



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ -
MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

*«Η διαχρονική ανάπτυξη του Ιταλικού Τουρισμού στην Ελλάδα. Μελέτη περίπτωσης :
Αφίξεις Ιταλών τουριστών στην Ελλάδα – Προβλέψεις.*

*The longitudinal development of Italian tourism in Greece. Case study: Italian tourist
arrivals in Greece – forecasts. »*

Όνοματεπώνυμο φοιτητή : Τσαγκάρης Ανδρέας – Χρυσοβαλάντης

Αριθμός Μητρώου : ΔΕΜΤ 1630

Επιβλέπων καθηγητής : Σφακιανάκης Μιχαήλ.

Πειραιάς : 20/01/2023



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-

MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού: MBA-Tourism Management» με τίτλο: *«Η διαχρονική ανάπτυξη του Ιταλικού Τουρισμού στην Ελλάδα. Μελέτη περίπτωσης : Αφίξεις Ιταλών τουριστών στην Ελλάδα – Προβλέψεις. The longitudinal development of Italian tourism in Greece. Case study: Italian tourist arrivals in Greece – forecasts. »*, έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή :

Όνοματεπώνυμο : ΤΣΑΓΚΑΡΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ – ΧΡΥΣΟΒΑΛΑΝΤΗΣ

Ημερομηνία: 20/01/2023

ΑΦΙΕΡΩΣΗ

Η παρούσα εργασία είναι αφιερωμένη στην οικογένεια μου, που με στηρίζει αδιάλειπτα όλα αυτά τα χρόνια των σπουδών μου και χωρίς αυτήν τίποτα δεν θα ήταν δυνατό.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αρχικά, θα επιθυμούσα να εκφράσω τις βαθύτατες ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Μ. Σφακιανάκη για όλη την καθοδήγηση, τη βοήθεια και τις σωστές συμβουλές που μου παρείχε όχι μόνο κατά τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος αλλά και κατά τη διάρκεια της έρευνάς μου.

Επιπλέον, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στους συμφοιτητές μου, για τις πολλές υπέροχες εμπειρίες που μοιραστήκαμε και που μας επέτρεψαν να δημιουργήσουμε στενούς δεσμούς φιλίας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	10
Ορισμός και Χαρακτηριστικά Τουρισμού	10
Η Διάκριση του Τουρισμού.....	11
Νέες/εναλλακτικές τάσεις στην τουριστική βιομηχανία.....	14
Η Ιστορική Αναδρομή του Τουρισμού	16
ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	18
Οικονομικές επιπτώσεις	18
Θετικές επιπτώσεις.....	19
Επιπτώσεις του Covid-19 στον τουρισμό	20
Οικονομικές συνέπειες του Covid-19.....	21
Πολιτιστικές επιπτώσεις	23
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις.....	24
S.W.O.T. ANALYSIS	29
ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	33
Η Κατάταξη της Ελλάδας στις Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις & Εισπράξεις στην Ευρώπη & τον Κόσμο	34
Η Παγκόσμια Κατάταξη της Ελλάδας στην Ανταγωνιστικότητα του Τουρισμού σε Επιμέρους Κλάδους το Έτος 2015-2017	36
Οι Βασικές Χώρες που Ανταγωνίζονται Τουριστικά την Ελλάδα	39
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 1 ^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	45
Ο Τουρισμός ως δραστηριότητα στην Ελλάδα	45
Εισερχόμενος Τουρισμός.....	45
Αφίξεις και Έσοδα από Κρουαζιέρα.....	47
Έσοδα Αερομεταφορών και Θαλάσσιων Μεταφορών	49
Έσοδα Οδικών και Σιδηροδρομικών Μεταφορών	49
Εγχώριος Τουρισμός	49
Τουρισμός: Επενδύσεις και έμμεσα οφέλη.....	50
Η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία	54
Περιφερειακή Κατανομή και Συμβολή Ανά Περιφέρεια	54
Συμβολή του Τουρισμού στο Ισοζύγιο Πληρωμών	55
Τουρισμός και Απασχόληση	57

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 2 ^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΓΝΩΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ.....	58
Μεσαιωνική Εποχή	58
Αναγέννηση	59
16 ^{ΟΣ} – 19 ^{ΟΣ} Αιώνας.....	60
20 ^{ΟΣ} Αιώνας.....	60
Μεταπολεμική Περίοδος	61
Δημογραφία	62
Πολιτισμός	63
Εκπαίδευση	63
Γλώσσες	63
Ιταλική Μόδα και Σχέδιο.....	64
Οικονομία	65
Γεωργία, Βιομηχανία και Παροχές Υπηρεσιών	65
Διακυβέρνηση.....	66
BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 3 ^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	67
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΙΤΑΛΙΑΣ	68
Εισαγωγή.....	68
Σχέσεις και Συνεργασία μεταξύ των δύο χωρών	70
Συνεργασία σε στρατιωτικές πτυχές.....	70
Πολιτιστική Αλληλεπίδραση	71
Πρεσβείες και Προξενεία.....	71
Έλληνες της Κάτω Ιταλίας.....	71
Γεωγραφικές Περιοχές	72
BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 4 ^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^Ο : ΙΤΑΛΙΚΟΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	74
Προφίλ Ιταλίας	74
Εισπράξεις, Διανυκτερεύσεις, Επισκέψεις 2019	74
Εξέλιξη Επισκέψεων, Διανυκτερεύσεων και Εισπράξεων 2019-2017	75
Βασικοί Δείκτες Απόδοσης Ιταλικής Αγοράς.....	76
Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση	77
Συμπεράσματα ιταλικής αγοράς 2019.....	81
Εξέλιξη Τουριστικών Δεικτών 2017-2019.....	82
Προφίλ Ιταλών Τουριστών	83
Μερίδιο Ιταλικής Αγοράς.....	85

Σκοπός Ταξιδιού.....	86
Τύπος Διακοπών	88
Φύλο Επισκεπτών	88
Ηλικιακή Διάρθρωση.....	89
Οικογενειακό Εισόδημα	89
Επίπεδο Εκπαίδευσης.....	90
Τύπος Καταλύματος	90
Κράτηση Καταλύματος Μέσω Πλατφόρμας	91
Μέσο Ενημέρωσης	92
Χαρακτηριστικά Κράτησης	92
Penetration: Διείσδυση Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος Στον Ιταλικό Πληθυσμό	92
BIBLIOΓΡΑΦΙΑ 5^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....	93
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο : ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ	94
Εισαγωγή.....	94
Ανάλυση χρονολογικών σειρών	94
Μέθοδοι Πρόβλεψης: Αξιολόγηση της Προσέγγισης	98
Μοντέλα σύνδεσης των διαφορετικών στοιχείων που συνθέτουν μια χρονολογική σειρά.....	98
Παραδοσιακές προσεγγίσεις για την ανάλυση της μεθοδολογίας χρονοσειρών ...	99
Τεχνικές για τον προσδιορισμό της γενικής κατεύθυνσης της μακροπρόθεσμης τάσης.....	100
Στατιστική Ανάλυση Χρονοσειρών	100
Το Χρονικό Πλαίσιο της Πρόβλεψης	101
Ανάλυση Χρονοσειρών με Τη Box-Jenkins Μέθοδο	105
Η μέθοδος Box-Jenkins και τα μειονεκτήματά της.....	107
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 : ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	109
Βήματα	109
Αποδεκτό Μοντέλο	111
Πίνακας προβλέψεων	116
Πίνακας: Forecast Table for ITALIA.....	116
Ερμηνεία του Αποδεκτού Μοντέλου.....	120
Ο εξωτερικός παράγοντας COVID-19.....	121
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^Ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	123
Ελληνικός Τουρισμός.....	123
Συμπεράσματα Ιταλικής Αγοράς	124

Προτάσεις για την Βελίωση και Ανάπτυξη του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος	125
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	128
Έρευνες & Μελέτες	129

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση του ιταλικού εξερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι περιέχει πολλά μαγευτικά νησιά, ποικίλο πληθυσμό και πλούσια πολιτιστική κληρονομιά. Εξαιτίας αυτού, η ιταλική αγορά αποτελεί ένα πολύ μεγάλο μερίδιο του συνολικού αριθμού των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα. Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η διερεύνηση της Ιταλίας και των διασυνδέσεών της με την Ελλάδα, καθώς και η διερεύνηση των χαρακτηριστικών των Ιταλών τουριστών, καθώς και των προτύπων που ακολουθούν και του τρόπου με τον οποίο συμπεριφέρονται. Θα μπορέσουμε να αναδείξουμε τη συμβολή της εν λόγω αγοράς στον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα μέσω της επεξεργασίας των συγκεκριμένων δεδομένων ώστε να μπορούμε να προβλέψουμε τον αριθμό των επισκεπτών που αναμένεται να έρθουν στη χώρα μας τα επόμενα έτη. Μια διαρκώς και σταθερά ανοδική τάση μπορεί να εντοπιστεί τόσο στο τμήμα αγοράς της Ελλάδας στον ιταλικό τουρισμό όσο και στη διεύθυνση του πληθυσμού της χώρας προέλευσης, που σε αυτή την περίπτωση αναφέρεται στην αναλογία του αριθμού των Ιταλών που επισκέπτονται την Ελλάδα προς τον συνολικό πληθυσμό της Ιταλίας. Σύμφωνα με τις προβλέψεις που έχουμε κάνει και τα στοιχεία που έχουμε συγκεντρώσει, μπορούμε να δούμε ότι ο αριθμός των Ιταλών τουριστών που θα επισκεφθούν τη χώρα μας θα φτάσει στο υψηλότερο ποσοστό όλων των εποχών στα επόμενα χρόνια.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η διερεύνηση της Ιταλίας και των δεσμών της με την Ελλάδα, καθώς και ο προσδιορισμός των χαρακτηριστικών του εξερχόμενου τουρισμού της Ιταλίας, η μελέτη των τάσεων και των συμπεριφορών των Ιταλών τουριστών και, μέσω της επεξεργασίας των συλλεγόμενων δεδομένων, η ανάδειξη της ιταλικής συμβολής στον ελληνικό τουρισμό, καθώς και η πραγματοποίηση προβλέψεων για τον αριθμό των Ιταλών τουριστών που ενδέχεται να επισκεφθούν την Ελλάδα μεταξύ Ιουλίου 2019 και Ιουνίου 2020 .

Αυτή η έρευνα αναλύεται σε έξι συνολικά διακριτά κεφάλαια. Τόσο η ιδέα του τουρισμού στο σύνολό της όσο και το συγκεκριμένο κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας που ανθίζει στην Ελλάδα αναφέρονται φευγαλέα στο πρώτο κίόλας κεφάλαιο της εργασίας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αυτού του πονήματος παρουσιάζεται μια σε βάθος διερεύνηση της σημασίας της τουριστικής βιομηχανίας τόσο για την εθνική οικονομία της Ελλάδας όσο και για τον κοινωνικό ιστό της χώρας. Στη συνέχεια, θα μιλήσουμε για τη μελέτη του ιταλικού κράτους ξεκινώντας από την εποχή που ιδρύθηκε για πρώτη φορά.

Η συνεργασία που μπορεί να εντοπιστεί στον τομέα του τουρισμού και οι ελληνικές και ιταλικές σχέσεις είναι μόνο μια πτυχή μιας πολύ μεγαλύτερης ιστορικής σχέσης που υπάρχει μεταξύ των δύο χωρών, πέρα από τις πολλές εμπορικές και διπλωματικές συνεργασίες που υπάρχουν μεταξύ τους. Η περίληψη και τα συμπεράσματα της έρευνας για τη συγκεκριμένη σχέση παρουσιάζονται στο τέταρτο κεφάλαιο. Στο πέμπτο κεφάλαιο εξετάζονται οι τουριστικές ροές από άλλες χώρες προς την Ελλάδα και η επίδραση που είχαν οι Γερμανοί τουρίστες στην τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα.

Μετά τη διεξαγωγή της στατιστικής ανάλυσης και πρόβλεψης των αφίξεων Ιταλών τουριστών στο έκτο κεφάλαιο χρησιμοποιώντας τη λειτουργικότητα ανάλυσης χρονοσειρών του προγράμματος Statgraphics 18, τα ευρήματα που οδήγησαν σε συμπεράσματα παρουσιάζονται στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ορισμός και Χαρακτηριστικά Τουρισμού

Έχουν γίνει πολλές διαφορετικές προσπάθειες για να δοθεί ένας σαφής ορισμός του «τουρισμού». Εννοιολογικά, είμαστε σε θέση να εξακριβώσουμε μόνο πέντε από τα κύρια χαρακτηριστικά του, τα οποία είναι τα ακόλουθα :

- Ο τουρισμός είναι το αποτέλεσμα της δράσης ατόμων ή ομάδων ατόμων που ταξιδεύουν σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και μένουν σε αυτούς τους προορισμούς για τουλάχιστον ένα 24ωρο προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ψυχαγωγικές τους ανάγκες.
- Το ταξίδι στον προορισμό των διακοπών, καθώς και τυχόν καταλύματα, που μπορεί να περιλαμβάνουν γεύματα, απαιτείται να περιλαμβάνονται σε κάθε τύπο τουρισμού. Μπορούν επίσης να συμπεριληφθούν και άλλα στοιχεία, όπως ψώνια και ψυχαγωγία.
- Όταν οι άνθρωποι αποφασίζουν να μετακομίσουν κάπου αλλού για λόγους που σχετίζονται με τον τουρισμό, συνήθως κάνουν ρυθμίσεις για τη μεταφορά και τη διαμονή τους σε μια νέα τοποθεσία από αυτήν στην οποία διαμένουν αυτήν τη στιγμή.
- Τα ταξίδια που κάνουν οι άνθρωποι για να επισκεφθούν διάφορους τουριστικούς προορισμούς προορίζονται να είναι φευγαλέα και παροδικά. Δηλαδή, έχουν κάθε πρόθεση να επιστρέψουν στην τοποθεσία όπου τηλεφωνούν μόνιμα μέσα σε λίγες ημέρες, εβδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι ταξιδεύουν σε τουριστικούς προορισμούς για διάφορους λόγους που δεν σχετίζονται με τη μόνιμη κατοικία ή την επαγγελματική απασχόληση. Αυτοί οι επισκέπτες θεωρούνται τουρίστες.

Ο τουρισμός ορίζεται ως το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που μπορούν να προκύψουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και από την παραμονή σε αυτόν κατοίκων που δεν είναι μεταξύ των μόνιμων κατοίκων, σύμφωνα με την άποψη που αναπτύχθηκε το 1941 από τους καθηγητές Hunziker και Krapf. Αυτή η άποψη αναφέρει ότι ο τουρισμός ορίζεται ως το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που μπορούν να προκύψουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό.

Η Επιτροπή Εμπειρογνομώνων της Κοινωνίας των Εθνών έκανε σύσταση το 1937 να υιοθετήσουν τα κράτη μέλη της έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα ως άτομο που ταξιδεύει για περίοδο τουλάχιστον 24 ωρών σε μια χώρα διαφορετική

από αυτή της μόνιμης κατοικίας του. Αυτός ο ορισμός χαρακτήριζε τον τουρίστα ως κάποιον που επισκέπτεται μια ξένη χώρα.

Στη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Διεθνές Ταξίδι και Τουρισμό που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη το 1963, αποφασίστηκε ότι ο όρος «τουρίστας» περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μια χώρα διαφορετική από αυτή στην οποία διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από αυτόν την άσκηση επαγγέλματος για το οποίο αμείβεται με τους χρηματικούς πόρους της χώρας που επισκέπτεται. Η απόφαση αυτή ελήφθη σύμφωνα με την Οικουμενική Σύμβαση για την Προστασία των Δικαιωμάτων των Προσώπων όταν ασχολούνται με διεθνή ταξίδια και τουρισμό. Οι εκδρομείς είναι ταξιδιώτες που ταξιδεύουν σε μια ξένη χώρα αλλά μένουν εκεί μόνο για συνολικά λιγότερο από είκοσι τέσσερις ώρες. Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει επιβάτες που ταξιδεύουν σε κρουαζιερόπλοια, επισκέπτες που φτάνουν και αναχωρούν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων και άλλων μέσων μεταφοράς.

Η Διάκριση του Τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί ένα προϊόν το οποίο δύναται να διακριθεί σε πολλά είδη/μορφές ανάλογα με τα κριτήρια που θα τεθούν.

Ο Μαζικός και Ατομικός Τουρισμός

Χωρίζεται στις ακόλουθες κατηγορίες ανάλογα με τον αριθμό των ατόμων που ταξιδεύουν μαζί:

Ο **μαζικός τουρισμός** ορίζεται από τη συμμετοχή ατόμων ως μέρος μιας ομάδας σε διάφορες πτυχές μιας τουριστικής δραστηριότητας. Ο τρόπος με τον οποίο σχεδιάζεται το ταξίδι και η τοποθεσία που επιλέγεται για επίσκεψη είναι οι πρωταρχικοί συντελεστές στο μοναδικό του χαρακτήρα. Οι οργανωμένες εκδρομές αναφέρονται σε ένα συγκεκριμένο είδος τουρισμού που οργανώνεται και διευθύνεται από τουριστικούς πράκτορες. Πολλά μέρη σε όλο τον κόσμο οφείλουν ένα σημαντικό μέρος της τρέχουσας ευημερίας τους στο σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο.

Ο **ατομικός τουρισμός** είναι ένα είδος τουριστικού τουρισμού στον οποίο κάθε τουρίστας είναι υπεύθυνος να οργανώσει και να πραγματοποιήσει ανεξάρτητα τις διακοπές του σύμφωνα με τις δικές του προτιμήσεις. Αυτή η κατηγορία συχνά συνδυάζεται με τη χρήση προσωπικών, μη δημόσιων μέσων μεταφοράς, όπως τροχόσπιτα, αυτοκίνητα, γιοτ και άλλα παρόμοια, όχι μόνο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού στον προορισμό αλλά και κατά τη διάρκεια της παραμονής εκεί.

Εγχώριος και Διεθνής Τουρισμός

Ανάλογα με τη χώρα προέλευσης των τουριστών, τους χωρίζουμε στις εξής κατηγορίες:

Ο εγχώριος ή εσωτερικός τουρισμός αφορά του μόνιμους κατοίκους ενός κράτους, κάθε φορά που ταξιδεύουν οπουδήποτε εντός της χώρας τους (εντός της επικράτειάς της). Δυστυχώς, το συγκεκριμένο είδος τουρισμού δεν συμβάλλει στην εισροή συναλλάγματος στη χώρα. Ωστόσο, συμβάλλει στον περιορισμό της εκροής συναλλάγματος, η οποία προκαλείται από τη μη έξοδο των ντόπιων για διακοπές εκτός χώρας. Η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού απαιτεί όχι μόνο τη δημιουργία κατάλληλων και, ταυτόχρονα, οικονομικά αποδοτικών μέσων διαμονής για τους εγχώριους τουρίστες, αλλά και τη βελτίωση και ανάπτυξη ποικίλων δικτύων και τρόπων μεταφοράς. Αυτό είναι απαραίτητο για να διασφαλιστεί ότι οι εγχώριοι τουρίστες μπορούν να μετακινούνται στην επικράτεια της χώρας στην οποία έχουν μόνιμη κατοικία με τρόπο που είναι πρόσφορο, άνετο και ασφαλές.

Ο εισερχόμενος τουρισμός αναφέρεται σε ταξίδια που προέρχονται από μια χώρα, ενώ **ο εξερχόμενος τουρισμός** αναφέρεται σε ταξίδια που πραγματοποιούνται εκτός της χώρας. (Λαγός, 2005) Ο εισερχόμενος τουρισμός είναι ο τουρισμός αλλοδαπών που ταξιδεύουν σε μια δεδομένη χώρα (για παράδειγμα, ένα άτομο από τη Γαλλία που ταξιδεύει στην Ελλάδα). Ο εξερχόμενος τουρισμός ορίζει τη διαδικασία κατά την οποία οι μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας ταξιδεύουν σε μια άλλη χώρα (για παράδειγμα, ένας Έλληνας που ταξιδεύει στη Γαλλία) προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ιδιαίτερες επιθυμίες και ανάγκες τους. Ως άμεσο αποτέλεσμα αυτού, οι χώρες λέγεται ότι έχουν μια εξερχόμενη τουριστική βιομηχανία όταν οι μόνιμοι κάτοικοι αυτών των χωρών ταξιδεύουν σε άλλες χώρες για τουριστικούς σκοπούς.

Εποχιακός και συνεχής Τουρισμός

Χωρίζουμε τις τουριστικές δραστηριότητες στις ακόλουθες κατηγορίες με βάση το χρόνο συμμετοχής σε αυτές:

Ο τουρισμός που είναι σταθερός καθ' όλη τη διάρκεια του έτους είναι γνωστός ως **συνεχής τουρισμός**. Αυτός ο τύπος τουρισμού διακρίνεται από το γεγονός ότι οι δραστηριότητές του δεν επηρεάζονται σε καμία περίπτωση από τις καιρικές συνθήκες που είναι τυπικές κατά τη διάρκεια καθεμιάς από τις τέσσερις διαφορετικές εποχές που αποτελούν ολόκληρο το έτος. Ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων, ο εκθεσιακός τουρισμός, ο τουρισμός πόλεων και ο εκπαιδευτικός τουρισμός είναι τα πιο αντιπροσωπευτικά είδη τουρισμού που εμπίπτουν σε αυτήν την κατηγορία.

Ο τουρισμός που εμφανίζεται μόνο σε συγκεκριμένες περιόδους του έτους είναι γνωστός ως **εποχικός τουρισμός**. Οι δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια της εποχικής περιόδου τίθενται σε αναμονή για μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε χρόνο, επειδή διαταράσσονται από τα καιρικά μοτίβα που επικρατούν στις χώρες που χρησιμεύουν ως προορισμοί σε διάφορες εποχές του χρόνου. Οι μορφές τουρισμού που αποτελούν το καλύτερο παράδειγμα αυτής της κατηγορίας είναι αυτές που λαμβάνουν χώρα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, δηλαδή ο γενικός τουρισμός, ο προχειμερινός τουρισμός και ο τουρισμός χειμερινών αθλητικών αγώνων.

Στατικός και Κινητικός Τουρισμός

Μπορούμε να χωρίσουμε τους τουρίστες στις ακόλουθες κατηγορίες ανάλογα με το βαθμό στον οποίο μπορούν να μετακινηθούν όσο βρίσκονται σε έναν προορισμό:

Ο **στατικός τουρισμός** λαμβάνει χώρα όταν ένας τουρίστας συνήθως επισκέπτεται ένα δωμάτιο ξενοδοχείου για να ξεκουραστεί και παραμένει εκεί για τη διάρκεια του ταξιδιού του. Αυτό το είδος τουρισμού είναι σύνηθες όταν ο ταξιδιώτης είναι σε επαγγελματικό ταξίδι, είναι σε δύσκολη ώρα ή απλά θέλει να πάρει λίγες μέρες άδεια χωρίς να ασχοληθεί με δραστηριότητες που θα τον εξαντλήσουν.

Ο **κινητικός τουρισμός** πραγματοποιείται όταν ο τουρίστας ή ο επισκέπτης είναι συνεχώς εν κινήσει, επιθυμώντας να εξερευνήσει τη χώρα που επισκέπτεται.

Νεανικός τουρισμός

Σε Αυτό το είδος τουρισμού, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είναι μεταξύ 18 και 30 ετών και τους αρέσει να πηγαίνουν ταξίδια μόνοι τους ή σε μικρές ομάδες. Ενδιαφέρονται επίσης για μοναδικά είδη τουρισμού, όπως ο οικοτουρισμός και τα ταξίδια περιπέτειας (χειμερινά σπορ, περιπέτεια συμμετοχή σε φεστιβάλ και εκδηλώσεις κ.λπ.). Τους αρέσει να πηγαίνουν σε τοποθεσίες όπου συγκεντρώνεται μεγάλος αριθμός ανθρώπων και διασκεδάζουν.

Τουρισμός τρίτης ηλικίας

Οι προτιμήσεις των ηλικιωμένων είναι εκ διαμέτρου αντίθετες με αυτές των νεότερων γενεών όσον αφορά τα ταξίδια. Συνήθως ταξιδεύουν σε μεγάλες ομάδες και προτιμούν ήσυχα καταλύματα, καθώς και εγκαταστάσεις με ποικίλες ανέσεις. Κλείνουν τα ταξίδια τους μέσω οργανωμένων πακέτων (GROUP). Οι ηλικιωμένοι περνούν σημαντικό μέρος του χρόνου τους ταξιδεύοντας, κάτι που είναι ένας από τους λόγους που ο τουρισμός για τους ηλικιωμένους αποκτά μεγάλη σημασία στην εποχή μας. Αυτό το δημογραφικό στοιχείο, έχει το πρόσθετο όφελος, από την άποψη της τουριστικής

βιομηχανίας, ότι είναι σε θέση να τονώσει τη ζήτηση για τουρισμό σε περιόδους εκτός αιχμής, επειδή έχουν άφθονο ελεύθερο χρόνο για να αξιοποιήσουν.

Κοινωνικός τουρισμός

Στο πλαίσιο του τουρισμού, το γεγονός ότι ασκείται από μέλη της κοινωνίας με περιορισμένη αγοραστική δύναμη αλλά που μπορούν να ασχοληθούν με τον τουρισμό ως αποτέλεσμα ορισμένων οφελών, είτε άμεσων είτε έμμεσων, είναι αυτό που ορίζει τον κοινωνικό τουρισμό. Είναι πλέον αδιαμφισβήτητο ότι υπάρχει θετική σχέση τουρισμού και υγείας. Ως αποτέλεσμα, το κοινωνικό κράτος είναι υποχρεωμένο να παρέχει σε άτομα από χαμηλότερα εισοδηματικά στρώματα τη δυνατότητα να πάνε διακοπές. Μέσω της χρήσης διαφόρων προγραμμάτων που δίνουν στους ανθρώπους τη δυνατότητα να επιλέξουν το μέρος διακοπών που ταιριάζει καλύτερα στις απαιτήσεις τους, το κράτος παρέχει είτε μερική είτε πλήρη χρηματοδότηση για τον κοινωνικό τουρισμό.

Νέες/εναλλακτικές τάσεις στην τουριστική βιομηχανία

Όπως μόλις αναφέρθηκε, υπάρχουν πολλά είδη και κατηγορίες που μπορούν να εφαρμοστούν στον τουρισμό. Εκτός από τις μορφές που περιγράφηκαν παραπάνω, που είναι τα πιο θεμελιώδη είδη τουρισμού, υπάρχουν επίσης νέα εναλλακτικά είδη τουρισμού που έχουν εμφανιστεί τις τελευταίες δεκαετίες, κυρίως ως απάντηση στις καταστροφικές επιπτώσεις που είχε ο σκληρός μαζικός τουρισμός στο περιβάλλον και κοινωνία. Για παράδειγμα:

Αγροτουρισμός

Είναι ένα είδος τουρισμού που κάνει χρήση των φυσικών πόρων που βρίσκονται στη γύρω περιοχή. Μπορεί να χωριστεί σε δύο ξεχωριστές κατηγορίες. Ο αγροτουρισμός μπορεί να χωριστεί σε δύο κατηγορίες: α) αγροτουρισμός που περιλαμβάνει επισκέπτες που μένουν σε αγροκτήματα και συμμετέχουν στην καθημερινή αγροτική ζωή καθώς και σε γεωργικές δραστηριότητες γενικά, και β) αγροτουρισμός που περιλαμβάνει την παροχή παραδοσιακών διακοπών που περιλαμβάνουν διανυκτερεύσεις σε αγροτικές περιοχές. Ένας τουρίστας έχει την ευκαιρία να εξοικειωθεί περισσότερο με τις αγροτικές περιοχές, τα επαγγέλματα της υπαίθρου, τις αγροτικές δραστηριότητες, τον τρόπο ζωής των ντόπιων κατοίκων, την παραδοσιακή κουζίνα και έχει επίσης την ευκαιρία να έρθει σε επαφή με τη φύση γενικότερα και να βιώσει τη χαρά της περιήγησης στα αξιοθέατα όταν συμμετέχουν στον αγροτουρισμό.

Συνεδριακός τουρισμός

Ένα συνέδριο είναι μια εκδήλωση που συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό ατόμων που μοιράζονται παρόμοια ενδιαφέροντα στην ίδια τοποθεσία με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών και πληροφοριών για διάφορα θέματα. Αυτό μπορεί να συμβεί για διάφορους λόγους. Οι συμμετέχοντες έχουν κάποιο επίπεδο επαγγελματικής θέσης και τους παρέχεται η ευκαιρία να μάθουν για νέους τρόπους εκτέλεσης της εργασίας, νέα προϊόντα και άλλα θέματα που σχετίζονται με τον κλάδο. Στις περισσότερες περιπτώσεις, μόνο ένα σχετικά μικρό χρονικό διάστημα αφιερώνεται στην παρακολούθηση ενός συγκεκριμένου προγράμματος. Γενικά, η τουριστική βιομηχανία ενός προορισμού συνδέεται άμεσα με τη διοργάνωση ποικίλων εκθέσεων, σεμιναρίων και συνεδρίων, καθώς και με τη συμμετοχή του προορισμού σε αυτές τις εκδηλώσεις. Τα τελευταία χρόνια, ο συνεδριακός τουρισμός έχει γνωρίσει σημαντική ανάπτυξη και έχει αναδειχθεί σε σημαντικό συστατικό της τουριστικής αγοράς σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτή η ανάπτυξη οδήγησε σε αύξηση του αριθμού των ταξιδιωτών που παρακολουθούν τέτοιου είδους εκδηλώσεις.

Τουρισμός κινήτρων

Ένα υποσύνολο του τουρισμού, γνωστό ως «τουρισμός κινήτρων», χρησιμοποιείται από μια ποικιλία βιομηχανιών και επιχειρήσεων ως μέσο παροχής κινήτρων υψηλής απόδοσης για το προσωπικό πωλήσεών τους. Αυτό γίνεται με τη χρήση ταξιδιών σε εξωτικές τοποθεσίες. Αυτό το υποπεδίο του τουρισμού περιλαμβάνει τη συμμετοχή τόσο των εργαζομένων όσο και των ιδιοκτητών του προορισμού. Ο τουρισμός κινήτρων είναι επίσης γνωστός ως ταξίδια κινήτρων. Για να είμαστε πιο ακριβείς, ο τουρισμός κινήτρων αναφέρεται στις δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν οι εργαζόμενοι αφού τους απονεμηθεί ένα πακέτο διακοπών ως ανταμοιβή για τα αυξημένα επίπεδα παραγωγικότητάς τους. Αυτή η φόρμα έχει συνήθως περιορισμένη χρονική διάρκεια μεταξύ τριών και πέντε ημερών στην πλειονότητα των περιπτώσεων.

Τουρισμός άθλησης

Στο πλαίσιο του αθλητισμού, οι όροι «ενεργητική» και «παθητική» συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις χρησιμοποιούνται εναλλακτικά. Ο τομέας του τουρισμού γνωστός ως «**τουρισμός υγείας**» είναι ένας τομέας που επεκτείνεται ταχέως και απευθύνεται συνήθως σε ηλικιωμένους που αναζητούν μη παραδοσιακές θεραπείες για τη βελτίωση τόσο της σωματικής όσο και της ψυχικής τους ευεξίας.

Αθλητικός τουρισμός

Η συμμετοχή μπορεί είτε να επιλεγεί τυχαία είτε να προγραμματιστεί εκ των προτέρων. Σε κάθε περίπτωση, αυτό θα μπορούσε να γίνει για σκοπούς άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας ή για λόγους ανάλογους με αυτούς τους στόχους. Είναι δυνατός ο διαχωρισμός του στις ακόλουθες δύο κατηγορίες: 1. συμμετοχή σε αθλητικούς αγώνες ή εκδηλώσεις, όπως γκολφ, τένις, ποδόσφαιρο, μπάσκετ, κωπηλασία ή οποιοδήποτε από μια ποικιλία άλλων αθλημάτων. 2. Συμμετοχή στην παρακολούθηση μεγάλων διεθνών διοργανώσεων όπως Ολυμπιακοί Αγώνες, μεγάλα διεθνή κύπελλα και πρωταθλήματα, καθώς και Παγκόσμιο Κύπελλο και Ευρωπαϊκό Κύπελλο.

Τουρισμός περιπέτειας

Είναι μια από τις πιο ενδιαφέρουσες εναλλακτικές μορφές γιατί συνδυάζει τα πάντα, όπως ταξίδια σε νέα μέρη, διασκέδαση και γενικά συμμετοχή σε διαφορετικές δραστηριότητες. Απευθύνεται κυρίως σε νεότερα άτομα που έχουν υγιή όρεξη για περιπέτεια και είναι σε καλή φυσική κατάσταση. Πεζοπορία, καγιάκ, ράφτινγκ, αναρρίχηση, καταδύσεις, ποδηλασία, σκι και ιππασία είναι μόνο μερικά από τα πιο δημοφιλή είδη περιπέτειας.

Θρησκευτικός τουρισμός

Οι άνθρωποι που θέλουν να επισκεφθούν θρησκευτικούς προορισμούς είτε εντός της χώρας τους είτε σε άλλη χώρα, είτε για να λάβουν μέρος σε θρησκευτικές εκδηλώσεις είτε για λατρευτικούς λόγους, αποτελούν το πρωταρχικό επίκεντρο αυτής της κατηγορίας. Ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να πραγματοποιηθεί οπουδήποτε στον κόσμο.

Η Ιστορική Αναδρομή του Τουρισμού

Αναζητώντας την έναρξη του τουριστικού φαινομένου στην Ελλάδα, θα πρέπει να ανατρέξουμε στις αρχές του 19ου αιώνα. Θα θεωρήσουμε το 1855 ως τη χρονιά που γεννήθηκε ο τουρισμός γιατί τότε ο Thomas Cook ίδρυσε την «Κυκλική Λέσχη». Το 1890 ιδρύθηκε το Touring Club στη Γαλλία και το 1895 ιδρύθηκε η δική μας «Ποδηλατική Εταιρεία». Το 1909, με τροποποίηση του καταστατικού του, μετονομάστηκε σε «Ελληνική Εταιρεία Περιηγήσεων – Περιηγητικός Όμιλος». Ο σύλλογος, ο οποίος διέθετε και ποδηλατικό τμήμα, είχε στρέψει την κύρια δραστηριότητά του στις περιοδείες.

Ωστόσο, υπάρχουν στοιχεία για την ίδρυση και άλλων σωματείων στη χώρα μας πριν από το έτος 1890, μερικά από τα οποία σχετίζονται και με ταξίδια εντός της χώρας:

Τόσο ο «Περιπατητικός Σύλλογος», που ιδρύθηκε το 1887 από τον καθηγητή Γιάννη Σαρρή και είχε μέλη που ήταν κυρίως μαθητές στο Λύκειο Πλάκας, όσο και ο «Άνευ Ρεκλάμας Περιπατητικός Σύλλογος», που ιδρύθηκε το 1889 και είχε μέλη δημοσιογράφους και μελετητές της εποχής όπως οι Κρυστάλλης, Καρκαβίτσας, Βλαχογιάννης κ.λπ., ήταν περιπατητικά σωματεία (Β. Κωνσταντινόπουλος, Στοιχεία από την ιστορία της ελληνικής εκδρομής, Αθήνα 1959). Το όνομα «Εξερευνητές των Άγνωστων Χωρών της Αττικής» δόθηκε χαρακτηριστικά στον εκδρομικό σύλλογο που είχε ιδρύσει ο Καμπούρογλου σε συνεργασία με γειτονική επιχείρηση και στα μέλη του συγκαταλέγονταν ο Αλ. Πάλλης, ο κ. Γιαννόπουλος, ο Γιάννης Ζυγομαλάς, ο κ. Ξενόπουλος, κ.α.

Το 1914 ιδρύθηκε η «Εταιρεία των Φιλοξένων» και ταυτόχρονα το «Γραφείον Ξένων και Εκθέσεων» στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας έγινε η πρώτη κρατική υπηρεσία που ασχολήθηκε με την οργάνωση της τουριστικής βιομηχανίας της Ελλάδας. Και οι δύο αυτοί οργανισμοί ήταν υπό την αιγίδα της ελληνικής κυβέρνησης. Ακολούθησε το 1929 η ίδρυση του ΕΟΤ, γνωστός και ως «Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού», υπό την ηγεσία του Ελ. Βενιζέλου με τον νόμο 4377/1929. Αυτός είναι ο νόμος που είναι υπεύθυνος για τα πρώτα έργα τεχνικής υποδομής, όπως τα τουριστικά περίπτερα που βρίσκονται σε διάφορους αρχαιολογικούς χώρους.

Όλες αυτές οι αξιέπαινες προσπάθειες, μαζί με άλλες που έγιναν αργότερα, έγιναν μέχρι το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, αλλά δεν μπόρεσαν να δημιουργήσουν το κατάλληλο περιβάλλον για να προσελκύσουν επαρκή αριθμό τουριστών από άλλες χώρες. Και αυτό οφειλόταν στο γεγονός ότι το έθνος μας, που ήταν εξαθλιωμένο στα δύο τρίτα μέχρι το έτος 1913 και είχε μια ταραγμένη ιστορία 80 περίπου ετών, δεν διέθετε τις κατάλληλες υποδομές ούτε το απαραίτητο προσωπικό για τη λειτουργία του τουρισμού.

Οι αφίξεις στη χώρα άρχισαν να αυξάνονται με την ανακάλυψη της ατμομηχανής στις αρχές του 19ου αιώνα και την επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου.

Είναι ενδιαφέρον και εντυπωσιακό να διαβάσει κανείς την περιγραφή που δημοσιεύτηκε στον ημερήσιο τύπο της εποχής πριν από ακριβώς 120 χρόνια, της άφιξης στις 5 Μαρτίου 1893 του πολυτελούς κρουαζιερόπλοιου «Prince Bismarck», που είχε πλήρωμα 250 ανδρών και μετέφερε 300 εύρωστους οικονομικά και κοινωνικά τουρίστες από την Κωνσταντινούπολη στον Πειραιά, στον όρμο «Κρεμμυδάρου» (η περιοχή της Δραπετσώνας, όπου βρίσκονταν οι δεξαμενές του ΟΛΠ μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1990). Όταν η αγοραστική δύναμη της δεκάρας ήταν σημαντική, ο

ναύλος για αυτό το ταξίδι που διήρκεσε για ένα μήνα ήταν ίσο με δύο (δύο) λίρες στερλίνες την ημέρα (όλα πληρωμένα), που ήταν ένα σημαντικό χρηματικό ποσό τότε. Επιπλέον, το πλοίο που έπλεε από την Κωνσταντινούπολη είχε ήδη δεχτεί τιμητικές διακρίσεις. Ο Σουλτάνος είχε χαρίσει στον νεαρό καπετάνιο την υψηλότερη τουριστική διάκριση του "Osmaniye" και είχε επικοινωνήσει μέσω του συντηρητή του τους προσωπικούς του χαιρετισμούς στους ταξιδιώτες τουρίστες, ενώ τους παρείχε μεγάλες ποσότητες γλυκών και καπνού.

Υποδομές- τεχνολογία

Τα πράγματα έχουν αλλάξει για τον τουρισμό με την πάροδο των ετών λόγω των αναβαθμίσεων στην τεχνολογία των υποδομών, αλλά η τρομακτική ώθηση για μαζικοποίηση του φαινομένου είναι επίσης μία πραγματικότητα, λόγω της αντικατάστασης των παραδοσιακών μέσων με το αυτοκίνητο και το αεροπλάνο. Η έλευση του αεροπλάνου ειδικότερα, καθώς και η συντόμευση του χρόνου ταξιδιού και η ομαδοποίηση καταλυμάτων και γευμάτων, έκαναν την έννοια του «ταξιδιού για διακοπές» προσιτή σε περισσότερες κοινωνικές τάξεις.

Ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών προνομίων αναπόφευκτα είχε ως αποτέλεσμα αλλαγές στη νοοτροπία των τουριστών καθώς και παραλλαγές στα είδη τουρισμού (συνεδριακός, Αγροτουρισμός, χειμερινός, κοινωνικός τουρισμός, χειμερινός αθλητικός τουρισμός, τουρισμός τρίτης ηλικίας κ.λπ.). Όλη αυτή η ανάπτυξη, καθώς και ο μεγάλος αριθμός τουριστών και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί, καθώς και ο ανταγωνισμός με χώρες που βρίσκονται κοντά, επιβάλλουν τη δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, που θα επιτρέψει την ανάπτυξη δραστηριοτήτων που σχετίζονται με αυτή την ανάπτυξη.

ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Οικονομικές επιπτώσεις

Επειδή είναι πλέον γενικά αποδεκτό ότι ο τουρισμός είναι, χωρίς αμφιβολία, η σημαντικότερη μορφή οικονομικής δραστηριότητας, η φράση «τουριστική βιομηχανία» χρησιμοποιείται αρκετά συχνά. Τα στατιστικά στοιχεία που συλλέγουμε κατά καιρούς δίνουν μια πολύ σαφή εικόνα του πόσο σημαντική είναι η τουριστική βιομηχανία όχι μόνο σε παγκόσμια κλίμακα, αλλά και για το έθνος μας. Είναι σαφές, με βάση τις στατιστικές, ότι ο τουρισμός αποτελεί σημαντική οικονομική δύναμη, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς. Ειδικότερα, το ποσοστό συνεισφοράς της στην Ελλάδα αγγίζει το ποσοστό του 8% όσον αφορά τη δημιουργία εισοδήματος, ενώ το ποσοστό συνεισφοράς της σε παγκόσμιο επίπεδο είναι μικρότερο. Επίσης, αν προσθέσουμε σε αυτούς τους κλάδους στήριξης και εκείνους από τους άλλους τομείς της οικονομίας

που ευνοούνται από συναλλαγές τουριστικών δραστηριοτήτων, τότε γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι η σημασία του τουριστικού τομέα είναι αδιαμφισβήτητη. Αυτό συμβαίνει γιατί ο τουριστικός τομέας επωφελείται από τις συναλλαγές τουριστικών δραστηριοτήτων (Μαυροδόντης, 2003).

ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Οι θετικές επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία αναφέρονται:

- **Αύξηση εισοδήματος**

Κατά τη διάρκεια πολλών ετών, ένας αυξανόμενος αριθμός επενδύσεων έχει συνδεθεί άμεσα ή έμμεσα με την τουριστική βιομηχανία. Όταν οι συγκεκριμένες επενδύσεις τεθούν σε εφαρμογή, αναπόφευκτα θα ακολουθήσει αύξηση του συνολικού εισοδήματος της χώρας ως φυσικό επακόλουθο. Ένα σημαντικό μέρος της ευημερίας των ντόπιων που εξαρτώνται από τον τουρισμό μπορεί να αποδοθεί σε αυτόν τον κλάδο. Ως αποτέλεσμα, ο τουρισμός αποτελεί μια οικονομική δραστηριότητα που, σε παγκόσμια κλίμακα, παίζει σημαντικό καταλυτικό ρόλο στην καταπολέμηση της φτώχειας (Μαυροδόντης, 2003).

Ειδικότερα, ο τουρισμός είχε τονωτικό αντίκτυπο στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν της χώρας το έτος 2018. Σύμφωνα με τα ευρήματα μελέτης του Ινστιτούτου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) με τίτλο «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2018», ο τουρισμός ευθύνεται για το 11,7% του συνολικού ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος της χώρας το 2018, αποφέροντας συνολικά 21,6 δισ. Ευρώ (ΣΕΤΕ 2018).

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη από το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC, 2020a), ο τομέας των τουριστικών υπηρεσιών ήταν υπεύθυνος για το 10,4% του παγκόσμιου ΑΕΠ το 2018, περισσότερες από 319 εκατομμύρια θέσεις εργασίας (10% της συνολικής απασχόλησης) και το 6,5% των συνολικών παγκόσμιων εξαγωγών υπηρεσιών. Αυτά τα στοιχεία είναι ακόμη υψηλότερα για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, όπου ο τουρισμός παίζει ακόμη πιο σημαντικό ρόλο στη διατήρηση των εισοδημάτων και των θέσεων εργασίας από ό,τι στις ανεπτυγμένες χώρες. Ειδικότερα, ο τουρισμός σε μικρότερες οικονομίες όχι μόνο αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο μερίδιο των συνολικών εξαγωγών τους, αλλά συμβάλλει επίσης σημαντικά στο ΑΕΠ τους (για παράδειγμα, οι Σεϋχέλλες (67%), οι Σεϋχέλλες και Νέβις (62%) και το Βανουάτου (Το 48%) έχουν όλες σημαντικές συνεισφορές από τον τουρισμό).

Οι παγκόσμιες εξαγωγές ταξιδιωτικών υπηρεσιών, οι οποίες αποτελούνται από τα χρήματα που ξοδεύουν οι τουρίστες σε τοπικά αγαθά και υπηρεσίες ενώ λείπουν από το σπίτι τους, αυξήθηκαν κατά 7 τοις εκατό το 2018. Η συμβολή του τουριστικού

τομέα στην οικονομική δραστηριότητα είναι, κατά μέσο όρο, ελαφρά χαμηλότερη από τον παγκόσμιο μέσο όρο στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες του ΟΟΣΑ. Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) αναφέρει ότι ο τουρισμός συνεισφέρει άμεσα, κατά μέσο όρο, 4,4% του ΑΕΠ, 6,9% της απασχόλησης και 21,5% των εξαγωγικών υπηρεσιών στις χώρες του ΟΟΣΑ.

Παρά την πρόσφατη χρηματοπιστωτική κρίση, ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης στον τομέα του τουρισμού ξεπερνά σταθερά εκείνον του παγκόσμιου ΑΕΠ την τελευταία δεκαετία. Αυτό υπογραμμίζει τόσο την αυξανόμενη σημασία του κλάδου για την οικονομία συνολικά όσο και τη δυνατότητα αύξησης του ποσοστού του στο συνολικό εισόδημα. Η σημασία των δευτερογενών οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού δεν μπορεί να υπερεκτιμηθεί. Το 2018, σημειώθηκε αύξηση επτά τοις εκατό στις παγκόσμιες εξαγωγές ταξιδιωτικών υπηρεσιών, η οποία περιλαμβάνει τα χρήματα που ξοδεύουν οι τουρίστες σε τοπικά αγαθά και υπηρεσίες ενώ λείπουν από το σπίτι τους (WTTC, 2020a). Ταυτόχρονα, ο τουρισμός τονώνει την οικονομική δραστηριότητα σε διάφορους συναφείς τομείς, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που ασχολούνται με τις υπηρεσίες ακινήτων και τις κατασκευές, καθώς και το λιανικό εμπόριο και άλλες συναφείς βιομηχανίες.

Η τουριστική βιομηχανία είναι αυτή που υποστηρίζει σθεναρά την οικονομική ένταξη και συνδέεται επίσης με την ευημερία όσων ασκούν το επάγγελμα των πωλητών. Η τουριστική βιομηχανία κυριαρχείται από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (επίσης συντομογραφία ως MME), οι οποίες αντιπροσωπεύουν περίπου το 80 τοις εκατό του συνόλου των επιχειρήσεων. Το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων τους προέρχεται από δραστηριότητες αναψυχής (78,6%), ενώ μόνο το 21,4% προέρχεται από τα επαγγελματικά τους έξοδα. Οι δαπάνες των εγχώριων τουριστών αντιπροσωπεύουν το 71,3% του συνόλου, το οποίο είναι σημαντικά υψηλότερο από τις δαπάνες των τουριστών από άλλες χώρες (28,7%). (Poole, 2020). Εξαιτίας όλων αυτών των πτυχών του τουρισμού, είναι ιδιαίτερα σημαντικός για μικρότερες χώρες όπως η Ελλάδα, η οποία έχει μεγάλη εξάρτηση από τον κλάδο, αλλά οι επιχειρήσεις της βρίσκονται στη μικρότερη πλευρά.

Επιπτώσεις του Covid-19 στον τουρισμό

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί βασικό μοχλό της περιφερειακής ανάπτυξης που συμβάλλει επίσης σημαντικά στη συνολική οικονομική επέκταση. Επιπλέον, δεδομένου του χαρακτήρα έντασης εργασίας της τουριστικής βιομηχανίας, συμβάλλει στην ενίσχυση του επιπέδου επαγγελματικής ανάπτυξης μεταξύ των εργαζομένων που ήδη απασχολούνται στον κλάδο. Τα χαρακτηριστικά του κλάδου, όπως η συνδεσιμότητα και η κινητικότητα, συμβάλλουν επίσης στη διεύρυνση των οικονομικών

ευκαιριών και στην ανάπτυξη των περιφερειακών οικονομιών. Τέλος, επειδή ο τουρισμός είναι ένας κλάδος που βλέπει προς τα έξω, ενθαρρύνει το διεθνές εμπόριο υπηρεσιών. Αυτό έχει θετικό αντίκτυπο στη διάδοση του πολιτισμού, καθώς και στις διεθνείς επενδύσεις και τις συνέργειες και συνεργασίες μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικές χώρες.

Λόγω του κορωνοϊού, η τουριστική βιομηχανία γνώρισε ταυτόχρονη πτώση ζήτησης και προσφοράς. Από τη μία πλευρά, οι άνθρωποι είναι περιορισμένοι όσον αφορά τις φυσικές μετακινήσεις που είναι σε θέση να πραγματοποιήσουν και, από την άλλη, το εισόδημά τους επηρεάζεται σημαντικά. Από την άλλη πλευρά, οι τουριστικές επιχειρήσεις και προορισμοί πλήττονται επίσης σοβαρά λόγω του γεγονότος ότι τα μέτρα παύσης λειτουργίας προκάλεσαν τη διακοπή της λειτουργίας τους.

Ως αποτέλεσμα αυτών των αλλαγών, αναμένονται νέα επιχειρηματικά μοντέλα, ένα από τα οποία είναι η άνοδος του ηλεκτρονικού τουρισμού. Ωστόσο, η ζήτηση και η προσφορά αγαθών και υπηρεσιών θα καθοριστεί από διάφορους οικονομικούς και κοινωνικούς παράγοντες, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που συνδέονται με την αυξανόμενη ανισότητα και τη βιώσιμη ανάπτυξη. αύριο. Στο συμπέρασμά της, η εργασία προσφέρει ορισμένες συστάσεις σχετικά με τους τρόπους με τους οποίους οι επιχειρήσεις, οι κυβερνήσεις και οι τουρίστες μπορούν να αξιοποιήσουν στο έπακρο την τρέχουσα υποτονική οικονομική δραστηριότητα για να επενδύσουν στο αντίστοιχο μέλλον τους.

Οικονομικές συνέπειες του Covid-19

Ο εκτιμώμενος οικονομικός αντίκτυπος που θα έχει ο Covid-19 στην τουριστική βιομηχανία έχει αναλυθεί από διάφορους διεθνείς οργανισμούς που σχετίζονται με το θέμα (WTTC, 2020b, 2020c, UNWTO, 2020a). Οι μελέτες και τα άρθρα επικεντρώνονται σε διάφορες πτυχές της απασχόλησης, των εισοδημάτων και του αριθμού των επισκεπτών από άλλες χώρες. Σύμφωνα με την υπόθεση που έχει λάβει τη μεγαλύτερη υποστήριξη, η ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία σε όλο τον κόσμο ευθύνεται για την απώλεια περίπου 75 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας (η αρχική εκτίμηση στις 13 Μαρτίου ήταν για 50 εκατομμύρια θέσεις εργασίας).

