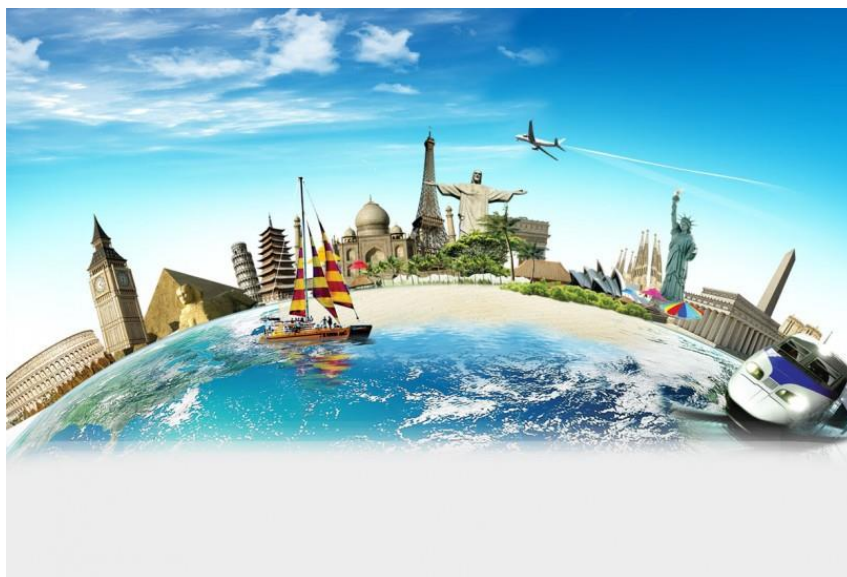




**ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT**

**ΠΜΣ Εφαρμοσμένων Οικονομικών και Διοίκησης
Θέμα εργασίας: Καταγραφή και ανάλυση των Προσδιοριστικών Παραγόντων της
Ζήτησης για τον Τουρισμό πριν και μετά την κρίση**



ΣΤΑΜΕΛΟΥ ΠΟΠΗ (ΑΜ: 0819Μ027)

**Επιβλέπων: Στοφόρος Χρυσόστομος
Επίκουρος Καθηγητής**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Αθήνα, Ιανουάριος 2021



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Τριμελής επιτροπή :

Στοφόρος Χρυσόστομος
Παλάσκας Θεοδόσιος
Ψειρίδου Αναστασία

Copyright © Σταμέλου Πόπη 2021

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας, είτε εξ ολοκλήρου είτε τμήματα αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή μου κ. Στοφόρο για τις εύστοχες παρατηρήσεις του κατά την εκπόνηση αυτής της διπλωματικής εργασίας. Παράλληλα την οικογένειά μου και το σκύλο μου για την υπομονή τους!



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Περιεχόμενα

SUMMARY	6
1. Πρόλογος	8
2. Εισαγωγή	8
3. Σκοπός και στόχοι της μελέτης.....	9
ΠΡΩΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	10
1. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	10
1.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	11
1.2 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	13
1. Θαλάσσιος τουρισμός.....	16
2. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός	16
3. Πολιτιστικός τουρισμός.....	16
4. Εναλλακτικός τουρισμός	16
4. 1. Ο Ιατρικός τουρισμός	16
4.2 Ο Αγροτικός τουρισμός	18
4.3.Ιαματικός τουρισμός.....	18
1.3 ΓΡΑΦΙΚΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	19
1.4 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	21
1.5 Η ΕΛΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	21
ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....	22
2. Οι προσδιοριστικοί παράγοντες της Τουριστικής ζήτησης	22
2.1 Οικονομικοί παράγοντες.....	22
2.2 Κοινωνικοί παράγοντες.....	25
2.3 Ψυχολογικοί παράγοντες	27
2.4 Πολιτικοί παράγοντες	28
2.5 Πολιτιστικοί παράγοντες	28
2.6 Τεχνολογικοί παράγοντες	29
2.7 Άλλοι παράγοντες	29
2.7.1 Ασφάλεια	29
2.7.2 Προσφυγικό ζήτημα.....	31



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

2.7.3 Φυσικά φαινόμενα	33
2.7.4 Προσδόκιμο ζωής	34
2.7.5 Ακύρωση ταξιδιού	34
2.7.6 Πτήσεις charter	34
2.7.7 Προσβασιμότητα.....	35
2.7.8 Συμφωνία SCHENGEN	35
ΤΡΙΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	36
3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	36
3.1 Έσοδα από αεροπορικές εταιρίες.....	36
3.2 Έσοδα από κρουαζιέρες.....	37
3.3 Διεθνής Χρηματοπιστωτική Κρίση.....	39
3.4. Υγειονομική κρίση και τουρισμός	41
3.4.1 Αεροπορικές αφίξεις	41
3.4.2 ΟΔΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 1/1/20-31/10/20 ΚΑΙ ΑΠΟ 01/01/19-30/10/19	45
3.4.3 ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ ΕΥΡΩ (ΠΙΝΑΚΕΣ 2019 ΚΑΙ 2020 ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΗ)	46
3.4.4 ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΣΕ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΕΥΡΩ.....	47
3.4.5 ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΓΙΑ ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ 2010-2019 ΑΠΟ ΧΩΡΕΣ ΕΕ & ΕΚΤΟΣ ΕΕ.....	49
3.4.6 Οι 20 κυρίαρχοι προορισμοί για τα έτη 2019 και 2018	50
ΤΕΤΑΡΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....	51
4. Ο Τουρισμός σήμερα στην εποχή της Πανδημίας	51
ΠΕΜΠΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	53
5.1 Μεθοδολογία εμπειρικής ανάλυσης.....	53
5.2. Μοντέλο παλινδρόμησης που χρησιμοποιήθηκε στην εργασία.....	59
5.3.Περιγραφικά στατιστικά των μεταβλητών	60
5.4 Έπαρξη συσχετίσεων για τα τέσσερα υποδείγματα	63
5.5 Αποτελέσματα παλινδρομήσεων	64
5.6 Έλεγχος κανονικότητας για τα κατάλοιπα των παλινδρομήσεων.....	65
5.7 Έλεγχος ομοσκεδαστικότητας για τα κατάλοιπα των παλινδρομήσεων.....	67
5.8 Έλεγχος ύπαρξης αυτοσυσχέτισης για τα κατάλοιπα των παλινδρομήσεων	69
5.9. Εισαγωγή ψευδομεταβλητών (dummy)	72
5.10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	74
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	77



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	77
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	77
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΣΤΙΣ ΟΠΟΙΕΣ ΕΙΧΑ ΠΡΟΣΒΑΣΗ.....	81



**ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT**

SUMMARY

Tourism is one of the biggest industry in world's economy. There are many factors that affect tourism. The purpose of this study is to present tourism during the period of crisis and tourism after. Therefore we suggest the factors that change due to the economic crisis.

The first chapter is devoted to present tourism, the different categories of tourism, its key elements, the advantages and disadvantages, the law of demand and the graphical display of demand.

In the second chapter we explain all the factors that played principal role in the demand of tourism, positively or negatively.

Thus, the third chapter presents the revenue from airlines and cruises, and we analyze its numbers as a tourist product. Afterwards, we explain the period of crisis, its characteristics, and how the crisis affect tourism.

In the fourth chapter we present the fact that the tourism sector is currently the one that has suffered the consequences of COVID-19 and played major role on supply and demand. We give tables for 2019 -2020 to see the differences.

In the last chapter, we present one econometric model to define the relationship between variables (dependent & independent) and tourism demand. The database includes a panel of countries (France, Germany, USA, United Kingdom of Great Britain) over the period 1990-2019. The World's GDP per capita plays major role on tourism demand. As a measure, we use inbound visitor's number, the national currency, GDP per capita and prices indices. We discovered that there is a positive correlation/relationship between GDP and arrivals and a negative between arrivals and prices indices for Greece. When we tried to put dummies in the tourism demand, the results came out with the fact that only tourists from the United Kingdom were positively correlated. On the contrary, arrivals from France, USA and Germany were negatively correlated. In addition, the referendum had a negative effect on tourist arrivals from Germany and the United Kingdom, while it had a positive effect on arrivals from France.

In the end we give the conclusion of our study and our findings.

The principal goal of this thesis/labor is on one hand to investigate the factors influencing demand in tourism sector and on the other hand to produce a model describing the demand for tourism in a long-term period.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Λέξεις κλειδιά: τουριστική ζήτηση, Τουρισμός, οικονομική ανάπτυξη, Χρηματοπιστωτική κρίση, Υγειονομική κρίση, εμπειρική ανάλυση



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

1. Πρόλογος

Η διπλωματική εργασία με τίτλο «Καταγραφή και ανάλυση των Προσδιοριστικών Παραγόντων της Ζήτησης για τον Τουρισμό πριν και μετά την κρίση», πραγματοποιείται στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών «Εφαρμοσμένα Οικονομικά και Διοίκηση», του Πάντειου Πανεπιστημίου και έχει ως στόχο τη βιβλιογραφική διερεύνηση «Καταγραφή και ανάλυση των Προσδιοριστικών Παραγόντων της Ζήτησης για τον Τουρισμό πριν και μετά την κρίση» και την ανάδειξη αυτών.

Μελετώντας τις πτυχές του τουρισμού, αξιοποιείται η βιβλιογραφική διερεύνηση που αναφέρεται σε αυτόν τον κλάδο, προκειμένου να καταγραφούν και να αναλυθούν τα σημαντικότερα ζητήματα.

Η παρούσα μελέτη πραγματοποιήθηκε με την αμέριστη συμπαράσταση και καθοδήγηση από τα μέλη της επιτροπής κ. Στοφόρο Χρυσόστομο, Αν.Πρόεδρος του τμήματος ΤΟΠΑ, τον κ. Παλάσκα Θεοδόσιο και την κ. Ψειρίδου Αναστασία. Οι υποδείξεις τους και τα σχόλια τους με βοήθησαν να ολοκληρώσω την εκπόνηση της παρούσας εργασίας.

2. Εισαγωγή

Η εκούσια μετακίνηση του πληθυσμού από την μία περιοχή σε μία άλλη, άλλοτε για σκοπούς επαγγελματικών και άλλοτε για λόγους ψυχαγωγικούς (για διασκέδαση) αποτελεί τον ορισμό του τουρισμού¹.

Ο Τουρισμός είναι ένας τομέας, από τους παραγωγικότερους στην παγκόσμια οικονομία. Αυτό συμβαίνει διότι συμβάλλει θετικά στο ΑΕΠ ενός Κράτους, δημιουργεί θέσεις εργασίας και βοηθάει στην οικονομική ανάπτυξη.

Για την Ελλάδα συγκεκριμένα, αποτελεί μία από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων καθώς συμβάλλει καθοριστικά στο ισοζύγιο εξωτερικών συναλλαγών, πολλές φορές μάλιστα αποκαλείται και ως «βαριά βιομηχανία» της χώρας.

Στην παρούσα εργασία θα αναλυθούν η επίδραση του Τουρισμού, τα είδη του, οι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης, η συμβολή του στην οικονομική ανάπτυξη, η μελέτη της συνεισφοράς του εν καιρώ κρίσης, οι σημαντικές μεταβλητές που τον επηρεάζουν και οι επιπτώσεις από την οικονομική κρίση. Θα δούμε βασικές μεταβλητές του

¹Βαρβαρέσος, 2013.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

τουρισμού και πως μεταβλήθηκαν πριν την κρίση και μετά. Επιπλέον θα γίνει ανάπτυξη άλλων σημαντικών παραγόντων που επηρέασαν την ζήτησή του. Τέλος χρησιμοποιώντας το στατιστικό πρόγραμμα EVIEWS, θα αναλυθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης και με πίνακες θα ολοκληρωθεί η ανάλυση του υπό επεξεργασία θέματος και θα σχολιαστούν τα βασικά συμπεράσματα.

3. Σκοπός και στόχοι της μελέτης

Βασικός σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η βιβλιογραφική διερεύνηση των Προσδιοριστικών Παραγόντων της Ζήτησης για τον Τουρισμό πριν και μετά την Χρηματοπιστωτική κρίση. Επιμέρους στόχοι της μελέτης είναι:

- η βιβλιογραφική διερεύνηση και η παρουσίαση των ειδών του τουρισμού,
- η βιβλιογραφική διερεύνηση και η ανάδειξη των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων του τουρισμού,
- η διερεύνηση των λόγων που οδηγούν με την πάροδο των ετών στους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης για τον τουρισμό,
- η εμπειρική ανάλυση των προσδιοριστικών παραγόντων για το χρονικό διάστημα 1990-2019 με το υπολογιστικό πρόγραμμα του EVIEWS και
- η εξαγωγή συμπερασμάτων από την εμπειρική ανάλυση που διεξάχθηκε

Οι επιμέρους στόχοι της μελέτης ικανοποιούνται μέσω της εκτενούς βιβλιογραφικής διερεύνησης, καθώς και της κριτικής προσέγγισης του ζητήματος.



ΠΡΩΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ένα από τα σημαντικότερα είδη του τουρισμού είναι ο «εγχώριος τουρισμός» (domestic tourism), δηλαδή η εσωτερική μετακίνηση των ανθρώπων – τουριστών εντός της χώρας τους. Για παράδειγμα, εγχώριος τουρίστας είναι ένας Έλληνας ο οποίος ταξιδεύει από την Αθήνα στη Θεσσαλονίκη. Ο εγχώριος (domestic) τουρισμός είναι η ιστορική μορφή τουρισμού² λόγω μη ύπαρξης τεχνολογίας και κλειστών συνόρων. Σήμερα συνεχίζεται ως σημαντική μορφή τουρισμού σε όλο τον κόσμο και αντιπροσωπεύει περίπου 5-6 σε δισεκατομμύρια³, εκτιμώμενες αφίξεις τουριστών οι οποίες είναι περισσότερες κατά το ποσοστό 74% –86% των συνολικών τουριστικών αφίξεων⁴. Αυτό είναι περίπου το 73% των συνολικών διανυκτερεύσεων, το 69% των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία και το 75% των διανυκτερεύσεων σε καταλύματα (όχι ξενοδοχεία)⁵.

Παρόλο που ο εγχώριος τουρισμός είναι το μεγαλύτερο μέρος του τουρισμού σε όγκο, επισκιάζεται από τον διεθνή τουρισμό. Σύμφωνα με την UNWTO⁶, ο τουρισμός θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως διεθνής και εγχώριος τουρισμός. Ο διεθνής τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες κατοίκων τουριστών και μη κατοίκων τουριστών εκτός της χώρας διαμονής, ο οποίος επί της ουσίας είναι ο συνδυασμός του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού.

- Ως «εξερχόμενος τουρισμός», νοείται όταν για παράδειγμα ένας Έλληνας ταξιδεύει από την Ελλάδα με σκοπό να μετακινηθεί σε ένα άλλο κράτος του εξωτερικού, όπως για παράδειγμα στην Ιταλία.
- Αντίθετα, ο «εισερχόμενος τουρισμός», νοείται όταν ένας αλλοδαπός, για παράδειγμα ένας Ιταλός ταξιδεύει για να έρθει για διακοπές στην Ελλάδα. Ο ΕΟΤ ως κρατική υπηρεσία έχει ως αποστολή την προώθηση του τουρισμού, ώστε να αυξηθεί ο εισερχόμενος τουρισμός αλλά και τα έσοδα από τουρισμό.

²Pierret, 2010.

³UNWTO, 2016.

⁴Bigano et al., 2007 & Pierret, 2010.

⁵Pierret, 2010.

⁶UNWTO, 1995.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Στην Ελλάδα πραγματοποιούμε συνήθως ταξίδια κατά τη διάρκεια μιας αργίας, το καλοκαίρι για σύντομες ή μεγαλύτερες διακοπές ή τέλος, το χειμώνα πραγματοποιώντας ένα ταξίδι σε έναν χειμερινό προορισμό, όπως για παράδειγμα σε ένα χιονοδρομικό κέντρο ή έναν ορεινό παραδοσιακό οικισμό. Στο εξωτερικό αντιθέτως, η έννοια και η ιδέα του χειμερινού τουρισμού με προορισμό ένα χιονοδρομικό κέντρο, είναι σαφώς πιο ανεπτυγμένη, μιας και στην Ιταλία για παράδειγμα έχουν την «settimana bianca» (η λευκή εβδομάδα) και τα σχολεία δεν είναι ανοιχτά, ούτως ώστε οι πολίτες να έχουν την ευκαιρία να πραγματοποιήσουν ταξίδια και να πάνε σε ένα χιονοδρομικό κέντρο για να κάνουν σκι.

1.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όπως προαναφέρθηκε και στην εισαγωγή, ο τουρισμός σήμερα αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της ελληνικής οικονομίας. Όπως αναγράφεται στον Σύνδεσμο των Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.) ο τομέας του τουρισμού αποτελεί το 20,8% του ΑΕΠ και το ποσοστό των ατόμων που απασχολούνται σε αυτόν αποτελεί το 21,7 % (στοιχεία διαθέσιμα στο sete.gr για το 2019 όπως φαίνονται και στο πίνακάκι κάτωθι). Αναμφισβήτητα ο τουριστικός κλάδος αποτελεί βασικό κρατικό έσοδο, συμβάλλει επίσης με ουσιαστικό τρόπο και στην ανάπτυξη άλλων τομέων οι οποίοι σχετίζονται με αυτόν, όπως για παράδειγμα ο κλάδος των μεταφορών, των ξεναγών, της εστίασης και της απασχόλησης.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Συνολική συμμετοχή στο ΑΕΠ	20,8% [WTC]
Συνολική συμμετοχή στην απασχόληση	21,7% της συνολικής απασχόλησης [WTC]
Συνολική Απασχόληση	946.200 [WTC]
Έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό	17,7 δις. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα) [ΤτΕ]
Αφίξεις μη κατοίκων	31,3 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	564 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)
Εποχικότητα	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	70% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΕΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	10.121 ξενοδοχεία / 798.650 κλίνες [ΕΕΕ]
Τορ 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (8.810.593), Ηράκλειο (3.256.490), Ρόδος (2.365.520), Θεσσαλονίκη (2.307.587), Κέρκυρα (1.463.288) [ΔΑΑ, Fraport Greece & ΥΠΑ.]
	Πατήστε εδώ για τα στατιστικά στοιχεία εισερχόμενου τουρισμού .

Εικόνα 1: Βασικά μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού – 2019 (πηγή: sete.gr).

Εξαιτίας του εποχικού χαρακτήρα του τουρισμού, αλλά και της δυσχερούς προσαρμογής του στις νέες συνθήκες οι οποίες αναπτύσσονται τα τελευταία χρόνια εξαιτίας της κλιματικής αλλαγής, αλλά και προσφάτως εξαιτίας της πανδημίας, συνθήκη η οποία θα αναλυθεί σε επόμενο κεφάλαιο, ο τουριστικός κλάδος αποδυναμώνεται και κρίνεται απαραίτητο και αναγκαίο να ληφθούν πρωτοβουλίες για τη διόρθωση αυτών των αδυναμιών αλλά και για την ενδυνάμωσή του⁷.

Όταν αναφερόμαστε σε εποχικότητα του τουρισμού εννοούμε για παράδειγμα τον χειμερινό τουρισμό, ο οποίος περιλαμβάνει επίσκεψη σε χιονοδρομικά κέντρα ή θέρετρα, όπως στο χιονοδρομικό κέντρο Καϊμακτσαλάν. Είναι εκείνο το είδος του τουρισμού, ο οποίος δεν είναι «σε λειτουργία» όλο τον χρόνο, αλλά μερικούς μήνες.

Είναι γεγονός ότι υπάρχουν τουρίστες οι οποίοι έχουν ως επιθυμία να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους εξασκώντας και διάφορα σπορ. Συγκεκριμένα, αυτή η επιλογή είναι ένας συνδυασμός μιας αθλητικής δραστηριότητας με τη διασκέδαση. Ωστόσο, υπάρχουν τουρίστες που αποφασίζουν να περάσουν τις χειμερινές διακοπές τους σε χιονοδρομικά κέντρα ή σε παραδοσιακά ορεινά χωριά. Έτσι, ασχολούνται με χειμερινά σπορ, όπως σκι, πατινάζ στον πάγο και σνόουμπορντ⁸. Επίσης, έχει παρατηρηθεί ότι ο χειμερινός

⁷https://www.bankofgreece.gr/RelatedDocuments/EMEKA_tourismos_2014_.pdf (Ημ. πρόσβασης: 10/1/2021).

⁸Bank, 2011.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

τουρισμός σχετίζεται με τον τουρισμό για spa. Έτσι, υπάρχουν τουρίστες που θέλουν να περάσουν τις χειμερινές διακοπές τους επισκεπτόμενοι σάουνες και χαμάμ. Οι τουρίστες του χειμώνα έχουν μια διαφορετική τουριστική προσέγγιση όταν πρόκειται να επιλέξουν τον προορισμό των διακοπών τους. Με άλλα λόγια, οι χειμερινοί τουρίστες ως καταναλωτές συνήθως συμπεριφέρονται εντελώς διαφορετικά από τους κλασικούς τουρίστες. Οι τουρίστες του χειμώνα επισκέπτονται χειμερινούς προορισμούς για να εξασκήσουν κάποιο σπορ (π.χ. σκι). Επιπλέον, υπάρχουν και οι κλασικοί τουρίστες που επιθυμούν να επισκεφθούν τα χιονοδρομικά κέντρα για να δούνε τα τοπία και να χαλαρώσουν⁹.

Επιπλέον, ο χειμερινός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού η οποία έχει μεγάλη άνθηση σε όλη την υφήλιο και είναι δημοφιλής σε χώρες που επιπρόσθετα από τις αναγκαίες κλιματολογικές συνθήκες έχουν διάσημα χιονοδρομικά κέντρα. Για παράδειγμα, από τότε που η πόλη του Τορίνο αποφάσισε να κατασκευάσει χιονοδρομικές εγκαταστάσεις στις ιταλικές Άλπεις ενισχύθηκε ο χειμερινός τουριστικός αθλητισμός¹⁰. Οι υπηρεσίες αναψυχής είναι σημαντικοί παράγοντες για την ευημερία των περιοχών αυτών.

1.2 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Συνοπτικά αναφέρονται παρακάτω οι μορφές που μπορεί να προσλάβει ο τουρισμός:

1. θαλάσσιος,
2. εκπαιδευτικός,
3. πολιτιστικός και
4. εναλλακτικός τουρισμός (όπως για παράδειγμα ο ιατρικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο ιαματικός, ο αρχαιολογικός τουρισμός, ο οινοτουρισμός, ο θρησκευτικός κ.ο.κ.).

Γίνεται ευρέως αποδεκτό ότι ο μαζικός τουρισμός, που εξελίχθηκε στις δεκαετίες του 1960 και 1970 και ωφελήθηκε από την δημιουργία πλούτου σε κοινωνικές τάξεις που μέχρι τότε δεν είχαν την δυνατότητα ή πολυτέλεια να ταξιδεύουν χάριν αναψυχής, και ο οποίος (μαζικός τουρισμός) στηριζόταν στην χρήση νέων τεχνολογιών μαζικής μετακίνησης, και σε ριζικές επεμβάσεις και εντατικές εκμεταλλεύσεις οικονομίας κλίμακας στους τόπους προορισμού, δεν είναι πια συμβατός ούτε με ότι επιζητούν οι χώρες υποδοχής, ούτε με ότι σε

⁹ Falk, 2010.

¹⁰Gios et al., 2006.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

ευρύτερο (διεθνές, επιστημονικό, κοινωνικό, οικολογικό) επίπεδο κρίνεται ως ανεκτό ή καλύτερα ωφέλιμο για τις χώρες υποδοχής.

Αν σε προγενέστερες δεκαετίες, προεξάρχον στοιχείο για τις χώρες υποδοχής ήταν η υποδοχή πολλών τουριστών χάριν της σύστοιχης αύξησης του συναλλάγματος που εισέρχεται μαζί τους και αναλώνεται τοπικά, και χάριν των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται και της υπεραξίας στην αγορά ακινήτων, σήμερα έχει γίνει κατανοητό πως η μία από τις τρεις μείζονες κατηγορίες τουριστών, οι «ψυχοκεντρικοί / εγωκεντρικοί»¹¹ ελάχιστα εκφεύγει από τα τουριστικά mega-συγκροτήματα, αλλοτριώνει την αγορά της χώρας υποδοχής επειδή επιζητεί φαγητό - ποτό - διασκέδαση - ομιλούμενη γλώσσα όπως τα γνωρίζει από την χώρα προέλευσης (π.χ. αντί για paella στην Ισπανία, οι Βρετανοί ζητούν fish and chips) και ούτε την αγορά εργασίας υποστηρίζει διότι αντλεί μόνον χειρωνακτικό προσωπικό, ενώ αντίθετα το εξειδικευμένο προσωπικό πολλές φορές εισάγεται και αυτό από την αντίστοιχη χώρα προέλευσης των τουριστών¹².

Η αλλοτρίωση που επιβάλλει ο μαζικός τουρισμός στο περιβάλλον, δεν επέρχεται μόνο σε προορισμούς- τουριστικά θέρετρα, αλλά αλλοιώνει πλέον και οικιστικές δομές, ακόμα και ολόκληρες πόλεις, σε σημείο που ο τοπικός πληθυσμός να αντιδρά έντονα στις αλλοτριώσεις αυτές: Σε εγγύτητα προς τα σημεία - στόχους του μαζικού τουρισμού, η τοπική οικονομία καταστρέφεται και τα καταστήματα που εξυπηρετούν τις ζωτικές ανάγκες του τοπικού πληθυσμού κλείνουν για να αντικατασταθούν από άλλα, που εξυπηρετούν μόνο τις ανάγκες του μαζικού τουρισμού, με αντικείμενα χωρίς καμία χρηστική ή άλλη αξία. Η μετατροπή μεγάλου μέρους των υφιστάμενων κατοικιών σε καταλύματα παραμορφώνει την τοπική κτηματαγορά και εξαναγκάζει τον τοπικό πληθυσμό σε αστυφοβία. Οι γραφικοί προορισμοί χάνουν την κοινωνική τους ζωτικότητα και μετατρέπονται σε ανδρείκελα του εαυτού τους, καταπατημένα από ορδές μαζικού τουρισμού με ιδιαίτερο χαρακτηριστικό ότι σήμερα, το μαζικό τουρισμό απαρτίζουν οι απόγονοι άλλων γενεών μαζικών τουριστών, που σε έφηβη ή ώριμη ηλικία θέλουν και αυτοί να αποκομίσουν τις ίδιες εμπειρίες, όσο και πολίτες εκείνων των οικονομιών που αναπτύσσονται στον ενεστώτα χρόνο, ιδίως από τις Ασιατικές χώρες, οι οποίοι εξαιτίας οικονομικών ή πολιτικών ανεπαρειών μέχρι σήμερα αδυνατούσαν να μετέχουν στον μαζικό τουρισμό. Μπορεί λοιπόν να προγνωσθεί με ασφάλεια, πως ο μαζικός

¹¹Plog 1972, Cohen 1972.

¹²Kilipiris & Zardava 2012.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

τουρισμός ως τμήμα του Τουρισμού όχι μόνο δεν φθίνει αλλά αντίθετα βαίνει με αυξητικούς ρυθμούς στην πρόοδο του Χρόνου.

Από την άλλη πλευρά, δεν φαίνεται να υπάρχει ομογενής αντίλογος στην λαίλαπα του μαζικού τουρισμού, αν και υφίστανται προσεγγίσεις του θέματος τόσο από διεθνείς οργανισμούς (UNWTO, UNEP, ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ) όσο και από θεωρητικούς του Τουρισμού¹³. Τα Ηνωμένα Έθνη έχουν προτείνει ένα σχέδιο δράσης που καλείται AGENDA 21¹⁴ με προτεραιότητες δράσης όπως μείωση των αναλυσκόμενων φυσικών πόρων, διαχείριση αποβλήτων, διαχείριση πόσιμου και απόβλητου ύδατος, συνεργασίες κ.λπ.

Ως αντίλογος στον μαζικό τουρισμό προτείνεται ένα μοντέλο ήπιας επιβάρυνσης, με διάφορα ονόματα τα οποία πηγάζουν εν μέρει και από την φιλοσοφία εκείνου που προτείνει το μοντέλο: προσήκων τουρισμός, υπεύθυνος τουρισμός, ήπιος τουρισμός, πράσινος τουρισμός, εναλλακτικός τουρισμός. Ως ορθότερο όνομα επιλέγεται από κάποιους ο όρος «εναλλακτικός τουρισμός»¹⁵. Σε κάθε όμως περίπτωση, μέχρι σήμερα όλες αυτές οι μορφές «εναλλακτικού τουρισμού», αν και ηθικά και κοινωνικά ορθές, δεν έχουν κατορθώσει να υποκαταστήσουν, ούτε να επηρεάσουν, το μαζικό τουρισμό ούτως ώστε να είναι τελικά όχι οι αντικαταστάτες του μαζικού τουρισμού, αλλά απλά ένα ακόμα υποσύνολό του¹⁶.

