

Υποστήριξη της ΓΓΕΤ από εξειδικευμένο Τεχνικό Σύμβουλο κατά την κατάρτιση ενιαίου κειμένου Εθνικής Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης Έρευνας και Καινοτομίας της νέας Προγραμματικής Περιόδου 2021 – 2027

Συνεισφορά στη διαμόρφωση του κειμένου βάσης του τομέα του τουρισμού – πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας

12 Ιουνίου 2020

Το συγκεκριμένο ενδιάμεσο παραδοτέο αποτελεί συνεισφορά στη διαμόρφωση του κειμένου βάσης του τομέα του τουρισμού – πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας.

Intentionally Left Blank



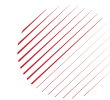
Περιεχόμενα

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	3
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	4
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	5
1. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ	7
1.1. Πολιτισμός και δημιουργική βιομηχανία.....	7
1.2. Τουρισμός.....	9
2. ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΩΡΑΣ.....	12
2.1. Βασικά οικονομικά μεγέθη και αλυσίδες αξίας.....	12
2.1.1. Πολιτισμός και δημιουργική βιομηχανία.....	12
2.1.2. Τουρισμός.....	14
3. Ε&Α ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ. 18	18
3.1. Επιδόσεις κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο.....	18
3.2. Περιφερειακή διάσταση της Ε&Α στον Τουρισμό – Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες 20	20
3.3. Ερευνητικά ινστιτούτα και φορείς.....	21
4. ΕΠΙΚΑΙΡΟΠΟΙΗΣΗ SWOT ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ	23
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	26



Κατάλογος διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1.1 Συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ και στην απασχόληση στις χώρες του ΟΟΣΑ το 2018....9	
Διάγραμμα 2.1 Ψηφιοποίηση και αλλαγές στις αλυσίδες αξίας. 13	
Διάγραμμα 2.2 Σύγκλιση τεχνολογιών για την δημιουργία κατάλληλου υποστηρικτικού περιβάλλοντος στον Τουρισμό (Προσαρμογή από ΟΟΣΑ). 16	
Διάγραμμα 3.1 Πιστώσεις κρατικού προϋπολογισμού ανά στόχο NABS, 2008 -2018, σε εκ. ευρώ. 18	
Διάγραμμα 3.2 Ποσοστό (%) δημόσιας δαπάνης υποβληθέντων προτάσεων, θετικά αξιολογημένων προτάσεων και ενταγμένων έργων του τομέα «Τουρισμός-Πολιτιστική και Δημιουργική Βιομηχανία» στο σύνολο των τομέων..... 19	
Διάγραμμα 3.3 Επενδυτική προτεραιότητα 1b - Δημόσια δαπάνη των υποβληθεισών προτάσεων και θετικά αξιολογηθείσων προτάσεων για τον τομέα του Πολιτισμού, Τουρισμού – Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών (31.12.2019)..... 21	



Κατάλογος πινάκων

Πίνακας 3.1. Προτάσεις και αιτούμενη δημόσια δαπάνη σε εκ. ευρώ στο θεματικό τομέα Πολιτισμού, Τουρισμού - Πολιτιστικών & Δημιουργικών Βιομηχανιών (Α' & Β' κύκλος δράσης «Ερευνώ – Καινοτομώ – Δημιουργώ») (31.12.2019).	19
---	----



Συντομογραφίες

AI	Artificial Intelligence
BDA	Big Data Analytics
BERD	Business Enterprise Research and Development expenditure
ΓΓΕΤ	Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας
ΓΣΕΒΕΕ	Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας
CEF	Connecting Europe Facility
CIS	Community Innovation Survey
ΔΕΔ-Μ	Διευρωπαϊκό Δίκτυο Μεταφορών
ΕΑΑ	Εθνικό Αστεροσκοπείο Αθηνών
EIS	European Innovation Scoreboard
EKT	Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΛΚΕΘΕ	Ελληνικό Κέντρο Θαλασσίων Ερευνών
E&A	Έρευνα και Ανάπτυξη
ΕΟΚΕ	Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή
ΕΠΑΛ	Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αλιείας
ΕΣΔ	Εθνική Στρατηγική Δασών
ΕΣΔΑ	Εθνικό Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων
ΕΣΕΚ	Εθνικό Σχέδιο για την Ενέργεια και το Κλίμα
ΕΣΚ	Εθνικό Σύστημα Καινοτομίας
E&T	Επιστήμη και Τεχνολογία
ΕΤΑΚ	Έρευνα, Τεχνολογική Ανάπτυξη και Καινοτομία
ΕΤΠΑ	Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης
ESG	Environmental, Social and Governance
ΗΠΑ	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
ΙΜΕ	Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων
ΙΠΑ	Ισοδύναμα Πλήρους Απασχόλησης
ΙοΤ	Internet of Things
GVC	Global Value Chain
ΚΑΠ	Κοινή Αλιευτική Πολιτική
ΚΓΠ	Κοινή Γεωργική Πολιτική
ΚΥΣΟΙΠ	Κυβερνητικό Συμβούλιο Οικονομικής Πολιτικής
MME	Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις
NUTS	Nomenclature of Territorial Units for Statistics
ΞΑΕ	Ξένες Άμεσες Επενδύσεις
OBI	Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OHE	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών
ΟΟΣΑ	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

ΟΤΑ	Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης
ΠΑΑ	Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης
ΠΔΕ	Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων
RIS	Regional Innovation Scoreboard
RIS3	Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation
ΣΒΑ	Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης
ΣΕΕ	Συμφωνίες Ελεύθερου Εμπορίου
ΣΕΤΕ	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
STEM	Science, technology, engineering, and math
ΤΣ	Ταμείο Συνοχής
ΤFEU	Treaty on the Functioning of the European Union
TEN-T	Trans-European Transport Network
FET	Future and Emerging Technologies

1. Διεθνείς και Ευρωπαϊκές τάσεις στον τομέα του Τουρισμού – Πολιτιστικής και Δημιουργικής Βιομηχανίας

1.1. Πολιτισμός και δημιουργική βιομηχανία

Σύμφωνα με την UNESCO (UNESCO and UNDP, 2014), η δημιουργική οικονομία είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της οικονομίας στον κόσμο, με ιδιαίτερα σημαντική επίδραση στη δημιουργία εισοδημάτων, νέων θέσεων εργασίας και τις εξαγωγές.

Το μέγεθος της παγκόσμιας αγοράς έχει υπερδιπλασιαστεί από 208 δις. δολάρια το 2002 σε 509 δις. δολάρια το 2015. Το 2015, οι εξαγωγές προϊόντων της δημιουργικής βιομηχανίας στην ΕΕ ανήλθε 171 δις δολάρια, από 85 δις δολάρια το 2002. Αντίστοιχη μεγέθυνση παρουσίασε και ο τομέας των υπηρεσιών, αν και είναι δύσκολο να αποτυπωθεί με ακρίβεια το οικονομικό τους αποτύπωμα (UNCTAD, 2018). Επιπροσθέτως, η μεγέθυνση του τομέα δεν επηρεάστηκε ιδιαίτερα από την χρηματοπιστωτική κρίση του 2008, καθώς ο κλάδος μεγεθύνθηκε κατά το διάστημα 2003- 2015 με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 7,3%.

Η δημιουργική βιομηχανία αναπτύσσεται παράλληλα με την ψηφιακή οικονομία και την οικονομία του διαμοιρασμού. Η τεχνολογική εξέλιξη (PwC, 2018c) ενισχύει τη δημιουργική βιομηχανία και υπηρεσίες, καθώς το μιντιακό οικοσύστημα και οι τηλεπικοινωνίες συγκλίνουν, στη βάση πλατφορμών, που επιτρέπουν τόσο την κάθετη όσο και την οριζόντια ολοκλήρωσή τους.

Παράλληλα η δημιουργική βιομηχανία και οι υπηρεσίες χρειάζονται σημαντικές δεξιότητες οι οποίες δεν μπορούν να αντικατασταθούν εύκολα από μηχανές (The Lisbon Council and NESTA, 2017), καθιστώντας τον τομέα έναν από τους σημαντικότερους μοχλούς ανάπτυξης των οικονομιών, ειδικά όσον αφορά στην απασχόληση.

Η σύγκλιση των τεχνολογιών της λεγόμενης 4ης βιομηχανικής επανάστασης με τη δημιουργική και πολιτιστική βιομηχανία και η ψηφιοποίηση, μεταμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο παράγεται, διανέμεται και «καταναλώνεται» το περιεχόμενο της τελευταίας. Η εξέλιξη αυτή, δημιουργεί νέες ευκαιρίες, και ανανεώνει παραδοσιακές βιομηχανίες και κλάδους μέσω των ακόλουθων κυρίως τάσεων (World Economic Forum, 2019):

- **Μείωση των εμποδίων εσόδου στην αγορά.** Το παραδοσιακό δημιουργικό περιεχόμενο, όπως οι ταινίες, η μουσική, η λογοτεχνία παράγεται και αποθηκεύεται πλέον ψηφιακά. Η ψηφιοποίηση επιτρέπει στους δημιουργούς να διαείμουν τις δημιουργίες τους σε μεγαλύτερο κοινό, λόγω του χαμηλού οριακού κόστους (marginal cost) παραγωγής. Παράλληλα, οι ψηφιακές τεχνολογίες, όπως η **τεχνητή νοημοσύνη** και η **μηχανική εκμάθηση** με τη χρήση **data analytics**, επιτρέπει στις εταιρείες και τους δημιουργούς να στοχεύουν καλύτερα στο κοινό τους.
- **Ευκαιρίες διείσδυσης σε παγκόσμιες αγορές.** Για παράδειγμα, η πρόοδος στις **τεχνολογίες cloud**, επιτρέπει στις δημιουργικές βιομηχανίες να συνεργάζονται και να διανέμουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους οπουδήποτε στον κόσμο, με πολύ μικρότερο κόστος από ότι στο παρελθόν.
- **Μείωση του κόστους, αύξηση των επιλογών και της ευκολίας πρόσβασης για τους καταναλωτές σε πολιτιστικά και δημιουργικά προϊόντα, μέσω των νέων τεχνολογιών.** Τα καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα που προκύπτουν από τις ανωτέρω τάσεις, ιδίως από την εξατομικευση και την κατά παραγγελία (on demand) ζήτηση πολιτιστικού περιεχομένου, αναδιαμορφώνουν τον τομέα και τις αλυσίδες αξίας με την χρήση **προγνωστικών εργαλείων** και **data analytics**. Επιπρόσθετα, η ανιχνυτή πρόσβαση σε περιεχόμενο και πληροφορίες, μετασχηματίζει ταχύτατα το πολιτιστικό περιβάλλον.

Η ψηφιακή μετάβαση, εκτός από ευκαιρίες έχει δημιουργήσει σημαντικές προκλήσεις στις παραδοσιακές και εδραιωμένες επιχειρήσεις, όπως ως προς το ζήτημα της πειρατείας και της κοστολόγησης των υπηρεσιών και των προϊόντων τους. Παράλληλα, οι παραδοσιακές επιχειρήσεις (δημιουργοί και διανομείς), αντιμετωπίζουν μεγάλο ανταγωνισμό από ψηφιακές πλατφόρμες (π.χ. Google, Amazon, Facebook και Apple), αλλά και από τις καινοτόμες μικρές επιχειρήσεις (European Commission, 2017). Σε μερικούς τομείς, αυτές οι νέες επιχειρήσεις έχουν ήδη κυριαρχήσει στις αγορές και τις αλυσίδες αξίας, αναλαμβάνοντας μεγάλο μέρος της δημιουργίας, διανομής και πώλησης των πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών.



Στο ευρωπαϊκό επίπεδο, ο πολιτιστικός και ο δημιουργικός τομέας παράγουν περίπου 509 δισ. ευρώ προστιθέμενης αξίας, ποσό που αντιστοιχεί στο 5,3% του συνολικού ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και απασχολούν περισσότερους από 12 εκατομμύρια εργαζόμενους σε θέσεις πλήρους απασχόλησης, αριθμός που ισοδυναμεί με το 7,5% του εργατικού δυναμικού της Ευρώπης. Το 2016, επίσης, υπήρχαν περισσότερες από 1,2 εκατομμύρια επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνταν στον τομέα του πολιτισμού (Eurostat, 2019).

