** και ηχορύπανσης που παρατηρούνται σε πολλές τουριστικές περιοχές.
- Ο προσανατολισμός στον **μαζικό τουρισμό** ως πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης και το απαρχαιωμένο θεσμικό πλαίσιο.
- Η **αδυναμία** της ελληνικής τουριστικής αγοράς να υιοθετήσει και να αναπτύξει αποτελεσματικά **νέες μορφές τουριστικής δραστηριότητας**.

# ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ ΑΠΟ 2000 ΕΩΣ 2016



(\* ) 2016 προσωρινά στοιχεία

## Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 2011-2016



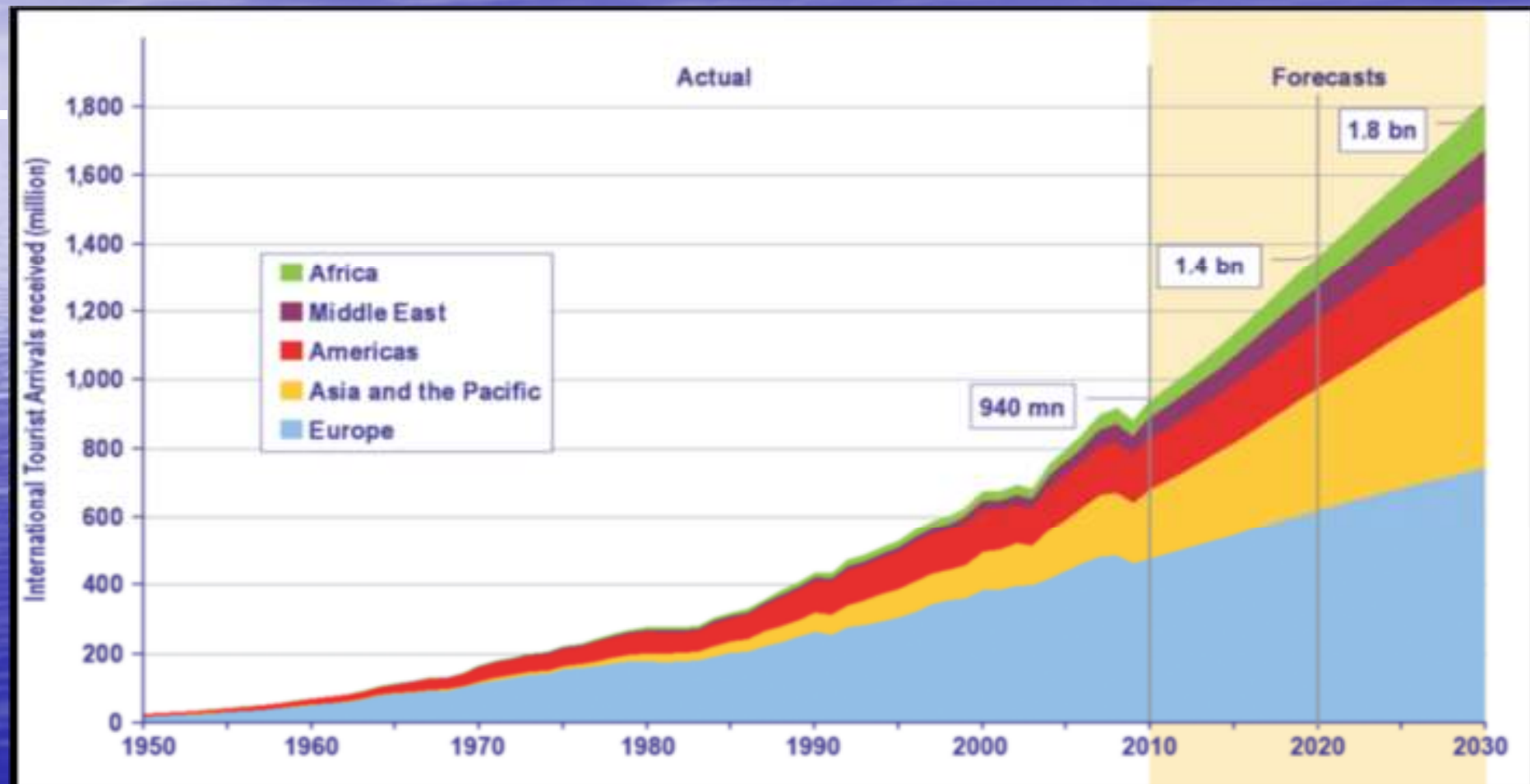
## ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- **Η Ευρώπη** προβλέπεται ότι μέχρι το 2030 θα χάσει τα «σκήπτρα» στην τουριστική βιομηχανία του πλανήτη, καθώς αναμένεται άνοδος της τουριστικής κίνησης στην νοτιοανατολική Ασία και στον Ειρηνικό.
- Το **μερίδιο της Ευρώπης**, το οποίο το :
  - 1980 ήταν 63%,
  - μειώθηκε στο 51% το 2010 και
  - αναμένεται να συρρικνωθεί στα επίπεδα του 41% μέχρι το 2039, εντείνοντας ακόμα περισσότερο τον διεθνή ανταγωνισμό.

## ΑΙΤΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

- Οι **'' φυσικές αιτίες ''** ερμηνεύονται από τους τουριστικούς κύκλους και τις περιόδους ανάπτυξης και παρακμής ενός μοντέλου.
- Η Ελλάδα σταμάτησε να είναι μία **φθηνή χώρα υποδοχής τουριστών**
- Η **εμφάνιση ανταγωνιστριών χωρών**, οι οποίες προσφέρουν ένα τουριστικό προϊόν (οργανωμένα ταξίδια) παρόμοιο με εκείνο της Ελλάδας, αλλά σε μία καλύτερη σχέση ποιότητας-τιμής.
- Η **μεγάλη εξάρτηση** του ελληνικού τουριστικού προϊόντος από έναν μικρό αριθμό χωρών προέλευσης και ιδίως από την γερμανική και βρετανική τουριστική αγορά.
- Ο μεγάλος βαθμός παρέμβασης των **Τ.Ο** στην εμπορευματοποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

# ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΝΑ ΗΠΕΙΡΟ



# ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΙΣΟΤΗΤΕΣ ΒΑΣΕΙ ΔΕΙΚΤΩΝ

- Δείκτης τουριστικής έντασης
- Ο δείκτης τουριστικού κορεσμού
- Δείκτης τουριστικής πυκνότητας
- Ο δείκτης μέσης ετήσιας τουριστικής απασχόλησης
- Ο δείκτης τουριστικής διείσδυσης
- Οι δείκτες δυναμικού των τουριστικών καταλυμάτων
- Δείκτης Τουριστικής Λειτουργίας



## Δείκτης τουριστικής έντασης (TIR)

Περιφέρειες	2000	2008	2015
Αν. Μακ.-Θράκη	11.624	15.176	14.646
Κεντ. Μακεδονία	16.889	21.617	25.820
Δυτ. Μακεδονία	5.467	6.564	3.979
Ήπειρος	9.671	10.198	11.456
Θεσσαλία	13.146	16.554	15.980
Ιόνιοι Νήσοι	10.113	10.929	16.855
Δυτική Ελλάδα	10.500	12.467	10.093
Στερεά Ελλάδα	15.279	17.520	15.906
Αττική	2.836	3.204	3.728
Πελοπόννησος	22.381	26.366	27.977
Βόρειο Αιγαίο	4.899	5.954	5.555
Νότιο Αιγαίο	30.999	37.485	57.350
Κρήτη	25.799	31.455	49.900
Σύνολο	158.283	188.438	236.539

## Δείκτης τουριστικού κορεσμού (B)

Περιφέρειες	2000	2008	2015
Αν. Μακ.-Θράκη	0,00225	0,00294	0,00283
Κεντ. Μακεδονία	0,00242	0,00309	0,00369
Δυτ. Μακεδονία	0,00158	0,00190	0,00115
Ήπειρος	0,00288	0,00304	0,00341
Θεσσαλία	0,00257	0,00323	0,00312
Ιόνιοι Νήσοι	0,01201	0,01298	0,02002
Δυτική Ελλάδα	0,00253	0,00301	0,00244
Στερεά Ελλάδα	0,00269	0,00309	0,00280
Αττική	0,00204	0,00231	0,00268
Πελοπόννησος	0,00396	0,00466	0,00495
Βόρειο Αιγαίο	0,00350	0,00425	0,00397
Νότιο Αιγαίο	0,01607	0,01943	0,02972
Κρήτη	0,00848	0,01034	0,01640
Σύνολο	0,00329	0,00391	0,00491

## Δείκτης τουριστικής πυκνότητας (TDR)

Περιφέρειες	2000	2008	2015
Αν. Μακ.-Θράκη	0,82	1,07	1,03
Κεντ. Μακεδονία	0,88	1,13	1,35
Δυτ. Μακεδονία	0,58	0,69	0,42
Ήπειρος	1,05	1,11	1,24
Θεσσαλία	0,94	1,18	1,14
Ιόνιοι Νήσοι	4,38	4,74	7,31
Δυτική Ελλάδα	0,93	1,10	0,89
Στερεά Ελλάδα	0,98	1,13	1,02
Αττική	0,74	0,84	0,98
Πελοπόννησος	1,44	1,70	1,81
Βόρειο Αιγαίο	1,28	1,55	1,45
Νότιο Αιγαίο	5,86	7,09	10,85
Κρήτη	3,09	3,77	5,99
Σύνολο	1,20	1,43	1,79