Είναι γεγονός, ότι στο ενεστώς στάδιο, και επειδή ο «εναλλακτικός τουρισμός» δεν έχει επικρατήσει, ούτε προβλέπεται αυτό για τους λόγους που προαναφέρθηκαν, και οι οποίοι διαιωνίζουν και ανανεώνουν το μαζικό τουρισμό, ο μόνος τελεσφόρος τρόπος για την μόνιμη μετάλλαξη του μαζικού τουρισμού σε ωφέλιμο τουρισμό, είναι η επιβολή περιορισμών, τουλάχιστον στις ακραίες μορφές του. Τέτοιοι περιορισμοί μπορεί να είναι ο περιορισμός πολεοδομικής και οικοδομικής εκμετάλλευσης, ο ορισμός μέγιστου αριθμού επισκεπτών ή παρεπιδημούντων, η επιβολή τήρησης περιβαλλοντικών όρων ή ισοδυνάμων, η ένταξη του Τουρισμού στο Χρηματιστήριο Ρύπων μαζί με τις άλλες ρυπογόνες δραστηριότητες όπως η βιομηχανία.

¹³Yuzbasioglu, 2014.

¹⁴UNEP 2005, Kahraman & Türkay 2006.

¹⁵Kilipiris & Zardava 2012.

¹⁶Kilipiris & Zardava 2012.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

1. Θαλάσσιος τουρισμός

Βασικές διακρίσεις του θαλάσσιου τουρισμού είναι το yachting (τουρισμός με ιδιόκτητο είτε μισθωμένο) και η κρουαζιέρα (οργανωμένος τουρισμός με πλοίο το οποίο «δένει» σε διάφορα μέρη για να γίνουν ημερήσιες εκδρομές). Η περιήγηση στη θάλασσα γνωρίζει τα τελευταία χρόνια άνθηση. Ιδιαίτερα στην Ιταλία, τη Γαλλία, την Ισπανία αλλά μετέπειτα και στην Ελλάδα, στη Κύπρο, στην Τουρκία, η κρουαζιέρα έχει αναπτυχθεί και η αγορά είχε θετική πρόγνωση ανάπτυξης.

2. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός

Αυτή η μορφή τουρισμού περιλαμβάνει κόσμο που πραγματοποιεί ταξίδια για μόρφωση και σπουδές. Βέβαια και η περιέργεια να γνωρίσεις νέα ήθη, έθιμα και πολιτισμό, σύμφωνα με τους Burkart & Medlik¹⁷, οδηγεί ορισμένους στο να οργανώνουν ταξίδια. Όπως και ο θαλάσσιος τουρισμός, απευθύνεται σε πελατεία υψηλού οικονομικού και μορφωτικού επιπέδου.

3. Πολιτιστικός τουρισμός

Σύμφωνα με τον ορισμό του Παγκοσμίου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO)¹⁸, πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται ως η μετακίνηση πληθυσμού προκειμένου να καλυφθούν ανάγκες των ανθρώπων για παρακολούθηση της τέχνης, για να συμμετάσχουν σε δρώμενα ήτοι φεστιβάλ, ή για να χαρούν τις πολιτιστικές κληρονομίες μιας χώρας. Στην Ελλάδα αυτό το είδος τουρισμού, με εξαίρεση το φεστιβάλ της Επιδαύρου, δεν έχει ιδιαίτερη απήχηση.

4. Εναλλακτικός τουρισμός

4. 1. Ο Ιατρικός τουρισμός

Σήμερα, η ανάπτυξη της βιομηχανίας του ιατρικού τουρισμού ακολουθεί συνήθως τις τάσεις του γενικού τουρισμού καθώς και τις τάσεις της εθνικής ή / και της διεθνούς οικονομίας. Ένας αυξανόμενος αριθμός ασθενών από ανεπτυγμένες χώρες ταξίδευαν για τα ιατρικά κέντρα των λιγότερων αναπτυγμένων χωρών, προκειμένου να αποκτήσουν ορισμένες ιατρικές

¹⁷Burkart & Medlik, 1981.

¹⁸UNWTO, 1985.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

υπηρεσίες σε χαμηλότερο κόστος¹⁹ ή για να υποβληθούν εκτός σειράς σε μεταμοσχεύσεις ή για να υποβληθούν σε επεμβάσεις που στη χώρα τους είναι παράνομες.

Ο ιατρικός τουρισμός έχει εξέχουσα σημασία για την εθνική οικονομία των χωρών καθώς διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στους προϋπολογισμούς των νοσοκομείων και έχει διαπιστωθεί ότι σύμφωνα με τη Στατιστική υπηρεσία της Ουγγαρίας ένα σημαντικό ποσοστό 10 % των εσόδων της είναι από διεθνείς ασθενείς²⁰.

Η Ελλάδα είναι μία από εκείνες τις χώρες που έχει δείξει ενδιαφέρον για τον ιατρικό τουρισμό και συγκαταλέγεται μεταξύ των χωρών με τη μεγαλύτερη ζήτηση σε μεσογειακούς προορισμούς. Η χώρα μας επίσης, προσφέρει φυσικά πλεονεκτήματα, τουριστικές υποδομές και εμπειρογνωμοσύνη σε υψηλό επίπεδο λόγω του υπερπληθυσμού ιατρών. Είναι γεγονός ωστόσο, ότι ο διεθνής ανταγωνισμός και η τρέχουσα οικονομική κρίση, σε συνδυασμό με την πολιτική και κοινωνική αστάθεια είχαν πράγματι σημαντικό αρνητικό αντίκτυπο και στον ελληνικό τουρισμό. Ο ιατρικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού στον οποίο η Ελλάδα μπορεί και πρέπει να επενδύσει δεδομένων των κλιματολογικών και γεωγραφικών χαρακτηριστικών της. Όμως, ο ιατρικός τουρισμός προσφάτως εμφανίστηκε στα δρώμενα των πολιτικών, κυρίως λόγω της παρατεταμένης κρίσης (οικον.) και των μέτρων αντιμετώπισης της κρίσης που λαμβάνονται στη χώρα από την εκάστοτε Κυβέρνηση. Επιπλέον, τα δεδομένα για τις εισροές για ιατρικό τουρισμό είναι ελάχιστα και, κατά συνέπεια, είναι δύσκολο να εκτιμηθεί η επίδρασή του τόσο στην υγεία όσο και στην οικονομία. Επιπλέον, τα δεδομένα είναι δύσκολο να συλλεχθούν εξαιτίας και των πολύπλοκων²¹ πληροφοριακών συστημάτων που υπάρχουν στην διοίκηση.

Η Ελλάδα μπορεί και πρέπει να καθορίσει τις προϋποθέσεις για την επίτευξη των στόχων για την ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού, διασφαλίζοντας τα υψηλά πρότυπα ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και να δημιουργήσει μια «ταυτότητα» διεθνούς αποδοχής. Με αυτό τον τρόπο η χώρα θα αναγνωριστεί και θα διακριθεί.

Το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης του προσωπικού αναμένεται να αυξήσει την ικανοποίηση και να βελτιώσει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών ιατρικού τουρισμού.

¹⁹Horowitz et al., 2007.

²⁰Hungarian Central Statistical Office, 2010.

²¹Kavoura, 2012.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Τα ξενοδοχεία υψηλού επιπέδου διαθέτουν τις υποδομές ώστε να αναπτύξουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Η δημιουργία δικτύου και η συνεργασία μεταξύ όλων των ενδιαφερόμενων φορέων του ιατρικού τουρισμού, δημόσιου και ιδιωτικού, είναι απαραίτητα στοιχεία, προκειμένου να συντονιστούν οι προσπάθειες όλων για την επιτυχή ανάπτυξη αυτού του συγκεκριμένου τουριστικού προορισμού.

4.2 Ο Αγροτικός τουρισμός

Για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες η γεωργία είναι ζωτικής σημασίας για την αειφόρο αγροτική ανάπτυξη και ένα βασικό μέσο για τη μείωση της φτώχειας καθώς και τη διασφάλιση της οικονομικής ανάπτυξης. Ωστόσο, οι αγροτικές περιοχές είναι δυναμικά συστήματα πολλαπλών λειτουργιών. Αυτά τα συστήματα περιλαμβάνουν διαφορετικές χρήσεις γης και δραστηριότητες όπως τον οικισμό, τη μεταφορά, τη βιομηχανία, τον τουρισμό και την αναψυχή.

Στο άρθρο της Agnieszka Brelik²² παρουσιάζεται ο αγροτουρισμός ως εναλλακτική δραστηριότητα στη διαδικασία αγροτικής ανάπτυξης, στην οποία συνδυάζεται η γεωργία και ο τουρισμός, βελτιώνοντας έτσι τους φυσικούς πόρους και συμβάλλοντας στην αγροτική περιοχή τόσο σε κοινωνικό επίπεδο όσο και σε οικονομικό.

Στην ίδια μελέτη αναλύονται ως παράγοντες χαμηλής ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών της Πολωνίας, η αναποτελεσματική διάρθρωση της απασχόλησης, η χαμηλή παραγωγικότητα στη γεωργία, η χαμηλή ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού και ο χαμηλός βαθμός αστικοποίησης και δέσμευσης ξένου κεφαλαίου.

Ο αγροτικός τουρισμός αυξάνεται διαρκώς στην Ευρώπη και πολλές περιοχές επιλέγουν την ανάπτυξη του²³, ωστόσο οι ιδιαιτερότητές του δεν του επιτρέπουν να καλύψει μεγάλο ποσοστό.

4.3.Ιαματικός τουρισμός

Σύμφωνα με διεθνή στοιχεία, οι χώρες που έχουν επενδύσει στον ιαματικό τουρισμό είναι η Ινδία, η Μαλαισία, η Σιγκαπούρη, η Ταϊλάνδη, ακόμα και η Ευρώπη όπως και η Λατινική Αμερική προσφέρουν προορισμούς για ιαματικούς σκοπούς. Τα ιαματικά νερά

²²Brelik, 2009.

²³Wanhill, 1992.

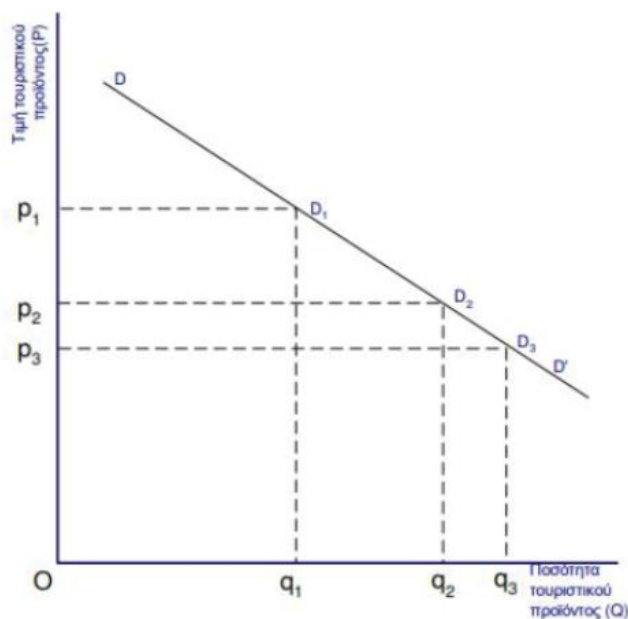


ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

αποτελούν πόλο έλξης για πολλούς τουρίστες που επισκέπτονται τέτοιους προορισμούς για να κάνουν χρήση τα νερά των συγκεκριμένων πηγών.

1.3 ΓΡΑΦΙΚΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η σχέση απεικονίζεται στην Εικόνα 2 η οποία δείχνει την αντίστροφη σχέση μεταξύ της τιμής (P) και της ζητούμενης ποσότητας (Q) ενός τουριστικού προϊόντος / πακέτου. Αυτό πρακτικά γίνεται όταν σε μια ενδεχόμενη αύξηση της τιμής (p), αυτό επιφέρει την μείωση της ζητούμενης ποσότητας αυτού καθώς και το αντίστροφο. Αυτή η διατύπωση αφορά στον Νόμο της Τουριστικής ζήτησης.²⁴



Εικόνα 2: Σχέση μεταξύ της ζητούμενης ποσότητας ενός τουριστικού πακέτου και της τιμής του.

Αυτή η βασική συνθήκη του Νόμου της Τουριστικής ζήτησης μπορεί να καμφθεί από την τυχόν αλλοπρόσαλλη καταναλωτική συμπεριφορά την οποία μπορεί να έχουν οι τουρίστες κατά την περίοδο των διακοπών τους, καμιά φορά και πριν, όταν δηλαδή σχεδιάζουν και προγραμματίζουν τις διακοπές τους. Αυτή η αλλοπρόσαλλη συμπεριφορά των τουριστών

²⁴Ψειρίδου & Λιανός, 2015.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

παράγει τρία αποτελέσματα: το αποτέλεσμα επίδειξης (veblen effect), το αποτέλεσμα μίμησης (bang wagon effect) και το αποτέλεσμα περιφρόνησης (snob effect).

Παραδείγματα τέτοιας παράδοξης συμπεριφοράς πηγάζουν συνήθως από «υπερβολικές και λανθάνουσες ανάγκες» επιδειξιομανίας, αυτοπροβολής και επιφανειακής ευχαρίστησης. Δηλαδή ο εκάστοτε τουρίστας αρέσκεται στο να επιδεικνύει την οικονομική του άνεση στον κοινωνικό του κύκλο με κάθε τρόπο (είτε διαμένοντας σε ακριβά καταλύματα, είτε επισκεπτόμενος ακριβά εστιατόρια), διότι κατά αυτόν τον τρόπο νιώθει ότι αναγνωρίζεται κοινωνικά και είναι και εκείνος κομμάτι της «ελίτ» κοινωνίας, δίχως όμως επί της ουσίας να ικανοποιεί τις πραγματικές του ανάγκες και επιθυμίες.

Ένα ακόμα εξίσου σημαντικό παράδειγμα κάμψης του Νόμου της Τουριστικής ζήτησης είναι το αποτέλεσμα περιφρόνησης (snob effect). Στο παράδειγμα της περιφρονητικής κατανάλωσης η αύξηση της τιμής, αυξάνει την ζήτησή του καθώς αυξάνεται η απόλαυση του καταναλωτή με αποτέλεσμα την αύξηση της ζητούμενης ποσότητας του αγαθού (π.χ. υπερπολυτελείς διακοπές).

Άλλη περίπτωση όπου παραβιάζεται η βασική αρχή του νόμου της Τουριστικής ζήτησης είναι το αποτέλεσμα μίμησης (bang wagon effect) ή ο καταναλωτικός μιμητισμός. Σύμφωνα με αυτόν οι άνθρωποι τείνουν να ακολουθούν την μόδα, επομένως ολοένα και περισσότεροι καταναλωτές - τουρίστες αγοράζουν ένα τουριστικό πακέτο, αλλότριο από τις δικές τους προτιμήσεις, διότι η επιλογή τους επηρεάζεται από εκείνο που προτάσσει η μόδα και όχι από την πραγματική τους επιθυμία για να καλύψουν τις προσωπικές τους ανάγκες.

Τέλος, το αποτέλεσμα επίδειξης (veblen effect), κατά το οποίο ορισμένοι που ανήκουν σε υψηλά εισοδηματικά κλιμάκια ζητούν αγαθά τουρισμού αυξημένων προδιαγραφών και υψηλού επιπέδου κύρους σε πολύ υψηλές τιμές που εκφράζει μια ξεχωριστή κατανάλωση²⁵. Σαν παράδειγμα μπορούμε να αναφέρουμε τους τουρίστες που με κινητήρια δύναμη την ανάγκη τους για επίδειξη πλούτου και κύρους, ζητούν πολυτελή τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες, ήτοι μισθώνουν τις ακριβότερες σουίτες σε κρουαζιέρες με μεγάλη πολυτέλεια ή οργανώνουν γεύματα για την πελατεία τους, σε πανάκριβα εστιατόρια κατά την διάρκεια επαγγελματικών ταξιδιών.

²⁵Malakhov & Sergey, 2012.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

1.4 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Επιγραμματικά θα αναφερθούμε στα χαρακτηριστικά της, τα οποία είναι :η ανομοιογένεια στα προϊόντα και υπηρεσίες, η εποχικότητα που κάνει την ζήτηση να μεταβάλλεται και να κυμαίνεται ανάλογα με το πότε αποφασίζουν να ταξιδέψουν οι τουρίστες και ευμετάβλητη η ζήτηση σε ακραία γεγονότα (τρομοκρατία, τσουνάμι, πόλεμος ή προσφυγική κρίση).

1.5 Η ΕΛΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Η σπουδαιότητα της ελαστικότητας τουριστικής ζήτησης έγκειται στο να δούμε πώς μεταβάλλονται τα έσοδα ενός τουριστικού προϊόντος σε ενδεχόμενη μεταβολή της τιμής του. Η μεταβολή των εσόδων εξαρτάται από την ελαστικότητα της ζήτησης. Στην περίπτωση που έχουμε ελαστική ζήτηση, σε ενδεχόμενη μείωση της τιμής κατά ένα ποσοστό του τουριστικού προϊόντος, έχουμε αύξηση της ζητούμενης ποσότητας κατά μεγαλύτερο ποσοστό. Σε ελαστική ζήτηση λοιπόν, έχουμε αύξηση των συνολικών εσόδων, για παράδειγμα του ξενοδοχείου, καθώς αυτά επηρεάζονται από την μεγαλύτερη μεταβολή στην ζητούμενη ποσότητα.

Σε περίπτωση που η τουριστική ζήτηση είναι ανελαστική, τα συνολικά έσοδα της τουριστικής επιχείρησης θα σημειώσουν μείωση καθώς αυτά επηρεάζονται από τη μεγαλύτερη μεταβολή της τιμής.

Η ελαστικότητα της ζήτησης είναι σημαντική στο να εξετάζεται από τους ιθύνοντες, για παράδειγμα το υπουργείο Οικονομικών, για να ελεγχθεί η αποτελεσματικότητα της επιβολής φόρων (έμμεσος φόρος, όπως το Φ.Π.Α. σε ένα τουριστικό πακέτο ή άμεσοι φόροι όπως σπατόσημο, τέλος παρεπιδημούντων κ.λπ.).

Επομένως με ελαστική ζήτηση αν επιβάλλει ο υπουργός φόρο σε ένα τουριστικό προϊόν, θα μειωθούν οι πωλήσεις των τουριστικών πακέτων και άρα και τα έσοδα, για παράδειγμα του ξενοδόχου και άρα και τα αναμενόμενα κρατικά έσοδα.

Στην αντίθετη περίπτωση με την ανελαστική ζήτηση, η επιβολή φόρου δεν θα μειώσει πολύ τις τουριστικές πωλήσεις, άρα θα σημειωθεί αύξηση των εσόδων των ξενοδόχων και κατά συνέπεια η αύξηση αυτή θα συμπαρασύρει και τα κρατικά έσοδα.



ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

2. Οι προσδιοριστικοί παράγοντες της Τουριστικής ζήτησης

Η Τουριστική ζήτηση είναι το άθροισμα από αγαθά και υπηρεσίες που μπορεί να καταναλώσει ο τουρίστας στα πλαίσια ενός ορισμένου χρονικού διαστήματος²⁶. Οι προσδιοριστικοί παράγοντες της Τουριστικής ζήτησης είναι οι ακόλουθοι:

- οικονομικοί,
- κοινωνικοί,
- ψυχολογικοί,
- πολιτικοί,
- πολιτιστικοί,
- τεχνολογικοί και
- άλλοι παράγοντες

2.1 Οικονομικοί παράγοντες

Πολύ βασικό ρόλο διαδραματίζουν, σύμφωνα με τους Proenca και Souziakis²⁷ στην Τουριστική ζήτηση οι τιμές των τουριστικών προϊόντων / πακέτων. Αξιοσημείωτο παράδειγμα αποτελεί η εμπορική επιτυχία που είχαν ορισμένες αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους (Easyjet, Ryanair κ.α.) οι οποίες προσφέρουν το ίδιο τουριστικό προϊόν σε πολύ χαμηλότερο κόστος, εν συγκρίσει με άλλες αεροπορικές εταιρίες (Aegean, British airways κ.α.) και επέφεραν σημαντική αύξηση τουριστικών ροών προς τους προορισμούς της.

Επιπλέον, ένας άλλος παράγοντας, σύμφωνα και με μελέτη που διενήργησαν οι Proenca και Souziakis²⁸ είναι το επίπεδο του διαθέσιμου εισοδήματος και το πώς αυτό κατανέμεται (αναφερόμαστε στους δυνητικούς αγοραστές / τουρίστες). Αυτό σημαίνει ότι ο μέσος καταναλωτής – τουρίστας δεν μπορεί σύμφωνα με τις συνθήκες και τα εισοδήματά του να κάνει διακοπές πέρα της μίας εβδομάδας και να καταναλώσει περισσότερα από το μηνιαίο εισόδημά του. Κατ' επέκταση, θα μπορεί να διαμείνει σε ένα κατάλυμα μεσαίου κόστους και

²⁶Song & Witt, 2000.

²⁷Proenca & Souziakis, 2005.

²⁸Proenca & Souziakis, 2005.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

να ξοδέψει για την ημερήσια διατροφή και διασκέδασή του το ποσό το οποίο έχει προγραμματίσει πριν την αναχώρησή του για τον προορισμό των διακοπών του. Για παράδειγμα, όσον αφορά τη διάρκεια που παραμένει κάποιος σε ένα μέρος, σε μια περιοχή, η διάρκεια μειώνεται σε συνάρτηση προς το λόγο αύξησης των τουριστικών εξόδων. Γεγονός που σημαίνει ότι όσο αυξάνεται το κόστος της διαμονής, τόσο μειώνεται ο αριθμός ημερών διαμονής σε ένα κατάλυμα από έναν μέσο καταναλωτή – τουρίστα. Η έρευνα που διεξήχθη από τους Proenca and Souziakis²⁹ για την ζήτηση τουρισμού για την περίπτωση της Πορτογαλίας, έδειξε ότι ο τουρισμός έχει εισοδηματική ελαστικότητα ζήτησης >1 , πράγμα που εντάσσει τον τουρισμό στα αγαθά πολυτελείας.

Εν συνεχεία, ένας ακόμα παράγοντας οικονομικού περιεχομένου είναι ο πληθωρισμός μιας χώρας. Στη μελέτη τους, οι Mello & Sinclair³⁰ υποστηρίζουν ότι η αύξηση της τουριστικής εισροής συνοδευόμενη από μείωση των δαπανών εξηγείται από υψηλότερο εγχώριο πληθωρισμό και μικρότερη διάρκεια διαμονής.

Για παράδειγμα στην Ελλάδα, δεν έχουμε καθόλου πληθωρισμό, αλλά έχουμε αντιπληθωρισμό. Και ενώ εκ πρώτης όψεως ο αποπληθωρισμός φαίνεται να είναι θετικό στοιχείο, διότι μειώνοντας τις τιμές, τα εισοδήματα αποκτούν μεγαλύτερη αξία. Και κατ' επέκταση τόσο μειώνεται και το χρέος μιας χώρας. Στην πράξη όμως όταν η χώρα έχει τη δυνατότητα και εκδίδει πληθωριστικό χρήμα, μειώνεται μεν το χρέος αλλά ταυτόχρονα καταρρέει και η οικονομία. Ο συστηματικός αντιπληθωρισμός, της τάξεως του -2% και -1% στον οποίο βρίσκεται η Ελλάδα, δε φαίνεται να βοηθά την κατάσταση για οικονομική ανάπτυξη. Έτσι, στην πράξη φαίνεται ο αποπληθωρισμός να απειλεί την Οικονομία. Αντίθετα η έλευση ενός τουρίστα προερχόμενου από χώρα με ισχυρό νόμισμα, σε χώρα με μεγάλο βαθμό πληθωρισμού, του δίνει συναλλαγματικό πλεονέκτημα μειώνοντας το κόστος διαμονής και καθιστώντας έτσι την χώρα αυτήν πιο ελκυστική ως τουριστικό προορισμό.

Ένας άλλος εξίσου σημαντικός οικονομικός παράγοντας είναι η νέα μόδα που κερδίζει έδαφος τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως και αφορά στην ενοικίαση καταλύματος με μισθώσεις τύπου Airbnb. Αυτός ο τρόπος ουσιαστικά αποδυναμώνει και ανταγωνίζεται με αθέμιτο τρόπο τους επαγγελματίες ξενοδόχους, εκείνους οι οποίοι έχουν καταλύματα και έχουν κάνει μία μεγάλη επένδυση έναντι εκείνων που ασχολούνται με τον κλάδο του τουρισμού

²⁹Proenca & Souziakis, 2005.

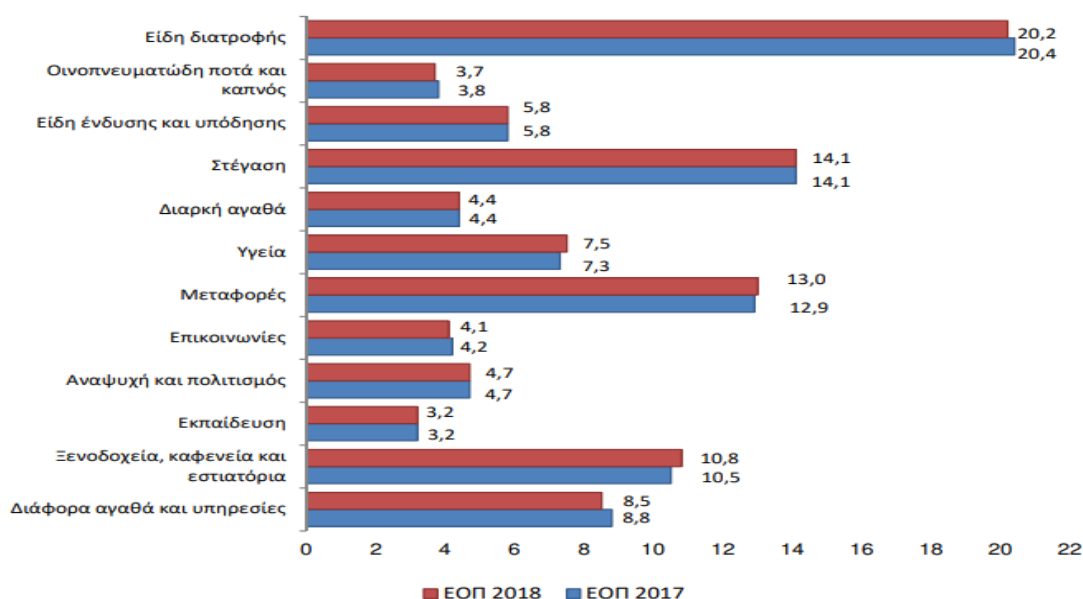
³⁰Mello & Sinclair, 2002.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

«ερασιτεχνικά» νοικιάζοντας ένα εξοχικό για να συμπληρώσουν απλά το εισόδημά τους. Σε πολλές περιπτώσεις το Airbnb έχει κατηγορηθεί για δημιουργία συνθηκών παραοικονομίας ιδίως όταν εκφεύγει τον στενών ορίων της πρόσκαιρης και ευκαιριακής εκμετάλλευσης. Τούτο ιδίως ισχύει σε χώρες με εποχικό τουρισμό όπου το Airbnb ανταγωνίζεται και αφαιρεί από τους ξενοδόχους έσοδα μέσα στην τουριστική σεζόν.

Επίσης, πολύ σημαντικός οικονομικός παράγοντας είναι ο οικογενειακός προϋπολογισμός, όπως διαφαίνεται και στην παρακάτω Εικόνα 3.



Εικόνα 3: Ποσοστιαία κατανομή μηνιαίων δαπανών (αγορές), για αγαθά και υπηρεσίες (τρέχουσες τιμές): ΕΟΠ 2017-2018.

Όπως διαφαίνεται λοιπόν από την Εικόνα 3, από τις 12 βασικές κατηγορίες αγαθών και υπηρεσιών κατά τα έτη 2017 και 2018, προκύπτει ότι³¹:

- α) το μεγαλύτερο μέρος από τις δαπάνες του μέσου οικογενειακού προϋπολογισμού πραγματοποιήθηκε για ανάγκες ειδών διατροφής (20,2%)
- β) έπειτα για στέγαση (14,1%),
- γ) οι μεταφορές καταλαμβάνουν ένα σημαντικό ποσοστό (13,0%), ενώ
- δ) στην εκπαίδευση μόλις το ποσοστό 3,2%.

³¹ΕΛΣΤΑΤ, 2019.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Από την εικόνα 3 μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι αυτές οι καταναλωτικές συμπεριφορές και συνήθειες δεν άλλαξαν κατά το έτος 2018. Οι αλλαγές αφορούν μόνο στα ξενοδοχεία, καφεενία και στα εστιατόρια .

Ακόμη ένας σημαντικός παράγοντας είναι ο ρυθμός αποταμίευσης. Όταν κάποιος αποταμιεύει, δεν ξοδεύει, άρα έχει την τάση να επηρεάζεται αντιστρόφως ανάλογα η τουριστική ζήτηση, αλλά και η ζήτηση γενικότερα για όλα τα αγαθά. Βέβαια, υπάρχει και η περίπτωση κάποιος να αποταμιεύει, διότι πραγματικά μπορεί να το κάνει, δίχως να «στερείται» ή να περικόπτει κάποια από τις συνήθειες του τόσο εκείνες που αφορούν στις διακοπές του όσο και στις καθημερινές πραγματικές ή μη καταναλωτικές του ανάγκες. Αυτοί όμως είναι μια μικρή μερίδα των τουριστών.

Επιπλέον, ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει την Τουριστική ζήτηση είναι και ο ρυθμός της οικονομικής ανάπτυξης. Οικονομική ανάπτυξη σημαίνει αύξηση στην πραγματική παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών, με άμεσο αποτέλεσμα και την αύξηση της ευημερίας σε μια οικονομία. Ο ρυθμός που αναπτύσσεται μια οικονομία είναι αποτέλεσμα πολλών παραγόντων καθώς και λήψης σωστών αποφάσεων από τους Διοικούντες.

