



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

ΘΕΜΑ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: Τουρισμός και πανδημία. Επιπτώσεις και
προοπτικές ανάκαμψης. Η περίπτωση της Θεσσαλονίκης.

Tourism and pandemic. Effects and recovery prospects: The case of Thessaloniki

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΑΛΛΙΩΡΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΦΟΙΤΗΤΗΣ : ΠΑΠΑΔΩΡΟΘΕΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΒΟΛΟΣ 2021-2022

ΔΗΛΩΣΗ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Βεβαιώνω ότι η παρούσα εργασία είναι δική μου, δεν έχει συγγραφεί από άλλο πρόσωπο με ή χωρίς αμοιβή, δεν έχει αντιγραφεί από δημοσιευμένη ή αδημοσίευτη εργασία άλλου και δεν έχει προηγουμένως υποβληθεί για βαθμολόγηση στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας ή αλλού. Βεβαιώνω ότι είμαι εν γνώσει των κανόνων περί λογοκλοπής του ΤΜΧΠΠΑ και ότι στο πλαίσιο αυτού έχουν τηρηθεί όλοι οι κανόνες κατά την ακαδημαϊκή δεοντολογία, σχετικά με αναφορές, βιβλιογραφία, κ.λ.π., τόσο από έντυπες όσο και από ηλεκτρονικές πηγές. Σε περίπτωση λογοκλοπής αποδέχομαι όλες ανεξαιρέτως τις ποινές που προβλέπουν οι εκάστοτε Κανονισμοί του ΠΘ ή και του ΤΜΧΠΠΑ.

Ημερομηνία: Σεπτέμβριος ,2022

Ονοματεπώνυμο: ΠΑΠΑΔΩΡΟΘΕΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Βασικές έννοιες τουρισμού.	8
1.1 Η έννοια του τουρισμού.....	8
1.2 Βασικά χαρακτηριστικά τουρισμού και εναλλακτικές μορφές του	8
1.3 Η σημασία του τουρισμού στην ανάπτυξη μιας περιοχής.....	10
1.4 Εννοιολογική προσέγγιση αστικού τουρισμού	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η πανδημία και οι επιπτώσεις στον τουρισμό.	13
2.1: Η πανδημία ως παγκόσμια κρίση	13
2.2: Υγειονομικές πολιτικές.....	13
2.3. Πολιτικές για την στήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων	18
2.4: ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ.....	28
3.1 Γεωγραφική θέση, μεταφορικές υποδομές και κλίμα της Θεσσαλονίκης.....	28
3.2. Χώροι ιστορικού και πολιτισμικού ενδιαφέροντος.....	28
3.3. Η Θεσσαλονίκη ως γαστρονομικός προορισμός.....	30
3.4. Τουριστικές υποδομές Θεσσαλονίκης.....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ.....	33
4.1: Μεθοδολογία έρευνας.....	33
4.2: Επιλογή συμμετεχόντων και ερωτήσεων	33
4.3: Διαδικασία συνεντεύξεων και απαντήσεις.....	34
4.4. Αξιολόγηση απαντήσεων	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	40
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	42

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας: 2.1: Μέτρα για την αντιμετώπιση του κορονοϊού σε τουριστικά καταλύματα(πλην κάμπινγκ), σελ. 13

Πίνακας: 2.2: Μέτρα για την αντιμετώπιση του κορονοϊού σε οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις, σελ.14

Πίνακας : 2.3: Μέτρα για την αντιμετώπιση του κορονοϊού σε καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος, σελ. 15

Πίνακας 2.4: Αφίξεις επιβατών διεθνών πτήσεων 2016-2020, σελ. 19

Διάγραμμα 2.1: Αφίξεις επιβατών διεθνών πτήσεων 2016-2020, σελ.21

Πίνακας 2.5:Πληρότητα κλινών ξενοδοχειακού τύπου ανά έτος και Περιφερειακή Ενότητα, σελ. 22

Διάγραμμα 2.2: Πληρότητα κλινών ξενοδοχειακού τύπου ανά έτος (Ελλάδα), σελ. 25

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Λέξεις κλειδιά : τουρισμός, πανδημία, Θεσσαλονίκη, επιπτώσεις, ανάπτυξη.

Το αντικείμενο το οποίο πραγματεύεται η παρακάτω διπλωματική εργασία αφορά τον αστικό τουρισμό και ειδικότερα τις επιπτώσεις της πανδημίας στον τουρισμό της Θεσσαλονίκης. Αποτελεί ένα επίκαιρο θέμα, καθώς κατά την διάρκεια της επηρέασε σε μεγάλο βαθμό τις οικονομικές δραστηριότητες των πολιτών που ασχολούνται με τον τουρισμό γι αυτό και είναι σημαντική η ανάλυση του θέματος.

Ο τουρισμός αποτελεί έναν ισχυρό κλάδο παραγωγής, γι αυτό τον λόγο , τα κράτη στην σημερινή εποχή, θεωρούν τον τουρισμό έναν κλάδο με δυνατότητες συνεχούς εξέλιξης, ο οποίος μπορεί να συμβάλλει άμεσα στην κοινωνικό-οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Επομένως διαμορφώνουν νομοθεσία και φορολογικά πλαίσια με σκοπό την διασφάλιση της τουριστικής προβολής της χώρας. Ο τουρισμός έχει διάφορες μορφές, μία από αυτές αποτελεί ο αστικός τουρισμός, ο οποίος προσεγγίζεται στην παρακάτω εργασία.

Η πανδημία του COVID-19 εμφανίστηκε τον Δεκέμβριο του 2019 και αμέσως μετατράπηκε σε μία παγκόσμια κρίση, χωρίς προηγούμενο, με πολύπλευρες επιπτώσεις αφού δεν αφορά μόνο την υγεία αλλά και την κοινωνική, οικονομική και πολιτική ζωή των πολιτών. Τα περισσότερα κράτη αναγκάστηκαν να αναστείλουν την λειτουργία των επιχειρήσεων δημιουργώντας την αρχή για μια παγκόσμια οικονομική κρίση. Οι περισσότεροι τομείς της οικονομίας επηρεάστηκαν ανάμεσα τους και ο τουρισμός. Σημαντικές ήταν οι πολιτικές που στόχευαν στην στήριξη των επιχειρήσεων. Τα μέτρα στήριξης πάρθηκαν σε κεντρικό επίπεδο, από την Ευρωπαϊκή Ένωση και τα ακολούθησαν πολλές χώρες ανάμεσα τους και η Ελλάδα. Επιπλέον στην παρούσα εργασία αναλύθηκαν με στοιχεία οι επιπτώσεις της πανδημίας στον τουρισμό τόσο για όλη την Ελλάδα όσο και για την Θεσσαλονίκη.

Τέλος, για την έρευνα της διπλωματικής εργασίας επιλέχθηκε η μεθοδολογία της συνέντευξης, ενώ επιλέχθηκαν εκπρόσωποι φορέων που σχετίζονται με τον τουρισμό, την οικονομία και την πόλη της Θεσσαλονίκης. Πιο συγκεκριμένα επιλέχθηκαν εκπρόσωποι από τον Οργανισμό Τουριστικής Προβολής και Μάρκετινγκ Θεσσαλονίκης, από την Ένωση Ξενοδόχων , από την Ένωση Ξεναγών, από τον Δήμο Θεσσαλονίκης αλλά και επιχειρηματία της εστίασης.

ABSTRACT

Key words: tourism, pandemic, Thessaloniki, effects, growth

The subject dealt with in the following thesis concerns urban tourism (city break) in particular the effects of the pandemic on Thessaloniki's tourism. The analysis of this current issue is important, as it mainly affected the economic activities of the people involved in tourism.

Tourism is a powerful production sector and for this reason countries nowadays, consider tourism a sector with the potential for continuous development and growth, which can directly contribute to the socio-economic development of the country. Therefore, they formulate legislation and tax contexts in order to ensure the tourism promotion of the country. Tourism has various forms, one of them is urban tourism which is approached by the following thesis.

The COVID-19 pandemic appeared in December 2019 and immediately turned into a global crisis, without precedent, with multifaceted effects as it concerns not only health but also the social, economic and political life of citizens. Most countries were forced to suspend business operations, creating the foundation for a global financial crisis. Most economic sectors were affected, including tourism. The policies who aimed to support businesses were important. The support measures were taken centrally by the European Union and were followed by many countries including Greece. In addition, in this thesis, the effects of the pandemic on tourism were analysed with data both for the whole of Greece and for Thessaloniki.

Finally, for the research part of this thesis, the interview methodology was chosen, while representatives of Thessaloniki's organizations related to tourism and economy were chosen. Specifically, the representatives were selected from Thessaloniki's Tourist Promotion and Marketing Organization Hoteliers Association, Tourist Guides Association, the Municipality of Thessaloniki as well as a catering businessman.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός στην χώρα μας έχει καθοριστική σημασία, αφού συνεισφέρει στα ατομικά και δημόσια έσοδα καθώς δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας. Τα τελευταία χρόνια, ο τουρισμός παρουσιάζει ανοδική πορεία στην χώρα μας, με κορυφαίο έτος το 2019. Η Ελλάδα παρουσιάζει πληθώρα επιλογών στον τουρισμό καθώς συνδυάζει τον μαζικό, τον αστικό, τον θρησκευτικό τουρισμό κα.

Ωστόσο το 2020, το έτος της πανδημίας του COVID-19, ο τουρισμός επηρεάστηκε αρνητικά καθώς οι αφίξεις μειώθηκαν σε μεγάλο βαθμό.. Η πανδημία διαφοροποίησε τα δεδομένα σε οικονομικό επίπεδο αλλά και σε κοινωνικό αφού οι εργαζόμενοι του κλάδου κλήθηκαν να αντιμετωπίσουν μεγάλες αντιξοότητες προσπαθώντας να ζήσουν με περιορισμένο εισόδημα. Παράλληλα, στους τουρίστες κυριάρχησε ο φόβος της νόσησης σε ένα ξένο κράτος χωρίς να γνωρίζουν το υγειονομικό επίπεδο και την ποιότητα των υποδομών. Επιπλέον, επηρεάστηκαν οι τουριστικές επιχειρήσεις καθώς μειώθηκαν τα έσοδα τους ενώ κάποιες επιχειρήσεις ανέστειλαν την λειτουργία τους. Η κυβέρνηση μέσα από τα μέτρα και τις ενέργειες της κατάφερε να στηρίξει τον κλάδο και να περιορίσει την διαρροή των εσόδων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Βασικές έννοιες τουρισμού.

1.1 Η έννοια του τουρισμού

Η έννοια του τουρισμού μπορεί να προσδιοριστεί με διάφορους τρόπους καθώς περιλαμβάνει πολλές διαστάσεις. Η επικρατέστερη ερμηνεία είναι αυτή της προσωρινής μετακίνησης ανθρώπων από τον τόπο μόνιμης κατοικίας σε έναν άλλο τόπο, διανυκτερεύοντας εκεί τουλάχιστον μια φορά, με στόχο την ικανοποίηση των προσωπικών τους αναγκών. Ειδικότερα ως τουρίστες μπορούν να θεωρηθούν άτομα που ταξιδεύουν για λόγους ψυχαγωγίας, εργασίας ή ακόμα και για λόγους υγείας. Ο τουρισμός λοιπόν, είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος στους πολίτες του Δυτικού Κόσμου και αποτελεί ισχυρή «βιομηχανία» για πολλές χώρες παγκοσμίως. (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού)

Ο τουρισμός ως ισχυρός κλάδος παραγωγής αποτελείται από επιχειρήσεις οι οποίες ικανοποιούν τους επισκέπτες χάρη στις υπηρεσίες και τις παροχές που προσφέρουν. Γι αυτό τον λόγο, τα κράτη στην σημερινή εποχή, θεωρούν τον τουρισμό έναν κλάδο με δυνατότητες συνεχούς εξέλιξης, ο οποίος μπορεί να συμβάλλει άμεσα στην κοινωνικό-οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Επομένως διαμορφώνουν νομοθεσία και φορολογικά πλαίσια με σκοπό την διασφάλιση της τουριστικής προβολής της χώρας, την αύξηση των κερδών που προέρχονται από τον τουρισμό, την πρόβλεψη των οικονομικών επιδράσεων στην κοινωνία αλλά και την προσέλκυση επενδύσεων που συνδέονται με τον τουρισμό. Ωστόσο ο τουρισμός δεν περιορίζεται μόνο στις οικονομικές του διαστάσεις καθώς παρουσιάζονται και επιδράσεις με κοινωνικό, οικολογικό, ψυχολογικό και πολιτικό χαρακτήρα, γεγονός που φανερώνει και την πολυδιάστατη έννοια του τουρισμού, η οποία αναφέρθηκε παραπάνω. (Κυβέλου Σ, 2016)

1.2 Βασικά χαρακτηριστικά τουρισμού και εναλλακτικές μορφές του

Εκτός από την ερμηνεία που αποδόθηκε παραπάνω σχετικά με τον τουρισμό, υπάρχουν κάποια βασικά χαρακτηριστικά τα οποία επηρεάζουν άμεσα την ανάπτυξή του, τις υπηρεσίες που προσφέρει αλλά και την τουριστική ζήτηση. Αρχικά, σημαντική είναι η μεγαλύτερη διάθεση χρημάτων από τους τουρίστες κατά την διαμονή τους και αυτό οφείλεται κυρίως στην βελτίωση των όρων εργασίας και του προσωπικού εισοδήματος τους. Φυσικά, καθοριστικός είναι ο ρόλος της παγκοσμιοποίησης, η οποία έφερε αλλαγές στο τουριστικό προϊόν καθώς οι μικρότερες επιχειρήσεις εξαγοράστηκαν από

μεγαλύτερες ενώ παράλληλα συνέβαλλε και στην διεθνοποίηση της αγοράς με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν νέοι τουριστικοί προορισμοί χαμηλότερου κόστους όπου εντείνουν την ανταγωνιστικότητα. Επιπλέον, η συνεχής πρόοδος της τεχνολογίας δεν θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστο τον κλάδο του τουρισμού, καθώς νέα τεχνολογικά συστήματα βοηθούν διαρκώς τις επιχειρήσεις να ενισχύσουν την παραγωγικότητά τους αλλά και να βελτιωθούν τόσο σε διοικητικό όσο και σε οργανωτικό επίπεδο. Στην σημερινή εποχή, έχει παρατηρηθεί μια συνεχής προσέλκυση τουριστών τρίτης ηλικίας, οι οποίοι διαθέτουν περισσότερο χρόνο και χρήμα ενώ παράλληλα συμβάλλουν και στην διεύρυνση της τουριστικής περιόδου αφού επιλέγουν να ταξιδέψουν τις περιόδους με λιγότερη τουριστική ζήτηση. Επομένως αποτελούν ανερχόμενη και δυναμική αγορά. (Ηγουμενάκης Ν, 2007)

