



Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών
Σχολή Επιστημών Οικονομίας και Δημόσιας Διοίκησης
Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
«Εφαρμοσμένων Οικονομικών και Περιφερειακής Ανάπτυξης»
στην κατεύθυνση «Εφαρμοσμένων Οικονομικών και Διοίκησης»

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης για Τουρισμό
στην Ελλάδα με τη Χρήση Πάνελ Δεδομένων

Ιωάννης Κανακάρης

Επιβλέπων: Χρυσόστομος Στοφόρος, Αναπληρωτής Καθηγητής

Αθήνα, Νοέμβριος 2023

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την υποστήριξη, την κατανόηση και την ενθάρρυνση τους σε όλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον επιβλέποντα καθηγητή Δρ. Χρυσόστομο Στοφόρο για τη βοήθεια και την καθοδήγηση του.

Περίληψη

Η διπλωματική εργασία εξετάζει τους προσδιοριστικούς παράγοντες ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα. Χρησιμοποιώντας πάνελ δεδομένα από το 2010 έως το 2018 δείχνουμε ότι οι αφίξεις δεν επηρεάζονται από τις σχετικές τιμές των χωρών προέλευσης με αυτών της Ελλάδας αλλά κατά κύρια βάση από τις σχετικές τιμές της Ελλάδας με τις ανταγωνίστριες μεσογειακές χώρες όπως η Ισπανία, η Ιταλία, η Τουρκία, η Πορτογαλία, η Αίγυπτος και η Μάλτα. Επιπλέον, τα αποτελέσματα της ανάλυσης δείχνουν πως το εισόδημα των χωρών προέλευσης των τουριστών διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στον αριθμό των αφίξεων ενώ σχετικά λιγότερο οι εμπορικές σχέσεις της Ελλάδας με τις χώρες αυτές. Τέλος, παρέχουμε ενδείξεις πως οι τουρίστες προέρχονται από χώρες με σχετικά καλύτερο νομικό σύστημα με ποιοτικότερη εκτελεστική εξουσία και λιγότερες τρομοκρατικές και εγκληματικές ενέργειες. Το γεγονός αυτό δείχνει πως οι προτιμήσεις των τουριστών δεν αλλάζουν σε μικρές διαφορές του δείκτη σταθερότητας και εφαρμογής των νόμων (rule of law) από αυτόν της χώρας προέλευσης τους.

Λέξεις Κλειδιά: Τουρισμός, Εμπορικοί Δεσμοί, Ποιότητα Νομικού Συστήματος, Δεδομένα Πάνελ, Μοντέλο Βαρύτητας

Abstract

This thesis examines the determinants of demand for tourist services in Greece. Using panel data from 2010 to 2018 we show that arrivals are not affected by the relative prices of the countries of origin to those of Greece but mainly by the relative prices of Greece to competing Mediterranean countries such as Spain, Italy, Turkey, Portugal, Egypt and Malta. In addition, the results of the analysis show that the income of the countries of origin of the tourists plays an important role in the number of arrivals, while the commercial relations of Greece with these countries play a relatively less role. Finally, we provide evidence that tourists come from countries with a relatively better legal system with better quality executive power and fewer terrorist and criminal acts. This fact shows that the preferences of tourists do not change in small differences of the index of stability and abide to law (rule of law) from that of their country of origin.

Keywords: Tourism, Trade Ties, Rule of Law, Panel Data, Gravity Model

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες	2
Περίληψη	3
Abstract	4
Εισαγωγή.....	7
Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή στον Τουρισμό	9
1.1. Γενικές Έννοιες του Τουρισμού.....	9
1.2. Είδη Τουρισμού.....	10
1.3. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα και στην Ελληνική Οικονομία	11
1.4. Ο Ρόλος του Τουρισμού στη Σύγχρονη Ελληνική Οικονομία.....	11
Κεφάλαιο 2: Επισκόπηση της Βιβλιογραφίας	14
2.1. Βιβλιογραφική Επισκόπηση Τουρισμού	14
2.2. Επιστημονική Βιβλιογραφία με Βάση την Ελλάδα	15
2.3. Η Περίπτωση της Ιταλίας.....	21
2.4. Η Περίπτωση της Ισπανίας	24
2.5. Η Περίπτωση της Πορτογαλίας.....	25
2.6. Η Περίπτωση της Τουρκίας	26
Κεφάλαιο 3: Δεδομένα	28
3.1. Πηγές των Δεδομένων.....	28
3.2. Περιγραφικά Στατιστικά Δεδομένων	30
Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία	32
4.1. Μοντέλο Βαρύτητας.....	32
4.2. Εμπειρική Ανάλυση	34
Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα	36
5.1. Έλεγχος Hausman	36
5.2. Εμπειρικά Αποτελέσματα	38
Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα	49
Βιβλιογραφία	50
Παράρτημα 1.....	55

Λίστα Πινάκων

Πίνακας 1. Περιγραφικά Στατιστικά	29
Πίνακας 2. Wu-Hausman Statistic	36
Πίνακας 3. Hausman Test	37
Πίνακας 4. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Χωρών Προέλευσης Τουριστών, στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα	38
Πίνακας 5. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Τουρκίας στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα	40
Πίνακας 6. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας Ιταλίας στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα	41
Πίνακας 7. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Ισπανίας στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα	42
Πίνακας 8. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Πορτογαλίας στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα	43
Πίνακας 9. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Αιγύπτου στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα	45
Πίνακας 10. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Κύπρου στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα	46
Πίνακας 11. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Μάλτας στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα	47
Πίνακας 12. Pooled OLS	55

Λίστα Γραφημάτων

Γράφημα 1. Συνεισφορά του Τουρισμού στο ΑΕΠ σε Ποσοστό 2010-2018.....	12
Γράφημα 2. Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα σε Εκατομμύρια 2010-2018.....	13
Γράφημα 3. Συνολικές Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα από τις 33 Χώρες Προέλευσης.....	28

Εισαγωγή

Στην παρούσα διπλωματική εργασία θα μελετηθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης τουρισμού από τρίτες χώρες προς την Ελλάδα, πιο συγκεκριμένα με τη χρήση πάνελ δεδομένων για 9 έτη από το 2010 έως το 2018 για το σύνολο τουριστών από 33 χώρες θα μελετηθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν τον αριθμό των επισκεπτών με σκοπό να παραθερίσουν στη χώρα μας. Με την χρήση οικονομετρικών εργαλείων ανάλυσης πάνελ δεδομένων θα εκτιμηθούν και θα παρουσιαστούν κατά ποσό παράγοντες όπως οι σχετικές τιμές, οι εμπορικές σχέσεις και οι δείκτες εγκληματικότητας, μεταξύ της χώρας προέλευσης και της Ελλάδας διαφέρουν μεταξύ τους και εάν αυτές οι διαφορές έχουν θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο στη ζήτηση για τουρισμό. Παράλληλα θα εξεταστούν και οι επιπτώσεις που έχουν στη ζήτηση οι σχετικές τιμές των ανταγωνιστών της Ελλάδας σε τουριστικές υπηρεσίες όπως η Ισπανία, η Ιταλία, η Τουρκία, η Πορτογαλία, η Αίγυπτος και η Μάλτα. Το κύριο εύρημα της εργασίας εντοπίζεται στο γεγονός πως οι αφίξεις δεν επηρεάζονται από τις σχετικές τιμές των χωρών προέλευσης με αυτών της Ελλάδας αλλά κατά κύρια βάση από τις σχετικές τιμές της Ελλάδας με τις ανταγωνίστριες μεσογειακές χώρες που αναφέραμε παραπάνω. Επιπλέον, τα ευρήματα δείχνουν πως το εισόδημα των χωρών προέλευσης των τουριστών διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στον αριθμό των αφίξεων ενώ σχετικά λιγότερο οι εμπορικές σχέσεις που έχει αναπτύξει η Ελλάδα με τις χώρες αυτές. Επίσης, παρέχουμε ενδείξεις πως οι τουρίστες προέρχονται από χώρες με σχετικά καλύτερο νομικό σύστημα με ποιοτικότερη εκτελεστική εξουσία και λιγότερες τρομοκρατικές και εγκληματικές ενέργειες. Αυτό εν μέρει μπορεί να αποδοθεί στο γεγονός πως οι χώρες προέλευσης είναι κατά κύριο λόγο πιο εύρωστες και οργανωμένες από την Ελλάδα.

Στο πρώτο κεφάλαιο της διπλωματικής εργασίας θα συζητηθούν διάφοροι ορισμοί που έχουν δοθεί στον τουρισμό στην επιστημονική βιβλιογραφία ανά τα έτη και τα διάφορα είδη τουρισμού που συναντιούνται. Επιπλέον, θα παρουσιαστεί και θα αναλυθεί η σημαντικότητα του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία μέσω βασικών στοιχείων, όπως το μέγεθος της συνεισφοράς του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία και πιο συγκεκριμένα το κομμάτι της πίτας που κατέχει στο Ελληνικό ΑΕΠ την περίοδο που εξετάζουμε από τις 33 χώρες του δείγματος. Στη συνέχεια θα παρουσιαστεί διαγραμματικά το πως μεταβάλετε το ποσοστό που συμβάλει στο ΑΕΠ ετησίως ο τουρισμός, καθώς και τη θέση της Ελλάδας στην παγκόσμια κατάταξη τουρισμού.

Στην επόμενη ενότητα θα γίνει επισκόπηση της επιστημονικής βιβλιογραφίας που αφορά τις τουριστικές υπηρεσίες και τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό σε διάφορα μέρη ανά την υφήλιο και εάν τα πορίσματα και τα αποτελέσματα αυτών των επιστημονικών ερευνών και άρθρων συμφωνούν ή διαφέρουν. Εν συνεχεία θα συζητηθούν τα αποτελέσματα της διπλωματικής εργασίας και θα συγκριθούν με αυτά της παγκόσμιας βιβλιογραφίας, περιληπτικά στη δεύτερη ενότητα και πιο σχολαστικά στην ενότητα των εμπειρικών αποτελεσμάτων.

Η τρίτη ενότητα της διπλωματικής εργασίας θα ασχοληθεί με την παρουσίαση των δεδομένων, πιο συγκεκριμένα θα παρουσιαστούν περιγραφικά στατιστικά των μεταβλητών που θα χρησιμοποιηθούν και το πως αυτές δημιουργήθηκαν. Πέραν της περιγραφικής ανάλυσης στην τρίτη ενότητα θα περιλαμβάνονται οι πηγές από τις οποίες αντλήθηκαν τα δεδομένα όπως οι Παγκόσμια Τράπεζα και το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών.

Στην τέταρτη ενότητα θα παρατεθούν οι οικονομετρικοί μέθοδοι ανάλυσης και τα υποδείγματα που χρησιμοποιήθηκαν για τη μελέτη των παραγόντων που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό στην Ελλάδα. Η ανάλυση θα βασιστεί σε μεθόδους ανάλυσης πάνελ δεδομένων όπως Pooled OLS, μέθοδος τυχαίων επιδράσεων REM και μέθοδος σταθερών επιδράσεων FEM.

Στην πέμπτη ενότητα θα παρουσιαστούν τα εμπειρικά αποτελέσματα που προέκυψαν από τη χρήση των οικονομετρικών υποδειγμάτων. Θα σχολιαστούν ως προς τη στατιστική τους σημαντικότητα, δηλαδή στο κατά ποσό επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό στην Ελλάδα, το μέγεθος του “αντίκτυπου” που έχουν οι διάφορες μεταβλητές πάνω στη ζήτηση καθώς και το πρόσημο της σχέσης μεταξύ τους.

Στην έκτη και τελευταία ενότητα θα γίνει ανασκόπηση της συζήτησης των προηγούμενων κεφαλαίων και θα παρουσιαστούν τα συμπεράσματα.

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή στον Τουρισμό

1.1. Γενικές Έννοιες του Τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς στον κόσμο τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες. Παρέχει ρευστότητα για τα κράτη υποδοχής, προωθεί τις πολιτιστικές ανταλλαγές, δημιουργεί θέσεις εργασίας και ενισχύει σημαντικά τις επενδύσεις σε υποδομές στις χώρες υποδοχής. Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα Tourism Highlights του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO), ο τουρισμός κατέχει την τρίτη θέση παγκοσμίως ως κατηγορία εξαγωγών, ξεπερνώντας ακόμη και τις εξαγωγές αυτοκινήτων.

Ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός άνθισε τον εικοστό αιώνα και η Ευρώπη έγινε ο πιο δημοφιλής τουριστικός προορισμός για τους Αμερικανούς. Σημαντικό ρόλο διαδραμάτισαν τα υπερωκεάνια πλοία τα οποία εκτελούσαν γρηγορότερα και ασφαλέστερα ταξίδια. Ωστόσο, μετά τον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο, οι ταξιδιωτικές συνήθειες άλλαξαν. Τα σιδηροδρομικά και θαλάσσια ταξίδια μειώθηκαν ως αποτέλεσμα των τεχνολογικών ανακαλύψεων και της ένταξης του αυτοκινήτου και του αεροπλάνου στα μέσα μεταφοράς. Η επακόλουθη επέκταση του οδικού δικτύου και η μαζική κατασκευή αυτοκινήτων οδήγησε σε σημαντική αύξηση του εσωτερικού τουρισμού. Στις μεταπολεμικές δεκαετίες, η άνοδος των αεροπορικών μεταφορών χρησίμευσε ως θεμέλιο για το μαζικό τουρισμό. Οι πρώτες δεκαετίες του εικοστού αιώνα σηματοδεύτηκαν επίσης από την ταχεία ανάπτυξη και εξάπλωση των αλυσίδων ξενοδοχείων και των τεράστιων τουριστικών εταιρειών.

Πολλές περιοχές αναπτύχθηκαν τουριστικά και ο τουρισμός εξελίχθηκε σε μια παγκόσμια αναπτυξιακή δραστηριότητα που παρείχε ρευστότητα και δημιούργησε νέους τύπους απασχόλησης. Τα ανεπτυγμένα κράτη ενθάρρυναν τον τουρισμό ως καλή οικονομική δραστηριότητα για τις οικονομίες τους και παρείχαν ένα επαρκές θεσμικό πλαίσιο για την ενίσχυση, την οργάνωση και τη διαχείριση της συνεχώς αυξανόμενης τουριστικής βιομηχανίας.

Ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί αλματωδώς από το 1950 και είναι πλέον ένας οικονομικός τομέας που έχει άμεσο αντίκτυπο στις χώρες όπου αναπτύσσεται. Επίσης, έχει αυξηθεί δραματικά ως αποτέλεσμα πολλών αιτιών όπως η πολιτική και οικονομική σταθερότητα, οι μεταφορές και η μαζική εμπορευματοποίηση.

Έπειτα από την ραγδαία αύξηση του μαζικού τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες δημιουργήθηκε η ανάγκη να αποδοθεί η έννοια του. Με απλά λόγια η έννοια του τουρισμού θα μπορούσε να αποδοθεί ως το άθροισμα όλων των δραστηριοτήτων, των υπηρεσιών αλλά και των αγαθών που καταναλώνονται και λαμβάνουν τόπο από άτομα στον τόπο εργασίας αλλά και κατοικίας τους και κατά κύριο λόγο για την αναψυχή του ατόμου. Στην παγκόσμια βιβλιογραφία κατά την πάροδο του χρόνου έχουν δοθεί διαφορετικοί ορισμοί για τον τουρισμό. Αρχικά, οι Luzzi και Flückiger (2003) ορίζουν την έννοια του τουρισμού ως το σύνολο των δραστηριοτήτων που προσφέρεται εγχώρια και καταναλώνεται από αλλοδαπούς. Με πιο απλά λόγια είναι το σύνολο αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνεται στα εγχώρια γεωγραφικά όρια από αλλοδαπούς παρά μια βιομηχανία όπως πολύ συχνά αντιμετωπίζεται.

Οι Hunziker και Krapf (1941) όρισαν τον τουρισμό ως το σύνολο των συμβάντων και σχέσεων που παράγονται κατά τη διάρκεια της παραμονής ενός ατόμου μακριά από τον τόπο κατοικίας του με την προϋπόθεση ότι αυτό το ταξίδι δεν έχει κερδοσκοπικό χαρακτήρα.

Ο ορισμός που δόθηκε για τον τουρισμό από τον UNWTO (Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού) αποδίδεται ως το σύνολο των δραστηριοτήτων από άτομα που βρίσκονται μακριά από το συνηθισμένο τους περιβάλλον όπως αυτό του τόπου διαμονής τους και για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός έτους για διάφορους λόγους όπως αυτός της αναψυχής, επαγγελματικούς κ.ά. Μπορεί να παρατηρηθεί η διαφορά από τον πρώτο ορισμό που είχε παρατεθεί το 1941 από τους Hunziker και Krafί όπου όπως προαναφέρθηκε είχαν συνδέσει τον τουρισμό αποκλειστικά με την αναψυχή ενώ ο UNWTO αναγνωρίζει ότι ο τουρισμός μπορεί να έχει και κερδοσκοπικό χαρακτήρα όπως για παράδειγμα επαγγελματικούς σκοπούς. Το γεγονός ότι αυτό το σύνολο αγαθών και υπηρεσιών που ορίζεται ως τουρισμός έχει αρκετά μεγάλη ποικιλομορφία μπορεί εν δυνάμει να δημιουργήσει και διάφορες άλλες νέες μορφές τουρισμού πάντα με βάση το σύνολο των αγαθών που επιθυμεί να καταναλώσει ο αλλοδαπός εγχώρια αλλά και ο ίδιος ο σκοπός του ταξιδιού.

1.2. Είδη Τουρισμού

Η πιο συνηθισμένη μορφή τουρισμού είναι αυτή του μαζικού τουρισμού. Στη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού τα άτομα αποζητούν τη χαλάρωση, την ξεκούραση και την αναψυχή χωρίς να λαμβάνουν μέρος σε πιο έντονες δραστηριότητες και καμία ή ελάχιστη απόκλιση από το πρόγραμμα του παραθερισμού. Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού εμφανίστηκε προς τα τέλη της βιομηχανικής επανάστασης κατά την οποία υπήρξε εισοδηματική αύξηση. Αυτό αποτέλεσε εφελκυστήρα για ομαδικές εξορμήσεις σε χαμηλού κόστους προορισμούς, ενώ πρέπει να αναφερθεί ότι πιο πριν ο τουρισμός ήταν ένα είδος πολυτελείας.

Πέραν του μαζικού τουρισμού υπάρχει και ο εναλλακτικός τουρισμός. Ο εναλλακτικός τουρισμός σχετίζεται με το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνεται από αλλοδαπούς με ειδικά και ιδιαίτερα κίνητρα και προτιμήσεις. Μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που παρουσιάζεται στην Ελλάδα είναι ο αγροτουρισμός όπου οι παραθεριστές έχουν επιλέξει έναν αγροτικό προορισμό για διακοπές και παρατηρούν ή συμμετέχουν στις αγροτικές δραστηριότητες. Ένα άλλο είδος εναλλακτικού τουρισμού είναι ο λεγόμενος οικοτουρισμός ή επαρχιακός τουρισμός στον οποίο λαμβάνει χώρα η κατανάλωση των αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται σε επαρχιακούς προορισμούς. Επίσης, ο τουρισμός στον οποίο η αιτία η οποία ωθεί το άτομο να απομακρυνθεί από τον τόπο του για να καταναλώσει σε άλλη τοποθεσία αγαθά και υπηρεσίες και πηγάζει από επαγγελματικούς λόγους ονομάζεται επαγγελματικός τουρισμός.

Ο ορεινός τουρισμός αναφέρεται στον τουρισμό κατά τον οποίο η τοποθεσία που έχει επιλεγεί από το αλλοδαπό άτομο είναι ορεινή και κατά κύριο λόγο συνοδεύεται από διάφορες δραστηριότητες όπως ορειβασία, αναρρίχηση, ποδηλασία στο βουνό, πεζοπορία κ.ά. Υπάρχουν παραθεριστές που διαλέγουν τον προορισμό βάση κάποιου προβλήματος υγείας ή ο προορισμός που έχουν επιλέξει προσδίδει κάποια οφέλη στην υγεία, αυτή η μορφή τουρισμού ονομάζεται τουρισμός υγείας. Όταν το άτομο ταξιδεύει με σκοπό τη μάθηση τότε η μορφή τουρισμού στην οποία ανήκει το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που θα καταναλώσει ονομάζεται μαθησιακός τουρισμός. Ο χειμερινός τουρισμός λαμβάνει τόπο τους χειμερινούς μήνες και συνοδεύεται από τις ανάλογες δραστηριότητες. Ο θρησκευτικός τουρισμός λαμβάνει χώρα όταν το άτομο στον προορισμό που έχει επιλέξει ακολουθεί δραστηριότητες θρησκευτικού περιεχομένου και ενδιαφέροντος. Στον αθλητικό τουρισμό ο τουρίστας συμμετέχει ή παρακολουθεί κάποιο αθλητικό δρώμενο. Όταν ο σκοπός του ταξιδιού είναι

γαστρονομικός όπως για την κατανάλωση τοπικών και παραδοσιακών γευμάτων και ποτών τότε η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού ονομάζεται γαστρονομικός τουρισμός.

Συνεπώς υπάρχουν πολύ ορισμοί για το τι είναι ο τουρισμός, συμπερασματικά κατά κύριο λόγο ο τουρισμός είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων, αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνει ένα άτομο μακριά από τον τόπο διαμονής του. Ενώ το άτομο που λαμβάνει μέρος στη διαδικασία του τουρισμού ονομάζεται τουρίστας. Οι μορφές του τουρισμού διαφοροποιούνται από διάφορους παράγοντες, κύριο λόγο διαδραματίζει ο σκοπός που το άτομο αποφασίζει να αφήσει τον τόπο διαμονής του, οι δραστηριότητες και το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που θα καταναλώσει, καθώς και τα γεωγραφικά και όχι μόνο χαρακτηριστικά και ιδιαιτερότητες που έχει ο τόπος που έχει επιλέξει ο τουρίστας.