Τέλος, βασικό ρόλο παίζουν και οι τιμές όλων των άλλων προϊόντων - υπηρεσιών. Αυτό σημαίνει ποιες είναι οι επιλογές που κάνει ο καταναλωτής για να δαπανήσει το εισόδημά του πέρα από τις τουριστικές υπηρεσίες. Αυτές οι ανάγκες μπορεί να είναι μεταβλητές, ανάλογα με την ηλικία, την προσωπική οικονομική κατάσταση του εκάστοτε καταναλωτή, αλλά και τη ψυχολογική του διάθεση, παράγοντας ο οποίος θα αναλυθεί παρακάτω.

2.2 Κοινωνικοί παράγοντες

Βασικοί παράγοντες κοινωνικού περιεχομένου για τον τουρισμό είναι ο χρόνος, ήτοι το χρονικό διάστημα που μπορεί να διαθέσει κανείς για ταξίδια , αν δηλαδή σε μια οικογένεια εργάζονται και οι 2 σύζυγοι, το υψηλό μορφωτικό επίπεδο και το μέγεθος των οικογενειών. Για παράδειγμα το γεγονός ότι μειώνεται ο αριθμός των γεννήσεων επηρεάζει την καταναλωτική (εν προκειμένω ταξιδιωτική) συμπεριφορά των μελών της. Αυτό σημαίνει ότι καθώς μειώνεται ο αριθμός των γεννήσεων, μειώνεται ο αριθμός των μελών της οικογένειας και καθώς αυξάνεται και το διαθέσιμο εισόδημα, μεγαλύτερο τμήμα αυτού αξιοποιείται για



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

διακοπές. Επιπλέον και πιο συγκεκριμένα αναφέρουμε ότι λόγω μείωσης των γεννήσεων, υποβόσκει και η γήρανση του πληθυσμού όπου εκεί δημιουργείται και μια νέα αγορά (γκρίζος τουρισμός) με άλλες προτιμήσεις μιας και αυτή η κατηγορία τουριστών είναι απαλλαγμένη από οικογενειακές υποχρεώσεις και έχει χρόνο και χρήμα για ταξίδια, ιδίως προτιμά τα κρουαζιερόπλοια.

Επιπλέον, οι προτιμήσεις των καταναλωτών αποτελούν ένα ακόμα βασικό κοινωνικό παράγοντα. Οι σύντομες για παράδειγμα διακοπές, τις οποίες μπορεί να επιλέξει ένας καταναλωτής ασχέτως από τις τιμές και το διαθέσιμο εισόδημα του. Έτσι, οι καταναλωτές - τουρίστες μπορεί να εκφράσουν μεγαλύτερη προτίμηση για ένα τουριστικό πακέτο από ένα άλλο, βάσει των προσωπικών τους προτιμήσεων, δίχως αυτό να σχετίζεται όμως με την τιμή του πακέτου – προϊόντος.

Άλλος κοινωνικός παράγοντας είναι η υφιστάμενη εμπειρία σε ταξίδια. Αυτό σημαίνει ότι κάποιος καταναλωτής – τουρίστας αρέσκεται να δαπανά τα χρήματά του σε οργανωμένα ταξίδια ή ταξίδια μεμονωμένα, δίχως να δίνει βάση σε άλλα καταναλωτικά αγαθά, αλλά τα ταξίδια να είναι η προτεραιότητα της ζωής του. Έτσι αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να αποκτά μία εμπειρία στα ταξίδια και να τον καθιστά έναν «ώριμο ταξιδιώτη – τουρίστα», ο οποίος γνωρίζει πολύ καλά την ταξιδιωτική συμπεριφορά.

Δεν μπορούμε να παραλείψουμε από τους κοινωνικούς παράγοντες και «την τάση επιστροφής στις ρίζες». Υπάρχουν πολλοί καταναλωτές - τουρίστες οι οποίοι θέλουν να επισκεφτούν την χώρα – πατρίδα τους όντας μετανάστες ή το χωρίο από το οποίο κατάγονται, είτε από νοσταλγία, είτε για να δούνε φίλους και συγγενείς ή ακόμα και το πατρικό σπίτι τους ή το σχολείο όταν έπαιζαν μικροί.

Άλλοι κοινωνικοί παράγοντες είναι τα διάφορα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα που εμφανίζονται και αναδεικνύουν τον τουρισμό ως πεδίο έκφρασης αξιών και στερεοτύπων καθώς και μίμησης, ορμώμενοι από το τι επιτάσσει κάθε φορά η «τουριστική μόδα». Εάν για παράδειγμα φέτος είναι της μόδας κάποιος να επισκεφτεί το x νησί, αυτό μπορεί να έχει προκύψει, γιατί ένας διάσημος ηθοποιός του Χόλυγουντ έχει πάει ή θα πάει, γιατί μία ταινία γυρίστηκε εκεί, γιατί ένας γάμος δύο αστέρων των κινηματογράφου πραγματοποιήθηκε κ.α.

Τέλος, ο τρόπος ζωής των ανθρώπων είναι ένας καθοριστικός παράγοντας επιλογής προορισμού στην σημερινή εποχή. Για παράδειγμα οι άνθρωποι που μένουν σε μεγάλα αστικά κέντρα επιθυμούν να ταξιδεύουν πιο συχνά προς την εξοχή για να έρχονται σε επαφή με το



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

φυσικό περιβάλλον, να περπατήσουν σε ήρεμα και όμορφα μονοπάτια, να αφουγκραστούν τις μυρωδιές της φύσης, διότι είναι αυτό που τους λείπει διαμένοντας σε μία μεγαλούπολη με απίστευτα γρήγορους ρυθμούς.

2.3 Ψυχολογικοί παράγοντες

Στους ψυχολογικούς παράγοντες συγκαταλέγεται η επιθυμία και η ανάγκη του καταναλωτή – τουρίστα για να ξεκουραστεί, για να ενισχύσει τους οικογενειακούς δεσμούς, για να αλλάξει παραστάσεις, για να απαλλαγεί, έστω και προσωρινά, από ψυχοσωματικές παθήσεις όπως στρες και άγχος.

Τέλος, η συνειδητοποίηση και ταύτιση της κατανάλωσης οδηγεί στη εξίσωση καταναλώνω άρα ταξιδεύω, άρα υπάρχω. Αυτό σημαίνει ότι οι άνθρωποι μετά από ένα κουραστικό εργασιακό έτος και πολλές φορές δουλεύοντας μηχανικά σαν ρομπότ, έχουν ως ημερήσιο καθημερινό πρόγραμμα το λεγόμενο «δουλειά – σπίτι – ύπνος – δουλειά». Άρα, το γεγονός των διακοπών λειτουργεί στην ψυχολογία του καταναλωτή – τουρίστα ως ανταμοιβή για το κοπιαστικό πρόγραμμα στο οποίο υπέβαλε τον εαυτό του.

Στη μελέτη που πραγματοποίησαν οι Haiyan Song, Peter Romilly & Xiaming Liu³², προκειμένου για την τουριστική ζήτηση στο Ηνωμένο Βασίλειο, εισήγαγαν έναν δείκτη προτίμησης τουριστικού προορισμού που λαμβάνει υπόψη τις κοινωνικές, πολιτιστικές και ψυχολογικές επιδράσεις στις αποφάσεις των τουριστών σχετικά με τους προορισμούς διακοπών στο εξωτερικό. Οι δοκιμές υποστηρίζουν την ύπαρξη σχέσης για καθέναν από τους 11 προορισμούς διακοπών στο εξωτερικό στο Ηνωμένο Βασίλειο. Υπολογίζονται τα αντίστοιχα μοντέλα διόρθωσης σφαλμάτων. Τα εμπειρικά αποτελέσματα δείχνουν ότι η μακροπρόθεσμη εισοδηματική ελαστικότητα για όλους τους προορισμούς κυμαίνεται από 1,70 έως 3,90 με μέσο όρο 2,336. Η χαμηλότερη και υψηλότερη ελαστικότητα εισοδήματος βραχυπρόθεσμα είναι 1,05 και 3,78 αντίστοιχα, με μέσο όρο 2,216. Οι εκτιμήσεις της εισοδηματικής ελαστικότητας υποδηλώνουν ότι οι διακοπές στο εξωτερικό είναι ιδιαίτερα ελαστικές, ενώ η ζήτηση για τον εξερχόμενο τουρισμό του Ηνωμένου Βασιλείου είναι σχετικά ανελαστική.

³²Song, Romilly & Liu, 2010.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

2.4 Πολιτικοί παράγοντες

Στους πολιτικούς παράγοντες εντάσσουμε τις σχέσεις σε πολιτικό επίπεδο των χωρών μεταξύ τους, δηλαδή της χώρας προέλευσης και υποδοχής των τουριστών. Εάν για παράδειγμα οι σχέσεις Αμερικής – Ελλάδας διέπονται από μία άριστη πολιτική σχέση, η Αμερική συνηθίζει να βγάζει τουριστικές οδηγίες υπέρ ή κατά ενός κράτους, στην συγκεκριμένη περίπτωση υπέρ. Όμως, οι πολιτικοί παράγοντες μπορούν να έχουν και αρνητικό αντίκτυπο, όταν για παράδειγμα εξαιτίας ενός πολέμου ένα κράτος γίνεται χώρα υποδοχής προσφύγων (για παράδειγμα ο πόλεμος στην Συρία). Τότε, οι περιοχές ή τα νησιά τα οποία υποδέχονται αυτούς τους πρόσφυγες, δυστυχώς χάνουν το ενδιαφέρον του καταναλωτή – τουρίστα. Στη μελέτη του ο Seddigyi³³ ορίζει την πολιτική αστάθεια ως ένα σύνθετο και πολυδιάστατο όρο με διάφορες ερμηνείες. Η εργασία του ερευνά τις διαπολιτισμικές διαφορές που υπάρχουν στις αντιλήψεις των ταξιδιωτικών πρακτόρων σχετικά με τον αντίκτυπο της πολιτικής αστάθειας στον τουρισμό. Για να καταγραφεί ο αντίκτυπος, στο μοντέλο του ανέπτυξε ένα σύνθετο δείκτη πολιτικής αστάθειας και στη συνέχεια το διένειμε σε 2000 ταξιδιωτικούς πράκτορες σε έξι μεγάλες χώρες που παράγουν τουρισμό. Χρησιμοποιώντας ANOVA, τα αποτελέσματα της μελέτης καταδεικνύουν την ύπαρξη σημαντικών διαφορών στον τρόπο με τον οποίο οι ταξιδιωτικοί πράκτορες αντιλαμβάνονται τον αντίκτυπο των διαφόρων τύπων πολιτικής αστάθειας στην τουριστική βιομηχανία. Τα αποτελέσματα μπορεί να ενδιαφέρουν εκείνους που χαράζουν πολιτική για τον τουρισμό και τους πράκτορες μάρκετινγκ.

2.5 Πολιτιστικοί παράγοντες

Η ανάγκη να επισκεφτεί κάποιος μουσεία, αρχαιολογικά μνημεία, να γνωρίσει νέα ήθη και έθιμα ενός τόπου, να διευρύνει τις γνώσεις του σε πολιτιστικό επίπεδο είναι σημαντικοί λόγοι για την ύπαρξη και την καθιέρωση του πολιτιστικού τουρισμού. Στους πολιτιστικούς παράγοντες συγκαταλέγονται επίσης και η εξοικείωση με έναν νέο πολιτισμό, η λεγόμενη πολυπολιτισμικότητα, αλλά και η πρόσληψη ενός νέου τρόπου ζωής που αφορά στην εξοικείωση του τουρίστα – καταναλωτή με νέες κουλτούρες άλλων πολιτισμών από αυτόν που γνωρίζει από τη δική του χώρα και στην αφομοίωση τμημάτων της.

³³Seddigyi, 2001.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

2.6 Τεχνολογικοί παράγοντες

Ένας παράγοντας αναμφισβήτητα που επηρεάζει την τουριστική ζήτηση είναι και η εξέλιξη της τεχνολογίας. Από την τεχνολογία επηρεάζεται η τιμή και το κόστος ενός τουριστικού προϊόντος. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφέρουμε ότι σύμφωνα με τον Kotler οτιδήποτε μπορεί να προσφερθεί σε μια αγορά με σκοπό την άντληση προσοχής ή κατανάλωσης ορίζεται ως προϊόν³⁴. Ένα κλασικό παράδειγμα της προόδου της τεχνολογίας αφορά στον τομέα των μεταφορών. Εξαιτίας της ταχύτατης εξέλιξης στον τομέα των μεταφορών έγιναν προσιτοί στον μέσο καταναλωτή προορισμοί πολύ απόμακροι σε σχέση με τον εκάστοτε «δικό μας» τόπο, όπως για παράδειγμα η Ταϊλάνδη. Η Ταϊλάνδη είναι ένας μακρινός τουριστικός προορισμός για τους κατοίκους της Ευρώπης, ο οποίος όμως έγινε πιο «απτός» και προσβάσιμος από την στιγμή που κατασκευάστηκαν πολλά σύγχρονα και γρήγορα αεροσκάφη με τα οποία ο καταναλωτής – τουρίστας μπορεί να έχει πρόσβαση πιο εύκολα και σε καλύτερες τιμές.

2.7 Άλλοι παράγοντες

2.7.1 Ασφάλεια

Άλλοι παράγοντες οι οποίοι είναι είτε θετικοί είτε αρνητικοί για την τουριστική ζήτηση ενός προορισμού έχουν να κάνουν με το επίπεδο ασφάλειας ενός τόπου. Εάν ένας εν δυνάμει τουριστικός προορισμός είναι ασφαλής, τότε είναι ένας θετικός παράγοντας, σε διαφορετική περίπτωση είναι αρνητικός. Τέτοια παραδείγματα έχουν καταγραφεί πάρα πολλά και δείχνουν πόσο επηρεάζει η ασφάλεια ενός τόπου τον τουρίστα – καταναλωτή. Μπορούμε ενδεικτικά να αναφέρουμε τις τρομοκρατικές ενέργειες, οι οποίες έπληξαν τους συγκεκριμένους τόπους – προορισμούς, όπως για παράδειγμα την Αμερική μετά την 11^η Σεπτεμβρίου ή το Παρίσι, το Βερολίνο, την Αίγυπτο κ.α.

Αν μελετήσει κανείς αυτά τα φαινόμενα με μία επιπόλαια ματιά και δίχως να εμβαθύνει, η πολιτική αστάθεια (πραξικόπημα, capital controls) και η τρομοκρατία φαίνεται να μην σχετίζονται με την τουριστική συμπεριφορά. Ωστόσο, εμφανίζονται στο προσκήνιο ορισμένες συγκυρίες, που αποδεικνύουν το αντίθετο. Για παράδειγμα κάτι τέτοιο φαίνεται από την αύξηση της αίσθησης κινδύνου που κυριεύει τους τουρίστες που πρόκειται να

³⁴Kotler, 1976.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

επισκεφθούν περιοχές με έντονες πολιτικές και κοινωνικές αναταραχές. Στο άρθρο των Righter και Waugh³⁵ φαίνεται ότι σε περιοχές όπου ο τουρισμός είναι ακρογωνιαίος λίθος της οικονομίας τους(αποτελεί δηλ. μια κρατική βιομηχανία), μια ενδεχόμενη τρομοκρατική επίθεση σε τουρίστες, ισοδυναμεί με κυβερνητική επίθεση. Παράλληλα το πως αντιδρούν οι τουρίστες σε τέτοιες επιθέσεις έχει να κάνει και με την εθνικότητά τους και αν έχει υπάρξει προγενέστερη εμπειρία³⁶

Για παράδειγμα, οι Αμερικάνοι πολίτες για ένα πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα σταμάτησαν να ταξιδεύουν με αεροπλάνο μετά το τρομερό τρομακτικό χτύπημα των Δίδυμων Πύργων, έως ότου άλλαξαν κάποιοι κανονισμοί σε παγκόσμια κλίμακα για να είναι ασφαλέστερος ο τρόπος μετακίνησης όλων με το αεροπλάνο³⁷. Οι Δίδυμοι Πύργοι αποτελούσαν έμβλημα για την Νέα Υόρκη και συμβόλιζαν την επιτυχία σε διεθνές επίπεδο και η ολοσχερής κατάρρευσή τους αποτελεί πλήγμα για όλο τον πλανήτη³⁸.

Απαραίτητη προϋπόθεση για να ελκύσει το τουριστικό ενδιαφέρον μια περιοχή είναι η δημιουργία ενός περιβάλλοντος ασφαλούς διαμονής. Τα τρομοκρατικά χτυπήματα αποθαρρύνουν τους τουρίστες στον επισκεφτούν μια περιοχή. Η πολιτική αστάθεια επίσης, επηρεάζει βαθύτατα τους τουρίστες και τους οδηγεί στην επιλογή προορισμών στους οποίους υπάρχει πολιτική σταθερότητα και ειρήνη³⁹. Οι ταξιδιώτες είναι γενικά πολύ ευαίσθητοι σχετικά με την ασφάλειά τους και την ασφάλεια της χώρας στην οποία επιλέγουν να περάσουν τις διακοπές τους, μιας και οι διακοπές είναι συνώνυμο της χαλάρωσης και της ξεγνοιασιάς⁴⁰. Πόλεμοι, βία και πολιτική αστάθεια⁴¹ βλάπτουν σοβαρά τον τουρισμό. Όλο και πιο έντονα διαφαίνεται και γίνεται κοινά αποδεκτό ότι η εγκληματικότητα και οι επιθέσεις τρομοκρατίας πλήττουν τους δημοφιλείς προορισμούς, όπως για παράδειγμα πολλοί τουρίστες σταμάτησαν να πηγαίνουν στην Νέα Υόρκη μετά το τρομοκρατικό χτύπημα που δέχθηκε η πόλη. Έτσι, αυτός ο παράγοντας έχει καταστεί ζήτημα και αντικείμενο μελέτης πολλών ερευνητών⁴². Ειδικά μετά τα γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου, τις βομβιστικές επιθέσεις στο μετρό του

³⁵Righter & Waugh, 1986.

³⁶Sarwar & Siddiqi, 2014.

³⁷Maditinos & Vassiliadis, 2008.

³⁸Timothy, 2006.

³⁹Baker, 2010.

⁴⁰Nyaruwata et al., 2013.

⁴¹Cavlek, 2002.

⁴²Depuma, 2015 & Radulescu, 2016.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Μουμπάι, οι επιθέσεις στα τρία τρένα του μετρό στο Λονδίνο, οι τουρίστες είναι επιφυλακτικοί ως προς την επιλογή του προορισμού τους. Αντιστρόφως ανάλογη θεωρείται η τουριστική ζήτηση για περιοχές όπου δεν υπάρχει τρομοκρατία και εγκληματικότητα. Κατά αυτόν τον τρόπο δημιουργείται το λεγόμενο φαινόμενο υποκατάστασης του τουριστικού προορισμού με κάποιον άλλον.

Ενδεικτικό μάλιστα είναι το γεγονός ότι χρειάζεται ένα διάστημα από 3 έως 9 μήνες μετά την εκάστοτε τρομοκρατική επίθεση για να αρχίσει να αποκαθίσταται η «τουριστική αξιοπιστία» ενός τόπου και να αρχίσει και πάλι να αποτελεί έναν θελκτικό τουριστικό προορισμό για τον καταναλωτή - τουρίστα.

Επομένως ένα αιφνιδιαστικό τρομοκρατικό χτύπημα, καθώς και η πολιτική αστάθεια ενός τόπου, έχουν ως αποτέλεσμα να συγκεντρώνουν τα βλέμματα των μέσων ενημέρωσης και κατά συνέπεια να επηρεάζουν αρνητικά και να απομακρύνουν τον τουρίστα - καταναλωτή. Βάσει του δείκτη global terrorism index 2020⁴³, μετρώντας τον αντίκτυπο της τρομοκρατίας, οι 10 χώρες πιο επηρεασμένες από τον αντίκτυπο της τρομοκρατίας:

- Αφγανιστάν
- Ιράκ
- Νιγηρία
- Συρία
- Σομαλία
- Υεμένη
- Πακιστάν
- Ινδία
- Λαϊκή Δημοκρατία του Κόνγκο
- Φιλιππίνες

2.7.2 Προσφυγικό ζήτημα

Άλλος βασικός παράγοντας είναι η προσφυγική κρίση. Ιστορικά το φαινόμενο αυτό εμφανίζεται όταν πληθυσμοί οι οποίοι βρίσκονται σε εμπόλεμη κατάσταση, αναζητούν

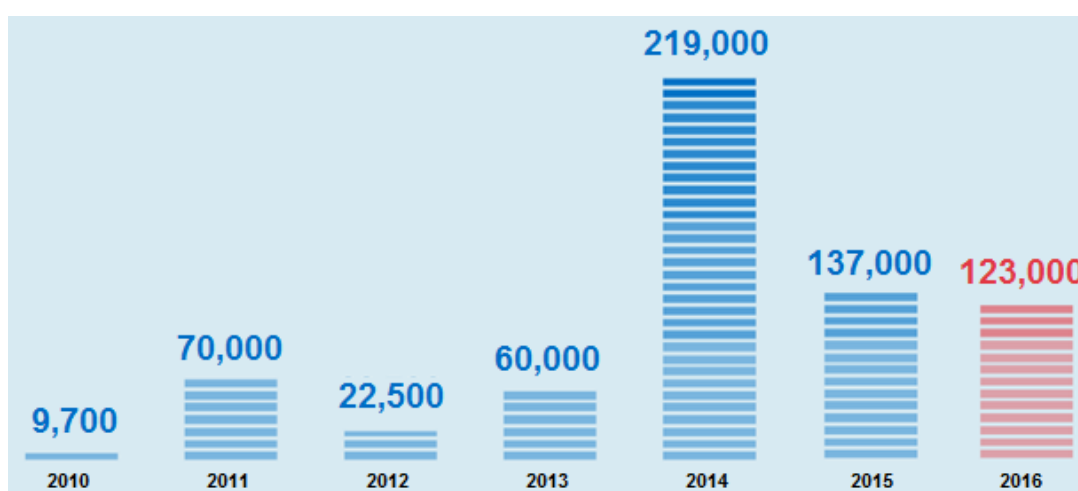
⁴³Institute for Economics & Peace, 2020.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

καλύτερες συνθήκες διαβίωσης για τις οικογένειες τους και με μεγαλύτερη ασφάλεια. Για το λόγο αυτό μετακινούνται προς άλλες χώρες. Προσφάτως, ο εμφύλιος πόλεμος στη Συρία, οδήγησε πολλές οικογένειες στο να ξεριζωθούν και να ψάξουν νέα πατρίδα προκειμένου να ζήσουν ειρηνικά και με ασφάλεια, μακριά από τον πόλεμο στην πατρίδα τους. Η Ευρώπη καλείται να αντιμετωπίσει αυτή την προσφυγική κρίση ιστορικών διαστάσεων. Η Ελλάδα φαίνεται να είναι εκείνη που έχει επωμιστεί το μεγαλύτερο βάρος της ανθρωπιστικής αυτής κρίσης σε πολλά από τα νησιά του Αιγαίου. Η παρουσία προσφυγικών πληθυσμών έχει ως αποτέλεσμα πολλοί τουρίστες να επιλέγουν άλλους τουριστικούς προορισμούς όπου υπάρχει ηρεμία, γαλήνη και ειρήνη. Ιδιαίτερα τα ελληνικά νησιά του Β. Αιγαίου, έχουν υποστεί από το 2015 ως σήμερα και την μεγαλύτερη εισροή προσφύγων καθώς έχουν γίνει τα κέντρα υποδοχής αυτών. Όλα αυτά έχουν ως αποτέλεσμα την μείωση της τουριστικής ζήτησης και κίνησης. Βέβαια υπάρχει και η αντίθετη όψη του νομίσματος, η οποία υποστηρίζει ότι δημιουργήθηκαν πολλές ευκαιρίες οικονομικού ενδιαφέροντος από τον ντόπιο πληθυσμό αυτών των νησιών, προς όφελος κάποιων τουριστικών επιχειρήσεων και ξενοδοχειακών μονάδων οι οποίες για παράδειγμα «φιλοξενούν» ομάδες προσφύγων με ανάλογο αντίτιμο από το κράτος. Όμως αυτή η ωφέλεια είναι σημειακή και όχι γενικευμένη.

Στην εικόνα από κάτω βάσει στοιχείων από UNHCR⁴⁴, παρουσιάζεται ο αριθμός μεταναστών και προσφύγων στη Ευρώπη:



Εικόνα 4: Στοιχεία από UNHCR.

⁴⁴UNHCR, 2015.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT



Εικόνα 5: Στοιχεία από UNCHR 2015.

Όπως διαφαίνεται στην παραπάνω Εικόνα 5 και συγκριτικά με την Εικόνα 4, η Ελλάδα τον Ιούνιο του 2015 συγκέντρωσε τον μεγαλύτερο αριθμό προσφύγων, υποδεχόμενη 68.000 πρόσφυγες.

2.7.3 Φυσικά φαινόμενα

Άλλος ένας παράγοντας ο οποίος επηρεάζει αρνητικά την τουριστική ζήτηση είναι οι φυσικές καταστροφές όπως για παράδειγμα το τσουνάμι το 2004 και ο πρόσφατος σεισμός στην Τουρκία. Όλα αυτά είναι μεν έκτακτα γεγονότα, τα οποία δεν οφείλονται στην ανθρώπινη δραστηριότητα, αλλά επηρεάζουν την τάση του τουρισμού, διότι όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω, ο τουρίστας αποζητά χαλάρωση, διασκέδαση και ξεγνοιασιά. Και όπως είναι φυσικό, σε ένα τόπο ο οποίος έχει υποστεί μεγάλη ή και μικρότερη φυσική καταστροφή δεν μπορεί για ψυχολογικούς λόγους να νιώσει θετικά συναισθήματα χαράς και χαλαρότητας. Η καμπύλη ανάκαμψης των τουριστικών ροών από φυσικά φαινόμενα προσομοιάζει εκείνης των τρομοκρατικών επιθέσεων.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

2.7.4 Προσδόκιμο ζωής

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας είναι εκείνος της αύξησης του προσδόκιμου ζωής. Σύμφωνα με την έρευνα “HEALTH AT A GLANCE”⁴⁵ της Ε.Ε. (OECD/EU, 2018).

Το προσδόκιμο ζωής του πληθυσμού της ΕΕ αναμένεται να αυξηθεί μεταξύ 2012-2020. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα οι τουρίστες – καταναλωτές οι οποίοι ταξιδεύουν να αποτελούνται από διαφορετικές ηλικίες και έτσι μπορούν να χωριστούν σύμφωνα με την ηλικία τους σε διαφορετικές κατηγορίες: older market, mature market, senior market και silver market. Η συνέπεια λοιπόν της αύξησης του προσδόκιμου ζωής είναι και η δημιουργία νέων τουριστικών πακέτων για να ικανοποιήσει τις επιθυμίες που μπορεί να έχουν αυτές οι ηλικιακές κατηγορίες των τουριστών. Αρκετές μορφές τουρισμού αναπτύσσονται για να εξυπηρετήσουν τους τουρίστες προχωρημένης ηλικίας, οι οποίοι συνήθως δεν έχουν τα παιδιά ως συνταξιιδιώτες. έχουν μεγάλες αποταμιεύσεις, πολύ χρόνο στη διάθεσή τους και άρα δαπανούν περισσότερα (π.χ. κρουαζιέρες).

2.7.5 Ακύρωση ταξιδιού

Η δυνατότητα εύκολης σχετικά ακύρωσης ενός ταξιδιού στην εποχή μας, δημιουργεί το συναίσθημα της εύκολης κράτησης ενός τουριστικού πακέτου. Παλαιότερα η ακύρωση ενός αεροπορικού εισιτηρίου σήμαινε την απώλεια όλου του χρηματικού ποσού που αντιστοιχούσε στο εισιτήριο. Ενώ τώρα, οι αεροπορικές αεροπορίες σου επιτρέπουν να ακυρώσεις το εισιτήριό επιβαρύνοντας τον τουρίστα – καταναλωτή με ένα μικρό ποσό. Το γεγονός ότι ο εν δυνάμει τουρίστας μπορεί να μεταφέρει την κράτησή του για μία άλλη χρονική περίοδο η οποία τον εξυπηρετεί καλύτερα, του δίνει τη δυνατότητα να κάνει πιο εύκολα μία κράτηση για ένα μελλοντικό ταξίδι που επιθυμεί να πραγματοποιήσει και την ευελιξία να αλλάξει τον σχεδιασμό του ως την τελευταία στιγμή.

2.7.6 Πτήσεις charter

Ακολουθως, οι πτήσεις charter εξασφαλίζουν στον τουρίστα ένα εισιτήριο με χαμηλό κόστος. Η δρομολόγηση φθηνών αεροπορικών πτήσεων προς τουριστικούς προορισμούς έχει

⁴⁵Journal of economy, (June 2019), v.1.