Ο τομέας του πολιτισμού και των δημιουργικών βιομηχανιών αποτελεί τον τρίτο μεγαλύτερο εργοδότη στην Ευρωπαϊκή Ένωση, μετά τον κατασκευαστικό τομέα και τον τομέα τροφίμων και ποτών. Συμβάλει, επίσης, σημαντικά στις επενδύσεις, την καινοτομία και τη δημιουργία θέσεων εργασίας σε ολόκληρο το φάσμα της οικονομίας, με θετικές δευτερογενείς επιπτώσεις (European Commission, 30.4.2018), ιδίως στον ψηφιακό τομέα¹.

Το 2018, το ποσοστό των πτυχιούχων που απασχολούνταν στον τομέα του πολιτισμού αντιστοιχούσε στο 59% της συνολικής απασχόλησης στον τομέα, ποσοστό κατά πολύ υψηλότερο από το μέσο όρο του 35% πτυχιούχων για το σύνολο της ευρωπαϊκής οικονομίας (Eurostat, 2019). Επίσης, το 2017, περισσότερο από 3 εκατομμύρια σπουδαστές στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, σπούδαζαν σε τομείς συναφείς με τον πολιτισμό.

Η σπουδαιότητα του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργικής βιομηχανίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση αντανακλάται, ακόμη, και στον μεγάλο αριθμό χωρών / περιφερειών εντός της ΕΕ - 28 που έχουν εντάξει τον τομέα στις στρατηγικές έξυπνης εξειδίκευσης, με πολλές παραλλαγές (π.χ. πολιτιστική κληρονομιά, δημιουργικές βιομηχανίες κ.ά.).

Παρά τη σημασία του τομέα για την ευρωπαϊκή οικονομία, στο επίπεδο της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρατηρούνται κάποιες σημαντικές αδυναμίες, προκλήσεις και επικαλύψεις, όπως:

- Μικρός βαθμός συνεργασίας μεταξύ ερευνητών / ερευνητικών ομάδων, μεταξύ ερευνητών και βιομηχανίας, καθώς και ο ανεπαρκής συντονισμός των ΕΤΑΚ δραστηριοτήτων σε διευρωπαϊκό επίπεδο.
- Μικρός βαθμός συνεργειών και συνεργασίας μεταξύ των cluster της δημιουργικής βιομηχανίας και των innovation hubs.
- Μεγάλη συγκέντρωση ως προς την προστιθέμενη αξία και τα έσοδα, καθώς το 50% των εσόδων και της προστιθέμενης αξίας παράγεται στη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία.
- Οι παγκόσμιοι κολοσσοί του τομέα (όπως τα αμερικανικά στούντιο), καθώς και οι νέοι ψηφιακοί γίγαντες (Amazon, iTunes, Google και Netflix) δημιουργούν μεγάλες ανταγωνιστικές πιέσεις στις μικρότερου μεγέθους ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, που βασίζονται ακόμα σε περισσότερο παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα, με μικρές διευρωπαϊκές συνεργασίες.
- Στο τεχνολογικό επίπεδο υπάρχει μεγάλος παγκόσμιος ανταγωνισμός σε τομείς, όπως η τεχνητή νοημοσύνη, το IoT και οι τεχνολογίες blockchain, που είναι καθοριστικές για την ανταγωνιστικότητα του τομέα. Η Ευρωπαϊκή Ένωση, χρειάζεται σημαντικές επενδύσεις (European Commission, 2019g) στους τομείς αυτούς για να διατηρήσει τη μοναδικότητά και την ταυτότητά της και να μην καταστεί καθαρός εισαγωγέας πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η στήριξη του τομέα του πολιτισμού και της δημιουργικής βιομηχανίας αναμένεται να συνεχιστεί και να αναβαθμιστεί στη νέα προγραμματική περίοδο, κυρίως μέσω των προγραμμάτων «Δημιουργική Ευρώπη 2021- 2017» και «Ορίζοντας Ευρώπη».

Το νέο πρόγραμμα «**Δημιουργική Ευρώπη 2021- 2017**», αναμένεται να έχει αυξημένο προϋπολογισμό (1,85 δισ. ευρώ από 1,46 δισ. ευρώ), δίνοντας έμφαση μεταξύ άλλων στα ακόλουθα:

- Στη διασυνοριακή συνεργασία για τους πολιτιστικούς παράγοντες.
- Στη χρηματοδότηση για ευρωπαϊκά πολιτιστικά δίκτυα.
- Σε καινοτόμα αφηγηματικά μέσα και την εικονική πραγματικότητα.
- Στη δημιουργία δικτύου πλατφορμών βίντεο κατά παραγγελία.
- Στην ανάπτυξη περισσότερων επιτυχημένων ευρωπαϊκών έργων.

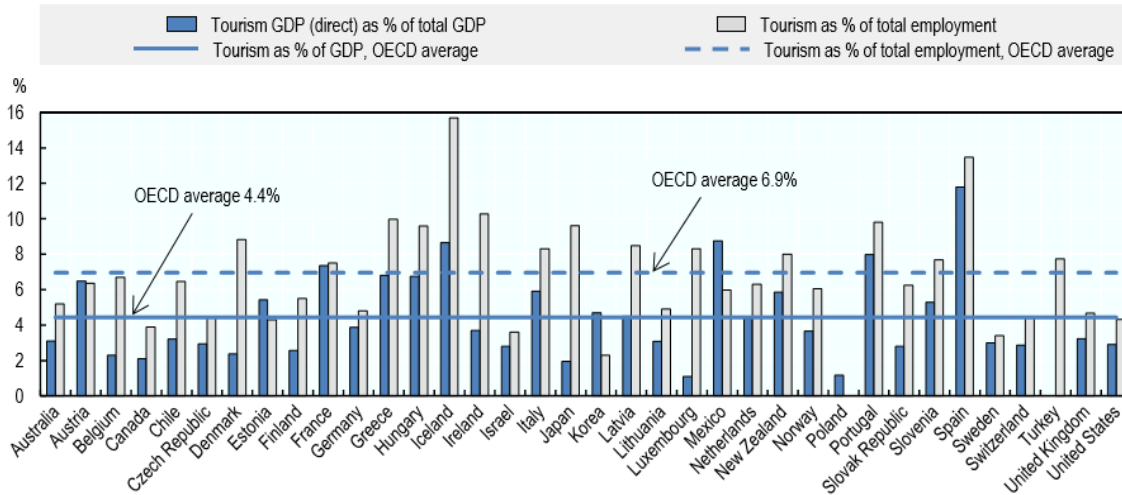
¹ Π.χ. η δημιουργία περιεχομένου οδηγεί στην ανάπτυξη ευρυζωνικών υποδομών.

- Στην ενθάρρυνση της δικτύωσης των νέων δημιουργικών επιχειρηματιών.

Στο πλαίσιο του προγράμματος «**Ορίζοντας Ευρώπη**», ο τομέας του πολιτισμού και των δημιουργικών βιομηχανιών αναμένεται να στηριχθεί πρωτίστως μέσω της ομάδας (cluster) «Πολιτισμός, δημιουργικότητα και πολυδεκτική κοινωνία», του πυλώνα «Παγκόσμιες προκλήσεις και βιομηχανική ανταγωνιστικότητα».

1.2. Τουρισμός

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό τομέα για όλες τις οικονομίες του ΟΟΣΑ και ιδιαίτερος για την ταχύτατα αναπτυσσόμενη οικονομία των υπηρεσιών. Κατά μέσο όρο, στις χώρες του ΟΟΣΑ, ο τουρισμός συνεισέφερε κατά το 2018 το 4,4% του ΑΕΠ και το 6,9% της απασχόλησης, όπως φαίνεται και στο επόμενο γράφημα.



Διάγραμμα 1.1 Συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ και στην απασχόληση στις χώρες του ΟΟΣΑ το 2018.

Πηγή: OECD Tourism Trends and Policies 2020

Το 2019, ο τουρισμός, άμεσα ή έμμεσα συνεισέφερε παγκοσμίως (WTTC, 2020):

- 8,9 τρις. δολάρια στο παγκόσμιο ΑΕΠ, δηλαδή 10,3% του παγκόσμιου ΑΕΠ,
- 330 εκατομμύρια θέσεις απασχόλησης (1 στις 10 θέσεις εργασίας στον κόσμο), ενώ κατά την τελευταία πενταετία 1 στις 4 νέες θέσεις εργασίας παγκοσμίως προερχόταν από τον τομέα του τουρισμού,
- 1,7 τρις. δολάρια σε εξαγωγές (6,8% του συνόλου των εξαγωγών προϊόντων και 28,3% των παγκόσμιων εξαγωγών στις υπηρεσίες),
- 948 δισ. δολάρια σε επενδύσεις (4,3% του συνόλου των επενδύσεων παγκοσμίως).

Ενώ, όμως, η άνοδος στον τουρισμό αναμένεται να είναι ισχυρή στο μέλλον (εκτιμήσεις πριν την πανδημία), οι δημογραφικές αλλαγές, η αύξηση των διασυνδέσεων, οι τεχνολογικές καινοτομίες και η ανάγκη για βιώσιμη ανάπτυξη αναμένεται να μεταμορφώσουν δραματικά τον τομέα μέχρι το 2040.

Οι ΤΠΕ που επιδρούν σημαντικά στον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργικής βιομηχανίας, λειτουργούν καταλυτικά και για τον τομέα του τουρισμού, χωρίς πάντα να υπάρχει ευδιάκριτη διάκριση ως προς την εφαρμογή τους.

Μέχρι στιγμής, η έμφαση έχει δοθεί κυρίως στο ψηφιακό μάρκετινγκ και στο e-commerce, ως εργαλεία για την πρόσβαση σε νέες αγορές και την δημιουργία τουριστικού brand του εκάστοτε προορισμού. Οι τεχνολογίες αυτές όμως, ενώ διευκολύνουν τις επαφές και τις συναλλαγές, δεν έχουν μεγάλη επίδραση στην παραγωγικότητα του τουρισμού.

Αντίθετα, τεχνολογίες που αυξάνουν την παραγωγικότητα (π.χ. cloud computing, data analytics, revenue management software, augmented reality, geotagging κ.α.) έχουν μικρή διείσδυση ως σήμερα στον τομέα του



τουρισμού (OECD, 2018b). Παρόλα αυτά, οι τεχνολογίες αυτές αναμένεται να οδηγήσουν τον τομέα σε νέες κατευθύνσεις και να επηρεάσουν τις τουριστικές επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους, καθώς και συνολικά τις αλυσίδες αξίας του τουριστικού προϊόντος. Για παράδειγμα, πολλές δραστηριότητες τις οποίες εκτελούσαν άνθρωποι, υλοποιούνται πλέον από ρομπότ (chatbots), δημιουργώντας νέες προκλήσεις, ιδιαίτερα για τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις (OECD, 2019c).

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, αν και το χάσμα ως προς την διείσδυση βασικών ψηφιακών τεχνολογιών, όπως η πρόσβαση στο διαδίκτυο, μεταξύ μεγάλων και μικρών επιχειρήσεων έχει μειωθεί, παραμένει μεγάλο για τις πιο προηγμένες τεχνολογίες (OECD, 2020).