Κλείνοντας σύμφωνα με τους Shaw και Williams (1994) τα άτομα τα οποία ταξιδεύουν μακριά από τον τόπο κατοικίας/εργασίας τους και αποφασίζουν να δαπανήσουν χρηματικές μονάδες σε αγαθά και υπηρεσίες στον τόπο που μεταβαίνουν, ενώ παραμένουν στον τόπο αυτό για λιγότερο από 24 ώρες θεωρούνται εκδρομείς και όχι τουρίστες. Ακολουθώντας πιστά τα αυστηρά πλαίσια ορισμού του τουρίστα, στην παρούσα διπλωματική εργασία θα χρησιμοποιήσουμε δεδομένα από αφίξεις τουριστών που παρέμειναν στην χώρα μας και διέμειναν σε μονάδες φιλοξενίας και ξενοδοχεία για πάνω από 24 ώρες.

1.3. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα και στην Ελληνική Οικονομία

Η φιλοξενία είναι βασικό στοιχείο του τουρισμού και είναι βαθιά ριζωμένη στον ελληνικό πολιτισμό. Από τα αρχαία χρόνια οι Έλληνες είχαν την υποχρέωση να φιλοξενούν τους ξένους που βρίσκονταν στον τόπο τους. Οι ξένοι και περιπλανώμενοι προστατεύονταν κατά την Ελληνική μυθολογία από τον Δία καθώς ο ισχυρότερος θεός του Ολυμπιακού πανθέου ήταν ο προστάτης των ξένων εν ονόματι ο ξένιος Ζευς. Στην αρχαία Ελλάδα υπήρχαν κάποιες από τις μορφές τουρισμού που αναφέραμε στο προηγούμενο κεφάλαιο. Για παράδειγμα, μία από τις πιο συχνά εμφανιζόμενες μορφές τουρισμού ήταν ο αθλητικός τουρισμός όπου τα άτομα μετέβαιναν σε άλλη τοποθεσία για να παρακολουθήσουν ή να λάβουν μέρος σε αθλητικά δρώμενα όπως οι Ολυμπιακοί αγώνες. Έντονο φαινόμενο ήταν και ο θρησκευτικός τουρισμός όπου παρατηρούνταν μεγάλες πληθυσμιακές μετακινήσεις σε διάφορα θρησκευτικά μνημεία όπως το μαντείο των Δελφών.

1.4. Ο Ρόλος του Τουρισμού στη Σύγχρονη Ελληνική Οικονομία

Όμως και στη σύγχρονη ιστορία του Ελληνικού έθνους ο τουρισμός και η φιλοξενία αποτελούν μέρος του Ελληνικού πολιτισμού και της Ελληνικής οικονομίας. Η Ελλάδα στην τουριστική βιομηχανία έχει αρκετά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλες χώρες όπως επίσης υπάρχουν και τομείς στους οποίους υστερεί.

Τα πιο χαρακτηριστικά και δυνατά σημεία της Ελλάδας στην τουριστική βιομηχανία είναι τα φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα. Μεγάλες ακτογραμμές με πλήθος παραλιών βραβευμένες με γαλάζιες σημαίες, βουνά και δάση που παρέχουν έναν όμορφο φυσικό πλούτο, άλλα και η πολιτιστική κληρονομιά που “κουβαλάει” αποτελούν πόλο έλξης για μεγάλο πλήθος τουριστών από το εξωτερικό. Μεγάλο πλεονέκτημα είναι η ευελιξία που παρουσιάζουν οι μεσαίες και μικρομεσαίες

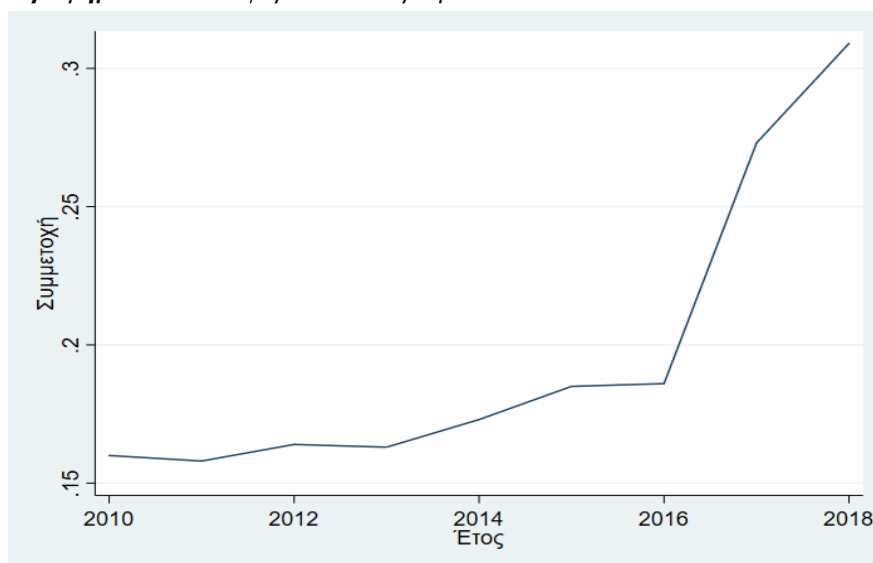
τουριστικές επιχειρήσεις στις εναλλασσόμενες ανάγκες για αγαθά και υπηρεσίες προς τους τουρίστες.

Ωστόσο, πρωταρχικό πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού αποτελεί η διαχείριση των μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων και πιο συγκεκριμένα η ασυνέπεια στην παραγωγή και παράδοση τουριστικών αγαθών ως αποτέλεσμα της έλλειψης στρατηγικής και επιχειρησιακής τεχνογνωσίας και διαχείρισης. Επίσης, το μάρκετινγκ είναι μια άλλη σημαντική ανεπάρκεια για τις περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις έχοντας άμεσο αντίκτυπο στην ικανοποίηση των τουριστών.

Οι μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις φαίνεται ότι δεν είναι σε θέση να διαφημιστούν αποτελεσματικά, δεδομένου ότι συχνά ακολουθούν στρατηγική προσανατολισμένη στο προϊόν και όχι στον καταναλωτή. Κατά συνέπεια, οι μικρομεσαίες τουριστικές υπηρεσίες εξαρτώνται υπερβολικά από τα κανάλια διανομής τουριστικών προϊόντων για την πώληση των προϊόντων τους. Οι τουριστικοί πράκτορες, ειδικότερα, ασκούν σημαντική δύναμη εντός του καναλιού και μπορούν να επηρεάσουν το μάρκετινγκ και τη διανομή των ελληνικών τουριστικών προσφορών (Bastakis et al., 2004). Οι ευρωπαίοι τουριστικοί πράκτορες έχουν επίσης μονοπώλιο στην προσβασιμότητα των προορισμών, δεδομένου ότι διαχειρίζονται την πλειονότητα των αεροσκαφών τσάρτερ που παρέχουν απευθείας πτήσεις.

Ο τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής οικονομίας, όντας μια από τις πιο βασικές βιομηχανίες που συνεισφέρουν στο οικονομικό ισοζύγιο της χώρας. Στο Γράφημα 1. διαγράφεται η πορεία συνεισφοράς του τουρισμού στο ΑΕΠ σε ποσοστό. Από το 2010 μέχρι το 2013 το ποσοστό που συνείσφερε στην Ελληνική οικονομία ο τουρισμός κινείται γύρω από την περιοχή του 16%, η μεταβολή τα τρία επόμενα χρόνια δεν είναι τρομερά εμφανή καθώς το 2014 η συνεισφορά είναι 17.3%, το 2015 18.5% και το 2016 18.6%, ραγδαία αύξηση παρατηρείται το 2017 καθώς το ποσοστό που έχει η βιομηχανία του τουρισμού στην “πίτα” της Ελληνικής οικονομίας είναι 27.3% ενώ το 2018 αυξήθηκε ακόμα περισσότερο στο 30.9% δηλαδή σχεδόν στο 1/3 της Ελληνικής οικονομίας.

Γράφημα 1. Συνεισφορά του Τουρισμού στο ΑΕΠ σε Ποσοστό 2010-2018

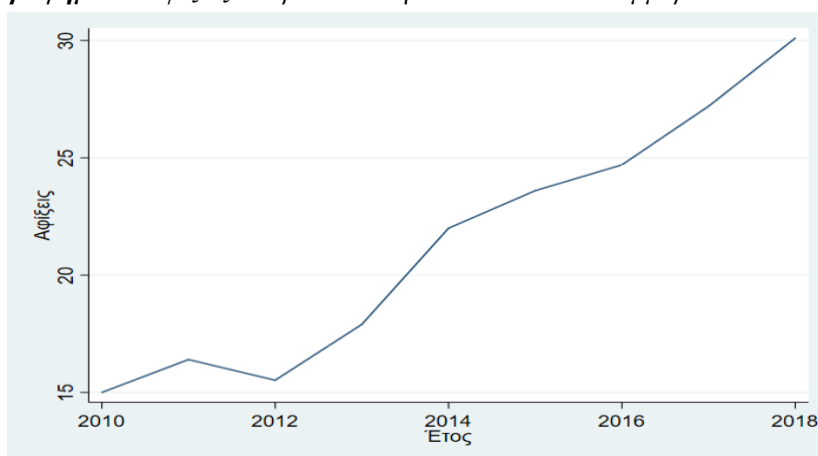


Πηγή: WTTC (Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών)

Μια σχετικά ανάλογη εικόνα παρατηρείται στις αφίξεις των ξένων τουριστών στην Ελλάδα όπως φαίνεται στο Γράφημα 2. Στα τρία πρώτα χρόνια που μελετάει η διπλωματική εργασία ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτεται την Ελλάδα κινείται ανάμεσα στους 15 με 16 εκατομμύρια.

Το 2013 ο αριθμός των ατόμων από το εξωτερικό που προτίμησε την Ελλάδα για τουριστικό προορισμό πλησίασε τα 18 εκατομμύρια, ενώ έντονη αύξηση παρατηρείται από το 2015 όπου οι αφίξεις ανέρχονται σε 23.6 εκατομμύρια και το 2016 σε 24.7 εκατομμύρια τουρίστες από το εξωτερικό. Όπως και στο ΑΕΠ το 2017 και 2018 παρατηρήθηκαν έντονες αυξήσεις. Το 2017 η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός επιλέχθηκε από 27.2 εκατομμύρια τουρίστες ενώ υπήρξε και περεταίρω αύξηση το 2018 καθώς οι εισροές των τουριστών ανήλθαν στις 30 εκατομμύρια δηλαδή περίπου τρεις φορές όσες είναι ο πληθυσμός της χώρας.

Γράφημα 2. Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα σε Εκατομμύρια 2010-2018



Πηγή: WTTC (Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών)

Στο επόμενο κεφάλαιο θα ακολουθήσει μια επισκόπηση της παγκόσμιας επιστημονικής βιβλιογραφίας για τον τουρισμό που αφορά τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό. Θα αναλυθούν κυρίως περιπτώσεις ερευνών που αφορούν την Ελλάδα ενώ στη συνέχεια θα αναφερθούν και παρόμοιες περιπτώσεις επιστημονικών ερευνών άλλων χωρών κυρίως μεσογειακών με τις οποίες η χώρα μας έχει αρκετά κοινά στοιχεία αλλά αποτελούν συγχρόνως ανταγωνιστές της στην βιομηχανία του τουρισμού. Θα αναφερθούν οι μέθοδοι ανάλυσης που χρησιμοποιήθηκαν στις εν λόγω έρευνες ενώ παράλληλα θα σχολιαστούν τα ευρήματά τους. Μέσω της ανασκόπησης αυτής θα συζητηθούν τα αναμενόμενα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας.

Κεφάλαιο 2: Επισκόπηση της Βιβλιογραφίας

2.1. Βιβλιογραφική Επισκόπηση Τουρισμού

Η διπλωματική εργασία έχει ως σκοπό τη μελέτη των παραγόντων ζήτησης για τουρισμό στην Ελλάδα. Αρχικά, θα αναλυθεί η διεθνής επιστημονική βιβλιογραφία που μελετάει ποιοι παράγοντες επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό σε μια χώρα. Σε αυτό το κεφάλαιο πέραν από τη μελέτη των παραγόντων που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό στην Ελλάδα, μέσω της βιβλιογραφίας θα γίνει αναφορά και για άλλες χώρες της Μεσογείου που αποτελούν πιθανούς ανταγωνιστές της.

Στην ανάλυση θα χρησιμοποιηθούν δεδομένα πάνελ με τη χρήση ενός μοντέλου βαρύτητας. Οι μέθοδοι χρονοσειρών πάνελ χρησιμοποιήθηκαν σε πολλές έρευνες και ιδιαίτερα την περίοδο 1994 και μετά. Οι Yazdī και Khanalizadeh (2017) χρησιμοποίησαν το μοντέλο βαρύτητας για να υπολογίσουν τη διεθνή τουριστική ζήτηση από 14 χώρες προέλευσης στις Ηνωμένες Πολιτείες. Ανακάλυψαν ότι το πραγματικό ΑΕΠ, ο δείκτης τιμών καταναλωτή και οι υποδομές μεταφορών έχουν θετικό αντίκτυπο στη ροή των ξένων επισκεπτών. Από την άλλη πλευρά, οι τιμές, οι πραγματικές συναλλαγματικές ισοτιμίες (RER) και η κρίση του 2011 είχαν αρνητικό αντίκτυπο στη ροή τουριστών στις ΗΠΑ.

Οι πρώτες εμπειρικές έρευνες σχετικά με την τουριστική ζήτηση δίνουν έμφαση στο ρόλο της αγοραστικής δύναμης των επισκεπτών για τη ζήτηση διεθνών τουριστικών υπηρεσιών (Gray, 1966; Kwack, 1972; Loeb, 1982). Το εισόδημα βρέθηκε επίσης να έχει σημαντική επεξηγηματική δύναμη στη συνάρτηση της τουριστικής ζήτησης σε πιο πρόσφατες έρευνες (Garin-Munoz & Amaral, 2000; Song et al., 2003a; Leitaο, 2010). Το αυξημένο εισόδημα αυξάνει τη ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες. Ο τουρισμός αποτελεί προϊόν πολυτελείας, σύμφωνα με τους Garin-Munoz και Montero-Martín (2007), Proença και Soukiazis (2005) και Ledesma-Rodriguez κ.ά. (2001), καθώς το ποσοστό του επί των καταναλωτικών δαπανών αυξάνεται περισσότερο από αναλογικά με την αύξηση του πραγματικού εισοδήματος. Δηλαδή, η εισοδηματική ελαστικότητα της ζήτησης είναι μεγαλύτερη της μονάδας. Οι Phakdisoth και Kim (2007) και Habibi κ.ά. (2009), αντίθετα, διαπιστώνουν ότι οι τουριστικές ροές προς το Λάος και τη Μαλαισία, αντίστοιχα, είναι ανελαστικές και συνεπώς δεν θεωρούνται αγαθό πολυτελείας από τους ταξιδιώτες. Αυτό σημαίνει ότι η εισοδηματική ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης ποικίλλει ανά έθνος και επομένως η τιμή της δεν μπορεί να γενικευτεί.

Έχει αποδειχθεί ότι οι τιμές, εκτός από το εισόδημα, επηρεάζουν τη διεθνή τουριστική ζήτηση (Gray, 1966; Kwack, 1972; Loeb, 1982; Gonzalez & Moral, 1995; Song et al., 2003b). Ο Walsh (1996) ορίζει ότι ο τουρισμός έχει τρεις κύριες συνιστώσες: τα έξοδα μεταφοράς, τα έξοδα συναλλαγματικής ισοτιμίας και το κόστος διαβίωσης στη χώρα προορισμού. Ενώ η απόσταση που διανύεται μεταξύ των χωρών χρησιμοποιείται συνήθως ως υποκατάστατο των εξόδων μεταφοράς (Khadaroo & Seetanah, 2008; Archibald et al., 2008; Görmüs & Göçer, 2010), ο αντίκτυπος των αλλαγών στις τιμές στα διεθνή ταξίδια είναι σημαντικά πιο περίπλοκος. Ο δείκτης τιμών καταναλωτή (CPI) χρησιμοποιείται συχνά για την εκτίμηση του κόστους ζωής σε μια τουριστική περιοχή (Martin & Witt, 1987; Morley, 1994).

Για την ποσοτικοποίηση των διαφορών τιμολόγησης μεταξύ των χωρών, οι περισσότερες εμπειρικές έρευνες χρησιμοποιούν το λόγο των CPI προορισμού και τουριστικής παραγωγής προσαρμοσμένο για τη συναλλαγματική ισοτιμία (Dritsakīs, 2004; Garin-Munoz & Montero-Martín, 2007). Επιπλέον, οι Song κ.ά. (2003a, 2003b)

χρησιμοποιούν τη μεταβλητή τιμής αντικατάστασης για να αποτυπώσουν τα αποτελέσματα της τιμής υποκατάστασης, ενώ οι Görmüs και Gözer (2010) χρησιμοποιούν το λόγο των ΔΤΚ στο κράτος προορισμού και στα εναλλακτικά ανταγωνιστικά τουριστικά κράτη για να αποτυπώσουν τα αποτελέσματα της τιμής υποκατάστασης.

Πολλές πρόσθετες μεταβλητές, όπως ο πληθυσμός των χωρών που παράγουν τουρισμό και οι εμπορικοί δεσμοί μεταξύ των χωρών, μπορούν να επηρεάσουν τη διεθνή τουριστική ζήτηση. Το μέγεθος του πληθυσμού της χώρας εξαγωγής μπορεί να είναι ένα ουσιαστικό στοιχείο, διότι η αύξηση του αριθμού των ατόμων που ζουν στις χώρες προέλευσης αυξάνει τους δυνητικούς πελάτες των τουριστικών υπηρεσιών. Επιπλέον, οι ισχυρές εμπορικές σχέσεις μεταξύ των χωρών υποδοχής και προέλευσης μπορεί να μεταφραστούν σε βελτιωμένες μεταφορές και αυξημένη προώθηση του τουριστικού προϊόντος, επιτρέποντας τα ταξίδια μεταξύ των εμπορικών εταίρων (Eilat & Einav, 2004; Phakdisoth & Kim, 2007; Leitao, 2010).

Ο καιρός και η θερμοκρασία είναι δύο ακόμη παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τοποθεσίας των τουριστών. Οι Lise και Tol (2002) και ο Martin (2005) αναλύουν την επίδραση αυτών των χαρακτηριστικών στη ζήτηση για ξένο τουρισμό και καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι είναι στατιστικά σημαντικά. Ενώ η πολιτική αστάθεια και η βία είναι σημαντικές για τη διεθνή τουριστική ζήτηση, σύμφωνα με τους Seddighi κ.ά. (2001) και Neumayer (2004). Οι υποδομές στη χώρα προορισμού και άλλες μεταβλητές που συνδέονται με τις μεταφορές και την επικοινωνία και διευκολύνουν την καθημερινή ζωή των τουριστών μπορούν επίσης να εξηγήσουν ένα μέρος της τουριστικής ζήτησης (Khadaroo & Seetanah, 2008; Archibald et al., 2008; Pulina & Biagi, 2010). Τέλος, αρνητικά σοκ, όπως εμφύλιες συγκρούσεις, φυσικές καταστροφές, πανδημικές επιδημίες ασθενειών και οικονομικές κρίσεις, θα έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην τουριστική ζήτηση.

2.2. Επιστημονική Βιβλιογραφία με Βάση την Ελλάδα

Η πρώτη επιστημονική έρευνα που θα γίνει αναφορά στο κεφάλαιο της επισκόπησης της βιβλιογραφίας είναι των Chassapopoulos κ.ά. (2014) στην οποία χρησιμοποιώντας panel δεδομένα από 31 χώρες για τα έτη 2001 έως 2010 θέλησαν να μελετήσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό στην Ελλάδα από 31 χώρες. Σύμφωνα με τους ερευνητές, η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία ήταν ιδιαίτερα σημαντική καθ' όλη τη διάρκεια της πιστωτικής κρίσης και της κρίσης του ευρώ, με σημαντικά δημοσιονομικά ελλείμματα στο ισοζύγιο πληρωμών. Από την άποψη αυτή, η έρευνά τους εξέτασε τους κοινωνικοοικονομικούς και γεωγραφικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη διεθνή τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της έρευνας, η απόσταση και το εμπόριο έχουν μεγαλύτερη επεξηγηματική δύναμη από τη σχετική τιμολόγηση και άλλα χαρακτηριστικά, όπως οι υποδομές μεταφοράς. Σε τρία από τα οκτώ μοντέλα που χρησιμοποίησαν, το εισόδημα έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στον τουρισμό. Επιπλέον, η πολιτική σταθερότητα φαίνεται να αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα της τουριστικής ζήτησης. Τα αποτελέσματα όσον αφορά τις ανταγωνιστικές τιμές μεταξύ της Ελλάδας και των κορυφαίων τουριστικών ανταγωνιστών της είναι διφορούμενα. Μια ενδιαφέρουσα ανακάλυψη είναι ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 φαίνεται να είχαν αρνητική επίδραση στις αφίξεις ξένων επισκεπτών στην Ελλάδα εκείνο το έτος.