Επιπλέον, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) πρόβλεψε ότι η κρίση θα οδηγήσει σε μείωση της παγκόσμιας κίνησης κατά 25%, που θα μεταφραζόταν σε απώλεια εισοδήματος ισοδύναμη με τουριστική ζήτηση τριών μηνών (WTTC). Από την άλλη πλευρά, σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (2020a), σημειώθηκε μείωση κατά 45% στην ποσότητα του διεθνούς τουρισμού. Λόγω του σωρευτικού

αντίκτυπου αυτής της μείωσης των εσόδων, ο κόσμος παρουσίασε απώλειες περίπου 2,1 τρισεκατομμυρίων δολαρίων το έτος 2020.

Από την αρχή της οικονομικής κρίσης το 2009, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών αυξάνονται σταδιακά. Ο UNWTO προβλέπει αύξηση 3 έως 4% στον αριθμό των τουριστών που φτάνουν από άλλες χώρες. Ως αποτέλεσμα της επιδημίας του ιού COVID-19, οι προηγούμενες προβλέψεις για τον αριθμό των διεθνών τουριστών που φτάνουν σε προορισμούς σε όλο τον κόσμο το 2020 έχουν αναθεωρηθεί και τώρα αναμένουν πτώση μεταξύ 1 και 3%.

Η τουριστική βιομηχανία είναι εξαιρετικά ευάλωτη στις διακυμάνσεις του εισοδήματος και, πιο συγκεκριμένα, σε απροσδόκητες κρίσεις, όπως αυτή που προκαλεί ο Covid-19. Τόσο η πλευρά της ζήτησης όσο και της προσφοράς της τουριστικής βιομηχανίας επηρεάζονται αρνητικά ως άμεσο αποτέλεσμα της συνεχιζόμενης κρίσης. Όσον αφορά το πρώτο σημείο, η μείωση του διακριτικού εισοδήματος αναγκάζει τα άτομα να μειώσουν το ποσό των χρημάτων που ξοδεύουν για διακοπές και άλλες «πολυτέλειες». Επιπλέον, λόγω των περιορισμών, μικρότερος αριθμός ατόμων είτε είναι πρόθυμοι είτε μπορούν να ταξιδέψουν. Από την πλευρά της προσφοράς, οι περιορισμοί στα διεθνή ταξίδια που έχουν θεσπιστεί από πολλές κυβερνήσεις έχουν μειώσει άμεσα τον αριθμό των ανθρώπων που ταξιδεύουν διεθνώς. Επιπλέον, τα κρούσματα της πανδημίας οδήγησαν στο κλείσιμο ιστορικών τοποθεσιών και άλλων τοπίων που παρουσιάζουν ενδιαφέρον για τους τουρίστες.

Η ανταπόκριση των επιχειρήσεων της τουριστικής βιομηχανίας στις νέες συνθήκες ήταν αυτή που αντικατοπτρίζει τον αντίκτυπο που είχαν τα έσοδα και οι υποκαταστάσεις στην αγορά του τουρισμού. Το χαμηλότερο εισόδημα που επιφέρει τη μείωση της αγοραστικής δύναμης και έχει ως αποτέλεσμα ορισμένοι τουρίστες να εγκαταλείψουν εντελώς την αγορά, ενώ άλλοι να επιλέξουν προορισμούς με χαμηλότερο κόστος, γεγονός που θα οδηγήσει τελικά σε μείωση του εισοδήματος που δημιουργεί ο τουρισμός. Επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια, μουσεία, χιονοδρομικά κέντρα, δημόσιες παραλίες κ.λπ., αναγκάστηκαν να κλείσουν προσωρινά ως αποτέλεσμα των μέτρων που ελήφθησαν για την καταπολέμηση της εξάπλωσης του κορωνοϊού και την προστασία των πολιτών. Επιπλέον, τα επιχειρηματικά μοντέλα έπρεπε να τροποποιηθούν προκειμένου να διατηρηθούν ορισμένοι πελάτες. Για παράδειγμα, τα εστιατόρια μπορούν να επωφεληθούν από την αγορά take-away ενώ οι εικονικές περιηγήσεις (επίσης γνωστές ως ηλεκτρονικός τουρισμός) και άλλες μορφές ηλεκτρονικού τουρισμού κερδίζουν δημοτικότητα.

Μετά την άρση της καραντίνας, δύο κίνητρα και δυνάμεις διαμόρφωσαν τη μελλοντική ζήτηση: το αποτέλεσμα της άρσης της καραντίνας, γνωστό ως το φαινόμενο απελευθέρωσης της καραντίνας, και το αποτέλεσμα του εισοδήματος. Οι άνθρωποι ένιωσαν ξαφνικά την ανάγκη να ξεφύγουν από τα όρια των σπιτιών τους, γεγονός που οδήγησε σε σημαντική αύξηση της ζήτησης για υπηρεσίες που σχετίζονται με τα ταξίδια και τον τουρισμό. Η τουριστική βιομηχανία ήταν μια έξυπνη επιλογή από αυτή την άποψη. Ο δεύτερος παράγοντας έκανε τους ανθρώπους να έχουν λιγότερη επιθυμία να ταξιδέψουν επειδή οι οικονομικές απώλειες μπορεί να κάνουν τους ανθρώπους απρόθυμους να ξοδέψουν χρήματα, κάτι που εγείρει προβληματισμούς για την τουριστική βιομηχανία επειδή είναι μια εξαιρετικά ελαστική υπηρεσία.

Πολιτιστικές Επιπτώσεις

Είναι γενικά αποδεκτό ότι ο τουρισμός και η επακόλουθη ανάπτυξή του ευθύνονται για μια σειρά από τις πολιτιστικές αλλαγές που έχουν συμβεί. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει ήθη και έθιμα, τα οποία επηρεάζονται και τα δύο από την ανάπτυξη του τουρισμού λόγω της επικράτησης περισσότερων αστικών προτύπων και της αδιαφορίας για τα τοπικά ήθη και έθιμα (όπως τοπικές γιορτές, φεστιβάλ κ.λπ.).

Η πλήρης συμμετοχή στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών είναι ο πρωταρχικός λόγος για τον οποίο συμβαίνει κάτι τέτοιο. Το γεγονός αυτό καταναλώνει σημαντικό μέρος του χρόνου των πολιτών και ως εκ τούτου δυσκολεύει τη συμμετοχή τους σε πολιτιστικές δραστηριότητες για δύο λόγους: την έλλειψη χρόνου και την απόσταση. Η εμπορευματοποίηση των πολιτιστικών εκδηλώσεων σε τουριστικές περιοχές και η προσδοκία οικονομικών ανταμοιβών σε μεγαλύτερο βαθμό από την ουσία της εκδήλωσης που πραγματοποιείται κάθε φορά είναι ένα σημαντικό πλήγμα που έχουν δεχθεί αυτές οι εκδηλώσεις. Αυτός είναι ένας από τους λόγους για τους οποίους αυτά τα γεγονότα δεν είναι πλέον τόσο δημοφιλή όσο ήταν κάποτε (Ζαχαράτος και Χάρτας, 1999).

Τα παραδοσιακά αγαθά, ιδιαίτερα τα ελληνικά παραδοσιακά αγαθά, έχουν περάσει στην πρώτη γραμμή του φάσματος των επιλογών που έχουν στη διάθεσή τους οι τουρίστες τα τελευταία χρόνια περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη στιγμή στην ιστορία. Τα τοπικά προϊόντα έχουν μεγαλύτερη ζήτηση λόγω του γεγονότος ότι συνδέονται με τον τόπο παραγωγής (για παράδειγμα, ΠΟΠ) και είναι σημαντικό για έναν τουρίστα να δοκιμάσει ή να αγοράσει ένα μοναδικό γαστρονομικό προϊόν ή να αγοράσει ένα τοπικό προϊόν ως αναμνηστικό από το μέρος που επισκέφτηκε. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα τοπικά προϊόντα συνδέονται με τον τόπο παραγωγής (για παράδειγμα, ΠΟΠ). Και σε αυτό το σημείο, είναι σημαντικό να τονιστεί ο εμπορικός

ή/και βιομηχανοποιημένος χαρακτήρας που παίρνει η προσφορά παραδοσιακών προϊόντων, γιατί κάνει το αντίστοιχο προϊόν να περάσει από ειδικές διαδικασίες για να γίνει πιο ελκυστικό και να αυξήσει τις πωλήσεις του. Ως αποτέλεσμα της διαδικασίας που έχει περιγραφεί, υπάρχει πιθανότητα να υποβαθμιστεί η ποιότητα του προϊόντος ή/και η εγγενής του αξία, και ως αποτέλεσμα, το προϊόν να μην είναι πλέον συγκρίσιμο με το προϊόν που παράγεται στην τουριστική περιοχή. Αυτή είναι μια συνέπεια που μπορεί να προβλεφθεί ως άμεση έκβαση της διαδικασίας (Ζαχαράτος και Χαρτάς, 1999). Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, οι προσπάθειες που καταβλήθηκαν για τη μεγιστοποίηση της προσφοράς αγαθών και υπηρεσιών που σχετίζονται με τον τουρισμό δεν είχαν μόνο ευεργετικά αποτελέσματα αλλά και αλλαγές σε μια ποικιλία διαφορετικών πτυχών της κατάστασης.

Μιλώντας για «πολιτιστικούς πόρους», αναφερόμαστε σε πράγματα όπως οι τοπικές επιχειρήσεις και η ευρύτερη περιοχή που λειτουργεί ως επιρροή. Σύμφωνα με τους Zaharatos και Chartas (1999), η τάση προβολής και εξωτερίκευσης μπορεί να οδηγήσει σε ένα «σταδιοποιημένο» αποτέλεσμα, γνωστό και ως «σκηνοθετημένη αυθεντικότητα». Ο σκοπός της όλης διαδικασίας προβολής είναι να επιτευχθεί ο στόχος να πειστεί ο τουρίστας για τη γνησιότητα, τη γραφικότητα και την αληθοφάνεια του αντικειμένου που προβάλλεται. Η δημιουργία θετικής εικόνας του προορισμού, η μετάβαση στην τουριστική περιοχή και η απόλαυση όλων των θετικών αποτελεσμάτων της τουριστικής δραστηριότητας είναι τα κίνητρα πίσω από την «σκηνοθετημένη αυθεντικότητα». Επιπλέον, αναφέρεται η ανάπτυξη πολιτιστικών ερεθισμάτων ως μέσο επίτευξης του στόχου αύξησης του όγκου της κίνησης στην περιοχή που αποτελεί το αντικείμενο της προβολής. Υποδομές όπως μουσεία, πάρκα αναψυχής και πολιτιστικές εκδηλώσεις, τα οποία μοιράζονται το στόχο της κατασκευής, λειτουργίας και διαχείρισης τουριστικών υποδομών προκειμένου να δελεάσουν τους επισκέπτες να επισκεφθούν, αποτελούν ανάλογα μέσα προβολής (Ζαχαράτος και Χάρτας, 1999).

Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Το εξαιρετικά όμορφο φυσικό σκηνικό που βρίσκεται σε όλη την Ελλάδα έχει συμβάλει σημαντικά στη δημοτικότητα της χώρας ως τουριστικού προορισμού. Σήμερα, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει το 6% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος της χώρας και συμβάλλει σημαντικά στην απασχόληση και την ανάπτυξη των περιφερειακών οικονομιών. Ωστόσο, η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού είχε σοβαρές επιπτώσεις και στο περιβάλλον. Ως αποτέλεσμα, η διατήρηση του ίδιου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης θα υπονομεύσει, μακροπρόθεσμα, θεμελιωδώς την ανάπτυξη του τουρισμού.

Οι περιοχές κατά μήκος της ακτής, οι οποίες φιλοξενούν τόσο την πλειοψηφία των τουριστών όσο και ένα σημαντικό μέρος του συνολικού πληθυσμού, είναι φυσικά μερικές από τις πιο επιρρεπείς στις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού. Επιπλέον, η παράκτια περιοχή παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον από την άποψη των φυσικών οικοσυστημάτων λόγω της συνύπαρξης και της αλληλεπίδρασης τριών θεμελιωδών συστατικών της φύσης: της θάλασσας, της ξηράς και του αέρα. Αυτό καθιστά την παραλιακή περιοχή μια περιοχή ιδιαίτερου ενδιαφέροντος.

Η άσκοπη χρήση του νερού κατά την θερινή περίοδο, η οποία συμβάλλει στην εξάντληση των διαθέσιμων υδάτινων πόρων, ιδιαίτερα σε νησιά με μικρό πληθυσμό αποτελεί ένα ακόμη σημαντικό πρόβλημα. Σε αυτές τις περιοχές, η υψηλή ζήτηση νερού και πιο συγκεκριμένα η υπερβολική άντληση έχουν πολλαπλές αρνητικές επιπτώσεις, ένα από τα οποία είναι ο μη αναστρέψιμος βρασμός των υπόγειων υδροφορέων. Επιπλέον, η τουριστική βιομηχανία είναι υπεύθυνη για την παραγωγή σημαντικής ποσότητας στερεών αποβλήτων. Ο καθαρισμός των ακτών με εξειδικευμένο εξοπλισμό έχει γίνει ευρέως διαδεδομένη πρακτική, παρά το γεγονός ότι αυτές οι μέθοδοι μπορεί να προκαλέσουν διάβρωση της παραλίας. Οι επιπτώσεις στο περιβάλλον που προκαλούνται από την τουριστική δραστηριότητα συνδέονται με τους εξής παράγοντες:

- Εκτεταμένη χρήση νερού και εδάφους από τουριστικές και ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις,
- Μετάδοση και κατανάλωση ενέργειας,
- Αλλαγές στο τοπίο που προκύπτουν από την κατασκευή υποδομών, κτιρίων και άλλων εγκαταστάσεων,
- Ρύπανση του αέρα και τα απόβλητα,
- Συμπύεση και η στεγανοποίηση των εδαφών (προκαλώντας ζημιά στη βλάστηση και καταστρέφοντάς την) ,
- Διατάραξη της τοπικής χλωρίδας και πανίδας καθώς και αναστάτωση της τοπικής κοινωνίας (για παράδειγμα, από τον θόρυβο).

Διότι, όπως αναφέρουν τα Ηνωμένα Έθνη, «η οικονομία, στην οποία ανήκει και ο τουρισμός, δεν πρέπει να στοχεύει μόνο στην παραγωγή ευημερίας αλλά και στην οικολογία και στην προστασία της φύσης, καθώς και τα δύο μαζί πρέπει να στοχεύουν στη βελτίωση της ανθρωπότητας και να βρίσκονται σε απόλυτη αρμονία με τις διαδικασίες νομοθέτησης και λήψης αποφάσεων», απαιτείται μια ισορροπημένη σχέση μεταξύ της ανάπτυξης του τουρισμού και της προστασίας του περιβάλλοντος.

Στην Ελλάδα έχει ήδη αναπτυχθεί Πρόγραμμα για την Αειφόρο Ανάπτυξη των Ελληνικών Ακτών και Νήσων. Το πρόγραμμα αυτό έχει ήδη δώσει γενικές και ειδικές αρχές για τη διαχείριση των περιοχών αυτών, καθώς και κατευθυντήριες γραμμές για την οριοθέτηση της παράκτιας ζώνης, τομεακές κατευθυντήριες γραμμές στο πλαίσιο της ολοκληρωμένης διαχείρισης και συγκεκριμένες προτάσεις. Στο Πλαίσιο του Προγράμματος αναπτύχθηκε Σχέδιο Οδηγίας για την Αειφόρο Ανάπτυξη των Παράκτιων Περιοχών. Ο πρόσφατα ψηφισμένος νόμος για τον χωροταξικό σχεδιασμό και την αειφόρο ανάπτυξη περιλαμβάνει διάταξη που απαιτεί τη θέσπιση Ειδικού Πλαισίου Χωρικής Ανάπτυξης σε γεωγραφικές περιοχές που αντιμετωπίζουν μοναδικές προκλήσεις, όπως οι παράκτιες και οι νησιωτικές περιοχές.

Κατά την ανάλυση του περιβάλλοντος μιας αγοράς, το μοντέλο PEST, το οποίο σημαίνει πολιτικούς, οικονομικούς, κοινωνικο-πολιτιστικούς και τεχνολογικούς παράγοντες, είναι ένα χρήσιμο «εργαλείο». (www.epiheirimatikotita.gr) Αυτό το μοντέλο συμβάλλει στην ανάλυση του περιβάλλοντος της αγοράς λαμβάνοντας υπόψη τους ακόλουθους παράγοντες:

- Το πολιτικό και κανονιστικό κλίμα, το οποίο είτε άμεσα είτε έμμεσα επηρεάζει τις στρατηγικές αποφάσεις που λαμβάνονται από μια εταιρεία (παράδειγμα αυτού θα ήταν η νομοθεσία που οριοθετεί τις μορφές οργάνωσης και τις προϋποθέσεις ίδρυσης και λειτουργίας επιχειρήσεων).
- Το οικονομικό περιβάλλον, που αναφέρεται στην αγορά στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία, στον τομέα δραστηριότητας στον οποίο ανήκει και σε ολόκληρο το δίκτυο σχέσεων και συνθηκών που συνθέτουν ολόκληρη την οικονομία. • Το πολιτικό περιβάλλον, που αναφέρεται στο πολιτικό σύστημα που διέπει τη χώρα στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία.
- Το κοινωνικό, δημογραφικό και πολιτιστικό περιβάλλον, το οποίο, μαζί με προϋπάρχοντες θεσμούς, τάσεις και αντιλήψεις, διαμορφώνει καταναλωτικά πρότυπα. Αυτά τα πρότυπα κατανάλωσης, με τη σειρά τους, επηρεάζουν τις στρατηγικές επιλογές που κάνει μια εταιρεία.
- Το τεχνολογικό κλίμα που επικρατεί, το οποίο έχει σημαντικό αντίκτυπο στις δυνατότητες της εταιρείας Model P.E.S.T.

Πολιτική διάσταση

Τον Νοέμβριο του 2016 ιδρύθηκε το Υπουργείο Τουρισμού στην Ελλάδα ως αποτέλεσμα της αναγνώρισης από την κυβέρνηση της σημασίας του τουρισμού ως κινητήριας δύναμης στην ελληνική οικονομία. Προκειμένου να αυξηθούν οι επενδύσεις και να βελτιωθεί η ποιότητα αλλά και η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού, το Υπουργείο Τουρισμού είναι υπεύθυνο για τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής της χώρας, την εισαγωγή νομοθετικών μεταρρυθμίσεων, τον τουριστικό σχεδιασμό και τον συντονισμό των δραστηριοτήτων με άλλα υπουργεία. Οι διάφορες δραστηριότητες του Υπουργείου εμπίπτουν στην αρμοδιότητα συγκεκριμένων Διευθύνσεων. Η Εθνική Στρατηγική βρίσκεται μέσα σε αυτό το οργανωτικό πλαίσιο.

Η δημιουργία ζήτησης για ολοκληρωμένες θεματικές διαδρομές και εμπειρίες πρέπει να υποστηρίζεται από κάθε ενέργεια προώθησης που πραγματοποιεί ο ΕΟΤ. Ως αποτέλεσμα, η στρατηγική για την επικοινωνία βασίζεται στις 9 θεματικές ενότητες που αντιστοιχούν στους πρωταρχικούς κλάδους του Ελληνικού Τουρισμού. Κάθε τμήμα αντιστοιχεί σε ένα ξεχωριστό σύνολο δραστηριοτήτων, προσφορών και προϊόντων και έχει σχεδιαστεί για να απευθύνεται σε μια συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών. Στους εννέα βασικούς θεματικούς άξονες που παρουσιάστηκαν νωρίτερα, ο ΕΟΤ παρουσιάζει την Ελλάδα ως μια συλλογή εμπειριών που μπορεί να ζήσει κανείς σε όλη την επικράτεια. Αυτές οι εμπειρίες ακολουθούν τη λογική των συμπληρωματικών προορισμών που αντιστοιχούν σε βιωματικές ξεναγήσεις και ποιοτικές υπηρεσίες (www.gnto.gov.gr).

Οικονομική διάσταση

Σύμφωνα με νέα μελέτη που εκπονήθηκε από το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, το ποσοστό του ΑΕΠ που συνέβαλε ο τουρισμός στην Ελλάδα το 2017 αντιπροσώπευε αύξηση σε σχέση με το προηγούμενο έτος (ΙΝΣΕΤΕ). Σύμφωνα με τα πρωτογενή ευρήματα του ερευνητικού προγράμματος με τίτλο «Η συμβολή του τουρισμού στην οικονομία της Ελλάδας το 2017», η ελληνική τουριστική βιομηχανία αύξησε τα έσοδά της από διεθνείς επισκέπτες κατά 11,4%, που ισοδυναμούν με 1,45 δισ. ευρώ, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, 2017.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της μελέτης, η τουριστική βιομηχανία είναι αυτή που ευθύνεται για την ευρεία κατανομή των οφελών σε όλη την οικονομία. Ειδικότερα, το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν της χώρας αυξάνεται κατά 2,2 έως 2,65 ευρώ για κάθε επιπλέον ευρώ που κερδίζει η χώρα από τον τουρισμό.

Πάνω από το 47,4 τοις εκατό του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος των περιοχών της Κρήτης, του Νοτίου Αιγαίου και των Ιονίων Νήσων αποδίδεται άμεσα

στον ρόλο που παίζει ο τουρισμός στην οικονομία αυτών των προορισμών. Το γεγονός ότι αυτές οι τρεις Περιφέρειες έχουν ένα από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη χώρα ενισχύει τη θεωρία ότι η ανάπτυξη του τουρισμού σχετίζεται άμεσα με την αύξηση του συνολικού επιπέδου ευημερίας στις περιοχές στις οποίες ενισχύεται. Ταυτόχρονα, ο τουρισμός είναι βασικός μοχλός για τη μείωση της ανεργίας και συμβάλλει άμεσα στο 16,9% της απασχόλησης κατά την αιχμή της τουριστικής περιόδου. Συνολικά, ο τουρισμός συμβάλλει μεταξύ 37,2% και 44,8% της απασχόλησης (άμεσα και έμμεσα), καθιστώντας τον έναν από τους μεγαλύτερους συνεισφέροντες.

Επιπλέον, η τουριστική βιομηχανία κάλυψε το 80% του ελλείμματος του ισοζυγίου αγαθών της χώρας το 2017, χάρη στις εισπράξεις από ταξίδια. Οι εισπράξεις αυτές ισοδυναμούν με το 74% των συνολικών εισπράξεων από την εξαγωγή όλων των άλλων προϊόντων που διαθέτει η χώρα, με εξαίρεση τις εισπράξεις από την πώληση πλοίων και καυσίμων. Αν στις ταξιδιωτικές αποδείξεις περιλαμβάνονται και οι εισπράξεις από αεροπορικές και θαλάσσιες μεταφορές από εισερχόμενο τουρισμό, τότε οι συνολικές ταξιδιωτικές εισπράξεις ισούνται με το 82% των εισπράξεων από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων, εξαιρουμένων των πλοίων και των καυσίμων (ΙΝΣΕΤΕ).

Κοινωνική διάσταση

Σύμφωνα με μελέτη της ΣΕΤΕ Intelligence με θέμα «Μακροπρόθεσμες τάσεις απασχόλησης στον Τουρισμό και σε άλλους τομείς της Ελληνικής Οικονομίας», ο αριθμός των απασχολούμενων στον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα αυξάνεται σταθερά κατά τη διάρκεια των τελευταίων 30 ετών με μέσο ετήσιο ρυθμό 2,8%. Σύμφωνα με τα ευρήματα της μελέτης, η μετατροπή του κλάδου σε έναν κλάδο κατεξοχήν εξωστρεφή και διεθνώς ανταγωνιστικό ολοκληρώθηκε το 2014, οπότε και έγινε πιο έντονη η ανοδική τάση. Από την έναρξη της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού το 1948, ο αριθμός των ατόμων που απασχολούνται στον τουριστικό κλάδο έφτασε στο υψηλότερο επίπεδο που είχε ποτέ το 2016, φθάνοντας τις 341,2 χιλιάδες. Το ποσοστό αυτό ξεπέρασε το προηγούμενο υψηλό σημείο, το οποίο είχε επιτευχθεί το 2008 (322 χιλιάδες). Ως συνέπεια των προαναφερθέντων εξελίξεων και της ταυτόχρονης μείωσης της απασχόλησης στους υπόλοιπους κλάδους, το ποσοστό του εργατικού δυναμικού που αποτελείται από τουριστικούς εργάτες αυξήθηκε από 3,9% το 1983 σε 9,3% το 2016. Επίσης, κατά το τρίτο τρίμηνο του 2016, η τουριστική βιομηχανία αντιπροσώπευε το 10,2% της συνολικής απασχόλησης, κατατάσσοντάς την στην τρίτη θέση πίσω από τον πρωτογενή τομέα (12,2%) και τον τομέα του εμπορίου (17,8%), αλλά μπροστά από τον μεταποιητικό τομέα (9,5%) και τον δημόσιο τομέα (8,9%). (www.kathimerini.gr).

Τεχνολογική διάσταση

Ο ψηφιακός σχεδιασμός του υπουργείου τουρισμού θα υλοποιηθεί την τριετία 2017-2019 σε 4 στρατηγικές κατευθύνσεις (www.traveldailynews.gr):

- Την παρουσίαση και προώθηση της ελληνικής και τουριστικής επιχειρηματικότητας μέσω ενός δικτύου δραστηριοτήτων εναρμονισμένων με ψηφιακά εργαλεία που διατίθενται στο διαδίκτυο,
- Παροχή βοήθειας στον τουριστικό κλάδο,
- Κατασκευή υπερδικτύου ψηφιακού τουρισμού,
- Βελτίωση του δημόσιου συστήματος στον τομέα του τουρισμού.

S.W.O.T. ANALYSIS

Κατά την ανάλυση SWOT εξετάζονται τα δυνατά και αδύνατα σημεία μίας επιχείρησης, οργανισμού ή και ακόμη περιοχής, καθώς και οι ευκαιρίες και οι απειλές που σχετίζονται με αυτήν.

Το εσωτερικό περιβάλλον της εταιρείας σχετίζεται τόσο με τα δυνατά όσο και με τα αδύνατα σημεία της, ενώ τα ίδια τα δυνατά και αδύναμα σημεία προέρχονται από τους εσωτερικούς πόρους της εταιρείας.

Strengths – Δυνατά σημεία

- ✓ Η ποικιλία της φυσικής ομορφιάς.
- ✓ Τα πολλά νησιά που βρίσκονται στην περιοχή γύρω από την ηπειρωτική Ελλάδα. Το μήκος της ακτογραμμής είναι μεγαλύτερο από 15.000 χιλιόμετρα.
- ✓ Το ευχάριστο κλίμα της Μεσογείου.
- ✓ Η άφθονη παραγωγή κλασικών προϊόντων τόσο στο πρωτογενές όσο και στο δευτερογενές επίπεδο παραγωγής.
- ✓ Ο εντοπισμός, η διατήρηση και η προβολή σημαντικών πτυχών του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.
- ✓ Το σημαντικό ιστορικό και πολιτιστικό απόθεμα, καθώς και η σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή.
- ✓ Η ελληνική κουζίνα και διατροφή.
- ✓ Ένα σημαντικά υψηλότερο επίπεδο προστασίας για τους παραθεριστές σε σύγκριση με άλλα μέρη διακοπών.

- ✓ Το ΕΣΠΑ που παρέχει χρηματοδότηση για έργα που στοχεύουν στη βελτίωση της ποιότητας του τουρισμού, αυξάνοντας παράλληλα το επίπεδο ανταγωνιστικότητάς του.
- ✓ Η εισαγωγή στην αγορά εγχώριων και διεθνών ανταγωνιστών (ξενοδοχειακές και τουριστικές εταιρείες).
- ✓ Η πρόσκληση επενδύσεων για την ανάπτυξη τουριστικών έργων ανωδομής και υποδομής (μαρίνες, αεροδρόμια, ξενοδοχειακά συγκροτήματα, ιαματικές πηγές, τουριστικά αγκυροβόλια κ.λπ.).
- ✓ Η διαθεσιμότητα μιας μεγάλης ποικιλίας μέσων, που καθιστά δυνατή την «προσωποποίηση» της φιλοξενίας.
- ✓ Ένας ακμάζων μεταποιητικός τομέας που εστιάζει στα βιοτεχνικά είδη.
- ✓ Οι καινοτόμες στρατηγικές για την εμπορία τουριστικών αγαθών που λαμβάνουν υπόψη διαφορετικά υποσύνολα της τουριστικής αγοράς.
- ✓ Η εφαρμογή τεχνολογικών προόδων αιχμής
- ✓ Η βελτίωση των υφιστάμενων τουριστικών επιχειρήσεων τόσο από άποψη ποιότητας όσο και εκσυγχρονισμού.
- ✓ Η οργάνωση υποδομών που είναι ικανές να υποστηρίξουν την ανάπτυξη μοναδικών και μη παραδοσιακών μορφών τουρισμού.

Weaknesses – Αδύνατα σημεία

- Ο χαμηλός βαθμός αξιοποίησης φυσικών και πολιτιστικών πόρων.
- Η μεγάλη και άνιση χωρική κατανομή των υποψήφιων πελατών του ξενοδοχείου.
- Η υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικών υποδομών σε διαφορετικές τοποθεσίες.
- Οι επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον που προκύπτουν από την κατά κάποιο τρόπο παραβίαση περιβαλλοντικών κανονισμών και προτύπων.
- Τα συνεχιζόμενα πρότυπα εξάντλησης των πόρων και, σε ορισμένες περιπτώσεις, της κατανάλωσης (γνωστά και ως καταστροφή)
- Υπέρβαση της μέγιστης επιτρεπόμενης πυκνότητας τουριστικής ανάπτυξης σε συγκεκριμένες περιοχές της νησιωτικής περιοχής που έχουν χαρακτηριστεί τουριστικοί προορισμοί.

- Έλλειψη χωροταξικού σχεδίου ιδιαίτερα προσαρμοσμένου στις ανάγκες του τουριστικού κλάδου Η έλλειψη εξειδικευμένων τουριστικών υποδομών καθώς και τουριστικών υπερκατασκευών είναι πρόβλημα (μεταφορές, χώροι συνάντησης, εγκαταστάσεις για ειδικές μορφές τουρισμού κ.λπ.).
- Τα διοικητικά εμπόδια που, σε πολυταξιθεμένες τουριστικές περιοχές, εμποδίζουν τις νέες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να ανοίξουν τις πόρτες τους στους πελάτες (κορεσμός).
- Πάνω από το ενενήντα πέντε τοις εκατό των τουριστικών επιχειρήσεων ταξινομούνται ως μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν περιορισμένη ικανότητα μάρκετινγκ, εφαρμογή αναδυόμενων τεχνολογιών και αποτελεσματική οικονομική διαχείριση.
- Η έλλειψη εξειδικευμένης τουριστικής υποδομής, συμπληρωματικών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων για άτομα με εξειδικευμένα ενδιαφέροντα, καθώς και η κακή ποιότητα τουριστικής υποδομής (σχήμα κτιρίων, ανεπαρκείς χώροι, μέτριος εξοπλισμός, ανύπαρκτη ή κακή διακόσμηση, έλλειψη «στυλ») και ιδιωτικές υπηρεσίες που προσφέρονται· η έλλειψη εξειδικευμένων τουριστικών υποδομών, συμπληρωματικών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων για άτομα με εξειδικευμένα ενδιαφέροντα.
- Μείωση του επιπέδου γνησιότητας του τουριστικού προϊόντος, η οποία δεν αντισταθμίζεται από την αύξηση της ποιότητας του προϊόντος.
- Οι περιορισμένες ευκαιρίες για προσαρμογή προϊόντων που παρέχονται.
- Η «ερημοποίηση» της υπαίθρου ως αποτέλεσμα ανθρώπινου δυναμικού και παραγωγικών δραστηριοτήτων, που δυσχεραίνει την ανάπτυξη «αυθεντικών» και «εναλλακτικών» τουριστικών προϊόντων.
- Η αποτυχία των διαφόρων τουριστικών περιοχών της χώρας να παρουσιάσουν μια σαφώς διαφορετική εικόνα στους επισκέπτες.
- Η απουσία εξελιγμένων τουριστικών προϊόντων, που είναι απαραίτητα για την προσέλκυση επισκεπτών με εξειδικευμένα ενδιαφέροντα (ιατρικά, συνεδριακά, αθλητικά, πολιτιστικά, φυσικά).
- Ο περιορισμένος βαθμός στον οποίο οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό διαπλέκονται με άλλους τομείς της εθνικής και τοπικής οικονομίας.
- Το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο του διαθέσιμου ανθρώπινου δυναμικού (επιχειρηματίες και εργαζόμενοι).

- Η μονοδιάστατη ταξιδιωτική προσφορά γνωστή ως "Ήλιος και Θάλασσα"
- Ο σημαντικός βαθμός στον οποίο η τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας καθοδηγείται από τη ζήτηση από άλλες χώρες.
- Το χαμηλό χρηματικό ποσό που δαπανάται από τους τουρίστες ως αποτέλεσμα του χαμηλού χαρακτήρα του αξιοθέατου.
- Ο υψηλός βαθμός στον οποίο η ζήτηση για τουρισμό εξαρτάται από τα οργανωμένα ταξίδια διακοπών, τα οποία καθορίζονται σε μεγάλο βαθμό από την τιμή της μεταφοράς
- Η απουσία τουριστικών νόμων που έχουν επικαιροποιηθεί.
- Η γενναιόδωρη επίδειξη φιλοξενίας.
- Η αδυναμία των εμπλεκόμενων φορέων, που είναι επιχειρήσεις σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, να συνεργαστούν μεταξύ τους
- Η απουσία εθνικού και περιφερειακού σχεδιασμού σε κυβερνητικό επίπεδο

Opportunities – Ευκαιρίες

- Ο κατακερματισμός της ζήτησης που προέρχεται από την πλευρά των καταναλωτών, που τελικά καταλήγει στη δημιουργία νέων δυνητικών αγορών σε σύγκριση με αυτές του μαζικού τουρισμού προς τον ήλιο και τη θάλασσα.
- Η επέκταση της τουριστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα σε νέες αγορές που ξεπερνούν αυτές που παραδοσιακά προσφέρουν στους επισκέπτες της χώρας (Δυτική Ευρώπη, ΗΠΑ).
- Αύξηση της πιθανότητας άμεσης πρόσβασης στον πελάτη χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο ως μέσο επικοινωνίας.
- Οι ευκαιρίες χρηματοδότησης που διατίθενται για επιχειρήσεις και έργα υποδομής από το ΕΣΠΑ, με στόχο την αύξηση της ποσότητας του παρεχόμενου προϊόντος και τη διαφοροποίηση των ειδών των παρεχόμενων προϊόντων.
- Η πιθανότητα ο τουριστικός κλάδος να γίνει πιο επιτυχημένος και διαφοροποιημένος ως αποτέλεσμα της αυξημένης χρήσης προϊόντων που προέρχονται από την τοπική αγορά και έχουν ιστορική σημασία.

Threats – Κίνδυνοι

- Ο αυξανόμενος αριθμός εταιρειών που λειτουργούν ως tour operators.

- Ο εντεινόμενος ανταγωνισμός από άλλες χώρες του κόσμου που παρέχουν σε τουριστικούς προορισμούς πιο προσιτές τιμές (Μεσόγειος, Ανατολική Ευρώπη, Ανατολική Ευρώπη).
- Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από άλλα έθνη που παρέχουν αναβαθμισμένη ποιότητα και εξαιρετικά διαφοροποιημένες επιλογές πακέτων διακοπών για να επιλέξουν οι τουρίστες.
- Ένα σημαντικό εργαλείο που μπορεί να βοηθήσει στον καθορισμό, σε μεγάλο βαθμό, της στρατηγικής που πρέπει να αναπτυχθεί προκειμένου το ελληνικό τουριστικό προϊόν να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι η ανάλυση των δυνατών σημείων, των αδυναμιών, των ευκαιριών και των απειλών του προϊόντος. Αυτή η ανάλυση πρέπει να γίνει με τη σειρά.

ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Η ικανότητά να διεξάγουμε τις δραστηριότητές με τρόπο που είναι ανώτερος από αυτόν των αντιπάλων όσον αφορά τόσο την αποτελεσματικότητα όσο και την αποδοτικότητα είναι αυτό που εννοούμε όταν αναφερόμαστε στην «ανταγωνιστικότητα». Η ουσία της ανταγωνιστικότητας είναι το σχετικό μέγεθος που προκύπτει από την αντίθεση της απόδοσής μας με αυτή των ανταγωνιστών που υπαρέχουν. Όταν μιλάμε για το επίπεδο ανταγωνιστικότητας μιας χώρας, αναφερόμαστε γενικά στην ικανότητά της να παράγει αγαθά και υπηρεσίες (υπό συνθήκες ελεύθερου ανταγωνισμού) που αυξάνουν και διατηρούν το πραγματικό εισόδημα των πολιτών της μακροπρόθεσμα, ενώ παράλληλα ικανοποιούν τις απαιτήσεις παγκόσμιες αγορές.

Μία εταιρεία θεωρεί μια άλλη επιχείρηση ανταγωνιστή εάν αυτή η άλλη επιχείρηση είτε παράγει ένα τουριστικό προϊόν που είναι ίδιο ή συγκρίσιμο με το δικό της ή εάν στοχεύει στις τουριστικές αγορές που την ενδιαφέρουν. Ο ανταγωνισμός είναι ευθέως ανάλογος με τον βαθμό στον οποίο κάποιος βλέπει την οικονομία στο σύνολό της ως ανταγωνιστική. Το επίπεδο ανταγωνισμού μεταξύ των εταιρειών που απαρτίζουν έναν συγκεκριμένο κλάδο είναι ένας σημαντικός παράγοντας για τον καθορισμό του συνολικού επιπέδου ανταγωνιστικότητας αυτού του κλάδου. Εξαιτίας αυτού, το αν μια χώρα είναι ή όχι ανταγωνιστική στον τουριστικό κλάδο καθορίζεται από τα αποτελέσματα της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη χώρα αυτή (ΣΕΤΕ). Στη συνέχεια, θα αξιολογήσουμε όχι μόνο το επίπεδο ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας σε διεθνή κλίμακα, αλλά και τη θέση της

στον τουριστικό κλάδο σε σχέση με ορισμένους από τους πιο τρομερούς αντιπάλους της.

Η Κατάταξη της Ελλάδας στις Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις & Εισπράξεις στην Ευρώπη & τον Κόσμο

Η θέση της Ελλάδας στην παγκόσμια κατάταξη για διεθνείς τουριστικές εισπράξεις το 2015 ήταν 21η, δύο θέσεις υψηλότερη από το προηγούμενο έτος, και η θέση της Ελλάδας στην παγκόσμια κατάταξη για διεθνείς τουριστικές αφίξεις το 2015 ήταν 15η, ίδια με την θέση του προηγούμενου έτους. Η υψηλότερη θέση όσον αφορά τις αφίξεις βρέθηκε τα έτη 2000 και 2001, όταν κατέλαβε τη 12η θέση. Ωστόσο, την καλύτερη θέση την τελευταία εικοσαετία κατείχε τα έτη 2008 και 2009, ανεβαίνοντας στη 12η θέση με βάση τις τουριστικές εισπράξεις. Ανέβηκε συνολικά έξι θέσεις στην παγκόσμια κατάταξη με βάση τις τουριστικές εισπράξεις μεταξύ των ετών 1995 και 2015, αλλά ανέβηκε συνολικά μόνο δύο θέσεις κατά τη διάρκεια της εικοσαετίας όσον αφορά τις διεθνείς αφίξεις.

Πίνακας Παγκόσμια Κατάταξη Ελληνικού τουρισμού βάση Διεθνών τουριστικών Εισπράξεων

ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΒΑΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ 1995-2015	
Έτος	Σειρά Κατάταξης - Κόσμος
2015	21
2014	19
2013	19
2012	23
2011	19
2010	21
2009	15
2008	12
2007	12
2006	14
2005	14
2004	15
2003	14
2002	14
2001	15
2000	13
1995	27

Πίνακας Κατάταξη Ελληνικού τουρισμού στον Κόσμο & Ευρώπη βάση Διεθνών τουριστικών Αφίξεων

ΒΑΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ 2000-2014		
ΕΤΟΣ	Σειρά κατάταξης - ΚΟΣΜΟΣ	Σειρά κατάταξης - ΕΥΡΩΠΗ
2015	15	8
2014	15	8
2013	16	9
2012	17	10
2011	17	10
2010	17	10
2009	16	10
2008	16	10
2007	16	10
2006	17	11
2005	17	11
2004	18	12
2003	14	9
2002	15	10
2001	12	8
2000	12	8
1995	13	

Πηγή: ΣΕΤΕ, Worldstatistic.org

Πίνακας 1: Παγκόσμια Κατάταξη Ελληνικού Τουρισμού

Η Ελλάδα βρίσκεται σήμερα στην όγδοη θέση στην Ευρώπη όσον αφορά τον αριθμό των τουριστών που φθάνουν από άλλες χώρες. η θέση αυτή είναι πανομοιότυπη με αυτή που κατείχε το 2000. Έχει παρατηρηθεί ότι η θέση της χώρας μας στην Ευρώπη δεν έχει βελτιωθεί καθόλου τα τελευταία 15 χρόνια, παρά το γεγονός ότι υπήρξαν κάποιες μικρές μετατοπίσεις τις κατατάξεις που έχουν παρατηρηθεί.

Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στη διεθνή τουριστική βιομηχανία το 2015 ήταν μόλις 2,00%, ενώ στην ευρωπαϊκή τουριστική αγορά ήταν 3,1%. Όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί, αν και το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία αυξήθηκε κατά 0,2% μεταξύ των ετών 2000 και 2015, το μερίδιο αγοράς της χώρας μας στην ευρωπαϊκή τουριστική βιομηχανία μειώθηκε κατά 0,1% την ίδια χρονική περίοδο. Κι αυτό παρά το γεγονός ότι το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία

αυξήθηκε κατά 0,2%. Συγκρίνοντας τα έτη 2015 και 2014, το συνολικό μερίδιο αγοράς της χώρας στην τουριστική βιομηχανία στην Ευρώπη παρουσίασε σημαντική μείωση κατά -0,6%.

Έτος	Μερίδιο Ελλάδας στην Ευρώπη	Μερίδιο Ελλάδας στον κόσμο
2000	3,20%	1,80%
2001	3,40%	1,90%
2002	3,20%	1,80%
2003	3,10%	1,80%
2004	2,80%	1,50%
2005	3,20%	1,80%
2006	3,30%	1,80%
2007	3,30%	1,80%
2008	3,30%	1,70%
2009	3,20%	1,70%
2010	3,10%	1,60%
2011	3,20%	1,70%
2012	2,90%	1,50%
2013	3,20%	1,60%
2014	3,80%	1,80%
2015	3,10%	2,00%

Πίνακας 2 : Μερίδιο Αγοράς της Ελλάδας στην Ευρώπη και τον Κόσμο

Η Παγκόσμια Κατάταξη της Ελλάδας στην Ανταγωνιστικότητα του Τουρισμού σε Επιμέρους Κλάδους το Έτος 2015-2017

Η Ελλάδα ανέβηκε 7 θέσεις στην 24η θέση συνολικά μεταξύ 136 χωρών το 2017 με βαθμολογία 4,51 σε κλίμακα από το 1 έως το 7, όπου το 7 αντιπροσωπεύει την καλύτερη επίδοση. Το 2015, η Ελλάδα κατατάχθηκε στην 31η συνολική βαθμολογία ανταγωνιστικότητας 4,36 μεταξύ 141 χωρών. Το γεγονός ότι η Ελλάδα ανέβηκε επτά βαθμίδες σε μόλις δύο χρόνια είναι αξιοσημείωτο και καταδεικνύει ότι υπάρχει, τουλάχιστον, ένας τομέας της εθνικής οικονομίας που ενισχύει σταθερά τη συνολική της απόδοση.

Οι συντάκτες της έκθεσης WFE πιστώνουν τις «εξαιρετικές προσπάθειες της Ελλάδας να εκμεταλλευτεί τους φυσικούς της πόρους, τις χαμηλότερες τιμές για ξένα τουριστικά καταλύματα και τις χαμηλότερες χρεώσεις αεροδρομίων» για αυτό το εκπληκτικό άλμα προς τα εμπρός στις επιδόσεις. Από την άλλη, στα μειονεκτήματα συγκαταλέγονται, για πολλοστή φορά, τα ελάχιστα κίνητρα για την υλοποίηση άμεσων ξένων επενδύσεων. Επιπλέον, ο χαμηλός βαθμός τεχνολογικής ετοιμότητας των τουριστικών επιχειρήσεων αποτελεί επίσης μειονέκτημα.

Το 2015, η Ισπανία και η Γαλλία ανέβηκαν στην παγκόσμια κατάταξη για να καταλάβουν την πρώτη και τη δεύτερη θέση, αντίστοιχα, με σκορ 5,31 και 5,24, αντίστοιχα. Η Ελλάδα παρουσιάζει χειρότερες επιδόσεις από τους άμεσους ανταγωνιστές της το 2017, συμπεριλαμβανομένης της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Πορτογαλίας, οι οποίες κατατάσσονται στη δεύτερη, πρώτη, πέμπτη και δέκατη τέταρτη θέση, αντίστοιχα. Από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα έχει καλύτερες επιδόσεις από την Τουρκία, την Κροατία και την Κύπρο, οι οποίες κατατάσσονται στην τεσσαρακοστή τέταρτη, τριακοστή δεύτερη και πενήντα δεύτερη αντίστοιχα.

Όσον αφορά την Ελλάδα, στις κατηγορίες που συνθέτουν τον δείκτη τουριστικής ανταγωνιστικότητας το 2015, η χώρα κατατάχθηκε ως εξής: 24η στην κατηγορία «Υποδομές», 33η στην κατηγορία «Ταξιδιωτική και Τουριστική Πολιτική και Ευνοϊκές Συνθήκες», 35η στην κατηγορία των «Φυσικών και Πολιτιστικών Πόρων», και 48η στην κατηγορία «Ευνοϊκό ανταγωνιστικό περιβάλλον». Η Ελλάδα κατέλαβε επίσης την 24η θέση στην κατηγορία των «Φυσικών και Πολιτιστικών Πόρων» το 2015.

ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ 2015 ΣΕ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ									
	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΡΟΑΤΙΑ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΚΥΠΡΟΣ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ
Επιχειρ. Περιβαλλον	100	62	127	104	59	125	58	43	95
Ασφάλεια	31	62	48	57	121	28	10	27	136
Υγιεινή	33	10	20	9	63	18	35	51	64
Ανθρ. Πόροι, Αγορά Εργασίας	34	31	75	45	88	80	18	20	103
Ετοιμοτ. Τεχνολογιών κ Επικοινωνιών	31	22	35	49	68	38	40	50	80
Προτεραιότητα στον Τουρισμό	6	31	65	24	83	74	18	3	69
Διεθνείς Δεκτικότητα	41	13	24	25	61	19	14	48	115
Ανταγωνιστικές Τιμές	105	139	133	113	94	101	104	111	2
Περιβαντολλοντική Βιωσιμότητα	29	23	47	61	95	42	36	83	77
Υποδομή στις Αερομεταφορές	12	10	26	27	16	53	34	46	63
Υποδομή εδάφους και λιμένων	10	7	32	51	54	44	34	23	103
Υποδομή τουριστικών υπηρεσιών	4	9	3	12	38	6	10	2	89
Φυσικοί πόροι	14	8	13	46	73	33	34	84	100
Πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια	1	2	3	32	16	36	17	56	41

Πίνακας 3 : Παγκόσμια κατάταξη ανταγωνιστικότητας σε επιμέρους κλάδους Ελλάδας και Κύριων Ανταγωνιστών 2015

Πηγή:στοιχείων WEF Global Travel&Tourism report 2015-2017

ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ 2017 ΣΕ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ									
	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΚΡΟΑΤΙΑ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΚΥΠΡΟΣ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ
Επιχειρ. Περιβαλλον	75	46	121	103	63	114	54	56	78
Ασφάλεια	18	67	70	53	116	24	11	36	130
Υγιεινή	24	14	30	11	64	19	27	51	68
Ανθρ. Πόροι, Αγορά Εργασίας	34	28	67	49	94	85	27	35	102
Ετοιμοτ. Τεχνολογιών κ Επικοινωνιών	29	20	37	51	72	47	41	59	89
Προτεραιότητα στον Τουρισμό	5	27	75	15	87	77	14	10	37
Διεθνείς Δεκτικότητα	43	19	29	32	50	28	22	51	102
Ανταγωνιστικές Τιμές	98	118	124	90	70	100	73	111	2
Περιβαντολλοντική Βιωσιμότητα	31		37	39	112	21	47	80	67
Υποδομή στις Αερομεταφορές	9	13	23	26	14	52	31	50	59
Υποδομή εδάφους και λιμένων	15	7	22	48	54	46	39	51	82
Υποδομή τουριστικών υπηρεσιών	2	17	11	18	42	5	4	20	93
Φυσικοί πόροι	9	13	12	32	70	20	38	75	97
Πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια	2	3	5	27	16	39	18	64	22

Πίνακας 4 : Παγκόσμια Κατάταξη ανταγωνιστικότητας σε επιμέρους κλάδους Ελλάδας και Κύριων Ανταγωνιστών 2017

Πηγή:στοιχείων WEF Global Travel&Tourism report 2017-2015

Συγκεκριμένα, ακολουθεί η κατάταξη της Ελλάδας το 2015 σε καθέναν από τους επιμέρους δείκτες σε σύγκριση με τη θέση της σε σχέση με τις θέσεις των υπόλοιπων 141 χωρών και με υψηλότερη βαθμολογία «7»: 9η θέση για την υγεία και την υγιεινή, 12η θέση για τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες, 24η θέση για τον τουρισμό προτεραιότητας, 25η θέση για διεθνές άνοιγμα, 27η θέση για υποδομές αεροπορικών μεταφορών, 32η θέση για πολιτιστικούς πόρους και επαγγελματικά ταξίδια, 45η θέση για ανθρώπινο δυναμικό, 46η θέση για φυσικούς πόρους, 49η θέση

για ετοιμότητα πληροφορικής και επικοινωνίες, 51η θέση για δίκτυο οδικών μεταφορών και λιμάνια, 57η θέση για ασφάλεια και προστασία, 61η θέση για περιβαλλοντική βιωσιμότητα, 104η θέση για επιχειρηματικό περιβάλλον

Δύο θέσεις χαμηλότερα, στην 11η θέση, βρίσκουμε τη χώρα μας το 2017 στην υγεία-υγιεινή. Ωστόσο, βρισκόμαστε ακόμη σε σχετικά υψηλή θέση, γεγονός που μας υποδεικνύει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού, στα οποία συγκαταλέγεται το σχετικά υψηλό επίπεδο δημόσιας υγείας και υγιεινής. Υπάρχει πρόσβαση σε ιδιωτικές υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, καθώς και εύκολη πρόσβαση σε πόσιμο νερό, ενώ ο κίνδυνος επιδημιών είναι γενικά χαμηλός. Παρά το γεγονός ότι το εθνικό σύστημα υγείας μαστίζεται από σοβαρά ελαττώματα τα τελευταία χρόνια, υπάρχει επίσης εύκολη πρόσβαση σε πόσιμο νερό.

