



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (MBA)

Η ΑΥΣΤΡΙΑ ΩΣ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΟΙ ΑΥΣΤΡΙΑΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΣΤΗΝ
ΕΛΛΑΔΑ, ΑΦΙΞΕΙΣ-ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

ΕΛΕΝΗ Β. ΚΟΜΠΟΡΟΖΟΥ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 2017

Η ΑΥΣΤΡΙΑ ΩΣ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΟΙ ΑΥΣΤΡΙΑΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ,
ΑΦΙΞΕΙΣ-ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Ελένη Κομπορόζου

Περίληψη

Οι διακοπές στο εξωτερικό γίνονται ολοένα και πιο σημαντικές για τους Αυστριακούς. Ο όγκος των ταξιδιών στο εξωτερικό αυξήθηκε περισσότερο από πέντε φορές τις τελευταίες 4 δεκαετίες. Η Ελλάδα με τους πολιτιστικούς θησαυρούς, την ποικιλομορφία, τα εντυπωσιακά τοπία της, τις δυνατότητες αναψυχής και αθλητισμού γίνεται συχνά επιλογή των Αυστριακών για προορισμός διακοπών. Σύμφωνα με στοιχεία του 2014, η Ελλάδα βρίσκεται στους πρώτους πέντε προορισμούς των αυστριακών τουριστών.

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να μελετήσει την Αυστρία και τις σχέσεις της με την Ελλάδα, να προσδιορίσει τα χαρακτηριστικά του εξερχόμενου τουρισμού της, να μελετήσει τις τάσεις και τη συμπεριφορά των Αυστριακών τουριστών και μέσω της επεξεργασίας δεδομένων, να προβλέψει τις αναμενόμενες αφίξεις Αυστριακών τουριστών στη χώρα μας για το διάστημα Ιούλιος 2016- Ιούνιος 2017 και τη μέση τουριστική δαπάνη τους.

Η διείσδυση στον πληθυσμό της χώρας προέλευσης, δηλαδή οι αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα προς τον πληθυσμό της Αυστρίας, φαίνεται να είναι ικανοποιητική σε σχέση με τη διείσδυση στον πληθυσμό άλλων χωρών. Ανά 1.000 Αυστριακούς 45 ήρθαν στην Ελλάδα το 2007, 71 ήταν το 2011 που παρατηρήθηκε αύξηση αφίξεων από την Αυστρία στην Ελλάδα, ενώ 39 στους 1000 Αυστριακούς ήρθαν στην Ελλάδα το 2015.

Οι Αυστριακοί τουρίστες έχουν παρόμοια συμπεριφορά και απαιτήσεις με τους Γερμανούς τουρίστες γι' αυτό συνήθως μελετούνται μαζί. Είναι πειθαρχημένοι με τους κανόνες, αθλητικοί, εκτιμούν το καλό φαγητό, επιλέγουν ξενοδοχεία με δραστηριότητες για τα παιδιά τους, ενώ ξοδεύουν αρκετά χρήματα στις διακοπές τους. Επισκέπτονται αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία και είναι οι τουρίστες που αν περάσουν καλά σε έναν προορισμό τον επισκέπτονται αρκετές φορές. Συγκρίνοντας τις αφίξεις Γερμανών και Αυστριακών, παρατηρούμε ότι οι αφίξεις των Γερμανών είναι πολύ περισσότερες από αυτές των Αυστριακών. Ενδεικτικά, το 2015 ήρθαν στην Ελλάδα 2.810.350 Γερμανοί, ενώ οι Αυστριακοί επισκέπτες ήταν 327.123. Παρόλα αυτά η διείσδυση στον πληθυσμό της Αυστρίας (3,92%) είναι μεγαλύτερη από αυτή της Γερμανίας (3,48%). Έτσι οι Αυστριακοί τουρίστες, αναζητώντας ένα τουριστικό προϊόν που η Ελλάδα ήδη προσφέρει με επιτυχία στους Γερμανούς, οι οποίοι έχουν παρόμοιο τουριστικό προφίλ, και παρουσιάζοντας μεγάλο δείκτη διείσδυσης, αποτελούν καλή περίπτωση τουριστικής αγοράς υπό μελέτη.

Για το διάστημα πρόβλεψης (Ιούλιος 2016-Ιούνιος 2017) οι αφίξεις των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα αναμένεται να αυξηθούν σε σχέση με το ίδιο διάστημα του προηγούμενου έτους κατά 4,9%.

Ευχαριστίες

Η παρούσα εργασία με τίτλο «Η Αυστρία ως χώρα προέλευσης τουριστών. Μελέτη περίπτωσης: Οι Αυστριακοί τουρίστες στην Ελλάδα, αφίξεις-προβλέψεις», πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Διοίκησης Επιχειρήσεων- Μάνατζμεντ Τουρισμού, του τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες στον καθηγητή μου κ. Μ. Σφακιάνακη για τη συμβολή του στην εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας και την αμέριστη συμπαράστασή του καθ' όλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος.

Κατάσταση Πινάκων

Πίνακας 1: Ποσοστιαία μεταβολή ετήσιων αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα	5
Πίνακας 2: Πέντε πρώτοι σε αφίξεις προορισμοί των Αυστριακών τουριστών (2010-2014).....	48
Πίνακας 3: Ετήσιες Αφίξεις Αυστριακών στην Ελλάδα (2007-2015)	49
Πίνακας 4: Μέση διάρκεια παραμονής Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα ανά ταξίδι	51
Πίνακας 5: Μηνιαίες αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα (2014-2016) ..	52
Πίνακας 6: Ετήσιες Εισπράξεις από Αυστριακούς τουρίστες	55
Πίνακας 7: Διείσδυση Ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον Αυστριακό Πληθυσμό (2007-2015)	57
Πίνακας 8: Μεριδίο Αγοράς Ελλάδας στον Εξερχόμενο Αυστριακό Τουρισμό (2007-2014).....	59
Πίνακας 9: Σύγκριση προτεινόμενων μοντέλων	74
Πίνακας 10: Διαγνωστικοί Έλεγχοι καταλοίπων	75
Πίνακας 11: Έλεγχος παραμέτρων $ARIMA(0,0,0) \times (2,1,3)_{12}$ with constant.	75
Πίνακας 12: Πρόβλεψη Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα με τη χρήση του $ARIMA(0,0,0) \times (2,1,3)_{12}$ με σταθερά.....	76
Πίνακας 13: Σύγκριση των προβλέψεων με τις αφίξεις της προηγούμενης χρονιάς	77
Πίνακας 14: Σύγκριση προτεινόμενων μοντέλων	80
Πίνακας 15: Διαγνωστικοί Έλεγχοι καταλοίπων	81
Πίνακας 16: Έλεγχος παραμέτρων $ARIMA(0,0,0) \times (0,1,3)_4$ with constant.	81
Πίνακας 17: Πρόβλεψη μέσης δαπάνης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα με τη χρήση του $ARIMA(0,0,0) \times (0,1,3)_4$ με σταθερά	83
Πίνακας 18: Παρατηρούμενη και προβλεπόμενη τριμηνιαία δαπάνη Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα	84
Πίνακας 19: Ποσοστιαία μεταβολή της μέσης ετήσιας δαπάνης των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα	85

Κατάσταση Γραφημάτων

Γράφημα 1: Χώρες προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα(2014)	5
Γράφημα 2: Διάρκεια ταξιδιών διακοπών των Αυστριακών τουριστών	40
Γράφημα 3: Κύριοι προορισμοί ταξιδιών μικρής διάρκειας των Αυστριακών τουριστών.....	43
Γράφημα 4: Κύριοι προορισμοί των κυρίως διακοπών των Αυστριακών τουριστών	44
Γράφημα 5 : Εποχή προτίμησης ταξιδιών των Αυστριακών τουριστών	45
Γράφημα 6: Κίνητρα διακοπών των Αυστριακών τουριστών στο εσωτερικό της χώρας	46
Γράφημα 7: Κίνητρα διακοπών των Αυστριακών τουριστών στο στις χώρες του εξωτερικού	47
Γράφημα 8: Μερίδιο Αφίξεων Αυστριακών στο Σύνολο Αφίξεων στην Ελλάδα	49
Γράφημα 9: Εξέλιξη αφίξεων στην Ελλάδα.....	50
Γράφημα 10: Αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα (2015).....	53
Γράφημα 11: Εποχικότητα Αφίξεων Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα	53
Γράφημα 12: Αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα ανά μέσο μεταφοράς	54
Γράφημα 13: Τουριστική Δαπάνη Αυστριακών Τουριστών στην Ελλάδα (2005-2014)	55
Γράφημα 14: Μέση τριμηνιαία Δαπάνη ανά ταξίδι Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα (2007-2014).....	56
Γράφημα 15: Penetration- Διείσδυση Ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον Αυστριακό Πληθυσμό.....	58
Γράφημα 16: Γράφημα Χρονοσειράς Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα	70
Γράφημα 17: Αυτοσυσχετίσεις της χρονοσειράς Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα.....	71
Γράφημα 18: Μερικές Αυτοσυσχετίσεις της χρονοσειράς Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα	72
Γράφημα 19: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα	72

Γράφημα 20: Αυτοσυσχετίσεις και Μερικές Αυτοσυσχετίσεις μετά τη δήλωση εποχικότητας	73
Γράφημα 21: Χρονοσειρά μέσης δαπάνης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα	78
Γράφημα 22: Αυτοσυσχετίσεις της χρονοσειράς μέσης δαπάνης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα	79
Γράφημα 23: Μερικές Αυτοσυσχετίσεις της χρονοσειράς μέσης δαπάνης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα	79
Γράφημα 24: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς μέσης δαπάνης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα	80
Γράφημα 25: Αυτοσυσχετίσεις και Μερικές Αυτοσυσχετίσεις μετά τον καθορισμό του μοντέλου	82

Πίνακας Περιεχομένων

<i>Περίληψη</i>	<i>I</i>
<i>Ευχαριστίες</i>	<i>II</i>
<i>Κατάσταση Πινάκων</i>	<i>III</i>
<i>Κατάσταση Γραφημάτων</i>	<i>IV</i>
<i>Εισαγωγή</i>	<i>1</i>
1 Κεφάλαιο 1ο : Ο Ελληνικός Τουρισμός	3
1.1 Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα	3
1.2 Οι νέες τάσεις στον τουρισμό	6
1.3 Οι αγορές στις οποίες απευθύνεται ο τουρισμός της Ελλάδας	7
1.4 Προφίλ τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα για τις διακοπές τους	17
2 Κεφάλαιο 2ο : Μια γνωριμία με την Αυστρία	20
2.1 Βασικά Ιστορικά Στοιχεία	20
2.2 Η δημοκρατία της Αυστρίας	26
2.3 Η Εκπαίδευση των Αυστριακών	26
2.4 Η Αυστριακή οικονομία από το 1995 μέχρι το 2008	27
2.5 Η οικονομία της Αυστρίας σήμερα	28
3 Κεφάλαιο 3ο : Διμερείς σχέσεις Ελλάδας – Αυστρίας	30
3.1 Η Αυτοκράτειρα Ελισάβετ της Αυστρίας	31
3.2 Αρχιτεκτονική	32
4 Κεφάλαιο 4ο : Το προφίλ των Αυστριακών Τουριστών	36
4.1 Οι Αυστριακοί και Τα Ταξίδια Αναψυχής	37
4.2 Μέσο Μεταφοράς Αυστριακών Τουριστών	38
4.3 Η διάρκεια των ταξιδιών	39
4.4 Το είδος των ταξιδιών	41
4.5 Ο τρόπος διοργάνωσης των ταξιδιών των Αυστριακών	41
4.6 Η προτίμηση των Αυστριακών για σύντομα ταξίδια	43
4.7 Κύριοι προορισμοί των Αυστριακών τουριστών	44
4.8 Η εποχικότητα του εξερχόμενου τουρισμού της Αυστρίας	45
4.9 Κίνητρα διακοπών στις χώρες του εξωτερικού	47
5 Κεφάλαιο 5ο : Οι Αυστριακοί Τουρίστες στην Ελλάδα	48

5.1	Βασικά τουριστικά μεγέθη Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα _____	48
5.2	Διαχρονική Εξέλιξη αφίξεων αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα _____	50
5.3	Μέση διάρκεια παραμονής Αυστριακών Τουριστών στην Ελλάδα _____	51
5.4	Εποχικότητα αφίξεων Αυστριακών Τουριστών στην Ελλάδα _____	52
5.5	Μεταφορικό μέσο άφιξης Αυστριακών Τουριστών στην Ελλάδα _____	54
5.6	Τουριστική Δαπάνη Αυστριακών Τουριστών στην Ελλάδα _____	55
5.7	Διείσδυση Ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον Αυστριακό Πληθυσμό (penetration) _____	57
5.8	Μερίδιο Αγοράς της Ελλάδας ως Τουριστικός Προορισμός στον Αυστριακό Εξερχόμενο Τουρισμό _____	59
6	Κεφάλαιο 6^ο : Στατιστική Ανάλυση Χρονοσειρών _____	61
6.1	Οι Συνιστώσες της Χρονοσειράς _____	61
6.2	Χρονικό πλαίσιο της πρόβλεψης _____	62
6.3	Η προσέγγιση Box-Jenkins _____	63
6.4	Το Υπόδειγμα ARIMA(p,d,q) _____	64
6.5	Εποχικό υπόδειγμα SARIMA _____	65
6.6	Τα στάδια της μεθόδου Box-Jenkins _____	65
6.7	Επιλογή κατάλληλου υποδείγματος _____	67
6.8	Αξιολόγηση υποδείγματος _____	67
6.9	Έλεγχος των καταλοίπων _____	68
6.10	Έλεγχος της τάξης του υποδείγματος _____	68
6.11	Εγκυρότητα πρόβλεψης _____	69
7	Κεφάλαιο 7ο : Προβλέψεις _____	70
7.1	Πρόβλεψη αφίξεων Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα για το διάστημα Ιούλιος 2016-Ιούνιος 2017 _____	70
7.1.1	Διαγνωστικά και Επιλογή μοντέλου πρόβλεψης _____	70
7.1.2	Πρόβλεψη αφίξεων Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα _____	76
7.2	Μέση τριμηνιαία δαπάνη ανά ταξίδι Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα _____	78
7.2.1	Διαγνωστικά και Επιλογή μοντέλου πρόβλεψης _____	78
7.2.2	Πρόβλεψη τριμηνιαίων δαπανών ανά ταξίδι Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα για τα έτη 2015-2017 _____	83
8	Κεφάλαιο 8^ο : Συμπεράσματα _____	86
	Βιβλιογραφία _____	90

Εισαγωγή

Η Ελλάδα με τους πολιτιστικούς θησαυρούς, την ποικιλομορφία, τα εντυπωσιακά τοπία της, τις δυνατότητες αναψυχής και αθλητισμού γίνεται συχνά επιλογή των Αυστριακών για προορισμός διακοπών. Σύμφωνα με στοιχεία του 2014, η Ελλάδα βρίσκεται στους πρώτους πέντε προορισμούς των αυστριακών τουριστών.

Στόχος της διπλωματικής εργασίας είναι να μελετήσει την Αυστρία και τις σχέσεις της με την Ελλάδα, να προσδιορίσει τα χαρακτηριστικά του εξερχόμενου τουρισμού της, να μελετήσει τις τάσεις και τη συμπεριφορά των Αυστριακών τουριστών και μέσω της επεξεργασίας δεδομένων, να προβλέψει τις αναμενόμενες αφίξεις Αυστριακών τουριστών στη χώρα μας για το διάστημα Ιούλιος 2016- Ιούνιος 2017. Επίσης γίνεται πρόβλεψη μέσης τριμηνιαίας δαπάνης ανά ταξίδι για 12 τρίμηνα για τα έτη 2015, 2016, 2017.

Η παρούσα μελέτη αποτελείται από οκτώ κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη αναφορά στη σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα, προσδιορίζεται το τουριστικό προϊόν και γίνεται μια κατηγοριοποίηση ανάλογα με την αγορά-χώρα στην οποία απευθύνεται.

Η πορεία της Αυστρίας έως σήμερα, η οικονομία της και οι κοινωνικοί και πολιτισμικοί παράγοντες που καθόρισαν το προφίλ και τη συμπεριφορά του Αυστριακού τουρίστα, παρουσιάζονται με μια ιστορική αναδρομή στο δεύτερο κεφάλαιο.

Ανάμεσα στην Ελλάδα και την Αυστρία υπάρχουν μακροχρόνιοι ιστορικοί δεσμοί. Οι φιλικές σχέσεις μεταξύ Ελλάδας και Αυστρίας δεν περιορίζονται μόνο μεταξύ των ηγετών ή των πολιτικών φορέων ευθύνης, αλλά και σε προσωπικούς δεσμούς που αναπτύσσονται από τα πολυάριθμα ταξίδια που πραγματοποιούν οι πολίτες και στις δύο χώρες. Οι διμερείς σχέσεις Ελλάδας Αυστρίας αναλύονται στο τρίτο κεφάλαιο.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται το προφίλ των Αυστριακών τουριστών. Συγκεκριμένα αναφέρονται οι προορισμοί που προτιμούν, το είδος των

ταξιδιών, η διάρκεια των ταξιδιών τους, το μέσο μεταφοράς, ο τρόπος διοργάνωσης του ταξιδιού, τα κίνητρα για ταξίδια εντός και εκτός της χώρας.

Το κεφάλαιο πέντε εστιάζει στους Αυστριακούς τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα. Μελετάται η διαχρονική εξέλιξη των αφίξεων των Αυστριακών στην Ελλάδα, η ύπαρξη εποχικότητας, η μέση διάρκεια παραμονής τους, και η μέση τουριστική δαπάνη κατά την επίσκεψή τους. Επίσης υπολογίζεται η διείσδυση (penetration) του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον αυστριακό πληθυσμό και το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας ως τουριστικός προορισμός στον Αυστριακό εξερχόμενο τουρισμό.

Στο έκτο κεφάλαιο περιλαμβάνεται η θεωρητική προσέγγιση των χρονοσειρών, τα χαρακτηριστικά τους και η ανάλυσή τους και η περιγραφή της μεθόδου που χρησιμοποιείται για την προβλεπτική διαδικασία, ενώ στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται πρόβλεψη μηνιαίων αφίξεων Αυστριακών τουριστών στη χώρα μας για το διάστημα Ιούλιος 2016- Ιούνιος 2017, όπως επίσης και πρόβλεψη αναμενόμενης μέσης τριμηνιαίας δαπάνης ανά ταξίδι, για τα έτη 2015, 2016, 2017.

Τέλος, στο όγδοο κεφάλαιο διατυπώνονται τα συμπεράσματα σχετικά με τις προοπτικές προσέλκυσης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα.

1 Κεφάλαιο 1ο : Ο Ελληνικός Τουρισμός

1.1 Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα

Ο τομέας του τουρισμού αποδίδει έσοδα και έξοδα σε αρκετούς οικονομικούς κλάδους μιας χώρας. Προκαλώντας μια σειρά παραγωγικών δραστηριοτήτων, συμβάλει στην κατανάλωση, ενώ επηρεάζει σημαντικά τις διεθνείς συναλλαγές και το ισοζύγιο πληρωμών, δημιουργώντας παράλληλα νέες θέσεις εργασίας.

Σε μικροοικονομικό επίπεδο ο τουρισμός δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης και τουριστικού εισοδήματος και τονώνει την περιφερειακή ανάπτυξη, ενώ σε μακροοικονομικό επίπεδο συνδέεται με τα συναλλαγματικά έσοδα και με τη συμβολή τους στα έσοδα του κράτους.

Οι συναλλαγές προκύπτουν από την τουριστική ζήτηση εφόσον το ταξίδι δίνει ώθηση στο εμπόριο. Οι τουρίστες καταναλώνουν και προϊόντα που είναι εισαγόμενα ή μπορεί να επιλέξουν καταλύματα που διαχειρίζονται άτομα που δεν διαμένουν μόνιμα στη χώρα υποδοχής. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να εισάγονται προϊόντα και υπηρεσίες για την ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης, που αποτελούν εκροές κεφαλαίου για τη χώρα και παράλληλα αφορμή για συναλλαγές και εξαγωγές για τη διεθνή οικονομία. Ο διεθνής τουρισμός οδηγεί επίσης στην αναδιανομή της πλεονάζουσας αγοραστικής δύναμης πλουσιότερων χωρών σε χώρες με χαμηλότερο κατά κεφαλήν εισόδημα, διαθέτοντας ποσοστό από τον πλεονάζον εισόδημα στις υπόλοιπες χώρες. Γι' αυτό το λόγο χώρες με μεγάλη αγοραστική δύναμη ενθαρρύνουν τους πολίτες τους να ταξιδεύουν στο εξωτερικό.

Ο τουρισμός έχει άμεση συμβολή στα κρατικά έσοδα με την επιβολή φόρων στο εισόδημα που προκύπτει από τουριστική απασχόληση και στις τουριστικές επιχειρήσεις, αλλά και έμμεση όταν οι φόροι και οι δασμοί επιβάλλονται σε αγαθά και υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουρίστες, όπως ο φόρος διανυκτέρευσης. Για κάθε μονάδα κεφαλαίου που επενδύεται

στον τουριστικό τομέα δημιουργούνται περισσότερες θέσεις εργασίας απ' ό τι σε άλλο τομέα. Αυτό συμβαίνει γιατί ο τουρισμός δημιουργεί άμεση και έμμεση απασχόληση. Με τον όρο άμεση τουριστική απασχόληση αναφερόμαστε στις θέσεις εργασίας που προκύπτουν εξαιτίας της προσφοράς αγαθών και υπηρεσιών στους τουρίστες , ενώ με τον όρο έμμεση τουριστική απασχόληση αναφερόμαστε στους τομείς που δεν ανήκουν στον τουριστικό κλάδο, αλλά συμβάλουν στο έργο του. Για παράδειγμα θέσεις εργασίας που σχετίζονται με την κατασκευή και τη συντήρηση μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Όσον αφορά την περιφερειακή ανάπτυξη , ο τουρισμός δίνει τη δυνατότητα σε περιοχές με λίγες εναλλακτικές δυνατότητες οικονομικής ανάπτυξης να προωθήσουν την οικονομική τους ανάπτυξη αξιοποιώντας ιστορικά και πολιτισμικά μνημεία, φυσικά τοπία, ιστορικές πόλεις και ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες.

Εκτός από τις οικονομικές επιπτώσεις από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας, προκύπτουν πολιτιστικές και κοινωνικές επιπτώσεις. Όταν οι τουρίστες επισκέπτονται μία χώρα μεταφέρουν εκτός από την αγοραστική τους δύναμη και έναν διαφορετικό τρόπο συμπεριφοράς που μπορεί να επηρεάσει και να μεταβάλλει τα τοπικά κοινωνικά πρότυπα ή να ενθαρρύνει πολιτιστικές ανταλλαγές, ενισχύοντας έτσι τους δεσμούς ανάμεσα στις χώρες.

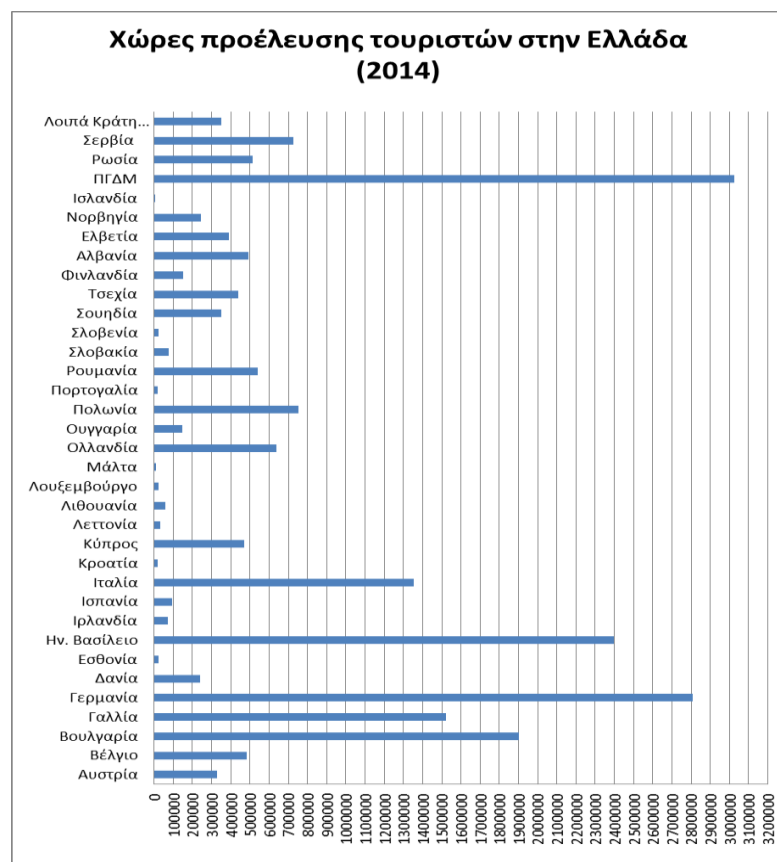
Βασικά μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού

Τα τελευταία χρόνια οι συνολικές αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα παρουσιάζουν σημαντική αύξηση. Συγκεκριμένα όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί, οι συνολικές αφίξεις για το 2015 ανήλθαν σε 23.599.455, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 7,11% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Την τελευταία πενταετία, οι αφίξεις σημείωσαν αύξηση της τάξεως του 57,25%.

Ποσοστιαία μεταβολή ετήσιων αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα		
Έτος	Ετήσιες αφίξεις	Μεταβολή
2007	16.165.265	
2008	15.938.806	-1,40%
2009	14.914.534	-6,43%
2010	15.007.490	0,62%
2011	16.427.247	9,46%
2012	15.517.622	-5,54%
2013	17.919.580	15,48%
2014	22.033.463	22,96%
2015	23.599.455	7,11%

Πίνακας 1: Ποσοστιαία μεταβολή ετήσιων αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα

Ως προς τις χώρες προέλευσης τουριστών, παρατηρούμε ότι οι περισσότερες αφίξεις το 2014 πραγματοποιήθηκαν από την ΠΓΔΜ, τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Βουλγαρία, τη Γαλλία και την Ιταλία.



Γράφημα 1: Χώρες προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα (2014)

1.2 Οι νέες τάσεις στον τουρισμό

Με τις συνεχείς μεταβολές στην τουριστική αγορά δημιουργείται μια αυξανόμενη ζήτηση για εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα και υψηλή ποιότητα υπηρεσιών. Ο ανταγωνισμός γίνεται ολοένα και μεγαλύτερος καθώς οι τουριστικοί προορισμοί διευρύνουν συνεχώς τον κύκλο υπηρεσιών τους για να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα και νέοι προορισμοί εισέρχονται στον ανταγωνισμό με νέα τουριστικά προϊόντα πιο δελεαστικά, με χαμηλότερο κόστος.

Από τις αρχές του 21^{ου} αιώνα εμφανίζονται ορισμένες νέες βασικές τάσεις στον τουρισμό :

1. Οι οικογένειες ξοδεύουν περισσότερα για τα παιδιά
2. Οι τουρίστες αναζητούν εμπειρίες και όχι απλές εικόνες και αξιοθέατα. Οι εμπειρίες αυτές περιλαμβάνουν κυρίως επαφή με τη φύση και τον πολιτισμό.
3. Έχει μεγάλη σημασία η Τρίτη ηλικία.
4. Οι τουρίστες γίνονται συνεχώς πιο έμπειροι και πολυταξιδεμένοι.
5. Λόγω των περιβαλλοντικών αλλαγών τα καλοκαίρια βόρειων χωρών έχουν μετατραπεί σε ήπια ή ζεστά και τα καλοκαίρια των μεσογειακών χωρών σε υπερβολικά ζεστά.
6. Παρουσιάζουν ανάπτυξη οι αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους
7. Υπάρχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την ασφάλεια
8. Σε αντίθεση με το παρελθόν που επικρατούσε το ομογενοποιημένο τουριστικό προϊόν, στη σύγχρονη πραγματικότητα οι άνθρωποι ταξιδεύουν για την ικανοποίηση μιας σειράς προσωπικών αναγκών.
9. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η αύξηση της πληροφόρησης έχουν αλλάξει τον τρόπο που οι τουριστικές επιχειρήσεις προσεγγίζουν την πελατεία τους.