Η αναβάθμιση των υπηρεσιών που προσφέρονται στους τουρίστες αλλά και η ανάγκη για την καλύτερη κάλυψη των προτιμήσεων των τουριστών δημιούργησαν εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Στην σημερινή εποχή, πέρα από τον μαζικό τουρισμό, ο οποίος είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένος στην Ελλάδα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, λόγω του ήλιου και της θάλασσας, αναπτύσσονται συνεχώς και νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ειδικότερα, συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς ενώ παράλληλα βοηθούν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Μία από τις κυριότερες μορφές τουρισμού αποτελεί ο γαστρονομικός, ο οποίος εμφανίζει προοπτικές ανάπτυξης, στην Ελλάδα. Κατά τον γαστρονομικό τουρισμό ο τουρίστας γνωρίζει την τοπική κουζίνα, δοκιμάζοντας διάφορες γεύσεις ή συμμετέχοντας και ο ίδιος στην παρασκευή του φαγητού. Επιπλέον, στην Ελλάδα είναι αναπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός όπου σκοπός του ταξιδιώτη είναι η περιήγηση του σε μοναστήρια, εκκλησίες, ναού κλπ. Επίσης, αξίζει να αναφερθεί ο επαγγελματικός τουρισμός όπου διαχωρίζεται σε τέσσερις επιμέρους κατηγορίες, τον εκθεσιακό, τον συνεδριακό, τον τουρισμό κινήτρων και το ατομικό επαγγελματικό ταξίδι. Πραγματοποιείται κυρίως σε μεγάλες πόλεις και συγκεντρώνει τουρίστες απ' όλο τον κόσμο με κοινά ενδιαφέροντα, συνδυάζοντας αναψυχή και εργασία. Γενικότερα, εμφανίζονται συνεχώς νέες μορφές τουρισμού όπως ο αθλοτουρισμός κατά τον οποίο κυρίαρχη δραστηριότητα είναι ο αθλητισμός (Ritchie και Adair, 2002) αλλά και ο αγροτουρισμός ο οποίος προσδίδει αξία σε αγροτικές περιοχές. (Thibal, 1997)

1.3 Η σημασία του τουρισμού στην ανάπτυξη μιας περιοχής

Για πολλές χώρες ανά τον κόσμο, ανάμεσα τους και η Ελλάδα, ο τουρισμός αποτελεί βασικό πυλώνα της οικονομίας τους. Σε περιοχές όπου παρατηρήθηκαν οι προδιαγραφές για την ανάπτυξη του τουρισμού (θάλασσα, ήλιος, πολιτισμός, αξιοθέατα), επιτεύχθηκε η προσέλκυση κεφαλαίων με αποτέλεσμα την γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής. Αρχικά, δημιουργήθηκαν νέες θέσεις εργασίας σε επιχειρήσεις που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό, όπως για παράδειγμα τουριστικά καταλύματα, τουριστικά γραφεία, ξεναγοί, εστιατόρια, καταστήματα λαϊκής τέχνης, κέντρα αναψυχής και διασκέδασης. Επίσης, επηρεάζονται θετικά οι κλάδοι που προμηθεύουν αυτές τις επιχειρήσεις καθώς αυξάνουν την παραγωγικότητα τους ώστε να καλύψουν την ζήτηση (γεωργία, υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, κ.α.), γι αυτό τον λόγο άλλωστε ο τουρισμός χαρακτηρίζεται και πολυκλαδικός τομέας. Επιπλέον οι επενδύσεις που γίνονται σε αυτόν τον κλάδο αλλά και η ιδιότητα του ίδιου του τουριστικού τομέα να ισχυροποιεί πολλές μικρές επιχειρήσεις στις περιοχές όπου δραστηριοποιείται, αυξάνουν τα φορολογικά έσοδα για το κράτος ή για τους δήμους της εκάστοτε περιοχής. Επομένως εάν η κάθε περιοχή εκμεταλλευτεί το φυσικό της κάλλος ή γενικότερα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της θα έχει τις δυνατότητες να αναπτυχθεί και να μειώσει τις περιφερειακές ανισότητες. (Κυβέλου Σ, 2016)

Ωστόσο πέρα από τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία μιας περιοχής, σημαντικές είναι και οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται στις υποδομές της από τους κρατικούς φορείς. Οι επενδύσεις αυτές αφορούν είτε συγκοινωνιακά έργα (βελτίωση οδικών αξόνων, σιδηρόδρομων, λιμανιών κ.λπ.) είτε έργα υδροδότησης, ηλεκτρισμού, τηλεπικοινωνιών κλπ. τα οποία συμβάλουν στην βελτίωση της λειτουργίας των οικονομικών δραστηριοτήτων, επομένως και του τουρισμού, ενώ διευκολύνει και την καθημερινότητα των πολιτών (Ανδριώτης Κ, 2005). Επιπλέον, ο τουρισμός εκτός από τις θετικές επιπτώσεις που έχει επιφέρει τόσο στην οικονομία όσο και στις υποδομές, συμβάλλει και στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου. Αρχικά ευαισθητοποιούνται οι πολίτες καθώς αντιλαμβάνονται την σπουδαιότητα του χώρου με αποτέλεσμα να τον προστατεύουν, ενώ παράλληλα εκπονούνται προγράμματα βελτίωσης και ανάδειξης των μνημείων από τους αρμόδιους φορείς, αφού αποτελούν πόλο έλξης για πολλούς τουρίστες. (Lozato-Giotart, 1996)

1.4 Εννοιολογική προσέγγιση αστικού τουρισμού

Μια σημαντική μορφή τουρισμού αποτελεί ο αστικός τουρισμός κατά τον οποίο τα άτομα που συμμετέχουν επισκέπτονται ένα αστικό κέντρο διανυκτερεύοντας εκεί για μία έως τρεις ημέρες και περιηγούνται. Συνήθως τα άτομα που μετέχουν στον αστικό τουρισμό χαρακτηρίζονται από υψηλό μορφωτικό επίπεδο και εισόδημα. Ο αστικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από ένα μεγάλο εύρος στοιχείων που τον συνθέτουν όπως είναι τα ενδιαφέροντα των τουριστών για την κουλτούρα, την ιστορία, την γαστρονομία, τα ψώνια και την νυχτερινή ζωή. Ειδικότερα, τα στοιχεία που κινούν το περισσότερο το ενδιαφέρον των τουριστών είναι κυρίως τα τοπία, τα ιστορικά κτίρια και οι ιδιαιτερότητες στην γαστρονομία της εκάστοτε περιοχής. Επιπλέον αξίζει να αναφερθεί ότι, απαραίτητο χαρακτηριστικό της πόλης είναι η ύπαρξη πολεοδομικής οργάνωσης, συγκοινωνίες και σωστές υποδομές, ώστε οι πόλεις να είναι λειτουργικές. (Κραβαρίτης Κ, 1996)

Επιπλέον αξίζει να αναφερθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που έχουν ερευνηθεί και διέπουν τον αστικό τουρισμό. Αρχικά, σημαντικό είναι ότι παρουσιάζει υψηλότερες κατά κεφαλήν δαπάνες ενώ παράλληλα συναντάμε λιγότερες διανυκτερεύσεις από ότι σε άλλους τύπους τουρισμού. Ακόμα, ο τουρίστας έχει πρόσβαση σε διάφορα τουριστικά προϊόντα όπου αναφέρθηκαν και παραπάνω όπως είναι τα ιστορικά, πολιτιστικά μνημεία αλλά και ο εκπαιδευτικός του χαρακτήρας. Ο αστικός τουρισμός έχει θετικές επιπτώσεις για την πόλη καθώς αυξάνει τις θέσεις εργασίας και ενισχύει την επιχειρηματικότητα γι αυτό και είναι ιδανικός για την ανάπτυξη κάθε πόλης. (Λαγός, 2005)

Στην ανάπτυξη του αστικού τουρισμού συνέβαλλε η συνεχής εξέλιξη των μεταφορών, κυρίως των αερομεταφορών με την δημιουργία αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους με αποτέλεσμα τα ταξίδια να γίνουν περισσότερο προσιτά στους πολίτες. Στην σημερινή εποχή, οι περισσότερες πόλεις διαθέτουν αερολιμένες αλλά και δίκτυα μεταφορών που συνδέουν τα αεροδρόμια με τα αστικά κέντρα με αποτέλεσμα την εξυπηρέτηση των τουριστών. (Dunne, 2009). Επιπλέον το διαδίκτυο έχει βοηθήσει στην βελτίωση των τουριστικών υπηρεσιών καθώς οι τουρίστες διαθέτουν ευκολότερη πρόσβαση σε εφαρμογές κρατήσεων όπου πραγματοποιούν τις κρατήσεις τους, συλλέγουν πληροφορίες και σχεδιάζουν το ταξίδι τους ανάλογα με τις δικές τους προτιμήσεις. (TourismEconomics, 2013)

Η προβολή μιας τουριστικής περιοχής αποφασίζεται από τους εκάστοτε φορείς της πόλης. Τις περισσότερες φορές, αυτό επιτυγχάνεται μέσω της βελτίωσης της εικόνας της

πόλης, όπως για παράδειγμα με τις αστικές αναπλάσεις, την καθαριότητα, την ανάπτυξη του τοπίου και την ανάδειξη των αρχιτεκτονικών στοιχείων. Επομένως ο αστικός τουρισμός επιφέρει είτε θετικές είτε αρνητικές μεταβολές στην λειτουργία του αστικού κέντρου που αφορούν το αστικό περιβάλλον και τα φυσικά χαρακτηριστικά, τις υποδομές και την αποκατάσταση συγκεκριμένων χαρακτηριστικών στο ιστορικό και πολιτισμικό περιβάλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η πανδημία και οι επιπτώσεις στον τουρισμό.

2.1: Η πανδημία ως παγκόσμια κρίση

Τον Δεκέμβριο του 2019, στην πόλη Γουχάν της Κίνας εμφανίζονται τα πρώτα κρούσματα του νέου κορονοϊού Sars-Cov-2, ή Covid-19 όπως ονομάστηκε αργότερα. Εξαιτίας της υψηλής μεταδοτικότητας του, εξαπλώθηκε γρήγορα σε ολόκληρο τον πλανήτη και σύντομα χαρακτηρίστηκε ως πανδημία από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (EuropeanCouncil,2020). Τα δεδομένα στην ζωή των ανθρώπων άλλαξαν γρήγορα καθώς είχαν να αντιμετωπίσουν έναν νέο εχθρό, όπως χαρακτηρίστηκε από πολλούς ηγέτες χωρών. Η πανδημία οδήγησε το σύστημα υγείας σε οριακή κατάσταση, ενώ τα μέτρα αντιμετώπισης της είχαν συνέπειες τόσο σε κοινωνικό όσο και σε οικονομικό επίπεδο. Ο κορονοϊός μεταδίδεται κυρίως μέσα από τις κοινωνικές επαφές γι αυτό και ως μέτρο αντιμετώπισης επιλέχθηκε ο περιορισμός των μετακινήσεων γεγονός που άλλαξε την ζωή των ανθρώπων. Οι επιπτώσεις της πανδημίας ήταν άμεσες, βαθιές και με μεγάλη διάρκεια. Τα περισσότερα κράτη αναγκάστηκαν να αναστείλουν την λειτουργία των επιχειρήσεων (με μερικές εξαιρέσεις όπως π.χ. φαρμακεία, σούπερ μάρκετ κ.α.) δημιουργώντας την αρχή για μια παγκόσμια οικονομική κρίση. Οι περισσότεροι τομείς της οικονομίας επηρεάστηκαν όπως ο τουρισμός, οι αερομεταφορές, οι εταιρείες πετρελαίου και φυσικού αερίου αλλά και οι αυτοκινητοβιομηχανίες οι οποίες ανέστειλαν την παραγωγή τους. Επιπλέον, ακυρώθηκαν κάθε είδους ψυχαγωγικών εκδηλώσεων και τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα, όπως το Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου, οι Ολυμπιακοί Αγώνες κ.α.(Fernandes,2020). Η στρατηγική που επέλεξε η Ελλάδα για την αντιμετώπιση του COVID-19, ήταν η αναστολή λειτουργίας των περισσότερων οικονομικών δραστηριοτήτων, δημόσιων και ιδιωτικών φορέων αλλά και ο περιορισμός των μετακινήσεων των πολιτών. Στην αρχή της πανδημίας και για περίπου δύο μήνες τα μέτρα ήταν οριζόντια καθώς αφορούσαν ολόκληρη την χώρα. Στην συνέχεια διαφοροποιήθηκαν ανάλογα με τον βαθμό μετάδοσης των κρουσμάτων της εκάστοτε περιοχής, σύμφωνα με τον χάρτη υγειονομικής ασφάλειας και προστασίας που παρουσίασε η χώρα.

2.2: Υγειονομικές πολιτικές

Μετά την άρση των περιορισμών και το άνοιγμα των οικονομικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων αποφασίστηκε από τους αρμόδιους φορείς η τήρηση κάποιων

υγειονομικών πρωτοκόλλων με σκοπό τον περιορισμό του αριθμού των κρουσμάτων εξαιτίας των κοινωνικών επαφών. Μερικά από τα σημαντικότερα μέτρα που λήφθηκαν για την αντιμετώπιση του κορονοϊού, με βάση το ΦΕΚ που δημοσιεύτηκε στις 29.5.2020 και βάση του οποίου λειτουργούσαν οι τουριστικές επιχειρήσεις ήταν τα παρακάτω:

Πίνακας: 2.1: Μέτρα για την αντιμετώπιση του κορονοϊού σε τουριστικά καταλύματα(πλην κάμπινγκ)

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ(ΠΛΗΝ ΚΑΜΠΙΝΓΚ)
1)Το προσωπικό τηρεί τα βασικά μέτρα αποφυγής μετάδοσης του COVID-19
2) Ανάρτηση ενημερωτικής πινακίδας (banner) βασικών υγειονομικών οδηγιών μεταφρασμένων σε αγγλικά, γαλλικά,γερμανικά. Συμπληρωματικά, η παροχή των οδηγιών αυτών μέσω ανάπτυξης εφαρμογής σε κινητά τηλέφωνα.
3) Ειδικός εξοπλισμός (medical kit) για την περίπτωση εμφάνισης ύποπτου κρούσματος, όπως γάντια και μάσκες μιας χρήσης, αντισηπτικά, καθαριστικά μαντηλάκια, ποδιά, μακρυμάνικη ρόμπα, θερμόμετρο laser.
4) Χρήση plexiglass στην υποδοχή (τοποθέτηση πολυκαρβονικού υλικού).
5) Αντισηπτικό για χρήση από τον πελάτη (σταθερές ή μη συσκευές) στην υποδοχή (reception desk)
6)Τακτική απολύμανση των επιφανειών της υποδοχής (reception desk)
7) Χρήση ηλεκτρονικών εναλλακτικών για το check-in/checkout (πχ. mobileconcierge, χρήση tablets που μπορούν να απολυμανθούν μετά από κάθε χρήση).
8) Απαγόρευση εισόδου στα δωμάτια σε μη διαμένοντες
9)Εφαρμογή ειδικών οδηγιών καθαρισμού στην περίπτωση εμφάνισης κρούσματος σύμφωνα με τις αντίστοιχες Οδηγίες του ΕΟΔΥ
10)Το προσωπικό καθαριότητας συνιστάται να χρησιμοποιεί απλή χειρουργική μάσκα (σε περίπτωση μη διαθεσιμότητας χειρουργικής μάσκας, συνιστάται η χρήση πάνινης), γάντια και αδιάβροχη ρόμπα μιας χρήσης.
11) Τοποθέτηση ατομικών αντισηπτικών υγρών σε κάθε δωμάτιο ή συσκευής αντισηψίας.
12)Ειδικά για τα εστιατόρια που διαθέτουν μπουφέ (buffet), απαιτούνται τα εξής: <ul style="list-style-type: none"> • Παροχή απολυμαντικού μέσου χεριών στην είσοδο του μπουφέ και έλεγχος από το προσωπικό ότι χρησιμοποιείται από τους πελάτες • Τήρηση απαιτούμενων αποστάσεων κατά το σερβίρισμα των πελατών στο μπουφέ • Υποχρεωτική τοποθέτηση διαχωριστικού προστατευτικού (sneeze guards) • Το σερβίρισμα στον μπουφέ θα πραγματοποιείται μόνο από το προσωπικό εστίασης, το οποίο θα φέρει τα ενδεδειγμένα Μ.Α.Π. και θα τηρεί τα βασικά μέτρα αποφυγής μετάδοσης του κορωνοϊού - COVID-19. Σκοπός των μέτρων είναι να μην υπάρχει επαφή