Σημαντική πτώση επτά θέσεων στο διεθνές ρεκόρ ανοίγματος, μεταβαίνοντας από την 25η στην 32η από την προηγούμενη θέση της το 2015. Ωστόσο, η Ελλάδα θεωρείται γενικά ως μια χώρα που δεν έχει κλειστά σύνορα για επισκέπτες και αγαθά και επίσης θεωρείται γενικά ως ασφαλής χώρα (κατάταξη 53η). Παρουσίασε αξιοσημείωτη άνοδο ως προς την άνοδο 23 θέσεων υψηλότερα φτάνοντας στην 90η από την 113η το 2015 όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα των τιμών, η περιβαλλοντική βιωσιμότητα βρέθηκε 22 θέσεις υψηλότερα στην 39η από όπου βρέθηκαν στην 61η όπου ήταν. Η Ελλάδα ανέβηκε 14 θέσεις στην κατάταξη των χωρών με τους περισσότερους φυσικούς πόρους μόλις τα τελευταία δύο χρόνια, καταδεικνύοντας σημαντική άνοδο στον τομέα αυτό.

Η Ελλάδα έχει τις χειρότερες επιδόσεις στον τομέα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, καταλαμβάνοντας την 104η και 103η θέση αντίστοιχα τα έτη 2015 και 2017, αντίστοιχα. Σε ό,τι αφορά την ετοιμότητα των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, η Ελλάδα βρίσκεται στην 51η θέση. Ο βαθμός ετοιμότητας σε αυτόν τον τομέα είναι σχετικά χαμηλός και τα πιο σημαντικά ζητήματα εντοπίζονται στην επικοινωνία μεταξύ των επιχειρήσεων (στην 98η θέση). Για να το θέσουμε διαφορετικά, δεν γίνονται πολλές ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ εταιρειών του κλάδου, αλλά υπάρχουν πολλές συναλλαγές μεταξύ εταιρειών και πελατών (στην 82η θέση).

Η Ελλάδα βρίσκεται σήμερα στην 48η θέση όσον αφορά τις χερσαίες υποδομές και τα λιμάνια της. Ωστόσο, αυτό είναι κάτι που μπορεί να βελτιωθεί με δεδομένη την ολοκλήρωση των αυτοκινητοδρόμων της χώρας καθώς και κάποιες παρεμβάσεις στα λιμάνια που βρίσκονται σε όλη τη χώρα. Σημαντικές επενδύσεις αναμένεται να γίνουν σε περιφερειακά αεροδρόμια τα επόμενα χρόνια, κάτι που αναμένεται να οδηγήσει σε

περαιτέρω πρόοδο στον τομέα των υποδομών αεροπορικών μεταφορών, ο οποίος βρίσκεται σήμερα στην 26η θέση συνολικά.

Συμπερασματικά, λόγω της υψηλής ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται, η Ελλάδα έχει κερδίσει τη θέση της 18ης παγκοσμίως ως προς το κριτήριο που εξετάζεται εδώ. Η Ελλάδα κατατάσσεται στην 15η θέση παγκοσμίως όταν λαμβάνεται υπόψη αυτό το κριτήριο, επειδή τόσο ο δημόσιος όσο και ο ιδιωτικός τομέας δίνουν υψηλή προτεραιότητα στην τουριστική βιομηχανία.

Οι Βασικές Χώρες που Ανταγωνίζονται Τουριστικά την Ελλάδα

Η **Ισπανία**, η **Γαλλία**, η **Ιταλία** και η **Πορτογαλία** είναι οι κύριες χώρες της ΕΕ που ανταγωνίζονται την Ελλάδα στον τουρισμό και είναι όλες μέλη της ΕΕ. Πρόκειται για χώρες που παράγουν ένα τουριστικό προϊόν που είναι κατά προσέγγιση συγκρίσιμο με αυτό της Ελλάδας (ή που χρησιμεύει ως υποκατάστατο του ελληνικού) και των οποίων πρωταρχικός στόχος είναι να προσελκύσουν πελάτες (τουρίστες) που ενδιαφέρονται επίσης για την Ελλάδα.

Αν και κατατάσσονται χαμηλότερα από το έθνος μας στον γενικό δείκτη ανταγωνιστικότητας, η **Τουρκία**, η **Κροατία**, η **Αίγυπτος** και η **Κύπρος** εξακολουθούν να θεωρούνται ανταγωνιστικές χώρες για την Ελλάδα. Η Κύπρος είναι επίσης μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στη συνέχεια, θα αναφερθούμε σε αυτές τις ανταγωνιστικές χώρες και θα παρουσιάσουμε τα οφέλη και τα μειονεκτήματα των τουριστικών προϊόντων τους εκτός από τις θέσεις κατάταξης που κατέχει η καθεμία. Επιπλέον, θα αναλύσουμε και θα συγκρίνουμε τον τουρισμό στην Ελλάδα και τις ανταγωνιστικές χώρες αξιοποιώντας οικονομικά στοιχεία και άλλα στοιχεία του τουρισμού όπως καταγράφονται σε καθεμία από αυτές. Πιο συγκεκριμένα, η Γαλλία είναι η πρώτη χώρα όσον αφορά τις αφίξεις επισκεπτών τόσο μεταξύ των χωρών που την ανταγωνίζονται όσο και σε όλο τον κόσμο, με συνολικά 83.767.000 εκατομμύρια επισκέπτες το 2014 και 84.452.000 εκατομμύρια επισκέπτες το 2015. Από το 1980, η συνολική τάση οι αφίξεις στη Γαλλία ήταν γενικά ανοδικές. Μέχρι το 2014, υπήρξαν σχετικά λίγες διακυμάνσεις. Σε σύγκριση με το 1980 και το 1990, αντίστοιχα, ο αριθμός των ατόμων που έφθασαν το 1990 και το 2000 παρουσίασε αύξηση +74,40% και +46,03% αντίστοιχα. Όταν συγκρίνουμε το έτος 2015 με το έτος 2000, παρατηρούμε άνοδο +10,18%. Από την άλλη πλευρά, μείωση των αφίξεων σημειώθηκε το 2005, όπου σημειώθηκε πτώση -2,85% σε σύγκριση με το έτος 2000 και μείωση της τάξης του -0,8% το 2015 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, 2014.

Η Ισπανία κατέλαβε τη δεύτερη θέση μεταξύ των ανταγωνιστών της από το 1980 έως το 2015 και την τρίτη θέση παγκοσμίως το 2015, με αφίξεις συνολικά 68.215.000 μετρικούς τόνους. Το 2015, η Ισπανία κατέλαβε τη δεύτερη θέση στον κόσμο. Ανοδική είναι και η τάση των αφίξεων, με ποσοστά +66,4% το 1990 σε σύγκριση με το 1980 και +27,92% το 2000 σε σύγκριση με το 1990. Αυτό δείχνει ότι η τάση των αφίξεων αυτή τη στιγμή είναι ανοδική. Αύξηση παρατηρήθηκε και τη δεκαετία του 2010 σε σύγκριση με το 2000, αν και με πολύ χαμηλότερο ποσοστό +9,95%, ενώ το 2015 σημειώθηκε αύξηση +29,52% σε σύγκριση με το 2010 και +4,95% σε σύγκριση με το 2014. Οι αφίξεις από την Ισπανία το 1995 μειώθηκαν κατά 19,22% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, καθιστώντας αυτήν την κατηγορία με τη μεγαλύτερη ποσοστιαία πτώση μεταξύ 1980 και 2015. Με τις αφίξεις της να αυξάνονται στα 50.732.000 εκατομμύρια το 2015, η Ιταλία ανέβηκε στην τρίτη θέση μεταξύ των ανταγωνιστών χωρών κατά την περίοδο 1980-2015 και στην πέμπτη θέση στην παγκόσμια κατάταξη την ίδια χρονιά. Αυτό αντιπροσωπεύει αύξηση +4,43% σε σύγκριση με το 2014 και +16,28 σε σχέση με το 2010. Η ανοδική τάση των αφίξεων για τη δεκαετία του 1990 σε σχέση με το 1980 παρατηρήθηκε σε ποσοστό χαμηλότερο από αυτό της Γαλλίας και της Ισπανίας +20,79 %. Από την άλλη πλευρά, το έτος 2000 οι αφίξεις παρουσίασαν αύξηση +54,35% σε σχέση με το 1990, ποσοστό που ήταν χαμηλότερο από αυτό των δύο χωρών που προηγήθηκαν. Το 2010, σημειώθηκε μικρή αύξηση στις αφίξεις +5,93% σε σύγκριση με το έτος 2000.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΚΥΡΙΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ (ΕΚΑΤΟΜ)									
	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΚΡΟΑΤΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ ΑΡΑΒ.ΕΜΙΡ	ΚΥΠΡΟΣ
1980	5271115	22.500.000	30.100.000	22.087.000	865.000				
1990	9310492	37.441.000	52.497.000	26.679.000	4.799.000				
1991	8271258	38.539.000	55.041.000	25.878.000	5.158.000				
1992	9756012	36.492.000	59.740.000	26.113.000	6.549.000				
1993	9412923	37.268.000	60.565.000	26.379.000	5.904.000				
1994	11301722	43.232.000	61.312.000	27.480.000	6.033.000				
1995	10712145	34.920.000	60.033.000	31.052.000	7.083.000	4.572.000	1.485.000	2.871.000	2.100.000
1996	9782061	36.221.000	62.406.000	32.943.000	7.966.000	4.567.000	2.914.000	3.528.000	1.950.000
1997	10588489	39.553.000	67.310.000	34.602.000	9.040.000	4.798.000	4.178.000	3.656.000	2.088.000
1998	10916046	43.396.000	70.109.000	34.933.000	8.960.000	5.539.000	4.499.000	3.213.000	2.223.000
1999	12164000	46.776.000	73.147.000	36.516.000	6.893.000	5.379.000	3.805.000	4.490.000	2.434.000
2000	12378282	47.898.000	77.190.000	41.181.000	9.586.000	5.599.000	5.831.000	5.116.000	2.686.000
2001	13019202	48.565.000	75.202.000	39.563.000	10.783.000	5.392.000	6.544.000	4.357.000	2.697.000
2002	12556494	50.331.000	77.012.000	39.799.000	12.790.000	5.560.000	6.944.000	4.906.000	2.418.000
2003	12468411	50.854.000	75.048.000	39.604.000	13.341.000	6.383.000	7.409.000	5.746.000	2.303.000
2004	11735556	52.430.000	74.433.000	37.071.000	16.826.000	5.654.000	7.912.000	7.795.000	2.349.000
2005	14388182	55.914.000	74.988.000	36.513.000	20.273.000	5.769.000	7.743.000	8.244.000	2.470.000
2006	15226241	58.004.000	77.916.000	41.058.000	18.916.000	6.349.000	7.988.000	8.646.000	2.401.000
2007	16165265	58.666.000	80.853.000	43.654.000	26.122.000	6.788.000	8.559.000	10.610.000	2.416.000
2008	15938806	57.192.000	79.218.000	42.734.000	29.792.000	6.962.000	8.665.000	12.296.000	2.404.000
2009	14914537	52.178.000	76.764.000	43.239.000	30.187.000	6.439.000	8.694.000	11.914.000	2.141.000
2010	15007493	52.677.000	76.647.000	43.626.000	31.364.000	6.756.000	9.111.000	14.051.000	2.173.000
2011	16427247	56.177.000	80.499.000	46.119.000	34.654.000	7.264.000	9.927.000	9.497.000	2.392.000
2012	16946543	57.464.000	81.980.000	46.360.000	35.698.000	7.503.000	10.369.000	11.196.000	2.465.000
2013	20111406	60.675.000	83.634.000	47.704.000	37.795.000	8.097.000	10.948.000	9.174.000	2.405.000
2014	22033000	64.995.000	83.767.000	48.576.000	39.811.000	9.092.000	11.623.000	9.628.000	2.441.000
2015	23592500	68.215.000	84.452.000	50.732.000	39.478.000	9.957.000	12.683.000	9.139.000	2.659.000

Πίνακας 5 : Αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα στις κύριες ανταγωνιστικές χώρες

ΠΗΓΗ :ΕΣΥΕ -ΕΟΤ- WORLD BANK –Κνοεμα

Τον αγώνα για την έκτη θέση διεκδικούν η Πορτογαλία, η Αίγυπτος και η Κροατία. Η Πορτογαλία ξεπέρασε τις άλλες δύο χώρες από το 1995 έως το 1999, η

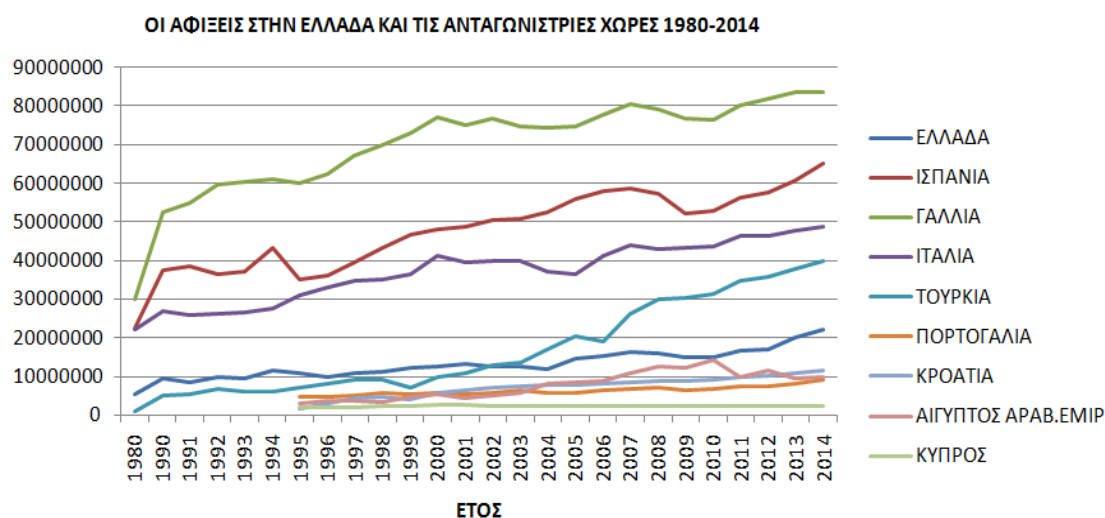
Αίγυπτος κατείχε την ίδια θέση από το 2004 έως το 2010 και επίσης το 2012, και η Κροατία ηγήθηκε του πακέτου από το 2000 έως το 2003, το έτος 2011 και από το 2013 έως το 2015. Πιο αναλυτικά, η Κροατία έχει αρχίσει να γίνεται επικίνδυνος αντίπαλος για αυτήν γιατί το 2015 βρίσκεται στην 24η θέση της παγκόσμιας κατάταξης αφίξεων τουριστών. Πρόκειται για μείωση 31 θέσεων από το 1995, όταν ήταν στην 55η θέση, όταν ήταν στην 24η θέση. Σημείωσε υγιή άνοδο, της τάξης του +292% το 2000 σε σύγκριση με το 1995, και 56,25% το 2010 σε σύγκριση με το 2000, και το 2015 +9,11 σε σύγκριση με το 2014, αλλά παρουσίασε αξιοσημείωτη πτώση το 1999, που ήταν -15,42 % σε σύγκριση με το 1998.

Θα χαρακτηρίζαμε τη γενική τάση των αφίξεων τουριστών στην Αίγυπτο πτωτική. Η τάση αυτή, που αρχικά παρουσίασε ανοδική τάση το 2000 (+78,19% σε σύγκριση με το 1995) και +174,64% το 2010 σε σύγκριση με το 2000, έκτοτε παρουσίασε πτώση, η οποία καταγράφηκε το 2015 (-34,95% σε σύγκριση με το 2010) και στη συνέχεια καταγράφεται. Επιπλέον, παρατηρήθηκε μείωση -5,07% το 2015 σε σύγκριση με το 2014. Ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται την Πορτογαλία παρουσιάζει ανοδική τάση από το 1995, όταν ήταν σχεδόν ο μισός από αυτόν που είναι σήμερα.

Αυτή τη στιγμή βρίσκεται στην 31η θέση της παγκόσμιας κατάταξης με συνολικά 9.957.000 τουρίστες, δηλαδή τέσσερις θέσεις χαμηλότερα από την Αίγυπτο, που βρίσκεται αυτή τη στιγμή στην 35η θέση. Η αύξηση που παρουσίασε η χώρα αυτή το 2000 σε σύγκριση με το 1995 ήταν της τάξης του 22,46% και η αύξηση που παρουσίασε το 2010 σε σύγκριση με το 2000 ήταν 20,66%. Είναι σημαντικό να επισημανθεί η άνοδος που σημειώθηκε μεταξύ 2010 και 2015, η οποία έφτασε σε ποσοστό 47,38 τοις εκατό το 2015. Η Κύπρος βρίσκεται στην τελευταία θέση μεταξύ των χωρών που διεκδικούν αυτόν τον τίτλο.

Η χώρα αυτή τη στιγμή βρίσκεται στην 71η θέση στον κόσμο σύμφωνα με τον αριθμό των τουριστών που την επισκέφτηκαν το 2015, συνολικού ύψους 2.659.000 εκ. Το έτος 2015 παρουσιάστηκε αύξηση +26,61% στις τουριστικές αφίξεις αναλογικά με την τελευταία δεκατία. Για την ίδια χρονική περίοδο κατέγραψαν άνοδο 457% η

Τουρκία, 120% η Ελλάδα, 95.34% η Ισπανία, 63,37% η Ιταλία και 40,67% Γαλλία.



Γράφημα 1 : Οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών σε Ελλάδα και σε 8 ανταγωνίστριες χώρες 1980-2014

ΠΗΓΗ : στοιχείων ΕΣΥΕ -ΕΟΤ- WORLD BANK –Κνοεμα

Όσον αφορά τα έσοδα από τον τουρισμό στην Ελλάδα, καθώς και στις χώρες των οποίων τα τουριστικά προϊόντα ανταγωνίζονται άμεσα τα δικά μας, παρατηρήθηκε γενική πτωτική τάση για όλες αυτές τις χώρες το 2015, με εξαίρεση την Πορτογαλία. Με τις εισπράξεις από τον τουρισμό το 2015 να έφτασαν τα 56.426 δισεκατομμύρια δολάρια, η Ισπανία κατέλαβε την πέμπτη θέση στον κόσμο, ξεπερνώντας τη Γαλλία, η οποία ήταν πέμπτη με 54.000 δισεκατομμύρια δολάρια και την Ιταλία, η οποία ήταν ένατη με 39.420 δισεκατομμύρια δολάρια. Η Ισπανία ήρθε πρώτη μεταξύ των χωρών που διαγωνίζονται και κατέλαβε την πρώτη θέση μεταξύ των χωρών το 2015.

Ως αποτέλεσμα, η **Ισπανία** βρίσκεται στην πρώτη θέση μεταξύ των εννέα ανταγωνιστικών χωρών. Η Γαλλία, που κατείχε την πρώτη θέση όσον αφορά τις τουριστικές εισπράξεις από το 2000 έως το 2014, πέφτει στη δεύτερη θέση. Παρόλα αυτά, και οι δύο χώρες παρουσίασαν μείωση εσόδων το 2015, με τη Γαλλία να υποχωρεί κατά 19,16% και την Ισπανία κατά 13,32% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Ωστόσο, εξετάζοντας την κατάσταση σε σύγκριση με το 2010, η **Γαλλία** σημείωσε πτώση -3,88% ενώ η Ισπανία σημείωσε αύξηση +3,90%. Και οι δύο χώρες σημείωσαν αύξηση των εσόδων τους το 2010, με την Ισπανία να έφθασε στο +66,29 τοις εκατό περισσότερο από ό,τι το 2000 και τη Γαλλία στο +45,81 τοις εκατό περισσότερο από ό,τι το 2000.

Με συνολικά έσοδα 39.420 δισεκατομμυρίων δολαρίων το 2015, η **Ιταλία** κατέκτησε την τρίτη θέση μεταξύ των χωρών που ανταγωνίζονταν στην ίδια αγορά και

την ένατη θέση παγκοσμίως. Τα έσοδά της από τον τουρισμό μειώθηκαν κατά 13,45% το 2015, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος (2014), αλλά μειώθηκαν και κατά 5,65% το 2000, σε σύγκριση με το 1995. Ανοδική ήταν όμως η πορεία των εισπράξεων της το 2010 όπου σε σχέση με το 2000 κατέγραψε άνοδος +33,90%

ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΚΥΡΙΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ									
(ΔΙΣ Ξ)									
	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΚΡΟΑΤΙΑ	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΚΥΠΡΟΣ
	ΑΡΑΒ ΕΜΙΡ								
1995	4182000000,00	27369000000,00	31295000000,00	30426000000,00	49570000000,00	56460000000,00	13490000000,00	29540000000,00	20180000000,00
1996	37590000000,00	29751000000,00	32088000000,00	31886000000,00	56500000000,00	55720000000,00	20140000000,00	35830000000,00	19050000000,00
1997	37940000000,00	28649000000,00	27402000000,00	31416000000,00	70020000000,00	54150000000,00	25231000000,00	40458000000,00	18500000000,00
1998	61880000000,00	31592000000,00	29490000000,00	31335000000,00	71770000000,00	63900000000,00	27334000000,00	29420000000,00	19180000000,00
1999	88390000000,00	33784000000,00	37770000000,00	29571000000,00	52030000000,00	60460000000,00	25950000000,00	43610000000,00	21150000000,00
2000	92620000000,00	32656000000,00	38534000000,00	28706000000,00	76360000000,00	60270000000,00	28710000000,00	46570000000,00	21370000000,00
2001	92160000000,00	33829000000,00	38385000000,00	26916000000,00	100670000000,00	62360000000,00	34630000000,00	41190000000,00	22030000000,00
2002	100050000000,00	35468000000,00	40537000000,00	28192000000,00	119010000000,00	65950000000,00	39520000000,00	41330000000,00	21780000000,00
2003	108420000000,00	43863000000,00	45990000000,00	32591000000,00	132030000000,00	76340000000,00	65130000000,00	47040000000,00	23250000000,00
2004	128090000000,00	49996000000,00	52108000000,00	37870000000,00	158880000000,00	88580000000,00	69450000000,00	63280000000,00	25520000000,00
2005	134530000000,00	49565000000,00	52139000000,00	38374000000,00	207600000000,00	104820000000,00	76250000000,00	72060000000,00	26440000000,00
2006	144950000000,00	53160000000,00	54587000000,00	41644000000,00	191370000000,00	129480000000,00	82960000000,00	81330000000,00	26910000000,00
2007	156870000000,00	59910000000,00	63902000000,00	46144000000,00	216620000000,00	140720000000,00	96170000000,00	103270000000,00	31080000000,00
2008	175860000000,00	64422000000,00	68001000000,00	46191000000,00	264460000000,00	123440000000,00	116150000000,00	121040000000,00	32310000000,00
2009	160270000000,00	55748000000,00	58858000000,00	40375000000,00	263310000000,00	129850000000,00	93000000000,00	117570000000,00	24740000000,00
2010	138580000000,00	54305000000,00	56187000000,00	38438000000,00	263180000000,00	149010000000,00	82990000000,00	136330000000,00	23710000000,00
2011	162560000000,00	62447000000,00	66087000000,00	43241000000,00	303020000000,00	145820000000,00	95980000000,00	93330000000,00	27510000000,00
2012	146710000000,00	57877000000,00	64001000000,00	40960000000,00	315660000000,00	162100000000,00	89120000000,00	108230000000,00	26960000000,00
2013	174360000000,00	62584000000,00	66049000000,00	43829000000,00	350370000000,00	177840000000,00	97150000000,00	67470000000,00	30150000000,00
2014	194810000000,00	65100000000,00	66803000000,00	45547000000,00	373710000000,00	90420000000,00	100790000000,00	79790000000,00	29200000000,00
2015	172600000000,00	56426000000,00	54003000000,00	39420000000,00	354130000000,00	158190000000,00	90180000000,00	68970000000,00	24890000000,00

Πίνακας 6 : Οι εισπράξεις από αλλοδαπούς τουρίστες στην Ελλάδα και σε ανταγωνιστές 1980-2015

ΠΗΓΗ -ΕΣΥΕ -ΕΟΤ- Knoema.

Όσον αφορά τα έσοδα από τον τουρισμό στην Ελλάδα, καθώς και στις χώρες των οποίων τα τουριστικά προϊόντα ανταγωνίζονται άμεσα τα δικά μας, παρατηρήθηκε γενική πτωτική τάση το 2015, με εξαίρεση την Πορτογαλία. Με τις εισπράξεις από τον τουρισμό το 2015 να έφτασαν τα 56.426 δισεκατομμύρια δολάρια, η Ισπανία κατέλαβε την πέμπτη θέση στον κόσμο, ξεπερνώντας τη Γαλλία, η οποία ήταν πέμπτη με 54.000 δισεκατομμύρια δολάρια και την Ιταλία, η οποία ήταν ένατη με 39.420 δισεκατομμύρια δολάρια. Η Ισπανία ήρθε πρώτη μεταξύ των χωρών που διαγωνίζονται και κατέλαβε την πρώτη θέση μεταξύ των χωρών το 2015.

Ως αποτέλεσμα, η Ισπανία βρίσκεται στην πρώτη θέση μεταξύ των εννέα ανταγωνιστικών χωρών. Η Γαλλία, που κατείχε την πρώτη θέση όσον αφορά τις τουριστικές εισπράξεις από το 2000 έως το 2014, πέφτει στη δεύτερη θέση. Παρόλα αυτά, και οι δύο χώρες παρουσίασαν μείωση εσόδων το 2015, με τη Γαλλία να υποχωρεί κατά 19,16% και την Ισπανία κατά 13,32% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Ωστόσο, εξετάζοντας την κατάσταση σε σύγκριση με το 2010, η Γαλλία σημείωσε πτώση -3,88% ενώ η Ισπανία σημείωσε αύξηση +3,90%. Και οι δύο χώρες σημείωσαν αύξηση των εσόδων τους το 2010, με την Ισπανία να έφθασε στο +66,29 τοις εκατό περισσότερο από ό,τι το 2000 και τη Γαλλία στο +45,81 τοις εκατό περισσότερο από ό,τι το 2000.

Με συνολικά έσοδα 39.420 δισεκατομμυρίων δολαρίων το 2015, η Ιταλία κατέκτησε την τρίτη θέση μεταξύ των χωρών που ανταγωνίζονταν στην ίδια αγορά και την ένατη θέση παγκοσμίως. Τα έσοδα της από τον τουρισμό μειώθηκαν κατά 13,45% το 2015, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος (2014), αλλά μειώθηκαν και κατά 5,65% το 2000, σε σύγκριση με το 1995.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 1^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ηλεκτρονική βιβλιογραφία (διαδίκτυο)

- www.insete.gr
- www.sete.gr
- www.gnto.gov.gr

Έντυπη Ελληνική Βιβλιογραφία

- Τουριστική Οικονομική, Λαγός Γ. Δημήτρης 2005
- Τουρισμός – Βασικές έννοιες, Νίκος Γ. Ηγουμενάκης & Κώστας Ν. Κραβαρίτης 2004
- Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Μανώλης Κ. Σφακιανάκης 2000
- Τουριστική ανάπτυξη, Γ. Ζαχαράτος & Π. Τσάρτας 1999

Έντυπη Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Events and Tourism: An Environmental Approach and Impact Assessment, Ratz & Puczko 2002
- The effects of tourism on quality of life, Delibasic 2008
- Tourism: Change, Impacts, and Opportunities, Mthieson & Wall 2002
- Economic impacts of tourism industry, Hemmi 1999, Ardahaey 2011
- Host perception of sociocultural impacts, Brunt & Courtney 1999
- Dimensions of sustainable rural development in mountainous and less favored areas: Evidence from Greece, Haralampopoulos & Pizam 1996
- Tourism reaction and sustainability, Jurowski 1997
- Developing a tourism impact attitude scale, Lankford & Howard 1994
- Resident attitudes toward tourism development, Sirakaya 2002

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο Τουρισμός ως δραστηριότητα στην Ελλάδα

Ο αντίκτυπος που είχε και συνεχίζει να έχει ο τουρισμός στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν και στα επίπεδα απασχόλησης θα εξεταστεί σε μεγαλύτερο βάθος παρακάτω. Με λίγα λόγια επισημαίνουμε ότι στα χρόνια της κρίσης ο τουρισμός ήταν το ανάχωμα στην ύφεση και την ανεργία και στη συνέχεια οδήγησε τη χώρα σε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης. Επιπλέον, η τουριστική για αναγνωρίστηκε ως ένας από τους τομείς με σημαντικό ενδιαφέρον από επενδυτές. Ως αποτέλεσμα της ευρείας κατανομής των τουριστικών κέντρων σε όλη τη χώρα, ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στη δημιουργία εισοδήματος σε πολλές διαφορετικές περιοχές της χώρας. Στον αντίποδα, ο τουρισμός έχει έντονη εποχικότητα λόγω του ότι οι διακοπές για Ήλιο & Θάλασσα -που αποτελούν την μεγαλύτερη ευρωπαϊκή προϊόντική αγορά- αποτελούν το βασικό τουριστικό προϊόν της χώρας.

Εισερχόμενος Τουρισμός

Το 2019, η Ελλάδα φιλοξένησε σχεδόν 31,3 εκατομμύρια τουρίστες, μόνιμους κατοίκους άλλων χωρών (γνωστοί και ως «Μη κάτοικοι») και εξασφάλισε έσοδα σχεδόν 17,8 δισεκατομμυρίων ευρώ. Η εικόνα που προκύπτει για το 2019 σχετικά με τον τρόπο μεταφοράς των τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό διακοπών είναι σχεδόν πανομοιότυπη με αυτή που ζωγραφίζονταν τα προηγούμενα χρόνια. Πιο συγκεκριμένα, οι αεροπορικές αφίξεις αντιπροσώπευαν το 66% του συνόλου των αφίξεων, ενώ οι οδικές αφίξεις ήταν το 31% των συνολικών αφίξεων και οι αφίξεις θαλάσσης το 3%. Ο αριθμός των ταξιδιωτών που αποφάσισαν να επισκεφθούν την Ελλάδα με τρένο ήταν τόσο μικρός που δεν μπορεί να θεωρηθεί σημαντικός παράγοντας στη συνολική τουριστική βιομηχανία. Η εξάρτηση του τουριστικού κλάδου της χώρας μας από το κυρίαρχο προϊόν -σε ευρωπαϊκό επίπεδο, Sun & Sea- καταδεικνύεται από την εποχικότητα των αφίξεων και των εσόδων, καθώς από την αρχή έως το τέλος της θερινής περιόδου (Απρίλιος - Σεπτέμβριος), 79,8% των αφίξεων καταγράφονται τους συγκεκριμένους μήνες και το 84,8% των εσόδων. Ειδικότερα, το τρίτο τρίμηνο του έτους συγκεντρώνει το 56,0% / 58,9% των αφίξεων / εσόδων, ενώ το δεύτερο τρίμηνο του έτους, που σηματοδοτεί την έναρξη της τουριστικής περιόδου, αντιστοιχεί στο 23,8% / 25,9% των αφίξεων. / έσοδα. Οι αφίξεις και τα έσοδα μειώθηκαν σημαντικά το πρώτο και το τέταρτο τρίμηνο του έτους, με το

πρώτο τρίμηνο να καταγράφει το 6,2% των αφίξεων και το 4,2% των εσόδων και το τέταρτο τρίμηνο το 0% των αφίξεων και το 11,0% των εσόδων.

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2019				
	Αφίξεις	%	Έσοδα (€)	%
Ιαν	659.982	2,1%	231.401.062	1,3%
Φεβ	503.540	1,6%	208.764.856	1,2%
Μαρ	772.507	2,5%	313.374.643	1,8%
Απρ	982.084	3,1%	505.454.000	2,8%
Μαι	2.386.667	7,6%	1.547.083.840	8,7%
Ιουν	4.102.215	13,1%	2.547.206.902	14,3%
Ιούλ	5.673.265	18,1%	3.579.139.035	20,1%
Αυγ	6.761.996	21,6%	4.109.640.000	23,1%
Σεπ	5.111.116	16,3%	2.790.246.507	15,7%
Οκτ	2.773.322	8,8%	1.376.952.112	7,7%
Νοε	929.502	3,0%	288.813.000	1,6%
Δεκ	692.183	2,2%	285.919.459	1,6%
Σύνολο	31.348.379	100%	17.783.995.416	100%
Αεροπορικώς	20.712.856	66%		
Οδικώς	9.588.263	31%		
Σιδηρ/μικώς	6.765	0%		
Θαλασσίως	1.040.495	3%		

Πηγή: ΤτΕ-Επεξεργασία INSETE Intelligence
Τα στοιχεία εσόδων για το 2019 υπόκεινται σε αλλαγή.

Πίνακας 7 : Εισερχόμενος Τουρισμός 2019

Το 2019, ο εισερχόμενος τουρισμός σημείωσε αύξηση στις αφίξεις (+4,1%) και στα έσοδα (+13,6%), φθάνοντας σε νέα υψηλά 31,3 εκατ. ευρώ και 17,8 δισ. ευρώ αντίστοιχα. Αυτά τα στοιχεία είναι τα υψηλότερα από την αρχή της έρευνας για τα σύνορα (2005). Επιπλέον, η αύξηση των εσόδων το 2019 (+13,6%) ήταν η δεύτερη υψηλότερη ποσοστιαία αύξηση που καταγράφηκε από την έναρξη της Έρευνας Συνόρων, πίσω μόνο από την αύξηση που καταγράφηκε το 2013 (+16,8%) και ήταν η τρίτη στη σειρά μετά την πτώση που καταγράφηκε στο 2016 (-6,8%). Αυτή ήταν η δεύτερη υψηλότερη ποσοστιαία αύξηση που καταγράφηκε μετά το 2013 (+16,8%). Επιπλέον, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων έφτασε σε νέο ιστορικό υψηλό (232 εκατ.), που αντιπροσωπεύει αύξηση +2,4%. Ο λόγος για την αύξηση του ποσού που δαπανάται ανά διανυκτέρευση κατά +10,9% (από 69,0 € σε 76,5 €) είναι αυτός που προκάλεσε την αύξηση του ποσού που δαπανάται κατά μέσο όρο ανά άτομο, το οποίο συμβολίζεται με το ακρωνύμιο ACP και ανέρχεται σε 567,3 €. Από την άλλη πλευρά, σημειώθηκε μείωση 1,6% στη τυπική διάρκεια διαμονής ενός επισκέπτη (από 7,5 διανυκτερεύσεις σε 7,4 διανυκτερεύσεις).

Σύμφωνα με τη μεθοδολογία που χρησιμοποιείται για την καταγραφή των εσόδων, αυτά δεν περιλαμβάνουν το μέρος των δαπανών του τουρίστα που παρέμεινε κυρίως εκτός Ελλάδας, όπως η αμοιβή και το κέρδος του Tour Operator. Αντίθετα, αυτά περιλαμβάνουν μόνο το μέρος των δαπανών του τουρίστα που καταναλώθηκε

στην Ελλάδα, όπως τα έσοδα από το ξενοδοχείο ή τα έξοδα του τουρίστα σε καταστήματα.

Κατά παρόμοιο τρόπο, δεν περιλαμβάνουν τα έσοδα από τις αεροπορικές και θαλάσσιες μεταφορές εισερχόμενων τουριστών για τη μετάβασή τους στην Ελλάδα. Αυτά τα έσοδα καταγράφονται χωριστά και προστίθενται μαζί με όλα τα άλλα έξοδα μεταφοράς, όπως, για παράδειγμα, φορτίο και δεδομένα από επιβάτες κρουαζιέρας. Τα συμπληρωματικά αυτά έσοδα, πέραν των δαπανών που πραγματοποιούν οι εγχώριοι τουρίστες, θα εξεταστούν σε μεγαλύτερο βάθος στις επόμενες παραγράφους.

Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2018 - 2019				
	Αφίξεις		Έσοδα	
	2018	2019	2018	2019
Ιαν	603.474	659.982	150.650.416	231.401.062
Φεβ	484.123	503.540	160.954.473	208.764.856
Μαρ	708.169	772.507	235.680.000	313.374.643
Απρ	1.106.808	982.084	473.757.000	505.454.000
Μαι	2.449.690	2.386.667	1.415.563.000	1.547.083.840
Ιουν	4.103.702	4.102.215	2.189.017.418	2.547.206.902
Ιούλ	5.539.244	5.673.265	3.209.314.249	3.579.139.035
Αυγ	6.093.067	6.761.996	3.534.654.000	4.109.640.000
Σεπ	4.868.857	5.111.116	2.399.188.237	2.790.246.507
Οκτ	2.722.457	2.773.322	1.320.854.342	1.376.952.112
Νοε	786.222	929.502	294.125.000	288.813.000
Δεκ	656.978	692.183	269.430.500	285.919.459
Σύνολο	30.122.791	31.348.379	15.653.188.635	17.783.995.416
Μεταβολή		4,1%		13,6%

Πηγή: ΤτΕ-Επεξεργασία INSETE Intelligence
Τα στοιχεία εσόδων για το 2019 υπόκεινται σε αλλαγή.

	2018	2019	% Δ
Έσοδα (εκ. €)	15.653	17.784	13,6%
Διαν/σεις (χιλ.)	227.012	232.464	2,4%
Αφίξεις (χιλ.)	30.123	31.348	4,1%
Μέση Διάρκεια Παραμονής	7,5	7,4	-1,6%
ΜΚΔ	519,6	567,3	9,2%
Δαπάνη/Διαν/ση	69,0	76,5	10,9%

Πηγή: ΤτΕ-Επεξεργασία INSETE Intelligence

Πίνακας 8 : Εισερχόμενος Τουρισμός 2018-2019

Αφίξεις και Έσοδα από Κρουαζιέρα

Τέλος, οι επιβάτες κρουαζιέρας δεν περιλαμβάνονται στα στοιχεία της Έρευνας Συνόρων του Υπουργείου Εξωτερικών που παραθέσαμε, με εξαίρεση τους επιβάτες των οποίων οι κρουαζιέρες τελειώνουν στην Ελλάδα και φεύγουν από τη χώρα από ελληνικό αεροδρόμιο ή λιμάνι. Υπάρχει μόνο ένα πολύ μικρό ποσοστό αυτών των επιβατών συνολικά. Εξαιτίας αυτού, το Γραφείο Στατιστικής έχει επινοήσει την Έρευνα Κρουαζιέρας προκειμένου να συγκεντρώσει δεδομένα σχετικά με τον αριθμό των

ατόμων που πηγαίνουν σε κρουαζιέρες και το χρηματικό ποσό που προκύπτει ως αποτέλεσμα αυτών των ανθρώπων. Σύμφωνα με τα ευρήματα αυτής της μελέτης, η Ελλάδα υποδέχθηκε σχεδόν 2,7 εκατομμύρια τουρίστες κρουαζιέρας το 2019, που αντιπροσωπεύει μείωση 9,9% σε σύγκριση με τον αριθμό των επισκεπτών που έφτασαν με πλοίο το 2018. Ωστόσο, η Ελλάδα έφερε σχεδόν 457 εκατομμύρια ευρώ, που αντιπροσωπεύει αύξηση 5,7%. Το 2019, η εποχικότητα του εισερχόμενου τουρισμού ήταν πολύ έντονη, αλλά η εποχικότητα των αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας δεν ήταν τόσο έντονη όσο η εποχικότητα του εισερχόμενου τουρισμού. Για παράδειγμα, κατά το τρίτο τρίμηνο βλέπουμε το 40,9% των αφίξεων και το 42,8% των εσόδων, ενώ το δεύτερο και το τέταρτο τρίμηνο 27,1% και 30,7% των αφίξεων και αντίστοιχα 35,6% και 20,3% των εσόδων. Ο τουρισμός κρουαζιέρας συνεισέφερε μόνο το 1,2% των συνολικών αφίξεων και το 1,4% των συνολικών εσόδων τους πρώτους τρεις μήνες του έτους. Αυτό αντιπροσωπεύει ένα ουσιαστικά ασήμαντο ποσό. Αξιοσημείωτη είναι η αύξηση των αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας κατά 39,6% που καταγράφηκε το τέταρτο τρίμηνο του 2019, όπως και το γεγονός ότι, με εξαίρεση το πρώτο τρίμηνο, που έχει ήδη πολύ μικρή κίνηση ούτως ή άλλως, καθένα από τα άλλα τρίμηνα σημείωσε αύξηση της επιβατικής κίνησης. Κατά τον προσδιορισμό των συνολικών εσόδων που μπορούν να πραγματοποιηθούν από τις κρουαζιέρες, είναι σημαντικό να λαμβάνονται υπόψη όχι μόνο οι παράγοντες που αναφέρονται παραπάνω αλλά και το κόστος που επιβαρύνει τις γραμμές κρουαζιέρας. Οι δαπάνες αυτές υπολογίστηκαν σε 120 εκατ. ευρώ το 2018 και θα πρέπει να συμπεριληφθούν στα συνολικά έσοδα από κρουαζιέρες. Συνεπώς, με αντίστοιχη ανάλογη αύξηση των εσόδων που αποτυπώνονται στην Έρευνα Κρουαζιέρας της Τράπεζας της Ελλάδος, τα έσοδα αυτά υπολογίζονται σε 127 εκατ. ευρώ για το έτος 2019.

Τουρισμός Κρουαζιέρας				
	Αφίξεις		Έσοδα (€)	
	2018	2019	2018	2019
Α' Τρίμηνο	44.233	32.977	6.555.092	6.391.295
Β' Τρίμηνο	1.035.584	720.814	144.593.000	162.685.160
Γ' Τρίμηνο	1.285.100	1.086.691	192.704.404	195.611.458
Δ' Τρίμηνο	584.459	815.700	88.785.158	92.730.587
Σύνολο	2.949.376	2.656.182	432.637.654	457.418.500
Μεταβολή 2018-2019		-9,9%		5,7%

Πηγή: ΤτΕ-Επεξεργασία INSETE Intelligence
 Τα στοιχεία εσόδων για το 2019 υπόκεινται σε αλλαγή.

Πίνακας 9 : Τουρισμός Κρουαζιέρας

Έσοδα Αερομεταφορών και Θαλάσσιων Μεταφορών

Όπως αναφέραμε, η Έρευνα Συνόρων της ΤΤΕ δεν περιλαμβάνει την δαπάνη των τουριστών για μεταφορά προς και από την Ελλάδα. Επειδή οι ελληνικές επιχειρήσεις είναι υπεύθυνες για την ανάκτηση μέρους αυτών των δαπανών, το άθροισμα αυτών των εσόδων μπορεί να θεωρηθεί ως συνεισφορά της τουριστικής βιομηχανίας στο ΑΕΠ της Ελλάδας. Ένα άλλο μέρος αυτού του κόστους μετακυλιέται σε διεθνείς επιχειρήσεις, οι οποίες με τη σειρά τους συνεισφέρουν μέρος των εσόδων τους στην παροχή υπηρεσιών στους πελάτες που εξυπηρετούν (π.χ. για το προσωπικό που απασχολούν στην Ελλάδα ή για αμοιβές εταιρειών εξυπηρέτησης). Απευθυνθήκαμε σε εμπορικούς ομίλους και εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της αεροπορίας και της ναυτιλίας, ώστε να μπορέσουμε να υπολογίσουμε το χρηματικό ποσό που βγάζει η χώρα από αυτούς τους δύο τρόπους μεταφοράς (αεροπορικές εταιρείες, ναυτιλιακές εταιρείες, εταιρείες εξυπηρέτησης κ.λπ.). Σύμφωνα με τις πληροφορίες που έχουμε συγκεντρώσει, αναμένεται ότι τα έσοδα που θα δημιουργήσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις από τη δραστηριότητα αυτή το 2019 θα είναι 1.914 εκατ. ευρώ (+11,6%) για τις αεροπορικές μεταφορές και 96 εκατ. ευρώ (-2,0%) για τις θαλάσσιες μεταφορές. Τα στοιχεία αυτά είναι σε σύγκριση με 1.715 εκατ. ευρώ και 98 εκατ. ευρώ αντίστοιχα για το 2018.

Έσοδα Οδικών και Σιδηροδρομικών Μεταφορών

Οδικές Μεταφορές: Το τμήμα των δαπανών που πραγματοποιούνται από κατοίκους εξωτερικού που σχετίζεται με την κατανάλωση εντός Ελλάδας (π.χ. κατανάλωση βενζίνης) μπορεί να προσδιοριστεί από την Έρευνα Συνόρων που διενεργεί η Κεντρική Τράπεζα.

Σιδηροδρομικές Μεταφορές: Το μέρος των δαπανών κατοίκων εξωτερικού που αφορά την κατανάλωση εντός Ελλάδας καταγράφεται από την Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος, ενώ το μέρος των δαπανών που αφορά κατανάλωση εκτός των συνόρων της Ελλάδας δεν περιλαμβάνεται στο αρχείο αυτό. Η διάκριση αυτή οφείλεται στο γεγονός ότι η Τράπεζα της Ελλάδος διενεργεί την Έρευνα Συνόρων. Δεδομένου ότι ο εκτιμώμενος αριθμός των επισκεπτών που έφτασαν στη χώρα σιδηροδρομικώς ήταν λιγότεροι από 7.000, τα πρόσθετα έσοδα που αναμενόταν να αποφέρει ο ΟΣΕ κρίνονται αμελητέα.

Εγχώριος Τουρισμός

Η τελευταία διαθέσιμη εκτίμηση της δαπάνης του εγχώριου τουρισμού είναι γνωστή ως η «Έρευνα Διακοπών» της ΕΛΣΤΑΤ για το 2018. Σύμφωνα με την έρευνα

αυτή, οι εγχώριες τουριστικές δαπάνες για ταξίδια διάρκειας τουλάχιστον μίας διανυκτέρευσης ανήλθαν συνολικά σε 1.715 εκατ. ευρώ. Το 2017 οι δαπάνες αυτές ανήλθαν συνολικά σε 1.398 εκατ. ευρώ, που σημαίνει ότι αυξήθηκαν κατά +22,6% από τα επίπεδα του 2017. Είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη ότι οι δαπάνες που αντιστοιχούσαν σε αυτό το 2008 ανήλθαν συνολικά σε 3.868 εκατ. €. Με άλλα λόγια, μεταξύ των ετών 2008 και 2018, το ποσό που δαπανήθηκε για τον εσωτερικό τουρισμό μειώθηκε κατά 55,7%. Για διακοπές διάρκειας τουλάχιστον μίας νύχτας κατά την περίοδο 2017-2018, μπορούν να συναχθούν οι ακόλουθες τάσεις:

α) ο αριθμός των ταξιδιών αυξήθηκε κατά 4,3% (από 5,3 εκατομμύρια ταξίδια το 2017 σε 5,5 εκατομμύρια ταξίδια το 2018).

β) η Μέση Δαπάνη ανά κεφαλή ανά ταξίδι αυξήθηκε κατά 17,6% (από 264 € το 2017 σε 310 € το 2018)

γ) ο αριθμός των ατόμων που ταξίδεψαν αυξήθηκε κατά 4,3%,

ενώ τα συνολικά έξοδα αυξήθηκαν κατά +22,6% (από 1,4 δισ. ευρώ το 2017 σε 1,7 δισ. ευρώ το 2018).

Εγχώριος Τουρισμός Ταξίδια με 1 τουλάχιστον Διανυκτέρευση					
	2015	2016	2017	2018	%Δ 2018-17
Ταξίδια	4.841.525	4.590.484	5.296.499	5.523.673	4%
Δαπάνη (€)	1.264.125.934	1.286.735.621	1.398.365.311	1.714.551.188	23%
ΜΚΔ (€)/ταξίδι	261	280	264	310	18%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤεΕ-Επεξεργασία INSETE Intelligence

Πίνακας 10 : Εγχώριος Τουρισμός Ταξίδια με 1 τουλάχιστον διανυκτέρευση

Τουρισμός: Επενδύσεις και έμμεσα οφέλη

Στον υπολογισμό της απόδοσης επένδυσης (ROI) για τις επενδύσεις που πραγματοποίησε ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Ελλάδα κατά τα έτη 2018 και 2019 συμπεριλήφθηκαν οι ακόλουθες εκτιμήσεις:

- για τις νέες κατασκευές, το Μέσο Εκτιμώμενο Κόστος Κατασκευής νέων δωματίων ανά κατηγορία αστέρι με βάση τα δεδομένα της αγοράς.
- τον αριθμό των κενών δωματίων σε ξενοδοχεία που λειτουργούν αυτήν τη στιγμή

- για ανακαινίσεις, τον αριθμό των δωματίων σε κάθε κατηγορία στο τέλος του προηγούμενου έτους με βάση το ΜΙΤΕ, καθώς και το μέσο κόστος ανακαίνισης ή επισκευής υπαρχόντων δωματίων με βάση την κατηγορία αστέρων που φέρουν.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν νωρίτερα, εκτιμήθηκε ότι η συνολική επένδυση που πραγματοποίησε η ξενοδοχειακή βιομηχανία το 2018 και το 2019 για την κατασκευή νέων δωματίων και για την ανακαίνιση/επισκευή υφιστάμενων δωματίων ξενοδοχείου θα ήταν περίπου 1.735 εκατ. ευρώ και 1.469 εκατομμύρια ευρώ αντίστοιχα. Η εκτίμηση αυτή βασίστηκε στο γεγονός ότι προβλεπόταν ότι η ξενοδοχειακή βιομηχανία θα κατασκευάσει νέα δωμάτια ξενοδοχείων και στα δύο χρόνια, που ισοδυναμεί με μείωση περίπου 15%. Τα ποσά αυτά λαμβάνουν υπόψη τις δαπάνες που πραγματοποιούνται για εισαγόμενα αγαθά και υπηρεσίες. Το υπόλοιπο κατανέμεται σε εγχώρια παραγόμενα αγαθά και υπηρεσίες με υψηλότερη προστιθέμενη αξία. Όταν ληφθεί υπόψη αυτή η κατανομή, εκτιμάται ότι η επένδυση που θα πραγματοποιήσει ο ξενοδοχειακός κλάδος για τα έτη 2018 και 2019, εξαιρουμένου του κόστους των εισαγωγών, θα ανέλθει σε περίπου 945 εκατ. ευρώ και 784 εκατ. ευρώ αντίστοιχα, αντιπροσωπεύοντας μείωση του -17%.