1.3 Οι αγορές στις οποίες απευθύνεται ο τουρισμός της Ελλάδας

Στην παρακάτω έρευνα εξετάζονται οι αγορές στις οποίες αναφέρεται ο τουρισμός της Ελλάδας. Οι αγορές αυτές είναι «Sun and Beach», καλύπτοντας το 60.1% του εισερχόμενου τουρισμού, «City Break», καλύπτοντας το 4.7% και «Culture and religion» με μερίδιο 13.4%. Οι χώρες στις οποίες εξετάζονται είναι ανά κατηγορία οι εξής:

- S&B : Γερμανία, Γαλλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Σκανδιναβία, Ρωσία, Βέλγιο, Σερβία, Πολωνία, Τουρκία, Ιταλία και Ολλανδία
- CB: Γαλλία, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία και Ρωσία
- C&R: Γαλλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Βέλγιο, Βουλγαρία, Πολωνία, Ιταλία, Γερμανία, Σκανδιναβία και Τουρκία

SUN AND BEACH

Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον ευρωπαϊκό «sun and beach» τουρισμό είναι σημαντικό και ανέρχεται σε 8.5% των ταξιδιών, 8.9% των διανυκτερεύσεων και 8.9% των δαπανών. Παρατηρείται ότι ο μέσος τουρίστας στην Ελλάδα παραμένει περισσότερο στη χώρα και ξοδεύει περισσότερα χρήματα από το μέσο τουρίστα του «sun and beach» στην Ευρώπη. Παρά το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μερίδιο των S&B τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα προέρχεται από την Ευρώπη (περίπου 95%), ένας σημαντικός αριθμός επισκεπτών (466.000) από χώρες εκτός Ευρώπης φαίνεται να έχει υψηλότερες καταναλωτικές δαπάνες (€ 1.942 και € 221 σε σύγκριση με € 1.011 και € 94 ανά ταξίδι και ανά ημέρα) με αποτέλεσμα την αύξηση των δαπανών για λόγους κατανάλωσης ανά ταξίδι και ανά ημέρα στην Ελλάδα. Έτσι, το μερίδιο αγοράς των επισκεπτών από χώρες εκτός Ευρώπης προς την Ελλάδα ανέρχεται σε 5% των ταξιδιών, 4% των διανυκτερεύσεων και 9% των δαπανών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι διαφορές στο μερίδιο της αγοράς μεταξύ των χωρών από τις οποίες προέρχεται ο S&B τουρισμός της Ελλάδας εξαρτώνται από τη μέθοδο μέτρησης του μεριδίου αγοράς (εκδρομές-διανυκτερεύσεις-δαπάνες). Έτσι, η Γερμανία έχει μερίδιο αγοράς των εισερχόμενων S & B τουριστών στην Ελλάδα 16% στις αφίξεις, αλλά το 18% των δαπανών, το Ηνωμένο Βασίλειο έχει 12% και 11% και η Ρωσία έχει 11% και 14% αντίστοιχα.

Τα δημογραφικά στοιχεία δείχνουν ότι, όπως και στον Ευρωπαϊκό S&B τουρισμό, οι γυναίκες υπερτερούν αριθμητικά των ανδρών. Το φαινόμενο αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές σε τουρίστες από τη Γερμανία και τη Ρωσία και σε μικρότερο βαθμό, σε εκείνους που προέρχονται από τη Σκανδιναβία, τη Σερβία και την Ιταλία. Αντίθετα, οι άνδρες αποτελούν την πλειοψηφία των τουριστών από Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία και την Ολλανδία.

Όσον αφορά την ηλικία, το 82% των τουριστών στην Ελλάδα είναι 25-64 ετών. Ένα αντίστοιχα υψηλό ποσοστό σημειώνεται επίσης σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Μια σημαντική διαφορά εντοπίζεται στο συγκριτικά μεγαλύτερο ποσοστό των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα ηλικίας 55-64 ετών (22% έναντι 17%), στο συγκριτικά χαμηλότερο ποσοστό των ατόμων άνω των 65 ετών (7% έναντι 9%) και η ομάδα κάτω των 25 (29% έναντι 32%).

Επανεξετάζοντας τα στοιχεία για τις αγορές προέλευσης, έχουν σημειωθεί αυξημένα ποσοστά προέλευσης από την Πολωνία (5%) από τους πολύ νέους ηλικιακά(15-24 ετών). Στην ηλικιακή ομάδα 25-34 αυξημένα ποσοστά παρατηρήθηκαν από την Ιταλία (33%) και τη Ρωσία (28%),στην ηλικιακή ομάδα 35-44 από το Ηνωμένο Βασίλειο (29%), στην ηλικιακή ομάδα 45-54 από το Βέλγιο (38%) και τη Γαλλία (29%) και για την ηλικιακή ομάδα 55-64 ετών από τις Κάτω Χώρες (41%), το Ηνωμένο Βασίλειο (31%) και τη Σκανδιναβία (29%).

Η Κρήτη είναι ο πιο δημοφιλής ελληνικός προορισμός (27%) για τους τουρίστες S&B που κάνουν διακοπές στην Ελλάδα, ακολουθούν άλλα νησιά του Αιγαίου με 20% και η Ρόδος με 18%. Όσον αφορά τις επιμέρους αγορές, σημειώνεται ότι:

- Ένα ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό των επισκεπτών στην Κρήτη προέρχεται από τη Γαλλία (50%), τη Σκανδιναβία (41%), τη Γερμανία (39%) και τη Ρωσία (38%). Αντίθετα, το μερίδιο αγοράς της Σερβίας είναι μηδέν, δεδομένου ότι ένα σημαντικό ποσοστό (30%) προτιμά τη Βόρεια Ελλάδα και τη Χαλκιδική, προφανώς λόγω της εγγύτητας και του κόστους. Η πολωνική αγορά (23%) παρουσιάζει μια ιδιαίτερα υψηλή προτίμηση για την Κρήτη.
- Ένα σημαντικό ποσοστό των τουριστών που προέρχονται από τη Γαλλία (15%) και τη Ρωσία (8%) προτιμούν την Αθήνα ως προορισμό, συγκριτικά με τον μέσο όρο του 4%.
- Το ποσοστό των τουριστών που προέρχονται από τη Γαλλία (8%) και την Ιταλία (7%), οι οποίοι προτιμούν την Πελοπόννησο ως προορισμό, είναι επίσης αξιοσημείωτο συγκριτικά με το μέσο όρο του 2%.
- Τέλος, η εγγύτητα της Κέρκυρας προς την Ιταλία και οι παραδοσιακοί δεσμοί της με το Ηνωμένο Βασίλειο την καθιστούν ένα σημαντικό προορισμό για τις δύο αυτές αγορές (11%), σε σύγκριση με το μέσο όρο 8%. Ομοίως, η εγγύτητα των νησιών του Αιγαίου προς την Τουρκία τα καθιστά βασικό τουριστικό προορισμό της χώρας αυτής (68%, συγκριτικά με το μέσο όρο 20%).

CITY BREAK

Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον Ευρωπαϊκό «City Break» τουρισμό είναι ελάχιστο και ανέρχεται στο 1,1% των ταξιδιών, 1,6% των διανυκτερεύσεων και 1,7% των δαπανών. Ο μέσος τουρίστας στην Ελλάδα παραμένει και ξοδεύει περισσότερο από το μέσο ευρωπαϊκό City Break τουρίστα.

Σύμφωνα με τον πίνακα, το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς για το City Break προέρχεται από την Ευρώπη (92%), αν και οι επισκέπτες από χώρες εκτός Ευρώπης (56.000) έχουν εντυπωσιακά υψηλότερες δαπάνες, σχεδόν 50% περισσότερο από το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής καταναλωτικής δαπάνης (€ 2.289 ανά ταξίδι και € 231 ανά ημέρα, συγκριτικά με € 1.137 και € 132). Το

μερίδιο αγοράς των επισκεπτών από χώρες εκτός Ευρώπης προς την Ελλάδα ανέρχεται σε 8% των ταξιδιών, 8,7% των διανυκτερεύσεων και 14,3% των δαπανών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι διαφορές στο μερίδιο αγοράς μεταξύ των χωρών από τις οποίες προέρχεται ο τουρισμός του City Break στην Ελλάδα εξαρτώνται από τη μέθοδο μέτρησης του μεριδίου αγοράς (εκδρομές, διανυκτερεύσεις και δαπάνες). Έτσι, η Ιταλία έχει μερίδιο αγοράς για τον εισερχόμενο City Break τουρισμό στην Ελλάδα 11% στις αφίξεις, αλλά το 12% των δαπανών, η Γαλλία έχει 13% και 12% και η Ρωσία έχει 10% και 16% αντίστοιχα.

Τα δημογραφικά στοιχεία δείχνουν ότι, όπως ακριβώς και στον Ευρωπαϊκό City Break τουρισμό, οι γυναίκες υπερτερούν αριθμητικά των ανδρών και το φαινόμενο αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές στους τουρίστες από την Ιταλία και τη Ρωσία. Αντιθέτως, υπάρχουν περισσότεροι άνδρες τουρίστες από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία και τη Γερμανία.

Όσον αφορά την ηλικία, το 80% είναι ηλικίας 25-64 ετών, με το ηλικιακό γκρουπ 35-44 να αντιπροσωπεύει ένα ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό (26%). Συγκριτικά με τους ευρωπαϊούς τουρίστες του City Break συνολικά, σημειώνεται ότι υπάρχουν πολύ λιγότεροι επισκέπτες City Break προς την Ελλάδα που ανήκουν στο ηλικιακό γκρουπ 15-24 ετών, με ποσοστό 8% σε σύγκριση με το 15%. Μια σημαντική διαφορά σημειώνεται στο συγκριτικά μεγαλύτερο ποσοστό των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα ηλικίας 65-74 ετών (10% έναντι 6%). Λόγω του μικρού αριθμού των εισερχόμενων τουριστών από τις επιμέρους αγορές, η ανάλυση της κάθε αγοράς από την ηλικία είναι ενδεικτική μόνο. Παρ' όλα αυτά, παρατηρείται ότι οι City Break τουρίστες μεγαλύτερης ηλικιακής ομάδας προέρχονται από τη Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γερμανία, ενώ από την Ιταλία έρχονται σχετικά νεότεροι τουρίστες.

Η Αθήνα είναι με διαφορά ο μεγαλύτερος πόλος έλξης για τους City Break τουρίστες στην Ελλάδα, με το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεπτών (65%). Οι βρετανοί παρουσιάζουν το υψηλότερο ποσοστό (86%), και οι γερμανοί το χαμηλότερο (42%).

CULTURE & RELIGION

Το μερίδιο αγοράς του ευρωπαϊκού «Culture & Religion» τουρισμού στην Ελλάδα είναι μάλλον μικρό, ιδιαίτερα αν αναλογιστεί κανείς τους μεγάλους πολιτιστικούς και θρησκευτικούς πόρους της χώρας. Συγκεκριμένα, το ελληνικό μερίδιο αγοράς ανέρχεται στο 2,4% των ταξιδιών, 2,9% των διανυκτερεύσεων και 2,2% των δαπανών. Όπως φαίνεται από τα παραπάνω ο μέσος τουρίστας ξοδεύει λιγότερα χρήματα συγκριτικά με το μέσο όρο του Ευρωπαϊκού Culture & Religion τουρίστα.

Σε αντίθεση με το Sun & Beach και το City Break, όπου το μερίδιο αγοράς του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα με επισκέπτες από χώρες εκτός Ευρώπης είναι σχετικά μικρό (5% και 8% αντίστοιχα), το Culture & Religion προϊόν φαίνεται να έχει μεγάλη απήχηση και έχει μεγάλη ζήτηση στις αγορές εκτός Ευρώπης με ποσοστό 29,3% του συνόλου των ταξιδιών. Επιπλέον, οι δαπάνες από τους επισκέπτες εκτός Ευρώπης είναι σημαντικά υψηλότερες (περίπου 50%) από το μέσο όρο των δαπανών από χώρες της Ευρώπης (€ 1,718 ανά ταξίδι και € 202 ανά ημέρα, σε σύγκριση με € 852 και € 82). Ως εκ τούτου, το μερίδιο αγοράς των επισκεπτών «Culture & Religion» από χώρες εκτός Ευρώπης προς την Ελλάδα ανέρχεται στο 29,3% των ταξιδιών, 25,7% των διανυκτερεύσεων και 45,5% των δαπανών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι διαφορές στο μερίδιο αγοράς μεταξύ των χωρών που επισκέπτονται την Ελλάδα για «Culture & Religion» τουρισμό εξαρτώνται από τη μέθοδο μέτρησης του μεριδίου αγοράς. Για παράδειγμα, το Ηνωμένο Βασίλειο έχει μερίδιο αγοράς των εισερχόμενων «Culture & Religion» τουριστών στην Ελλάδα 8% των αφίξεων, αλλά 6% των δαπανών, η Βουλγαρία έχει το 10% και 4% και η Τουρκία έχει 4% και 1% αντίστοιχα. Η Γερμανία έχει διαφορετική συμπεριφορά στις αφίξεις με 6% και τις διανυκτερεύσεις με 9%.

Τα δημογραφικά στοιχεία δείχνουν ότι σε αντίθεση με τον ευρωπαϊκό «Culture & Religion» τουρισμό, οι γυναίκες υπερτερούν αριθμητικά των ανδρών και το φαινόμενο αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές μεταξύ των τουριστών από τη Γαλλία, το Βέλγιο, τη Βουλγαρία και τη Σκανδιναβία. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν

περισσότεροι άνδρες τουρίστες από το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ιταλία και τη Γερμανία.

Όσον αφορά την ηλικία, οι εισερχόμενοι «Culture & Religion» τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα και την Ευρώπη γενικότερα προέρχονται από όλες τις ηλικιακές ομάδες, εκτός από εκείνους που είναι άνω των 75, καθώς και από τους πολύ νέους (15-24 ετών). Η μέση ηλικία για την Ελλάδα (42,4) είναι παρόμοια με εκείνη στην Ευρώπη (43,1), αν και οι επισκέπτες στην Ελλάδα είναι πιο συχνά στην ομάδα των 25-54 ετών (67% έναντι 58%), ενώ οι ευρωπαίοι τουρίστες σε γενικές γραμμές παρουσιάζουν μεγαλύτερα ποσοστά για νεαρές ηλικίες (15-24 ετών) και για μεγαλύτερους ανθρώπους (55+).

Εξετάζοντας τις επιμέρους αγορές πρέπει να σημειωθεί ότι στη Γαλλία (52%), τη Γερμανία (47%), τη Σκανδιναβία (48%) και την Τουρκία (42%), περίπου οι μισοί επισκέπτες είναι ηλικίας 45-54, ενώ στο Ηνωμένο Βασίλειο περίπου οι μισοί από τους επισκέπτες ηλικίας 55-64 ετών (30%) και 35-44 ετών (26%), ενώ η ηλικιακή ομάδα 25-34 κατέχει επίσης ένα σημαντικό ποσοστό (22%).

Αν και η Αθήνα είναι ο πιο δημοφιλής προορισμός (33%) για τους «Culture & Religion» επισκέπτες στην Ελλάδα, μια σημαντική μερίδα των επισκεπτών έχει προτιμήσει άλλες τοποθεσίες, συμπεριλαμβανομένων των προορισμών με χαμηλή κίνηση επισκεπτών, για παράδειγμα την Πελοπόννησο και την υπόλοιπη Ελλάδα.

Συμπερασματικά, το "Sun & Beach" τουριστικό προϊόν είναι το βασικό προϊόν του τουρισμού στην Ελλάδα, δεδομένου ότι αντιπροσωπεύει το 60% (9.429.000 αφίξεις) του συνόλου των ταξιδιών προς την Ελλάδα.

Τα υπόλοιπα τουριστικά προϊόντα υπολείπονται σημαντικά, όσον αφορά τον αριθμό των ταξιδιών (4,7% των αφίξεων για "City Break" και το 13% των αφίξεων για "Culture & Religion"), τις διανυκτερεύσεις (6.377.000 για το City Break και 20.488.000 για το Culture & Religion, όπου οι Sun & Beach διανυκτερεύσεις ανέρχονται σε 100890000) και τις δαπάνες (900 εκατομμύρια € για το City Break και 2,3 δις € για το Culture & Religion, συγκριτικά με 10 δις € για το Sun & Beach). Τα στοιχεία αυτά τονίζουν την

εξάρτηση του ελληνικού τουρισμού από το εποχιακό προϊόν Sun & Beach, καθώς και τη δυνατότητα για ανάπτυξη των άλλων προϊόντων σε αγορές που είναι εξοικειωμένοι ήδη με την Ελλάδα και έρχονται για τον Sun & Beach τουρισμό. Δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στον Culture & Religion τουρισμό υπάρχουν σαφείς ενδείξεις ότι οι Culture & Religion επισκέπτες στην Ελλάδα έρχονται σε περιοχές χωρίς υψηλά ποσοστά πληρότητας. Επιπλέον, αν αναλογιστεί κανείς ότι το μερίδιο του City Break τουρισμού στην Ελλάδα είναι μόλις το 1,1% των συνολικών ταξιδιών στην Ευρώπη, παρατηρείται ότι το συγκεκριμένο προϊόν έχει μεγάλες δυνατότητες για ανάπτυξη στην Ελλάδα. Επιπλέον, θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ανάπτυξη του Culture & Religion προϊόντος και του City Break θα βοηθήσει σημαντικά στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Οι επισκέπτες στην Ελλάδα προέρχονται κυρίως από την ηλικιακή ομάδα 25-64 ετών. Οι σημαντικές διαφορές σε σχέση με την Ευρώπη είναι οι εξής:

- Για το προϊόν Sun & Beach, το 82% κατέχει η Ελλάδα έναντι του 79% της Ευρώπης.
- Για το προϊόν City Break, η Ελλάδα έχει ποσοστό 80% έναντι του 78% της Ευρώπης.
- Για το Culture & Religion προϊόν, η Ελλάδα έχει ποσοστό 81% έναντι του 74% της Ευρώπης.

Από την άλλη πλευρά, σημαντικές διαφορές παρατηρούνται σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο στις επιμέρους ηλικιακές ομάδες, καθώς και μεταξύ των αγορών. Οι αξιοσημείωτες διαφορές παρατηρήθηκαν στις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες για το City Break και το Culture & Religion προϊόν :

- Για το προϊόν City Break υπάρχουν πολύ λιγότεροι νέοι ηλικιακά επισκέπτες (15-24 ετών) σε σύγκριση με την Ευρώπη (8% έναντι 15%), και μεγαλύτερος αριθμός ηλικιωμένων επισκεπτών (12% έναντι 7%).
- Για το Culture & Religion προϊόν υπάρχουν πολύ λιγότεροι νέοι (15-24 ετών) επισκέπτες (10% έναντι 14%) και λιγότεροι ηλικιωμένοι επισκέπτες (9% έναντι 12%).

Η πλειοψηφία των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι άτομα ανώτερου του μέσου εισοδήματος των νοικοκυριών και του επιπέδου εκπαίδευσης. Σημειώνεται ότι:

- Για το προϊόν Sun & Beach, η κατανομή είναι ομοιόμορφη όσον αφορά το επίπεδο του εισοδήματος, όπου οι επισκέπτες από όλες τις επιμέρους αγορές είναι από ομάδες εισοδήματος πάνω από το μέσο όρο, και σε πολλές από αυτές το ποσοστό υπερβαίνει το 80%. Υπάρχουν, ωστόσο, σημαντικές διαφορές στο εκπαιδευτικό επίπεδο, όπου το ποσοστό των επισκεπτών από τη Ρωσία (79%) με τριτοβάθμια εκπαίδευση είναι αρκετά υψηλό, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις άλλες χώρες είναι ίσο ή χαμηλότερο από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Επιπλέον, ένα σχετικά υψηλό ποσοστό επισκεπτών από το Ηνωμένο Βασίλειο (19%) και τη Γερμανία (21%) έχουν βασικό επίπεδο εκπαίδευσης.

- Για το City Break και το Culture & Religion προϊόν η εικόνα είναι η ίδια, με υψηλά ποσοστά επισκεπτών (78% και 81% αντίστοιχα), που προέρχονται από ομάδες εισοδήματος πάνω από το μέσο όρο και 72% και 69%, να έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση. Αν και υπάρχουν ορισμένες διαφορές, η εικόνα παραμένει η ίδια για τις επιμέρους αγορές.

Όσον αφορά τις δαπάνες ανά ταξίδι:

- Ο εισερχόμενος Sun & Beach τουρισμός στην Ελλάδα από την Ευρώπη είναι περίπου 4% πιο ακριβός (δαπανηρός) σε σύγκριση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (€ 1.011 έναντι € 970). Αυτό συμβαίνει λόγω της μεγαλύτερης διάρκειας των ταξιδιών στην Ελλάδα σε σύγκριση με άλλους προορισμούς, δεδομένου ότι η ημερήσια δαπάνη είναι η ίδια (€ 94) για τον εισερχόμενο Sun & Beach τουρισμό στην Ελλάδα και τον εξερχόμενο ευρωπαϊκό τουρισμό γενικότερα.

- Ο εισερχόμενος City Break τουρισμός προς την Ελλάδα από την Ευρώπη είναι περίπου 56% πιο ακριβός σε σύγκριση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (€ 1.137 έναντι € 730). Αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στη μεγαλύτερη διάρκεια των ταξιδιών προς την Ελλάδα σε σύγκριση με άλλους προορισμούς, δεδομένου ότι η ημερήσια δαπάνη είναι σχεδόν η ίδια για τον εισερχόμενο

City Break τουρισμό προς την Ελλάδα (€ 132) και τον εξερχόμενο ευρωπαϊκό City Break τουρισμό (€ 128) σε γενικές γραμμές.

- Ο εισερχόμενος Culture & Religion τουρισμός προς την Ελλάδα από την Ευρώπη είναι περίπου 12% λιγότερο δαπανηρός συγκριτικά με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (€ 852 έναντι € 965). Αυτό συμβαίνει σε μεγάλο βαθμό λόγω της χαμηλότερης ημερήσιας δαπάνης στην Ελλάδα (€ 82) σε σύγκριση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (€ 112).

- Η δαπάνη ανά ταξίδι στην Ελλάδα αυξάνεται σημαντικά και στις τρεις αγορές (σε € 1.057, € 1.225 και € 1.106 αντίστοιχα για Sun & Beach, City Break και Culture & Religion) όταν συμπεριλαμβάνεται ο εισερχόμενος τουρισμός από μη ευρωπαϊκές χώρες.

Παρομοίως, η μέση ημερήσια δαπάνη αυξάνεται με 99 €, 141€ και 114€ αντίστοιχα. Ο λόγος είναι ότι οι τουρίστες στην Ελλάδα, οι οποίοι προέρχονται από χώρες εκτός Ευρώπης έχουν υψηλότερες δαπάνες ανά ταξίδι και ανά ημέρα (1942€ / 221€ για το Sun & Beach, 2.289€ / 231€ για City Break, 1.718€ και 202€ για Culture & Religion).

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η διείσδυση του Διαδικτύου σε κάθε νοικοκυριό δεν θα μπορούσε παρά να βοηθήσει, αλλά και να έχει έναν αντίκτυπο στην τουριστική βιομηχανία, η οποία προσπαθεί να επωφεληθεί. Όσον αφορά τους τουρίστες, το διαδίκτυο χρησιμεύει τόσο ως πηγή πληροφοριών (Από 77% έως 82%, ανάλογα με το προϊόν) όσο και ως μέσο για την πραγματοποίηση κρατήσεων (62%-82%). Σε σύγκριση με την Ευρώπη, το ποσοστό διείσδυσης του Internet για τα ταξίδια στην Ελλάδα είναι ελαφρώς χαμηλότερο. Επιπλέον, όσο πιο ανεπτυγμένη είναι η χώρα προέλευσης των τουριστών, τόσο υψηλότερο είναι και το ποσοστό των πληροφοριών και των κρατήσεων μέσω του Διαδικτύου. Ωστόσο, τα ταξιδιωτικά γραφεία συνεχίζουν να χρησιμεύουν σαν μια σημαντική πηγή πληροφοριών (περίπου 42%) και κρατήσεων (34%- 39%) για όλες τις αγορές και τα προϊόντα. Η σημασία των ταξιδιωτικών πρακτορείων στην Ελλάδα είναι μεγαλύτερη από ό, τι στον ευρωπαϊκό τουρισμό γενικότερα, κυρίως για το City Break (στην Ελλάδα είναι 34%, έναντι 14% για την Ευρώπη γενικότερα) και το Culture & Religion (35% έναντι 25%) και σε μικρότερο βαθμό για το Sun &

Beach (39% έναντι 32%). Λόγω του κλεισίματος του ταξιδιού μέσω των ταξιδιωτικών πρακτορείων, οι κατάλογοι είναι ιδιαίτερα σημαντικοί για τον ελληνικό τουρισμό. Οι απόψεις των φίλων και των συγγενών (17% -22%, ανάλογα με το προϊόν) παίζουν επίσης σημαντικό ρόλο στην παροχή πληροφοριών, αν και λιγότερο από ό, τι ευρύτερα στην Ευρώπη (21% -27%).

Τέλος, η διείσδυση των ξενοδοχείων στις κρατήσεις είναι σημαντικά χαμηλότερη στην Ελλάδα (7% -10%, ανάλογα με το προϊόν), σε σύγκριση με την Ευρώπη (10% -15%).

Όσον αφορά τις κύριες δραστηριότητες που πραγματοποιούν οι επισκέπτες στην Ελλάδα:

- οι Sun & Beach επισκέπτες ενδιαφέρονται κυρίως για χαλάρωση (82%), ηλιοθεραπεία (76%) και κολύμπι (74%). Ακολουθεί η γαστρονομία (56%), το να απολαμβάνουν το τοπίο και τη φύση (47%), τα αξιοθέατα και τις εκδρομές (44%).

Ωστόσο, σημαντικές διαφορές σημειώνονται στις επιμέρους αγορές προέλευσης.

- Οι επισκέπτες City Break ενδιαφέρονται κυρίως για τα αξιοθέατα (70%), απολαμβάνοντας την ατμόσφαιρα της πόλης (66%) και τη γαστρονομία (52%), ακολουθούν οι επισκέψεις σε μουσεία (48%) και τα ψώνια (40%).

- Οι Culture & Religion επισκέπτες ενδιαφέρονται κυρίως για τα αξιοθέατα (72%) και τις πόλεις (60%), την εξερεύνηση του τοπίου (56%) και τη χαλάρωση (51%). Ακολουθούν οι επισκέψεις σε μουσεία και εκθέσεις (38%) και η γαστρονομία (37%).

Τα στοιχεία αυτά δείχνουν τη σημασία που έχει για τον ελληνικό τουρισμό η ανάδειξη της γαστρονομίας, η ανάδειξη και διαφύλαξη σημαντικών αξιοθεάτων, το τοπίο και η φύση, και η ομαλή λειτουργία των πόλεων.

1.4 Προφίλ τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα για τις διακοπές τους

➤ Αμερικανοί

Θεωρούν την Ελλάδα εξωτικό προορισμό. Είναι καλοπροαίρετοι, ευγενικοί και συγκρατημένοι και απολαμβάνουν τον ήλιο ,τη θάλασσα, τη γαστρονομία της Ελλάδας, γνωρίζουν για τα ιστορικά μνημεία της Ελλάδας και θέλουν να τα επισκεφτούν.

➤ Κινέζοι

Οι κινέζοι χαρακτηρίζονται από την κουλτούρα. Επισκέπτονται παραλιακά τοπία, χωρίς όμως να κολυμπούν. Δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον ελληνικό πολιτισμό και το φυσικό περιβάλλον και ενοχλούνται από την τλαιπωρία κατά την έκδοση της βίζας διότι σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες πραγματοποιείται συντομότερα. Καταναλώνουν περισσότερο θαλασσινά και έχουν αδυναμία στο λευκό κρασί της χώρας μας.

➤ Βρετανοί

Οι νέοι προτιμούν την Ελλάδα για τη νυχτερινή τους διασκέδαση, ενώ παρατηρείται ότι ανάλογα με το που ανήκουν οι βρετανοί τουρίστες στην εισοδηματική κλίμακα αλλάζουν και οι προτιμήσεις τους. Άτομα που έχουν χαμηλό εισόδημα αναζητούν ήλιο, θάλασσα και φθηνό φαγητό. Οι εύποροι επιλέγουν την πολυτέλεια και συνήθως οι διακοπές τους περιλαμβάνουν ακριβά ξενοδοχεία, ενοικίαση σκάφους, καλό φαγητό και σπα.

➤ Ιταλοί

Οι περισσότεροι επιλέγουν τη Δυτική Ελλάδα λόγω εύκολης προσβασιμότητας και αρκετοί έρχονται με σκάφος. Είναι πιο απείθαρχοι, με πιο χαλαρό ωράριο και απολαμβάνουν την πολυτέλεια τις παραλίες και τις πισίνες.

➤ Σκανδιναβοί

Επισκέπτονται την Ελλάδα κυρίως με τις οικογένειές τους, είναι ευγενικοί και εύποροι. Οι πιο σημαντικοί λόγοι που τους οδηγούν στη χώρα μας είναι τα μνημεία , το δίπτυχο «ήλιος και θάλασσα», το γεγονός ότι αναζητούν το διαφορετικό και η νυχτερινή ζωή.