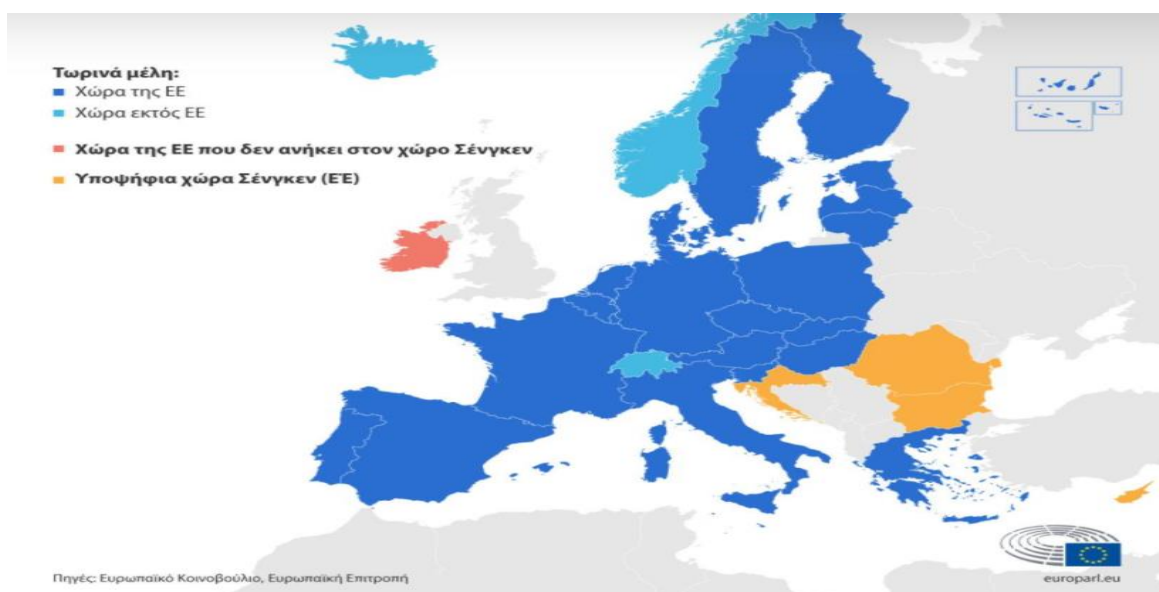
ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

καταφέρει να αυξήσει τις τουριστικές ροές. Η μείωση του κόστους ενός ταξιδιού, συμπεριλαμβανομένου και του κόστους του εισιτηρίου, έχει ως συνεπακόλουθο τη μείωση της μεταβλητής «χρονοαπόσταση» μεταξύ των χωρών, γεγονός που βοήθησε στην ανάπτυξη του τουρισμού.

2.7.7 Προσβασιμότητα

Αν και σε θεωρητικό επίπεδο, κάθε ταξίδι απαιτεί προετοιμασία και ενδεικτικά μπορούμε να αναφέρουμε την ανανέωση των διαβατηρίων, το ασφαλιστήριο του αυτοκινήτου, ενδεχόμενα προαπαιτούμενα εμβόλια, διαβατήριο κατοικίδιου ζώου, κ.α., έτσι ο παράγοντας αυτός δεν θα έπρεπε να επιβαρύνει σημαντικά τον τουρίστα. Πράγματι σε πρακτικό επίπεδο διαπιστώνεται ότι η ευχέρεια πρόσβασης σε μία χώρα, ανεβάζει την ανταγωνιστικότητά της και την επισκεψιμότητά της. Οι χώρες οι οποίες έχουν ως απαραίτητες προαπαιτούμενες προϋποθέσεις πολλές χρονοβόρες και πολλές φορές επίπονες διαδικασίες (εμβολιασμός, βίζα κ.α.), πολλές φορές ωθούν τον τουρίστα – καταναλωτή να μην τις επιλέξει.

2.7.8 Συμφωνία SCHENGEN



Εικόνα 6: Η ζώνη Σένγκεν σήμερα. Πηγή : Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, Ευρωπαϊκή επιτροπή



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Η εγκαθίδρυση του ενιαίου ευρωπαϊκού χώρου SHENGEN, όπου η συννοριακή διέλευση είναι ελεύθερη για τους πολίτες κρατών – μελών της Ε.Ε., έχει αυξήσει σε μεγάλο βαθμό τις τουριστικές ροές προς μεγαλουπόλεις – αξιοθέατα του ευρωπαϊκού χώρου, όπως Ρώμη, Φλωρεντία, Βερολίνο, Μόναχο, Παρίσι, Λονδίνο, Πράγα, Βαρκελώνη, Αθήνα αλλά και προς παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς όπως Κρήτη, Μύκονο κ.ο.κ.

Αντίθετα σε χώρες που επιβάλλουν υποχρεωτικά τη θεώρηση εισόδου, τη λεγόμενη βίζα (visa), παρατηρείται απροθυμία σε ένα μεγάλο βαθμό από την πλευρά των εν δυνάμει τουριστών να επιλέξουν μία χώρα «δύσκολα προσβάσιμη». Γι' αυτό και αρκετές χώρες – τουριστικοί προορισμοί έχουν εισάγει τον θεσμό της απαλλαγής θεώρησης εισόδου (visa waiver) για τους τουρίστες, έστω και υπό προϋποθέσεις.

ΤΡΙΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η μετακίνηση των τουριστών από το ένα μέρος στο άλλο έγινε πιο εύκολη, πιο γρήγορη, αλλά και πιο ασφαλής με την βοήθεια της τεχνολογικής ανάπτυξης η οποία σημειώθηκε στα μέσα μεταφοράς. Έτσι για παράδειγμα τα σύγχρονα αεροπλάνα, τα γρήγορα τρένα και τα ασφαλέστερα καράβια βοηθούν και συμβάλλουν σημαντικά στην ψυχολογία και απόφαση των εν δυνάμει τουριστών να μετακινηθούν με σκοπό να επισκεφθούν μία άλλη χώρα. Τα μέσα μεταφοράς διακρίνονται σε εναέρια, χερσαία και ακτοπλοϊκά.

3.1 Έσοδα από αεροπορικές εταιρίες

Ένα μεγάλο μέρος των τουριστών χρησιμοποιούν τα εναέρια μέσα για να πραγματοποιήσουν τα ταξίδια τους. Συνήθως ένας τουρίστας αποφασίζει να ταξιδέψει με



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

αεροπλάνο, είτε γιατί πρόκειται να μεταβεί σε έναν μακρινό προορισμό, είτε γιατί δεν έχει πολλές μέρες άδεια, είτε τέλος, διότι έχει βρει εισιτήριο με χαμηλό κόστος.

Οι πτήσεις charter, όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, και ήδη και οι πτήσεις με φτηνό εισιτήριο των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους συνετέλεσαν στην εξέλιξη και ανάπτυξη του τουρισμού. Βέβαια δεν μπορεί να παραληφθεί το γεγονός ότι «πράσινα κινήματα» όπως το «flights shaming» ή «flygskam», το οποίο εκπροσωπείται από την Γκρέτα Τούνμπεργκ, αρχίζει να γίνεται ιδιαίτερα δημοφιλές. Αυτό είχε ως συνέπεια και την πτώση του ποσοστού χρήσης του αεροπλάνου στις σουηδικές αερογραμμές κατά 4%. Σύμφωνα με το συγκεκριμένο κίνημα, οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα από τις εμπορικές πτήσεις αντιστοιχούσαν στο 2,4% όλων των παγκόσμιων εκπομπών CO₂ το 2018 - αύξηση 32% σε σχέση με πέντε χρόνια νωρίτερα, σύμφωνα με μελέτη του Διεθνούς Συμβουλίου για τις καθαρές μεταφορές. Σύμφωνα με την ίδια μελέτη, οι πτήσεις από τις ΗΠΑ αντιστοιχούσαν περίπου στο ένα τέταρτο των εκπομπών καυσαερίων επιβατικών πτήσεων στον κόσμο.

Κορυφαία στελέχη αεροπορικών εταιρειών εξέφρασαν την ανησυχία τους για την μείωση της ζήτησης των αεροπορικών εισιτηρίων και ξεκίνησαν την ανεύρεση εναλλακτικών και πιο συμβατών υπηρεσιών με το περιβάλλον. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα, οι «πράσινοι καταναλωτές» να αρχίσουν να γίνονται ολοένα και πιο «πράσινοι τουρίστες», δηλαδή να αλλάξει η συμπεριφορά τους και σύμφωνα με μία μελέτη που πραγματοποιήθηκε⁴⁶ «Εισηγήσεις της ημερίδας «Ελληνικός τουρισμός και κλιματική αλλαγή: πολιτικές προσαρμογής και νέα στρατηγική ανάπτυξης», Ημερίδα που διοργανώθηκε από την Τράπεζα της Ελλάδος 9-7-2013), η ζήτηση για εναλλακτικό και παράλληλα βιώσιμο τουρισμό αναμένεται να αυξηθεί ραγδαία στο άμεσο μέλλον.

3.2 Έσοδα από κρουαζιέρες

Η κρουαζιέρα αποτελεί έναν τομέα που αναπτύσσεται γοργά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Βάσει κλαδικής μελέτης,⁴⁷ οι τουρίστες κρουαζιέρας διπλασιάστηκαν τα τελευταία δέκα χρόνια και ο αριθμός τους ξεπερνάει, το 2011, τα 20 εκατομμύρια. Σε αυτή την καλή πορεία συνέβαλαν οι εξής παράγοντες: η αύξηση του κατά κεφαλήν παγκοσμίου εισοδήματος, η

⁴⁶ https://www.bankofgreece.gr/RelatedDocuments/EMEKA_tourismos_2014_.pdf (Ημ. Πρόσβασης: 5/1/2021).

⁴⁷ Κλαδική μελέτη, Εθνική τράπεζα, 2012.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

έλευση νέων κατηγοριών τουριστών (συνταξιούχοι με μεγάλα εισοδήματα και χωρίς οικογενειακές υποχρεώσεις) και ότι οι τιμές στα πακέτα για κρουαζιέρες έμειναν συγκρατημένες και σε ανεκτά επίπεδα. Πρώτες στην ευρωπαϊκή αγορά σε επισκεψιμότητα χώρες είναι η Ιταλία, η Ισπανία και η Ελλάδα. Βασικό μειονέκτημα της τελευταίας είναι ότι τα ελληνικά λιμάνια λόγω χαμηλής ανταγωνιστικότητας δεν προτιμώνται ως σημεία εκκίνησης της κρουαζιέρας, ενώ και το νομικό πλαίσιο είναι αντίξοο (υποχρεωτική στελέχωση με Έλληνες ναυτικούς αν η κρουαζιέρα ξεκινά ή καταλήγει σε ελληνικό λιμάνι). Σε παγκόσμιο επίπεδο ξεχωρίζει η Β. Αμερική (ΗΠΑ και Καναδάς) βάσει δεδομένων του European Cruise Council. Ωστόσο η Καραϊβική και η Μεσόγειος συγκεντρώνουν το 60% του συνόλου, ως αγαπημένος προορισμός στον κλάδο της κρουαζιέρας.

Παρακάτω βλέπουμε σε σύγκριση τις εισπράξεις σε εκατομμύρια ευρώ της κρουαζιέρας. Ενώ στην προτελευταία στήλη βλέπουμε λόγω της υγειονομικής κρίσης ότι τους μήνες από Απρίλιο έως Σεπτέμβριο 2020 ότι δεν πραγματοποιήθηκαν έσοδα λόγω του γενικού lockdown εξαιτίας του ιού. Έτσι βάσει εμπορικού Ισοζυγίου έχουμε:



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

2020	Χώρες ΕΕ-27	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ρωσία	Σύνολο Έρ.	Κρουαζιέρες	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία								
Ιανουάριος	116	102	4	26	14	170	34	26	7	286	1	287
Φεβρουάριος	82	66	5	18	16	158	13	28	2	240	1	240
Μάρτιος	43	30	5	6	14	46	5	9	2	89	3	92
Απρίλιος	3	1	0	0	2	4	0	0	0	7	0	7
Μάιος	4	2	0	1	2	9	0	0	0	13	0	13
Ιούνιος	31	17	1	8	14	33	0	0	0	64	0	64
Ιούλιος	467	346	45	153	121	110	51	3	0	577	0	577
Αύγουστος	979	827	170	308	151	394	320	6	0	1.373	0	1.373
Σεπτέμβριος	572	493	77	255	79	254	192	3	1	825	0	825
Οκτώβριος												
Νοέμβριος												
Δεκέμβριος												
Τρέχον έτος	2.321	1.903	310	785	418	1.186	619	72	12	3.507	2	3.509

2019	Χώρες ΕΕ-27	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ρωσία	Σύνολο Έρ.	Κρουαζιέρες	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία								
Ιανουάριος	106	76	8	25	31	124	17	15	8	230	1	230
Φεβρουάριος	93	70	8	22	22	105	24	15	3	197	1	198
Μάρτιος	132	105	11	34	26	176	30	44	5	308	10	318
Απρίλιος	258	228	39	69	30	245	41	39	4	504	40	543
Μάιος	831	721	105	344	110	683	259	141	26	1.514	52	1.566
Ιούνιος	1.384	1.122	176	417	262	1.107	374	144	66	2.492	66	2.558
Ιούλιος	1.993	1.528	210	544	465	1.641	547	211	97	3.633	69	3.703
Αύγουστος	2.352	1.812	272	577	540	1.675	620	203	104	4.027	78	4.104
Σεπτέμβριος	1.583	1.220	169	532	363	1.237	455	199	60	2.820	66	2.886
Οκτώβριος	735	628	82	341	107	642	155	125	46	1.377	65	1.442
Νοέμβριος	138	110	9	32	28	151	19	22	7	289	25	314
Δεκέμβριος	116	98	5	19	18	170	14	30	7	286	3	289
Σύνολο	9.722	7.720	1.092	2.956	2.002	7.955	2.556	1.187	434	17.677	475	18.152
Τρέχον έτος	8.732	6.883	997	2.565	1.849	6.993	2.367	1.011	373	15.725	382	16.107

% Μεταβολή	Χώρες ΕΕ-27	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ρωσία	Σύνολο Έρ.	Κρουαζιέρες	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία								
Ιανουάριος	9,8%	35,0%	-47,0%	3,8%	-52,6%	37,2%	96,3%	79,0%	-21,6%	24,5%	-15,8%	24,4%
Φεβρουάριος	-11,6%	-6,1%	-42,2%	-21,3%	-29,4%	50,6%	-46,3%	83,1%	-14,2%	21,4%	-32,0%	21,1%
Μάρτιος	-67,2%	-71,9%	-51,1%	-82,0%	-48,2%	-74,0%	-82,5%	-79,3%	-62,4%	-71,1%	-67,5%	-71,0%
Απρίλιος	-98,7%	-99,5%	-100,0%	-99,4%	-93,0%	-98,4%	-100,0%	-100,0%	-99,9%	-98,6%	-100,0%	-98,7%
Μάιος	-99,5%	-99,7%	-100,0%	-99,8%	-97,8%	-98,7%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-99,1%	-100,0%	-99,2%
Ιούνιος	-97,8%	-98,5%	-99,4%	-98,0%	-94,8%	-97,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-97,4%	-100,0%	-97,5%
Ιούλιος	-76,6%	-77,4%	-78,8%	-71,8%	-74,0%	-93,3%	-90,6%	-98,7%	-99,6%	-84,1%	-100,0%	-84,4%
Αύγουστος	-58,4%	-54,3%	-37,4%	-46,7%	-71,9%	-76,5%	-48,4%	-97,0%	-99,9%	-65,9%	-100,0%	-66,5%
Σεπτέμβριος	-63,9%	-59,6%	-54,3%	-52,1%	-78,3%	-79,5%	-57,8%	-98,7%	-99,1%	-70,7%	-100,0%	-71,4%
Οκτώβριος												
Νοέμβριος												
Δεκέμβριος												
Τρέχον έτος	-73,4%	-72,4%	-68,9%	-69,4%	-77,4%	-83,0%	-73,9%	-92,9%	-96,9%	-77,7%	-99,3%	-78,2%

Εικόνα 7: Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος - Επεξεργασία: INSETI Intelligence.

3.3 Διεθνής Χρηματοπιστωτική Κρίση

Το 2008 ξέσπασε η κρίση που σημάδεψε την παγκόσμια αγορά και είχε τεράστιες επιπτώσεις σε πολύ σημαντικούς κλάδους της οικονομίας. Οι διεθνείς χρηματαγορές σημειώνουν πτώση χωρίς κανένα σημάδι ανάκαμψης και έτσι η παρατεταμένη ύφεση είναι πλέον ορατή στην παγκόσμια οικονομία.

Όσον αφορά την χώρα μας, η κακοδιαχείριση, τα υψηλά ελλείμματα και η αβεβαιότητα στις αγορές μάς οδήγησαν στην υπογραφή 3 προγραμμάτων βάσει μνημονίων. Σύμφωνα με αυτά εγκρίθηκαν 310,7 δις ευρώ, η Ελλάδα έχασε σημαντικό ποσοστό του ΑΕΠ (1/4)της σε σταθερές τιμές, ενώ παράλληλα αυξήθηκε κατά περίπου 16 ποσοστιαίες μονάδες η ανεργία.

Στους πίνακες που ακολουθούν αποτυπώνονται βασικά μεγέθη της εγχώριας Οικονομίας:



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

ΑΕΠ⁴⁸

Το 2009, το χρέος διαμορφώθηκε στο 126,8 % του ΑΕΠ. Έφτασε στο 180% τα επόμενα χρόνια, χαρακτηρίζοντας το πλέον ως μη βιώσιμο. Συγκεκριμένα βάσει του δελτίου τύπου της ΕΛΣΤΑΤ⁴⁹, έχουμε τα ακόλουθα αποτελέσματα:

ΕΤΗ	2015	2016	2017	2018	2019
Ακαθάριστο ενοποιημένο χρέος Γενικής κυβέρνησης ως % του ΑΕΠ	175,9%	178,5%	176,2%	181,2%	176,6%

Πίνακας 1: Αποτύπωση χρέους κατά τα έτη 2015-2019⁵⁰.

Ανεργία

ΕΤΗ	2009	2010 ⁵¹	2011	2012	2013	2014	2015 ⁵²	2016	2017	2018 ⁵³	2019
Ανεργία	9,6%	12,7%	17,9%	24,4%	27,5%	26,1%	24,6%	25%	21%	18,9%	16,7%

Πίνακας 2: Αποτύπωση ποσοστού ανεργίας κατά τα έτη 2009-2019

Κύρια μεγέθη της Γενικής Κυβέρνησης

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Συνολικές δαπάνες	128.469,00	118.690,00	112.064,00	106.669,00	112.674,00	89.815,00	94.936,00	86.480,00	85.492,00	86.746,00
Συνολικά έσοδα	92.488,00	93.381,00	90.784,00	89.718,00	88.909,00	83.460,00	84.983,00	87.338,00	86.791,00	88.572,00

Πίνακας 3: Αποτύπωση δαπανών και εσόδων κατά τα έτη 2009-2018 σε τρέχουσες τιμές σε εκατομμύρια ευρώ (ΔΥΕ 2019)⁵⁴.

⁴⁸Παπαδογιάννης, 2016.

⁴⁹Ελστατ, 2019.

⁵⁰Παπαδογιάννης, 2016.

⁵¹ΕΛΣΤΑΤ, 2020.

⁵²ΣΕΒ, 2015.

⁵³ΣΕΒ, 2019.

⁵⁴ΕΛΣΤΑΤ, 2019.



**ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΑΝΤΕΙΟΝ UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT**

Χρέος (Ελληνικό)

Το 2008 το χρέος ανήλθε στα 264 δις, έναντι των 330 δις το 2010, εξαιτίας κυρίως της κακοδιαχείρισης των ιθυνόντων. Το 2015 μειώθηκε στα 311 δις ευρώ, έναντι των 315 δις ευρώ το 2016, 317 δις ευρώ το 2017⁵⁵ και 334 δις ευρώ το 2018⁵⁶.

Από την διεθνή χρηματοπιστωτική κρίση δεν έμεινε ανεπηρέαστη η χώρα μας, επηρεάζοντας ακολούθως και τον κλάδο του τουρισμού. Οι καταναλωτές - τουρίστες βρίσκονται σε μία νέα πραγματικότητα και καλούνται να ανταποκριθούν στις νέες συνθήκες καθώς και να επαναπροσδιορίσουν τις δικές τους ανάγκες και προτεραιότητες.

Παρακάτω παρουσιάζονται στην επόμενη ενότητα οι αφίξεις στην διετία 2019 και 2020 όπου ξέσπασε και η υγειονομική κρίση και συμπεράσματα αυτής.

3.4. Υγειονομική κρίση και τουρισμός

3.4.1 Αεροπορικές αφίξεις

**ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ ΑΠΟ
01/01/2020 ΕΩΣ 31/10/2020 ΚΑΙ ΑΠΟ 01/01/2019 ΕΩΣ 31/10/19**

⁵⁵Παπαδογιάννης, 2016.

⁵⁶ΕΛΣΤΑΤ, 2019.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

2020	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Ακτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Αράδος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	286.928	117.036				2.068	1.204												20	407.256
Φεβρουάριος	244.088	112.327				8.837	1.468						270		314				74	367.378
Μάρτιος	217.801	55.097	120			4.747	547	157							638				22	279.129
Απρίλιος																				
Μάιος																				
Ιούνιος	73.894	12.639		166		2														86.701
Ιούλιος	302.542	114.112	111.372	61.109	2.285	214.312	50.127	84.194	56.131	12.531	16.119	31.754	30.592	5.730	9.008	5.862	7.477	6.340	1.358	1.122.955
Αύγουστος	333.590	123.318	193.600	109.198	4.449	316.174	78.020	159.842	99.308	37.079	30.739	63.342	58.429	4.024	13.642	8.316	15.943	9.898	3.757	1.662.668
Σεπτέμβριος	228.734	86.490	150.388	83.747	1.592	210.597	48.475	107.410	35.532	20.895	21.393	30.624	33.479	2.929	9.784	4.013	9.551	4.731	263	1.090.627
Οκτώβριος	203.107	67.850	128.757	67.046		141.449	21.815	52.541	5.726	5.300	6.296	7.033	17.124	1.483	4.400	401	562	1.305		732.195
Νοέμβριος																				
Δεκέμβριος																				
Τρέχον έτος	1.890.684	688.869	584.237	321.266	8.326	898.186	201.696	404.144	196.697	75.805	74.547	132.753	139.894	14.166	37.786	18.592	33.533	22.274	5.494	5.748.909

2019	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Ακτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Αράδος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	271.630	100.085	48			1.738	1.465						36					1.094	17	376.113
Φεβρουάριος	251.571	98.359				6.587	1.498						118		248					358.381
Μάρτιος	356.299	123.494	94	168		10.228	2.017	508	150		248		695		1.833					495.734
Απρίλιος	511.163	190.003	102.683	31.851	601	185.666	71.079	62.690	10.538	7.606	4.444	18.189	26.927	351	5.507	1.247	55	906	820	1.232.326
Μάιος	593.359	226.466	285.172	154.106	8.351	402.172	152.538	176.333	106.219	41.022	31.678	43.843	59.865	8.000	16.868	14.399	21.450	13.813	6.582	2.362.236
Ιούνιος	699.035	276.261	410.082	207.823	20.174	543.179	203.092	263.264	161.632	62.848	58.891	82.394	91.335	18.947	27.888	26.661	35.894	24.672	11.539	3.225.611
Ιούλιος	864.861	314.485	478.715	247.169	24.357	646.822	223.940	317.577	204.052	76.809	75.183	119.895	114.836	20.183	29.563	32.574	48.264	28.311	14.392	3.881.988
Αύγουστος	876.070	296.237	477.405	248.652	26.264	651.055	205.323	309.733	200.245	77.555	65.780	118.961	107.874	18.032	32.673	31.288	49.396	28.744	14.294	3.835.581
Σεπτέμβριος	734.112	251.622	388.577	191.725	17.511	536.058	181.111	237.129	146.825	53.098	53.100	67.914	79.854	14.658	28.136	26.320	25.861	19.834	10.366	3.063.811
Οκτώβριος	563.672	198.624	200.147	96.720	1.827	299.069	95.557	89.576	26.877	11.391	11.348	22.885	38.035	4.283	9.586	4.664	984	5.518	808	1.681.571
Νοέμβριος	390.904	119.238	373	69		16.178	2.378	465			26		424		1.062					531.117
Δεκέμβριος	299.915	146.869	3	4		3.471	1.436	145												451.843
Σύνολο	6.412.591	2.341.743	2.343.289	1.178.287	99.085	3.302.223	1.141.434	1.457.420	856.538	330.329	300.698	474.081	519.999	84.454	153.364	137.153	181.904	122.892	58.818	21.496.312
Τρέχον έτος	5.721.772	2.075.636	2.342.923	1.178.214	99.085	3.282.574	1.137.620	1.456.810	856.538	330.329	300.672	474.081	519.575	84.454	152.302	137.153	181.904	122.892	58.818	20.513.352

% Μεταβολές	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Ακτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Αράδος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	5,6%	16,9%	-100,0%			19,0%	-17,8%						-100,0%					-100,0%	17,6%	8,3%
Φεβρουάριος	-3,0%	14,2%				34,2%	-2,0%						128,8%		26,6%					2,5%
Μάρτιος	-38,9%	-55,4%	27,7%	-100,0%		-53,6%	-72,9%	-69,1%	-100,0%		-100,0%		-100,0%		-65,2%					-43,7%
Απρίλιος	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Μάιος	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Ιούνιος	-89,4%	-95,4%	-100,0%	-99,9%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-97,3%
Ιούλιος	-65,0%	-63,7%	-76,7%	-75,3%	-90,6%	-66,9%	-77,6%	-73,5%	-72,5%	-83,7%	-78,6%	-73,5%	-73,4%	-71,6%	-69,5%	-82,0%	-84,5%	-77,6%	-90,6%	-71,1%
Αύγουστος	-61,9%	-58,4%	-58,4%	-56,1%	-93,1%	-51,4%	-62,0%	-49,4%	-50,4%	-52,2%	-53,3%	-46,8%	-45,8%	-77,7%	-58,2%	-73,4%	-67,7%	-65,0%	-73,7%	-56,7%
Σεπτέμβριος	-68,8%	-65,6%	-61,3%	-56,3%	-90,9%	-60,7%	-73,2%	-54,7%	-75,8%	-60,6%	-59,7%	-54,9%	-58,1%	-80,0%	-65,2%	-84,8%	-63,1%	-76,1%	-97,5%	-64,4%
Οκτώβριος	-64,0%	-65,8%	-35,7%	-30,7%	-100,0%	-52,7%	-77,2%	-41,3%	-78,7%	-53,5%	-44,5%	-69,3%	-55,0%	-65,4%	-54,1%	-91,4%	-42,9%	-76,4%	-100,0%	-56,5%
Νοέμβριος																				
Δεκέμβριος																				
Τρέχον έτος	-67,0%	-66,8%	-75,1%	-72,7%	-91,6%	-72,6%	-82,3%	-72,3%	-77,0%	-77,1%	-75,2%	-72,0%	-73,1%	-83,2%	-75,2%	-86,4%	-81,6%	-81,9%	-90,7%	-72,0%

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (ΥΠΑ) και Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών (ΔΑΑ) - Επεξεργασία: INSETI Intelligence

Εικόνα 8: Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας και Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών - Επεξεργασία: INSETI Intelligence.

Με βάση τα στοιχεία που δημοσιεύονται στο Στατιστικό δελτίο της INSETI (Νοέμβριος 2020) για την περίοδο Ιανουάριος - Οκτώβριος 2020 πραγματοποιήθηκαν 5,7 εκατομμύρια (διεθνείς) αεροπορικές αφίξεις έναντι 21,5 (εκατομμύρια) για το χρονικό διάστημα Ιανουάριος - Οκτώβριος 2019, σημειώνοντας έτσι πτώση κατά ποσοστό -72,0% - 14,8 εκατομμύρια αφίξεις.

Ειδικότερα, για τους 2 μήνες Ιανουάριο- Φεβρουάριο 2020 υπήρξε αύξηση κατά ποσοστό +5,5%. Αντιθέτως, τον 3^ο μήνα σημειώθηκε πτώση κατά ποσοστό -43,7%.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Εξαιτίας του γενικού lockdown τον 4^ο και 5^ο μήνα, όλα τα αεροδρόμια παρέμειναν κλειστά λόγω της υγειονομικής κρίσης. Αντίστοιχα τον 6^ο μήνα η πτώση στις αφίξεις ανέβηκε σε ποσοστό -97,3%, ενώ τον 7ο η πτώση ήταν σε ποσοστό -71,1%. Τον 8^ο η μείωση ανήλθε σε ποσοστό -56,7%, ενώ αντίστοιχα για τον Σεπτέμβριο του 2020, υπήρξε καταγραφή 1,1 εκατ. διεθνών αεροπορικών, παρουσιάζοντας μείωση -64,4%. Από την άλλη, τον Οκτώβριο του 2020 σημειώθηκαν 732 χιλ. αφίξεις έναντι 1,7 εκατ. πέρυσι τον ίδιο μήνα. Η πτώση στις αφίξεις τον Οκτώβριο άγγιξε το ποσοστό του -56,5%.