<p>του πελάτη με τα φαγητά και τα σκεύη στο μπουφέ.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Συνιστάται η παράθεση των προϊόντων σε ατομικά σκεύη στο μπουφέ, όπου δεν είναι δυνατό το σερβίρισμα από το προσωπικό • Η χρήση κοινόχρηστων σκευών/αντικειμένων dispenser, αυτόματες μηχανές σερβιρίσματος (καφέ, χυμό κ.λπ.) θα γίνεται μόνο από το προσωπικό εστίασης, το οποίο θα φέρει τα ενδεδειγμένα Μ.Α.Π. και θα τηρεί τα βασικά μέτρα αποφυγής μετάδοσης του κορωνοϊού - COVID-19
<p>13) Απαγόρευση λειτουργίας εσωτερικών χώρων αναψυχής για παιδιά.</p>

Πηγή: ΦΕΚ, 29/05/2020

Πίνακας: 2.2: Μέτρα για την αντιμετώπιση του κορωνοϊού σε οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις

ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΕΙΣ
<p>1) Ορισμός συντονιστή του κάμπινγκ για την πρόληψη κρουσμάτων COVID-19 και την τήρηση του ειδικού πρωτοκόλλου και των οδηγιών του ΕΟΔΥ.</p>
<p>2) Υιοθέτηση από το προσωπικό των βασικών μέτρων αποφυγής μετάδοσης του κορωνοϊού - COVID-19 και χρήση των Μ.Α.Π.</p>
<p>3) Δεν επιτρέπεται η είσοδος, η διέλευση, η παραμονή, καθώς και η χρήση των εγκαταστάσεων του κάμπινγκ από μη διαμένοντες στο κατάλυμα. Οι μη διαμένοντες θα μπορούν να χρησιμοποιούν την όμορη παραλία χωρίς να διέρχονται μέσα από το κάμπινγκ. Στην περίπτωση που η πρόσβαση στην παραλία γίνεται από την ίδια είσοδο με το κάμπινγκ θα πρέπει να εξασφαλιστεί ότι οι επισκέπτες της παραλίας δεν έρχονται σε επαφή με τους πελάτες και δεν χρησιμοποιούν τις εγκαταστάσεις του</p>
<p>4) Η απόσταση μεταξύ κάθε μορφής κατασκηνωτικού μέσου (τροχόσπιτα, αυτοκινούμενα, σκηνές, κτλ.) θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 5 μέτρα από την πόρτα εισόδου του κατασκηνωτικού μέσου και 3 μέτρα από κάθε άλλη πλευρά του.</p> <p>Εναλλακτικά πρέπει ο αριθμός πελατών συμπεριλαμβανομένων και των μόνιμων πελατών να μειωθεί κατά 20% από την εγκεκριμένη δυναμικότητα σε άτομα, υπό την προϋπόθεση ότι τηρούνται οι προαναφερόμενες αποστάσεις 5 μέτρων και 3 μέτρων.</p>
<p>5) Οι εγκαταστάσεις υγιεινής (αποχωρητήρια, ντους, χώροι πλύσης χεριών, αποδυτήρια, νεροχύτες για το πλύσιμο πιάτων) πρέπει να διατηρούνται καθαρές και σε καλή κατάσταση σύμφωνα με τις Υγειονομικές Διατάξεις και να αερίζονται επαρκώς κατά τη χρήση.</p>
<p>6) Καθαρισμός και απολύμανση εγκαταστάσεων υγιεινής. Θα πρέπει να τηρείται συγκεκριμένο γραπτό πρόγραμμα καθαριότητας και ελέγχου σε τέτοια συχνότητα ώστε να διασφαλίζεται η διατήρηση των συνθηκών υγιεινής των εγκαταστάσεων καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας.</p>

Πηγή: ΦΕΚ, 29/05/2020

Πίνακας : 2.3: Μέτρα για την αντιμετώπιση του κορονοϊού σε καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ
1)Ορίζονται τα έξι άτομα ως ο μέγιστος αριθμός καθήμενων ατόμων σε ένα τραπέζι (δεν υφίσταται όριο σε περίπτωση οικογένειας με ανήλικα τέκνα)
2)Καθορίζεται ως ελάχιστη απόσταση μεταξύ των τραπεζιών σύμφωνα με την διάταξη των καθισμάτων ως εξής : α. Όταν στον ενδιάμεσο χώρο μεταξύ δύο παράπλευρων τραπεζιών δεν τοποθετείται καρέκλα σε κανένα εκ των δύο τότε η ελάχιστη απόσταση μεταξύ αυτών ορίζεται στα 0,70 μ. β. Όταν στον ενδιάμεσο χώρο μεταξύ δύο παράπλευρων τραπεζιών τοποθετείται καρέκλα σε ένα εκ των δύο τότε η ελάχιστη απόσταση μεταξύ αυτών ορίζεται στα 1,10 μ. γ. Όταν στον ενδιάμεσο χώρο μεταξύ δύο παράπλευρων τραπεζιών τοποθετείται καρέκλα σε κάθε ένα εκ των δύο τότε η ελάχιστη απόσταση μεταξύ αυτών ορίζεται στα 1,70 μ
3) Υποχρεωτική ορθή χρήση μάσκας από όλους τους εργαζόμενους καθ' όλη τη διάρκεια εργασίας (με εξαίρεση τους ψήστες).
5) Μετά από κάθε αποχώρηση πελατών, τα τραπέζια θα πρέπει να καθαρίζονται και απολυμαίνονται.
6)Υποχρεωτική η τοποθέτηση αντισηπτικών στα τραπέζια
7)Εφοδιασμός των αποχωρητηρίων με υγρό σαπούνι, χειροπετσέτες μιας χρήσης, (οι οποίες θα απορρίπτονται σε ποδοκίνητους κάδους πλησίον των νιπτήρων), και αντισηπτικό αλκοολούχο διάλυμα (περιεκτικότητας 70% σε αλκοόλη).

Πηγή: ΦΕΚ, 29/05/202

Επιπλέον για την είσοδο των τουριστών στην Ελλάδα τέθηκαν μέτρα περιορισμού αλλά και απαγόρευση εισόδου σε πολίτες ορισμένων χωρών. Αναλυτικά τα μέτρα σύμφωνα με το ΦΕΚ 2280Β/14-6-2020 ήταν τα εξής:

1) Την υποβολή σε καθολικό εργαστηριακό ιατρικό έλεγχο και σε προσωρινό περιορισμό για μία (1) ημέρα από την άφιξή τους σε τόπο της επιλογής τους στις πόλεις των Αθηνών ή της Θεσσαλονίκης, των προσώπων που εισέρχονται στη χώρα από οποιοδήποτε κράτος της αλλοδαπής της Λίστας Α υψηλού κινδύνου που δημοσιοποιεί ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Ασφάλειας της Αεροπορίας [EASA] (συμπεριλαμβανομένων των κρατών-μελών της ΕΕ) και με οποιονδήποτε τρόπο, για προληπτικούς λόγους προστασίας της δημόσιας υγείας από την περαιτέρω διασπορά του κορωνοϊού COVID-19 στην ελληνική Επικράτεια, εξαιρουμένων των περιπτώσεων που ρυθμίζονται διαφορετικά από τις διατάξεις της παρούσας. Τα αρμόδια όργανα δύνανται, για λόγους προστασίας της δημόσιας υγείας, να ορίζουν ως χώρο επιβολής του μέτρου του προηγούμενου εδαφίου επί προσώπων εισερχόμενων στη χώρα, και οποιονδήποτε εκ των προβλεπόμενων χώρων της

περ. ε' της παρ. 2 του άρθρου πρώτου της από 25.2.2020 Πράξης Νομοθετικού Περιεχομένου (Α' 42), όπως αυτή κυρώθηκε με το άρθρο 1 του ν. 4682/2020 (Α' 76)

2) Την υποβολή σε δειγματοληπτικό εργαστηριακό ιατρικό έλεγχο στη βάση υγειονομικού αλγορίθμου των προσώπων που εισέρχονται στη χώρα από οποιοδήποτε κράτος της αλλοδαπής της Λίστας Β χαμηλού κινδύνου που δημοσιοποιεί ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Ασφάλειας της Αεροπορίας [EASA] (συμπεριλαμβανομένων των κρατών-μελών της ΕΕ) και με οποιονδήποτε τρόπο, για προληπτικούς λόγους προστασίας της δημόσιας υγείας από την περαιτέρω διασπορά του κορωνοϊού COVID-19 στην ελληνική Επικράτεια, εξαιρουμένων των περιπτώσεων που ρυθμίζονται διαφορετικά από τις διατάξεις της παρούσας.

3) Ο κατ' οίκον περιορισμός των παρ. 1 και 2 ανέρχεται σε δεκατέσσερις (14) ημέρες στις περιπτώσεις ανίχνευσης θετικού δείγματος κορωνοϊού COVID-19 κατά την υποβολή των εισερχομένων σε εργαστηριακό ιατρικό έλεγχο.

4) Όλοι οι ταξιδιώτες προς Ελλάδα συμπληρώνουν με την άφιξή τους συγκεκριμένη ηλεκτρονική πλατφόρμα PLF (PassengerLoadFactor) με τα στοιχεία επαφής τους στην Ελλάδα. Τα πρόσωπα που στερούνται κατοικίας στην Ελλάδα υποχρεούνται να παραμένουν, είτε στην πόλη των Αθηνών είτε στην πόλη της Θεσσαλονίκης, για το χρονικό διάστημα των παρ. 1 και 3, στον τόπο της προσωρινής διαμονής τους, όπως οικία συγγενικού ή φιλικού προσώπου ή ξενοδοχείο, εκτός αν παραμένουν στην Ελλάδα για μικρότερο χρονικό διάστημα, οπότε ο προσωρινός περιορισμός ισχύει για αυτό το χρονικό διάστημα. Στις αρμόδιες αρχές και τα όργανα ελέγχου της εφαρμογής των κατεπειγόντων μέτρων αντιμετώπισης της διασποράς του κορωνοϊού COVID-19, σύμφωνα με το άρθρο εικοστό τρίτο της από 14.3.2020 Πράξης Νομοθετικού Περιεχομένου (Α' 64), όπως αυτή κυρώθηκε με το άρθρο 3 του ν. 4682/2020 (Α' 76), παρέχονται όλα τα αναγκαία στοιχεία για την εφαρμογή της παρούσας, τηρούμενης σε κάθε περίπτωση της νομοθεσίας για την προστασία των προσωπικών δεδομένων.

5) Οι αρμόδιες αρχές και τα όργανα ελέγχου της παρ. 3 είναι δυνατόν να ζητούν από τα πρόσωπα των παρ. 1 και 2, κατά την είσοδό τους στη χώρα, τη διεύθυνση στην οποία θα παραμείνουν κατ' εφαρμογή της παρούσας.

6) Στα πρόσωπα που παραβιάζουν το μέτρο της παρούσας, και χωρίς να θίγονται οι προβλεπόμενες ποινικές κυρώσεις, επιβάλλεται για κάθε παράβαση, με αιτιολογημένη πράξη της αρμόδιας αρχής κατά την έννοια της περ. (α) της παρ. 1 του άρθρου εικοστού τρίτου της από 14.3.2020 Πράξης Νομοθετικού

Περιεχομένου, όπως αυτή κυρώθηκε με το άρθρο 3 του ν. 4682/2020 (Α' 76), διοικητικό πρόστιμο πέντε χιλιάδων (5.000) ευρώ.

Στην συνέχεια της πανδημίας τα υγειονομικά πρωτόκολλα διαφοροποιήθηκαν ανάλογα με τον αριθμό των κρουσμάτων της χώρας. Καταλυτικό ρόλο στην διαφοροποίηση των μέτρων αντιμετώπισης της πανδημίας είχαν τα εμβόλια. Για παράδειγμα, η διαμονή στα ξενοδοχεία της χώρας επιτρεπόταν μόνο για όσους είχαν εμβολιαστεί πλήρως ή κατείχαν πιστοποιητικό νόσησης. Ακόμα οι εσωτερικοί χώροι των επιχειρήσεων εστίασης λειτουργούσαν μόνο για τους εμβολιασμένους ή για τους νοσήσαντες το τελευταίο εξάμηνο. Σήμερα, έχει πραγματοποιηθεί η πλήρης άρση των περιοριστικών μέτρων που σχετίζονται με το εμβόλιο αφού δεν απαιτείται η ανάδειξη κάποιου πιστοποιητικού για την είσοδο σε καταστήματα, την διαμονή σε τουριστικά καταλύματα και την είσοδο στην χώρα. Παράλληλα έχει καταργηθεί για τους ταξιδιώτες προς την Ελλάδα η συμπλήρωση του εγγράφου PLF. Επομένως η διάθεση των εμβολίων σε όλους τους πολίτες διευκόλυνε την λειτουργία των οικονομικών δραστηριοτήτων της χώρας.

2.3. Πολιτικές για την στήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων

Ο περιορισμός των οικονομικών δραστηριοτήτων της χώρας, είχε επιπτώσεις στην οικονομία και στην ζωή των πολιτών. Έτσι οι αρμόδιοι φορείς σε συνεννόηση με την Ευρωπαϊκή Ένωση αποφάσισαν να στηρίξουν με εξειδικευμένα μέτρα τους πολίτες που είχαν πληγεί από την πανδημία.

Το πρώτο μέτρο στήριξης ήταν η αποζημίωση ειδικού σκοπού. Το μέτρο αυτό αφορούσε τους εργαζομένους των επιχειρήσεων που ανέστειλαν την λειτουργία τους την περίοδο του λοκντάουν. Αρχικά, αποφασίστηκε επιδότηση ύψους 800 ευρώ στους υπαλλήλους και η πληρωμή των ενσήμων από το κράτος, απαλλάσσοντας ταυτόχρονα τους εργοδότες από αυτήν την υποχρέωση. Ο προϋπολογισμός του μέτρου ανήλθε στα 500 εκατομμύρια ευρώ.

Ένα πολύ σημαντικό μέτρο στήριξης για την οικονομική βιωσιμότητα των επιχειρήσεων ήταν το πρόγραμμα «ΣΥΝ-ΕΡΓΑΣΙΑ». Ο προϋπολογισμός του μέτρου έφτασε τα 997 εκατ. Ευρώ. Το πρόγραμμα αυτό αφορούσε τις επιχειρήσεις και τους εργαζομένους που δεν ανέστειλαν την λειτουργία τους κατά την περίοδο του λοκντάουν αλλά και τις επιχειρήσεις που επαναλειτούργησαν μετά την καραντίνα. Σε αυτό το πρόγραμμα είχαν την δυνατότητα να ενταχθούν είτε εποχιακές είτε συνεχούς λειτουργίας επιχειρήσεις. Σύμφωνα με αυτό, υπήρχε η δυνατότητα μείωσης του ωραρίου του εργαζομένου κατά

50% , ανάλογα με τον φόρτο εργασίας της επιχείρησης και τις επιχειρηματικές ανάγκες του εργοδότη. Οι αλλαγές αυτές μπορούσαν να πραγματοποιηθούν εβδομαδιαία για έναν ή για περισσότερους εργαζομένους. Για τους υπαλλήλους που εντάσσονταν στο πρόγραμμα, προβλεπόταν οικονομική ενίσχυση που έφτανε το 60% επί των καθαρών αποδοχών τους κατά την περίοδο που δεν εργαζόταν. Αξίζει να αναφερθεί ότι το συγκεκριμένο μέτρο αφορούσε, και τους εποχιακούς εργαζομένους που είχαν σύμβαση εξαρτημένης εργασίας πλήρους απασχόλησης και η επαναπρόσληψή τους ήταν υποχρεωτική, αλλά και σε τουριστικά καταλύματα, ξενοδοχεία και τουριστικά λεωφορεία εποχιακού χαρακτήρα. Επίσης για όσους εποχιακούς υπαλλήλους του τουρισμού και της εστίασης δεν διέθεταν την συγκεκριμένη σύμβαση προβλεπόταν η ένταξη τους στο πρόγραμμα έως και έξι μήνες από την πρόσληψη τους.