Στα επόμενα χρόνια, οι τεχνολογίες (enabling technologies) που αναμένεται να μεταμορφώσουν το οικοσύστημα του τουρισμού είναι οι ακόλουθες:

- **Mobile technology/cloud computing.** Οι τεχνολογίες αυτές αυξάνουν την πρόσβαση σε πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο από οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη, διευκολύνουν τις online κρατήσεις και τις ηλεκτρονικές πληρωμές, ενώ διευκολύνουν και τις ΜΜΕ να διαχειρίζονται τις εργασίες εξ αποστάσεως.
- **Data analytics.** Η ικανότητα των επιχειρήσεων να αξιοποιούν τα δεδομένα δημιουργεί νέα επιχειρηματικά μοντέλα και αυξάνει την παραγωγικότητά τους. Τα data analytics, παρέχουν πληροφορίες για τις προτιμήσεις των πελατών και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για ενεργητικές πολιτικές τιμολόγησης (dynamic pricing).
- **Artificial Intelligence (AI).** Η τεχνητή νοημοσύνη, τα chatbots, και οι φωνητικές τεχνολογίες, διευκολύνουν τους πελάτες να αποκτήσουν πρόσβαση σε νέες υπηρεσίες όπως digital check-in, ψηφιακές υπηρεσίες concierge, φωνητικούς βοηθούς και έξυπνα δωμάτια, προωθώντας την εξατομίκευση της ταξιδιωτικής εμπειρίας.
- **Internet of Things (IoT).** Το IoT δίνει ώθηση στον «έξυπνο» τουρισμό, καθιστώντας τους προορισμούς περισσότερο «αποδοτικούς». Η διαλειτουργικότητα των αισθητήρων, τα δεδομένα και η αυτοματοποίηση δίνουν την εικόνα στους χρήστες σε πραγματικό χρόνο, ενώ διευκολύνουν το μάρκετινγκ και τη διαχείριση του τουριστικού προϊόντος, αυξάνοντας την παραγωγικότητα. Ταυτόχρονα μειώνουν και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού.
- **Augmented reality/Virtual Reality (AR/VR).** Τα συστήματα επαυξημένης πραγματικότητας, αντικαθιστούν σταδιακά παραδοσιακές προωθητικές ενέργειες, ενώ δημιουργούν και νέες (π.χ. gamification), ενισχύοντας ταυτόχρονα και τις εμπειρίες των τουριστών (ψηφιακές ξεναγήσεις, ψηφιακός βοηθός, κ.ά.).
- **Blockchain.** Η τεχνολογία blockchain μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε όλο το εύρος της αλυσίδας αξίας του τουριστικού προϊόντος, όπως τα έξυπνα συμβόλαια με τα οποία μπορεί να εξατομικευτεί η εμπειρία και το κόστος για τον κάθε τουρίστα.

Η αρμοδιότητα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στον τουρισμό άπτεται της υποστήριξης και του συντονισμού για τη συμπλήρωση των δράσεων των κρατών-μελών. Η πολιτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στοχεύει στη διατήρηση της θέσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως κορυφαίου προορισμού, προωθώντας τη συνεργασία μεταξύ των κρατών-μελών, ιδίως μέσω της ανταλλαγής ορθών πρακτικών και μεγιστοποιώντας παράλληλα τη συμβολή του κλάδου στην ανάπτυξη και την απασχόληση. Οι κύριες προκλήσεις είναι²:

- **Ασφάλεια.** Περιβαλλοντική, πολιτική και κοινωνική ασφάλεια, ασφάλεια τροφίμων και διαμονής και διασφάλιση της κοινωνικο-πολιτισμικής αειφορίας.
- **Οικονομική ανταγωνιστικότητα.** Αντιμετώπιση της εποχικότητας, των κανονιστικών και διοικητικών επιβαρύνσεων, της φορολογίας που σχετίζεται με τον τουρισμό, της δυσκολίας εύρεσης και διατήρησης ειδικευμένου προσωπικού.
- **Τεχνολογικές προκλήσεις.** Ενημέρωση για τις εξελίξεις στον τομέα της πληροφορικής που προκαλούνται από τη διάχυση της πληροφορίας και την πρόοδο της τεχνολογίας (εργαλεία πληροφορικής για κρατήσεις διακοπών, μέσα κοινωνικής δικτύωσης που παρέχουν συμβουλές για τουριστικές υπηρεσίες, κ.λπ.).

² Βλ., https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en.



- **Αγορές και ανταγωνισμός.** Αυξανόμενη ζήτηση για προσαρμοσμένες εμπειρίες, νέα προϊόντα, αυξανόμενος ανταγωνισμός από άλλους προορισμούς, προώθηση της συνεργασίας μεταξύ των κρατών-μελών, ιδίως μέσω της ανταλλαγής ορθών πρακτικών.

Η τουριστική βιομηχανία της Ευρωπαϊκής Ένωσης υπέστη ένα άνευ προηγουμένου πλήγμα από την πανδημία του COVID-19, με τις τουριστικές επιχειρήσεις όλων των μεγεθών να αντιμετωπίζουν προβλήματα ρευστότητας. Στις 13 Μαΐου 2020, η Επιτροπή ενέκρινε μια ολοκληρωμένη δέσμη πρωτοβουλιών για την επανέναρξη των μετακινήσεων και του τουρισμού με ασφάλεια και για την αντιμετώπιση των πιεστικών ζητημάτων των τουριστικών φορέων. Η δέσμη πρωτοβουλιών παρέχει οδηγίες για τα πρωτόκολλα ασφάλειας και υγείας για τα ιδρύματα φιλοξενίας, τη μεταφορά επιβατών και την άρση των εσωτερικών συνόρων, καθώς και συστάσεις για τους διοργανωτές ταξιδίων και τις αεροπορικές εταιρείες. Άλλα μέτρα στήριξης της βιομηχανίας του τουρισμού (υποστήριξη ρευστότητας, φορολογικά μέτρα, χαλάρωση των κανόνων για τις κρατικές ενισχύσεις, νέες οδηγίες για τα δικαιώματα των επιβατών και την εφαρμογή της οδηγίας για τα οργανωμένα ταξίδια) συμπληρώνουν και ενισχύουν τα μέτρα που λαμβάνονται σε εθνικό επίπεδο³.

³ Βλ., https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/jobs-and-economy-during-coronavirus-pandemic_en#supporting-recovery-of-eu-tourism.



2. Διάρθρωση του τομέα σε επίπεδο χώρας

2.1. Βασικά οικονομικά μεγέθη και αλυσίδες αξίας

2.1.1. Πολιτισμός και δημιουργική βιομηχανία

Ο πολιτιστικός και δημιουργικός τομέας στην Ελλάδα (Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου, 2017) απασχολούσε το 2014, 110.688 εργαζομένους σε 46.370 επιχειρήσεις, με πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών της τάξης των 5,3 δισ. ευρώ και προστιθέμενη αξία περίπου 2,1 δισ. ευρώ, συνεισφέροντας 1,4% στο ΑΕΠ. Με βάση τα στοιχεία αυτά, η Ελλάδα κατατάσσονταν 14η στην ΕΕ-28 ως προς την παραγωγή προστιθέμενης αξίας στον τομέα.

Κατά την περίοδο 2011-2016, στην ΕΕ-28, ο αριθμός των πολιτιστικών επιχειρήσεων αυξανόταν κατά 2% κατά έτος. Η Ελλάδα, αποτέλεσε μια εξαίρεση στην κυρίαρχη αυτή τάση, καθώς κατά το ίδιο διάστημα οι πολιτιστικές επιχειρήσεις παρουσίασαν ετήσια μείωση 6,9% κατά μέσο όρο. Ακόμα πιο σημαντική ήταν η μείωση στην προστιθέμενη αξία του κλάδου, καθώς η ετήσια μείωση (Eurostat, 2019) στην Ελλάδα για το διάστημα 2011-2016 ήταν της τάξης του 16,7%. Παράλληλα, στην Ελλάδα το ποσοστό απασχόλησης στον τομέα του πολιτισμού μεταξύ 2013 και 2018 υποχώρησε από 3,7% της συνολικής απασχόλησης σε 3,3%.

Οι περικοπές των κρατικών επιχορηγήσεων (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, Νοέμβριος 2018) κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό τη δημιουργική βιομηχανία, καθώς πριν την κρίση, πολλά έργα και εκδηλώσεις συγχρηματοδοτούνταν από τον κρατικό προϋπολογισμό.

Οι κλάδοι με τη μεγαλύτερη συνεισφορά στην προστιθέμενη αξία είναι οι εκδόσεις, οι εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ, τα οπτικοακουστικά μέσα και ο κλάδος της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου και της επικοινωνίας (Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου, 2017). Δυναμική επίσης παρουσιάζει και ο κλάδος του λογισμικού και του εξειδικευμένου σχεδίου (design), οι βιβλιοθήκες και τα μουσεία.

Ο κλάδος της διαφήμισης και οι κλάδοι των οπτικοακουστικών μέσων, της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου παρουσιάζουν, επίσης, υψηλούς πολλαπλασιαστές παραγωγής στο σύνολο της ελληνικής οικονομίας. Έτσι, μια αύξηση της τελικής ζήτησης κατά 1 εκατ. ευρώ για τα προϊόντα του κλάδου των οπτικοακουστικών μέσων, της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου θα αυξήσει τη συνολική παραγωγή στην Ελλάδα κατά 1,4 εκατ. ευρώ, την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία κατά 0,8 εκατ. ευρώ, το εισόδημα εργασίας κατά 0,4 εκατ. ευρώ και θα δημιουργήσει 18,5 νέες θέσεις εργασίας στο σύνολο της ελληνικής οικονομίας.

Αντίστοιχα, έχει υπολογιστεί από το Υπουργείο Πολιτισμού, ότι μια επένδυση ύψους 1 εκατ. ευρώ σε ένα έργο πολιτιστικής κληρονομιάς, μόνον κατά τη φάση εκτέλεσής του, έχει μία αθροιστική πολλαπλασιαστική επίπτωση στο σύνολο της οικονομίας που ανέρχεται σε 2,36 εκατ. ευρώ σε παραγόμενο συνολικό προϊόν, ενώ δημιουργεί και 45 νέες θέσεις απασχόλησης. Είναι ενδεικτικό ότι πολιτιστικές υποδομές 1 εκ. ευρώ αποδίδουν σε ορίζοντα πενταετίας 3,44 εκ. ευρώ.

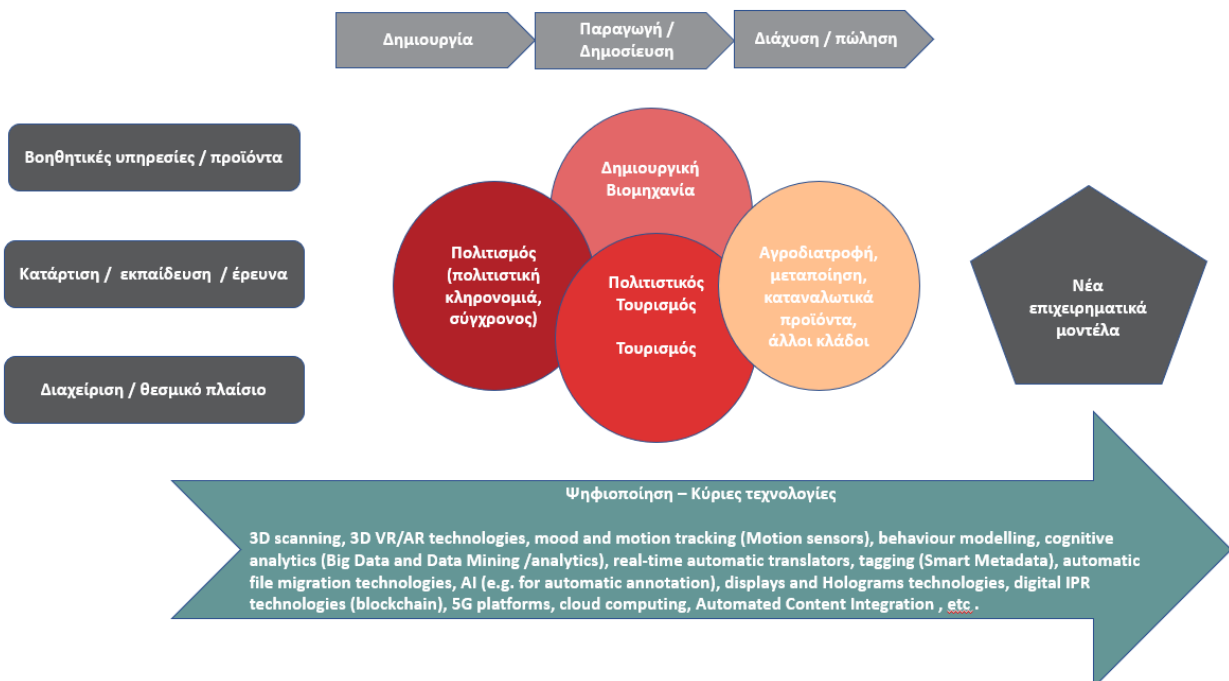
Μέρος των συνολικών επιπτώσεων αφορά στην οικονομική δραστηριότητα που παράγεται από τους επισκέπτες σε τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις, όπως ενδεικτικά επιχειρήσεις διαμονής, εστίασης, μεταφορών και επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, ενώ ενισχύεται και η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος (Μενδώνη, 2016) και μειώνεται η εποχικότητά του.