## Δείκτης της μέσης ετήσιας τουριστικής απασχόλησης (p)

Περιφέρειες	2000	2008	2015
Αν. Μακ.-Θράκη	2,86	3,85	4,00
Κεντ. Μακεδονία	5,61	5,89	6,73
Δυτ. Μακεδονία	3,86	4,39	5,02
Ήπειρος	3,60	4,86	4,15
Θεσσαλία	4,01	4,91	5,28
Ιόνιοι Νήσοι	4,45	5,36	5,71
Δυτική Ελλάδα	4,19	5,06	6,47
Στερεά Ελλάδα	2,47	4,20	5,52
Αττική	7,44	8,93	9,25
Πελοπόννησος	4,20	4,59	6,65
Βόρειο Αιγαίο	3,68	3,16	4,81
Νότιο Αιγαίο	4,44	4,48	4,35
Κρήτη	3,74	4,07	5,43
Σύνολο	5,42	6,43	7,06

## Δείκτης τουριστικής λειτουργίας (TF) ή δείκτης Defert

Περιφέρειες	2000	2008	2015
Αν. Μακ.-Θράκη	2,60	3,39	3,52
Κεντ. Μακεδονία	3,78	4,20	4,79
Δυτ. Μακεδονία	1,36	1,78	2,16
Ήπειρος	2,87	3,62	5,00
Θεσσαλία	3,20	3,81	3,98
Ιόνιοι Νήσοι	31,80	37,68	44,73
Δυτική Ελλάδα	2,27	2,95	2,77
Στερεά Ελλάδα	3,95	4,43	5,29
Αττική	2,03	1,52	1,55
Πελοπόννησος	4,20	5,55	6,46
Βόρειο Αιγαίο	7,70	11,61	11,09
Νότιο Αιγαίο	43,36	54,16	63,27
Κρήτη	19,67	25,02	27,60
Σύνολο	5,44	6,38	7,31

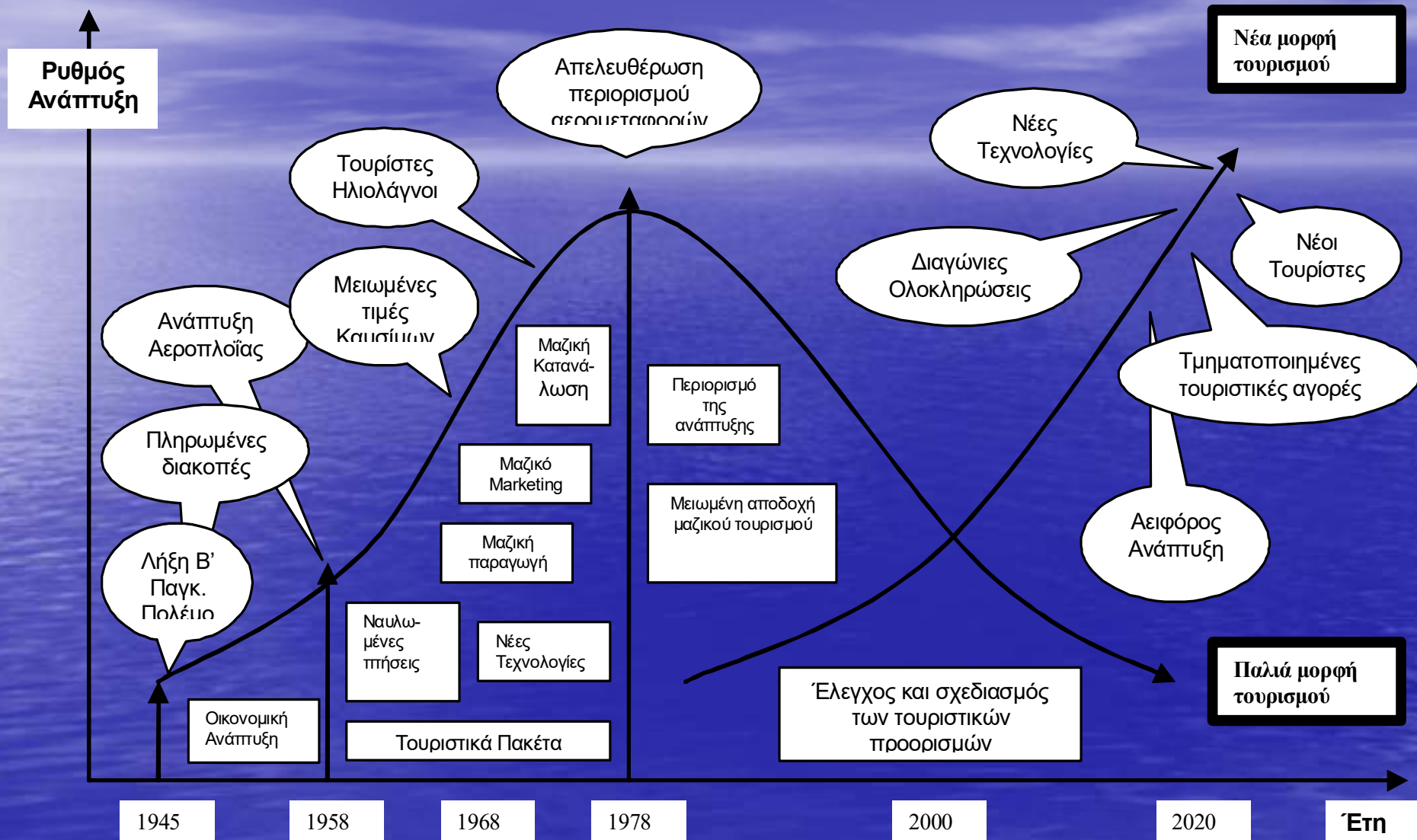
## Δείκτης δυναμικού των τουριστικών καταλυμάτων (d)