Ένα ακόμη μέτρο στήριξης ήταν η «επιστρεπτέα προκαταβολή». Το συγκεκριμένο πρόγραμμα αφορούσε όλες τις επιχειρήσεις που εδρεύουν στην Ελλάδα και απασχολούν από έναν έως και 500 εργαζομένους και έχουν πληγεί από την πανδημία. Ειδικότερα, ήταν μια οικονομική στήριξη που πραγματοποιήθηκε σε 7 κύκλους όπου οι τέσσερις πρώτοι επιστράφηκαν σε σαράντα ισόποσες τόκο- χρεολυτικές δόσεις, ενώ οι άλλοι τρεις κύκλοι είχαν την μορφή επιχορήγησης χωρίς την υποχρέωση αποπληρωμής. Όμως, το πρόγραμμα διαφοροποιήθηκε από τους αρμόδιους φορείς με σκοπό να προσελκύσει περισσότερους επιχειρηματίες.

Το πρόγραμμα «Μείωση Ενοικίων» δημιουργήθηκε τον Μάρτιο του 2020 κατά την διάρκεια της πρώτης καραντίνας και στόχευε στην στήριξη των επιχειρήσεων που ανέστειλαν την λειτουργία τους και μίσθωναν την έδρα της επιχείρησής τους, καθώς σε διαφορετική περίπτωση θα έπρεπε να πληρώνουν το ενοίκιο τους σύμφωνα με τα όσα προέβλεπε το συμβόλαιο τους ενώ η επιχείρηση ήταν κλειστή. Σύμφωνα με αυτό το μέτρο, το κράτος κάλυπτε ένα μέρος του ενοικίου. Επιπλέον μείωση ενοικίου προβλεπόταν και για τις κατοικίες που μίσθωναν οι εργαζόμενοι που είχαν τεθεί σε αναστολή. Αρχικά το ποσοστό που κάλυπτε το κράτος έφτανε το 30% ενώ στην συνέχεια αυξήθηκε. Το πρόγραμμα εξελίχθηκε σε ένα από τα σημαντικότερα καθώς βοήθησε ένα μεγάλο μέρος των πολιτών.

2.4: ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Αναμφίβολα ο τουρισμός αποτελεί την ισχυρότερη «βιομηχανία» της χώρας αφού συμβάλλει κατά 18% στην διαμόρφωση του ΑΕΠ, αυξάνοντας τα έσοδα στο ταμείου του

κράτους ενώ δημιουργεί θέσεις εργασίας και αυξάνει τα εισοδήματα των πολιτών που ασχολούνται με τον τουρισμό. Το 2019 αποτελεί έτος ρεκόρ για τον τουρισμό αφού τα έσοδα έφτασαν τα 18,179 δισεκατομμύρια ευρώ ενώ ταυτόχρονα η Ελλάδα είχε να αντιμετωπίσει ανταγωνιστικές τουριστικές χώρες. Το γεγονός αυτό, την καθιστά μια υπολογίσιμη δύναμη στον τομέα του τουρισμού. Ωστόσο, η πανδημία είχε σοβαρές συνέπειες στην ελληνική οικονομία, στην κοινωνική ζωή των πολιτών. Έτσι, ο τουρισμός δεν έμεινε ανεπηρέαστος και τα έσοδα του μειώθηκαν κατά 70%, αφού μειώθηκαν δραστικά οι αεροπορικές πτήσεις είτε από το εξωτερικό είτε από το εσωτερικό. Παρακάτω με την βοήθεια πινάκων θα αναλυθούν στατιστικά στοιχεία σχετικά με τις αφίξεις των τουριστών από το εξωτερικό και την πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων.

ΚΛΑΔΟΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Πίνακας 2.4: Αφίξεις επιβατών διεθνών πτήσεων 2016-2020

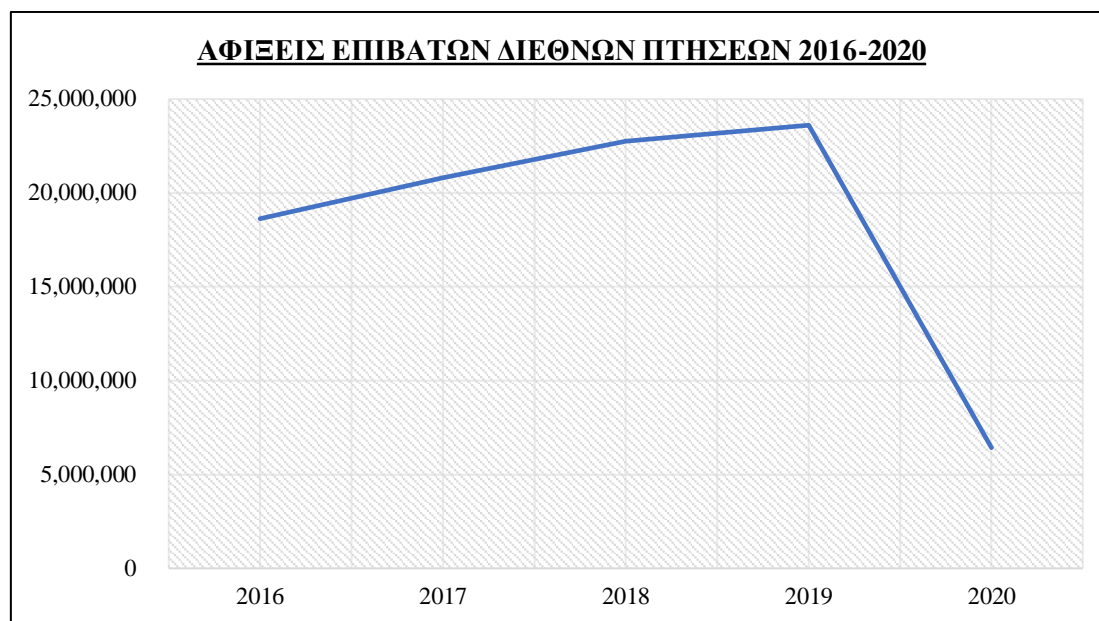
ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΔΙΕΘΝΩΝ ΠΤΗΣΕΩΝ 2016-2020					
ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΕ Σ	2016	2017	2018	2019	2020
ΑΘΗΝΩΝ	6.398.374	7.144.637	8.123.401	8.827.212	2.488.598
ΑΚΤΙΟΥ	226.308	270.825	273.307	292.302	77.192
ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ	441	441	1.157	39	39
ΑΡΑΞΟΣ	63.702	75.401	89.044	82.854	13.988
ΑΣΤΥΠΑΛΛΙΑΣ	0	0	0	0	0
ΖΑΚΥΝΘΟΥ	672.350	787.807	823.156	833.101	200.552
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	2.859.931	3.120.510	3.330.492	3.264.577	892.126
ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ	1.710.606	1.971.612	2.083.619	2.288.297	710.331
ΙΚΑΡΙΑΣ	0	0	0	0	0
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	3	3.213	9.780	14.703	4
ΚΑΒΑΛΑ	88.068	130.140	157.091	122.353	23.264
ΚΑΛΑΜΑΤΑ	106.921	120.968	126.162	152.083	38.044
ΚΑΛΥΜΝΟΣ	0	0	0	0	0
ΚΑΡΠΑΘΟΣ	81.322	81.883	91.010	98.148	8.270
ΚΑΣΣΟΣ	0	0	0	0	0
ΚΑΣΤΕΛΟΡΙΖΟ	0	0	0	0	0
ΚΑΣΤΟΡΙΑ	109	47	125	258	0
ΚΕΡΚΥΡΑ	1.233.010	1.309.200	1.449.023	1.399.994	409.698
ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ	234.131	267.160	311.248	320.806	79.224

ΚΟΖΑΝΗ	0	0	0	0	0
ΚΥΘΗΡΑ	3.817	2.923	3.938	3.605	264
ΚΩ	848.682	1.051.374	1.121.115	1.143.743	332.302
ΛΕΡΟΥ	0	0	0	0	0
ΛΗΜΝΟΥ	10.492	8.596	8.448	9.587	1.501
ΜΗΛΟΥ	0	0	0	0	0
ΜΥΚΟΝΟΥ	301.842	347.225	414.511	464.990	138.331
ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ	31.480	44.958	61.457	58.387	7.108
ΝΑΞΟΥ	0	0	0	0	0
Ν.ΑΓΧΙΑΛΟ Υ	11.002	15.142	20.737	23.912	5.134
ΠΑΡΟΥ	0	1.572	2.315	2.603	0
ΡΟΔΟΣ	2.045.555	2.225.303	2.265.309	2.268.791	599.220
ΣΑΜΟΣ	96.830	115.293	138.800	135.309	21.673
ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	389.817	430.434	500.535	499.476	144.069
ΣΗΤΕΙΑ	622	6.061	18.021	11.687	0
ΣΚΙΑΘΟΣ	175.866	182.344	183.006	181.771	34.928
ΣΚΥΡΟΣ	1.085	1.122	1.975	3.075	948
ΣΥΡΟΣ	0	0	0	0	0
ΧΑΝΙΑ	1.039.616	1.105.054	1.141.589	1.102.341	205.084
ΧΙΟΣ	2.253	768	2.449	797	15
ΣΥΝΟΛΟ	18.634.235	20.822.013	22.752.820	23.606.801	6.431.907

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας

Πίνακας: 2.4

Διάγραμμα 2.1: Αφίξεις επιβατών διεθνών πτήσεων 2016-2020



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ/ΙΔΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ

Διάγραμμα:2.1

Από το 2016 έως το 2019 παρατηρούμε μία συνεχής αύξηση των αφίξεων από το εξωτερικό γεγονός που αποδεικνύει την ανοδική τάση του τουρισμού στην Ελλάδα. Οι περισσότερες αφίξεις επιβατών πραγματοποιήθηκαν το 2019, με αριθμό 23.606.801. Τα αεροδρόμια με την μεγαλύτερη προσέλκυση τουριστών ήταν της Αθήνας, της Ρόδου, του Ηρακλείου και της Θεσσαλονίκης, γεγονός που αποδεικνύει την σημασία του τουρισμού ως πόλο έλξης, αφού η Θεσσαλονίκη ως ισχυρότερη στον οικονομικό τομέα και στον τομέα των υποδομών, από την Ρόδο, τα αεροδρόμια τους μοιράζονται το ίδιο μερίδιο αγοράς. Αξίζει να αναφερθεί ότι η μεγαλύτερη αύξηση στις αφίξεις πραγματοποιήθηκε από το 2016 στο 2017 όπου η μεταβολή ήταν της τάξης του +11,7 %. Ωστόσο αυτή η αυξητική τάση διαφοροποιήθηκε με την έναρξη της πανδημίας. Το 2020, το πρώτο έτος της πανδημίας, παρατηρείται σημαντική μείωση στις αφίξεις των τουριστών από το εξωτερικό αφού συνολικά μειώθηκαν κατά 17.174.894(72,7%) σε σχέση με το 2019. Οι συνολικές αφίξεις ήταν μόνο 6.431.907. ενώ στα αεροδρόμια της Καστοριάς και της Πάρου δεν πραγματοποιήθηκαν διεθνείς πτήσεις όπως τα προηγούμενα έτη. Γενικότερα, την μεγαλύτερη μείωση είχαν τα περιφερειακά αεροδρόμια.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

Πίνακας 2.5: Πληρότητα κλινών ξενοδοχειακού τύπου ανά έτος και Περιφερειακή Ενότητα

ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΚΛΙΝΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΑΝΑ ΕΤΟΣ(%)					
Περιφερειακή Ενότητα	ΈΤΟΣ				
	2016	2017	2018	2019	2020
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΘΡΑΚΗΣ					
Ροδόπης	29,9	38	35,9	28,4	17,5
Δράμας	14,8	11,7	11,7	13,1	5,5
Έβρου	29	30,3	28	27,5	25
Θάσου	50,8	52	45,1	44,6	22,1
Καβάλας	37	38	38	38,7	16,5
Ξάνθης	26,3	32,9	31,8	30,2	15,4
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ					
Θεσσαλονίκης	53,9	55,5	53,7	52,8	24,9
Ημαθίας	23,1	27,6	24,6	20	9,6
Κιλκίς	18,6	13,5	14,2	23,5	14,4
Πέλλας	17,6	19	21,6	19,3	12,2
Πιερίας	33	36,6	33,1	32,7	18,1
Σερρών	23,8	30,5	21,1	33,1	15,9
Χαλκιδικής	52,5	53,8	49,4	48,9	27,1
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ					
Κοζάνης	25,4	23,8	20,1	18,2	18,8
Γρεβενών	1,3	6	3	4,3	7,7
Καστοριάς	20,4	21,5	25,4	20,5	10
Φλώρινας	9,1	10,5	8,4	10,5	9,7
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ					
Ιωαννίνων	27,1	29,3	29,6	28,5	16,3
Άρτας	23,5	22,4	19,9	20,8	17,7
Θεσπρωτίας	28	31,4	38	36,7	26,5
Πρέβεζας	30,5	33	29,8	30,1	28,4
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ					

Λάρισας	30,8	30,1	30,9	30,9	24,8
Καρδίτσας	31	27,9	22,3	27,7	19,6
Μαγνησίας	23,2	24,2	23,9	23,7	22,8
Σποράδων	45,6	45,1	42	40,5	23,9
Τρικάλων	25,6	31,2	37,3	38	12,4
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ					
Φθιώτιδας	18,6	18,6	17,8	17,7	13,2
Βοιωτίας	24,3	26,8	29,5	26,3	22,5
Εύβοιας	28,8	30,3	29,4	28,4	23,3
Ευρυτανίας	16,8	18,1	16,4	16,7	7,9
Φωκίδας	29,1	35,6	38,9	37,6	15,5
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ					
Κέρκυρας	66	65,1	62,3	61	45,8
Ζακύνθου	65,2	66,8	63,4	59	42,3
Ιθάκης	32,7	38,7	33,1	28,1	21,8
Κεφαλληνίας	50,7	51,1	49,1	48,6	27,4
Λευκάδας	32,6	36,4	39,1	35	33
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ					
Αχαιίας	33	34,5	33,3	33,2	23,6
Αιτωλοακαρνανίας	32,8	31,9	25,6	26,3	20,5
Ηλείας	38,2	38,8	37,7	36	23,1
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ					
Αρκαδίας	12,4	12,4	12,2	12,1	10,8
Αργολίδας	38,8	39	40,9	39	24,9
Κορινθίας	26,9	30	35,1	34,9	18,4
Λακωνίας	24,6	24,4	24,2	22,1	22,1
Μεσσηνίας	36,5	37,6	40,5	36,1	24,9
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ					
Κεντρικού Τομέα Αθηνών	58,4	61,5	61	59,6	24,3
Βορείου Τομέα Αθηνών	34,6	35,8	37,3	35,2	18,7