Κάνοντας χρήση μοντέλων έλξης μετατρέποντας τις μεταβλητές σε λογαριθμική μορφή εξέτασαν τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό στην Ελλάδα. Ως εξαρτημένη μεταβλητή του υποδείγματος, όρισαν τον αριθμό των συνολικών αφίξεων από τη χώρα προέλευσης για ένα έτος t. Το ύψος του προσωπικού εισοδήματος είναι ο πιο κρίσιμος παράγοντας πρόβλεψης της απόφασης των ταξιδιωτών να μεταβούν στο εξωτερικό. Στην παρούσα μελέτη, προσεγγίζεται από το κατά κεφαλήν ΑΕΠ των χωρών προέλευσης. Το ΑΕΠ υπολογίζεται χρησιμοποιώντας σταθερές ισοτιμίες αγοραστικής δύναμης από το 2005. Η τουριστική ζήτηση προβλέπεται να έχει θετική εισοδηματική ελαστικότητα. Τα στοιχεία για το ΑΕΠ προέρχονται από τους Παγκόσμιους Δείκτες Ανάπτυξης της Παγκόσμιας Τράπεζας και καλύπτουν τα έτη 2001 έως 2010. Ένα άλλο στοιχείο που μπορεί να επηρεάσει τη διεθνή τουριστική ζήτηση είναι το κόστος ζωής στη χώρα προορισμού. Ως εκ τούτου, χρησιμοποιούν ένα υποκατάστατο της σχετικής τιμολόγησης μεταξύ της Ελλάδας και των χωρών που παράγουν τουρισμό. Στην εμπειρική έρευνα, οι σχετικές τιμές υπολογίζονται συνήθως ως ο λόγος των CPI των χωρών προορισμού και προέλευσης, προσαρμοσμένος για τη συναλλαγματική ισοτιμία. Παρά το γεγονός ότι αυτό το μέτρο της σχετικής τιμολόγησης είναι ευρέως αναγνωρισμένο και χρησιμοποιείται στη βιβλιογραφία, έχει ένα σημαντικό μειονέκτημα.

Ο λόγος του CPI παρακολουθεί τις μεταβολές των σχετικών επιπέδων τιμών μεταξύ των χωρών, αλλά δεν λέει τίποτα για το επίπεδο των τιμών. Οι διμερείς εμπορικές συμφωνίες, όπως προαναφέρθηκε, μπορούν επίσης να ενισχύσουν τις τουριστικές ροές μεταξύ των χωρών. Το εμπόριο μπορεί να λειτουργήσει ως πλατφόρμα ανταλλαγής γνώσεων μεταξύ της Ελλάδας και των χωρών προέλευσης. Ένας άλλος παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει την απόφαση των ταξιδιωτών να επισκεφθούν την Ελλάδα είναι το κόστος μεταφοράς. Στο άρθρο τους, η μεταβλητή που χρησιμοποιείται για την αναπαράσταση του κόστους ταξιδιού στην Ελλάδα είναι η χιλιομετρική απόσταση μεταξύ της Αθήνας και των πρωτευουσών όλων των χωρών που δημιουργούν τουρισμό. Παρά τις αδυναμίες της ως μέτρο των ταξιδιωτικών εξόδων, η απόσταση χρησιμοποιείται συνήθως στη βιβλιογραφία ως αποτελεσματικό υποκατάστατο του κόστους μεταφοράς. Ενσωματώνουν στο υπόδειγμά τους μια ψευδομεταβλητή για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 στην Αθήνα. Εκτός από την πολιτική σταθερότητα που χρησιμοποίησαν στην ανάλυσή τους, άλλα χαρακτηριστικά της προσφοράς στη χώρα προορισμού επηρεάζουν τη διεθνή ζήτηση επισκεπτών. Τα αεροδρόμια, οι δημόσιες συγκοινωνίες, οι τηλεπικοινωνίες και άλλες ενημερωτικές υπηρεσίες αποτελούν παραδείγματα υποδομών. Η επαρκής παροχή υποδομών και ευκολιών μεταφοράς καθιστά την καθημερινή ζωή των επισκεπτών πιο ευχάριστη και ασφαλή, γεγονός που επηρεάζει την επιλογή του προορισμού διακοπών τους. Με άλλα λόγια, μειώνει το κόστος συναλλαγής για τους τουρίστες όταν ταξιδεύουν.

Η μεθοδολογία χρησιμοποιεί τις ακαθάριστες επενδύσεις σε υποδομές (GSI) ως υποκατάστατο για την ποσοτικοποίηση της επιρροής των υπηρεσιών προσφοράς στη ζήτηση για ξένο τουρισμό. Λόγω της διαθεσιμότητας των δεδομένων, επικεντρωνόμαστε στις υποδομές μεταφορών, οι οποίες είναι ίσως το σημαντικότερο είδος υποδομής για τους επισκέπτες. Ο GSI είναι ένας σύνθετος δείκτης. Εκτιμάται ως το σύνολο των ακαθάριστων επενδυτικών δαπανών για υποδομές αεροδρομίων, οδικές και σιδηροδρομικές υποδομές και υποδομές θαλάσσιων λιμένων. Η μεταβλητή αυτή εφαρμόζεται με χρονική υστέρηση ενός έτους για να ληφθούν υπόψη οι χρονικές καθυστερήσεις που σχετίζονται με την πραγματοποίηση μακροπρόθεσμων

δαπανών, όπως η κατασκευή αυτοκινητοδρόμων. Τα στοιχεία προέρχονται από τις στατιστικές του ΟΟΣΑ και εκφράζονται σε εκατομμύρια ευρώ.

Σε κάθε υπόδειγμα που έκαναν χρήση, το προσωπικό εισόδημα των επισκεπτών δεν εμφανίζεται στατιστικά σημαντικό, σε αντίθεση με την εμπειρική έρευνα της διεθνούς βιβλιογραφίας τουριστικής ζήτησης για άλλα μέρη. Σε κάθε επίπεδο, το σχετικό κόστος και ο υποκατάστατος όρος για τις υποδομές και άλλες ανέσεις δεν είναι στατιστικά σημαντικά, ωστόσο ο συντελεστής της πολιτικής σταθερότητας έχει ευνοϊκή επίδραση στον τουρισμό. Τα προβλεπόμενα αποτελέσματα διαμορφώνουν μια μικτή εικόνα για τους ανταγωνιστές της Ελλάδας στον τομέα των διεθνών τουριστικών υπηρεσιών.

Η σχετική τιμολόγηση της Ελλάδας, της Πορτογαλίας, της Ιταλίας και της Κροατίας φαίνεται να είναι στατιστικά αμελητέος παράγοντας πρόβλεψης της τουριστικής ζήτησης, αλλά οι συγκρίσιμοι συντελεστές για την Τουρκία, την Κύπρο και την Αίγυπτο φαίνεται να έχουν σημαντική επίδραση στον τουρισμό στην Ελλάδα. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Αθήνας το 2004 είχαν αρνητικό αντίκτυπο κατά το έτος αυτό. Ένα σημαντικό συμπέρασμα είναι ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα δεν φαίνεται να αποτελεί υπηρεσία πολυτελείας για τα σχετικά εύπορα ευρωπαϊκά κράτη του δείγματός της συγκεκριμένης μελέτης, ούτε βραχυπρόθεσμα ούτε μακροπρόθεσμα. Μια συμβουλή πολιτικής από αυτή την άποψη είναι να δώσει ο ελληνικός τουριστικός τομέας μεγαλύτερη προσοχή στην προσέλκυση ταξιδιωτών από τις ταχέως αναδύμενες μεγάλες οικονομίες, όπου τα κέρδη αυξάνονται ραγδαία και οι διακοπές στην Ελλάδα μπορεί να εξακολουθούν να θεωρούνται υπηρεσία πολυτελείας. Επιπλέον, επειδή η απόσταση φαίνεται να είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες της τουριστικής ζήτησης στην Ελλάδα, μπορεί να είναι επωφελές για την Ελλάδα να παρέχει οικονομικά προσιτά πακέτα εκδρομών που περιλαμβάνουν το κόστος μεταφοράς, προκειμένου να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες. Σύμφωνα με τους συγγραφείς οι εμπορικοί δεσμοί αποτελούν σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει τη ζήτηση τουρισμού, γι' αυτό η Ελλάδα πρέπει να αναπτύξει ιδιαίτερα τις εμπορικές της συνεργασίες με χώρες που δεν είναι ακόμη καθιερωμένοι καταναλωτές της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Ένας άλλος παράγοντας που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι η ανταγωνιστικότητα της τουριστικής επιχείρησης στην Ελλάδα. Ο καθορισμός ανταγωνιστικών τιμών αποτελεί ζωτική προϋπόθεση για να διατηρήσει και να ενισχύσει ο ελληνικός τουρισμός τη θέση του στην παγκόσμια αγορά. Επιπλέον, επειδή εξωτερικοί κλυδωνισμοί όπως η πολιτική αστάθεια επηρεάζουν αρνητικά τη ζήτηση των ξένων επισκεπτών, οι προσπάθειες των φορέων χάραξης πολιτικής θα πρέπει να επικεντρωθούν στην άμβλυνση των κοινωνικών αναταραχών και των τεράστιων απεργιών, ενισχύοντας έτσι την εικόνα της χώρας στο εξωτερικό.

Στην παγκόσμια επιστημονική βιβλιογραφία υπάρχουν αρκετές μελέτες και ερευνητικές δημοσιεύσεις που γίνεται χρήση οικονομετρικών μοντέλων για τη μελέτη και την ανάλυση των παραγόντων που έχουν επίδραση στη ζήτηση για τουρισμό. Το 2000 οι Dritsakis και Athanasiadis κάνοντας χρήση λογαριθμικών και λογαριθμικών-γραμμικών μοντέλων (log-linear & log-log) μελέτησαν την επίδραση διαφόρων παραγόντων στη ζήτηση για τουρισμό. Τα λογαριθμικά μοντέλα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να δώσουν μια γραμμική προσαρμογή για μη γραμμικές συναρτήσεις, έτσι ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί η τεχνική OLS (μέθοδος ελαχίστων τετραγώνων) και οι παράμετροι (συντελεστές κλίσης) αυτής της λογαριθμικής μορφής να μπορέσουν να ποσοτικοποιήσουν τις ελαστικότητες των σχετικών επεξηγηματικών μεταβλητών της συνάρτησης τουριστικής ζήτησης.

Η εξαρτημένη μεταβλητή που χρησιμοποιήθηκε για τη μέτρηση της ζήτησης του τουρισμού ήταν ο αριθμός των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα, ο οποίος χρησιμεύει ως εξαρτημένη μεταβλητή του μοντέλου και δόθηκε από την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδας, ενώ τα στατιστικά στοιχεία του πληθυσμού για κάθε χώρα δόθηκαν από την Eurostat (1960-1997). Στις ανεξάρτητες μεταβλητές ήταν το διαθέσιμο εισόδημα, ενώ οι εθνικοί λογαριασμοί του ΟΟΣΑ παρείχαν τιμές για το διαθέσιμο εισόδημα, το οποίο αποτελεί τη βασική επεξηγηματική μεταβλητή του υποδείγματος και έχει χρησιμοποιηθεί από πολλούς ερευνητές σε διάφορα υποδείγματα (Artus, 1972; Kwack, 1972; Dritsakis, 1995; Geyikdagi, 1995). Η επόμενη εξαρτημένη μεταβλητή ήταν το μέσο συνολικό κόστος μιας 10ήμερης τουριστικής επίσκεψης το οποίο προέκυψε προσθέτοντας το μέσο κόστος ενός επιπλωμένου καταλύματος, δύο δείπνων και πρωινού σε εστιατόριο και της αεροπορικής μεταφοράς. Το 75,62% των επισκεπτών χρησιμοποιούν την αεροπορική μεταφορά ως κύριο μέσο μεταφοράς για να φτάσουν στον προορισμό τους.

Ο Παγκόσμιος Οδηγός Αεροπορικών Εταιρειών υπολόγισε το κόστος των αεροπορικών μεταφορών, ενώ το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο παρείχε τις συναλλαγματικές ισοτιμίες. Οι αναλυτές περιλαμβάνουν επίσης το μέσο κόστος διαμονής σε ανταγωνιστικές τοποθεσίες, όπως η Ισπανία και η Τουρκία (Jud & Joseph, 1974; Uysal & Grompton, 1985; Witt & Witt, 1990), παρόλο που πολλοί αναλυτές θεωρούν ότι ο εγχώριος τουρισμός είναι ανταγωνιστικός (Loeb, 1982). Μια άλλη βασική μεταβλητή στο υπόδειγμα με διετή υστέρηση είναι οι ακαθάριστες επενδύσεις σε πάγια περιουσιακά στοιχεία. Οι ακαθάριστες επενδύσεις σε πάγια περιλαμβάνουν τις δαπάνες τόσο για κτίρια όσο και για εξοπλισμό σε όλους τους κλάδους, όχι μόνο στον τουρισμό (Dritsakis, 1998). Τέλος, η μεταβλητή για τις διαφημιστικές δαπάνες αντιπροσωπεύει ένα κλάσμα του συνολικού τουριστικού συναλλάγματος που διαθέτει ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος σε κάθε χώρα προέλευσης τουριστών. Η προσέγγιση OLS χρησιμοποιήθηκε για την εκτίμηση των ανεξάρτητων συναρτήσεων ζήτησης για την Αυστρία, τις χώρες της τότε οικονομικής ένωσης Μπενελούξ, τη Γαλλία, τη Γερμανία, τη Δανία, την Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ολλανδία, τη Σουηδία, τη Φινλανδία, τη Γιουγκοσλαβία, την Ελβετία, τη Νορβηγία, τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ιαπωνία. Η στατιστική d των Durbin-Watson χρησιμοποιήθηκε για τον έλεγχο της αυτοσυσχέτισης των καταλοίπων. Όταν διαπιστώθηκε ότι η αυτοσυσχέτιση αποτελούσε πρόβλημα σε μια συγκεκριμένη συνάρτηση, χρησιμοποιήθηκε η προσέγγιση Cochrane-Orcutt (CO) για τη διόρθωσή της.

Σύμφωνα με το θεωρητικό υπόδειγμα θα έπρεπε να έχει θετικό αντίκτυπο η επίδραση στη ζήτηση και να έχουν θετικούς εκτιμώμενους συντελεστές κλίσης το διαθέσιμο εισόδημα, η συναλλαγματική ισοτιμία, οι επενδύσεις σε πάγια περιουσιακά στοιχεία, το μέσο κόστος σε ανταγωνιστικούς προορισμούς και οι διαφημιστικές δαπάνες. Οι ερευνητές ανέμεναν επίσης αρνητικούς εκτιμώμενους συντελεστές κλίσης για την ψευδομεταβλητή για την πολιτική σταθερότητα της Ελλάδας (1 για τα έτη 1967, 1974, 1980, 1982, 1983, 1989 και 0 εάν όχι) και το μέσο κόστος διαμονής στο κράτος προέλευσης. Όταν οι εκτιμώμενοι συντελεστές κλίσης των επεξηγηματικών μεταβλητών είχαν αντίθετο πρόσημο από αυτό που προέβλεπε το θεωρητικό μοντέλο, οι μεταβλητές αυτές αφαιρέθηκαν από την εξίσωση του μοντέλου και οι παλινδρομήσεις εκτελέστηκαν χωρίς αυτές. Οι χώρες των οποίων οι εκτιμώμενες εξισώσεις παλινδρόμησης παρήγαγαν συντελεστές κλίσης που δεν συμφωνούσαν καθόλου με το θεωρητικό υπόδειγμα αφαιρέθηκαν επίσης από το υπόδειγμα. Για την επιλογή των πιο ικανοποιητικών αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκαν οι τιμές του πολλαπλού συντελεστή προσδιορισμού R^2 (διορθωμένου ως προς τους βαθμούς

ελευθερίας) και του t-statistic. Οι συντελεστές κλίσης των επεξηγηματικών μεταβλητών διατηρήθηκαν στο μοντέλο παρά την αδυναμία τους όταν δεν ήταν στατιστικά σημαντικοί (διαφορετικοί από το μηδέν) καθώς είχαν το σωστό πρόσημο σύμφωνα με το θεωρητικό μοντέλο. Σε δέκα (10) χώρες χρησιμοποιήθηκαν οι συντελεστές του διαθέσιμου εισοδήματος καθώς είχαν το προβλεπόμενο πρόσημο ανεξάρτητα από τη στατιστική σημαντικότητα. Ο συντελεστής διαθέσιμου εισοδήματος της Δανίας ήταν 0,371, ενώ της Ολλανδίας ήταν 2,181. Αυτό υποδηλώνει ότι μια αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος κατά 1% στην Ολλανδία θα οδηγήσει σε αύξηση των τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα κατά 2,181%, με την προϋπόθεση ότι όλοι οι άλλοι παράγοντες παραμένουν σταθεροί (*ceteris paribus*). Το μέσο κόστος διαμονής και ταξιδιού εμφανίζεται σε εννέα από τις δεκαπέντε χώρες που βρέθηκαν στο υπόδειγμα, παρά το γεγονός ότι όλοι οι συντελεστές μπορεί να μην είναι στατιστικά σημαντικοί.

Η υπολογιζόμενη εξίσωση της Γερμανίας έχει τον υψηλότερο συντελεστή απόλυτης τιμής, ακολουθούμενη από τη Γιουγκοσλαβία και τη Φινλανδία. Αυτό υποδηλώνει ότι μια μείωση κατά 1% στο κόστος διαμονής και διέλευσης θα αυξήσει τις αφίξεις από τη Γερμανία κατά 0,822% και τις αφίξεις από τη Φινλανδία κατά 0,314%. Οι μέσοι συντελεστές κόστους διαμονής σε άλλες μεσογειακές χώρες που ανταγωνίζονται την Ελλάδα κυμαίνονται από 0,465 για τη Δανία έως 2,273 για την Αυστρία. Η μεταβλητή αυτή είναι πιο περίπλοκη, καθώς υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν το μέσο κόστος διαμονής σε ανταγωνιστικά κράτη και δεν μπορούν να διαχωριστούν σαφώς. Η συναλλαγματική ισοτιμία του νομίσματος της χώρας σε σχέση με την ελληνική δραχμή επηρεάζει θετικά την τουριστική ζήτηση. Σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, ο συντελεστής για τις ακαθάριστες επενδύσεις παγίου κεφαλαίου φαίνεται να έχει τη μεγαλύτερη επίδραση στην τουριστική ζήτηση στην πλειονότητα των χωρών. Ως συνέπεια των αυξημένων δημόσιων και ιδιωτικών επενδύσεων στην τουριστική βιομηχανία, έχει παρατηρηθεί βελτίωση των καταλυμάτων διαμονής, των μεταφορών και πολλών υπηρεσιών από το 1974.

Οι επενδύσεις αυτές ενισχύουν όχι μόνο τον όγκο των τουριστικών αφίξεων αλλά και την ποιότητα του τουρισμού. Οι βελτιώσεις στους οδικούς άξονες και τα αεροδρόμια θα αυξήσουν ακόμη περισσότερο την ποιότητα των αφίξεων των επισκεπτών. Αυτό υποδηλώνει ότι μια μείωση κατά 1% στο κόστος διαμονής και διέλευσης θα αυξήσει τις αφίξεις από τη Γερμανία κατά 0,822% και τις αφίξεις από τη Φινλανδία κατά 0,314%. Οι μέσοι συντελεστές κόστους διαμονής σε άλλες μεσογειακές χώρες που ανταγωνίζονται την Ελλάδα κυμαίνονται από 0,465 για τη Δανία έως 2,273 για την Αυστρία. Η μεταβλητή αυτή είναι πιο περίπλοκη, καθώς υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν το μέσο κόστος διαμονής σε ανταγωνιστικά κράτη και δεν μπορούν να διαχωριστούν σαφώς.

Στην παγκόσμια βιβλιογραφία ένας άλλος παράγοντας που έχει μελετηθεί ως προς το πρόσημο και το μέγεθος που επηρεάζει την παγκόσμια ζήτηση για τουρισμού είναι αυτός της τρομοκρατίας. Οι Samitas, Asteriou, Polyzos και Kenourgios (2018) στη μελέτη τους χρησιμοποίησαν μηνιαία στοιχεία από το 1977 έως το 2012 για να αναλύσουν την επίδραση της τρομοκρατίας στη ζήτηση για τουρισμό στην Ελλάδα. Θέλουν να μάθουν αν αυτή η αλληλεπίδραση είναι αμφίδρομη και αν διαρκεί μακροπρόθεσμα. Ως αποτέλεσμα, χρησιμοποιούν ένα μεγάλο σύνολο δεδομένων τρομοκρατικών επιθέσεων για να εκτελέσουν ελέγχους συνολοκλήρωσης και μακροχρόνιας αιτιότητας, προσαρμόζοντας τα δεδομένα τους για την κυκλική εποχικότητα και χρησιμοποιώντας PCA για να δημιουργήσουν ένα υποκατάστατο τρομοκρατίας με βάση τη σοβαρότητα του συμβάντος. Τα ευρήματά τους συμφωνούν

ότι η τρομοκρατία έχει σημαντική αρνητική επίδραση στις αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα και ότι η αιτιώδης συνάφεια περιορίζεται στην τρομοκρατία. Ως συνέπεια των ευρημάτων τους, οι αρχές θα πρέπει να εφαρμόσουν ισχυρά αντιτρομοκρατικά μέτρα και να λάβουν περαιτέρω μέτρα για την προώθηση του τουρισμού, της ασφάλειας και της προστασίας ως αντίδραση στις τρομοκρατικές επιθέσεις. Εξ όσων γνωρίζουμε, η παρούσα μελέτη είναι η πρώτη που ασχολείται με την τρομοκρατία χρησιμοποιώντας ένα τριπαραγοντικό υποκατάστατο με ποιοτικά στοιχεία. Οι αφίξεις τουριστών καταγράφηκαν σε μηνιαία βάση από τον Ιανουάριο 1977 έως το Δεκέμβριο 2012 και προέρχονται από τις στατιστικές βάσεις δεδομένων της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας. Τα τρομοκρατικά περιστατικά προέρχονται από τη Global Terrorism Database (GTD) του National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism (START) του Πανεπιστημίου του Μέριλαντ και την πρώην Υπηρεσία Εθνικής Ασφάλειας (ΥΠ.Ε.Α.) του υπουργείου Δημόσιας Τάξης. Όλα τα δεδομένα που προηγήθηκαν συνδυάζονται σε μια ενιαία χρονοσειρά τουριστικών αφίξεων. Ακολουθώντας τα βήματα που περιγράφονται παραπάνω, το τελικό σύνολο δεδομένων περιλαμβάνει 664 τρομοκρατικές επιθέσεις, 39 από τις οποίες είχαν ως αποτέλεσμα 112 θανάτους.