➤ Ισραηλινοί

Πάντα αναζητούν καινούριους προορισμούς και εμπειρίες, με αποτέλεσμα σπάνια να επιστρέφουν σε ίδιες τοποθεσίες. Αρέσκονται στην ελληνική και γενικά στις τοπικές κουζίνες, στην ελληνική μουσική και συνηθίζουν να αγοράζουν κάνοντας παζάρια.

➤ Τούρκοι

Ψηλά στις προτιμήσεις τους βρίσκονται τα ψώνια, η καλή διασκέδαση και το φαγητό. Αναζητούν τη βραδινή διασκέδαση και την ελληνική κουζίνα και τα μέρη τα οποία επιλέγουν συνήθως για τις διακοπές τους είναι Αλεξανδρούπολη, Θεσσαλονίκη, νησιά του Αιγαίου, Κρήτη και Δωδεκάνησα. Συχνά οι Τούρκοι επιχειρηματίες επισκέπτονται την Ελλάδα με σκάφος και διανυκτερεύουν σε ξενοδοχεία πέντε αστέρων.

➤ Ιάπωνες

Πόλους έλξης Ιαπώνων τουριστών, που είναι λάτρεις του πολιτισμού μας και θέλουν να κρατήσουν αναμνηστικές φωτογραφίες των μνημείων, αποτελούν κυρίως η Ακρόπολη και οι Δελφοί.

➤ Γάλλοι

Είναι λάτρεις της καλής κουζίνας και αναζητούν την κρητική ή ελληνική διατροφή.

➤ Σαουδάραβες

Τους αρέσει η πολυτέλεια. Συχνά επιλέγουν να νοικιάσουν σουίτες και δεν διστάζουν να ξοδέψουν. Είναι απαιτητικοί πελάτες, αλλά είναι γενναιοδωροι όσον αφορά το ελληνικό φαγητό.

➤ Ρώσοι

Οι Ρώσοι επιλέγουν την Ελλάδα λόγω της θάλασσας, του ήλιου και των θρησκευτικών μνημείων της ορθόδοξης πίστης (Μετέωρα, Άγιον Όρος κλπ.) .Αρχικά οι Ρώσοι που επισκέπτονταν την Ελλάδα ήταν υψηλού εισοδηματικού επιπέδου. Στη συνέχεια παρατηρήθηκε μαζικοποίηση του τουρισμού κι έρχονται και από τα μεσαία στρώματα της εισοδηματικής κλίμακας. Προτιμούν τα πακέτα «all inclusive» και τα spa. Αναζητούν νέες εμπειρίες, είναι περιπετειώδεις και επιλέγουν συνήθως γεύσεις της πατρίδας τους αλλά και θαλασσινά.

➤ Γερμανοί/Αυστριακοί

Είναι πειθαρχημένοι με τους κανόνες , αθλητικοί, εκτιμούν το καλό φαγητό, ενώ ξοδεύουν αρκετά χρήματα στις διακοπές τους. Προτιμούν τις παραλίες με άμμο χωρίς μελτέμια και επιλέγουν ξενοδοχεία με δραστηριότητες για τα παιδιά τους. Επισκέπτονται αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία και είναι οι τουρίστες που αν περάσουν καλά σε έναν προορισμό τον επισκέπτονται αρκετές φορές. Γι' αυτό το λόγο αποτελούν τους καλύτερους σταθερούς πελάτες της Ελλάδας. Οι Αυστριακοί τουρίστες έχουν παρόμοια συμπεριφορά και απαιτήσεις με τους Γερμανούς τουρίστες γι' αυτό τους μελετάμε στην ίδια κατηγορία.

2 Κεφάλαιο 2ο : Μια γνωριμία με την Αυστρία

2.1 Βασικά Ιστορικά Στοιχεία

Το δέκατο τέταρτο αιώνα εμφανίστηκε για πρώτη φορά σε κείμενο ο όρος «Αυστριακή επικράτεια» και στη συνέχεια χρησιμοποίησε τους τίτλους μεσαιωνικής Αγίας Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας και έγινε το επίκεντρο της αυτοκρατορίας των Αψβούργων. Η δυναστεία τους εμφανίστηκε το δέκατο πέμπτο αιώνα και με τον Κάρολο Ε' ανέπτυξαν τη μεγαλύτερη δύναμη που είχε ποτέ μοναρχία στην ευρωπαϊκή ήπειρο. Υπό τον έλεγχό του ήταν η Αυστρία, οι Κάτω Χώρες, τμήματα της Γαλλίας, το Τιρόλο, η περιοχή του Ρήνου, η νότια Ιταλία, η Σικελία και η Ισπανία με όλες τις κτίσεις της στο Νέο Κόσμο, με τις τελευταίες ιδιαίτερα να τον κάνουν ιδιαίτερα ισχυρό και πάμπλουτο. Η αυτοκρατορία του στη συνέχεια διαιρέθηκε στα δύο από τον ίδιο για τους κληρονόμους του, με αποτέλεσμα το δυτικό τμήμα να μείνει στην κατοχή των Αψβούργων μέχρι το 1700 και το ανατολικό με την Αυστρία μέχρι το 1918.

Στη Βιέννη έφτασαν οι Οθωμανοί και ο αυτοκράτορας Φερδινάνδος ανέλαβε την αντιμετώπισή τους και την υπεράσπιση της Ευρώπης. Το 1529 και το 1683 διαδραματίστηκαν δύο πολιορκίες στη Βιέννη που επηρέασαν σημαντικά την μοίρα της Ευρωπαϊκής ιστορίας και σε περίπτωση που νικούσαν οι Τούρκοι θα είχαν αλλάξει πολλά ως προς τον πολιτισμό στην Ευρώπη. Οι Οθωμανοί ηττήθηκαν το 1683 από Αυστριακούς, Γερμανούς και Πολωνούς, δίνοντας τη δυνατότητα στους Αψβούργους να κατακτήσουν την Ουγγαρία και κομμάτι της σημερινής Γιουγκοσλαβίας και Ρουμανίας.

Η Μαρία Θηρεσία, το 1740, υπερασπίστηκε τα εδάφη της αυτοκρατορίας της από τις επιθέσεις των Πρώσων, Βαυαρών και Γάλλων και έφερε στη χώρα της την πεφωτισμένη δεσποτεία. Κατά τη Γαλλική Επανάσταση, το 1789, μία από τις κόρες της, η Μαρία Αντουανέτα, κατέληξε στη γκιλοτίνα, με αποτέλεσμα οι σχέσεις με τη Γαλλία να μην είναι αρμονικές. Το πρώτο οχυρό αντίστασης βρήκαν στην Αυστρία οι ιδέες της Γαλλικής Επανάστασης και ο Ναπολέων

Βοναπάρτης. Παρά το γεγονός ότι είχε παντρευτεί Αυστριακή πριγκίπισσα και είχε ένα γιο μαζί της, δεν κατάφερε να μεταστρέψει εκείνους που προασπίζουν το παλιό καθεστώς και την ελέω θεού μοναρχία. Στο Συνέδριο της Βιέννης ,το 1815, μετά την ήττα του Ναπολέοντα, με επίκεντρο τη Βιέννη και τον καγκελάριο Μέτερνιχ δημιουργήθηκε ένα σύστημα το οποίο για εκατό περίπου χρόνια εξασφάλισε την ειρήνη στη γηραιά ήπειρο.

Η Αυτοκρατορία των Αψβούργων ήρθε αντιμέτωπη με την ανερχόμενη δύναμη των Ρώσων και των Οθωμανών στα Βαλκάνια, με αποτέλεσμα να καταφέρει να διατηρήσει τα εδάφη της μέχρι το τέλος του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου. Τα κοινωνικά προβλήματα των ευρωπαϊκών πληθυσμών που δημιουργήθηκαν από τη βιομηχανική εποχή, είχαν αντίκτυπο στην επανάσταση του 1848. Αποτελεί ένα συγκυριακό ξέσπασμα σε αρκετές ευρωπαϊκές πόλεις ταυτόχρονα, με έλλειψη συντονισμού. Ο Μέτερνιχ παραιτήθηκε και έφυγε κρυφά από την πρωτεύουσα , ο αυτοκράτορας Φερδινάνδος εγκατέλειψε τη Βιέννη, ενώ νέα εξέγερση προκλήθηκε τον Οκτώβριο από την αντίθεση μεταξύ των μετριοπαθών φιλελεύθερων και των ριζοσπαστών δημοκρατικών, η οποία τελικά κατεστάλη. Το γεγονός αυτό έδωσε την αφορμή για την ανάπτυξη του εθνικισμού στη Βοημία και την Ουγγαρία, καθώς οι Σλάβοι της Αυστριακής αυτοκρατορίας ζητούσαν αυτονομία με τη συγκέντρωσή τους σε πανσλαβικό συνέδριο στην Πράγα και στην Ουγγαρία σχηματίστηκε κυβέρνηση με αρχηγό τον Λάιο Κόσουθ από τους εθνικιστές για την ανεξαρτησία της πατρίδας τους. Στο θρόνο της Αυστρίας την εποχή αυτή , γνωστή και ως «η άνοιξη της ελευθερίας των κρατών», ήταν ο Φραγκίσκος Ιωσήφ, ο οποίος βασίλευσε για εξήντα χρόνια και με τη βοήθεια του ρωσικού στρατού περιόρισε την ουγγρική εξέγερση και κατάργησε την κυβέρνηση Κόσουθ.

Τα γερμανικά κρατίδια είχαν ως στόχο τη γερμανική ενοποίηση, όμως στη συνέλευση της Φρανκφούρτης που συγκλήθηκε γι' αυτό το λόγο υπήρξε διχασμός ανάμεσα σε υποστηρικτές της «μεγάλης Γερμανίας», που συμπεριλαμβάνει και την Αυστρία , και της «μικρής Γερμανίας» με κυριαρχία της Πρωσίας. Η Αυστρία εμπόδισε τα σχέδια των φιλελεύθερων Γερμανών για ένωση. Στη χώρα αυτή μόνο το είκοσι τοις εκατό του πληθυσμού ήταν γερμανόφωνοι και το υπόλοιπο ογδόντα τοις εκατό απαρτίζεται από Τσέχους,

Σλοβάκους, Ούγγρους, Ρουμάνους, Κροάτες, Σέρβους, Σλοβένους και Ιταλούς. Ο Φραγκίσκος Ιωσήφ αποδείχθηκε συνετός μονάρχης, ενώ το 1867 δημιούργησε τη «Διαδική Μοναρχία της Αυστροουγγαρίας», διατηρώντας τον τίτλο του αυτοκράτορα της Αυστρίας και παράλληλα του βασιλιά της Ουγγαρίας. Τα ζητήματα άμυνας και εξωτερικής πολιτικής ρυθμιζόνταν από τη Βιέννη, ο αυτοκράτορας αντιπροσώπευε την αρχή της πολυπολιτισμικής αυτοκρατορίας, ενώ το κάθε τμήμα είχε το δικό του κοινοβούλιο με περιορισμένες αρμοδιότητες στη Βιέννη και τη Βουδαπέστη.

Η γερμανόφωνη μειονότητα, όμως, δεν ήταν σύμφωνη με τις προτεραιότητες της αυτοκρατορίας και μετά την ήττα των Αψβούργων, από τον πρωσικό στρατό το 1866 στη Σάντοβα της Τσεχίας, άνοιξε ο δρόμος προς την ενοποίηση των γερμανικών κρατιδίων το 1870 , αλλά και για τη μεταστροφή των Γερμανοαυστριακών σε υποστηρικτές ενός ενιαίου γερμανικού κράτους. Ο αυστριακός αυτοκράτορας δεν αποδείχθηκε τόσο ισχυρός εταίρος της συμμαχίας με το Γερμανό ομόλογό του και η Αυστρία έστρεψε την προσοχή της προς τα Βαλκάνια που κυριαρχούσαν οι Οθωμανοί.

Όσον αφορά τον τομέα του πολιτισμού, η Αυστρία είναι γνωστή για σημαντικά επιτεύγματα. Οι δημιουργοί της και εκπρόσωποι του μπαρόκ και του ρομαντισμού είναι οι σημαντικότεροι του κόσμου. Οι Μότσαρτ, Σούμπερτ, Μάλερ, Ρίχαρντ Στράους, Μπεργκ, Σένμπεργκ και Βέμπερ ήταν η μεγαλύτερη προσφορά της Αυστρίας στην ιστορία του παγκόσμιου πολιτισμού. Ιδιαίτερα ο Γιόχαν Στράους με τα βαλς και τις οπερέτες του ,είναι από τις πιο χαρακτηριστικές παρουσίες. Δεν είναι τυχαίο που η Αυστρία θεωρείται η χώρα της μουσικής.

Οι Αυστριακοί πρωτοπόρησαν και σε άλλους τομείς. Ο συμβολισμός μέσα από τη διακοσμητική αρ νουβό αντικατέστησε τη χρωματική επανάσταση των ιμπρεσιονιστών Γάλλων, με βασικό εκπρόσωπο τον Γκούσταβ Κλιμτ, ο οποίος παρουσίαζε μυθολογικές φιγούρες, ελληνοπρεπείς και γοθικές αλληγορίες που προβάλλουν το ρεαλισμό των γερμανογενών της Ευρώπης. Άλλη καινοτομία, αλλά και ακραία έκφραση αποτελεί ο σύγχρονός του , Έγκον Σιλ, με αποστεωμένα ακρωτηριασμένα σώματα και νοσηρό ερωτισμό.

Αναμφισβήτητα, ο Ζίγκμουντ Φρόιντ αποτελεί σταθμό στο χώρο την ψυχιατρικής και της ψυχανάλυσης. Ασχολήθηκε με τα στρώματα της συνείδησης, του εγώ, του υπερεγώ και του ασυνειδήτου, το οποίο επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τις ανθρώπινες ενέργειες, συνεισφέροντας σημαντικά στην επιστήμη του βάρθους, ανατρέποντας τα γνωστά για την εποχή δεδομένα.

Αρκετές καθολικές κοινότητες, συμπεριλαμβανομένης της Αυστρίας , μετά το Μεσαίωνα χαρακτηρίστηκαν από το φαινόμενο του αντισημιτισμού το οποίο συνδέθηκε άμεσα με τη φυλή και όχι πλέον με το θρήσκευμα. Με τη νομοθεσία του 1867 που προσφέρει ισότητα στους πολίτες της αυστριακής αυτοκρατορίας, οι Εβραίοι εγκατέλειψαν τα γκέτο με σκοπό να ενωθούν με την κοινωνία της χώρας τους, έχοντας ως αποτέλεσμα την έναρξη μιας φυλετικής θεωρίας που εστιάζει στην εβραϊκή εθνική απειλή. Ο Φραγκίσκος Φερδινάνδος και η σύζυγος του δολοφονήθηκαν από Σέρβο οπαδό του πανσλαβισμού στο Σεράγεβο στην αυστρουγγρική Βοσνία, στις 28 Ιουνίου του 1914, γεγονός που αποτέλεσε την αφετηρία ενός πολέμου που χρεώθηκε στα Βαλκάνια. Η επίθεση της Αυστρίας κατά της Σερβίας ήταν η αρχή του τέλους της Αυστροουγγαρίας. Μετά το θάνατο του Φραγκίσκου Ιωσήφ το Νοέμβριο του 1916, μεγάλο μέρος των γερμανόφωνων της Αυστροουγγαρίας τοποθετήθηκε σε εδάφη που απέκτησε η Τσεχοσλοβακία και η Ουγγαρία.

Με τη «Διακήρυξη των Δεκατεσσάρων Σημείων» του προέδρου των Η.Π.Α. Γούντροου Γουίλσον , δώθηκε η χαριστική βολή στην αυτοκρατορία των Αψβούργων. Τρία από αυτά τα σημεία αναφέρονταν στην Αυστροουγγαρία, συγκεκριμένα η επανίδρυση της Πολωνίας, η δυνατότητα των λαών της Αυστροουγγαρίας να ζητήσουν την αυτονομία τους και η αναθεώρηση των συνόρων με την Ιταλία. Αποτέλεσμα ήταν η δημιουργία της Τσεχοσλοβακίας, η διεύρυνση της Πολωνίας και της Ρουμανίας, η αποδέσμευση της Ουγγαρίας από την Αυστρία, η ίδρυση του Βασιλείου της Σερβίας, Κροατίας και Σλοβενίας , ενώ η Βιέννη παρέμεινε αυτοκρατορική πρωτεύουσα χωρίς αυτοκρατορία.

Την περίοδο 1918-1919 τα δύο μεγάλα κόμματα των Σοσιαλδημοκρατικών και Χριστιανοκοινωνικών αποφάσισαν από κοινού να προσπαθήσουν να ενώσουν την Αυστρία με τη Γερμανία. Με τη Συνθήκη του Σαιν Ζερμαίν η

Αυστρία περιορίστηκε στα μικρά σύνορά της και έπρεπε να πληρώσει μεγάλες πολεμικές αποζημιώσεις. Η χώρα αναζητούσε ταυτότητα, ενώ η γλωσσική και ιστορική της συγγένεια με τη Γερμανία αποκτούσε διαρκώς μεγαλύτερη σημασία. Στην Αυστρία κανένας δεν επιθυμούσε ένα πολιτικό σύστημα χωρίς μονάρχη και οι συγκρούσεις ανάμεσα στα πολιτικά κόμματα οδήγησαν σε 800 νεκρούς και 2.000 τραυματίες σε διάστημα είκοσι ετών.

Με αφορμή ένα εσωτερικό ζήτημα οι πρόεδροι της Αυστριακής Βουλής παραιτήθηκαν με αποτέλεσμα ο συντηρητικός καγκελάριος Έγκελμπερτ Ντόλφους, το Μάρτιο του 1933, να διαλύσει τη Βουλή και να κηρύξει τη χώρα σε κατάσταση εκτάκτου ανάγκης, χρησιμοποιώντας νόμο του 1917, δίνοντας τέλος στο αντιπροσωπευτικό σύστημα διακυβέρνησης. Το 1934 αποφάσισε να τσακίσει την αντίσταση των Σοσιαλδημοκρατών αφήνοντας απροστάτευτο το κράτος και τον εαυτό του απέναντι στους ναζί, που τους είχε θέσει εκτός νόμου. Ο Ντόλφους δολοφονήθηκε, στις 25 Ιουλίου του 1934, σε κίνημα των ναζί της Αυστρίας. Το κίνημα αυτό κατεστάλη από το στρατό και την αστυνομία και ο διάδοχός του, Κουρτ φον Σούσνιγκ, έμεινε εκτεθειμένος στο Χίτλερ χωρίς εσωτερικούς και εξωτερικούς συμμάχους.

Η πορεία του Χίτλερ στην Αυστρία ήταν θριαμβευτική. Σε ομιλία του στη Βιέννη, στην πλατεία Χέλντενπλατς, έδωσαν το παρών 200.000 Βιεννέζοι, οι οποίοι ήταν οπαδοί της ένωσης με τη Γερμανία. Σε αυτή την ομιλία προσδιορίστηκε το μέλλον της Αυστρίας ως χώρα-μονοπάτι για τις επιθέσεις του Χίτλερ κατά το νοτιοανατολικό άκρο της ευρωπαϊκής ηπείρου. Η διοίκηση της Αυστρίας ανατέθηκε σε ναζιστική ηγεσία από τη Γερμανία και οι Αυστριακοί κατάλαβαν πως η ομαλότητα και εσωτερική ειρήνη που τους είχαν υποσχεθεί, στην πραγματικότητα ήταν εμπλοκή σε παγκόσμια σύρραξη.

Το δεύτερο μεγάλο πλήγμα για την Αυστρία ήταν ο Δεύτερος Παγκόσμιος Πόλεμος που είχε ως αποτέλεσμα εκατοντάδες νεκρούς και τα θύματα του Ολοκαυτώματος που παραδόθηκαν στα στρατόπεδα συγκέντρωσης. Επίσης οι Φρόντ, Πόππερ, Τσβάιχ, Κάρναπ, Βίκενσταϊν και άλλοι εγκατέλειψαν τη χώρα. Ήταν φανερό ότι η αναγέννηση των τεχνών και των γραμμάτων που είχε γνωρίσει η Βιέννη, είχε πλέον σβήσει μέσα σε λίγα χρόνια.

Μετά τον πόλεμο η Αυστρία ακολούθησε τη μοίρα της Γερμανίας, με την τετραπλή κατοχή Αμερικανών, Γάλλων, Βρετανών και Σοβιετικών να ρυθμίζει τη χώρα. Σε αντίθεση με τη Γερμανία, η Αυστρία επωφελήθηκε από τον Ψυχρό Πόλεμο για να διατηρήσει την ενότητά της. Στις 27 Απριλίου του 1945, ανακηρύχθηκε η Δεύτερη Αβασίλευτη Δημοκρατία από τα πολιτικά κόμματα και σχηματίστηκε μία μεταβατική κυβέρνηση στην οποία επικεφαλής ήταν ο Ρένερ. Για περίπου τρεις δεκαετίες οι συντηρητικοί και οι σοσιαλιστές σχημάτιζαν κυβερνήσεις συνασπισμού εξασφαλίζοντας την πολιτική ευρυθμία της χώρας. Στις 26 Οκτωβρίου το 1955, υπογράφηκε η Συμφωνία που έκανε την Αυστρία ένα ανεξάρτητο και ουδέτερο κράτος, από τους υπουργούς εξωτερικών των μεγάλων δυνάμεων.

Στη συνέχεια, μονοπώλησαν την κυβέρνηση οι συντηρητικοί για το διάστημα 1966-1970 και ακολούθησαν δεκατρία χρόνια του σοσιαλιστή Κρέισκυ. Όταν η χώρα εισήλθε στην Ευρωπαϊκή Ένωση από τους χριστιανοδημοκράτες, ο Χάιντερ αντιτάχθηκε στην είσοδο των μεταναστών και στο να διευρυνθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση ανατολικά. Η Αυστρία αποτελεί επίσημο μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης από το 1995 και συμμετέχει στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση από το 1999, διαθέτοντας ένα από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν εισοδήματα της Ε.Ε., ενώ συνδυάζει τη λειτουργία της ελεύθερης αγοράς με την κοινωνική ευαισθησία για τους οικονομικά αδύναμους. Οι Αυστριακοί παρόλο που ξόδεψαν μεγάλα ποσά για τη δημιουργία ενός πυρηνικού σταθμού, απέρριψαν τη λειτουργία του για να προστατεύσουν τα εντυπωσιακά τοπία τους.

Στις μέρες μας η Αυστρία είναι πρότυπο για τους καινούριους εταίρους της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τους Ούγγρους, Πολωνούς και Τσέχους και πολιτικοί όπως οι Κρέισκυ και Βρανίτσκι έγιναν γνωστοί αφήνοντας έργο που πέρασε τα σύνορα της χώρας.

2.2 Η δημοκρατία της Αυστρίας

Πρόκειται για ένα πολύμορφο και σύνθετο πολιτικό σχηματισμό στον οποίο ένα πλήθος θεσμών ολοκληρώνει το έργο της. Η οργάνωση του κράτους στηρίζεται στις τρεις λειτουργίες, τη νομοθετική, την εκτελεστική και τη δικαστική. Αυτές οι λειτουργίες συμβάλλουν στην εκπλήρωση των καθηκόντων που έχει αναλάβει το Κράτος.

Συγκεκριμένα :

- Νομοθετική λειτουργία : ασκείται στο Ομοσπονδιακό Κοινοβούλιο και στα Τοπικά Κοινοβούλια.
- Εκτελεστική λειτουργία: οργανώνεται σε ανώτερο επίπεδο ως κυβέρνηση και υποδεέστερα ως ένας ιεραρχικά δομημένος μηχανισμός υπηρεσιών και δημοσίων αρχών. Ο νόμος ορίζει ότι τα ανώτερα ιεραρχικά όργανα έχουν το δικαίωμα να κάνουν υποδείξεις στα υφιστάμενά τους όργανα.
- Δικαστική λειτουργία: τα δικαστήρια έχουν θεσμοθετηθεί ως ανεξάρτητα κρατικά όργανα , τα οποία λαμβάνουν αποφάσεις δικαστικής φύσεως, χωρίς να δέχονται εντολές και υποδείξεις από άλλα όργανα.

2.3 Η Εκπαίδευση των Αυστριακών

Η υποχρεωτική εκπαίδευση στην Αυστρία διαρκεί εννιά έτη με αφετηρία την 1^η Σεπτεμβρίου του έκτου έτους της ηλικίας του μαθητή και χωρίζεται σε γενικά και τεχνικά επαγγελματικά σχολεία. Τα παιδιά που διαμένουν μόνιμα στη χώρα παρακολουθούν τη γενική επαγγελματική εκπαίδευση.

Τα στάδια της υποχρεωτικής εκπαίδευσης είναι τα παρακάτω:

- Η πρωτοβάθμια εκπαίδευση που παρέχεται στο δημοτικό από την πρώτη τάξη μέχρι την τέταρτη, στην οποία αναφερόμαστε και ως κατώτερο επίπεδο/ Volksschule ή Grundschule.
- Ο πρώτος κύκλος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης που παρέχεται σε Volksschule/ανώτερο επίπεδο, Hauptschule και Allgemeinbildende

hphere Schule/κατώτερο επίπεδο από την Πέμπτη έως την όγδοη τάξη.

- Η ένατη τάξη στη οποία οι μαθητές παρακολουθούν ένα Polytechnischer Lehrgang και την Allgemeinbildende hphere Schule/ανώτερο επίπεδο σε ηλικίες 14 με 18.

Το σχολικό έτος διαφέρει ανά ομόσπονδο κρατίδιο. Κατά μέσο όρο η διάρκειά του ορίζεται από τις αρχές Σεπτεμβρίου μέχρι το τέλος του Ιουνίου ή τις αρχές του Ιουλίου και χωρίζεται σε δύο εξάμηνα. Για την εισαγωγή του μαθητή στην υποχρεωτική εκπαίδευση είναι απαραίτητη η συμπλήρωση του έκτου έτους της ηλικίας του, η μόνιμη διαμονή στη χώρα (περισσότερο από έξι μήνες) και η διαπίστωση της ικανότητας του παιδιού να παρακολουθήσει το σχολείο, δηλαδή κατά πόσο είναι ώριμο για το σχολείο. Αν το παιδί κριθεί ανώριμο η εγγραφή του θα καθυστερήσει κατά ένα έτος. Η εγγραφή θα ολοκληρωθεί μετά από αίτηση στο αρμόδιο σχολείο, συνήθως κοντά στον τόπο κατοικίας.

2.4 Η Αυστριακή οικονομία από το 1995 μέχρι το 2008

Η αυστριακή οικονομία κατά το διάστημα 1995-2008 κατάφερε να μετασχηματιστεί σε μία από τις πιο προηγμένες και δυναμικές οικονομίες, όχι μόνο της ΕΕ, αλλά και του ευρύτερου κόσμου. Στην οικονομική ανάπτυξη της Αυστρίας συνέβαλε θετικά η επέκταση του εξωτερικού της εμπορίου, της επενδυτικής της δραστηριότητας και της αυστριακής επιχειρηματικής παρουσίας σε Κεντρική και Νοτιοανατολική Ευρώπη. Οι χώρες στις οποίες δραστηριοποιήθηκε το 2004 είναι η Τσεχία, η Ουγγαρία , η Σλοβενία και η Σλοβακία, ενώ από τις αρχές του 2007 επεκτάθηκε σε νέα κράτη μέλη της ευρωπαϊκής ένωσης , τη Ρουμανία και τη Βουλγαρία, αλλά και στην ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων και της νοτιοανατολικής Ευρώπης συμπεριλαμβανομένης της Τουρκίας. Με προσχώρηση δύο νέων μελών η αυστριακή οικονομία εκτιμάται πως αναπτύσσεται ετήσια κατά 0,07%, 100 εκατομμύρια ευρώ προστιθέμενη αξία ετησίως, ενώ συμβάλει στην μεγέθυνση των οικονομιών των κρατών μελών κατά 0,04%. Οι εμπορευματικές εξαγωγές της στο σχηματισμό του ΑΕΠ το 1994 ανέρχεται στο 22%, ενώ το 2007 έχει

διπλασιαστεί σε 43,7%. Το 10% των αυστριακών επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στις εξαγωγές και το 2007 κατετάγη στην έβδομη θέση παγκοσμίως μεταξύ των δέκα μεγαλύτερων εξαγωγικών χωρών, με κριτήριο το κατά κεφαλήν εξαγωγικό αποτέλεσμα.