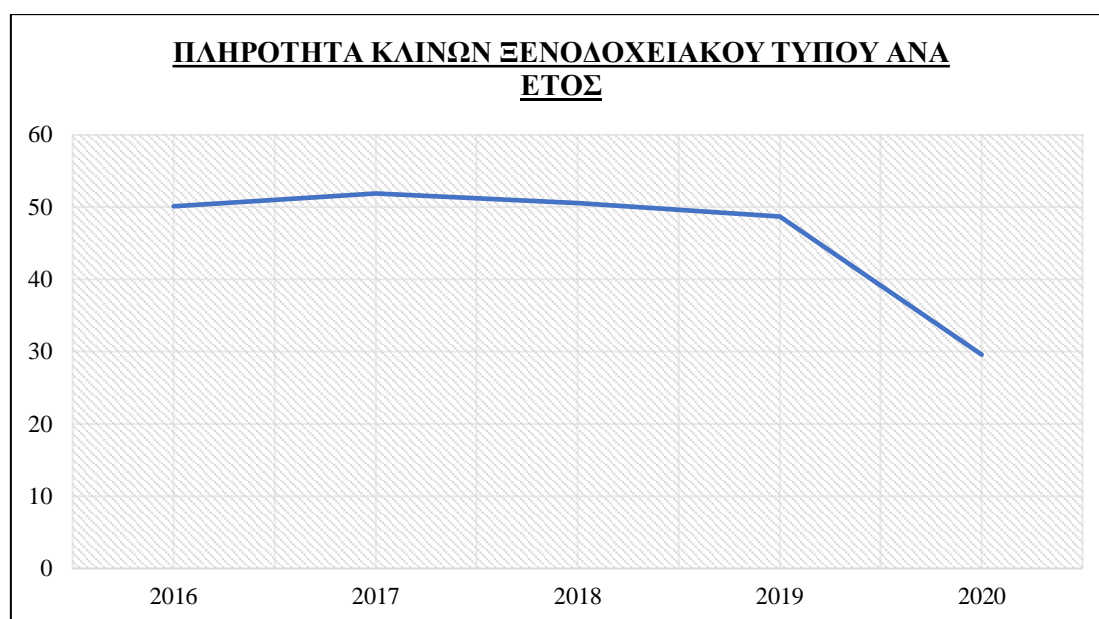
Δυτικού Αθηνών	Τομέα	6	7,9	9,1	9,4	5,6
Νοτίου Αθηνών	Τομέα	43,4	44,1	44,9	45,7	20,1
Ανατολικής Αττικής		34,1	40	42,1	39,3	22
Δυτικής Αττικής		41,5	42,8	42,8	39,8	26,7
Πειραιώς		40	40,7	43,2	42,7	24
Νήσων		23,5	24,1	23,7	22	20,8
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ						
Λέσβου		31	32,5	33,8	31,3	17,2
Ικαρίας		20,1	23,1	20,1	21,2	13,3
Λήμνου		35	36,2	33,8	37,6	24
Σάμου		38,8	44,5	45,3	42,9	24,2
Χίου		28,1	25,7	22,1	22,1	16,5
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ						
Σύρου		32,7	34,1	33,9	35	30,2
Άνδρου		23,2	26,1	24,6	26	19,9
Θήρας		47	46,6	48,9	49,8	29,5
Καλύμνου		21,3	21,8	26,7	26,4	21,7
Καρπάθου		42,1	44	45,6	41,3	19,8
Κέας- Κύθνου		21,6	23,2	25,9	22,6	23,1
Κω		59,5	65,8	67	65,7	51,4
Μήλου		29,4	21,8	28,7	25,2	22,8
Μυκόνου		53,8	59,7	58,3	66,1	40,8
Νάξου		37,7	38,5	36,8	38,3	21,9
Πάρου		32,9	37,7	38,2	39,9	22,5
Ρόδου		64,3	66,4	65,7	61,3	43,1
Τήνου		25,1	28	25,6	24,1	25,6
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ						
Ηρακλείου		70,4	70,9	65,4	60,9	43,4
Λασιθίου		60,9	60,6	59	55,1	31,2
Ρεθύμνου		63,8	64,4	61	53,5	30,4
Χανίων		60,6	60,8	58	55	31,2

Γενικό Ελλάδας	Σύνολο	50,1	51,9	50,6	48,7	29,6
---------------------------	---------------	------	------	------	------	------

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Πίνακας: 2.5

Διάγραμμα 2.2: Πληρότητα κλινών ξενοδοχειακού τύπου ανά έτος (Ελλάδα)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ/ ΙΔΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ

Διάγραμμα: 2.2

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα, παρατηρούμε ότι η πληρότητα των κλινών στην Ελλάδα την περίοδο 2016-2019 βρίσκεται σε υψηλά ποσοστά, με καλύτερο έτος το 2017 με πληρότητα που φτάνει στο 51,9 %. Σε αντίθεση με τις αφίξεις των τουριστών που εκείνη την περίοδο παρουσιάζουν συνεχή άνοδο παρατηρούμε μια μικρή πτώση στα ποσοστά της πληρότητας, της τάξης του 3% γεγονός που οφείλεται στην ανάπτυξη των ενοικιαζόμενων κατοικιών βραχυχρόνιας μίσθωσης (AirBnb), εκείνη την περίοδο. Ωστόσο, η μεγάλη πτώση παρατηρείται το 2020, όπου η πληρότητα στην Ελλάδα ήταν 29,6 %, το οποίο οφείλεται στην πανδημία και στην μείωση των αφίξεων των τουριστών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το γεγονός ότι τα έσοδα όλων των ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας, το 2019 έφτασαν τα 8,3 δις ευρώ ενώ αντίθετα το

2020, το έτος δηλαδή της πανδημίας μειώθηκαν κατά 78,1% και έφτασαν τα 1,8 δις ευρώ. (ΙΤΕΠ)

Σύμφωνα με τον πίνακα 2.5 συμπεραίνουμε ότι το υψηλότερο ποσοστό πληρότητας στην Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης παρατηρείται το έτος 2017(55,5%). Ωστόσο το έτος της πανδημίας(2020) η πληρότητα στην Π.Ε. Θεσσαλονίκης μειώθηκε κατά 55% φτάνοντας το 24,9%. Αξίζει, να αναφερθεί ότι την περίοδο 2016-2019 τα ποσοστά πληρότητας είναι άνω του 50% γεγονός που αναδεικνύει την δυναμικότητα της περιοχής, αφού αυτά τα ποσοστά παρατηρούνται σε νησιωτικές περιοχές και στην Αττική.

Επομένως η πανδημία που επηρέασε ολόκληρο τον πλανήτη, εμφανίστηκε σε ένα κρίσιμο σημείο τόσο για την παγκόσμια οικονομία όσο και για την ελληνική. Ειδικότερα για την Ελλάδα, σε μια περίοδο που οι προβλέψεις για ανάκαμψη ήταν ενθαρρυντικές. Η Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια είχε καταφέρει να μετατραπεί σε έναν σημαντικό πόλο έλξης τουριστών καθώς κατάφερε να αναβαθμίσει τον κλάδο των αερομεταφορών αλλά και να αναδείξει νέους τρόπους τουρισμού. Ωστόσο η πανδημία ανέκοψε αυτήν την ανοδική πορεία καθώς οι αφίξεις των τουριστών μειώθηκαν αισθητά επηρεάζοντας την χώρα σε πολλούς τομείς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

3.1 Γεωγραφική θέση, μεταφορικές υποδομές και κλίμα της Θεσσαλονίκης

Η Θεσσαλονίκη αποτελεί την δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Ελλάδας με πληθυσμό 1.110.312 (ΕΛΣΤΑΤ, 2011) και βρίσκεται στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένας τουριστικός προορισμός ο οποίος συνδυάζει τόσο βουνό όσο και θάλασσα, αφού βρίσκεται περιμετρικά του Θερμαϊκού Κόλπου ενώ υπάρχουν αρκετά βουνά σε κοντινές αποστάσεις. Παράλληλα δεν απέχει πολλά χιλιόμετρα από τις βαλκανικές χώρες οι οποίες ενισχύουν κυρίως τον τουρισμό της Κεντρικής Μακεδονίας. Η πόλη της Θεσσαλονίκης διαθέτει λιμάνι, το οποίο μπορεί να αποτελέσει πύλη εισόδου και εξόδου εμπορευμάτων τόσο από τα Βαλκάνια όσο και από την Ευρώπη. Κατά την διάρκεια του καλοκαιριού συνδέεται με όλα τα μεγάλα λιμάνια της χώρας ενισχύοντας τον τουρισμό. Σημαντικό πόλο έλξης αποτελεί το αεροδρόμιο της, στο οποίο πραγματοποιούνται καθημερινά πτήσεις με συνδέσεις σε αεροδρόμια του εσωτερικού και εξωτερικού, εξυπηρετώντας τόσο τους τουρίστες όσο και τους κατοίκους της πόλης ή των γύρω περιοχών. Για την εξυπηρέτηση των πολιτών εντός της πόλης διαθέτει αστικά λεωφορεία ενώ τα λεωφορεία ΚΤΕΛ πραγματοποιούν δρομολόγια εκτός Περιφερειακής Ενότητας. (VisitGreece, 2022)

Το κλίμα της Θεσσαλονίκης είναι ιδανικό για τους τουρίστες αφού τις περισσότερες ημέρες του χρόνου παρατηρείται ηλιοφάνεια με ζεστά και ξηρά καλοκαίρια ενώ ο χειμώνας χαρακτηρίζεται ήπιος καθώς μόνο λίγες ημέρες τον χρόνο οι θερμοκρασίες είναι υπό το μηδέν.

3.2. Χώροι ιστορικού και πολιτισμικού ενδιαφέροντος

Η Θεσσαλονίκη χαρακτηρίζεται ως ιστορική πόλη με πολιτισμό, ήθη, έθιμα και λαογραφία γεγονός που οφείλεται στην συνύπαρξη διάφορων λαών γι' αυτό και θεωρείται παράδειγμα πολιτισμικού ενδιαφέροντος.

Ο Λευκός Πύργος αποτελεί το γνωστότερο μνημείο της πόλης και βρίσκεται στην παραλία ενώ είναι ορατός από το ιστορικό κέντρο. Το ύψος του ξεπερνάει τα 30 μέτρα και η κατασκευή του χρονολογείται στα τέλη του 15^{ου} αιώνα. Ο Λευκός Πύργος αποτελεί πόλο έλξης τουριστών ενώ από το 2008 διαθέτει μουσείο με αρχαιολογικά ευρήματα και οπτικοακουστικό υλικό που σχετίζονται με την πόλη. Στον έκτο όροφο ο επισκέπτης έχει

την ευκαιρία να δει την θέα της πόλης και να περπατήσει έως τις επάλξεις.(Λευκός Πύργος Θεσσαλονίκη). Επιπλέον, σημαντικά αξιοθέατα της πόλης αποτελούν το Γαλεριανό συγκρότημα το οποίο ήταν η έδρα του βασιλιά Γαλέριου και κατασκευάστηκε το 306 μ.Χ, αλλά και η αψίδα του Γαλέριου (OdysseusCulture, 2022). Επίσης ο τουρίστας αξίζει να επισκεφτεί την Ροτόντα, η οποία αποτελεί μνημείο πολιτιστικής κληρονομιάς και χτίστηκε τον 4^ο αιώνα με παρόμοια αρχιτεκτονική με το Πάνθεον της Ρώμης ενώ ανήκει και στα Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO. Πόλο έλξης τουριστών αποτελεί το «Γεντί Κουλέ» ή αλλιώς Επταπύργιο. Το συγκεκριμένο αξιοθέατο βρίσκεται στην ακρόπολη της Θεσσαλονίκης και κατά την Οθωμανική περίοδο χρησιμοποιήθηκε ως φυλακή. Σήμερα αξιοποιείται ενώ υπάρχουν πολλά καταστήματα εστίασης δίπλα σε αυτό(ThessalonikiGuide, 2022). Φυσικά, η Θεσσαλονίκη διαθέτει πολλούς αξιοσημείωτους ναούς. Ο σημαντικότερος είναι ο ναός του Αγίου Δημητρίου, αφιερωμένος στον πολιούχο της πόλης. Η εκκλησία του Αγίου Δημητρίου διαθέτει ψηφιδωτά και κειμήλια ιστορικής σημασίας ενώ κάτω από τον ναό υπάρχουν κατακόμβες. Ο ναός αποτελεί χώρο λατρείας χιλιάδων πιστών ενώ εκεί φυλάσσονται και τα λείψανα του Αγίου Δημητρίου. Τέλος από 1988 ανήκει στα Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO. (ThessalonikiTourism, 2022)

Επιπλέον η Θεσσαλονίκη διαθέτει πολλά μουσεία. Το Αρχαιολογικό Μουσείο είναι ένα από τα σημαντικότερα μουσεία της πόλης και αναφέρεται στην ιστορία και στον πολιτισμό της Θεσσαλονίκης αλλά και της Μακεδονίας. Ο επισκέπτης μπορεί να συναντήσει ευρήματα από διάφορες περιόδους όπως της αρχαϊκής, της κλασσικής, της νεολιθικής κ.α. Εκτός από το Αρχαιολογικό Μουσείο οι τουρίστες αξίζει να επισκεφτούν το Βυζαντινό Μουσείο το οποίο αναφέρεται στον Χριστιανισμό οποίος άφησε το αποτύπωμα του στην πόλη. Το μουσείο διαθέτει ευρήματα των βυζαντινών χρόνων ενώ παράλληλα διοργανώνει εκθέσεις και εκδηλώσεις πολιτισμικού χαρακτήρα. Τέλος αξιοσημείωτο μουσείο αποτελεί το πολεμικό το οποίο βρίσκεται στην οδό Γρηγορίου Λαμπράκη, σε ένα νεοκλασικό κτίριο του περασμένου αιώνα. Εκεί ο επισκέπτης μπορεί να συναντήσει στολές και πολεμικό εξοπλισμό ελληνικών ή ξένων ενόπλων δυνάμεων, χάρτες που αφορούν την εξέλιξη της χώρας, μετάλλια αλλά και κειμήλια από την πολεμική ιστορία της Ελλάδας. Στον εξωτερικό χώρο του μουσείου ο επισκέπτης θα παρατηρήσει το μαχητικό αεροπλάνο, τορπίλες, πυροβόλα αλλά και χρησιμοποιημένα τεθωρακισμένα της Ελλάδας.

Ξεχωριστή αναφορά θα πρέπει να γίνει στην Ρωμαϊκή Αγορά, η οποία αποτελεί μνημείο ιστορικής σημασίας. Η Ρωμαϊκή Αγορά κατασκευάστηκε τον 2^ο αιώνα μ.Χ και είχε

καταλυτικό ρόλο στην πολιτική και κοινωνική ζωή της εποχής. Σε εκείνο τον χώρο βρίσκεται ένα αναστηλωμένο ωδείο όπου η χωρητικότητα του αγγίζει τα 350 άτομα ενώ παράλληλα φιλοξενεί και πολιτιστικές εκδηλώσεις. (ThessalonikiGuide και ThessalonikiTourism, 2022)

3.3. Η Θεσσαλονίκη ως γαστρονομικός προορισμός

Εκτός από την ιστορικότητα της πόλης, η Θεσσαλονίκη είναι διάσημη και για τις γαστρονομικές επιλογές που προσφέρει δίνοντας στον επισκέπτη, την ευκαιρία να γευτεί ποικιλία γεύσεων. Η πόλη διαθέτει διάφορα σημεία στα οποία ο τουρίστας θα μπορεί να γευματίσει, όπως για παράδειγμα τα λαδάδικα, στην παραλία, στα τείχη αλλά και σε διάφορες γειτονιές που εξειδικεύονται στις τοπικές γεύσεις. Οι επιχειρήσεις εστίασης της Θεσσαλονίκης προσπαθούν μέσα από τα πιάτα τους να αναδείξουν την γαστρονομική παράδοση της πόλης. Συνεπώς, υπάρχουν επιχειρήσεις οι οποίες εξειδικεύονται στην παρασκευή τοπικών και παραδοσιακών πιάτων, με σκοπό οι τουρίστες να δοκιμάσουν τις παραδοσιακές γεύσεις. Παράλληλα, χάρη στις ενέργειες των τοπικών φορέων που ασχολούνται με τον τουρισμό και του δήμου γίνεται προσπάθεια, να αποκτήσει η πόλη την δική της γαστρονομική ταυτότητα. Η γαστρονομία της πόλης έχει επιρροές από το Βυζάντιο, τον Πόντο, την Ανατολική Θράκη, την Μικρά Ασία αλλά και από διάφορες παραδόσεις των Εβραίων που έζησαν εκεί.