Επενδύσεις στον ξενοδοχειακό κλάδο

Νέες Κατασκευές Ξενοδοχείων						
		Σύνολο	5*	4*	3*	2*/1*
Νέα Δωμάτια	2018	6.206	2.969	1.733	1.065	439
	2019	4.338	1.751	1.735	679	173
Κόστος Κατασκευής (€ εκατ.)	2018	687	386	191	91	20
	2019	484	228	191	58	8
Εγχώρια Προστ. Αξία (€ εκατ.)	2018	420	227	119	60	14
	2019	290	134	116	36	5

Πηγή: ΜΗΤΕ, ΞΕΕ - Εκτιμήσεις-Επεξεργασία INSETE Intelligence

Ανακαινίσεις Ξενοδοχείων						
		Σύνολο	5*	4*	3*	2*/1*
Δωμάτια, τέλος έτους	2017	424.870	72.139	108.637	98.753	145.341
	2018	425.815	71.645	109.608	99.706	144.856
Κόστος Ανακαίνισης (€ εκατ.)	2018	1.047	281	482	195	90
	2019	985	248	501	145	92
Εγχώρια Προστ. Αξία (€ εκατ.)	2018	526	124	240	107	54
	2019	494	110	249	80	56

Πηγή: ΜΗΤΕ, ΞΕΕ - Εκτιμήσεις-Επεξεργασία INSETE Intelligence

Επενδύσεις Ξενοδοχείων σε Εγχώρια Προστιθέμενη Αξία						
		Σύνολο	5*	4*	3*	2*/1*
Εγχώρια Προστ. Αξία (€ εκατ.)	2018	945	351	358	167	68
	2019	784	244	365	115	61

Πηγή: ΜΗΤΕ, ΞΕΕ - Εκτιμήσεις-Επεξεργασία INSETE Intelligence

Επενδύσεις στους άλλους κλάδους του τουρισμού, πλην ξενοδοχείων

Επενδύσεις (€ εκατ.)		
	Σύνολο	Εγχώρια Προστιθέμενη Αξία
2018	1.397	466
2019	1.183	394

Πηγή: IOBE - Εκτιμήσεις-Επεξεργασία INSETE Intelligence

Σύμφωνα με το IOBE (2012), τα έσοδα από καταλύματα αντιπροσωπεύουν το 45,3% των συνολικών εσόδων που παράγονται από τον τουρισμό. Αυτό περιλαμβάνει όχι μόνο ξενοδοχεία αλλά και άλλα μέρη όπως βίλες, ενοικιαζόμενα δωμάτια και άλλα παρόμοια μέρη. Ελλείπει στοιχείων για τους υπόλοιπους τομείς και λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι ο ξενοδοχειακός τομέας προσφέρει μόνο ένα μέρος των διαθέσιμων καταλυμάτων, είναι δυνατό να υπολογιστεί η συνολική επένδυση στους υπόλοιπους τομείς στα 2.095 εκατ. ευρώ για το έτος 2018 και σε 1.774 εκατ. ευρώ για το επόμενο έτος 2019. Τα στοιχεία αυτά λαμβάνουν υπόψη το γεγονός ότι ο ξενοδοχειακός κλάδος προσφέρει μόνο ένα μέρος των διαθέσιμων καταλυμάτων. Υπό το πρίσμα του γεγονότος ότι, σε σύγκριση με άλλους κλάδους που εξυπηρετούν τον τουρισμό, η ξενοδοχειακή βιομηχανία είναι σχετικά μεγαλύτερης έντασης κεφαλαίου και σε μια προσπάθεια να είμαστε συντηρητικοί στις προβλέψεις μας, μειώσαμε αυτό το ποσό κατά ένα τρίτο και εκτιμούμε ότι η συνολική δαπάνη.

Οι άλλοι κλάδοι θα είναι 1.397 εκατ. ευρώ για το 2018 και 1.183 εκατ. ευρώ για το 2019, αντιπροσωπεύοντας μείωση 15%. Αυτό αντιπροσωπεύει μείωση 237 εκατ. ευρώ. Σε σύγκριση με τον κλάδο της φιλοξενίας, οι άλλοι κλάδοι έχουν χαμηλότερη αναλογία εγχώριων δαπανών προς επενδύσεις. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι άλλες βιομηχανίες επενδύουν περισσότερο σε μηχανήματα και εξοπλισμό και λιγότερα σε κτίρια. Υπολογίζεται ότι το ένα τρίτο των συνολικών επενδύσεων προορίζεται για δαπάνες προστιθέμενης αξίας εντός της χώρας. Αυτή είναι μια εκτίμηση που είναι χαμηλή. Ως εκ τούτου, η επένδυση των λοιπών τομέων ως προς την εγχώρια προστιθέμενη αξία ανέρχεται σε 466 εκατ. ευρώ για το έτος 2018 και σε 394 εκατ. ευρώ για το έτος 2019. αυτό αντιπροσωπεύει μείωση 15%.

Επενδύσεις στον τουρισμό συνολικά

Σύμφωνα με τα παραπάνω, το σύνολο της επενδυτικής δραστηριότητας του τουρισμού για το 2018 μπορεί να φτάσει στα € 3.830 εκ., εκ των οποίων € 1.411 εκ. αφορούν σε δαπάνη εγχώριας προστιθέμενης αξίας.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ (€ ΕΚΑΤ.)		
	Σύνολο	Εγχώρια Προστιθέμενη Αξία
2018	3.830	1.411
2019	3.244	1.178

Πηγή: IOBE - Εκτιμήσεις-Επεξεργασία INSETE Intelligence

Σύμφωνα με το IOBE (2012), η άμεση και έμμεση πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα που δημιουργείται από τον τουρισμό ανέρχεται σε 1,2 € για κάθε 1,0 € που δημιουργείται από τουριστική δραστηριότητα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα μια συνολική παραγωγή ΑΕΠ 2,2 €. Δηλαδή, ο πολλαπλασιαστής για την τουριστική δραστηριότητα ανέρχεται στο 2,2. Στον πίνακα παρουσιάζονται, σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη του ΚΕΠΕ (2014), οι πολλαπλασιαστές των διαφόρων τομέων της ελληνικής οικονομίας. Επιπρόσθετα, στον πίνακα παρουσιάζεται, σύμφωνα με μελέτη του IOBE, η ποσοστιαία συμβολή κάθε κλάδου στο συνολικό επίπεδο τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα (2012). Σύμφωνα με τις πληροφορίες του πίνακα, ο προκύπτων τουριστικός πολλαπλασιαστής για την ελληνική τουριστική οικονομία ανέρχεται στο 2,65. Αυτό υποδηλώνει ότι για κάθε 1,0 ευρώ που δημιουργείται από τουριστική δραστηριότητα, δημιουργείται μια έμμεση και επαγόμενη πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα 1,65 ευρώ, που οδηγεί σε αύξηση του ΑΕΠ κατά 2,65 ευρώ. Συνεπώς ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας κυμαίνεται μεταξύ 2,2 και 2,65.

	% Κατανομή Τουριστικών Εσόδων	Πολλα- πλασιαστής
Καταλύματα	45,3	2,50
Εστίαση	18,0	2,50
Θαλάσσιες Μεταφορές	9,0	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Εναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,90
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	1,39
Συνέδρια	1,0	4,13
Σταθμισμένος Μέσος Όρος		2,65

Πηγή: ΚΕΠΕ, IOBE - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία

Η προκαταρκτική εκτίμηση της ΕΛΣΤΑΤ τοποθετεί το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) της χώρας σε τρέχουσες τιμές στα 187.456 εκατ. ευρώ για το έτος 2019, σημειώνοντας αύξηση 1,5% σε σύγκριση με το ποσό των 184.714 εκατ. ευρώ του 2018. Αφού συγκεντρωθούν όλες οι πληροφορίες σχετικά με τον τουρισμό που παρουσιάστηκαν νωρίτερα και αντιπαραβλήθηκαν με το συνολικό ακαθάριστο εγχώριο προϊόν της χώρας, προκύπτει η ακόλουθη εικόνα:

- Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία της χώρας το 2019 υπολογίζεται σε 23,4 δισ. ευρώ, μέγεθος που αντιστοιχεί στο 12,5% του ΑΕΠ.
- Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία της χώρας το 2019 εκτιμάται ότι κυμαίνεται μεταξύ 51,6 και 62,1 δισεκατομμυρίων ευρώ, στοιχεία που αντιστοιχούν μεταξύ 27,5% και 33,1% του ΑΕΠ.
- Ο ετήσιος ρυθμός αύξησης του ΑΕΠ ήταν 1,5%, που αντιστοιχεί σε αύξηση 2.742 εκατ. €, ενώ ο ετήσιος ρυθμός αύξησης της τουριστικής δραστηριότητας ήταν 10,9%, που αντιστοιχεί σε αύξηση 2.299 εκατ. € άμεσα ή 5.058 € / 6.093 εκατ. έμμεσα και άμεσα.
- Περισσότερο από το 90 τοις εκατό των εσόδων που παράγονται από τουριστικές δραστηριότητες προέρχονται από το εξωτερικό, καθιστώντας τον τουρισμό σχεδόν εξ ολοκλήρου εξαγωγική δραστηριότητα.

Κατηγορία Δαπάνης	2018, € εκ.	2019, € εκ.	%Δ
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	€15.653	€17.784	13,6%
Δαπάνη Τουριστών Κρουαζιέρας	433	457	5,7%
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	120	127	5,7%
Αερομεταφορές	1.715	1.914	11,6%
Θαλάσσιες Μεταφορές	98	96	-2,0%
Εγχώριος Τουρισμός	1.715	1.886	10,0%
Επενδύσεις	1.411	1.178	-16,5%
Άμεση Επίπτωση Τουρισμού	€21.143	€23.442	10,9%
ως % ΑΕΠ	11,4%	12,5%	9,3%
πολλαπλασιαστής ΙΟΒΕ	2,2	2,2	0,0%
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€46.515	€51.573	10,9%
ως % ΑΕΠ	25,2%	27,5%	9,3%
πολλαπλασιαστής ΚΕΠΕ	2,65	2,65	0,0%
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€56.030	€62.122	10,9%
ως % ΑΕΠ	30,3%	33,1%	9,3%
ΑΕΠ	€184.714	€187.456	1,5%

Πηγή: INSETE Intelligence
Τα στοιχεία του ΑΕΠ υπόκεινται σε αλλαγή

Περιφερειακή Κατανομή και Συμβολή Ανά Περιφέρεια

Η έλλειψη στοιχείων για την περιφερειακή κατανομή των συνολικών τουριστικών δαπανών επιβάλλει η εκτίμησή της να γίνεται σε προσεγγιστική βάση και

η εκτίμηση αυτή βασίζεται στην κατανομή των εισερχόμενων τουριστικών εσόδων όπως προκύπτει από την Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος. Αντιπαραβάλλονται με εκτίμηση του ΑΕΠ για κάθε Περιφέρεια, η οποία παρουσιάζεται στον πίνακα. Αυτή η σύγκριση λαμβάνει υπόψη αφενός το ΑΕΠ για το 2019 και αφετέρου την πιο πρόσφατη κατανομή ποσοστών (στοιχεία 2017). Η εικόνα που εμφανίζεται στον πίνακα είναι κυρίως ενδεικτική λόγω της κατά προσέγγιση φύσης των στοιχείων που περιέχει.

Περιφέρεια	% κατανομή εσόδων εισερχόμενου τουρισμού 2019	αναλογία άμεσης τουριστικής δαπάνης 2019 - σε € εκ.	ΑΕΠ Περιφερειών 2019* - σε εκ.	% ΑΕΠ στο οποίο αντιστοιχεί η τουριστική δαπάνη	κατά κεφαλήν ΑΕΠ 2017 - σε €
Ν. Αιγαίο	29,3%	6.861	6.391	107,4%	18.091
Κρήτη	20,4%	4.775	9.460	50,5%	14.366
Αττική	14,7%	3.437	89.228	3,9%	22.784
Κεντ. Μακεδονία	12,7%	2.983	25.732	11,6%	13.172
Ιόνια Νησιά	10,8%	2.534	3.297	76,9%	15.464
Αν. Μακεδονία & Θράκη	2,5%	583	7.225	8,1%	11.539
Πελοπόννησος	2,4%	553	8.359	6,6%	13.903
Θεσσαλία	2,0%	471	9.723	4,8%	12.911
Ήπειρος	1,5%	347	4.137	8,4%	11.879
Δυτ. Ελλάδα	1,5%	341	8.408	4,1%	12.216
Στερεά Ελλάδα	1,0%	239	8.794	2,7%	15.214
Β. Αιγαίο	0,9%	219	2.579	8,5%	11.955
Δυτ. Μακεδονία	0,4%	100	4.124	2,4%	14.663
Σύνολο Χώρας	100,0%	23.442	187.456	12,5%	16.757

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ – Επεξεργασία INSETE Intelligence

* Η κατανομή του ΑΕΠ των Περιφερειών είναι εκτίμηση λαμβάνοντας υπόψη την ποσοστιαία κατανομή του 2017

Συμβολή του Τουρισμού στο Ισοζύγιο Πληρωμών

Ένας από τους σημαντικότερους συνεισφέροντες στο συνολικό εισόδημα της χώρας και στη συνεισφορά στο ισοζύγιο πληρωμών της χώρας είναι ο τουρισμός. Ειδικότερα, για το 2019, οι εισπράξεις από ταξίδια κάλυψαν το 79,9% του ελλείμματος στο Ισοζύγιο Αγαθών, σημειώνοντας αύξηση από την κάλυψη 71,5% το 2018. Εάν τα έσοδα από αεροπορικές μεταφορές, κρουαζιέρες και άλλες μορφές μεταφοράς, που είναι που υπολογίζονται από την Κεντρική Τράπεζα σε άλλους κωδικούς του ισοζυγίου πληρωμών, λαμβάνονται επίσης υπόψη, τότε η συμβολή του εισερχόμενου τουρισμού στην κάλυψη του ελλείμματος του ισοζυγίου αγαθών φτάνει το 89,2% (έναντι 80,1% το 2018). Επιπλέον, τα έσοδα από τον τουρισμό το 2019 αναμένεται να ανέλθουν στο 56,2%, από 49,7% το 2018, επί των συνολικών εσόδων από εξαγωγές όλων των ειδών αγαθών που κατασκευάζονται στη χώρα. Αν στο σύνολο αυτό συνυπολογίσουμε και τα έσοδα από μεταφορές, τότε πρόκειται για το 62,8% των συνολικών εισπράξεων από εξαγωγές αγαθών, που είναι υψηλότερο από το 55,7% που καταγράφηκε το 2018. Όταν οι εξαγωγές πλοίων και καυσίμων αφαιρούνται από τις εξαγωγές αγαθών, το ποσοστό των συνολικών εισπράξεων από εξαγωγές αγαθών που προέρχονται από τον τουρισμό ανεβαίνει στο 78,4% (από 72,4% το 2018). Αυτό αντιπροσωπεύει

αύξηση από το προηγούμενο ποσοστό 72,4%. Επιπρόσθετα, αν συνυπολογίσουμε τις μεταφορές στις τουριστικές εισπράξεις, το ποσοστό των εισπράξεων ισούται με το 87,6% (έναντι 81,1% το 2018) των συνολικών εσόδων της χώρας από τις εξαγωγές αγαθών, εξαιρουμένων των πλοίων και των καυσίμων. Αυτό αντιπροσωπεύει μια σημαντική αύξηση από το 2018.

	2018 (εκ. €)	2019 (εκ. €)	% μεταβολή
Ισοζύγιο Αγαθών	-22.489	-22.833	-1,5%
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις (περ. κρουαζιέρα)	16.086	18.241	13,4%
ως % ελλείμματος Ισοζυγίου Αγαθών	72%	80%	
Εκτίμηση Εσόδων από Μεταφορές	1.932	2.136	
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις και Μεταφορές/Ισοζύγιο αγαθών	80%	89%	
Εξαγωγές Αγαθών	32.373	32.434	0,2%
Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	22.225	23.263	4,7%
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις / Εξαγωγές Αγαθών	50%	56%	
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις και μεταφορές / Εξαγωγές Αγαθών	56%	63%	
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις / Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	72%	78%	
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις και μεταφορές / Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	81%	88%	

Πηγή: ΤτΕ – Επεξεργασία INSETE Intelligence

* Τα στοιχεία εσόδων για το 2019 είναι προσωρινά και υπόκεινται σε αλλαγή

Ο τουρισμός όχι μόνο συμβάλλει σημαντικά στην οικονομία του έθνους, αλλά συμβάλλει σημαντικά και στην απασχόληση, ενώ τα τελευταία χρόνια έχει συμβάλει σημαντικά στη μείωση της ανεργίας. Το έτος 2019 δεν έσπασε αυτό το μοτίβο με κανέναν τρόπο. Αύξηση 6,7% σημειώθηκε στην απασχόληση στα τουριστικά επαγγέλματα των υπηρεσιών διαμονής και εστίασης κατά το πρώτο τρίμηνο, ενώ σημειώθηκε αύξηση μόνο 2,4% στη συνολική απασχόληση. Αυτά τα επαγγέλματα σημείωσαν αύξηση της απασχόλησης κατά 5,3%, σε σύγκριση με αύξηση 2,5% το δεύτερο τρίμηνο. 4,4%, που σε σύγκριση με άνοδο 2,0% το τρίτο τρίμηνο. και 6,2%, που σε σύγκριση με άνοδο 1,8% το τέταρτο τρίμηνο. Οι μεγαλύτερες ποσοστιαίες αυξήσεις σημειώθηκαν κατά το πρώτο και το τέταρτο τρίμηνο του 2019, πιθανότατα ως αποτέλεσμα της σημαντικής ανάπτυξης του citybreak τουρισμού στην Αθήνα, ο οποίος μείωσε την εξάρτηση της πόλης από την εποχικότητα. Στο πλαίσιο αυτό, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τους πρώτους τρεις μήνες του 2019 σημειώθηκαν οι υψηλότερες ποσοστιαίες αυξήσεις. Όπως αναφέρθηκε, η πλειονότητα των χρημάτων που ξοδεύουν οι τουρίστες στην Ελλάδα προορίζονται για διαμονή και αγορά φαγητού και ποτού. Με την υπόθεση εργασίας ότι η συμβολή αυτών των δύο τομέων στην απασχόληση σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό είναι ισοδύναμη,

μπορούμε να καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι η συνολική απασχόληση που δημιουργείται από τον τουρισμό κατά την περίοδο αιχμής (το τρίτο τρίμηνο) του 2019 εκτιμάται ότι είναι 678 χιλιάδες εργαζόμενοι, που ισοδυναμεί με το 17,1% της συνολικής απασχόλησης.

Τουρισμός και Απασχόληση

Ο τουρισμός φτάνει το 37,6% έως 45,2% του συνόλου του ΑΕΠ της χώρας, όπως απεικονίζεται στον ακόλουθο πίνακα.

Εξέλιξη απασχόλησης για τα έτη 2018 - 2019 (σε χιλ.)								
	2018				2019			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Σύνολο	3.724	3.860	3.894	3.834	3.814	3.956	3.972	3.902
% μεταβολή					2,4%	2,5%	2,0%	1,8%
Καταλύματα - Εστίαση	302	383	411	351	322	403	429	373
% μεταβολή					6,7%	5,3%	4,4%	6,2%

Πηγή: Έρευνα Εργατικού Δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία INSETE Intelligence



Πηγή: Έρευνα Εργατικού Δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία INSETE Intelligence

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 2^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Πηγές:

- Ελληνική Στατιστική Αρχή,
- Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδας,
- Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας,
- Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Επιβατηγού Ναυτιλίας,
- ΞΕΕ (2020), Βασικά μεγέθη της ελληνικής ξενοδοχίας 2019,
- IOBE (2012), Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία,
- ΚΕΠΕ (2014), Οικονομικές Εξελίξεις, Τεύχος 24, Ιούνιος 2014,
- Άρης Ίκκος & Σεραφείμ Κουτσός (2019), Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2018 (INΣΕΤΕ),
- CLIA (2018), Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2017,

Ηλεκτρονική βιβλιογραφία (διαδίκτυο)

- www.sete.gr
- www.insete.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΓΝΩΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ

Η Ιταλία, επίσης γνωστή απλώς ως Italia, ή πιο επίσημα ως Δημοκρατία της Ιταλίας (Repubblica Italiana), είναι μια κοινοβουλευτική δημοκρατία που είναι ενιαία και βρίσκεται στην Ευρώπη. Η Σικελία και η Σαρδηνία είναι τα δύο μεγάλα νησιά που απαρτίζουν αυτή την περιοχή, η οποία έχει σχήμα μπότας και βρίσκεται στη Μεσόγειο Θάλασσα. Οριοθετείται στα βόρεια με την Ελβετία και την Αυστρία, στα δυτικά με τη Γαλλία και στα ανατολικά με τη Σλοβενία, και η πόλη Campione d'Italia, που βρίσκεται στην Ελβετία, είναι επίσης μέρος της Ιταλίας. Τόσο ο Άγιος Μαρίνος όσο και η πόλη του Βατικανού, που θεωρούνται και τα δύο κυρίαρχα έθνη, βρίσκονται εξ ολοκλήρου εντός της ιταλικής επικράτειας.

Είναι αδύνατο να διαχωριστεί η ιστορία της Ιταλίας από αυτή του πολιτισμού της περιοχής της Μεσογείου και της Ευρώπης γενικότερα. Από την αρχή των προϊστορικών χρόνων, οι άνθρωποι ζούσαν στην ιταλική χερσόνησο. Οι Έλληνες ίδρυσαν αποικίες στη νότια Ιταλία και τη Σικελία γύρω στον 8ο αιώνα π.χ., ενώ οι Ετρούσκοι κυριαρχούσαν στο μεγαλύτερο μέρος της επικράτειας στο κέντρο της Ιταλίας. Τον πέμπτο αιώνα πριν από την κοινή εποχή, οι Γαλάτες άρχισαν να εγκαθίστανται στην πεδιάδα του Πάδου. Για παράδειγμα, οι Ρωμαίοι ένωσαν όλη την Ιταλία τον τρίτο αιώνα, και μέχρι την κατάρρευση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, η ιστορία της ιταλικής χερσονήσου θεωρείται γενικά συνώνυμη με την ιστορία της Ρώμης. Μετά την επιτυχία της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας στην προσάρτηση της πλειονότητας του κόσμου που ήταν γνωστή εκείνη την εποχή, υπήρξε μια παρατεταμένη περίοδος οικονομικής ανάπτυξης και ειρήνης (γνωστή ως Pax Romana) που διήρκεσε μέχρι τα τέλη του τέταρτου αιώνα μ.Χ. την περίοδο που βρισκόταν στην εξουσία η Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία. Το έτος 476 μ.Χ., μετά από μια περίοδο συνεχών επιδρομών στη Βυζαντινή Ιταλία από Ούνους, Γότθους και Βανδάλους, το δυτικό τμήμα της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας έλαβε τέλος. Αυτό το γεγονός συνέπεσε με την απομάκρυνση του Ρωμύλου Αυγουστίλου από την Οδόακρο, όπου βρισκόταν ο τελευταίος Ρωμαίος αυτοκράτορας.

Μεσαιωνική Εποχή

Ο Theodoric, ο οποίος είχε νικήσει προηγουμένως τον Odoacer, ίδρυσε το οστρογοθικό βασίλειο στην Ιταλία το 493, με τη Ραβέννα να χρησιμεύει ως πρωτεύουσα του βασιλείου. Κατά τη διάρκεια της βασιλείας του αυτοκράτορα Ιουστινιανού (527–553), μια σύγκρουση μεταξύ των Οστρογόθων και της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας (535–553) έδωσε τέλος στην κυριαρχία των Οστρογόθων στην Ιταλία και είχε ως αποτέλεσμα την ίδρυση της Βυζαντινής Εξαρχίας της Ραβέννας, η οποία

εδραίωσε τη βυζαντινή ηγεμονία στην περιοχή. Ωστόσο, λίγα χρόνια αργότερα, οι Λομβαρδοί πέτυχαν στην κατάκτηση του σημαντικότερου τμήματος της χερσονήσου (568-569). Η συνθήκη ειρήνης που υπογράφηκε με τους Βυζαντινούς το έτος 603 είχε ως αποτέλεσμα τη διαίρεση της χώρας σε δύο διακριτές περιοχές: το βυζαντινό τμήμα της Ιταλίας βρισκόταν στο νότο και το λομβαρδικό τμήμα της Ιταλίας στο βορρά. Ο Καρλομάγνος έβαλε τέλος στο βασίλειο των Λομβαρδών το έτος 774, και όταν στέφθηκε αυτοκράτορας το έτος 800, ιδρύθηκε η Αγία Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία. Μια εποχή ανταγωνισμού μεταξύ παπών και αυτοκρατόρων ξεκίνησε με την άφιξη του Όθωνα Α' της Σαξονίας στην Ιταλία και τη στέψη του ως αυτοκράτορα. Αυτός ο ανταγωνισμός κράτησε αρκετούς αιώνες. Ξεκινώντας από τον 11ο αιώνα, βλέπουμε την ίδρυση ελεύθερων ιταλικών πόλεων όπως η Βενετία, η Πίζα, η Σιένα, το Αμάλφι και η Γένοβα. Αυτές οι πόλεις πέρασαν μια αξιοσημείωτη πληθυσμιακή άνθηση και κυριάρχησαν με τους στόλους τους στη Μεσόγειο, αλλά δεν μπόρεσαν να καταργήσουν την κυριαρχία του Πάπα ή της αυτοκρατορίας. Παραδείγματα αυτών των πόλεων περιλαμβάνουν το Αμάλφι και τη Γένοβα. Κατά τη διάρκεια αυτής της χρονικής περιόδου, η μάχη μεταξύ των ομάδων των Guelphs (υποστηρικτών του Πάπα) και των Ghibellines (οπαδών του Ghibelline) λαμβάνει χώρα σε πρώτο πλάνο (που είναι κοντά στον Γερμανό αυτοκράτορα).

Αναγέννηση

Κατά τον 14ο αιώνα πολλοί δήμοι της Ιταλίας μετατράπηκαν σε σινιορίες και πριγκιπάτα. Η άνοδος της αστικής τάξης και η επέκταση του εμπορίου στις ιταλικές πόλεις έπαιξαν σημαντικό ρόλο στον μετασχηματισμό της μεσαιωνικής κοινωνίας. Αυτό, με τη σειρά του, οδήγησε στην οικονομική ευημερία και την ανάπτυξη των τεχνών, οι οποίες και οι δύο έφτασαν στο ζενίθ τους κατά την περίοδο του ανθρωπισμού ή της Αναγέννησης. Οι μεγάλες πολιτικές και στρατιωτικές δυνάμεις της εποχής, όπως η Βενετία και η Φλωρεντία, καθώς και η Ρώμη, που ήταν η έδρα του παπισμού εκείνη την εποχή, ενθάρρυναν την άνθηση και την ανανέωση της λογοτεχνίας, της ζωγραφικής, της αρχιτεκτονικής, της γλυπτικής και των τεχνών και επιστήμες γενικότερα, με έμφαση στην τήρηση των κλασικών προτύπων της αρχαιότητας. Αυτές οι πόλεις διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στις τέχνες και τα γράμματα και η επιρροή τους μπορεί να γίνει αισθητή σε όλη την Ευρώπη χάρη στη συνεισφορά καλλιτεχνών όπως οι Petrarch, Vocacio, Giotto, Michelangelo, Leonardo da Vinci, Raphael και Titian.

16^{ος} – 19^{ος} Αιώνας

Στα τέλη του 15ου αιώνα, τα ιταλικά κράτη βρίσκονταν σε κατάσταση κρίσης και η ιταλική χερσόνησος βρισκόταν υπό την κυριαρχία ξένων δυνάμεων. Οι ιταλικές δημοκρατίες έπεσαν σε αχρηστία ως αποτέλεσμα της ανακάλυψης της Αμερικής από τον Χριστόφορο Κολόμβο το 1492 και της μετέπειτα μετεγκατάστασης των εμπορικών οδών μακριά από τη Μεσόγειο Θάλασσα και προς τον Νέο Κόσμο. Ο Κάρολος VIII, βασιλιάς της Γαλλίας, ταξίδεψε στην Ιταλία και ήταν νικητής στην προσπάθειά να καταλάβει τον έλεγχο του Βασιλείου της Νάπολης. Το 1559, υπογράφηκε η Συνθήκη του Sato-Sambresis, με την οποία καθιερώθηκε επίσημα η ισπανική κυριαρχία στην Ιταλία. Η περίοδος της ισπανικής ηγεμονίας (1559–1713) χαρακτηρίστηκε από σημαντική πτώση των τεχνών και των γραμμάτων καθώς και από μια σοβαρή οικονομική κρίση. Στην Ιταλία, τα πρώτα πενήντα χρόνια του 18ου αιώνα σημαδεύτηκαν από σημαντικό ενδιαφέρον για διάφορες μορφές πολιτικής, κοινωνικής και οικονομικής μεταρρύθμισης. Ταυτόχρονα, άρχισαν να εμφανίζονται οι έννοιες της εθνικότητας και της ανεξαρτησίας, μαζί με τις ελπίδες για την εθνική ενότητα της Ιταλίας. Το λεγόμενο «παλαιό καθεστώς» επανήλθε σε ισχύ και οι προηγούμενοι αυταρχικοί ηγεμόνες επέστρεψαν τις θέσεις τους. Αυτό άνοιξε την πόρτα για το σχηματισμό λαθραίων κοινωνιών και το πρώτο βήμα προς την επίτευξη της ανεξαρτησίας.

Τα κυρίαρχα κράτη της ιταλικής χερσονήσου ενώθηκαν το 1861 για να ιδρύσουν το Βασίλειο της Ιταλίας, το οποίο με τη σειρά του οδήγησε τελικά στην ίδρυση του έθνους-κράτους της Ιταλίας που γνωρίζουμε σήμερα. Διανοούμενοι όπως ο Mazzini, ο Gioberti και ο Cattaneo ήταν μεταξύ εκείνων που συνέβαλαν στην Ιταλική Ένωση. Πολιτικοί όπως ο Cavour, καθώς και πολιτικοί και στρατιωτικοί ηγέτες όπως ο Victor Emmanuel II και ο Giuseppe Garibaldi, ήταν επίσης μεταξύ αυτών που συνέβαλαν. Το Τορίνο χρησίμευσε ως η αρχική πρωτεύουσα του ιταλικού κράτους έως ότου αντικαταστάθηκε από τη Φλωρεντία το 1865 και στη συνέχεια τη Ρώμη το 1870 μετά από μια επιτυχημένη σύγκρουση με όσους υποστήριζαν το παπικό κράτος.

20^{ος} Αιώνας

Ο 20ός αιώνας η χώρα βρήκε ξανά την ισορροπία της με την κυβέρνηση του Τζιολίτι, που υπήρξε ένας από τους πιο ικανούς πολιτικούς της Ιταλίας. Ξεκινώντας από τη σύγκρουση με την Οθωμανική Αυτοκρατορία και συνεχίζοντας με την κατάκτηση της Λιβύης και των Δωδεκανήσων, αυτή είναι η αρχή μιας περιόδου αποικιακής και επεκτατικής πολιτικής. Ως αποτέλεσμα της εκλογικής νίκης των Σοσιαλιστών και των Καθολικών το 1913, ο Τζιολίτι αναγκάστηκε να παραιτηθεί από

τη θέση του και στη θέση του διορίστηκε ο Σαλάντρα. Μετά από μια δήλωση ουδετερότητας την 1η Αυγούστου 1914, η κυβέρνηση προσχώρησε στην Τριπλή Συμμαχία, η οποία αποτελούνταν από την Αγγλία, τη Γαλλία και τη Ρωσία, και κήρυξε τον πόλεμο στην Αυστρία με την ελπίδα να επιτύχει σημαντικά εδαφικά κέρδη. Αυτό έγινε υπό την πίεση των ρευμάτων εισβολής. Μετά τη νίκη της Ιταλίας στον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο το 1918, το Τρεντίνο, η Ίστρια και το Ζαντάρ ενσωματώθηκαν στην επικράτεια της χώρας.

Κατά τον Μεσοπόλεμο, οι Ιταλοί ήταν δυσαρεστημένοι με τη μεταχείριση που είχαν από τους Συμμάχους, πέρα από τις ηθικές και οικονομικές κρίσεις που βίωναν ταυτόχρονα. Αυτό συνέβη παρά την εδαφική επέκταση που σημειώθηκε αυτή την περίοδο. Η συνταγματική κρίση που ακολούθησε μετά τη γενική απεργία και την κατάληψη των εργοστασίων οδήγησε στην εγκαθίδρυση ενός αυταρχικού και αντιδημοκρατικού καθεστώτος, στον φασισμό και στον διορισμό του Μπενίτο Μουσολίνι ως πρωθυπουργού. Ο Μουσολίνι μπόρεσε να εγκαθιδρύσει ένα ολοκληρωτικό καθεστώς ως άμεσο αποτέλεσμα των λαθών που διέπραξαν τα αντιφασιστικά κόμματα (1925).

Η Γαλλία είχε ήδη ηττηθεί όταν η Ιταλία μπήκε στον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο στο πλευρό της ναζιστικής Γερμανίας του Χίτλερ τον Ιούνιο του 1940. Μετά τις νίκες των Συμμάχων και την εισβολή τους στη Σικελία το 1943, η ιταλική κυβέρνηση άλλαξε την πολιτική της και ο Μουσολίνι τέθηκε υπό κράτηση. Στις 13 Οκτωβρίου του ίδιου έτους, η Ιταλία κήρυξε τον πόλεμο στη Γερμανία και την επόμενη μέρα, οι Σύμμαχοι αναγνώρισαν την Ιταλία ως συμπολεμιστή στη σύγκρουση. Ο Μουσολίνι, μόλις απελευθερώθηκε από τη γερμανική αιχμαλωσία, βρήκε την ευκαιρία να ανακηρύξει το Σάλο πρωτεύουσα της Ιταλικής Κοινωνικής Δημοκρατίας. Στο νότο που βρισκόταν στα χέρια των Συμμάχων και υπό την κυριαρχία του Βιτόριο Εμμανουήλ Γ' και στην υπόλοιπη χώρα που βρισκόταν στα χέρια των Γερμανών και των φασιστών. Η χώρα ουσιαστικά χωρίστηκε στη μέση. Στις 25 Απριλίου 1945 η περιοχή απελευθερώθηκε από την αιχμαλωσία της. Ο Μουσολίνι τέθηκε υπό κράτηση, δικάστηκε και τελικά θανατώθηκε στις 28 Απριλίου. Το 1946, ο Vittorio Emanuele πείστηκε να παραιτηθεί υπέρ του Umberto II. Ωστόσο, το δημοψήφισμα που έγινε στις 2 Ιουνίου αποφάσισε αποφασιστικά υπέρ μιας δεσποτικής δημοκρατίας. Από την 1η Ιανουαρίου 1948 τέθηκε σε ισχύ το Σύνταγμα.

Μεταπολεμική Περίοδος

Η εξωτερική πολιτική του Ντε Γκασπερι οδήγησε την Ιταλία στην είσοδο στην ατλαντική συμμαχία και στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα.

Το 1955, το έθνος έγινε αποδεκτό στα Ηνωμένα Έθνη. Η χώρα οδηγήθηκε σε οικονομική και κοινωνική κρίση κατά τη διάρκεια της προεδρίας Lene (1971-1978), την οποία ακολούθησε μια παραγμένη περίοδος το 1978, έτος κατά το οποίο οι Ερυθρές Ταξιαρχίες απήγαγαν και δολοφόνησαν τον πρόεδρο του κεντρικού κόμματος (DC), Aldo Moro. Η πρώτη κυβέρνηση στην ιστορία της ιταλικής δημοκρατίας που είχε σοσιαλιστικά ιδανικά ιδρύθηκε το 1983 και ήταν σοσιαλιστική. Η θέση του πρωθυπουργού έχει δοθεί στον Μπετίνιο Κράξι. Ωστόσο, μπροστά στην αντίθεση των μεγάλων πολιτικών δυνάμεων, η κυβέρνησή του αναγκάστηκε τελικά να παραιτηθεί (DC και PSI). Η παραδοσιακή πολιτική δομή ρίχτηκε σε αταξία αφού τα μεγάλα κόμματα ηττήθηκαν σοβαρά στις εκλογές του 1992 και η Λέγκα του Βορρά ανέβηκε στην εξουσία ως αποτέλεσμα αυτών των γεγονότων. Ο Όσκαρ Λουίτζι Σκαλφάρο ήταν ο υποψήφιος που κέρδισε τις εκλογές για την προεδρία της δημοκρατίας. Το δεξιό κόμμα Ρολο κέρδισε την πλειοψηφία στη Βουλή των Αντιπροσώπων στις πολιτικές εκλογές που διεξήχθησαν το 1994. Ο πρόεδρος του κόμματος Ρολο, Σίλβιο Μπερλουσκόνι, σχημάτισε κυβέρνηση, αλλά αναγκάστηκε να παραιτηθεί λίγους μήνες αργότερα λόγω της αποχώρησης της Λέγκας του Βορρά από τον συνασπισμό. Τον Ιανουάριο του 1995, ο Σκαλφάρο υποστήριξε τη δημιουργία μιας κυβέρνησης συνασπισμού με τον Ντίνι να υπηρετεί ως πρωθυπουργός. Οι εκλογές που διεξήχθησαν το 1996 κατέληξαν στη νίκη του κεντροαριστερού σχηματισμού Ολίνο και ο Romano Prodi έγινε πρωθυπουργός.

Δημογραφία

Σύμφωνα με εκτιμήσεις του 2017, ο πληθυσμός είναι 60.507.590 εκ. κάτοικοι. Η Ιταλία είναι σε μεγάλο βαθμό ομοιογενής όσον αφορά τις γλώσσες και τις θρησκευτικές της πρακτικές, αλλά η χώρα εμφανίζει σημαντικές πολιτιστικές, οικονομικές και πολιτικές ανισότητες. Με 196 άτομα που ζουν σε κάθε τετραγωνικό χιλιόμετρο, κατέχει τη θέση της πέμπτης υψηλότερης πυκνότητας πληθυσμού σε όλη την Ευρώπη. Υπάρχουν κάποιες μικρές αυτόχθονες ομάδες που αποτελούν τη μειονότητα.

Η συντριπτική πλειοψηφία των κατοίκων τηρεί την Καθολική πίστη. Στην πραγματικότητα, το 85 τοις εκατό των κατοίκων θεωρούν ότι είναι καθολικοί. Ωστόσο, υπάρχουν κοινότητες Ορθόδοξων Χριστιανών και Εβραίων, και το ποσοστό των μουσουλμάνων που γεννήθηκαν εκτός της χώρας αυξάνεται. Επιπλέον, η Ιταλία φιλοξενεί την πολυπληθέστερη εκκλησία των Μαρτύρων του Ιεχωβά σε όλη την Ευρώπη, η οποία αριθμεί 248.743 άτομα. Το προσδόκιμο ζωής στο σύνολο του

πληθυσμού, σύμφωνα με εκτιμήσεις του 2016 του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας ήταν 82,8 χρόνια (80,5 χρόνια οι άνδρες και 84,9 οι γυναίκες).

Πολιτισμός

Η Ιταλία είναι γνωστή για τις τέχνες, τον πολιτισμό, και πολλά μνημεία της, όπως ο Πύργος της Πίζα και το Ρωμαϊκό Κολοσσαίο, όπως και για την κουζίνα της (πίτσα, μακαρονάδες, κλπ.), κρασί, τρόπος ζωής, μόδα, ντιζάιν, κινηματογράφος, θέατρο, λογοτεχνία, ποίηση, εικαστικές τέχνες, μουσική (κυρίως όπερα). Ο 14ος και 15ος αιώνας θεωρούνται η αρχή της περιόδου της Αναγέννησης στην Ευρώπη, με λογοτεχνικά αριστουργήματα όπως η ποίηση του Δάντη, του Πετράρχη, του Τορκουάτο Τάσο και του Λουδοβίκο Αριόστο, καθώς και η πεζογραφία του Βοκάκιο. Οι Ιταλοί συνθέτες Palestrina, Claudio Monteverdi, Arcangelo Corelli και Antonio Vivaldi είχαν σημαντικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη της μουσικής σε όλο τον κόσμο. Η ιταλική ρομαντική όπερα γνώρισε μια χρυσή εποχή τον 19ο αιώνα χάρη στη συνεισφορά συνθετών όπως ο Gioachino Rossini, ο Giuseppe Verdi και ο Giacomo Puccini.

Ιταλοί καλλιτέχνες, συγγραφείς, σκηνοθέτες, αρχιτέκτονες, συνθέτες και σχεδιαστές που εργάζονται στη σύγχρονη εποχή συνεχίζουν να συνεισφέρουν σημαντικά στον πολιτισμό της Δύσης. Το ποδόσφαιρο θεωρείται το εθνικό άθλημα της Ιταλίας και οι Ιταλοί έχουν ξεκάθαρα έντονο πάθος για το παιχνίδι. Η Ιταλία είναι τέσσερις φορές νικήτης του Παγκοσμίου Κυπέλλου FIFA, έχοντας κερδίσει τη διοργάνωση το 1934, το 1938, το 1982 και το 2006. Ο αστεροειδής 477 Ιταλία (477 Italia), που ανακαλύφθηκε το 1901, πήρε το όνομά του από την Ιταλία.

Εκπαίδευση

Νηπιαγωγείο (scuola dell'infanzia), πρωτοβάθμια (scuola primaria ή scuola elementare), κατώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση (scuola secondaria di primo grado ή scuola media inferiore), ανώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση (scuola secondaria di secondo grado ή scuola media superiore) και πανεπιστήμιο (universita) είναι οι πέντε βαθμίδες εκπαίδευσης στην Ιταλία. Η Ιταλία διαθέτει δημόσια και ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα. Η εκπαίδευση είναι υποχρεωτική

Γλώσσες

Στην Ιταλία, οι κάτοικοι μιλούν μια μεγάλη ποικιλία από ιταλικές τοπικές ποικιλίες. Ορισμένοι ερευνητές είναι της γνώμης ότι ένας μεγάλος αριθμός από αυτές είναι διαφορετικές γλώσσες. Υπολογίζεται ότι υπάρχουν περίπου 33 διαφορετικές διάλεκτοι, με τις διαλέκτους της Λομβαρδίας και της Λιγουρίας, της Ναπολιτάνικης, της

Σικελίας, της Σαρδηνίας και της Μπολόνια να είναι οι πιο σημαντικές ως προς τον αριθμό των ατόμων που τις μιλούν.

Ιταλική Μόδα και Σχέδιο

Η ιταλική μόδα έχει μακρά παράδοση και θεωρείται μια από τις σημαντικότερες στον κόσμο. Οι τρεις πιο σημαντικές πόλεις της Ιταλίας όσον αφορά τη μόδα είναι το Μιλάνο, η Φλωρεντία και η Ρώμη. Η Ρώμη κατατάσσεται στην έκτη θέση και το Μιλάνο στη δωδέκατη θέση σε ολόκληρο τον κόσμο όσον αφορά την κορυφαία παγκόσμια κατάταξη των κέντρων μόδας του Global Language Monitor. Και οι δύο αυτές πόλεις βρίσκονται στην Ιταλία. Οι οίκοι μόδας Gucci, Armani, Prada, Versace, Valentino, Dolce & Gabbana, Missoni, Fendi, Moschino, Max Mara, Trussardi και Ferragamo θεωρούνται ευρέως ως μερικοί από τους πιο επιφανείς σε όλο τον κόσμο. Η έκδοση Vogue Italia θεωρείται επίσης ευρέως ως ένα από τα πιο διάσημα περιοδικά που υπάρχουν οπουδήποτε στον κόσμο.

Επιπλέον, η Ιταλία είναι διεθνής ηγέτης στον κλάδο του σχεδιασμού, ιδιαίτερα στους τομείς του βιομηχανικού σχεδιασμού, του πολεοδομικού σχεδιασμού, του αρχιτεκτονικού σχεδιασμού και του εσωτερικού σχεδιασμού. Ο Gio Ponti και ο Ettore Sottsass είναι μόνο δύο από τους πολλούς διάσημους σχεδιαστές επίπλων που βγήκαν από αυτή τη χώρα κατά τον 20ό αιώνα. Το λεξιλόγιο του σχεδιασμού επίπλων έχει επεκταθεί για να περιλαμβάνει πρόσθετες ιταλικές φράσεις όπως "Bel Disegno" και "Linea Italiana". Τα πλυντήρια και τα ψυγεία της Zanussi, οι καναπέδες της Atrium με το σχέδιο "New tone" και η μεταμοντέρνα βιβλιοθήκη σχεδιασμένη από τον Ettore Sottsass, η οποία εμπνεύστηκε ξανά το τραγούδι του Bob Dylan "Stuck Inside of Mobile with the Memphis is Blues", είναι όλα παραδείγματα κλασικών κομματιών ιταλικών οικιακών σκευών και επίπλων.

Αυτές τις μέρες, το Μιλάνο και το Τορίνο θεωρούνται δύο από τις πιο σημαντικές πόλεις στον κόσμο όσον αφορά τον αρχιτεκτονικό και βιομηχανικό σχεδιασμό. Το Μιλάνο φιλοξενεί το πιο σημαντικό συνέδριο σχεδιασμού στον κόσμο, το οποίο λαμβάνει χώρα εκεί. Επίσης φιλοξενεί χώρους διεξαγωγής εκδηλώσεων και διεξάγονται εκδηλώσεις σχετικά με την αρχιτεκτονική και το σχέδιο όπως "Fuori Saloni" και το "Salone del Mobile". Επιπλέον αποτελεί έδρα πολλών σχεδιαστών όπως Bruno Munari, Lucio Fontana, Enrico Castellani και Piero Manzoni.

Οικονομία

Γεωργία, Βιομηχανία και Παροχές Υπηρεσιών

Παρά το γεγονός ότι η γεωργία αντιπροσωπεύει μόνο το 2% περίπου του ΑΕΠ της Ιταλίας, εντούτοις ήταν υπεύθυνη για σημαντικό αριθμό θετικών αποτελεσμάτων. Αξιοσημείωτη είναι η παραγωγή κρασιού, καθώς υπολογίζεται στα 49 εκατομμύρια εκατόλιτρα, γεγονός που τοποθετεί την Ιταλία στην κορυφή της λίστας των χωρών που παράγουν το περισσότερο κρασί στον κόσμο, ακολουθούμενη από τη Γαλλία σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του 2015. Επιπλέον, το 2013, παρήγαγε 442.000 τόνους ελαιόλαδου, καθιστώντας την τον δεύτερο μεγαλύτερο παραγωγό στον κόσμο μετά την Ισπανία. Επιπλέον, είναι πολύ γνωστή για την παραγωγή τυριών, ιδιαίτερα παρμεζάνας, μοτσαρέλας, πεκορίνο και ρικότα. Υπάρχει ακόμα παραγωγή και εξαγωγή εσπεριδοειδών όπως πορτοκάλια και λεμόνια, νυχτολούλουδα όπως ντομάτες και μελιτζάνες, κολοκυθάκια όπως κολοκυθάκια, καρπούζια και πεπόνια, λαχανικά για σαλάτες όπως ρόκα και ραπανάκια, όσπρια και ξηροί καρποί.

Ο κατασκευαστικός κλάδος στην Ιταλία, ιδιαίτερα οι πολλές μικρές και μεσαίες οικογενειακές επιχειρήσεις της χώρας, είναι ο κινητήρας που οδηγεί την οικονομία της χώρας. Υπολογίζεται ότι το 95,2% των μικρών επιχειρήσεων στην Ιταλία έχουν λιγότερους από 10 υπαλλήλους, όπως αναφέρει το ISTAT, το επίσημο ιταλικό ινστιτούτο ανάλυσης στατιστικής έρευνας. Η ιταλική εταιρεία που αποφέρει τα περισσότερα έσοδα είναι ο όμιλος εταιρειών ENI, ο οποίος δραστηριοποιείται στις εξαγωγές πετρελαίου, ορυκτελαίων και ενέργειας.

Άλλες σημαντικές βιομηχανίες στη χώρα περιλαμβάνουν αυτές που παράγουν αυτοκίνητα, αεροπλάνα (Leonardo), πλοία (Fincantieri) και κινητήρες. Ο Leonardo είναι ηγέτης στην αεροδιαστημική βιομηχανία. Ο όμιλος εταιρειών Fiat, ο οποίος περιλαμβάνει τις Alfa Romeo, Iveco, Lancia και Maserati, Ferrari, Piaggio και Pirelli, είναι ένα από τα πιο γνωστά παραδείγματα ιταλικής αυτοκινητοβιομηχανίας. Η Ιταλία φιλοξενεί ένα σημαντικό μέρος των παγκόσμιων φαρμακευτικών και ηλεκτρολογικών βιομηχανιών, συμπεριλαμβανομένου του Magneti Marelli. Η ιταλική βιομηχανία κλωστοϋφαντουργίας άκμασε και έγινε συνώνυμη με την εσωτερική ετικέτα "Made in Italy", καθώς και με διεθνούς φήμης ιταλικές επωνυμίες όπως Armani, Benetton, Dolce & Gabbana, Gucci, Prada και Versace. Επιπλέον, η Luxottica είναι ο μεγαλύτερος κατασκευαστής γυαλιών οράσεως σε ολόκληρο τον κόσμο. Η βιομηχανία τροφίμων, η οποία περιλαμβάνει εταιρείες όπως η Barilla, η Campari, η Lavazza και η Parmala, είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς για την εξαγωγική οικονομία της Ιταλίας. Ωστόσο, η πιο επιτυχημένη εταιρεία στον τομέα αυτό είναι γνωστή ως Ferrero.

Μεγάλα ιταλικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, όπως η Unicredit και η Intesa Sanpaolo, είναι παγκόσμιοι ηγέτες στον κλάδο των υπηρεσιών και η Assicurazioni Generali είναι ο μεγαλύτερος πάροχος ασφάλισης στον κόσμο.

Λόγω του γεγονότος ότι η Ιταλία εξακολουθεί να είναι δημοφιλής τουριστικός προορισμός μετά από όλα αυτά τα χρόνια, η κύρια πηγή εισοδήματος των Ιταλών προέρχεται παραδοσιακά από την τουριστική βιομηχανία. Οι Άλπεις, οι ακτές της Αδριατικής Θάλασσας και της Λιγουρίας, οι αμέτρητες ιστορικές πόλεις και μουσεία, τα αρχαιολογικά ευρήματα και τα παραδοσιακά έθιμα όπως το Καρναβάλι της Βενετίας είναι μερικά από τα πιο δημοφιλή μέρη για επίσκεψη στην Ιταλία.

Μέχρι τη δεκαετία του 1970, η Ιταλία ήταν η χώρα με τις περισσότερες επισκέψεις στον κόσμο. Ωστόσο, από σήμερα, βρίσκεται πλέον στην πέμπτη θέση, πίσω από τη Γαλλία, τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, την Ισπανία και την Κίνα. Η Τεργέστη, η Ανκόνα, το Μπρίντζι ή το Μπρίντζι, το Οτράντο, ο Τάραντας και η Νάπολη ή η Νάπολη, η Γένοβα και η Βενετία είναι τα κύρια λιμάνια της Ιταλίας για τη ναυτιλία (Βενέτσια). Ήταν ο ένατος μεγαλύτερος εμπορικός στόλος στον κόσμο το 1974, με συνολική χωρητικότητα 8.877.825 c.o.h. και 1050 πλοία στον ιταλικό εμπορικό στόλο.