Δημιουργήθηκε μια χρονοσειρά παρατηρήσεων 432 μηνών. Κάθε παρατήρηση παρέχει το μηνιαίο συνολικό αριθμό συμβάντων, το μηνιαίο συνολικό αριθμό νεκρών και το όνομα της τρομοκρατικής ομάδας που ανέλαβε την ευθύνη. Η μηνιαία σειρά αφίξεων επισκεπτών παρουσίασε σημαντικές εποχικές διακυμάνσεις. Πρώτον, αφαιρέθηκαν οι κυκλικές εποχικές μεταβολές της σειράς και ανακτήθηκε η υποκείμενη συνιστώσα τάσης. Οι μεταβλητές που αφορούν την τρομοκρατία χωρίστηκαν σε τρεις κατηγορίες: α) kill (τρομοκρατικά περιστατικά με μόνο θύματα), β) terror (τρομοκρατικά περιστατικά χωρίς θύματα) και γ) terror kill (συνολικός αριθμός τρομοκρατικών περιστατικών). Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτών των μεταβλητών συναντώνται στην εξαιρετική ποιότητα τους και δείχνουν την ύπαρξη ή την απουσία ενός ή περισσότερων τρομοκρατικών επεισοδίων κατά τη διάρκεια μιας μηνιαίας περιόδου. Επιπλέον, ακόμη και μεταξύ της ίδιας ομάδας, ο βαθμός αυτών των περιστατικών ποικίλλει. Ο τυχαίος θάνατος ενός πολίτη, του Θάνου Αξαρλιάν, δεν έχει την ίδια βαρύτητα με τη δολοφονία ενός εν ενεργεία βουλευτή, του Παύλου Μπακογιάννη. Κατά συνέπεια, η τρομοκρατία ως επεξηγηματική μεταβλητή λειτουργεί παρόμοια με τις ψευδομεταβλητές, γεγονός που βοηθάει στο να ληφθεί απευθείας η επίδραση.

Η έκθεσή τους επικυρώνει τον επιβλαβή αντίκτυπο της τρομοκρατίας στην τουριστική ζήτηση χρησιμοποιώντας την Ελλάδα ως μελέτη περίπτωσης. Αποδεικνύουν επίσης ότι η επιρροή δεν είναι αμφίδρομη (οι τρομοκρατικές επιθέσεις επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό αλλά όχι το αντίστροφο) και μακροχρόνια. Λαμβάνοντας υπόψη την εποχικότητα και εφαρμόζοντας PCA σε τρεις ομαδοποιημένους δείκτες για την τρομοκρατία αποφεύγουν ζητήματα πολυσυγγραμμικότητας. Παρά τον εγχώριο χαρακτήρα των τρομοκρατικών περιστατικών που μελετήθηκαν, τα ευρήματά τους είναι σημαντικά υπό το πρίσμα της παγκόσμιας κλιμάκωσης των περιστατικών. Με δεδομένο ότι η υπόθεση της ανάπτυξης που καθοδηγείται από τον τουρισμό ισχύει για την Ελλάδα (Dritsakis, 2012; Eeckels et al., 2012), μπορούν να δουν ότι είναι επιτακτική ανάγκη για τις αρχές να αντιμετωπίσουν τα τρομοκρατικά περιστατικά με αποφασιστικότητα, προκειμένου να προστατεύσουν τον τουριστικό τομέα. Ενώ η ανάγκη να διατηρηθεί υψηλή η ποιότητα των τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών βρίσκεται στο επίκεντρο εδώ και καιρό, η αρνητική επίδραση της τρομοκρατίας δεν έχει ληφθεί σοβαρά υπόψη. Οι αρχές στην Ελλάδα θα πρέπει να αναλάβουν προληπτική δράση

για τη μείωση των τρομοκρατικών δραστηριοτήτων, προκειμένου να ενισχυθούν περαιτέρω οι αφίξεις τουριστών βοηθώντας στην άμεση αύξηση των εσόδων της χώρας. Τα αποτελέσματά τους ισχύουν και σε διεθνές επίπεδο και είναι ιδιαίτερα σημαντικά, δεδομένης της πρόσφατης έξαρσης των βίαιων εγκλημάτων στην ΕΕ, στις ΗΠΑ και σε τόπους διακοπών σε όλο τον κόσμο. Πέρα από το άμεσο αποτέλεσμα, ο διαρκής αντίκτυπος της τρομοκρατίας δεν έγκειται μόνο στον αριθμό των θανάτων και των τραυματισμών, αλλά και στο ότι λόγω της πιθανότητας βίας, η καθημερινή ζωή μεταβάλλεται, αλλά και στο ότι επηρεάζει το εισόδημα και μειώνει τη συνολική παραγωγή. Ακόμη και μετά την υποχώρηση των ψυχολογικών επιπτώσεων, είναι πιθανό να υπάρξουν μακροπρόθεσμες οικονομικές συνέπειες, επομένως είναι ζωτικής σημασίας για τις αρχές να εφαρμόσουν μέτρα που αντιμετωπίζουν άμεσα αυτές τις επιπτώσεις. Οι στρατηγικές αυτές πρέπει να επικεντρωθούν ειδικά στον τομέα του τουρισμού, δεδομένου ότι ανακαλύφθηκε μια σημαντική αρνητική συσχέτιση.

2.3. Η Περίπτωση της Ιταλίας

Σε αυτήν την υποενότητα της επισκόπησης της επιστημονικής βιβλιογραφίας θα παρατεθούν διάφορες έρευνες για τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό στην Ιταλία καθώς αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους μεσογειακούς τουριστικούς ανταγωνιστές της Ελλάδας.

Η πρώτη έρευνα για την οποία θα αναφερθούμε στην υποενότητα αυτή λαμβάνει χρόνο το 2010 από τους Quadri και Zheng (2010) και εξετάζει, το πρόσημο και το μέγεθος που έχουν στη ζήτηση για τουρισμό οι συναλλαγματικές ισοτιμίες. Σύμφωνα με τους Song και Li (2008) οι συναλλαγματικές ισοτιμίες χρησιμοποιούνται εδώ και καιρό για την πρόβλεψη της διεθνούς τουριστικής ζήτησης. Χρησιμοποιώντας το παράδειγμα της Ιταλίας, η μελέτη των Quadri και Zheng (2010) διερευνά τη σχέση μεταξύ των συναλλαγματικών ισοτιμιών και των αφίξεων από το εξωτερικό από μια νέα οπτική γωνία, μετρώντας την επιρροή, που έχουν οι μεταβολές των συναλλαγματικών ισοτιμιών στη διεθνή ζήτηση από δεκαεννέα διαφορετικές χώρες. Ενώ η μελέτη τους επιβεβαιώνει προηγούμενες έρευνες σχετικά με τις αντιστοιχίσεις χωρών (Crouch, 1995). Τα δεδομένα υποδηλώνουν ότι οι συναλλαγματικές ισοτιμίες δεν επηρεάζουν σταθερά τη διεθνή τουριστική ζήτηση, αποδεικνύοντας ότι οι συναλλαγματικές ισοτιμίες έχουν διαφορετικό βαθμό σημασίας για την απόφαση των ξένων αφίξεων στην Ιταλία. Σε έντεκα από τα δεκαεννέα ζεύγη χωρών που εξέτασαν, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες δεν είχαν καμία σημασία, γεγονός που έρχεται σε αντίθεση με προηγούμενες μελέτες (Crouch, 1994) και τις επικρατούσες υποθέσεις.

Η μελέτη αυτή προσδιόρισε επίσης το μέγεθος της αιτιώδους σχέσης παρέχοντας μια εξίσωση παλινδρόμησης για κάθε μία από τις οκτώ χώρες με την Ιταλία. Το σύνολο δεδομένων που παρείχε η Banca d'Italia απέδωσε μηνιαία στοιχεία για τις αφίξεις ξένων τουριστών. Το σύνολο δεδομένων περιλαμβάνει μηνιαίους αριθμούς εισερχόμενων τουριστών στην Ιταλία από τριάντα χώρες, που αντιπροσωπεύουν περίπου το 95 % του συνόλου. Επειδή η μελέτη επικεντρώθηκε στον αντίκτυπο της μεταβλητότητας των συναλλαγματικών ισοτιμιών και η Ιταλία χρησιμοποιεί το ευρώ, τα κράτη που χρησιμοποιούν το ευρώ παραλείφθηκαν από την έρευνα. Ως αποτέλεσμα, από το Φεβρουάριο του 2004 έως τον Ιούλιο του 2009, εξετάστηκαν οι μηνιαίοι αριθμοί εισερχόμενων τουριστών στην Ιταλία από δεκαεννέα από τα τριάντα κράτη. Από την 1η Φεβρουαρίου 2004 έως τις 31 Ιουλίου 2009 συγκεντρώθηκαν οι ημερήσιες συναλλαγματικές ισοτιμίες των δεκαεννέα νομισμάτων προς το ευρώ και δημιουργήθηκαν μηνιαίοι μέσοι όροι.

Η εποχικότητα είναι μία από τις μοναδικές και επίμονες πτυχές των τουριστικών επιχειρήσεων και οι εποχικές συνιστώσες εμφανίζονται συχνά σε δεδομένα χρονολογικών σειρών για τον τουρισμό (Witt & Moutinho, 1994). Για να αποκαλυφθούν οι πραγματικές συσχετίσεις μεταξύ των μηνιαίων αριθμών τουριστικών αφίξεων και των μηνιαίων μέσων συναλλαγματικών ισοτιμιών και οι δεκαεννέα μηνιαίες χρονοσειρές των αφίξεων ξένων τουριστών στην Ιταλία προσαρμόστηκαν εποχικά πριν από τις στατιστικές πράξεις.

Όπως προτείνουν οι Williams, Sweeney και Anderson (2006), για κάθε σύνολο δεδομένων κατασκευάστηκαν ο δωδεκάμηνος κινητός μέσος όρος και ο κεντραρισμένος κινητός μέσος όρος για την αποεποχικοποίηση των μηνιαίων χρονοσειρών. Στη συνέχεια, οι εποχικά μη κανονικές τιμές υπολογίστηκαν διαιρώντας τους ακατέργαστους μηνιαίους αριθμούς τουριστών με τους κεντραρισμένους κινητούς μέσους όρους. Ο μέσος όρος των εποχικά-ανώμαλων τιμών από διαφορετικούς μήνες χρησιμοποιήθηκε ως εποχικός δείκτης, ο οποίος διαιρέθηκε στους ακατέργαστους μηνιαίους αριθμούς για να προκύψει ο αποεποχικοποιημένος μηνιαίος αριθμός διεθνών αφίξεων επισκεπτών για κάθε ένα από τα δεκαεννέα κράτη.

Επειδή η μελέτη τους αποσκοπούσε στον προσδιορισμό της αιτιώδους σχέσης μεταξύ των συναλλαγματικών ισοτιμιών και του αριθμού των αφίξεων ξένων τουριστών στην Ιταλία, επέλεξαν την τεχνική της παλινδρόμησης (Bowerman, O'Connell & Koehler, 2005). Ως εξαρτημένες μεταβλητές χρησιμοποιήθηκαν οι αποεποχικοποιημένοι μηνιαίοι αριθμοί αφίξεων ξένων τουριστών από δεκαεννέα χώρες, ενώ ως ανεξάρτητες μεταβλητές χρησιμοποιήθηκαν οι μηνιαίες μέσες συναλλαγματικές ισοτιμίες μεταξύ των δεκαεννέα χωρών και της Ιταλίας. Τα αρχικά διαγράμματα διασποράς αποκάλυψαν ότι κανένα από τα δεκαεννέα ζεύγη δεδομένων δεν παρουσιάζει ένα σαφές γραμμικό μοτίβο, γεγονός που υποδηλώνει ότι η βασική γραμμική παλινδρόμηση μπορεί να μην εξυπηρετεί αποτελεσματικά τα μοτίβα των δεδομένων ή να μην αποδίδει τα μοντέλα με την καλύτερη προσαρμογή. Η προσέγγιση εκτίμησης καμπύλης του SPSS, μια ευρέως χρησιμοποιούμενη και εγκεκριμένη τεχνική για την υποβοήθηση των ερευνητών στην επιλογή του καλύτερου μοντέλου, δημιούργησε δεδομένα παλινδρόμησης και συνοδευτικά διαγράμματα διασποράς για αυτά τα έντεκα διακριτά μοντέλα παλινδρόμησης με ποικίλες καμπύλες. Τα μοντέλα πρέπει να προσαρμόζονται σωστά στα δεδομένα προκειμένου να αποτυπώνουν τις αιτιώδεις σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών που αναλύονται. Ως αποτέλεσμα, επιλέχθηκε η προσέγγιση εκτίμησης καμπύλης του SPSS μεταξύ αυτών για την ανακάλυψη τέτοιων μοντέλων για μεγαλύτερη κατανόηση και ακρίβεια αυτών των μελετών.

Τα συμπεράσματά τους έδειξαν ότι οι συναλλαγματικές ισοτιμίες δεν επηρεάζουν με τον ίδιο τρόπο τη ζήτηση τουριστών σε διαφορετικές καταστάσεις προέλευσης-προορισμού, όταν η Ιταλία είναι ο προορισμός. Επιπλέον, η συναλλαγματική ισοτιμία μεταξύ του έθνους προέλευσης και του ευρώ έχει μικρή στατιστική σημασία στην εξήγηση των αφίξεων τουριστών στην Ιταλία. Ενώ τα ευρήματα υποστηρίζουν προηγούμενες έρευνες πως τα επίπεδα της διεθνούς τουριστικής ζήτησης είναι συγκεκριμένα για κάποια ζεύγη χωρών (Crouch, 1995; Dwyer et al., 2002; Webber, 2001), έρχονται σε αντίθεση με πολλές άλλες μελέτες σχετικά με τη σημασία των συναλλαγματικών ισοτιμιών στον καθορισμό της διεθνούς ζήτησης για ευρωπαϊκούς προορισμούς (Dritsakis, 2004; Patsouratis et al., 2005).

Οι πρόσφατες μεταναστευτικές τάσεις, οι πολιτιστικοί δεσμοί, οι προωθητικές ενέργειες προς τις αγορές προέλευσης και οι κοινωνικοπολιτισμικές ιδιότητες έχουν

αντίκτυπο στους μοναδικούς παράγοντες ζήτησης για κάθε συνδυασμό προέλευσης-προορισμού (Cho, 2010; Lim, 1997). Για παράδειγμα, το 2005, οι Αμερικανοί επέλεξαν την Ιταλία ως τον πιο επιθυμητό προορισμό αναψυχής τους (Zid, 2005), γεγονός που σημαίνει ότι τα υποκατάστατα της Ιταλίας μπορεί να είναι λιγότερο πιθανά λόγω ανησυχιών για τις τιμές ή τα σχετικά επίπεδα πλούτου των Αμερικανών τουριστών. Επιπλέον, οι ιταλικοί πάροχοι τουριστικών υπηρεσιών ενδέχεται να παρέχουν υψηλότερα κίνητρα στους επισκέπτες από συγκεκριμένες οικονομίες προέλευσης για να αντισταθμίσουν τις συναλλαγματικές ισοτιμίες, μειώνοντας έτσι τις επιπτώσεις της συναλλαγματικής ισοτιμίας στον αριθμό των επισκεπτών. Για παράδειγμα, μετά τους Γερμανούς, οι Αμερικανοί και οι Βρετανοί δίνουν τα υψηλότερα έσοδα από τον τουρισμό στην Ιταλία (Algieri & Aquino, 2008), με τους οποίους δεν μοιράζονται το ίδιο νόμισμα του ευρώ και ως εκ τούτου δεν θα ανταμείβονταν από διαβεβαιώσεις συναλλαγματικών ισοτιμιών ή άλλες αντιδράσεις μάρκετινγκ. Πριν δεσμευτούν σε άσκοπα κίνητρα, οι Ιταλοί υπεύθυνοι μάρκετινγκ του τουρισμού ίσως θα ήθελαν να εκδώσουν διαβεβαιώσεις συναλλαγματικής ισοτιμίας με προσοχή και να αξιολογήσουν τον όγκο των δαπανών των επισκεπτών. Η φύση της νομισματικής πολιτικής και του ισοζυγίου πληρωμών μιας συγκεκριμένης χώρας προέλευσης μπορεί επίσης να ληφθεί υπόψη όταν επιχειρείται να κατανοηθεί η έλλειψη στατιστικής σημασίας της συναλλαγματικής ισοτιμίας στην ταξιδιωτική ζήτηση σε ορισμένα ζεύγη, με τη Κίνα να αποτελεί προφανές παράδειγμα.

Δεδομένου του μεγέθους της αυξανόμενης μεσαίας τάξης της Κίνας, η οποία είναι έτοιμη να ταξιδέψει, οι Ιταλοί έμποροι τουριστικών προϊόντων μπορεί να έχουν ασχοληθεί με το μάρκετινγκ σε αυτή τη νέα δημογραφική ομάδα και πιθανότατα θα συνεχίσουν να το κάνουν στο μέλλον. Το εύρος των ιταλικών αξιοθέατων, από τις πόλεις τέχνης μέχρι τις παραλίες και τα βοσκοτόπια, μπορεί να δώσει κάποια σιγουριά στους τουρίστες που επιθυμούν να βελτιστοποιήσουν τις δραστηριότητες και τις εμπειρίες τους, ενώ επιλέγουν έναν προορισμό με βάση την αξία και όχι την τιμή. Ομοίως, παρά τις διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών, η πολιτιστική ιστορία της Ιταλίας μπορεί να διατηρήσει μέρος της ελκυστικότητας του προορισμού. Ο Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών έχει χαρακτηρίσει περισσότερα μέρη της Ιταλίας ως Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς από οποιαδήποτε άλλη χώρα, γεγονός που καταδεικνύει την αφθονία πολιτιστικών, ιστορικών και φυσικών ενδιαφερόντων του έθνους της χερσονήσου (Algieri & Aquino, 2008).

Εάν οι συναλλαγματικές ισοτιμίες επηρεάζουν τους επισκέπτες από ορισμένες χώρες λιγότερο από ό,τι άλλες στην επιλογή της Ιταλίας ως προορισμό, τότε άλλοι δείκτες τιμολόγησης μπορεί να είναι πιο σημαντικοί από τις συναλλαγματικές ισοτιμίες, ή η ομορφιά της χερσονήσου μπορεί να υπερσχύει των εκτιμήσεων περί συναλλαγματικών ισοτιμιών. Για παράδειγμα, οι Han, Durberry και Sinclair (2006) έδειξαν ότι οι αυξήσεις των τιμών στην Ιταλία, τη Γαλλία και την Ισπανία μειώνουν την τουριστική ζήτηση στις ΗΠΑ, υποδηλώνοντας ότι οι Αμερικανοί έχουν μεγαλύτερη συνείδηση των τιμών των επιμέρους συστατικών της αλυσίδας εφοδιασμού του τουρισμού από ό,τι είχαν υποθέσει προηγουμένως άλλες μελέτες. Οι αλλαγές στις αγορές τουριστικών πακέτων προς την Ευρώπη, η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών σχετικά με το κόστος των τουριστικών προϊόντων και η ένταση του ανταγωνισμού μπορεί επίσης να έχουν αλλάξει τη σχετική σημασία των συναλλαγματικών ισοτιμιών στον καθορισμό της διεθνούς τουριστικής ζήτησης, δεδομένης της συνεχούς ανάπτυξης των καναλιών διανομής μέσω του Διαδικτύου και της ανταγωνιστικότητας των καναλιών.

2.4. Η Περίπτωση της Ισπανίας

Σε αυτήν την υποενότητα της επισκόπησης της επιστημονικής βιβλιογραφίας θα παρατεθούν διάφορες έρευνες για τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό στην Ισπανία. Όντας η μεγαλύτερη χώρα της Ιβηρικής χερσονήσου αποτελεί όπως και η προαναφερθείσα Ιταλία εξίσου έναν από τους μεγαλύτερους μεσογειακούς τουριστικούς ανταγωνιστές της Ελλάδας.

Το 1990, οι τουριστικές επιχειρήσεις στην Ισπανία αντιπροσώπευαν το 8,09% του ΑΕΠ και το 11,2% των θέσεων εργασίας. Επιπλέον, το ποσό του ξένου συναλλάγματος που δημιουργήθηκε από τον τουρισμό συνέβαλε στη μείωση του εμπορικού ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών κατά 57,4%. Τα στοιχεία αυτά υποδηλώνουν ότι η τουριστική βιομηχανία είναι σημαντικά ζωτικής σημασίας για την ισπανική οικονομία. Η τουριστική βιομηχανία άρχισε να ακμάζει τη δεκαετία του 1960 ως αποτέλεσμα μιας ελκυστικής προσφοράς με επίκεντρο τις ζεστές, ηλιόλουστες παραλίες και τις προσιτές τιμές. Ένας από τους πρωταρχικούς παράγοντες της πρωτοφανούς ανόδου της ήταν η διεθνής ζήτηση, η οποία υπήρξε κρίσιμη για την ανάπτυξη διαφόρων ισπανικών περιοχών. Μετά την αλλοπρόσβαλη συμπεριφορά του τομέα τη δεκαετία του 1970, η τουριστική βιομηχανία στο σύνολό της γνώρισε μια εποχή άνθησης τη δεκαετία του 1980, αν και υπέφερε από ποσοτικές και ποιοτικές μεταβολές τόσο στη ζήτηση όσο και στην προσφορά. Η εγχώρια ζήτηση αυξήθηκε σημαντικά, ενώ ο εξωτερικός τουρισμός άρχισε να μειώνεται από τα τέλη του 1988.