2.5 Η οικονομία της Αυστρίας σήμερα

Η οικονομία της Αυστρίας έχει παραμείνει στάσιμη από το 2012. Η αύξηση των εξαγωγών μειώθηκε σημαντικά και η εγχώρια ζήτηση, πιο συγκεκριμένα οι επενδύσεις, ήταν αδύναμη παρά την ισχυρή αγορά εργασίας και τις ευνοϊκές οικονομικές συνθήκες. Η αύξηση του ΑΕΠ αναμένεται να συνεχιστεί και να βελτιωθεί τα έτη 2015-2016, υποθέτοντας ότι το διεθνές εμπόριο αναπτύσσεται και οι επενδύσεις ανταποκρίνονται περισσότερο μέσα σε ένα υποστηρικτικό οικονομικό περιβάλλον. Ο ρυθμός της απασχόλησης παραμένει θετικός, τάση η οποία αναμένεται να συνεχιστεί μεσοπρόθεσμα. Η ποιότητα των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται μπορεί να προκαλέσει ανησυχία εφόσον ο ρόλος της μερικής απασχόλησης και της εργασίας χαμηλού ωρομισθίου υπήρξε σημαντικός τα τελευταία χρόνια. Επίσης, παρά τον θετικό ρυθμό απασχόλησης, η προσφορά εργασίας αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνεται κυρίως μέσω της μετανάστευσης. Παρά το σταθερό, αλλά και ταυτόχρονα μέτριο εξωτερικό πλεόνασμα, η Αυστρία έχει υποστεί μία μεγάλη απώλεια μεριδίου στην παγκόσμια αγορά. Μεσοπρόθεσμες τάσεις της ζήτησης του εξωτερικού, αναμένεται να παρουσιάσουν ευκαιρίες στους Αυστριακούς εξαγωγείς.

Σύμφωνα με το Country Report Austria 2015, του European Commission:

- Ο οικονομικός τομέας παραμένει ένα θέμα μεγάλης επικινδυνότητας παρά την απτή πρόοδο της αναδιάρθρωσης των εθνικοποιημένων τραπεζών. Έτσι, είναι πιθανό να υπάρξουν δυσμενείς επιπτώσεις για τη δημόσια οικονομία και την οικονομική σταθερότητα.

- Το Αυστριακό φορολογικό σύστημα και δημοσιονομικό πλαίσιο παρουσιάζουν αδυναμία προερχόμενη από την υψηλή φορολογική επιβάρυνση.
- Ένα σύνολο μεταρρυθμίσεων έχει αρχίσει να εφαρμόζεται στους τομείς της συνταξιοδότησης και της ιατρικής περίθαλψης. Ωστόσο, η ικανότητα για βελτίωση της μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας φαίνεται αβέβαιη.
- Οι βασικοί δείκτες αγοράς εργασίας είναι πιο ευνοϊκοί σε σχέση με εκείνους των περισσότερων Ευρωπαϊκών χωρών, ενώ η συμμετοχής στην αγορά εργασίας και τα εκπαιδευτικά επιτεύγματα είναι χαμηλά σε συγκεκριμένες ομάδες του Αυστριακού πληθυσμού.

3 Κεφάλαιο 3^ο : Διμερείς σχέσεις Ελλάδας – Αυστρίας

Ανάμεσα στην Ελλάδα και την Αυστρία υπάρχουν μακροχρόνιοι ιστορικοί δεσμοί. Η νεοελληνική γλώσσα και ο πολιτισμός ενισχύθηκε σημαντικά από την ελληνορθόδοξη κοινότητα της Βιέννης, που εξελίχθηκε σε ένα ακμάζον κέντρο ελληνικής Διασποράς κατά τα τέλη του 18^{ου} αιώνα. Ο ελληνικός πολιτισμός και οι αξίες του συνέβαλαν στη διαμόρφωση της πολιτιστικής ζωής της Μοναρχίας των Αψβούργων το 19^ο αιώνα. Αξιοσημείωτη καθίσταται και η νεοκλασική αρχιτεκτονική της οδού Ringstraße που διαμορφώνει μέχρι σήμερα την εικόνα της αυστριακής πρωτεύουσας.

Κατά τον 20^ο αιώνα οι δύο αυτές χώρες ήρθαν αντιμέτωπες με αρκετές δυσκολίες και θλιβερά γεγονότα, όπως πόλεμο και δικτατορία, με αποτέλεσμα να είναι ένθερμοι υπέρμαχοι της ειρήνης και της δημοκρατίας. Την εποχή της δικτατορίας αρκετοί έλληνες κατέφυγαν στην Αυστρία αναζητώντας εργασία ή για σπουδές. Θεμέλιο και των δύο κρατών αποτελεί η πεποίθηση ότι μόνο υπό τους όρους ενός κράτους δικαίου και δημοκρατίας μπορούν να διασφαλιστούν οι συνθήκες ειρήνης και ευημερίας. Από κοινού ανακάλυψαν την πορεία προς την Ευρωπαϊκή Ένωση, η Ελλάδα το 1981 και η Αυστρία 13 χρόνια αργότερα. Το Μάρτιο του 1994 ολοκληρώθηκαν σε ελληνικά εδάφη, συγκεκριμένα στην Κέρκυρα, οι διαπραγματεύσεις για την ένταξη της Αυστρίας στην ευρωπαϊκή ένωση επί ελληνικής προεδρίας μετά από τις προσπάθειες της Ελλάδας. Γι' αυτό το λόγο οι αυστριακοί είναι ευγνώμονες μέχρι σήμερα.

Για λόγους πολιτιστικούς, πολιτικούς και οικονομικούς έχουν δείξει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την ένταξη των Βαλκανικών χωρών στην Ευρωπαϊκή Ένωση ,εφόσον πληρούν τα αναγκαία κριτήρια, έτσι ώστε να υπάρχει σταθερότητα και ειρήνη και σε αυτό το γειτονικό τμήμα της Ευρώπης.

Οι φιλικές σχέσεις μεταξύ Ελλάδας και Αυστρίας δεν περιορίζονται μόνο μεταξύ των ηγετών ή των πολιτικών φορέων ευθύνης, αλλά και σε προσωπικούς δεσμούς που αναπτύσσονται από τα πολυάριθμα ταξίδια που πραγματοποιούν οι πολίτες και στις δύο χώρες. Η Ελλάδα με τους

πολιτιστικούς θησαυρούς , την ποικιλομορφία, τα εντυπωσιακά τοπία της, τις δυνατότητες αναψυχής και αθλητισμού γίνεται συχνά επιλογή των Αυστριακών για προορισμός διακοπών. Εξίσου σημαντικοί παράγοντες είναι η φιλοξενία, η ανθρώπινη ζεστασιά , αλλά και οι προσιτές τιμές.

3.1 Η Αυτοκράτειρα Ελισάβετ της Αυστρίας

Άλλος ένας λόγος για τον οποίο οι Αυστριακοί επισκέπτονται τη χώρα μας είναι το Αχίλλειο, που αποτελεί ένα από τα πιο γνωστά και σημαντικά αξιοθέατα στην Κέρκυρα. Χτίστηκε το 19^ο αιώνα κατά παραγγελία της Αυτοκράτειρας Ελισάβετ της Αυστρίας, γνωστής και ως Σίσσυ, η οποία το 1861 ήρθε στο νησί και φιλοξενήθηκε από τον Άγγλο Ύπατο Αρμοστή Henry Stocks στο Μον Ρεπό. Η διαμονή της στην Κέρκυρα την έκανε να την αγαπήσει ιδιαίτερα, να γνωρίσει και να εκτιμήσει τον ελληνικό πολιτισμό και την ελληνική μυθολογία.

Μετά το θάνατο του μικρού της γιου αποφάσισε να απομακρυνθεί για κάποιο διάστημα από την Αυστρία και να επιστρέψει το 1889 στην Κέρκυρα. Βρήκε τη βίλλα Βράιλα στο Γιαστούρι και έδωσε εντολή να γκρεμιστεί και να χτιστεί ένα καινούριο οίκημα στη θέση της. Το σχεδιασμό του νέου οικήματος, που ονομάστηκε από τη Σίσσυ Αχίλλειο προς τιμή του ήρωα Αχιλλέα που θαύμαζε ιδιαίτερα , ανέλαβε ο Ιταλός αρχιτέκτονας Raffaele Caritto. Στην οροφή της κύριας αίθουσας υποδοχής υπάρχει μία νωπογραφία που παρουσιάζει τις τέσσερις εποχές του χρόνου και στην κορυφή της κεντρικής σκάλας προς τον πρώτο όροφο βρίσκεται η ελαιογραφία που απεικονίζει τον Αχιλλέα να σέρνει το πτώμα του Έκτορα με το άρμα του. Ο πίνακας φιλοτεχνήθηκε από τον Αυστριακό ζωγράφο Franz Matsch το 1892 και αποτελεί πόλο έλξης τουριστών στο Αχίλλειο.

Μετά τη δολοφονία της Αυτοκράτειρας το 1898, το Αχίλλειο παρέμεινε κλειστό για χρόνια. Το 1907 εξαγοράστηκε από τον Γουλιέλμο Β Κάιζερ και στη συνέχεια χρησιμοποιήθηκε ως νοσοκομείο κατά τον Α και Β Παγκόσμιο

πόλεμο. Το 1962 η Ελλάδα το μίσθωσε σε γερμανική εταιρεία, η οποία έφερε πολλά από τα κειμήλια της Σίσσυ ,ανακαίνισε το χώρο και δημιούργησε ένα καζίνο. Το Αχίλλειο πέρασε στη δικαιοδοσία του Ελληνικού Δημοσίου το 1994 και από τότε λειτουργεί ως μουσειακός χώρος.

3.2 Αρχιτεκτονική

Η σχέση της Ελλάδας με την Αυστρία αντικατοπτρίζεται και στην αρχιτεκτονική των αυστριακών κτισμάτων.

- Το Κοινοβούλιο είναι χτισμένο σε νεοκλασικό ύφος και βρίσκεται επί της κεντρικής λεωφόρου Ρίνγκστρασε. Το χώρο μπροστά από την είσοδο στολίζουν αγάλματα Ελλήνων και Ρωμαίων ιστορικών, αλλά και το άγαλμα της Αθηνάς. Το οικοδόμημα είναι εντυπωσιακό ,ενώ θυμίζει έντονα Ελλάδα. Στο κτίριο αυτό εγκαθιδρύθηκε η πρώτη αυστριακή Δημοκρατία το 1918.



- Ο ναός του Ηφαίστου στο Πάρκο του Λαού (Volksgarten) , δημοφιλές κυρίως σε φοιτητές και επιχειρηματίες ,είναι πανομοιότυπο με το αθηναϊκό στο Θησείο και χρησιμοποιείται ως εκθεσιακός χώρος.



- Η εκκλησία της Αγίας Τριάδας επιβεβαιώνει τη δυναμική παρουσία του ελληνικού στοιχείου στην Αυστρία. Το κτίριο στην οδό Fleischmarkt αγοράστηκε από την ελληνική κοινότητα το 1782. Στη συνέχεια, ο βαρόνος Σίμων Σίνας κάλεσε τον αρχιτέκτονα Θεόφιλο Χάνσεν να ολοκληρώσει τις εργασίες για τη μετατροπή του κτιρίου σε εκκλησία. Το Δεκέμβρη του 1858 λειτούργησε ο πρώτος ορθόδοξος ναός στην Αυστρία.



- Το Μέγαρο Μουσικής της Αυστρίας ήταν δωρεά της ελληνικής οικογένειας Δούμπα γι'αυτό είναι διακοσμημένο με ελληνικά αγάλματα και κίονες ιωνικού ρυθμού. Η Δυναστεία των Δούμπα κυριάρχησε στην Αυστροουγγαρία για σχεδόν δύο αιώνες. Ο Νικόλαος Δούμπας θεωρείται μαικήνας των τεχνών της Βιέννης εφόσον η προσφορά του στο χώρο των τεχνών είναι ανεκτίμητη. Γι' αυτό το λόγο ο δρόμος μπροστά στο Μέγαρο φέρει το όνομά τους.
- Το Χρηματιστήριο της Βιέννης χτίστηκε το 1874-1877 και έχει το στοιχείο «παράθυρα μέσα σε αέτωμα» που βρισκόταν στην είσοδο του κατεδαφισμένου δημοτικού θεάτρου Αθηνών κοντά στο 1870, στην πλατεία Κοτζιά , αλλά και η πρόσοψή του είναι εμπνευσμένη από τη βιβλιοθήκη του Αδριανού στο Μοναστηράκι.



Σημαντικός αρχιτέκτονας που εισήγαγε το ελληνικό στοιχείο στην περιοχή της Βιέννης είναι ο Θεόφιλος Χάνσεν. Αποτελεί Δανο-Αυστριακό εκπρόσωπο της νεοκλασικής και νεοβυζαντινής αρχιτεκτονικής. Τα κτίρια του στη Βιέννη , όπως το Κοινοβούλιο, το Μέγαρο Μουσικής και το Χρηματιστήριο, έχουν εμπνευστεί από αρχαία οικοδομήματα της Ελλάδας, ενώ βρίσκουμε έργα του και στην Αθήνα , τη λεγόμενη «Τριλογία», το Πανεπιστήμιο , τη Ακαδημία και την Εθνική Βιβλιοθήκη.

4 Κεφάλαιο 4^ο :Το προφίλ των Αυστριακών Τουριστών

Τα στοιχεία που ακολουθούν είναι αποτελέσματα έρευνας, για την παρακάτω έρευνα επιλέχθηκαν 3.500 άτομα, άνω των 15 ετών που κατοικούν στην Αυστρία, για κάθε τέταρτο του έτους ξεκινώντας από το 2000 μέχρι το 2014.

Το 2014, 5.5 εκατομμύρια κάτοικοι της Αυστρίας ,ηλικίας 15 ετών και άνω, πραγματοποίησε τουλάχιστον ένα ταξίδι εντός ή εκτός της χώρας. Αυτό αντιπροσωπεύει το 76.4% της τουριστικής κίνησης , με τα άτομα ηλικίας 15 έως 24 ετών να είναι πιο ενεργοί τουρίστες με ποσοστό 83.6%, ενώ τα άτομα ηλικίας 65 και άνω ταξιδεύουν λιγότερο με ποσοστό 61.4%.

Συνεπώς, οι Αυστριακοί τουρίστες πραγματοποίησαν 18.3 εκατομμύρια ταξίδια σε Αυστρία και εξωτερικό, απ'τα οποία το 52.2% ήταν εντός συνόρων. Οι διακοπές στο εσωτερικό ανέρχονται σε 3, 4 διανυκτερεύσεις , ενώ στο εξωτερικό στις 6,9.

Ο πιο δημοφιλής προορισμός θεωρείται η Ιταλία (21.4%), ακολουθεί η Γερμανία(16,9%), η Κροατία (11.9%)και τέλος η Ισπανία (5.8%).

Περισσότερες μετακινήσεις πραγματοποιήθηκαν κατά την περίοδο Ιούλιος-Σεπτέμβριος 2014 με ποσοστό ταξιδιωτών 36.7% (6.7 εκατομμύρια) εκ των οποίων η πλειοψηφία με ποσοστό 58.9% παρέμεινε για περισσότερο από 4 βράδια. Το 2^ο μισό του 2014 καταμετρήθηκαν 4.4 εκατομμύρια ταξίδια (23.7%). Η τελευταία καταμέτρηση ταξιδιών έγινε για το 1^ο τέταρτο του 2014 με 3.6 εκατομμύρια ταξίδια (19.9%) και για το 4^ο του 2014 με 3.6 εκατομμύρια(19.7%). Παρατηρήθηκε ότι στα συγκεκριμένα διαστήματα (1^ο και 4^ο τέταρτο του έτους) περισσότερα ήταν τα ταξίδια εντός Αυστρίας από αυτά στο εξωτερικό με ποσοστά 68.6% για το 1^ο τέταρτο και 57.4% για το 4^ο .

Ως πιο διαδεδομένο μέσο μεταφοράς παραμένει το αυτοκίνητο με ποσοστό 65.1% των συνολικών μετακινήσεων , ενώ για τα ταξίδια του εσωτερικού το ποσοστό ήταν ακόμα υψηλότερο κατά 81%. Οι μετακινήσεις με αεροπλάνο

έχουν μειωθεί κατά 47.7% για πτήσεις στο εξωτερικό και προτιμούνται για τη μεταφορά στον προορισμό τους κατά 35.1%.

Η διαμονή σε ξενοδοχείο φαίνεται ότι είναι πρώτη στις προτιμήσεις των Αυστριακών με ποσοστό 52.5%, ενώ ακολουθεί η φιλοξενία σε φίλους ή συγγενείς με ποσοστό 27.1%. Στα ταξίδια του εσωτερικού η φιλοξενία αποτελεί το 34.5%, αμέσως μετά από τη διαμονή σε ξενοδοχείο με ποσοστό 45.3%. Αντίθετα, στα ταξίδια του εξωτερικού παρατηρείται ότι προτιμούν τη διαμονή σε ξενοδοχειακές μονάδες κατά 60.4% και τη φιλοξενία σε συγγενείς ή φίλους κατά 19%.

Ταξίδια αναψυχής (1969-2014): Η συχνότητα των ταξιδιών αυξάνεται, τα σύντομα ταξίδια παραμένουν δημοφιλή, ενώ αγαπημένοι προορισμοί είναι η Αυστρία και η Ιταλία. Για πρώτη φορά πραγματοποιήθηκαν περισσότερα σύντομα ταξίδια, παρά ταξίδια για μεγάλο χρονικό διάστημα. Το 2014 μόνο το ένα τέταρτο του πληθυσμού της Αυστρίας δεν ταξίδευσε, από το οποίο το ένα τέταρτο, δηλαδή το 32.1%, δήλωσε ότι δεν είχε χρόνο στη διάθεσή του για ταξίδια και περίπου το ένα τέταρτο από εκείνους που δεν ταξίδευσαν, το 23.7%, δεν επιθυμούσε να ταξιδεύσει.

4.1 Οι Αυστριακοί και Τα Ταξίδια Αναψυχής

Η σημασία των ταξιδιών έχει αυξηθεί σημαντικά τις τελευταίες 4 δεκαετίες. Το 1969 περίπου το ένα τέταρτο του Αυστριακού πληθυσμού, ηλικίας 15 και άνω, πραγματοποίησαν τουλάχιστον ένα ταξίδι αναψυχής (27.5%), ενώ το 2014 η συχνότητα των ταξιδιών ανέρχεται σε 58.9%.

Το πλήθος των ταξιδιών το 2014 έχει παραπάνω από τριπλασιαστεί. Ενώ το 1969 οι αυστριακοί πραγματοποίησαν 2.42 εκατομμύρια ταξίδια, το 2014 υπολογίζονται σε 8.78 εκατομμύρια.

Η Αυστρία παραμένει καλός προορισμός, αλλά έχασε τη σημασία του μπροστά στους προορισμούς του εξωτερικού. Παρόλο που ο αριθμός των διακοπών στο εσωτερικό της χώρας διπλασιάστηκε (από 1.33 εκατομμύρια σε 2.86 εκατομμύρια) από το 1969 μέχρι το 2014, το μερίδιό τους έχει μειωθεί σημαντικά κατά το διάστημα αυτό (από 55% σε 32.6%). Οι διακοπές στο

εξωτερικό γίνονται ολοένα και πιο σημαντικές. Ο όγκος των ταξιδιών στο εξωτερικό αυξήθηκε περισσότερο από πέντε φορές τις τελευταίες 4 δεκαετίες (από 1.09 εκατομμύρια σε 5.92 εκατομμύρια). Η Ιταλία παραμένει ο δημοφιλέστερος προορισμός του εξωτερικού.

Παρόλο που το μερίδιο της Ιταλίας έναντι των υπόλοιπων προορισμών του εξωτερικού δεν είναι το ίδιο με αυτό πριν 45 χρόνια (39%), ένα στα πέντε ταξίδια των Αυστριακών στο εξωτερικό πραγματοποιήθηκαν στην Ιταλία το 2014 (20.8%).

Το μερίδιο των ταξιδιών με προορισμό την Ιταλία μειώθηκε συγκριτικά με αυτό της Κροατίας (1993: 5%, 2014: 13.8%). Η Γερμανία έρχεται τρίτη στην κατάταξη με παρόμοιο μερίδιο με εκείνο πριν από 45 χρόνια (1969:9.9% , 2014:10.7%). Έπειτα ακολουθούν η Ισπανία με ποσοστό 7.3%, η Ελλάδα με 6.1% και η Τουρκία με 5.3%. Το μερίδιο των ταξιδιών σε μακρινούς προορισμούς έχει αυξηθεί από 0.6% σε 12% το διάστημα 1969-2014.

Το 1987, τουλάχιστον μία στις τρεις κυρίως διακοπές ήταν για ήλιο και θάλασσα (37.9%), αλλά τα τελευταία χρόνια οι Αυστριακοί φαίνεται να επιλέγουν active διακοπές (2014: 21.4%). Άλλος ένας σκοπός των κυρίως ταξιδιών είναι η χαλάρωση (20.8%) και ακολουθούν οι σπουδές, το sightseeing και city holidays (18.8%).

4.2 Μέσο Μεταφοράς Αυστριακών Τουριστών

Εφόσον οι βασικές διακοπές των Αυστριακών διαδραματίζονται στην Αυστρία και την Ιταλία , το πιο διαδεδομένο μέσο μεταφοράς είναι το αυτοκίνητο (1969:60.9% , 2014:56%). Το μερίδιο των βασικών διακοπών των Αυστριακών που πραγματοποιούνται μέσω αεροπλάνου έχει αυξηθεί κατά οκτώ φορές τις τελευταίες δεκαετίες (1969: 3.4% , 2014:28.6%). Το τρένο ως μεταφορικό μέσο χρησιμοποιήθηκε μόνο για το ένα τέταρτο των βασικών διακοπών των Αυστριακών το 1969, ενώ το 2014 το μερίδιο είναι μόνο 6.7%.

4.3 Η διάρκεια των ταξιδιών

Πριν 45 χρόνια, περισσότερα από τα μισά κυρίως ταξίδια διαρκούσαν από μία έως δύο εβδομάδες (1969:52.2%), αλλά τα μικρότερης διάρκειας ταξίδια γίνονται ολοένα και πιο διαδεδομένα. Το 2014, κάθε δεύτερο βασικό ταξίδι διαρκεί μεταξύ 5 και 7 ημερών (50.1%) και μόνο το 13.7% των κυρίως διακοπών διαρκεί περισσότερο από δύο εβδομάδες.

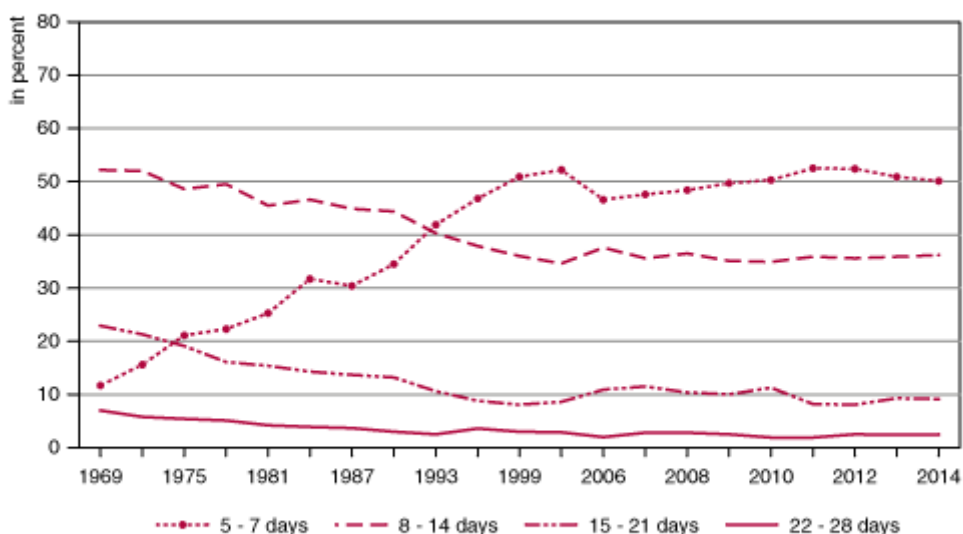
Οι κυρίως διακοπές κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού χάνουν τη σημασία τους

Το 2014, οι Αυστριακοί πραγματοποίησαν τις καλοκαιρινές τους διακοπές στη δική τους χώρα (2.98 εκατ.). Το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί στο μέσο όρο της τελευταίας δεκαετίας (45.9%). Συγκεκριμένα, τα ταξίδια σύντομης χρονικής διάρκειας στο εσωτερικό της Αυστρίας τα τελευταία δέκα χρόνια παρουσίασαν σημαντική άνοδο, κατά 26.4% , ενώ οι κυρίως διακοπές στο εσωτερικό αυξήθηκαν μόνο κατά 0.4%.

Από το 2005 μέχρι το 2014, ο αριθμός των ταξιδιών σε προορισμούς του εξωτερικού τους καλοκαιρινούς μήνες αυξήθηκε κατά 34.2% σε 3.75 εκατομμύρια (μικρής διάρκειας ταξίδια: +86.9% , κυρίως ταξίδια : +23.1%). Όπως και τα προηγούμενα χρόνια η Ιταλία, η Κροατία και η Γερμανία είναι οι πιο διαδεδομένοι προορισμοί για τους Αυστριακούς και ενώ παρατηρείται αύξηση του μεριδίου των ταξιδιών προς το εξωτερικό για τις παραπάνω χώρες παρατηρείται μείωση του μεριδίου των ταξιδιών προς την Ελλάδα κατά 3.4% και για την Τουρκία κατά 0.9%.

Το μερίδιο των ταξιδιών εκτός Ευρώπης και Τουρκίας έχει μειωθεί από το καλοκαίρι του 2005 μέχρι το καλοκαίρι του 2014 από 5.3% σε 4.6%.

Main holiday trips: Development of duration of stay



S: STATISTICS AUSTRIA. Results of the micro census special surveys (1969 - 2002) and from quarterly sample surveys for leisure and business travel (2003 - 2014). Compiled on 12 May 2015.

Γράφημα 2: Διάρκεια ταξιδιών διακοπών των Αυστριακών τουριστών

Παρατηρείται μία σταδιακή αύξηση από το 1969 μέχρι το 2014 στα ταξίδια που διαρκούν από 5 έως 7 ημέρες

Σύμφωνα με τον μεγαλύτερο διοργανωτή ταξιδιών της Αυστρίας TUI, η Ελλάδα αποτελεί τον δημοφιλέστερο τουριστικό προορισμό των Αυστριακών για το 2016, ενώ παράλληλα ελαττώνεται η ζήτηση για διακοπές σε Τουρκία, Τυνησία και Αίγυπτο, λόγω πολιτικών τρομοκρατικών επιθέσεων και προσφυγικής κρίσης.

Ο γενικός διευθυντής της TUI Austria Holding, Ντιρκ Λούκας, δήλωσε ότι η Ελλάδα είναι ο θερινός προορισμός με τις περισσότερες κρατήσεις για το 2016 και κινείται σε επίπεδα του περασμένου έτους, ενώ παρατηρείται μία διαφορετική εξέλιξη ως προς συγκεκριμένες περιοχές. Συγκεκριμένα, τα παραδοσιακά νησιά διακοπών Κρήτη, Κέρκυρα αλλά και Κάρπαθος, Μύκονος και Σαντορίνη, παρουσιάζουν αύξηση σχετικά με πέρυσι, ενώ γίνονται κρατήσεις και σε νησιά του ανατολικού Αιγαίου, Λέσβος και Κως, που οι τουρίστες ανησυχούν για τους πρόσφυγες.

Για τον όμιλο TUI, εκτός από την Ελλάδα που αποτελεί δημοφιλέστερο προορισμό και από την Ισπανία που ακολουθεί, παρουσιάζουν ανοδική πορεία φέτος ως θερινοί τουριστικοί προορισμοί η Ιταλία, η Κροατία και η Αυστρία, ενώ ως εναλλακτική επιλογή προς την Τυνησία, ως πλέον ευνοϊκός προορισμός εμφανίζεται η Βουλγαρία.

4.4 Το είδος των ταξιδιών

Το καλοκαίρι του 2014, ο κύριος λόγος για τον οποίο ταξίδευσαν οι Αυστριακοί ήταν για να αναβιώσουν παλιότερες εμπειρίες (με ποσοστό 21.1% των συνολικών ταξιδιών τους καλοκαιρινούς μήνες). Το δεύτερο πιο σημαντικό κίνητρο είναι οι διακοπές κοντά σε θάλασσα και οι διακοπές για κολύμπι με ποσοστό 18.6%, το οποίο έχει χάσει τη σημασία του από το 2006 κατά 4.6%. Ακολουθούν οι “active holidays” με 17.6% , οι διακοπές με σκοπό την επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς, με ποσοστό 16.9% και οι διακοπές με σκοπό την κουλτούρα , την επίσκεψη ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων με ποσοστό 16%.

4.5 Ο τρόπος διοργάνωσης των ταξιδιών των Αυστριακών

Η πλειοψηφία των ταξιδιών κανονίστηκε ιδιωτικά και το ένα τρίτο πραγματοποίησε τις κρατήσεις μέσω διαδικτύου.