Περιφέρειες	2000	2008	2015
Αν. Μακ.-Θράκη	0,90	0,69	0,66
Κεντ. Μακεδονία	0,27	0,24	0,21
Δυτ. Μακεδονία	2,37	1,81	1,55
Ήπειρος	0,95	0,72	0,55
Θεσσαλία	0,59	0,50	0,48
Ιόνιοι Νήσοι	0,03	0,03	0,02
Δυτική Ελλάδα	0,69	0,52	0,60
Στερεά Ελλάδα	0,70	0,63	0,54
Αττική	0,05	0,06	0,06
Πελοπόννησος	0,62	0,47	0,41
Βόρειο Αιγαίο	0,24	0,16	0,17
Νότιο Αιγαίο	0,04	0,03	0,03
Κρήτη	0,07	0,05	0,05
Σύνολο	0,22	0,18	0,17

## Ετήσια απασχόληση Κλάδου 55 (%) στο σύνολο της Περιφέρειας

Περιφέρειες	2000	2008	2015
Αν. Μακ.-Θράκη	2,9%	3,8%	4,0%
Κεντ. Μακεδονία	5,6%	5,9%	6,7%
Δυτ. Μακεδονία	3,9%	4,4%	5,0%
Ήπειρος	3,6%	4,9%	4,1%
Θεσσαλία	4,0%	4,9%	5,3%
Ιόνιοι Νήσοι	4,4%	5,4%	5,7%
Δυτική Ελλάδα	4,2%	5,1%	6,5%
Στερεά Ελλάδα	2,5%	4,2%	5,5%
Αττική	7,4%	8,9%	9,2%
Πελοπόννησος	4,2%	4,6%	6,7%
Βόρειο Αιγαίο	3,7%	3,2%	4,8%
Νότιο Αιγαίο	4,4%	4,5%	4,4%
Κρήτη	3,7%	4,1%	5,4%
<b>Σύνολο</b>	<b>5,4%</b>	<b>6,4%</b>	<b>7,1%</b>

# ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ







## ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Κοινωνικός τουρισμός (social tourism).
2. Τουρισμός υγείας (health tourism).
3. Εκπαιδευτικός τουρισμός (educational tourism).
4. Θρησκευτικός τουρισμός (religious tourism).
5. Συνεδριακός τουρισμός (congress and convention tourism).
6. Εκθεσιακός τουρισμός (exhibition tourism).
7. Τουρισμός κινήτρων (incentive tourism).
8. Επαγγελματικός τουρισμός (business travel).
9. Θεματικός τουρισμός (theme tourism).
10. Αστικός τουρισμός ή Τουρισμός των πόλεων (urban or city tourism).

## ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Αγροτουρισμός (agrotourism).
2. Τουρισμός υπαίθρου (outdoor tourism).
3. Αθλητικός τουρισμός (sports tourism).
4. Περιηγητικός τουρισμός (sight seeing tourism).
5. Θαλάσσιος τουρισμός (marine tourism).
6. Οικοτουρισμός ή οικολογικός τουρισμός (ecotourism).
7. Πολιτιστικός τουρισμός (cultural tourism).
8. Ορεινός τουρισμός (mountain tourism).
9. Χειμερινός τουρισμός (winter tourism).
10. Ορειβατικός τουρισμός (naturism tourism).
11. Τουρισμός περιπέτειας (adventure tourism).

## ΤΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ΤΗΣ ΕΝΔΟΓΕΝΟΥΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

- Η **ολοκληρωμένη τουριστική ανάπτυξη** αναφέρεται στη διαδικασία ανάπτυξης σύμφωνα με την οποία επιδιώκεται η προώθηση όλων των δραστηριοτήτων, στις οποίες μια χωρική ενότητα παρουσιάζει τοπικά πλεονεκτήματα, και γίνεται εκμετάλλευση και αξιοποίηση όλων των πλουτοπαραγωγικών πηγών της.
- Παράλληλα, επιδιώκεται η **ισόρροπη τουριστική ανάπτυξη** όλων των χωρικών μονάδων, χωρίς την υπερσυγκέντρωση του πληθυσμού και των δραστηριοτήτων σε συγκεκριμένα σημεία του χώρου.
- Τα τελευταία χρόνια κυριαρχεί μια **λανθάνουσα άποψη** ότι οποιαδήποτε, μικρής κλίμακας μορφή τουρισμού, περιβαλλοντικά και πολιτιστικά προσανατολισμένη, είναι **αισιόδοξη** οπουδήποτε κι αν αναπτυχθεί.
- Η **διατάραξη της ισορροπίας του οικοσυστήματος**, με μη αναστρέψιμες συνέπειες, μπορεί να παρουσιασθεί και σε τέτοιες περιπτώσεις.

# ΤΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ΤΟΥ ΑΡΓΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- Η αντίληψη του "αργού" ταξιδιού είναι διαφορετική από εκείνη του μαζικού τουρισμού, χαρακτηρίζεται από βραδύτερους ρυθμούς και βασίζεται κυρίως στην φράση "**λίγα και καλά**". Αυτό σημαίνει μείωση της ποσότητας και εστίαση στην ποιότητα των εμπειριών.
- Έτσι, **προτείνεται στον τουρίστα** να προβεί σε συγκεκριμένες ενέργειες και να υιοθετήσει τις συνήθειες που έχουν οι ντόπιοι. Με τον τρόπο αυτό, ο τουρίστας γνωρίζει τις τοπικές γεύσεις, τις καθημερινές συνήθειες των μονίμων κατοίκων, την πολιτιστική τους ιστορία, έρχεται δηλαδή σε άμεση επαφή με την τοπική κουλτούρα του τόπου που επισκέπτεται.
- Ο αργός τουρισμός είναι ένας **τρόπος ζωής** ή μια οργάνωση τουριστικών εμπειριών. Κάθε δραστηριότητα ή υπηρεσία που προσφέρεται στον τουρίστα μπορεί να ενσωματώνει εμπειρίες αργής κίνησης, οι οποίες είναι οργανωμένες έτσι ώστε να βιώνονται από τους τουρίστες.
- Για **παράδειγμα**, οι τουρίστες προτρέπονται να επιλέξουν μια όμορφη, ήρεμη καθημερινότητα κοντά στη φύση, να ασχολούνται με τον αγροτουρισμό, τον οικοτουρισμό, να δοκιμάζουν ιδιαίτερα κρασιά, παραδοσιακά προϊόντα, κ.τλ. Ακόμη, τους προτείνεται να βιώσουν την ομορφιά του τοπίου, τους υγρότοπους, τα πάρκα, τα ποτάμια, τις λίμνες, την παρακολούθηση πουλιών, την πεζοπορία, να πετάξουν με αερόστατο, να απολαύσουν γεύσεις και παραδοσιακές κουζίνες, πάντα όμως σε αργούς ρυθμούς.
- **Χαρακτηριστικά παραδείγματα καλών πρακτικών** αυτού του προτύπου υπάρχουν σε περιφέρειες της Ιταλίας (π.χ. Emilia Romagna, Veneto και Friuli Venezia Giulia) και της Σλοβενίας (π.χ. Gorenjska και Goriška), σε πόλεις της Βορειοανατολικής Αγγλίας και της Ιαπωνίας.

# ΤΟ ΤΟΠΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Το *τοπικό τουριστικό παραγωγικό σύστημα* (local tourist production system) που χαρακτηρίζεται από τα ακόλουθα στοιχεία:

- *α. Υψηλή συγκέντρωση μικρού και μεσαίου μεγέθους τουριστικών επιχειρήσεων.*
- *β. Χωρική ενότητα όπου είναι εγκατεστημένες οι επιχειρήσεις που παρουσιάζουν ειδίκευση στον τομέα του τουρισμού.*
- *γ. Ανάπτυξη στην περιοχή οικονομικών και κοινωνικών σχέσεων μεταξύ της τοπικής κοινωνίας και της επιχειρηματικής κοινότητας.*

Η γενική αντίληψη που επικρατεί στην τουριστική βιβλιογραφία είναι ότι **οι μεγάλης κλίμακας τουριστικές επιχειρήσεις αναπτύσσουν (αναλογικά) λιγότερες διασυνδέσεις με τις τοπικές επιχειρήσεις, σε αντίθεση με τις μικρές κλίμακας που έχουν στενότερους δεσμούς με την τοπική οικονομία.** Έτσι, οι τουριστικές επιχειρήσεις που είναι απλά οργανωμένες, μικρές σε μέγεθος και ανήκουν σε ντόπιους ιδιοκτήτες, δεν έχουν συνήθως πρόσβαση σε ξένες αγορές και αγοράζουν τοπικά προϊόντα και υπηρεσίες. Αντίθετα, οι μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις που είναι εντάσεως κεφαλαίου, δεν ανήκουν σε ντόπιους ιδιοκτήτες αλλά αγοράζουν (εισάγουν) μεγάλο ποσοστό των ενδιάμεσων εισροών τους από άλλες χωρικές ενότητες.

Επίσης, ως **παράδειγμα**, μπορεί να αναφερθεί η ορεινή περιοχή της **λίμνης Πλαστήρα** στην κεντρική Ελλάδα. Η κατασκευή της ομώνυμης τεχνητής λίμνης, σε συνδυασμό με το πλούσιο φυσικό περιβάλλον και την τοπική παράδοση, έχουν οδηγήσει σταδιακά στη δημιουργία ενός **Τοπικού Τουριστικού Παραγωγικού Συστήματος** (ΤΤΠΣ) που έχει στηριχθεί στη διαφοροποίηση της αγροτικής παραγωγής, στην προβολή της τοπικής παράδοσης, των τοπικών, καθώς και σε ήπιες παρεμβάσεις που αφορούν στον αγροτουρισμό και στον τουρισμό της υπαίθρου, σε μία προσπάθεια ανακοπής της δημογραφικής παρακμής και προώθησης της ανάπτυξης της ευρύτερης περιοχής.