Η πιο δημοφιλή περιοχή της Θεσσαλονίκης, η οποία προσελκύει τους τουρίστες αλλά και γενικότερα τους λάτρεις του φαγητού είναι τα Λαδάδικα. Η τοποθεσία τους βρίσκεται κοντά στο λιμάνι και στο ιστορικό κέντρο της πόλης ενώ διαθέτει μεζεδοπωλεία, εστιατόρια και μπουραρίες. Ένας ακόμη γαστρονομικός προορισμός της πόλης είναι η αγορά Μοδιάνο η οποία διαθέτει πλήθος εδεσμάτων, μπαχαρικών και καφέ αλλά και διάφορες ταβέρνες. Επιπλέον γαστρονομικό προορισμό, αποτελεί η Πλατεία Άθωνος την οποία επισκέπτονται πλήθος τουριστών και ντόπιων. Εκεί βρίσκονται παραδοσιακές ταβέρνες με ελληνική μουσική αλλά και επιχειρήσεις οι οποίες εξειδικεύονται στην πώληση βιολογικών προϊόντων και μπαχαρικών. Τέλος, η Θεσσαλονίκη διαθέτει πολλές παραλίες, σε κοντινή απόσταση από το κέντρο της πόλης, στις οποίες ο τουρίστας μπορεί να απολαύσει την θάλασσα και παράλληλα μπορεί να γευτεί τοπικά εδέσματα και θαλασσινά. (InThessaloniki, 2022)

Η Θεσσαλονίκη στην προσπάθεια της να εξελιχθεί σε έναν από τους σημαντικότερους γαστρονομικούς προορισμούς, διοργανώνει διάφορες γαστρονομικές εκδηλώσεις με

σκοπό την προώθηση των τοπικών γεύσεων και την προσέλκυση τουριστών. Το συγκεκριμένο εγχείρημα, έχει την στήριξη των αρμόδιων φορέων της πολιτείας αλλά και των εκπροσώπων του τουρισμού. Η πιο γνωστή εκδήλωση, ονομάζεται ThessalonikiFoodFestival και πραγματοποιείται από το 2011. Στην συγκεκριμένη εκδήλωση, επιχειρηματίες από τον κλάδο της εστίασης προβάλλουν τα προϊόντα τους και δίνουν την δυνατότητα στους επισκέπτες να δοκιμάσουν παραδοσιακά εδέσματα αλλά και να μάθουν συνταγές. Επιπλέον, η εκδήλωση έχει και διαδραστικό χαρακτήρα αφού οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να συμμετέχουν σε μαθήματα μαγειρικής από γνωστούς σεφ. Στα πλαίσια του φεστιβάλ πραγματοποιούνται και παράλληλες δράσεις όπως το «Τρίτη βράδυ τρώμε έξω με 10 ευρώ» και «τα βορεινά των Χριστουγέννων». Επιπλέον, από το 2017, πραγματοποιείται στον υπαίθριο χώρο του Δημαρχείου το «ThessalonikiStreetFoodFestival» με σκοπό την ανάδειξη της γαστρονομικής κουλτούρας της πόλης. Σε αυτό το φεστιβάλ οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να δοκιμάσουν παραδοσιακές συνταγές της χώρας αλλά και γεύσεις από το εξωτερικό. Παράλληλα, λειτουργεί υπαίθρια αγορά με προϊόντα από όλο τον κόσμο αλλά και εργαστήρια μαγειρικής. Πέρα από αυτά τα φεστιβάλ, σημαντική είναι η πρωτοβουλία της Ένωσης Ξενοδόχων να διοργανώσουν την δράση «ThessBrunch», με στόχο την μεγαλύτερη ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών της πόλης. Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, η συνήθεια του «brunch» διαδίδεται ολοένα και περισσότερο. Γι αυτό τον λόγο, οι Έλληνες ξενοδόχοι αποφάσισαν να προσφέρεται στους επισκέπτες των ξενοδοχείων μεγάλη ποικιλία ελληνικού δεκατιανού. Τέλος αξίζει να αναφερθεί η δράση που πραγματοποιείται από το ThessalonikiWalkingTours και αφορά τους γαστρονομικούς περιπάτους των τουριστών, κατά την διάρκεια των οποίων, οι συμμετέχοντες περιηγούνται στις τοπικές αγορές, προμηθεύονται τοπικά προϊόντα αλλά και γεύονται παραδοσιακές συνταγές. Παράλληλα συνδυάζονται και με επισκέψεις σε πολιτιστικές διαδρομές ανάλογα με το ενδιαφέρον τους. (ThessalonikiFoodFestival και ThessalonikiGuide, 2022)

3.4. Τουριστικές υποδομές Θεσσαλονίκης

Οι τουριστικές υποδομές της Θεσσαλονίκης έχουν περιθώρια βελτίωσης καθώς δεν βρίσκονται στο επίπεδο που απαιτείται για μια μεγάλη πόλη με τουρισμό. Τα μέσα μεταφοράς συνδέουν την Θεσσαλονίκη με περιοχές εκτός του αστικού, ωστόσο η συγκοινωνία εντός της πόλης δεν εξυπηρετεί όσο θα έπρεπε τους πολίτες και τους τουρίστες. Επιπλέον, τα τουριστικά λεωφορεία διατηρούν την ίδια διαδρομή εδώ και μεγάλο χρονικό διάστημα, με αποτέλεσμα η χρήση του να γίνεται μόνο μία φορά από

τους τουρίστες. Στα πλεονεκτήματα συμπεριλαμβάνονται τα τουριστικά ημερόπλοια, τα οποία προσφέρουν έναν διαφορετικό τρόπο διασκέδασης συνδυάζοντας την βόλτα, την ξενάγηση και την κατανάλωση καφέ ή ποτό. Επιπλέον, από το 2017, κατά τους θερινούς μήνες πραγματοποιούνταιδρομολόγια μέσω θαλάσσης που συνδέουν την πόλη της Θεσσαλονίκης με τις παραλιακές περιοχές του Δήμου Θερμαϊκού, γεγονός που ενισχύει τον τουρισμό τόσο στην πόλη όσο και στις παραλιακές περιοχές. Ωστόσο, οι πολίτες της Θεσσαλονίκης με περιμένουν την ολοκλήρωση των έργων στο μετρό, γεγονός που θα λύσει σε μεγάλο βαθμό τα συγκοινωνιακά προβλήματα που προκύπτουν τόσο για τους πολίτες όσο και για τους τουρίστες.

Οι αρμόδιοι φορείς κάνουν προσπάθειες για την ανάδειξη και αναγνώριση της πόλης από άλλους λαούς. Μέσα από αυτές τις προσπάθειες πραγματοποιούνται βελτιωτικά έργα στο δίκτυο του ποδηλατοδρόμου το οποίο παρουσιάζει σοβαρές ελλείψεις με μόνη εξαίρεση την νέα παραλία. Επιπλέον, γίνονται συντηρήσεις στο ιστορικό κέντρο με πεζοδρομήσεις και κοινωνικές παροχές όπως την δημιουργία δημοτικών αναψυκτήριων.

Σχετικά με το αεροδρόμιο «Μακεδονία» παρατηρείται μία συνεχής αύξηση στις αφίξεις επιβατών από το εξωτερικό κατά την περίοδο 2016-2019. Οι επιβάτες είτε έχουν ως τελικό προορισμό την Χαλκιδική και τις κοντινές παραθαλάσσιες περιοχές είτε παραμένουν στην πόλη, αφού παρατηρήθηκε και αύξηση των επιβατών κατά τους χειμερινούς μήνες. (Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας). Επίσης σύμφωνα με την Ένωση Ξενοδόχων οι διανυκτερεύσεις το 2012 στην Θεσσαλονίκη ήταν 1,6 εκατομμύρια ενώ το 2018 έφτασαν τις 2,4 εκατομμύρια. Σχετικά με την πληρότητα κλινών σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, το 2010, ήταν 39,6 % ενώ το 2019 έφτασε το 52,8 %.

Συνεπώς, η Θεσσαλονίκη αποτελεί μία πόλη με συνεχώς αυξανόμενο τουρισμό συνδυάζοντας την γαστρονομία, τον πολιτισμό, την ιστορία και την διασκέδαση. Ακόμα, σημαντικός είναι ο εκθεσιακός τουρισμός καθώς στην πόλη διεξάγεται τον Σεπτέμβριο, η Διεθνής Έκθεση, με χιλιάδες επισκέπτες. Η πόλη διαθέτει συνολικά 15 μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς που ανήκουν στην UNESCO ενώ γίνονται προσπάθειες για την βελτίωση του συνεδριακού τουρισμού και την ανάληψη αθλητικών διοργανώσεων με σκοπό την προσέλκυση περισσότερων τουριστών. Η Θεσσαλονίκη, λοιπόν, με την προώθηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της, έχει τις δυνατότητες να μετατραπεί σε έναν πολύ σημαντικό τουριστικό πόλο έλξης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

4.1: Μεθοδολογία έρευνας

Για την έρευνα της πτυχιακής εργασίας επιλέχθηκε η μεθοδολογία της συνέντευξης. Μέσα από την συνέντευξη ο ερευνητής μπορεί να ζητήσει περισσότερες επεξηγήσεις σχετικά με την απάντηση που έλαβε αλλά και να επεξεργαστεί καλύτερα την ερώτηση. Επιπλέον, ο ερευνητής έχει την ευκαιρία να επεξεργαστεί την σειρά των ερωτήσεων ενώ παράλληλα παρατηρείται υψηλό επίπεδο αυθορμητισμού με αποτέλεσμα οι απαντήσεις να είναι περισσότερο άμεσες και στοχευμένες. (Bailey, 1994). Ακόμα οι συνεντεύξεις δίνουν την ευκαιρία διερεύνησης των απόψεων γύρω από το θέμα. (Miller&Glassner, 2011)

4.2: Επιλογή συμμετεχόντων και ερωτήσεων

Για την έρευνα επιλέχθηκαν εκπρόσωποι φορέων που σχετίζονται με τον τουρισμό, την οικονομία και την πόλη της Θεσσαλονίκης. Πιο συγκεκριμένα επιλέχθηκαν εκπρόσωποι από τον Οργανισμό Τουριστικής Προβολής και Μάρκετινγκ Θεσσαλονίκης, από την Ένωση Ξενοδόχων , από την Ένωση Ξεναγών, από τον Δήμο Θεσσαλονίκης αλλά και επιχειρηματία της εστίασης. Οι ερωτήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν οι συνεντευξιζόμενοι ήταν οι εξής:

- 1) Ποιο είναι το θετικό αποτύπωμα του τουρισμού; Έχει γίνει αποτίμηση;
- 2) Εάν αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα για την πόλη το πολιτιστικό της περιβάλλον;
- 3) Υπάρχει συνεργασία ανάμεσα σε φορείς και επιχειρήσεις;
- 4) Υπάρχει ειδική αγορά που στοχεύετε;
- 5) Σε ποιο βαθμό επηρέασε ο covid τον τουρισμό στην πόλη;
- 6) Ποια είναι άποψη σας για τα μέτρα στήριξης των τουριστικών επιχειρήσεων κατά την πανδημία;
- 7) Τις προσωπικές απόψεις/ προτάσεις σας σχετικά με τις προοπτικές ανάκαμψης
- 8) Υπάρχει οργανωμένο σχέδιο προβολής της πόλης;

4.3: Διαδικασία συνεντεύξεων και απαντήσεις

Η πρώτη συνομιλία με τους συνεντευξαζόμενους έγινε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή τηλεφωνικώς για τον ορισμό της συνάντησης και την ενημέρωσή τους σχετικά με το περιεχόμενο της συνέντευξης. Στην συνέχεια δόθηκαν διευκρινίσεις, σχετικά με τον τρόπο και την σειρά των απαντήσεων αλλά και τα υπό-ερωτήματα που μπορεί να τεθούν εάν αυτό θεωρηθεί απαραίτητο για μια πιο ολοκληρωμένη απάντηση. Επιπλέον, κάποιοι από τους συνεντευξαζόμενους θέλησαν πρώτα να τους αποσταλούν ηλεκτρονικά τα ερωτήματα. Τέλος οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν είτε γραπτώς με την αποστολή ηλεκτρονικού μηνύματος είτε τηλεφωνικώς. Οι απαντήσεις που δόθηκαν θα αναλυθούν παρακάτω.

Ποιο είναι το θετικό αποτύπωμα του τουρισμού; Έχει γίνει αποτίμηση;

Ο τουρισμός έχει θετικές επιπτώσεις στην οικονομία της χώρας και αποτελεί έναν ισχυρό κλάδο παραγωγής. Σύμφωνα με επιχειρηματία της εστίασης, ο τουρισμός βοηθάει στην αύξηση του ΑΕΠ, δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο των πολιτών ενώ οι πολίτες έρχονται σε επαφή με νέες κουλτούρες και πολιτισμούς. Σύμφωνα με τον εκπρόσωπο της Ένωσης Ξενοδόχων, η συνολική συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας ήταν 20,8% (ΣΕΤΤΕ) ενώ διαθέτει 21,7% της συνολικής απασχόλησης (ΣΕΤΤΕ). Ο εκπρόσωπος του ΟΤΘ προσθέτει ότι τα έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό ήταν 17,7 δις και οι αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα ήταν 31,3 εκατομμύρια (ΣΕΤΤΕ) ενώ εκτιμάει ότι το 2022 αναμένονται περίπου 20 δις έσοδα και ότι το καλοκαίρι του 2022 θα μοιάζει με αυτό του 2019 τόσο για την Θεσσαλονίκη όσο και για ολόκληρη την χώρα. Ειδικότερα για την Θεσσαλονίκη ο εκπρόσωπος του Δήμου υποστηρίζει ότι ο τουρισμός είναι πολύ σημαντικός για την πόλη και συνεχώς αυξάνεται με ποσοστά πληρότητας κλινών άνω του 50%(ΕΛΣΤΑΤ) ενώ το αεροδρόμιο της πόλης αποτελεί ένα από τα πέντε σημαντικότερα της χώρας με 2 εκατομμύρια αφίξεις μη αλλοδαπών (ΣΕΤΤΕ). Τέλος ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξεναγών συμπληρώνει ότι η Θεσσαλονίκη κυρίως με Δήμαρχο τον κύριο Μπουτάρη διεύρυνε τις σχέσεις της με πληθυσμιακές ομάδες όπως οι Εβραίοι, οι Τούρκοι και οι Αμερικανοί, ενώ κατάφερε να προσελκύσει πάνω από 6 χιλιάδες Αμερικανούς σε ένα έτος καθώς πραγματοποιήθηκε καλύτερη και οργανωμένη δουλειά.