Το καλοκαίρι του 2014, η πλειοψηφία των ταξιδιών οργανώθηκαν χωρίς τη βοήθεια κάποιου ταξιδιωτικού πρακτορείου ή tour operator. Παρόλα αυτά το μερίδιο των ταξιδιών που οργανώθηκαν από τους άμεσα ενδιαφερόμενους, χωρίς τη βοήθεια τρίτων, έχει μειωθεί συγκριτικά με το 2005. Τα ταξίδια που οργανώθηκαν πλήρως ή κατά ένα μέρος τους από κάποιο πρακτορείο ή tour operator έχουν αυξηθεί από 18.6% σε 28.1%, αντίστοιχα με τα ταξίδια προς το εξωτερικό που έχουν αυξηθεί από 32.7% σε 42%.

Για το καλοκαίρι του 2014 , περισσότερο από το ένα τρίτο των ταξιδιών έχουν οργανωθεί μέσω διαδικτύου (38.9%), όπου το ποσοστό των κυρίως ταξιδιών

είναι ελαφρώς υψηλότερο (41.7%) από εκείνο των σύντομων ταξιδιών (35%). Παρατηρείται ότι οι κρατήσεις μέσω διαδικτύου για κατάλυμα (38.9%) είναι περισσότερες από εκείνες για τη μεταφορά (14.3%).

Κύριοι λόγοι για τους οποίους οι Αυστριακοί δεν ταξίδευσαν είναι ότι δεν υπήρχε κίνητρο και προβλήματα υγείας.

Από εκείνους που δεν ταξίδευσαν (1.70 εκατομμύρια) το ένα τέταρτο υποστηρίζει ότι δεν υπήρχε κάποιο κίνητρο για να ταξιδεύσουν (23.7%). Το 21% δήλωσε ότι δεν ήταν σε θέση να ταξιδεύσουν λόγω προβλημάτων υγείας ή μειωμένης κινητικότητας. Ένα 18% δεν ταξίδεψε για οικονομικούς λόγους, το 17.6% δεν είχε ελεύθερο χρόνο στη διάθεσή του λόγω εργασίας και ένα 14.5% δεν είχε ελεύθερο χρόνο στη διάθεσή του λόγω οικογένειας.

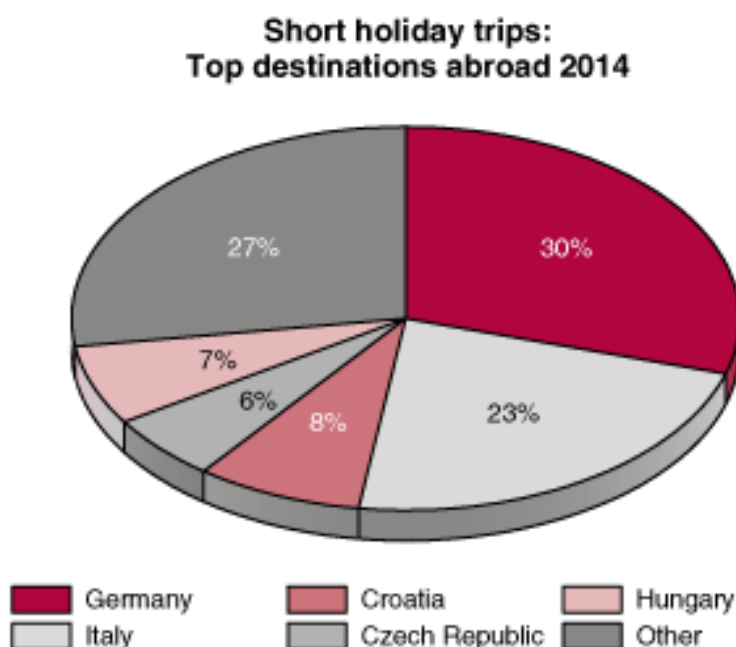
Με βάση την ηλικία, το μικρότερο ποσοστό από εκείνους που δεν ταξίδευσαν, ανήκει στο ηλικιακό γκρουπ 15-24 ετών (16.4%), ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό κατέχουν τα άτομα που ανήκουν στο ηλικιακό γκρουπ άνω των 65 ετών (38.6%). Στο ηλικιακό γκρουπ 15-24 το μερίδιο εκείνων που δεν ταξίδευσαν γιατί δεν είχαν κίνητρο είναι αρκετά υψηλό (23.1%) και το υπερβαίνουν οι μεγαλύτερες ηλικιακές κλίμακες (55-64 ετών :31.3% , 65 και άνω : 28.6%). Ο βασικός λόγος για τον οποίο δεν ταξίδευσαν τα άτομα που ανήκουν στο ηλικιακό γκρουπ 15-24 ετών είναι η έλλειψη ελεύθερου χρόνου λόγω εργασίας (39%). Για τον ίδιο λόγο το ποσοστό των ατόμων που ανήκουν στην κλίμακα 35-44 ετών είναι 28.7%. Όπως ήταν αναμενόμενο, το ποσοστό εκείνων που δεν ταξίδευσαν για λόγους υγείας , ήταν μεγαλύτερο για τις ηλικίες των 65 ετών και άνω, με ποσοστό 42.1%.

Συμπερασματικά, από την έρευνα αυτή από το 1969, τα κυρίως ταξίδια που πραγματοποιήθηκαν το διάστημα Ιούλιος-Αύγουστος έχασαν τη σημασία τους. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία ίση κατανομή των ταξιδιών κατά τη διάρκεια του χρόνου. Έτσι, το 1969 το 61.5% από τα κυρίως ταξίδια των Αυστριακών πραγματοποιήθηκαν τους μήνες Ιούλιος-Αύγουστος, ενώ το 2014 το μερίδιο αυτό ήταν μικρότερο με ποσοστό μόλις 36.5%. Μολονότι ο Αυστριακός πληθυσμός προτιμά ακόμα τους καλοκαιρινούς μήνες περισσότερο από τους χειμερινούς για τις διακοπές τους, οι χειμερινές

διακοπές έχουν αποκτήσει ιδιαίτερη σημασία. Από το 1969 μέχρι το 2014 ο αριθμός των χειμερινών διακοπών είναι τουλάχιστον δεκαπλάσιος.

4.6 Η προτίμηση των Αυστριακών για σύντομα ταξίδια

Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε το Μάιο του 2015 οι Αυστριακοί το 2014 επέλεξαν για μικρής διάρκειας ταξίδια τις παρακάτω χώρες, όπως φαίνεται και στο γράφημα :



S: STATISTICS AUSTRIA. Holiday and Business Travel. Compiled on 12 May 2015.

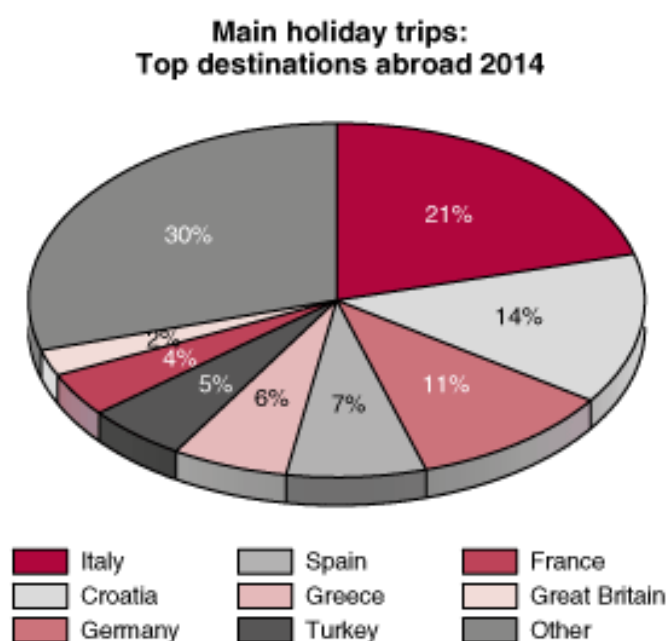
Γράφημα 3: Κύριοι προορισμοί ταξιδιών μικρής διάρκειας των Αυστριακών τουριστών

Πρώτη στις προτιμήσεις τους έρχεται η Γερμανία με ποσοστό 30% και αμέσως επόμενη είναι η Ιταλία με 23%. Ακολουθούν η Κροατία, η Ουγγαρία και η Τσεχία με ποσοστά 8%, 7% και 6% αντίστοιχα, ενώ υπάρχει ένα 27%

του δείγματος που επιλέγουν άλλους προορισμούς για ταξίδια μικρής διάρκειας.

4.7 Κύριοι προορισμοί των Αυστριακών τουριστών

Οι Αυστριακοί για τις κυρίως διακοπές τους το 2014 επέλεξαν τους εξής προορισμούς:



S: STATISTICS AUSTRIA, Holiday and Business Travel. Compiled on 12 May 2015.

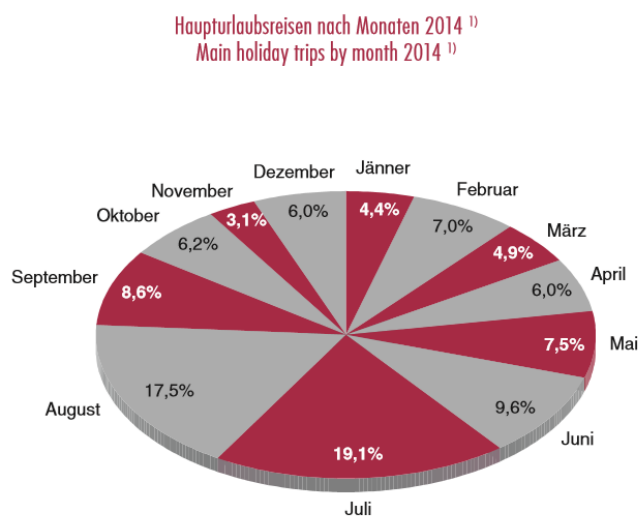
Γράφημα 4: Κύριοι προορισμοί των κυρίως διακοπών των Αυστριακών τουριστών

Η Ιταλία αποτελεί την πρώτη επιλογή τους με ποσοστό 21%. Αμέσως επόμενη είναι η Κροατία με ποσοστό 14% και η Γερμανία με 7%. Η Ελλάδα κατέχει την τέταρτη θέση στις προτιμήσεις τους με ποσοστό 6% και ακολουθούν η Τουρκία με 5%, η Γαλλία με 4% και η Μεγάλη Βρετανία με 2%.

Τέλος, το 30% επιλέγει άλλους προορισμούς για να πραγματοποιήσει τις βασικές του διακοπές.

4.8 Η εποχικότητα του εξερχόμενου τουρισμού της Αυστρίας

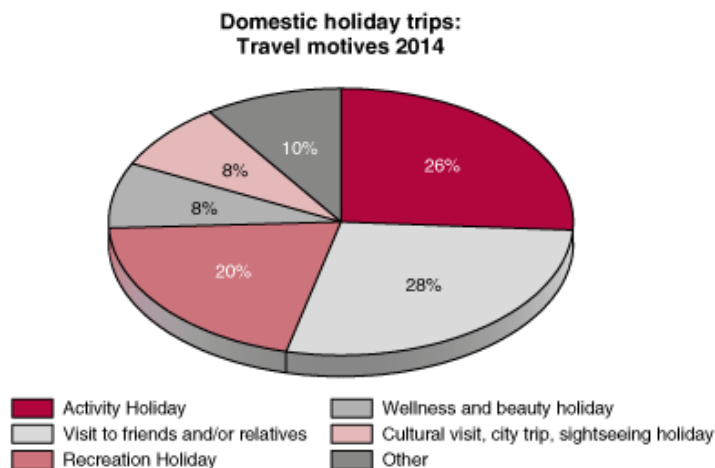
Οι κάτοικοι της Αυστρίας το 2014 επέλεξαν τον Ιούλιο με ποσοστό 19,1% για να πραγματοποιήσουν τις βασικές τους διακοπές. Ακολουθεί ο Αύγουστος με ποσοστό 17,5% και ο Ιούνιος με 9,6%. Οι αμέσως επόμενοι μήνες που επιλέγουν περισσότερο για τις διακοπές τους είναι ο Σεπτέμβριος με 8,6%, ο Μάιος με 7,5%, ο Φεβρουάριος με 7%, ο Οκτώβριος με 6,2%, ο Δεκέμβριος και ο Απρίλιος με 6%, ο Νοέμβριος με 3,1% , ο Ιανουάριος με 4,4% και ο Μάρτιος με 4,9%.



Quelle (Source): STATISTIK AUSTRIA. - 1) Urlaubsreisen mit vier oder mehr Übernachtungen.

Γράφημα 5 : Εποχή προτίμησης ταξιδιών των Αυστριακών τουριστών

Κίνητρα ταξιδιού στο εσωτερικό της χώρας

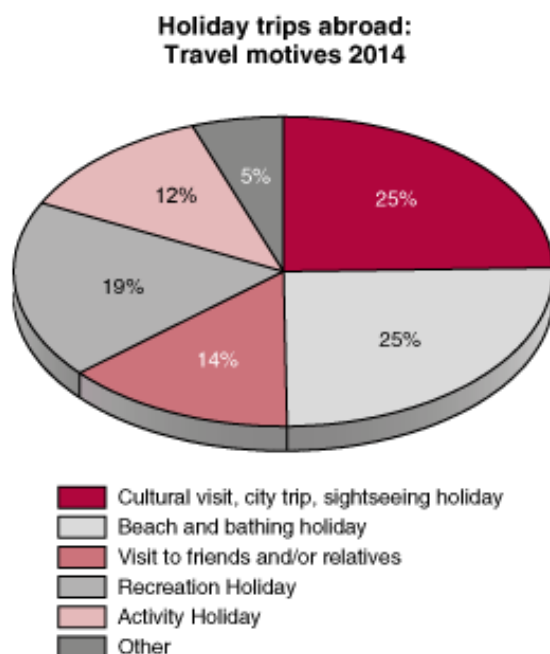


S: STATISTICS AUSTRIA, Holiday and Business Travel. Compiled on 12 May 2015.

Γράφημα 6: Κίνητρα διακοπών των Αυστριακών τουριστών στο εσωτερικό της χώρας

Κυρίαρχος λόγος για τον οποίο ταξιδεύουν στο εσωτερικό της χώρας τους οι Αυστριακοί είναι για να επισκεφθούν φίλους και συγγενείς που μένουν σε άλλες περιοχές της χώρας με ποσοστό 28%. Ο αθλητισμός και η αναψυχή αποτελεί άλλο ένα σημαντικό παράγοντα με ποσοστό 26%. Ένα 20% επιλέγει τις διακοπές του με βάση την αναβίωση παλαιότερων διακοπών, ενώ 8% για την επίσκεψη μνημείων και αρχαιολογικών χώρων και άλλο ένα ποσοστό 8% αντιστοιχεί σε εκείνους που αποζητούν την ευεξία. Το 10% του δείγματος ταξιδεύει στο εσωτερικό της χώρας για άλλους σκοπούς.

4.9 Κίνητρα διακοπών στις χώρες του εξωτερικού



S: STATISTICS AUSTRIA. Holiday and Business Travel. Compiled on 12 May 2015.

Γράφημα 7: Κίνητρα διακοπών των Αυστριακών τουριστών στο στις χώρες του εξωτερικού

Το 25% του δείγματος επιλέγει τις διακοπές του στο εξωτερικό με βάση την κουλτούρα, ενώ ισοδύναμα άλλο ένα 25% έχει ως κίνητρο το να επισκεφθούν παραλίες. Αμέσως επόμενος λόγος με ποσοστό 19% είναι για να αναβιώσουν εμπειρίες, ενώ ακολουθούν με ποσοστό 14% οι επισκέψεις σε συγγενείς ή φίλους που διαμένουν σε άλλη χώρα. Τέλος, ένα 12% επιλέγει με σκοπό τις αθλητικές και άλλες δραστηριότητες και ένα 5% ταξιδεύει έχοντας άλλα κίνητρα.

5 Κεφάλαιο 5^ο : Οι Αυστριακοί Τουρίστες στην Ελλάδα

5.1 Βασικά τουριστικά μεγέθη Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

Η Ελλάδα βρίσκεται στους πρώτους πέντε προορισμούς των αυστριακών τουριστών. Συγκεκριμένα βρίσκεται στην 5^η θέση μετά τη Γερμανία, Ιταλία, Κροατία και Ισπανία. Διαχρονικά, παρατηρείται αύξηση των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα.

5 πρώτοι σε αφίξεις προορισμοί των Αυστριακών τουριστών (σε χιλιάδες)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Γερμανία	1,893	1,942	2,369	2,330	2,347
Ιταλία	1,846	1,973	2,083	1,932	2,033
Κροατία	856	1,011	1,098	960	1,048
Ισπανία	552	529	536	442	508
Ελλάδα	274	272	262	381	365

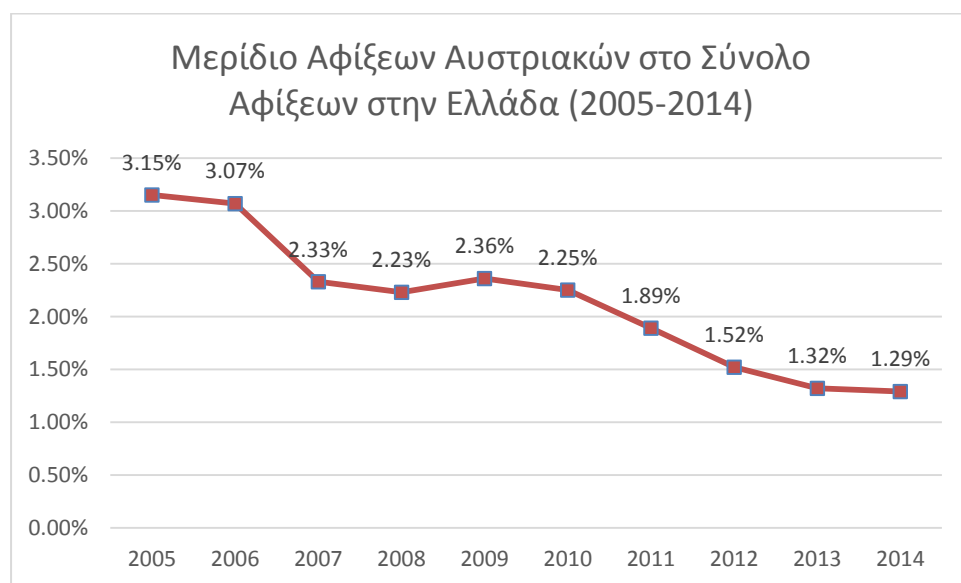
Πίνακας 2: Πέντε πρώτοι σε αφίξεις προορισμοί των Αυστριακών τουριστών (2010-2014)

Οι αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα σημειώνουν μια πτώση σε σχέση με αυτές του 2005. Συγκεκριμένα παρατηρείται μια μεγάλη αύξηση των αφίξεων τα έτη 2011 και 2012, ενώ τα επόμενα χρόνια παρατηρείται πτώση το 2013 ενώ έως το 2015 παρουσιάζουν αυξητική τάση. Για το 2014 οι αφίξεις ανήλθαν σε 296,548, ενώ το 2015 σε 336,424.

Ετήσιες Αφίξεις Αυστριακών στην Ελλάδα	
2007	377,341
2008	354,748
2009	352,223
2010	338,367
2011	597,418
2012	455,017
2013	247,177
2014	296,548
2015	336,424

Πίνακας 3: Ετήσιες Αφίξεις Αυστριακών στην Ελλάδα (2007-2015)

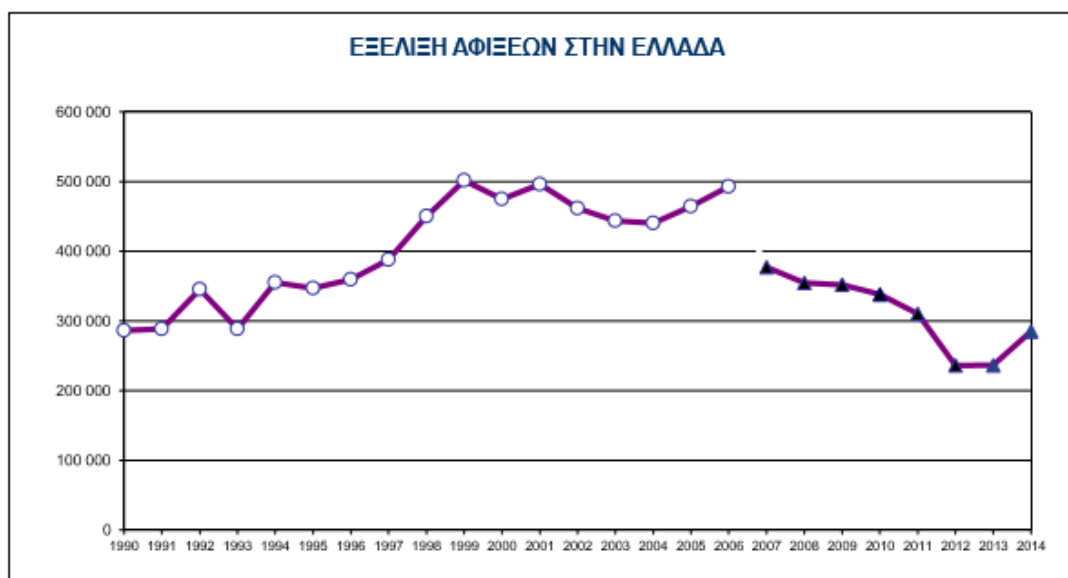
Το μερίδιο των αυστριακών τουριστών ως προς το σύνολο των τουριστών στην Ελλάδα, σημειώνει πτώση σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, όπως φαίνεται στο παρακάτω γράφημα. Συγκεκριμένα το 2014 μόλις το 1,29% των αφίξεων στην Ελλάδα ήταν Αυστριακοί .



Γράφημα 8: Μερίδιο Αφίξεων Αυστριακών στο Σύνολο Αφίξεων στην Ελλάδα

Η συνολική τουριστική δαπάνη των Αυστριακών εξερχόμενων τουριστών το 2014 ανέρχεται στα 10,800 εκατ. δολ., ενώ η συνολική δαπάνη των Αυστριακών στην Ελλάδα για την ίδια χρονιά ήταν 245,4 εκατ. €. Η δαπάνη των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα αποτελεί το 1,9 % του συνόλου των δαπανών εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία του 2014.

5.2 Διαχρονική Εξέλιξη αφίξεων αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα



Σημείωση:

Τα στοιχεία για τις αφίξεις προέρχονται από την ΕΛΣΤΑΤ, αλλά βασίζονται σε διαφορετικά συστήματα υπολογισμού

- Περίοδος 1990-2006: καταγράφονται οι αφίξεις αλλοδαπών από την ΕΣΥΕ
- Περίοδος 2007-2014: υπολογίζονται οι αφίξεις μη μόνιμων κατοίκων βάσει της Έρευνας Συνόρων της ΤΤΕ

Γράφημα 9: Εξέλιξη αφίξεων στην Ελλάδα

Λόγω των διαφορετικών μετρήσεων των διαστημάτων 1990-2006 και 2007-2014 παρατηρούνται διαφορές στο πλήθος των αφίξεων. Ως προς την διαχρονική πορεία των αφίξεων, παρατηρείται αυξητική τάση αφίξεων έως το 2006, οιαφίξεις φαίνεται να μειώνονται ως το 2012, ενώ στο διάστημα που

ακολουθεί έως σήμερα οι αφίξεις αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα έχουν αυξητική τάση.

5.3 Μέση διάρκεια παραμονής Αυστριακών Τουριστών στην Ελλάδα

Μέση διάρκεια παραμονής ανά ταξίδι	
2006	10,8
2007	11,4
2008	11,3
2009	11,2
2010	10,4
2011	10,7
2012	10,0
2013	10,2
2014	10,1

Πίνακας 4: Μέση διάρκεια παραμονής Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα ανά ταξίδι

Η μέση διάρκεια παραμονής ανά ταξίδι των Αυστριακών τουριστών παραμένει σταθερή με μικρές διακυμάνσεις για τα έτη 2006-2014 και ανέρχεται στις 10 μέρες.

5.4 Εποχικότητα αφίξεων Αυστριακών Τουριστών στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τον πίνακα των μηνιαίων αφίξεων, παρατηρείται έντονη εποχικότητα των αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα τους καλοκαιρινούς μήνες.

Συγκεκριμένα για το 2015 το μεγαλύτερο ποσοστό αφίξεων παρατηρούνται το διάστημα Απρίλιος-Οκτώβριος με τις περισσότερες τους μήνες Ιούνιος, Ιούλιος, Αύγουστος, Σεπτέμβριος.

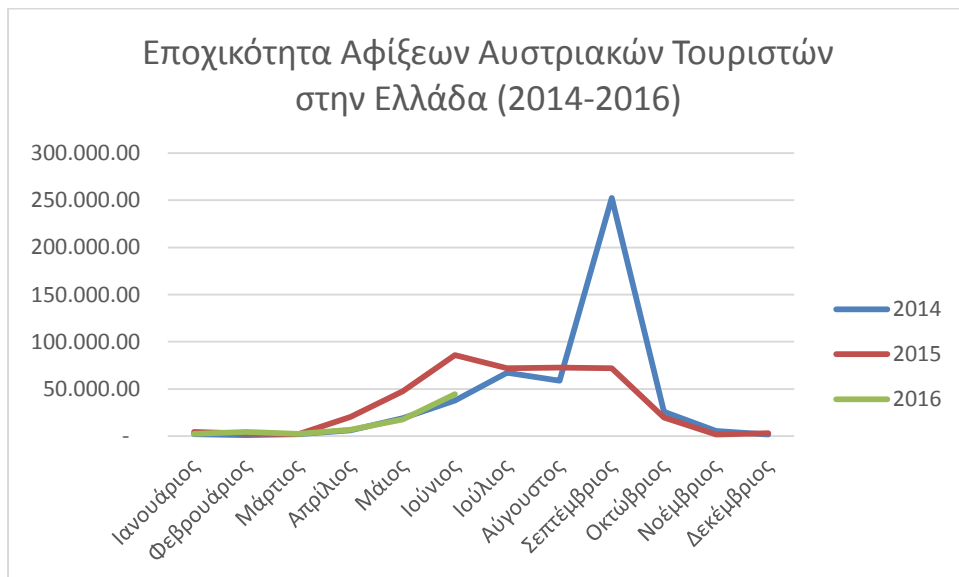
Μηνιαίες αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα (2014-2016)					
	2014	2015	Μεταβολή 2014-15	2016	Μεταβολή 2015-16
Ιανουάριος	2,193.78	4,319.82	0.97	2,581.36	-0.40
Φεβρουάριος	1,172.46	2,760.10	1.35	4,469.34	0.62
Μάρτιος	1,968.24	2,221.28	0.13	2,284.94	0.03
Απρίλιος	6,081.53	20,507.69	2.37	6,814.39	-0.67
Μάιος	18,992.83	47,680.58	1.51	17,612.03	-0.63
Ιούνιος	37,842.04	85,738.41	1.27	44,423.52	-0.48
Ιούλιος	67,207.81	71,975.72	0.07		
Αύγουστος	58,574.50	72,641.32	0.24		
Σεπτέμβριος	252,320.94	71,994.47	-0.71		
Οκτώβριος	25,763.01	19,657.30	-0.24		
Νοέμβριος	5,444.47	1,876.01	-0.66		
Δεκέμβριος	1,603.35	3,239.31	1.02		

Πίνακας 5: Μηνιαίες αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα (2014-2016)



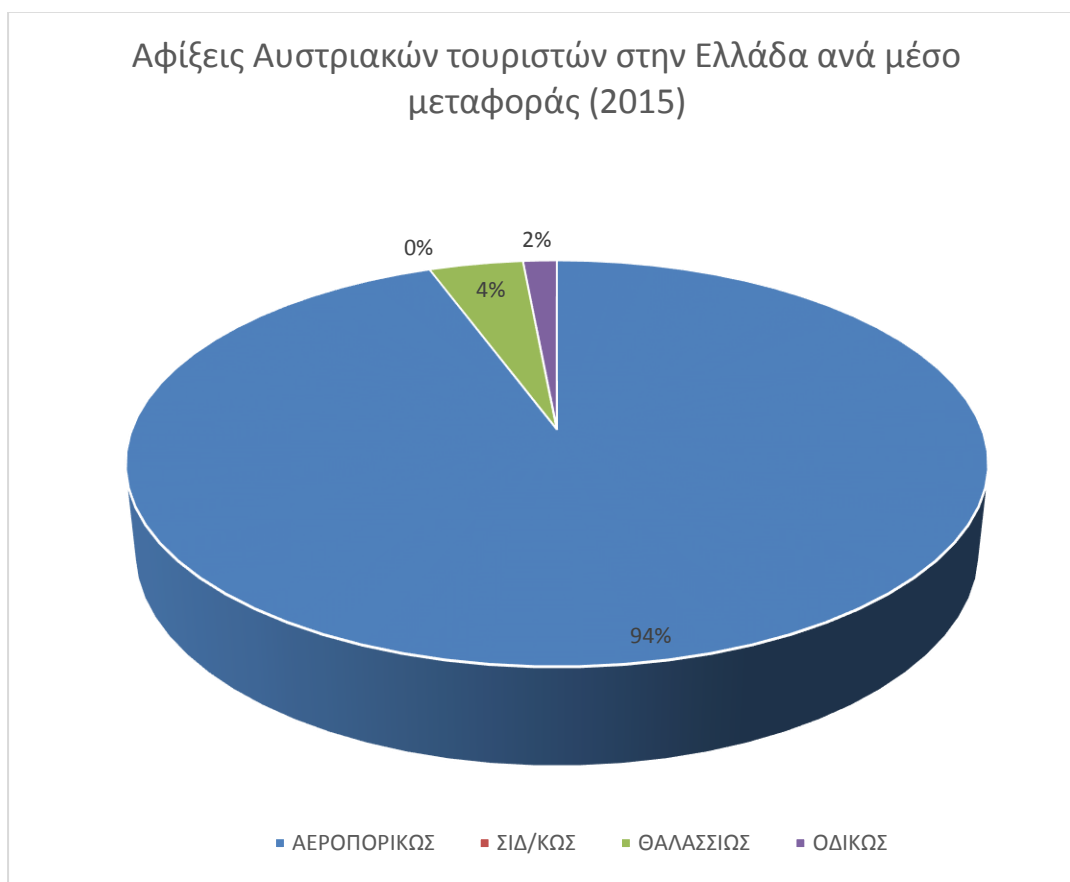
Γράφημα 10: Αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα (2015)

Από την εποχικότητα τους καλοκαιρινούς μήνες σε συνδυασμό με τη μέση διάρκεια παραμονής που διατηρείται διαχρονικά πάνω από 10 μέρες, φαίνεται ότι για τους αυστριακούς η Ελλάδα αποτελεί προορισμό διακοπών.