Για το χρονικό διάστημα Ιανουάριος - Οκτώβριος 2020, σε 5 αεροδρόμια καταγράφηκε πτωτική πορεία. Πιο συγκεκριμένα στο Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών είχαμε μόλις 1,9 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις, στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου είχαμε πτώση κατά ποσοστό -72,6%, ενώ στο αεροδρόμιο της Ρόδου καταγράφηκε μείωση ποσοστιαία -75,1%. Ακολουθώντας, στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης η μείωση άγγιξε το ποσοστό -66,8% και τέλος, στο αεροδρόμιο της Κέρκυρας σημειώθηκε ποσοστιαία μείωση -72,3%.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ,
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

Πίνακας 3. Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού στα κυριότερα αεροδρόμια, Οκτώβριος 2020

2020	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Ακτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Πάρος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	220.541	73.935	27.134	9.111	1.591	47.104	23.637	10.089	1.337	1.464	30	2.734	14.490	2.093	597	6.233	556	2.247	12.479	457.402
Φεβρουάριος	213.756	72.693	24.396	8.260	1.436	46.687	22.569	10.474	1.288	1.549	23	3.731	13.646	2.238	655	5.511	541	2.255	12.077	443.785
Μάρτιος	103.917	32.275	14.823	5.735	1.009	23.203	10.527	5.410	758	863	32	2.023	8.320	1.224	428	3.687	403	1.028	7.277	222.942
Απρίλιος	1.297	786	320	108	1.170	379	320	63	94	28	79	202	91	10	296	31	107	648	6.029	
Μάιος	7.430	3.724	1.013	364	6.688	2.908	1.323	249	331	28	776	1.734	600		1.190	105	363	2.186	31.012	
Ιούνιος	94.574	26.419	12.970	5.339	1.484	20.919	9.218	4.695	981	951	57	4.692	7.246	2.885	454	3.962	550	962	7.371	205.729
Ιούλιος	183.009	54.150	23.831	9.688	3.180	37.946	17.130	9.579	2.231	2.826	292	16.956	25.248	11.576	769	6.868	2.191	1.272	14.671	423.413
Αύγουστος	256.095	59.047	24.317	9.982	3.729	39.015	20.373	10.326	2.981	3.795	848	17.728	31.339	13.075	1.059	7.453	2.791	1.267	13.638	518.858
Σεπτέμβριος	183.678	44.876	17.253	6.660	1.956	27.964	15.383	6.766	2.100	1.766	129	8.848	20.484	6.851	457	4.915	1.437	1.157	8.479	361.159
Οκτώβριος	142.222	36.355	14.861	5.685	1.275	25.316	14.751	5.481	903	1.209	74	3.696	12.271	4.359	532	3.985	452	795	7.221	281.443
Νοέμβριος																				
Δεκέμβριος																				
Τρέχον έτος	1.397.792	408.477	164.095	61.793	16.132	276.012	136.875	64.463	12.891	14.848	1.541	61.263	134.980	44.992	4.961	44.100	9.057	11.453	86.047	2.951.772

2019	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Ακτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Πάρος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	228.675	83.762	26.525	9.131	1.249	46.819	23.632	10.143	1.210	1.400	31	3.279	17.305	2.310	549	5.652	427	2.698	11.541	476.338
Φεβρουάριος	224.973	83.488	23.424	8.299	1.171	45.702	21.994	9.898	1.440	1.416	27	3.274	18.370	2.015	436	4.949	458	2.297	10.712	464.343
Μάρτιος	259.746	93.893	27.933	9.669	1.724	52.949	25.260	11.652	1.591	1.661	82	5.431	28.175	2.634	618	5.876	652	2.863	13.406	545.815
Απρίλιος	276.237	81.379	34.169	11.263	2.252	55.090	26.137	13.335	2.823	1.961	102	14.936	52.195	5.193	1.033	6.892	1.234	2.822	14.155	603.208
Μάιος	353.056	84.850	35.767	11.672	2.855	54.770	27.607	13.507	3.686	3.002	187	27.944	69.432	8.220	876	7.594	1.768	2.944	14.682	724.419
Ιούνιος	399.476	90.384	37.685	12.732	3.361	55.432	30.853	17.394	6.284	6.103	563	41.918	77.276	16.174	1.336	8.141	4.464	2.789	15.880	828.245
Ιούλιος	456.239	102.506	45.958	17.223	4.948	62.524	35.678	20.212	8.203	10.225	1.394	49.657	74.834	21.525	1.635	10.701	6.132	3.379	20.986	953.959
Αύγουστος	478.408	99.639	46.214	17.669	5.294	63.270	35.461	20.112	8.485	10.001	1.720	47.456	73.757	21.984	1.792	10.651	6.198	2.919	19.342	970.372
Σεπτέμβριος	429.909	97.021	38.144	12.651	3.032	59.790	29.495	16.140	5.904	5.401	763	37.675	76.606	13.759	1.275	7.649	3.309	2.779	15.732	857.034
Οκτώβριος	361.969	87.419	31.171	9.723	1.901	55.209	25.946	12.646	3.095	2.432	165	15.859	60.014	5.480	1.088	6.311	839	2.920	13.757	697.944
Νοέμβριος	262.558	83.212	26.335	8.762	1.501	49.052	24.113	10.683	1.493	1.699	27	4.081	23.732	2.417	630	6.049	634	2.812	13.446	523.236
Δεκέμβριος	242.410	83.304	26.831	8.568	1.178	48.389	24.903	10.831	1.582	1.558	106	3.157	14.413	1.821	745	5.239	468	2.713	13.382	491.598
Σύνολο	3.973.656	1.070.857	400.156	137.362	30.466	648.996	331.079	166.553	45.796	46.859	5.167	254.667	586.109	103.532	12.013	85.704	26.583	33.935	177.021	8.136.511
Τρέχον έτος	3.468.688	904.341	346.990	120.032	27.787	551.555	282.063	145.039	42.721	43.602	5.034	247.429	547.964	99.294	10.638	74.416	25.481	28.410	150.193	7.121.677

% Μεταβολές	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Ακτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Πάρος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	-3,6%	-11,7%	2,3%	-0,2%	27,4%	0,6%	0,0%	-0,5%	10,5%	4,6%	-3,2%	-16,6%	-16,3%	-9,4%	8,7%	10,3%	30,2%	-16,7%	8,1%	-4,0%
Φεβρουάριος	-5,0%	-12,9%	4,1%	-0,5%	22,6%	2,2%	2,6%	5,8%	-10,6%	9,4%	-14,8%	-14,0%	-25,7%	11,1%	50,2%	11,4%	18,1%	-1,8%	12,7%	-4,4%
Μάρτιος	-60,0%	-65,6%	-46,9%	-40,7%	-41,5%	-56,2%	-58,3%	-53,6%	-52,4%	-48,0%	-61,0%	-62,8%	-70,5%	-53,5%	-30,7%	-37,3%	-38,2%	-64,1%	-45,7%	-59,2%
Απρίλιος	-100,0%	-98,4%	-97,7%	-97,2%	-95,2%	-97,9%	-98,5%	-97,6%	-97,8%	-95,2%	-72,5%	-99,5%	-99,6%	-98,2%	-99,0%	-95,7%	-97,5%	-96,2%	-95,4%	-99,0%
Μάιος	-100,0%	-91,2%	-89,6%	-91,3%	-87,3%	-87,8%	-89,5%	-90,2%	-93,2%	-89,0%	-85,0%	-97,2%	-97,5%	-100,0%	-84,3%	-94,1%	-87,7%	-85,1%	-95,7%	
Ιούνιος	-76,3%	-70,8%	-65,6%	-58,1%	-55,8%	-62,3%	-70,1%	-73,0%	-84,4%	-84,4%	-89,9%	-88,8%	-90,6%	-82,2%	-66,0%	-51,3%	-87,7%	-65,5%	-53,6%	-75,2%
Ιούλιος	-59,9%	-47,2%	-48,1%	-43,7%	-35,7%	-39,3%	-52,0%	-52,6%	-72,8%	-72,4%	-79,1%	-65,9%	-66,3%	-46,2%	-53,0%	-35,9%	-64,3%	-62,4%	-30,1%	-55,6%
Αύγουστος	-46,5%	-40,7%	-47,4%	-43,5%	-29,6%	-38,3%	-42,5%	-48,7%	-64,9%	-62,1%	-50,7%	-62,6%	-57,5%	-40,5%	-40,9%	-30,0%	-55,0%	-56,6%	-29,5%	-46,5%
Σεπτέμβριος	-57,3%	-53,7%	-54,8%	-47,4%	-35,5%	-53,2%	-47,8%	-58,1%	-64,4%	-67,3%	-83,1%	-76,5%	-73,3%	-50,2%	-64,2%	-35,7%	-56,6%	-58,4%	-46,1%	-57,9%
Οκτώβριος	-60,7%	-58,4%	-52,3%	-41,5%	-32,9%	-54,1%	-43,1%	-56,7%	-70,8%	-50,3%	-55,2%	-76,7%	-79,6%	-20,5%	-51,1%	-36,9%	-46,1%	-72,8%	-47,5%	-59,7%
Νοέμβριος																				
Δεκέμβριος																				
Τρέχον έτος	-59,7%	-54,8%	-52,7%	-48,5%	-41,9%	-50,0%	-51,5%	-55,6%	-69,8%	-65,9%	-69,4%	-75,2%	-75,4%	-54,7%	-53,4%	-40,7%	-64,5%	-59,7%	-42,7%	-58,6%

Εικόνα 9: Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού στα κυριότερα αεροδρόμια, Οκτώβριος 2020 - Επεξεργασία: INSETE Intelligence.

Όσον αφορά την περίοδο Ιανουάριος - Οκτώβριος 2020 οι αφίξεις εσωτερικού έφτασαν στα 3 εκατ. έναντι 7,1 εκατομμύρια της περιόδου των 2 πρώτων μηνών του 2019, παρουσιάζοντας έτσι μείωση κατά ποσοστό -58,6% ήτοι -4,2 εκατ. αφίξεις.

Την πιο σημαντική μείωση υπέστησαν οι Κυκλάδες κατά ποσοστό -73,0% , με πρώτη κατά σειρά τη Σαντορίνη, όπου σημειώθηκε μείωση -413 χιλ. επιβάτες (ήτοι ποσοστό-75,4%). Μικρότερη καταγράφηκε στη Μύκονο κατά ποσοστό (-75,2%) και στη Πάρο κατά ποσοστό (-54,7%).



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

3.4.2 ΟΔΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 1/1/20-31/10/20 ΚΑΙ ΑΠΟ 01/01/19-30/10/19

2020	Νυμφαία	Νίκη	Κρυσταλλοπηγή	Αγ. Κωνσταντίνος	Ορμένιο	Κυπρίνος	Καστανίες	Κήποι	Δοϊράνη	Εύζωνοι	Κακαβιά	Μερίτση	Εξοχή	Προμαχώνας	Σαγιάδα	Σύνολο
Ιανουάριος	50.551	23.195	77.376	4.303	16.473	4.784	16.051	42.925	9.991	115.834	79.164	2.207	13.842	151.528	17.474	625.696
Φεβρουάριος	48.219	19.062	49.124	2.951	17.160	4.691	14.539	32.012	33.977	109.647	44.825	1.468	11.526	127.099	12.545	528.845
Μάρτιος	25.116	18.241	25.057	1.716	9.382	2.170		15.231	5.033	27.935	21.191	803	6.574	78.290	6.002	242.741
Απρίλιος																
Μάιος																
Ιούνιος	36.876	791	22.364		15.359	2.448		5.879	4.855	15.113	14.127	590	10.681	214.692	6.157	349.932
Ιούλιος	34.084	21.147	883		7.900	689		77.454	2.739	15.447	26.171	868	3.374	282.029	10.808	483.593
Αύγουστος	1.796		24.156		4.315			5.551		14.699	22.390			54.451		127.358
Σεπτέμβριος	2.390	140	11.489		4.903			6.370		16.180	11.329		1.508	42.970		97.279
Οκτώβριος	2.384	141	8.642		4.031			7.524		15.793	10.244		2.000	20.482		71.241
Νοέμβριος																
Δεκέμβριος																
Τρέχον έτος	201.416	82.717	219.091	8.970	79.523	14.782	30.590	192.946	56.595	330.648	229.441	5.936	49.505	971.541	52.986	2.526.687

2019	Νυμφαία	Νίκη	Κρυσταλλοπηγή	Αγ. Κωνσταντίνος	Ορμένιο	Κυπρίνος	Καστανίες	Κήποι	Δοϊράνη	Εύζωνοι	Κακαβιά	Μερίτση	Εξοχή	Προμαχώνας	Σαγιάδα	Σύνολο
Ιανουάριος	70.562	17.373	67.842	2.787	14.374	4.574	10.346	33.449	6.805	53.924	73.297	1.064	9.737	78.535	16.916	461.585
Φεβρουάριος	71.819	18.378	44.352	2.796	14.036	4.433	10.720	27.494	30.363	111.084	36.927	1.196	10.958	55.360	11.365	451.281
Μάρτιος	100.489	22.663	3.512	5.142	19.274	6.644	15.927	45.330	11.206	83.305	50.379	1.842	13.277	62.330	13.679	454.999
Απρίλιος	111.269	23.431	68.334	5.231	18.574	7.634	16.522	57.377	12.112	115.112	58.604	2.084	15.328	134.376	16.731	662.719
Μάιος	104.695	23.431	85.198	6.212	20.023	7.889	15.149	47.839	13.111	155.012	52.036	2.476	14.904	112.979	19.413	680.367
Ιούνιος	215.209	43.951	71.853	12.538	30.958	10.110	19.116	77.454	34.197	406.021	56.767	2.318	24.069	307.120	22.276	1.333.957
Ιούλιος	284.090	56.929	85.687	13.048	44.808	9.026	23.597	91.070	155.723	499.279	78.783	2.855	31.270	690.219	39.198	2.105.582
Αύγουστος	321.813	71.172	113.571	16.056	31.488	8.270	65.926	206.729	70.062	479.282	121.170	4.950	28.312	896.351	52.919	2.488.071
Σεπτέμβριος	170.790	41.981	92.418	10.818	24.669	6.754	26.586	91.803	27.132	290.372	70.897	2.968	29.897	700.328	28.266	1.615.679
Οκτώβριος	69.148	34.246	77.831	4.358	17.922	5.608	17.097	58.845	27.933	98.336	63.683	2.592	21.205	369.742	17.163	885.709
Νοέμβριος	57.777	20.130	76.434	3.769	17.862	5.195	17.176	46.269	10.243	66.616	60.580	2.252	14.162	197.893	18.117	614.475
Δεκέμβριος	65.589	28.815	60.948	4.112	18.589	5.670	18.526	46.123	10.884	79.506	59.018	1.219	18.582	151.456	19.415	588.452
Σύνολο	1.643.250	402.500	847.980	86.867	272.577	81.807	256.688	829.782	409.771	2.437.849	782.141	27.816	231.701	3.756.689	275.458	12.342.876
Τρέχον έτος	1.519.884	353.555	710.598	78.986	236.126	70.942	220.986	737.390	388.644	2.291.727	662.543	24.345	198.957	3.407.340	237.926	11.139.949

% Μεταβολές	Νυμφαία	Νίκη	Κρυσταλλοπηγή	Αγ. Κωνσταντίνος	Ορμένιο	Κυπρίνος	Καστανίες	Κήποι	Δοϊράνη	Εύζωνοι	Κακαβιά	Μερίτση	Εξοχή	Προμαχώνας	Σαγιάδα	Σύνολο
Ιανουάριος	-28,4%	33,5%	14,1%	54,4%	14,6%	4,6%	55,1%	28,3%	46,8%	114,8%	8,0%	107,4%	42,2%	92,9%	3,3%	35,6%
Φεβρουάριος	-32,9%	3,7%	10,8%	5,5%	22,3%	5,8%	35,6%	16,4%	11,9%	-1,3%	21,4%	22,7%	5,2%	129,6%	10,4%	17,2%
Μάρτιος	-75,0%	-19,5%	613,5%	-66,6%	-51,3%	-67,3%	-100,0%	-66,4%	-55,1%	-66,5%	-57,9%	-56,4%	-50,5%	25,6%	-56,1%	-46,7%
Απρίλιος	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Μάιος	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Ιούνιος	-82,9%	-98,2%	-68,9%	-100,0%	-50,4%	-75,8%	-100,0%	-92,4%	-85,8%	-96,3%	-75,1%	-74,5%	-55,6%	-30,1%	-72,4%	-73,8%
Ιούλιος	-88,0%	-62,9%	-99,0%	-100,0%	-82,4%	-92,4%	-100,0%	-15,0%	-98,2%	-96,9%	-66,8%	-69,6%	-89,2%	-59,1%	-72,4%	-77,0%
Αύγουστος	-99,4%	-100,0%	-78,7%	-100,0%	-86,3%	-100,0%	-100,0%	-97,3%	-100,0%	-96,9%	-81,5%	-100,0%	-100,0%	-93,9%	-100,0%	-94,9%
Σεπτέμβριος	-98,6%	-99,7%	-87,6%	-100,0%	-80,1%	-100,0%	-100,0%	-93,1%	-100,0%	-94,4%	-84,0%	-100,0%	-95,0%	-93,9%	-100,0%	-94,0%
Οκτώβριος	-96,6%	-99,8%	-88,9%	-100,0%	-77,5%	-100,0%	-100,0%	-87,2%	-100,0%	-83,9%	-83,9%	-100,0%	-90,6%	-94,5%	-100,0%	-92,0%
Νοέμβριος																
Δεκέμβριος																
Τρέχον έτος	-86,7%	-76,6%	-69,2%	-88,6%	-66,3%	-79,2%	-86,2%	-73,8%	-85,4%	-85,6%	-65,4%	-75,6%	-75,1%	-71,5%	-77,7%	-77,3%

Εικόνα 10: Πηγή: Μεθοριακοί σταθμοί – Επεξεργασία: INSETE Intelligence.

Όσον αφορά τις οδικές αφίξεις για τον 1^ο έως τον 10^ο του 2020 είχαμε 2,5 εκατομμύρια διεθνείς οδικές αφίξεις, αντί 11,1 εκατ. για την ίδια περίοδο του 2019, παρουσιάζοντας πτώση κατά ποσοστό -77,3% ή -8,6 εκατ.

Ειδικότερα, για τους πρώτους δυο μήνες (Ιανουάριος - Φεβρουάριος 2020) σημειώθηκαν 1,2 εκατομμύρια οδικές αφίξεις έναντι 913 χιλ. του αντίστοιχου χρονικού διαστήματος του 2019, ενώ τον 4^ο και 5^ο μήνα όλοι οι μεθοριακοί σταθμοί παρέμειναν κλειστοί, γι' αυτό και δεν υπάρχουν νούμερα στην Εικόνα 10.

Από τον Ιανουάριο του 2020 έως τον Οκτώβριο του 2020 η μεγαλύτερη πτώση σε απόλυτες διαφορές σημειώθηκε στον Προμαχώνα (-2,4 εκατ./-71,5%) και τέλος στον μεθοριακός σταθμό των Ευζώνων με μείωση κατά ποσοστό- 85,6%, όπου καταγράφηκαν μόλις 331 χιλ. οδικές αφίξεις.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

3.4.3 ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ ΕΥΡΩ (ΠΙΝΑΚΕΣ 2019 ΚΑΙ 2020 ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΗ)

2020	Χώρες ΕΕ-27	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	εκ των οποίων		Ρωσία	Έρ. Συνόρων	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ			
Ιανουάριος	372	232	10	67	140	418	72	32	13		790
Φεβρουάριος	288	163	9	46	125	339	29	29	5		627
Μάρτιος	242	85	14	20	157	169	16	25	4		411
Απρίλιος	21	2	0	1	18	17	0	0	0		38
Μάιος	26	4	0	1	22	30	0	0	0		56
Ιούνιος	183	25	1	12	158	73	0	0	0		256
Ιούλιος	661	416	53	165	246	167	62	2	0		828
Αύγουστος	1.349	1.087	184	414	262	457	349	4	0		1.807
Σεπτέμβριος	946	767	113	377	179	389	300	4	1		1.335
Οκτώβριος											
Νοέμβριος											
Δεκέμβριος											
Τρέχον έτος	4.088	2.781	385	1.103	1.307	2.059	827	97	23		6.147

2019	Χώρες ΕΕ-27	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	εκ των οποίων		Ρωσία	Έρ. Συνόρων	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ			
Ιανουάριος	346	176	11	68	170	314	38	25	10		660
Φεβρουάριος	226	132	14	40	93	278	54	19	8		504
Μάρτιος	358	207	30	70	151	415	51	60	11		773
Απρίλιος	537	389	66	107	149	445	64	51	12		982
Μάιος	1.412	1.072	167	477	340	975	348	132	26		2.387
Ιούνιος	2.397	1.554	240	591	843	1.705	546	135	85		4.102
Ιούλιος	3.376	1.943	285	589	1.434	2.297	644	173	106		5.673
Αύγουστος	4.264	2.310	338	718	1.954	2.498	741	192	129		6.762
Σεπτέμβριος	3.176	1.693	233	653	1.483	1.935	655	195	81		5.111
Οκτώβριος	1.663	1.151	129	595	512	1.110	283	124	82		2.773
Νοέμβριος	490	248	16	72	242	439	50	43	19		930
Δεκέμβριος	309	196	13	47	113	384	25	29	12		692
Σύνολο	18.554	11.071	1.542	4.026	7.482	12.795	3.499	1.179	583		31.348
Τρέχον έτος	16.092	9.476	1.384	3.312	6.616	10.862	3.141	982	469		26.953

% Μεταβολή	Χώρες ΕΕ-27	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	εκ των οποίων		Ρωσία	Έρ. Συνόρων	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ			
Ιανουάριος	7,5%	31,9%	-8,5%	-1,1%	-17,7%	33,1%	89,7%	29,2%	26,2%		19,7%
Φεβρουάριος	27,5%	22,9%	-36,3%	15,1%	34,2%	22,2%	-46,4%	53,5%	-42,5%		24,6%
Μάρτιος	-32,5%	-58,9%	-51,2%	-71,3%	3,8%	-59,2%	-69,4%	-59,3%	-64,5%		-46,8%
Απρίλιος	-96,1%	-99,4%	-100,0%	-99,2%	-87,5%	-96,3%	-100,0%	-100,0%	-100,0%		-96,2%
Μάιος	-98,2%	-99,7%	-100,0%	-99,7%	-93,5%	-96,9%	-100,0%	-100,0%	-100,0%		-97,7%
Ιούνιος	-92,3%	-98,4%	-99,6%	-97,9%	-81,2%	-95,7%	-100,0%	-100,0%	-100,0%		-93,8%
Ιούλιος	-80,4%	-78,6%	-81,5%	-72,0%	-82,9%	-92,7%	-90,4%	-98,7%	-99,6%		-85,4%
Αύγουστος	-68,4%	-53,0%	-45,4%	-42,4%	-86,6%	-81,7%	-52,8%	-97,7%	-99,9%		-73,3%
Σεπτέμβριος	-70,2%	-54,7%	-51,8%	-42,3%	-87,9%	-79,9%	-54,3%	-98,0%	-99,0%		-73,9%
Οκτώβριος											
Νοέμβριος											
Δεκέμβριος											
Τρέχον έτος	-74,6%	-70,7%	-72,2%	-66,7%	-80,2%	-81,0%	-73,7%	-90,2%	-95,1%		-77,2%

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος - Επεξεργασία στοιχείων: INSETTE Intelligence

Εικόνα 11: Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος – Επεξεργασία: INSETTE Intelligence.

Τον Σεπτέμβριο του 2020, η εισερχόμενη κίνηση των ταξιδιωτών ανήλθε στις 1.335 χιλ., μικρότερη κατά ποσοστό -73,9% σε σύγκριση με τον Σεπτέμβριο της περσινής χρήσης. Η πτώση αυτή οφείλεται στις χώρες της ΕΕ που σημείωσαν μείωση κατά ποσοστό -70,2% (ήτοι 766 σε χιλ. τουρίστες) της κίνησης των ταξιδιωτών και στις χώρες εκτός της ΕΕ-27 κατά ποσοστό -79,9%. Αναλυτικότερα, η άφιξη από Γερμανία έφτασε τους 377 χιλ. ταξιδιώτες, ενώ η Γαλλία την ίδια περίοδο δέχθηκε 113 χιλ. τουρίστες.

Όσον αφορά τις χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, η κίνηση ταξιδιωτών από το Ηνωμένο Βασίλειο σημείωσε μείωση σε ποσοστό -54,3% (300 χιλ. ταξιδιώτες), ενώ από τις ΗΠΑ σημείωσε μείωση κατά το απίστευτα μεγάλο ποσοστό του -98,0% (4 χιλ. ταξιδιώτες). Το αντίστοιχο ποσοστό για τη Ρωσία είναι πτώση της τάξεως του -99,0% (1.000



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

ταξιδιώτες). Για το Ηνωμένο Βασίλειο θα πρέπει να συνεκτιμηθεί και το lockdown αλλά και η αβεβαιότητα λόγω Brexit.

Για το χρονικό διάστημα από Ιανουάριο έως Σεπτέμβριο 2020, η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση μειώθηκε κατά ποσοστό -77,2% (ήτοι 6.147 χιλ. τουρίστες), έναντι 26.953 χιλ. ταξιδιωτών για Ιανουάριο έως Σεπτέμβριο 2019. Κατά το ίδιο χρονικό διάστημα, καταγράφηκαν 4.088 χιλ. ταξιδιώτες από τις χώρες της ΕΕ-27, σημειώνοντας σημαντική πτώση κατά ποσοστό -74,6% σε σύγκριση με του 2019, ενώ για τις χώρες εκτός της ΕΕ σημειώθηκε πτώση κατά ποσοστό -81,0% (2.059 χιλ. ταξιδιώτες).

Η Γερμανία παρουσίασε πτώση κατά ποσοστό -66,7%. ενώ η Γαλλία σημείωσε ποσοστό μείωσης κατά -72,2%. Αντίστοιχα, στο Ηνωμένο Βασίλειο μειώθηκε κατά ποσοστό -73,7% ενώ στις ΗΠΑ έπεσε κατά ποσοστό -90,2% (97.000 ταξιδιώτες). Τέλος, αναφορικά με τη Ρωσία είχαμε μείωση κατά ποσοστό -95,1% ήτοι 23.000 ταξιδιώτες.

3.4.4 ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΣΕ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΕΥΡΩ

Όπως είναι κατανοητό, από τη στιγμή που μειώθηκε η ταξιδιωτική κίνηση, μειώθηκαν και οι εισπράξεις. Έτσι, τον 9ο μήνα του 2020, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις μειώθηκαν κατά ποσοστό -71,4% σε σύγκριση με τον 9ο του 2019. Πιο συγκεκριμένα, πτώση κατά ποσοστό -63,9% εμφάνισαν οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών της Ευρωπαϊκής ένωσης, ήτοι 572 εκατομμύρια €, ενώ οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών εκτός της Ευρωπαϊκής σημείωσαν πτώση κατά ποσοστό -79,5%.

Ακολούθως, οι εισπράξεις από τη Γερμανία μειώθηκαν κατά ποσοστό -52,1%, ενώ από τη Γαλλία κατά ποσοστό -54,3%. Εκτός της ΕΕ-27, μείωση κατά ποσοστό -57,8% σημείωσαν οι εισπράξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο. Αντίστοιχα, οι εισπράξεις από τις ΗΠΑ σημείωσαν πτώση κατά ποσοστό -98,7% ενώ από τη Ρωσία αντίστοιχα κατά ποσοστό -99,1%.