Η κατανομή της πολιτιστικής και δημιουργικής παραγωγής, ως προς την απασχόληση και τον αριθμό των επιχειρήσεων στις 13 Περιφέρειες της χώρας αποδεικνύεται ιδιαίτερα άνιση. Κατά το 2014, η Περιφέρεια Αττικής παρήγαγε το 75,5% της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας του τομέα στην Ελλάδα, απασχολούσε το 60,8% των εργαζομένων στον κλάδο, ενώ το 57,3% των δημιουργικών επιχειρήσεων είχαν έδρα στην Αττική. Αντίστοιχα, το μερίδιο για την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, ως προς την Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία ήταν 10,1%, την απασχόλησή 12,2% και τον αριθμό των επιχειρήσεων 13,5%. Οι υπόλοιπες 11 Περιφέρειες μοιράζονται το 2014 το 14,3% της ΑΠΑ, το 27% των εργαζομένων και το 29,1% των επιχειρήσεων.

Η Ελλάδα είναι επίσης καθαρός εισαγωγέας πολιτιστικών αγαθών (Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου, 2017). Εισάγει κυρίως κινηματογραφικά φιλμ, βιντεοπαιχνίδια και κονσόλες παιχνιδιών, ενώ εξάγει κυρίως βιβλία, πλεκτά, υφάσματα, κεντήματα και ηχογραφημένα μέσα.

Παρόλη τη σημασία του τομέα για τη χώρα, στο πεδίο των ψηφιακών και νέων τεχνολογιών, παρουσιάζονται ελλείψεις δεξιοτήτων (IME ΓΣΕΒΕΕ, Νοέμβριος 2018), που σχετίζονται με τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το ψηφιακό μάρκετινγκ και τις τεχνολογίες ανάπτυξης λογισμικού, καθώς και ελλείψεις δεξιοτήτων σε εξειδικευμένα εργαλεία (εικονική/ επαυξημένη πραγματικότητα) και τέλος ελλείψεις δεξιοτήτων σχετικές με την ψηφιακή τέχνη και γενικές γνώσεις σχεδίασης.

Όπως προαναφέρθηκε, η ψηφιοποίηση επιφέρει σημαντικές αλλαγές στην αλυσίδα αξίας (European Commission, 2017) της πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας, μέσω της αυτοματοποίησης (υπαρχουσών δραστηριοτήτων στην παραγωγή, την επικοινωνία, κ.ά.) και την αύξηση της παραγωγικότητας, την αξιοποίηση νέων (δια-τομεακών) ευκαιριών εντός της αλυσίδας αξίας και την ανάληψη νέων δραστηριοτήτων με την υιοθέτηση νέων επιχειρηματικών μοντέλων, πολλές φορές τέμνοντας την αλυσίδα αξίας άλλων συναφών κλάδων, όπως ο τουρισμός.



Διάγραμμα 2.1 Ψηφιοποίηση και αλλαγές στις αλυσίδες αξίας.

Πηγή: Προσαρμογή με βάση πληροφορίες από European Commission και Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου.

Η ψηφιοποίηση λοιπόν έχει μια πολυδιάστατη επίδραση σε οικονομικές δομές και αλυσίδες αξίας, ακόμα και σε τομείς όπως η μεταποίηση (The Lisbon Council and NESTA, 2017). Όπως φαίνεται λοιπόν και από το παραπάνω διάγραμμα, οι αλυσίδες αξίας του πολιτισμού και της δημιουργικής βιομηχανίας, έχουν σημαντικές διακλαδικές διασυνδέσεις, αλλά και σημαντικές διασυνδέσεις στο επίπεδο των εισροών (Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου, 2017) και των εκροών άλλων κλάδων, υποστηρικτικών υπηρεσιών, υπηρεσιών τεχνολογίας έρευνας, κ.ά.

Τέλος, η μελέτη στρατηγικής του τουρισμού - οδικός χάρτης για το έτος 2021- που εκπόνησε ο ΣΕΤΕ, δείχνει πως ο **πολιτιστικός τουρισμός** έχει ιδιαίτερα μεγάλη προστιθέμενη αξία για τη χώρα. Υπολογίζεται, δε, ότι το 56% των τουριστικών εσόδων στην Ευρώπη διασφαλίζεται online, ενώ στην Ελλάδα το ποσοστό αυτό δεν αγγίζει το 10%. Ενώ οι αναζητήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό έχουν αυξηθεί κατά 45% από το 2010 και το 35% των τουριστικών αναζητήσεων σχετίζεται με πολιτιστικά αξιοθέατα, μουσική, τέχνες, φεστιβάλ,



ιστορικά μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, το διαθέσιμο περιεχόμενο για την Ελλάδα δεν μοιάζει επαρκές ούτε σε ποσότητα, ούτε σε βάθος, ούτε σε ποιότητα (Oxford Economics , 2017).

2.1.2. Τουρισμός

Σύμφωνα με τα οριστικά στοιχεία του Ταξιδιωτικού Ισοζυγίου της Τράπεζας της Ελλάδος (ΤτΕ, 2019), την περίοδο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2019 το πλεόνασμα του ταξιδιωτικού ισοζυγίου ανήλθε στα 14.095 εκατ. ευρώ, έναντι πλεονάσματος 12.507 εκατ. ευρώ την αντίστοιχη περίοδο του 2018, σημειώνοντας αύξηση κατά 12,7%. Η αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων την περίοδο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2019 έναντι της αντίστοιχης περιόδου του 2018 ήταν αποτέλεσμα της αύξησης της μέσης δαπάνης ανά ταξίδι.

Επιπρόσθετα, ο τουρισμός το 2018 συνέβαλε (ΙΝΣΕΤΕ, 2019) άμεσα στη δημιουργία του 11,7% του ΑΕΠ της χώρας με 21,6 δισ. ευρώ. Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ αυξήθηκε κατά 13,3% ή κατά 2,5 δισ. ευρώ σε σύγκριση με το 2017. Συνολικά ο τουρισμός το 2018 συνέβαλε (άμεσα και έμμεσα) από 25,7% (47,4 δισ. ευρώ) έως 30,9% (57,1 δισ. ευρώ) στη δημιουργία του ΑΕΠ. Εξίσου σημαντική είναι και η συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση. Στις υπηρεσίες καταλύματος και εστίασης κατά το 2018 απασχολούνταν 361.726 εργαζόμενοι (ΕΛΣΤΑΤ, 2019a), μία αύξηση κατά 3,1% σε σύγκριση με το 2017.

Ο τουρισμός είναι κατεξοχήν εξωστρεφής δραστηριότητα, αφού πάνω από το 90% των εσόδων προέρχεται από το εξωτερικό. Επιπροσθέτως, ο τουρισμός κάλυψε με τις ταξιδιωτικές εισπράξεις και τις εισπράξεις από τις αερομεταφορές και τις θαλάσσιες μεταφορές το 81% του ελλείμματος του ισοζυγίου αγαθών κατά το 2018. Οι εισπράξεις αυτές ισούνται με το 73% των εισπράξεων όλων των άλλων προϊόντων που εξάγει η χώρα (Alpha Bank, 25 Αυγούστου 2017), εξαιρουμένων των εισπράξεων από την εξαγωγή πλοίων και καυσίμων.

Επίσης, σύμφωνα με εκτιμήσεις του World Travel & Tourism Council, το 2016 οι επενδύσεις στον κλάδο του τουρισμού ανήλθαν σε 3,2 δισ. ευρώ ή 15,7% των συνολικών επενδύσεων της χώρας. Είναι πολύ σημαντικό επίσης να τονιστεί ότι για κάθε 1 ευρώ τουριστικού εσόδου, το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά 2,2 έως 2,65 ευρώ, που αποδεικνύει ότι ο τουρισμός είναι ένας τομέας με μεγάλη διάχυση ωφελειών στην οικονομία.

Σύμφωνα με το ΙΝΣΕΤΕ, ενδεικτικό της επενδυτικής δραστηριότητας του κλάδου κατά τη διάρκεια της κρίσης, είναι ότι η δυναμικότητα των ξενοδοχείων αυξήθηκε από 397.660 δωμάτια το 2010 σε 414.127 δωμάτια το 2017. Για το ίδιο διάστημα, καταγράφεται αναδιάρθρωση του προϊόντος προς υψηλότερες κατηγορίες και κυρίως ξενοδοχεία 5 αστέρων. Ειδικότερα, η δυναμικότητα στα ξενοδοχεία 5 αστέρων αυξήθηκε από 51.100 δωμάτια το 2010 σε 74.884 δωμάτια το 2017. Αυτή τη στιγμή, υπάρχουν 14 έργα greenfield, που εκτελούνται από τον ιδιωτικό τομέα, τα οποία στοχεύουν σε κύριους προορισμούς. Ακόμη 12 τουριστικά έργα έχουν συμπεριληφθεί στη διαδικασία Fast-Track. Ωστόσο, ένα τυπικό έργο greenfield χρειάζεται πάνω από 15 χρόνια (PwC, 2018d) για να προχωρήσει από το στάδιο του σχεδιασμού στο στάδιο της υλοποίησης.

Σύμφωνα, επίσης, με μία πρόσφατη μελέτη, ο τουρισμός συνεισέφερε άμεσα 52,3 δισ. ευρώ, κατά την περίοδο 2009-2016 στα έσοδα του κράτους. Το 2016 τα φορολογικά έσοδα από τον τουριστικό τομέα αποτελούσαν το 10,5% των συνολικών φορολογικών εσόδων, ποσοστό υψηλότερο από το 8,3% της άμεσης συνεισφοράς του στην οικονομία. Τα ποσοστά αυτά είναι ακόμη μεγαλύτερα, αν ληφθούν υπ' όψη οι έμμεσες και προκαλούμενες επιδράσεις του τουρισμού (Karavitis, 2018). Επίσης, για την περίοδο 2009-2016, ο τουρισμός παρήγαγε περισσότερα από 105 δισ. ευρώ ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας και 92 δισ. ευρώ εισοδημάτων.

Ως προς την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού, σύμφωνα με το World Economic Forum, η Ελλάδα κατείχε την 25η θέση ανάμεσα σε 140 χώρες, θέση πολύ υψηλότερη από την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας στο σύνολό της κατά το ίδιο έτος. Αυτό όμως που έχει ιδιαίτερη σημασία στο συγκεκριμένο σύνθετο δείκτη είναι η **χαμηλή ψηφιακή ωριμότητα του κλάδου** (51η θέση σε 140 χώρες) (World Economic Forum, 2019).