Διακυβέρνηση

Η δομή της ιταλικής κυβέρνησης μπορεί να περιγραφεί ως Προεδρική Κοινοβουλευτική Δημοκρατία. Το δικαίωμα ψήφου στις εκλογές είναι εγγυημένο σε όλους τους πολίτες της Ιταλίας που είναι τουλάχιστον 18 ετών. Ωστόσο, το ανώτατο όριο ηλικίας για τους υποψηφίους στις εκλογές για την ανάδειξη γερουσιαστών είναι τα 25 έτη. Μόνο σε περίπτωση που διαπιστωθεί ότι ο Πρωθυπουργός και η Κυβέρνηση παραβίασαν μία από τις διατάξεις του Συντάγματος, ο Πρόεδρος της Δημοκρατίας έχει αρμοδιότητα να τους παραπέμψει.

Ο νόμος που προστατεύει τους τέσσερις ανώτατους κρατικούς αξιωματούχους, συμπεριλαμβανομένου του πρωθυπουργού, από τη δυνατότητα ποινικής δίωξης εγκρίθηκε από την ιταλική Γερουσία στις 22 Ιουλίου 2008, με 171 ψήφους υπέρ, 128 ψήφους κατά και έξι γερουσιαστές απείχαν από την ψηφοφορία. Ο Ρομάνο Πρόντι παραιτήθηκε από την πρωθυπουργία της Ιταλίας το 2008 και ο Σίλβιο Μπερλουσκόνι επανεξελέγη αφού ανακηρύχθηκε νικητής στις εκλογές του Απριλίου. Ο αμφιλεγόμενος και αυστηρός νόμος για τη μετανάστευση επικυρώθηκε από τη Γερουσία στις 3 Ιουλίου 2009, κάτι που είχε ως αποτέλεσμα την κριτική της Αντιπολίτευσης.

Ο Ενρίκο Λέτα ανέλαβε πρωθυπουργός της χώρας στις 24 Απριλίου 2013, διαδεχόμενος τον Μάριο Μόντι στον ρόλο. Αυτό προέκυψε ως αποτέλεσμα του

πολιτικού αδιεξόδου που προέκυψε μετά τις εκλογές του 2013. Η νεοσυσταθείσα κυβέρνηση συνασπισμού που εκπροσωπεί την Κεντροαριστερά-Κεντροδεξιά-Κέντρο έλαβε ψήφο εμπιστοσύνης από το Κοινοβούλιο με 427 ψήφους υπέρ, 167 ψήφους κατά, και συνολικά 167 ψήφοι. Ο Ματέο Ρέντσι έγινε ο νέος πρωθυπουργός της Ιταλίας το 2014.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 3^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ηλεκτρονική βιβλιογραφία

- www.el.wikipedia.org
- www.wto.org
- www.scuolaitalianatene.edu.gr
- www.italia.gr
- www.mfa.gr
- www.gnto.gr
- www.ambatene.esteri.it

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΙΤΑΛΙΑΣ

Εισαγωγή

Η Ελλάδα και η Ιταλία απολαμβάνουν ισχυρές διμερείς διπλωματικές σχέσεις. Μετά την ένωση της Ιταλίας, δημιουργήθηκαν σύγχρονες διπλωματικές σχέσεις μεταξύ των δύο χωρών, οι οποίες θεωρούνται πλέον φιλικές. Εκτός από τη συμμετοχή τους στην Ευρωπαϊκή Ένωση, τα Ηνωμένα Έθνη και το NATO, αυτά τα δύο έθνη συνεργάζονται σε μια μεγάλη ποικιλία άλλων πολυμερών οργανισμών, όπως ο Οργανισμός για την Ασφάλεια και τη Συνεργασία στην Ευρώπη, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου και η Ένωση για τη Μεσόγειο. Ταυτόχρονα, εργάζονται για την ενίσχυση των διπλωματικών τους δεσμών και των συνεργασιών τους με άλλα σημαντικά έθνη, όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και το Ισραήλ.

Το 1861, λίγο μετά την ενοποίηση της Ιταλίας, δημιουργήθηκαν διπλωματικές σχέσεις μεταξύ Ελλάδας και Ιταλίας. Η Ελλάδα είχε αποκτήσει την ανεξαρτησία της από την Οθωμανική Αυτοκρατορία το 1832. Στα πρώτα χρόνια του Ιταλοτουρκικού πολέμου (1912), η Ιταλία νίκησε την Οθωμανική Αυτοκρατορία και πήρε τον έλεγχο των Δωδεκανήσων στο Αιγαίο Πέλαγος. Παρόλο που η Ελλάδα είχε υποσχεθεί ότι θα τα παραλάμβανε ως μέρος μιας συμφωνίας μεταξύ Βενιζέλου και Tittoni το 1919, η Ιταλία δεν εκπλήρωσε το τέλος της συμφωνίας. Όταν οι Ιταλοί έμαθαν ότι στην Ελλάδα είχε λάβει γη της Ανατολίας στη Διάσκεψη Ειρήνης του Παρισιού το 1919, σε αντάλλαγμα για τη βοήθεια της Ελλάδας στην ήττα της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας κατά τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο, αποχώρησε από τη διάσκεψη για μια περίοδο αρκετών μηνών. Η ελληνική ζώνη κατοχής και η πόλη της Σμύρνης κινδύνευαν ως αποτέλεσμα της κατοχής ορισμένων περιοχών της Ανατολίας από την Ιταλία. Η εισβολή των ελληνικών στρατευμάτων στη Μικρά Ασία σηματοδότησε την έναρξη του ελληνοτουρκικού πολέμου, ο οποίος έλαβε χώρα μεταξύ 1919 και 1922. Οι τουρκικές δυνάμεις τελικά επικράτησαν των Ελλήνων και με τη βοήθεια των Ιταλών κατάφεραν να ανακτήσουν το έδαφος που είχαν χάσει, που περιλάμβανε και τη Σμύρνη. Ο Μπενίτο Μουσολίνι, ο νέος πρωθυπουργός της Ιταλίας, χρησιμοποίησε τη δολοφονία ενός Ιταλού στρατηγού στα ελληνοαλβανικά σύνορα το 1923 ως πρόσχημα για μια ιταλική εισβολή στην Κέρκυρα, το σημαντικότερο από τα Επτάνησα. Η δολοφονία έγινε κοντά στα σύνορα Ελλάδας-Αλβανίας.

Ο Θεόδωρος Πάγκαλος, Έλληνας στρατηγός που κυβέρνησε την Ελλάδα ως δικτάτορας από το 1925 έως το 1926, υποστήριξε την αναθεώρηση της Συνθήκης της Λωζάνης, που υπογράφηκε το 1923, καθώς και έναν πόλεμο ρεβανσισμού κατά της Τουρκίας. Για να πετύχει αυτόν τον στόχο, ο Πάγκαλος ζήτησε τη διπλωματική

υποστήριξη της Ιταλίας. Εκείνη την εποχή, η Ιταλία είχε ακόμη βλέψεις στην Ανατολία. Ωστόσο, οι προβολές του Μουσολίνι ήταν τελικά άκαρπες. Μετά την πτώση του Πάγκαλου και την αποκατάσταση της σχετικής πολιτικής σταθερότητας το 1926, έγιναν έντονες προσπάθειες για την εξομάλυνση των σχέσεων με τις γειτονικές χώρες της Ελλάδας. Αυτό προέκυψε ως άμεσο αποτέλεσμα αυτών των εξελίξεων. Για τον σκοπό αυτό, η ελληνική κυβέρνηση και πιο συγκεκριμένα ο υπουργός Εξωτερικών Ανδρέας Μιχαλακόπουλος, έδωσε εκ νέου έμφαση στη βελτίωση των σχέσεων με την Ιταλία, η οποία οδήγησε τελικά στην υπογραφή εμπορικής συμφωνίας τον Νοέμβριο του 1926. Η βελτίωση των σχέσεων μεταξύ Ελλάδας και Ιταλίας. Η Ιταλία κατέστη δυνατή χάρη στην πρόσφατη προσέγγιση μεταξύ των δύο χωρών. Η διαδικασία αυτή κορυφώθηκε με τη συνθήκη φιλίας που υπέγραψε ο Βενιζέλος στη Ρώμη στις 23 Σεπτεμβρίου 1928. Η συνθήκη αυτή είχε την υποστήριξη του Μουσολίνι λόγω του γεγονότος ότι συνέβαλε στις προσπάθειες διπλωματικής απομόνωσης της Γιουγκοσλαβίας από πιθανούς συμμάχους στα Βαλκάνια. Ο Βενιζέλος απέρριψε μια πρόταση για συμμαχία μεταξύ των δύο χωρών, αλλά κατά τη διάρκεια των συζητήσεων, ο Μουσολίνι έκανε προσωπική πρόταση «να εγγυηθεί την ελληνική κυριαρχία» στη Μακεδονία. Ο Μουσολίνι έδωσε επίσης στον Βενιζέλο τη διαβεβαίωση ότι η Ιταλία θα τασσόταν στο πλευρό της Ελλάδας σε περίπτωση που η Θεσσαλονίκη δεχόταν εξωτερική επίθεση από τη Γιουγκοσλαβία.

Ο Βενιζέλος ήταν υπεύθυνος για την πολιτική των διπλωματικών συμφωνιών μεταξύ της Ελλάδας και των γειτόνων της. Καθιέρωσε επίσης μια "ετήσια βαλκανική διάσκεψη" με σκοπό "τη μελέτη θεμάτων κοινού ενδιαφέροντος, ιδίως οικονομικής φύσης, με απώτερο στόχο τη δημιουργία κάποιου είδους περιφερειακής ένωσης." Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των διπλωματικών σχέσεων, ενώ από το 1934 αντιστάθηκαν σε κάθε μορφή εδαφικού αναθεωρητισμού. Ο Βενιζέλος υποστήριζε επιδέξια την αρχή της "ανοιχτής διπλωματίας" και φρόντισε να μην προσβάλει τους παραδοσιακούς Έλληνες προστάτες στη Βρετανία και τη Γαλλία. Επέτυχε και στις δύο αυτές προσπάθειες. Το σύμφωνο φιλίας μεταξύ Ελλάδας και Ιταλίας έδωσε τέλος στη διπλωματική απομόνωση της Ελλάδας και άνοιξε το δρόμο για μια σειρά από μεταγενέστερες διμερείς συμφωνίες, σημαντικότερο από τα οποία ήταν η Σύμβαση Ελληνοτουρκικής Φιλίας του 1930. Αυτή η διαδικασία κορυφώθηκε με την υπογραφή του Βαλκανικού Συμφώνου μεταξύ η Ελλάδα, Γιουγκοσλαβία, Τουρκία και Ρουμανία, που ήταν αντίθετη στον βουλγαρικό ρεβιζιονισμό. Αυτό το σύμφωνο υπογράφηκε σε αντίθεση με τον βουλγαρικό ρεβιζιονισμό.

Κατά τη διάρκεια του ελληνοϊταλικού πολέμου που έλαβε χώρα μεταξύ 1940 και 1941, η Ιταλία, μέλος των δυνάμεων του Άξονα, εισέβαλε στην Ελλάδα. Ωστόσο,

οι δυνάμεις του Άξονα δεν μπόρεσαν να αποκτήσουν τον έλεγχο της Ελλάδας χωρίς τη βοήθεια της Γερμανίας. Κατά τη διάρκεια της κατοχής της Ελλάδας, ιταλικές δυνάμεις ήταν παρούσες και έπαιξαν ρόλο.

Το 1947, ως μέρος της συνθήκης ειρήνης που ακολούθησε το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, η Ιταλία παρέδωσε τα Δωδεκάνησα στην Ελλάδα. Υπάρχουν ακόμα ιστορικές κοινότητες Ελλήνων που ζουν στην Ιταλία σήμερα που χρονολογούνται από την αρχαιότητα, και υπάρχουν επίσης κοινότητες Ιταλών που ζουν στην Ελλάδα που χρονολογούνται από τον Μεσαίωνα.

Σχέσεις και Συνεργασία μεταξύ των δύο χωρών

Η Ελλάδα είναι ένας από τους σημαντικότερους οικονομικούς εταίρους της Ιταλίας και οι δύο χώρες συνεργάζονται σε διάφορους τομείς, συμπεριλαμβανομένου του νομικού, επιστημονικού και εκπαιδευτικού τομέα, καθώς και στην προώθηση του τουρισμού, που αποτελεί ουσιαστικό κλάδο και στις δύο χώρες. Υπάρχουν συχνές επαφές μεταξύ των δύο χωρών για διάφορα θέματα που αφορούν επιμέρους τομείς, ενώ γίνονται και τακτικές επισκέψεις υψηλόβαθμων αξιωματούχων και των δύο χωρών, όπως το ταξίδι που έκανε ο Έλληνας πρωθυπουργός Αντώνης Σαμαράς στην Ιταλία τον Ιούλιο του 2014.

Τα τρέχοντα έργα μεταξύ των δύο εθνών περιλαμβάνουν τον Διαδριατικό Αγωγό Φυσικού Αερίου TAP, ο οποίος αποτελεί μέρος του Νότιου Διαδρόμου Φυσικού Αερίου, καθώς και τον αγωγό Ελλάδας-Ιταλίας, ο οποίος αποτελεί μέρος της διασύνδεσης Τουρκίας-Ελλάδας-Ιταλίας. Και τα δύο αυτά έργα θα συνδέουν την Τουρκία, την Ελλάδα και την Ιταλία.

Συνεργασία σε στρατιωτικές πτυχές

Τόσο η Ελλάδα όσο και η Ιταλία είναι μέλη του NATO και οι αντίστοιχοι στρατοί τους συνεργάζονται σε πολύ στενές συνοικίες. Μία από τις πρώτες ασκήσεις για τη δοκιμή του προσανατολισμού του νέου ιταλικού στρατού ονομαζόταν «Italic Weld» και ήταν μια συνδυασμένη άσκηση από αέρα, ναυτική και ξηρά που έλαβε χώρα στη βόρεια Ιταλία. Στην άσκηση συμμετείχαν οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, η Ιταλία, η Τουρκία και η Ελλάδα.

Στρατιωτικές ασκήσεις μεγάλης κλίμακας, γνωστές με την κωδική τους ονομασία «Γαλάζια Σημαία», διεξάγονται κάθε χρόνο στην περιοχή της ανατολικής Μεσογείου από το Ισραήλ, μια χώρα που δεν είναι μέλος του NATO. Οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και οι δύο χώρες που αναφέρονται παραπάνω είναι μεταξύ των συμμετεχόντων σε αυτές τις ασκήσεις. Η στρατιωτική άσκηση γνωστή ως «Ηνίοχος

2017» πραγματοποιήθηκε στις 27 Μαρτίου 2017 και διοργανωνόταν ετησίως από την Ελλάδα σε συνεργασία με τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, το Ισραήλ και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Η Ιταλία ήταν μία από τις χώρες που συμμετείχαν στην άσκηση.

Πολιτιστική Αλληλεπίδραση

Η μελέτη της βυζαντινής και μεταβυζαντινής ιστορίας κατέστη δυνατή στην Ιταλία με την έναρξη λειτουργίας του Ελληνικού Ινστιτούτου Βυζαντινών και Μεταβυζαντινών Σπουδών το έτος 1951 στην πόλη της Βενετίας. Η προώθηση του ιταλικού πολιτισμού σε όλη την Ελλάδα εμπίπτει στην αρμοδιότητα του Istituto Italiano di Cultura di Atene, το οποίο βρίσκεται στην πρωτεύουσα της Αθήνας. Με αφορμή τη μετάβαση της Προεδρίας του Συμβουλίου της ΕΕ από την Ελλάδα στην Ιταλία, εγκαινιάστηκε στη Ρώμη τον Ιούλιο του 2014 η επίσημη έκθεση τέχνης «Ιταλία – Ελλάδα: ένα πρόσωπο, μια φυλή». Η έκθεση είχε τίτλο «Ιταλία – Ελλάδα: α πρόσωπο, μια ράτσα». Η έκφραση «ένα πρόσωπο, μια φυλή» (στα ιταλικά: «una faccia, una razza»), που αποτελεί έμπνευση για το όνομα της έκθεσης, χρησιμοποιείται συχνά στην Ελλάδα για να εκφράσει την αντίληψη των ισχυρών πολιτιστικών δεσμών που υπάρχουν μεταξύ Ελλήνων και Ιταλοί.

Πρεσβείες και Προξενεία

Η Ελλάδα διατηρεί πρεσβεία στη Ρώμη, γενικά προξενεία στο Μιλάνο και τη Νάπολη, προξενείο στη Βενετία, επίτιμα προξενεία στην Τεργέστη (Γενικό) και στο Τορίνο (Γενικό), καθώς και επίτιμα προξενεία σε Ανκόνα, Κατάνια, Λιβόρνο, Μπάρι, Μπολόνια, Μπρίντζι, Φλωρεντία, Παλέρμο και Περούτζια, και προξενικό λιμάνι στη Γένοβα. Επίτιμα προξενεία βρίσκονται σε Αλεξανδρούπολη, Κεφαλονιά, Χανιά, Χίο, Κέρκυρα, Κόρινθο, Ιωάννινα, Ηράκλειο, Καβάλα, Λάρισα, Πάτρα, Ρόδο, Θεσσαλονίκη, Σαντορίνη και Βόλο, εκτός από την πρεσβεία της Ιταλίας στην Αθήνα.

Έλληνες της Κάτω Ιταλίας

Οι Έλληνες της Κάτω Ιταλίας ή Γκρίκοι ή Γκραίκοι ή Γραικάνοι, είναι η κύρια ελληνική μειονότητα της νότιας Ιταλίας, η οποία βρίσκεται κυρίως στις περιοχές της Γκρετσία Σαλεντίνα (Απουλία) στη χερσόνησο του Σαλέντο, και της Καλαβρίας. Οι άνθρωποι που ζουν εκεί πιστεύουν ότι είναι απόγονοι των αρχικών κατοίκων των ελληνικών αποικιών που ιδρύθηκαν κατά την αρχαιότητα στη σημερινή Μεγάλη Ελλάδα (Magna Graecia) καθώς και των μεταγενέστερων Βυζαντινών κατοίκων της νότιας Ιταλίας.

Η παρουσία ελληνικών φυλών στη νότια Ιταλία χρονολογείται χιλιάδες χρόνια πίσω, όταν εγκαταστάθηκαν εκεί μετά από διαδοχικά κύματα μετανάστευσης. Αυτές οι

μεταναστεύσεις ξεκίνησαν με τον αρχαίο ελληνικό αποικισμό της νότιας Ιταλίας και της Σικελίας τον 8ο αιώνα π.Χ. και συνεχίστηκαν μέσω των μετακινήσεων βυζαντινών ανθρώπων στην Ιταλία, ιδιαίτερα μετά την περίοδο των οθωμανικών κατακτήσεων. Κατά τον Μεσαίωνα, οι τοπικές κοινότητες των Ελλήνων χωρίστηκαν περισσότερο η μία από την άλλη και διασκορπίστηκαν. Παρόλο που η πλειοψηφία των Ελλήνων της Κάτω Ιταλίας έχει ιταλοποιηθεί πλήρως τους τελευταίους αιώνες, η ελληνική κοινότητα μπόρεσε να διατηρήσει την ελληνική της ταυτότητα, καθώς και τις παραδόσεις, τη γλώσσα και τον ξεχωριστό πολιτισμό της. Το ένα πέμπτο των επωνύμων στην επαρχία του Ρέτζιο Καλάμπρια είναι ελληνικής καταγωγής, παρά το γεγονός ότι η καθημερινή έκθεση στα ιταλικά μέσα ενημέρωσης και οι ανταλλαγές με άλλες περιοχές της Ιταλίας έχουν διαβρώσει σταδιακά τον πολιτισμό και τη γλώσσα τους.

Μιλούν παραδοσιακά μια μορφή της ελληνικής που θεωρείται διάλεκτος της τυπικής ελληνικής γλώσσας. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική πτώση στον αριθμό των ατόμων που μιλούν αυτή τη γλώσσα. Αυτές τις μέρες, η πλειοψηφία των ανθρώπων που μιλούν ιταλικά είναι νεότεροι. Στο θρήσκευμα, είναι κυρίως Βυζαντινοί Καθολικοί και ανήκουν στην Ελληνόρρυθμη Καθολική Εκκλησία, καθώς διαθέτουν και μια Ρωμαιοκαθολική μειονότητα.

Γεωγραφικές Περιοχές

Η περιοχή της Μποβεσία βρίσκεται σε πολύ ορεινή τοποθεσία και δεν είναι εύκολα προσβάσιμη. Τα πιο πρόσφατα χρόνια, ένας σημαντικός αριθμός ανθρώπων που κατάγονται από τους πρώτους αποίκους της περιοχής έχουν μετακινηθεί από τα βουνά στα πεδινά κοντά στην ακτή.

Στην Καλαβρία, οι ελληνικοί πληθυσμοί ζουν στα χωριά Bova Superiore, Bova Marina, Roccaforte del Greco, Kondofuri, Palici, Galliciano, Rogudi και Melito di Porto Salvo. Οι πόλεις Palisades, San Lorenzo, Staines, Samo, Montebello Jonico, Bagalanti, Motta San Giovanni, Brancaleone και περιοχές του Reggio προστέθηκαν στον κατάλογο των περιοχών που θεωρούνται ότι φιλοξενούν μειονοτικό πληθυσμό ως αποτέλεσμα της νομοθετικής πράξης 482, το 1999 από το ιταλικό κοινοβούλιο. Η πλειοψηφία των χωριών στην περιοχή Grecia Salentina του Λέτσε της Απουλίας, που έχουν ελληνικούς πληθυσμούς είναι τα Kalimera, Martignano, Martano, Sternatia, Zollino, Corigliano d'Otranto, Soleto, Melpignano και Castrignano dei Greci. Ωστόσο, οι ελληνικοί πληθυσμοί στο Μαρτινιάνο, το Σολέτο και το Μελπινιάνο φαίνεται να μειώνονται.

Η γνώση της νότιας ιταλικής διαλέκτου έχει σχεδόν εξαφανιστεί εντελώς από τους ελληνικούς πληθυσμούς που ζουν εκτός των περιοχών της Bovesia και της

Grecia Salentina. Αυτή η απώλεια γνώσης συνέβη κυρίως στα τέλη του 19ου αιώνα και μετά. Στην περιοχή της Καλαβρίας, οι πόλεις Cardetto, Montebello, San Pantaleone και Santa Caterina είναι παραδείγματα κοινοτήτων που δεν επικοινωνούν πλέον χρησιμοποιώντας τη γλώσσα αυτή. Τα σημερινά εννέα ελληνόφωνα χωριά της Grecia Salentina, μαζί με αυτά του Soliano Cavour, του Kursi, του Kanole και του Kutroviano, σχημάτισαν τα Δεκατρία Χωριά (Decatra Chora) της περιοχής του Otranto στις αρχές του 19ου αιώνα. Αυτά τα χωριά ήταν υπεύθυνα για τη διατήρηση των ελληνικών παραδόσεων και γλώσσας. Το όνομα «Δεκατρία Χωριά» έχει χρησιμοποιηθεί ιστορικά και θεωρείται ο πιο ακριβής προσδιορισμός για την περιοχή του Σαλέντο που αποτελείται από ελληνόφωνες κοινότητες. Ο όρος "Greca Salentina", που κυριολεκτικά μεταφράζεται σε "Greece Salentina", έγινε πρόσφατα δημοφιλής τόσο στο εσωτερικό όσο και διεθνώς ως αποτέλεσμα του τουρισμού. Αυτός είναι ο ιστορικός όρος που χρησιμοποιούν ακόμη και σήμερα οι ηλικιωμένοι που μιλούν ελληνικά στην περιοχή όταν αναφέρονται στα χωριά τους στην Ελλάδα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 4^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

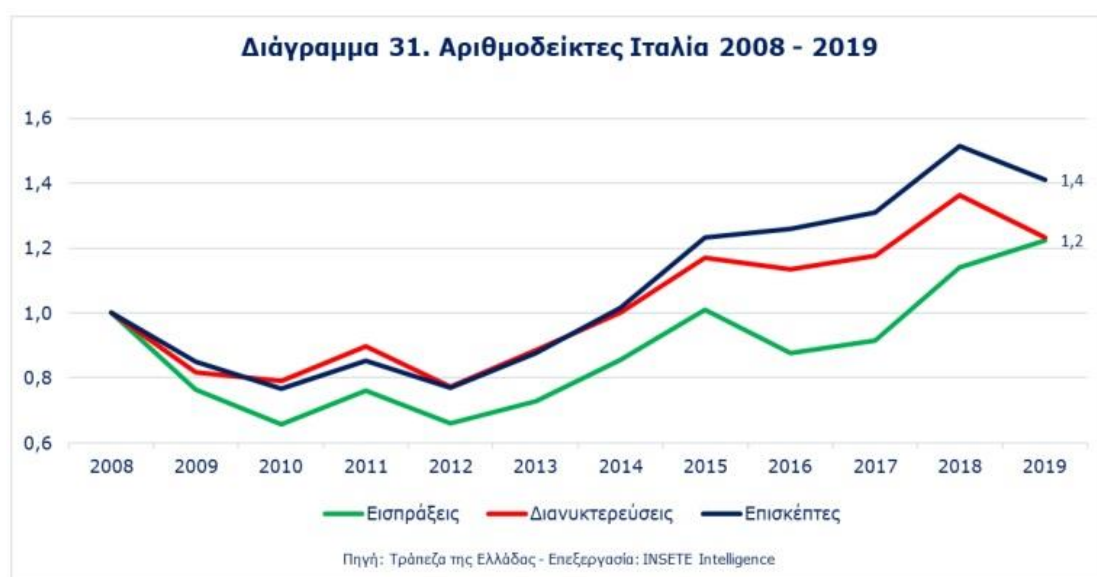
Ηλεκτρονική βιβλιογραφία:

- www.el.wikipedia.org
- www.wto.org
- www.scuolaitalianatene.edu.gr
- www.italia.gr
- www.mfa.gr
- www.gnto.gr
- www.ambatene.esteri.it

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΙΤΑΛΙΚΟΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Προφίλ Ιταλίας

Όσον αφορά τον εισερχόμενο τουρισμό της Ελλάδας το 2019, η Ιταλία κατέλαβε την πέμπτη θέση όσον αφορά τα έσοδα, την τέταρτη θέση όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις και την τέταρτη θέση ως προς τον αριθμό των επισκεπτών. Οι βασικοί δείκτες μεγέθους της ιταλικής αγοράς θα παρουσιαστούν στο γράφημα που ακολουθεί. Αυτά περιλαμβάνουν αποδείξεις, διανυκτερεύσεις και επισκέψεις, με το 2008 να είναι το έτος βάσης. Από το 2008 έως το 2019, ο αριθμός των τουριστών που προέρχονται από την Ιταλία αυξήθηκε κατά 1,4, φτάνοντας συνολικά τις 1.553 χιλιάδες το 2019. (έναντι 1.100 χιλιάδων το 2008). Την αντίστοιχη περίοδο σημειώθηκε αύξηση 1,2 στις εισπράξεις, που οδήγησε συνολικά σε 1.009 εκατ. το 2019 (έναντι 824 εκατ. το 2008), ενώ την αντίστοιχη περίοδο σημειώθηκε αύξηση 1,2 στις διανυκτερεύσεις, που υπολογίζονται συνολικά σε 12.609 χιλ. το 2019.



Εισπράξεις, Διανυκτερεύσεις, Επισκέψεις 2019

Οι επισκέψεις από την Ιταλία μπορούν να υπολογιστούν σε 1.856 ή 5,1% σε σχέση με τον συνολικό αριθμό, οι διανυκτερεύσεις σε 12.609 χιλ. ή σε 5,4% και οι εισπράξεις σε 1.009 εκατ. € ή ποσοστό 5,7%. Για τους επισκέπτες από την Ιταλία η Τράπεζα της Ελλάδας έδωσε αναλυτικά στοιχεία για 6 Περιφέρειες:

Νότιο Αιγαίο

Κρήτη

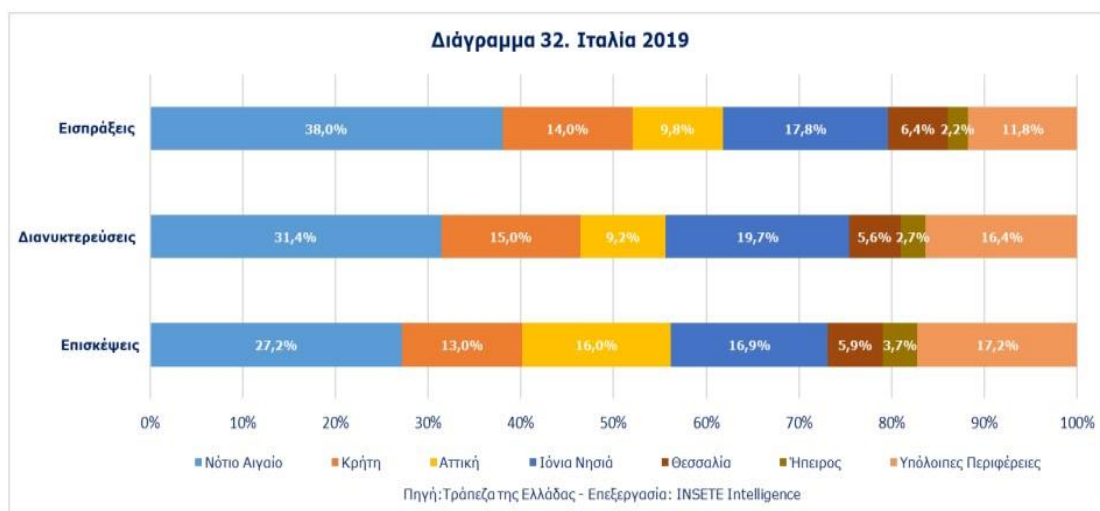
Αττική

Ιόνιοι Νήσοι

Θεσσαλία

Ήπειρος.

Η κατανομή επισκέψεων, διανυκτερεύσεων και εισπράξεων ανά Περιφέρεια αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 32.



Εξέλιξη Επισκέψεων, Διανυκτερεύσεων και Εισπράξεων 2019-2017

Ο κύριος όγκος επισκεπτών από την Ιταλία το 2019, επισκέφτηκε την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου όπου καταγράφηκαν 504 χιλ. επισκέψεις παρουσιάζοντας μείωση -6,4%. Οι διανυκτερεύσεις παρουσίασαν ηπιότερη μείωση κατά -5,2%, ενώ τα έσοδα ανήλθαν σε 383 εκατ. € παρουσιάζοντας αύξηση κατά +13,0%, έναντι 339 εκατ. € το 2018.

Πίνακας 11. Εξέλιξη Ιταλικής Αγοράς ανά Περιφέρεια

Περιφέρεια	Επισκέψεις σε χιλ.			% Δ		Διανυκτερεύσεις σε χιλ.			% Δ		Εισπράξεις σε εκατ. €			% Δ	
	2019	2018	2017	2019-2018	2018-2017	2019	2018	2017	2019-2018	2018-2017	2019	2018	2017	2019-2018	2018-2017
Νότιο Αιγαίο	504	538	474	-6,4%	13,6%	3.960	4.178	3.779	-5,2%	10,6%	383	339	240	13,0%	41,6%
Ιόνια Νησιά	315	372	326	-15,5%	14,1%	2.488	2.945	2.634	-15,5%	11,8%	180	188	184	-4,5%	2,2%
Κρήτη	241	234	179	3,0%	30,6%	1.893	1.871	1.415	1,2%	32,2%	142	117	96	21,3%	21,8%
Αττική	298	314	262	-5,2%	19,7%	1.162	1.682	1.143	-30,9%	47,2%	98	92	75	6,4%	23,6%
Θεσσαλία	110	119	109	-7,7%	9,1%	701	821	859	-14,7%	-4,4%	65	62	46	4,9%	33,1%
Ήπειρος	69	63	53	10,7%	17,6%	342	319	316	12,3%	21,2%	22	19	18	28,3%	16,6%
Υπόλοιπες Περιφέρειες	1.064	1.124	914	-5,3%	23,0%	7.916	8.177	7.089	-3,2%	15,3%	644	578	430	11,4%	34,3%
Σύνολο	1.856	1.992	1.665	-6,8%	19,7%	12.609	13.944	12.042	-9,6%	15,8%	1.009	939	753	7,4%	24,6%

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος - Επεξεργασία: INSETE Intelligence

Παρόμοια εικόνα στην Περιφέρεια Αττικής, όπου καταγράφηκε μείωση κατά -5,2% και -30,9% των επισκέψεων και των διανυκτερεύσεων παρόλα' αυτά οι εισπράξεις αυξήθηκαν κατά +6,4% και ανήλθαν σε 98 εκατ. € έναντι 92 εκατ. € το 2018.

Η Κρήτη σημείωσε αύξηση στον αριθμό επισκεπτών κατά +3,0% και διανυκτερεύσεις +1,2% το 2019, ανεβάζοντας τα συνολικά έσοδα σε 142 εκατ. ευρώ, αύξηση +21,3% από τα 117 εκατ. ευρώ που καταγράφηκαν το 2018, σε σύγκριση με τα 142 εκατ. Ευρώ. Η μόνη περιφέρεια που παρουσιάζει πτώση στην κατηγορία συλλογής (-4,5%) είναι η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων. Το 2018 οι εισπράξεις της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων από την ιταλική αγορά ανήλθαν συνολικά σε 188 εκατ. ευρώ, αλλά το 2019 οι εισπράξεις αυτές αναμένεται να μειωθούν στα 180 εκατ. ευρώ. Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων σημείωσε αντίστοιχη μείωση 15,5% στον αριθμό των διανυκτερεύσεων ως αποτέλεσμα των παραγόντων που αναφέρονται παραπάνω.

Από την άλλη, αύξηση +28,3% στις εισπράξεις καταγράφηκε στην Περιφέρεια Ηπείρου, καθιστώντας την ως την περιφέρεια με τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση. Το χρηματικό ποσό που εισήχθη κατά τη διάρκεια του έτους 2019 ήταν 22 εκατ. ευρώ, σε σύγκριση με 19 εκατ. ευρώ το έτος 2018. Υπήρξε αύξηση +12,3% στον αριθμό των διανυκτερεύσεων και αύξηση +10,7% στον αριθμό των επισκέψεων. Στην περιφέρεια Θεσσαλίας σημειώθηκε μείωση του αριθμού των επισκέψεων κατά -7,7% και μείωση του αριθμού των διανυκτερεύσεων κατά -14,7%. ωστόσο, οι εισπράξεις αυξήθηκαν κατά +4,9% και ανήλθαν σε 65 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση από 62 εκατ. ευρώ το 2018. Με εξαίρεση την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, όλες οι περιφέρειες που εξετάστηκαν το 2019 παρουσίασαν αύξηση σε τον αριθμό των εισπράξεων που ελήφθησαν από την ιταλική αγορά· εξαίρεση όμως αποτέλεσε η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων.

Το 2019, οι επισκέψεις παρουσίασαν μείωση -6,8% και οι διανυκτερεύσεις μείωση κατά -9,6% ενώ οι εισπράξεις παρουσίασαν αύξηση +7,4%.

Βασικοί Δείκτες Απόδοσης Ιταλικής Αγοράς

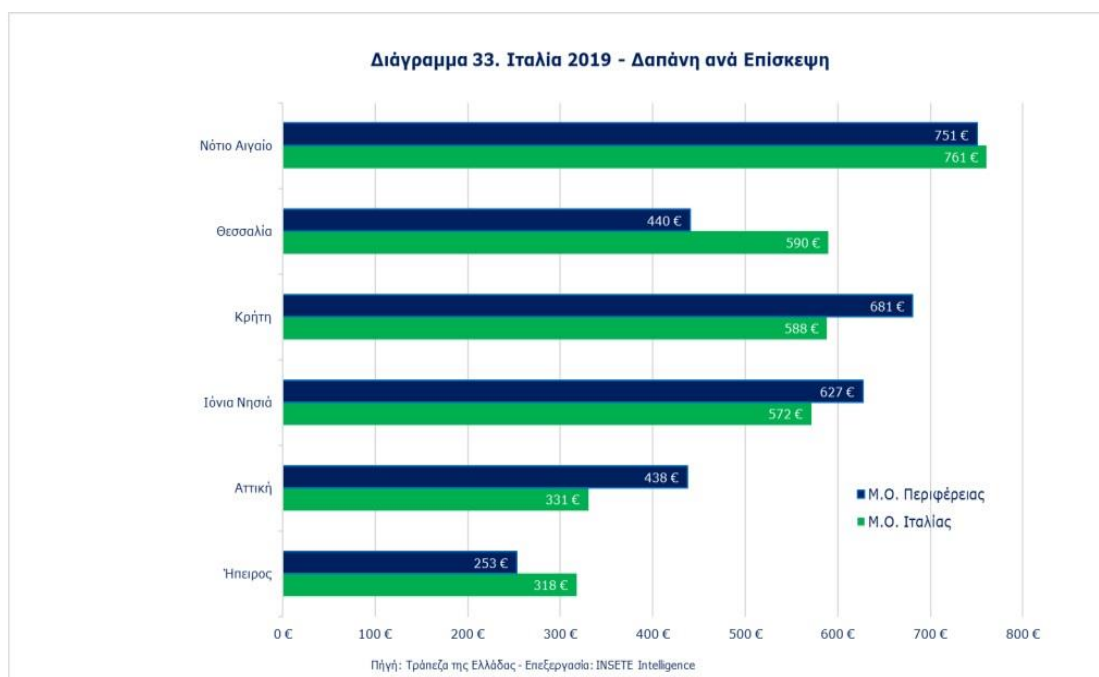
Δαπάνη ανά Επίσκεψη

Η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη στις 13 Περιφέρειες το 2019 διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο σε 482 € ως προς το σύνολο των εισερχόμενων επισκεπτών στην Ελλάδα.

Το τυπικό ποσό που ξόδεψαν οι επισκέπτες από την Ιταλία κατά την παραμονή τους στη χώρα ήταν 543 €. Το τυπικό ποσό που ξόδεψαν πελάτες από την ιταλική αγορά κατά τις επισκέψεις τους αυξήθηκε κατά 15,3%, ή 72 €, το 2019. Μόνο δύο από τις έξι περιοχές που εξετάστηκαν έχουν υψηλότερη μέση δαπάνη ανά επίσκεψη από

επισκέπτες από την Ιταλία από τη μέση δαπάνη της περιοχής που αντιστοιχεί στην επίσκεψή τους. Στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, η υψηλότερη καταγεγραμμένη τιμή δαπανών από Ιταλούς τουρίστες κατά τη διάρκεια μιας επίσκεψης ανέρχεται στα 761 ευρώ, τιμή συγκρίσιμη με τη μέση τιμή των 751 € που προκύπτει σε όλη την Περιφέρεια. Η μεγαλύτερη απόκλιση +150€ της ιταλικής δαπάνης ανά επίσκεψη από τον μέσο όρο παρατηρείται στην Περιφέρεια Θεσσαλίας, όπου η ιταλική δαπάνη ανά επίσκεψη υπολογίζεται σε 590€, ενώ ο μέσος όρος της Περιφέρειας είναι 440€. Αυτό αντιπροσωπεύει το υψηλότερο επίπεδο του υψηλότερου επιπέδου του υψηλότερου επιπέδου του υψηλότερου επιπέδου. Στην περιοχή της Κρήτης, οι τουρίστες ξοδεύουν κατά μέσο όρο 681 € κατά τη διάρκεια της παραμονής τους, ενώ οι επισκέπτες από την Ιταλία ξοδεύουν μόνο 588 € κατά τις διακοπές τους εκεί. Η μεγαλύτερη αρνητική απόκλιση -107 ευρώ της μέσης ιταλικής δαπάνης καταγράφηκε στην Περιφέρεια Αττικής σε σχέση με τον μέσο όρο της Περιφέρειας. Αυτό οφειλόταν στο γεγονός ότι η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη της Περιφέρειας ήταν 438 €, ενώ η δαπάνη των Ιταλών επισκεπτών μόλις 331 €.

Τέλος, στην Περιφέρεια της Ηπείρου, η ιταλική δαπάνη ανήλθε σε 318 € και είναι αισθητά υψηλότερη από το μέσο όρο της Περιφέρειας που εκτιμήθηκε στα 253 €.

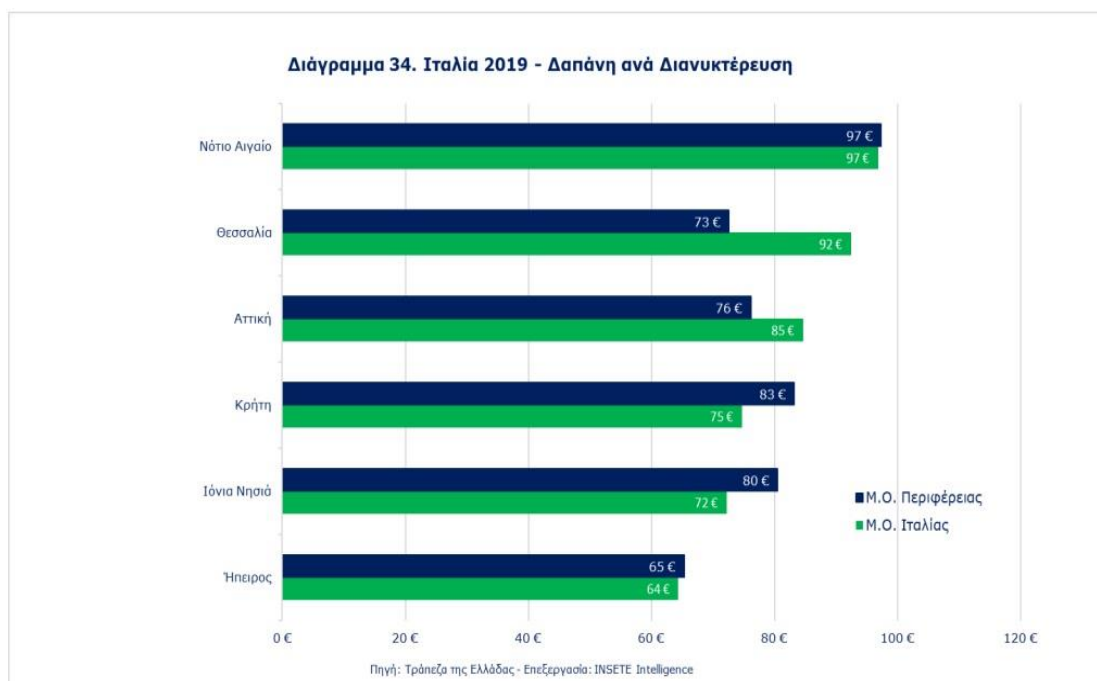


Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση

Η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση στις 13 Περιφέρειες το 2019 διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο σε 76 € ως προς το σύνολο των εισερχόμενων επισκεπτών στην Ελλάδα.

Το τυπικό χρηματικό ποσό που ξόδεψαν οι τουρίστες που έφτασαν από την Ιταλία το 2019 ήταν 80 €, σημειώνοντας αύξηση +18,8% ή +13 €, σε σύγκριση με τον μέσο όρο του προηγούμενου έτους που ήταν 67 €. Μόνο σε δύο από τις έξι περιοχές που ερευνήθηκαν, την Αττική και τη Θεσσαλία, το μέσο ποσό που ξόδεψαν ανά διανυκτέρευση τουρίστες από την Ιταλία ήταν μεγαλύτερο από το μέσο ποσό που ξόδεψαν οι τουρίστες από την αντίστοιχη περιοχή. Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου έχει τις υψηλότερες καταγεγραμμένες δαπάνες ανά διανυκτέρευση από Ιταλούς τουρίστες. Οι δαπάνες αυτές ανέρχονται συνολικά στα 97 ευρώ, ίσο με τον μέσο όρο δαπανών σε όλη την Περιφέρεια. Το κόστος ενός ιταλικού γεύματος για μια διανυκτέρευση στην Περιφέρεια Θεσσαλίας είναι 92€, το οποίο είναι σημαντικά υψηλότερο από το μέσο κόστος των 73€ για την Περιφέρεια. Η μεγαλύτερη θετική απόκλιση της ιταλικής δαπάνης παρατηρείται στην Περιφέρεια Θεσσαλίας, όπου παρατηρείται +20 € υψηλότερη από τον μέσο όρο της Περιφέρειας. Στην περιφέρεια Αττικής, το χρηματικό ποσό που δαπανήθηκε για ιταλικά προϊόντα ανήλθε στα 85 ευρώ, υψηλότερο από τον μέσο όρο των 76 ευρώ για την περιοχή. Το μέσο ποσό που ξοδεύουν οι Ιταλοί τουρίστες ανά διανυκτέρευση στην Κρήτη είναι 75 €, δηλαδή λιγότερο από το μέσο ποσό που ξοδεύουν στην Περιφέρεια, που είναι 83 €. Παρόμοια εικόνα παρατηρείται και στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, όπου το μέσο ποσό που ξοδεύουν οι Ιταλοί είναι 80 ευρώ, ενώ το μέσο ποσό που ξοδεύουν οι Ιταλοί σε αυτήν την περιοχή είναι 72 ευρώ.

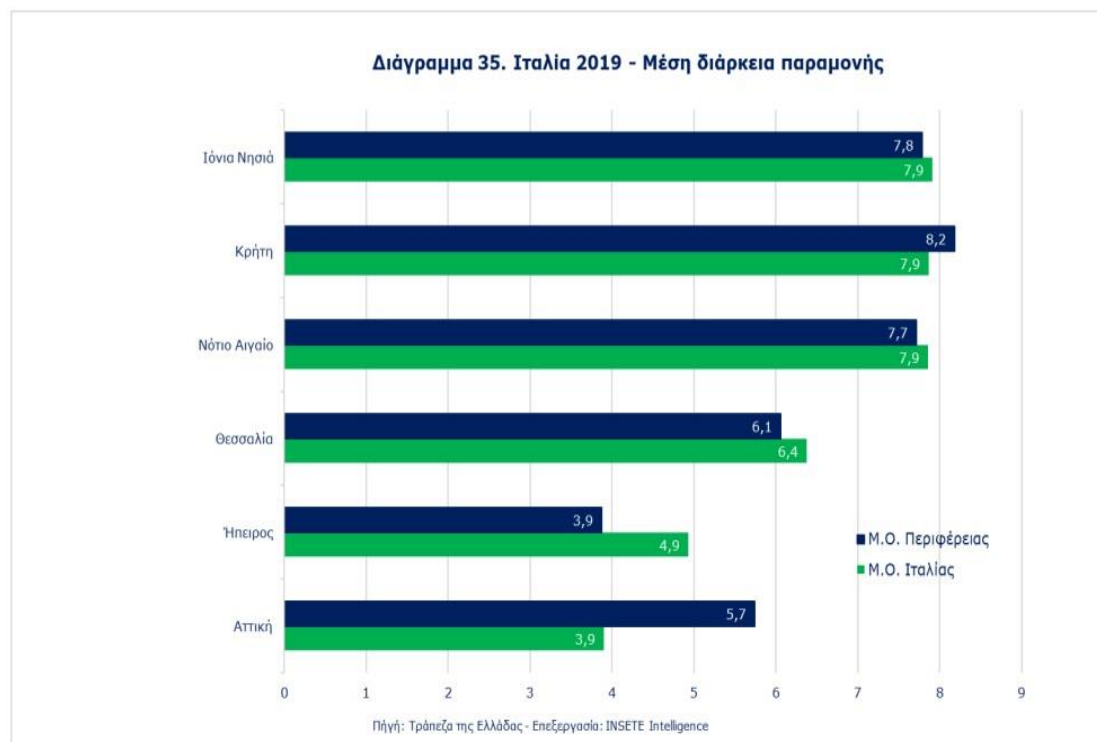
Τέλος, στην Περιφέρεια Ηπείρου η δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανέρχεται σε 65 € και η ιταλική δαπάνη ανά διανυκτέρευση σε 64 €.