Για το 1ο έως 9ο του 2020, οι εισπράξεις από ταξίδια σημείωσαν συνολική πτώση κατά ποσοστό -78,2% σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2019.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΑΝΤΕΙΟΝ UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Πίνακας 21. Εισπράξεις σε εκατομμύρια €

2020	Χώρες ΕΕ-27	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	εκ των οποίων		Ρωσία	Σύνολο Ερ. Συνόρων	Κρουαζιέρες	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ				
Ιανουάριος	116	102	4	26	14	170	34	26	7	286	1	287
Φεβρουάριος	82	66	5	18	16	158	13	28	2	240	1	240
Μάρτιος	43	30	5	6	14	46	5	9	2	89	3	92
Απρίλιος	3	1	0	0	2	4	0	0	0	7	0	7
Μάιος	4	2	0	1	2	9	0	0	0	13	0	13
Ιούνιος	31	17	1	8	14	33	0	0	0	64	0	64
Ιούλιος	467	346	45	153	121	110	51	3	0	577	0	577
Αύγουστος	979	827	170	308	151	394	320	6	0	1.373	0	1.373
Σεπτέμβριος	572	493	77	255	79	254	192	3	1	825	0	825
Οκτώβριος												
Νοέμβριος												
Δεκέμβριος												
Τρέχον έτος	2.321	1.903	310	785	418	1.186	619	72	12	3.507	2	3.509

2019	Χώρες ΕΕ-27	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	εκ των οποίων		Ρωσία	Σύνολο Ερ. Συνόρων	Κρουαζιέρες	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ				
Ιανουάριος	106	76	8	25	31	124	17	15	8	230	1	230
Φεβρουάριος	93	70	8	22	22	105	24	15	3	197	1	198
Μάρτιος	132	105	11	34	26	176	30	44	5	308	10	318
Απρίλιος	258	228	39	69	30	245	41	39	4	504	40	543
Μάιος	831	721	105	344	110	683	259	141	26	1.514	52	1.566
Ιούνιος	1.384	1.122	176	417	262	1.107	374	144	66	2.492	66	2.558
Ιούλιος	1.993	1.528	210	544	465	1.641	547	211	97	3.633	69	3.703
Αύγουστος	2.352	1.812	272	577	540	1.675	620	203	104	4.027	78	4.104
Σεπτέμβριος	1.583	1.220	169	532	363	1.237	455	199	60	2.820	66	2.886
Οκτώβριος	735	628	82	341	107	642	155	125	46	1.377	65	1.442
Νοέμβριος	138	110	9	32	28	151	19	22	7	289	25	314
Δεκέμβριος	116	98	5	19	18	170	14	30	7	286	3	289
Σύνολο	9.722	7.720	1.092	2.956	2.002	7.955	2.556	1.187	434	17.677	475	18.152
Τρέχον έτος	8.732	6.883	997	2.565	1.849	6.993	2.367	1.011	373	15.725	382	16.107

% Μεταβολή	Χώρες ΕΕ-27	Χώρες Ζώνης Ευρώ	εκ των οποίων		Χώρες εκτός Ζώνης Ευρώ	Λοιπές Χώρες	εκ των οποίων		Ρωσία	Σύνολο Ερ. Συνόρων	Κρουαζιέρες	Σύνολο
			Γαλλία	Γερμανία			Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ				
Ιανουάριος	9,8%	35,0%	-47,0%	3,8%	-52,6%	37,2%	96,3%	79,0%	-21,6%	24,5%	-15,8%	24,4%
Φεβρουάριος	-11,6%	-6,1%	-42,2%	-21,3%	-29,4%	50,6%	-46,3%	83,1%	-14,2%	21,4%	-32,0%	21,1%
Μάρτιος	-67,2%	-71,9%	-51,1%	-82,0%	-48,2%	-74,0%	-82,5%	-79,3%	-62,4%	-71,1%	-67,5%	-71,0%
Απρίλιος	-98,7%	-99,5%	-100,0%	-99,4%	-93,0%	-98,4%	-100,0%	-100,0%	-99,9%	-98,6%	-100,0%	-98,7%
Μάιος	-99,5%	-99,7%	-100,0%	-99,8%	-97,8%	-98,7%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-99,1%	-100,0%	-99,2%
Ιούνιος	-97,8%	-98,5%	-99,4%	-98,0%	-94,8%	-97,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-97,4%	-100,0%	-97,5%
Ιούλιος	-76,6%	-77,4%	-78,8%	-71,8%	-74,0%	-93,3%	-90,6%	-98,7%	-99,6%	-84,1%	-100,0%	-84,4%
Αύγουστος	-58,4%	-54,3%	-37,4%	-46,7%	-71,9%	-76,5%	-48,4%	-97,0%	-99,9%	-65,9%	-100,0%	-66,5%
Σεπτέμβριος	-63,9%	-59,6%	-54,3%	-52,1%	-78,3%	-79,5%	-57,8%	-98,7%	-99,1%	-70,7%	-100,0%	-71,4%
Οκτώβριος												
Νοέμβριος												
Δεκέμβριος												
Τρέχον έτος	-73,4%	-72,4%	-68,9%	-69,4%	-77,4%	-83,0%	-73,9%	-92,9%	-96,9%	-77,7%	-99,3%	-78,2%

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδας - Επεξεργασία στοιχείων: INSETTE Intelligence

Εικόνα 12: Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδας - Επεξεργασία: INSETTE Intelligence.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

3.4.5 ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΓΙΑ ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ 2010-2019 ΑΠΟ ΧΩΡΕΣ ΕΕ & ΕΚΤΟΣ ΕΕ

Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό ανά χώρα προέλευσης (σε χιλ.)										
Χώρες προέλευσης	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Χώρες Ευρωζώνης	6.147	6.622	5.903	6.379	7.457	8.189	8.935	9.863	11.436	11.071
Αυστρία	338	310	236	236	285	327	359	396	521	583
Βέλγιο	340	433	327	345	409	483	467	527	587	588
Γαλλία	868	1.149	977	1.152	1.463	1.522	1.314	1.420	1.524	1.542
Γερμανία	2.039	2.240	2.109	2.268	2.459	2.810	3.139	3.706	4.381	4.026
Ισπανία	155	155	156	92	136	94	203	164	226	283
Ιταλία	844	938	848	964	1.118	1.355	1.387	1.441	1.667	1.553
Κύπρος	575	440	425	399	448	470	652	632	698	801
Ολλανδία	528	561	478	581	657	639	771	947	1.015	818
Λοιπές	460	395	347	342	480	489	644	631	818	878
Χώρες ΕΕ εκτός Ευρωζώνης	4.065	4.105	3.900	4.148	5.793	6.785	8.282	8.720	9.961	10.982
Δανία	241	245	205	202	240	238	242	279	385	308
Ηνωμένο Βασίλειο	1.802	1.758	1.921	1.846	2.090	2.397	2.895	3.002	2.943	3.499
Ρουμανία	258	224	230	279	543	540	1.026	1.149	1.389	1.378
Σουηδία	281	334	320	369	338	352	413	493	509	412
Τσεχία	295	309	289	287	348	437	280	339	368	402
Λοιπές	1.188	1.235	935	1.164	2.234	2.822	3.426	3.457	4.368	4.982
Λοιπές Χώρες	4.795	5.701	5.714	7.392	8.784	8.625	7.583	8.611	8.725	9.295
Αλβανία	242	411	469	505	488	491	722	829	987	944



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Αυστραλία	108	116	118	129	183	183	169	324	322	339
Ελβετία	274	361	300	347	377	391	438	449	521	540
ΗΠΑ	498	485	374	467	592	750	779	865	1.097	1.179
Καναδάς	113	142	103	187	146	182	153	198	346	321
Ρωσία	451	739	875	1.353	1.250	513	595	589	520	583
Λοιπές	3.107	3.446	3.476	4.406	5.748	6.114	4.726	5.358	4.932	5.389
Σύνολο	15.00	16.42	15.51	17.92	22.03	23.5	24.79	27.19	30.12	31.34
αφίξεων**	7	7	8	0	3	99	9	4	3	8

Πίνακας 4: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας (τα στοιχεία για την κρουαζιέρα δεν συμπεριλαμβάνονται).INSETE INTELLIGENCE⁵⁷

Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι η Διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση του 2009, δεν επηρέασε τις αφίξεις στην Ελλάδα από τις άλλες χώρες, αντιθέτως αυξήθηκαν σταδιακά αυτές.

3.4.6 Οι 20 κυρίαρχοι προορισμοί για τα έτη 2019 και 2018

Με βάση τα δεδομένα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) οι 10 κυρίαρχοι τουριστικοί προορισμοί για το έτος 2019 απεικονίζονται στην ακόλουθη Εικόνα:

Rank ↕	Destination ↕	International tourist arrivals (2019) ^[1] ↕	International tourist arrivals (2018) ^[1] ↕	Change (2018 to 2019) (%) ↕	Change (2017 to 2018) (%) ↕
1	France	-	89.4 million	-	▲ 2.9
2	Spain	83.7 million	82.8 million	▲ 1.1	▲ 1.1
3	United States	79.3 million	79.7 million	▼ 0.6	▲ 3.3
4	China	65.7 million	61.6 million	▲ 4.5	▲ 3.6
5	Italy	64.5 million	62.1 million	▲ 4.8	▲ 5.7
6	Turkey	51.2 million	45.8 million	▲ 11.9	▲ 21.7
7	Mexico	45.0 million	41.3 million	▲ 9.0	▲ 5.1
8	Thailand	39.8 million	38.2 million	▲ 4.2	▲ 7.3
9	Germany	39.6 million	38.9 million	▲ 1.8	▲ 3.8
10	United Kingdom	39.4 million	38.7 million	▲ 3.2	▼ 2.2

Εικόνα13: Πηγή: World Tourism Organization (UNWTO).

⁵⁷ <https://insete.gr/statistika-eiserxomenou-tourismou/>



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Για το έτος 2019, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UWNTO) ιεραρχεί τις χώρες εκείνες που είναι στην κορυφή των αφίξεων. Οι χώρες αυτές καταγράφονται στην παραπάνω εικόνα σύμφωνα με την οποία το 2018 η Τουρκία, φαίνεται να έχει 45,8 εκατ. αφίξεις, ενώ για το 2019 αυξήθηκαν σε 51,2 εκατ., φτάνοντας την 6η θέση παγκοσμίως. Ενώ στο 2018, η Ελλάδα βρίσκεται στην 13 η θέση παγκοσμίως (δεν καταγράφεται στην πρώτη δεκάδα) και εμφανίζει 30,1 εκατ. αφίξεις, σύμφωνα πάντα με τα στοιχεία του UWNTO, παρουσιάζοντας αύξηση κατά ποσοστό 10,8% σε σχέση με το 2017. Τέλος, η Γαλλία αποτελεί τον βασικό και κυρίαρχο τουριστικό προορισμό σε παγκόσμιο επίπεδο, καταλαμβάνοντας την πρώτη θέση.

ΤΕΤΑΡΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

4. Ο Τουρισμός σήμερα στην εποχή της Πανδημίας

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) όσον αφορά τις τουριστικές διεθνείς αφίξεις έχουμε μείωση κατά ποσοστό 70% το πρώτο οκτάμηνο του 2020 σε σχέση με το 2019(την προηγούμενη χρήση), ως αποτέλεσμα του Covid-19. Το γεγονός ότι δεν εφαρμόστηκαν κοινά πρωτόκολλα ώστε να συντονιστούν οι χώρες καθώς και το γεγονός ότι ο έλεγχος της επιδημίας έγινε με αργούς ρυθμούς, οδήγησαν στην μεγάλη βουτιά του παγκόσμιου τουρισμού.

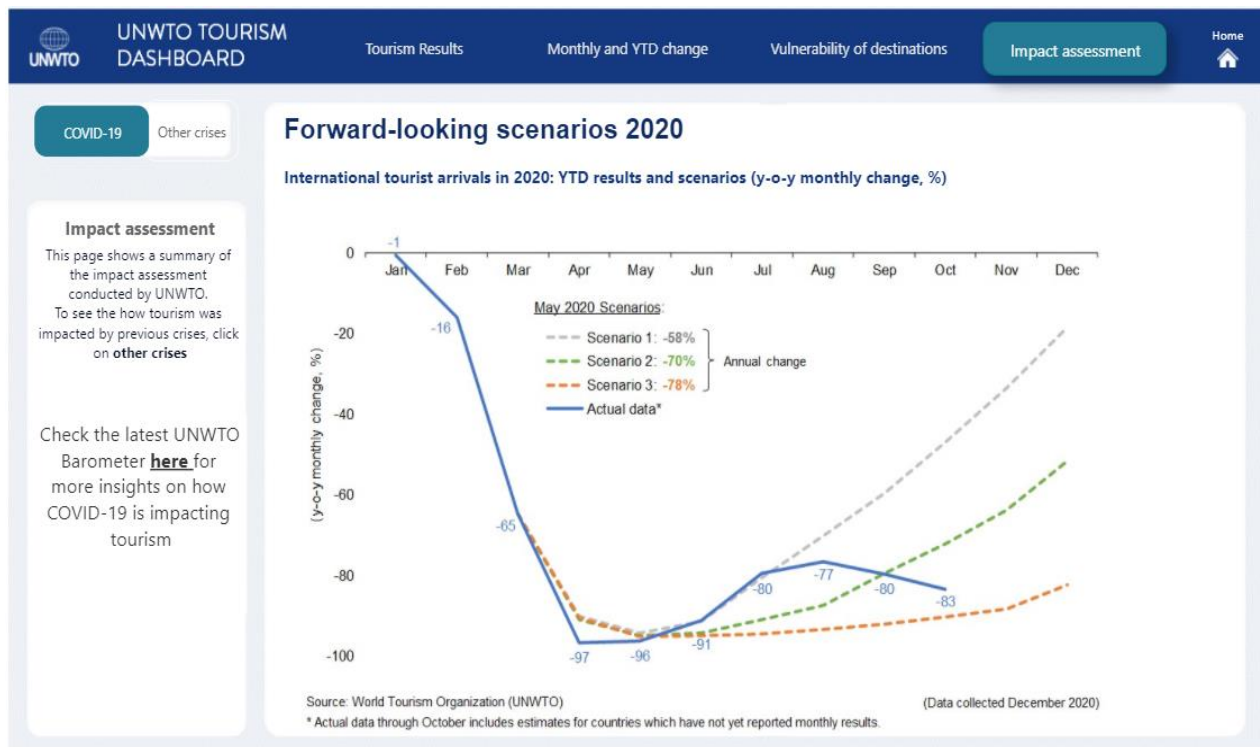
Έως τώρα τα δεδομένα δείχνουν, σύμφωνα με τον UNWTO⁵⁸, λαμβάνοντας υπόψη το σενάριο του SARS 2003 σαν αναφορά, υπολογίζεται ότι το 2020 οι διεθνείς αφίξεις τουριστών θα μπορούσαν να μειωθούν μεταξύ 20% και 30%, από την εκτιμώμενη αύξηση 3% έως 4% στις αρχές του Ιανουαρίου 2020. Αυτό θα μπορούσε να μεταφραστεί σε απώλεια 30 έως 50 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ σε διεθνείς δαπάνες επισκεπτών (αποδείξεις διεθνούς τουρισμού).

⁵⁸UNWTO, TOURISM AND COVID 2019, 13-03-2020.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Το UNWTO σημειώνει ότι κάθε εκτίμηση θα πρέπει να γίνεται με επιφύλαξη λόγω της ασταθούς και αβέβαιης εξέλιξης της επιδημίας που μπορεί να οδηγήσει σε περαιτέρω αναθεωρήσεις.



Εικόνα14: Πηγή: World Tourism Organization (UNWTO).

Στο παραπάνω σχεδιάγραμμα, βλέπουμε τις προβλέψεις (3 διαγραμμίσεις με προβλέψεις) και με μπλε διαγράμμιση τα πραγματικά δεδομένα.

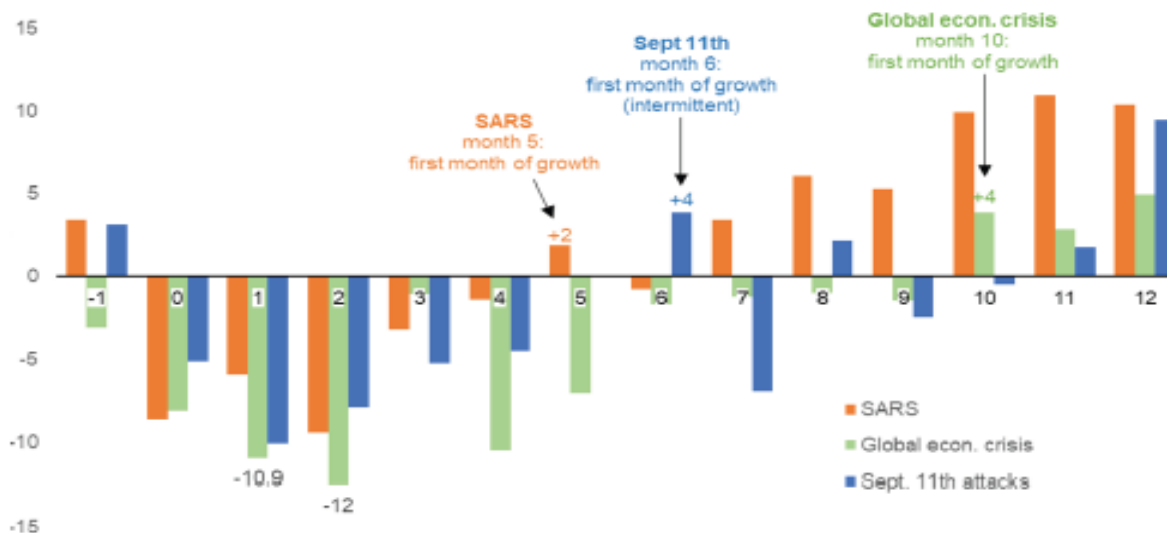
ΣΧΕΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ (Παγκόσμιας, Υγειονομικής SARS, 11^{ης} Σεπτεμβρίου) ΣΕ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ο τουρισμός υπήρξε ανθεκτικός σε προηγούμενες κρίσεις και έδειξε ταχεία βελτίωση. Πώς όμως οι προηγούμενες κρίσεις επηρέασαν τον διεθνή τουρισμό σε διαφορετικές περιοχές και πόσο τους πήρε να επανέλθει; Στο κάτωθι διάγραμμα εξετάζουμε 3 γεγονότα πολύ σημαντικά.

Η Επίδραση σημαντικών γεγονότων όπως η επίθεση της 11ης Σεπτεμβρίου (2001), του ιού SARS (2003) και της Παγκόσμιας Οικονομικής κρίσης (2009) στον τουρισμό. Παρουσιάζεται η σύνοψη του αντίκτυπου προηγούμενων κρίσεων στον τουρισμό, που διεξήγαγε το UNWTO:



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΑΝΤΕΙΟΝ UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT



Note: Month 0 for Sept 11th crisis = Sept. 2001; for SARS = March 2003;
for Global economic crisis = Jan 2009 Source: UNWTO

Εικόνα 15: Πηγή: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (Ημ. Πρόσβασης: 28/12/2020).

Το συμπέρασμα είναι ότι από όλες τις κρίσεις, οι παγκόσμιες αφίξεις επέστρεψαν στην ανάπτυξη το ταχύτερο μετά από το χρονικό διάστημα τουλάχιστον 5 μηνών π.χ. SARS (5 μήνες).

ΠΕΜΠΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

5.1 Μεθοδολογία εμπειρικής ανάλυσης

Βασικός σκοπός της παρούσας εμπειρικής ανάλυσης, ήταν να προσδιοριστεί για το χρονικό διάστημα 1990-2019 η επίπτωση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό. Το μοντέλο που χρησιμοποιήθηκε για την εκτίμηση αφορούν το υπολογιστικό πρόγραμμα e views. Οι μεταβλητές χωρίζονται σε εξαρτημένες και ανεξάρτητες. Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος OLS.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Η ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Η μαθητική έκφραση της συνάρτησης της τουριστικής ζήτησης με πολλές μεταβλητές⁵⁹. $D=f(Y, P, E, T, DV, e)$ Όπου D είναι η τουριστική ζήτηση Y είναι το διαθέσιμο εισόδημα P είναι οι τιμές των άλλων ανταγωνιστικών προϊόντων T κόστος μεταφοράς DV είναι μια ποιοτική μεταβλητή (dummy variable). Γίνεται χρήση αυτής για να λάβουμε υπόψη ορισμένα γεγονότα εξεχούσης σημασίας ήτοι πολιτικές αναταραχές, αθλητικές εκδηλώσεις, σεισμοί, πραξικοπήματα κ.ο.κ. Αναλυτικά για τις μεταβλητές έχουμε να πούμε τα εξής:

Οι ερευνητές έχουν χρησιμοποιήσει 3 διαφορετικούς τύπους εξαρτημένης μεταβλητής.

Αυτές οι μεταβλητές είναι οι ακόλουθες:

- Αφίξεις τουριστών
- Δαπάνες (έσοδα)
- Μέση διάρκεια παραμονής

Το κριτήριο επιλογής για να επιλέξει κανείς την καταλληλότερη μεταβλητή έχει να κάνει κατά πόσο έχουμε διαθέσιμα στοιχεία και κατά πόσο τα στοιχεία αυτά είναι έγκυρα.

Ως ανεξάρτητες μεταβλητές ξεχωρίσαμε τις εξής:

Το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) είναι το τυπικό μέτρο της προστιθέμενης αξίας που δημιουργείται από την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών. Αυτός ο δείκτης είναι λιγότερο κατάλληλος για συγκρίσεις με την πάροδο του χρόνου, καθώς οι εξελίξεις δεν προκαλούνται μόνο από την πραγματική ανάπτυξη, αλλά και από αλλαγές στις τιμές. Ο ακόλουθος πίνακας καθορίζει το ποσοστό μεταβολής του πραγματικού ΑΕΠ στη δεκαετία 2009-2019:

⁵⁹Λαγός, 2018.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Real GDP rate of change, 2009-2019

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2009-2019 (% average per year)
	(% change compared with the previous year)											
EU-27	-4.3	2.2	1.8	-0.7	0.0	1.6	2.4	2.0	2.8	2.1	1.5	1.6
Euro area (EA-19)	-4.5	2.1	1.7	-0.9	-0.2	1.4	2.1	1.9	2.6	1.9	1.3	1.4
Belgium	-2.0	2.9	1.7	0.7	0.5	1.6	2.0	1.5	1.9	1.5	1.4	1.6
Bulgaria	-3.4	0.6	2.4	0.4	0.3	1.9	4.0	3.8	3.5	3.1	3.4	2.3
Czechia	-4.7	2.4	1.8	-0.8	0.0	2.3	5.4	2.5	5.2	3.2	2.3	2.4
Denmark	-4.9	1.9	1.3	0.2	0.9	1.6	2.3	3.2	2.0	2.4	2.3	1.8
Germany	-5.7	4.2	3.9	0.4	0.4	2.2	1.5	2.2	2.6	1.3	0.6	1.9
Estonia	-14.4	2.7	7.4	3.1	1.3	3.0	1.8	2.6	5.7	4.8	4.3	3.7
Ireland	-5.1	1.8	0.6	0.1	1.2	8.6	25.2	2.0	9.1	8.5	5.6	6.0
Greece	-4.3	-5.5	-9.1	-7.3	-3.2	0.7	-0.4	-0.2	1.5	1.9	1.9	-2.1
Spain	-3.8	0.2	-0.8	-3.0	-1.4	1.4	3.8	3.0	2.9	2.4	2.0	1.0
France	-2.9	1.9	2.2	0.3	0.6	1.0	1.1	1.1	2.3	1.8	1.5	1.4
Croatia	-7.4	-1.5	-0.3	-2.2	-0.5	-0.1	2.4	3.5	3.1	2.7	2.9	1.0
Italy	-5.3	1.7	0.7	-3.0	-1.8	0.0	0.8	1.3	1.7	0.8	0.3	0.2
Cyprus	-2.0	2.0	0.4	-3.4	-5.6	-1.9	3.4	6.7	4.4	4.1	3.2	1.2
Latvia	-14.2	-4.5	6.3	4.1	2.3	1.9	3.3	1.8	3.8	4.3	2.2	2.5
Lithuania (*)	-14.8	1.5	6.0	3.8	3.6	3.5	2.0	2.6	4.2	3.6	3.9	3.5
Luxembourg	-4.4	4.9	2.5	-0.4	3.7	4.3	4.3	4.6	1.8	3.1	2.3	3.1
Hungary	-6.7	0.7	1.8	-1.5	2.0	4.2	3.8	2.2	4.3	5.1	4.9	2.7
Malta	-2.5	3.5	1.4	2.8	4.9	9.0	10.9	5.8	6.5	7.3	4.7	5.7
Netherlands	-3.7	1.3	1.6	-1.0	-0.1	1.4	2.0	2.2	2.9	2.4	1.7	1.4
Austria	-3.8	1.8	2.9	0.7	0.0	0.7	1.0	2.1	2.5	2.4	1.6	1.6
Poland	2.8	3.6	5.0	1.6	1.4	3.3	3.8	3.1	4.9	5.3	4.1	3.6
Portugal	-3.1	1.7	-1.7	-4.1	-0.9	0.8	1.8	2.0	3.5	2.6	2.2	0.8
Romania	-5.5	-3.9	2.0	2.1	3.5	3.4	3.9	4.8	7.1	4.4	4.1	3.1
Slovenia	-7.5	1.3	0.9	-2.6	-1.0	2.8	2.2	3.1	4.8	4.1	2.4	1.8
Slovakia	-5.5	5.7	2.9	1.9	0.7	2.8	4.8	2.1	3.0	3.9	2.4	3.0
Finland	-8.1	3.2	2.5	-1.4	-0.9	-0.4	0.5	2.8	3.3	1.5	1.1	1.2
Sweden	-4.3	6.0	3.2	-0.6	1.2	2.7	4.5	2.1	2.6	2.0	1.2	2.5
United Kingdom	-4.2	1.9	1.5	1.5	2.1	2.6	2.4	1.9	1.9	1.3	1.5	1.9
Iceland	-6.8	-3.4	1.9	1.3	4.1	2.1	4.7	6.6	4.5	3.8	1.9	2.7
Norway	-1.7	0.7	1.0	2.7	1.0	2.0	2.0	1.1	2.3	1.3	1.2	1.5
Switzerland	-2.2	3.0	1.7	1.0	1.9	2.4	1.3	1.7	1.8	2.8	0.9	1.8
Montenegro (*)	-5.8	2.7	3.2	-2.7	3.5	1.8	3.4	2.9	4.7	5.1	...	2.7
North Macedonia (*)	-0.4	3.4	2.3	-0.5	2.9	3.6	3.9	2.8	1.1	2.7	...	2.5
Albania (*)	3.4	3.7	2.5	1.4	1.0	1.8	2.2	3.3	3.8	4.1	...	2.7
Serbia	-2.7	0.7	2.0	-0.7	2.9	-1.6	1.8	3.3	2.0	4.4	4.2	1.9
Turkey (*)	-4.7	8.5	11.1	4.8	8.5	5.2	6.1	3.2	7.5	2.8	...	6.4
Bosnia and Herzegovina	-3.0	0.9	1.0	-0.8	2.4	1.1	3.1	3.1	3.2	3.7	2.6	2.0
Kosovo* (*)	3.6	3.3	4.4	2.8	3.4	1.2	4.1	4.1	4.2	3.8	...	3.5
China (including Hong Kong) (*)	9.4	10.6	9.6	7.9	7.8	7.3	6.9	6.7	6.8	6.6	...	7.8
Japan	-5.4	4.2	-0.1	1.5	2.0	0.4	1.2	0.5	2.2	0.3	0.7	1.3
United States	-2.5	2.6	1.6	2.2	1.8	2.5	2.9	1.6	2.4	2.9	2.3	2.3

Note: based on chain linked volumes.

(*) 2010: break in series.

(*) Average 2009-2018 instead of 2009-2019.

* This designation is without prejudice to positions on status, and is in line with UNSCR 1244/1999 and the ICJ Opinion on the Kosovo declaration of independence.

Source: Eurostat (online data code: naida_10_gdp)

eurostat

Εικόνα 16: Πηγή: Eurostat.

Στη συνέχεια μελετήθηκαν από τη διεθνή βιβλιογραφία τα ακόλουθα μοντέλα για την τουριστική ζήτηση:

A) Determinants of tourism demand in Indonesia: a panel data analysis by Muryani Muryani⁶⁰: Μέχρι το 2014, η Ινδονησία κατέγραψε 11,6 εκατομμύρια εισερχόμενους ξένους τουρίστες, 135% υψηλότερα από το έτος 2000. Έκτοτε, οι κυβερνητικές πολιτικές για την προώθηση του

⁶⁰Muryani, Permatasari, Fauzia & Padilla, Miguel, Esquivias, 2019.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

τουρισμού άκμασαν. Αυτό το άρθρο ερευνά τους καθοριστικούς παράγοντες του εισερχόμενου τουρισμού από τις εννέα κορυφαίες χώρες τουριστικής καταγωγής στην Ινδονησία που καλύπτουν την περίοδο 2000 έως 2014. Αυτή η έρευνα χρησιμοποιεί ένα δυναμικό σύνολο δεδομένων ομάδας για να εκτιμήσει τον αντίκτυπο του κατά κεφαλήν πραγματικού εισοδήματος, των σχετικών τιμών, της ικανότητας στέγασης, της απόστασης και των δημοσίων επενδύσεων σε υποδομές στη διεθνή τουριστική ζήτηση στην Ινδονησία, αποτυπώνοντας τη ζήτηση και τις παρενέργειες. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το κατά κεφαλήν εισόδημα τουριστών, η σχετική τιμή και τα διαθέσιμα δωμάτια έχουν θετική επίδραση στις τουριστικές δαπάνες στην Ινδονησία, ενώ η απόσταση έχει αρνητική επίδραση. Οι ψευδο-μεταβλητές (dummy) καταγράφουν μεγάλη πτώση στον τουρισμό που προκύπτει από δύο τρομοκρατικές επιθέσεις το 2002 και το 2005, καθώς και από την παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση το 2008. Το εισόδημα παίζει θετικό αλλά έχει χαμηλό αντίκτυπο στην τουριστική ζήτηση σε σύγκριση με άλλα έθνη. Η θετική επίδραση των τιμών υποδηλώνει ένα πλεονέκτημα της Ινδονησίας σε ανταγωνιστικές τιμές τουρισμού. Ωστόσο, οι χαμηλές τιμές υποδηλώνουν επίσης χαμηλή αξία στις τουριστικές υπηρεσίες. Ο σημαντικός αντίκτυπος της στέγασης μπορεί να υποδηλώνει ότι οι σημαντικές επιπτώσεις του τουρισμού κατανέμονται στα καταλύματα, ελαχιστοποιώντας τον αντίκτυπο σε άλλους τομείς.

Β) Στο άρθρο *An empirical analysis of the influence of macroeconomic determinants on World tourism demand*⁶¹ εξετάζονται τρία οικονομετρικά μοντέλα για τον προσδιορισμό της σχέσης μεταξύ μακροοικονομικών μεταβλητών και τουριστικής ζήτησης. Η τουριστική ζήτηση μετράται από τον πληθυσμό (αριθμό) των εισερχόμενων επισκεπτών και επίσης από τις δαπάνες. Η βάση δεδομένων είναι μια ομάδα 218 χωρών κατά την περίοδο 1995-2012. Σύμφωνα με αυτή την έρευνα, υπάρχουν ενδείξεις ότι η αύξηση του κατά κεφαλήν ΑΕΠ στον κόσμο, η υποτίμηση του εθνικού νομίσματος και η μείωση των σχετικών εγχώριων τιμών συμβάλλουν στην ενίσχυση της τουριστικής ζήτησης.

Γ) Σύμφωνα με τους Αγιομιργιανάκη και Σφακιανάκη⁶². Η μελέτη που έγινε από τους Αγιομιργιανάκη και Σφακιανάκη στοχεύει στη διερεύνηση των καθοριστικών παραγόντων της τουριστικής ζήτησης στην Ελλάδα για το χρονικό διάστημα από 2004-2011.

⁶¹Martins, YiGan & Ferreira-Lopes, 2017.