Αποτελεί για την πόλη συγκριτικό πλεονέκτημα το πολιτιστικό της περιβάλλον;

Η Θεσσαλονίκη διαθέτει πολιτιστικά στοιχεία τα οποία την καθιστούν μοναδικό προορισμό αστικού τουρισμού. Κατά την άποψη του εκπρόσωπου του Δήμου, η Θεσσαλονίκη υπήρξε σταυροδρόμι πολιτισμών όπου μέχρι και σήμερα ο επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί στην πόλη ανακαλύπτοντας Βυζαντινά- Τούρκικα- Εβραϊκά μονοπάτια και διαδρομές. Επιπλέον, η Θεσσαλονίκη διαθέτει αξιοθέατα όπως τα Κάστρα, ο Λευκός Πύργος, η Καμάρα κ.α. τα οποία προσελκύουν τουρίστες που θέλουν να γνωρίσουν την ιστορία της πόλης και αυτό αποτελεί πλεονέκτημα συγκριτικά με άλλες περιοχές, όπως υποστηρίζει ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξενοδόχων. Ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξεναγών θεωρεί ότι Βυζαντινά, Ρωμαϊκά μνημεία και η Εβραϊκή Αγορά έχουν μεγάλη σημασία για τον τουρισμό και αποτελούν σημαντικό πλεονέκτημα για αυτό και πρέπει να προωθείται η ιστορία της πόλης. Το πολιτιστικό περιβάλλον της Θεσσαλονίκης αποτελεί σαφέστατα συγκριτικό πλεονέκτημα ενώ παίζει ρόλο για την πόλη ότι υπήρξε σταυροδρόμι πολιτισμών και έχει έντονο πολυπολιτισμικό χαρακτήρα, θεωρεί ο επιχειρηματίας της εστίασης. Τέλος ο εκπρόσωπος του ΟΤΘ απάντησε ότι σαφέστατα αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα ενώ θεωρεί τον πιο σημαντικό λόγο προσέλκυσης τουριστών. Για να τεκμηριώσει την άποψη του επικαλείται τη έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον ΟΤΘ σε επιβάτες από τον Λονδίνο, οι οποίοι απάντησαν ότι ταξιδεύουν για την Θεσσαλονίκη λόγω των πολιτιστικών της στοιχείων. Επίσης προσθέτει ότι είναι καλό να εστιάζουμε στο συγκριτικό πλεονέκτημα εάν θέλουμε να διαμορφώσουμε την πόλη σε κορυφαίο τουριστικό προορισμό citybreak.

Υπάρχει συνεργασία ανάμεσα στους φορείς και τις επιχειρήσεις;

Για την προσέλκυση των τουριστών απαραίτητη είναι η συνεργασία ανάμεσα στους φορείς και τις επιχειρήσεις, γι' αυτό και ο δήμος Θεσσαλονίκης προσπαθεί να βρίσκεται αρωγός στην προσπάθεια των επιχειρήσεων και συνεργάζεται μαζί τους όπως τονίζει ο εκπρόσωπος του Δήμου. Επιπλέον, ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξενοδόχων συμπληρώνει ότι η συνεργασία στον δικό του κλάδο πραγματοποιείται κυρίως ανάμεσα στις επιχειρήσεις με τον Δήμο Θεσσαλονίκης, την Περιφέρεια και την Frapport. Ωστόσο, αυτή η συνεργασία η οποία πραγματοποιείται έχει περιθώρια βελτίωσης όπως προσθέτει ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξεναγών. Από την άλλη, ο εκπρόσωπος του ΟΤΘ υποστηρίζει ότι υπάρχει συνεργασία αλλά δεν είναι άμεση, δηλαδή δεν συνεργάζεται ο ίδιος ο Δήμος ή κάποιος φορέας με συγκεκριμένη επιχείρηση αλλά οργανώνουν δράσεις για να

στηρίξουν τις επιχειρήσεις μέσω άλλων φορέων (ΟΤΘ για παράδειγμα). Επομένως άμεση συνεργασία υπάρχει κυρίως ανάμεσα στον Οργανισμό Τουριστικής Προβολής και Μάρκετινγκ και τις επιχειρήσεις. Τέλος, ο επιχειρηματίας της εστίασης υποστηρίζει ότι υπάρχει συνεργασία αλλά δεν είναι στο επιθυμητό επίπεδο.

Υπάρχει ειδική αγορά που στοχεύετε;

Η Θεσσαλονίκη αποτελεί μια πολυπολιτισμική πόλη με επισκέπτες από όλο τον κόσμο όπως από το Ισραήλ, τα Βαλκάνια, την Ρουμανία και την Τουρκία κυρίως με γκρουπ, επομένως δεν υπάρχει συγκεκριμένη αγορά, υποστήριξε ο επιχειρηματίας της εστίασης, άποψη με την οποία συμφωνεί ο εκπρόσωπος του Δήμου. Ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξενοδόχων απάντησε ότι η Θεσσαλονίκη αποτελεί έναν προορισμό citybreak, δεν στοχεύουν σε κάποια συγκεκριμένη αγορά αλλά σίγουρα τους προτιμούν αγορές από το Ισραήλ, Γερμανία, Κύπρο και από τα Βαλκάνια κατά τους θερινούς μήνες κυρίως, ενώ παράλληλα η ανακατανομή των αγορών διαφέρει από χρονιά σε χρονιά. Ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξεναγών προσθέτει ότι θα ήταν ωφέλιμο να γίνει προσπάθεια για προσέλκυση οργανωμένων tour, χωρίς να συμπεριλαμβάνονται οι κρουαζιέρες. Τέλος, ο εκπρόσωπος του ΟΤΘ θεωρεί ότι υπάρχει ειδική αγορά που στοχεύουν αλλά η αγορά επιλέγεται ανάλογα τον τύπο του τουρισμού. Για παράδειγμα εάν θέλουμε να δώσουμε βάση στον θρησκευτικό τουρισμό θα προσεγγίσουμε αγορές όπως της Ρουμανίας οι οποίοι έχουν έντονο το θρησκευτικό στοιχείο.

Σε ποιο βαθμό επηρέασε ο covid τον τουρισμό στην πόλη;

Ο covid ήταν και παραμένει, σε μικρότερο κυρίως βαθμό μοιραίος, για τον τουρισμό στην πόλη και παγκοσμίως. Όσο για την πόλη υπάρχουν ξενοδοχεία (ευτυχώς λίγα) τα οποία δεν κατάφεραν να επαναλειτουργήσουν μετά το κλείσιμο που επέβαλε η πολιτεία. Μέχρι σήμερα το μεγαλύτερο ποσοστό των εν λειτουργία ξενοδοχείων προσπαθεί να βρει κάποια πατήματα προς την κανονικότητα. Παράλληλα χάθηκαν κρατήσεις εκατομμυρίων ευρώ και μαζί με αυτά και θέσεις εργασίας, τονίζει ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξενοδόχων. Επιπλέον ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξεναγών προσθέτει ότι ο covid επηρέασε σε μεγάλο βαθμό αλλά επιβίωσαν και νέα tour τα οποία δημιουργήθηκαν. Ο επιχειρηματίας της εστίασης θεωρεί ότι επηρέασε σε σημαντικό βαθμό, η αναστολή λειτουργίας επηρέασε την πορεία των επιχειρήσεων ενώ ο τουρισμός μειώθηκε 70%-

80%. Ο εκπρόσωπος του ΟΤΘ ότι ο covid είχε αρνητικές επιπτώσεις στην πορεία του τουρισμού αφού με έτος βάσης το 2019, οι αφίξεις μειώθηκαν κατά 70% το 2020 ενώ το 2021 μειώθηκε κατά 30%. Ωστόσο το 2022 δείχνει να επανέρχεται. Τέλος, ο εκπρόσωπος του Δήμου συμφωνεί με τους υπόλοιπους συνεντευξαζόμενους σχετικά με τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού και συμπληρώνει ότι η πληρότητα κλινών το έτος της πανδημίας μειώθηκε κατά 50%.

Ποια είναι η άποψη σας για τα μέτρα στήριξης των τουριστικών επιχειρήσεων κατά την πανδημία;

Η πολιτεία έκανε μια συντονισμένη προσπάθεια με μέτρα που βοήθησαν τις τουριστικές επιχειρήσεις, όπως ο κύκλος των επιστρεπτέων αλλά και η αναστολή εργασίας του προσωπικού, είναι αυτά που διατήρησαν ζωντανές τις επιχειρήσεις. Επομένως η άποψη μου μπορεί να είναι μόνο θετική, απάντησε ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξενοδόχων. Σύμφωνα με τον εκπρόσωπο του Δήμου τα μέτρα στήριξης δημιουργήθηκαν με σκοπό την βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και την στήριξη του προσωπικού διατηρώντας ένα σταθερό εισόδημα. Τα μέτρα απέδωσαν αφού το προσωπικό δεν έχασε την εργασία του και οι επιχειρήσεις κατάφεραν να επιβιώσουν μέσα στην πανδημία. Γι αυτό τον λόγο θεωρεί τα μέτρα αποτελεσματικά. Επιπλέον, ο επιχειρηματίας της εστίασης, θεωρεί τα μέτρα ικανοποιητικά με περιθώρια βελτίωσης. Κατά την άποψη του εκπρόσωπου του ΟΤΘ τα μέτρα στήριξης ήταν αρκετά καλά, πραγματοποιήθηκαν σε κεντρικό επίπεδο από την Ευρώπη. Θεωρεί ότι καμία επιχείρηση που αφορά τον τουρισμό δεν έκλεισε λόγω της πανδημίας, αφού οι επιχειρήσεις στηρίχθηκαν με τέτοιο τρόπο που κανείς δεν μπορούσε να κλείσει. Από την άλλη, ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξεναγών απάντησε ότι θα μπορούσε να γίνει καλύτερη διαχείριση των μέτρων, αφού ο κλάδος του βοηθήθηκε με στρεβλό τρόπο, τονίζοντας μάλιστα ότι οι ξεναγοί με δικές τους ενέργειες εξασφάλισαν μέτρα στήριξης.

Τις προσωπικές απόψεις/ προτάσεις σας σχετικά με τις προοπτικές ανάκαμψης

Ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξεναγών θεωρεί ότι θα βοηθούσε να υπάρχει περισσότερη προώθηση της πόλης, να δημιουργηθεί μια πόλη βιώσιμη με πράσινο και ανεπτυγμένη συγκοινωνία με σκοπό να βελτιωθεί η εικόνα της. Επιπλέον ο επιχειρηματίας της εστίασης, με σκοπό την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού να προσελκυστεί

ποιοτικότερος τουρισμός αλλά και να μειωθεί η εποχικότητα. Από την άλλη, ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξενοδόχων απάντησε ότι είναι σημαντικό να δημιουργηθεί ένας πυρήνας citybreak, τοποθετώντας την Θεσσαλονίκη, στο μυαλό των τουριστών, κυρίως ως citybreak προορισμό. Κατά την άποψη του εκπροσώπου του Δήμου, θα ήταν ωφέλιμο η Θεσσαλονίκη να γίνει αφετηρία για κρουαζιέρες, καθώς θα δημιουργήσει extra διανυκτερεύσεις, θα στηριχθούν οι τοπικές επιχειρήσεις και οι αφίξεις του αεροδρομίου. Τέλος ο εκπρόσωπος του ΟΤΘ, συμπληρώνει ότι θα βοηθούσε να απευθυνθεί σε κρίσιμες αγορές και να συνδεθεί περισσότερο με περιοχές όπως η Χαλκιδική, η Βεργίνα, τα Πετράλωνα κ.α.

Υπάρχει οργανωμένο σχέδιο προβολής της πόλης;

Ο Οργανισμός Τουριστικής Προβολής και Μάρκετινγκ έχει αναλάβει την προώθηση της τουριστικής εικόνας της πόλης μέσα από ένα οργανωμένο σχέδιο προβολής ενώ παράλληλα πραγματοποιεί καμπάνιες και δελτία τύπου, υποστήριξε ο εκπρόσωπος του. Επιπλέον ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξεναγών, συμπληρώνει ότι πράγματι υπάρχει και εκπονείται κυρίως από τον ΟΤΘ αλλά θεωρεί σημαντικό να συνεργαστούν περισσότερο και συντονισμένα οι φορείς καθώς υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης. Επίσης, ο εκπρόσωπος του Δήμου υποστήριξε ότι μέσα από τις δράσεις του (διαφημιστικά σποτ, καμπάνιες) αλλά και την ηλεκτρονική σελίδα του Δήμου προωθεί και παρέχει πληροφορίες για την τουριστική εικόνα της πόλης. Ωστόσο, ο εκπρόσωπος της Ένωσης Ξενοδόχων θεωρεί ότι δεν υπάρχει ένας ενιαίος φορέας ώστε να διαχειριστεί εξ ολοκλήρου τον προορισμό της πόλης, άποψη με την οποία συμφωνεί και ο επιχειρηματίας της εστίασης καθώς δεν έχει διακρίνει ένα οργανωμένο σχέδιο.

4.4. Αξιολόγηση απαντήσεων

Αξιολογώντας τις παραπάνω απόψεις ο τουρισμός έχει θετικές επιπτώσεις για την πόλη της Θεσσαλονίκης καθώς στηρίζεται η τοπική οικονομία, δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, συμβάλλει στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των πολιτών. Η άποψη αυτή αποδεικνύεται και από τα επίσημα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ και του ΣΕΤΤΕ. Το πολιτιστικό περιβάλλον που διαθέτει η πόλη είναι πολύ σημαντικό για τον τουρισμό της καθώς μέσω αυτού προσελκύονται τουρίστες οι οποίοι θέλουν να επισκεφτούν τα αξιοθέατα όπως τον Λευκό Πύργο, την Καμάρα, τα Βυζαντινά και Ρωμαϊκά μνημεία. Για την περαιτέρω