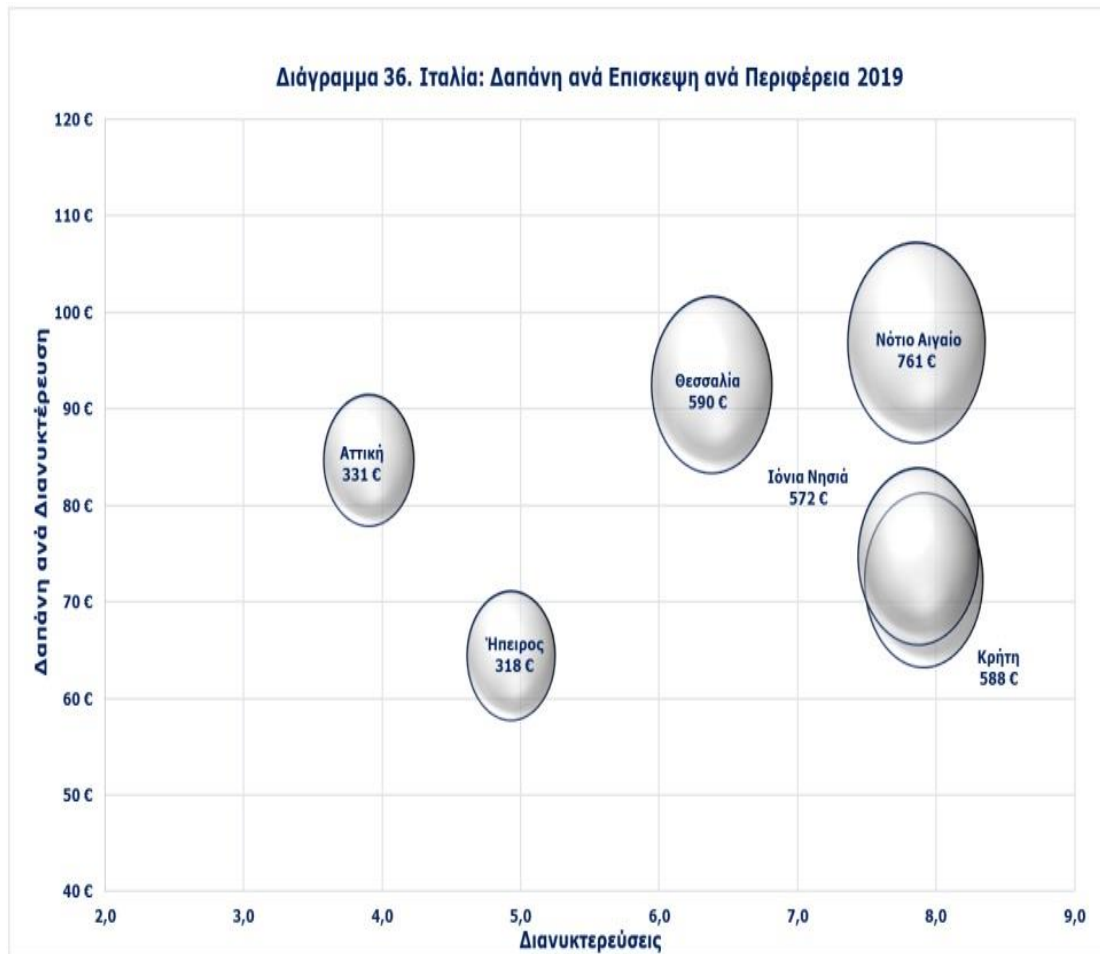


Μέση Διάρκεια Παραμονής

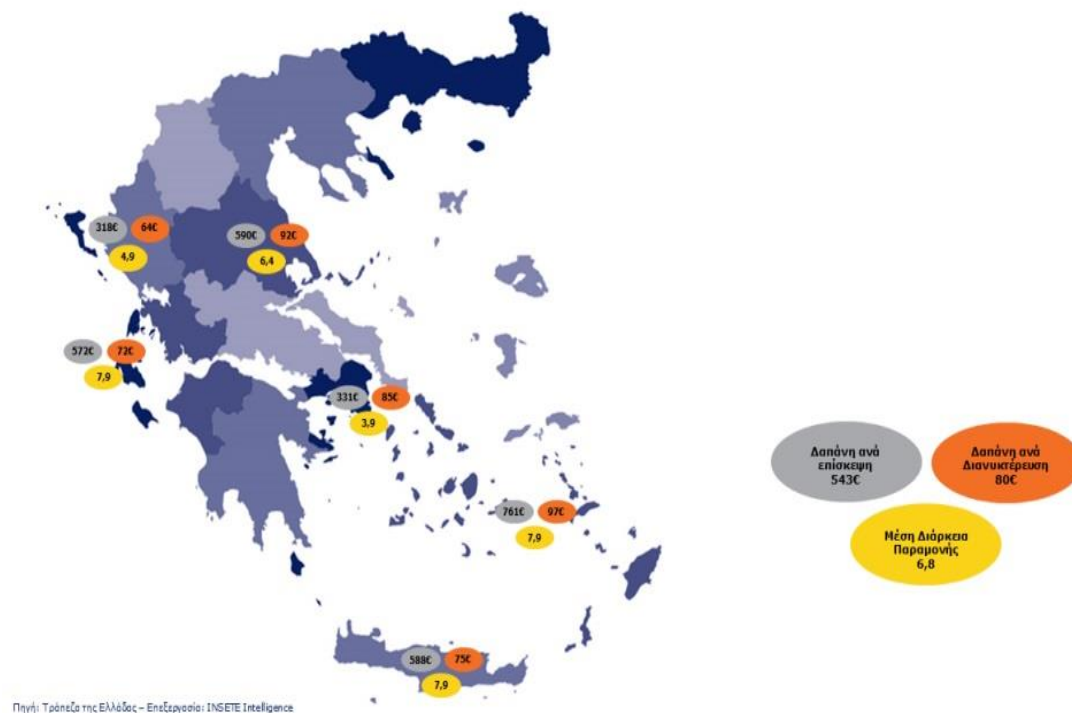
Η μέση διάρκεια παραμονής ανά επίσκεψη στις Περιφέρειες της Ελλάδας ήταν 6,3 και ο μέσος όρος επισκεπτών από την Ιταλία ήταν 6,8 διανυκτερεύσεις ανά επίσκεψη. Σε σύγκριση με τη μέση διάρκεια παραμονής για επισκέπτες από την αντίστοιχη Περιφέρεια, η τυπική διάρκεια παραμονής για τους τουρίστες από την Ιταλία είναι μεγαλύτερη σε τέσσερις από τις έξι περιοχές που ερευνήθηκαν. Έχει καταγραφεί ότι ο μέγιστος αριθμός διανυκτερεύσεων που μπορούν να μείνουν επισκέπτες από την Ιταλία σε μια περιοχή είναι 7,9 διανυκτερεύσεις. Στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων σε σύγκριση με τον μέσο αριθμό διανυκτερεύσεων εκεί (7,8 διανυκτερεύσεις), στην Περιφέρεια Κρήτης σε σύγκριση με τον μέσο όρο διανυκτερεύσεων εκεί (8,2 διανυκτερεύσεις) και στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, σε σύγκριση με τον μέσο αριθμό διανυκτερεύσεων εκεί (7,7). Η μέση διάρκεια διαμονής για τους Ιταλούς είναι 6,4 διανυκτερεύσεις όταν ταξιδεύουν στην περιοχή της Θεσσαλίας της Ελλάδας, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής για επισκέπτες από άλλες χώρες είναι 6,1 διανυκτερεύσεις. Η τυπική διάρκεια παραμονής των τουριστών από την Ιταλία στην Περιφέρεια Ηπείρου είναι 4,9 διανυκτερεύσεις, η οποία είναι σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση διάρκεια παραμονής στην περιοχή, που είναι 3,9 διανυκτερεύσεις.

Τέλος, 5,7 διανυκτερεύσεις είναι η μέση διάρκεια παραμονής στην Περιφέρεια Αττικής, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής ανά επίσκεψη των Ιταλών ανέρχεται σε 3,9 διανυκτερεύσεις.

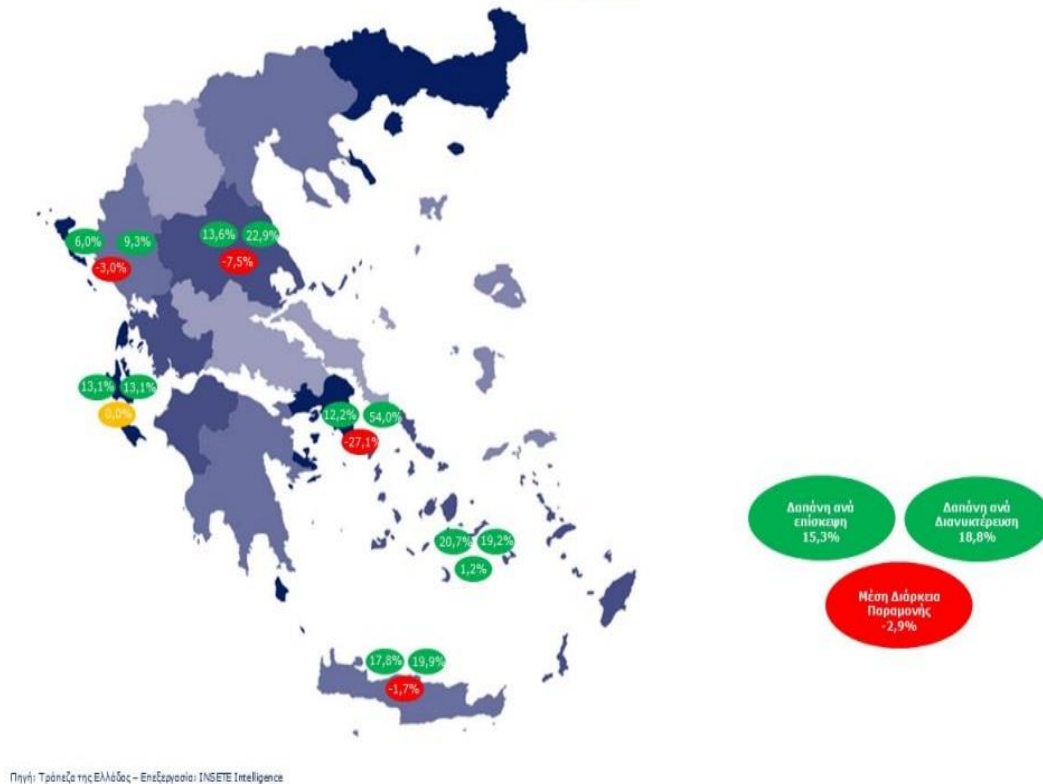




Χάρτης 14. Ιταλία: Δαπάνη ανά Επίσκεψη, Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση, Μέση Διάρκεια Παραμονής 2019



Χάρτης 15. Ιταλία: Μεταβολή Δαπάνης ανά Επίσκεψη, Δαπάνης ανά Διανυκτέρευση, Μέση Διάρκεια Παραμονής 2019/2018



Συμπεράσματα ιταλικής αγοράς 2019

Όσον αφορά τον εισερχόμενο τουρισμό της Ελλάδας το 2019, η Ιταλία ήρθε στην πέμπτη θέση όσον αφορά τα έσοδα, την τέταρτη θέση όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις και την τέταρτη θέση ως προς τον αριθμό των επισκεπτών. Οι διανυκτερεύσεις ανήλθαν σε 12.609 χιλιάδες ευρώ και οι επισκέπτες ανήλθαν συνολικά σε 1.856 χιλιάδες ευρώ. Το συνολικό ποσό των χρημάτων που εισπράχθηκαν από τον τουρισμό στην Ιταλία ήταν 1 δισ. ευρώ. Σύμφωνα με τα έσοδα, η ιταλική αγορά βρίσκεται στην τρίτη θέση τόσο στην Περιφέρεια Θεσσαλίας όσο και στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, αλλά κατέχει τη δεύτερη θέση στην Περιφέρεια συνολικά. Εμφανίζεται στη δεύτερη θέση στις Περιφέρειες Θεσσαλίας και Ηπείρου με βάση τον αριθμό των επισκέψεων και στην τρίτη θέση στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων με βάση τον αριθμό των επισκεπτών. Συμπερασματικά, ως προς τον αριθμό των ατόμων που διανυκτερεύουν εκεί, είναι η δεύτερη πιο σημαντική αγορά στην Περιφέρεια Θεσσαλίας και η τρίτη πιο σημαντική αγορά στις Περιφέρειες Ηπείρου και Ιονίων Νήσων. Έχει υψηλότερη μέση διάρκεια διαμονής, υψηλότερες μέσες δαπάνες ανά επίσκεψη (543 ευρώ έναντι 482 ευρώ) και υψηλότερες δαπάνες ανά διανυκτέρευση (80 ευρώ έναντι 76 ευρώ). Οι αριθμοί αυτοί είναι όλοι υψηλότεροι από τον μέσο όρο της Ελλάδας (6,8

έναντι 6,3). Το 2019, σημειώθηκε αύξηση +15,3% στο ποσό που δαπανήθηκε ανά επίσκεψη, αύξηση +18,8% στο ποσό που δαπανήθηκε ανά διανυκτέρευση και μείωση -2,9% στη τυπική διάρκεια διαμονής.

Σύμφωνα με τον αριθμό των τουριστών που επισκέπτονται κάθε περιοχή, οι τρεις κορυφαίοι προορισμοί είναι οι εξής:

α) Νότιο Αιγαίο

β) Ιόνια Νησιά

γ) Αττική

- Η υψηλή συνολική δαπάνη ανά επίσκεψη στις Περιφέρειες Θεσσαλίας και Νοτίου Αιγαίου, που προέρχονται 761 € και 590 €, αντίστοιχα, οφείλονται στις υψηλές δαπάνες ανά διανυκτέρευση σε συνδυασμό με τη μέση διάρκεια παραμονής σε αυτές τις περιοχές.
- Οι υψηλές συνολικές δαπάνες ανά επίσκεψη στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων προέρχονται από την τιμή των 572 ευρώ λόγω της υψηλής μέσης διάρκειας διαμονής. Η χαμηλότερη διάρκεια παραμονής οδηγεί σε χαμηλότερη συνολική δαπάνη ανά επίσκεψη των Ιταλών σε σχέση με το μέσο όρο στην Περιφέρεια της Αττικής.

Εξέλιξη Τουριστικών Δεικτών 2017-2019

Ο αριθμός των ταξιδιών των Ιταλών τουριστών μειώθηκε κατά -8,8 τοις εκατό και ο αριθμός των διανυκτερεύσεων μειώθηκε κατά 5,5 τοις εκατό, αλλά η μέση διάρκεια των ταξιδιών αυξήθηκε από 5,5 σε 5,7 διανυκτερεύσεις (6,0 για ταξίδια αναψυχής και 3,5 για επαγγελματικά ταξίδια). Η ξεκούραση και η ψυχαγωγία ήταν οι κύριοι οδηγοί των ταξιδιών για το εβδομήντα τοις εκατό των ανθρώπων, συγκεκριμένα πολιτιστικές δραστηριότητες (16,4 τοις εκατό) και οι διακοπές στη φύση (13,3 τοις εκατό). Επιπλέον, υπήρξε μια αισθητή αύξηση στον αριθμό των τουριστών που επισκέπτονται τοποθεσίες που λαμβάνουν υπόψη την τοπική κουλτούρα και το περιβάλλον (οικοτουρισμός). Κατά τα έτη 2017-2019, σημειώθηκε αύξηση 7,8% στον αριθμό των τουριστών που ήρθαν στις Ηνωμένες Πολιτείες από την Ιταλία (από 1,4 εκατομμύρια το 2017 σε 1,6 εκατομμύρια το 2019). Το 2018 σημειώθηκε αύξηση 15,7%, φτάνοντας τα 1,7 εκατομμύρια, ενώ το 2019 σημειώθηκε μείωση 6,8%, φτάνοντας τα 1,6 εκατομμύρια. Το μερίδιο αγοράς των συνολικών αφίξεων που είχε η Ιταλία το 2019 ήταν 5,0%, ενώ το 2017 ήταν 5,3%. Έντονη εποχικότητα παρατηρείται στις αφίξεις από την Ιταλία, με το 84,9% των αφίξεων του 2019 να καταγράφονται στο 2ο και 3ο τρίμηνο, ενώ τα αντίστοιχα στοιχεία για το 1ο και το τέταρτο τρίμηνο ήταν

5,8% και 9,3% αντίστοιχα. Η Ελλάδα είναι ο πέμπτος πιο δημοφιλής προορισμός για εξερχόμενα ταξίδια από την Ιταλία, σύμφωνα με στοιχεία του UNWTO από το 2018, ενώ οι πιο δημοφιλείς προορισμοί στην Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία της Παγκόσμιας Τράπεζας για το 2019, είναι το Νότιο Αιγαίο, τα Επτάνησα και τα Ιόνια Νησιά και Αττική. Η Ελλάδα είναι ο πέμπτος πιο δημοφιλής προορισμός για εξερχόμενα ταξίδια από την Ιταλία. Το 2019 καταγράφηκαν 12.609 χιλιάδες διανυκτερεύσεις από τουρίστες προερχόμενους από την Ιταλία, σημειώνοντας αύξηση 4,7% σε σύγκριση με το 2017, και αυτό ισοδυναμεί με μερίδιο αγοράς 5,4%. Το 2017 καταγράφηκαν 12.042 χιλιάδες διανυκτερεύσεις και αυτό ισοδυναμούσε με μερίδιο αγοράς 5,7%. Έντονη εποχικότητα παρατηρείται και στις διανυκτερεύσεις, με το 88,8% του συνόλου του 2019 να καταγράφεται στα τρίμηνα 2 και 3, έναντι μόλις 4,4% το 1ο τρίμηνο και 6,8% το 4ο τρίμηνο. Σε σύγκριση με τις συνολικές εισπράξεις το 2017, που ήταν € 753 εκατ. και μερίδιο 5,3%, οι συνολικές εισπράξεις από την Ιταλία το 2019 έφτασαν τα 1.009 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 33,9% από το 2017. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα μερίδιο αγοράς 5,7%. Η ιταλική αγορά αντιπροσώπευε το 90,3% των συνολικών εσόδων του 2019 το δεύτερο και τρίτο τρίμηνο του έτους. Τα συγκρίσιμα νούμερα για το πρώτο τρίμηνο και το τέταρτο τρίμηνο ήταν 3,4% και 6,4%.

Συμπερασματικά η αγορά της Ιταλίας εμφανίζει έντονη εποχικότητα με το 84,9% των αφίξεων, το 88,8% των διανυκτερεύσεων και το 90,3% των εσόδων για το 2019 να καταγράφονται στα Q2 και Q3 (τουριστική περίοδος).

Προφίλ Ιταλών Τουριστών

Η ανάλυση των χαρακτηριστικών των τουριστών που επισκέπτονται τον ελληνικό προορισμό ανά αγορά είναι ένα χρήσιμο εργαλείο μάρκετινγκ για την ηγεσία της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι εντοπίζει τόσο τις πτυχές του ελληνικού τουρισμού που έχουν υψηλό επίπεδο διείσδυσης στην αγορά όσο και τυχόν αδυναμίες, πρωτίστως σε ποιοτικό επίπεδο.

Είναι πιθανό ότι ο καλύτερος τρόπος για την υιοθέτηση τουριστικών πολιτικών που θα αναβαθμίσουν περαιτέρω το τουριστικό προϊόν στην Ελλάδα και θα το καταστήσουν πιο ανταγωνιστικό στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον είναι η καταγραφή των ελλείψεων όπως διαπιστώνονται από επισκέπτες από άλλες χώρες. Αν ναι, αυτός θα ήταν ο καλύτερος τρόπος για να γίνει αυτό. Μέσα στα πλαίσια αυτού του πλαισίου θα πρέπει να διαμορφωθούν όλες οι στρατηγικές για την προώθηση του τουρισμού στην Ελλάδα στις παγκόσμιες αγορές.

Σύμφωνα με έκθεση που εκπόνησε το γραφείο του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) στην Ιταλία, σχετικά με το προφίλ των Ιταλών τουριστών, φαίνεται

να υπάρχει αυξανόμενη τάση για μικρά διαλείμματα, ενώ εκτιμάται ότι όταν αποφασίζουν για πολυήμερες διακοπές, θα μείνουν για περισσότερες από επτά ημέρες κάθε φορά. Οι πληροφορίες αυτές προέρχονται από μελέτη που διεξήχθη για τα χαρακτηριστικά των Ιταλών τουριστών. Οι συνεντεύξεις με Ιταλούς τουρίστες που είχαν ταξιδέψει στην Ελλάδα παρείχαν την πηγή για τις πληροφορίες που παρουσιάζονται εδώ. Επιπλέον, το 26% των ανθρώπων θα προτιμούσαν να περάσουν τις καλοκαιρινές τους διακοπές ταξιδεύοντας σε μια χώρα διαφορετική από τη δική τους, ενώ το 28% των ανθρώπων που ταξιδεύουν καταλήγουν να επιστρέφουν στην ίδια τοποθεσία χρόνο με το χρόνο.

Το 64% των τουριστών θα προτιμούσε να κάνει σύντομα ταξίδια που μπορεί να διαρκέσουν οπουδήποτε από μία έως τρεις ώρες, ενώ το 36% θα προτιμούσε να πάει σε μεγαλύτερα ταξίδια που μπορεί να διαρκέσουν οπουδήποτε από τέσσερις έως 24 ώρες. Προσωπική εμπειρία, εμπειρία άλλων (όπως φίλοι, συγγενείς και συνάδελφοι), διαφήμιση στο διαδίκτυο και σε τουριστικούς οδηγούς, περιγραφές τουριστικών καταλόγων σε ταξιδιωτικά γραφεία και δημοσιευμένα περιοδικά, προσβασιμότητα και ευκολία σύνδεσης εντός της χώρας και συστάσεις από τα ταξιδιωτικά γραφεία είναι όλοι παράγοντες που παίζουν ρόλο στην απόφαση για το πού θα κάνετε διακοπές.

Σύμφωνα με τα στοιχεία, το 5,2% των Ιταλών προτιμά να οργανώσει τις διακοπές μόνος του, το 75,4% μέσω διαδικτύου, το 9,7% από ταξιδιωτικό γραφείο και το 8,5% αγοράζει μόνος του το ταξίδι (αεροπορικό εισιτήριο) από το ταξιδιωτικό γραφείο. Όσον αφορά τον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού, το 1,2% των πελατών χρησιμοποιεί το ταξιδιωτικό γραφείο με μοναδικό σκοπό την κράτηση του καταλύματός του (ξενοδοχείο).

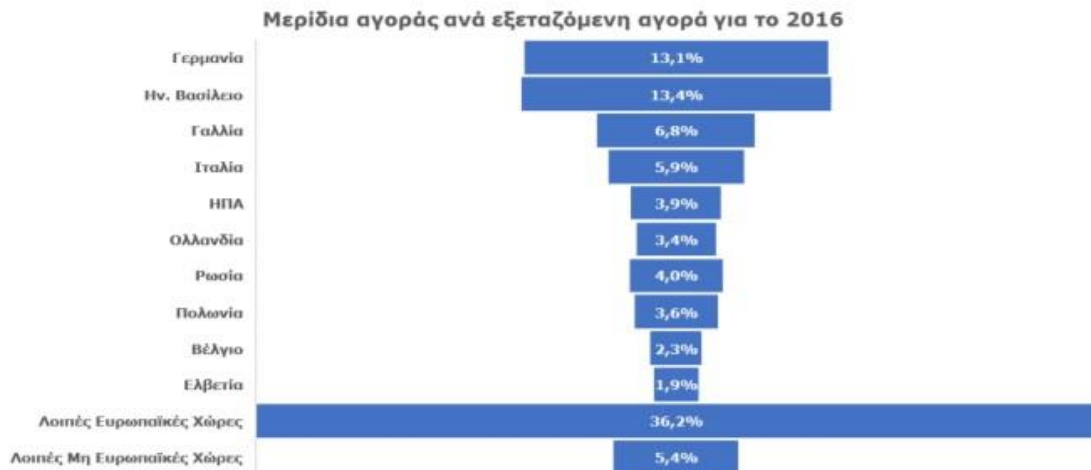
Σύμφωνα με στοιχεία που παρουσίασε η ιταλική ένωση καταναλωτών για το έτος 2017, η πλειοψηφία των Ιταλών που επιλέγουν να ταξιδέψουν εκτός Ιταλίας για τις διακοπές τους επιλέγουν να πάνε στην Ελλάδα. Συνολικά, 33,5 εκατομμύρια Ιταλοί θα πάνε διακοπές μεταξύ των μηνών Ιουλίου και Σεπτεμβρίου, σημειώνοντας αύξηση 1,2 εκατομμυρίων σε σύγκριση με το 2016. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το 29% των ανθρώπων σχεδιάζει να ταξιδέψει στην Ελλάδα, το 24% σχεδιάζει να επισκεφθεί την Κροατία και το 19% σχεδιάζει να επισκεφθεί την Ισπανία. Όταν πρόκειται για θέρετρα που βρίσκονται εντός των συνόρων της Ιταλίας, η Απουλία στα νότια της χώρας είναι το πιο δημοφιλές μέρος για να πάτε (19%), ακολουθούμενη από τη Σικελία (14%).

Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία, ωστόσο, ένα σημαντικό ποσοστό Ιταλών δεν έχει κάνει ακόμη τις κρατήσεις του και σκοπεύει να αναζητήσει προσφορές που είναι διαθέσιμες μόνο την ενδέκατη ώρα, τόσο όσον αφορά τις πτήσεις όσο και τα καταλύματα. Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία, ωστόσο, ένα σημαντικό ποσοστό Ιταλών δεν έχει κάνει ακόμη τις κρατήσεις του και σκοπεύει να αναζητήσει προσφορές που είναι διαθέσιμες μόνο την ενδέκατη ώρα, τόσο όσον αφορά τις πτήσεις όσο και τα καταλύματα.

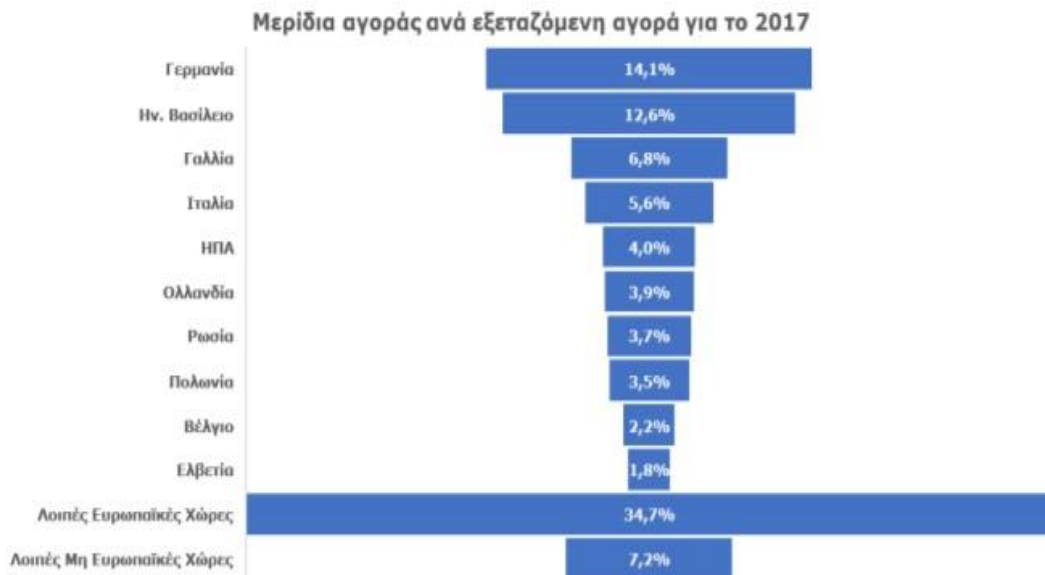
Όσον αφορά τους Ιταλούς που επισκέφτηκαν την Ελλάδα το 2016, αυτοί ανέρχονται στους 1,2 εκ. με θετική μεταβολή 0,7% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Το μερίδιο επί συνολικής πίπτας των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα φτάνει το 6% κατατάσσοντάς τους 4^{ους}. Η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών βρίσκεται που ταξιδεύουν στην Ελλάδα βρίσκεται στις ηλικιακές τάξεις 25-44, ενώ οι περισσότεροι από αυτούς είναι γυναίκες.

Μερίδιο Ιταλικής Αγοράς

Όσον αφορά τη συνεισφορά των επιμέρους αγορών στον συνολικό αριθμό ταξιδιών στην Ελλάδα, διαπιστώνουμε ότι η γερμανική αγορά ανέβηκε στην πρώτη θέση το 2017 (13,1% το 2016 και 14,1% το 2017) χάρη στη σημαντική αύξηση του αριθμού των επισκέπτες (+490 χιλιάδες), εκτοπίζοντας την αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου, η οποία έπεσε στη δεύτερη θέση (13,4% το 2016 και 12,6% το 2017) παρά τη σημαντική αύξηση του αριθμού των ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν από το Ηνωμένο Βασίλειο (+106 χιλιάδες) μεταξύ των έτη 2016 και 2017. Βρίσκονται στην τρίτη θέση η γαλλική αγορά (με μερίδιο 6,8% και για τα δύο έτη), στην τέταρτη η ιταλική αγορά (5,9% το 2016 και 5,6% το 2017), στην πέμπτη θέση για το 2017 οι Ηνωμένες Πολιτείες Η αγορά των Πολιτειών ανέβηκε (6η το 2016, 3,9% το 2016 και 4,0% το 2017), ενώ την έκτη θέση κατέλαβε η ολλανδική αγορά (3,4% το 2016 και 3,4% το 2017), σημειώνοντας άνοδο δύο θέσεων σε σύγκριση με το 2016. είναι αξιοσημείωτο ότι η ρωσική αγορά έπεσε δύο θέσεις το 2017, πέφτοντας από την πέμπτη θέση το 2016 στην έβδομη θέση το 2017. Τα μερίδια et για τη ρωσική αγορά το 2016 και το 2017 ήταν 4,0 και 3,7 τοις εκατό αντίστοιχα. Συμπερασματικά, οι έξι πιο σημαντικές αγορές για την Ελλάδα είναι η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, η Ιταλία, οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και η Ολλανδία. Αυτές οι αγορές αντιπροσώπευαν το 46,5% του συνόλου των επισκεπτών το 2016 και το ποσοστό αυτό αναμένεται να ανέλθει στο 46,9% του συνολικού αριθμού επισκεπτών το 2017.



Γράφημα 2 : Μερίδια αγοράς για το 2016



Γράφημα 3 : Μερίδια Αγοράς για το 2017

Σκοπός Ταξιδιού

Η πλειοψηφία των τουριστών επισκέπτεται την Ελλάδα για διακοπές (88,8% τόσο για το 2016 όσο και για το 2017). Άλλοι λόγοι για να επισκεφθείτε την Ελλάδα περιλαμβάνουν τη συμμετοχή σε συνέδρια (3,1% το 2016 και 3,0% το 2017), επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς (3,8% το 2016 και 4,4% το 2017) και παραδοσιακά

επαγγελματικά ταξίδια (2,4% το 2016 και 2,5% το 2017). Ωστόσο, αυτούς τους λόγους ακολουθούν οι τουρίστες με πολύ χαμηλότερο ρυθμό.

Υπάρχουν διακρίσεις μεταξύ των επιμέρους αγορών, με τους Ευρωπαίους να προτιμούν την Ελλάδα για τις διακοπές τους σε μεγαλύτερο βαθμό (90,0% και για τα δύο χρόνια) από τους μη Ευρωπαίους (77,9% το 2016 και 79,1% το 2017). Για τις ευρωπαϊκές αγορές, είναι αξιοσημείωτο ότι τα ποσοστά τουριστών που προέρχονται από το Ηνωμένο Βασίλειο (93,4% το 2016 και 91,9% το 2017), τη Γαλλία (93,0% το 2016 και 94,1% το 2017), την Ιταλία (93,7% το 2016 και 95,0% το 2017), η Ολλανδία (94,2% το 2016 και 93,2% το 2017) και το Βέλγιο (93,7% το 2016 και 94,2% το 2017) για διακοπές ήταν ιδιαίτερα υψηλά, ενώ τα ποσοστά των τουριστών που προέρχονται από τη Γερμανία (41%. Ήταν ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι οι τουρίστες από τις Ηνωμένες Πολιτείες είχαν σχετικά μεγαλύτερη προτίμηση να περάσουν τις διακοπές τους στην Ελλάδα από ό,τι οι τουρίστες από άλλες μη ευρωπαϊκές χώρες (73,0% το 2016 και 76,7% το 2017), όταν επρόκειτο για αγορές εκτός Ευρώπης Το ποσοστό των τουριστών που προέρχονταν από τις Ηνωμένες Πολιτείες ήταν 84,7% το 2016 και 83,4% το 2017. Αντίθετα, οι επισκέπτες από χώρες εκτός Ευρώπης είχαν περισσότερες πιθανότητες να επιλέξουν την Ελλάδα για επαγγελματικά ταξίδια (9,3% το 2016 και 7,3% το 2017) και τον συνεδριακό τουρισμό (8,4% το 2016 και 8,3% το 2017) σε σχέση με τους επισκέπτες από τ. στις Ηνωμένες Πολιτείες (3,5%/3,3% και 5,4%/4,6% αντίστοιχα). Επίσης, το 2017, περισσότεροι τουρίστες από τις Ηνωμένες Πολιτείες ταξίδεψαν στην Ελλάδα για να επισκεφτούν φίλους και συγγενείς από ό,τι σε άλλες μη ευρωπαϊκές χώρες (8,2% έναντι 5,3%), ενώ τουρίστες από τις Ηνωμένες Πολιτείες ταξίδεψαν σε άλλες μη ευρωπαϊκές χώρες περισσότερο για άλλους λόγους, που αναφέρονται ως «Άλλα» (3,3/2,4% έναντι 0,1%/0,5% αντίστοιχα).

Σκοπός ταξιδιού στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, διαφορές 2016 -2017 (σε χιλ.)					
	Διακοπές	Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς και άλλο ταξίδι αναψυχής	Επαγγελματικό ταξίδι	Συνεδριακό	Λοιπά
Σύνολο Κόσμου	1.811	212	63	28	-63
Σύνολο Ευρώπης	1.297	169	47	-12	-69
Ιταλία	66	-2	-6	-7	2

Πίνακας 11 : Σκοπός Ταξιδιού

Τύπος Διακοπών



Γράφημα 4 : Τύπος Διακοπών



Γράφημα 5 : Τύπος Διακοπών

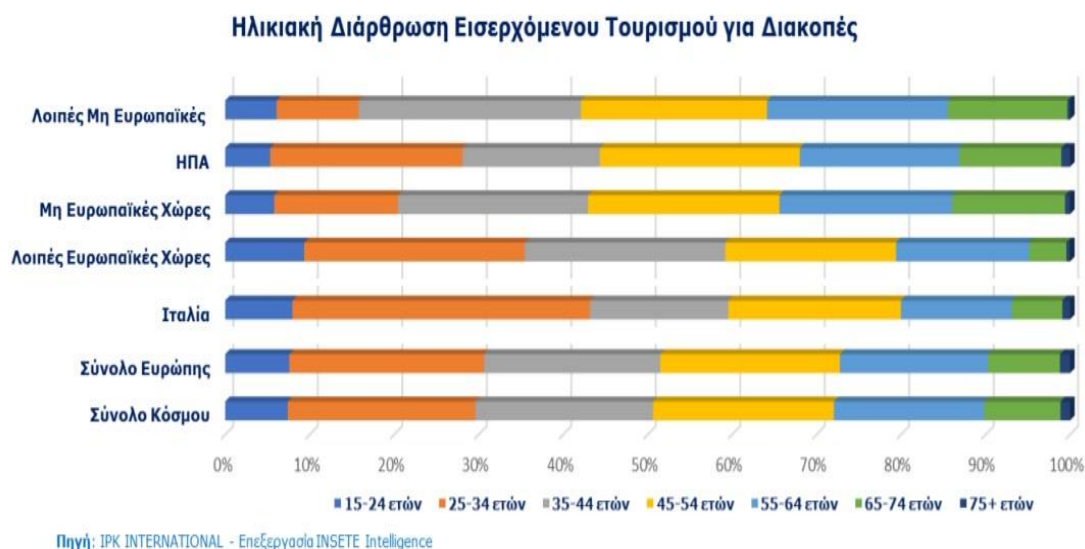
Φύλο Επισκεπτών

Φύλο επισκεπτών του εισερχόμενου τουρισμού για διακοπές στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, διαφορές 2016 - 2017 (σε χιλ.)		
	Άνδρας	Γυναίκα
Σύνολο Κόσμου	1.300	511
Σύνολο Ευρώπης	1.083	215
Ιταλία	69	-3
Λοιπές Ευρωπαϊκές Χώρες	487	-139
Μη Ευρωπαϊκές Χώρες	217	296
ΗΠΑ	27	47
Λοιπές Μη Ευρωπαϊκές	190	249

Πηγή: IPK INTERNATIONAL - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Πίνακας 12 : Φύλο επισκεπτών του εισερχόμενου τουρισμού

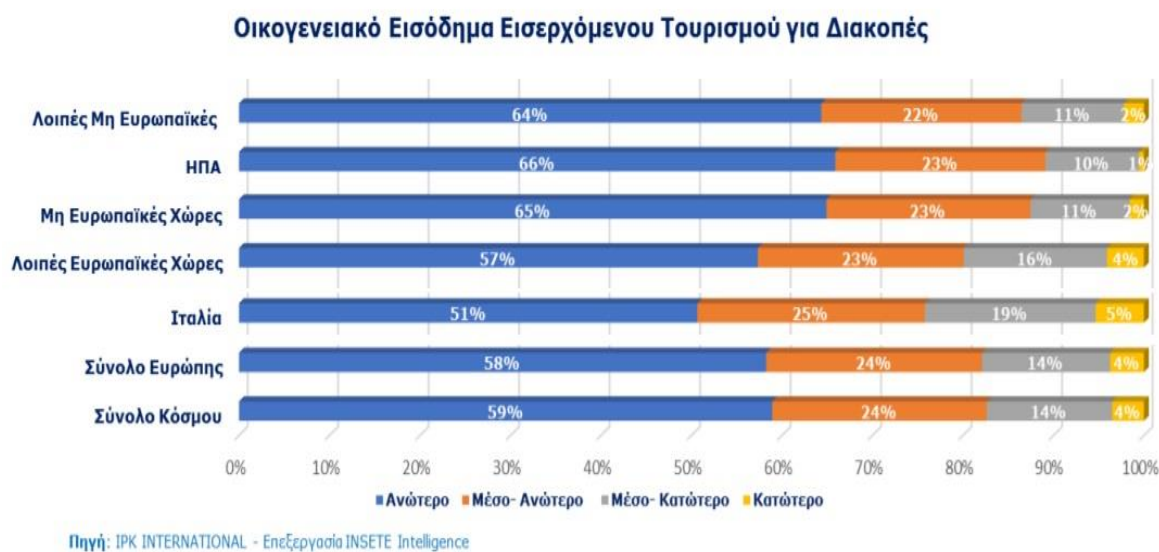
Ηλικιακή Διάρθρωση



Γράφημα 6 : Ηλικιακή Διάρθρωση Εισερχόμενου τουρισμού για διακοπές

Το 64,8 τοις εκατό των τουριστών που ταξίδεψαν στην Ελλάδα ήταν μεταξύ 25 και 54 ετών το 2016 και το 64,6 τοις εκατό των τουριστών ταξίδεψε στην Ελλάδα το 2017. Ξεχωριστά, παρατηρούμε ότι οι Ευρωπαίοι τουρίστες ακολούθησαν τη συνολική εικόνα (64,7% το 2016 και 65,2% το 2017), που έρχεται σε αντίθεση με τους μη Ευρωπαίους, όπου η πλειοψηφία των τουριστών βρίσκεται στην ηλικιακή ομάδα 35-64 ετών (69% το 2016 και 65,6% το 2017).

Οικογενειακό Εισόδημα

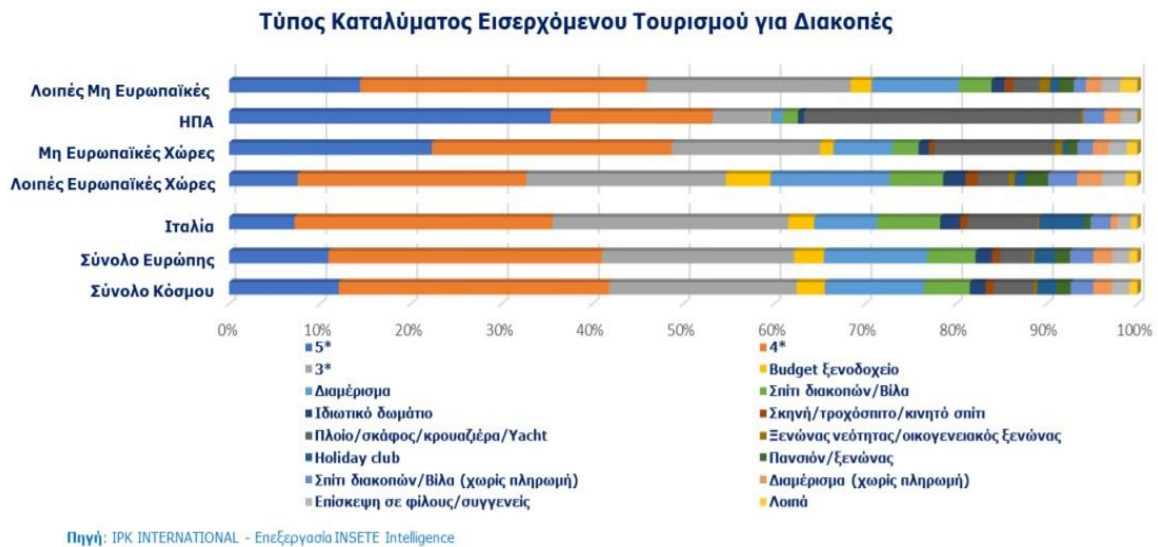


Γράφημα 7 : Οικογενειακό Εισόδημα Εισερχόμενου Τουρισμού για Διακοπές

Επίπεδο Εκπαίδευσης



Γράφημα 8 : Επίπεδο Εκπαίδευσης Τουρισμού για Διακοπές
Τύπος Καταλύματος



Γράφημα 9 : Τύπος Καταλύματος

Κράτηση Καταλύματος Μέσω Πλατφόρμας



Τα στοιχεία αφορούν σε κρατήσεις σε ξενοδοχεία 1* και 2*, σπίτια διακοπών, διαμερίσματα, πανσιόν, ιδιωτικά δωμάτια, σκάφη/πλοία/κρουαζιέρες/yachts και σκηνές/τροχόσπιτα/κινητά σπίτια.

Γράφημα 10 : Κράτηση μέσω Πλατφόρμας

Τα παραπάνω στοιχεία αφορούν σε κρατήσεις σε ξενοδοχεία 1* και 2*, σπίτια διακοπών, διαμερίσματα, πανσιόν, ιδιωτικά δωμάτια, σκάφη/πλοία/κρουαζιέρες/yachts, σκηνές/τροχόσπιτα/κινητά σπίτια καθώς οι άλλες κατηγορίες καταλυμάτων συνήθως δεν περιλαμβάνονται σε πλατφόρμες διαμοιρασμού. Οι τουρίστες στην πλειοψηφία τους δεν είχαν πραγματοποιήσει κράτηση μέσω πλατφόρμων διαμοιρασμού: Σύνολο Κόσμου (86,8% το 2016 και 86,1% το 2017), Σύνολο Ευρώπης (86,8% το 2016 και 85,8% το 2017) και Μη Ευρωπαίοι (87,4% το 2016 και 88,3% το 2017). Στις επιμέρους εξεταζόμενες αγορές, τα μεγαλύτερα ποσοστά κρατήσεων μέσω πλατφόρμων διαμοιρασμού κατείχαν οι αγορές της Ιταλίας (20,5% το 2016 και 19,8% το 2017) και της Πολωνίας (13,0% το 2016 και 12,4% το 2017).

Μέσο Ενημέρωσης

Μέσο ενημέρωσης 2017, Εισερχόμενου Τουρισμού για Διακοπές																			
Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές																			
Αγορές	Αφίξεις (σε χιλ.)	Μέσος Όρος μέσων πληροφόρησης ανά επισκέπτη	Internet	Ταξιδιωτικό πρακτορείο	Φίλοι/ συγγενείς	Ταξιδιωτικός οδηγός	Κατάλογος από του ορεισταί	Τοπικό/ Περιφερειακό γραφείο τουρισμού	Γραφείο μετ. μέσου	Λοιπά	Περιοδικά	Εθνικό γραφείο τουρισμού	Τηλεόραση	Διαφημίσεις	Εφημερίδες	Έκθεση τουρισμού	Διαδραστική τηλεόραση	Ράδιο	Καμία ενημέρωση
Σύνολο Κόσμου	20.460	1,9	85%	44%	20%	9%	9%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	0%	3%
Σύνολο Ευρώπης	18.423	1,9	85%	43%	19%	9%	9%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	0%	3%
Ιταλία	1.219	1,7	86%	38%	12%	7%	8%	1%	1%	1%	2%	1%	2%	3%	1%	1%	0%	0%	2%
Λοιπές Ευρώπης	6.921	1,9	85%	47%	24%	8%	9%	3%	2%	3%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	4%
Μη Ευρωπαϊκές Χώρες	2.037	2,0	88%	50%	21%	14%	8%	1%	3%	5%	4%	2%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	3%
Λοιπές Μη Ευρωπαϊκές Χώρες	1.268	2,0	86%	53%	24%	14%	7%	1%	3%	4%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	4%

Πηγή: IPK INTERNATIONAL - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Πίνακας 13 : Μέσο Ενημέρωσης Εισερχόμενου Τουρισμού

Χαρακτηριστικά Κράτησης

Χαρακτηριστικά κράτησης 2017, Εισερχόμενου Τουρισμού για Διακοπές														
Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές														
Αγορές	Αφίξεις (σε χιλ.)	Προκρατήσεις	Μη Προκρατήσεις	Μέσος Όρος καναλιών κράτησεων ανά επισκέπτη	μέσω Internet	σε Ταξιδιωτικό Πρακτορείο	Εξοδοχείο ή άλλο κατάλυμα	Γραφείο μετ. μέσου	Λοιπά	μέσω Τουριστικού Γραφείου	μέσω Club/ Εφημερίδας/ Εκκλησίας/Σχολείου	μέσω Ταξιδιωτικού καναλιού	μέσω Τουριστικού γραφείου εταιρείας	μέσω Πολυκαταστήματος
Σύνολο Κόσμου	20.460	93%	7%	1,5	80%	40%	12%	10%	6%	1%	1%	1%	0%	0%
Σύνολο Ευρώπης	18.423	93%	7%	1,5	80%	41%	12%	9%	6%	1%	1%	1%	0%	0%
Ιταλία	1.219	97%	3%	1,4	80%	38%	11%	8%	2%	2%	0%	1%	1%	1%
Λοιπές Ευρώπης	6.921	88%	12%	1,6	81%	44%	13%	8%	7%	2%	1%	0%	0%	0%
Μη Ευρωπαϊκές Χώρες	2.037	99%	1%	1,6	78%	40%	14%	18%	6%	1%	2%	2%	1%	1%
Λοιπές Μη Ευρωπαϊκές Χώρες	1.268	99%	1%	1,6	78%	42%	10%	14%	6%	1%	1%	1%	1%	1%

Πηγή: IPK INTERNATIONAL - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Πίνακας 14 : Χαρακτηριστικά Κράτησης Εισερχόμενου Τουρισμού

Penetration: Διείσδυση Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος Στον Ιταλικό Πληθυσμό

Η αναλογία των εξερχόμενων τουριστών από κάθε χώρα που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό τους προς τον πληθυσμό της χώρας από την οποία προέρχονται είναι ένας τρόπος υπολογισμού του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας στον πληθυσμό κάθε χώρας. Η Ελλάδα έχει μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς σε χώρες με μεγαλύτερο πληθυσμό. Αυτό το μερίδιο αγοράς μετριέται με τον όρο «πληθυσμιακή διείσδυση μιας χώρας», ο οποίος χρησιμοποιείται για να αποτυπώσει το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον πληθυσμό κάθε χώρας. Αυτό το μερίδιο αγοράς εκφράζεται

ως ποσοστό του πληθυσμού κάθε χώρας. Φαίνεται ότι το ποσοστό διείσδυσης του πληθυσμού στη χώρα προέλευσης, το οποίο αναφέρεται και ως μερίδιο αγοράς στον πληθυσμό της χώρας, είναι ικανοποιητικό. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, αναφερόμαστε στην αναλογία του αριθμού των Ιταλών που επισκέφθηκαν την Ελλάδα προς τον συνολικό πληθυσμό της Ιταλίας.

Ποσοστό Διείσδυσης Εισερχομένου Τουρισμού	Ποσοστό Αφίξεων Τουριστών Από Ιταλία	Τουρίστες Από Ιταλία	Πληθυσμός Ιταλίας	Σύνολο Εισερχομένου Τουρισμού	Έτος
1.8621747	7.5429822%	58281212	1085298	14388182	2005
2.2146566	8.5150235%	58542619	1296518	15226241	2006
2.130765	7.7436333%	58747861	1251778.8	16165265	2007
1.8668426	6.2691154%	58922109	1099983	15938806	2008
1.5819298	6.2691154%	59105625	935009.52	14914537	2009
1.4220105	5.6212653%	59325229	843611	15007493	2010
1.5745044	5.7114417%	59589076	938232.63	16427247	2011
1.4163001	5.0044013%	59879471	848073	16946543	2012
1.6027336	4.7948612%	60166830	964314	20111406	2013
1.8502202	4.6048663%	60409620	1117711	24272388	2014
2.2373105	5.1900022%	60578494	1355329	26114228	2015
2.2862381	4.9407226%	60663060	1386902	28070833	2016
2.3754905	4.7786758%	60673701	1441298	30161033	2017
2.7497748	5.0408385%	60627291	1667114	33072157	2018
2.5651033	4.5675406%	60550075	1553172	34004558	2019

Ποσοστό Αφίξεων Τουριστών Από Ιταλία: Τουρίστες Από Ιταλία / Σύνολο Εισερχομένου Τουρισμού *100. Ποσοστό Διείσδυσης Εισερχομένου Τουρισμού ανά 100 κατοίκους: Τουρίστες Από Ιταλία / Πληθυσμός Ιταλίας * 100

¹ Πηγή: <https://www.worldometers.info/world-population/italy-population/>

¹ Ανά 100 Κατοίκους

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 5^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ηλεκτρονική βιβλιογραφία (διαδίκτυο)

- www.statistics.gr
- www.sete.gr
- www.insete.gr
- Έρευνες & Μελέτες
- Προφίλ εισερχόμενου τουρισμού για διακοπές στην Ελλάδα 2016, 2017 (Δρ: Άρης Ίκκος, Αναλυτής: Σεραφείμ Κουτσός, INSETE Intelligence)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο : ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ

Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο, εφαρμόζοντας την ανάλυση χρονοσειρών, στοιχεία της οποίας θα αναπτύξουμε στα υποκεφάλαια 6.2 και 6.3, θα επιλέξουμε ένα κατάλληλο μοντέλο μέσω του οποίου θα κάνουμε προβλέψεις των αφίξεων Ιταλών τουριστών στην Ελλάδα που θα αφορούν περίοδο από τον Ιούλιο 2016 έως τον Ιούνιο 2017. Τα δεδομένα που θα χρησιμοποιήσουμε είναι οι μηνιαίες αφίξεις Ιταλών τουριστών στην Ελλάδα, που είναι αποτέλεσμα έρευνας διενεργείται από την Τράπεζα της Ελλάδος και καλύπτει την περίοδο που αρχίζει τον Ιανουάριο του 2007 και λήγει τον Ιούνιο του 2016. Για τις προβλέψεις θα χρησιμοποιηθεί το πακέτο στατιστικών εφαρμογών Statgraphics 18 X 64 και η υποενότητα 6.4 θα παρέχει μια πιο εμπειριστατωμένη παρουσίαση της μεθοδολογίας πίσω από τις προβλέψεις.

Ανάλυση χρονολογικών σειρών

Θεωρία της χρονολογικής σειράς γεγονότων

Μια χρονολογική σειρά, γνωστή και ως χρονοσειρά, ορίζεται ως μια ακολουθία με τη μορφή " $x_t: = 0, 1, 2, \dots$ ", όπου κάθε x εκφράζει σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή t την κατάσταση ενός συστήματος που αλλάζει με την πάροδο του χρόνου με έναν γενικά τυχαίο τρόπο (Στοχαστικό Σύστημα). Οι χρονοσειρές μπορεί να είναι διακριτές ποσότητες ή συνεχείς ποσότητες σε διακριτό ή συνεχή χρόνο. Ως αποτέλεσμα, μια χρονική σειρά αναφέρεται ως μια οικογένεια τυχαίων μεταβλητών που παίρνει τη μορφή x_t, tT , όπου το T αναφέρεται είτε σε μια χρονική περίοδο είτε σε ένα υποσύνολο του χώρου. Στην περίπτωση που το T είναι συνεχές, η χρονική σειρά αναφέρεται ως συνεχής. Ωστόσο, στην περίπτωση που το T είναι διακριτό, η χρονική σειρά αναφέρεται ως διακριτή.

Οι διακριτές χρονοσειρές είναι ένα θέμα ενδιαφέροντος στην τρέχουσα μελέτη και εργασία, η οποία αναφέρει το θέμα. Μια χρονοσειρά συμβολίζεται με τον συμβολισμό x_1, x_2, \dots, x_N όταν υπάρχουν N διαδοχικές τιμές (όπου x_t είναι η παρατήρηση τη στιγμή t). Η ανάπτυξη ενός στοχαστικού συστήματος, γνωστό και ως σύστημα με τυχαία συμπεριφορά, μπορεί να εκφραστεί μέσω της χρήσης μιας χρονοσειράς, ενώ η ανάπτυξη ενός ντετερμινιστικού συστήματος περιγράφεται τυπικά μέσω της χρήσης ενός συστήματος διαφορικών εξισώσεων. Η εξέλιξη ενός στοχαστικού συστήματος μπορεί να απεικονιστεί πιθανολογικά μέσω μιας μονοδιάστατης ή πολυδιάστατης στοχαστικής εξέλιξης, δηλαδή μέσω μιας ακολουθίας τυχαίων μεταβλητών ή μιας οικογένειας τυχαίων μεταβλητών που ορίζονται σε ένα

χώρο πιθανοτήτων. Αυτό είναι σύμφωνο με τη Θεωρία των Στοχαστικών Εξελίξεων, η οποία δηλώνει ότι η εξέλιξη ενός στοχαστικού συστήματος μπορεί να απεικονιστεί με οποιονδήποτε από αυτούς τους τρόπους.