⁶²Agiomirgianakis & Sfakianakis, 2014.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Επέλεξαν μια μακροοικονομική προσέγγιση και, ειδικότερα, στηρίζοντας με αναλυτικά δεδομένα τη χώρα (ή την περιοχή) καταγωγής σε συνδυασμό με μακροοικονομικά μεγέθη, δείκτες τιμών. Αναλυτικά χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα για 22 χώρες για χρονικό διάστημα οκτώ ετών, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ, οι σχετικές τιμές, οι τιμές στις κύριες ανταγωνιστικές χώρες, το κόστος του ταξιδιού στο εξωτερικό (χρησιμοποιώντας την τιμή του πετρελαίου ως δείκτη), εξαιρετικές περιστάσεις (γεγονότα), (όπως μεγάλα γεγονότα που φιλοξενούνται από τη χώρα ή η οικονομική κρίση – σαν ψευδομεταβλητές), το ανθρώπινο κεφάλαιο και ο εξωτερικός προσανατολισμός των οικονομιών.

Τα ευρήματα δείχνουν ότι ορισμένες κατευθύνσεις πολιτικής που έχουν εντοπιστεί από τις ελληνικές κυβερνήσεις (τόσο στο παρόν όσο και στο παρελθόν), όπως η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και του εξωτερικού προσανατολισμού της οικονομίας, μπορεί πράγματι να επηρεάσει θετικά τις προοπτικές του ελληνικού τουριστικού τομέα.

Δ) Στο μοντέλο που βασίστηκαν οι Hussain Auzar, Yasmin Bani και Suryati Ishak⁶³ χρησιμοποιήθηκε εξίσωση με 4 μεταβλητές που περιγράφει την τουριστική ζήτηση, το εισόδημα, την τιμή τουρισμού (TP), το κόστος μεταφοράς (TC) και την συναλλαγματική ισοτιμία (ER). Μακροπρόθεσμα, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το εισόδημα στη χώρα προέλευσης είναι σε θετική συσχέτιση με τη ζήτηση για τουρισμό στις Μαλδίβες.

Η αύξηση της τιμής του τουρισμού σχετίζεται αρνητικά στην άφιξη τουριστών. Το κόστος μεταφοράς είναι επίσης σημαντικό, όπου καθώς αυξάνεται αυτό το κόστος οδηγεί σε μείωση του αριθμού αφίξεων τουριστών του Ηνωμένου Βασιλείου. Τα αποτελέσματα είναι παρόμοια βραχυπρόθεσμα. Η υψηλότερη τιμή και το κόστος αποθαρρύνουν τους τουρίστες του Ηνωμένου Βασιλείου να ταξιδέψουν στις Μαλδίβες, ενώ το υψηλότερο εισόδημα αυξάνει τον χρόνο αναψυχής, αυξάνοντας έτσι τον αριθμό των τουριστών. Από την άλλη πλευρά, η συναλλαγματική ισοτιμία είναι ασήμαντη και στα δύο χρονικά πλαίσια, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει επίδραση. Επιπλέον, αυτή η μελέτη μπορεί επίσης να είναι θεμελιώδης οδηγός για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής αλλά έχει έναν περιορισμό. Η μελέτη επικεντρώνεται ειδικά σε τριμηνιαίες αφίξεις τουριστών καθώς ο τουρισμός στις Μαλδίβες είναι εποχιακός.

⁶³Auzar, Bnai & Ishak, 2020.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Ε) Στην εργασία του ο Aydın⁶⁴, επέλεξε 20 χώρες για τις αναλύσεις τις οποίες πραγματοποίησε. Τα τουριστικά έσοδα για τις επιλεγμένες χώρες αντιπροσωπεύουν περισσότερο από 70% του συνολικού τουριστικού εισοδήματος της Τουρκίας ανά χώρα. Επιλεγμένες χώρες είναι η Γερμανία, η Ρωσία, η Αγγλία, το Ιράν, οι Κάτω Χώρες, η Γαλλία, οι ΗΠΑ, η Βουλγαρία, το Βέλγιο, η Ιταλία, η Αυστρία, η Γεωργία, η Σουηδία, η Ουκρανία, το Αζερμπαϊτζάν, η Συρία, η Ελλάδα, η Ελβετία, η Δανία και η Ισπανία. Στη λίστα χωρών με τουριστικά έσοδα, η Γερμανία είναι στην πρώτη θέση με 31,9 δισεκατομμύρια δολάρια. Η Ρωσία και η Αγγλία είναι στην δεύτερη και τρίτη με 16,9 και 14,7 δισεκατομμύρια δολάρια. Έλαβε δεδομένα από το 2006 έως το 2015. Παρουσιάστηκαν δοκιμές Root Unit Panel και για επίπεδο σημαντικότητας 5 %, δεν υπήρχε πρόβλημα. Τα δεδομένα απεικονίστηκαν με scatterplot. Το μοντέλο παλινδρόμησης βρέθηκε κατάλληλο για την προσέγγιση των αναλύσεων. Ορισμένα γραμμικά και μη γραμμικά μοντέλα εκτιμώνται για πρόβλεψη. Ερευνήθηκαν επίσης εποχιακές επιπτώσεις.

⁶⁴Audin, 2015.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΑΝΤΕΙΟΝ UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

5.2. Μοντέλο παλινδρόμησης που χρησιμοποιήθηκε στην εργασία

Οι παλινδρομήσεις που υπολογίσαμε για να ελέγξουμε την σημαντικότητα και την επίδραση που έχουν στις αφίξεις τουριστών σε μία χώρα υποδοχής (στην Ελλάδα) στην οποία εισέρχονται προερχόμενοι από μία άλλη χώρα (Γαλλία, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο και Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής) οι ανεξάρτητες μεταβλητές είναι οι εξής:

1. $\ln(arrivals\ from\ France)_t = c + \beta_1 \ln Y_t + \beta_2 \ln P_t + \beta_3 \ln PR_t + u_t$
2. $\ln(arrivals\ from\ Germany)_t = c + \beta_1 \ln Y_t + \beta_2 \ln P_t + \beta_3 \ln PR_t + u_t$
3. $\ln(arrivals\ from\ United\ Kingdom)_t = c + \beta_1 \ln Y_t + \beta_2 \ln P_t + \beta_3 \ln PR_t + u_t$
4. $\ln(arrivals\ from\ USA)_t = c + \beta_1 \ln Y_t + \beta_2 \ln P_t + \beta_3 \ln PR_t + u_t$

Όπου:

- Y_t : Είναι το κατά κεφαλήν Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της χώρας προέλευσης
- P_t : Οι τιμές τουρισμού στην χώρα υποδοχής (Ελλάδα) και χώρα προέλευσης (Γαλλία, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο και Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής)
- PR_t : Οι τιμές τουρισμού στην χώρα υποδοχής των ανταγωνιστριών χωρών της Ελλάδας (Ιταλία, Ισπανία, Τουρκία) και χώρα προέλευσης (Γαλλία, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο και Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής).
- *sample* (1 30) : αφορά το χρονικό διάστημα 1990-2019.

Στα παραπάνω 4 υποδείγματα κάθε χώρας που θα εκτιμήσουμε αρχικά, προσθέτουμε και μία ψευδομεταβλητή, διότι θέλουμε να μελετήσουμε την επίδραση που ενδέχεται να είχαν κάποια σημαντικά γεγονότα που έλαβαν χώρα το διάστημα 1990 – 2019, όπως για παράδειγμα η διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004 ή η διεξαγωγή δημοψηφίσματος το 2015(ή η εισροή μεταναστών στην Ελλάδα το 2015). Το χρονικό διάστημα είναι σημαντικό γιατί λαμβάνει υπόψη δεδομένα τουρισμού (μεταβλητές) πριν την χρηματοπιστωτική κρίση και μετά που ξέσπασε αυτή.

Τα δεδομένα (data) ελήφθησαν ως εξής :

Για τις τουριστικές αφίξεις(εξαρτημένη μεταβλητή)

- για το χρονικό διάστημα από το 1990-1995 στοιχεία από ΕΟΤ –ICAP⁶⁵
- για το χρονικό διάστημα από το 1996-2004 από δελτία ΕΣΥΕ(statistics.gr)

⁶⁵ <http://www.gnto.gov.gr/> & <https://www.icap.gr/>



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

- και για το χρονικό διάστημα από 2005-2019 Τράπεζα της Ελλάδος

Στο σημείο αυτό να τονίσουμε ότι στη μελέτη τους οι Rodriguez and Ibanez (2001) χρησιμοποίησαν τον αριθμό των τουριστών που φιλοξενούνται στη χώρα υποδοχής σαν εξαρτημένη μεταβλητή, θεωρώντας ότι υπάρχει πλεονέκτημα για να υπολογίσουν και να αποκλείσουν αυτούς που εισέρχονται και φιλοξενούνται σε οικογενειακά ή φιλικά σπίτια.⁶⁶

Εμείς δεν ακολουθήσαμε την παραπάνω μέθοδο και βάλαμε ως μεταβλητή εξαρτημένη τις τουριστικές αφίξεις λόγω μη ύπαρξης δεδομένων για όλο αυτό το χρονικό διάστημα.

Για το Δείκτη τιμών καταναλωτή (από Παγκόσμια Τράπεζα⁶⁷), για τις συναλλαγματικές ισοτιμίες (από OECD⁶⁸), το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της κάθε χώρας(από Παγκόσμια Τράπεζα).

Έγινε χρήση του στατιστικού προγράμματος E VIEWS. Προέκυψαν οι ακόλουθες αναλύσεις με τη χρήση του EViews.

5.3.Περιγραφικά στατιστικά των μεταβλητών

Στους παρακάτω πίνακες παρατίθενται διάφορα περιγραφικά στατιστικά μέτρα για όλες τις μεταβλητές που θα χρησιμοποιηθούν στις παλινδρομήσεις. Από τους Πίνακες 5-8 παρατηρούμε ότι όλες οι μεταβλητές έχουν 30 παρατηρήσεις, καθώς το χρονικό διάστημα το οποίο μελετάμε είναι από το 1990 – 2019.

	Γαλλία	Γερμανία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
Μέση Τιμή	864.7721	2492.737	2345.944	439.8673
Διάμεσος	744.3215	2354.963	2282.640	326.3865
Μέγιστη Τιμή	1541.793	4381.448	3499.325	1178.988
Ελάχιστη Τιμή	426.6780	1561.113	1647.361	146.7540
Τυπική απόκλιση	362.2518	624.0285	495.0090	280.1493
Λοξότητα	0.688093	1.542126	0.355742	1.059978
Κύρτωση	2.137676	5.151543	2.240344	3.415686
Jarque-Bera	3.296865	17.67718	1.354109	5.833760
p-value	0.192351	0.000145	0.508111	0.054102
Παρατηρήσεις	30	30	30	30

Πίνακας 5: Αφίξεις (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

⁶⁶Rodriguez & Ibanez, 2001.

⁶⁷ <https://data.worldbank.org>

⁶⁸ <https://www.oecd.org/>



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Από τον Πίνακα 5 αξίζει να τονιστεί ότι οι περισσότερες αφίξεις κατά μέσο όρο στην Ελλάδα προέρχονται από την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο (με κριτήριο την μέση τιμή). Επιπλέον, ακόμα και οι ελάχιστες τιμές των προαναφερθέντων δύο χωρών είναι μεγαλύτερες από την μέγιστη τιμή που είχαν οι αφίξεις από την Γαλλία και τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής.

	Γαλλία	Γερμανία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
Μέση Τιμή	38683.65	39769.36	37063.54	45842.66
Διάμεσος	39926.66	38685.28	39002.55	47468.20
Μέγιστη Τιμή	44317.39	47628.03	43688.44	55670.24
Ελάχιστη Τιμή	32524.06	32427.38	28291.24	35542.14
Τυπική απόκλιση	3674.145	4626.366	5069.920	5969.579
Λοξότητα	-0.466698	0.199359	-0.527081	-0.322693
Κύρτωση	1.881021	1.808510	1.865850	1.958669
Jarque-Bera	2.654176	1.973281	2.996943	1.876115
p-value	0.265249	0.372827	0.223471	0.391387
Παρατηρήσεις	30	30	30	30

Πίνακας 6: Κατά Κεφαλήν Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

Όσον αφορά το κατά κεφαλήν Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, από τον Πίνακα 6, φαίνεται ότι διαχρονικά οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής είναι υψηλότερα (με κριτήριο την μέση τιμή και την διάμεσο) σε σύγκριση με τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ηπείρου.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

	Γαλλία	Γερμανία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
Μέση Τιμή	0.900067	0.892100	0.693767	1.129767
Διάμεσος	0.912000	0.904000	0.666500	1.092500
Μέγιστη Τιμή	1.012000	1.012000	0.876000	1.406000
Ελάχιστη Τιμή	0.747000	0.763000	0.546000	0.823000
Τυπική απόκλιση	0.074083	0.074202	0.094214	0.154261
Λοξότητα	-0.397108	-0.208647	0.332756	-0.011202
Κύρτωση	2.154217	2.002280	2.099979	2.321038
Jarque-Bera	1.682659	1.461973	1.566179	0.576864
p-value	0.431137	0.481434	0.456992	0.749438
Παρατηρήσεις	30	30	30	30

Πίνακας 7: Οι τιμές τουρισμού στη χώρα υποδοχής (Ελλάδα) και χώρα προέλευσης (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

Από τους Πίνακες 7 και 8 παρατηρείται ότι οι τιμές τουρισμού κατά μέσο όρο στην Ελλάδα είναι υψηλότερες σε σύγκριση με τις τιμές τουρισμού στις ανταγωνίστριες χώρες, είτε οι τουρίστες προέρχονται από την Γαλλία, είτε από την Γερμανία, είτε από το Ηνωμένο Βασίλειο είτε από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Επίσης, σημειώνεται ότι οι υψηλότερες τιμές τουρισμού αφορούν τους τουρίστες από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, ενώ οι χαμηλότερες τιμές τουρισμού αφορούν τους τουρίστες από το Ηνωμένο Βασίλειο. Για την Γαλλία και την Γερμανία βλέπουμε ότι οι τιμές τουρισμού είναι αρκετά κοντά.

	Γαλλία	Γερμανία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
Μέση Τιμή	0.775000	0.768867	0.596833	0.974033
Διάμεσος	0.787500	0.791000	0.600000	0.976500
Μέγιστη Τιμή	0.838000	0.842000	0.732000	1.199000
Ελάχιστη Τιμή	0.646000	0.615000	0.478000	0.701000
Τυπική απόκλιση	0.053389	0.061238	0.071048	0.134362
Λοξότητα	-0.847728	-0.881624	0.021046	-0.190653
Κύρτωση	2.750910	2.859225	2.155074	2.014692
Jarque-Bera	3.670774	3.911077	0.894589	1.395281
p-value	0.159552	0.141488	0.639356	0.497758
Παρατηρήσεις	30	30	30	30

Πίνακας 8: Οι τιμές τουρισμού στη χώρα υποδοχής των ανταγωνιστριών χωρών της Ελλάδας (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΑΝΤΕΙΟΝ UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

5.4 Ύπαρξη συσχετίσεων για τα τέσσερα υποδείγματα

Έπειτα από τη περιγραφική στατιστική ανάλυση των μεταβλητών, παρατίθενται αποτελέσματα για την ύπαρξη συσχετίσεων τους Πίνακες 5-8 για τα τέσσερα υποδείγματα που θα εξετάσουμε.

	$\ln(arrivals\ from\ France)$	$\ln Y_t$	$\ln P_t$	$\ln PR_t$
$\ln(arrivals\ from\ France)$	1	0.8599	0.7372	0.6480
$\ln Y_t$	0.8599	1	0.9003	0.6301
$\ln P_t$	0.7372	0.9003	1	0.6350
$\ln PR_t$	0.6480	0.6301	0.6350	1

Πίνακας 9: Γαλλία (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

Τους Πίνακες 9 και 10 που αφορούν στις χώρες της Γαλλίας και της Γερμανίας παρατηρούμε ότι οι μεταβλητές έχουν θετικές συσχετίσεις μεταξύ τους, δηλαδή όταν μεταβάλλεται μία μεταβλητή, τότε μεταβάλλεται κατά την ίδια φορά και η άλλη μεταβλητή.

	$\ln(arrivals\ from\ Germany)$	$\ln Y_t$	$\ln P_t$	$\ln PR_t$
$\ln(arrivals\ from\ Germany)$	1	0.7306	0.3385	0.0720
$\ln Y_t$	0.7306	1	0.8171	0.5082
$\ln P_t$	0.3385	0.8171	1	0.6771
$\ln PR_t$	0.0720	0.5082	0.6771	1

Πίνακας 10: Γερμανία (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

Αντίθετα, στους Πίνακες 11 και 12 φαίνεται ότι υπάρχουν και αρνητικές συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών, δηλαδή όταν μεταβάλλεται μία μεταβλητή, τότε μεταβάλλεται κατά την αντίθετη φορά η άλλη μεταβλητή.

	$\ln(arrivals\ from\ UK)$	$\ln Y_t$	$\ln P_t$	$\ln PR_t$
$\ln(arrivals\ from\ UK)$	1	0.4752	-0.172	-0.307
$\ln Y_t$	0.4752	1	0.5108	0.2972
$\ln P_t$	-0.172	0.5108	1	0.8679
$\ln PR_t$	-0.307	0.2972	0.8679	1

Πίνακας 11: Ηνωμένο Βασίλειο (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

	$\ln(arrivals\ from\ USA)$	$\ln Y_t$	$\ln P_t$	$\ln PR_t$
$\ln(arrivals\ from\ USA)$	1	0.7257	0.2936	0.2096
$\ln Y_t$	0.7257	1	0.1258	-0.105
$\ln P_t$	0.2936	0.1258	1	0.8857
$\ln PR_t$	0.2096	-0.105	0.8857	1

Πίνακας 12: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

5.5 Αποτελέσματα παλινδρομήσεων

Στον Πίνακα 13 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των τεσσάρων υποδειγμάτων που μελετήσαμε για να ελέγξουμε την στατιστική σημαντικότητα και την επίδραση που έχουν στις αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα οι υπό εξέταση μεταβλητές.

Η παλινδρόμηση 1 αφορά την Γαλλία, η παλινδρόμηση 2 την Γερμανία, η παλινδρόμηση 3 το Ηνωμένο Βασίλειο και η παλινδρόμηση 4 τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Στις παρενθέσεις αναγράφονται οι τιμές p-value και με μαύρα έντονα γράμματα τονίζουμε τις στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%.

	c	$\ln Y_t$	$\ln P_t$	$\ln PR_t$
Παλινδρόμηση 1	-35.73447 (0.0017)	4.032448 (0.0003)	-1.294636 (0.1615)	1.173047 (0.1323)
Παλινδρόμηση 2	-19.93176 (0.0000)	2.588727 (0.0000)	-1.691420 (0.0077)	-0.481734 (0.1104)
Παλινδρόμηση 3	-3.745197 (0.3614)	1.054242 (0.0114)	-0.549167 (0.3325)	-0.378050 (0.5161)
Παλινδρόμηση 4	-34.80157 (0.0027)	3.820239 (0.0007)	-1.534339 (0.2268)	2.624965 (0.0262)

Πίνακας 13: Αποτελέσματα παλινδρομήσεων 1-4 (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

Από τα παραπάνω αποτελέσματα (Πίνακας 13), είναι προφανές ότι η μεταβλητή που είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% σε όλες τις περιπτώσεις είναι το κατά κεφαλήν Πραγματικό ΑΕΠ, και μάλιστα έχει θετική επίδραση σε όλες τις περιπτώσεις. Πιο συγκεκριμένα, επειδή η εισοδηματική ελαστικότητα είναι πάνω από τη μονάδα, αυτό υποδηλώνει ότι ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως πολυτελές αγαθό.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

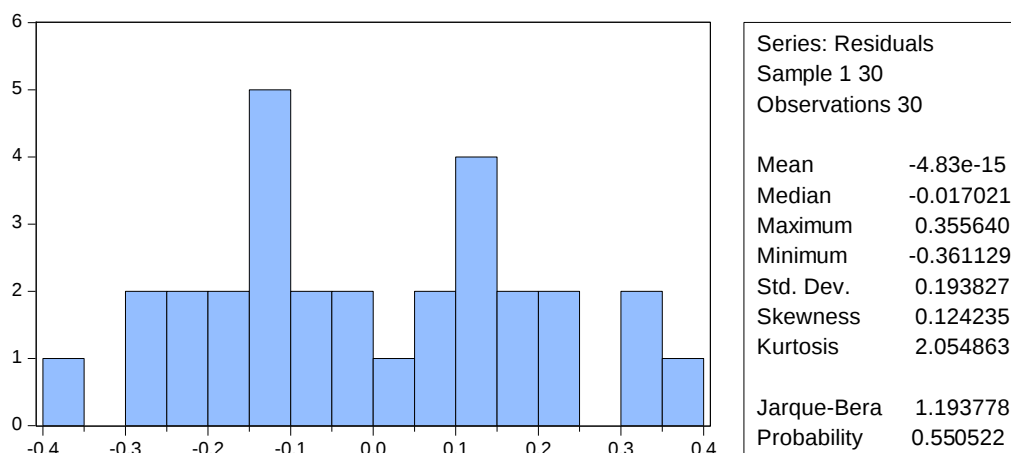
Για τις τιμές τουρισμού στην χώρα υποδοχής ($\ln P_t$), η μεταβλητή προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% μόνο για το υπόδειγμα των τουριστών από την Γερμανία, και έχει αρνητικό πρόσημο. Αυτό υποδεικνύει ότι υπάρχει μία αντίστροφη σχέση ανάμεσα στις αφίξεις που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα και στο επίπεδο τιμών της.

Για τις τιμές τουρισμού στην χώρα υποδοχής των ανταγωνιστριών χωρών της Ελλάδας ($\ln PR_t$), η μεταβλητή προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% μόνο για το υπόδειγμα των τουριστών από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, και έχει θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι οι ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας αποτελούν υποκατάστατους προορισμούς.

5.6 Έλεγχος κανονικότητας για τα κατάλοιπα των παλινδρομήσεων

Για να ελέγξουμε αν τα κατάλοιπα των παραπάνω τεσσάρων παλινδρομήσεων ακολουθούν κανονική κατανομή θα χρησιμοποιήσουμε τον στατιστικό έλεγχο του Jarque - Bera. Στον συγκεκριμένο έλεγχο, η μηδενική υπόθεση είναι ότι τα κατάλοιπα ακολουθούν κανονική κατανομή, ενώ η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι τα κατάλοιπα δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή.

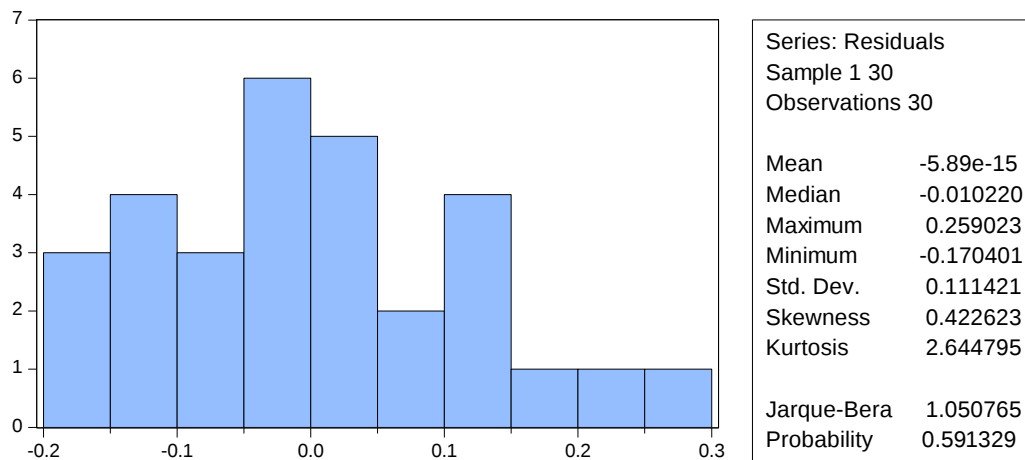
Στους Πίνακες 14 – 17, το p – value είναι μεγαλύτερο από 5% σε όλες τις περιπτώσεις, δηλαδή και στα τέσσερα εκτιμημένα υποδείγματα, οπότε δεν απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και τα κατάλοιπα ακολουθούν την κανονική κατανομή.



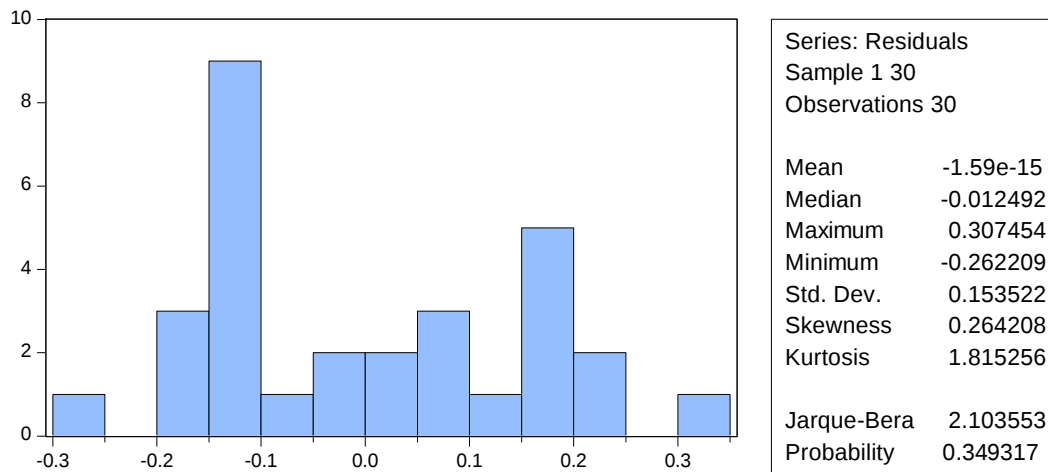
Πίνακας 14: Γαλλία (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).



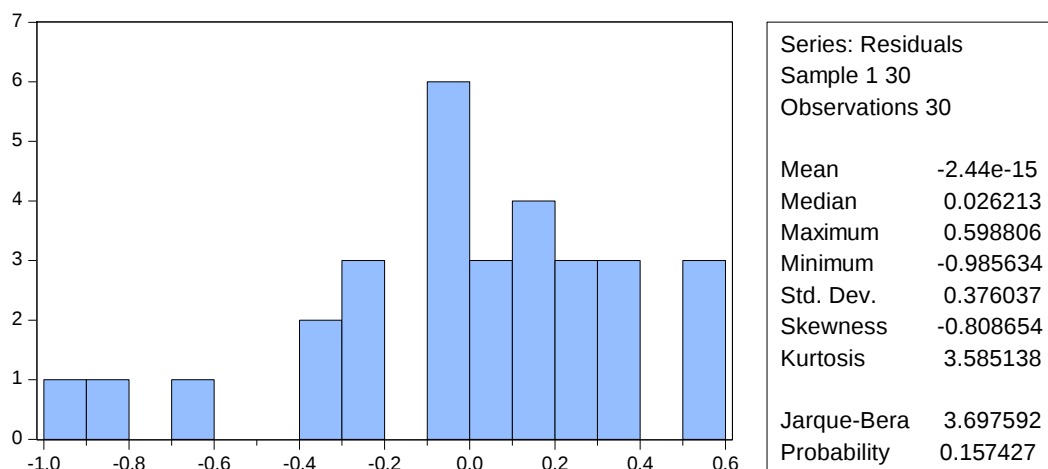
ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT



Πίνακας 15: Γερμανία (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).



Πίνακας 16: Ηνωμένο Βασίλειο (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).



Πίνακας 17: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΑΝΤΕΙΟΝ UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

5.7 Έλεγχος ομοσκεδαστικότητας για τα κατάλοιπα των παλινδρομήσεων

Για να ελέγξουμε αν τα κατάλοιπα των παραπάνω τεσσάρων παλινδρομήσεων είναι ομοσκεδαστικά θα χρησιμοποιήσουμε τον στατιστικό έλεγχο των Breusch-Pagan-Godfrey. Στον συγκεκριμένο έλεγχο, η μηδενική υπόθεση είναι ότι τα κατάλοιπα έχουν σταθερή διακύμανση, ενώ η εναλλακτική υπόθεση είναι ότι τα κατάλοιπα δεν έχουν σταθερή διακύμανση.

Στους Πίνακες 18 – 21, το p – value είναι μεγαλύτερο από 5% σε όλες τις περιπτώσεις, δηλαδή και στα τέσσερα εκτιμημένα υποδείγματα, οπότε δεν απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και τα κατάλοιπα έχουν σταθερή διακύμανση.