Διεθνώς, οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν σημαντικές ανεκμετάλλευτες δυνατότητες ως προς την υιοθέτηση ψηφιακών τεχνολογιών (OECD, 2020). Ειδικά για την Ελλάδα, υπολογίζεται (Oxford Economics , 2017) πως περισσότερες από 170.000 νέες θέσεις εργασίας μπορούν να δημιουργηθούν στη χώρα από την ενίσχυση των ψηφιακών δεξιοτήτων και την εφαρμογή των βέλτιστων πρακτικών. Σύμφωνα με τη μελέτη της Oxford Economics (ibid), η οποία εξετάζει τον αντίκτυπο του διαδικτυακού περιεχομένου στον ελληνικό τουρισμό, ένα 12% της πρόσφατης ανόδου στην απασχόληση στον τουριστικό τομέα οφείλεται στην αύξηση

δημιουργίας ψηφιακού περιεχομένου. Σημειώνεται, πως το ποσοστό των ταξιδιών στην Ελλάδα που οργανώθηκε διαδικτυακά αυξήθηκε σε περίπου 17% το 2016 από μόλις 7% το 2012.

Οι νέες τεχνολογίες αλλάζουν επίσης και τα επιχειρηματικά μοντέλα δημιουργώντας νέες ευκαιρίες και απειλές για τον τομέα του τουρισμού. Είναι ενδεικτικό ότι, κατά το 2018, η παγκόσμια άνοδος των κρατήσεων σε εναλλακτικά καταλύματα (π.χ. βραχυχρόνιων μισθώσεων) ήταν της τάξης του 30% (σε σύγκριση με την άνοδο κατά 9% των παραδοσιακών καταλυμάτων) (Bloomberg Media Group and World Travel and Tourism Council, 2019).

Αντίστοιχα στην Ελλάδα, η αύξηση της προσφοράς καταλυμάτων που παρέχονται για βραχυχρόνια μίσθωση κατά το διάστημα 2010 – 2018 ήταν αλματώδης, από 132 σε 126.000 καταλύματα, με τις διαθέσιμες κλίνες στην Αττική να έχουν ξεπεράσει κατά πολύ τις ξενοδοχειακές. Ταυτόχρονα οι μισθώσεις του τύπου αυτού περνούν σε περισσότερο επαγγελματική διαχείριση (Arbitrage Real Estate Advisors, Δεκέμβριος 2018), ενώ νεοφυείς εταιρείες συστάθηκαν με στόχο τη διεκδίκηση μεριδίου στη συγκεκριμένη αγορά, με τη χρήση καινοτόμων τεχνολογιών. Η διετία 2016-2017 σηματοδότησε τη ραγδαία εξάπλωση της σχετικής τάσης, με αποτέλεσμα σήμερα ο ετήσιος τζίρος του κλάδου να υπολογίζεται κοντά σε 1 δισ. ευρώ, με βάση τα έσοδα από τις δαπάνες διαμονής, με το σύνολο να ανέρχεται σε πάνω από 1,7 δισ. ευρώ, αν συνυπολογιστούν και τα υπόλοιπα έξοδα των επισκεπτών, σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος.

Όπως και στον τομέα του πολιτισμού, έτσι και στον τουρισμό, παρατηρείται μία συγκέντρωση ως προς τα έσοδα και τις ταξιδιωτικές δαπάνες σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές (ΕΛΣΤΑΤ, 2019a). Πέντε προορισμοί (Κρήτη, Νότιο Αιγαίο, Κεντρική Μακεδονία, Ιόνια νησιά και Αττική) δέχονται το 87% του συνόλου των εισερχόμενων τουριστών. Ο ξενοδοχειακός κλάδος χωρίζεται μεταξύ κύριων (Κεντρική Μακεδονία, Κρήτη, Νησιά Ιονίου, Νότιο Αιγαίο και Αττική) και δευτερευόντων προορισμών (Πελοπόννησος, Δυτική Ελλάδα, Κεντρική Ελλάδα, Θεσσαλία, Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Βόρειο Αιγαίο, Ήπειρος, Δυτική Μακεδονία). Οι κύριοι προορισμοί κατέχουν το 85% των ξενοδοχείων. Τα ξενοδοχεία στους κύριους προορισμούς έχουν σημαντικά υψηλότερη οικονομική απόδοση (PwC, 2018d) από αυτά στους δευτερεύοντες.

Η διασύνδεση του τουρισμού με τον πολιτισμό και τις δημιουργικές βιομηχανίες είναι επίσης μικρότερη των δυνατοτήτων που υπάρχουν και δεν εντάσσεται μέχρι σήμερα σε ένα συνεκτικό πλαίσιο στρατηγικής ανάπτυξης των συνεργειών των τριών αυτών τομέων. Αν και η Ελλάδα αναγνωρίζεται διεθνώς ως προς τη συνεισφορά σε σημαντικές πτυχές του σύγχρονου πολιτισμού, τα πολιτιστικά αυτά αγαθά δεν έχουν αναδειχθεί επαρκώς. Οι πληροφορίες που εισπράττουν οι επισκέπτες σε όλη την ελληνική επικράτεια είναι συχνά περιορισμένες και η συνολική εμπειρία των επισκεπτών είναι συχνά πολύ κατώτερη των δυνατοτήτων, ενώ δεν αξιοποιούνται και οι δυνατότητες που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες στην αναβάθμιση αυτής της εμπειρίας.

Σύμφωνα με τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), η σύνδεση του πολιτισμού με τον τουρισμό είναι εξέχουσας σημασίας για την ανάπτυξη του κλάδου καθώς ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μια αναπτυσσόμενη αγορά που μπορεί να δώσει σημαντική ώθηση στην τουριστική ανάπτυξη, να αυξήσει τη μέση τουριστική δαπάνη, αλλά και να επεκτείνει τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου.

Ο πολιτιστικός τουρισμός βασίζεται στην εξερεύνηση θεμάτων που άπτονται της ιστορίας, της τέχνης, της θρησκείας, της γαστρονομίας, κ.ά., με το ταξίδι να έχει κεντρικό στόχο τη γνώση. Και φυσικά πέρα από τη γνωριμία με το φυσικό περιβάλλον, τα έθιμα και την ιστορία, μεγάλος αριθμός πολιτιστικών τουριστών ενδιαφέρεται και για σύγχρονες εκφάνσεις του πολιτισμού μίας χώρας και πώς αυτός αλληλοεπιδρά με διεθνείς τάσεις και εξελίξεις. Με βάση αυτά τα χαρακτηριστικά, ο πολιτιστικός τουρισμός παρουσιάζει και μεγάλα spillovers και συνέργειες με πλήθος άλλων κλάδων της οικονομίας.

Η σχέση μεταξύ τουρισμού και πολιτισμού είναι αμφίδρομη (Βαγιονής & Σκούλτσος, 2016). Πιο συγκεκριμένα, η στροφή προς τον πολιτισμικό τουρισμό εκ των πραγμάτων θα αυξήσει και την προσφορά πολιτιστικών προϊόντων. Όπως έχει υποστηριχθεί, κινητήρια δύναμη της αναπτυξιακής πορείας της οικονομίας του πολιτισμού αποτελεί ο τουρισμός, ο οποίος μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός διάδοσης των προϊόντων του πολιτισμού. Συνεπώς, η στήριξη και προώθηση του ενός θα συμβάλλει στην ανάπτυξη του άλλου.

Όσον αφορά στους πολιτιστικούς πόρους, η Ελλάδα βαθμολογείται θετικά στο κλασικό προϊόν (ιστορικά μνημεία, αξιοθέατα, κλπ.). Ωστόσο, καταγράφεται η αναγκαιότητα για ανάπτυξη μιας ευρύτερης



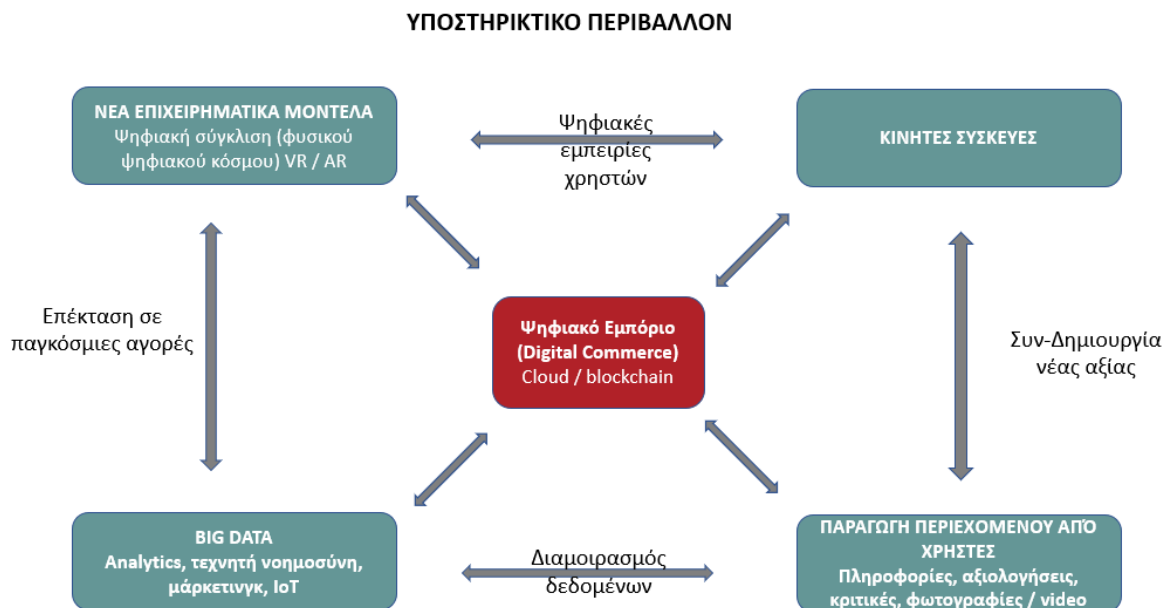
ποικιλομορφίας (σε επίπεδο προϊόντος, όχι πόρων), π.χ. βυζαντινός, νεότερος και σύγχρονος ελληνικός πολιτισμός - αλλά και αναβάθμιση της παρουσίας των πολιτιστικών πόρων με περισσότερο ενδιαφέροντες τρόπους για τον επισκέπτη (story telling) πέρα από τη βασική τεκμηρίωση που προσφέρεται, με την αξιοποίηση ως επί το πλείστον νέων ψηφιακών τεχνολογιών και εργαλείων.

Αρνητική είναι και η εικόνα για άλλους παράγοντες που είναι εξίσου σημαντικοί για τους τουρίστες με ενδιαφέρον στον πολιτισμό (ΙΝΣΕΤΕ, 2019), όπως είναι η κατάσταση και η καθαριότητα εντός και εκτός των αρχαιολογικών χώρων, η εικόνα των πόλεων, αλλά και οι επιλογές για ψυχαγωγικές δραστηριότητες, κ.λπ. Αντίστοιχα, φαίνεται ότι η χώρα μειονεκτεί σημαντικά στην παροχή επαρκούς πληροφόρησης τόσο μέσω των κέντρων πληροφόρησης (info-centers), όσο και της ποιότητας των διαθέσιμων εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας (mobile apps).

Οι νέες ψηφιακές τεχνολογίες επιφέρουν σημαντικές αλλαγές στην αλυσίδα αξίας στον τουρισμό, ιδίως στις ακόλουθες διαστάσεις / τομείς:

- Στη διαχείριση και τις επαφές με τους πελάτες (Ψηφιακές υπηρεσίες / διεπαφές).
- Στην ανάλυση αγοράς και το μάρκετινγκ (data analytics, δεδομένα πελατών σε πραγματικό χρόνο, διαμοιρασμός δεδομένων κ.ά.).
- Στη διοίκηση των επιχειρήσεων (αυτοματοποίηση διαδικασιών).
- Στον επιχειρηματικό / επιχειρησιακό σχεδιασμό (συνεχείς βελτιώσεις, ανατροφοδότηση σε πραγματικό χρόνο, ταχύτητα λήψης αποφάσεων κ.ά.).
- Στην ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών (συνδιαμόρφωση με τους πελάτες βάσει δεδομένων άλλων χρηστών και προσωπικών προτιμήσεων).
- Στα επιχειρηματικά μοντέλα (Συνεργατικά – δικτυοκεντρικά, ανοιχτές αρχιτεκτονικές και πλατφόρμες)

Οι επιχειρήσεις της χώρας υστερούν σε υιοθέτηση ψηφιακών τεχνολογιών και θα πρέπει να δοθεί έμφαση στη βελτίωση του υποστηρικτικού περιβάλλοντος, με παρεμβάσεις σε όλες τις διαστάσεις που παρουσιάζονται στο ακόλουθο διάγραμμα.