Γράφημα 11: Εποχικότητα Αφίξεων Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

5.5 Μεταφορικό μέσο άφιξης Αυστριακών Τουριστών στην Ελλάδα

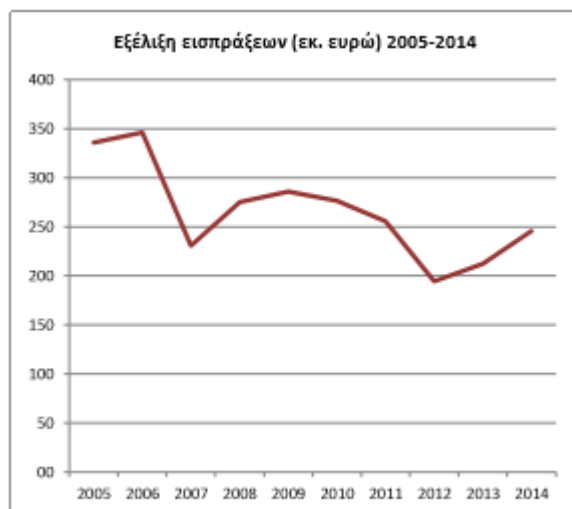


Γράφημα 12: Αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα ανά μέσο μεταφοράς. Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος

Σύμφωνα με στοιχεία μέτρησης του 2015, οι αφίξεις των αυστριακών τουριστών γίνονται κυρίως αεροπορικώς. Συγκεκριμένα για το 2015 παρατηρήθηκαν 308.692 αφίξεις αεροπορικώς (94,366% των συνολικών αφίξεων), 3 με τρένο (0,001% των συνολικών αφίξεων) , 13.562 με πλοίο (4,146% των συνολικών αφίξεων) και 4,865 οδικώς (1,487% των συνολικών αφίξεων).

Για το 2016 τα διαθέσιμα στοιχεία για το διάστημα Ιανουάριος- Ιούνιος δείχνουν ότι η αναλογία αφίξεων ανά μέσο μεταφοράς κατά προσέγγιση ακολουθεί τα προηγούμενα έτη με 74.411 αφίξεις αεροπορικώς, 2.848 με πλοίο, 927 οδικώς. (Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος)

5.6 Τουριστική Δαπάνη Αυστριακών Τουριστών στην Ελλάδα



Πηγή στοιχείων: ΤτΕ

Γράφημα 13: Τουριστική Δαπάνη Αυστριακών Τουριστών στην Ελλάδα (2005-2014)

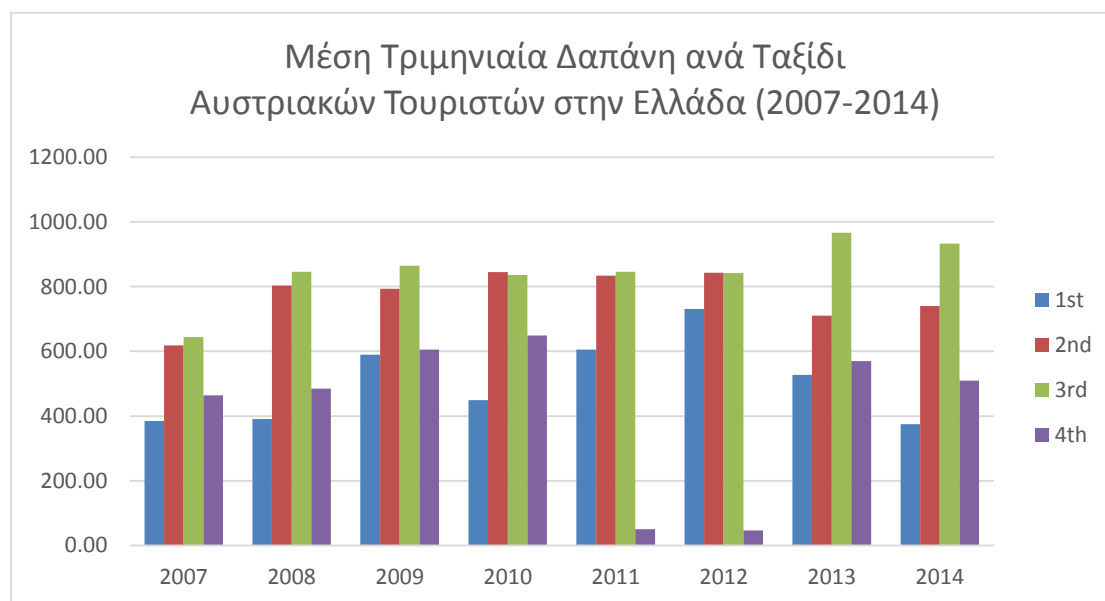
Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι ακολουθεί ανοδική τάση. Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος για τα έτη 2005-2014 της συνολική δαπάνη των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα σε ετήσια βάση, φαίνεται να έχει αυξητική τάση ανάλογη των αφίξεων από το 2012 και μετά.

Ετήσιες Εισπράξεις από Αυστριακούς τουρίστες (εκατ. €)	
2005	335.7
2006	346
2007	230.7
2008	275.1
2009	285.6
2010	276.2
2011	255.4
2012	194.5
2013	212.3
2014	245.4

Πίνακας 6: Ετήσιες Εισπράξεις από Αυστριακούς τουρίστες

Συγκεκριμένα για το 2014 οι συνολικές εισπράξεις από Αυστριακούς τουρίστες στην Ελλάδα ανήλθε στα 245.4 εκατ. €.

Συγκεκριμένα, όπως φαίνεται στο γράφημα που ακολουθεί, η μέση δαπάνη των Αυστριακών τουριστών παρουσιάζει εποχική συμπεριφορά κατά τη διάρκεια του έτους. Παρατηρούμε ότι η δαπάνη είναι μεγαλύτερη στις αφίξεις που πραγματοποιούνται κατά το 2^ο και 3^ο τρίμηνο του έτους.



Γράφημα 14: Μέση τριμηνιαία Δαπάνη ανά ταξίδι Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα (2007-2014)

Ενδεικτικά για το έτος 2014 η μέση δαπάνη των Αυστριακών τουριστών για το 1^ο τρίμηνο του έτους ανήλθε σε 374.92 , για το 2^ο τρίμηνο σε 739.92, για το 3^ο σε 932.80 ενώ για το 4^ο σε 508.97.

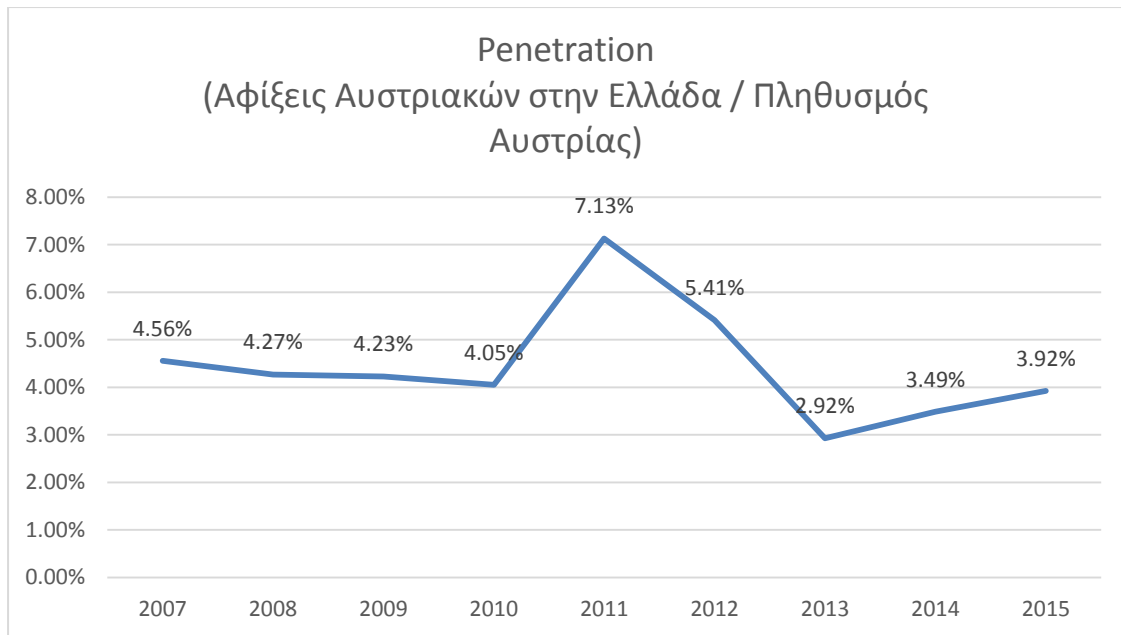
5.7 Διείσδυση Ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον Αυστριακό Πληθυσμό (penetration)

Ο όρος διείσδυση στον πληθυσμό μια χώρας, αποτυπώνει το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον πληθυσμό κάθε χώρας και ισούται με το λόγο των εξερχόμενων τουριστών από κάθε χώρα, που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό τους, προς τον πληθυσμό της χώρας από την οποία προέρχονται

Διείσδυση Ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον Αυστριακό Πληθυσμό			
	Ετήσιες Αφίξεις Αυστριακών στην Ελλάδα	Πληθυσμός της Αυστρίας	Penetration
2007	377,341	8,282,984	4.56%
2008	354,748	8,307,989	4.27%
2009	352,223	8,335,003	4.23%
2010	338,367	8,351,643	4.05%
2011	597,418	8,375,164	7.13%
2012	455,017	8,408,121	5.41%
2013	247,177	8,451,860	2.92%
2014	296,548	8,506,889	3.49%
2015	336,424	8,576,261	3.92%

Πίνακας 7: Διείσδυση Ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον Αυστριακό Πληθυσμό (2007-2015)

Η διείσδυση στον πληθυσμό της χώρας προέλευσης, δηλαδή το μερίδιο αγοράς στον πληθυσμό μιας χώρας, στη συγκεκριμένη περίπτωση οι αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα προς τον πληθυσμό της Αυστρίας, φαίνεται να είναι ικανοποιητική σε σχέση με τη διείσδυση στον πληθυσμό άλλων χωρών. Ανά 1.000 Αυστριακούς 45 ήρθαν στην Ελλάδα το 2007, 71 ήταν το 2011 που παρατηρήθηκε αύξηση αφίξεων από την Αυστρία στην Ελλάδα, ενώ 39 στους 1000 Αυστριακούς ήρθαν στην Ελλάδα το 2015.



Γράφημα 15: Penetration- Διείσδυση Ελληνικού τουριστικού προϊόντος στον Αυστριακό Πληθυσμό

Συγκρίνοντας τις αφίξεις Γερμανών και Αυστριακών, παρατηρούμε ότι οι αφίξεις των Γερμανών είναι πολύ περισσότερες από αυτές των Αυστριακών. Ενδεικτικά, το 2015 ήρθαν στην Ελλάδα 2.810.350 Γερμανοί, ενώ οι Αυστριακοί επισκέπτες ήταν 327.123. Παρόλα αυτά η διείσδυση στον πληθυσμό της Αυστρίας (3,92%) είναι μεγαλύτερη από αυτή της Γερμανίας (3,48%).

5.8 Μερίδιο Αγοράς της Ελλάδας ως Τουριστικός Προορισμός στον Αυστριακό Εξερχόμενο Τουρισμό

Παρατηρείται ότι οι αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα έχουν μειωθεί τα τελευταία χρόνια, παρόλα αυτά παρουσιάζουν ξανά αυξητικές τάσεις. Συγκεκριμένα ο αριθμός των αφίξεων Αυστριακών τουριστών το 2007 ήταν 377.341 ενώ το 2014 μόλις 296.548. Αντιθέτως ο αριθμός των Αυστριακών που ταξίδεψαν το διάστημα 2007-2014 παρέμεινε σχετικά σταθερός με μικρές αυξομειώσεις.

	Ετήσιος Εξερχόμενος Αυστριακός Τουρισμός	Ετήσιες Αφίξεις Αυστριακών στην Ελλάδα	Μερίδιο Αγοράς Ελλάδας στον Εξερχόμενο Αυστριακό Τουρισμό
2007	9,876,000	377,341	3.82%
2008	9,677,000	354,748	3.67%
2009	10,121,000	352,223	3.48%
2010	9,882,000	338,367	3.42%
2011	9,874,000	597,418	6.05%
2012	10,960,000	455,017	4.15%
2013	10,671,000	247,177	2.32%
2014	10,994,000	296,548	2.70%

Πίνακας 8: Μερίδιο Αγοράς Ελλάδας στον Εξερχόμενο Αυστριακό Τουρισμό (2007-2014)

Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό της Αυστρίας ισούται με το ποσοστό των εξερχόμενων τουριστών από την Αυστρία, που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό τους. Το μερίδιο αυτό μειώθηκε τα τελευταία χρόνια όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα. Συγκεκριμένα για το 2007 ήταν περίπου 3,82% δηλαδή ανά 1000 Αυστριακούς τουρίστες οι 38 διάλεξαν την Ελλάδα σαν προορισμό τους, τα επόμενα χρόνια αυτό το μερίδιο αγοράς παρουσίασε μικρές αυξομειώσεις. Το 2011 αυξήθηκε φτάνοντας το 6,05% . Αξίζει να σημειωθεί ότι την ίδια χρονιά δεν παρατηρείται αύξηση στα συνολικά ταξίδια των Αυστριακών, αντιθέτως από το 2009 έως το 2011 ο

εξερχόμενος Αυστριακός τουρισμός παρουσιάζει πτώση. Συνεπώς φαίνεται μια αλλαγή στις προτιμήσεις των Αυστριακών που ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού. Το ποσοστό Αυστριακών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα αυξάνεται. Παρόλα αυτά, το ποσοστό αυτό από 2012 και μετά παρουσιάζει πτώση παρά την αύξηση που παρατηρείται στο συνολικό εξερχόμενο τουρισμό της Αυστρίας. Αυτό σημαίνει ότι ενώ περισσότεροι Αυστριακοί ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, λιγότεροι επισκέπτονται την Ελλάδα. Το μερίδιο της Ελλάδας στον εξερχόμενο Αυστριακό τουρισμό έφτασε το 2014 στο 2,7%, δηλαδή ανά 1.000 Αυστριακούς τουρίστες 27 επέλεξαν την Ελλάδα για προορισμό. Αυτή η αλλαγή μπορεί να αποδοθεί στο ασταθές οικονομικο-πολιτικό κλίμα της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια.

Συγκεντρωτικά, για το διάστημα 2007-2014, τα ταξίδια των Αυστριακών σε χώρες του εξωτερικού αυξήθηκαν κατά 11%, ενώ η προτίμηση τως Ελλάδας από αυτούς σε αυτό το διάστημα μειώθηκε κατά 21%.

6 Κεφάλαιο 6° : Στατιστική Ανάλυση Χρονοσειρών

Χρονοσειρά ονομάζουμε τη σειρά των τιμών που λαμβάνει μια μεταβλητή σε διαδοχικές χρονικές περιόδους. Ο χρόνος που μεσολαβεί μεταξύ δύο διαδοχικών παρατηρήσεων στις περισσότερες περιπτώσεις είναι σταθερής διάρκειας. Σκοποί της διαχρονικής ανάλυσης μιας μεταβλητής είναι η περιγραφή της μέχρι τώρα διαχρονικής εξέλιξής της, καθώς και η πρόβλεψη της μελλοντικής συμπεριφοράς της.

Είναι λοιπόν μια οικογένεια τυχαίων μεταβλητών $X_t, t \in T$, όπου T είναι χρονική περίοδος ή υποσύνολο του χώρου και X_t είναι η παρατήρηση στο χρόνο t . Αν το T είναι συνεχές τότε η χρονοσειρά λέγεται συνεχής ενώ αν το T είναι διακριτό τότε η χρονοσειρά λέγεται διακριτή. Οι χρονοσειρές που μας ενδιαφέρουν στην παρούσα μελέτη είναι οι διακριτές.

6.1 Οι Συνιστώσες της Χρονοσειράς

Η στατιστική ανάλυση των χρονοσειρών αποβλέπει στην ποσοτική μέτρηση και το διαχωρισμό των συνιστωσών που την αποτελούν. Για τη μελέτη της χρονοσειράς, ο διαχωρισμός των συνιστωσών είναι απαραίτητος καθώς κάποιες πρέπει να αφαιρεθούν ή να μελετηθούν ξεχωριστά.

- Η αφαίρεση της τάσης είναι απαραίτητη όταν πρέπει να μελετηθεί η συμπεριφορά της χρονοσειράς χωρίς αυτήν.
- Η κυκλική συνιστώσα έχει ιδιαίτερη σημασία ειδικά όταν πρόκειται για οικονομική δραστηριότητα και συνηθίζεται να μελετάται ανεξάρτητα.
- Η αφαίρεση της εποχικότητας διευκολύνει τη σύγκριση τιμών μια χρονοσειράς (πχ. μηνιαίων παρατηρήσεων).

Η μελέτη των συνιστωσών συμβάλλει στη μελέτη του παρελθόντος της χρονοσειράς και στην πρόβλεψη τη συμπεριφοράς της και τα μεγέθη αυτά όπως θα διαμορφωθούν στο μέλλον.

Τα βήματα που ακολουθούνται στην ανάλυση μια χρονοσειράς και τη λήψη πρόβλεψης είναι τα παρακάτω:

- Εξασφάλιση της στατικότητας της σειράς, δηλαδή ότι η χρονοσειρά έχει σταθερή συμπεριφορά
- Έλεγχος της περιοδικότητας
- Εύρεση κατάλληλου μοντέλου που προσαρμόζεται στα δεδομένα
- Εκτίμηση των αγνώστων παραμέτρων του μοντέλου
- Χρήση του μοντέλου για πρόβλεψη

6.2 Χρονικό πλαίσιο της πρόβλεψης

Το μήκος του διαστήματος μεταξύ της χρονικής στιγμής κατά την οποία γίνεται η πρόβλεψη και της χρονικής στιγμής στην οποία αναφέρεται η πρόβλεψη ονομάζεται χρονικό πλαίσιο της πρόβλεψης (time frame). Όσο μεγαλώνει το χρονικό πλαίσιο τόσο δυσκολότερη γίνεται η λήψη μιας πρόβλεψης ως προς την ακρίβεια της προβλεπτικής ικανότητας.

Με βάση το μήκος τους, τα χρονικά πλαίσια μπορούν να είναι: άμεσα (immediate) με μήκος μικρότερο από ένα μήνα, βραχυπρόθεσμα (short-term) με μήκος 1-3 μήνες, μεσοπρόθεσμα (medium-term) με μήκος 3 μηνών έως 2 έτη, και μακροπρόθεσμα (long-term) με μήκος άνω των 2 ετών.

Οι μέθοδοι πρόβλεψης μέσω χρονοσειρών είναι περισσότερο αποτελεσματικές όταν το περιβάλλον παραμένει σταθερό, καθώς βασίζονται στην υπόθεση ότι το μέλλον θα μοιάζει με το παρελθόν, γι' αυτό το λόγο χρησιμοποιούνται συνήθως για βραχυπρόθεσμες προβλέψεις.

6.3 Η προσέγγιση Box-Jenkins

Η προσέγγιση των Box-Jenkins στην ανάλυση χρονοσειρών είναι μια μέθοδος εύρεσης ενός υποδείγματος ARIMA που να παριστάνει ικανοποιητικά τη στοχαστική διαδικασία από την οποία προήλθαν τα δεδομένα, δηλαδή το δείγμα.

Η Box-Jenkins ARIMA (Auto-Regressive Integrated Moving Average) τεχνική δίνει μορφή υποδείγματος στην πιο γενική μορφή σε μια διακριτή χρονοσειρά, ως συνάρτηση αυτοπαλινδρομούμενων όρων, κινούμενου μέσου και μιας σταθεράς. Περιλαμβάνει συγχρόνως στο εκτιμώμενο μοντέλο ένα τύπο εποχικού και ένα μη εποχικού παράγοντα και η γενική του μορφή συμβολίζεται ως

$$ARIMA(p,d,q)(P,D,Q)s ,$$

Όπου:

p: η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του μη εποχικού παράγοντα

d: η τάξη προς τα πίσω διαφορών του μη εποχικού παράγοντα

q: η τάξη κινούμενου μέσου του μη εποχικού παράγοντα

P: η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του εποχικού παράγοντα

D: η τάξη των προς τα πίσω διαφορών του εποχικού παράγοντα

Q: η τάξη κινούμενου μέσου του εποχικού παράγοντα

s: η εποχικότητα της χρονοσειράς

6.4 Το Υπόδειγμα ARIMA(p,d,q)

Τα μοντέλα ARIMA συνδυάζουν τις ιδιότητες τριών διαφορετικών υπο-μοντέλων (υπο-συστημάτων):

- Αυτοπαλινδρόμησης (autoregression)
- Ολοκλήρωσης (integration)
- Εξομάλυνσης με μετακινούμενο μέσο (moving average)

παριστάνονται με 3 συντελεστές, που ο καθένας τους περιγράφει τα υπο-μοντέλα που αναφέρθηκαν.

Συγκεκριμένα, οι τρεις μορφές των παραμέτρων αυτού του υποδείγματος είναι:

- παράμετρος αυτοπαλινδρόμησης (AR): οι p παράμετροι του αυτοπαλίνδρομου υποδείγματος, ή τάξη αυτοπαλινδρόμησης του μη εποχικού παράγοντα
- βαθμός διαφορικού μετασχηματισμού (I): ο αριθμός d των διαφορών που απαιτούνται για να γίνει η σειρά στάσιμη ή η τάξη προς τα πίσω διαφορών του μη εποχικού παράγοντα (στάσιμες διαδικασίες χαρακτηρίζονται στις οποίες ότι ο μέσος, η διακύμανση και οι αυτοδιακυμάνσεις δεν εξαρτώνται από το χρόνο, δηλαδή ο μέσος και η διακύμανση παραμένουν σταθεροί)
- τάξη μετακινούμενου μέσου (MA): οι q παράμετροι του υποδείγματος κινητού μέσου ή η τάξη κινούμενου μέσου του μη εποχικού παράγοντα

Μια ARIMA(p,d,q) διαδικασία μπορεί να διατυπωθεί με τρεις διαφορετικούς τρόπους και να πάρει τρεις διαφορετικές μορφές:

- Ως συνάρτηση των παρελθουσών τιμών της και των τιμών του διαταρακτικού όρου, τρέχουσας και παρελθουσών. Η μορφή αυτή είναι γνωστή ως εξίσωση διαφοράς (difference equation form).
- Ως συνάρτηση των παρελθουσών τιμών της και της τρέχουσας τιμής του διαταρακτικού όρου. Η μορφή αυτή είναι γνωστή ως η αντίστροφη μορφή (inverted form).

- Ως συνάρτηση μόνο των τιμών του διαταρακτικού, τρέχουσας και παρελθουσών. Η μορφή αυτή είναι γνωστή ως τυχαία διαταραχή (random shock form).

6.5 Εποχικό υπόδειγμα SARIMA

Τα εποχικά υποδείγματα ARIMA (seasonal ARIMA models ή SARIMA models), είναι μια άλλη κατηγορία των υποδειγμάτων ARIMA. Το εποχικό μέρος ενός υποδείγματος ARIMA έχει την ίδια δομή με αυτή του μη-εποχικού υποδείγματος, δηλαδή μπορεί να έχει έναν παράγοντα AR, έναν παράγοντα MA και μια τάξη διαφορών.

Ένα εποχικό ARIMA υπόδειγμα ορίζεται σαν ένα υπόδειγμα $ARIMA(p,d,q) \times (P,D,Q)$, όπου:

- P είναι ο αριθμός των εποχικών αυτοπαλίνδρομων όρων (SAR)
- D είναι ο αριθμός των εποχικών διαφορών
- Q είναι ο αριθμός των εποχικών όρων κινητού μέσου (SMA)

Για να εξακριβωθεί ένα εποχικό υπόδειγμα, το πρώτο βήμα είναι να καθορίσουμε αν είναι απαραίτητη ή όχι μια εποχική διαφορά μαζί με μια μη-εποχική διαφορά ή μπορεί και αντί αυτής. Εάν το εποχικό υπόδειγμα είναι δυνατό και σταθερό με το χρόνο, (για παράδειγμα ψηλά το καλοκαίρι και χαμηλά το χειμώνα), τότε πιθανόν να πρέπει να χρησιμοποιηθεί μια εποχική διαφορά ανεξάρτητα με το αν χρησιμοποιηθεί μια μη-εποχική διαφορά.

6.6 Τα στάδια της μεθόδου Box-Jenkins

Η μέθοδος αυτή περιλαμβάνει τρία στάδια, την ταυτοποίηση (identification), την εκτίμηση (estimation), και το διαγνωστικό έλεγχο (diagnostic checking).

1^ο Στάδιο: Ταυτοποίηση

Στο στάδιο αυτό:

- Επιλέγουμε ένα δοκιμαστικό μοντέλο ικανό να μας δείξει αν υπάρχουν βασικά χαρακτηριστικά στη χρονοσειρά, όπως τάση και εποχικότητα.
- Γίνεται απεικόνιση της ίδιας της μεταβλητής της χρονοσειράς, όπως επίσης και απεικόνιση των συναρτήσεων συσχέτισης (Correlation Functions) (Αυτοσυσχέτισης (Autocorrelation, ACF) και μερικής(partial) αυτοσυσχέτισης).
- Καθορίζονται οι τιμές των p, d, q , δηλαδή καθορίζεται ο αριθμός d των διαφορών που απαιτούνται για να μετατραπεί η σειρά σε στάσιμη αν δεν είναι. Προσδιορίζεται στη συνέχεια η τάξη του υποδείγματος ARIMA, δηλαδή καθορίζεται η τάξη p της αυτοπαλίνδρομης διαδικασίας και η τάξη q της διαδικασίας κινητού μέσου. Ο προσδιορισμός τους βασίζεται στις δειγματικές απλές και μερικές αυτοσυσχετίσεις.

Αν μια μεταβλητή χαρακτηρίζεται από τάση, ο μέσος και ίσως και η διακύμανσή της θα μεταβάλλονται με το χρόνο, πράγμα που σημαίνει ότι η σειρά δεν είναι στάσιμη. Σε αυτή την περίπτωση θα χρησιμοποιήσουμε τις πρώτες ή τις δεύτερες ή κ.τ.λ. διαφορές για να μετατραπεί η σειρά σε στάσιμη. Με τη μέθοδο των διαφορών επιδιώκουμε να εξαλείψουμε την τάση που υπάρχει σε μια χρονοσειρά σχηματίζοντας μια νέα χρονοσειρά από τις διαφορές μεταξύ διαδοχικών όρων. Έτσι, όταν η τάση είναι γραμμική, η χρονοσειρά που παράγεται έχει μηδενική τάση. Όταν η τάση είναι πολυωνυμική, η διαδικασία των διαφορών μεταξύ διαδοχικών όρων επαναλαμβάνεται μέχρι να εξαλειφθεί η τάση πλήρως.