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	0.746936	Prob. F(3,26)	0.5339
Obs*R-squared	2.380393	Prob. Chi-Square(3)	0.4973
Scaled explained SS	0.943016	Prob. Chi-Square(3)	0.8150

Test Equation:
Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 09/01/21 Time: 19:57
Sample: 1 30
Included observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.474967	1.824912	-0.808240	0.4263
LNGDPPCFRANCE	0.138061	0.170549	0.809507	0.4256
LNRPGREECEFRANCE	-0.070444	0.199067	-0.353874	0.7263
LNRPRIVALSFRANCE	-0.178381	0.131745	-1.353991	0.1874
R-squared	0.079346	Mean dependent var		0.036317
Adjusted R-squared	-0.026883	S.D. dependent var		0.037937
S.E. of regression	0.038444	Akaike info criterion		-3.555674
Sum squared resid	0.038426	Schwarz criterion		-3.368847
Log likelihood	57.33510	Hannan-Quinn criter.		-3.495906
F-statistic	0.746936	Durbin-Watson stat		1.660004
Prob(F-statistic)	0.533948			

Πίνακας 18: Γαλλία (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	1.070924	Prob. F(3,26)	0.3786
Obs*R-squared	3.299350	Prob. Chi-Square(3)	0.3477
Scaled explained SS	2.038048	Prob. Chi-Square(3)	0.5645

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 09/01/21 Time: 19:58

Sample: 1 30

Included observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.389104	0.465802	0.835342	0.4111
LNGDPPCGERMANY	-0.034098	0.043544	-0.783067	0.4407
LNRPGREECEGERMANY	0.066319	0.070121	0.945774	0.3530
LNRPRIVALSGERMANY	0.031579	0.047689	0.662187	0.5137
R-squared	0.109978	Mean dependent var		0.012001
Adjusted R-squared	0.007284	S.D. dependent var		0.015654
S.E. of regression	0.015597	Akaike info criterion		-5.359917
Sum squared resid	0.006325	Schwarz criterion		-5.173090
Log likelihood	84.39875	Hannan-Quinn criter.		-5.300149
F-statistic	1.070924	Durbin-Watson stat		1.586483
Prob(F-statistic)	0.378552			

Πίνακας 19: Γερμανία (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	0.584304	Prob. F(3,26)	0.6307
Obs*R-squared	1.894840	Prob. Chi-Square(3)	0.5945
Scaled explained SS	0.580150	Prob. Chi-Square(3)	0.9010

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 09/01/21 Time: 20:01

Sample: 1 30

Included observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.372503	0.361820	1.029528	0.3127
LNGDPPCUK	-0.032522	0.034246	-0.949640	0.3510
LNRPGREECEUK	0.072996	0.070198	1.039858	0.3080
LNRPRIVALSUK	-0.037161	0.070752	-0.525232	0.6039
R-squared	0.063161	Mean dependent var		0.022783
Adjusted R-squared	-0.044935	S.D. dependent var		0.020923
S.E. of regression	0.021388	Akaike info criterion		-4.728410
Sum squared resid	0.011894	Schwarz criterion		-4.541583
Log likelihood	74.92614	Hannan-Quinn criter.		-4.668642
F-statistic	0.584304	Durbin-Watson stat		1.247159
Prob(F-statistic)	0.630665			

Πίνακας 20: Ηνωμένο Βασίλειο (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	0.764140	Prob. F(3,26)	0.5245
Obs*R-squared	2.430780	Prob. Chi-Square(3)	0.4879
Scaled explained SS	2.359954	Prob. Chi-Square(3)	0.5011

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 09/01/21 Time: 20:02

Sample: 1 30

Included observations: 30

HAC standard errors & covariance (Bartlett kernel, Newey-West fixed bandwidth = 4.0000)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.633952	2.265626	-0.721192	0.4772
LNGDPPCUSA	0.164137	0.214796	0.764154	0.4517
LNRPGREECEUSA	-0.029179	0.349476	-0.083492	0.9341
LNRPRIVALSUSA	-0.381019	0.393234	-0.968938	0.3415
R-squared	0.081026	Mean dependent var		0.136691
Adjusted R-squared	-0.025009	S.D. dependent var		0.223533
S.E. of regression	0.226311	Akaike info criterion		-0.010245
Sum squared resid	1.331637	Schwarz criterion		0.176582
Log likelihood	4.153669	Hannan-Quinn criter.		0.049523
F-statistic	0.764140	Durbin-Watson stat		1.005323
Prob(F-statistic)	0.524459			

Πίνακας 21: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

5.8 Έλεγχος ύπαρξης αυτοσυσχέτισης για τα κατάλοιπα των παλινδρομήσεων

Για να ελέγξουμε αν στα κατάλοιπα των παραπάνω τεσσάρων παλινδρομήσεων υπάρχει αυτοσυσχέτιση θα χρησιμοποιήσουμε το κορελόγραμμα⁶⁹. Στον συγκεκριμένο έλεγχο, η μηδενική υπόθεση (H₀)είναι ότι στα κατάλοιπα δεν υπάρχει αυτοσυσχέτιση, ενώ η εναλλακτική υπόθεση (H₁)είναι ότι στα κατάλοιπα υπάρχει αυτοσυσχέτιση.

Στους Πίνακες 22 – 25, το p – value είναι μικρότερο από 5% σε όλες τις περιπτώσεις, δηλαδή και στα τέσσερα εκτιμημένα υποδείγματα, οπότε απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και στα κατάλοιπα υπάρχει αυτοσυσχέτιση. Όπου AC: Autocorrelation (αυτοσυσχέτιση). PAC: Partial correlation (μερική αυτοσυσχέτιση).

⁶⁹Ντεγιαννάκης, 2014.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	0.703	0.703	16.371	0.000
2	0.536	0.082	26.228	0.000
3	0.290	-0.228	29.209	0.000
4	0.268	0.238	31.869	0.000
5	0.080	-0.276	32.116	0.000
6	0.051	0.066	32.219	0.000
7	-0.065	-0.050	32.398	0.000
8	-0.102	-0.162	32.855	0.000
9	-0.285	-0.205	36.558	0.000
10	-0.413	-0.266	44.748	0.000
11	-0.467	0.078	55.751	0.000
12	-0.380	0.058	63.443	0.000
13	-0.334	-0.068	69.726	0.000
14	-0.336	-0.163	76.487	0.000
15	-0.266	0.108	81.016	0.000
16	-0.210	-0.066	84.042	0.000

Πίνακας 22: Γαλλία (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	0.458	0.458	6.9459	0.008
2	0.263	0.067	9.3115	0.010
3	0.114	-0.037	9.7704	0.021
4	-0.034	-0.111	9.8124	0.044
5	-0.266	-0.275	12.522	0.028
6	-0.319	-0.126	16.590	0.011
7	-0.317	-0.086	20.788	0.004
8	-0.347	-0.159	26.056	0.001
9	-0.224	0.006	28.357	0.001
10	-0.165	-0.107	29.669	0.001
11	-0.106	-0.109	30.232	0.001
12	0.082	0.100	30.590	0.002
13	0.062	-0.167	30.808	0.004
14	-0.131	-0.393	31.844	0.004
15	0.036	0.080	31.927	0.007
16	0.105	-0.013	32.677	0.008

Πίνακας 23: Γερμανία (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	0.587	0.587	11.392	0.001
2	0.114	-0.351	11.839	0.003
3	-0.216	-0.175	13.498	0.004
4	-0.422	-0.246	20.076	0.000
5	-0.310	0.129	23.758	0.000
6	-0.184	-0.198	25.118	0.000
7	-0.026	0.062	25.145	0.001
8	0.099	-0.068	25.572	0.001
9	0.100	-0.006	26.027	0.002
10	0.007	-0.192	26.029	0.004
11	-0.181	-0.197	27.687	0.004
12	-0.231	-0.018	30.536	0.002
13	-0.093	0.083	31.029	0.003
14	0.110	0.064	31.752	0.004
15	0.254	-0.024	35.882	0.002
16	0.203	-0.098	38.699	0.001

Πίνακας 24: Ηνωμένο Βασίλειο (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).

	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	0.686	0.686	15.561	0.000
2	0.400	-0.133	21.043	0.000
3	0.167	-0.100	22.040	0.000
4	0.022	-0.029	22.058	0.000
5	-0.139	-0.185	22.797	0.000
6	-0.229	-0.052	24.892	0.000
7	-0.247	-0.016	27.447	0.000
8	-0.119	0.174	28.066	0.000
9	-0.092	-0.154	28.452	0.001
10	-0.058	0.005	28.612	0.001
11	-0.058	-0.063	28.781	0.002
12	-0.050	-0.056	28.913	0.004
13	-0.107	-0.110	29.555	0.005
14	-0.280	-0.328	34.261	0.002
15	-0.364	-0.005	42.728	0.000
16	-0.287	0.059	48.361	0.000

Πίνακας 25: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα E VIEWS).



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

5.9. Εισαγωγή ψευδομεταβλητών (dummy)

Στα παραπάνω 4 υποδείγματα κάθε χώρας που εκτιμήσαμε και αναλύσαμε (Πίνακας 13), προσθέσαμε και μία ψευδομεταβλητή, διότι θέλαμε να μελετήσουμε την επίδραση που ενδέχεται να είχαν κάποια σημαντικά γεγονότα που έλαβαν χώρα το διάστημα 1990 – 2019. Συγκεκριμένα, βάλαμε μία ψευδομεταβλητή για το 2004 λόγω της διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων, μία ψευδομεταβλητή για το 2008 λόγω της κατάρρευσης της Lehman Brothers, μία ψευδομεταβλητή για το 2010 λόγω της εφαρμογής του πρώτου προγράμματος δημοσιοοικονομικής προσαρμογής και μία ψευδομεταβλητή για το 2015 λόγω του δημοψηφίσματος που έλαβε χώρα τους καλοκαιρινούς μήνες.

Για τις ψευδομεταβλητές του 2008 και του 2010 καμία μεταβλητή δεν προέκυψε στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% και για αυτό δεν παρουσιάζονται τα αποτελέσματα. Αντίθετα, η ψευδομεταβλητή για το 2004 προέκυψε στατιστικά σημαντική για τα υποδείγματα που αφορούν τους τουρίστες από την Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (Πίνακας 26). Στις παρενθέσεις αναγράφονται οι τιμές p-value και με μαύρα έντονα γράμματα σαν επισήμανση εμφανίζονται οι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%. Επίσης, η ψευδομεταβλητή για το 2015 προέκυψε στατιστικά σημαντική για τα υποδείγματα που αφορούν τους τουρίστες από την Γαλλία, την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο (Πίνακας 27). Στις παρενθέσεις αναγράφονται οι τιμές p-value και με μαύρα έντονα γράμματα εμφανίζονται οι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%.

	c	$\ln Y_t$	$\ln P_t$	$\ln PR_t$	Dummy 2004
Παλινδρόμηση 1	-37.85701 (0.0003)	4.231084 (0.0000)	-1.442375 (0.0914)	1.088224 (0.1516)	- 0.379963 (0.0000)
Παλινδρόμηση 2	- 19.89583 (0.0001)	2.585388 (0.0000)	-1.685981 (0.0120)	-0.483066 (0.1181)	- 0.009259 (0.8386)
Παλινδρόμηση 3	-3.534499 (0.4042)	1.035018 (0.0159)	-0.540099 (0.3492)	-0.361346 (0.5384)	0.104949 (0.0340)
Παλινδρόμηση 4	-35.39231 (0.0014)	3.877057 (0.0003)	-1.407114 (0.2362)	2.588513 (0.0201)	- 1.027757 (0.0000)

Πίνακας 26: Αποτελέσματα παλινδρομήσεων 1-4 με ψευδομεταβλητή το 2004 (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα ENIEWS).



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Όσον αφορά τα αποτελέσματα για την ψευδομεταβλητή του 2004, στις περιπτώσεις που η ψευδομεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική, αναμέναμε ότι θα επηρέαζε θετικά τις αφίξεις τουριστών, καθώς οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι ένα αθλητικό δρώμενο που προσελκύει φιλάθλους από όλο τον κόσμο. Παρόλα αυτά, από τα αποτελέσματα του Πίνακα 26, η ψευδομεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% σε 3 περιπτώσεις, εκ των οποίων μόνο στην άφιξη τουριστών από το Ηνωμένο Βασίλειο έχει θετική επίδραση, ενώ στις αφίξεις τουριστών από την Γαλλία και τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής είχε αρνητική επίδραση. Για την ανάλυση όλων των άλλων μεταβλητών τα συμπεράσματα είναι ίδια με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση του Πίνακα 13.

	c	$\ln Y_t$	$\ln P_t$	$\ln PR_t$	Dummy 2015
Παλινδρόμηση 1	- 34.87539 (0.0054)	3.947520 (0.0011)	-1.240103 (0.2453)	1.047625 (0.1532)	0.338989 (0.0005)
Παλινδρόμηση 2	-20.53208 (0.0000)	2.645827 (0.0000)	-1.749440 (0.0060)	-0.452727 (0.1400)	-0.094478 (0.0811)
Παλινδρόμηση 3	-4.374749 (0.3334)	1.113855 (0.0148)	-0.621896 (0.3091)	-0.341249 (0.5738)	-0.150156 (0.0469)
Παλινδρόμηση 4	-33.66640 (0.0066)	3.711549 (0.0020)	-1.384953 (0.2969)	2.524146 (0.0312)	0.300024 (0.2672)

Πίνακας 27: Αποτελέσματα παλινδρομήσεων 1-4 με ψευδομεταβλητή το 2015 (πηγή: Οικονομετρικό Υπόδειγμα ENIEWS).



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

Όσον αφορά τα αποτελέσματα για την ψευδομεταβλητή του 2015, στις περιπτώσεις που η ψευδομεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική, αναμέναμε ότι θα επηρέαζε αρνητικά τις αφίξεις τουριστών, καθώς η διεξαγωγή του δημοψηφίσματος προκάλεσε αναταραχή σε πανευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο. Από τα αποτελέσματα του Πίνακα 27 η ψευδομεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% σε 2 περιπτώσεις, και 1 φορά σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10%, εκ των οποίων όντως στην άφιξη τουριστών από την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο έχει αρνητική επίδραση, ενώ στις αφίξεις τουριστών από την Γαλλία είχε θετική επίδραση.

5.10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα εργασία μελετήθηκαν οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης για τον τουρισμό χρησιμοποιώντας τόσο δεδομένα από την Ελληνική βιβλιογραφία, ξένη(papers) και στατιστικές βάσεις δεδομένων. Έγινε προσπάθεια σύνδεσης αυτών με την εμπειρική ανάλυση που ακολούθησε και προέκυψαν τα ακόλουθα συμπεράσματα.

Αρχικά, σημαντικό είναι να αναφέρει κανείς ότι έγινε προσπάθεια σε χρονικό ορίζοντα 30 ετών να μελετηθούν οι προσδιοριστικοί αυτοί παράγοντες, κατασκευάζοντας την συνάρτηση τουριστικής ζήτησης, χρησιμοποιώντας τις αφίξεις ως εξαρτημένη μεταβλητή και το GDP, τις τιμές τουρισμού στη χώρα υποδοχής (Ελλάδα), τις τιμές τουρισμού στις ανταγωνίστριες χώρες (σε συνάρτηση με το ΔTK και τις συναλλαγματικές ισοτιμίες), ως ανεξάρτητες μεταβλητές.

Στα πλαίσια της εμπειρικής ανάλυσης, διαπιστώσαμε ότι αυτό που διατυπώθηκε στην έρευνα των Proenca και Souziakis⁷⁰, ότι δηλαδή το ΑΕΠ είναι ο πιο κατάλληλος προσδιοριστικός παράγοντας της ζήτησης για τον τουρισμό, αυτό επιβεβαιώθηκε και στη δική μας έρευνα.

Στο σημείο αυτό είναι εξαιρετικής σημασίας να τονιστεί η θετική συσχέτιση του κατά κεφαλήν ΑΕΠ με τις αφίξεις σε όλες τις περιπτώσεις που εξετάσαμε και η αρνητική συσχέτιση μεταξύ αφίξεων που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα και στο επίπεδο τιμών της, που σημαίνει ότι όσο πιο υψηλές είναι οι τιμές τουρισμού στη χώρα υποδοχής, τόσο πιο πολύ μειώνονται οι αφίξεις. Οι Proenca και Souziakis⁷¹ είχαν τονίσει τη σημαντικότητα της τιμής ως βασικό

⁷⁰Proenca & Souziakis, 2005.

⁷¹Proenca & Souziakis, 2005.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

προσδιοριστικό παράγοντα. Ο Τουρισμός βάσει της δικής τους θεώρησης είναι ένα καταναλωτικό αγαθό που διαφοροποιείται σε διαφορετικά μέρη προορισμού. Επιλέγει ο καταναλωτής το μέρος που θα επισκεφτεί λαμβάνοντας υπόψη το συνολικό κόστος ταξιδιού αλλά και τα εναλλακτικά αγαθά και υπηρεσίες.

Η αύξηση στις τιμές τουρισμού στην χώρα υποδοχής, μειώνει την τουριστική ζήτηση καθώς παρατηρείται μείωση στην αγοραστική τους δυνατότητα. Από την άλλη, οι τουρίστες σκέφτονται την μετακίνησή τους σε άλλα μέρη, υποκατάστατους προορισμούς. Γι' αυτό το λόγο και χρησιμοποιήθηκε αυτή η μεταβλητή «τιμές τουρισμού ανταγωνιστριών χωρών» στο υπόδειγμα μας για να εξεταστεί η σχέση.

Επιπλέον, το θετικό πρόσημο στο ΑΕΠ, υποδηλώνει ότι σε κάθε αύξηση του εισοδήματος, θα αυξάνεται η ζήτηση για τουρισμό, ήτοι θα αυξάνεται ο αριθμός των αφίξεων, στη χώρα υποδοχής.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον ως προς την εξέλιξη της μελέτης των υποδειγμάτων, φάνηκε η εισαγωγή ψευδομεταβλητών π.χ. για το 2004 λόγω Ολυμπιακών αγώνων, το 2008 λόγω κατάρρευσης της Lehman Brothers (θεωρήθηκε ως η αρχή της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης), το 2010 για το πρώτο πρόγραμμα δημοσιονομικής προσαρμογής που εφαρμόστηκε και για το 2015 λόγω του δημοψηφίσματος που διεξήχθη. Θα περίμενε κανείς ότι ένα σπουδαίο αθλητικό γεγονός παγκοσμίου ενδιαφέροντος όπως είναι οι Ολυμπιακοί αγώνες ότι θα επηρέαζε με θετικό τρόπο τις αφίξεις των τουριστών/φιλάθλων από όλο τον κόσμο. Ωστόσο μόνο οι τουρίστες που κατέφτασαν από το Ηνωμένο Βασίλειο ήταν σε θετική συσχέτιση. Αντιθέτως η άφιξη από Γαλλία, ΗΠΑ και Γερμανία βρίσκονται σε αρνητική συσχέτιση. Επιπλέον το δημοψήφισμα είχε αρνητική επίδραση για τις αφίξεις τουριστών από Γερμανία και Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ θετική επίδραση άσκησε στις αφίξεις από Γαλλία.

Η πολιτική αστάθεια, με την εισαγωγή ψευδομεταβλητών είχε μελετηθεί και από τον Seddigyi⁷², όπου την όρισε ως ένα πολυδιάστατο όρο με πάρα πολλές ερμηνείες. Στο υπόδειγμα μας, ωστόσο, η εφαρμογή δημοσιονομικού προγράμματος στο 2010 δεν φάνηκε να αποτελεί στατιστικά σημαντική μεταβλητή, ενώ αντιθέτως η διεξαγωγή δημοψηφίσματος το 2015 όντως διαδραμάτισε ρόλο στις αφίξεις τουριστών όπως αποτυπώθηκε στην εμπειρική

⁷² Seddigyi, 2001.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

μας ανάλυση, ήτοι θετική επίδραση για τη Γαλλία και αρνητική για Γερμανία και Ηνωμένο Βασίλειο.

Η εμπειρική ανάλυση, παίζει σημαντικό ρόλο για την κατανόηση παραγόντων(μεταβλητών) στην μελέτη μιας εξαρτημένης μεταβλητής(εδώ οι αφίξεις), και γι' αυτό και έχουν πραγματοποιηθεί μελέτες εκτενώς, όπως αναφέρθηκαν σε τούτη την διπλωματική, για την ύπαρξη συσχέτισης μεταξύ αυτών.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΑΝΤΕΙΟΝ UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Βαρβαρέσος Στέλιος, 2013, *η Οικονομική του Τουρισμού*, Προπομπός.
- ΕΛΣΤΑΤ, 30.09.2019 *Δελτίο Τύπου Έρευνα Οικογενειακών προϋπολογισμών 2018*, Πειραιάς.
- ΕΛΣΤΑΤ, 21.10.2019, *Δημοσιονομικά στοιχεία για την περίοδο 2015-2018*, σ.1 & 2, Αθήνα
- ΕΛΣΤΑΤ, Στατιστικές εργατικού δυναμικού, σ.10. Ανακτήθηκε από:
<https://www.statistics.gr/documents/20181/a3065f93-48b9-400f-842b-3a97bab3fb69>
- Κλαδική μελέτη της Εθνικής Τραπέζης, Αύγουστος 2012, [www.nbg.gr/Ανακοινώσεις-Εκδόσεις/Δημοσιεύματα-Εκδόσεις/Κλαδικές Μελέτες](http://www.nbg.gr/Ανακοινώσεις-Εκδόσεις/Δημοσιεύματα-Εκδόσεις/Κλαδικές_Μελέτες).
- Λαγός Δ. 2018, «*Τουριστική Οικονομική*». Εκδόσεις Κριτική. Αθήνα.
- Παπαδογιάννης Γ., 22.05.2016, *Η κατάρρευση του ΑΕΠ έκανε μη βιώσιμο το χρέος*, Αθήνα, Η Καθημερινή, σ.1.
- ΣΕΒ, 11.12.2019. *Μηνιαίο Δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας*, τ.51, Αθήνα: ΕΚΤ.
- ΣΕΒ, 17.12.2015. *Οικονομία και επιχειρήσεις*, Αθήνα: ΕΚΤ
- Σταύρος Ντεγιαννάκης, 2014 , *Πανεπιστημιακές σημειώσεις , Εφαρμογές Οικονομετρίας με τη χρήση του πακέτου enviews*, ΠΜΣ ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ.
- Τράπεζα της Ελλάδος , <https://opendata.bankofgreece.gr/el/dataset/3> (πρόσβαση στις 14.12.20).
- Ψειρίδου, Α., Λιανός, Θ., 2015. *Οικονομική ανάλυση & πολιτική – Μικροοικονομική*, κεφ.3 [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/2360>.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Agiomirgianakis, M., G., & Sfakianakis, G. , 2014, *Determinants of tourism demand in Greece: A panel data approach*. *Econometrics*, 1(43), 1-15.
- Agnieszka Brelik , West Pomeranian University of Technology, Szczecin, 2009, *RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN POLAND*.



**ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΑΝΤΕΙΟΝ UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT**

Andrea Bigano , Jacqueline M. Hamilton, Maren Lau, Richard S.J. Tol, Yuan Zhou, 14 May 2007 , *A global database of domestic and international tourist numbers at national and subnational level*, 147-174, <https://doi.org/10.1002/jtr.602>.

Bank, M., 2011, *Determinants of weather derivatives usage in the Austrian winter tourism industry*, in *Tourism Management*, 62-68.

Baker G. 2010, “*The Impact of Political Violence on Tourism in the Middle East and North Africa*”

Burkart & Medlik, S., 1981, *Tourism: Past Present and Future*. London: Heinemann

Cavlek, N. 2002, “*Tour Operators and destination safety*”. *Journal of Tourism Research*.

Cohen, E. , 1972, *Towards a sociology of international tourism*. *Social Research* 39, p.p. 164-182.

DePuma C.M., 2015. *Terrorized Tourists: A Study of the Impact of Terrorism on Tourism* , The University of Southern Mississippi, The Aquila Digital Community Honors Theses Honors College 5-2015.

https://aquila.usm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1288&context=honors_theses.

Falk, M., 2010 Dec, *A dynamic panel data analysis of snow depth and winter tourism*, in *Tourism Management*, 912-924.

Gios, G., Goio, I., Notaro, S., Raffaelli, R., 2006, *The value of natural resources for tourism: A case study of the Italian Alps*, in *International Journal of Tourism Research*, 8 (2), 77-85

Haiyan Song, Peter Romilly & Xiaming Liu, 2010, ‘*an empirical study of outbound tourism demand in the UK*’.

Horowitz, M.D., Rosensweig, J.A. & Jones, C.A., 2007, *Medical Tourism: Globalization of the Healthcare Marketplace*. *MedGenMed.*, Vol.9, No.4, σσ.33-39.

Journal of economy, June 2019, volume 1, journal homepage:

<https://dergipark.org.tr/ekonomi>.

Hungarian Central Statistical Office (2010). *The main indicators of Hungarians travelling abroad, by main motivation of travel*. Retrieved from: www.ksh.hu.

Hussain Auzar , Yasmin Bani and Suryati Ishak , 2020, *Modelling Tourism Demand from United Kingdom to Maldives: A Cointegration analysis* , *Journal of Sustainability Science and Management* Volume 15 Number 1.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT

- Institute for Economics & Peace. *Global Terrorism Index 2020: Measuring the Impact of Terrorism*, Sydney, November 2020. IEP Calculations, Available from: <http://visionofhumanity.org/reports> (πρόσβαση στις 12.12.20).
- Kahraman, N., & Türkay, O., 2006, *Turizm ve çevre*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kavoura, A., 2012, *Advertising Agencies' Deontology and the Implementation of the Greek Advertising-Communication Code. Paper presented at the International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMI)*, Thessaloniki, Greece: June 13-15, pp.163-169.
- Kilipiris Fotis, Zardava Stella, *Developing sustainable tourism in a changing environment: issues for the tourism enterprises(travel agencies and hospitality enterprises)*, 2012, Available online at www.sciencedirect.com(doi: 10.1016/j.sbspro.2012.05.003)
- Kotler, P, 1976, *Marketing Management Analysis , Planning and Control*, London.
- Lowyck E., Wanhill S. 1992: *Regional development and Tourism Within The European Community in C.P. Cooper and A. Lockwood (eds). Progress in Tourism. Recreation and Hospitality Management 4:227-43*, London: Belhaven Press.
- Luís Filipe Martins YiGanc Alexandra Ferreira-Lopes d, August 2017, *An empirical analysis of the influence of macroeconomic determinants on World tourism demand*, Volume 61, σσ.248-260.
- Maditinos και Vassiliadis, 2008, *Crises and Disasters in Tourism Industry: Happen locally - Affect globally*.
- Malakhov Sergey , 20 August 2012, *Veblen effect, search for status goods, and negative utility of conspicuous leisure*. Pierre-Mendès-France University, διαθέσιμο στο <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/40809/>.
- Mello, M. and Sinclair, T. 2002, “A System of Equations Model of U.K. Tourism Demand in Neighbouring Countries”, *Applied Economics*, 34, σσ. 509-521.
- Muryani, Muryani ; Permatasari, Mia Fauzia ; Padilla, Miguel Angel Esquivias, 2019, *Determinants of Tourism Demand in Indonesia: A Panel data analysis*, <https://doi.org/10.3727/108354220X15984209532647>.
- Nyaruwata, S., Mhizha, A & Mandebvu, G. 2013. “*Impact of Political Instability on Tourism Development: A comparative Analysis of Mauritius and Zimbabwe since independence*”, *Journal of Tourism and Peace Research*.



**ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΑΝΤΕΙΟΝ UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT**

Orçun Audin, 22-23 October 2015, Istanbul, Turkey Tourism Income of Turkey: *A Panel Data Approach*, Istanbul Conference of Economics and Finance.

Pierret F, 2010. *Some points of domestic tourism*, UNWTO http://www.econostrum.info//Le-gouvernement-algerien-veut-promouvoir-le-tourisme-domestique_a4024.html.

Plog, S.C. , 1972, “*Why Destination Areas rise and fall in popularity?*” in P.E. Murphy (1985). *Tourism: A Community approach*. Methuen. London.

Proença, S., and Soukiazis, E., 2005, *Demand for tourism in Portugal. A panel data approach*.

Richter L. K. and W.L. Waugh, 1986, “*Terrorism and Tourism as Logical Companions*”, *Tourism Management*.

Francisco J. Ledesma-Rodríguez, Manuel Navarro-Ibáñez, Jorge V. Pérez-Rodríguez, Panel 2001, *Data and Tourism: A Case Study of Tenerife*.

Seddighi , M. W Nuttall A.L Theocharous, 2001, *Does cultural background of tourists influence the destination choice? an empirical study with special reference to political instability*, Economics Department University of Sunderland, The Business School, St. Peter's Campus, St. Peter's Way, Sunderland, SR6 0DD, UK.

Sarwar, Saima, και M. Wasif Siddiqi, 2014, “*Terrorism or Political Terrorism Vs Tourism: New Evidence from Developing Countries*”, *International Affairs and Global Strategy*.

Song, H., and Witt, S., 2000, *Tourism Modelling and Forecasting – Modern Econometric Approaches*, Pergamon.

Timothy, D.J., 2006, ‘*Safety and security issues in tourism, Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*.

UNWTO, 2016, *UNWTO Tourism Highlight 2016 Edition*.

UNEP & UNWTO, 2005, *Making tourism more sustainable: a guide for policy makers*, www.unep.fr.

UNHCR , 2015, “*The sea route to Europe: The Mediterranean passage in the age of refugees*”.

UNWTO, 1985, *The State's Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development*, UNWTO, Madrid.

UNWTO, 1995, *Definition of Tourism. A special report on Tourism Statistics* . World Tourism Organisation Madrid.



**ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT**

Yuzbasioglu, 2014, 10th *International Strategic Management Conference, Roles of tourism enterprises on destination sustainability: case of Antalya, Turkey.*

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΣΤΙΣ ΟΠΟΙΕΣ ΕΙΧΑ ΠΡΟΣΒΑΣΗ

<https://data.worldbank.org>

<https://INSETE.gr/statistika-eiserxomenou-tourismou/>

<https://sete.gr/>

<http://www.statistics.gr>

<https://www.oecd.org/>

<https://www.unwto.org/>

https://www.bankofgreece.gr/RelatedDocuments/EMEKA_tourismos_2014_.pdf

<https://www.unwto.org/international-tourism-and-Covid-19>

https://ec.europa.eu/info/departments/eurostat-european-statistics_el

<https://www.europarl.europa.eu/portal/el>

www.bankofgreece.gr

<http://www.gnto.gov.gr/>

<https://ec.europa.eu/eurostat>

<https://www.icap.gr/>