Διάγραμμα 2.2 Σύγκλιση τεχνολογιών για την δημιουργία κατάλληλου υποστηρικτικού περιβάλλοντος στον Τουρισμό (Προσαρμογή από ΟΟΣΑ).

Πηγή: OECD, 2020 και ίδια επεξεργασία.

Τέλος, περιορισμένη είναι η διασύνδεση του τουρισμού και με άλλους τομείς. Είναι ενδεικτικό, ότι σύμφωνα με έρευνα της Γενικής Γραμματείας Βιομηχανίας, που παρουσιάστηκε σε εκδήλωση του φόρουμ

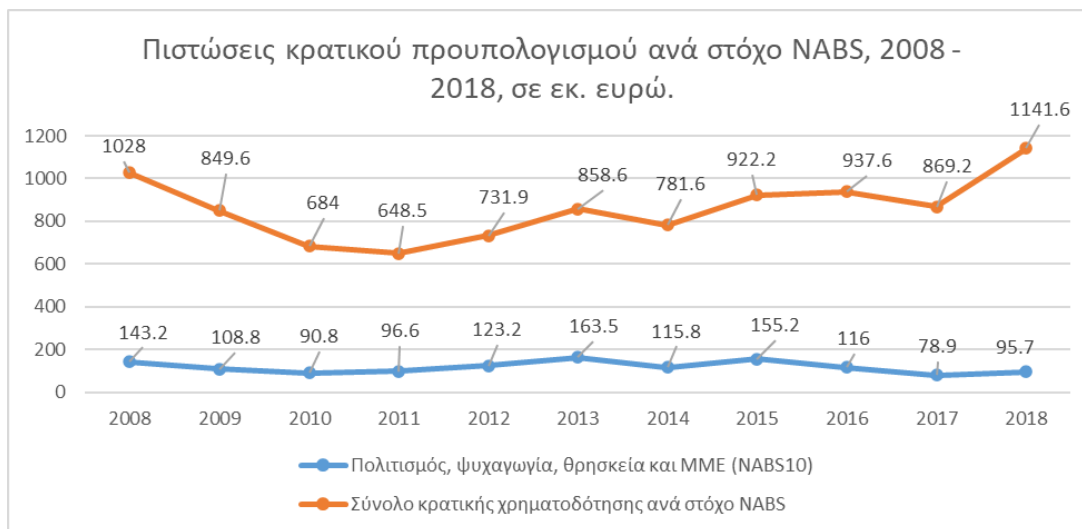
«Αγροδιατροφή - Βιομηχανία - Τουρισμός», η διασύνδεση του πρωτογενούς και του δευτερογενούς τομέα με τον τουρισμό είναι πολύ μικρή.



3. Ε&Α στον τομέα του Τουρισμού – Πολιτιστικής και Δημιουργικής Βιομηχανίας

3.1. Επιδόσεις κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο

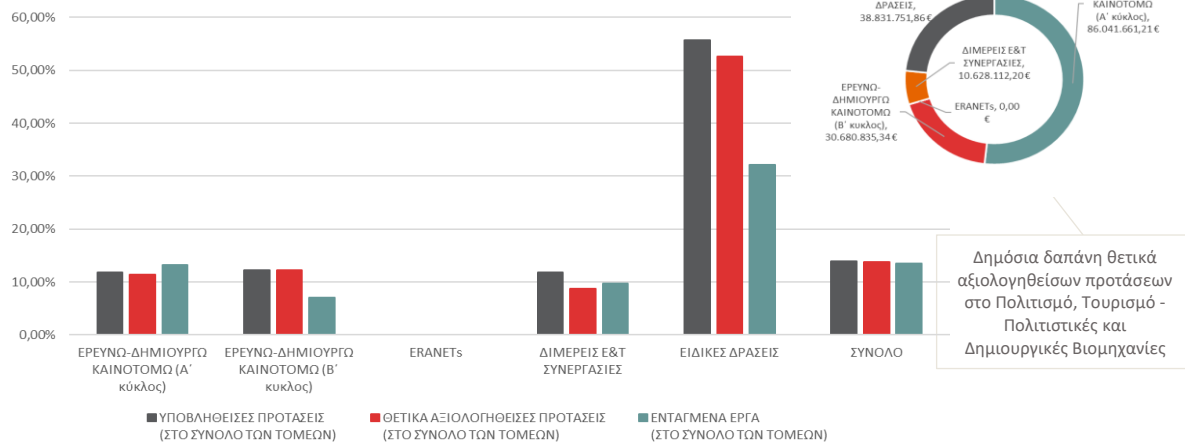
Ο τομέας του Τουρισμού - Πολιτιστικής και Δημιουργικής Βιομηχανίας, λαμβάνει διαχρονικά σημαντικά ποσοστά κρατικής χρηματοδότησης, με βάση τους στόχους NABS, ποσοστά τα οποία κατά το 2013 αναλογούσαν στο 19% της δημόσιας χρηματοδότησης, αλλά έκτοτε ακολουθούν μία καθοδική πορεία προσεγγίζοντας το 8.4% το 2018.



Διάγραμμα 3.1 Πιστώσεις κρατικού προϋπολογισμού ανά στόχο NABS, 2008 -2018, σε εκ. ευρώ.

Πηγή: ΕΚΤ.

Το διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζει την ενίσχυση (δημόσια δαπάνη) του τομέα από τις δράσεις της ΓΓΕΤ, κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο.



Διάγραμμα 3.2 Ποσοστό (%) δημόσιας δαπάνης υποβληθέντων προτάσεων, θετικά αξιολογημένων προτάσεων και ενταγμένων έργων του τομέα «Τουρισμός-Πολιτιστική και Δημιουργική Βιομηχανία» στο σύνολο των τομέων.

Πηγή: ΓΓΕΤ και ίδια επεξεργασία

Όσον αφορά στο «Ερευνώ – Δημιουργώ – Καινοτομώ» (Α' και Β' κύκλος), η δημόσια χρηματοδότηση στον θεματικό τομέα Πολιτισμού, Τουρισμού - Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών αντιστοιχούσε στο 5,7% (16 εκ. ευρώ) της συνολικής δημόσιας χρηματοδότησης (280 εκ. ευρώ) ενώ οι προτάσεις που υποβλήθηκαν και η αντίστοιχη αιτούμενη δαπάνη ήταν πολλαπλάσια των διαθέσιμων κονδυλίων, ήτοι ≈ 165 εκ. ευρώ. Στο πλαίσιο αυτό η ΕΥΔΕ ΕΤΑΚ, το 2017 αύξησε στο σύνολο της δράσης την διαθέσιμη δημόσια χρηματοδότηση του τομέα σε 40 εκ. ευρώ (9,7% της συνολικής δημόσιας χρηματοδότησης) ενώ το σύνολο της δημόσιας χρηματοδότησης της δράσης λόγω της αυξημένης ζήτησης σε όλους τους τομείς τροποποιήθηκε από 280 εκ. ευρώ σε 410 εκ. ευρώ. Στη συνέχεια το 2019, ξανά λόγω της αυξημένης ζήτησης η ΕΥΔΕ ΕΤΑΚ αύξησε στο σύνολο της δράσης την διαθέσιμη δημόσια χρηματοδότηση του τομέα σε 73,5 εκ. ευρώ (13,5% της συνολικής δημόσιας χρηματοδότησης) ενώ το σύνολο της δημόσιας χρηματοδότησης της δράσης λόγω της αυξημένης ζήτησης σε όλους τους τομείς τροποποιήθηκε από 410 εκ. ευρώ σε **542,5 εκ. ευρώ**.

Χαρακτηριστικό επίσης ήταν και το μέγεθος της ζήτησης στον θεματικό τομέα, στο πλαίσιο της δράσης «Ερευνώ – Δημιουργώ – Καινοτομώ», καθώς η αιτούμενη δαπάνη ήταν πολλαπλάσια των διαθέσιμων κονδυλίων.

Πίνακας 3.1. Προτάσεις και αιτούμενη δημόσια δαπάνη σε εκ. ευρώ στο θεματικό τομέα Πολιτισμού, Τουρισμού - Πολιτιστικών & Δημιουργικών Βιομηχανιών (Α' & Β' κύκλος δράσης «Ερευνώ – Καινοτομώ – Δημιουργώ») (31.12.2019).

		Αριθμός			Δημόσια Δαπάνη		
		Υποβολές	Εγκρίσεις	Εντάξεις	Υποβολές	Εγκρίσεις	Εντάξεις
Α'	κύκλος	347	172	91	≈ 164,6 εκ. ευρώ	≈ 86 εκ. ευρώ	≈ 42,6 εκ. ευρώ
Β'	κύκλος	419	75	5	≈ 171,9 εκ. ευρώ	≈ 30,7 εκ. ευρώ	≈ 363,8 χιλ. ευρώ
Σύνολο	Α'+Β' κύκλος (ΜΕΑ)	766	247	96	≈ 336,5 εκ. ευρώ	≈ 116,7 εκ. ευρώ	≈ 43 εκ. ευρώ
Γενικό Δράσης	Σύνολο Α' κύκλος	2.426	685	576	≈ 1,387 δισ. ευρώ	≈ 373 εκ. ευρώ	≈ 308,5 εκ. ευρώ



		Αριθμός			Δημόσια Δαπάνη		
		Υποβολές	Εγκρίσεις	Εντάξεις	Υποβολές	Εγκρίσεις	Εντάξεις
Γενικό Δράσης κύκλος	Σύνολο Β'	2.912	521	εκκρεμούν	≈ 1,737 δις. ευρώ	≈ 249 εκ. ευρώ	εκκρεμούν

Πηγή: ΓΓΕΤ και ίδια επεξεργασία.

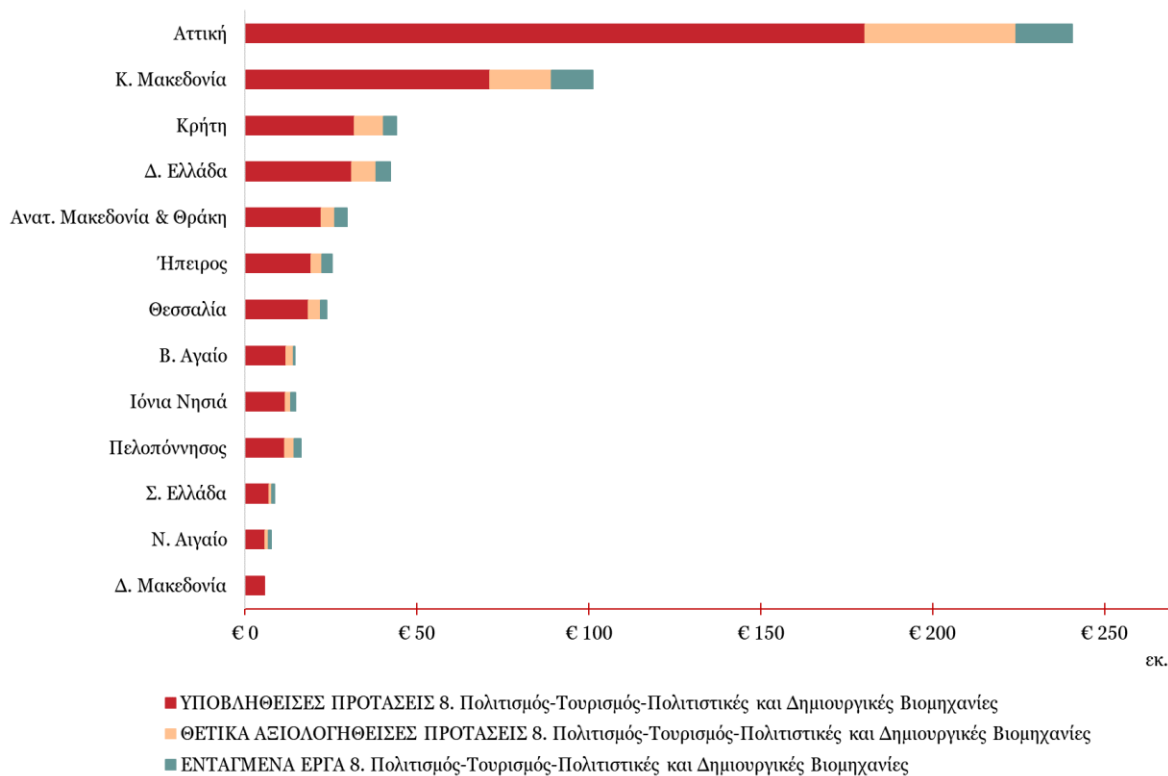
Επίσης στην τρέχουσα προγραμματική περίοδο χρηματοδοτήθηκαν και 25 έργα (σε σύνολο 65 προτάσεων) στο πλαίσιο της ειδικής δράσης «Ανοιχτή Καινοτομία στον Πολιτισμό»⁴, με δημόσια χρηματοδότηση 9.5 εκ ευρώ.