Μια οικονομετρική ανάλυση της διεθνούς τουριστικής ζήτησης δείχνει ότι η ισπανική αγορά είναι πολύ ευαίσθητη στις μεταβολές των σχετικών τιμών. Η γνώση των μεταβλητών που επηρεάζουν τη ζήτηση για διεθνή τουρισμό θα μπορούσε να βοηθήσει τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής να σχεδιάσουν στρατηγικές ανάπτυξης για την τουριστική βιομηχανία, η οποία είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ισπανική οικονομία. Επειδή υπάρχει σημαντική ελαστικότητα υποκατάστασης μεταξύ των χωρών για πολλούς ταξιδιώτες, οι μεγαλύτερες από τις αναμενόμενες τιμές στην Ισπανία μπορεί να οδηγήσουν σε αλλαγή προορισμού και όχι σε επιλογή παραίτησης από τα ταξίδια στο εξωτερικό (Gonzalez & Moral, 1995). Σε γενικές γραμμές, το επίπεδο εισοδήματος στις πλουσιότερες ευρωπαϊκές χώρες επηρεάζει τον αριθμό των ατόμων που επιλέγουν να ταξιδέψουν στο εξωτερικό για διακοπές, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που ταξιδεύουν στην Ισπανία, η οποία είναι μια από τις πιο δημοφιλείς τοποθεσίες. Ωστόσο, πρέπει να ληφθούν υπόψη οι ειδικές ιδιότητες του ισπανικού προϊόντος, το οποίο δεν θεωρείται "είδος πολυτελείας" στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

Τέλος, η έρευνα των Priego κ.ά. (2015) χρησιμοποίησε ένα μοντέλο πάνελ βαρύτητας με τον εκτιμητή ελαχίστων τετραγώνων (OLS) για να εξετάσει τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής στις επιλογές προορισμών των εγχώριων επισκεπτών στην Ισπανία μεταξύ 2005 και 2007. Μπορεί να υποστηριχθεί ότι η κλιματική αλλαγή είχε σημαντική επιρροή στην τουριστική κίνηση προς την Ισπανία. Τα ευρήματα αποκάλυψαν ότι οι υψηλότερες θερμοκρασίες ωφελούν τις ψυχρότερες περιοχές της βόρειας Ισπανίας, ενώ μειώνουν τις αφίξεις επισκεπτών στις θερμότερες επαρχίες της νότιας Ισπανίας. Επιπλέον, το ΑΕΠ, ο πληθυσμός, η απόσταση και η ακτογραμμή είχαν ουσιαστικό αντίκτυπο στον τουρισμό, όπως και η διαθεσιμότητα των νησιών.

2.5. Η Περίπτωση της Πορτογαλίας

Σε αυτήν την υποενότητα της επισκόπησης της επιστημονικής βιβλιογραφίας θα παρατεθούν διάφοροι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό στην άλλη χώρα της Ιβηρικής χερσονήσου την Πορτογαλία, σύμφωνα πάντα με τη διεθνή επιστημονική βιβλιογραφία και επιστημονικά άρθρα.

Η ακαδημαϊκή κοινότητα επικεντρώθηκε πρόσφατα στους παράγοντες της πορτογαλικής τουριστικής ζήτησης (Correia et al., 2008; Leitão, 2010; Daniel & Rodrigues, 2011; Serra et al., 2014). Στη μελέτη του Leitão (2015) εξετάστηκαν οι παράγοντες που επηρεάζουν την πορτογαλική τουριστική ζήτηση από το 2004 έως το 2013. Στην οικονομετρική τεχνική χρησιμοποιείται έλεγχος μοναδιαίας ρίζας σε πάνελ και δυναμικά δεδομένα πάνελ (εκτιμητής συστήματος GMM).

Ο ερευνητής εξέτασε την τουριστική ζήτηση που αναλύθηκε χρησιμοποιώντας τις κρατικές δαπάνες, το κατά κεφαλήν εισόδημα, το δείκτη τιμών καταναλωτή (ICP) και το ανθρώπινο κεφάλαιο ως επεξηγηματικούς παράγοντες. Σύμφωνα με τα στοιχεία που δημοσίευσε το INE (Εθνικό Ινστιτούτο Στατιστικής) το 2013, το Ηνωμένο Βασίλειο κατέχει την 1η θέση όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία, ακολουθούμενο από τη Γερμανία, την Ισπανία, τη Γαλλία και τις Κάτω Χώρες. Η Βραζιλία και η Ιρλανδία βρίσκονται στην έκτη και έβδομη θέση αντίστοιχα, ακολουθούμενες από την Ιταλία, τις Ηνωμένες Πολιτείες και το Βέλγιο. Στο άρθρο χρησιμοποιούν ένα δείγμα που περιλαμβάνει τους 26 κύριους εταίρους στην τουριστική ζήτηση στην Πορτογαλία για την περίοδο 2003-2013. Ο Leitão (2010) εξέτασε την επίδραση του εμπορίου στην πορτογαλική ζήτηση. Ο εκτιμητής του συστήματος GMM αποκάλυψε ότι η χρονική υστέρηση της εξαρτημένης μεταβλητής (τουριστική ζήτηση), το κατά κεφαλήν εισόδημα, το διμερές εμπόριο και ο πληθυσμός εμφάνισαν όλα θετικό πρόσημο, αποδεικνύοντας τη σημασία της τουριστικής ταξιδιωτικής βιομηχανίας για την πορτογαλική οικονομία.

Οι Surugiu κ.ά. (2011) δείχνουν ότι το κατά κεφαλήν εισόδημα, το άνοιγμα του εμπορίου, ο πληθυσμός και η σχετική τιμολόγηση επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση στη Ρουμανία. Τα ευρήματα βασίζονται σε εμπειρική έρευνα. Οι συγγραφείς χρησιμοποίησαν έναν εκτιμητή σταθερών επιδράσεων καθώς και το υπόδειγμα Tobit. Σύμφωνα με τη μελέτη, το κατά κεφαλήν εισόδημα, το άνοιγμα στο εμπόριο, η κοινή γλώσσα και η μετανάστευση επηρεάζουν ευνοϊκά την τουριστική ζήτηση. Οι Serra κ.ά. (2014) πραγματοποίησαν μια περιφερειακή αξιολόγηση της τουριστικής ζήτησης στην Πορτογαλία. Οι ερευνητές εξετάζουν επτά πορτογαλικές περιοχές από το 2000 έως το 2011 (Αλγκάρβε, Αλεντέζο, Λισαβόνα, Κεντρική και Βόρεια Πορτογαλία, Αζόρες και Μαδέρα). Μακροπρόθεσμα, η έρευνα αυτή δείχνει ότι η τουριστική ζήτηση είναι ένας ευνοϊκός δείκτης. Σύμφωνα με προηγούμενες έρευνες (Eilat & Einav, 2004; Leitão, 2010; Surugiu et al., 2011), οι επιπτώσεις του κατά κεφαλήν εισοδήματος στην τουριστική ζήτηση ήταν ευνοϊκές. Επίσης, τα ποσοστά ανεργίας μειώθηκαν με τις τουριστικές δραστηριότητες. Ο πληθωρισμός συνδεόταν αρνητικά με την τουριστική ζήτηση και θετικά με το κατά κεφαλήν εισόδημα. Οι κρατικές δαπάνες παρουσίασαν αρνητική σχέση με την τουριστική ζήτηση στην Πορτογαλία, όπως και το κατά κεφαλήν εισόδημα. Η τουριστική ζήτηση συνδέθηκε αρνητικά με το ανθρώπινο κεφάλαιο.

Οι υπηρεσίες υψηλής ποιότητας εξηγούν την πορτογαλική τουριστική ζήτηση (Leitão, 2015). Η σχετική τιμολόγηση συνδέεται με τη ζήτηση για τουρισμό με θετικό τρόπο, υποδεικνύοντας ότι η ποιοτική πρόοδος αυξάνει τη ζήτηση για τουρισμό στην Πορτογαλία. Το ανθρώπινο κεφάλαιο δικαιολογεί τις υψηλές προδιαγραφές των

τουριστικών υπηρεσιών στην Πορτογαλία, ενώ η κρατική χρηματοδότηση είναι επίσης απαραίτητη για τη στήριξη του τουριστικού τομέα. Στην πραγματικότητα, η Πορτογαλία έχει δημιουργήσει ένα εμπορικό σήμα στον τομέα του τουρισμού. Όσον αφορά τις προτάσεις οικονομικής πολιτικής, η Πορτογαλία θα πρέπει να συνεχίσει να ενισχύει τον τουριστικό τομέα, καθώς αποτελεί μια σημαντική βιομηχανία της οικονομίας.

2.6. Η Περίπτωση της Τουρκίας

Σε αυτήν την υποενότητα της επισκόπησης της επιστημονικής βιβλιογραφίας θα παρατεθούν διάφοροι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό στο εξωτερικό για την ίσως μεγαλύτερη ανταγωνίστρια και γείτονα χώρα Τουρκία.

Μεταξύ 1980 και 1982, τα διεθνή τουριστικά έσοδα της Τουρκίας αυξήθηκαν ταχύτερα από εκείνα οποιασδήποτε άλλης μεγάλης τουριστικής χώρας. Αυτό οφείλεται σε δύο σημαντικούς παράγοντες.

Πρώτον, η χώρα βίωσε μια σοβαρή οικονομική ύφεση από το 1973 έως το 1979 ως αποτέλεσμα της πετρελαϊκής κρίσης του 1973 και της κοινωνικής και πολιτικής αστάθειας που τη συνόδευε. Ο τουρισμός έπεσε κατακόρυφα στα τέλη της δεκαετίας του 1970, καθώς το κόστος αυξήθηκε με τον πληθωρισμό, ο οποίος έφτασε το 100% ετησίως και οι απεργίες των εργαζομένων σταμάτησαν τα ξενοδοχεία και άλλες τουριστικές υπηρεσίες. Το 1980 εγκαθιδρύθηκε εσωτερική πολιτική και οικονομική σταθερότητα και ο τομέας του τουρισμού αναζωογονήθηκε.

Ο δεύτερος σημαντικός λόγος που οδηγεί στην ανάπτυξη του τουρισμού είναι η σημαντική κυβερνητική προσπάθεια με στόχο την προσέλκυση διεθνών τουριστών. Η τουρκική κυβέρνηση έχει επενδύσει άμεσα περισσότερα χρήματα στο μάρκετινγκ του διεθνούς τουρισμού τα τελευταία χρόνια από οποιαδήποτε άλλη μεγάλη κυβέρνηση στον κόσμο. Επιπλέον, η κυβέρνηση το 1984 έδωσε μεγάλα κίνητρα για να προσελκύσει ξένες επενδύσεις σε ξενοδοχεία και άλλου τύπου καταλύματα ώστε να αυξήσει το σχετικά περιορισμένο αριθμό ξενοδοχειακών κλινών της Τουρκίας που ήταν περίπου 50.000 (Uysal & Crompton, 1984). Σήμερα οι κλίνες σε ξενοδοχεία και άλλου τύπου καταλύματα ανέρχονται σε περίπου 1.5 εκατομμύρια.

Η πλειονότητα της ξένης τουριστικής βιομηχανίας της Τουρκίας προέρχεται από πλούσιες χώρες. Οι τουρίστες αποτελούν το 98% του συνόλου των ξένων επισκεπτών στην Τουρκία, ενώ οι επαγγελματίες επισκέπτες αντιπροσωπεύουν μόνο το 2%. Κατά συνέπεια, οι επαγγελματίες ταξιδιώτες εξαιρέθηκαν από την παρούσα μελέτη. Οι μεγαλύτερες χώρες που παράγουν τουρισμό είναι η Γαλλία, η Γερμανία, οι ΗΠΑ, η Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ελλάδα. Σύμφωνα με την Αρχή Τουρισμού της Τουρκίας, οι διεθνείς επισκέπτες που επισκέπτονται την Τουρκία μπορούν να ταξινομηθούν σε τέσσερις μεγάλες ομάδες με βάση την τοποθεσία τους. Αυτές είναι οι χώρες του ΟΟΣΑ, άλλες ευρωπαϊκές χώρες (για παράδειγμα, η Βουλγαρία, η Γιουγκοσλαβία, η Ρουμανία και η Πολωνία), η Μέση Ανατολή (για παράδειγμα, το Ιράκ, το Ιράν, ο Λίβανος, η Συρία και η Ιορδανία) και η Λατινική Αμερική. Σχεδόν το 60% του συνόλου των διεθνών επισκεπτών στην Τουρκία προέρχεται από χώρες που είναι μέλη του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης. Η Βουλγαρία, η Γιουγκοσλαβία, η Ρουμανία και η Πολωνία αντιπροσωπεύουν σχεδόν το ίδιο ποσοστό τουριστών στην Τουρκία με τη Μέση Ανατολή.

Στη μελέτη των Kaplan και Aktas (2016) οι ερευνητές προσπάθησαν να εκτιμήσουν τις επιπτώσεις των διαφόρων παραγόντων που επηρεάζουν τη ζήτηση του τουρισμού

στην Τουρκία. Το Τουρκικό Στατιστικό Ινστιτούτο παρείχε τα ετήσια στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν στην ανάλυσή τους, τα οποία κάλυπταν τις επισκέψεις ξένων επισκεπτών στην Τουρκία από 92 χώρες από το 1996 έως το 2014. Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ υπολογίζεται διαιρώντας το ΑΕΠ με τον πληθυσμό του μέσου έτους (τα στοιχεία είναι σε σταθερά δολάρια ΗΠΑ του 2005) και ανακτήθηκε από τους World Development Indicators της Παγκόσμιας Τράπεζας. Ανακάλυψαν ότι το ΑΕΠ και το εισόδημα είχαν ευνοϊκή επίδραση στον αριθμό των εισερχόμενων επισκεπτών στην Τουρκία, ωστόσο η απόσταση μεταξύ της χώρας προέλευσης και της Τουρκίας είχε αρνητική επίδραση στον αριθμό αυτό σε όλες τις εκτιμήσεις τους. Σε όλες σχεδόν τις παλινδρομήσεις, όλες οι μεταβλητές ήταν στατιστικά σημαντικές. Επίσης, όταν προστίθενται ταυτόχρονα οι ψευδομεταβλητές της κρίσης, εμφανίζονται παράγοντες που θεωρήθηκαν στατιστικά ασήμαντοι. Ενώ τέλος η χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 είχε ευνοϊκό αντίκτυπο στην τουρκική ταξιδιωτική ζήτηση.

Κατά τη διάρκεια της κρίσης, η Τουρκία ενίσχυσε το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα μέσω της βελτίωσης της συναλλαγματικής ισοτιμίας, η οποία προώθησε τον τουρισμό. Η ψευδομεταβλητή για την κρίση του 2010 έχει ευνοϊκή επίδραση στην τουριστική ζήτηση. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις τους, ορισμένοι επισκέπτες από αραβικά κράτη επισκέφθηκαν την Τουρκία λόγω της αυξημένης δημοτικότητας της στη Μέση Ανατολή, ενώ ορισμένοι που κατέφυγαν στην Τουρκία λόγω πολιτικών αναταραχών εισήλθαν στη χώρα με τουριστική βίσα. Επίσης, παρατηρείται πως όταν οι ερευνητές ενσωμάτωσαν στο μοντέλο ψευδομεταβλητές που λάμβαναν υπόψιν την παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση του 2008, καθώς και την κρίση της Αραβικής Άνοιξης του 2010, αυτές είχαν θετική επίδραση στην εκτίμηση του κόστους μεταφοράς για τα έθνη που συνόρευαν με την Τουρκία.

Η ανάπτυξη του εισοδήματος στην Τουρκία και στις χώρες που επισκέπτονται οι τουρίστες επηρεάζει ευνοϊκά τη ζήτηση για τουρισμό (Kaplan & Aktas, 2016) ωστόσο, καθώς αυξάνεται η απόσταση μεταξύ δύο χωρών, η επίδραση αυτή γίνεται αρνητική. Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008, η κρίση της Αραβικής Άνοιξης του 2010 και τα χαρακτηριστικά των εθνικών μειονοτήτων επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η μελέτη των Balli κ.ά. (2013) που εξέτασε τις επιπτώσεις τόσο των εξαγόμενων τουρκικών τηλεοπτικών σειρών όσο και της συμφωνίας της τουρκικής κυβέρνησης που αφορούσε την άρση θεώρησης (visa) κατά την είσοδο τουριστών στη χώρα χρησιμοποιώντας δεδομένα από 81 διαφορετικές χώρες μεταξύ 1995 και 2010. Τα αποτελέσματα των στατικών και δυναμικών μοντέλων δεδομένων πάνελ δείχνουν ότι οι εξαγωγές τουρκικών τηλεοπτικών σειρών ενίσχυσαν την τουριστική ροή προς την Τουρκία, ιδιαίτερα από χώρες της Μέσης Ανατολής και της Ανατολικής Ευρώπης. Επιπλέον, το ΑΕΠ, το εμπόριο, ο πληθυσμός, ο δείκτης τιμών καταναλωτή και οι διμερείς συμφωνίες άρσης θεώρησης (visa) τουριστών είχαν όλα αντίκτυπο στις αφίξεις τουριστών στην Τουρκία, σύμφωνα με τα δύο μοντέλα.

Φτάνοντας στο τέλος της δεύτερης ενότητας αναμένουμε σύμφωνα με την παγκόσμια βιβλιογραφία το εισόδημα και οι εμπορικές σχέσεις της χώρας προέλευσης με την Ελλάδα να επηρεάζουν θετικά την ζήτηση για τουρισμό ενώ αρνητική επίπτωση αναμένεται να έχει η απόσταση μεταξύ της χώρας προέλευσης και της Ελλάδας. Παρόμοια αποτελέσματα παρατηρήθηκαν και για τους Μεσογειακούς ανταγωνιστές της Ελλάδας όσον αφορά τον τουρισμό και τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για αυτόν. Στην επόμενη ενότητα της παρούσας διπλωματικής εργασίας θα παρουσιαστεί η μεθοδολογία για την κατασκευή και χρήση των μοντέλων έλξης που χρησιμοποιούνται.

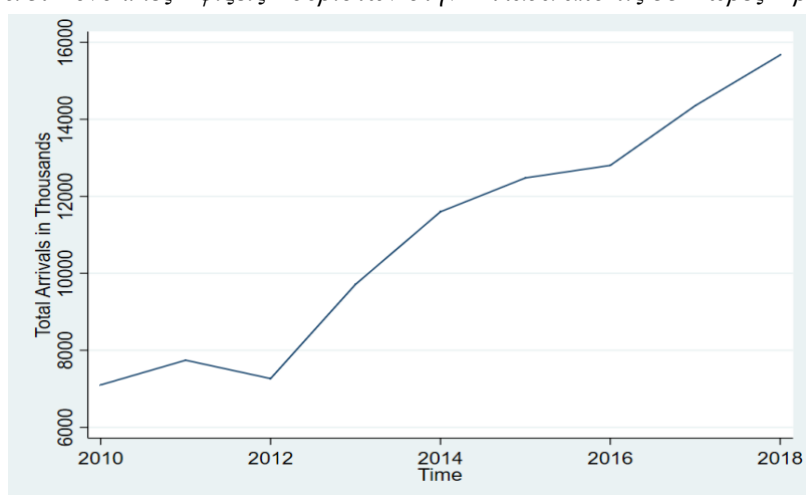
Κεφάλαιο 3: Δεδομένα

3.1. Πηγές των Δεδομένων

Εξετάζουμε δεδομένα πάνελ τα οποία εκτείνονται από το 2010 έως και το 2018, αποτελούμενα από 33 χώρες¹ με τις περισσότερες αφίξεις τουριστών σε κάθε τύπου κατάλυμα. Η συγκεκριμένη χρονική περίοδος επιλέχθηκε με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία από τις επίσημες πηγές αλλά και την έλλειψη στη βιβλιογραφία παρόμοιας έρευνας την περασμένη δεκαετία. Για να προσδιορίσουμε τις τουριστικές ροές από τις χώρες αυτές προς την Ελλάδα χρησιμοποιούμε τη μεταβλητή Arrivals από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO). Ο οργανισμός αυτός των Ηνωμένων Εθνών είναι υπεύθυνος για την προώθηση του βιώσιμου και παγκοσμίως προσβάσιμου τουρισμού.

Επί της ουσίας η μεταβλητή Arrivals περιλαμβάνει τον αριθμό των αφίξεων που είχαν ως λόγω μεταφοράς τον τουρισμό και διανυκτέρευσαν τουλάχιστον μια φορά σε κάθε τύπου κατάλυμα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα, κάμπινγκ, κλπ). Στο παρακάτω Γράφημα 3. βλέπουμε το σύνολο των αφίξεων για κάθε μία από τις χρονιές που εξετάζουμε σε χιλιάδες τουρίστες.

Γράφημα 3. Συνολικές Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα από τις 33 Χώρες Προέλευσης



Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO)

Όπως φαίνεται και στο Γράφημα 3. οι αφίξεις τουριστών αυξήθηκαν ραγδαία τις χρονιές πριν την παγκόσμια πανδημία από το 2012 έως και το 2018.

Η μεταβλητή GDP per capita από την Παγκόσμια Τράπεζα είναι το κατά κεφαλήν ακαθάριστο εγχώριο προϊόν μετρούμενο σε PPP το οποίο δείχνει την οικονομική παραγωγή μιας χώρας ανά άτομο και υπολογίζεται διαιρώντας το ΑΕΠ μιας χώρας με τον πληθυσμό της. Είναι ένα παγκόσμιο μέτρο για τη μέτρηση της ευημερίας των

¹ Ηνωμένο Βασίλειο, Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Καναδά, Κύπρο, Αυστραλία, Αυστρία, Βέλγιο, Βουλγαρία, Τσεχία, Ελβετία, Κροατία, Κίνα, Δανία, Φιλανδία, Ουγγαρία, Ιρλανδία, Ισλανδία, Ιαπωνία, Λουξεμβούργο, Λιθουανία, Λετονία, Μάλτα, Ολλανδία, Νορβηγία, Πολωνία, Ρουμανία, Σλοβακία, Ρωσία, Σουηδία και Τουρκία

κρατών και για αυτό αποτελεί και ένα κατάλληλο δείκτη για το κατά πόσο η ευημερία της χώρας προέλευσης επηρεάζει τον αριθμό των τουριστών που θα επισκεφτούν τη χώρα μας.