Ανάλογη προσπάθεια γίνεται τα τελευταία χρόνια σε περιοχές της ορεινής Αρκαδίας, όπως είναι η **Βυτίνα** και η **Δημητσάνα**, στις οποίες αναπτύσσεται σταδιακά ένα Τοπικό Παραγωγικό Σύστημα που στηρίζεται στο τρίπτυχο: **Ορεινός και Αγροτικός Χαρακτήρας - Φυσικός Πλούτος - Τοπική Ιστορία και Παράδοση.**

## ΤΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΣΤΑΔΩΝ (BUSINESS CLUSTERS)

- Η θεωρία των επιχειρηματικών συστάδων τα τελευταία χρόνια βρίσκεται στο επίκεντρο της επιστημονικής συζήτησης, αποσκοπεί στη διεύρυνση της επιχειρηματικότητας και στην επίτευξη **ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος**, μέσω της **ανάπτυξης καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων**.
- Η θεωρία των επιχειρηματικών συστάδων είναι μια νέα θεώρηση στην οικονομική επιστήμη, η οποία **βρίσκεται στον αντίποδα της κλασικής θεωρίας του τόπου εγκατάστασης ή της χωροθέτησης των επιχειρήσεων** (location theory).
- Η βασική αρχή πάνω στην οποία στηρίζεται ο σχηματισμός των **επιχειρηματικών συστάδων** είναι αυτή της συνεργασίας, μέσω της οποίας αναπτύσσονται επιχειρηματικές συνέργιες που έχουν πολλαπλασιαστικό χαρακτήρα στα αποτελέσματα των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων.
- Οι **τουριστικές επιχειρήσεις**, σε παγκόσμιο επίπεδο, προσπαθούν να εμπλουτίσουν το τουριστικό τους προϊόν, να **συνεργάζονται**, να **δικτυώνονται** ή να **δημιουργούν επιχειρηματικές συστάδες** για να αντιμετωπίσουν τις επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης, να συμβάλλουν στη δημιουργία εγχώριας προστιθέμενης αξίας και να επιτυγχάνουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

## ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- Η **ξενοδοχειακή κρίση** που είναι το αποτέλεσμα της υπερπροσφοράς τουριστικών καταλυμάτων στην παράκτια ζώνη, η οποία βασίζεται στην προϋπόθεση διατήρησης και μεγέθυνσης της τουριστικής ζήτησης.
- Η προσφορά του τουριστικού προϊόντος των 4S που στηριζόταν στο **πρότυπο "sunlust"** «ήλιος και θάλασσα», που επέβαλλαν τη μαζικοποίηση του τουριστικού φαινομένου, για πολλά χρόνια είχε επιτρέψει στην χώρα να αυξήσει τις τουριστικές της εισπράξεις που απαιτούντο για τροφοδότηση της οικονομικής της ανάπτυξης, όμως σήμερα αυτό το πρότυπο φαίνεται να έχει φθάσει σ' ένα επίπεδο κορεσμού.
- Η έλλειψη αποκεντρωμένων χωρικών **μηχανισμών υποστήριξης** (π.χ. αποκεντρωμένοι αυτόνομοι τουριστικοί οργανισμοί) της τουριστικής βιομηχανίας.
- Η εμφάνιση ανταγωνιστριών χωρών, οι οποίες προσφέρουν τουριστικό προϊόν παρόμοιο με εκείνο της Ελλάδας, αλλά σε μία καλύτερη **σχέση ποιότητας-τιμής**.

## ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- Η **μεγάλη εξάρτηση** του ελληνικού τουριστικού προϊόντος από έναν μικρό αριθμό χωρών προέλευσης και ιδίως από την γερμανική και βρετανική τουριστική αγορά.
- Ο **μεγάλος βαθμός παρέμβασης των μεγάλων ταξιδιωτικών γραφείων** (tour operators) στην εμπορευματοποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, που δηλώνει την μεγάλη εξάρτηση του ελληνικού τουρισμού από τους tour operators και κατά συνέπεια από τη βούληση και τα συμφέροντα τους.
- Η απώλεια από την Ελλάδα του **συγκριτικού πλεονεκτήματος** της χαμηλής τιμής του τουριστικού προϊόντος ως αποτέλεσμα της τουριστικής δραστηριοποίησης χωρών με χαμηλό εργατικό κόστος, ιδίως μετά την ένταξη της χώρας στην Ευρωζώνη.



## ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- Η **μη ύπαρξη** επαρκούς **ειδικής τουριστικής υποδομής**.
- Η εκτεταμένη **παραξενοδοχεία** και τα συνακόλουθα με αυτήν προβλήματα.
- Η έντονη **εποχικότητα** της τουριστικής δραστηριότητας.
- Η κυριαρχία των καταλυμάτων χαμηλών κατηγοριών και η **χωρική ανισοκατανομή** του ξενοδοχειακού δυναμικού στο εσωτερικό της χώρας.
- Τα **προβλήματα** μόλυνσης του **περιβάλλοντος** και ηχορύπανσης που παρατηρούνται σε πολλές τουριστικές περιοχές.
- Ο προσανατολισμός στον **μαζικό τουρισμό** ως πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης και το απαρχαιωμένο θεσμικό πλαίσιο.
- Η αδυναμία της ελληνικής τουριστικής αγοράς να υιοθετήσει και να αναπτύξει αποτελεσματικά νέες μορφές τουριστικής δραστηριότητας

## Η ΠΑΘΟΓΕΝΕΙΑ ΤΟΥ ΕΓΧΩΡΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (1/2)

- Καθήλωση της εγχώριας τουριστικής ανταγωνιστικότητας
- ◆ Μείωση της διαπραγματευτικής ικανότητάς μας
- ◆ Αυξανόμενη τάση για συμβόλαια "all inclusive"
- ◆ Αντικρουόμενα συμφέροντα ξενοδοχειακών μονάδων (μεγάλων / μεσαίων- μικρών)  
Σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα οδήγησαν σε απώλεια του συγκριτικού πλεονεκτήματος (σχέση αξίας- τιμής) προς τους νέους ανταγωνιστές στην Α. Μεσόγειο.
- ◆ Ο ελληνικός τουρισμός πάσχει από έλλειψη συγκροτημένης στρατηγικής και προγράμματος δράσης

## ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

- Η **παγκόσμια αβεβαιότητα** λόγω του φόβου της οικονομικής ύφεσης.
- Η **συρρίκνωση των εισοδημάτων** και ο υψηλός δείκτης ανασφάλειας και αβεβαιότητας των κατοίκων, τόσο για τις αναπτυγμένες παραδοσιακές χώρες προέλευσης του ελληνικού τουρισμού (Γερμανοί και Βρετανοί που αποτελούν το ήμισυ περίπου των τουριστικών μας αφίξεων), όσο και για τις αναδυόμενες αγορές, που βρίσκονται στο επίκεντρο της οικονομικής κρίσης με διογκούμενη ανεργία και συρρίκνωση.
- Η **κλιματικές αλλαγές** που σύμφωνα με το δείκτη τουριστικής ευφορίας σε εθνικό επίπεδο και σε ετήσια βάση θα υπάρξει ωφέλεια κλιματικά ενώ σε εποχική και περιφερειακή ανάλυση των τιμών του σχετικού δείκτη θα υπάρξει σημαντική επιδείνωση των κλιματικών παραμέτρων και μάλιστα κατά την περίοδο κορύφωσης της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος.

## ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

- Οι **παγκόσμιες δημογραφικές αλλαγές** (πληθυσμιακή και ηλικιακή διάρθρωση, σύνθεση νοικοκυριού και δομή οικογένειας, μετανάστευση) που θα γίνουν ως το 2030 θα επηρεάσουν, κατά περίπτωση, τον τουρισμό στην Ευρώπη (UNWTO & ETC 2010).
- Η αρνητική συγκυρία διεθνών διαστάσεων, η οποία συνοδεύεται και από μια **αρνητική ψυχολογία** που περιορίζει την πρόθεση των υποψηφίων τουριστών είτε τους στρέφει σε οικονομικότερες επιλογές διακοπών είτε σε στάση αναμονής.

## ΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Η μεγάλη **εξάρτηση** του ελληνικού τουρισμού από τους tour operators και κατά συνέπεια από τη βούληση και τα συμφέροντα τους.
- Η **απώλεια** από την Ελλάδα του συγκριτικού πλεονεκτήματος της χαμηλής τιμής του τουριστικού προϊόντος ως αποτέλεσμα της τουριστικής δραστηριοποίησης χωρών με χαμηλό εργατικό κόστος.
- Η μη ύπαρξη επαρκούς **ειδικής τουριστικής υποδομής**.
- Η εκτεταμένη **παραξενοδοχεία** και τα συνακόλουθα με αυτήν προβλήματα.
- Η **έντονη εποχικότητα** της τουριστικής δραστηριότητας.

## ΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Ο κυριαρχία των καταλυμάτων χαμηλών κατηγοριών και η χωρική **ανισοκατανομή** του ξενοδοχειακού δυναμικού στο εσωτερικό της χώρας.
- Τα **προβλήματα μόλυνσης του περιβάλλοντος** και ηχορύπανσης που παρατηρούνται σε πολλές τουριστικές περιοχές.
- Ο προσανατολισμός στον **μαζικό τουρισμό** ως πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης και το απαρχαιωμένο θεσμικό πλαίσιο.
- Η αδυναμία της ελληνικής τουριστικής αγοράς να υιοθετήσει και να αναπτύξει αποτελεσματικά **νέες μορφές τουριστικής δραστηριότητας**.

## ΜΕΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- Αξιοποίηση των σύγχρονων **μεθόδων Marketing**. Σωστή διαφήμιση και προώθηση του τουριστικού προϊόντος ή πακέτου.
- **Ποιοτική αναβάθμιση** του τουριστικού προϊόντος σε όλο το μήκος της τουριστικής αλυσίδας
- Αύξηση του μέσου μεγέθους της ελληνικής τουριστικής επιχείρησης, μέσω εξαγορών και συγχωνεύσεων με στόχο την επίτευξη οικονομιών κλίμακας και μεγαλύτερης αποτελεσματικότητας στη λειτουργία της.
- Εφαρμογή **στρατηγικών συμμαχιών** μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων με στόχο τη βελτίωση των οικονομικών μεγεθών
- Βελτίωση της **ποιότητας** των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών.

## ΜΕΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- Ενθάρρυνση του **εσωτερικού τουρισμού**, ειδικότερα κατά τους μήνες χαμηλής ζήτησης από αλλοδαπούς τουρίστες.
- ***Ενεργοποίηση** της Τοπικής Αυτοδιοίκησης για να αναληφθούν πρωτοβουλίες από τις υπηρεσίες που βρίσκονται κοντά στην περιφέρεια και να αποκεντρωθούν οι μηχανισμοί ελέγχου.*
- ***Εκσυγχρονισμός** του εξοπλισμού των ξενοδοχειακών μονάδων, εγκατάσταση πληροφοριακών συστημάτων και εξοικείωση με τη σύγχρονη τεχνολογία.*
- **Οργανική διασύνδεση** της εγχώριας τουριστικής καταναλωτικής ζήτησης με την εγχώρια παραγωγή καταναλωτικών προϊόντων που οδηγεί στη μεγιστοποίηση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας.



## ΜΕΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- Εμφαση σε **προγράμματα και κίνητρα** τα οποία βελτιώνουν την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών μέσω του κατάλληλου μάνατζμεντ (ISO κ.λπ.).
- **Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου** («τουρισμός όλο το χρόνο») μέσα από έναν ισόρροπο συνδυασμό επέκτασης των προσφερομένων υποδομών και υπηρεσιών και δυναμικού μάρκετινγκ με στόχο τόσο τον αλλοδαπό όσο και τον ημεδαπό τουρίστα.
- Λειτουργική **διασύνδεση** του τουρισμού με τα προγράμματα περιφερειακής ανάπτυξης τις προτεραιότητες και τις καινοτομικές πρωτοβουλίες της Ε.Ε. στον Τομέα.

## ΜΕΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- **Διασύνδεση της παραγωγικής δομής** του τουριστικού τομέα με τις αντίστοιχες δομές άλλων τομέων (Γεωργία, Βιομηχανία κ.α.), ώστε να αυξηθεί η οικονομική ανταποδοτικότητα του τουρισμού.
- Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας για ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας
- **Σχεδιασμός και ανάπτυξη** ενός προγράμματος περιβαλλοντικής εκπαίδευσης το οποίο να αφορά αφενός τους επιχειρηματίες του τουρισμού και αφετέρου τους κατοίκους των τουριστικών περιοχών

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

- Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί ένα **σημαντικό κλάδο** οικονομικής δραστηριότητας.
- Η Ελλάδα διαθέτει σημαντικά **συγκριτικά πλεονεκτήματα** που μπορούν να αξιοποιηθούν. Είναι κοιτίδα του κλασικού πολιτισμού, έχει φυσικό πλούτο και τεράστια ιστορική και αρχιτεκτονική κληρονομιά και έχει δυνατότητες πολύμορφης τουριστικής ανάπτυξης.
- Όμως, οι σύγχρονες εξελίξεις της τουριστικής βιομηχανίας σε παγκόσμιο επίπεδο, η υπερτμηματοποίηση της τουριστικής ζήτησης, η νέα αντίληψη για διακοπές, η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη και οι αλλαγές των τουριστικών προτύπων, επιβάλλουν τον επαναπροσδιορισμό της πολιτικής για τον τουρισμό.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

- **Στρατηγικοί στόχοι** της ελληνικής τουριστικής πολιτικής είναι:
  - η ενίσχυση της παραγωγικής τους βάσης, η ισόρροπη ανάπτυξη,
  - η υιοθέτηση των αρχών της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης,
  - η εξυπηρέτηση του στόχου της ανταγωνιστικότητας και
  - Η ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Προς την κατεύθυνση αυτή, απαιτούνται συγκροτημένες προτάσεις ολοκληρωμένης ανάπτυξης, βασισμένες στον επιστημονικό και ολοκληρωμένο σχεδιασμό, τη συμμετοχική διαδικασία ώστε η τουριστική ανάπτυξη να είναι εναρμονισμένη με την ολόπλευρη ανάπτυξη των πλουτοπαραγωγικών πόρων.