3.2. Περιφερειακή διάσταση της E&A στον Τουρισμό – Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες

Ενδεχομένως, την καλύτερη και αναλυτικότερη εικόνα αναφορικά με την περιφερειακή διάσταση της E&A στον τομέα παρέχουν τα στοιχεία της ΓΓΕΤ, που αφορούν στις προσκλήσεις που διαχειρίζεται η ίδια και εμπίπτουν στην επενδυτική προτεραιότητα 1b⁵. Τα στοιχεία αυτά αφορούν στη δημόσια δαπάνη που σχετίζεται με τις υποβληθείσες προτάσεις, τις θετικά αξιολογηθείσες προτάσεις και τα ενταγμένα έργα. Το ακόλουθο διάγραμμα απεικονίζει τη δημόσια δαπάνη των υποβληθεισών προτάσεων και των θετικά αξιολογηθείσων προτάσεων για τον τομέα «Τουρισμός – Πολιτιστική και Δημιουργική Βιομηχανία» στην επενδυτική προτεραιότητα 1b. Όπως προκύπτει, η Αττική, η Κεντρική Μακεδονία, η Κρήτη και η Δυτική Ελλάδα είναι οι Περιφέρειες που συγκεντρώνουν το σημαντικότερο μερίδιο της δημόσιας δαπάνης στον τομέα, γεγονός που έχει να κάνει, πρωτίστως, με την ύπαρξη σημαντικών ΑΕΙ και ινστιτούτων. Ειδικά στην Αττική, η σχετική (ως ποσοστό %) δημόσια δαπάνη σε επίπεδο προτάσεων που υποβλήθηκαν στον τομέα είναι υψηλότερη από τη σχετική δημόσια δαπάνη της περιφέρειας στο σύνολο. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει ότι αν προβούμε σε μία σχετικοποίηση των αποτελεσμάτων (π.χ. διαιρώντας με τον αριθμό των κατοίκων της κάθε Περιφέρειας), τότε προκύπτει ότι η ερευνητική δραστηριότητα στον τομέα είναι σημαντική πρωτίστως στην Αττική, το Βόρειο Αιγαίο, την Κεντρική Μακεδονία και τη Δυτική Ελλάδα, και ακολουθούν η Κρήτη, η Ήπειρος και η Θεσσαλία.

4 Α.Π. 8524/12/21.01.2019 Απόφαση της Γενικής Γραμματέως Έρευνας και Τεχνολογίας με θέμα: «Προσωρινός Κατάλογος Δυνητικών Δικαιούχων και Κατάλογος με τη βαθμολογική κατάταξη αιτήσεων χρηματοδότησης ερευνητικών έργων της Δράσης “Ειδικές Δράσεις «ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ» - «ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΥΛΙΚΑ» - «ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ»” του Επιχειρησιακού Προγράμματος “Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία” (ΕΠΑνΕΚ).

5 Επενδυτική προτεραιότητα 1b: Προαγωγή επιχειρηματικών επενδύσεων στην έρευνα και καινοτομία, ανάπτυξη δεσμών και συνεργειών μεταξύ επιχειρήσεων, κέντρων έρευνας και ανάπτυξης και του τομέα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, ιδίως μέσω της προαγωγής επενδύσεων στην ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών, στη μεταφορά τεχνολογίας, στην κοινωνική καινοτομία, στην οικολογική καινοτομία, στις εφαρμογές παροχής δημόσιων υπηρεσιών, στην ενθάρρυνση της ζήτησης, στη δικτύωση, στα συμπλέγματα φορέων και στην ανοιχτή καινοτομία μέσω ευφούς εξειδίκευσης, καθώς και στήριξη της τεχνολογικής και εφαρμοσμένης έρευνας, δοκιμαστικών δράσεων, ενεργειών έγκαιρης επικύρωσης προϊόντων, προηγμένων ικανοτήτων παραγωγής και πρώτης παραγωγής, ειδικά σε βασικές τεχνολογίες, και διάδοση των τεχνολογιών γενικής εφαρμογής.



Διάγραμμα 3.3 Επενδυτική προτεραιότητα 1b - Δημόσια δαπάνη των υποβληθείσων προτάσεων και θετικά αξιολογηθείσων προτάσεων για τον τομέα του Πολιτισμού, Τουρισμού – Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών (31.12.2019).

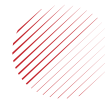
Πηγή: ΓΓΕΤ και ίδια επεξεργασία.

Όσον αφορά στις προσκλήσεις που διαχειρίζεται η ΓΓΕΤ και εμπίπτουν στην επενδυτική προτεραιότητα 1a⁶, δεν υπάρχει διάκριση κατά τομέα προτεραιότητας. Σε επίπεδο Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, η εικόνα είναι πιο συγκεκριμένη, κυρίως γιατί οι τομείς προτεραιότητας δύνανται να διαφέρουν, καθώς και επειδή οι περιφέρειες ενίοτε συμπεριλαμβάνουν στη RIS3 και άλλους θεματικούς στόχους, πέραν του Θεματικού Στόχου 1. Το αποτέλεσμα είναι ότι συναντάει κανείς παρεμφερείς δράσεις σε διαφορετικούς θεματικούς στόχους.

3.3. Ερευνητικά ινστιτούτα και φορείς

Οι σημαντικότεροι ερευνητικοί φορείς στον τομέα του Πολιτισμού, Τουρισμού - Πολιτιστικών και Οι σημαντικότεροι ερευνητικοί φορείς στον τομέα στην Ελλάδα είναι τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα και τα Ερευνητικά Κέντρα – Ινστιτούτα, που διαθέτουν. Ακόμη, σε εθνικό επίπεδο, σημαντικοί οργανισμοί που διεξάγουν έρευνα στον τομέα είναι το Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΕΚΕΤΑ), το Ερευνητικό Κέντρο Καινοτομίας στις Τεχνολογίες της Πληροφορίας, των Επικοινωνιών και της Γνώσης-Αθηνά, το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (ΙΤΕ), η Διεύθυνση Διαχείρισης Εθνικού Αρχείου Μνημείων, το Ινστιτούτο Επεξεργασίας του Λόγου/Αθηνά, το Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων «Διόφαντος», το Τεχνολογικό Πολιτιστικό Πάρκο Λαυρίου, κ.ά. Στους ερευνητικούς φορείς είναι χρήσιμο να

⁶ Επενδυτική προτεραιότητα 1a: Ενίσχυση των υποδομών έρευνας και καινοτομίας (Ε&Κ) και των ικανοτήτων ανάπτυξης αριστείας στον τομέα της έρευνας και καινοτομίας και της προαγωγής των κέντρων ικανότητας, ιδίως των κέντρων ευρωπαϊκού ενδιαφέροντος.



συμπεριλάβουμε Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, το ίδρυμα Ωνάση και πλήθος άλλων φορέων που δραστηριοποιούνται ιδίως στον πολιτισμό⁷.

Θεωρείται ότι υπάρχει σημαντική τεχνογνωσία Ε&Κ στους ακαδημαϊκούς και ερευνητικούς φορείς σε μεγάλο εύρος τομέων, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών τεχνολογιών, που είναι κρίσιμες για τη μελλοντική ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα τόσο του τουρισμού, όσο και του πολιτισμού και της δημιουργικής βιομηχανίας. Επίσης, υπάρχει υψηλής ποιότητας ανθρώπινο δυναμικό, ειδικότερα, σε ό,τι αφορά στην εκπαίδευση και κατάρτιση σε θέματα ΤΠΕ και σε τεχνολογίες αιχμής για την προστασία και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

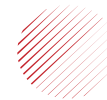
⁷ Ενδεικτική είναι η αύξηση των κονδυλίων της συμμετοχής της Ελλάδας στα προγράμματα του διακυβερνητικού Ευρωπαϊκού Οργανισμού Διαστήματος (European Space Agency – ESA). Η Ελλάδα για την τριετία 2017 – 2019 συμμετείχε με 38,5 εκατ. ευρώ και ειδικότερα 30 εκατ. ευρώ στο υποχρεωτικό σκέλος και 8,5 εκατ. ευρώ στο προαιρετικό. Για την τριετία 2020 – 2023 τα κονδύλια πολλαπλασιάζονται. Θα διατεθούν 30 εκατ. ευρώ (τα υποχρεωτικά) συν 33 εκατ. ευρώ (αντί των 8,5 εκατ.) ως προαιρετικά (σύνολο 63 εκατ.). Βλ., <https://www.infocom.gr/2020/02/03/afksimena-kondyλια-symmetochi-tis-elladas-ston-esa/50844/>.



4. επικαιροποίηση SWOT ανάλυσης του τομέα της ενέργειας

Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η ανάλυση των δυνατών σημείων, αδυναμιών, ευκαιριών και απειλών του τομέα του τουρισμού-πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας. Η ανάλυση επικαιροποιεί τα σημεία της ανάλυσης της προγραμματικής περιόδου 2014-2020, λαμβάνοντας υπόψη τις εξελίξεις, ενώ συγχωνεύει και αναδιατάσσει ορισμένα από τα σημεία της προγενέστερης ανάλυσης χάριν διευκόλυνσης του αναγνώστη.