Η μεταβλητή Distance προέρχεται από το Κέντρο Προοπτικών Μελετών και Διεθνούς Πληροφόρησης (CEPII, Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales). Το CEPII όντας το κύριο γαλλικό κέντρο έρευνας και εξειδίκευσης στα διεθνή οικονομικά παράγει βάσεις δεδομένων και ενισχύει το διάλογο μεταξύ ερευνητών, υπευθύνων λήψης αποφάσεων στη δημόσια ή ιδιωτική σφαίρα και παραγόντων της κοινωνίας των πολιτών. Συγκεκριμένα η μεταβλητή Distance μετρά την απόσταση των πιο πυκνοκατοικημένων πόλεων μεταξύ της χώρας προέλευσης και της Ελλάδας σε χιλιόμετρα.

Οι μεταβλητές Exports και Imports προέρχονται από τη βάση δεδομένων του IMF Direction of Trade Statistics. Η κατεύθυνση των εμπορικών στατιστικών παρουσιάζει τις αξίες των εξαγωγών και των εισαγωγών χωρισμένες σύμφωνα με τους κύριους εμπορικούς εταίρους μιας χώρας. Οι εμπορικές σχέσεις της Ελλάδας με τις χώρες προέλευσης ενδεχομένως να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στο εάν οι κάτοικοι αυτών των χωρών επιλέγουν την Ελλάδα για παραθέρισμα. Η μεταβλητή CPI είναι ο δείκτης τιμών καταναλωτή με έτος βάσης το 2010, από την Παγκόσμια Τράπεζα. Οι δείκτες τιμών καταναλωτή (CPI) είναι αριθμοί δεικτών που μετρούν τις αλλαγές στις τιμές αγαθών και υπηρεσιών που αγοράζονται ή αποκτώνται με άλλο τρόπο από νοικοκυριά και χρησιμοποιούνται άμεσα ή έμμεσα για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες και επιθυμίες τους.

Τέλος, η μεταβλητή rule of law αποτυπώνει τις αντιλήψεις για το βαθμό στον οποίο η κοινωνία ακολουθεί τους κανόνες δικαίου και ειδικότερα την ποιότητα της επιβολής των συμβολαίων, τα δικαιώματα ιδιοκτησίας, την αστυνομία και τα δικαστήρια, καθώς και την πιθανότητα εγκλήματος και βίας. Η εκτίμηση δίνει τη βαθμολογία της χώρας στο συνολικό δείκτη, σε μονάδες τυπικής κανονικής κατανομής και κυμαίνεται από περίπου -2,5 έως 2,5. Για τη διευκόλυνση της διεξαγωγής της εμπειρικής ανάλυσης η μεταβλητή rule of law έχει κανονικοποιηθεί με τη μέθοδο minimum maximum ώστε να παίρνει τιμές από το 0 έως το 1.

Πίνακας 1. Περιγραφικά Στατιστικά

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Arrivals	294	335809.52	417006.47	3000	2830000
GDP per capita	297	38505.46	25810.218	4550.453	123678.7
Distance	297	3281.197	3399.372	520.694	15337.676
Exports	297	582506.06	799774.58	1910.03	4348029.3
Imports	297	1084471.2	1446862.2	1359.12	8785971.5
CPI	297	109.029	11.491	97.745	203.545
Relative Prices	297	16.112	49.822	.002	283.991
Total Trade Values	297	37.03	49.22	.052	246.945
Rule of Law	370	.71	.223	.077	1

Οι μεταβλητές Relative Prices και Total Trade Values προκύπτουν από το γραμμικό συνδυασμό των μεταβλητών που περιγράψαμε παραπάνω. Εφόσον το κόστος των αγαθών στη χώρα προορισμού (Ελλάδα) σε σχέση με τη χώρα προέλευσης των τουριστών μπορεί να επηρεάσει το εάν αυτοί θα έρθουν να παραθερίσουν ή όχι, κατασκευάζουμε την μεταβλητή relative prices που εκφράζεται ως λόγος του ΔTK προορισμού προσαρμοσμένο με τη χρήση της συναλλαγματικής ισοτιμίας όπως και στους (Chasapopoulos et al. 2014; Martin & Witt, 1987; Morley, 1994; Aslan et al., 2009). Επομένως, η μεταβλητή relative prices προκύπτει από την πράξη:

$$Relative\ Prices = \frac{CPI_{GR,t}}{CPI_{i,t}EX_{i,t}}$$

Όπου $CPI_{GR,t}$ και $CPI_{i,t}$ είναι οι δείκτες τιμών καταναλωτή της Ελλάδας και της χώρας προέλευσης των τουριστών, ενώ το $EX_{i,t}$ είναι η συναλλαγματική ισοτιμία μεταξύ Ελλάδας και χώρας προέλευσης.

Αντίστοιχα όπως αναφέραμε το εμπόριο μπορεί να παίζει σημαντικό ρόλο στις σχέσεις μεταξύ των χωρών και επακόλουθα στις ροές τουριστών μεταξύ αυτών. Ακολουθώντας τη σχετική βιβλιογραφία (Chasapopoulos et al. 2014; Phakdisoth & Kim, 2007; Leitão, 2010) κατασκευάζουμε τη μεταβλητή total trade value χρησιμοποιώντας τον παρακάτω τύπο:

$$Total\ Trade\ Value_{i,t} = \frac{X_{i,t} + M_{i,t}}{GDP_{GR,t} + GDP_{i,t}}$$

Όπου $X_{i,t}$ αναφέρεται στις ετήσιες εξαγωγές της Ελλάδας προς τη χώρα προέλευσης τουριστών i τη χρονική στιγμή t , ενώ $M_{i,t}$ αντιπροσωπεύει τις ετήσιες εισαγωγές της Ελλάδας από τη χώρα προέλευσης τουριστών i τη χρονική στιγμή t .

3.2. Περιγραφικά Στατιστικά Δεδομένων

Όπως βλέπουμε στον παραπάνω Πίνακα 1. η μεταβλητή Arrivals δηλαδή ο αριθμός των αφίξεων των τουριστών έχει μέσο όρο τις 335.809 αφίξεις με τυπική απόκλιση τις 417.006 αφίξεις τουριστών. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις ανά χρονιά από το μέσο όρο αφίξεων. Ο μικρότερος αριθμός αφίξεων μιας χώρας σε μία χρονιά είναι οι 3.000 αφίξεις ενώ οι περισσότερες αφίξεις σε μια χρονιά από τη χώρα προέλευσης είναι 2.830.000. Το μέσο κατά κεφαλήν εισόδημα των χωρών προέλευσης στο δείγμα είναι οι 38.505 δολάρια ετησίως συγκριτικά αρκετά μεγαλύτερο από το Ελληνικό μέσο όρο της οκταετίας ο οποίος είναι 23.982. Αυτό χωρίς να μας εκπλήσσει δείχνει πως κατά μέσο όρο οι χώρες με τους περισσότερους τουρίστες στην Ελλάδα είναι κατά κύριο λόγο πλουσιότερες από την Ελλάδα. Αντιθέτως το μικρότερο κατά κεφαλήν εισόδημα χώρας προέλευσης για μία χρονιά είναι τα 4.550 ενώ το υψηλότερο ανέρχεται στα 123.678 δολάρια ετησίως. Η μέση απόσταση των πυκνοκατοικημένων πόλεων των χωρών προέλευσης με την Αθήνα είναι τα 3.281 χιλιόμετρα με τυπική απόκλιση τα 3.399 χιλιόμετρα ενώ η ελάχιστη και μέγιστη τιμή ανέρχονται σε 520 και 15.337 χιλιόμετρα αντίστοιχα.

Ο μέσος όρος των εξαγωγών της Ελλάδας προς τις χώρες προέλευσης των τουριστών ανέρχονται στις 582.506 με τις ελάχιστες εξαγωγές σε μια χρονιά να είναι 1.910 και τις μέγιστες εξαγωγές να είναι 4.348.029. Οι μέσες εισαγωγές της Ελλάδας από τις χώρες προέλευσης ανέρχονται στις 1.084.471, το οποίο είναι αναμενόμενο καθώς η Ελληνική οικονομία είναι κατά βάση εισαγόμενη οικονομία οπότε αναμένουμε οι

εισαγωγές τις να ξεπερνούν κατά πολύ τις εξαγωγές. Η ελάχιστη τιμή εισαγωγών που παρατηρείται στο δείγμα είναι 1.359 και η μέγιστη 8.785.971 εισαγωγές.

Ο δείκτης τιμών καταναλωτή με μέση τιμή τις 109 μονάδες δείχνει χαμηλό πληθωρισμό για τη χρονική περίοδο και τις χώρες που εξετάζουμε. Για παράδειγμα ένας ΔΤΚ με τιμή 105 δείχνει ότι οι τιμές έχουν αυξηθεί κατά 5% σε σύγκριση με το έτος βάσης (2010). Το rule of law με τιμή 0.71 δείχνει ότι οι χώρες προέλευσης των τουριστών έχουν καλή λειτουργία και εφαρμογή του νομικού πλαισίου, θυμίζουμε ότι η μεταβλητή rule of law έχει κανονικοποιηθεί ώστε να έχει ελάχιστη τιμή το 0 και μέγιστη το 1.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα αναλύσουμε τη μεθοδολογία που θα ακολουθήσουμε αλλά και τη χρήση των μεταβλητών που παρουσιάστηκαν σε αυτό το κεφάλαιο.

Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία

4.1. Μοντέλο Βαρύτητας

Τις προηγούμενες δεκαετίες τα μοντέλα βαρύτητας δεν χρησιμοποιήθηκαν εκτενώς στην τουριστική βιβλιογραφία, ωστόσο επανεμφανίστηκαν ως μέθοδος για τη μοντελοποίηση της τουριστικής ζήτησης όταν πρέπει να εκτιμηθεί ο αντίκτυπος των κύριων μεταβλητών στον τουρισμό. Θα χρησιμοποιήσουμε μια συλλογή δεδομένων πάνελ για 33 χώρες για να εφαρμόσουμε το μοντέλο βαρύτητας στη βασική του μορφή. Θα χρησιμοποιήσουμε τη μέθοδο των σταθερών επιπτώσεων (fixed effects) για να λάβουμε υπόψη τη διακύμανση μεταξύ των χωρών και να εντοπίσουμε την ακριβή επίδραση των επεξηγηματικών μεταβλητών στις τουριστικές ροές προς την Ελλάδα. Σε αυτή τη διατριβή, προτείνεται μια μεθοδολογία εκτίμησης του μοντέλου βαρύτητας που μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε δεδομένα πάνελ η οποία πηγάζει από τη βιβλιογραφία του διεθνές εμπορίου.

Το μοντέλο βαρύτητας έχει χρησιμοποιηθεί εκτενώς για τον υπολογισμό των επιπτώσεων πολλών πολιτικών ζητημάτων, όπως οι νομισματικές ενώσεις, οι εμπορικές συμφωνίες κ.ά. Το μοντέλο έχει μακρά ιστορία στις κοινωνικές επιστήμες, όπου έχει εφαρμοστεί σε ζητήματα υποδειγματοποίησης σε θέματα μεταξύ άλλων όπως η μετανάστευση και ο τουρισμός. Η δημοτικότητα του μοντέλου στην οικονομική επιστήμη κατά κύριο λόγο είναι απόρροια του κατά πόσο καλά εξηγεί τις διεθνείς εμπορικές ροές. Αν και στο παρελθόν υπήρξε κριτική για την έλλειψη θεωρητικής υποστήριξης του μοντέλου, από τότε έχει καταβληθεί αρκετή προσπάθεια ώστε το μοντέλο βαρύτητας να έχει επί του παρόντος μια ισχυρή θεωρητική βάση. Πλέον στη βιβλιογραφία δίνεται έμφαση στις μεθόδους εκτίμησης που χρησιμοποιούνται.

Παραδοσιακά, το μοντέλο βαρύτητας υπολογίζεται χρησιμοποιώντας διαστρωματικά δεδομένα. Ωστόσο, αυτό έχει βρεθεί ότι παρέχει μεροληπτικά αποτελέσματα, καθώς η διακύμανση μεταξύ των χωρών συχνά δεν λαμβάνεται επαρκώς υπόψη (Cheng & Wall, 2005; Cheng & Tsai, 2008). Για να αντιμετωπίσουν αυτό το ζήτημα, οι ερευνητές έχουν στραφεί σε δεδομένα τύπου πάνελ, τα οποία έχουν το πλεονέκτημα ότι λαμβάνουν υπόψιν ευρύτερα είδη ετερογένειας. Η μη παρατηρούμενη ετερογένεια στα δεδομένα πάνελ μπορεί εύκολα να ληφθεί υπόψη με τη χρήση των μοντέλων σταθερών επιπτώσεων (fixed effects).

Όπως αναφέραμε προηγουμένως η εμπειρική μας ανάλυση των τουριστικών ροών προς την Ελλάδα χρησιμοποιεί ένα μοντέλο βαρύτητας όπως επιδεικνύεται και από τη σύγχρονη βιβλιογραφία (Morley et al., 2014; Chasapopoulos et al., 2014). Το μοντέλο της βαρύτητας εντοπίζει τις ρίζες του στο νόμο της βαρύτητας του Νεύτωνα, ο οποίος δηλώνει ότι η έλξη μεταξύ δύο οποιονδήποτε αντικειμένων είναι ανάλογη με τις μάζες τους και αντιστρόφως ανάλογη με την απόστασή τους. Οι γενικές προδιαγραφές του μοντέλου βαρύτητας είναι:

$$F_{i,j} = G \frac{m_i m_j}{d_{i,j}^2} \quad (1)$$

Όπου F είναι η βαρυτική δύναμη μεταξύ οποιωνδήποτε δύο αντικειμένων i και j , m_i και m_j είναι οι μάζες τους, αντίστοιχα και d είναι η απόστασή τους. Το G υποδηλώνει μια καθολική σταθερά βαρύτητας.

Ο Tinbergen (1962) έκανε δημοφιλή το μοντέλο της βαρύτητας στο διεθνές εμπόριο. Χρησιμοποίησε το μοντέλο για να προβλέψει τις διμερείς εμπορικές ροές μεταξύ των χωρών με βάση το οικονομικό μέγεθος και την απόσταση μεταξύ τους. Το μοντέλο βαρύτητας έχει γίνει μια δημοφιλής μέθοδος για την ανάλυση των εμπορικών ροών έπειτα από την ένταξη του στα οικονομικά. Επίσης, ο Anderson (1979) καθιέρωσε τα θεωρητικά θεμέλια του μοντέλου βαρύτητας τα οποία βασίστηκαν σε μια συνάρτηση δαπανών σταθερής ελαστικότητας υποκατάστασης (CES). Ο Bergstrand (1985) χρησιμοποίησε μια συνάρτηση CES για να δημιουργήσει μια εξίσωση βαρύτητας για τις εμπορικές ροές με μεταβλητές τιμών. Στη βιβλιογραφία του διεθνές εμπορίου η εξίσωση (1) μπορεί να γραφεί όπως παρακάτω:

$$F_{i,j} = B \frac{GDP_i^\alpha GDP_j^\lambda}{d_{i,j}^\xi} U_{i,j} \quad (2)$$

όπου $F_{i,j}$ η διεθνής ροή μεταξύ των χωρών i και j . Το ΑΕΠ υποδηλώνει το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν κάθε περιοχής και $d_{i,j}$ υποδηλώνει την απόσταση μεταξύ των χωρών i και j . Το $U_{i,j}$ είναι τα λογαριθμημένα κανονικά κατανομημένα τυπικά σφάλματα ενώ οι παράμετροι προς εκτίμηση είναι οι B , α , λ και ξ .

Με τη χρήση φυσικών λογαρίθμων η παραπάνω εξίσωση (2) γράφεται ως:

$$\ln F_{i,j} = \beta + \alpha \ln GDP_{ij} + \lambda \ln GDP_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (3)$$

Όπου $E(IJ) = 0$ και $\beta = \ln(B)$. Επειδή ο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ένα υποσύνολο του εμπορίου υπηρεσιών, η μετακίνηση ξένων ταξιδιωτών και τουριστών διερευνήθηκε αρχικά χρησιμοποιώντας το μοντέλο βαρύτητας (Durden & Silberman, 1975; Gordon, 1973; Kliman, 1981). Έτσι επανερχόμενοι στο ζήτημα της μοντελοποίησης των προσδιοριστικών παραγόντων της ζήτησης για τουρισμό, η γενική μορφή του αντίστοιχου λογαριθμημένου υποδείγματος (3) για τις τουριστικές ροές με τη χρήση πάνελ δεδομένων μπορεί να γραφεί ως εξής:

$$\ln Y_{it} = \alpha + \mu_i + \beta \ln X'_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

Όπου το Y αντιπροσωπεύει τη διεθνή ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες. Το X' είναι ένα διάνυσμα το οποίο περιλαμβάνει διάφορους παράγοντες που εξηγούν την ελληνική τουριστική ζήτηση. Ο συντελεστής μ αναφέρεται σε μη παρατηρούμενες επιδράσεις ανά χώρα, ενώ α είναι ο σταθερός όρος και ε είναι ο όρος σφάλματος. Οι δείκτες i και t αναφέρονται στη χώρα προέλευσης τουριστών και το έτος παρατήρησης αντίστοιχα.

Η μορφολογία των δεδομένων μας σε πάνελ επιτρέπει να εκτιμήσουμε την εξίσωση (4) χρησιμοποιώντας τεχνικές δεδομένων πάνελ. Οι τεχνικές εμπειρικής οικονομετρικής ανάλυσης πάνελ προσφέρουν πλεονέκτημα σε σχέση με τις προσεγγίσεις που βασίζονται σε διαστρωματικά δεδομένα, καθώς επιτρέπουν τη ποσοτικοποίηση των μη παρατηρούμενων ετερογενών επιδράσεων μεταξύ χωρών που μπορεί να επηρεάσουν την εξαγωγή τουριστών προς τη χώρα μας όπως το κλίμα, ο καιρός, η πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά, η φιλικότητα της χώρας προορισμού, οι ιστορικοί δεσμοί μεταξύ των χωρών προέλευσης και προορισμού και ούτω

καθεξής. Τα περισσότερα από αυτά τα στοιχεία είναι δύσκολο να ενσωματωθούν ρητά στην ανάλυση, καθώς δεν παρατηρούνται στα δεδομένα. Υποθέτοντας ότι αυτές οι μεταβλητές είναι συγκεκριμένες για τη χώρα και είναι αμετάβλητες στο χρόνο, μια μέθοδος για τη ποσοτικοποίηση της επίδρασής τους στους εκτιμητές είναι η χρήση τεχνικών εκτίμησης δεδομένων πάνελ. Αυτές οι τεχνικές μπορεί να περιλαμβάνουν τις μεθόδους pooled OLS, fixed effects και random effects.

4.2. Εμπειρική Ανάλυση

Στην εξίσωση (5) βλέπουμε το υπόδειγμα που θα χρησιμοποιήσουμε για να εκτιμήσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν τη τουριστική ζήτηση ενώ χρησιμοποιώντας χρονικές υστερήσεις λαμβάνουμε υπόψιν και την ιστορικότητα των αφίξεων καταλήγοντας σε μία δυναμική έκδοση του μοντέλου βαρύτητας, όπως φαίνεται παρακάτω:

$$\ln Y_{i,t} = \gamma_t + \beta_1 \ln Y_{i,t-1} + \beta_2 \ln X_{1,i,t} + \beta_3 \ln X_{2,i,t} + \beta_4 \ln X_{3,i,t} + \beta_5 \ln X_{4,i,t} + \beta_6 \ln X_{5,i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (5)$$

Υ είναι ο λογάριθμος των αφίξεων, β_1 είναι ο συντελεστής της χρονικής υστέρησης της εξαρτημένης μεταβλητής και η μεταβλητή X_1 είναι οι λογαριθμιμένες σχετικές τιμές μεταξύ της Ελλάδας και της χώρας προελεύσεως i των τουριστών τη χρονική στιγμή t . Στη συνέχεια για να εκτιμήσουμε την επίδραση των διαφορών των σχετικών τιμών των ανταγωνιστών της Ελλάδας θα αντικαταστήσουμε το σχετικό δείκτη τιμών με το δείκτη ανταγωνιστικότητας των τιμών μεταξύ της Ελλάδας και χωρών όπως η Τουρκία, η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Αίγυπτος, η Κύπρος, η Μάλτα και θα επανεκτιμήσουμε το υπόδειγμα για κάθε έναν από αυτούς τους δείκτες ξεχωριστά.

Η μεταβλητή X_2 είναι η λογαριθμιμένη αξία των εμπορικών σχέσεων μεταξύ της Ελλάδας και της χώρας προέλευσης i την χρονική στιγμή t . Η μεταβλητή X_3 αναφέρεται στο λογάριθμο της απόστασης μεταξύ της Ελλάδας και της χώρας προέλευσης i τη χρονική στιγμή t . Η μεταβλητή X_4 αναφέρεται στο λογαριθμιμένο κατά κεφαλήν ακαθάριστο εθνικό προϊόν (ΑΕΠ) της χώρας προέλευσης i τη χρονική στιγμή t . X_5 είναι ο λόγος του rule of law της Ελλάδας ως προς το rule of law της χώρας προέλευσης i τη χρονική στιγμή t . Ο συντελεστής γ_t είναι οι χρονικές σταθερές επιδράσεις. Αρχικά, θα εκτιμήσουμε το παραπάνω υπόδειγμα (5) με τη χρήση της μεθόδου pooled OLS ενώ στη συνέχεια θα επανεκτιμήσουμε το υπόδειγμα με τη χρήση της μεθόδου σταθερών επιδράσεων fixed effects η οποία λαμβάνει υπόψη μόνο τις μεταβλητές του μοντέλου που δεν είναι σταθερές στο χρόνο αφαιρώντας στην περίπτωση μας τη μεταβλητή distance η οποία είναι σταθερή στο χρόνο.

Η τεχνική της παλινδρόμησης δεδομένων πάνελ χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση των μεταβλητών που επηρεάζουν τις τουριστικές ροές χρησιμοποιώντας το μοντέλο βαρύτητας. Αυτή η μεθοδολογία, συνδυάζει διαστρωματικά δεδομένα και δεδομένα χρονοσειρών, αυτό μας επιτρέπει να εκτιμούμε τις αλλαγές μεταξύ των χωρών και σε βάθος χρόνου ταυτόχρονα.