βελτίωση του τουρισμού απαραίτητη είναι η συνεργασία ανάμεσα στους φορείς και τις επιχειρήσεις, η οποία δεν βρίσκεται στο επιθυμητό επίπεδο. Μέσα από τις συνεντεύξεις συμπεραίνουμε ότι η δεν υπάρχει άμεση συνεργασία ανάμεσα στους φορείς και στις επιχειρήσεις παρά μόνο μέσω του ΟΤΘ και των επιχειρήσεων. Ειδικότερα οι κρατικοί φορείς (Δήμος, Περιφέρεια) στηρίζουν τις επιχειρήσεις αλλά μέσω δράσεων που αναθέτουν σε άλλους οργανισμούς. Είναι σημαντικό να αναφερθεί, ότι δεν υπάρχει ειδική αγορά τουριστών στην οποία στοχεύουν οι εμπλεκόμενοι με τον τουρισμό. Η επιλογή γίνεται ανάλογα με τον τύπο του τουρισμού που δραστηριοποιούνται οι εμπλεκόμενοι. Γι αυτό τον λόγο επισκέπτονται την πόλη τουρίστες από πολλές χώρες. Η πανδημία επηρέασε όλους τους κλάδους της οικονομίας ανάμεσά τους και τον τουρισμό, στον οποίο είχε αρνητικές επιπτώσεις. Ειδικότερα μειώθηκαν οι αφίξεις συνεπώς και η πληρότητα των κλινών, χάθηκαν κρατήσεις εκατομμυρίων ευρώ ενώ επηρεάστηκε και η πορεία των επιχειρήσεων. Ωστόσο η κυβέρνηση μέσα από τα μέτρα που έλαβε στήριξε τις επιχειρήσεις και όλους τους εμπλεκόμενους με τον συγκεκριμένο κλάδο. Μέσα από τις απαντήσεις που δόθηκαν, συμπεραίνουμε ότι τα μέτρα ήταν αποτελεσματικά αφού οι εργαζόμενοι δεν έχασαν τις θέσεις τους διατηρώντας παράλληλα ένα σταθερό εισόδημα, ενώ οι επιχειρήσεις διατήρησαν την βιωσιμότητα τους. Σχετικά με τις προοπτικές ανάκαμψης της πόλης, είναι σημαντικό η πόλη να αποκτήσει ένα συγκεκριμένο χαρακτήρα, αυτόν του citybreak προορισμού, το οποίο θα πραγματοποιηθεί μέσα από διάφορες δράσεις. Επίσης θα ήταν ωφέλιμο, η πόλη να γίνει περισσότερο βιώσιμη με ανεπτυγμένη συγκοινωνία και χώρους πρασίνου. Στην πόλη υπάρχει οργανωμένο σχέδιο προβολής της και εκπονείται από τον Οργανισμό Τουρισμού Προβολής και Μάρκετινγκ. Πρόκειται για τον επίσημο τουριστικό φορέα της πόλης και συνεργάζεται με τον Δήμο, την Περιφέρεια, τον ΟΛΘ, την ΔΕΘ, τον εμπορικό σύλλογο κ.α. Μέσα από δράσεις και καμπάνιες στοχεύει στην προβολή της τουριστικής Θεσσαλονίκης αλλά και στην προσέλκυση τουριστών. Επιπλέον για την ενημέρωση των τουριστών έχει δημιουργήσει δύο εφαρμογές, το ThessalonikiVR με σκοπό την περιήγηση των τουριστών στα αξιοθέατα της πόλης με την μορφή εικονικής πραγματικότητας αλλά και το ThessalonikiTravel όπου πρόκειται για ταξιδιωτικό οδηγό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η πανδημία του Covid-19 έπληξε την παγκόσμια και ελληνική οικονομία, ενώ εμφανίστηκε σε μια περίοδο όπου σύμφωνα με παγκόσμιους οικονομικούς μηχανισμούς, αυξάνονταν τα ποσοστά ανάπτυξης των Ευρωπαϊκών χωρών, ανάμεσα τους και η Ελλάδα, ιδιαίτερα στον κλάδο του τουρισμού. Ωστόσο ο κορονοϊός επέφερε οικονομικά προβλήματα τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε εθνικό επίπεδο, τα οποία ξεκίνησαν το 2020 και ταλαιπωρούν ακόμα πολλές χώρες, ειδικότερα σε αυτές που δεν προέβησαν σε μέτρα στήριξης των κοινωνικών ομάδων αλλά και εξαιτίας της αδυναμίας πλήρους αντιμετώπισης του ιού. Πέρα από τις οικονομικές επιπτώσεις, η πανδημία είχε επιπτώσεις και σε κοινωνικό επίπεδο καθώς εξαιτίας των μέτρων που πάρθηκαν για την μείωση των επαφών, επηρεάστηκε καθημερινότητα των πολιτών. Η δυσκολία στην μετακίνηση των πολιτών αλλά και ο φόβος της νόσησης επηρέασαν τον κλάδο των μετακινήσεων και του τουρισμού. Το γεγονός αυτό, είχε αρνητικές συνέπειες για την Ελλάδα αφού ο τουρισμός καλύπτει σημαντικό μέρος του ΑΕΠ και αποτελεί έναν ισχυρό κλάδο παραγωγής της χώρας. Επομένως οι αφίξεις των τουριστών μειώθηκαν σε πολλές περιοχές. Ειδικότερα στην Θεσσαλονίκη η οποία αποτελεί έναν σημαντικό προορισμό αστικού τουρισμού για την Ελλάδα η μείωση στις αφίξεις έφτασε το 55%. Η μείωση αυτή ήρθε σε μια περίοδο όπου η Ελλάδα και η Θεσσαλονίκη, είχαν μετατραπεί σε σημαντικό πόλο έλξης τουριστών είτε χάρη στην βελτίωση των αερομεταφορών είτε χάρη στις πολιτικές και στις δράσεις των φορέων. Ωστόσο, αυτή η προσπάθεια διακόπηκε εξαιτίας της πανδημίας με το κλείσιμο των επιχειρήσεων. Γι αυτό τον λόγο η πολιτεία με την ενεργοποίηση των ευρωπαϊκών θεσμών έλαβε μέτρα με σκοπό να ισορροπήσει και να ελέγξει τις επιπτώσεις της πανδημίας. Η κυβέρνηση μέσα από τα μέτρα στήριξης κατάφερε να στηρίξει τους εργαζομένους και τις επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως διαπιστώθηκε και από την παραπάνω έρευνα.

Επομένως, συμπεραίνουμε ότι ο τουρισμός κατέχει σημαντικό ρόλο στην ελληνική οικονομία αφού συμβάλλει στο ΑΕΠ και επηρεάζει την οικονομική και κοινωνική ευημερία της χώρας, γι' αυτό και αποτελεί επιτακτική ανάγκη η στήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων και των εργαζομένων από την πολιτεία. Επιπλέον θα ήταν ωφέλιμο να πραγματοποιηθούν επενδύσεις στον κλάδο του τουρισμού, οι φορείς να συνεργαστούν με ένα κοινό όραμα, την προσέλκυση περισσότερων τουριστών και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, να βελτιωθούν οι παρεχόμενες υπηρεσίες ενώ παράλληλα η Ελλάδα να μετατραπεί σε ένα περιβάλλον που θα είναι φιλικό προς τους επενδυτές.

Ειδικότερα για την Θεσσαλονίκη, η οποία αποτελεί σημαντικό προορισμό αστικού τουρισμού θα ήταν ωφέλιμο να πραγματοποιηθεί μια εντονότερη και σταθερότερη τουριστική προβολή της πόλης, με ξεκάθαρο τον χαρακτήρα του citybreak ταξιδιωτικού προορισμού, να προσεγγιστούν επιπλέον τουριστικές αγορές αλλά και να συνδεθεί περισσότερο σε τουριστικό επίπεδο με τις κοντινές τουριστικές περιοχές όπως η Χαλκιδική, η Βεργίνα, τα Πετράλωνα κ.α. Επίσης δεν θα έπρεπε να παραληφθεί, ότι θα βοηθούσε, η Θεσσαλονίκη να μετατραπεί σε μια βιώσιμη πόλη με έντονη την παρουσία πρασίνου και βελτιωμένη συγκοινωνία ώστε να εξυπηρετεί καλύτερα τους πολίτες και τους επισκέπτες της. Τέλος, αυτές οι προτάσεις εάν υλοποιηθούν θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στην χώρα και στην πόλη της Θεσσαλονίκης αλλά και στην μετατροπή του τουρισμού σε κύριο πυλώνα της ελληνικής οικονομίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

ΒΕΝΕΤΣΑΝΟΠΟΥΛΟΥ Μ., 2006, «*Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό, (ΦΕΚ 3155Β/12.12.2013)

Ευρωπαϊκό Συμβούλιο (2019, Δεκέμβρης) , Η αντίδραση της Ε.Ε. στις οικονομικές επιπτώσεις. Διαθέσιμο στο: (<https://www.consilium.europa.eu/el/policies/coronavirus/>)

Ίκκος, Α., Ρασούλη, Γ. ,2020, «*Η πανδημία του COVID-19 και ο ελληνικός τουρισμός*». Διαθέσιμο στο:

(https://insete.gr/meletes/2004_COVID-19_Greek_Tourism.pdf)

Κοκκώσης Χ, Τσάρτας Π, 2019, «*Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Κύβελου Σ., 2016, «*Θαλάσσια χωρικά ζητήματα*». Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Λαγός Δ, 2016, «*Θεωρητικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*» Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Λύτρας Π, Τσάρτας Π, 2017, «*Τουρισμός, τουριστική ανάπτυξη*» Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα

Μυλωνόπουλος, Δ., Μοίρα, Π., 2011, «*Ευρωπαϊκή Ένωση και Τουρισμός*». Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα.

Τσάρτας, Π., 2020, «*Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία και κοινωνία. Προτάσεις πολιτικής στην τουριστική ανάπτυξη*». Διαθέσιμο στο: (https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/11/21_11_Tourism_and_Greek_Economy_2019-2020.pdf)

ΦΕΚ, ΤΕΥΧΟΣ Β', Αριθμ: 1881/ 29.05.2020, Αριθμ. Φύλλου 2084

ΦΕΚ, ΤΕΥΧΟΣ Β', Αριθμ: Δ1α/ΓΠ.οι.36855, Αριθμ. Φύλλου 2281

ΦΕΚ, ΤΕΥΧΟΣ Β', Αριθμ: ΓΔΟΥ 199, Αριθμ. Φύλλου 3640

ΧΕΙΡΑΣ, Δ. Α. (2021). «Η επίπτωση των μέτρων στήριξης επιχειρήσεων, στον τουριστικό κλάδο της Δυτικής Ελλάδας, μετά από ένα χρόνο πανδημίας». Διαθέσιμο στο: [http://83.212.169.185/xmlui/bitstream/handle/123456789/9554/DE-](http://83.212.169.185/xmlui/bitstream/handle/123456789/9554/DE-%ce%94%ce%97%ce%9c%ce%97%ce%a4%ce%a1%ce%99%ce%9f%ce%a3-%ce%a7%ce%95%ce%99%ce%a1%ce%91%ce%a3.pdf?sequence=1&isAllowed=)

[%ce%94%ce%97%ce%9c%ce%97%ce%a4%ce%a1%ce%99%ce%9f%ce%a3-%ce%a7%ce%95%ce%99%ce%a1%ce%91%ce%a3.pdf?sequence=1&isAllowed=](http://83.212.169.185/xmlui/bitstream/handle/123456789/9554/DE-%ce%94%ce%97%ce%9c%ce%97%ce%a4%ce%a1%ce%99%ce%9f%ce%a3-%ce%a7%ce%95%ce%99%ce%a1%ce%91%ce%a3.pdf?sequence=1&isAllowed=)

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). «*Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes*» Tourism management, 32(1), 1-15.

Durbarry, R. (2004). «*Tourism and economic growth: the case of Mauritius*» Tourism Economics, 10(4), 389-401.

Tsartas, P. (1992). «*Socioeconomic impacts of tourism on two Greek isles*.» Annals of tourism research, 19(3), 516-533.

Fernandes, N. (2020). «*Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy*»

Williams, S., & Lew, A. A. (2014). «*Tourism geography: Critical understandings of place, space and experience*» Routledge.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ

ΕΛΣΤΑΤ: Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Περιφερειακή Ενότητα και Δήμο, 2016. Διαθέσιμο στο: (<https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2016>)

ΕΛΣΤΑΤ: Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Περιφερειακή Ενότητα και Δήμο, 2017. Διαθέσιμο στο: <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2017>)

ΕΛΣΤΑΤ: Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Περιφερειακή Ενότητα και Δήμο, 2018. Διαθέσιμο στο: (<https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2018>)

ΕΛΣΤΑΤ: Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Περιφερειακή Ενότητα και Δήμο, 2019. Διαθέσιμο στο: <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2019>)

ΕΛΣΤΑΤ: Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Περιφερειακή Ενότητα και Δήμο, 2020. Διαθέσιμο στο: <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2020>)

ΕΛΣΤΑΤ: Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Περιφερειακή Ενότητα και Δήμο, 2010. Διαθέσιμο στο: <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2010>

Καραμούζης, Ν (2020). « Κορονοϊός και ελληνική οικονομία: Οι 5 κρίσιμες προκλήσεις». Διαθέσιμο στο: <https://www.tovima.gr/2020/11/12/finance/koronoios-kai-elliniki-oikonomia-oi-5-krisimes-prokliseis/>)

Λευκός Πύργος Θεσσαλονίκη. Διαθέσιμο στο: <http://www.lpth.gr/istoria-w-74399.html>

Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας: Στατιστική Αεροπορικής Κίνησης, 2016. Διαθέσιμο στο: (<http://www.ypa.gr/profile/statistics/historicaldata>)

Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας: Στατιστική Αεροπορικής Κίνησης, 2017. Διαθέσιμο στο:(<http://www.ypa.gr/profile/statistics/historicaldata>)

Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας: Στατιστική Αεροπορικής Κίνησης,2018. Διαθέσιμο στο: (<http://www.ypa.gr/profile/statistics/historicaldata>)

Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας: Στατιστική Αεροπορικής Κίνησης, 2019. Διαθέσιμο στο:(<http://www.ypa.gr/profile/statistics/historicaldata>)

Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας: Στατιστική Αεροπορικής Κίνησης, 2020. Διαθέσιμο στο: (<http://www.ypa.gr/profile/statistics/historicaldata>)

Υπουργείο Εργασίας (2021, Μάιος, Στήριξη εποχικά απασχολούμενων και επιχειρήσεων,συμπεριλαμβανομένου του κλάδου του τουρισμού. Διαθέσιμο στο: (<https://covid19.gov.gr/category/oikonomia-ergasia/ergazomenoi/>)

Υπουργείο Τουρισμού. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. (2018). «Η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη πρωταγωνιστούν ως κορυφαίοι προορισμοί στην Ευρώπη για ταξίδια πόλεως στη νέα πρωτοποριακή καμπάνια του ΕΟΤ με την Aegean Airlines. 9 Νοεμβρίου 2018.» Διαθέσιμο στο: <http://www.gnto.gov.gr/el/09112018η-αθήνα-και-η-θεσσαλονίκη-πρωταγωνιστούν-ως-κορυφαίοι-προορισμοί-στην-ευρώπη-για-ταξίδια>

InThessaloniki.com- Λαδάδικα. Διαθέσιμο στο:

<https://inthessaloniki.com/el/%CF%86%CE%B1%CE%B3%CE%B7%CF%84%CF%8C/%CE%BB%CE%B1%CE%B4%CE%AC%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%B1/>

InThessaloniki.com- Πλατεία Αθωνος. Διαθέσιμο στο:

<https://inthessaloniki.com/el/%CF%86%CE%B1%CE%B3%CE%B7%CF%84%CF%8C/%CF%80%CE%BB%CE%B1%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CE%AC%CE%B8%CF%89%CE%BD%CE%BF%CF%82/>

OdysseusCulture- Γαλεριανό Συγκρότημα. Διαθέσιμο στο:

http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=19221

Thessaloniki Food Festival. Διαθέσιμο στο: <https://foodfestival.thessaloniki.gr/>

ThessalonikiGuide- Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης. Διαθέσιμο στο:

<https://www.thessalonikiguide.gr/place/arxaiologiko-mouseio/>

ThessalonikiGuide- Η Ακρόπολη και το Επταπύργιο. Διαθέσιμο στο:

<https://www.thessalonikiguide.gr/place/akropoli-eptapurgio/>

ThessalonikiGuide- Thessaloniki Street Food Festival. Διαθέσιμο στο:

<https://www.thessalonikiguide.gr/event/thessaloniki-street-food-festival/>

ThessalonikiGuide- Ροτόντα. Διαθέσιμο στο: <https://www.thessalonikiguide.gr/place/rotonta/>

ThessalonikiGuide- Ρωμαϊκή Αγορά Θεσσαλονίκης. Διαθέσιμο στο:

<https://www.thessalonikiguide.gr/place/arxaia-agora/>

ThessalonikiTourism- Ιερός Ναός Αγίου Δημητρίου. Διαθέσιμο στο:

<https://www.thessalonikitourism.gr/index.php/el/component/k2/item/370-church-of-agios-dimitrios>

ThessalonikiTourism- Βυζαντινό Μουσείο Θεσσαλονίκης. Διαθέσιμο στο:

<https://www.thessalonikitourism.gr/index.php/el/component/k2/item/388-museum-of-byzantine-culture>

ThessalonikiTourism- Πολεμικό Μουσείο Θεσσαλονίκης. Διαθέσιμο στο:
<https://www.thessalonikitourism.gr/index.php/el/component/k2/item/387-war-museum-of-thessaloniki>

Thessaloniki Walking Tours. Διαθέσιμο στο: <https://thessalonikiwalkingtours.com/>