Δυνατά σημεία	Αδυναμίες
<ul style="list-style-type: none"> • Ο τουρισμός, μία κατεξοχήν εξωστρεφής δραστηριότητα, καλύπτει μεγάλο μέρος του ελλείμματος του ισοζυγίου εμπορικών συναλλαγών της χώρας. • Υψηλές, συνεχείς ιδιωτικές επενδύσεις που αναβαθμίζουν τις υποδομές (ξενοδοχεία) • Υψηλή ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος (υψηλότερες επιδόσεις συγκριτικά με το σύνολο της ελληνικής οικονομίας). • Το εύρος και η ποικιλομορφία του πολιτιστικού πλούτου της χώρας. • Το μέγεθος και η δυναμική ανάπτυξης του τουρισμού στην χώρα, ως προς την προστιθέμενη αξία, την απασχόληση, τις επενδύσεις και την συνεισφορά σε ορισμένους κλάδους της οικονομίας (π.χ. κατασκευές). • Η ύπαρξη ερευνητικών κέντρων και οργανισμών, με σημαντική τεχνογνωσία και εμπειρία σε θέματα διαχείρισης, προστασίας και ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς. • Διεθνής αναγνωρισιμότητα (brand-name) της χώρας που συνδέεται με τον πολιτισμό και τον τουρισμό (ειδικά τον θαλάσσιο, νησιωτικό τουρισμό), η οποία δεν επλήγει ούτε στη διάρκεια της παρατεταμένης οικονομικής κρίσης. • Έντονη νησιωτικότητα («Πολυνησία της Ευρώπης») και πλούσιο επίγειο και θαλάσσιο οικοσύστημα που διαφοροποιεί σημαντικά την τουριστική εμπειρία. • Μεγάλα πολλαπλασιαστικά οφέλη των επενδύσεων στον πολιτισμό, τα οποία διαχέονται σε μεγάλο αριθμό κλάδων στην ελληνική οικονομία. Για κάθε 1 ευρώ δημόσιας επένδυσης, το ΑΕΠ αυξάνεται τουλάχιστον κατά 2,36 ευρώ. • Μεγάλα πολλαπλασιαστικά οφέλη από τις ταξιδιωτικές δαπάνες, καθώς για κάθε 1 ευρώ τουριστικού εσόδου, το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά 2,2 έως 2,65 ευρώ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Η Ελλάδα είναι καθαρός εισαγωγέας πολιτισμικών αγαθών. • Οι δημιουργικές βιομηχανίες έχουν δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση. • Ανεπαρκής διαχείριση πνευματικών δικαιωμάτων στο νέο ψηφιακό περιβάλλον. • Χαμηλός εξαγωγικός προσανατολισμός της δημιουργικής και πολιτιστικής βιομηχανίας. • Ο μικρός βαθμός συνεργασίας μεταξύ ερευνητών / ερευνητικών ομάδων, μεταξύ ερευνητών και βιομηχανίας, καθώς και ο ανεπαρκής συντονισμός των ΕΤΑΚ δραστηριοτήτων σε ευρωπαϊκό επίπεδο. • Μικρός βαθμός συνεργειών και συνεργασίας μεταξύ των cluster των δημιουργικών βιομηχανιών και των innovation hubs. • Μεγάλη εξάρτηση του τομέα του πολιτισμού και των δημιουργικών βιομηχανιών από τη δημόσια χρηματοδότηση • Μείωση της κρατικής επιχορήγησης στον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργικής βιομηχανίας κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης έως σήμερα. • Μεγάλη συγκέντρωση, επιχειρήσεων, εργαζομένων, εσόδων και προστιθέμενης αξίας στον τομέα του πολιτισμού και της δημιουργικής βιομηχανίας σε δύο μόνο Περιφέρειες, την Αττική και την Κεντρική Μακεδονία. • Χαμηλή ψηφιακή ωριμότητα του τουριστικού κλάδου (51^η θέση σε 140 χώρες). • Μεγάλη συγκέντρωση ως προς τα έσοδα και τις ταξιδιωτικές δαπάνες σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές. Πέντε προορισμοί (Κρήτη, Νότιο Αιγαίο, Κεντρική Μακεδονία, Ιόνια νησιά και Αττική) δέχονται το 87% του συνόλου των εισερχόμενων τουριστών. • Η διασύνδεση του πρωτογενούς και του δευτερογενούς τομέα με τον τουρισμό είναι πολύ



	<p>μικρή.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αν και η Ελλάδα αναγνωρίζεται διεθνώς ως προς τη συνεισφορά σε σημαντικές πτυχές του σύγχρονου πολιτισμού, τα πολιτιστικά αυτά αγαθά δεν έχουν αναδειχθεί επαρκώς. • Μέτρια και επιφανειακή ανάδειξη του πολιτιστικού προϊόντος σε σχέση με τον τουρισμό. • Χαμηλή διαφοροποίηση και σημαντική εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος που οδηγεί σε φθίνουσα κερδοφορία στον τομέα. • Μεγάλο κόστος συντήρησης / ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς. • Ελλείψεις δεξιοτήτων στον τομέα του πολιτισμού και των δημιουργικών βιομηχανιών που σχετίζονται κυρίως με τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες. • Το διαθέσιμο ψηφιακό περιεχόμενο για την προβολή του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα δεν είναι επαρκές, ούτε σε ποσότητα, ούτε σε βάθος, ούτε σε ποιότητα. • Μεγάλο διάστημα έγκρισης τουριστικών επενδύσεων. • Μεγάλη εξάρτηση της οικονομίας από τον τουρισμό που είναι ευμετάβλητος σε εξωτερικούς παράγοντες, όπως οικονομικές, υγειονομικές και περιβαλλοντικές κρίσεις. • Κίνδυνοι προσωρινών ή μόνιμων αλλοιώσεων σε ιστορικούς ή πολιτιστικούς πόρους από την έντονη και εποχική τουριστική επισκεψιμότητα.
Ευκαιρίες	Απειλές
<ul style="list-style-type: none"> • Ευκαιρίες διείσδυσης σε παγκόσμιες αγορές. Για παράδειγμα η πρόοδος στις τεχνολογίες cloud, επιτρέπει στις δημιουργικές βιομηχανίες να συνεργάζονται και να διανέμουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους οπουδήποτε στον κόσμο, με πολύ μικρότερο κόστος από ότι στο παρελθόν. • Ο πολιτισμός δημιουργεί σημαντικές θετικές εξωτερικές οικονομίες, λόγω της διασύνδεσής του με μια σειρά από κλάδους και υπηρεσίες, μεταξύ των οποίων οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες και ο βιώσιμος πολιτιστικός τουρισμός. • Νέες θέσεις εργασίας μπορούν να δημιουργηθούν από την ενίσχυση των ψηφιακών δεξιοτήτων και την εφαρμογή των βέλτιστων πρακτικών στον τομέα του τουρισμού. • Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μια αναπτυσσόμενη αγορά που μπορεί να δώσει 	<ul style="list-style-type: none"> • Εκτεταμένη χρήση πειρατικού λογισμού • Κυριαρχία μεγάλων πλατφόρμων στην παραγωγή και διανομή πολιτιστικών και δημιουργικών αγαθών και υπηρεσιών (π.χ. NETFIX). Σε μερικούς τομείς, αυτές οι νέες επιχειρήσεις έχουν ήδη κυριαρχήσει στις αγορές και στις αλυσίδες αξίας, αναλαμβάνοντας μεγάλο μέρος της δημιουργίας, διανομής και πώλησης των πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών. • Μεγάλη συγκέντρωση ως προς την προστιθέμενη αξία και τα έσοδα, καθώς το 50% των εσόδων και της προστιθέμενης αξίας παράγεται στη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία. • Τεχνολογίες που αυξάνουν την παραγωγικότητα (π.χ. cloud computing, data analytics, revenue management software, augmented reality, geotagging κ.α.) έχουν μικρή διείσδυση ως σήμερα στον τομέα του τουρισμού διεθνώς, αλλά



σημαντική ώθηση στην τουριστική ανάπτυξη, να αυξήσει τη μέση τουριστική δαπάνη, αλλά και να επεκτείνει τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου.

- Ισχυρή διασύνδεση πολιτισμού και τουρισμού, στο πλαίσιο της ΕΤΑΚ.
- Εμφάνιση νέων, εξωστρεφών επιχειρηματικών εγχειρημάτων, με την μορφή start-ups και new ventures στον τουρισμό (με έμφαση στον πολιτιστικό τουρισμό και την αξιοποίηση των ΤΠΕ) και τη δημιουργική βιομηχανία, συνεισφέροντας σημαντικά στην καινοτομία προϊόντων / υπηρεσιών αλλά και στην οργανωσιακή καινοτομία στον τομέα του τουρισμού.

και στη χώρα μας.

- Εντεινόμενος διεθνής ανταγωνισμός από παραδοσιακούς και ανερχόμενους τουριστικούς προορισμούς.
- Η πανδημία του COVID-19 έπληξε με σφοδρότητα τον τουριστικό κλάδο.



Βιβλιογραφία

- Alpha Bank. (25 Αυγούστου 2017). *Η συμβολή του τουρισμού στην ανάκαμψη της οικονομίας*. Εβδομαδιαίο Δελτίο Οικονομικών Εξελίξεων.
- Arbitrage Real Estate Advisors. (Δεκέμβριος 2018). *Ελληνική αγορά ξενοδοχείων*.
- Bloomberg Media Group and World Travel and Tourism Council. (2019). *World Transformed: Megatrends and Their Implications for Travel and Tourism*.
- European Commission. (2017). *Mapping the Creative Value Chains. A study on the economy of culture in the digital age*. Final Report.
- European Commission. (2019g). *Proposal for a Decision of the European Parliament and of Council on the Strategic Innovation Agenda of the European Institute of Innovation and Technology (EIT) 2021-2027: Boosting the Innovation Talent and Capacity of Europe*.
- European Commission. (30.4.2018). *Mid-term evaluation of Creative Europe*. COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT, Brussels.
- Eurostat. (2019). *Culture Statistics. 2019 edition*.
- Karavitis, N. (2018). *Η συμβολή του Ιδιωτικού Τομέα του Τουρισμού στην Οικονομία και τα Φορολογικά Έσοδα: Η Περίπτωση της Ελλάδας, 2010-2016*. ΙΝΣΕΤΕ.
- OECD. (2018b, February 23). *Fostering greater SME participation in a globally integrated economy. (OECD Ministerial Conference on SMEs)*. Mexico City. Ανάκτηση από <https://www.oecd.org/cfe/smes/ministerial/documents/2018-SME-Ministerial-Conference-PlenarySession-3.pdf>
- OECD. (2019c). *Enabling SMEs to benefit from digitalisation*. OECD, Centre for Entrepreneurship, SMEs, Regions and Cities. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD Publishing.
- OECD. (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD Publishing, OECD Publishing. doi:<https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>
- Oxford Economics . (2017). *Ο αντίκτυπος του διαδικτυακού περιεχομένου στον ελληνικό τουρισμό*.
- PwC. (2018c). *2018 Entertainment and Media*.
- PwC. (2018d). *Ελληνικός τουρισμός – Η επόμενη μέρα*.
- The Lisbon Council and NESTA. (2017). *The Creative Economy in Europe*. Interactive policy brief. *Issue 21/2017*.
- UNCTAD. (2018). *Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries 2002 – 2015*.
- UNESCO and UNDP. (2014). *Creative Economy Report 2013*. Special Edition: Widening Local Development Pathways. Ανάκτηση από <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>
- World Economic Forum. (2019). *Agile Governance for Creative Economy 4.0*. Briefing Paper.
- World Economic Forum. (2019). *Travel & Tourism Competitiveness Index*. 2019 edition.
- WTTC. (2020). *Travel & Tourism: Economic Impact 2020*.
- Βαγιονής, Ν., & Σκούλτσος, Σ. (2016). *Ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΚΑΙ Ο ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ*. ΚΕΠΕ.
- ΕΛΣΤΑΤ. (2019a). *Τουρισμός 2019*.
- ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ. (Νοέμβριος 2018). *Τάσεις και ανάγκες δεξιοτήτων στη δημιουργική και πολιτιστική βιομηχανία: Η περίπτωση του οπτικοακουστικού τομέα και των ζωντανών παραστάσεων. Προτάσεις πολιτικής για Βουλγαρία, Ελλάδα, Ρουμανία και Ηνωμένο Βασίλειο*.

- ΙΝΣΕΤΕ . (2019). *Αξιολόγηση του brand “Ελλάδα” και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Ν. Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών.*
- ΙΝΣΕΤΕ. (2019). *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2018.*
- Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου. (2017). *Μελέτη για την Χαρτογράφηση της Πολιτιστικής και Δημιουργικής Βιομηχανίας στην Ελλάδα.*
- Μενδώνη , Λ. (2016, 11 19). Ποιο μέλλον για την Ελλάδα; Η παιδεία και ο πολιτισμός ως στοιχεία εθνικής ταυτότητας και ως μοχλοί ανάπτυξης. (*Εκδήλωση Κύκλου Ιδεών*). Καβάλα.
- Μίνης, Ι., & Ζεϊμπέκης, Β. (2019). *Ο τομέας των logistics στην Ελλάδα, 4η Πανελλήνια Έρευνα EEL: Υφιστάμενη κατάσταση και μελλοντικές τάσεις.* Ελληνική Εταιρεία Logistics, Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- ΤτΕ. (2019). *Εξελίξεις στο ταξιδιωτικό ισοζύγιο πληρωμών.* Αθήνα: Τράπεζα της Ελλάδος.