Η παλινδρόμηση δεδομένων πάνελ χρησιμοποιεί συχνά τρία μοντέλα: το ομαδοποιημένο συνηθισμένο μοντέλο ελαχίστων τετραγώνων (Pooled OLS), το μοντέλο σταθερών επιδράσεων (FEM) και το μοντέλο τυχαίων επιδράσεων (REM).

Αυτά διαφέρουν ουσιαστικά στον τρόπο εκτίμησης του σταθερού όρου, ο οποίος όταν χρησιμοποιούμε τη μέθοδο σταθερών επιδράσεων (fixed effects, FEM) υποδεικνύει τις επιπτώσεις των μεταβλητών που είτε δεν συμπεριλαμβάνονται στο μοντέλο είτε είναι πρακτικά αδύνατο να συλλεχθούν, να καταγραφούν και εν τέλει να εκτιμηθούν, όπως κλιματικές πολιτικές και φιλικές σχέσεις μεταξύ των χωρών προορισμού των τουριστών και της χώρας υποδοχής (Ελλάδα). Αρχικά, θα χρησιμοποιήσουμε τη μέθοδο Pooled OLS αλλά για να επιλέξουμε ποια εκ των REM ή FEM θα εφαρμόσουμε, θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε τον έλεγχο Hausman ο οποίος θα μας υποδείξει ποια είναι η κατάλληλη μέθοδος με βάση τα δεδομένα που έχουμε διαθέσιμα.

Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα

5.1. Έλεγχος Hausman

Αρχικά, όπως αναφέραμε εκτιμούμε το υπόδειγμα (5) με τη μέθοδο του ομαδοποιημένου συνηθισμένου μοντέλου ελαχίστων τετραγώνων (Pooled OLS) ώστε να λάβουμε αποτελέσματα από την παραδοσιακή μορφή του μοντέλου βαρύτητας συμπεριλαμβάνοντας την απόσταση μεταξύ των χωρών (τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων βρίσκονται στον Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1). Ωστόσο, αυτό που παρατηρούμε είναι ότι τα αποτελέσματα που λαμβάνουμε δεν είναι στατιστικά σημαντικά και αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός πως δεν λαμβάνουμε υπόψη τη μη παρατηρούμενη ετερογένεια μεταξύ των χωρών. Γι' αυτό το λόγο θα πραγματοποιήσουμε τον έλεγχο Hausman για να μας υποδείξει ποια από τις μεθόδους ανάλυσης πάνελ δεδομένων (τυχαίων επιδράσεων REM ή σταθερών επιδράσεων FEM) είναι κατάλληλη για να εκτιμήσουμε το υπόδειγμα (5) με βάση τα δεδομένα που έχουμε στη διάθεση μας.

Για να κατανοήσουμε τον έλεγχο Hausman ας υποθέσουμε πως σε ένα υπόδειγμα, y είναι η εξαρτημένη μεταβλητή και X είναι διάνυσμα παλινδρομητών, b είναι ένα διάνυσμα συντελεστών και e είναι ο όρος σφάλματος. Έχουμε δύο εκτιμητές για το b : b_0 και b_1 . Όπου b_0 ο συντελεστής του εκτιμημένου υποδείγματος FEM και b_1 ο συντελεστής υποδείγματος REM. Σύμφωνα με τη μηδενική υπόθεση και οι δύο αυτοί εκτιμητές είναι συνεπείς, αλλά ο b_1 είναι αποτελεσματικός (έχει τη μικρότερη ασυμπτωτική διακύμανση). Σύμφωνα με την εναλλακτική υπόθεση, το b_0 είναι συνεπές, ενώ το b_1 όχι.

Στον Πίνακα 2. παρακάτω βλέπουμε τις εκτιμήσεις των συντελεστών FEM (b) και REM (B) στη στήλη 1 και στήλη 2 αντίστοιχα, τη διαφορά τους στη στήλη (3) και τέλος τον τύπο στη στήλη (4). Η εκτίμηση αυτών των μεγεθών μας βοηθάει να υπολογίσουμε την Wu-Hausman στατιστική.

Πίνακας 2. Wu-Hausman Statistic

Variable	(b) Fe	(B) Re	(b-B) Difference	$\sqrt{\text{diag}(V_b - V_B)}$ S.E
Arrivals (t-1)	.5023	.9858	-.4835	.0493
Log(Relative Prices)	.0106	-.0040	.0147	.0077
Log(Total trade value)	.1192	-.0038	.1230	.0436
TIME				
2012	-.1242	-.2026	.0784	.0236
2013	.2345	.2174	.0170	.0021
2014	.2250	.0514	.1736	.0812
2015	.2745	-.0234	.2979	.0294
2016	.2399	-.0972	.3372	.0571
2017	.4009	.0064	.3944	.0603
2018	.4122	-.0024	.4146	.0423

IGDPpc	.4113	-.0409	.4523	.0953
--------	-------	--------	-------	-------

Fe: Fixed effects,

Re: Random effects

Παρακάτω στον Πίνακα 3. βλέπουμε τα αποτελέσματα του Hausman test. Πιο αναλυτικά, η μηδενική υπόθεση είναι ότι οι δύο μέθοδοι εκτίμησης δεν έχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και επομένως θα πρέπει να αποδίδουν συντελεστές που είναι «παρόμοιοι». Η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι η εκτίμηση σταθερών επιδράσεων FEM είναι η κατάλληλη μέθοδος να χρησιμοποιήσουμε και όχι η μέθοδος τυχαίων επιδράσεων.

Σε μία τέτοια περίπτωση αναμένουμε να δούμε διαφορές μεταξύ των δύο ομάδων συντελεστών. Αυτό συμβαίνει επειδή ο εκτιμητής τυχαίων επιδράσεων κάνει την υπόθεση ότι είναι ορθογώνια ως προς τους παλινδρομητές, υπόθεση την οποία η μέθοδος σταθερών επιδράσεων FEM δεν την κάνει. Εάν αυτή η υπόθεση είναι λανθασμένη, ο εκτιμητής των τυχαίων επιδράσεων REM θα είναι ασυνεπής, αλλά ο εκτιμητής σταθερών επιδράσεων FEM είναι ανεπηρέαστος. Επομένως, εάν η υπόθεση είναι λανθασμένη, αυτό θα αντικατοπτρίζεται στη διαφορά μεταξύ των δύο συντελεστών.

Όσο μεγαλύτερη είναι η διαφορά (τόσο λιγότερο όμοια είναι τα δύο σύνολα συντελεστών), τόσο μεγαλύτερη η στατιστική Hausman. Μια μεγάλη και σημαντική στατιστική τιμή Hausman σημαίνει μεγάλη και σημαντική διαφορά, έτσι θα απορριφθεί η μηδενική υπόθεση πως οι δύο μέθοδοι δεν διαφέρουν υπέρ της εναλλακτικής υπόθεσης ότι η μέθοδος σταθερών επιδράσεων είναι πιο κατάλληλη.

Στην περίπτωση μας η στατιστική Hausman είναι πολύ υψηλή και εφόσον η κριτική τιμή είναι μικρότερη από 5%, $p\text{-value} = 0.000$ απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση ότι οι δύο μέθοδοι δεν διαφέρουν έναντι της εναλλακτικής ότι η μέθοδος σταθερών επιδράσεων FEM είναι καταλληλότερη από τη μέθοδο εκτίμησης REM.

Πίνακας 3. Hausman Test

	Coef.
Chi-square test value	106.389
P-value	0.0000

Ho: difference in coefficients not systematic

Αφού εκτιμήσαμε αρχικά το υπόδειγμα (5) με τη μέθοδο Pooled OLS και στη συνέχεια διεξήγαμε τον έλεγχο Hausman για να επιλέξουμε τη κατάλληλη μέθοδο ανάλυσης πάνελ δεδομένων, εκτιμήσαμε ξανά το υπόδειγμα (5) με τη μέθοδο σταθερών επιδράσεων FEM όπως μας υπέδειξε ο έλεγχος.

5.2. Εμπειρικά Αποτελέσματα

Στους παρακάτω πίνακες 4 - 11 βρίσκονται οι εκτιμήσεις με τη μέθοδο σταθερών επιδράσεων FEM. Στον Πίνακα 4, όπως αναφέραμε στο προηγούμενο κεφάλαιο αρχικά συμπεριλαμβάνουμε τη μεταβλητή *log relative prices* για να δούμε πως οι σχετικές τιμές της Ελλάδας με όλες τις χώρες που εξετάζουμε επηρεάζουν τις αφίξεις τουριστών. Όμως όπως φαίνεται παρακάτω ο συντελεστής της μεταβλητής *log relative prices* είναι αρκετά μικρός και μη στατιστικά σημαντικός, γι' αυτό το λόγο δημιουργήθηκε η ανάγκη να δούμε εάν οι σχετικές τιμές μεταξύ της Ελλάδας και των ανταγωνιστών της επηρεάζουν τις ροές τουριστών προς την Ελλάδα.

Κοιτώντας τις υπόλοιπες μεταβλητές που συμπεριλαμβάνονται στο υπόδειγμα, εάν αυξηθεί κατά 1 ποσοστιαία μονάδα η συνολική αξία του εμπορίου μεταξύ Ελλάδας και των χωρών προέλευσης των τουριστών, οι συνολικές αφίξεις θα αυξηθούν κατά 0.11 ποσοστιαίες μονάδες. Επιπλέον, εάν το κατά κεφαλήν ακαθάριστο εθνικό προϊόν των χωρών προέλευσης αυξηθεί κατά 1 ποσοστιαία μονάδα τότε οι αφίξεις θα αυξηθούν κατά 0.41 ποσοστιαίες μονάδες. Οι συντελεστές είναι στατιστικά σημαντικοί σε επίπεδο 1%. Τέλος, ο συντελεστής του λόγου του *rule of law* της Ελλάδας ως προς το *rule of law* της χώρας προέλευσης είναι αρνητικός και ίσος με 0.53, επομένως εάν ο λόγος αυξηθεί κατά 1 ποσοστιαία μονάδα τότε οι αφίξεις θα μειωθούν κατά 0.53 ποσοστιαίες μονάδες, γεγονός που μας δείχνει ότι οι χώρες προέλευσης των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα έχουν σχετικά υψηλότερη ποιότητα νομικού συστήματος και λιγότερη εγκληματικότητα. Κάτι τέτοιο δεν μας εκπλήσσει καθώς οι πιο ανεπτυγμένες χώρες είναι και οι πιο εύρωστες χώρες όπου οι πολίτες τους έχουν την ευχέρεια να παραθερίσουν.

Πίνακας 4. *Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Χωρών Προέλευσης Τουριστών, στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα*

	(1)
VARIABLES	Model 1
Arrivals (t-1)	0.502*** (0.0505)
Log Relative Prices	0.0106 (0.00999)
Log Total Trade Value	0.119*** (0.0449)
2012.TIME	-0.124*** (0.0309)
2013.TIME	0.235*** (0.0299)
2014.TIME	0.225*** (0.0345)
2015.TIME	0.275***

	(0.0435)
2016.TIME	0.240***
	(0.0460)
2017.TIME	0.401***
	(0.0777)
2018.TIME	0.412***
	(0.0800)
Log GDP per capita	0.411***
	(0.0969)
Rule of law ratio	-0.530***
	(0.1909)
Constant	1.284
	(0.918)
Observations	261
Number of country	33
R-squared	0.884
Country FE	YES
Year FE	YES

Standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Στον Πίνακα 5. εκτιμούμε το υπόδειγμα (5) αντικαθιστώντας τις σχετικές τιμές Ελλάδας - χωρών προέλευσης τουριστών με τις σχετικές τιμές Ελλάδας με την ανταγωνίστρια χώρα Τουρκία. Αναμένουμε πως εάν αυξηθούν (μειωθούν) οι τιμές της Ελλάδας (Τουρκίας) σε σχέση με αυτές της Τουρκίας (Ελλάδας) τότε οι τουρίστες θα προτιμήσουν να πάνε στην Τουρκία για παραθέρισμα και όχι στην Ελλάδα. Πράγματι, σύμφωνα με τους εκτιμημένους συντελεστές εάν αυξηθούν οι τιμές της Ελλάδας σε σχέση με αυτές της Τουρκίας κατά 1 ποσοστιαία μονάδα τότε θα μειωθούν οι αφίξεις προς την Ελλάδα κατά 0.5 ποσοστιαίες μονάδες με το συντελεστή να είναι στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Όπως είδαμε και στα προηγούμενα κεφάλαια, η Τουρκία τα τελευταία χρόνια έχει επενδύσει αρκετά στη βιομηχανία του τουρισμού, ενώ τους καλοκαιρινούς μήνες στα παράλια της προσφέρει μία σχετικά ομοιογενή εναλλακτική επιλογή στους τουρίστες. Επομένως, μία μείωση στις σχετικές τιμές της με αυτές της Ελλάδας θα μειώσει τις αφίξεις προς την Ελλάδα και θα τις αυξήσει προς την κατεύθυνση της Τουρκίας. Με αυτές τις εκτιμήσεις βλέπουμε πως δεν παίζουν ρόλο οι σχετικές τιμές των χωρών προέλευσης τουριστών με αυτές της Ελλάδας αλλά οι σχετικές τιμές των ανταγωνιστών χωρών με αυτές της Ελλάδας. Οι άλλες δύο μεταβλητές δεν επηρεάζονται από την αντικατάσταση της νέας μεταβλητής καθώς οι τιμές τους

διαμορφώνονται σε 0.12 και 0.39 για τη συνολική αξία εμπορίου και το κατά κεφαλήν εισόδημα των χωρών προέλευσης αντίστοιχα.

Πίνακας 5. *Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Τουρκίας στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα*

	(1)
VARIABLES	Model 2
Arrivals (t-1)	0.509*** (0.0501)
IGRE_TUR	-0.517*** (0.0706)
ITRV	0.121*** (0.0449)
2012.TIME	-0.162*** (0.0289)
2013.TIME	0.174*** (0.0282)
2014.TIME	0.162*** (0.0297)
2015.TIME	0.0921*** (0.0303)
2016.TIME	0.0141 (0.0302)
2017.TIME	0.278*** (0.0380)
2018o.TIME	-
Log GDP per capita	0.397*** (0.0960)
Rule of law ratio	-0.546*** (0.1905)
Constant	1.347 (0.914)
Observations	261
Number of country	33
R-squared	0.884

Country FE YES

Year FE YES

Standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Συνεχίζοντας, όπως βλέπουμε στον Πίνακα 6. εάν αυξηθούν οι τιμές της Ελλάδας σε σχέση με αυτές της Ιταλίας κατά μία ποσοστιαία μονάδα τότε θα μειωθούν οι αφίξεις τουριστών προς την Ελλάδα κατά 0.41 ποσοστιαίες μονάδες με το συντελεστή και αυτή τη φορά να είναι στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%. Παρατηρούμε ξανά ότι δεν υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις στο μέγεθος, στην κατεύθυνση αλλά και στη στατιστική σημαντικότητα στις άλλες δύο ανεξάρτητες μεταβλητές του υποδείγματος μας.

Πίνακας 6. *Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας Ιταλίας στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα*

VARIABLES	(1) Model 3
Arrivals (t-1)	0.509*** (0.0501)
IGRE_ITA	-4.115*** (0.562)
ITRV	0.121*** (0.0449)
2012.TIME	-0.188*** (0.0280)
2013.TIME	0.0841*** (0.0301)
2014.TIME	0.00820 (0.0269)
2015.TIME	-0.0194 (0.0304)
2016.TIME	-0.0846*** (0.0312)
2017.TIME	0.00999 (0.0294)
2018o.TIME	-
Log GDP per capita	0.397*** (0.0960)

Rule of law ratio	-0.546*** (0.1905)
Constant	1.385 (0.916)
Observations	261
Number of country	33
R-squared	0.884
Country FE	YES
Year FE	YES

Standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Συμπεριλαμβάνοντας το σχετικό δείκτη τιμών Ελλάδας - Ισπανίας στο υπόδειγμα (5), βλέπουμε στον Πίνακα 7. πως εάν αυξηθούν οι τιμές της Ελλάδας σε σχέση με αυτές της Ισπανίας κατά μία ποσοστιαία μονάδα, τότε θα μειωθούν οι αφίξεις τουριστών προς την Ελλάδα κατά 3.8 ποσοστιαίες μονάδες, με το συντελεστή να είναι στατιστικά σημαντικός σε σημαντικότητα 1%. Αυτή η μεγαλύτερη μείωση στις αφίξεις προς την Ελλάδα δείχνει πως οι υπηρεσίες τουρισμού που προσφέρει η Ισπανία είναι πιο κοντά σε αυτές που προσφέρουν η Τουρκία και η Ιταλία. Παρατηρούμε ξανά ότι δεν υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις στο μέγεθος, στην κατεύθυνση αλλά και στη στατιστική σημαντικότητα στις άλλες δύο ανεξάρτητες μεταβλητές που περιλαμβάνονται στο υπόδειγμα μας.

Πίνακας 7. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Ισπανίας στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα

VARIABLES	(1) Model 4
Arrivals (t-1)	0.509*** (0.0501)
IGRE_ESP	-3.880*** (0.530)
ITRV	0.121*** (0.0449)
2012.TIME	-0.175*** (0.0284)
2013.TIME	0.0916*** (0.0297)
2014.TIME	-0.0115

	(0.0277)
2015.TIME	-0.0253
	(0.0306)
2016.TIME	-0.106***
	(0.0322)
2017.TIME	0.00674
	(0.0296)
2018o.TIME	-
Log GDP per capita	0.397***
	(0.0960)
Rule of law ratio	-0.546***
	(1905)
Constant	1.359
	(0.915)
Observations	261
Number of country	33
R-squared	0.884
Country FE	YES
Year FE	YES

Standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Αυξάνοντας τις σχετικές τιμές της Ελλάδας σε σχέση με αυτές της Πορτογαλίας κατά μία ποσοστιαία μονάδα μειώνονται οι αφίξεις τουριστών προς την Ελλάδα κατά 4.4 ποσοστιαίες μονάδες με το συντελεστή να είναι στατιστικά σημαντικός σε σημαντικότητα 1%. Ο συντελεστής ποσοτικά δεν διαφέρει σημαντικά σε σχέση με αυτόν της Ισπανίας. Επιπλέον, δεν παρατηρούνται μεγάλες αποκλίσεις στο μέγεθος, στην κατεύθυνση αλλά και στη στατιστική σημαντικότητα στις άλλες δύο ανεξάρτητες μεταβλητές του υποδείγματος μας.

Πίνακας 8. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Πορτογαλίας στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα

	(1)
VARIABLES	Model 5
Arrivals (t-1)	0.509***
	(0.0501)
IGRE_POR	-4.419***

	(0.604)
ITRV	0.121***
	(0.0449)
2012.TIME	-0.181***
	(0.0282)
2013.TIME	0.126***
	(0.0286)
2014.TIME	0.0683***
	(0.0261)
2015.TIME	0.0155
	(0.0296)
2016.TIME	-0.0829***
	(0.0311)
2017.TIME	0.00524
	(0.0296)
2018o.TIME	-
Log GDP per capita	0.397***
	(0.0960)
Rule of law ratio	-0.546***
	(1905)
Constant	1.349
	(0.915)
Observations	261
Number of country	33
R-squared	0.884
Country FE	YES
Year FE	YES

Standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Εάν αυξηθούν οι τιμές της Ελλάδας σε σχέση με αυτές της Αιγύπτου κατά μία ποσοστιαία μονάδα τότε θα μειωθούν οι αφίξεις τουριστών προς την Ελλάδα κατά 0.38 ποσοστιαίες μονάδες, με το συντελεστή να είναι στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δεν παρατηρούνται μεγάλες αποκλίσεις στο μέγεθος, στη κατεύθυνση αλλά και στη στατιστική σημαντικότητα στις άλλες δύο ανεξάρτητες μεταβλητές.

Πίνακας 9. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Αιγύπτου στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα

VARIABLES	(1) Model 6
Arrivals (t-1)	0.509*** (0.0501)
IGRE_EGY	-0.385*** (0.0526)
ITRV	0.121*** (0.0449)
2012.TIME	-0.146*** (0.0297)
2013.TIME	0.175*** (0.0283)
2014.TIME	0.121*** (0.0275)
2015.TIME	0.123*** (0.0316)
2016.TIME	0.0348 (0.0308)
2017.TIME	0.0385 (0.0283)
2018o.TIME	-
Log GDP per capita	0.397*** (0.0960)
Rule of law	-0.546*** (1905)
Constant	1.338 (0.914)
Observations	261
Number of country	33
R-squared	0.884
Country FE	YES
Year FE	YES

Standard errors in parentheses
 *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Οι τουριστικές υπηρεσίες που προσφέρει η Κύπρος είναι παρόμοιες με αυτές της Ελλάδας με πολλούς να τις θεωρούν τέλεια υποκατάστατα. Έτσι, αναμένουμε μία μικρή διαφορά στις σχετικές τιμές των δύο χωρών η οποία θα έχει αναλογικά μεγαλύτερη επίπτωση στις αφίξεις τουριστών της Ελλάδας. Πράγματι εάν αυξηθούν οι τιμές της Ελλάδας σε σχέση με αυτές της Κύπρου κατά μία ποσοστιαία μονάδα τότε θα μειωθούν οι αφίξεις τουριστών προς την Ελλάδα κατά 28 ποσοστιαίες μονάδες με το συντελεστή να είναι στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο σημαντικότητας 1% ενώ δεν παρατηρούνται μεγάλες αποκλίσεις στο μέγεθος, στην κατεύθυνση αλλά και στη στατιστική σημαντικότητα στις άλλες δύο ανεξάρτητες μεταβλητές.