Ο στόχος της διεξαγωγής μιας διαχρονικής μελέτης για μια μεταβλητή είναι τόσο να περιγραφεί πώς έχει αλλάξει με την πάροδο του χρόνου όσο και να προβλέψει πώς θα συμπεριφερθεί στο μέλλον. Επομένως, μια χρονοσειρά, γνωστή και ως χρονοσειρά, μπορεί να οριστεί ως μια ακολουθία εμπειρικών δεδομένων ή τιμών μιας μεταβλητής Y , που λαμβάνονται σε χρονικά σημεία (προκαθορισμένα) που είτε είναι ίσα σε απόσταση είτε αναφέρονται σε διαδοχικές χρονικές περιόδους. Αυτά τα χρονικά σημεία μπορούν επίσης να αναφέρονται σε διαφορετικές χρονικές περιόδους.

Αν και κάθε χρονολογική σειρά είναι ξεχωριστή με τον δικό της τρόπο, όλες τις ενώνουν μερικά κοινά σημεία. Η γραμμικότητα ή η μη γραμμικότητα μιας χρονοσειράς είναι η κύρια διάκριση που μπορεί να γίνει μεταξύ διαφορετικών τύπων χρονοσειρών (γραμμικότητα ή μη γραμμικότητα αντίστοιχα). Πιο συγκεκριμένα, η γραμμικότητα του συστήματος δείχνει ότι οι σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών του συστήματος είναι γραμμικές (δηλαδή, εάν το σύστημα εκφραζόταν σε αναλυτική μορφή, όλοι οι όροι θα ήταν γραμμικοί ως προς τις μεταβλητές του συστήματος), ενώ οι μη γραμμικότητα του συστήματος δείχνει ότι οι σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών του συστήματος δεν ακολουθούν αυτό το μοτίβο. Αυτό σημαίνει ότι η πρόοδος της χρονοσειράς μπορεί να οριστεί ως ένας γραμμικός συνδυασμός των προηγούμενων παρατηρήσεων της χρονοσειράς όταν εφαρμόζεται σε ένα γραμμικό σύστημα. Αυτό ισχύει για τις χρονοσειρές. Μια χρονοσειρά μπορεί να εμφανίζει μια κυκλικά επαναλαμβανόμενη δομή σε διαδοχικά χρονικά διαστήματα ή εποχές. Αυτό είναι το δεύτερο χαρακτηριστικό που διακρίνει μια χρονοσειρά από άλλους τύπους δεδομένων. Συγκεκριμένα, η μέση τιμή της χρονοσειράς παρουσιάζει σχεδόν πάντα μία από τις δύο συμπεριφορές: είτε μια ανοδική είτε φθίνουσα τάση, είτε ένα μοτίβο που εναλλάσσεται μεταξύ αύξουσας και φθίνουσας φάσης (με άλλα λόγια, δείχνει μια κυκλικά επαναλαμβανόμενη δομή σε διαδοχικά χρονικά διαστήματα ή εποχές). Επιπλέον, είναι δυνατόν να διαπιστωθεί η ύπαρξη «εκτός» τιμών, από τη γραφική αναπαράσταση μιας χρονοσειράς. Αυτό σημαίνει ότι είναι δυνατό να διαπιστωθεί η ύπαρξη τιμών που βρίσκονται σε εμφανή απόκλιση από τα υπόλοιπα δεδομένα της σειράς. Οι ασυνήθιστες τιμές, γνωστές και ως ακραίες τιμές, είναι πιθανό να προκαλέσουν σημαντικά προβλήματα με τη μοντελοποίηση μιας χρονοσειράς. Ως αποτέλεσμα, αυτές οι τιμές απαιτούν ειδική μεταχείριση. Ωστόσο, αυτό θα πρέπει να συμβεί μόνο αφού εντοπιστεί η βασική αιτία των ακραίων τιμών. Η σταθερότητα ή η περιοδικότητα μιας χρονοσειράς είναι το τελευταίο διακριτικό χαρακτηριστικό μιας

χρονοσειράς. Πιο συγκεκριμένα, αυτό που εννοείται με τον όρο στασιμότητα είναι ότι δεν υπάρχει αλλαγή με την πάροδο του χρόνου στον τρόπο που συμπεριφέρονται οι διακυμάνσεις των τιμών της χρονοσειράς.

Συνιστώσες Χρονοσειράς

Όπως και οι χρονοσειρές γενικότερα, έτσι και οι τιμές των χρονοσειρών παρουσιάζουν κάποια χαρακτηριστικά. Τα χαρακτηριστικά των τιμών που εξελίσσονται κατά τη διάρκεια της χρονοσειράς είναι τα χαρακτηριστικά που ορίζονται ως συστατικά στοιχεία της χρονοσειράς. Όταν εξετάζετε μια χρονολογική σειρά, το πρώτο πράγμα που πρέπει να λάβετε υπόψη είναι η τάση. Πιο συγκεκριμένα, η τάση της χρονοσειράς είναι η σταθερή μακροπρόθεσμη κεντρική κίνηση που διατηρεί η χρονοσειρά σε όλη τη χρονική περίοδο που καλύπτει. Αυτή η κίνηση, που θεωρείται στοιχείο ιδιαίτερης σημασίας, μπορεί να είναι είτε ανοδική ("ανοδική τάση") είτε καθοδική κίνηση ("κάτω τάση"), είτε μπορεί να είναι σύνθετη.

Εάν η κίνηση που ακολουθεί η χρονοσειρά είναι ευθεία παράλληλη με τον άξονα του χρόνου, πράγμα που δείχνει ότι δεν παρουσιάζει ούτε αυξητική ούτε πτωτική τάση, ούτε σύνθετη πορεία, τότε η τάση θεωρείται ανύπαρκτη/δεν έχει τάση. Λόγω του γεγονότος ότι λαμβάνει χώρα σε τόσο σημαντικό χρονικό διάστημα, η τάση δεν μπορεί να προσδιοριστεί με ακρίβεια, εκτός εάν τα δεδομένα που συλλέγονται καλύπτουν ένα σημαντικό χρονικό διάστημα συνολικά (συνήθως περισσότερο από 10 χρόνια). Το δεύτερο συστατικό της χρονοσειράς είναι η κυκλικότητα της χρονοσειράς. Συγκεκριμένα, η κυκλικότητα αναφέρεται στη συστηματική διακύμανση που παράγεται γύρω από μια τάση και η οποία επαναλαμβάνεται είτε με μικρή ποσότητα, σημαντική ποσότητα είτε με πλήρη ομοιομορφία σε χρονικά διαστήματα που είναι μεγαλύτερα από ένα έτος. Όταν υπάρχει πλήρης συνέπεια και συμμετρία σε όλο το σύνολο της επανάληψης, αναφερόμαστε στην κίνηση ως πραγματικά κυκλική. Σε μια τυπική κυκλική κίνηση, θα υπάρχουν δύο χαμηλότερα σημεία καμπής και ένα ανώτερο σημείο καμπής. Το ανώτερο σημείο καμπής θα εμφανιστεί σε κάποια χρονική στιγμή που θα παρεμβάλλεται χρονικά μεταξύ των κατώτερων σημείων καμπής. Για να τεθεί αλλιώς, η τυπική κυκλική κίνηση έχει τρία σημεία στα οποία μπορεί να στραφεί. Η περίοδος ή η διάρκεια κύκλου αναφέρεται στο χρονικό διάστημα που μεσολαβεί μεταξύ δύο διαδοχικών χαμηλών ή υψηλών σε έναν δεδομένο κύκλο. Η ανοδική ανάπτυξη του κύματος που λαμβάνει χώρα μεταξύ του κατώτερου σημείου καμπής (γούρνα) και του ανώτερου σημείου καμπής (κορυφή) αναφέρεται ως η άνω φάση του κύματος, ενώ η αμέσως επακόλουθη προς τα κάτω ανάπτυξη του κύματος που λαμβάνει χώρα μεταξύ του υψηλό και το ανώτερο σημείο καμπής αναφέρεται ως η κάτω φάση του κύματος. Το τμήμα του κύματος που ξεκινά κάτω από το σημείο καμπής αναφέρεται ως η κάτω

φάση. Όταν πρόκειται για το δεύτερο στοιχείο, η επανάληψη ενός γεγονότος είναι άγνωστη και το εύρος περιόδου μπορεί να καλύψει ένα πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα. Αυτό μπορεί να είναι μια πολύ προκλητική πτυχή.

Η τρίτη συνιστώσα αποτελείται από εποχιακές παραλλαγές, οι οποίες αναφέρονται και ως εποχικότητα. Πιο συγκεκριμένα, η εποχιακή διακύμανση αναφέρεται στην περιοδική βραχυπρόθεσμη κίνηση που λαμβάνει χώρα και επαναλαμβάνεται κατά τη διάρκεια κάθε χρονικής περιόδου που η χρονοσειρά παίρνει τιμές. Αυτή η κίνηση συμβαίνει σε κάθε χρονική περίοδο που η χρονοσειρά παίρνει τιμές και ισχύει ανεξάρτητα από το αν υπάρχει εξαίρεση ή όχι. Όταν υπάρχει ένα τρίτο στοιχείο σε μια χρονοσειρά, αυτό δείχνει ότι η σειρά συμμορφώνεται βασικά με ένα κανονικό μοντέλο. Οι προβλέψεις που γίνονται χρησιμοποιώντας τη σειρά είναι πολύ χρήσιμες για το μέλλον επειδή βασίζονται στη σειρά (για παράδειγμα, οι αφίξεις τουριστών σε μια χώρα είναι εποχιακές). Το τέταρτο και τελευταίο συστατικό είναι το τυχαίο κύμα, το οποίο είναι επίσης γνωστό ως ο αρρυθμικός παράγοντας λόγω του ότι συμπεριφέρεται με απρόβλεπτο τρόπο.

Ένα συστατικό που υπάρχει σε κάθε χρονοσειρά είναι η τυχαία παραλλαγή, η οποία αναφέρεται και ως ο αρρυθμικός παράγοντας. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι τιμές αυτών των χρονοσειρών περιλαμβάνουν ορισμένα σφάλματα μέτρησης εκτός από τα τυχαία αποτελέσματα, και είναι αδύνατο να εξαλειφθούν τα σφάλματα μέτρησης στην πράξη επειδή είναι αδύνατο να εξαλειφθούν τα σφάλματα μέτρησης. Η απόσταση των στοιχείων, όπως αυτά μιας εταιρείας, για παράδειγμα, είναι γνωστή όταν έχουμε να κάνουμε με τυχαία παραλλαγή. Αυτά τα στοιχεία αποτελούν τον ακανόνιστο παράγοντα, ο οποίος βασίζεται σε περιστατικά που είναι τυχαία ή απρόβλεπτα. Με μια ευρύτερη έννοια, τα συστατικά είναι διαφορετικά μεταξύ τους. Ο αριθμός των εξαρτημάτων μπορεί να κυμαίνεται από ένα (ο ακανόνιστος παράγοντας) έως τρία. Ωστόσο, τα στοιχεία κυκλικότητας και εποχικότητας δεν συνδυάζονται σε καμία περίπτωση. Η πρώτη συνιστώσα (τάση) εκφράζεται στις μονάδες μέτρησης των αρχικών δεδομένων, ενώ οι υπόλοιπες τρεις συνιστώσες είναι δείκτες.

Επιδράσεις Άλλων Παραγόντων στη Συμπεριφορά των Χρονοσειρών

Εκτός από τα θεμελιώδη στοιχεία που αναφέρονται παραπάνω, οι ακόλουθοι πρόσθετοι παράγοντες μπορούν επίσης να επηρεάσουν τον τρόπο συμπεριφοράς της χρονοσειράς:

1. Ασυνήθιστα και σημαντικά γεγονότα, όπως πόλεμοι και αλλαγές στα νομισματικά και δημοσιονομικά συστήματα.
2. Αλλαγές στις ημερομηνίες των μεγάλων εορτών.

3. Ο αριθμός των αργιών που πραγματοποιούνται κάθε μήνα και
4. Ο συνολικός αριθμός ημερών κάθε μήνα.

Μέθοδοι Πρόβλεψης: Αξιολόγηση της Προσέγγισης

Η χρήση ιστορικών δεδομένων στην πρόβλεψη βοηθά στην επίτευξη μιας πιο εις βάθος κατανόησης της δομής του φαινομένου που προβλέπεται. Οι τεχνικές της ποσοτικής πρόβλεψης χρονοσειρών και οι τεχνικές της ποσοτικής αιτιολογικής πρόβλεψης του μοντέλου είναι οι δύο κατηγορίες που συνθέτουν τις ποσοτικές μεθόδους πρόβλεψης.

Σε αυτό το συγκεκριμένο έργο χρησιμοποιείται μια μέθοδος πρόβλεψης που βασίζεται σε χρονοσειρές. Η ανάλυση ξεκινά με ένα σύνολο δεδομένων, το οποίο αποτελείται από παρατηρήσεις που γίνονται σε μια τυχαία μεταβλητή σε μια σειρά διαδοχικών χρονικών σημείων που έχουν περίπου ισοδύναμο μήκος. Ο στόχος είναι να γίνει μια πρόβλεψη των μελλοντικών τιμών της μεταβλητής χρησιμοποιώντας τόσο τα ιστορικά δεδομένα όσο και τις πιο πρόσφατες παρατηρήσεις για τη μεταβλητή. Ένα από τα πιο σημαντικά μειονεκτήματα των μοντέλων που εμπίπτουν σε αυτή την κατηγορία γενικά είναι ότι θα παράγουν πάντα την ίδια πρόβλεψη, παρά τις όποιες αλλαγές μπορεί να συμβούν στο περιβάλλον περιβάλλον. Αυτό είναι ένα από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα αυτής της κατηγορίας προγνωστικών μοντέλων.

Είναι αδύνατο να προβλέψουμε με ακρίβεια το μέλλον χωρίς να κάνουμε υποθέσεις ή κρίσεις για τις συνθήκες που θα υπάρξουν στο μέλλον. Ως αποτέλεσμα, είναι λογικό να αναμένεται ότι η πρόβλεψη θα περιέχει τουλάχιστον κάποιο βαθμό λάθους.

Μοντέλα σύνδεσης των διαφορετικών στοιχείων που συνθέτουν μια χρονολογική σειρά

Για να κάνετε προβλέψεις, είναι απαραίτητο να ακολουθήσετε μια συγκεκριμένη στρατηγική, η οποία είναι να αναγνωρίσετε το υπονοούμενο πρότυπο συμπεριφοράς και να το προβάλετε στο μέλλον. Αυτό γίνεται με την υπόθεση, φυσικά, ότι το υπονοούμενο πρότυπο συμπεριφοράς στις χρονοσειρές στο παρελθόν θα συνεχίσει να ισχύει και στο μέλλον. Για να κάνετε προβλέψεις, είναι απαραίτητο να ακολουθήσετε αυτή τη στρατηγική. Ως αποτέλεσμα, χρησιμοποιούνται δύο μοντέλα, τα οποία είναι τα εξής:

- Το αθροιστικό μοντέλο: η τιμή Y_t της χρονοσειράς που μελετάται εκφράζεται στη χρονική περίοδο/στιγμή t ως άθροισμα τεσσάρων συστατικών, τα οποία

είναι όλα ανεξάρτητα το ένα από το άλλο. Για να γίνουμε πιο συγκεκριμένοι, το Y_t ισούται με T_t συν S_t συν C_t συν R_t .

- Το πολλαπλασιαστικό μοντέλο: η τιμή Y_t της χρονοσειράς που μελετήθηκε εκφράζεται στη χρονική περίοδο/στιγμή t ως γινόμενο τεσσάρων συστατικών, τα οποία είναι όλα ανεξάρτητα μεταξύ τους. Για να γίνουμε πιο συγκεκριμένοι, το Y_t ισούται με T_t επί S_t φορές C επί R φορές. Ο ακόλουθος είναι ένας εναλλακτικός τρόπος για να αναδιατυπώσετε αυτό το παράδειγμα: $\log Y_t$ ισούται με $\log T_t$ συν $\log S_t$ συν $\log C_t$ συν $\log R_t$, όπου η τιμή Y_t της χρονοσειράς που μελετάται εκφράζεται τη χρονική περίοδο/στιγμή t ως το άθροισμα των τεσσάρων κύριων συνιστωσών, που είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους.
- Τελευταίο αλλά εξίσου σημαντικό, υπάρχει και το Μικτό μοντέλο.

Παραδοσιακές προσεγγίσεις για την ανάλυση της μεθοδολογίας χρονοσειρών

Ο πρωταρχικός στόχος της «κλασικής ανάλυσης χρονοσειρών» είναι η απομόνωση και στη συνέχεια η διερεύνηση των συνιστωσών που συζητήθηκαν προηγουμένως. Πιο συγκεκριμένα, η «κλασική ανάλυση χρονοσειρών» επιδιώκει να ποσοτικοποιήσει και να αξιολογήσει κάθε ένα από τα προαναφερθέντα στοιχεία, καθώς και να αξιοποιήσει τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την έρευνα. Αυτή η μέθοδος, η οποία είναι γνωστή ως "κλασική ανάλυση χρονοσειρών", εξαρτάται από τις συνδέσεις που γίνονται μεταξύ των διαφόρων στοιχείων. Για να εφαρμοστεί η μέθοδος των παραδοσιακών λέξεων στη διερεύνηση μιας χρονολογικής σειράς, πρέπει να τηρηθεί μια συγκεκριμένη διαδικασία. Μετά τον καθορισμό της μακροπρόθεσμης τάσης, το επόμενο βήμα είναι η ανάλυση της εποχικότητας των δεδομένων. Μετά από αυτό, οι εποχιακές διακυμάνσεις και, τελικά, η πιο μακροπρόθεσμη τάση αφαιρούνται από την εξίσωση. Η εξάλειψη των κυκλικών διακυμάνσεων έρχεται ως τελικό βήμα αφού έχουν εντοπιστεί και προσδιοριστεί.

Οι χρονοσειρές θα αποσυντεθούν ως αποτέλεσμα της διαδικασίας που περιγράφεται παραπάνω. Συγκεκριμένα, θα γίνει γνωστό, με βάση το μοντέλο σύνδεσης, σε ποιο επίπεδο βρίσκεται κάθε εξάρτημα, καθώς και τι συνεισφέρει στη συνολική αξία της χρονοσειράς. Ακολουθεί μια σύντομη συζήτηση των πρωταρχικών μεθόδων που χρησιμοποιούνται στην κλασική ανάλυση χρονοσειρών.

Τεχνικές για τον προσδιορισμό της γενικής κατεύθυνσης της μακροπρόθεσμης τάσης

Για να είμαστε πιο συγκεκριμένοι, η μακροπρόθεσμη τάση μιας χρονοσειράς μπορεί να προσδιοριστεί, να περιγραφεί και να διερευνηθεί (με πρακτική έννοια) είτε τοποθετώντας μια κατάλληλη εξίσωση τάσης είτε υπολογίζοντας ορισμένες ποσοτικές εκφράσεις. Και οι δύο αυτές μέθοδοι είναι βιώσιμες επιλογές.

Διαφορετικές προσεγγίσεις για τη θέσπιση εποχιακού πλαισίου

Για να είμαστε πιο συγκεκριμένοι, η εποχικότητα μιας χρονοσειράς μπορεί να προσδιοριστεί, να περιγραφεί και να διερευνηθεί (δηλ η πρακτική έννοια) χρησιμοποιώντας τη μέθοδο των ποσοστών σε σχέση με τον μηνιαίο μέσο όρο, χρησιμοποιώντας τη μέθοδο των ποσοστών σε σχέση με τη μηνιαία τάση ή χρησιμοποιώντας τη μέθοδο των ποσοστών σε σχέση με τα μηνιαία κινητά μέσα. Όλες αυτές οι μέθοδοι λαμβάνουν υπόψη τον μηνιαίο μέσο όρο, τη μηνιαία τάση και τα μηνιαία μέσα κινητής τηλεφωνίας, αντίστοιχα.

Μέθοδοι για τον προσδιορισμό της ύπαρξης κυκλικότητας.

Μια συγκεκριμένη μεθοδολογία χρησιμοποιείται για τον προσδιορισμό, την περιγραφή και τη διερεύνηση (στην πράξη) της κυκλικότητας μιας χρονοσειράς. Αυτό γίνεται πιο συγκεκριμένα. Αρχικά, αφαιρείται η επίδραση της εποχικότητας και στη συνέχεια η επίδραση της μακροπρόθεσμης τάσης. Μετά από αυτό, γίνεται ένας άλλος υπολογισμός για τους κινητούς μέσους όρους, μετά τον οποίο φυσικά αφαιρούνται από την εξίσωση οι ακανόνιστοι παράγοντες και, τέλος, υπολογίζονται οι δείκτες κυκλικότητας.

Στατιστική Ανάλυση Χρονοσειρών

Η στατιστική ανάλυση των χρονολογικών σειρών επιδιώκει στην ποσοτική μέτρηση και το διαχωρισμό των συνιστωσών οι οποίες την αποτελούν. Είναι απαραίτητο να διαχωριστούν τα στοιχεία για να μελετηθεί η χρονολογική σειρά, επειδή ορισμένα από τα στοιχεία πρέπει να αφαιρεθούν ή να μελετηθούν ξεχωριστά για να γίνει κατανοητή η σειρά. Στο πλαίσιο της οικονομικής δραστηριότητας, η κυκλική συνιστώσα έχει ιδιαίτερα υψηλό βαθμό σημασίας και συνήθως διερευνάται από μόνη της. Είναι πολύ πιο απλό να αντιπαραβάλλουμε τις τιμές διαφορετικών χρονοσειρών όταν λαμβάνεται υπόψη η εποχικότητα (όπως οι μηνιαίες παρατηρήσεις). Η μελέτη των συνιστωσών βοηθά τόσο στη διερεύνηση των μελλοντικών προοπτικών όσο και στη μελέτη του παρελθόντος των χρονοσειρών. Αυτό συμβαίνει γιατί τα συστατικά είναι αυτά που αποτελούν το σύνολο. Επιπλέον, η διερεύνηση των συστατικών συμβάλλει

στην ανάληψη μιας αναδρομής στο αβέβαιο παρελθόν της χρονολογικής σειράς. Ως αποτέλεσμα, είναι πλέον εφικτό να γίνουν ακριβείς προβλέψεις σχετικά με τη συμπεριφορά μιας χρονοσειράς καθώς και τις ποσότητες που θα διαμορφωθούν στο μέλλον.

Συνιστάται η διεξαγωγή ανάλυσης της χρονολογικής σειράς, όχι μόνο για τον προσδιορισμό και την αξιολόγηση κάθε στοιχείου που διαθέτει η χρονολογική σειρά, αλλά και για το σκοπό της εφαρμογής των συμπερασμάτων που προκύπτουν από τη μελέτη αυτών των στοιχείων. Υπάρχουν συνολικά έξι βήματα που εμπλέκονται στη διαδικασία που πραγματοποιείται. Ο προσδιορισμός της μακροπρόθεσμης τάσης είναι το πρώτο βήμα, ο προσδιορισμός της εποχικότητας των δεδομένων είναι το δεύτερο βήμα, η εποχιακή μείωση τάσης είναι το τρίτο βήμα, η μείωση της τάσης είναι το τέταρτο βήμα, η κυκλική υποχώρηση είναι το πέμπτο βήμα και, τέλος, η εξάλειψη των κυκλικών διακυμάνσεων είναι το έκτο βήμα.

Παρακάτω αναφέρονται τα πέντε βήματα τα οποία ακολουθούνται στην ανάλυση μιας χρονολογικής σειράς και τη λήψη πρόβλεψης:

- Βήμα 1: Διασφάλιση στατικότητας
- Βήμα 2: Διασφάλιση μη περιοδικότητας
- Βήμα 3: Διασφάλιση μοντέλου για προσαρμογή των δεδομένων
- Βήμα 4: Εκτίμηση αναγνωστών και παραμέτρων του μοντέλου
- Βήμα 5: Χρήση του μοντέλου για πρόβλεψης

Το Χρονικό Πλαίσιο της Πρόβλεψης

Όπως έχει ήδη αναφερθεί και πιο πάνω, ο σκοπός της διαχρονικής ανάλυσης μιας μεταβλητής είναι τόσο η περιγραφή της μέχρι τώρα διαχρονικής εξέλιξής της, όσο και η πρόβλεψη της μελλοντικής συμπεριφοράς της. Το μήκος του διαστήματος μεταξύ του χρόνου κατά τον οποίο γίνεται η πρόβλεψη και του χρόνου με τον οποίο σχετίζεται η πρόβλεψη μπορεί να θεωρηθεί ως το χρονικό πλαίσιο της πρόβλεψης. Όταν εξετάζουμε την ακρίβεια της ικανότητας πρόβλεψης, η πραγματοποίηση μιας πρόβλεψης γίνεται όλο και πιο δύσκολη με την αύξηση της διάρκειας του υπό εξέταση χρονικού πλαισίου. Τα χρονικά πλαίσια μπορεί να είναι είτε άμεσα εάν η διάρκειά τους είναι μικρότερη από ένα μήνα, βραχυπρόθεσμα εάν η διάρκειά τους κυμαίνεται από έναν έως τρεις μήνες, μεσοπρόθεσμα εάν η διάρκειά τους είναι από τρεις μήνες έως δύο χρόνια ή μακροπρόθεσμα εάν η διάρκειά τους είναι περισσότερο από δύο χρόνια. Αυτές οι ταξινομήσεις βασίζονται στη διάρκεια των χρονικών πλαισίων. Οι μέθοδοι

πρόβλεψης χρονοσειρών είναι πιο αποτελεσματικές όταν το περιβάλλον παραμένει σταθερό, επειδή βασίζονται στην υπόθεση ότι το μέλλον θα είναι παρόμοιο με το παρελθόν. Εξαιτίας αυτού, οι μέθοδοι πρόβλεψης χρονοσειρών χρησιμοποιούνται συχνότερα για βραχυπρόθεσμες προβλέψεις.

Η συνάρτηση αυτοσυσχέτισης

Κατά την εκτέλεση ανάλυσης χρονοσειρών, λαμβάνεται υπόψη ο συντελεστής αυτοσυσχέτισης του στατιστικού δείκτη για να εξακριβωθεί εάν η εν λόγω χρονοσειρά είναι ή όχι τυχαία. Η συνάρτηση αυτοσυσχέτισης αναφέρεται στο γράφημα που δημιουργείται με τη γραφική παράσταση των συντελεστών αυτοσυσχέτισης (ACF).

- Ο Συντελεστής Αυτοσυσχέτισης, που συντομεύεται ως r_k , απεικονίζει τη συσχέτιση της χρονοσειράς με τον εαυτό της.

- Ο Συντελεστής Αυτοσυσχέτισης r_1 : δείχνει πώς συσχετίζονται οι παρατηρήσεις των χρονοσειρών που χωρίζονται με μία χρονική περίοδο.
- Ο συντελεστής αυτοσυσχέτισης r_2 : δείχνει πώς συσχετίζονται οι παρατηρήσεις των χρονοσειρών που χωρίζονται από δύο χρονικές περιόδους (και ούτω καθεξής).

Είναι δυνατόν να ελεγχθεί αν τα δεδομένα είναι τυχαία, για τη σταθερότητα της χρονοσειράς και (σε περίπτωση που δεν είναι στάσιμη) να ελεγχθεί ποια είναι η τάση, καθώς και να ελεγχθεί η ύπαρξη εποχικότητας, υπολογίζοντας το συντελεστής αυτοσυσχέτισης για διάφορες χρονικές καθυστερήσεις μιας χρονοσειράς. Αυτοί οι έλεγχοι μπορούν να γίνουν εκτός από τον έλεγχο για την ύπαρξη εποχικότητας.

Η συνάρτηση γνωστή ως μερική αυτοσυσχέτιση (Pacf)

Όταν τα αποτελέσματα όλων των άλλων χρονικών καθυστερήσεων 1, 2, 3,..., $k-1$ έχουν αφαιρεθεί, οι συντελεστές μερικής αυτοσυσχέτισης χρησιμοποιούνται για να μετρηθεί ο βαθμός στον οποίο το y_t και το y_{t-k} σχετίζονται μεταξύ τους. Συγκεκριμένα, το μέτρο αυτό λαμβάνει υπόψη το γεγονός ότι το y_{t-k} είναι η πιο πρόσφατη χρονική καθυστέρηση. Ο συντελεστής μερικής αυτοσυσχέτισης της τάξης k συμβολίζεται με το σύμβολο ak και ο υπολογισμός του μπορεί να επιτευχθεί χρησιμοποιώντας τη μέθοδο πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης, με τη μεταβλητή y_t να χρησιμεύει ως εξαρτημένη μεταβλητή και τις μεταβλητές y_{t-1}, \dots, y_{t-k} χρησιμεύουν ως ανεξάρτητες μεταβλητές.

Λευκός Θόρυβος

Μια χρονοσειρά θεωρείται ότι αποτελείται από ανεξάρτητες τυχαίες μεταβλητές με την ίδια κατανομή όταν όλες οι τυχαίες μεταβλητές της χρονοσειράς έχουν την ίδια κατανομή και δεν εξαρτώνται η μία από την άλλη (ανεξάρτητες και πανομοιότυπα κατανεμημένες, iid). Η προηγούμενη πρόταση είναι σωστή μόνο εάν υποθεθεί ότι κάθε

επόμενο στοιχείο της χρονοσειράς αντιμετωπίζεται ως τυχαία μεταβλητή. Λευκός θόρυβος είναι το όνομα που δίνεται σε μια ανεξάρτητη και πανομοιότυπα κατανομημένη χρονοσειρά που είναι εντελώς τυχαία και δεν περιέχει συσχετισμούς μεταξύ των στοιχείων της χρονοσειράς (δηλ. δεν περιέχει ούτε γραμμικούς αυτοσυσχετισμούς ούτε μη γραμμικούς αυτοσυσχετισμούς). Στην περίπτωση που τα στοιχεία μιας τέτοιας χρονοσειράς ακολουθούν μια κανονική κατανομή (επίσης γνωστή ως κατανομή Gauss), η εν λόγω χρονοσειρά αναφέρεται ως "Gaussian white noise".

Τυχαίος Περίπατος

Μια μη ακίνητη χρονοσειρά γνωστή ως τυχαίος περίπατος είναι αυτή στην οποία κάθε στοιχείο ακολουθεί ξεχωριστά το προηγούμενο και στη συνέχεια προσθέτει μια τιμή που επιλέγεται τυχαία. Για να γίνουμε πιο συγκεκριμένοι, μπορούμε να πούμε ότι η χρονοσειρά είναι ένας τυχαίος περίπατος εάν ισχύει ο τύπος $x_t = x_{t-1} + \epsilon_t$, όπου ϵ_t είναι μια χρονοσειρά που αποτελείται από λευκό θόρυβο. Ο όρος "τυχαίος περίπατος" υποδηλώνει ότι η χρονοσειρά δημιουργήθηκε από κάποιον που κινείται κατά μήκος μιας ευθείας γραμμής (στο υπέρυθρο), η οποία σε κάθε χρονική στιγμή κάνει ένα τυχαίο βήμα προς τα εμπρός ή προς τα πίσω t από το σημείο όπου βρίσκεται (x_{t-1}), την επόμενη στιγμή. Με άλλα λόγια, ο όρος "τυχαίος περίπατος" υποδηλώνει ότι η χρονοσειρά παρήχθη από κάποιον που κινείται σε μια ευθεία γραμμή (στο IR). Όταν ληφθούν υπόψη οι πρώτες διαφορές, μπορεί να προκύψει η σταθερή χρονοσειρά λευκού θορύβου.

Η Προσέγγιση Box-Jenkins

Η μέθοδος Box-Jenkins, η οποία αναπτύχθηκε τη δεκαετία του 1960 και κορυφώθηκε με τη δημοσίευση της μελέτης "Times series Analysis, Forecasting and Control" το 1970, από τους καθηγητές Box και Jenkins, ασχολείται με την αναγνώριση ενός συγκεκριμένου στατιστικού προτύπου, που έχει την ικανότητα να προσαρμόζεται σε μια δεδομένη χρονολογική σειρά. Λόγω του γεγονότος ότι υπήρχε ζήτηση για γνώση προτύπων των οποίων τα διαγράμματα αυτοσυσχέτισης μπορούσαν να αναγνωριστούν με εύλογη ευκολία, έπρεπε να διατυπωθούν τρεις σταθερές στοχαστικές διαδικασίες. Αυτές οι διαδικασίες είναι ιδιαίτερα χρήσιμες για χρονοσειρές και προέκυψαν ως αποτέλεσμα ενός συνδυασμού εμπειρικής έρευνας και θεωρίας. Αυτές οι διαδικασίες είναι:

1. Η αυτοπαλινδρομική (AR)
2. Η τεχνική του κινητού μέσου (MA) και
3. Η μικτή διαδικασία (ARMA).

Μια διακριτή χρονική σειρά μοντελοποιείται με την ευρύτερη έννοια της τεχνικής Box-Jenkins ARIMA (Auto-Regressive Integrated Moving Average) ως συνάρτηση

αυτοπαλινδρομικών όρων, κινητών μέσων όρων και σταθερής τιμής. Αυτή είναι η πιο γενική εφαρμογή της τεχνικής. Αυτό το μοντέλο λαμβάνει υπόψη τόσο έναν εποχιακό τύπο παράγοντα όσο και έναν μη εποχιακό τύπο παράγοντα. Η γενική του μορφή φαίνεται στον παρακάτω τύπο:

ARIMA (p, d, q) (P, D, Q) s όπου,

p = η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του μη εποχικού παράγοντα (AR)

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

q = η τάξη κινούμενου μέσου του μη εποχικού παράγοντα (MA)

P = η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του εποχικού παράγοντα (SAR)

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

Q = η τάξη κινούμενου μέσου του εποχικού παράγοντα (SMA)

s = η εποχικότητα της χρονοσειράς

Υπόδειγμα Arima (P,D,Q)

Ένα υπόδειγμα μικτής διαδικασίας (ARMA (p,q) που εφαρμόζεται σε μια ολοκληρωμένη σειρά τάξεως (μη στάσιμη), μπορεί να οριστεί ως αυτοπαλινδρομο ολοκληρωμένο υπόδειγμα κινητού μέσου τάξεως, όπως απεικονίζεται παρακάτω:

ARIMA (p, d, q) όπου,

p = οι παράμετροι της αυτοπαλινδρόμησης διαδικασίας

d = ο αριθμός των διαφορών που απαιτούνται προκειμένου να μεταβληθεί η σειρά σε στάσιμη

q = οι παράμετροι της διαδικασίας κινητού μέσου

Τα ARIMA μοντέλα, συνδυάζουν τις ιδιότητες οι οποίες έχουν τρία διαφορετικά υπό-μοντέλα/ υπό-συστήματα

- Αυτοπαλινδρόμηση (autoregression - AR)
- Ολοκλήρωση (integration - I) και
- Εξομάλυνση με μετακινούμενο μέσο (moving average - MA).

Εποχικό Υπόδειγμα Arima (Sarima)

Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να αναφερθεί και μια ειδική κατηγορία των υποδειγμάτων ARIMA, την οποία αποτελούν εποχικά υποδείγματα SARIMA. Ένα εποχικό υπόδειγμα SARIMA δύναται να διαθέτει και ένα παράγοντα MA, έναν παράγοντα AR και ίσως μια τάξη διαφορών:

ARIMA (p, d, q) (P, D, Q) s όπου,

p = οι παράμετροι της αυτοπαλινδρόμησης διαδικασίας (AR)

d = ο αριθμός των διαφορών που απαιτούνται προκειμένου να μετατραπεί η σειρά σε στάσιμη

q = οι παράμετροι της διαδικασίας κινητού μέσου (MA)

P = το πλήθος των εποχικών αυτοπαλίνδρομων όρων (SAR)

D = το πλήθος των εποχικών διαφορών

Q = το πλήθος των εποχικών όρων κινητού μέσου (SMA)

Ανάλυση Χρονοσειρών με Τη Box-Jenkins Μέθοδο

Τα Στάδια Της BOX-JENKINS Μεθόδου

Η μέθοδος Box-Jenkins αναλύεται σε τέσσερα διακριτά στάδια: το στάδιο αναγνώρισης, το στάδιο εκτίμησης, το στάδιο της διαγνωστικής δοκιμής και την αξιολόγηση του σταδίου του μοντέλου. Κατά το πρώτο στάδιο, το οποίο αναφέρεται ως «ταυτοποίηση», επιλέγεται ένα μοντέλο που έχει την ικανότητα να υποδεικνύει εάν η χρονοσειρά περιέχει ή όχι κάποια βασικά χαρακτηριστικά, όπως η εποχικότητα και η τάση. Κατά το στάδιο αναγνώρισης, προσδιορίζονται δύο συναρτήσεις συσχέτισης - η συνάρτηση αυτοσυσχέτισης, επίσης γνωστή ως ACF, και η συνάρτηση μερικής αυτοσυσχέτισης, επίσης γνωστή ως PACF. Όταν χρησιμοποιούνται αυτές οι συναρτήσεις συσχέτισης, είναι δυνατό να προσδιοριστεί ένα κατάλληλο AR ή MA. Στο δεύτερο στάδιο, γνωστό ως «Εκτίμηση», εκτιμώνται οι παράμετροι του μοντέλου (αφού πρώτα έχει προσαρμοστεί στα δεδομένα που είναι σήμερα διαθέσιμα), εξετάζεται η σημασία των παραμέτρων, το τμήμα της χρονοσειράς που είναι Προβλέπεται η χρήση του για το σκοπό αυτό και, τέλος, το μοντέλο είτε γίνεται αποδεκτό είτε απορρίπτεται (ανάλογα με την περίπτωση) Η ακρίβεια του μοντέλου αξιολογείται κατά το τρίτο στάδιο, το οποίο αναφέρεται ως Διαγνωστικός Έλεγχος. Με άλλα λόγια, το διαγνωστικό στάδιο περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του εάν το μοντέλο θα πρέπει να γίνει αποδεκτό ή όχι μετά από έλεγχο του πόσο καλά ταιριάζει στα δεδομένα και εάν πρέπει ή όχι να απορριφθεί (ανάλογα με την περίπτωση). Η ικανότητα του μοντέλου να κάνει ακριβείς προβλέψεις εξετάζεται στο τέταρτο και τελευταίο στάδιο, το οποίο αναφέρεται ως «Αξιολόγηση Μοντέλου».

Αξιολόγηση Μοντέλου

Σε αυτή τη συγκυρία, είναι προφανές ότι είναι σημαντικό να συζητηθούν συγκεκριμένα πρότυπα που είναι διαθέσιμα προκειμένου να πραγματοποιηθεί μια ακριβής αξιολόγηση. Το ριζικό μέσο τετραγωνικό σφάλμα, γνωστό και ως RMSE, το μέσο απόλυτο σφάλμα, γνωστό και ως MEAN, και το μέσο απόλυτο ποσοστό σφάλματος, γνωστό και ως MAPE, είναι αυτά τα κριτήρια.

Επιλογή του κατάλληλου μοντέλου προς χρήση

Φυσικά, για να διαλέξετε το σωστό μοντέλο, πρέπει να λάβετε υπόψη μερικά συγκεκριμένα κριτήρια και αυτό είναι κάτι που πρέπει να γίνει. Το κριτήριο πληροφοριών Akaike (AIC) είναι το πρώτο κριτήριο και το διάστημα εμπιστοσύνης

είναι το δεύτερο κριτήριο. Και τα δύο αυτά κριτήρια χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση των δεδομένων.

Το εύρος της εμπιστοσύνης που έχουμε στην πρόβλεψη

Το διάστημα εμπιστοσύνης είναι ένα πολύ καλό κριτήριο για την ακρίβεια της πρόβλεψης γιατί δείχνει πόσο κοντά είναι οι προβλεπόμενες τιμές, που υπολογίστηκαν από το εκτιμώμενο μοντέλο, στις πραγματικές τιμές. Αυτή η εγγύτητα φαίνεται από το διάστημα εμπιστοσύνης.

Έλεγχος υπολειμμάτων

Σε περίπτωση που το εκτιμώμενο μοντέλο είναι αυτό που είναι πιο κατάλληλο για τα δεδομένα που είναι διαθέσιμα αυτήν τη στιγμή, τότε είναι σημαντικό τα υπολείμματα να μην συσχετίζονται αυτόματα.

Έλεγχος κατηγορίας μοντέλου

Ο συγκεκριμένος έλεγχος πραγματοποιείται με τη μέθοδο της υπερπροσαρμογής, η οποία συνεπάγεται σύγκριση του εν λόγω εκτιμώμενου μοντέλου με άλλο μοντέλο υψηλότερης τάξης προκειμένου να διαπιστωθεί εάν το εκτιμώμενο μοντέλο είναι κατάλληλο ή όχι. Εάν το εκτιμώμενο μοντέλο αποδειχθεί ότι είναι αυτό που παρέχει την καλύτερη προσαρμογή για τα δεδομένα που είναι διαθέσιμα αυτήν τη στιγμή, τότε οι πρόσθετοι συντελεστές που περιλαμβάνονται στα μεγαλύτερα μοντέλα πρέπει να είναι στατιστικά ισοδύναμοι με μηδέν. Εάν οι συντελεστές δεν είναι ίσοι με μηδέν, τότε το εκτιμώμενο μοντέλο είναι απίθανο να είναι το καταλληλότερο για τα δεδομένα που είναι διαθέσιμα αυτήν τη στιγμή και ένα άλλο μοντέλο είναι πιθανό να είναι πιο κατάλληλο.

Εγκυρότητα και Σφάλμα σε Προγνωστικά Μοντέλα

Με βάση το εκτιμώμενο μοντέλο και τις πληροφορίες που έχουν συγκεντρωθεί μέχρι τη χρονική περίοδο T , είναι δυνατό να γίνει μια πρόβλεψη σχετικά με την τιμή της μεταβλητής Y για κάποια μελλοντική τιμή της που θα συμβεί κατά τη χρονική περίοδο $T+$ η. Φυσικά, είναι απαραίτητο σε αυτή τη συγκυρία να γίνει αναφορά στις προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούνται για να είναι έγκυρη η πρόβλεψη. Οι προϋποθέσεις αυτές είναι οι εξής:

- Τα δεδομένα πρέπει να είναι επαρκή σε αριθμό και συμβατά μεταξύ τους
- Το μοντέλο πρέπει να είναι κατάλληλο για τα δεδομένα και να δίνει προβλέψεις που είναι κοντά στις πραγματικές τιμές
- Το διάστημα απόκτησης δεδομένων πρέπει να είναι παρόμοιο με το διάστημα πρόβλεψης

- Οι ζημίες που προκύπτουν ως αποτέλεσμα της αβεβαιότητας αναμένεται να μειωθούν καθώς τα προβλεπόμενα κόστη αυξάνονται.

Η διαδικασία της πρόβλεψης δεν εξαλείφει ποτέ πλήρως τον κίνδυνο, γι' αυτό είναι απαραίτητο να ληφθεί σοβαρά υπόψη η αβεβαιότητα που εμπεριέχει η πρόβλεψη κατά τη διαδικασία λήψης της πρόβλεψης. Σύμφωνα με τον τύπο που παρουσιάζεται στην επόμενη παράγραφο, η εννοιολογική σχέση β μεταξύ της πραγματικής τιμής μιας μεταβλητής και της πρόβλεψης είναι η εξής:

Η πραγματική τιμή είναι ίση με την προβλεπόμενη τιμή συν το προγνωστικό σφάλμα, με την προϋπόθεση ότι η πρόβλεψη είναι ακριβής (σφάλμα πρόβλεψης)

Η μέθοδος Box-Jenkins και τα μειονεκτήματά της

Εκτός από μια εξαιρετικά αποτελεσματική στρατηγική για την επίλυση μιας μεγάλης ποικιλίας προβλημάτων πρόβλεψης, η μέθοδος Box-Jenkins παρέχει επίσης πολύ ακριβείς προβλέψεις χρονοσειρών και έχει μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στη διαδικασία κατασκευής μοντέλων.

Από την άλλη πλευρά, έχει ορισμένα μειονεκτήματα, μερικά από τα οποία είναι παραδείγματα των οποίων είναι τα εξής:

- Δεν υπάρχουν μεθοδολογικές προσεγγίσεις που να μπορούν να ληφθούν για να κατευθύνουν την αποτελεσματικότητα του μοντέλου και να προσαρμόσουν αυτόματα τις τιμές των παραμέτρων ως απόκριση στις αλλαγές στη θεμελιώδη διαδικασία (όπως σε άλλες μεθόδους).
- Για να είναι ακριβής η πρόβλεψη, πρέπει πρώτα να συλλεχθεί σημαντικός όγκος δεδομένων.

Ως συμπέρασμα, και όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, τα μοντέλα πρόβλεψης που βασίζονται σε χρονοσειρές κάνουν την υπόθεση ότι το μοτίβο της χρονολογικής εμφάνισης των τιμών της μεταβλητής που παρατηρήθηκε στο παρελθόν θα συνεχίσει να υπάρχει και στο μέλλον, παρά τις αλλαγές που μπορεί να συμβούν στο περιβάλλον περιβάλλον. Αυτή η υπόθεση γίνεται παρά το γεγονός ότι τα μοντέλα πρόβλεψης που βασίζονται σε χρονοσειρές βασίζονται στο γεγονός ότι οι τιμές της μεταβλητής έχουν παρατηρηθεί στο τυχόν αλλοιώσεις που μπορεί να συμβούν στο περιβάλλον περιβάλλον.

Μελέτες που δοκιμάζουν τη συγκριτική ακρίβεια των προβλέψεων που προέρχονται από τη μέθοδο Box-Jenkins και άλλες μεθόδους πρόβλεψης έχουν βρει ότι τα μοντέλα Box-Jenkins φαίνεται να παρουσιάζουν μεγαλύτερη προγνωστική ακρίβεια σε σύγκριση με μοντέλα από άλλες μονομεταβλητές ή/και πολυμεταβλητές μεθόδους πρόβλεψης. Αυτό το συμπέρασμα προέκυψε μετά από σύγκριση της προγνωστικής ακρίβειας μοντέλων που προέρχονται από τη μέθοδο Box-Jenkins και

άλλες μεθόδους πρόβλεψης. Αυτές οι μελέτες διερευνούν την ακρίβεια των προβλέψεων που δημιουργούνται από διάφορες μεθόδους πρόβλεψης, συμπεριλαμβανομένης της μεθόδου Box-Jenkins.

Στόχος της συγκεκριμένης διαδικασίας είναι να γίνει ακριβής πρόβλεψη του κόστους που θα επιβαρυνθούν οι μη κάτοικοι Ελλάδας που ταξιδεύουν εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην Ελλάδα στο όχι και τόσο μακρινό μέλλον. Το συνολικό χρονικό διάστημα που λήφθηκε υπόψη είναι εκατόν είκοσι μήνες. Η τελική απόφαση ελήφθη με ένα μοντέλο ARIMA, το οποίο υποστηρίζει ότι η πιο ακριβής πρόβλεψη των επερχόμενων δεδομένων μπορεί να ληφθεί από ένα παραμετρικό μοντέλο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 : ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Οι αφίξεις από την Ιταλία στην Ελλάδα αναλύονται σε αυτό το κεφάλαιο, ξεκινώντας από το πρώτο τρίμηνο του 2005 και συνεχίζοντας έως το τέταρτο τρίμηνο του 2019. Πιο συγκεκριμένα, οι επίσημοι αριθμοί που έχει η Τράπεζα της Ελλάδος στο σύστημά της αντιπροσωπεύουν τον αριθμό των Ιταλών κατοίκους που έφτασαν στη χώρα μας κατά τη διάρκεια καθενός από τα τέσσερα τρίμηνα από τον Ιανουάριο του 2005 και συνεχίζοντας έως τον Δεκέμβριο του 2019 αντίστοιχα. Χρησιμοποιώντας αυτήν τη μεθοδολογία, το σύστημα πρόβλεψης Statgraphics μπορεί να δημιουργήσει μια εκτίμηση του αριθμού των τουριστών που φτάνουν από την Ιταλία κατά τη διάρκεια καθενός από τα τέσσερα τρίμηνα του έτους 2020.

Βήματα

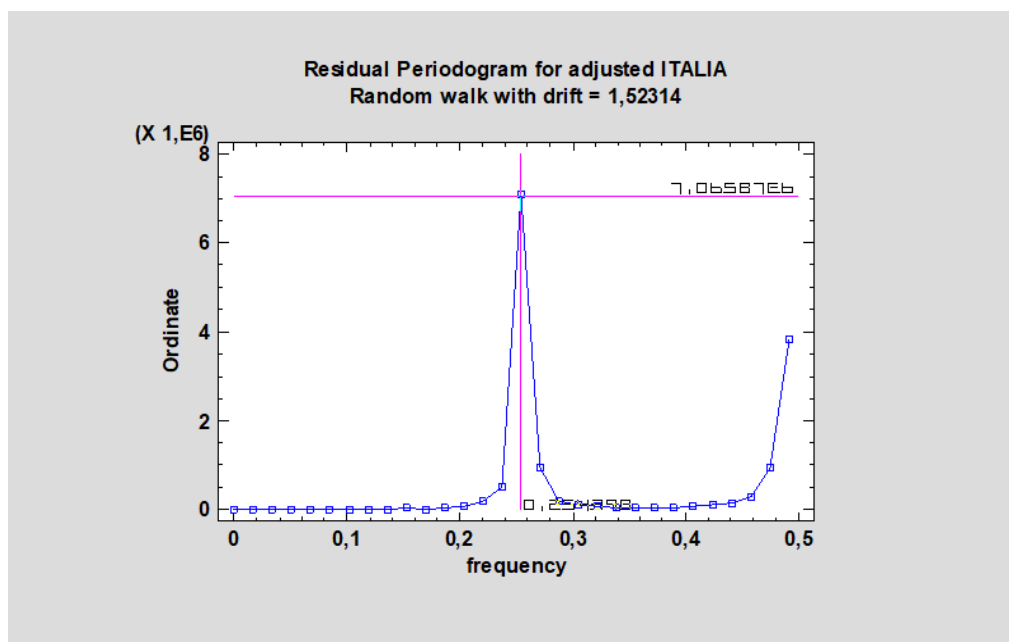
Για να βρεθεί ένα αποδεκτό μοντέλο είναι απαραίτητο να πραγματοποιηθούν κάποια συγκεκριμένα βήματα τα οποία αναλύονται παρακάτω. Αρχικά, ο πίνακας των στατιστικών ενημερώθηκε για να περιλαμβάνει τις νέες πληροφορίες σχετικά με τον αριθμό των τουριστών που ταξίδεψαν από την Ιταλία στην Ελλάδα. Τα συγκεκριμένα νούμερα, που καλύπτουν τα έτη 2005-2019, προέρχονται από τις αρμόδιες υπηρεσίες της Τράπεζας της Ελλάδος. "ITALIA" ονομάζεται η επικεφαλίδα της στήλης που περιέχει τον κατάλογο των τιμών. Επομένως, το πρώτο βήμα ολοκληρώθηκε με επιτυχία τώρα που η στήλη έλαβε το όνομα "ITALIA".