2^ο Στάδιο: Εκτίμηση

Γίνεται εκτίμηση των παραμέτρων του μοντέλου ύστερα από την προσαρμογή του στα δεδομένα. Ελέγχεται η σημαντικότητα των παραμέτρων, προβλέπεται το μέρος της χρονοσειράς που χρησιμοποιείται γι' αυτό το σκοπό και γίνεται αποδοχή ή απόρριψη του μοντέλου.

3ο Στάδιο: Διαγνωστικός έλεγχος

Στο στάδιο αυτό ελέγχεται το πόσο καλά ταιριάζει το υπόδειγμα με τα δεδομένα, καθώς μπορεί κάποιο άλλο υπόδειγμα ARIMA να προσαρμόζεται καλύτερα.

Εφαρμόζονται στατιστικοί έλεγχοι για τη σημαντικότητα των παραμέτρων και τη συμπεριφορά των καταλοίπων και την τάξη του υποδείγματος.

Περιλαμβάνει τις διαδικασίες:

- υπολογισμού διαστημάτων εμπιστοσύνης στις διαδικασίες πρόβλεψης
- τον υπολογισμό του τυπικού σφάλματος και άλλων στατιστικών μεγεθών με σκοπό την ποσοτική εκτίμηση της σημαντικότητας των συντελεστών του μοντέλου
- τον έλεγχο της κανονικότητας των υπόλοιπων (residuals)

6.7 Επιλογή κατάλληλου υποδείγματος

Για την επιλογή του κατάλληλου υποδείγματος υπάρχουν κάποια κριτήρια που χρησιμοποιούνται. Παρατηρούμε ότι αν αυξήσουμε την τάξη του υποδείγματος προσθέτοντας υστερήσεις είτε για το αυτοπαλίνδρομο τμήμα είτε για το τμήμα κινητού μέσου, θα μειώνεται το άθροισμα των τετραγώνων των καταλοίπων, αλλά ταυτόχρονα θα μειώνονται και οι βαθμοί ελευθερίας αφού εκτιμώνται περισσότερες παράμετροι. Ένα από τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται είναι το κριτήριο πληροφοριών Akaike (Akaike Information Criterion) ή αλλιώς AIC.

6.8 Αξιολόγηση υποδείγματος

Για την αξιολόγηση της προβλεπτικής ικανότητας του υποδείγματος, υπάρχουν διάφορα κριτήρια. Τα κυριότερα από αυτά είναι:

Ρίζα του μέσου τετραγώνου του σφάλματος (Root Mean Square Error)

Μέσο απόλυτο σφάλμα (Mean Absolute Error)

Μέσο απόλυτο ποσοστιαίο σφάλμα (Mean Absolute Percentage Error)

Οι δείκτες αυτοί χρησιμοποιούνται για να εξεταστεί κατά πόσο αξιόπιστα περιγράφεται η εξέλιξη της χρονοσειράς από τις διάφορες τεχνικές πρόβλεψης. Όσο μικρότερες είναι οι τιμές των παραπάνω δεικτών τόσο καλύτερη θεωρείται η πρόβλεψη.

6.9 Έλεγχος των καταλοίπων

Επειδή η διαδικασία πρόβλεψης ποτέ δεν απομακρύνει τελείως τον κίνδυνο, κρίνεται αναγκαίο στη διαδικασία για τη λήψη της πρόβλεψης να λαμβάνεται υπόψη η αβεβαιότητα που περικλείει η πρόβλεψη. Η πραγματική τιμή μια μεταβλητής εννοιολογικά συνδέεται με την πρόβλεψη σύμφωνα με τον παρακάτω τύπο:

$$\text{Πραγματική τιμή} = \text{Τιμή πρόβλεψης} + \text{Σφάλμα πρόβλεψης}$$

Αν το εκτιμώμενο υπόδειγμα είναι το πιο κατάλληλο για τα δεδομένα που έχουμε, τότε τα κατάλοιπα θα πρέπει να μην αυτοσυσχετίζονται. Η μελέτη των αυτοσυσχετίσεων των καταλοίπων μπορεί να δείξει ότι υπάρχει ανεπαρκής προσαρμογή του υποδείγματος, όπως επίσης μπορεί να δείξει και τη μορφή των αναγκαίων τροποποιήσεων που πρέπει να πραγματοποιήσουμε έτσι ώστε το υπόδειγμα να είναι το κατάλληλο.

6.10 Έλεγχος της τάξης του υποδείγματος

Αυτός ο έλεγχος γίνεται με μια διαδικασία που ονομάζεται υπερπροσαρμογή (overfitting). Σύμφωνα με αυτή τη διαδικασία ο έλεγχος της καταλληλότητας του εκτιμημένου υποδείγματος γίνεται συγκρίνοντάς το με ένα άλλο υπόδειγμα μεγαλύτερης τάξης. Αν το εκτιμημένο υπόδειγμα είναι τελικά το καταλληλότερο για τα δεδομένα που έχουμε, θα πρέπει οι επιπλέον συντελεστές στα μεγαλύτερα υποδείγματα να μην είναι στατιστικά διαφορετικοί από το μηδέν.

Αν αυτοί οι συντελεστές δεν είναι μηδέν, τότε θα υπάρχει κάποιο άλλο υπόδειγμα που να είναι πιο κατάλληλο για τα δεδομένα μας, απ' ότι το εκτιμημένο

6.11 Εγκυρότητα πρόβλεψης

Για να είναι έγκυρη η πρόβλεψη πρέπει να πληρούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις:

- Το διάστημα λήψης δεδομένων να είναι παρόμοιο με το διάστημα πρόβλεψης, δηλαδή να μη διαφέρουν οι συνθήκες που επηρεάζουν τις τιμές της μεταβλητής. Ειδικότερα τα πιο παλιά δεδομένα που θα χρησιμοποιηθούν πρέπει να είναι σε συνθήκες παρόμοιες με το διάστημα για το οποίο θα γίνει η πρόβλεψη.
- Η πρόβλεψη πρέπει να είναι πεπερασμένη σε πλήθος στοιχείων, καθώς όσο απομακρυνόμαστε από την τελευταία παρατήρηση αυξάνεται η αβεβαιότητα και το προβλεπόμενο διάστημα εμπιστοσύνης μεγαλώνει. Συνήθως η πρόβλεψη για να θεωρείται έγκυρη αντιστοιχεί σε μέγεθος στο 10% του μεγέθους του δείγματος δεδομένων.
- Τα δεδομένα πρέπει να είναι επαρκή σε πλήθος. Αν το δείγμα δεδομένων είναι πολύ μικρό αμφισβητείται η εγκυρότητα της πρόβλεψης.
- Τα δεδομένα πρέπει να είναι συμβατά μεταξύ τους
- Το μοντέλο πρέπει να είναι κατάλληλο για τα δεδομένα και να δίνει προβλέψεις κοντινές στις πραγματικές τιμές. Η εγκυρότητα εξασφαλίζεται μέσω ελαχιστοποίησης του σφάλματος, μέσω ελέγχων των αποκλίσεων των προβλέψεων με πραγματικές τιμές για διαστήματα που υπάρχουν γνωστά δεδομένα.

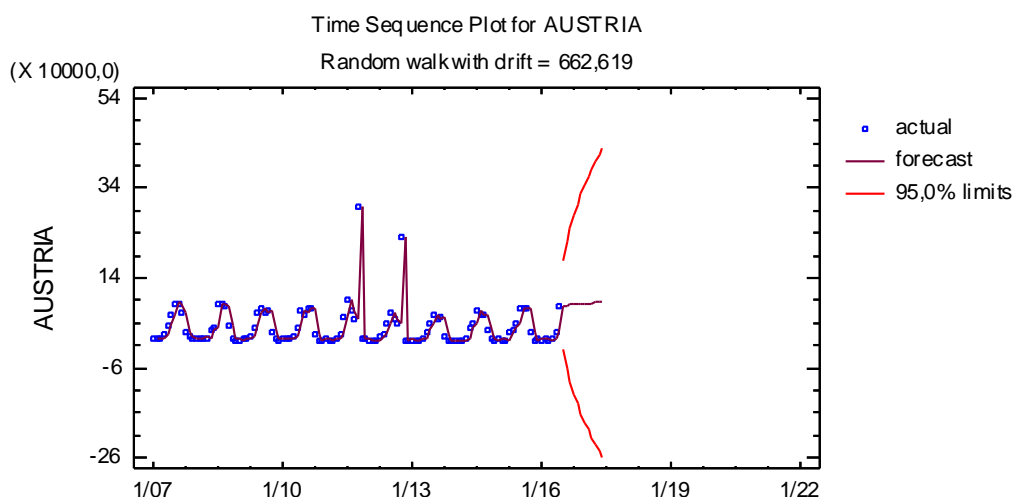
7 Κεφάλαιο 7ο : Προβλέψεις

7.1 Πρόβλεψη αφίξεων Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα για το διάστημα Ιούλιος 2016-Ιούνιος 2017

Θα πάρουμε μηνιαίες προβλέψεις Αυστριακών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα. Το διάστημα πρόβλεψης είναι από τον Ιούλιο του 2016 έως τον Ιούνιο του 2017. Τα στοιχεία που θα χρησιμοποιηθούν είναι μηνιαίες αναχωρήσεις από την Αυστρία με προορισμό την Ελλάδα για το διάστημα Ιανουάριος 2007-Ιούνιος 2016, από την Τράπεζα της Ελλάδος. Ο αριθμός των παρατηρήσεων είναι 114, είναι μηνιαίες και ξεκινούν από τον Ιανουάριο του 2007.

7.1.1 Διαγνωστικά και Επιλογή μοντέλου πρόβλεψης

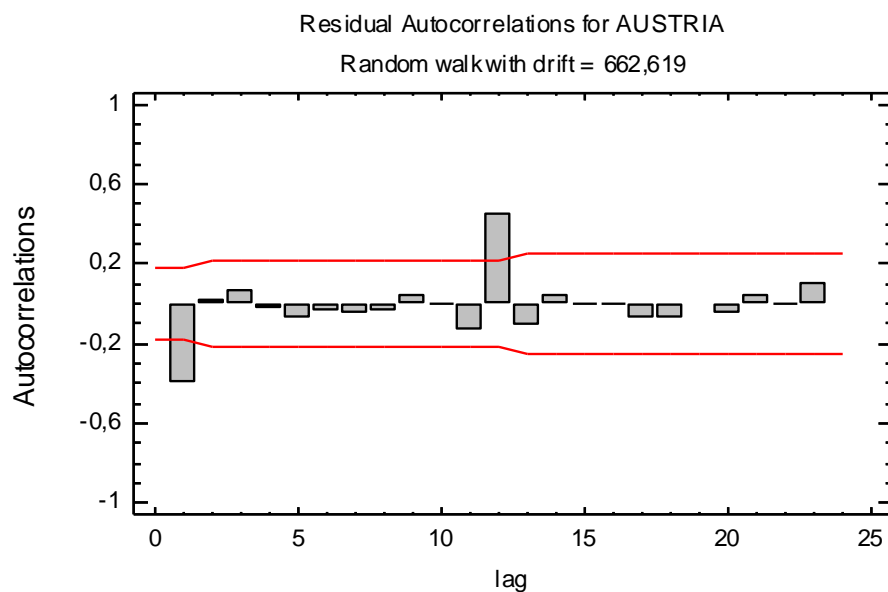
Έχουμε 114 παρατηρήσεις – μηνιαίες αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα. Σκοπός είναι η εύρεση κατάλληλου μοντέλου έτσι ώστε να γίνει πρόβλεψη αφίξεων 12 μηνών για τα έτη 2016-2017.



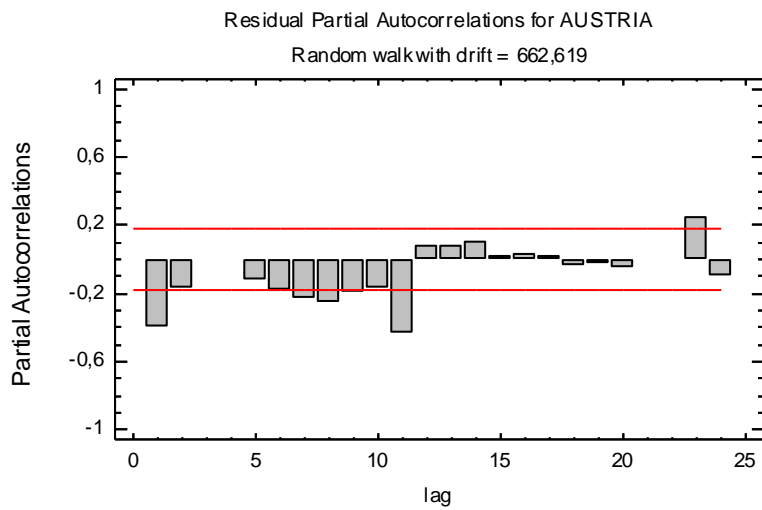
Γράφημα 16: Γράφημα Χρονοσειράς Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

Όπως φαίνεται στο διάγραμμα της χρονοσειράς, οι αφίξεις των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα, δεν παρουσιάζουν διαχρονικά κάποια ανοδική ή καθοδική τάση. Το πλήθος των ταξιδιών προς την Ελλάδα παραμένει διαχρονικά σχετικά σταθερό. Επίσης, παρατηρείται η ύπαρξη εποχικότητας, δηλαδή επαναληψιμότητας των διακυμάνσεων.

Στα γραφήματα Residual Autocorrelations for Austria και Residual Partial Autocorrelations for Austria πριν τη δήλωση της εποχικότητας υπάρχουν αρκετές μπάρες εκτός χοάνης.

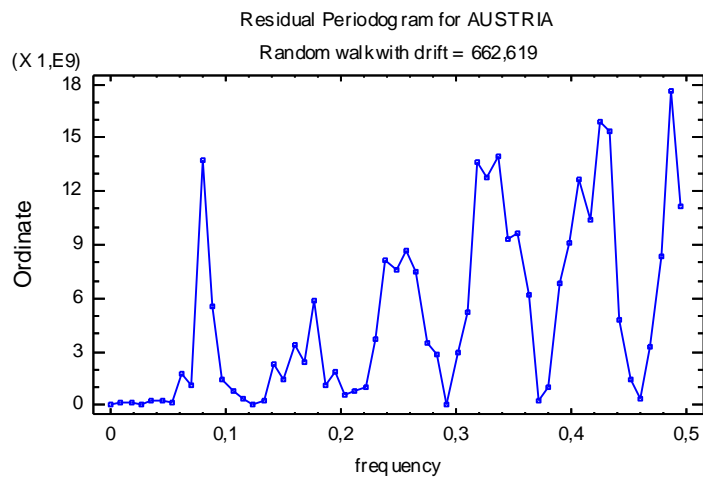


Γράφημα 17: Αυτοσυσχετίσεις της χρονοσειράς Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα



Γράφημα 18: Μερικές Αυτοσυσχετίσεις της χρονοσειράς Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

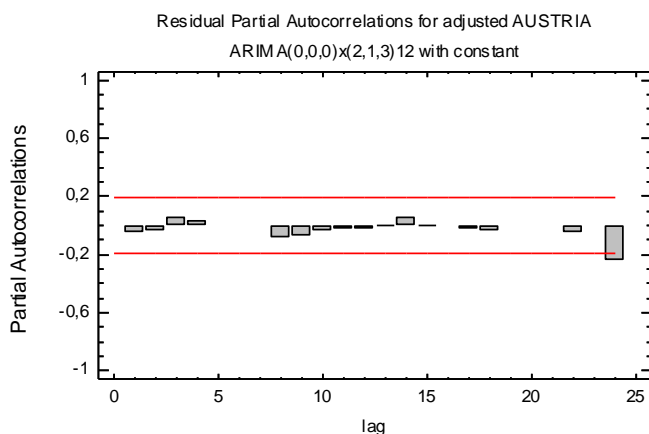
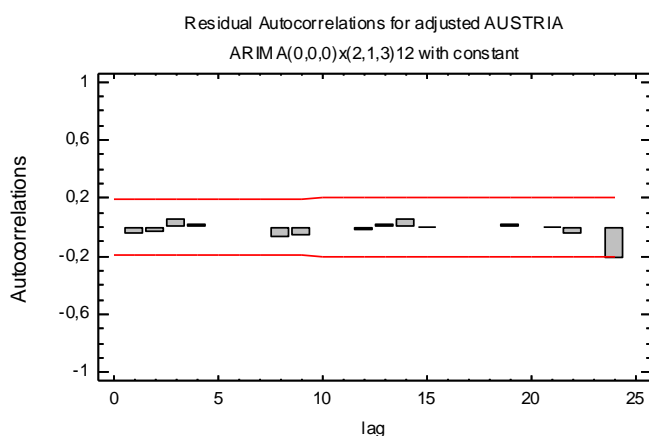
Οι μπάρες που προεξέχουν στο γράφημα ACF είναι 2 ενώ το στο PACF προεξέχουν 6. Το γεγονός αυτό καθορίζει το μέγιστο βαθμό των τάξεων των συντελεστών MA, SMA και AR, SAR, που μπορούν να είναι έως 2 και 6 αντίστοιχα, στο μοντέλο ARIMA που θα χρησιμοποιηθεί για την πρόβλεψη.



Γράφημα 19: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

Σύμφωνα με το γράφημα Residual Periodogram for Austria και τον τύπο $\chi=1/S$ προκύπτει από το πρώτο peak της πρώτης περιόδου ότι το S (η εποχικότητα) είναι περίπου ίσο με 12 ($S=1/0,0792$). Όπου 0,0792 η τετμημένη της πρώτης μεγάλης κορυφής κοντά στην πρώτη περίοδο.

Μετά τη δήλωση εποχικότητας τα γραφήματα έχουν την εξής μορφή :



Γράφημα 20: Αυτοσυσχετίσεις και Μερικές Αυτοσυσχετίσεις μετά τη δήλωση εποχικότητας

Δηλώνοντας εποχικότητα, παρατηρούμε στα διαγράμματα “Residual Autocorrelations for adjusted Austria” και “Residual Partial Autocorrelations for

adjusted Austria” ότι προσαρμόζονται οι μπάρες μέσα στη «χοάνη» με μόνο μία να εξέχει και στα δύο γραφήματα.

Αφού έχουμε πάρει πρώτης τάξεως εποχικές διαφορές για την εξάλειψη της εποχικότητας, τα μοντέλα που θα εξεταστούν είναι τα παρακάτω:

(A) ARIMA(0,0,0)x(2,1,3)₁₂ με σταθερά

(B) Winter's exp. smoothing with alpha = 0,0554, beta = 0,0225, gamma = 0,1421

(C) Brown's quadratic exp. smoothing with alpha = 0,0151

(D) Holt's linear exp. smoothing with alpha = 0,069 and beta = 0,0544

(E) Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,0058

Μοντέλα	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE
(A)	22627,7	8386,48	49,1483	466,149	-7,60891
(B)	34674,7	15457,0	138,516	-3116,37	-128,442
(C)	43138,2	29256,0	464,746	2677,53	-424,711
(D)	43920,7	31117,2	540,46	-2364,27	-505,869
(E)	42342,5	29529,3	483,224	-1315,12	-449,932

Πίνακας 9: Σύγκριση προτεινόμενων μοντέλων

Το μοντέλο που προκρίνεται είναι το (A) ARIMA(0,0,0)x(2,1,3)₁₂ με σταθερά, έχοντας την μικρότερη τιμή RMSE (ρίζα του μέσου τετραγωνικού σφάλματος) και MAE (μέσο απόλυτο σφάλμα), όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα. Στη συνέχεια θα εξεταστούν τα μοντέλα ως προς 5 ελέγχους καταλοίπων. Το αποτέλεσμα τους καθορίζει κατά πόσο είναι κατάλληλο ένα μοντέλο για τα δεδομένα.

Οι έλεγχοι που γίνονται είναι οι εξής:

- RUNS = Έλεγχος ροών πάνω και κάτω
- RUNM = Έλεγχος ροών πάνω και κάτω από τη διάμεσο
- AUTO = Box-Pierce έλεγχος για αυτοσυσχέτιση
- MEAN = Έλεγχος διαφοράς μέσου στο 1^ο και 2^ο μισό
- VAR = Έλεγχος διαφοράς διασποράς στο 1^ο και 2^ο μισό

Model	RMSE	RUNS	RUNM	AUTO	MEAN	VAR
(A)	22627,7	OK	OK	OK	OK	OK
(B)	34674,7	OK	**	OK	OK	***
(C)	43138,2	***	***	***	OK	***
(D)	43920,7	***	***	***	OK	***
(E)	42342,5	***	***	***	OK	***

Πίνακας 10: Διαγνωστικοί Έλεγχοι καταλοίπων

Εξετάζοντας τη συμπεριφορά των καταλοίπων παρατηρούμε ότι το μοντέλο (A) $ARIMA(0,0,0)\times(2,1,3)_{12}$ με σταθερά, που προκρίθηκε έχει 5OK στους πέντε ελέγχους καταλοίπων. Τα 5OK δείχνουν ότι το μοντέλο που έχει επιλεγεί είναι κατάλληλο για να χρησιμοποιηθεί για πρόβλεψη, βάσει των δεδομένων που έχουμε. Στη συνέχεια θα ελεγχθεί η σημαντικότητα των συντελεστών του προκρινόμενου μοντέλου πρόβλεψης. Οι συντελεστές με p-value μικρότερο από 0,10 είναι στατιστικά σημαντικοί, διάφοροι του μηδενός, σε βαθμό εμπιστοσύνης 90%.

Parameter	Estimate	Std. Error	t	P-value
SAR(1)	0,361218	0,117258	3,08055	0,002696
SAR(2)	-0,288689	0,112356	-2,56941	0,011726
SMA(1)	0,722191	0,0674309	10,7101	0,000000
SMA(2)	0,889556	0,0563926	15,7743	0,000000
SMA(3)	-0,73935	0,0620339	-11,9185	0,000000
Mean	-604,882	843,588	-0,717036	0,475093
Constant	-561,011			

Πίνακας 11: Έλεγχος παραμέτρων $ARIMA(0,0,0)\times(2,1,3)_{12}$ with constant.

Παρατηρείται ότι όλες οι παράμετροι στο P-value είναι μικρότερες του 0,10 άρα οι συντελεστές SMA και SAR είναι στατιστικά σημαντικοί.

Το μοντέλο που γίνεται αποδεκτό και έχει μικρότερο μέσο τετραγωνικό σφάλμα RMSE (22627,7) για να μπορούμε να προσδιορίσουμε το διάστημα εμπιστοσύνης της πρόβλεψης, MAPE(49,1483), P-value <0,10 και με σωστή

συμπεριφορά ως προς τα σφάλματα (5 OK) είναι το ARIMA(0,0,0)x(2,1,3)¹² with constant.

7.1.2 Πρόβλεψη αφίξεων Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

Το μοντέλο που επιλέχθηκε είναι το ARIMA(0,0,0)x(2,1,3)¹² with constant. Αυτό πρακτικά για την πρόβλεψη των αφίξεων των Αυστριακών στην Ελλάδα, για παράδειγμα τον Ιούλιο του 2016, εξαρτάται από την τιμή των αφίξεων τον Μάιο του 2015, τον Ιούνιο του 2015 και την εκτίμηση του σφάλματος τον Απρίλιο του 2015, το Μάιο του 2015 και τον Ιούνιο του 2015.

Οι προβλέψεις που δίνει το μοντέλο ARIMA(0,0,0)x(2,1,3)¹² με σταθερά και το αντίστοιχο διάστημα εμπιστοσύνης παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

	Πρόβλεψη	Διάστημα Εμπιστοσύνης 90%	
Μήνες	Κεντρική τιμή	Κάτω όριο	Άνω όριο
7/16	79.443	30.970	127.917
8/16	69.800	21.327	118.273
9/16	63.291	14.818	111.764
10/16	74.527	26.054	123.000
11/16	1.213	0	49.686
12/16	1.534	0	50.007
1/17	0	0	47.067
2/17	335	0	48.808
3/17	0	0	48.417
4/17	0	0	48.362
5/17	17.385	0	65.858
6/17	63.099	14.626	111.572

Πίνακας 12: Πρόβλεψη Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα με τη χρήση του ARIMA(0,0,0)x(2,1,3)¹² με σταθερά

Παρατηρείται αύξηση των αφίξεων των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα για το διάστημα Ιούλιος 2016 - Ιούνιος 2017 σε σχέση με το διάστημα Ιούλιος 2015 - Ιούνιος 2016. Συνολικά οι αφίξεις για το διάστημα πρόβλεψης είναι 370.630 ενώ για το ίδιο διάστημα την προηγούμενη χρονιά ήταν συνολικά 353.330. Συνεπώς για το διάστημα Ιούλιος 2016 - Ιούνιος 2017 προβλέπεται αύξηση των αφίξεων των Αυστριακών τουριστών κατά 4,9% σε σχέση με το ίδιο διάστημα του προηγούμενου έτους.

Πίνακας 13: Σύγκριση των προβλέψεων με τις αφίξεις της προηγούμενης χρονιάς

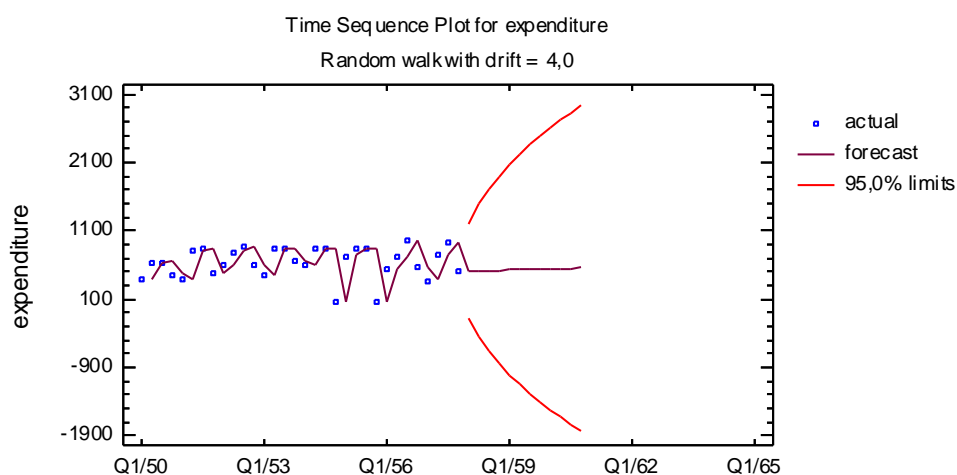
Μήνες	07/2015- 06/2016	07/2016- 06/2017
Ιούλιος	71.976	79.444
Αύγουστος	72.641	69.800
Σεπτέμβριος	71.994	63.291
Οκτώβριος	19.657	74.527
Νοέμβριος	1.876	1.213
Δεκέμβριος	3.239	1.535
Ιανουάριος	2.581	0
Φεβρουάριος	4.469	336
Μάρτιος	2.285	0
Απρίλιος	6.814	0
Μάιος	17.612	17.385
Ιούνιος	78.186	63.099

Συγκρίνοντας τις μηνιαίες προβλέψεις που έδωσε το προτεινόμενο μοντέλο με τις αφίξεις που πραγματοποιήθηκαν το ίδιο διάστημα της προηγούμενης χρονιάς, παρατηρούμε αύξηση των αφίξεων τους μήνες Ιούλιο 2016 και Οκτώβριο 2016. Για τους υπόλοιπους μήνες παρατηρείται μείωση των αφίξεων. Συνολικά για το προβλεπόμενο διάστημα σημειώνεται αύξηση των αφίξεων των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα της τάξεως του 4,9%.

7.2 Μέση τριμηνιαία δαπάνη ανά ταξίδι Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

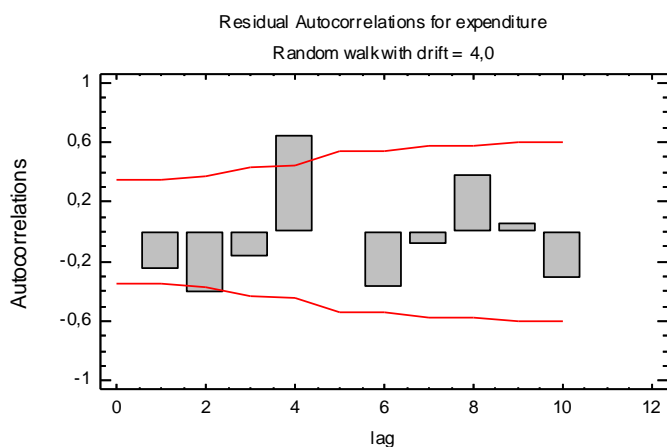
7.2.1 Διαγνωστικά και Επιλογή μοντέλου πρόβλεψης

Έχουμε 32 παρατηρήσεις – μέση τριμηνιαία δαπάνη ανά ταξίδι Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα(συνολικά έσοδα από αυστριακούς τουρίστες στην Ελλάδα προς τις αφίξεις των Αυστριακών το ίδιο χρονικό διάστημα). Σκοπός είναι η εύρεση κατάλληλου μοντέλου έτσι ώστε να γίνει πρόβλεψη μέσης τριμηνιαίας δαπάνης ανά ταξίδι για τα έτη 2015, 2016, 2017. Παρατηρείται η έλλειψη εποχικότητας δηλαδή δεν υπάρχει επαναληψιμότητα των διακυμάνσεων.

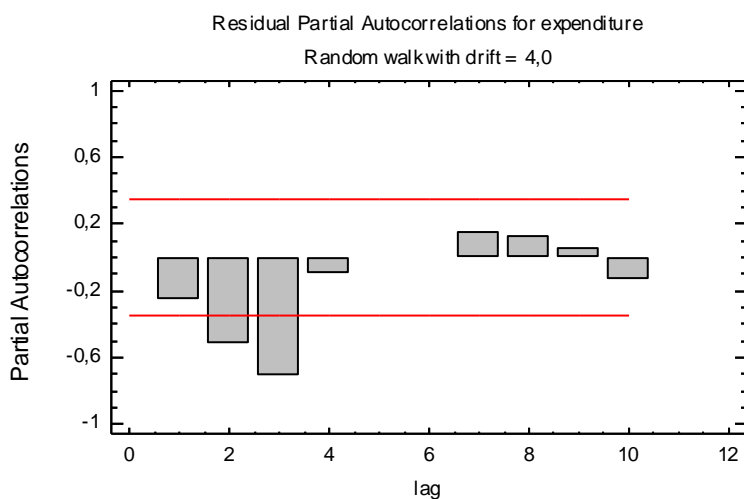


Γράφημα 21: Χρονοσειρά μέσης δαπάνης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

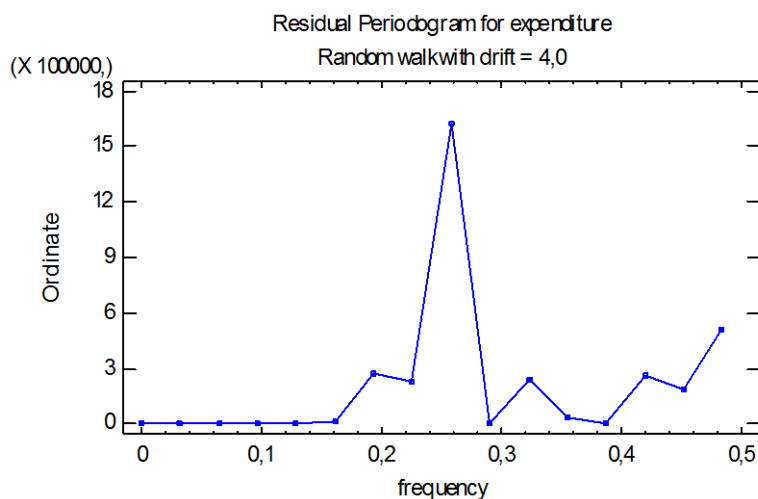
Στα γραφήματα Residual Autocorrelations for expenditure και Residual Partial Autocorrelations for expenditure υπάρχουν αρκετές μπάρες εκτός χοάνης.



Γράφημα 22: Αυτοσυσχετίσεις της χρονοσειράς μέσης δαπάνης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα



Γράφημα 23: Μερικές Αυτοσυσχετίσεις της χρονοσειράς μέσης δαπάνης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα



Γράφημα 24: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς μέσης δαπάνης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

Όπως αναφέρθηκε στην ενότητα 5.6, σύμφωνα με το γράφημα 14, η μέση δαπάνη των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα παρουσιάζει εποχική συμπεριφορά κατά τη διάρκεια του έτους. Παρατηρούμε ότι η δαπάνη είναι μεγαλύτερη στις αφίξεις που πραγματοποιούνται κατά το 3^ο τρίμηνο του έτους.

Τα μοντέλα που θα εξεταστούν είναι τα παρακάτω:

- (A) ARIMA(0,0,0)χ(0,1,3)₄ with constant
- (B) Brown's quadratic exp. smoothing with alpha = 0,0111
- (C) Holt's linear exp. smoothing with alpha = 0,1457 and beta = 0,0843
- (D) Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,0181
- (E) Simple exponential smoothing with alpha = 0,0345

Model	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE
(A)	118,961	81,9609	49,014	9,44186	-35,7175
(B)	156,567	108,659	61,168	-8,41732	-45,7339
(C)	164,621	116,298	67,1407	-2,50491	-49,4544
(D)	156,008	108,321	61,4286	-9,74208	-46,2069
(E)	234,644	185,21	97,5495	30,7082	-71,6402

Πίνακας 14: Σύγκριση προτεινόμενων μοντέλων

Οι έλεγχοι που γίνονται είναι οι εξής:

- RUNS = Έλεγχος ροών πάνω και κάτω
- RUNM = Έλεγχος ροών πάνω και κάτω από τη διάμεσο
- AUTO = Box-Pierce έλεγχος για αυτοσυσχέτιση
- MEAN = Έλεγχος διαφοράς μέσου στο 1^ο και 2^ο μισό
- VAR = Έλεγχος διαφοράς διασποράς στο 1^ο και 2^ο μισό

Model	RMSE	RUNS	RUNM	AUTO	MEAN	VAR
(A)	118,961	OK	OK	OK	OK	OK
(B)	156,567	OK	OK	OK	OK	OK
(C)	164,621	OK	OK	OK	OK	*
(D)	156,008	OK	OK	OK	OK	OK
(E)	234,644	OK	OK	***	OK	OK

Πίνακας 15: Διαγνωστικοί Έλεγχοι καταλοίπων

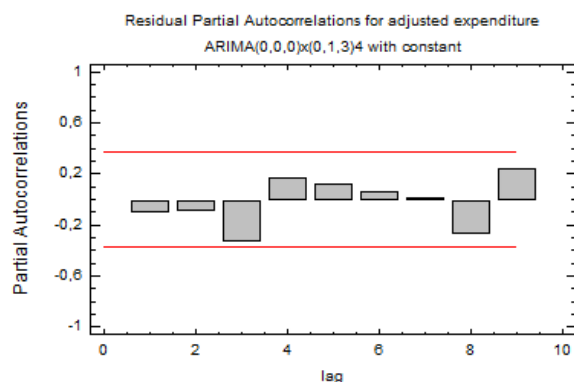
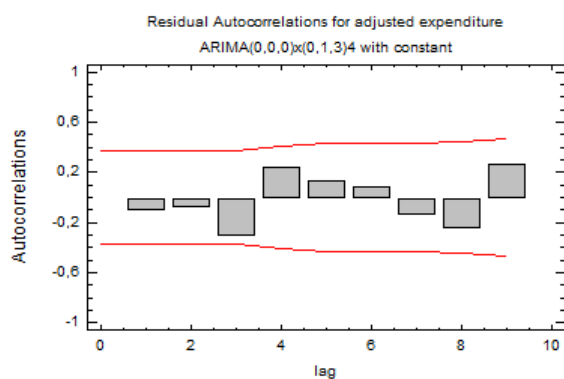
Εξετάζοντας τη συμπεριφορά των καταλοίπων παρατηρούμε ότι το μοντέλο (A) ARIMA(0,0,0)x(0,1,3)₄ με σταθερά, που προκρίθηκε έχει 5OK στους πέντε ελέγχους καταλοίπων. Τα 5OK δείχνουν ότι το μοντέλο που έχει επιλεγεί είναι κατάλληλο για να χρησιμοποιηθεί για πρόβλεψη, βάσει των δεδομένων που έχουμε. Στη συνέχεια θα ελεγχθεί η σημαντικότητα των συντελεστών του προκρινόμενου μοντέλου πρόβλεψης. Οι συντελεστές με p-value μικρότερο από 0,10 είναι στατιστικά σημαντικοί, διάφοροι του μηδενός, σε βαθμό εμπιστοσύνης 90%.

Parameter	Estimate	Std. Error	t	P-value
SMA(1)	0,703151	0,118819	5,91784	0,000004
SMA(2)	0,829798	0,107796	7,69784	0,000000
SMA(3)	-0,672302	0,106976	-6,2846	0,000002
Mean	5,70549	9,19684	0,620375	0,540858
Constant	5,70549			

Πίνακας 16: Έλεγχος παραμέτρων ARIMA(0,0,0)x(0,1,3)₄ with constant.

Παρατηρείται ότι όλες οι παράμετροι στο P-value είναι μικρότερες του 0,10, άρα οι συντελεστές SMA είναι στατιστικά σημαντικοί.

Το μοντέλο που γίνεται αποδεκτό και έχει μικρότερο μέσο τετραγωνικό σφάλμα RMSE (118,961) για να μπορούμε να προσδιορίσουμε το διάστημα εμπιστοσύνης της πρόβλεψης, MAPE(49,014), και με σωστή συμπεριφορά ως προς τα σφάλματα (5 OK) είναι το ARIMA(0,0,0)x(0,1,3)₄ with constant.



Γράφημα 25: Αυτοσυσχετίσεις και Μερικές Αυτοσυσχετίσεις μετά τον καθορισμό του μοντέλου

Παρατηρούμε ότι μετά την επιλογή του κατάλληλου μοντέλου, στα διαγράμματα “Residual Autocorrelations for expenditure” και “Residual Partial Autocorrelations for expenditure” προσαρμόζονται όλες οι μπάρες μέσα στη «χράνη».

7.2.2 Πρόβλεψη τριμηνιαίων δαπανών ανά ταξίδι Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα για τα έτη 2015-2017

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται η πρόβλεψη των δαπανών ανά ταξίδι που δίνει το μοντέλο with constant για 12 τρίμηνα για τα έτη 2015-2017.

Μήνες	Πρόβλεψη Κεντρική τιμή	Διάστημα Εμπιστοσύνης 90%	
		Κάτω όριο	Άνω όριο
Q1/15	494,852	216,225	773,479
Q2/15	844,291	565,664	1122,92
Q3/15	845,379	566,752	1124,01
Q4/15	442,703	164,076	721,33
Q1/16	608,121	317,477	898,766
Q2/16	811,012	520,368	1101,66
Q3/16	852,583	561,939	1143,23
Q4/16	456,314	165,67	746,958
Q1/17	557,326	230,945	883,707
Q2/17	818,327	491,946	1144,71
Q3/17	898,559	572,178	1224,94
Q4/17	432,549	106,168	758,93

Πίνακας 17: Πρόβλεψη μέσης δαπάνης Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα με τη χρήση του $ARIMA(0,0,0) \times (0,1,3)_4$ με σταθερά

Παρατηρούμενη τριμηνιαία δαπάνη		Προβλεπόμενη τριμηνιαία δαπάνη	
Q1/12	731,13	Q1/15	494,852
Q2/12	842,73	Q2/15	844,291
Q3/12	841,63	Q3/15	845,379
Q4/12	46,95	Q4/15	442,703
Q1/13	527,37	Q1/16	608,121
Q2/13	710,28	Q2/16	811,012
Q3/13	965,96	Q3/16	852,583
Q4/13	570,23	Q4/16	456,314
Q1/14	374,92	Q1/17	557,326
Q2/14	739,92	Q2/17	818,327
Q3/14	932,8	Q3/17	898,559
Q4/14	508,97	Q4/17	432,549

Πίνακας 18: Παρατηρούμενη και προβλεπόμενη τριμηνιαία δαπάνη Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η ετήσια ποσοστιαία μεταβολή της δαπάνης των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα. Τα στοιχεία των ετών 2012,2013,2014 είναι παρατηρήσεις ενώ τα στοιχεία των ετών 2015, 2016, 2017 είναι προβλέψεις που υπολογίσθηκαν με τη χρήση του προκριθέντος μοντέλου.

Έτος	Μέση Ετήσια δαπάνη	Ετήσια ποσοστιαία μεταβολή
2012	2.462,44	
2013	2.773,84	12.65%
2014	2.556,61	-7.83%
2015	2.181,825	-14.66%
2016	2.728,030	25.03%
2017	2.706,761	-0.78%

Πίνακας 19: Ποσοστιαία μεταβολή της μέσης ετήσιας δαπάνης των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα

Συμπεραίνουμε ότι η ετήσια δαπάνη των Αυστριακών τουριστών παρουσιάζει μικρή μείωση. Συγκεκριμένα το 2015 παρουσιάζει μείωση κατά 14,66% σε σχέση με τη μέση δαπάνη του προηγούμενου έτους, το 2016 παρουσιάζει αύξηση κατά 25,03%, ενώ το 2017 μείωση κατά 0,78%.

8 Κεφάλαιο 8^ο : Συμπεράσματα

Ανάμεσα στην Ελλάδα και την Αυστρία υπάρχουν μακροχρόνιοι ιστορικοί δεσμοί. Η νεοελληνική γλώσσα και ο πολιτισμός ενισχύθηκε σημαντικά από την ελληνορθόδοξη κοινότητα της Βιέννης, που εξελίχθηκε σε ένα ακμάζον κέντρο ελληνικής διασποράς κατά τα τέλη του 18ου αιώνα. Ο ελληνικός πολιτισμός και οι αξίες του συνέβαλαν στη διαμόρφωση της πολιτιστικής ζωής της Μοναρχίας των Αψβούργων το 19ο αιώνα. Οι φιλικές σχέσεις μεταξύ Ελλάδας και Αυστρίας δεν περιορίζονται μόνο μεταξύ των ηγετών ή των πολιτικών φορέων ευθύνης, αλλά και σε προσωπικούς δεσμούς που αναπτύσσονται από τα πολυάριθμα ταξίδια που πραγματοποιούν οι πολίτες και στις δύο χώρες. Η Ελλάδα με τους πολιτιστικούς θησαυρούς, την ποικιλομορφία, τα εντυπωσιακά τοπία της, τις δυνατότητες αναψυχής και αθλητισμού γίνεται συχνά επιλογή των Αυστριακών για προορισμό διακοπών. Εξίσου σημαντικοί παράγοντες είναι η φιλοξενία, η ανθρώπινη ζεστασιά, αλλά και οι προσιτές τιμές.

Η Ελλάδα βρίσκεται στους πρώτους πέντε προορισμούς των αυστριακών τουριστών. Συγκεκριμένα, το 2014, βρίσκεται στην 5η θέση μετά τη Γερμανία, Ιταλία, Κροατία και Ισπανία. Διαχρονικά, παρατηρείται αύξηση των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με τον μεγαλύτερο διοργανωτή ταξιδιών της Αυστρίας TUI, η Ελλάδα αποτελεί τον δημοφιλέστερο τουριστικό προορισμό των Αυστριακών για το 2016, ενώ παράλληλα ελαττώνεται η ζήτηση για διακοπές σε Τουρκία, Τυνησία και Αίγυπτο, λόγω πολιτικών τρομοκρατικών επιθέσεων και προσφυγικής κρίσης.

Εξετάζοντας το προφίλ των Αυστριακών τουριστών, παρατηρούμε ότι είναι πειθαρχημένοι με τους κανόνες, αθλητικοί, εκτιμούν το καλό φαγητό, ξοδεύουν αρκετά χρήματα στις διακοπές τους, προτιμούν τις παραλίες με άμμο χωρίς μελτέμια και επιλέγουν ξενοδοχεία με δραστηριότητες για τα παιδιά τους. Επισκέπτονται αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία και είναι οι τουρίστες που αν περάσουν καλά σε έναν προορισμό τον επισκέπτονται

αρκετές φορές. Γι' αυτό το λόγο αποτελούν τους καλύτερους σταθερούς πελάτες της Ελλάδας.

Οι διακοπές στο εξωτερικό γίνονται ολοένα και πιο σημαντικές για τους Αυστριακούς. Ο όγκος των ταξιδιών στο εξωτερικό αυξήθηκε περισσότερο από πέντε φορές τις τελευταίες 4 δεκαετίες (από 1.09 εκατομμύρια σε 5.92 εκατομμύρια). Το 1987, τουλάχιστον μία στις τρεις κυρίως διακοπές ήταν για ήλιο και θάλασσα, αλλά τα τελευταία χρόνια οι Αυστριακοί φαίνεται να επιλέγουν active διακοπές με δραστηριότητες. Συγκεκριμένα το καλοκαίρι του 2014, ο κύριος λόγος για τον οποίο ταξίδευσαν οι Αυστριακοί ήταν για να αναβιώσουν παλιότερες εμπειρίες (με ποσοστό 21.1% των συνολικών ταξιδιών τους καλοκαιρινούς μήνες). Το δεύτερο πιο σημαντικό κίνητρο είναι οι διακοπές κοντά σε θάλασσα και οι διακοπές για κολύμπι με ποσοστό 18.6%, το οποίο έχει χάσει τη σημασία του από το 2006 κατά 4.6%. Ακολουθούν οι "active holidays" με 17.6% , οι διακοπές με σκοπό την επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς, με ποσοστό 16.9% και οι διακοπές με σκοπό την κουλτούρα ,την επίσκεψη ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων με ποσοστό 16%.

Ως προς την διαχρονική πορεία των αφίξεων, παρατηρείται αυξητική τάση αφίξεων έως το 2006, οιαφίξεις φαίνεται να μειώνονται ως το 2012, ενώ στο διάστημα που ακολουθεί έως σήμερα οι αφίξεις αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα έχουν αυξητική τάση.

Ο γενικός διευθυντής της TUI Austria Holding, Ντιρκ Λούκας, δήλωσε ότι η Ελλάδα είναι ο θερινός προορισμός με τις περισσότερες κρατήσεις για το 2016 και κινείται σε επίπεδα του περασμένου έτους, ενώ παρατηρείται μία διαφορετική εξέλιξη ως προς συγκεκριμένες περιοχές. Συγκεκριμένα, τα παραδοσιακά νησιά διακοπών Κρήτη, Κέρκυρα αλλά και Κάρπαθος, Μύκονος και Σαντορίνη, παρουσιάζουν αύξηση σχετικά με πέρυσι, ενώ γίνονται κρατήσεις και σε νησιά του ανατολικού Αιγαίου, Λέσβος και Κως, που οι τουρίστες ανησυχούν για τους πρόσφυγες.

Διαχρονικά, η μέση δαπάνη των Αυστριακών ανά ταξίδι, ακολουθεί ανοδική τάση. Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος για τα έτη 2005-2014 της συνολική δαπάνη των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα σε ετήσια

βάση, φαίνεται να έχει αυξητική τάση ανάλογη των αφίξεων από το 2012 και μετά. Η συνολική τουριστική δαπάνη των Αυστριακών εξερχόμενων τουριστών το 2014 ανέρχεται στα 10,800 εκατ. δολ., ενώ η συνολική δαπάνη των Αυστριακών στην Ελλάδα για την ίδια χρονιά ήταν 245,4 εκατ. €. Η δαπάνη των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα αποτελεί το 1,9 % του συνόλου των δαπανών εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία του 2014.

Η διείσδυση στον πληθυσμό της χώρας προέλευσης, δηλαδή το μερίδιο αγοράς στον πληθυσμό μιας χώρας, στη συγκεκριμένη περίπτωση οι αφίξεις Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα προς τον πληθυσμό της Αυστρίας, φαίνεται να είναι ικανοποιητική σε σχέση με τη διείσδυση στον πληθυσμό άλλων χωρών. Ανά 1.000 Αυστριακούς 39 ήρθαν στην Ελλάδα το 2015. Συγκρίνοντας τις αφίξεις Γερμανών και Αυστριακών, παρατηρούμε ότι οι αφίξεις των Γερμανών είναι πολύ περισσότερες από αυτές των Αυστριακών. Ενδεικτικά, το 2015 ήρθαν στην Ελλάδα 2.810.350 Γερμανοί, ενώ οι Αυστριακοί επισκέπτες ήταν 327.123. Παρόλα αυτά η διείσδυση στον πληθυσμό της Αυστρίας (3,92%) είναι μεγαλύτερη από αυτή της Γερμανίας (3,48%).

Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό της Αυστρίας ισούται με το ποσοστό των εξερχόμενων τουριστών από την Αυστρία, που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό τους. Το μερίδιο αυτό μειώθηκε τα τελευταία χρόνια. Το 2011 παρουσίασε μια αύξηση φτάνοντας το 6,05% .. Παρόλα αυτά, το ποσοστό αυτό από 2012 και μετά παρουσιάζει πτώση παρά την αύξηση που παρατηρείται στο συνολικό εξερχόμενο τουρισμό της Αυστρίας. Αυτό σημαίνει ότι ενώ περισσότεροι Αυστριακοί ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού σε σχέση με προηγούμενες χρονιές, λιγότεροι επισκέπτονται την Ελλάδα. Το μερίδιο της Ελλάδας στον εξερχόμενο Αυστριακό τουρισμό έφτασε το 2014 στο 2,7%, δηλαδή ανά 1.000 Αυστριακούς τουρίστες 27 επέλεξαν την Ελλάδα για προορισμό. Αυτή η αλλαγή μπορεί να αποδοθεί στο ασταθές οικονομικο-πολιτικό κλίμα της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια.

Για το διάστημα Ιούλιος 2016 - Ιούνιος 2017, παρατηρείται αύξηση των αφίξεων των Αυστριακών τουριστών στην Ελλάδα, σε σχέση με το διάστημα Ιούλιος 2015 - Ιούνιος 2016. Συνολικά οι αφίξεις για το διάστημα πρόβλεψης είναι 370.630 ενώ για το ίδιο διάστημα την προηγούμενη χρονιά ήταν συνολικά 353.330. Συνεπώς, για το διάστημα Ιούλιος 2016 - Ιούνιος 2017 προβλέπεται αύξηση των αφίξεων των Αυστριακών τουριστών κατά 4,9% σε σχέση με το ίδιο διάστημα του προηγούμενου έτους.

Οι Αυστριακοί τουρίστες αποτελούν καλή περίπτωση τουριστικής αγοράς, καθώς αναζητούν ένα τουριστικό προϊόν που η Ελλάδα ήδη προσφέρει με επιτυχία στους Γερμανούς, με τους οποίους έχουν ίδιο τουριστικό προφίλ. Συνεπώς η Ελλάδα προσφέρει το τουριστικό προϊόν που μπορεί να ικανοποιήσει τις ανάγκες τους. Καθοριστικό ρόλο στην αύξηση των αφίξεων διαδραματίζει η προβολή της χώρας στην Αυστρία και η διαθεσιμότητα επαρκούς πληροφόρησης. Προς την κατεύθυνση αυτή, κρίνεται απαραίτητη η στοχευμένη προβολή της χώρας, η οποία υποστηρίζεται με εκδηλώσεις και διαφημιστικές εκστρατείες στην Αυστρία. Συγκεκριμένες ενέργειες που υποστηρίζουν την προβολή της χώρας είναι η διαθεσιμότητα υλικού και τουριστικού οδηγού στη γερμανική γλώσσα, η διαφήμιση στα Αυστριακά μέσα και ο εμπλουτισμός των πληροφοριών που παρέχονται από τους αρμόδιους φορείς. Δε θα πρέπει να παραβλέπεται ο σημαντικός ρόλος του διαδικτύου ως μέσο ενημέρωσης, αλλά και ως μέσο κράτησης και διοργάνωσης του ταξιδιού. Η αποτελεσματική χρήση του για διαφήμιση, πληροφόρηση και προβολή των θετικών στοιχείων της χώρας, εστιάζοντας σε αυτά που προκαλούν το ενδιαφέρον των Αυστριακών, όπως οι παραλίες και οι δυνατότητες αναψυχής και αθλητισμού, μπορεί να αποφέρει σημαντικά αποτελέσματα.

Βιβλιογραφία

- Fourkioti Evdokia (2015), eu.greekreporter.com/2014/06/23/greece-top-tourist-destination-for-austrians/
- Heinrich Neisser, Gerhard Loibelsberger, Helmut Strobel «Δημοκρατία της Αυστρίας -Πολιτικό Σύστημα –Ευρωπαϊκή Πολιτική-Κοινωνία-Οικονομία», εκδόσεις Παπαζήση
- Βερέμης Θάνος, Guuther Burkert -Dottolo, Erhard Busek, Gottfried-Karl Kindermann, «Αυστρία και Ελλάδα Ενεργός Πολιτική στα Βαλκάνια» ,εκδόσεις Παπαζήση, επιστημονική επιμέλεια Βαρβαρούσης Πάρις
- Γεωργαντάς Ζ., 1987, Επιστημονικές μελέτες, η προσέγγιση Box-Jenkins στην ανάλυση και πρόβλεψη χρονολογικών σειρών, Κέντρο προγραμματισμού και οικονομικών ερευνών
- Δήμας Αντώνης, «Βιέννη: Αυτοκρατορική, καλλιτεχνική, με ελληνική αύρα...» (2015), www.ethnos.gr/entheta.asp?catid=23526&subid=2&rubid=64143146
- Θαλασσινός Ελευθέριος, 1986, Υποδείγματα χρονολογικών σειρών: Θεωρία, εφαρμογές, Εκδόσεις Σταμούλης
- Θαλασσινός Ελευθέριος, 1991, Ανάλυση χρονολογικών σειρών: μεθοδολογία Box-Jenkins, Εκδόσεις Σταμούλης
- Λαθήρας, Πέτρος (1998, *Πανεπιστήμιο Μακεδονίας Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών*), Τεχνικές και μοντέλα συνολοκλήρωσης στην πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης για την Ελλάδα thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/11153#page/276/mode/2up
- Παπαδάκης Μ., Τσίμπος Κ., Μουρελάτος Α., 1997, Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το λογισμικό Statgraphics, Εκδόσεις Σταμούλης
- Στεργίου Άννα, «Το προφίλ των τουριστών που έρχονται στην Ελλάδα»(2014), etravelnews.gr/to-profil-twn-touristwn-pou-erhontai-stin-ellada/
- Τζωρτζόπουλος Π., 1991, Ανάλυση χρονολογικών σειρών, Τάση-Εποχικότητα, Εκδόσεις Το Οικονομικό
- «71 ξεχωριστά κτίρια Ελλήνων αρχιτεκτόνων»(2012), www.lifo.grhttp://www.lifo.gr/team/omorfia/33816

- European Commission Staff Working Document, Country Report Austria 2015, Brussels 2015
- «Germans and Austrians are Travelling to Greece this Summer» (2015) , news.gtp.gr/2015/07/23/germans-austrians-travelling-to-greece-summer/
- «Kurier: Πόλος έλξης η Ελλάδα για τους Αυστριακούς τουρίστες»(2015),www.protothema.gr/travelling/article/462029/kurier-polos-elxis-i-ellada-gia-tous-austriakous-touristes/
- «Αυστρία: Σταθερά πρώτη η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός»,2015 www.kathimerini.gr/819729/article/epikairothta/ellada/aystria-sta8era-prwth-h-ellada-ws-toyristikos-proorismos
- «Αυστρία: Τουριστικά αφιερώματα "αγάπης" για τους Έλληνες»,2015 www.news.gr/travel/ta-nea-toy-toyristimoy/article/229773/afstria-toyristika-afieromata-agaphs-gia-toys.html
- «Ρεκόρ αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα «βλέπει» αυστριακή εφημερίδα» (2014) , www.kathimerini.gr/779675/article/oikonomia/epixeirhseis/rekor-afi3ewn-toyristwn-sthn-ellada-vlepei-aystriakh-efhmerida
- ec.europa.eu/europe2020/pdf/csr2015/cr2015_austria_en.pdf
- ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/el
- ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics_at_regional_level
- el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BB%CE%B9%CF%83%CE%AC%CE%B2%CE%B5%CF%84_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%92%CE%B1%CF%85%CE%B1%CF%81%CE%AF%CE%B1%CF%82
- <http://sete.gr>
- <http://www.populationpyramid.net/germany/2015/>
- neoclassicalgreece.blogspot.gr/2014/11/4-5.html
- www.bmeia.gv.at/gr/botschaft/athen/bilaterale-beziehungen.html
- www.bmeia.gv.at/gr/botschaft/athen/bilaterale-beziehungen.html
- www.bmeia.gv.at/gr/botschaft/athen/bilaterale-beziehungen/kultur/2015.html
- www.bmeia.gv.at/gr/botschaft/athen/bilaterale-beziehungen/wirtschaft.html
- www.bmeia.gv.at/gr/botschaft/athen/metanavigation/links.html

- www.corfu-airport-carhire.com/%CE%B1%CF%87%CE%B9%CE%BB%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%BF-%CE%BA%CE%B5%CF%81%CE%BA%CF%85%CF%81%CE%B1/
- www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-austria_20752288-table-aut
- www.statistics.gr/statistics/-/publication/STO04/
- www.sytaticabank.gr/epikairothta/o-kosmos-mas/4526-to-profil-twn-touristwn-pou-erxontai-stin-ellada-kata-to-sete
- www.sytaticabank.gr/epikairothta/o-kosmos-mas/4526-to-profil-twn-touristwn-pou-erxontai-stin-ellada-kata-to-sete
- Αυστριακή Der Standard: Ελλάδα, σε δύο ώρες πτήσης έχεις ήλιο, θάλασσα, θαυμάσια τοπία. iefimerida.gr