Πίνακας 10. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Κύπρου στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα

VARIABLES	(1) Model 7
Arrivals (t-1)	0.509*** (0.0501)
IGRE_CYP	-28.08*** (7.936)
ITRV	0.121*** (0.0449)
2012.TIME	-0.631*** (0.0614)
2013.TIME	-0.577*** (0.105)
2014.TIME	-0.563*** (0.0887)
2015.TIME	-0.303*** (0.0551)
2016.TIME	0.0162 (0.0302)
2017.TIME	0.455*** (0.0574)
2018o.TIME	-
Log GDP per capita	0.397*** (0.0960)

Rule of law ratio	-0.546*** (0.1904)
Constant	1.385 (0.916)
Observations	261
Number of country	33
R-squared	0.884
Country FE	YES
Year FE	YES
Standard errors in parentheses	
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1	

Τέλος, εάν αυξηθούν οι τιμές της Ελλάδας σε σχέση με αυτές της Μάλτας κατά μία ποσοστιαία μονάδα τότε θα μειωθούν οι αφίξεις τουριστών προς την Ελλάδα κατά 3.5 ποσοστιαίες μονάδες με το συντελεστή να είναι στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Παρατηρούμε ξανά ότι δεν υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις στο μέγεθος, στην κατεύθυνση αλλά και στη στατιστική σημαντικότητα στις άλλες δύο ανεξάρτητες μεταβλητές.

Πίνακας 11. Επίπτωση των Σχετικών Τιμών Ελλάδας - Μάλτας στις Αφίξεις Τουριστών στην Ελλάδα

VARIABLES	(1) Model 8
Arrivals (t-1)	0.509*** (0.0501)
IGRE_MLT	-3.550*** (0.485)
ITRV	0.121*** (0.0449)
2012.TIME	-0.156*** (0.0292)
2013.TIME	0.129*** (0.0285)
2014.TIME	0.0596** (0.0260)
2015.TIME	0.00464

	(0.0298)
2016.TIME	-0.0825***
	(0.0311)
2017.TIME	0.00783
	(0.0295)
2018o.TIME	-
Log GDP per capita	0.397***
	(0.0960)
Rule of law ratio	-0.546***
	(0.1905)
Constant	1.375
	(0.915)
Observations	261
Number of country	33
R-squared	0.884
Country FE	YES
Year FE	YES
Standard errors in parentheses	
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1	

Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα

Η εργασία είχε σκοπό να εντοπίσει και να αναλύσει τους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα. Αρχικά, μέσω της επιστημονικής βιβλιογραφίας αναφερθήκαμε στους ορισμούς και τις προοπτικές που έχουν δοθεί στον τουρισμό ανά τα έτη. Στη συνέχεια, προσδιορίσαμε τον καθολικά αποδεκτό ορισμό και με βάση αυτόν προβήκαμε στην ορθή συλλογή των δεδομένων. Επιπρόσθετα, αναφερθήκαμε στην ιστορικότητα του τουρισμού και στη σημαντικότητα αυτού στη σύγχρονη Ελληνική οικονομία.

Όπως δείξαμε σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών (WTTC) η συμμετοχή του τουρισμού στο Ελληνικό ΑΕΠ από 16% την περίοδο 2010-2013 εκτοξεύτηκε το 2018 στο 30.9% του Ελληνικού ΑΕΠ αποτελώντας σχεδόν το 1/3 της Ελληνικής οικονομίας. Από αυτά και μόνο τα περιγραφικά στοιχεία μπορούμε να συμπεράνουμε τις αρνητικές επιπτώσεις της πανδημίας που έπληξε την Ελληνική οικονομία 2 χρόνια αργότερα. Αναμενόμενη ήταν και η συνολική αύξηση των τουριστών από 15 εκατομμύρια το 2010 σε σχεδόν 30 εκατομμύρια το 2018. Στη συνέχεια, η επισκόπηση της επιστημονικής βιβλιογραφίας επιβεβαίωσε τη σημαντικότητα του ερευνητικού ερωτήματος της εργασίας και κατέστησε την ανάλυση των σχετικών τιμών των ανταγωνιστών της Ελλάδας επίκαιρη και αναγκαία. Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε με τη χρήση πάνελ δεδομένων για 9 έτη από το 2010 έως το 2018 για το σύνολο 33 χωρών προέλευσης με τις περισσότερες αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα. Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με γνώμονα το ερευνητικό ερώτημα αλλά και τα διαθέσιμα στοιχεία. Η μορφολογία των δεδομένων επέτρεψε στο να ληφθούν υπόψη μη παρατηρούμενοι παράγοντες που όπως αποδείχθηκε διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στους εκτιμημένους συντελεστές.

Το βασικό αποτέλεσμα της εργασίας είναι ότι οι αφίξεις δεν επηρεάζονται από τις σχετικές τιμές των χωρών προέλευσης τουριστών με αυτές της Ελλάδας, αλλά από τις σχετικές τιμές της Ελλάδας με τα ανταγωνιστικά μεσογειακά κράτη όπως η Ισπανία, η Ιταλία, η Τουρκία, η Πορτογαλία, η Αίγυπτος και η Μάλτα. Επιπλέον, τα στοιχεία αποκαλύπτουν ότι το εισόδημα των χωρών καταγωγής των επισκεπτών έχει σημαντική επίδραση στον αριθμό των αφίξεων, ενώ οι εμπορικοί δεσμοί της Ελλάδας με αυτά τα κράτη έχουν θετική αλλά σχετικά μικρή επίδραση. Τέλος, φαίνεται ότι οι επισκέπτες προέρχονται από χώρες με ουσιαστικά ανώτερο νομικό σύστημα, καλύτερη εκτελεστική εξουσία και αστυνόμευση αλλά και λιγότερη τρομοκρατική και εγκληματική δραστηριότητα.

Βιβλιογραφία

- Algieri, B., & Aquino, A. (2008). Recent developments in the Italian tourism market. *Tourism Development: Economics, Management, and Strategy*. New York: Nova Science Publishers Inc, hal, 145-169.
- Anderson, J. E. (1979). A theoretical foundation for the gravity equation. *The American economic review*, 69(1), 106-116.
- Archibald, X., LaCorbinière, J., & Moore, W. (2008). Analysis of tourism competitiveness in the Caribbean: a gravity model approach. In 29th Annual Review Seminar Research Department Central Bank of Barbados.
- Artus, J. R. (1972). An econometric analysis of international travel. *Staff papers*, 19(3), 579-614.
- Aslan, A., Kula, F. and Kaplan, M. (2009) International Tourism Demand for Turkey: A Dynamic Panel Data Approach, MPRA Paper 10601, University Library of Munich, Germany.
- Balli, F., Balli, H. O., & Cebeci, K. (2013). Impacts of exported Turkish soap operas and visa-free entry on inbound tourism to Turkey. *Tourism Management*, 37, 186-192.
- Bakkal, I., & Scaperlanda, A. (1991). Characteristics of US demand for European tourism: a translog approach. *Review of World Economics*, 127(1), 119-137.
- Bastakis, C., Buhalis, D., & Butler, R. (2004). The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators' power in Eastern Mediterranean. *Tourism management*, 25(2), 151-170.
- Bergstrand, J. H. (1985). The gravity equation in international trade: some microeconomic foundations and empirical evidence. *The review of economics and statistics*, 474-481.
- Bowerman, B. L., O'Connell, R. T., & Koehler, A. B. (2005). Forecasting, time series, and regression: an applied approach (Vol. 4). South-Western Pub.
- Chasapopoulos, P., Den Butter, F. A., & Mihaylov, E. (2014). Demand for tourism in Greece: a panel data analysis using the gravity model. *International Journal of Tourism Policy*, 5(3), 173-191.
- Cheng, I., Wall, W. J. (2005) Controlling for heterogeneity in gravity models of trade and integration. 2005.
- Cho, V. (2010). A study of the non-economic determinants in tourism demand. *International Journal of Tourism Research*, 12(4), 307-320.
- Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International journal of culture, tourism and hospitality research*.
- Correia, A., Moital, M., Da Costa, C. F., & Peres, R. (2008). The determinants of gastronomic tourists' satisfaction: a second-order factor analysis. *Journal of foodservice*, 19(3), 164-176.
- Crouch, G. I. (1994). The study of international tourism demand: A review of findings. *Journal of Travel research*, 33(1), 12-23.

- Crouch, G. I. (1995). A meta-analysis of tourism demand. *Annals of tourism research*, 22(1), 103-118.
- Daniel, A., & Rodrigues, P. M. (2011). Modelling tourism demand in Portugal. In *Tourism economics* (pp. 79-93). Physica-Verlag HD.
- Dritsakis, N. (1995). An economic analysis of foreign tourism to Greece. *Sakkoulas, Thessaloniki*.
- Dritsakis, N. (1998). An econometric investigation of Greek tourism: a note. *Studies in Economics and Econometrics*, 22(1), 115-122.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism economics*, 10(3), 305-316.
- Dritsakis, N. (2012). Tourism development and economic growth in seven Mediterranean countries: A panel data approach. *Tourism Economics*, 18(4), 801-816.
- Dritsakis, N., & Athanasiadis, S. (2000). An econometric model of tourist demand: The case of Greece. *Journal of hospitality & leisure marketing*, 7(2), 39-49.
- Durden, G. C., & Silberman, J. (1975). The determinant's of florida tourist flows: a gravity model approach. *Review of Regional studies*, 5(3), 31-41.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2002). Destination price competitiveness: Exchange rate changes versus domestic inflation. *Journal of Travel Research*, 40(3), 328-336.
- Dwyer, L. (2005). Relevance of triple bottom line reporting to achievement of sustainable tourism: A scoping study. *Tourism Review International*, 9(1), 79-938.
- Eeckels, B., Filis, G., & Leon, C. (2012). Tourism income and economic growth in Greece: empirical evidence from their cyclical components. *Tourism Economics*, 18(4), 817-834.
- Eilat, Y., & Einav, L. (2004). Determinants of international tourism: a three-dimensional panel data analysis. *Applied Economics*, 36(12), 1315-1327.
- Ferro Luzzi, G., & Flückiger, Y. (2003). An econometric estimation of the demand for tourism: The case of Switzerland. *Pacific Economic Review*, 8(3), 289-303.
- Garin-Munoz, T., & Amaral, T. P. (2000). An econometric model for international tourism flows to Spain. *Applied Economics Letters*, 7(525-529).
- Garin-Munoz, T., & Montero-Martín, L. F. (2007). Tourism in the Balearic Islands: A dynamic model for international demand using panel data. *Tourism management*, 28(5), 1224-1235.
- Geyikdagi, N. V. (1995). Investments in tourism development and the demand for travel. *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, 42, 391-391.
- Gonzalez, P., & Moral, P. (1995). An analysis of the international tourism demand in Spain. *International Journal of forecasting*, 11(2), 233-251.
- Gordon, I. R. (1976). Gravity demand functions, accessibility and regional trade. *Regional Studies*, 10(1), 25-37.
- Görmüş, Ş., & Göçer, İ. (2010). The socio-economic determinant of tourism demand in Turkey: A panel data approach. *International Research Journal of Finance and Economics*, 55(1), 88-99.

- Gray, H. P. (1966). The demand for international travel by the United States and Canada. *International Economic Review*, 7(1), 83-92
- Habibi, F., Rahim, K. A., Ramchandran, S., & Chin, L. (2009). Dynamic model for international tourism demand for Malaysia: Panel data evidence. *International Research Journal of Finance and Economics*, 33(1), 208-217.
- Han, Z., Durbarry, R., & Sinclair, M. T. (2006). Modelling US tourism demand for European destinations. *Tourism management*, 27(1), 1-10.
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1941). Tourism as the sum of the phenomena and relationships arising from the travel and stay of non-residents. Publications AIEST Association International expert scientific tourism.
- Jud, G. D., & Joseph, H. (1974). International demand for Latin American tourism. *Growth and Change*, 5(1), 25-31.
- Kaplan, F., & Aktas, A. R. (2016). The Turkey tourism demand: A gravity model. *The Empirical Economics Letters*, 15(3), 265-272.
- Khadaroo, J., & Seetanah, B. (2008). The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach. *Tourism management*, 29(5), 831-840.
- Khoshnevis Yazdi, S., & Khanalizadeh, B. (2017). Tourism demand: A panel data approach. *Current Issues in Tourism*, 20(8), 787-800.
- Kliman, M. L. (1981). A quantitative analysis of Canadian overseas tourism. *Transportation Research Part A: General*, 15(6), 487-497.
- Kwack, S. Y. (1972). Effects of income and prices on travel spending abroad, 1960 III-1967 IV. *International Economic Review*, 245-256.
- Ledesma-Rodríguez, F. J., Navarro-Ibáñez, M., & Pérez-Rodríguez, J. V. (2001). Panel data and tourism: a case study of Tenerife. *Tourism Economics*, 7(1), 75-88.
- Leitão, N. C. (2010). Does trade help to explain tourism demand? The case of Portugal. *Theoretical and Applied Economics*, 63-74.
- Leitão, N. C. (2015). Energy consumption and foreign direct investment: a panel data analysis for Portugal. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 5(1), 138-147.
- Lim, C. (1997). An econometric classification and review of international tourism demand models. *Tourism economics*, 3(1), 69-81.
- Lise, W., & Tol, R. S. (2002). Impact of climate on tourist demand. *Climatic change*, 55(4), 429-449.
- Loeb, P. D. (1982). International travel to the United States: an econometric evaluation. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 7-20.
- Lundie, S., Dwyer, L., & Forsyth, P. (2007). Environmental-economic measures of tourism yield. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 503-519.
- Martin, C. A., & Witt, S. F. (1987). Tourism demand forecasting models: Choice of appropriate variable to represent tourists' cost of living. *Tourism management*, 8(3), 233-246.

- Martín, M. B. G. (2005). Weather, climate and tourism a geographical perspective. *Annals of tourism research*, 32(3), 571-591.
- Morley, C. L. (1994). The use of CPI for tourism prices in demand modelling. *Tourism management*, 15(5), 342-346.
- Morley, C., Rosselló, J., & Santana-Gallego, M. (2014). Gravity models for tourism demand: theory and use. *Annals of tourism research*, 48, 1-10.
- Morris, M. M. (2014). Rediscovering Madrid through the Lens of Tourism: An Analysis of "La Luna de Madrid," 1983-1984 (Doctoral dissertation, New York University).
- Neumayer, E. (2004). The impact of political violence on tourism: Dynamic cross-national estimation. *Journal of conflict resolution*, 48(2), 259-281.
- Patsouratis, V., Frangouli, Z., & Anastasopoulos, G. (2005). Competition in tourism among the Mediterranean countries. *Applied Economics*, 37(16), 1865-1870.
- Phakdisoth, L., & Kim, D. (2007). The determinants of inbound tourism in Laos. *ASEAN Economic Bulletin*, 225-237.
- Priego, F. J., Rosselló, J., & Santana-Gallego, M. (2015). The impact of climate change on domestic tourism: a gravity model for Spain. *Regional environmental change*, 15, 291-300.
- Proença, S. A., & Soukiazis, E. (2005). Demand for tourism in Portugal: A panel data approach (No. 29). Discussion paper.
- Pulina, M., & Biagi, B. (2010). The evolution of tourism demand and supply: a regional policy study. *International Journal of Tourism Policy*, 3(3), 237-256.
- Quadri, D. L., & Zheng, T. (2010). A revisit to the impact of exchange rates on tourism demand: The case of Italy. *The Journal of Hospitality Financial Management*, 18(2), 47-60.
- Sahoo, B. K., Nayak, R., & Mahalik, M. K. (2022). Factors affecting domestic tourism spending in India. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(2), 100050.
- Samitas, A., Asteriou, D., Polyzos, S., & Kenourgios, D. (2018). Terrorist incidents and tourism demand: Evidence from Greece. *Tourism management perspectives*, 25, 23-28.
- Seddighi, H. R., Nuttall, M. W., & Theocharous, A. L. (2001). Does cultural background of tourists influence the destination choice? An empirical study with special reference to political instability. *Tourism management*, 22(2), 181-191.
- Serra, J., Correia, A., & Rodrigues, P. M. (2014). A comparative analysis of tourism destination demand in Portugal. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(4), 221-227.
- Shaw, G., & Williams, A. M. (1994). Critical issues in tourism: a geographical perspective. Blackwell Publishers.
- Song, H., Dwyer, L., Li, G., & Cao, Z. (2012). Tourism economics research: A review and assessment. *Annals of tourism research*, 39(3), 1653-1682.
- Song, H., & Li, G. (2008). Tourism demand modelling and forecasting - A review of recent research. *Tourism management*, 29(2), 203-220.

- Song, H., Witt, S. F., & Jensen, T. C. (2003). Tourism forecasting: accuracy of alternative econometric models. *International Journal of Forecasting*, 19(1), 123-141.
- Song, H., Wong, K. K., & Chon, K. K. (2003). Modelling and forecasting the demand for Hong Kong tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 22(4), 435-451.
- Song-Song, L., Yi-You, N., Zhi-Hui, H., Xiao-Jie, Y., & Yi-Bin, H. (2008). Controlled teleportation using four-particle cluster state. *Communications in Theoretical Physics*, 50(3), 633.
- Surugiu, C., Leitão, N. C., & Surugiu, M. R. (2011). A panel data modelling of international tourism demand: Evidences for Romania. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 24(1), 134-145.
- Tinbergen, J. (1962) *Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy*, Twentieth Century Fund, New York.
- Uysal, M., & Crompton, J. L. (1984). Determinants of demand for international tourist flows to Turkey. *Tourism management*, 5(4), 288-297.
- Uysal, M., & Crompton, J. L. (1985). An overview of approaches used to forecast tourism demand. *Journal of Travel Research*, 23(4), 7-15.
- Walsh, M. (1996). Demand analysis in Irish tourism.
- Webber, A. G. (2001). Exchange rate volatility and cointegration in tourism demand. *Journal of Travel research*, 39(4), 398-405.
- Williams, T. A., Sweeney, D. J., & Anderson, D. R. (2006). *Contemporary business statistics with Microsoft Excel*. Thomson South-Western.
- Witt, S. F., & Moutinho, L. (1994). *Tourism Management and Marketing Handbook*.
- Witt, S. F., & Witt, C. A. (1995). Forecasting tourism demand: A review of empirical research. *International Journal of forecasting*, 11(3), 447-475.
- Wu, W. Y., Cheng, S. W., & Tsai, C. H. (2008). Forecasting and evaluating the tourist hotel industry performance in Taiwan based on Grey theory. *Tourism and hospitality Research*, 8(2), 137-152.
- Zid, L.A. (2005). United we brand. *Marketing Management*, 14 (5), 4-4.

Παράρτημα 1.

Πίνακας 12. Pooled OLS

VARIABLES	(1) Model 1	(2) Model 2	(3) Model 3	(4) Model 4	(5) Model 5	(6) Model 6	(7) Model 7	(8) Model 8
L.larr	0.986*** (0.0111)	0.985*** (0.0110)	0.985*** (0.0110)	0.985*** (0.0110)	0.985*** (0.0110)	0.985*** (0.0110)	0.985*** (0.0110)	0.985*** (0.0110)
IRP	-0.00427 (0.00644)							
ITRV	-0.00335 (0.0107)	-0.00177 (0.0104)	-0.00177 (0.0104)	-0.00177 (0.0104)	-0.00177 (0.0104)	-0.00177 (0.0104)	-0.00177 (0.0104)	-0.00177 (0.0104)
2012.TIME	-0.203*** (0.0349)	-0.205*** (0.0331)	-0.206*** (0.0321)	-0.205*** (0.0326)	-0.206*** (0.0324)	-0.204*** (0.0339)	-0.236*** (0.0455)	-0.204*** (0.0334)
2013.TIME	0.218*** (0.0348)	0.214*** (0.0322)	0.208*** (0.0302)	0.208*** (0.0303)	0.211*** (0.0308)	0.214*** (0.0322)	0.164** (0.0721)	0.211*** (0.0309)
2014.TIME	0.0515 (0.0348)	0.0480 (0.0320)	0.0378 (0.0300)	0.0365 (0.0304)	0.0418 (0.0298)	0.0453 (0.0307)	-0.000319 (0.0691)	0.0412 (0.0298)
2015.TIME	-0.0234 (0.0352)	-0.0339 (0.0300)	-0.0413 (0.0320)	-0.0417 (0.0322)	-0.0390 (0.0309)	-0.0319 (0.0302)	-0.0603 (0.0501)	-0.0397 (0.0312)
2016.TIME	-0.0972*** (0.0354)	-0.110*** (0.0303)	-0.117*** (0.0332)	-0.118*** (0.0342)	-0.117*** (0.0331)	-0.109*** (0.0301)	-0.110*** (0.0303)	-0.117*** (0.0331)

2017.TIME	0.00555 (0.0530)	0.0282 (0.0325)	0.0104 (0.0333)	0.0102 (0.0334)	0.0101 (0.0335)	0.0123 (0.0321)	0.0400 (0.0430)	0.0102 (0.0334)
2018.TIME	-	-	-	-	-	-	-	-
ldis	0.00227 (0.0119)	0.00117 (0.0118)	0.00117 (0.0118)	0.00117 (0.0118)	0.00117 (0.0118)	0.00117 (0.0118)	0.00117 (0.0118)	0.00117 (0.0118)
IGDP	-0.0412** (0.0172)	-0.0377** (0.0164)	-0.0377** (0.0164)	-0.0377** (0.0164)	-0.0377** (0.0164)	-0.0377** (0.0164)	-0.0377** (0.0164)	-0.0377** (0.0164)
IGRE_TUR		-0.0345 (0.0529)						
IGRE_ITA			-0.274 (0.421)					
IGRE_ESP				-0.259 (0.397)				
IGRE_POR					-0.294 (0.452)			
IGRE_EGY						-0.0256 (0.0393)		
IGRE_CYP							-3.871 (5.938)	
IGRE_MLT								-0.237

								(0.363)
Constant	0.705***	0.678***	0.680***	0.679***	0.678***	0.677***	0.680***	0.680***
	(0.164)	(0.159)	(0.159)	(0.159)	(0.159)	(0.159)	(0.159)	(0.159)
Observations	261	261	261	261	261	261	261	261
R-squared	0.991	0.991	0.991	0.991	0.991	0.991	0.991	0.991
Country FE	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Year FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES

Standard errors in parentheses
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1