Στο δεύτερο βήμα της διαδικασίας, κάνουμε τις ακόλουθες επιλογές στο σύστημα Statgraphics: 1.Prediction, 2.Projection, 3.User-Specified Model Όταν η προηγούμενη σειρά επιλογών έχει ολοκληρωθεί, θα εμφανιστεί ένας πίνακας στο στις οποίες θα γίνουν οι ακόλουθες επιλογές: 1.Στήλη: ITALIA, 2. Σε τακτά χρονικά διαστήματα: Τρεις μήνες, 4. Έναρξη: 01/05, 5. OK

Αφού ολοκληρώσετε τις διαδικασίες που περιγράφονται παραπάνω, θα μπορείτε να προσδιορίσετε εάν η χρονοσειρά παρουσιάζει εποχιακό μοτίβο ή όχι. Είναι πλέον δυνατό να καθοριστεί εάν υπάρχει ή όχι εποχικότητα στη χρονοσειρά. Για να επιτευχθεί αυτό, αφαιρούνται οι πίνακες Περίληψη Ανάλυσης και Συγκρίσεις Μοντέλων και επιλέγονται τα διαγνωστικά γραφήματα (Σχήμα χρονικής ακολουθίας, Συνάρτηση Υπολειπόμενης Αυτοσυσχέτισης, Συνάρτηση Υπολειπόμενης Μερικής Αυτοσυσχέτισης και Υπολειπόμενο Περιοδόγραμμα). Στη συνέχεια, μετά το άνοιγμα του διαγνωστικού γραφήματος Υπολειπόμενο Περιοδόγραμμα, προσδιορίζεται σε

ποιο σημείο βρίσκεται η πρώτη κορυφή του γραφήματος (αυτό αναφέρεται ως "εντοπισμός" της κορυφής) και αυτές οι πληροφορίες αποθηκεύονται.

Διάγραμμα: Residual Periodogram for Italia



Αυτή η χρονοσειρά έχει εποχικότητα περίπου τεσσάρων μηνών δεδομένου ότι είναι κάπου γύρω στο 0,25. Συνεπώς, δεδομένου ότι η χρονοσειρά εμφανίζει εποχικότητα, πρέπει να ενσωματώσετε την τιμή τέσσερα (4) στη στήλη εποχικότητας του πίνακα πρόβλεψης. Μετά από αυτό, επιλέγονται οι πίνακες Σύνοψη Ανάλυσης και Συγκρίσεις Μοντέλων και, στη συνέχεια, χρησιμοποιώντας το δεξί κουμπί του ποντικιού, γίνεται η επιλογή Επιλογές ανάλυσης. Στον πίνακα για τις Επιλογές Ανάλυσης, πραγματοποιείται η αντιστοίχιση των μοντέλων με γράμματα που έχει ως εξής: Εξομάλυνση με απλή εκθετική συνάρτηση (A); εξομάλυνση με τη γραμμική εκθετική συνάρτηση του Brown (B). εξομάλυνση με τη γραμμική εκθετική συνάρτηση Holt (C). εξομάλυνση με την τετραγωνική εκθετική συνάρτηση του Brown (D). και το μοντέλο ARIMA (E).

Τελευταίο αλλά εξίσου σημαντικό, λόγω του γεγονότος ότι οι πίνακες και τα διαγνωστικά διαγράμματα έχουν αλλοιωθεί ως αποτέλεσμα της αλλαγής που περιγράφεται παραπάνω, ο αριθμός 1 προστέθηκε για άλλη μια φορά στις Επιλογές Ανάλυσης (λόγω του γεγονότος ότι η χρονοσειρά παρουσιάζει εποχικότητα) , και πιο συγκεκριμένα στην Εποχιακή Παραγγελία.

Αποδεκτό Μοντέλο

Από την στιγμή που έχει ολοκληρωθεί η παραπάνω διαδικασία, ο σκοπός της μελέτης είναι να βρεθεί ένα αποδεκτό μοντέλο, αφού έχουν πραγματοποιηθεί όσες αλλαγές δεδομένων είναι απαραίτητες στο πίνακα Analysis Options). Ένα αποδεκτό μοντέλο τηρεί τους παρακάτω κανόνες:

- Τα P-value να είναι μικρότερα του 5%,
- Στους ελέγχους σφαλμάτων το μοντέλο να έχει 5 OK,
- Το RMCE του μοντέλου να είναι μικρότερο από τα RMCE των προκρινόμενων μοντέλων,
- Τα γραφήματα αυτοσχετίσεων να έχουν καλή συμπεριφορά (το πολύ μια μπάρα να ακουμπάει στην χοάνη).

Μετά από δοκιμές τιμών στην χρονοσειρά αποδείχτηκε σαν καλύτερο αποδεκτό μοντέλο το: **ARIMA (0,0,1) x (1,1,2) 4 with constant**, Math adjustment: Box-Cox with power = 0.5 and addend = 15.0.

Πιο συγκεκριμένα:

Model Comparison

Data variable: ITALIA

Number of observations = 60

Start index = 1/05

Sampling interval = 3,0 month(s)

Length of seasonality = 4

Models

(A) Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,0097

(B) Holt's linear exp. smoothing with alpha = 0,1183 and beta = 0,1073

(C) Brown's quadratic exp. smoothing with alpha = 0,0061

(D) Winters' exp. smoothing with alpha = 0,4661, beta = 0,0209, gamma = 0,1797

(E) ARIMA (0,0,1) x (1,1,2) 4 with constant

Math adjustment: Box-Cox with power = 0,5 and addend = 15,0

Πίνακας: Estimation Period

Model	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE	
(A)	327,92	254,722	170,807	25,2989	-137,557	
(B)	347,995	267,859	170,462	32,1651	-132,876	
(C)	327,388	256,478	173,735	21,4886	-140,737	
(D)	54,5517	36,5631	22,2138	-16,5213	-18,07	
(E)	33,3809	21,6501	11,2962	-1,41376	-2,42158	
Model	RMSE	RUNS	RUNM	AUTO	MEAN	VAR
(A)	327,92	**	OK	***	OK	OK
(B)	347,995	**	OK	***	OK	OK
(C)	327,388	**	OK	***	OK	OK
(D)	54,5517	OK	OK	OK	*	OK
(E)	33,3809	OK	OK	OK	OK	OK

Όπου:

RMSE = Root Mean Squared Error,

RUNS = Test for excessive runs up and down,

RUNM = Test for excessive runs above and below median,

AUTO = Ljung-Box test for excessive autocorrelation,

MEAN = Test for difference in mean 1st half to 2nd half,

VAR = Test for difference in variance 1st half to 2nd half

OK = not significant ($p \geq 0,05$),

* = marginally significant ($0,01 < p \leq 0,05$),

** = significant ($0,001 < p \leq 0,01$),

*** = highly significant ($p \leq 0,001$)

Forecasting - ITALIA

Data variable: ITALIA,

Number of observations = 60,

Start index = 1/05,

Sampling interval = 3,0 month(s),

Length of seasonality = 4

Forecast Summary

Math adjustment: Box-Cox with power = 0,5 and addend = 15,0,

Seasonal differencing of order: 1,

Forecast model selected: ARIMA (0,0,1) x (1,1,2) 4 with constant,

Number of forecasts generated: 4,

Number of periods withheld for validation: 0

	<i>Estimation</i>	<i>Validation</i>
<i>Statistic</i>	<i>Period</i>	<i>Period</i>
RMSE	33,3809	
MAE	21,6501	
MAPE	11,2962	
ME	-1,41376	
MPE	-2,42158	

Παραπάνω, παρουσιάζεται η αξιολόγηση του μοντέλου βάσει στατιστικών μέτρων (RMSE), (MAE), (MAPE), (ME) και (MPE). Τα τρία πρώτα στατιστικά μέτρα υπολογίζουν το μέγεθος των τυχαίων σφαλμάτων, ενώ τα δύο τελευταία το μέγεθος των συστηματικών σφαλμάτων.

Πίνακας: ARIMA Model Summary

<i>Parameter</i>	<i>Estimate</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t</i>	<i>P-value</i>
MA(1)	-0,724827	0,102515	-7,07043	0,000000
SAR(1)	0,326059	0,140755	2,31651	0,024585
SMA(1)	0,728499	0,0873289	8,34202	0,000000
SMA(2)	-0,89418	0,0505323	-17,6952	0,000000
Mean	8,9507	9,19334	0,973607	0,334847

Constant	6,03224			
----------	---------	--	--	--

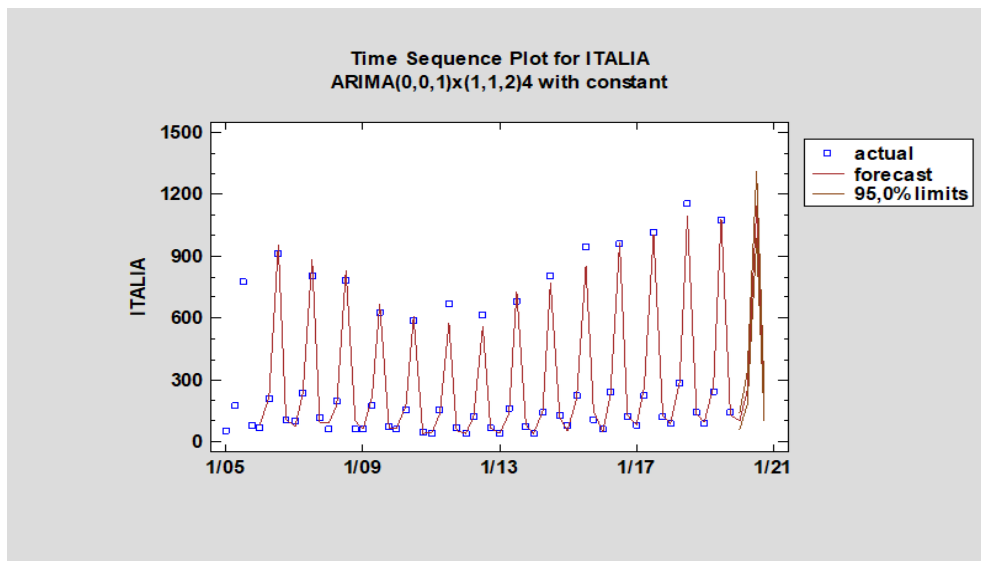
Backforecasting: yes

Estimated white noise variance = 720,422 with 51 degrees of freedom

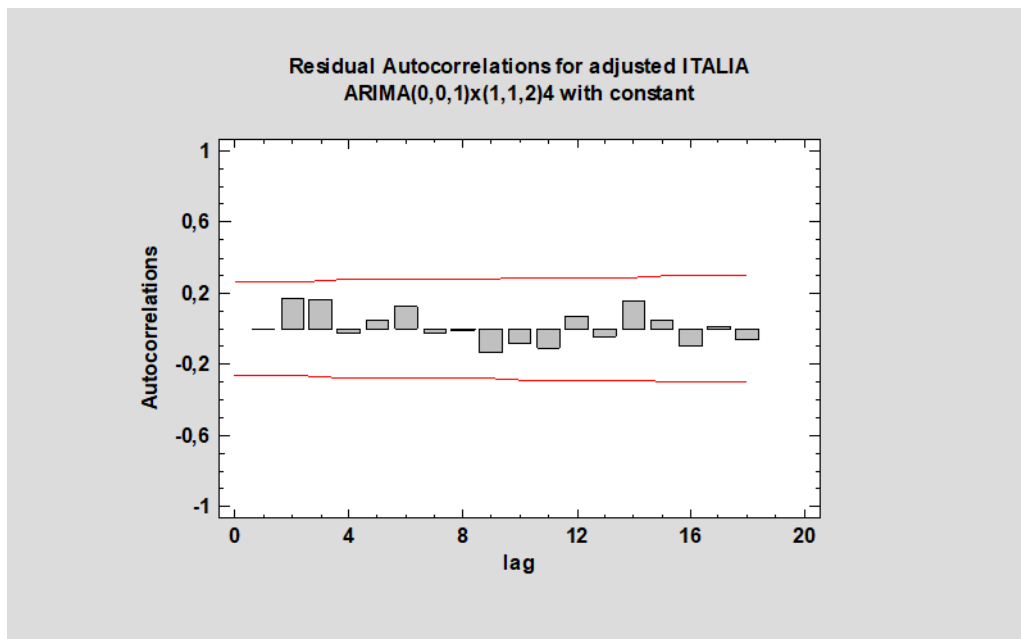
Estimated white noise standard deviation = 26,8407

Number of iterations: 9

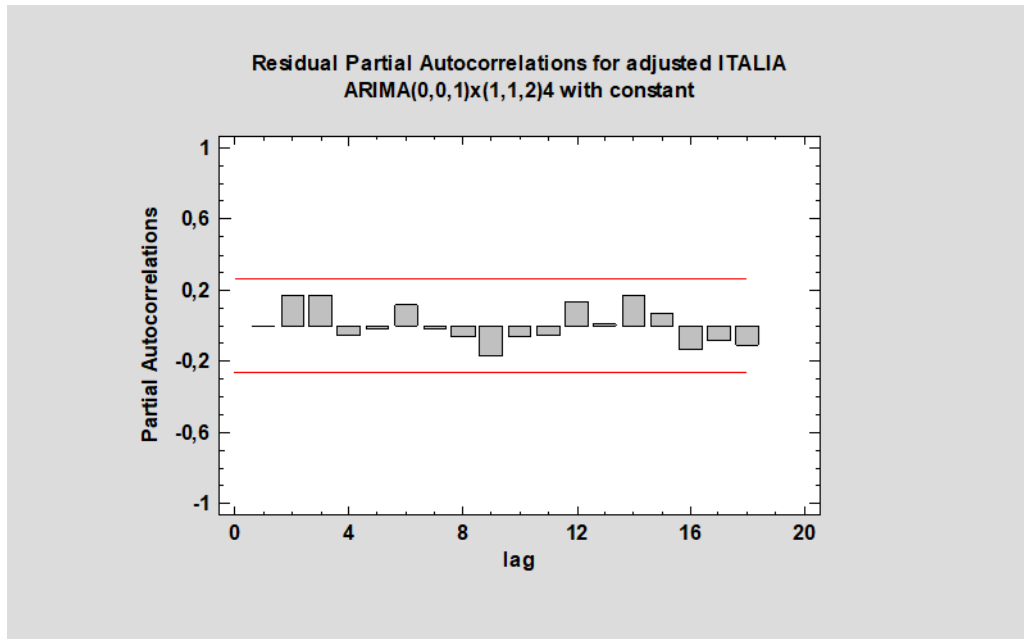
Διάγραμμα: Time Sequence Plot for ITALIA



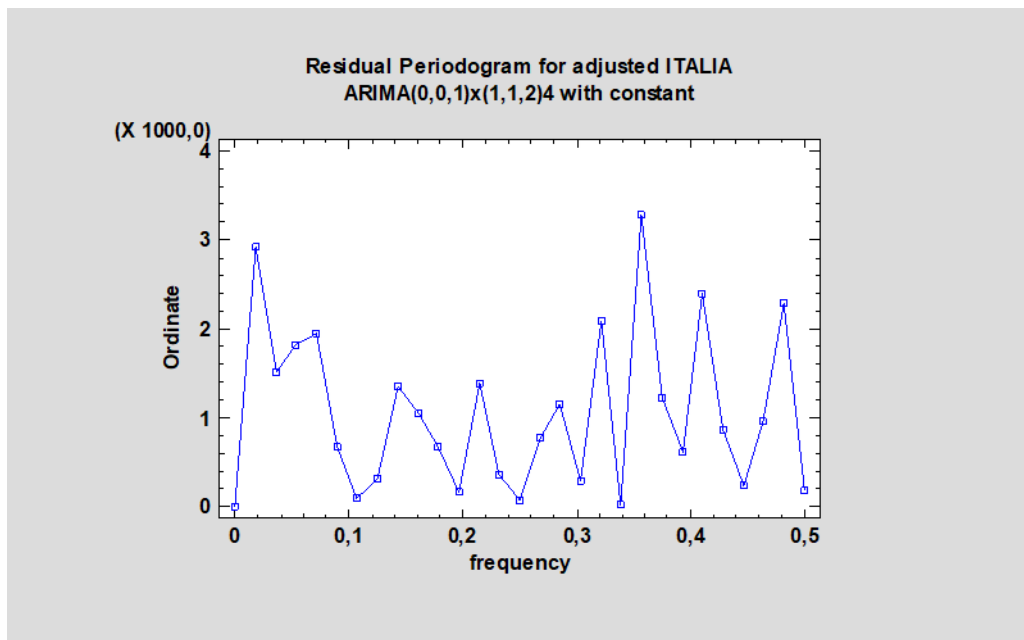
Διάγραμμα: Residual Autocorrelations for adjusted ITALIA



Διάγραμμα: Residual Partial Autocorrelations for adjusted ITALIA



Διάγραμμα: Residual Periodogram for adjusted ITALIA



Από την στιγμή που έχει βρεθεί κάποιο αποδεκτό μοντέλο είναι απαραίτητη η επιλογή του πίνακα «Forecast Table» και του διαγνωστικού γραφήματος «Forecast

Plot», για να είναι δυνατή η ερμηνεία του μοντέλου και των προβλέψεων.

Πίνακας προβλέψεων

Στον πρώτο πίνακα που ακολουθεί καταγράφονται οι αφίξεις των μη κατοίκων της Ελλάδας από την Ιταλία προς την Ελλάδα. Η περίοδος στον πίνακα Forecast Table for ITALIA αρχίζει με το πρώτο τρίμηνο του 2005 και καταλήγει μέχρι το τέταρτο τρίμηνο του 2019.

Πίνακας: Forecast Table for ITALIA

Model: ARIMA (0,0,1) x (1,1,2) 4 with constant

Math adjustment: Box-Cox with power = 0,5 and addend = 15,0

Period	Data	Forecast	Residual
1/05	54,458		
4/05	174,838		
7/05	774,814		
10/05	81,187		
1/06	66,103	83,6646	-17,5616
4/06	210,855	216,486	-5,63051
7/06	908,968	952,858	-43,8895
10/06	110,592	109,098	1,49409
1/07	100,216	75,2203	24,9961
4/07	236,231	239,855	-3,62436
7/07	802,782	887,98	-85,1974
10/07	112,549	96,5866	15,9624
1/08	62,3188	95,7552	-33,4364
4/08	193,646	173,873	19,7725
7/08	783,482	831,493	-48,0108
10/08	60,5365	100,865	-40,329
1/09	61,5133	64,1665	-2,65321
4/09	174,153	215,902	-41,749
7/09	626,257	670,622	-44,3645
10/09	73,0863	67,778	5,30827

1/10	60,438	71,2377	-10,7997
4/10	153,451	179,437	-25,9859
7/10	585,045	608,907	-23,8619
10/10	44,677	38,7002	5,97681
1/11	42,65	48,6438	-5,99381
4/11	158,433	136,22	22,2134
7/11	671,417	572,133	99,2844
10/11	65,7326	57,0981	8,63455
1/12	41,293	41,7087	-0,4157
4/12	122,595	122,901	-0,306138
7/12	616,119	561,496	54,6228
10/12	68,066	67,1035	0,962483
1/13	42,724	39,77	2,95396
4/13	160,806	133,218	27,5883
7/13	685,552	730,076	-44,5236
10/13	75,232	82,3056	-7,07365
1/14	38,979	44,354	-5,37503
4/14	143,707	148,622	-4,91484
7/14	804,218	768,944	35,2744
10/14	130,807	123,387	7,41956
1/15	79,936	55,0699	24,8661
4/15	220,79	210,625	10,1654
7/15	944,111	849,016	95,0948
10/15	110,492	150,229	-39,7366
1/16	59,278	46,2073	13,0707
4/16	243,673	230,673	13,0002
7/16	961,997	968,153	-6,15612
10/16	121,954	131,808	-9,85367
1/17	81,54	82,8206	-1,28055
4/17	225,364	272,671	-47,3073
7/17	1011,93	1008,48	3,45744
10/17	122,459	129,449	-6,99019

1/18	86,578	87,5766	-0,998574
4/18	286,303	290,283	-3,98039
7/18	1153,56	1096,83	56,7353
10/18	140,669	136,511	4,15775
1/19	90,132	92,4193	-2,28735
4/19	244,51	269,358	-24,8483
7/19	1074,21	1080,86	-6,65143
10/19	144,323	130,719	13,6042

Οι εκτιμώμενες τιμές για την περίοδο 1/20 (Πρώτο Τρίμηνο του 2020) – 10/20 (Τέταρτο τρίμηνο του 2020) παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

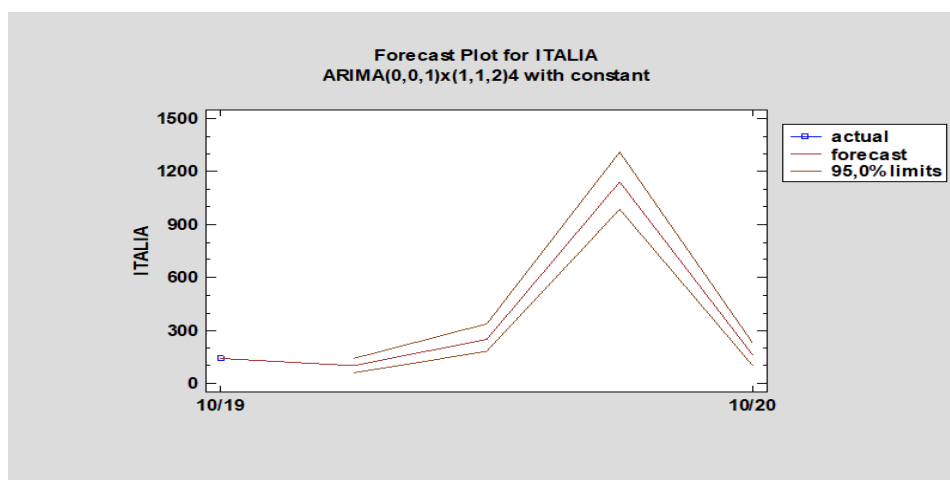
Πίνακας: Προβλεπόμενες Αφίξεις τουριστών από την Ιταλία

		Lower 95%	Upper 95%
<i>Period</i>	<i>Forecast</i>	<i>Limit</i>	<i>Limit</i>
1/20	99,133	61,5731	144,164
4/20	253,693	181,136	337,646
7/20	1139,83	983,295	1307,76
10/20	160,098	102,624	228,968

Είναι απαραίτητο να συγκρίνουμε τις εκτιμώμενες τιμές με τις τιμές που έχουμε ήδη τους προηγούμενους δώδεκα μήνες και πιο συγκεκριμένα για τα τέσσερα προηγούμενα τρίμηνα προκειμένου να συνειδητοποιήσουμε ή να εκτιμήσουμε το επίπεδο των αφίξεων τουριστών από την Ιταλία στην Ελλάδα. Αυτή η σύγκριση πρέπει να γίνει για να προσδιοριστεί ο αριθμός των τουριστών που ταξίδεψαν από την Ιταλία στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να συγκρίνετε το 1/20 με το 1/19, το 4/20 με το 19/4, το 7/20 με το 19/7 και το 10/20 με το 19/10.

Είναι σαφές, με βάση τον πίνακα πρόβλεψης καθώς και το διάγραμμα, ότι οι πραγματικές τιμές του εκτιμώμενου αριθμού τουριστών που φθάνουν από την Ιταλία στην Ελλάδα το έτος 2020 θα παρουσιάσουν αύξηση σε σύγκριση με τα σύνολα του προηγούμενου έτους το 2019.

Διάγραμμα: Forecast Plot for ITALIA



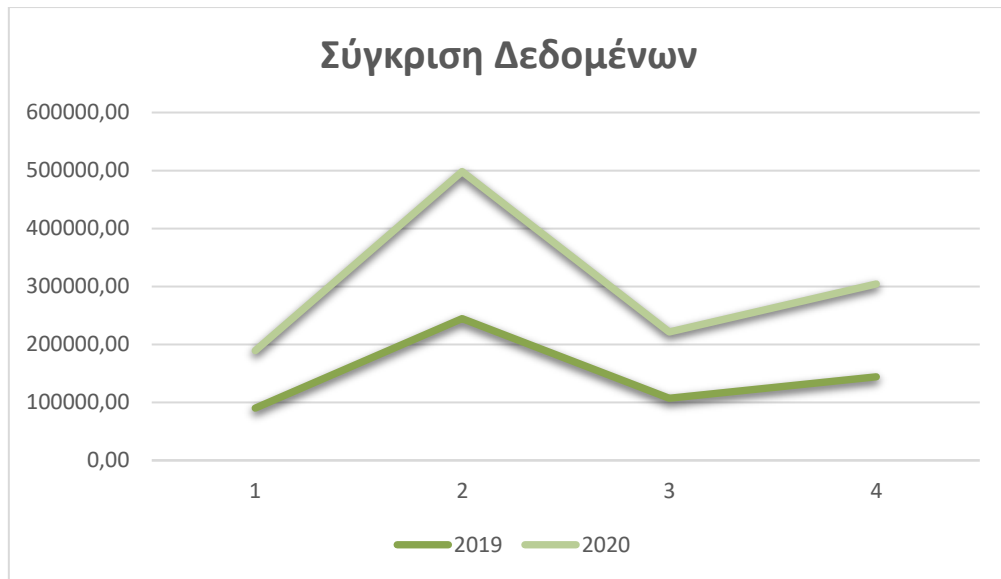
Η σύγκριση των δεδομένων απεικονίζεται στον ακόλουθο πίνακα και διάγραμμα «Σύγκρισης Δεδομένων». Στον πίνακα Σύγκρισης Δεδομένων εμφανίζεται επιπρόσθετα και η ποσοστιαία μεταβολή των δεδομένων. Από τις μεταβολές αυτές καθίσταται φανερό ότι το 2020, στην περίπτωση που ισχύει το “Ceteris Paribus”, θα προκύψει συνολική αύξηση των αφίξεων των τουριστών από την Ιταλία, κατά 6,91%.

Πίνακας: Σύγκριση Δεδομένων

Τρίμηνο	2019	2020	Ποσοστιαία Μεταβολή
Πρώτο (1/Υ*)	90,132	99,133	+9,99%
Δεύτερο (4/Υ*)	244,510	253,693	+3,75%
Τρίτο (7/Υ*)	1074,21	1139,83	+6,11%
Τέταρτο (10/Υ*)	144,323	160,098	+10,93%
Σύνολο	586,386	626,907	+6,91%

*Όπου Υ=έτος

Διάγραμμα: Σύγκριση Δεδομένων



Ερμηνεία του Αποδεκτού Μοντέλου

Το βέλτιστο αποδεκτό μοντέλο που παρουσιάζεται για να εκτιμηθούν οι αφίξεις των τουριστών από την Ιταλία στην Ελλάδα είναι το **S ARIMA (0,0,1) x (1,1,2) 4** with constant, Math adjustment: Box-Cox with power = 0.5 and addend = 15.0.

Το προκρινόμενο μοντέλο **ARIMA (0,0,1) x (1,1,2) 4** που είναι της μορφής ARIMA (p,d,q) x (P,D,Q) s ερμηνεύεται ως εξής:

- $p=0$, = πρόβλεψη δεν επηρεάζεται από την τιμή των αμέσως προηγούμενων παρατηρήσεων,
- $d=0$, = η χρονοσειρά δεν παρουσιάζει τάση,
- $q=1$, = η πρόβλεψη επηρεάζεται από το σφάλμα στην εκτίμηση της αμέσως προηγούμενης παρατήρησης, δηλαδή της 10/19 (τέταρτο τρίμηνο του 2019),
- $P=1$, = η πρόβλεψη επηρεάζεται από την τιμή της παρατήρησης 10/18 (τέταρτο τρίμηνο του 2018),
- $D=1$, = η χρονοσειρά είναι εποχική,
- $Q=2$, = η πρόβλεψη επηρεάζεται από τα σφάλματα στην εκτίμηση των παρατηρήσεων 10/18 και 07/18 (τρίτο και τέταρτο τρίμηνο του 2018),
- $s=4$, = ο βαθμός της εποχικότητας της χρονοσειράς είναι 4 τρίμηνα.

Ειδικότερα:

$Y^{\wedge} = X_{10/18}, E_{10/19}, E_{10/18}, E_{07/18}$

Όπου, X=Τιμή παρατήρησης και E= Σφάλμα.

Συμπερασματικά, η πρόβλεψη επηρεάζεται από την τιμή της παρατήρησης 10/18 και από τα σφάλματα στην εκτίμηση των παρατηρήσεων 10/19, 10/18 και 07/18. Τέλος, η χρονοσειρά είναι εποχική και ο βαθμός της εποχικότητας της είναι 4 τρίμηνα.

Ο εξωτερικός παράγοντας COVID-19

Σε αυτή τη συγκυρία, θεωρείται απαραίτητο να συζητηθεί ένα πρόσφατο περιστατικό ενός ασυνήθιστου αλλά πολύ σημαντικού γεγονότος που επηρέασε την ανθρωπότητα. Η Ελλάδα, μαζί με τον υπόλοιπο κόσμο, βρέθηκε αντιμέτωπη με έναν εξωτερικό παράγοντα γνωστό ως κορωνοϊό στις αρχές του έτους 2020. Η Ελλάδα ούτε είχε προβλέψει ούτε είχε προσπαθήσει να υπολογίσει τον αντίκτυπο αυτού του παράγοντα (Corona virus disease 2019, COVID-19). Στα τέλη του 2019, ο κοροναϊός SARS-CoV-2, γνωστός και ως COVID-19 (επίσης γνωστός ως οξεία αναπνευστική νόσος 2019-nCoV), μαζί με τον ίδιο τον ιό βρέθηκαν για πρώτη φορά στην Κίνα. Ο COVID-19 είναι μια μολυσματική ασθένεια που προκαλείται από τον κοροναϊό. Ο COVID-19 είναι ένα άλλο όνομα για αυτήν την ασθένεια, η οποία είναι επίσης γνωστή ως οξεία αναπνευστική νόσος 2019-nCoV.

Μετά από μια έναν αιώνα, η ανθρωπότητα βρέθηκε αντιμέτωπη με μια κατάσταση που δεν ήταν μόνο πολύ ασυνήθιστη αλλά και πολύ σοβαρή ως αποτέλεσμα της εξάπλωσης του ιού SARS-CoV-2 σε σημείο που έγινε πανδημία. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διεξαγωγή έρευνας σε τουρίστες που προέρχονται από την Ιταλία προκειμένου να διερευνηθούν οι παράγοντες που συμβάλλουν στον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, η έρευνα αυτή θα επικεντρωθεί σε τουρίστες που έρχονται στην Ελλάδα από την Ιταλία.

Τα στοιχεία στα οποία βασίζεται το αντικείμενο της παρούσας εργασίας αφορούν το σύνολο των τριμηνιαίων τουριστών που φτάνουν στην Ελλάδα από την Ιταλία. Αυτοί οι τουρίστες προέρχονται από την Ιταλία. Τα στοιχεία αυτά αποτέλεσαν το σύνολο των παρατηρήσεων που οδήγησαν στην πρόβλεψη του αριθμού των αφίξεων τουριστών από τη χώρα αυτή στην Ελλάδα για τους επόμενους 12 μήνες (Ιανουάριος 2020 – Δεκέμβριος 2020) και αυτή η πρόβλεψη έγινε με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος. Αυτά τα δεδομένα αποτέλεσαν το σύνολο των παρατηρήσεων που οδήγησαν στην πρόβλεψη του αριθμού των αφίξεων τουριστών από αυτή τη χώρα στην Ελλάδα. Από την άλλη, δεδομένου ότι η ανθρωπότητα

βρέθηκε αντιμέτωπη με την πανδημία και τις συνέπειές της, είναι δεδομένο ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα, μεταξύ άλλων, είχε σημαντικές επιπτώσεις στην πανδημία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η πανδημία ήταν εξαιρετικά εμφανής σε όλους.

Το "Seterus Paribus", το οποίο κυριολεκτικά μεταφράζεται σε "υποθέτοντας ότι όλα τα άλλα είναι ίσα", είναι η θεμελιώδης προϋπόθεση που πρέπει να πληρούται για να παράγει ακριβή αποτελέσματα ένα μοντέλο πρόβλεψης. Εάν δεν πληρούται αυτή η προϋπόθεση, το μοντέλο δεν θα είναι σε θέση να παράγει ακριβή αποτελέσματα. Ειδικότερα, απαιτείται τα λοιπά στοιχεία και δεδομένα, που ισχύουν κατά την περίοδο λήψης των στοιχείων – παρατηρήσεων, να παραμείνουν αμετάβλητα και σταθερά στο προβλεπόμενο χρονικό διάστημα. Κι αυτό γιατί η λήψη των στοιχείων – παρατηρήσεων γίνεται σε περίοδο που ισχύουν τα υπόλοιπα στοιχεία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η χρονική περίοδος κατά την οποία λαμβάνονται τα δεδομένα και οι παρατηρήσεις είναι η χρονική περίοδος κατά την οποία καθορίζεται η εγκυρότητα αυτών των δεδομένων και των παρατηρήσεων. Σε αυτήν την υποθετική κατάσταση, οι εξωτερικοί παράγοντες που ισχύουν κατά την περίοδο της πρόβλεψης και όχι αυτοί που ισχύουν κατά την περίοδο της συλλογής δεδομένων είναι διαφορετικοί μεταξύ τους. Αυτό οφείλεται στην απουσία του κορωνοϊού ως δυναμικά ανατρεπτικού εξωτερικού παράγοντα στο παρελθόν. Συμπερασματικά, ο παράγοντας ενός ασυνήθιστου αλλά σημαντικού γεγονότος είναι υψίστης σημασίας για τη συμπεριφορά μιας χρονοσειράς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Σύμφωνα με τα ετήσια στατιστικά στοιχεία που έχουμε στη διάθεσή μας, διαπιστώνουμε ότι η ροή Ιταλών τουριστών στη χώρα μας κινείται σε σταθερά υψηλά επίπεδα, με την πλειοψηφία των επισκεπτών να έρχονται στη χώρα μας κατά το τρίτο τρίμηνο του έτους και να διακινούνται μέσω μεγάλων ιταλικών και διεθνών ταξιδιωτικών γραφείων σε μεγάλο βαθμό. Αυτές οι πληροφορίες προέκυψαν από την εξέταση των δεδομένων που τέθηκαν στη διάθεσή μας. Μαζί με τις απευθείας πτήσεις που παρέχουν μια σειρά αεροπορικών εταιρειών προς διάφορους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς, οι προσφορές των ταξιδιωτικών πρακτόρων για all inclusive πακέτα διακοπών για την Ελλάδα σε λογικές τιμές προσελκύουν σημαντικό αριθμό Ιταλών τουριστών κάθε χρόνο. Επιπλέον, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ένα ορισμένο ποσοστό τουριστών που προέρχονται από την Ιταλία ταξιδεύουν στη χώρα μας σε τακτική ή σχεδόν τακτική βάση. Πολλοί από αυτούς τους Ιταλούς τουρίστες έχουν βαθιά εκτίμηση για την Ελλάδα και τον ελληνικό τρόπο ζωής. Ως αποτέλεσμα, πολλοί από αυτούς έχουν αγοράσει και συνεχίζουν να διατηρούν ακίνητη περιουσία εδώ ή διατηρούν μόνοι τους τουριστικές φάρμες στην Ελλάδα.

Ο τουρισμός είναι ένας κλάδος ο οποίος συμβάλλει σημαντικά στην έξοδο της χώρας από την οικονομική κρίση. Ως σύνολο, το έθνος οφείλει να πραγματοποιήσει περισσότερες και μεγαλύτερες μελέτες για τον τουρισμό γιατί είναι ένας τομέας που μας βοηθάει σημαντικά. Επειδή έχουμε πρόσβαση σε τόσα πολλά οφέλη, έχουμε τη δυνατότητα να κυριαρχήσουμε στην τουριστική βιομηχανία και να αυξήσουμε το μερίδιο αγοράς μας σε παγκόσμια κλίμακα στο μέλλον. Η περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, καθώς και η βελτίωση του συγκριτικού μας πλεονεκτήματος έναντι άλλων δημοφιλών σημείων διακοπών, είναι και τα δύο πιθανά αποτελέσματα της ανάληψης των απαραίτητων οικονομικών δεσμεύσεων για την υποστήριξη της κατασκευής 117 νέων τουριστικών καταλυμάτων και υπηρεσιών.

Ελληνικός Τουρισμός

Είναι σαφές από όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, αφενός, πόσο σημαντικός είναι ο τουρισμός για την οικονομία της Ελλάδας και, αφετέρου, πόσο δυναμική είναι η τουριστική βιομηχανία. Συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία του 10,3% του ΑΕΠ της χώρας, ενώ η άμεση και έμμεση συνεισφορά του υπολογίζεται από 22,6% έως 27,3%.

Ο τουρισμός είναι η βαριά βιομηχανία της χώρας και καταγράφει σημαντικά αποτελέσματα όπως:

- ✓ Παρουσίασε αύξηση εσόδων από το εξωτερικό από +11,4% ή + 1.453 εκατ. €.
- ✓ Υπολογίζεται ότι έχει σημειωθεί συνολική αύξηση της δραστηριότητας κατά 1.559 ευρώ (από 16.736 εκατ. ευρώ άμεσης συμβολής στο ΑΕΠ το 2016 σε 18.295 εκατ. ευρώ το 2017).
- ✓ Ως άμεσο αποτέλεσμα αυτού, το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) της χώρας αυξάνεται κατά 2,2 ευρώ σε 2,65 ευρώ για κάθε 1,0 ευρώ τουριστικού εισοδήματος.
- ✓ Αυτό καταδεικνύει ότι ο τουρισμός είναι μια βιομηχανία που συνεισφέρει σημαντικά οφέλη στην οικονομία στο σύνολό της.
- ✓ Πιο συγκεκριμένα, ο τουρισμός ευθύνεται άμεσα για τη δημιουργία άνω του 47,4% του ΑΕΠ σε κάθε περιοχή της Κρήτης, του Νοτίου Αιγαίου και του Ιονίου.
- ✓ Οι περιφέρειες αυτές έχουν ένα από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας, γεγονός που τεκμηριώνει την άποψη ότι ο τουρισμός οδηγεί σε βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται.
- ✓ Συνέβαλε άμεσα στην κορύφωση (3ο τρίμηνο) του 16,9% της απασχόλησης και συνολικά (άμεσα και έμμεσα) μεταξύ 37,2% και 44,8% ενώ ήταν και είναι βασικός μοχλός μείωσης της ανεργίας και κάλυψε το 80,0% του ελλείμματος του ισοζυγίου του εμπορεύματα με ταξιδιωτικές αποδείξεις.
- ✓ Οι εισπράξεις αυτές ισοδυναμούν με το 74,0% των εισπράξεων από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων που εξάγονται από τη χώρα αλλά δεν περιλαμβάνουν τις εισπράξεις από τις εξαγωγές πλοίων και καυσίμων.
- ✓ Εάν στις ταξιδιωτικές αποδείξεις περιλαμβάνονται και εισπράξεις από αεροπορικές και θαλάσσιες μεταφορές από εισερχόμενο τουρισμό, τότε οι συνολικές ταξιδιωτικές εισπράξεις ισούνται με το 82,0% των εισπράξεων από εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων εκτός από πλοία και καύσιμα.

Συμπεράσματα Ιταλικής Αγοράς

- Βρίσκεται στο top-3 σε 2 από τις 13 Περιφέρειες βάσει του αριθμού των επισκέψεων.
- Ο αριθμός των ατόμων που μένουν μια νύχτα τοποθετεί τον ιταλικό τουρισμό στην πρώτη τριάδα σε δύο διαφορετικές περιοχές.
- Το χρηματικό ποσό που δαπανά τον τοποθετεί στις τρεις πρώτες σε δύο από τις Περιφέρειες.

- Η Περιφέρεια Αττικής βασίζεται σε αυτή τη ροή εσόδων περισσότερο από κάθε άλλη.
- Όσον αφορά τις συλλογές, είναι η πιο σημαντική αγορά σε τρεις διαφορετικές περιοχές.
- Το μέσο ποσό που δαπανήθηκε ανά επίσκεψη είναι 453 €, το οποίο είναι χαμηλότερο από το μέσο ποσό που δαπανήθηκε σε όλη τη χώρα, που είναι 458 €.
- Η τιμή ανά διανυκτέρευση είναι χαμηλότερη από τον μέσο όρο για την Ελλάδα, με 63€ αντί 68€.
- Το Νότιο Αιγαίο, τα Ιόνια Νησιά και η Κρήτη έρχονται στην πρώτη, δεύτερη και τρίτη θέση αντίστοιχα όσον αφορά τον αριθμό των διανυκτερεύσεων.
- Οι περιφέρειες της Αττικής, της Στερεάς Ελλάδας και του Νοτίου Αιγαίου έχουν τις υψηλότερες συνολικές δαπάνες ανά επίσκεψη σε σύγκριση με τον μέσο όρο γιατί έχουν τις υψηλότερες δαπάνες ανά διανυκτέρευση.
- Σε σύγκριση με τη μέση δαπάνη για ένα ταξίδι στο Βόρειο Αιγαίο, η μεγαλύτερη συνολική δαπάνη ανά επίσκεψη είναι άμεσο αποτέλεσμα της μεγαλύτερης διάρκειας διαμονής.
- Η μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής θα έχει ως αποτέλεσμα υψηλότερη συνολική δαπάνη ανά επίσκεψη από το τυπικό ποσό που δαπανάται στην Πελοπόννησο.
- Αύξηση 1,3% στο ποσό που δαπανάται ανά επίσκεψη. αύξηση 0,5% στο ποσό που δαπανάται ανά διανυκτέρευση. αύξηση 0,4% στην τυπική διάρκεια παραμονής

Προτάσεις για την Βελίωση και Ανάπτυξη του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος

Ακολουθούν ορισμένες προτάσεις οι οποίες προέκυψαν από την έρευνα και που μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο διαλόγου και προβληματισμού, μεταξύ όλων των αρμόδιων φορέων (τόσο δημόσιων, όσο και ιδιωτικών) του τουριστικού κλάδου στην Ελλάδα. Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα κατέχει μια πολύ σημαντική θέση όχι μόνο στην οικονομία της χώρας αλλά και στο κοινωνικό σύνολο. Ωστόσο, ο τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίστηκε η ανάπτυξή του, τόσο από το πολιτικό σύστημα όσο και από τις αρχές γενικότερα, συχνά δεν ήταν κατάλληλος. Αυτό προκύπτει ως αποτέλεσμα του αποσπασματικού και απρογραμματίστου χαρακτήρα της τουριστικής αναπτυξιακής πολιτικής που εφαρμόστηκε. Οι δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς αυτής της τοποθεσίας έχουν ο καθένας ένα μέρος της ευθύνης για αυτήν τη δυσλειτουργία, αν

και αυτά τα τμήματα δεν είναι ίσα σε καμία περίπτωση. Ακολουθεί μια σύνοψη των προτάσεων που αναπτύχθηκαν σε επίπεδο τουριστικών επιχειρήσεων (ιδιωτικός τομέας):

1. Βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος, που περιλαμβάνει τις υπηρεσίες που προσφέρονται, σε όλη την τουριστική εφοδιαστική αλυσίδα.

2. Ο εκσυγχρονισμός των υποδομών και των ανωδομών της τουριστικής βιομηχανίας σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, με σκοπό την προσέλκυση τουριστών με υψηλότερα εισοδήματα και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

3. Διαρκής εκπαίδευση για όλους όσους ασχολούνται με τον τουριστικό κλάδο, με στόχους όχι μόνο την ανάπτυξη επαγγελματικής προσέγγισης και στρατηγικής για τη διαχείριση προβλημάτων, αλλά και την απόκτηση επαγγελματικής συνείδησης.

4. Η εφαρμογή σύγχρονων στρατηγικών μάρκετινγκ, που είναι ένας άλλος παράγοντας που είναι πολύ σημαντικός για την προσέλκυση πιθανών επισκεπτών στην περιοχή.

5. Η διαμόρφωση στρατηγικών συμμαχιών μεταξύ επιχειρήσεων του τουριστικού κλάδου με στόχο την ενίσχυση των οικονομικών μεγεθών των συμμετεχουσών επιχειρήσεων σε τομείς όπως το μάρκετινγκ και η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας.

6. Διεύρυνση του μεγέθους των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων κατά μέσο όρο μέσω συγχωνεύσεων και εξαγορών, με σκοπό την επίτευξη οικονομιών κλίμακας ως αποτέλεσμα αυτών των ενεργειών.

7. Η διεύρυνση των οικονομικών πόρων που διατίθενται σε ιδιωτικούς φορείς θα καταστήσει δυνατό τον σχεδιασμό και την υλοποίηση προγραμμάτων τουριστικής ανάπτυξης πιο φιλικά προς το περιβάλλον.

8. Η κατάλληλη και έγκαιρη αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών που υιοθετούν οι τουριστικές επιχειρήσεις για την ενίσχυση και εμπορία του τουριστικού προϊόντος που προσφέρεται.

Σε ότι αφορά την πολιτεία (δημόσιος τομέας), οι προτάσεις που διατυπώνονται είναι οι ακόλουθες:

1. Βελτιώσεις στην ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, οι οποίες θα πραγματοποιηθούν με τη διαμόρφωση και εκτέλεση προγραμμάτων σε ποικίλες τουριστικές τοποθεσίες (μελέτη βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, μελέτη μάρκετινγκ κ.λπ.).

2. Η καλλιέργεια μη παραδοσιακών τύπων τουρισμού (όπως ιατρικός, θρησκευτικός ή επαγγελματικός), με διπλούς στόχους την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών και την προσέλκυση παραθεριστών υψηλότερου διαμετρήματος.
3. Παράταση της περιόδου αιχμής για τον τουρισμό παράλληλα με τη συνεχή ανάπτυξη των διαφόρων τύπων τουρισμού που συζητήθηκαν προηγουμένως. Αυτή η στρατηγική μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης για ελληνικά τουριστικά προϊόντα, ιδιαίτερα σε περιόδους χαμηλού όγκου επισκεπτών.
4. Βελτίωση έργων για θεμελιωδώς σημαντικές υποδομές.
5. Η διατήρηση και υπεράσπιση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων του έθνους (νερό, αέρας, παραδόσεις, πολιτιστική κληρονομιά κ.λπ.).
6. Παροχή βοήθειας στο εκπαιδευτικό σύστημα μέσω της ανάπτυξης και υλοποίησης διαφόρων προγραμμάτων κατάρτισης. Η διεύρυνση των γνώσεων και η παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου είναι οι στόχοι αυτής της προσπάθειας.
7. Η δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων είναι κάτι που μπορεί να επιτευχθεί με το σωστό είδος οργάνωσης (συγκεκριμένη άρθρωση του στόχου, ενέργειες συντονισμένες από άτομο που είναι υπεύθυνο), την εφαρμογή τεχνογνωσίας (συνεργασία με συνεργάτες που εμπειρογνώμονες στον τομέα τους) και επαρκή χρηματοδότηση.
8. Για να λυθεί το πρόβλημα της συναίνεσης για το ποιος είναι υπεύθυνος για τη λήψη αποφάσεων και την εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα, χρειάζεται αναδιοργάνωση του Ε.Ο.Τ. καθώς και όλους τους άλλους δημόσιους τουριστικούς φορείς όλων των επιπέδων, σύμφωνα με τα σύγχρονα και διεθνή πρότυπα.
9. Θα πρέπει να καταβληθούν προσπάθειες για τη μείωση του φόρτου των γραφειοκρατικών διαδικασιών, οι οποίες αποτελούν εμπόδιο στις ιδιωτικές επενδυτικές πρωτοβουλίες.

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ηλεκτρονική βιβλιογραφία (διαδίκτυο)

www.bankofgreece.gr

www.statistics.gr

www.gnto.gov.gr

www.sete.gr

www.insete.gr

www.mfa.gr/germany/presveia

www.statista.com

www.destatis.de

www.wto.org

www.wikipedia.org

www.gtp.gr

www.kathimerini.gr

www.oikopress.gr

www.epiheirimatikotita.gr

www.traveldailynews.gr

Έντυπη Ελληνική Βιβλιογραφία

- Τουριστική Οικονομική, Λαγός Γ. Δημήτρης 2005
Τουρισμός – Βασικές έννοιες, Νίκος Γ. Ηγουμενάκης & Κώστας Ν. Κραβαρίτης 2004
Εισαγωγή στον τουρισμό, Νίκος Γ. Ηγουμενάκης 1998
Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Μανώλης Κ. Σφακιανάκης 2000
Τουριστική ανάπτυξη, Γ. Ζαχαράτος & Π. Τσάρτας 1999

Έντυπη Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Events and Tourism: An Environmental Approach and Impact Assessment, Ratz & Puczko 2002
The effects of tourism on quality of life, Delibasic 2008
Tourism: Change, Impacts, and Opportunities, Mthieson & Wall 2002
Economic impacts of tourism industry, Hemmi 1999, Ardahaey 2011
Host perception of sociocultural impacts, Brunt & Courtney 1999
Dimensions of sustainable rural development in mountainous and less favored areas:

Evidence from Greece, Haralampopoulos & Pizam 1996
Tourism reaction and sustainability, Jurowski 1997
Developing a tourism impact attitude scale, Lankford & Howard 1994
Resident attitudes toward tourism development, Sirakaya 2002

Έρευνες & Μελέτες

Οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως πηγή προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα, ανάλυση αφίξεων – προβλέψεις, Κουκουτά Νικολίνα

Προφίλ εισερχόμενου τουρισμού για διακοπές στην Ελλάδα 2016, 2017 (Δρ: Άρης Ίκκος, Αναλυτής: Σεραφείμ Κουτσός, INSETE Intelligence)

Η απασχόληση στον τουρισμό και τους λοιπούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας 2008-2017 (Δρ: Άρης Ίκκος, Αναλυτής: Σεραφείμ Κουτσός, INSETE Intelligence)

Ανάλυση εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ανά περιφέρεια & ανά αγορά 2017 (Στατιστικολόγος: Ευαγγελία Λάμπρου, Επιστημονικός Διευθυντής Δρ: Άρης Ίκκος)

Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2017 (Δρ: Άρης Ίκκος, Αναλυτής: Σεραφείμ Κουτσός, INSETE Intelligence)

Ετήσια έκθεση 2017: Οικονομία Ομοσπονδιακής Δημοκρατίας της Γερμανίας & ελληνογερμανικές οικονομικές και εμπορικές σχέσεις, Πρεσβεία της Ελλάδας στο Βερολίνο – Γραφείο Οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων